



企业破解困境的新金融思维

# 借力

李明轩  
著



**金融思维的最高境界——借天下一切可以借！**

普通人靠卖力，成功人靠借力。

成功要借力而不是尽力！

当你拥有别人想要的资源，你就可以任意借用对方的资源。

**真正的借力，就是无中生有，再从有到强！**

**借力使力不费力！**

吉林人民出版社

# 借

JIE LI

# 力

李明轩

著

企业破解困境的新金融思维



吉林人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

借力：企业破解困境的新金融思维 / 李明轩著. --长春：  
吉林人民出版社, 2016.12

ISBN 978-7-206-13383-1

I. ①借… II. ①李… III. ①中小企业-民营企业-  
企业融资-研究-中国 IV. ①F279.243

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 309433 号

## 借力：企业破解困境的新金融思维

---

著 者：李明轩

责任编辑：郭 威

编 辑：杜 哲 刘 娜 黄 娜 晏 子

策 划：银川当代文学艺术中心图书编著中心

(<http://www.csw66.com>)

装帧设计：清 风

吉林人民出版社出版(长春市人民大街 7548 号 邮政编码：130022)

印 刷：长春市昌信电脑图文制作有限公司

开 本：710mm×1000mm 1/16

印 张：17.5 字数：250 千

标准书号：ISBN 978-7-206-13383-1

版 次：2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷

定 价：53.00 元

---

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。



# 目 录

|            |   |
|------------|---|
| 经典语录 ..... | 1 |
|------------|---|

## 前 篇

|                  |    |
|------------------|----|
| 何为借力 .....       | 1  |
| 借力能给我们带来什么 ..... | 2  |
| 一个关于借力的寓言 .....  | 5  |
| 企业当如何借力 .....    | 10 |

## 背景篇

|                      |    |
|----------------------|----|
| 第一章 中国经济增长乏力困局 ..... | 12 |
| 第一节 实体经济下滑 .....     | 12 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 第二节 地方债务危机 .....           | 13 |
| 第三节 中等收入陷阱 .....           | 14 |
| 第四节 金融系统波动 .....           | 15 |
| 第五节 中小企业退败 .....           | 17 |
| 第六节 美国的围剿和打压 .....         | 20 |
| <br>第二章 政府借力的认知与落地 .....   | 22 |
| 第一节 “一带一路”与亚投行 .....       | 22 |
| 一、“一带一路” .....             | 22 |
| 二、亚投行 .....                | 27 |
| 第二节 “互联网+”与中国制造 2025 ..... | 31 |
| 一、“互联网+” .....             | 32 |
| 二、中国制造 2025 .....          | 36 |
| 第三节 “PPP 融资”与自贸区建设 .....   | 39 |
| 一、“PPP 融资” .....           | 40 |
| 二、自贸区建设 .....              | 42 |
| 第四节 人民币“入篮”与利率市场化 .....    | 46 |
| 一、人民币“入篮” .....            | 46 |
| 二、利率市场化 .....              | 49 |
| 第五节 反腐与中国梦 .....           | 52 |
| 一、反腐败 .....                | 52 |
| 二、中国梦 .....                | 54 |
| 第六节 大众创业与万众创新 .....        | 56 |
| 一、新常态下的创业 .....            | 57 |
| 二、新常态下的创新 .....            | 58 |

三、大众创业、万众创新大势所趋 ..... 60

第三章 企业融资借力呼之欲出 ..... 61

第一节 企业融资难的源头 ..... 62

一、民营企业难以从金融机构获取贷款 ..... 62

二、贷款利率高,且数额少 ..... 63

第二节 企业融资难的出路 ..... 64

一、求变 ..... 64

二、求新 ..... 64

三、顺势 ..... 64

四、借力 ..... 65

第三节 新金融思维破土而出 ..... 65

一、未来企业家需要新观念 ..... 65

二、未来企业家呼唤新思维 ..... 66

三、未来企业家探寻新路径 ..... 67

## 思路篇

第四章 传统金融理论的误区 ..... 69

第一节 孤立地看问题 ..... 69

第二节 肤浅地看问题 ..... 70

第三节 重复地看问题 ..... 70

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第五章 从融资思路走向新金融思维 .....  | 71 |
| 第一节 走进大金融思维 .....       | 71 |
| 一、资源优化配置 .....          | 72 |
| 二、成本管理观念 .....          | 72 |
| 三、风险科学领导 .....          | 73 |
| 第二节 认识新金融思维 .....       | 73 |
| 第三节 体验新金融思维 .....       | 74 |
| 一、新金融思维是市场经济思维 .....    | 75 |
| 二、新金融思维是杠杆思维 .....      | 75 |
| 三、新金融思维是多赢思维 .....      | 76 |
| 第六章 从简单融资走向金融化运作 .....  | 76 |
| 第一节 产业链金融 .....         | 76 |
| 一、光大银行“链式快贷”模式 .....    | 77 |
| 二、八陆融通“产业链金融”模式 .....   | 78 |
| 三、民生银行“乳业产业链金融”模式 ..... | 79 |
| 四、银行合作模式 .....          | 79 |
| 第二节 互联网金融 .....         | 80 |
| 一、互联网金融价值取向 .....       | 80 |
| 二、互联网金融融资模式 .....       | 82 |
| 第三节 互联网供应链金融 .....      | 85 |
| 一、平台金融 .....            | 86 |
| 二、生态圈金融 .....           | 86 |
| 三、大数据金融 .....           | 87 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| <b>第七章 新金融思维助力企业融资</b> .....       | 88 |
| <b>第一节 树立新金融思维</b> .....           | 88 |
| 一、新金融思维,颠覆的思维方式 .....              | 89 |
| 二、新金融思维 = 伟大的价值创造力 .....           | 89 |
| 三、金融改革创新,为实体经济“撑腰” .....           | 90 |
| 四、鱼龙混杂,金融思维慧眼识珠 .....              | 91 |
| <b>第二节 金融社会已到来,你准备好迎接它了吗</b> ..... | 92 |
| 一、国有资产重组的星星之火 .....                | 94 |
| 二、缓解融资成本呈燎原之势 .....                | 96 |
| <b>第三节 如何培养金融思维</b> .....          | 97 |
| 一、了解 .....                         | 97 |
| 二、跟踪 .....                         | 97 |
| 三、思考 .....                         | 98 |
| 四、预测 .....                         | 98 |
| 五、实践 .....                         | 99 |

## 路 径 篇

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| <b>第八章 融资就是借力</b> .....  | 102 |
| <b>第一节 银行和民间借贷</b> ..... | 102 |
| 一、银行借贷 .....             | 103 |
| 二、民间借贷 .....             | 104 |
| <b>第二节 企业内部融资</b> .....  | 107 |
| <b>第三节 债券和股权融资</b> ..... | 110 |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| 一、债券融资 .....               | 110        |
| 二、股权融资 .....               | 112        |
| 第四节 上市融资 .....             | 113        |
| 第五节 企业融资模式创新 .....         | 115        |
| 一、创新路径 .....               | 115        |
| 二、政策支持 .....               | 116        |
| <b>第九章 借力资本市场 .....</b>    | <b>118</b> |
| 第一节 多层次的资本市场 .....         | 118        |
| 第二节 确立发展战略 .....           | 120        |
| 一、多元化的经营战略 .....           | 120        |
| 二、文化导向战略 .....             | 120        |
| 三、环境分析战略 .....             | 121        |
| 四、人才战略 .....               | 121        |
| 第三节 企业对接资本市场战略 .....       | 122        |
| 一、选择一个好的金融平台 .....         | 123        |
| 二、选择一家门当户对的推荐机构,合作共赢 ..... | 123        |
| 三、资本扩张,做大做强,走向上市 .....     | 123        |
| 第四节 完善公司治理结构 .....         | 123        |
| <b>第十章 借力政策 .....</b>      | <b>125</b> |
| 第一节 政策的解读 .....            | 125        |
| 一、国家加大对企业融资的政策支持 .....     | 125        |
| 二、国务院力促融资租赁发展 .....        | 127        |
| 三、借力多层次资本市场破融资难 .....      | 127        |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 四、政策暖风频吹融资租赁需借力“互联网+” ..... | 128 |
| 第二节 行业风口 .....              | 128 |
| 第三节 企业 PEST 分析 .....        | 129 |
| 一、宏观环境 .....                | 130 |
| 二、产业环境 .....                | 132 |
| 三、市场信号 .....                | 132 |
| 第十一章 借力员工——股权激励 .....       | 133 |
| 第一节 股权激励的必要性 .....          | 134 |
| 第二节 员工持股计划 .....            | 136 |
| 第三节 股权激励的关键点 .....          | 138 |
| 一、激励对象的确定 .....             | 138 |
| 二、激励形式的选择 .....             | 138 |
| 三、约束机制的建立 .....             | 139 |
| 四、激励力度的控制 .....             | 140 |
| 五、资金来源的筹谋 .....             | 140 |
| 六、推行时机的把握 .....             | 141 |
| 第十二章 借力经营 .....             | 141 |
| 第一节 借鸡生蛋——实施业务外包 .....      | 141 |
| 第二节 借脑取经——聘请行业专家 .....      | 143 |
| 第三节 与巨人同行——承接外包业务 .....     | 144 |
| 第四节 同舟共济——组建战略联盟 .....      | 144 |
| 第五节 复制成功——借鉴优秀企业的管理制度 ..... | 145 |

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 第十三章 借力营销 .....                    | 146 |
| 第一节 借助消费者的“嘴” .....                | 146 |
| 第二节 打造“能说话”产品 .....                | 148 |
| 第三节 “体验营销”与“病毒营销” .....            | 149 |
| 一、体验营销 .....                       | 149 |
| 二、病毒营销 .....                       | 154 |
| 第四节 如何让顾客实现从“诱惑”→“参与”→“分享”过程 ..... | 158 |
| 一、诱惑与促销 .....                      | 158 |
| 二、体验与参与 .....                      | 159 |
| 三、互动与分享 .....                      | 160 |
| 第五节 消费习惯培养,打造人际网络 .....            | 161 |
| 一、消费习惯培养 .....                     | 161 |
| 二、人际网络的构建 .....                    | 163 |
| 第十四章 借力同行 .....                    | 167 |
| 第一节 同行(xing) .....                 | 167 |
| 第二节 学习 .....                       | 169 |
| 第三节 协同 .....                       | 170 |
| 第四节 兼并 .....                       | 174 |
| 一、可供选择的兼并重组战略 .....                | 174 |
| 二、兼并重组战略实施中注意的问题 .....             | 175 |

## 谋 略 篇

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 第十五章 并购策略 .....          | 177 |
| 第一节 借力并购能给企业带来什么 .....   | 178 |
| 一、企业股权价值最大化 .....        | 179 |
| 二、企业经济效益最大化 .....        | 180 |
| 第二节 借力并购的作用 .....        | 183 |
| 一、转移控制权,调整企业经营战略 .....   | 183 |
| 二、投资见效快,增加市场份额 .....     | 184 |
| 三、易于进入新领域,克服行业进入壁垒 ..... | 187 |
| 第三节 借力并购,实现价值最大化 .....   | 188 |
| 一、制定成功的并购战略 .....        | 189 |
| 二、筛选和评估并购对象 .....        | 191 |
| 三、实施恰当的交易流程 .....        | 192 |
| 第四节 成功借力并购的基石 .....      | 195 |
| 一、合适的并购时机 .....          | 195 |
| 二、具备并购能力 .....           | 195 |
| 三、合理管理并购行为 .....         | 196 |
| 四、注重并购后的整合 .....         | 196 |
| 第十六章 上市策略 .....          | 200 |
| 第一节 借力上市能给企业带来什么 .....   | 200 |
| 一、资金与财富 .....            | 200 |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| 二、人才与机遇 .....                | 202        |
| 三、管理机制 .....                 | 202        |
| 四、广告效应 .....                 | 203        |
| 五、融资能力 .....                 | 203        |
| 六、政府支持 .....                 | 203        |
| 七、迅速做大 .....                 | 204        |
| <b>第二节 企业如何实现借力上市 .....</b>  | <b>204</b> |
| 一、心理准备 .....                 | 206        |
| 二、中介机构 .....                 | 207        |
| 三、上市定位 .....                 | 208        |
| 四、实务准备 .....                 | 208        |
| <b>第三节 企业成功借力上市的秘诀 .....</b> | <b>213</b> |
| 一、寻找最有把握的券商的秘诀 .....         | 213        |
| 二、顺利过会的秘诀 .....              | 214        |
| 三、成功投资拟上市公司的秘诀 .....         | 215        |
| <b>第四节 企业如何向海外借力上市 .....</b> | <b>217</b> |
| 一、借力海外上市的优势 .....            | 217        |
| 二、借力地点的选取 .....              | 219        |
| 三、上市方式的选择 .....              | 219        |
| 四、中介机构的选择 .....              | 221        |
| 五、上市准备 .....                 | 222        |
| <b>第十七章 股权策略 .....</b>       | <b>224</b> |
| <b>第一节 我们为什么强调股权 .....</b>   | <b>225</b> |
| 一、中国合伙人 .....                | 225        |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 二、企业低存活率与合伙人股权 .....  | 226 |
| 第二节 企业股权分配误区 .....    | 228 |
| 一、对早期的贵人涌泉相报 .....    | 229 |
| 二、让天使投资人轻易控股 .....    | 229 |
| 三、给兼职大牛不小的股份 .....    | 230 |
| 四、给早期骨干员工不少的股权 .....  | 231 |
| 第三节 股权设计的核心 .....     | 233 |
| 一、利润分配 .....          | 233 |
| 二、股权分配比例 .....        | 235 |
| 三、合伙人股权的进入和退出机制 ..... | 239 |
| 第四节 企业控股权 .....       | 244 |
| 一、股权层面的控制权 .....      | 245 |
| 二、日常经营的控制权 .....      | 249 |

## 实 战 篇

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第十八章 “阿里 + 苏宁”联合借力补短板 ..... | 253 |
| 第一节 阿里的短板 .....             | 253 |
| 第二节 阿里与苏宁的联手 .....          | 256 |
| 一、借力联合发展是一种集体思维 .....       | 256 |
| 二、借力发展是新时代的新竞争法则 .....      | 257 |
| 第十九章 中南房地产借壳上市行融资之道 .....   | 258 |
| 第一节 借壳上市是中南房地产的上市捷径选择 ..... | 259 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 一、房地产 IPO 受阻 .....      | 259 |
| 二、房地产企业上市方案的借鉴 .....    | 260 |
| 三、借壳上市方式下中南房地产的优势 ..... | 260 |
| 第二节 中南房地产借壳上市的运作 .....  | 260 |
| 一、交易价款支付灵活 .....        | 260 |
| 二、魔术资本运作实现双赢 .....      | 261 |
| 三、“净壳”转让加速重组进程 .....    | 261 |
| 第三节 借壳上市的魅力展现 .....     | 262 |
| 一、取得政府支持有利于解决难题 .....   | 262 |
| 二、把握壳公司的核心问题 .....      | 262 |
| 三、选择适当时机规避政策风险 .....    | 263 |

# 前 篇

## 何为借力

“好风凭借力，送我上青云。”——曹雪芹《红楼梦》

柳絮借助风的力量能够青云直上。同样，在当今多元化的社会，企业仅仅依靠自己的力量很难获取成功，必须依靠外力，比如：政策、银行、学校、互联网等。在关系网中，“借”是核心，把握了“借力”这一核心，就把握了关系网的精髓，就有可能通过借力，完成从没钱、没背景、没经验向有钱、有背景、有经验的成功转化。

古之“借风腾云”“借尸还魂”“借腹怀胎”“借名钓利”“借力打力”“借鸡生蛋”，无不是讲究一个“借”字，讲究借助外部力量而求得发展。帆船出海、风筝上天，无不是“好风凭借力，送我上青云”。而人的成功，也需要借力。

一个人大部分的成就总是承蒙他人之赐。他人常在无形之中将希望、鼓励、辅助投入我们的生命中，从而激活了精神世界，常使我们的各种能力趋于锐利。

生命的生长，需要依靠心灵从四处吸收营养。而这种营养，官能的感觉是不能觉察、不能测量的。从耳目中吸收进“力量”，而这种力量的吸收不是取决于我们的视觉和听觉神经。一个成功人士，肯定有着良好的人际关系。一个成功人士的背后，肯定有着发达的关系网。

所以，一个人力量有多大，不在于他能举起多重的石头，而在于他能获得多

少人的帮助。一幅名画中最伟大的东西,不在于画布上的色彩、影子或格式,而是在这一切背后的画家的人格中——那黏着在他的生命中,那为他们所传袭、所经历的一切的总和所构成的一种伟大的力量!

钢铁大王卡内基曾经亲自预先写好自己的墓志铭:“长眠于此地的人懂得在他的事业过程中启用比他自己更优秀的人。”

做企业和做人是一样的。成功的企业在于能够敏锐地捕捉到市场的变化,利用变化,借助一切可以调动的资源,最后成长为优秀和伟大的企业。

## 借力能给我们带来什么

俗话说得好:借力发力不费力。懂得借力发力的人,就能够以小博大、以弱胜强、以柔克刚,就能够四两拨千斤。每个人都有自己的优缺点,没有人可以独步天下。当凭借自己的力量没有办法实现自己的目标时,设法去找到可以帮助自己的人,让别人的智慧取代自己的愚笨或者借助别人的资源,团队资源。

借力能给我们带来什么?三个故事告诉你。

### 一、诸葛亮“借箭”

三国时候的诸葛亮是“借力”用得最好的人之一。有一天,周瑜对诸葛亮说:“你10天之内,给我打造10万支箭来。”诸葛亮听后言道:“曹操大军即日将至,若候十日,必误大事。”说完,不等周瑜答话。又道,“只需三天的时间,就可以办完复命。”周瑜一听大喜,当即与诸葛亮立下了军令状。在周瑜看来,诸葛亮无论如何也不可能三天之内造出十万支箭,因此,诸葛亮必死无疑。

在周瑜看来,这是根本不可能完成的任务,诸葛亮还是满口答应。为什么?打造不出可以借嘛!他跟曹操说“我想杀你,借我10万支箭好吗?”你肯定会说曹操除非脑子进水了才会答应。