



胜者为王丛书  
SHENGZHE WEI WANG CONGSHU

一张白手起家的创业路线图

# 中小公司

ZHONGXIAO GONGSI



DE JINZITA YUANLI

# 金字塔原理

一部从无到有的致富生意经

“机不可失，时不再来”是古人告诫人们把握时机的名句，

王磊◆编著

在现今这个商业社会，这句话更是那些想开创公司、搏击商海的有志人士的“梁上苦胆”。

但如何能在竞争激烈的商海中扬起风帆，驶向成功彼岸却是创业者们不断解析的难题。正如埃及金字塔的构造一样，

中小公司从创立到成功都有一个共同的架构、一张唯一的路线图，只要掌握了这种小公司的经营原理，

你定会把梦想转化为现实，站在创业的起点上大步奔向成功，并可最终登上

梦寐以求的事业巅峰，开创一个属于自己的商业时代。



石油工业出版社

# 中小公司的 金字塔原理

王磊◎编著

石油工业出版社

---

图书在版编目(CIP)数据

中小公司的金字塔原理 / 王 磊 编著.  
北京:石油工业出版社,2009.3

ISBN 978-7-5021-6979-4

- I.中…  
II.王…  
III.中小企业—企业管理  
IV.F276.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 002963 号

---

## 中小公司的金字塔原理

王 磊 编著

---

出版发行:石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号 100011)

网 址:www.petropub.com.cn

电 话:(010)64523643 发行部(010)64523603

经 销:全国新华书店

印 刷:北京京安印刷厂

---

2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 开本:1/16 印张:24

字数:405千字

---

定价:38.00 元

(如出现印装质量问题,我社发行部负责调换)

版权所有,翻版必究



# 前 言

## 金字塔的秘密

如今,越来越多的大学毕业生和年轻人选择成为一个创业者,开创新事业,实现自由和梦想。但创业的知识和技能以及随后的公司管理都是极具挑战性的任务。

创业者是一个特殊的群体,他们从梦想开始,并将它变成了实际行动——开创自己的公司。成功的创业不仅需要勇气和金钱,更是创造力、战略计划、公司管理的整合过程。

一般说来,创业者梦想最开始的地方往往是小公司,这不仅仅是因为小公司创办起来相对容易,更主要的原因是小公司转向起来也比较灵活,而且发展空间更大。

但是,即使是小公司,创办和发展起来也是一件很不容易的事情,更何况还要在商场中与那些大公司博弈呢。所以,创业者们必须对创办、管理公司,生产、营销产品,资金、成本控制等知识有很深的了解,才能最终成功地实现自己的创业梦想。

本书就是为了实现创业者的梦想而设计的,它的核心内容就像古埃及金字塔的结构模式。金字塔是一个六层的锥体,由下到上逐渐缩小,这也就增加了金字塔的稳固性,独特的建筑方式使其历经岁月和风雨甚至炮火的袭击却屹立不倒。中小公司的创立和发展也要学习金字塔的构建模式,首先把“塔基”建好,然后逐层建设,这样的结构能让小公司在激烈的市场竞争中保持不败,并不断发展壮大。

本书的内容主要包括:创业的基本知识、成功的创业计划和模式、管理者素质、人力资源、产品质量、营销、服务、品牌、人脉、创新、管理、文化、战略……

这些都是中小公司创办和发展所必须了解的东西,相信在认真地学习本书之

后,你会成为一名优秀的企业家,而你的公司也会在你的带领下从市场竞争中脱颖而出,带着自己的特色,越来越稳固地发展壮大。

创业有收益,也有风险,启动一个新公司就好比走入一个沙漠去寻宝。你可能会带着财富满载而归,也可能遇到各种危险而迷失方向。因此,对于有志创业的潜在创业者,了解创业过程和发展规律,掌握创业的基本技能,做一个充满激情而有理性的创业者,更能增加创业成功的概率。

小公司成长为大企业的那段激动人心的成长史一直被视为神话,事业成功的创业者也常常被记入史册。例如网景公司,仅用一年的时间,营业额就达 8070 万美元,成为历史上成长速度最快的公司,而苹果、惠普、微软等公司,也都是在短短一二十年内,迅速由小公司成长为世界级大公司的。

那么,《中小公司金字塔原理》孕育的就不仅是优秀小公司,同时也为它们成为大企业打下了基础;不仅培养经营管理小公司的人才,更重要的是培养未来的大企业家。

# 目 录

## 第一层：塔基的秘密

### 万事开头难，走好创业第一步

1. 富豪本无种，人人当自强 / 2
2. 梦想成就未来，致富要看心态 / 3
3. 女怕嫁错郎，男怕入错行——选好创业项目 / 4
4. 资金规划要清楚，备用资金不可无 / 5
5. 环境因素不可缺 / 6
6. 人靠衣裳马靠鞍，好名帮你长发展 / 7
7. 天时不如地利，公司位置要选好 / 9
8. 法律程序要走好，工商税务不可少 / 10
9. 创业计划书是创业过程的灵魂 / 12
10. 个人创办公司要避免的三大问题 / 15
11. 开创第三百六十一行 / 16

### 火车跑得快，全靠车头带——管理者的素质决定企业发展

1. 兵熊熊一个，将熊熊一窝 / 20
2. 吃得屈中屈，方为人上人 / 21



3. 火眼金睛,善于经营 / 22
4. 有识有胆,才能大赚 / 23
5. 冻死迎风站,牙碎往下咽 / 24
6. 世上无难事,只怕有心人 / 26
7. 既专又精,企业成功 / 27
8. 永不枯竭的执行力量 / 28
9. 其身正,不令而行;其身不正,虽令不从 / 29
10. 做到老,学到老 / 31
11. 要具有风险意识 / 33
12. 不入虎穴,焉得虎子 / 34
13. 胜不骄,败不馁 / 35
14. 宁做鸡头,不做凤尾 / 36
15. 大肚能容天下事 / 37

### 万般皆下品,唯有质量好

1. 质量是中小公司成败的生死线 / 40
2. 质量是赢得客户信任的基本砝码 / 41
3. 跟踪服务,保证质量 / 41
4. 挣小钱靠低价,挣大钱靠质量 / 42
5. 没有质量,一切等于零 / 43
6. 产品质量要符合消费者需要 / 44
7. 质量不合格的产品一定要收回 / 45
8. 强化现场质量保证体系 / 46
9. 质量管理的八项原则 / 47
10. 变“市场要质量”为“自己要质量” / 48
11. “人非圣贤,孰能无过”就是过 / 49
12. 采用先进技术,提高产品质量 / 50
13. 质量管理无处不在 / 50
14. 抓好源头,确保质量 / 51
15. ISO 认证给公司带来的好处 / 52



1. 公司应招聘什么样的员工 / 56
2. 一个好汉三个帮，一个篱笆三个桩 / 57
3. 兄弟齐心，其利断金 / 58
4. 天时不如地利，地利不如人和 / 59
5. 尺有所短，寸有所长 / 60
6. 士为知己者死 / 61
7. 待士以道，留住人心 / 62
8. 胡萝卜加大棒 / 62
9. 降低人才使用成本 / 63
10. 水能载舟，亦能覆舟 / 64
11. 尊重人的个性 / 65
12. 用人不疑，疑人不用 / 66
13. 俘获员工的芳心 / 67
14. 让合适的人在合适的位置上 / 68
15. 水平比文凭重要 / 69
16. 留住关键人才 / 70
17. 人品胜于能力 / 71
18. 强调人尽其才，防止人才流失 / 72
19. 赛马不相马 / 73
20. 谨防用人失当 / 74
21. 量其能，授其权 / 75
22. 小庙不要请大神 / 76
23. 做一个好教练 / 77
24. 培养自己的亲信 / 78
25. 员工培训计划 / 79
26. 为有源头活水来 / 79
27. 处处皆人才，人人皆可用 / 81
28. 用最少的人办最多的事 / 81
29. 稳定人才的三大“法宝” / 82





30.留住有发展潜力的年轻人 / 83

31.裁人是免不了的事 / 84

### 黄金有价,信誉无价——诚信是中小公司发展的保障

1.剑走偏锋,人走正道 / 86

2.一诺千金,生意长久 / 87

3.小生意靠头脑,大生意靠信誉 / 88

4.小钱不散,大钱不赚 / 89

5.诚信为天下第一品牌 / 90

6.用诚信稳固与顾客的关系 / 91

7.诚信能让生意做得长久 / 92

8.诚信是生意场上的金字招牌 / 93

9.金杯银杯,不及顾客的口碑 / 94

### 经商不理财,等于瞎胡来——财务管理是中小公司发展的基石

1.建立合理的财务机构 / 98

2.制度是员工的行为准则 / 99

3.建立短期财务报告制度 / 100

4.创业者必须熟悉的“三表” / 100

5.学会进行财务分析 / 103

6.财务计算应注意的问题 / 105

7.学会预测和计算财务的盈亏 / 107

8.如何制定公司的经营目标 / 108

9.比较和选择公司的财务方案 / 109

10.做好公司的财政资源管理 / 110

11.当家不理财,等于瞎胡来 / 110

## 第二层：智慧的密码

### 有营有销，才叫营销

1. 上兵伐谋，攻心为上 / 114
2. 不止是低价与打折 / 115
3. 放长线，钓大鱼 / 116
4. 乘虚而入，见缝插针 / 117
5. 用小礼品敲开大市场 / 118
6. 分析最终客户，赢得更多顾客 / 118
7. 让小利赚大利 / 120
8. 物美价廉，薄利多销 / 121
9. 欲望是营销的前提 / 123
10. 不让顾客吃亏 / 124
11. 缩短与顾客的心理距离 / 125
12. 将心比心 / 126
13. 利用顾客的好奇心 / 128
14. 所谓“闲人免入”，只会自断财路 / 129
15. 疏通好分销渠道 / 130
16. 营销需要创新 / 132
17. 营销管理的作用 / 132
18. 做好营销管理工作 / 134
19. 营销不可犯的八大失误 / 135

### 真诚服务，满意万家——优质服务是中小公司发展壮大的保障

1. 优质的服务，盈门的顾客 / 138
2. 细节服务关系到企业的前途 / 139
3. 让顾客永远满意 / 140



- 4.顾客就是衣食父母 / 141
- 5.顾客是上帝,更是朋友 / 141
- 6.重视人性化服务 / 143
- 7.“十英尺态度” / 143
- 8.尽全力满足顾客需求 / 144
- 9.用服务构建品牌 / 145
- 10.微笑服务可以使消费者更满意 / 145
- 11.方便别人,就是生意 / 146
- 12.不可忽视的售后服务 / 147
- 13.懂得顾客心理并实施相应服务 / 148
- 14.宽容对待顾客的过错 / 149
- 15.最好的服务就是不需要服务 / 150

### 兵贵神速,商贵商机——抓住机遇,就是抓住财富

- 1.商战要敢于冒风险 / 154
- 2.眼观六路,耳听八方 / 155
- 3.不入虎穴,焉得虎子 / 156
- 4.机遇等于未来 / 158
- 5.捷足先登,走在前面 / 158
- 6.处处留心皆生意 / 159
- 7.有机会就要碰,要敢于摸着石头过河 / 160
- 8.慧眼捕捉商机 / 160
- 9.富贵险中求,机会变财富 / 162
- 10.机会来时狠抓一把 / 162
- 11.早起的鸟儿有虫吃 / 164
- 12.把握住万分之一的机会 / 165
- 13.寻找大公司的空档 / 166
- 14.预见时代走向,抓住未来机遇 / 167

### 小公司玩转大品牌——创造独一无二的品牌

- 1.品牌是竞争力的核心 / 170

- 2.品牌就是资产 / 170
- 3.人要衣装,佛要金装,品牌要包装 / 171
- 4.学会王婆卖瓜,先要自卖自夸 / 172
- 5.好马配好鞍 / 173
- 6.对症下药,再做广告 / 173
- 7.狐假虎威,一举成名 / 174
- 8.品牌就是承诺 / 175
- 9.巧用商标赚大钱 / 176
- 10.寻找广告宣传契机 / 177
- 11.最流行的品牌策略 / 178
- 12.品牌组合成功之路 / 179
- 13.常见的品牌组合策略 / 180
- 14.品牌宣传要做好 / 181
- 15.定位准确是畅销的前提 / 182
- 16.走极端也是特色 / 183
- 17.与顾客保持零距离 / 183
- 18.切忌虚情假意 / 184
- 19.品牌是招财的法宝 / 185
- 20.品牌塑造战略 / 186

### 市场潜在利润,该出手时就出手

- 1.仔细研究市场 / 190
- 2.分析市场机会 / 191
- 3.选择目标市场 / 191
- 4.进行市场定位 / 192
- 5.制定进入市场的计划 / 192
- 6.把握好市场价位 / 193
- 7.具体的定价技巧 / 195
- 8.警惕“无形竞争对手” / 196
- 9.开拓广阔的市场 / 197
- 10.抓住商业机会 / 198



- 11.消费观念和方式 / 199
- 12.市场的“抢”与“让” / 199
- 13.有用就一定有市场 / 200
- 14.盯住青年消费者 / 201
- 15.抢攻中老年市场 / 202
- 16.采取市场补缺战略 / 203
- 17.加大市场深度和强度 / 204
- 18.通过免费使用来占领市场 / 205
- 19.洞悉市场点滴变化 / 206

### 第三层：平衡的艺术

#### 人脉决定财脉，关系决定生意

- 1.好风凭借力，送我上青云 / 210
- 2.有了关系好商量，没有关系难办事 / 210
- 3.与人为善，包你大赚 / 211
- 4.进门先拜师 / 212
- 5.平时多烧香，急时有人帮 / 213
- 6.怎样处理与媒介的关系 / 214
- 7.与新闻媒体交往应注意的事项 / 215
- 8.赢得金融界的信任 / 216
- 9.与人方便，自己方便 / 217
- 10.与同行交往要注意的三大问题 / 218
- 11.与大老板交朋友 / 219

#### 人无我有，人有我变——创新时代的大智慧

- 1.赚钱得有先见之明 / 222
- 2.船小好掉头 / 222

- 3.模仿的路子走不通 / 223
- 4.多动脑筋,多出新品 / 224
- 5.敢于“异想天开” / 225
- 6.狭路相逢新者胜 / 225
- 7.牵着客户的鼻子走 / 226
- 8.创新的“鱼缸理论” / 227
- 9.以小发明获利 / 227
- 10.特色就是利润的增长点 / 228
- 11.在包装上玩出新花样 / 229
- 12.自己创造“流行” / 229
- 13.能人之所不能 / 230
- 14.人人身上有创意 / 231
- 15.用新产品打品牌 / 232
- 16.产品创新五大技巧 / 233
- 17.创造是求生的最佳手段 / 234
- 18.一用变多用,致富有捷径 / 235
- 19.点石真的可以成金 / 235
- 20.新意要因人而设 / 236
- 21.出奇制胜 / 236
- 22.靠创新降低成本 / 237
- 23.服务也需要创新 / 238
- 24.奇思妙想蕴含商机 / 239
- 25.做个有心的“新”人 / 239
- 26.奇迹创造财富 / 240
- 27.加大科技创新投入 / 241
- 28.必须走技术发展这条路 / 241

### 不经历风雨,怎能见彩虹?——危机也能成为良机

- 1.不知深浅,切莫涉足 / 244
- 2.危机与机会同在 / 244
- 3.对危机进行“全面抢救” / 245



- 4.危机公关要做好 / 246
- 5.靠凝聚力可以反败为胜 / 247
- 6.拥有自我否定的勇气 / 248
- 7.以退为进,反败为胜 / 249
- 8.洞察危机的预兆 / 250
- 9.以己之长,攻其短处 / 250
- 10.丢车保帅 / 251
- 11.对危机做出迅速反应 / 252
- 12.当断不断,反遭其乱 / 253
- 13.真诚是危机公关的前提 / 253
- 14.靠精神征服危机 / 254
- 15.让危机变为“契机” / 255
- 16.实现行业转移 / 256
- 17.团结就是胜利 / 257
- 18.在旧基础上开拓新局面 / 257

### 一流的公司,一流的管理

- 1.令行禁止,处罚适度 / 260
- 2.用理想鞭策员工 / 260
- 3.打造优秀团队 / 261
- 4.管好身边的人 / 262
- 5.打通心灵的隔阂 / 262
- 6.发掘员工最大的潜能 / 263
- 7.构建合理的内部组织 / 264
- 8.加强公司与员工的沟通 / 265
- 9.适时进行角色转换 / 266
- 10.员工自我管理 / 267
- 11.管理好团队中的精英 / 268
- 12.管理棘手人物的妙方 / 269
- 13.让每位员工都参与进来 / 270
- 14.决不允许拉帮结伙 / 270

- 15.提高时间利用率 / 271
- 16.如何让时间多起来 / 272
- 17.开高效率的会议 / 273
- 18.特色管理也有效 / 273
- 19.彻底打破“大锅饭” / 274
- 20.设立公司部门时应注意的问题 / 275
- 21.公司组织机构的调整 / 276
- 22.避免人事冲突 / 277

## 第四层：腾飞的翅膀

### 信息时代，信息当家做主

- 1.信息的重要性 / 280
- 2.信息满天下，专寻有心人 / 280
- 3.见微知著，从小事中发现商机 / 281
- 4.搜集信息的诸多方法 / 282
- 5.耳聪目明，一马当先 / 283
- 6.要想生意活，必须信息灵 / 284
- 7.善用信息赚大钱 / 285
- 8.要抓关键信息 / 286
- 9.开辟信息渠道 / 287
- 10.怎样发现新信息 / 288
- 11.双重角色，洞察先机 / 288
- 12.知己知彼，百战百胜 / 289
- 13.广泛搜集信息 / 290
- 14.时刻保持对信息的敏感 / 290
- 15.提高信息处理能力 / 291
- 16.从生活中捕捉商业信息 / 292
- 17.根据信息，提前做好准备 / 293





## 有钱老板好当,无钱心里发慌——融资和资本运作

- 1.借鸡生蛋,借梯登天 / 296
- 2.把鸡蛋放在不同的篮子里 / 297
- 3.有钱不置半年闲 / 298
- 4.用小钱做大生意 / 299
- 5.不打无把握的仗 / 299
- 6.借债是一把双刃剑 / 300
- 7.靠借贷发家 / 301
- 8.好钢用在刀刃上,大钱出在实用处 / 302
- 9.警惕“一分钱难倒英雄汉” / 303
- 10.小本也能赚大钱 / 304
- 11.打开银行大门的钥匙 / 305
- 12.有信用就能融资 / 307
- 13.信用管理与收账管理 / 307
- 14.开源节流,精明理财 / 308
- 15.投资要乘虚而入 / 309
- 16.有钱也不要太张扬 / 309

## 心有多高,世界就有多大——中小公司的成功离不开正确的发展战略

- 1.一口吃不成胖子 / 312
- 2.发展是时代的主旋律 / 313
- 3.背靠大树好乘凉 / 314
- 4.靠拢行业环境 / 315
- 5.“仙人掌”战略 / 315
- 6.“外衣战略” / 316
- 7.“富士山”战略 / 317
- 8.“盲点”战略 / 318
- 9.“尾灯战略” / 319
- 10.把眼光投向国外 / 320
- 11.夹缝中求生存 / 321