

创业三部曲

晓非 张延 马津京 著

北京经济学院出版社

1988年·北京

《企业家丛书》编辑委员会

主 编 李盛平

副主编 贾 湛

编 委 丁 力 王 伟 王 凯
王 洁 刘晓兴 张家慈
杨河清 黄 冶 彭剑锋
薛 捷

Chuangye Sanbuqu

创 业 三 部 曲

晓非 张延·马津京 著

北京经济学院出版社出版

(北京市朝阳区红庙)

北京经济学院出版社永乐印刷厂印刷

新华书店发行

787×1092毫米 32开本 4.9印张 110千字

1988年6月第1版 1988年6月第1版第1次印刷

印数: 00001—10200

ISBN7-5638-0008-5/F·8

定价: 1.60元

目 录

准 备 篇

第一章 白手起家	(3)
信念是创业之本.....	(3)
门外汉的困惑.....	(4)
心理突破口.....	(6)
跨越极限.....	(8)
第二章 力量积蓄	(11)
新奇的创造力.....	(11)
成功的经营管理者.....	(14)
知识力量.....	(18)
经验法宝.....	(21)
效率守则.....	(22)
有备无患.....	(25)
内聚力.....	(27)

筹 划 篇

第三章 目标选择	(31)
辨明方向.....	(31)
选择职业.....	(33)
把握机会.....	(37)

扬长避短·····	(42)
第四章 经营计划 ·····	(46)
目标厘订·····	(46)
计划要领·····	(48)
计划组织原则·····	(52)
第五章 未雨绸缪 ·····	(56)
开业地点·····	(56)
登记申请·····	(58)
规矩与方圆·····	(61)
知人善任·····	(64)
热身运动·····	(69)
第六章 资金筹措 ·····	(73)
巧妇难为无米炊·····	(73)
财产利用法·····	(74)
筹集社会闲散资金·····	(76)
无本也有钱·····	(79)

经 营 篇

第七章 运筹帷幄 ·····	(85)
信誉第一·····	(85)
推销技巧·····	(90)
广告妙用·····	(94)
信息收集·····	(96)
竞争有术·····	(100)
第八章 财务调度 ·····	(106)
财务管理·····	(106)
结算分析·····	(108)

资金周转.....	(109)
管理费用“苗条化”.....	(111)
效益预测.....	(112)
第九章 走向未来	(115)
一步一个台阶.....	(115)
马不停蹄.....	(118)
投资法则.....	(120)
勤俭持家.....	(123)
千里之行始于足下.....	(125)
附录一 怎样办理经营手续.....	(127)
附录二 怎样解决经济合同纠纷.....	(136)
附录三 创办企业的有关法规、规章、条例.....	(143)

准 备 篇

第一章 白手起家

信念是创业之本

在改革的时代，想获得成就就必须去开拓。“开拓者精神”已成为开拓现代文明的必备条件。这种精神也是时代的精神，新经营者的精神。

树木，如果没有根就不能存活；人也如此。坚定的信念就是他的生命之根。信念是新经营者创立事业之本。

江苏省的王凤章，有着坚定的信念。他饲养了奶牛，承包了池塘，一年向上海、南通、徐州等地输送鲜牛奶五万七千斤、鲜鱼三千斤、鸭蛋十二万斤。他冲向了城市。

浙江省的仇存兴夫妇，有着坚定的信念。他们千里迢迢来到青海省西宁市办眼镜店，仅一年，店中就有了四、五万元的周转金。他们冲向了中国的“西部”。

山东省的赵安熙，有着坚定的信念。他承包了一个石墨矿，一年下来，全矿石墨产量达到1,000吨，出口石墨950吨，销往日本、英国、联邦德国等国家和地区。他们冲向了国际市场。

创业的动机是多样的。但是，不论什么样的动机，唯有不退缩的信念才是最重要的。信念是创业的原动力，信念往往会产生金石为开的效果。

那么，什么是信念呢？

信念就是由自我暗示不断刺激潜在意识而形成的提醒、促进行为的精神状态。人的信念会受到积极或消极的自我暗示的影响。它好比一粒种子埋在人们思想的肥田沃土中，在那里生根、发芽、结果。

假如，你想建立起积极的信念，你自己首先要相信，信念的作用是有限的。

信念是生命和力量。

信念是奇迹。

信念是创立事业之本。

门外汉的困惑

创业的人有两类。一类是在现营事业的基础上加以发展的人，他们是内行，门内汉；另一类是转换方向，步入新的领域去开创的人，他们是外行，门外汉。对于创办新的事业，门内汉和门外汉没有多大差异：他们面临相同的经济环境、相同的生存竞争和相同的事业风险。

一、门外汉比门内汉富于魄力

内行人大都久经风霜，是坎坷中的过来人。他们身上的“棱角”趋于平滑，在心理上染有“动脉硬化症”；在行动上瞻前顾后，小心翼翼。外行人却不受陈规旧俗所束，敢想敢干，目光敏锐，毫无顾忌。在创业时期，这股勇气、闯劲和气势往往能够奏效。

上海建中复印工业公司在五年前还是十几个生产组的“结合体”。一年前，他们力排众议，大胆从英、美、日等国引进复印机22台，专门从事静电复印、制版胶印等业务。而今，年利润达470余万元，雄居全国现代复印业之首。

二、门外汉比门内汉富于创新

任何事业的成败有赖于这个事业能否生产和提供消费者不断渴望的新产品和服务。内行人往往拘泥于旧俗而墨守陈规。外行人却因为自己是外行，对以前订的一系列经营方略持新鲜感，嗅觉灵敏，乐于接受和追求新的感受和新的观念。

国外一家服饰店的经营思想是求新。为此，该店专售青年人喜爱的纪念卡。这种纪念卡上附有一朵人造花，别具特色，遂成为俏货。其销路之好就连全国各地的超级市场也有她的产品。可见，寻求新创意，推出新产品，就可以胜人一筹。

三、门外汉与门内汉具有同等机会

对于新事业的创办，内行人和外行人面临相似的问题。诸如资金、材料、技术、经验、市场和销售渠道等等，只是程度不同罢了。可以说他们是在同一条起跑线上，关键是看谁第一个听到发令枪声，并迅速行动。

电话是现代社会最普遍的通讯设施。然而，国外一所大学的电话服务社却从中看到了机会。只要你打个电话，就会有一位以H先生为名的，心地善良、博学多闻的教授来解答疑难。这使中学生们趋之若狂。他们在电话里尽情地倾诉内心的秘密和困扰。当然，这种服务是收费的，先交一笔会费方能得到那个神秘的电话号码。

总之，有抱负、有胆识、有能力的人都有机会。而一直被不可预知的未来困惑、犹豫不决的人，将永远得不到创业的通行证。门外汉只要将自己特有的风格——胆量、谦逊和创新巧妙地运用，就会有美好的前途。

心理突破口

面对下列问题，你将如何答复呢？

1. 你的目的是否明确，你确实明了自己需要什么吗？
2. 你是否有追求目标的欲望，这种欲望格外强烈吗？
3. 为了达到和完成自己的目标与计划，你是否有足够的意志和力量？
4. 你是否完全信赖自己？

如果你的答复是肯定的，那么你得了满分，并能勇敢地面对现实，接受挑战。如果你的答复是否定或含糊的，那么，下文所述会有助于你克服动摇，增强自信心。

一、心理突破带来的曙光

有许多人很幸运地拥有了成功的突破口。的确，这是值得庆贺的。然而，成功是不会自动送上门来，一切操之于己。只有突破心理屏障，幸运女神才会光临。

一百年前，在骇人的芝加哥大火后的某天，有一群商人凝视着已化为废墟的商店街，商议是在原地重振旧业，还是迁往其他都市。除一人外，大家都决定离开芝加哥。那位执意留下的人指着一堆灰烬叫道，各位！不论今后再发生几次大火，我一定要在此建立起世界上最大的商店。这个商店终于矗立起来了。商店的主人是马歇尔·菲络特。在火灾浩劫后，马歇尔可以和其他人一样迁往别处。但是，“只准成功不准退却”的决心，使他超越了一般人的心理界限，并最终获得成功。

当美国悲喜剧演员W·C·费尔芝身无分文，没有工作，且年过六旬时，人们都认为她已经属于过时的人了。但是，

费尔芝仍热衷于重返舞台。她对自己提出“只问工作，不问报酬”的要求，希望在电影方面发展。可是，命运好象故意捉弄她，她的脖子竟患了病。假若是一般人，一定会借此调转生活的风帆。但费尔芝是位具有毅力和信念的坚强女性。她确信：不论做任何事，只要努力，一定会找到突破口；要战胜困境，首先要战胜自己。她终于获得了成功，再度出现在艺术舞台上。

二、树立自我形象

很多人对自己缺乏认识。其实，每个人身上都蕴藏着可贵的潜力，足以创造出巨大的价值。在成功的道路上，“自我形象”常常成了绊脚石。

心理学家们认为：一个人外部行为所表现的是其内心的自我形象。如果心中认为做不到，则不会去身体力行，对现状放任、迁就；如果心中认为做得到，则会努力创造条件，对现状加以改善。

日本一位30岁的职工，偶然翻阅了一些有关创造自我新形象的心理学术籍，很受启发。多年来，他一向认为自己只适合做些沉闷、单调的工作。一旦受了心理学的引导，恍然大悟，方明白自己的才能绝非只是目前这个样子。他渐渐发现自己的特长是善于交谈，并倍受他人的信任。他根据这一特长改做房地产经纪人。事实证明他对新工作更为胜任。他的成功，是在心理上树立新的自我形象的结果。

的确，一个人往往有许多潜在能力未被发掘，只要在心理上消除妄自菲薄的阴影，就会产生更上一层楼的动力。

要树立新的自我形象，你不妨试试：

1. 分析自己是否拥有被埋没的才能，这些才能可以把您引向成功的事业。

2. 列出几项你能做好的事情，如与人交谈、管理能力、计划能力、组织能力等等。将此特长逐一记下。

3. 每天用十分钟设想如何运用自己的特长。

4. 与鼓励你实现计划和目的的人交朋友。

5. 不畏惧他人的讥讽、非难和打击。

6. 不抱怨、不推诿，培养和现实作斗争的习惯。

这样，你就可以获得心理上的突破，汲取力量，克服困难，你就可以支配自己的命运，稳操创业的特许入场券。

跨越极限

人类的很多活动都有一定的极限。例如不少人曾断言：人类跳高的最高极限是3米；人类百米赛跑的最快极限是7秒……那么，创业是否有极限呢？

一、年龄不是成功的关键

据国外大量事例统计表明：30岁至40岁之间的创业者成功率最高。因为，处于这一年龄组的人，在生理和心理上业已成熟，他们富有经验和干劲，具备良好的创业“生理条件”。但是，步入创业成功之途并不是30至40岁的人的专利。无论30岁以前者还是40岁以后者，同样存在极多的成功机会。事实上，国内外二十几岁便获成功的新经营者很多。他们身上没有沉重的生活压力和心理负担。因此，他们相对处于其他年龄组的人们有更充裕的时间和更良好的奋斗条件。

台湾有位20岁的青年，听说了一个因同名而误传名片的笑话。这虽是饭后闲谈，却引出了他的设想：何不把当事人的照片印在名片上呢。于是，他筹资办了一家名片公司。经过试销，这种有照片的名片很受欢迎。

这位年轻人取得的成功，是设想的胜利。但是，把设想转化为行动仍有一个艰难的过程。很多人即便有绝妙的设想，但一想到资金、能力、风险等问题时，便望而生畏，不敢尝试。这显示了年轻人很少“包袱”的优势。他们敢想敢干，敢作敢为，失败了大不了从头开始，几年后还可以东山再起。年轻人的这种激情正是创业成功的强心剂。

当然，年轻人的观察能力、分析能力较差，不能透视未来的远景，创业失败的例子也不少。美国苹果电脑公司原董事长史蒂文·乔布斯，在年仅20岁时，依靠他“善于洞察市场趋势和擅长利用新闻媒介塑造产品形象的能力”，创建了苹果电脑公司，跻身于美国富翁之列。但10年后，由于他过度自信、自傲和冷漠，以及专业管理知识不足，被迫辞去了董事长的职务。

任何年龄的人都有成功和失败两种可能性，关键是你能否正确评价、利用自己年龄上的优势。如下表所示。如果你在20岁时有创业机会，就不必等待；如果你在40岁有创业条件，也不能放弃。年龄不是成功的关键。

年 龄 组	心 理 特 征
20~30岁	敏捷、热情、急躁、轻浮
30~40岁	坚毅、机智、活跃、深情
40岁以上	沉着、自制、自信、迟纯

二、身残志不残

创业不是唯四肢健全、五官端正的人才能实现的梦想。即便身体有某些残病，也可以实现这种愿望。

小王自幼双目失明。她在盲哑学校毕业后，又到一所盲

人学校的按摩科进修，学习针灸和按摩。两年后，她开始挂牌营业。由于她工作认真，态度和蔼，经验和技艺一天比一天长进，名声不胫而走，很多人慕名而来。

40多岁的大苏不幸患了肝炎，在家卧床半年，领取60%的工资。一天，他偶尔从报上看到一条生菜汁可以治百病的消息，就依法试了试。这种生菜汁是把一定比例的特殊蔬菜绞碎，加水后饮用。大苏喝后病情渐有好转。经过长期饮用，肝病不治而愈，他爱人的肾病也因服用这种生菜汁而痊愈。于是，大苏开了一家生菜汁饮食店，生意十分兴旺。大苏不仅偿还了养病期间的借款，还开始有了积蓄。

由此可见，不论年近年少，是男是女，身强身弱，都会有创业的机会。智慧是最高的才能，毅力是最大的资本，它们将赋予你飞越极限的双翅。

第二章 力量积蓄

新奇的创造力

在一定意义上说，人类的历史也是人类创造力无穷发展的历史。人类依靠自己的创造力，征服高山，征服海洋，征服太空……即使在今天的“电子时代”，电子计算机有着人类无法比拟的“记忆力”，但仍无法取代人类那新奇的创造力。难怪人们常说，创造力是无穷的。

事实正是如此，很多人凭借自己非凡的创造力，一跃而成为令人刮目相看的新经营者。

意大利的皮鞋大王费拉加莫正是如此。费拉加莫原是那不勒斯附近一座小乡村中的农夫子弟。他16岁时，千里迢迢跑到美国经营皮鞋生意。费拉加莫为人精明，富于创造性。他大胆采用各种稀奇古怪的材料做鞋，如椰子纤维、蜗牛壳、真丝、袋鼠皮、海藻，甚至糖果盒纸。特别是他的两项创造发明为其敲开了成功大门。其一，他发明了楔型女式平底鞋跟。这种鞋比完全平底的鞋子漂亮、潇洒，又比半跟鞋舒适。现在，全世界的妇女几乎都在享受他的成果。其二，他发明了透明塑胶细跟高跟鞋。这种鞋跟很尖，细如针头，所以又称隐形跟，也曾时兴过一阵。费拉加莫制造的鞋子不仅为广大普通消费者所欢迎，就连美国电影明星嘉宝、英国伊丽莎白女王二世的足下之物也是出自于他手。真是一分创造，几分

收获。

那么，怎样才能获得有助于创业的创造力呢？

一、富于想象

人的想象力是在现实基础上的再创造。这种再创造借助大脑对那些已知的事物、概念等进行加工、整理和推断，努力去发现新事物、新概念。

仍以鞋子为例。据说，英国和美国有两家鞋厂都试图在太平洋上的一座岛屿开辟新市场。于是，各自向该岛派去一名推销员做实地调查。这两位推销员到达后的第二天，各自向本厂拍回一封电报。

英国推销员的电报称：本岛无人穿鞋，我于明日乘普班飞机返回。

美国推销员的电报却称：好极了，该岛无人穿鞋，是一个潜力很大的市场，我将驻在此地。

面对同样的现实，两位推销员却作出截然不同的判断。那位英国推销员墨守陈规，认为不穿鞋的人永远不会买鞋，结果使本厂坐失良机。而那位美国推销员思路敏捷，富于想象：不穿鞋的人可以改变习惯，爱穿鞋，爱买鞋。所以，他决意留在该岛开拓局面。结果，该厂的销售量当年增长了17%。

二、大胆幻想

幻想可以说是想象的升华，它仿佛云彩一样变幻莫测、不可捉摸。然而，它能够摆脱现实的束缚去塑造未来。虽然幻想近似于神话，完全是抽象的，没有骨架的，不能呈现出一个具体形象；但大胆的幻想能够使你的想象力活泼丰富，为你织出一幅崭新的图画。

18世纪50年代，美国宾夕法尼亚州泰特斯维尔的一个小