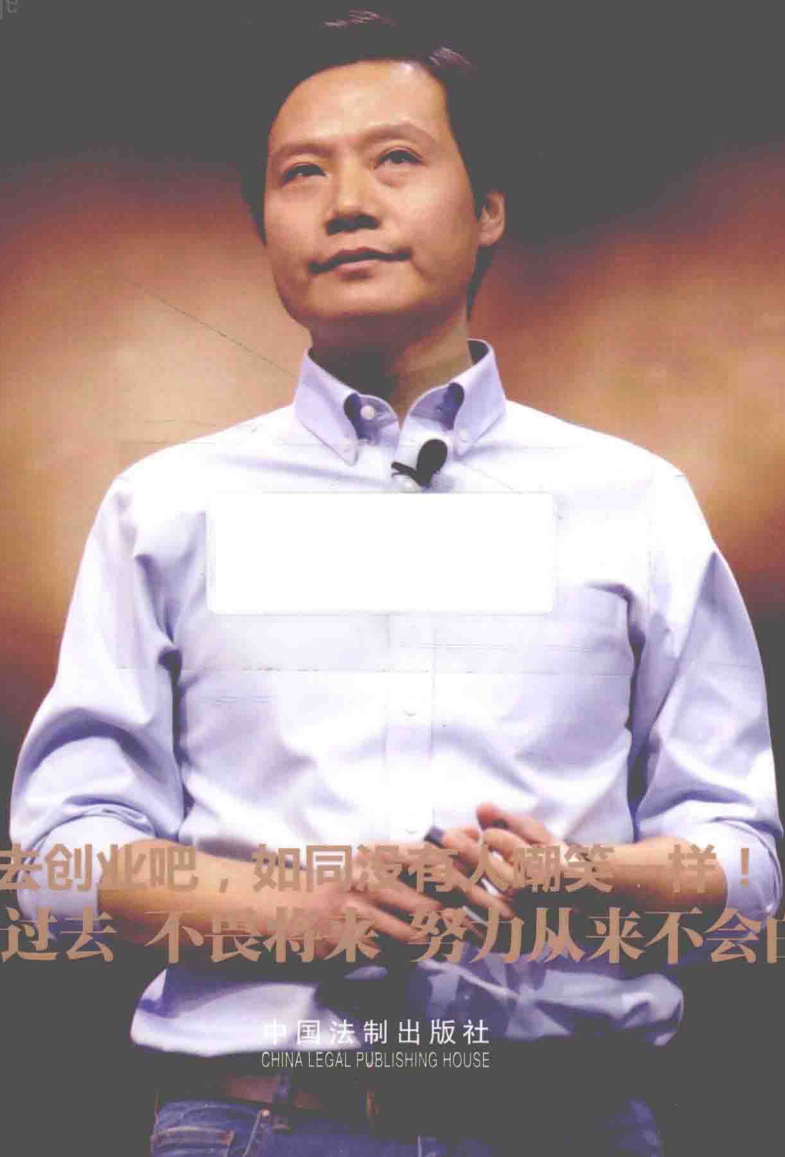


雷军给年轻人的成功课 别在最该吃苦的年纪 选择了安逸

孙建华 著

Don't choose a cozy one in the
Age of Challenge



去创业吧，如同没有人嘲笑一样！
不念过去 不畏将来 努力从来不会白费

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

雷军给年轻人的成功课 别在最该吃苦的年纪 选择了安逸

孙建华◎著

Don't choose a cozy one in the
Age of Challenge



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

雷军给年轻人的成功课 / 孙建华著. —北京: 中国法制出版社,
2015.6

ISBN 978-7-5093-6547-2

I. ①雷… II. ①孙… III. ①移动通信—电子工业—工业企业
管理—经验—中国 IV. ①F426.63

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第148457号

策划编辑: 郭会娟 (gina0214@126.com)

封面设计: 孙希前

雷军给年轻人的成功课

LEIJUN GEI NIANQINGREN DE CHENGGONGKE

著者 / 孙建华

经销 / 新华书店

印刷 / 三河市紫恒印装有限公司

摄影师 / 东方IC

开本 / 710 × 1000毫米 16

印张 / 17 字数 / 258千

版次 / 2015年8月第1版

2015年8月第1次印刷

中国法制出版社出版

书号ISBN 978-7-5093-6547-2

定价: 39.80元

值班电话: 010-66026508

北京西单横二条2号 邮政编码100031

传真: 010-66031119

网址: <http://www.zgfzs.com>

编辑部电话: 010-66054911

市场营销部电话: 010-66033393

邮购部电话: 010-66033288

(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)

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





“只要站在风口上，猪都能飞起来。”雷军的这句话几乎成为互联网时代的一句标志性口号。互联网成就了雷军，也创造了小米。从金山到小米，从天使投资人到二次创业，雷军的最后一役，打得漂亮。传统手机业已经进入小米时代。

自从苹果公司推出的 iPhone 智能手机在全球范围内大获成功以后，曾经红极一时的摩托罗拉、诺基亚因为错失良机，已经身处死亡边缘。须知，在小米诞生的 2011 年，这两个品牌在中国手机市场尚处于前五。随着中国手机行业过渡到智能时代，受市场竞争愈演愈烈、价格战你来我往、山寨手机横行等多方影响，国内手机厂商的境遇可以说每况愈下。

然而，越是在这样的时代背景下，小米的成功就显得越耀眼。

2015 年第一个工作日，在小米的员工都还没有起床时，雷军就在微博和微信上公布了小米 2014 年度的成绩单：

2014 年，小米公司销售手机 6112 万台，较 2013 年的 1870 万台增长 227%；含税销售额 743 亿元，较 2013 年的 316 亿元增长 135%。在竞争如此激烈的智能手机领域，如此的成

绩可能是很多厂商连做梦都不敢想的事情，但是小米做到了。

看到小米有这样的成绩，竞争对手们红了眼。经过反复的研究、推敲，他们做出了惊人一致的判断——小米成功的关键在于互联网。随着互联网的膨胀，很多人都意识到一个改变，那就是传统行业即将受到互联网力量的巨大冲击，互联网对传统行业将形成一种颠覆。但是很少有人能够看到未来的走向。

就好比第二次工业革命，完成了以机器生产代替手工劳动的转变，提高的是效率。其根本是因为传统的制造业都是封闭式生产，由生产商决定生产何种商品，而不是由消费者决定。互联网的兴起被视作即将到来的“第三次工业革命”的前奏，如今，生产商和消费者的地位完全颠倒，由消费者来决定需要什么产品，生产商才来生产这种产品。效率已经走到了极致，大规模生产时代宣告终结，这意味着规模制造的优势越来越小，消费者的参与度越来越高。

小米的开放性思维，给传统手机业带来了新的活力，值得我们去思考与学习。小米与其他手机厂商最大的区别，用小米掌门人雷军说过的话就是：“我们不是一家手机企业，而是一家互联网企业。”

现在，越来越多的竞争对手开始跟随小米，在雷军身后亦步亦趋。但是小米究竟做了什么？雷军究竟做了什么？他们并不了解。雷军经常对媒体总结小米成功的七个字：专注、极致、口碑、快。不过这七个字所代表的涵义，并没有多少人去深究。正因为如此，小米永远是小米，而其他人也成为不了另一个小米。

今天，我们来挖掘小米到底是怎么从零开始的。小米到底有多么专注？是如何追求极致的？它所要求的“快”是什么？只有解决诸如

此类的问题，我们才能看到一个真正的小米，才能看到真实的雷军到底是怎么想的。小米的成长过程，也可以说是雷军的心态和思维改变的过程。

走进历史，作为小米成长历史的旁观者，跟上“雷布斯”的蜕变脚步，让我们从这本书中去了解一个抛去浮夸的小米以及雷军。小米是一个神话，但也是一家企业；雷军是一个梦想家，但也是一个凡人。



第一章 专注的“偏执狂”

专注做好简单的事就是不简单 / 003

只有偏执狂才能生存 / 007

让激情帮助你全情投入 / 010

寻找解决问题最简单的方法 / 014

近乎疯狂地追求极致 / 018

等待的精髓是定力 / 022

把一切烦琐的事情抛弃掉 / 025

把一次创业当作毕生追求 / 029

你的核心竞争力是什么？ / 033

第二章 在对的时间做对的事

成功路上，正确选择能事半功倍 / 039

没有目标，永远也无法到达目的地 / 043

机会来时要勇敢握住 / 047

- 永远领先对手一步 / 051
- 循序渐进地完成阶段目标 / 055
- 有取也要有舍 / 059
- 木桶效应决定着成败 / 062
- 反思会让失败变得有价值 / 066

第三章 厚积薄发储备动力

- 降低你的未来预期 / 073
- 实力是获得外界认可的前提 / 077
- 在痛苦中开始艰辛成长 / 080
- 最大的竞争对手是自己 / 084
- 企业要时刻保有忧患意识 / 088
- 经验是成功者的行动指南 / 091

第四章 永不做一个锤子买卖

- 生意场上没有敌人 / 099
- 客户的声音是最美的音乐 / 103
- 超出顾客的期望，他们才会记住你 / 107
- 从顾客的抱怨中找不足 / 111
- 口碑是你最好的广告 / 115
- 公关是不可不懂的学问 / 118
- 只有双赢才能长久 / 122
- 换位思考反思自己 / 126

第五章 用“快字诀”打天下

速度、速度、还是速度 / 133

在快速前进中冷静思考 / 136

保持一颗敢于尝试的心 / 140

抓住最重要的环节 / 144

丢掉多余的包袱 / 148

跳蛙战术的成功智慧 / 152

万事俱备只是一种假设 / 156

追求效率但要稳定 / 160

扁平化才能极速 / 164

第六章 细节决定着事业的成败

创新从细节开始 / 171

查缺补漏，及时修补细节错误 / 174

尽量避开价格战 / 178

永远了解第一线的问题 / 182

省每一分钱的成本管理 / 186

好团队是成功的一半 / 190

强调责任感比管理更重要 / 193

第七章 长袖善舞得人心

成功需要贵人的助力 / 201

- 寻找最佳合伙人 / 205
- 在成功之前先积累人脉 / 209
- 与优秀的人共事 / 213
- 建立同盟关系 / 216
- 共同的利益让彼此走到一起 / 220
- 用人不疑，疑人不用 / 224
- 选好人更要留住人 / 228
- 马蝇效应可以完善管理 / 232

第八章 青出于蓝的创造力

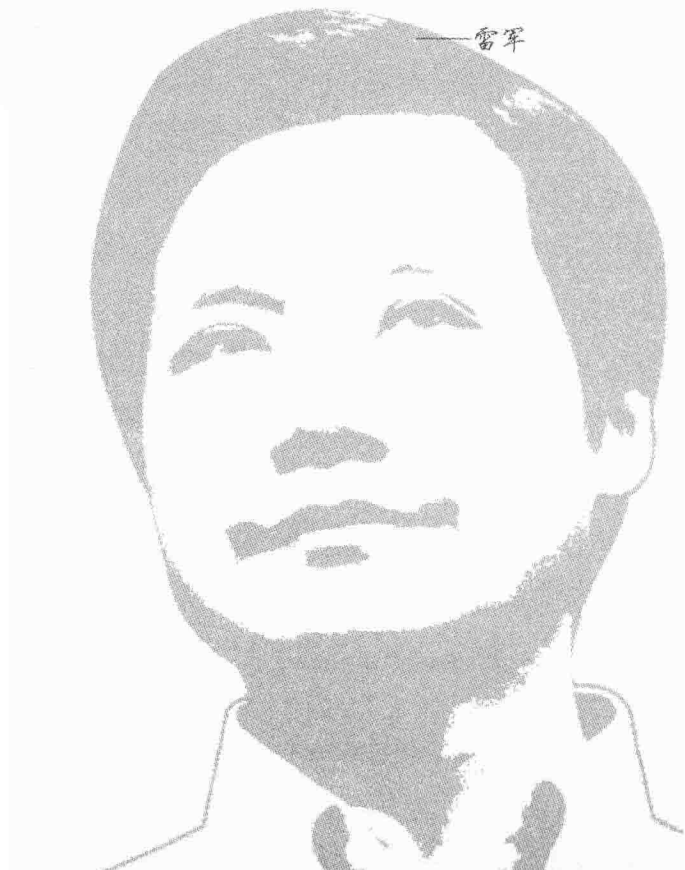
- 站在巨人的肩膀上 / 239
- 变通是企业的灵魂 / 243
- 可以跟风，但要超越风 / 247
- 永远不惩罚创新失败 / 251
- 向对手学习并超越他 / 255
- 另辟蹊径，发现蓝海 / 259

第一章

专注的“偏执狂”

“我们做产品就是极其专注，就是极致。市场批评我们没关系，我愿意承认我能力不行，但不承认我态度不行。”

——雷军



专注做好简单的事就是不简单

“怎么样把东西做得很精致，很有价值，才是问题关键。”

——雷军

每个中国人都会写汉字，但写得好的却并不太多，有些人是天生就写得好，也有些人是不断地练习而习得了一手好字。

有笔清秀的好字就可以了，至少写出来让人赏心悦目，这是一般练字人的想法。因而当他们的字写得足够好看之后，他们也就不再进一步追求更好了。但有些人却不一样，他们并没有停步，而是想要把字写得尽善尽美，因而一笔一画都下了一番工夫，终于练就了一笔无双的美字。于是，这些人便成了书法家。

一笔一画是最简单的事，然而专注去做了，并把这件事做得完美了，那么简单也就变成了不简单，书法家就是这样成功的。同理，人生中很多事情都是如此，各行各业的成功者中，很多人成功的秘诀就是专注去做简单的事。

自小米成立到今天才仅仅过去五年，但这短短的五年时间却足

以成就小米的千亿神话。2014年底，有投资公司对小米估值到450亿美元，折算成人民币接近3000亿。纵观智能手机产业，小米的成长效率几乎是一个神话，可谓前无古人，而这个前无古人的神话是如何实现的呢？靠的就是小米专注地把简单的事做完美的精神。

在竞争日益多样化，产业布局日益丰富的手机市场上，各家手机企业都在绞尽脑汁拓宽自己的经营范围。但小米却没有那样去做，小米的做法很普通，只是老老实实卖手机，老老实实扮演一个店家的角色。

对于这一点，我们从一件事就可以看出来：2013年5月7日，全球互联网大会在北京召开，众多手机行业的龙头企业都参与其中，当然小米也在与会行列。互联网大会很重要的一个地方在于展示，即大家将最新的产品或者最新的技术展示出来，博取关注。整个会场，所有的参会企业都在想如何吸引人们来看，如何把自己的展台布置得更加炫目多彩。

小米的展台位置并不是最好，但小米做了一件大家意想不到的事，他们就在展台那里卖手机。小米的展台布置得像一个小的专卖店，边上收款台，可以刷卡也可以付现金，收款台那里人们在排队买手机。

也许小米的成功离不开营销，离不开口碑，也离不开设计。但是小米真正的成功基石却是充当好一个店家，老实卖货。

对于大多数人来说，想要获得成功，就要不断去尝试，挑战那些机会多的领域，方能够最大限度地把握成功。然而小米的成功告诉我们，成功还有另一条“捷径”，那就是专注于眼前，把眼前能做的、最容易

做的、最简单的事情做好。

为什么说专注做好简单的事是一条捷径呢？这里有两方面的原因。

其一，简单的事情是最现成的机会，不用去为找不到机会而发愁。以小米所存在的手机行业为例，现在手机行业比拼的是服务和创意，然而服务大家都已经雷同，创意又不是轻易能够想到的，在这种局面下，通过寻找更大的机会来创造成功谈何容易。而卖手机这个机会却是现成的，无论手机市场怎么发展，买卖肯定是第一位的，有这个因素在这里，那么做好了卖手机这件事，也就等于把握住了机会。

其二，专注于做最简单的事，能够集中精力办大事。对于很多创业者和创业企业来说，包括资金和人力在内的精力经常是有限的，因而如何分配精力就成了大问题，精力分配不好，即便有机会也容易导致失败。而专注就是将所有的精力放在一个目标上面，如果专注的是最简单的事情，那就更有利于精力的集中，这对于很多刚刚创业的企业和个人来说，都不失为一种好的选择。

这里有一个现成的例子我们可以借鉴。提起国内旅游，相信很多人首先想到的是云南。大理古城、玉龙雪山、丽江和香格里拉，旅游似乎已经成为了云南的品牌，在给云南带来巨大影响力的同时，也给云南创造着巨大的经济效益。

然而，在大力发展旅游业之前，云南可是一个非常穷的省份。因为经济基础比较薄弱，云南在发展的时候就必然要选择不同于其他周边省份的发展方式，薄弱的经济实力使得云南暂时无力在多项产业方面发展。那么既然如此，就不如将有限的精力全部集中在旅游业上面，再加上云南所特有的秀美风光和少数民族风情，发展旅游对于云南来说是最

简单的事情。而专注于把这最简单的事情做好的云南是否取得成功了呢？今天云南旅游市场的旺盛已经向我们昭示了答案：云南成功了。

大事有大事的办法，小事有小事的办法，如果你有几十亿资产，那么搞多项经营也没问题，但如果你只有那么几十万块钱，还是专注地从一件事上开始起步更现实一些。

而且，我们还得明白，专注做好一件事看起来简单，但实际上并不容易做到。它要你时刻提醒自己心无旁骛，不能被身边的其他诱惑所吸引，而且要耐得住枯燥，在反反复复的一件事上面寻找到乐趣，用完美主义的标准去严格要求自己。而只有当这些要素全部具备了，你才能成为一个成功的人，你的企业才能够成为一个成功的企业。

如果单独从资金和人力的角度来计算，雷军的小米企业的起点并不是很低，但如果从手机行业这个大范围来讲，比起苹果、三星这样的巨无霸，小米的起点还是比较低的。

然而，靠着专注做好卖手机这件简单的事，小米这艘小船硬是成功地破浪远航，驶出了属于自己的一片汪洋。那么可能同样是从低处起步的你，是否也应该具有和雷军以及小米一样的专注做好一件事的智慧呢？你是否也能够靠着这一捷径获得成功呢？我们拭目以待。



雷军模式

简单的事人人能做，但能够做完美的却不多，把简单的事情做到极致，这就是小米的成功法则，也是最现实、最容易找到的成功捷径。