

给你一个公司， 你能赚钱吗

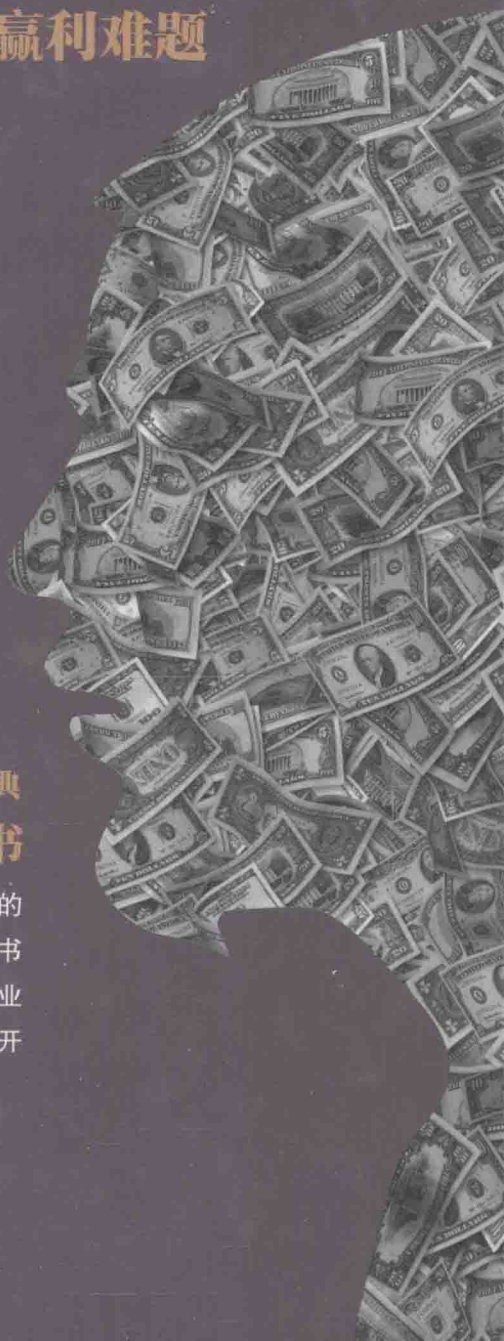
一读就懂、一用就灵的企业经营秘诀
帮助中小企业摆脱经营困局、化解赢利难题

李博◎主编

一本教中小企业突破困境、转危为安、做大做强的企业经营宝典
私营企业主、管理者及不甘于打工者之必读书

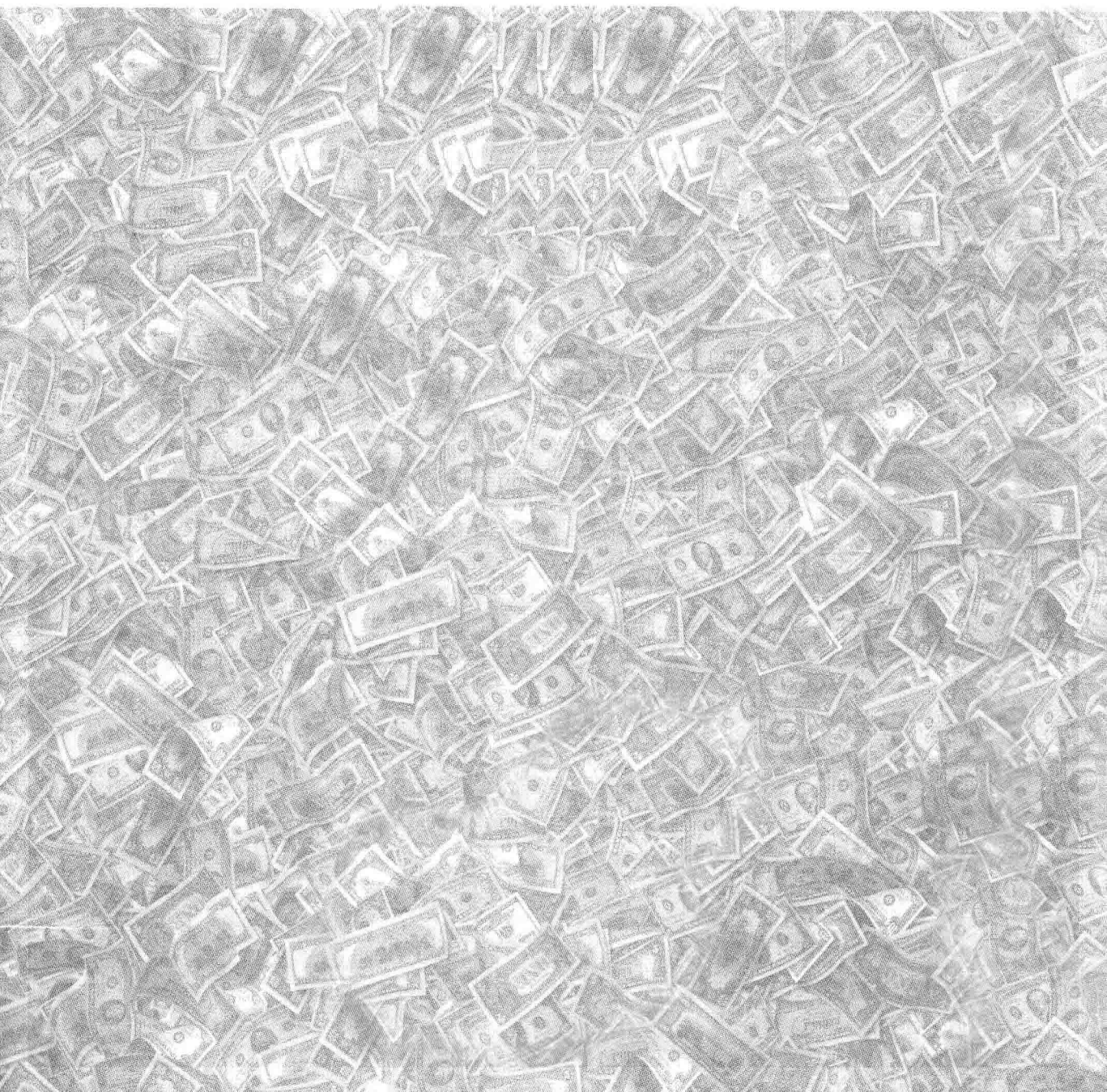
公司能不能赚钱，靠的是我们的经商头脑；而公司能不能长久发展，靠的是我们的经营理念。只有将两者结合起来，才能开一家赚钱的公司。本书结合大量的案例，揭示企业获利真相，解构企业赢利模式，分析失败企业的败局根源，实证成功企业的永续赢利秘诀，让你即使没有经验也可以开赚钱的公司！

中国华侨出版社



给你一个公司， 你能赚钱吗

李博◎主编



图书在版编目 (CIP) 数据

给你一个公司, 你能赚钱吗 / 李博主编. — 北京: 中国华侨出版社, 2013.8
ISBN 978-7-5113-3939-3

I. ①给… II. ①李… III. ①公司—企业管理 IV. ①F276.6

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第196046号

给你一个公司, 你能赚钱吗

主 编: 李 博

出版人: 方 鸣

责任编辑: 茂 素

封面设计: 异一设计

文字编辑: 张 志

美术编辑: 玲 玲

经 销: 新华书店

开 本: 1020毫米×1200毫米 1/10 印张: 44 字数: 800千字

印 刷: 三河市万龙印装有限公司

版 次: 2013年11月第1版 2013年11月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-3939-3

定 价: 29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成达大厦三层 邮编: 100028

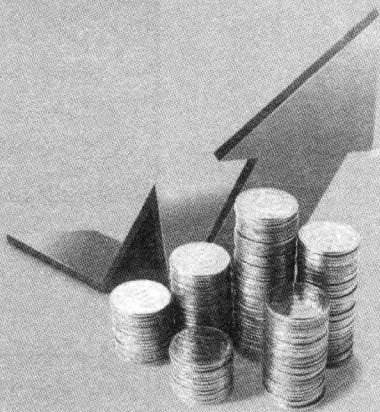
法律顾问: 陈鹰律师事务所

发行部: (010) 58815875 传 真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



前言

随着我国市场经济的快速发展，许多有志于投身商海的人，都将拥有自己的公司当作人生的一大追求。然而，把公司开起来并不难，但如何让公司在竞争激烈的市场中生存下去并能够赚钱，却不是一件容易事。这不仅需要胆识、资金和人才，还需要有完善的创业战略和经商技法。现实情况是，茫茫商海，大小公司林立，真正的赢家却寥寥无几。市场风云变幻莫测，商海浪涛此起彼伏，适者生存、优胜劣汰是商场中永恒的竞争法则。每一天，都有大批的新企业如雨后春笋般出现在大家面前；同样，每一天，也都有大批企业突然间消失在众人的视野中。有统计显示，在中国，集团公司的平均寿命为7~8岁，中小企业的平均寿命只有2.9岁。由于中国90%以上的企业是中小企业，据此推算，中国企业的平均寿命约为3.5岁。或许这些消失的企业各有缘由，但无法赢利这个病症却是其中的首要因素。

创办公司、从事经营的根本目的就是为赚钱，而公司赢利与否也是一家企业经营成败的标志。所以，对企业管理者来说，利润最大化是始终不渝的追求目标。不赚钱的企业将无法维持生存，自然会被市场淘汰。美国著名管理专家吉姆·柯林斯说：

“对于企业而言，利润就像人体需要的氧气、食物、水一样，它虽然不是生命的全部，但是，没有利润，就没有生命。”因此，如何让企业赚钱，这是企业管理者在变革时代寻求企业发展需要思考的根本问题。

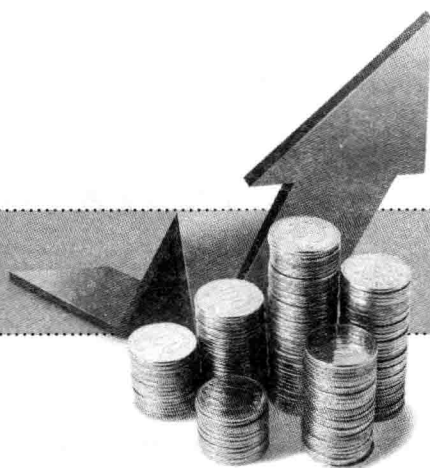
如何开办一家赚钱的公司？创业初期的艰难时期如何度过？怎样让公司良性运作，步入正轨？资金周转不顺畅怎么办？管理和用人不到位怎么办？公司不赢利怎么办？这些问题无时无刻不在困扰着每一位初涉商海的人，而这些问题，正是决定一家公司能否生存进而能否赚钱盈利的关键。纵观世界上许多成就卓越的著名成功商人，无不拥有一套完整系统的创业战略、具体可行的经营方案以及独特的赚钱门道。倘若经营者不能掌握经营、用人、管理等方面的技巧，一家公司是难以在市场竞争中求得生存与发展的。

在这个商业竞争激烈、市场变幻莫测的年代，要想让公司拥有持续的赢利能力，公司经营者必须不断提高商业素质，培养高超的创新能力和学习最新的经营管理知识。

识。基于此，我们经过归纳、分析、整理，组织专业人员编写了这本《给你一个公司，你能赚钱吗》，它是揭示公司赚钱之道的指南，是茫茫商海中的寻宝秘籍。

我们将成功的大公司的经营门道和赚钱技法加以汇集、提炼和总结，精编出了如何开一家赚钱的公司的一百多条铁律，内容包括开办公司的必备素质、创业入门之道、如何选择商业模式、如何把握商机、如何组建优秀团队、如何盘活资本、如何决策、如何控制成本、如何创新、如何进行差异化营销、如何厉行节约、如何进行财务管理、如何吸引和维护客户、如何管理和激励员工、如何树立公司形象、如何应对危机等经营技法、管理学问及企业防败、赚钱技巧。

书中既有深刻透彻的理论，又有趣味横生的案例；既有成功人士的经验之谈，也有失败之人的教训体会……本书力求避免以往商务用书枯燥的理论教条，而是从实际出发，深入浅出地告诉你一些有指导性的意见、新鲜实用的点子以及放之四海而皆准的规律和法则。通过本书，你可以学到创业初始阶段的经营管理技巧，直至获得巨大财富的全套经营管理经验，它将使你拥有全面的经商技能，学到让企业赚钱的方法和技巧。如果一个创业者能将其中精华一一掌握、融会贯通并加以实践，定能在商海中纵横驰骋，实现赚钱赢利的目的，成为商战中的赢家。



目录

铁律1	不怕没有钱赚，就怕没有强烈的赚钱欲望	1
铁律2	创业之前，必须具备相关的经验与知识	3
铁律3	经营者要对失败有一个理性的态度	6
铁律4	科学的市场调研是创业成功的关键	9
铁律5	创业者需要对创业环境做出SWOT分析	12
铁律6	给自己一个定位，是红海深耕还是蓝海淘金	15
铁律7	抓住市场空白，赚别人看不见的钱	18
铁律8	准确把握发展趋势，然后提前占位	21
铁律9	小资本创业，必须跨过同质化这道坎	24
铁律10	全心全意地去做自己熟悉的行业	27
铁律11	“借势”也是迈出创业生涯第一步的一种办法	30
铁律12	研读国家和地方政策，充分利用优惠政策	33
铁律13	从新闻事件中嗅到商机	35
铁律14	创业初期，尽量“把鸡蛋放在一个篮子里”	38
铁律15	门槛低的领域，商业模式要建立得比别人快	40
铁律16	找最适合自己的而不是最赚钱的项目	42
铁律17	谨慎进入免费服务模式	45
铁律18	女人和嘴巴是两大财源	48
铁律19	长期赢利能力才是衡量商业模式好坏的最佳标准	51

2	铁律20	商业模式必须建立在对自身资源整合的基础上	54
	铁律21	注重商业实践的重要性，千万别迷信商业模式	57
	铁律22	大公司不看好的细分市场，正好给草根创业者留出了空间	60
	铁律23	将资源配置到赢利能力强的业务上，放大自己的竞争优势	63
	铁律24	目前，网络创业的压力已经多于机遇	65
	铁律25	传统工艺和产品中蕴藏着巨大商机	67
	铁律26	劳动力价格上升期已来临，谨慎进入劳动密集型产业	69
	铁律27	把过渡期的产品当作长远项目经营，投入注定石沉大海	72
	铁律28	对于中小创业者而言，贯通产业链是馅饼，也是陷阱	74
	铁律29	从细节中挖掘财富，有需求就等于有生意	76
	铁律30	不仅要考虑创意和需求，更要考虑经济上的可行性	78
	铁律31	树立分享的经营理念：你的+我的=我们的	80
	铁律32	引入合伙人可以分担压力、减少失误	82
	铁律33	组建最优秀的创业团队：一个好汉三个帮	85
	铁律34	即使和“铁关系”合作，也要以利益为基本诉求点	88
	铁律35	无论合伙人是谁，都应要求利益与风险共担	90
	铁律36	遇到轻易许诺，要当心	92
	铁律37	合作要以“江湖方式进入，商人方式退出”	94
	铁律38	与狼共舞，学会竞合之道	96
	铁律39	寻找适合自己的投资者	99
	铁律40	融资有道，选择适合自己的融资方式	101
	铁律41	盘活资本，不让金钱在银行里过夜	105
	铁律42	做一个周全的融资计划	108
	铁律43	一定不要为了上市而上市	111
	铁律44	牢牢掌握控股权才能掌握主动权	113
	铁律45	导入期的风险只能自己承担，风投不可能雪中送炭	115
	铁律46	任何时候都不要让投资人替你决策	118
	铁律47	与银行保持良好的沟通，不要失信于银行	120
	铁律48	决策果断，市场反应速度决定企业命运	123



铁律49	作出经营决策时，在倾听多种声音的同时保持独立的判断	126
铁律50	培养情报意识，在市场变化前就采取行动	129
铁律51	家族性创业团队在创业初期具有更大的能量	132
铁律52	在创业初期，先谈生存再谈发展	135
铁律53	不要“我认为”，从市场出发定战略	138
铁律54	战略一旦分解成阶段性任务，就要注重落实力	140
铁律55	项目一旦定位之后，就不要轻易调整	142
铁律56	在导入期，控制住成本就算一种赢利	144
铁律57	心急吃不了热豆腐，不如先试点再推广	146
铁律58	品牌要有一个长期规划	149
铁律59	建立品牌形象，再小的公司也要树立品牌	152
铁律60	保持商号、公司、品牌名称的严肃性和稳定性	156
铁律61	结合经营特色选择商业区	159
铁律62	同行未必是冤家，公司要考虑集群效应	161
铁律63	找准定位，确定你的客户源	163
铁律64	必须要拥有引以为傲的技术和优势	165
铁律65	创新体系要能为市场发展服务	167
铁律66	营销绝不能替代产品本身	169
铁律67	利润率不是“利润÷成本×100%”算出来的	171
铁律68	质量不好企业难以生存，质量过剩同样致命	173
铁律69	可以借鉴，但不要简单模仿	175
铁律70	自主研发才有产品创新的主导权	178
铁律71	价值创造的新途径——通过产业链整合创造价值	181
铁律72	利用资源整合，创造更大价值	184
铁律73	创建竞争壁垒是实现企业价值最大化的有效策略	187
铁律74	祭出你的价格大旗，会定价的企业家才是真正企业家	190
铁律75	任何时候都不能以牺牲质量为前提，对次品要毫不留情	193
铁律76	薄利多销并不是定价的有效途径，薄利有可能换来薄情	196
铁律77	学会差异化，但不要为了差异化而差异化	199

4	铁律78	了解消费者对价格的习惯，让价格反映真正价值	202
	铁律79	零缺陷管理：视质量为企业生命，以质量换取“民心”	205
	铁律80	向采购要利润：用谈判降低采购成本	207
	铁律81	根据目标客户定价，将自己的产品卖个更好的价	209
	铁律82	经营者要记住，在企业内部只有成本中心	212
	铁律83	厉行节约，控制采购总成本	215
	铁律84	用招标方式降低企业采购成本	218
	铁律85	优化资源配置来降本增效	221
	铁律86	砍掉固定成本的诀窍——虚拟化经营	224
	铁律87	科学管理库存，减少无形耗费	228
	铁律88	提高闲置资产的使用效率	232
	铁律89	砍掉面子，客户不会为你的奢侈买单	235
	铁律90	聪明的管理者会从日常开支中节约	238
	铁律91	缜密的分析，把钱花在刀刃上	241
	铁律92	改善企业人力成本，提高企业获利能力	244
	铁律93	精简机构，让组织“扁平化”	246
	铁律94	在合理避税上找回一些利润	250
	铁律95	精细化经营是企业家任何时候都要提的主题	253
	铁律96	作为经营者，一定要懂数字	255
	铁律97	确保资金链健康、有效——先进钱后花钱	258
	铁律98	设立预算制度，利润是被要求出来的	261
	铁律99	实现项目突破，首先要实现资金周转效率和利润贡献率的突破	264
	铁律100	在财务问题上，除了制度和程序，不相信任何人	267
	铁律101	懂财务是避免公司倒闭的保障	269
	铁律102	你不只需要财务会计，还需要管理会计	271
	铁律103	催收账款千万不能心太软	273
	铁律104	控制信用销售比例，避免导致项目缺乏资金	276
	铁律105	尽可能缩短应收账款回收期	278
	铁律106	在任何时候，都要确保充足的流动资金	280

铁律107	在真正的企业家眼里，利润不是目的，只是结果	282
铁律108	公司要想赚钱，一定要先让客户赚钱	284
铁律109	学会着眼于长远去培养市场、发展战略计划	286
铁律110	站在客户的立场上设计需求	289
铁律111	用二八法则降低营销成本	291
铁律112	老客户和口碑更大程度上决定你能否做大做强	294
铁律113	抓住重点客户，封杀劣质客户	297
铁律114	不能直接满足客户需求之时，仍应尽可能提供方便	300
铁律115	对产品而言，有特点不如有卖点	302
铁律116	关注现有客户，节约开发新客户的成本	305
铁律117	最好的广告，是能让人记住自己的公司和产品	307
铁律118	借各种势，推销自己的公司	309
铁律119	渠道要“管”而非“控”，针对营销需求设计营销渠道	311
铁律120	渠道建设要紧扣一个“快”字	314
铁律121	抢人心胜过抢市场，将品牌“钉”入消费者心中	316
铁律122	靠良好的服务塑造良好的公司形象	319
铁律123	经营管理一个公司，一定需要制度规范	322
铁律124	目标管理：做一个悠闲的企业家	325
铁律125	管理者一定要是能干事的带队者	327
铁律126	切忌“眉毛胡子一把抓”：确定合理的管理幅度	330
铁律127	培训公司员工，将培训当作是一项投资	333
铁律128	让每一个员工产生价值，避免出现“不拉马的士兵”现象	336
铁律129	要把员工当作公司的合伙人看待	338
铁律130	机构、岗位和人员编制要随着企业规模不断调整	341
铁律131	中小企业谨慎从跨国公司空降经理人	344
铁律132	务必要保持公司核心员工的稳定	347
铁律133	适时修正和保持人才梯队的队形	349
铁律134	用训练和辅导来缓解人力资源方面的压力	352
铁律135	做好需求分析，员工培训应因材施教	355

6	铁律136	业绩考核是实现目标管理的有力工具	357
	铁律137	建立预警机制，有效控制人才流失	359
	铁律138	创造有助于提高员工幸福度的工作环境	362
	铁律139	领导的率先垂范，能够激励员工进步	365
	铁律140	以晋升机制来激励精英人才	368
	铁律141	一方面要授权，一方面要监控到位	371
	铁律142	文化使员工充满集体荣誉感	374
	铁律143	会运用价值驱动的公司是聪明的	377
	铁律144	树立负责任的公司形象，因为公司的死亡速度与负面影响成正比	379
	铁律145	作为合格的创业者，对待风险要全面分析	382
	铁律146	打造全面的危机管理体系	385
	铁律147	预警机制才是防病的关键	388
	铁律148	意外的成功和失败都是警讯	392
	铁律149	贪一时之利是企业的最大陷阱	394
	铁律150	自己赢利也不要堵死别人的赢利之路	397
	铁律151	打造自己，让别人发现你的价值	399
	铁律152	与人打交道要符合经商的逻辑，而不是个人好恶	402
	铁律153	贵在谨慎，最好不要惹上官司	405
	铁律154	守住商业道德底线，别把自己逼进死胡同	407
	铁律155	在面对现金诱惑的时候要沉住气	409
	铁律156	千万不要在税收上留下污点	412
	铁律157	创业计划要随着实际运营情况而灵活变化	414
	铁律158	中小企业取胜的希望——不要执着于规模，做精做透很重要	417
	铁律159	拥有全球化视野，将公司的发展与经济大形势联系起来	419
	铁律160	竞争是商业市场的常态，在竞争中超越对手	421
	铁律161	不诚实守信，是小规模企业最大的杀手	423
	铁律162	任何时候，安全警钟长鸣	426
	铁律163	卓有成效地工作，做一个高效能人士	428



铁律1

不怕没有钱赚， 就怕没有强烈的赚钱欲望

要爱金钱。这句话说得一针见血。如果不爱钱，就抓不住财富。只有对钱有欲望，财富才会逐日增加——钱怎么会待在不爱钱的人手中呢？因此，创业者与其对钱“欲说还休”，倒不如心存赚钱的欲望，让它心甘情愿地跑进你的口袋。

创业者的欲望都是不安分的，是高于现实的，需要踮起脚才能够得着，有的时候需要跳起来才能够得着。

上海有一个文峰国际集团，老板叫陈浩。1995年，陈浩带着20万元来到上海，从一个小小的美容店做起，现在已经在上海拥有30多家大型美容院、一家生物制药厂、一家化妆品厂和一所美容美发职业培训学校，并在全中国建立了300多家连锁加盟店，个人资产超过亿元。

陈浩有一句话：“一个人的梦想有多大，他的事业就会有多大。”所谓梦想，不过是欲望的别名。你可以想象欲望对一个人的推动作用有多大。

“有这样一句话：“取乎上，得乎中；取乎中，得乎下。”意思就是，如果你的目标定得高，得到的往往会低于目标，如果你的目标定得适中，结果获得的也会低于这个目标许多。可见，不管做什么事情，结果与目标往往是不太吻合的，要想成就大事，就一定要制定高远的目标。如果你没有做老板的欲望，你就不会用老板的思维去思考，不会用老板的眼光去看待事物，更不会以老板的姿态去做事，试想，这样的人不就只能替人打一辈子工吗？

马云承认自己对未来的发展有着极大的野心，他认为拥有野心、梦想与激情，并能永不放弃，就一定不会失败。

阿里巴巴近几年的快速发展让很多人对马云有着很高的评价，认为其取得了了不起的成就，对此马云却很从容。有一次马云去日本参观访问，回来后感慨地说道：“我去年在日本被当众敲了一闷棍，忽然对钱一点儿兴趣都没有了。我去日本参观了一家企业，叫拓板公司，我和他们的老板交流：‘去年赚了多少钱？’‘220亿。’我说：‘噢，220亿日元。’老板说：‘不，是美元。’这才叫作钱，我们只做了一两亿人民币就牛起来了，距离太远了。拓板公司是百年企业，我们公司的员工平均年龄是27岁，再给我们20年时间，我们也可以了。世界500强企业哪家营业收入不是70亿、80亿美元？我们闭嘴！慢慢来。中国今天的企业要有远大的理想，也会有这一天，如果没有理想那就很难了。今天我们说赚了1000万、2000万，我觉得丢脸。”

“进入世界互联网企业前三强，进入世界500强、每年赚100亿美元”，这是马云的野心，因此马云不满足于一时的成就，看淡金钱，只为更大的目标。

创业者没有赚钱的欲望，就没有进取心，欲望和想象力是构成促使一个人不断前进的精神基础。著名经济学家熊彼特在其作品《企业家的精神》中说道：“一个人如果要成为企业家，就必须不断创新、创新、再创新。而创新来自于不停的进取，进取心则来自于野心。野心让人冒险，冒险带来创新。”

诚如马云所言：“小虾米一定要有个鲨鱼梦。”欲望越大，动力也越大。既有强烈欲望，又要有切实的努力过程，这是一种人生智慧，也是一种人生态度。老板给人的最大感觉是欲望，有霸气，渴望拥有。这种欲望表现在生意上，就是永不枯竭的进取动力。成功的创业者之所以能够取得成功，在很大程度上取决于他们拥有强烈的赚钱欲望。我们要以成功企业家为榜样，树立自己的远大赚钱目标，继续自己的致富道路。

成功的创业者不仅仅是因为他们现在手里拥有大量的财富，而是他们有一个发财的野心。如果你想成为一个成功的创业者，其路程虽然还很遥远，但若果能果断地说“我一定要当李嘉诚”，有这样坚定的态度，就算原先很容易消失的事也能变成具体可燃烧的一种欲望涌现出来，从而引发一种强大的力量，将梦想逐渐转化为现实。没有自己的始终不渝的奋斗目标，没有为赚钱的欲望付出自己的100%的努力，你永远也无法成为一名成功的商人。

在商业的宽阔大道上，最成功的人，不是最聪明的人，不是最幸运的人，而是具有强烈赚钱欲望的人！对商业独到的领悟，对财富不懈的追求，使犹太人成为最值得骄傲、最值得自豪的民族。他们偏执于自己的事业，不仅依赖精妙的谈判术、攻心的策略、雄辩的口才、敏捷的情报意识，更仰赖犹太民族天生高明的企业经营诀窍，这使他们随时可以嗅到利润之所在。

强烈的赚钱欲望是一种商业态度。关于欲望，也有不同语境的理解，正面而言，是对目标的执着；负面理解，就是赌性很足。乔布斯说：“不要被信条所惑，盲从信条是活在别人的生活里。不要让任何人的意见淹没了你内在的心声。”欲望背后，是大胆的、缜密的思维，是赌性的习惯夹着谨慎的步骤，这两种气质非常奇怪地杂糅在犹太人身上，这才是竞争的智慧。

高尔基曾说：“一个人追求的目标越高，他的能力就发展得越快，对社会就越有益。”对财富有强烈的欲望是成为商人的重要基因，因为行动会随着志向走，成功会随着行动来。一个人只有对财富充满欲望与热情，才有可能去为之奋斗，去实现自己的理想，才有可能突破现在能力的局限，走向成功的彼岸。



铁律2

创业之前， 必须具备相关的经验与知识

创业不仅需要创业者具有良好的性格特征和灵活的商业头脑，更重要的是具备商业经营的相关的经验与知识。经验与知识，既是我们取之不尽、用之不竭的智慧锦囊，更是能够帮助创业者少走弯路、更快地取得成功的有力支撑。

在创业的过程中，经验是我们处理问题的好帮手。只要具有某一方面的经验，那么在应付这一问题时就能得心应手。特别是一些技术和管理方面的工作，非要有丰富的经验不可。所以，很多时候，经验成了我们创业过程中所依靠的拐杖。

经验与知识最便捷的获取途径无疑是自己从事的本行了。将一个行业做到极致远比每个行业都涉足一点更容易取得成功。很多百年老店能够延续至今，在激烈的竞争中立于不败之地，就是专注于本行不断努力的结果。创业更是要专注于本行，不能三心二意。在本行业站稳脚跟，深挖本行业的发展潜力才是发展的长久之道。

从内蒙古师范大学地理系毕业、在一所学校任教3年后，阚洪哲于1998年辞职步入商海，2012年他已经创建了自己的投资管理有限公司，身为公司董事长、总经理。他14岁的时候卖过橡皮，挣了4毛8分钱；在上大学之前，曾经卖过电吹风、石英钟；上大学期间，开过奶茶馆、台球厅，卖过香烟、书架，办过培训班。1995年毕业时他已经掘到了人生的第一桶金——10万元。

“创业必须具备专业知识。”他在给在校大学生讲自主择业、自主创业时，提到4个要素，这条列在首位。“在毕业的10年间，我面试了几百名大学生，经常听到他们在讲自己的专业没有用、没有发展。对此我都极度惋惜。”阚洪哲认为这种新的“读书无用论”在部分在校学生中有所抬头，主要在于现在的就业压力和社会整体形势，然而更重要的是很多人没有真正看清和树立人生目标。

“没有系统专业知识的人根本不能发现也不能理解专业知识背后的商业机会。”他深有体会地说，“我是学地理的，还教过两年的《国际贸易地理》课程。因为在大学期间非常轻视对本专业的学习，认为地理专业无用，这种思想直接导致我个人在创业后对与我的专业有关的商业机会视而不见。”

“学问中蕴藏着无限商机。”阚洪哲给在校大学生讲座时说，“创业之前，我建议同学们首先要把自己的专业学好。至少，那是一种机会或者是一个思考的起点。”

在准备创业前，我们不妨先审视自己有什么专长。有很多人原本有稳定的工作，但是想要通过创业获取更大的成功。在选择经营什么样的生意时，有相当一部分人认为，自己既然已经辞掉了原本的工作，就要彻底同这个行业脱离，如果创业也选择跟本行业相关的，岂不是走了

4 回头路了吗？这个想法实在是大错特错！

本行业的经验就如同基石，在打好地基的基础上盖房屋显然比重新开凿地基要快得多。如果你曾经学过服装设计，懂得色彩搭配，经营服饰店一定比开家餐厅驾轻就熟得多。顾客可能会称赞你“很懂得搭配”，“总能在他家找到漂亮的衣服”。而如果改为经营餐厅，很可能被顾客埋怨“菜品不好，服务也不周到，老板一定是个门外汉”。

创业最大的资本就是专业知识，顾客不仅仅是购买商品，更是要享受专业的服务。在生意场上，如果一个创业者能对自己的商品了如指掌，对于商品的原料、产地、制作工艺了如指掌，能说出它跟其他同类产品相比独有的特点与优点，懂得如何使用、如何维修，必然能赢得顾客信任，在顾客心中树立起专业的印象。相反，对于客户的质疑回答不上来，不知道自己的商品与别人的商品有什么不同，必定给顾客留下不好的印象。哪有人愿意从一个比自己还不专业的人手中购买产品呢？

实际上，很多人创业失败的原因在于盲目，没有充分进行创业前的准备。创业者应该时刻注意学习和积累行业经验与知识。

1. 创业者可以从自己的老板身上学习经验

那些在某一个领域取得成就的人，在创业这条道路上先行一步，并且已经取得了成功，他的身上一定有值得学习的地方。而自己的老板，是最容易接触到的“创业先行者”，所以借鉴老板的经验是方便有效的方法。

2. 可以通过书籍、网络积累专业知识

那些专业化的书籍和专业网站都可以丰富创业知识。创业者应该主动去寻找跟行业相关的书籍网站，随时更新专业知识。

3. 从创业实践中汲取经验

只有空洞的知识没有真正的实践也是积累不了经验的。积累创业知识的最好途径就是创业实践。创业实践包括兼职打工、进入相关行业求职、试办公司等方式。创业经验最有效的获取途径就是在不断的实践中总结。

在知识经济时代，拥有经验与知识就是拥有财富，必须具备充足的行业经验，创业才会得心应手。因此创业者一定要随时补充专业知识，积累丰富的行业经验。尤其是经济管理知识的积累，如经济学知识、统计学知识、市场营销知识、管理学知识和金融学知识等。渊博的学识是创业者必备的基本条件。

1. 经济学知识

供给和需求之间的联系是经济学研究的重要内容。比如，冬天卖棉袄，夏天卖冰激凌，商品的质量在冬夏两季并没有产生差异性，仅仅是因为人们需求的多与少，就决定了商品的销量，更决定了商品的价格。针对需求来供给，才能保证企业的生存，促进企业的发展。

高效的企业运作，是对未来资源的调动，当然也涉及了供给和需求。在什么条件下能有多少资源，投入这么多的资源究竟能有多少回报，这是创业活动的重点。学习经济学知识，首先要重视观念，而观念的建立可以由观察日常生活、搭配学习若干经济学方面的书籍来获得。

2. 统计学知识

创业者要学会借助所搜集的资料验证自己的判断，这就需要能良好地掌握统计学知识。统计学基本上提供了分析和提出观念的依据。

除了统计学学术上的研究外，创业者还应该学习统计学的基础应用课程，它有助于对现有资料的提炼和总结，要多看统计方面的相关参考书。

3. 市场营销知识

丰富的市场营销知识是经营活动展开的基础，创业者储备了丰富的市场营销知识，才能快速扩展市场。随着制度的不断规范、经济的不断成熟以及竞争的不断加剧，专业化的经济行为开始出现，简单的投机行为将不再能钻市场的空子，知识和文化已经成为赚钱的一个重要条



件，理性成熟的市场更加注重富有市场营销知识的人才。

4. 管理学知识

丰富的管理学知识是公司创建者必备的知识要素。因为管理学研究的核心就是通过管理来降低组织运行成本，从而达到提高组织运行效率的目的。管理学的发展使得现代组织的管理，尤其是生产性组织的管理发生了一场革命。人们的管理行为从过去自发的经验逐渐上升到一种自觉的意识。到了现代，管理学已经成为创业人员必修的课程之一。

从中国企业的创业史来看，经验管理仍然是中国创业者管理企业的主流，企业的成败在很大程度上取决于创业者的经验、经历和能力。中国创业者迫切需要进行管理上的创新变革。企业的稳定经营最终还是要靠一套规范化的管理制度的形成。管理方式本身并没有好坏之分，只是在不同的企业、不同的环境、不同的历史阶段中所使用的管理方式是不同的。对于很多创业者来说，管理创新极其关键，企业的经营管理模式能否形成并成功实施，决定了企业能否发展起来。虽然在商界流传有许多经典管理法则，但是具体创业过程中，却需要拥有一套具有前瞻性的商业理论。如果不能在理论上进行更新，就不会创造出新的赢利模式，就不会采用新颖的管控制度，企业从出世的那一天就会沦落为平常可见的大众群体中的一员，难以在竞争惨烈的市场中获得发展空间。

5. 金融学知识

金融学知识是创业者必不可少的经济知识，它主要针对如何提高资金运行的效率问题进行研究。在一个企业中，金融学的知识主要表现为企业如何对可利用的生产资源进行运作与管理，从而实现企业追求利润最大化的目标。

当然，要真正走好创业这条路，绝不是仅仅局限于这些知识的。创业者在准备创业之时，就要尽可能地提高自己的知识储备，在创业之路上才会走得更顺利、更长远。



铁律3

经营者

要对失败有一个理性的态度

· 经商本来就是一种风险非常高的事业，作为合格的创业者，不能因为遭遇可能会有的失败就不再前行。失败是营养品，让人一生受益匪浅。战胜了失败后，就会发现没有“过不去的火焰山”。

在很多人的印象中，创业者都是像当年刘永好兄弟一样，手里只有一两千块钱，然后魔术似的涨到了现在的几个亿。“白手起家”确实是创业的一种模式，但那只是一种。

现在整个社会市场经济已经渐渐成熟，财富已经相对集中，商业竞争也日趋激烈，再摸着石头过河，呛水的危险就大了。在创业过程中，无时无刻不存在失败的风险。每次开发客户，都存在着功败垂成的可能；每一次信用销售，都有收不回本钱的危险。我们经常承受着市场环境变化带来的压力，那种感觉就像在水流湍急的大江中航行。在浮沉不定的商海中，以往成功，并不代表将来一样成功。昨天如日中天、今朝轰然倒塌的案例并不鲜见，价格变动异常频繁的领域更是如此。

据统计，在美国，新创公司存活10年的比例为4%。第一年以后有40%破产，5年以内80%破产，活下来的20%在第二个5年中又有80%破产。哈佛商学院的研究发现，第一次创业的成功率是23%，而已成功的企业家再次创业成功的比例是34%。

不要相信那些一年创立、两年融资、三年上市的故事，更不要相信有人在厕所用6分钟搞定永远也花不完的钱的故事。这些故事，几乎都是吹嘘的，即便不是吹嘘的，故事的主人公也是百分之一、千分之一的幸运儿，即便跟你吹牛的那个人就是那个幸运儿，也不等于你会是下一个幸运儿。

很多企业在成功后宣传时会下意识地杜撰很多“英雄壮举”，这当然可以理解：一方面成功路上很多事情确实不足为外人道，另一方面人人都有“包装”自己的心理。但其实这是最害人的，对于很多创业者来说，如果你按照成功者宣称的方式去做，基本上会“死无葬身之地”。

创业是带着一群未知的人去一个未知的地方干一件未知的事，再有能力的创业者也无法在出发之前就想清楚所有的事情，即便是你已经想清楚，一旦开始做也会发生很多变化，所谓“枪声一响预案作废”，绝大多数公司成功时的方向和最初设想的都大相径庭。创业者需要在前进的过程中根据市场的情况以及消费者的反应，甚至是竞争对手的动态来随机应变。

创业的这种特性决定了创业之路开始容易，过程很难，收场更难，煎熬是创业的典型状态。创业路上，最常见的不是成功和失败，而是长时间的苦苦挣扎。

10年前，成就一家全国规模的知名公司需要15年甚至20年的奋斗，后来有了风险投资的介入，七八年时间就可以成就一家互联网知名公司。但对于多数创业者来说，不经历5~8年、每周7×12小时的创业奋斗很难有大成。