

我的梦想， 我买单

王楠
著

wo de
▽
meng xiang
▽
wo mai dan



女人最好的安全感，是努力让自己变得强大

福布斯中国杰出商界女性的创业、创新、创富哲学
中国发展研究基金会关于《中国女性创业》的启示

当代女性创业的梦想激励与行动指南书

中国华侨出版社

我**口**想， 我买单

“她时代”的女性创业必修课

王楠◎著

中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

我的梦想,我买单:“她时代”的女性创业必修课 / 王楠著.
—北京:中国华侨出版社,2017.5
ISBN 978-7-5113-6823-2

I . ①我… II . ①王… III . ①女性—创业—中国
IV . ① F249.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 113122 号

我的梦想,我买单:“她时代”的女性创业必修课

著 者 / 王 楠

责任编辑 / 千 寻

责任校对 / 高晓华

经 销 / 新华书店

开 本 / 670 毫米 × 960 毫米 1/16 印张 / 17 字数 / 184 千字

印 刷 / 北京金秋豪印刷有限公司

版 次 / 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-6823-2

定 价 / 35.00 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 64443051 传真: (010) 64439708

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

序言

创业，质上不存在性别区分。

但是纵观中国几千年商界历史，女性创业者却凤毛麟角。经过了封建社会的禁锢，改革开放初期的过渡，女性的商业意识已经萌芽，在这个巨大变迁的时代裂缝里，它疯狂生长着。

在不经意间，创业早已不是男性独有的标志，商海战船上，出现了越来越多的女性掌舵者，她们在各自的领域前行，正在融入未来的经济格局。

她们之中，有董明珠、陶华碧这样几十年如一日深深耕耘在传统行业里的前辈，也有杨澜、李静这样抓住了媒体转型机遇的追风者，有杨惠妍、柳青这样靠实力说话的“创二代”，也有徐新、刘楠这批在移动互联网时代及时占领高地的弄潮儿。

有人说，女性天生是安于现状的，女性也能创业？这些人坚守着性别的偏见，却暴露了观念的落后。大批经济学家喊出，女性创业的时代到来了。

几十年风雨，女性创业者正在崛起，她们毋庸置疑地成为未来不容小觑的经济参与者。她们肩扛着更多的重负，因为她们天生的社会角色就是复杂的，多种职责使得她们更加需要事业与家庭的平衡，因此经历了更多不能对别人说的艰辛。

回望这段短暂但是依旧动人心弦的女性创业历程，可以得到很多感触。很多人误以为，商场几千年来就是男人的战场，所以当女人进入这个圈子，就要变得跟男人一样。其实，大可不必，有时懂得运用女性优势可以起到事半功倍的效果。

不论对于男性还是女性，创业都不是一件容易的事情。但由于社会传统观念、生理及心理的因素，女性的创业特点仍然具备独特之处，值得从一个新的视角加以探讨与玩味。

但创业又是充满魅力和诱惑的，受其“侵害”、腐蚀“梦想”的女性创业者，必须以饱满的热情投入创业，她们必须拥有海纳百川、卓越凛然、睿智聪颖、大气谦和的气质，用与众不同的优雅和知性，做到努力自尊、自强。

本书描述了当代典型的女性创业者、企业家的奋斗故事，展现出了一个新时代女性创业群体的特征。与男人共“武”的时代，市场经济的浪潮一浪高过一浪，即使今天小有成就，也不要骄傲自满，要始终以自己的坚持与睿智努力拼搏，让自己变得更强大。

我们看到了，新时代的知识女性创业者所独有的智慧和过人的勇气。她们总能在创业之前就做好充足细致的调研、论证；敢于突破世俗的观念，勇于创新、进取；遇到困难从不退缩，也不轻言放弃；她们，让我们领略了积跬步以至千里的勤奋和卓越。

C 目 录 Contents

Chapter 1 | 时代风向 |

创业，早已不是男人的“专利”

No.1 互联网本身就是女性的 · 003

No.2 女性消费红利时代 · 010

No.3 中产阶级消费升级 · 018

No.4 专注小而美的能力 · 028

Chapter 2 | 商业战场 |

选择与努力同等重要

No.1 众筹为更多人创造价值 · 037

No.2 移动电商是女性创业的风口 · 046

No.3 分享与共生才是可持续的模式 · 054

No.4 让中国制造站起来 · 067

Chapter 3 | 女王风范 | 能掌控自己命运的少数人

No.1 人生需要规划 · 077

No.2 机会不来，就过去 · 088

No.3 简单，才是效率 · 097

Chapter 4 | 商界核心 | 所有的成功都是人的成功

No.1 平衡是时间的朋友 · 109

No.2 孤独背后的专注与死撑 · 117

No.3 成功，就是踏踏实实把每件事做到极致 · 125

No.4 神话是拿来打破的 · 132

Chapter 5 | 情商优势 | 天生的平衡大师

No.1 原则与柔软度 · 145

No.2 比包容更柔韧 · 153

No.3 对消费者的感受力更强 · 163

No.4 团队沟通高手 · 170

Chapter 6 | 突破局限 |

打碎思维天花板

No.1 灵感与长远战略思维 · 177

No.2 优柔寡断与魄力果敢 · 183

No.3 敏感性与钝感力 · 187

Chapter 7 | 穿越窄门 |

克服中国式家庭“困局”

No.1 左手事业，右手家庭 · 195

No.2 全职妈妈的别样跨界 · 200

No.3 用实力说话 · 205

Chapter 8 | 以柔克刚 |

小确幸，大赢家

No.1 创业是跑一场马拉松 · 213

No.2 发现别人没有发现的需求 · 218

No.3 举棋无悔的背后 · 223

No.4 源于自信 · 229

Chapter 9 | 大势所趋 |

柔软的人改变世界

No.1 消费决策影响经济格局 · 237

No.2 请叫她梦想家 · 242

No.3 坦然面对性别偏见 · 247

No.4 更多的女王在进化的路上 · 253

后记

其实，所有成功的企业家都是雌雄同体 · 258

Chapter 1

时代风向—— 创业，早已不是男人的“专利”

社会上有一种“眩晕”现象，讲的就是时代的风向已经发生了转换，但人们的观念却还保留着很多不合时宜的成分。这是一个必须重新诠释经济的时代，当越来越多的女性成为经济的造势者时，就已注定创业不再是男人的“专利”。

1934年

—— 1934年 11月

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

在 1934年 11月 11日 11时 11分

— No.1 —

互联网本身就是女性的

时间倒退三十年，在中国寻找女性创业者的影子，可以说很难。有限的那些名字，孤单地夹杂在男性的商界逻辑里。为了生存下去，她们常常要披上男性的外衣，像花木兰一样在战场上厮杀，所以从本质上来说，她们是成功将自己男性化的女性玩家，而不是真正的女性创业者。

然而到了今天，我们环顾周围，会发现成功的女企业家越来越多，好像一夜之间，女性创业不再是一件新奇的事情，甚至已经司空见惯。媒体版面上，随处可以见到女性企业家们的创业历程，女性赢得尊重和财富的方式，再也不是“生得好”或者“嫁得好”了，她们告别了以往对男人的依附，她们开始为梦想付出努力，靠一点一滴的打拼证明自己。

这是一个谈创业，就不能不谈互联网的时代。

作为 20 世纪最伟大的技术革新，互联网早已深入到我们生活的方方面面，成为思考任何问题都不可忽略的重要背景和元素。

互联网本身就是女性的。这里的“女性”，不是生理上的女性，亦不是心理上的女性，而是思维意义上的女性。如果将人的思维“一刀切”，你会发现一个神奇的奥妙——左脑思维理性化，右脑思维感性化。依据人类对男女属性的界定，左脑理性思维就被视为男性思维，而右脑感性思维被视为女性思维。两种思维多数情况下是“独立”工作的：当人们处于一种低安全感时，思维和意识就“条件反射”般定格在男性思维上；反之，女性思维的“工作时间”是在高安全感的自然状态下的意识所向。

这些论断可不是耸人听闻的夸大其词，而是真实的社会发展趋势。所以很多人开始渐渐意识到，创业思维当中，女性思维已是不容忽视的一环。如同左脑与右脑的道理，其实在每个人的意识结构中，都有“男”与“女”两个部分。在经历了漫长的男性主导历史之后，互联网的发生与发展，成为一种颠覆性的现象，从而改变了整个世界。

借助互联网，这个时代所有人的思维特质都在发生更改，而女性创业者，在这样的发展趋势中，无疑占有先天性的优势。

伴随着互联网时代的快速发展，体验经济正在兴起。在这样的趋势下，未来的生产者，无论哪个领域，都应该是制造体验的人。而体验作为一种感性的服务，一种看不见摸不着也无法言说的东西，显然更适合女性思维。

通常而言，男人更擅长理性思维，而女人更擅长感性思维。当全人类都被卷入这种经济大潮中，所有的消费者开始更愿意为体验

付费时，不得不说，所有人的思想特质，就这样“随波逐流”地增值了感性化的成分。

如你所感受到的那样，比如一个巨大的 IP（网络之间互连的协议）可以形成产业链条，除了对产品本身的消费外，还会产生一连串的商业效应，《盗墓笔记》《鬼吹灯》《诛仙》等著作都在纷纷衍生出不同的产品。比如现在已经进入读图时代，大家没有耐心读完长篇文章，而是更愿意接受图像。

互联网时代注重情感连接，而情感化也是女性的特征。微博、微信等连接熟人或者陌生人的各种社交平台都获得了大量用户，成为中国这个人口大国深深依赖的新一代交流工具。

去中心化，是互联网时代的重要特征。事实上，男性思维一直是盘踞在中心化思维中的劫数，凡事讲究围着某一个中心点，没有“点”就没有目标、没有方向，甚至没有自我，而女性思维则有所不同，它所呈现出的状态呈分散式，神奇的是，女性的这种分散式思维模式恰恰与互联网思维不谋而合。

读懂这些变化，我们就可以理解，为什么女性在这个时代开始越来越多地踏上创业的征程。因为从本质上来说，女性善于运用直觉创造体验感的产品，她们也更能抓住互联网经济的新价值导向。

时代更替可以带来更多商业机会，竞争洗牌胜出的往往都是黑马，大浪淘沙过后才是珠宝得以重见天日之时。近几年来，无数互联网创业纷纷涌起，传统行业也开始运用新思路，与新形势接轨。在这期间，诞生了大量创业者，甚至是大量年轻创业者，有限的网

络用户开始被瓜分，快速抓取用户，成为了所有人关注的重点。

女性创业的黄金时代已然来临，阿里巴巴 2015 年的数据显示，淘宝上 50% 以上的卖家为女性，平均年龄只有 32.6 岁。那些认为女性特质与企业家特质相违背的人开始沉默了。他们从前曾一直坚定地认为，女性因为教育、视野、情感、家庭等原因，不适合走入这个领域，但是在新的背景下，女性天生细心、情感丰富、善于沟通，这一点在“互联网+”时代的用户沟通上是非常关键的。

“小时候，我一心要成为一个三毛一样的人。写东西，到处走，有个爱情，拿金钱不当回事，塞在枕头套里，散落在撒哈拉的荒漠的风中。去总督府偷玫瑰，和部落人在一起，给他们吃小药片。多神论者，苏菲主义，相信不可预知的神秘力量，然后在还年轻的时候，早早地死掉。”

这是裂帛的创始人汤大风的一段感性描述。这个曾经的摇滚青年，也梦想过自己可以成为作家。“裂帛”的名字取自女作家简媜的一篇文章《四月裂帛》。

学服装设计的她一直对民族风味的服装偏爱有加，在这一点上，她与妹妹汤小风不谋而合。她们曾经拿着自己的设计图稿，跑到云南去走访各种工厂，可是因为订单数量少，设计太烦琐，没有人愿意与她们合作。后来，走投无路之下，她们回到北京，找了几个裁缝，在自己家里开始了小作坊式的尝试，没想到，这样的作品，竟然得到了很多客户的疯狂和喜爱。这种“小而美”的坚持与传达，正是契合了互联网时代的需求。

裂帛每一次的数据统计，都像是定海神针一样，坚定了所有为裂帛而生的人的信念——裂帛不仅仅是做服饰，更是传递一种文化、一种精神、一种态度、一种信念、一种勇气。这是很多店铺所不能理解的，但裂帛一直坚持在做。就是这样一个勇往直前的店，在电商界中国社交行的选手中却还是“宅”的那一类，给外界的一种明显的感觉就是，裂帛的当家花旦那种满满的浪漫情怀，特别是对于理想的那份狂热的追求和静谧的安逸。汤大风也曾自称为“商业宅女”，在属于大风的时间里，工作的时间全部都是裂帛的，工作以外的休息日就是电影、爆米花、男友及宠物的。大风不像其他的行家那样，有事没事就盯着对手不放，一种不掘地三尺挖出对方命根誓不罢休的态势，相比之下，她显得十分内敛，既不去同行家做客，也从来不议论行业中的是是非非。直到天猫的负责人拿着竞争对手上一整年的广告合同找她洽谈的时候，汤大风才猛然醒悟，原来还可以打广告。

裂帛的这种不争，是女性思维的天性。“女性不是那么喜欢打仗的，人类在母系社会里从未有过那么多战争。我不要求自己非得在哪个领域做到最大，在不低于市场平均值的前提下尽可能靠前就可以了，百花齐放的局面挺好的。我也不太去想10年后会怎样，只是着眼于当下如何让公司更健康、团队更强悍。这些基础夯实了，事情自然会往前走，接下来要做什么我们一起坐下来商量，由团队做决定。”汤大风认真地说。

蜜芽的首席执行官刘楠，也曾经是淘宝的店主，以卖纸尿裤