

最适合创业者读的一本书

创业致富 9招足够

快速成名，开拓市场●不随大流，独走捷径●合作不成，生存有路
扩大市场，稳居上游●居安思危，永续经营


千高原 编著

 中国纺织出版社

最适合创业者读的一本书

创业致富 9招足够

千高原 编著

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业致富9招足够/千高原编著. —北京:中国纺织出版社,2004.6

ISBN 7-5064-2759-1/F·0385

I. 创… II. 千… III. 企业管理-通俗读物 IV. F270-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 021985 号

责任编辑:王学军

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号

邮政编码:100027 电话:010-64160816

<http://www.c-textilep.com>

e-mail: faxing@c-textilep.com

北京宏飞印刷厂印刷 各地新华书店经销

2004年6月第1版第1次印刷

开本:889×1194 1/32 印张:10

字数:210千字 印数:1—6000 定价:24.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

在这个创业热潮一浪高过一浪的今天,拥有自己的企业是许多人的共同的梦想。梦虽人人都可以做,但有的人梦想成真,有的人却是南柯一梦,还有的人则永远停留在梦想阶段。

创业是实现梦想的第一步,然而创业初期就好像一头钻进一个看不见尽头的隧道,创业者凭着一种直觉,一个信念,在黑暗中摸索。怎样才能穿过那条又长又窄的隧道,打开人生的另一个窗口?

套用一句俗话,可以这么说,企业失败的原因千奇百怪,而成功的秘诀只有一个:企业从酝酿、创办、成长到成熟,都必须占领市场的上风。这个秘诀若按照企业创建及成长的流程,可以解构成九个招式。

第一招:眼明。不单是发现商机需要创业者敏锐的眼光,寻找企业合伙人以及确定企业地点,这些对企业成功与否都至关重要,需要创业者做到目光如炬。

第二招:手快。商机是一只没有脚的小鸟,当它从你的头上快速飞过时,你必须一把将它抓住。“机不可失,时不再来”说的就是这个道理。



第三招：胆大。在我们周围，有一些相当成功的人。他们成功的原因并不一定是他们“会”做，更重要的是他们“敢”做。

第四招：心细……

……

山不在高，有仙则灵；水不在深，有龙则行。创业致富的招式在“精”而不在于“多”。创业者只要掌握以上九招，在千军万马的独木桥上安然闯过的胜算自然倍增。

千高原

2004年4月

第一招 眼明	1
究竟哪种行业赚钱	1
在现实需求中识别商机	6
在供需失衡中寻找商机	7
滴水见太阳	8
眼光独到看得远	10
寻找市场并不如想像中困难	16
值得留心的小食品市场	18
他们是如何创业成功的	20
创业新手必读的三个忠告	23
到哪里去筹集创业资金	26
杜绝合伙“遇人不淑”	32
看准创业的地点	35
让狂想成为摇钱树	41
两个山里人的辉煌	45
一个下岗女工的光荣	50



中国快餐王国的新贵	54
第二招 手快	59
快速进入市场	59
说做就做,马上见效	65
先声夺人,先占商机	67
抢先出手,占领市场	69
捕捉商机,贵在神速	70
把握机会,创造机会	74
发现机会,果断决策	76
加重行动的连锁性	80
“快”也有前提	81
不放过每一个致富良机	84
第三招 胆大	89
高收入意味着高风险	90
“胆商”你有多少	93
要走钢丝就不能怕险	95
成功的机会看你敢不敢抓取	98
“敢做”比“会做”更重要	100
走运的人一般都是胆大的	101
果断力是创业者必备的素质之一	102
对风险要有警惕	104
克服犹豫不决的缺点	106

培养敢于冒险的能力·····	108
“创业家”的意义·····	110
不把两只脚踏在水里试深浅·····	112
不要冒非法经营的险·····	113
第四招 心细 ·····	115
想到别人还没有想到的·····	115
掌握消费者的需求·····	119
大处着眼,小处着手·····	123
关注开设工厂的隐藏成本·····	124
创业决策如何做·····	129
第五招 脸厚 ·····	135
商人言利,天经地义·····	136
脸皮厚吃个够,脸皮薄吃不着·····	139
必要时不妨“自夸一下”·····	140
辱骂算什么·····	143
不妨软磨硬泡·····	149
学会装傻·····	152
找个“大腿”抱一抱·····	155
“抱大腿”的跟随战略·····	157
打败老大,自己称王·····	159
第六招 皮硬 ·····	167
创业初期的挣扎·····	168

有时候维持也是一种成功	171
把所有问题都自己扛	173
面对危机迎难而上	174
屡败屡战	177
不放过任何一个可能	180
尽人事以待天命	183
烂路走尽,一马平川	184
第七招 耳聪	195
留神信息,捕捉商机	197
把握信息,抓住财富	198
新闻媒体上的信息	202
产品博览会上的信息	205
到互联网上“淘金”	209
市场调查不可少	210
获取竞争对手情报的途径	218
飘忽的小道信息	220
第八招 嘴甜	221
和重要人物“套近乎”	221
谈话间轻松搞定对方	226
祝贺的话怎么说	228
与顾客打招呼的艺术	230
把商品介绍得人见人爱	231

让买卖成交的说话原则·····	234
克服说话紧张症·····	235
克服羞怯心理·····	238
使自己说话更动听·····	240
清楚、流利的说话·····	243
使声音更加完美·····	245
掌握说话的节奏·····	248
倾听也是一种沟通·····	250
第九招 脚稳 ·····	255
创业成功的阶段性任务·····	255
谨慎选择投资产业·····	259
核心竞争力是企业成长的关键·····	261
企业成长的陷阱·····	265
盲目求大败得快·····	268
不做第一个吃西红柿的人·····	269
不以营业额论成功·····	271
转型的困惑与抉择·····	273
青年创业之星的陨落·····	277
附录：听！创业成功者在说话 ·····	283

第一招 眼 明

在波涛汹涌的商海大潮中,蕴藏着无尽的商机。所谓商机,就是发展商品经济的市场机遇,也就是人们常说的商业机会。商机是企业的生命线,对于企业经营者来说,商机背后隐藏的是巨大的财富与无限美好的前景。然而,商机又是转瞬即逝的,这就要求经营者具备敏锐的洞察力,能够及时地识别它,并迅速把握住它。

商机广泛存在于社会经济生活中,但它的存在并不是显露的,也就是说,并不是一眼就能看到她的身影。商机的存在是潜隐的,她隐藏于纷繁复杂的社会生活之中,只有以敏锐的眼光、积极的行动,才能撩开她头上的神秘面纱,发现她俏丽的身影。

不仅发现商机需要企业者敏锐的眼光,寻找企业合伙人、确定创业地点,这些也需要企业者能够目光如炬、分辨良莠。

究竟哪种行业赚钱

许多经营企业的朋友,在创业之初问得最多的问题是:现在做什么生意最赚钱?别人的回答五花八门,事实上别人也难以说清楚这个问题。搞外贸和外国人做生意,拿的是美元,当然赚钱,但也有亏本的;擦皮鞋一元钱一元钱地收集,也有做成连锁店发财的。虽说天下没有绝对赚钱的行业,对上述的问题笔者

也无法做出一个准确的回答。不过若在创业之初,将目光锁定下列几类人的钱包,赚钱的胜算会倍增。

1. 富人

所谓“富人”,就是那些经济条件允许他们追求高消费的人群。大凡高品质的商品都是以昂贵的价格与同类商品相比才显示出它们的高低档次的不同。由于富人手中有较多的钱,所以他们购物较注重商品的档次,高品质、高价位商品是这类人消费的真正目标之一。

从以上分析看,那些平日动辄就腰缠万贯出门购物的人,他们所到之处大都是宾馆、饭店或高级商厦,因为只有这类地方的商品价位才能满足他们的消费欲望。你若是有意到这类地方开店,你在组织货源中就必须想富人之所想,做富人之所需。事实证明在高档店铺和富人做一笔交易所得到的利润,比在小打小闹的店铺磨破嘴皮做好几天生意所得的利润还要可观。既为富也敢露相者,其社交圈自然在常人之上,消费频率和消费种类也就比常人都多。花钱买痛快,这是他们这类人一致的消费观。因此,若将店铺开在这种地方,绝对要“眼明”,万不可将低档货放到这里经营。那样就是经营者“眼浊了”。尽管从理论上说钱不是万能的,但在现实中,钱对人所能产生的魔力还是不可低估的。你如果能了解富人的消费心理的同时也能摆正自己的赚钱心理,你就有能力去赚富人兜里的钱。倘若自己心理位置都摆不正,别说赚钱是空话,只怕成天受气受委屈,也够你累的。

2. 女人

女人是市场消费者的主体,这句话会得到大多数人的认同。你只要在商场里驻足一个小时便会发现,在镜子面前照来试去不厌其烦的都是女人。女人喜欢逛街和买东西是她们的天性。

各种购物商场就是证实“女人的钱好赚”的最好地方。开业时,你会注意到一个有趣的现象,来百货公司的顾客 80% 是女人,男人则多半是陪着女人来的。这些女顾客白天来的大部分都是家庭主妇,而下午 5 点以后来光顾的多是下班的白领小姐们。要使已婚妇女和未婚小姐产生购买欲,就必须看时间来更换商品,以便迎合她们。于是,聪明的商家白天就摆上妇女用的衣料、内衣、厨房用品、手工艺品、袜子等实用类商品。一过了 5 点钟,就将时髦的、充满青春气息的商品摆上货架,以便迎合年轻的女性。光是袜子一类就有数十种色彩。内衣、迷你裙、化妆品等都排列出年轻女性喜欢的大胆款式和花样,凡是年轻小姐需要的可说应有尽有。

大木良雄又精心关注 5 点以后的顾客。5 点以后来光顾的顾客不仅很多,而且 5 点以后的一小时内,销售额是白天一小时的两倍,尤其是青年的服装销路最佳。他了解到这种情况后,就倾其全力来销售年轻女性用的流行性服装及化妆洗护用品,当然最重要的是物美价廉货真价实。这样,日伊商店的商品既流行又便宜的消息很快传开,每天吸引成千上万的顾客,使他在半年后又设立了 6 家分店,三年后他的分店遍布全国,一共有 108 家。

原来以为女人喜欢去逛街,看到喜欢的东西必买无疑,而上

网购物的形式只有懒得逛街的男人才热衷。根据美国的一项调查资料表明：只要是购物，无论在哪里，以什么形势，都绝对是以女人占上风的。在2001年圣诞节至新年的假期中，美国上网购物的人群中，女性人数第一次超过了男性人数，所占比例达到上网购物者的58%；另外，各类上网购物者在网上的消费金额也超过了上一年。调查还显示，女性网民对上网购物的评价高于男性；有37%的女性称她们非常喜欢上网购物；男性方面，这一比例仅为17%。有29%的男性称，他们一点也不喜欢上网购物；但女性方面，这一比例仅为15%。如果你是商家，这些数据肯定让你喜笑颜开了，盯住女人，在哪里她们都有把钱扔进你的口袋的可能。

“瞄准女人”，这也是犹太人经商的格言。在那些富丽堂皇的高级商场里，那些昂贵的钻石、豪华的礼服、项链、戒指、香水、手提包……无一不是等待着女性顾客的。普通购物商场甚至超级市场所展卖的各种商品，也是以女性产品占绝对统治地位，而且只有女人才关心品牌和新款式，商场里的新东西总先打动女人的心。

现代女人的经济不仅独立，而且经常管家庭财权，更造就了商家赚女人钱的契机。且不说女人的日常用品，就是好多男式的商品的设计包装也着重取悦女人的审美眼光，因为女人经常代替男士购买或者在购买过程中起决策作用。聪明的商人就是瞄准了这一点，在赚钱上从不轻视女人的作用，以此赢得巨额利润。

3. 孩子

除了女人之外,孩子是又一个不容置疑的消费群体,他们没有收入,但却有不可忽视的消费能力。看准孩子的市场,抓住时机,定会让你只赚不赔。

孩子是一个家庭重点关注的对象,这些“小”人的要求是绝对被重视的。有的家庭大人可以少消费,但花在孩子身上的钱和其他富裕的家庭相差不多。所以聪明的商家只要盯住孩子的兴趣,获取利润绝非难事。

再说“麦当劳”和“肯德基”,那对中国人来说价钱并不算低的美国“垃圾食品”,主要受到了国内孩子的青睐,才如雨后春笋般越开越旺。经常见到小小孩子路还走不稳,但一见到那个巨大“M”或那个戴眼镜老爷爷,就会拉着父母的衣襟往那里拽。

针对儿童的商品品种虽然有限,但很容易形成“风”,因为小孩子分辨能力不强,又不在于什么个性,他们只要求人有我有。孩子又多聚集起来活动,所以极容易互相影响。如果你善于挖掘儿童商品的市场,相信不难在商战的夹缝中求得生存。

“再苦不能苦孩子,再穷不能穷教育”。这是倡导教育的口号,但作为商人,你要能从这句口号中看到金钱的“影子”。无论孩子大人,无论消费能力是否有限,只要有消费的需求,商人就要为满足他们的需求去创造条件,抢占市场。



在现实需求中识别商机

一些商机体现在现实的需求之中。抓住了现实需求,就能在其中发现获取财富的商机。

台商李旦华原来在台湾与人合作创办一家旅行社,他一面带着旅游团到内地游览,一面借机寻找在内地投资的机会。这期间,他发现沿海城市有很多合资鞋厂,但他们制鞋所用的鞋布里却全是外国货。这里面明显体现出鞋里布存在着很大的需求,然而这种需求却尚未能在本国市场上被满足。李旦华看出这里有个可开发的大市场,他当即与台商合作,在大陆福州开办了一家无纺布工厂,专为各鞋厂提供替代进口的高级无纺鞋里布。这种新型鞋里布透气性好,因而,一上市便畅销南北,把外国货挤得节节败退。事实上,在我们身边,很多发家致富的人都是在现实需求之中发现了宝贵的商机。武汉一家工厂的余某在上下班时就发现,一路沿线企业众多,可是为企业职工提供休闲娱乐的设施很少。余某看准了这一现实需求之中隐藏的商机,凑了一笔钱开了一个音乐茶座,为企业职工在空闲时聚一聚,放松心情提供了一个场所,可想而知,余某的音乐茶座生意火爆。

在现实需求中识别商机,一定不要忽略一些小的机会。

很多人习惯根据消费的经验,将生产分成大小等级,以为那些从事投资少、单价低的是小生意,反之则是大生意。比如经营房地产的必定是大老板,而从事柴米油盐的可能就是小商家。其实生意的大小是由需求的大小决定的,当绝大部分老百姓还对他们积蓄一辈子也买不起的高档住宅望洋兴叹时,这个盛产

大老板的行业就成了吞噬资金的黑洞。相反,在一般人最瞧不起的农村,专门向节俭的农民提供饲料和化肥的经营者中,却能产出真正大腕儿级的巨商。

平凡的生活蕴藏着无数的商业机密。有成就的商家善于用独特的“注意力”去发现,从人们忽略或不屑一顾的“小本经营”、“生意人”入手,却取得了令人震惊的成功。第三产业天地广阔,大有可为,尚有许多未开垦的处女地,等待有眼光、有心计的人们去开创新的商机。

在供需失衡中寻找商机

世界上所有生意都是由供求关系决定的,善于发现供求之间的流向,把握住了供求之间的机会,也就把握了企业的命运。

商场供求平衡是相对的,不平衡是绝对的。不平衡存在着差异,这种差异性就是市场的潜力所在。企业者一旦捕捉到了市场中存在的差异,也就捕捉到了商机。差异造就市场,寻找差异,也就是寻找市场。

联邦达快运中心的王万才,他当过工作、练过地摊儿、倒过服装,后来干起了个体运输,并在这个行业找到了感觉。1992年成立了私营运输公司——北京京广快运中心,专营京广两地的铁路货运。他有效地利用空车配载,成本低廉,同时上门收货,服务周到,因而名气越做越大。现在的联邦达快运中心已是一家大型运输企业,除京广快运外,还有京闽、京川、京温、京津、京包等货运分公司,业务辐射大半个中国。

随着经济发展和人民生活水平的提高,市场对物流的速度