



实用百科速查速用
shiyong baike sucha suyong



一本书教你如何避开陷阱少走弯路，直到创业成功

创业常识

CHUANGYE CHANGSHI
SUCHASUYONG DAQUANJI

速查速用大全集

最新升级版

孙振国 ◎ 主编
(资深创业者、创业导师)



案例
应用版

不可不知的
创业常识
速查速用大全集

★ **百科全书式全面覆盖：**创业战略管理、创业人力管理、创业财务管理、创业纳税管理、创业质量管理、创业品牌管理、创业物流管理、创业公关管理、创业风险管理……

★ **强大的实用和实践性：**企业精彩案例+名人创业点评，让创业者在竞争白热化的大环境下，尽可能将这种体验式的学习成本降到最低。

★ **层层递进的创业指南：**从创业者的角度出发，解读创业各阶段需要了解的必备常识；结合现实中发生的经典案例，帮助创业者把握要领，领会其中精要。

★ **理论性、实战性十足：**不仅仅有经典管理学中的战略、执行、营销、用人等理论，还有大量来自企业内外的现实案例，甚至是生意场、为人处世中的潜规则。

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

014034486

F272.2

24-2



实用百科速查速用
SHIYONG BAIKE SUCHA SUYONG



一本书教你如何避开陷阱少走弯路，直到创业成功

创业常识

CHUANGYE CHANGSHI
SUCHASUYONG DAQUANJI

速查速用大全集

孙振国 ©主编
(资深创业者，创业导师)



北航

C1714667

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

F272.2
24-2

图书在版编目(CIP)数据

创业常识速查速用大全集：案例应用版：最新升级版 /

孙振国主编. —2版. —北京：中国法制出版社，2014.1

(实用百科速查速用)

ISBN 978-7-5093-5135-2

I. ①创… II. ①孙… III. ①企业管理-基本知识

IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第020834号

策划编辑：刘峰

责任编辑：郭会娟

封面设计：周黎明

创业常识速查速用大全集（案例应用版）

CHUANGYE CHANGSHI SUCHA SUYONG DAQUANJI (ANLI YINGYONGBAN)

主编 / 孙振国

经销 / 新华书店

印刷 / 河北省三河市汇鑫印务有限公司

开本 / 710×1000毫米 16

版次 / 2014年4月第2版

印张 / 21.5 字数 / 416千

2014年4月第1次印刷

中国法制出版社出版

书号ISBN 978-7-5093-5135-2

定价：48.00元

北京西单横二条2号 邮政编码100031

传真：66031119

网址：<http://www.zgfzs.com>

编辑部电话：66054911

市场营销部电话：66033393

邮购部电话：66033288

(如有印装质量问题，请与本社编务印务管理部联系调换。电话：010-66032926)

孙振国

科教园教育培训集团总经理，资深创业者，创业导师。毕业于北京航空航天大学；1998年从青岛澳柯玛离职，联手中国人民大学与中国政法大学教授创业，创立了科教园法律硕士与头狼考研两大著名培训品牌；参股多家公司；作为创业顾问，指导众多毕业生自主创业。

顾问委员会

葛忠雨	葛忠雷	石楠	武杰	刘志新
彭剑锋	董欣	姜晓秋	江胜萍	刘俊萍
曹伏雨	刘雪	崔明磊	王成静	孙镇镇
马欢	陈新慧	吕中师	孙麒翔	蔺亚丁
段守正	孙赫	啜箫磊	王霆	张晓珉
张乐乐	穆利磊	陈玉新	李友广	于超

序 言

创业，你得这么来

显而易见，创业不是一件轻而易举的事。创业者必须要了解商业领域中的一些基本常识，把控事业发展的宏观方向，掌握企业管理的基本技能，还要洞察种种潜藏的风险和危机。说起来容易做起来难，很多雄心勃勃的创业者，中途折戟沉沙，饮恨商场，着实令人惋惜。

中国有句古话“摸着石头过河”，说的就是万事开头难。创业是一个从无到有的过程，其中的艰辛不言而喻。很多年轻人在创业的起始阶段，常常面临着诸多复杂棘手的难题。不过，办法总比问题多。一般情况下，只要创业者态度坚决、方法得当、时机恰当，这些困难大都会迎刃而解；但往往是缺乏实战经验，知识欠缺致使很多优秀的创业者遭受到不应有的失败。这多么令人遗憾！

很多成功人士在创业过程中都遭遇过各种各样的阻碍，他们之所以取得了最后的成功，靠的是不断总结失败的教训，借鉴别人的成功之处，丰富自己的学识和阅历。地产大鳄潘石屹当年的境遇就很能说明问题。

“初到海南，感觉就是热闹。街道上谈恋爱的、作诗的、弹吉他的，什么都有，每个人都有梦想，就是没钱。”潘石屹回忆道。1991年，海南的经济正遭受着第一次低潮。和许许多多的淘金者一样，潘石屹和冯仑几个人成天混迹于海口的街边排档、沙滩浴场。“无聊的时候骑着自行车绕岛一周，回来时已经满脸胡子。”1991年8月，潘石屹与人合



伙注册成立万通公司，高息借贷一千多万元炒房。随着海南经济第二波热潮的到来，在短短半年多时间里，万通积累下了超过千万元的资金。“虽然后来又赔掉了，但让自己找到了胆量。”1992年8月，预感到海南房产泡沫不能持久的潘石屹撤离海南，北上京城。

正是这段艰苦的经历让潘石屹在京城敏锐地抓住了人生中最关键的机遇。一个偶然的机会，在怀柔县政府食堂吃饭的潘石屹，无意中听旁桌的人讲，北京市给了怀柔几个定向募集资金的股份制公司指标，但没人愿意做。潘石屹抓住了这个机会。很快，北京万通实业股份有限公司开始进入设立程序。这一次，北京万通挖到数亿元的利润，潘石屹开始崭露头角。

那时过境迁，在眼下竞争白热化的大环境中，创业者已很难承受这种体验式的学习成本。如果能让创业者从一些经典的案例中体悟提升，尽量让自己的创业之路少走弯道，避免不必要的波折，对他们的人生和事业无疑具有重大的意义。为此，我们精心编撰了这本《创业常识速查速用大全集》。本书从创业者的角度出发，全面深刻地解读了创业阶段需要了解的必备常识，结合现实中发生的经典案例深入阐释如何合理运用这些知识，帮助创业者把握要领，领会其中精要。

最后，预祝所有有梦想、踏实肯干的创业者心想事成！

目 录

CONTENTS

001

第一章 创业必备关键词：初次创业者必备的学问

创业目标：一句话引出的百度创业之路 / 001

市场调查：吉列调研开发女性专用刮毛刀 / 002

创业理念：温州女孩的五年疯狂计划 / 003

创业项目：创造奇迹的冯健雄 / 004

商业计划书：“亚信”品尝到的甜头 / 005

可行性评估：表面现象不可信 / 005

企业登记注册：企业一样不能没有户口 / 006

变更登记：不可挂羊头卖狗肉 / 007

法人代表：为什么要选个英明的家长 / 007

公司章程：一切按约定的规矩来 / 008

民事责任：股东虚假出资案 / 009

企业的经营范围：经营公司，不越雷池一步 / 010

企业年度检验制度：与时俱进的工商局 / 011

注册资本：创业的起步本钱多少合适 / 012

验资证明：让资金来源落到实处 / 012

创业方式：适合自己的就是最好的 / 013

个人独资企业：自己说了算的老板 / 014

私营合伙企业：一个好汉三个帮 / 015



个体工商户：下岗工人的新就业路 / 015

加盟店：复制化 + 规模化的创业 / 016

网上开店：无需经营场所和人员的店面 / 017

兼职创业：没有本钱也能打天下 / 018

股份有限公司：走向国际的三一重工 / 019

有限责任公司：谁出得多谁就是老大 / 020

创业心态：心有多大世界就有多宽广 / 020

消极创业：创业遭遇挫折不要放弃 / 021

创业恐惧：认定了目标就要坚持下去 / 022

盲目创业：要选好目标再出手 / 022

创业激情：机会总是青睐行动最早的人 / 023

创业潜质：从“门外汉”到老板的蜕变 / 024

个性魅力：李云龙部队战无不胜的秘诀 / 025

知识储备：为日后的成功做足准备 / 025

特长条件：不可复制的创业砝码 / 026

028

第二章 创业战略管理：从商战中领会战略常识

战略管理：李嘉诚靠管理走上成功之路 / 028

战略管理过程：三星缔造了一个品牌传奇 / 029

环境分析：东坡肘走出深闺的秘籍 / 030

内部环境分析：海尔知己知彼的战略选择 / 030

宏观环境分析：吉利汽车靠什么走向成熟 / 031

行业环境分析：物流行业发展跟着市场走 / 032

战略群组：饺子店里为何要卖坛子肉 / 033

竞争对手分析：猎人为何不必跑得老虎 / 033

战略规划：在建材行业争做龙头老大 / 034

企业的战略资源：仁和通过媒介加快发展 / 035

竞争战略：百思买和沃尔玛的市场角逐 / 036

稳定型增长战略：狂中有智、稳中有升的东芝 / 037

发展型发展战略：金顶的成功离不开“天时、地利、人和” / 038

紧缩型发展战略：起死回生的克莱斯勒 / 038



- 外向型战略：厚积薄发的海尔 / 039
- 战略控制：向行业龙头进军的福特 / 040
- CS 战略：宝钢——一颗不断膨胀的魔豆 / 041
- SWOT 法：企业战略帮助长城走出困境 / 042
- 企业战略目标：向国际扩张的星巴克 / 042
- 创造价值的多元化：计算机硬件产业中的“沃尔玛”——戴尔 / 043
- 非相关多元化：海尔大张旗鼓的发展路 / 044
- 公司控制权市场：一个公司两个董事的怪事 / 045
- 公司治理：在 ICT 行业领跑的诺基亚 / 045
- 公司层合作战略：从古走到今的致中和 / 046
- 国际合作战略：大显身手的燕北集团 / 047
- 网络合作战略：有视频的地方就有海尔 / 048
- 国际化创业：同国际接轨的陈怡桦 / 049
- 内部创新：在危机中走出创新的“常松” / 050
- 通过收购获得创新：收购西门子，明基凸显新价值 / 051
- 通过合作战略创新：走向行业龙头的造船厂 / 052
- 战略领导力：学以致用用的“香江”高层 / 053

055 ▶ 第三章 创业人力管理：人力资源高管的工作指南

- 人力资源战略：人才使远大迎来了又一春 / 055
- 人力资源规划：走出人员空缺的“兰奥” / 056
- 人才本土化：西门子的用人之道 / 057
- 木桶定律：好钢用在刀刃上 / 057
- 扁平化组织：阶梯式组织带来的新视角 / 058
- 二八法则：麦当劳在全球快餐中鹤立鸡群 / 059
- 六顶思考帽：思考因你而精彩 / 060
- 走动管理：“走”出来的管理团队——兴盛 / 061
- 鲑鱼效应：本田抓住了一条适合自己的“鲑鱼” / 061
- PDCA 循环：时代光华的惯性思维 / 062
- 马太效应：贫者越贫，富者越富 / 063
- 华盛顿合作规律：三个和尚没水喝 / 064



- 人才储备：地产龙头成功的法宝 / 064
- 员工忠诚度：别人不走的地方才是路 / 065
- 工作目标：总目标让机械厂更上一层楼 / 066
- 组织设计：为长远发展做准备的“大忠” / 067
- 职务分析：要做好分内的事 / 068
- 内部招聘：英特尔聘人的独特渠道 / 069
- 培训需求分析：量化的学习“任务” / 070
- 入职引导：从小鸟的故事中得到的启发 / 070
- 培训评估：企业高层也需要不断“充电” / 071
- 职业发展规划：我有自己的独特舞步 / 072
- 职业锚：丰田的定期换岗制 / 073
- 内职业：工作不能这山望着那山高 / 073
- 外职业：意外的收获也会让你两败俱伤 / 074
- 绩效考核：新的制度使你出色地完成工作 / 075
- 激励：三个建筑工人的美好憧憬 / 076
- 薪酬制度设计：与公司业绩对接成汉王特色 / 077
- 福利：员工无后顾之忧的摩托罗拉 / 078
- 保险：出口信用险讲究多 / 078
- 劳资关系：要依法维护自己的权益 / 079
- 劳动争议：一切按规定来解决 / 080

083

第四章 创业市场管理：成功创业者的营销实战技能

- 营销调研：独具慧眼的本田总裁 / 082
- 市场营销定位：瞄准中国的白领阶层的开心网 / 083
- 无差异性市场营销：贝因美的圆规舞台 / 084
- 差异性市场营销：农夫山泉要做就做“水龙头” / 085
- 目标市场细分：汇源 100% 的彩色创业路 / 085
- 目标市场定位：在商战中学会跳舞的资生堂 / 086
- 产品生命周期：质量好又环保的诺基亚 / 087
- 新产品的扩散：川菜老板娘的麻辣人生 / 087
- 产品组合：宝洁公司的“加减法”组合 / 088

- 产品组合策略：市场需求，产能提升 / 089
- 产品组合方式：在阿拉伯国家畅销的祈祷毯 / 090
- 产品差异性：小小指甲钳也有大市场 / 090
- 企业定价策略：金山软件“杀”出来的市场 / 091
- 价格的暗示效应：船王包玉刚的价格战 / 092
- U型定价法：走入平常百姓家的“贵族”电器海信 / 093
- 成本导向定价法：让消费者自己定价 / 094
- 需求导向定价法：纵横市场的王者风范——奔驰 / 095
- 竞争导向定价法：一石二鸟的定价法 / 095
- 投入期定价策略：在穷人身上打主意 / 096
- 心理定价策略：钟表业中的龙头争夺战 / 097
- 竞争者变价时的策略：无国界的促销手段 / 097
- 竞争性定位战略：走红当地的白酒 / 098
- 市场领先者的策略：百变宝洁，我选我爱 / 099
- 市场追随者的策略：细分市场，赢得市场 / 100
- 市场利基者的策略：一张贺卡带来的效益 / 100
- 折扣价格策略：洞悉网络赢得市场 / 101
- 促销策略：对症下药的促销绝活 / 102
- 广告的促销策略：女性市场大有赚头 / 103
- 服务营销：“一夜之隔”的戴尔 / 104
- 绿色营销：格兰仕的环保理念 / 104
- 销售渠道：小火腿大市场 / 105
- 网络营销：一网走天下的海尔 / 106
- 关系营销：卖大米的刘成 / 107
- 整合营销：娃哈哈的“水老大”之路 / 108

第五章 创业财务管理：账房先生要有的学识和本事

- 财务分析：佳美从失败中重新认识自己 / 109
- 财务困境：陷入困境的三鹿集团 / 110
- 会计制度：中专学校的“小金库” / 110
- 权责发生制：支出与收入之间的关联 / 111



- 会计核算：紧跟时代步伐的北京银行 / 112
- 财务分析报告：受到局限的“报告” / 113
- 审计报告：要做到事无巨细的热风炉厂 / 114
- 资产负债表：都是大火惹的祸 / 114
- 现金：企业不能没有的生存命脉 / 115
- 现金管理的目的：集中管理资金的中交集团 / 116
- 现金流量表：让企业流通自如 / 116
- 流动资产：资金受阻，贷款获得 / 118
- 固定资产：中国联通的条码管理 / 119
- 投资策略：投资有道的联想集团 / 120
- 长期资产：闲置的机器也是钱 / 121
- 盈利能力：雀巢的世界 500 强之路 / 121
- 短期负债：筹资有方的华丰大厦 / 122
- 股票：虚假海外上市案 / 123
- 基金：投资要量财而行 / 124
- 长期投资：投资有方的电子公司 / 124
- 短期投资：解决资金缺乏的秘方 / 125
- 营业收入：巴菲特的经营策略 / 126
- 年金：造福员工的特色国企 / 127
- 筹资战略：家具厂的大规模生产路线 / 128
- 投资战略：发展有方的台湾药业 / 128
- 费用：三菱高效的费用管理 / 129
- 成本：贯穿于每个企业人的心中 / 130
- 目标成本：丰田让管理从纸上落地 / 131
- 净利润：快速成长的上市企业 / 132
- 税前利润：不能抵扣的营业额 / 133
- 未分配利润：投资者的收益 / 134

- 税率：一举两得的万达 / 135
- 纳税主体：纳税也要主次分明 / 136

- 征税主体：不服海关的贸易公司 / 137
- 应纳税所得额：国度不同，税率也不同 / 137
- 增值税：用数字说话的电器公司 / 138
- 消费税：计税依据有讲究 / 139
- 营业税：没有规矩不成方圆 / 140
- 企业所得税：大火引发的税收问题 / 141
- 个人所得税：有收入就得纳税 / 142
- 关税：材质不同，关税也不同 / 142
- 房产税：奏响房产的新篇章 / 143
- 契税：整体购买不动产 / 144
- 纳税业务筹划：给豪华游艇找“婆家” / 144
- 企业所得税纳税业务筹划：给员工谋福利的服装厂 / 145
- 个人所得税纳税业务筹划：君子爱财，取之有道 / 146
- 增值税纳税业务筹划：进口小汽车带来的“风波” / 147
- 消费税纳税业务筹划：轮胎厂滚动出来的效益 / 148
- 营业税纳税业务筹划：税种不同，税率也不同 / 149
- 关税纳税业务筹划：进出口环节的价格战 / 150
- 土地增值税纳税业务筹划：贯穿始终的宏图房产 / 151
- 企业筹资的税务筹划：方达的筹资方案 / 152
- 企业投资的税务筹划：构思中探寻机遇的非亚生物 / 153
- 工资薪金的税务筹划：要做好每月的“大题目” / 154
- 劳务报酬的税务筹划：没有硝烟的纸上战场 / 155
- 股息、红利的税务筹划：股利分配带来的困惑 / 155
- 特殊经营行为的税务筹划：靠山吃山的“煤老板” / 157
- 股权收购的税务筹划：从数字看企业股权收购 / 157
- 资产收购的税务筹划：企业收购也要对症下药 / 158
- 企业合并的税务筹划：自来水公司的“1+1”原理 / 159
- 企业分立的税务筹划：分开销售不入账的方通药业 / 160
- 债务重组的税务筹划：纳税检查要学会用数字说话 / 161
- 企业转让定价的税务筹划：“两税合一”带来的收益 / 162
- 国际税务筹划：巴拿马的“方便旗帜” / 162



- 质量监督：西南航空有妙招 / 164
- 产品质量法：确保质量的守卫门神 / 165
- 产品质量仲裁检验：受害者讨说法的门路 / 166
- 质量文化：潍柴动力的法宝 / 167
- 质量战略：一汽集团有眼光 / 167
- 质量意识：三星电子的心眼 / 168
- 质量行为：做出来的才有意义 / 169
- 质量认证：给产品贴个质量标签 / 170
- 国际标准组织：质量领域的联合国 / 171
- ISO900 标准体系：南方基金吃到的螃蟹 / 172
- ISO14000 体系：亚安的国际通行证 / 173
- SA8000 标准：中亚皮件的责任心 / 174
- 质量定位：找到自己的位置 / 175
- 质量管理：捷德纺织的功夫没白费 / 175
- 质量保证：信誉不是吹出来的 / 176
- 质量审核：发现问题的关口 / 177
- TQM：一个都不能少的管理 / 178
- “质量链”：一条绳子上的蚂蚱 / 179
- 质量成本：三洋的账算得清楚 / 179
- 质量改进：ATC 公司的勇往直前 / 180
- 零缺陷质量管理：不给犯错误的机会 / 181
- 顾客满意的质量管理：江西化纤的生意经 / 182
- 六西格玛管理：不同凡响显神威 / 183
- TPM：雅马哈的成就 / 184
- 质量信息工作：白沙集团的信息管理 / 185
- 质量责任制工作：豪业公司的可贵之处 / 186
- 产品质量保险：杭州宏华的示范 / 187
- QC 小组：太原供电分公司的经验之谈 / 187
- 质量功能配置 (QFD)：丰田公司的得意之举 / 188

质量屋 (HOQ): 质量管理的一把好手 / 189

八项质量管理原则: 福特公司的得失之间 / 190

5S 活动: 西贝餐饮的环境管理 / 191

195

第八章 创业品牌管理: 一步一步吃透品牌的学问

联合商标: 防人钻空子的娃哈哈 / 193

有含义商标: 很有内涵的斯柯达 / 194

无含义商标: 没什么字面意义的索尼品牌 / 195

防御商标: 为的是独占 / 195

商标注册: 抢占先机是根本 / 196

商标保护: 别人的终归是别人的 / 197

商标权: 承载权益的商标之魂 / 198

商标权的评估: 商标行情的测量仪 / 199

注册不当商标: 竹篮打水一场空 / 200

注册商标争议: 免不了一番纠缠 / 201

商标管理: 七匹狼“犯上之举”的启示 / 202

发明专利: 无中生有的创造 / 203

实用新型专利: 好用实际才靠谱 / 203

外观设计专利: 顾名思义重在外观 / 204

专利权的主体: 谁是它真正的主人 / 205

专利权的效力: 是死是活的标准 / 206

专利权的终止: 走向消亡的最后一步 / 207

专利权的行政复议: “官人”的话不是圣旨 / 208

品牌战略: 安迪·穆尼的创举 / 208

品牌化决策: 杀出重围的馋嘴猴豆干 / 209

品牌定位: 农夫山泉有点甜 / 210

品牌识别: 迪森的形象设计 / 211

品牌延伸: 攻城拔寨的海尔 / 212

品牌质量决策: 奔驰的质量之魂 / 213

品牌归属决策: 格兰仕的过渡战术 / 214

多品牌决策: 东方不亮西方亮的联合利华 / 215



家族品牌决策：攥成一个拳头的中联重科 / 216

品牌核心价值：诺基亚的终生归属感 / 217

品牌资产：王老吉品牌的升值之路 / 218

品牌的生命周期：品牌也有高潮和低谷 / 219

品牌的本土化：入乡随俗的阿迪达斯 / 219

品牌的国际化：锐意进取的华为 / 220

224

第九章 创业物流管理：做企业物流的“心血管”专家

物流战略：上海华联的部署 / 222

物流战略管理：民生公司如此做物流 / 223

物流信息系统：先人一步的北京世佳 / 224

物流成本：会省钱的 ABC 公司 / 225

第三方物流：富日的成功模式 / 226

订单管理：应付自如的宝供物流 / 227

仓储：物流的稳固大后方 / 228

仓储管理：不怕一万就怕万一 / 228

仓储管理系统 (WMS)：稳当当的大管家 / 229

虚拟仓库：泸州老窖的仓库用不完 / 230

保税仓库：提高效率的物流加速器 / 231

库存管理：海尔的心得 / 232

安全库存：可口可乐的真知灼见 / 233

联合库存管理：一条线的联动管理 / 234

VMI：市场化的库存管理 / 235

包装：恒寿堂的转机 / 236

经济订货批量 (EOQ)：这样补货最划算 / 237

配送：7-11 的方式很便捷 / 238

配送中心：沃尔玛的成功没得说 / 239

共同配送：为大伙儿省钱的好主意 / 240

协同配送：最有头绪的配送 / 241

配送成本：还是沃尔玛的办法多 / 241

运输成本：路上的花销也要少 / 242

- 供应链：唇亡齿寒的同盟 / 243
- 供应链管理：学学三菱的秘诀 / 244
- MRP：从源头控制库存 / 245
- MRPII：DEC 的资源计划方案 / 246
- ERP：先泰药业享受到的实惠 / 247
- RFID：取代条形码的电子标签 / 248
- 牛鞭效应：危险的信息浮夸 / 249
- JIT：卖多少生产多少 / 250
- 采购物流：顾维军的手段不一般 / 251
- 生产物流：生产环节门道多 / 251
- 冷链物流：麦当劳正常运转的核心 / 252
- 物流业务重组：改进没商量 / 253

257 ▶ 第十章 创业人脉管理：人际关系网编织要领和技法

- 个体社会化：走向社会的前提 / 255
- 人际关系：赖以生存的社会空间 / 256
- 人际沟通：走向对方心灵的桥 / 257
- 人际冲突：一道没调好味的菜 / 257
- 个体心理：交往少不了懂点心理学 / 258
- 人格：没有两片相同的树叶 / 259
- 动机：行动的动力之源 / 260
- 气质：无声的自我介绍 / 261
- 情商：把控情绪的能力 / 262
- 群体心理：物以类聚，人以群分 / 263
- 社会认知：别人的心思也要猜 / 264
- 自我认知：你认识自己吗 / 265
- 倾听：言多必失不是没道理 / 266
- 非语言沟通：换种方式来表达 / 267
- 首因效应：初次相逢靠感觉 / 268
- 心理定势：我认为是那样的 / 268
- 近因效应：眼前的情况最真实 / 269