

激情颠覆 站在新起点的 马云

Ma Yun

张笑恒◎著

一个激励中国的教父级创业传奇
他在事业达到登峰造极之时激流勇退，
是坦然放下还是为了飞得更高？

短暂的激情是不值钱的，只有持久的激情才是赚钱的。
——马云



台海出版社

马云 激情颠覆 站在新起点的

Ma Yun

张笑恒◎著

台海出版社



图书在版编目(CIP)数据

激情颠覆:站在新起点的马云 / 张笑恒著.--北京:
台海出版社,2014.6

ISBN 978-7-5168-0353-0

I. ①激… II. ①张… III. ①马云-企业管理-经验
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 153255号

激情颠覆:站在新起点的马云

著 者:张笑恒

责任编辑:俞滢荣

装帧设计:天下书装

版式设计:通联图文

责任校对:李书秀

责任印制:蔡 旭

出版发行:台海出版社

地 址:北京市朝阳区劲松南路 1 号, 邮政编码:100021

电 话:010-64041652(发行,邮购)

传 真:010-84045799(总编室)

网 址:www.taimeng.org.cn/thcbs/default.htm

E-mail:thcbs@126.com

经 销:全国各地新华书店

印 刷:北京高岭印刷有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社联系调换

开 本:710×1000 1/16

字 数:190 千字

印 张:16

版 次:2014 年 9 月第 1 版

印 次:2014 年 9 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5168-0353-0

定 价:35.00 元

版权所有 翻印必究



前言

如果说 2013 年是“马云年”，一点也不为过。虽然马云从阿里巴巴的前台转为了幕后，褪去了曾经的光鲜亮丽，但马云依旧活跃在自己喜爱的商业平台上。他一句“我还是站在幕后”，却又重新威吓到了很多人。因为大家都明白了，马云依旧是一头盯准猎物随时准备出击的雄狮，而非一只沉睡过去的病猫。从年初的入股新浪、退休、建“菜鸟”物流等大动作开始，到年中陷入王林“大师”、《南华早报》事件的舆论漩涡，再到上市争议、被李克强总理点赞、“双十一”、“斗微信”，马云真是“不消停”而又善于挑战和颠覆传统的人。

就在卸任阿里巴巴 CEO 的 18 天之后，因为“菜鸟”计划，马云再度为阿里巴巴站台——马云任“菜鸟”物流董事长。在此前不久，马云还嘲笑了自建物流的京东，认为这样的企业肯定要死，还坚决表示，阿里巴巴坚决不做物流。但马云说，要做智能物流，不是做快递。

2013 年 7 月，马云和几位明星拜访“大师”王林，引发了社会上的“伪大师”事件。到 2013 年下半年，阿里巴巴传出要上市，不过因为上市计划引入合伙人制度的消息而引发各种猜测。这些，都让马云和阿里巴巴不断地“上头条”。

最令马云和阿里巴巴兴奋的是，国务院总理李克强的点赞。2013 年 10 月 31 日，国务院总理李克强在中南海主持召开的经济形势座谈会上对马云说：“你们创造了一个消费时点！”而早在 10 月 23 日，马云就跻身清华大学经济管理学院顾问委员会，受到朱镕基接见。10 日之内，受到两任总理接见，说明了马云不一般的政商关系。

对马云和阿里巴巴，似乎好消息不断。今年“双十一”，天猫的交易额突破 350 亿元——1 分钟破亿元，6 分钟破 10 亿元，不到 6 小时，商品成交就破百亿元大关。马云亲自为“双十一”站台，他还主动提及自己跟王健林的赌局。马云回答：“2020 年王健林如果赢的话，是我们这个社会就输了，是我们这代年轻人输了。”这句话被广泛转载。

而“来往”斗“微信”，也是马云在 2013 年做的最大的一件事情之一。因为“微信”在客户端的优势已经足以让阿里巴巴颤抖了，因此马云“斗微信”可谓无所不用其极。马云在内部动员信上提道：杀到“企鹅”家去，该砸的就砸，该摔的就狠狠

地摔。“斗微信”一事让外界看到了阿里巴巴可怕的执行力,但是,马云能否战胜马化腾,还是一个未知数。

虽然腾讯的“微信”对此不屑,甚至有人调侃,“‘微信’现在如日中天,其发展速度甩开‘易信’、‘来往’什么的N光年”。但马云说:“‘来往’和‘微信’这盘棋,我要看马化腾下一步怎么走。看他眉头皱起来我就很高兴。竞争是一种乐趣。”他还说,“也许我们成不了大器,但是至少可以让‘微信’不断创新,可以让用户慢慢地交费。让用户有更好的体验,这也是蛮好的事情。”

马云在告诉我们,竞争并不是一场你死我活的游戏,而是一种相互促进的方式。而且竞争虽然惨烈,但仍充满乐趣。

英才网的记者曾问史玉柱:“在中国企业家圈子里,你最欣赏谁?”

史玉柱答:“最欣赏柳传志和马云。柳传志,我更钦佩他做事的扎实风格和一些习惯,比如说他的企业文化确实做得很扎实;马云,战略很好,他能看到5年、10年之后的事,几年前跟他聊的一些看法,现在都印证了。”

马云说:“我觉得做一件事,无论失败与成功,经历就是一种成功。你去闯一闯,不行你还可以掉头;但是你如果不做,就像‘晚上想想千条路,早上起来走原路’,一样的道理。”任何一个有成就的人,都有一段勇于尝试的经历。如今的马云也正是如此。因为从未离开对成功的追逐,那么又何必真的停下来呢?

马云依旧还是那个不安分且喜欢尝试冒险的人,在整合整个电商的市场发展规律与结合自身发展情况之后,马云顺应市场变化做出了一系列的改革。从全球的经济市场再到国内的经济市场,马云紧盯市场发展潮流,提出了一系列全新的战略步骤。

马云重新将激情带到了团队当中,重新将热忱灌输到每一个员工的心里,重新打造新的企业文化和管理,他在用自己的行动告诉自己的竞争对手——他马云从来就没有真正离开过。现在的马云是再次踏上新征途的马云,是一个激情与干劲不减的马云。

而马云也不只在这最美的时刻懂得放下,一路走来,他一直都在放下。正因为不断放下,他才能走得更远,爬得更高。如今的马云已经站在了一个全新的高度去思考未来。曾经那些波折和困难,很显然已经化为了马云驰骋未来的最好动力和经验,成为了他心中最为宝贵的经验和财富。

本书,将带给读者一个勇于放下、拥抱变化的马云;一个拥有全新战略思想的马云;一个脚踏实地、依旧坚持梦想的马云;一个懂得变革创新、开启新资本管理的马云;一个持久激情、为自己造梦的马云。



目 录

CONTENTS

第一章	拥抱变化,做物流网络还是产业园区	1
1.	顺应时代发展潮流,电商的未来要看物流	/1
2.	在别人改变之前先改变自己(唯一不变的是变化)	/3
3.	试错就是应变(犯错误并不是件可耻的事)	/5
4.	在变化中迎接商机(做物流网络还是产业园区)	/8
5.	必须在变化之前变化	/10
6.	迎接变化,多出新招	/12
7.	变化不来,压力一定会来	/14
第二章	勇于放下,辞职是一个新的开始	17
1.	放下荣耀:昨日辉煌已成为过去	/17
2.	放下权力:“给年轻人留一个舞台”	/19
3.	放下虚名:“我不是传奇,我是平凡的人”	/22
4.	放下贪欲:有所为,有所不为	/24
5.	放下人言:在众说非议中走自己的路	/26
6.	放下浮躁:心可以大,目标不要太大	/28
第三章	战略眼光,站在局外看局内	31
1.	全球眼光,第一天就站在全世界	/31
2.	眼光超前,创业要有超凡的预见力	/33
3.	眼光放远点,未来的事大家拼的是想象(我们不做“帝国”, 我们做“生态系统”)	/36



4.眼光独到,善于发现被别人忽视的机会	/38
5.大势不好的时候,你未必不好(看到危机背后的机遇)	/41
6.从宏观思考问题,不做井底之蛙	/43
7.看到浩瀚的宇宙,你就有了远见	/46

第四章 变革创新,颠覆传统的制度和思想 49

1.创新是超越现有制度的发展	/49
2.创造机会,而非等待机会	/52
3.模式突破,寻找技术领域的“蓝海”	/54
4.变通,你永远不会走投无路	/56
5.洞察需求,才能把握商机	/59
6.看市场的眼光要有突破性	/61
7.别人都不敢走的路,要敢走	/64

第五章 永不放弃,熬住了就能赢 67

1.走下去才会有运气,放弃就没有了	/67
2.只有偏执狂才能成功	/69
3.即便没有好报,你也得干下去	/72
4.保持乐观,战胜焦虑	/74
5.给自己挖坟墓才最了不起	/76
6.激情冒险,挑战“微信”	/79

第六章 脚踏实地,做最务实的理想主义者 82

1.“不脚踏实地,神马都是浮云”	/82
2.小公司的战略就是两个词:活下来、挣钱	/84
3.生存下来的第一个想法是做好,而不是做大	/87
4.战略不能落实到结果和目标上面,都是空话	/89

5.高瞻远瞩还要脚踏实地(让风险投资找网站)	/92
6.做事不要贪多,做精做透很重要	/94

第七章 保持冷静,禁得住诱惑方能有所为 98

1.懂得去做自己该做的事情	/98
2.脑子很冷静时,你知道谁将来比你厉害	/100
3.确定项目的关键:兴趣	/103
4.正视失败,冷静下来寻找方法	/105
5.成功后更要保持冷静	/108
6.不管别人怎么说,都坚定走自己的路	/110

第八章 持久激情,做自己的造梦人 114

1.拥有持久的激情才可能赚钱	/114
2.激情让你战胜矛盾和犹豫	/116
3.像坚持初恋一样坚持理想	/119
4.让团队保持永久的激情	/121
5.梦想的实现需要持久的激情	/124
6.等“孩子”长大了,会赚大钱	/127

第九章 未雨绸缪,永远在阳光灿烂时修屋顶 130

1.做经营决策一定要审慎	/130
2.理性一定要放在感性之前	/132
3.先做考察,不打无准备之仗	/134
4.永远不能低估你的对手	/137
5.永远比竞争对手先行一步	/139
6.第一天就要站在世界上	/142

第十章 欣赏对手,有竞争才有成长 145

- 1.永远不说竞争对手的坏话 /145
- 2.我从来不跟张三李四比 /147
- 3.只有双赢才能走得长远 /150
- 4.竞争是一种乐趣,会给你带来快乐 /152
- 5.善于选择好的竞争对手并向他学习 /154
- 6.给对手机会,就是给自己机会 /157

第十一章 善待员工,团结就是力量 160

- 1.好团队是培养出来的,不是找到的 /160
- 2.不找懂行业的人,只找爱行业的人 /162
- 3.员工创造价值,他们才是最大的财富 /165
- 4.文化治心就是最大的管理 /167
- 5.制度治人,淘汰“野狗” /170
- 6.并购整合,相互尊重和理解 /172
- 7.凝聚优势企业,打造优秀团队 /175

第十二章 品牌建设,营销推广扩大知名度 178

- 1.创建品牌独特门面——“logo营销” /178
- 2.响亮的名字是你的立威标志 /180
- 3.品牌营销最重要的是“专业” /183
- 4.品牌绝不是广告砸出来的 /185
- 5.追求品牌结果,还要注重实效性 /188
- 6.新时代的营销:整合营销(阿里大物流已与“菜鸟”合并)
/190
- 7.企业离不开适当的宣传造势 /193

第十三章 企业文化,靠价值观打天下 196

- 1.文化是企业的DNA /196
- 2.具有雅虎特色的阿里文化 /199
- 3.企业管理思想可复制,但不盲从 /202
- 4.价值观是企业最值钱的东西 /204
- 5.管理的核心在于“抓住人性的本真” /207
- 6.“左眼美金,右眼日元”,赚不到钱(价值观定位) /209

第十四章 资本管理,筹资有计划,花钱要谨慎 212

- 1.中小企业的融资之道——“自力更生” /212
- 2.在你“很赚钱”的时候去融资 /214
- 3.让资本来找自己 /217
- 4.钱太多不一定是好事 /219
- 5.花别人的钱比花自己的钱更痛苦 /222
- 6.上市只是个“加油站” /225
- 7.节约资金,避免不必要的花销 /227

第十五章 尊重顾客,用好的服务打造未来 230

- 1.把暴利还给消费者 /230
- 2.打造“24小时送货到家”理念 /232
- 3.天猫以为人服务做平台 /235
- 4.坚持客户第一 /237
- 5.迎合消费者的需求就是最好的方向 /240
- 6.如果可能,做一次市场调研 /242





拥抱变化， 做物流网络还是产业园区

1. 顺应时代发展潮流，电商的未来要看物流

经过2012年淘宝的“双十一”大战之后，马云对淘宝当天191亿的交易额至今可谓“心有余悸”，因为这个接近京东商城2012年销售额三分之一的数字的背后，是由7800万个包裹创造的，差点压垮中国物流业。

马云离开阿里巴巴之后的第一件事情，便将目光投注在了物流上。这并非马云一时心血来潮，而是他在整合整个电商的市场发展，同时结合自身的发展情况之后所做出的决定。马云说：“电商的未来要看物流。”

随着电视、网络购物在人们心中的地位逐渐攀升，马云深知未来电子商务所要历经的瓶颈期所在。如果不随着时代发展潮流而做出改变，那么电子商务的未来之路就会越走越狭窄。根据中国快递协会的统计，2009年全国的包裹约20亿件，其中约10亿件来自于淘宝网。正因为此，在宣布卸任不到一个月的时间里，马云就穿着一身蓝色的太极服出现在深圳的“中国智能骨干网”的发布会上，宣布了自己的新研究项目——物流。

马云说：“现在中国每天有2500万左右的包裹，10年后，预计每天有2亿左右的包裹。现在中国的物流体系根本没有办法支撑未来的‘2亿’。所以我们有一个大胆设想，通过建设‘中国智能骨干网(CSN)’，让全中国2000个城市，不管任何一个地方，只要你上网购物，24小时内货一定送到你家。这是一个伟大的理想，我自己的感受也很大。4年来我们一直不敢下手，因为这个理想实在太太大，没有人干过，甚至想都不敢想，我们觉得这是一个国家项目。”

如今，中国许多产业都在被互联网推动，如电商改变了零售市场格局，加大了物流仓库覆盖率，等等。但从电商的角度来看，却有好几个短板，其中最大的问题依然是物流。在电子商务平台上，物流往往与其电子平台的服务质量成正比。正因为此，马云发现了阿里巴巴最为关键和极为迫切需要解决的问题之一，便立马着手行动起来。

企业要发展，必然要顺应时代潮流。如果脱离了市场硬性发展规律，妄自尊大，那么必然就会在前进中遭遇到阻碍。因为在大家都顺应时代发展做出改变之后，你依然坚持自我、违背市场发展规律，那么就如同逆水而行的鱼，渐渐就会被时代的潮流所击退。

马云在宣布入手物流这一平台时就曾说过：“实际上，这是我们思考四五年一直希望做的事，但很遗憾的是，在我不当CEO后才正式把这么大大一个项目落地。”或许在马云的眼中，如果早一点将深埋在阿里巴巴的这个问题挖掘出来，那么今日的阿里巴巴或许能够更加成功。

2006年10月，格兰仕集团执行总裁梁昭贤出现在北京，助阵格兰仕与央视合作的一档日播电视节目“美味中国·三人餐桌”。这是格兰仕与央视首次大规模地合作，同时花巨资投入美食栏目，同样的，这也是格兰仕全新“百年企业，世界品牌”战略改变的开始。

“价格战”一直是格兰仕的标签。正是因为“价格战”，格兰仕才从一个“后来者”成为微波炉行业的领导者及全球最大的微波炉生产基地。然而，格兰仕深知，做品牌，就意味着必须顺应时代潮流和市场规律而改变宣传

策略。此次与央视合作的这档微波炉美食栏目,格兰仕便更新了以往陈旧的战略计划,将目标推广放在了全新的生活方式上,以教育消费者为目的,让如今更加注重生活品质的消费者能够对格兰仕有一个全新的了解。

另外,作为格兰仕品牌营销策略的一部分,1000个格兰仕“家电生活馆”将在全国铺开。通过“创造性建设”,积极推进“互愿营销”——邀请顾客参与到一种持续的、侧重于信息和价值交换的互动关系中来,这样可对顾客的需求了解得更为准确,以便更迅速、更有效地满足顾客的需求。

对销售企业来说,让顾客买一次你的产品并不难,难的是让顾客一辈子都买你的产品。毕竟,市场竞争的环境在不停地发生变化,如果不及时更新自己的销售策略,再好的产品,再大的推销,再多的人力,都可能会被社会这个大舞台所淘汰。

市场是动态的,一个策略很难走到底。企业必须不断评估自己的产品在当地的竞争优势有多大,与竞争对手的差距有多少,以及自己愿意投入多少营销资源等,以迎合市场发展规律与人们的生活需求,从而改变自己的发展战略。只有不断地推陈出新,这样才能走得更加长远。

2.在别人改变之前先改变自己(唯一不变的是变化)

市场经济日新月异,每一天都在发生不大不小的变动。如果一家企业想要成长,那么就必须在别人改变之前先改变自己,这样才能在市场经济不断地变化中为自己夺得一席之地,第一个摘取新鲜的“成功之果”。

马云曾经说过:“唯一不变的是我们的变化。我们在不断地变化中求生存,在不断地变化中求发展。如果发现公司没有变化,公司一定有压力。所以说,我希望告诉每一个人,看看你自己的成长,成长所带来的变化……如果你觉得昨天赢的东西今天还能这样赢,很难了。要生存,一定要创新,只

有在变化中才能出创新,所以我们要在变化中求生存。”

2013年,马云进入事业上的一个转折点。从阿里巴巴的平台上下来后,马云迅速集结力量,将目光投入到了物流上。对这一改变,马云说:“中国GDP的18%来自物流,在发达国家,这一数字仅占12%。电商要依靠低价与传统零售商竞争,其核心在于成本控制。物流成本下降是未来电商对抗零售商的关键一环。也就是说,物流是电子商务与传统零售之战的‘诺曼底’。”

原来很早之前,马云就对“物流”这个还未被人重视起来的“肥沃之地”企图良久,并频频出手。2007年12月,马云就曾以个人名义联合郭台铭创立百世物流;2010年年初,入股星辰急便;同年7月,百世物流收购汇通快递70%股权;2010年9月,淘宝在北京、上海、广州、成都建立四大配送中心,在其他20个省市建立起区域性配送中心。

如今,这张汇聚着中国物流界大佬的股份图隐约透露着马云的终极梦想——与传统零售抗争,以获取更多的生存空间。

发展中的企业要明白,如今社会在变,商场在变,假若总是一味地安于现状,等待被改变,那么最终企业将成为被淘汰的对象。因为这个世界总是朝前发展的,科技在不断进步,竞争在不断加强,如果企业无法掌控世事的变化,那么必然无法应对尾随而来的各种问题。

马云曾经说过:“变化总是痛苦的,但也是必要的!如果我们不改变自己,那么,我们的对手、投资者、客户和市场就会残酷地改变我们。”“唯一不变的是变化”这句话在阿里巴巴从来不是一个口号,而是阿里巴巴员工必须面对的现实。在阿里巴巴,在变化中生存和成长的广大员工从不适应到适应,从不习惯到习惯,让这一原则深入人心。

曾经开发一次成像的宝丽来公司看起来十分辉煌,然而正是由于它过于安于辉煌的现状,等待被改变,最终被迅猛发展的数码相机市场打垮了,2001年10月,不得不申请破产。作为企业管理者,在漫长的、变化多端的市场竞争中,一定要学会化被动为主动,只有主动提前预测市场的未来,并且

学会去改变自己,这样才能不惧汹涌而来的各种挫折。

苹果公司的创始人乔布斯曾经是硅谷创新神话的典型代表。乔布斯没有直接发明很多东西,但是他将自己的理念、艺术和科技融合在一起,给大众创造了未来,他一直走在世界的最前端,懂得如何主动去寻求改变。他有句话很著名,那就是——活着,就是为了改变世界。

对自己研发的产品,乔布斯一直都很自信。他曾说:“我那么耀眼的唯一原因就是——其他人都太糟糕了。”乔布斯的语言尽管听着有几分狂妄,可是他确实做到了。当年,苹果公司只有几名员工,没有名气,没有市场,然而凭着乔布斯对产品的狂热和对市场需求的精准把握,他最终让电脑变得像笔记本一样薄,让电脑可以随时像电话一样握在手中。乔布斯的这些创举,可以说是反客为主,在世界还未来得及变化前,他便已经改变了世界。

企业要想从日新月异的市场变化中脱颖而出,那么首先就要学会改变自己,谨防固守成规,一成不变。如果总是将自己圈在一个毫无起色的圈子中,最终只会慢慢僵死,禁不起市场竞争中任何变幻莫测的风暴的袭击。

适应变化,拥抱变化,在市场整体变革前改变自己的想法,另外,公平灵活地处理好自己与外界的关系,不断在技术层面、思想观念上面做出必要的革新,这样才能在商场中迎接每一个有可能出现的多变“明天”。

3.试错就是应变(犯错误并不是件可耻的事)

爱尔兰文学家萧伯纳曾经说过:“一个尝试错误的人生,不但比无所事事的人生更荣耀,而且更有意义。”企业的竞争最后都是学习力的竞争。企业要想成长,那么就应该对想法多加尝试,在失败中寻找可以把握的机会。

马云曾经说过：“我们必须承认我们所面对的是一项全新的事业，没有经验可以借鉴和拷贝。实验室里大部分的试验就是失败和错误的，做试验都是做前人所未有做的事，相信到实验室里的人想的也是如何把事情做好。互联网产业也一样，发展的过程就是试错的过程，这是我们无法回避也是必须经受考验的过程。面对互联网这个史无前例的产业，试错是唯一的发展之路。”

2013年1月，马云的“菜鸟”网络公司进入筹备期的新闻虽然还不足100字，但是已经在业内引起了非常大的反响，很多地方政府主动伸出橄榄枝，希望“菜鸟”网络去落户。

事实上，早在5年前，阿里巴巴就已开始在物流上不断探索和试错。马云早期涉足物流的手法为投资。此前阿里巴巴曾先后投资星晨急便和百世物流，但星晨急便最终倒闭，阿里巴巴也因此蒙受不少损失。随后，阿里巴巴又通过不断结盟的方式来试图改善物流环节。2011年，淘宝宣布结盟第三方服务商；2012年5月，天猫宣布与包括邮政在内的九大物流商结盟。但是，“双十一”仍然因订单爆仓而饱受诟病。

经历过种种物流阵痛后，马云架构的物流网络“菜鸟”终于起飞。尽管之前做出的一些决定性承诺在业界看来有些渺茫，但马云坦言，“谁都不能保证你一定不失败，但是万一被我们搞成了，我觉得今生无悔。”

如今，互联网产业在不断变化，市场也在不断变化。要想成功，就必须在变化中试错，在试错中应变。同样的道理，创业大多都没有先例可循，更没有一蹴而就的，一切都要摸索试验，否则就会寸步难行。

美国曾经有一个名为道密尔的企业家，他专门收购一些濒临破产的企业，而这些企业到他的手中则会“起死回生”。曾经有人问道密尔，为什么会对这些失败过的企业“情有独钟”。道密尔说：“正是因为它失败过，我知道了它失败的地方，那样我就不会犯同样的错误了，这不是要比自己一切从头开始要容易得多吗？”

尝试错误,并不可怕,关键是你因为无法面对错误而贸然前进可能造成的更大失败。在不断变化的市场经济中,企业只有一步步地去尝试,才能找出有利于自己发展的道路,也才能从“错误”中再次崛起。

和田一夫是日本著名的企业家,在20世纪80到90年代初期,他的八佰伴集团曾在16个国家发展到400多家百货分公司。但是在1997年的时候,由于过度扩张和市场定位不准,八佰伴集团宣布破产。一夜间,和田一夫变成了一个连累八佰伴股东和员工的罪人。他交出所有财物,向企业界告别,搬到一个租来的两房一厅居室中生活。

但是和田一夫并未就此倒下,在经历了最初的痛苦、伤心、绝望之后,他开始在书本之中寻找慰藉。他非常喜欢看《邓小平传》,他还说:“邓小平最后一次从失败中站起来时是74岁。之后,他提倡改革开放,留下丰功伟业。而当八佰伴倒闭时,我才68岁,我深信还有机会东山再起。”

1998年,年已古稀的和田一夫设立经营顾问公司,并开办国际经营塾,他决心将自己的经营经验和教训传授给年轻的经营者们。NHK电视台等日本传媒称其为“不屈之人”。和田一夫说:“火凤凰必将重生,在燃烧自己后,会再创新天地,大不了从零开始。”

企业要想在变化中寻求出路,那么就一定要去试错,这是检验一个企业及其商业模式的“试金石”。试错是一个创业企业越过“死亡谷”成为瞪羚的必由之路。创业试错,本质上就是企业家开拓新的疆土的一种检验,即是由许多企业针对同一未解问题同时做着不同解决方法的尝试。

中国有一句老话:老马识途,正因为老马走过无数的道路,经过无数的坎坷,才能在每个坎坷之上留下心底的记号,下一次从此经过时,便可以一跃而过,才能“识途”。企业要学会抓住那些可遇而不可求的失败机会,认识失败,承认失败,利用失败,从失败中总结出经验教训,从而扭转企业的困境。

因此,企业在应变市场规律的过程中出现错误时,不要总是太过在