



谢作渺
朱晋晶
褚萍
编著

零起点 个人投资理财丛书

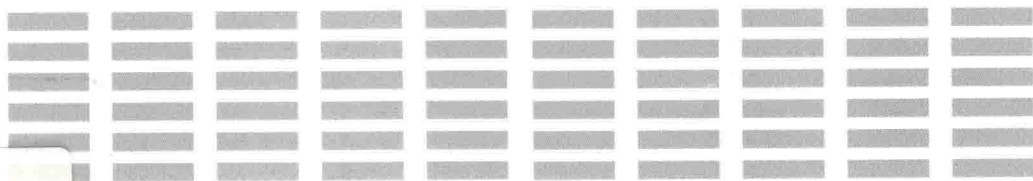


零起点 创业投资

第2版

改变你人生的一项事业

创业从 **零** 开始



清华大学出版社

零起点个人投资理财丛书

零起点 创业投资

第2版

谢作渺 朱晋晶 褚萍 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

每一个人一生都有一个伟大的梦想,你的最大梦想肯定不是每天睡觉睡到自然醒,而是有一天,可以数钱数到手抽筋。那如何实现这一梦想呢?年轻人可以通过创业来完成这一人生梦想。但创业谈何容易,白手起家,从哪里入手呢?本书会告诉你哪里最容易发现创业机会。当然,一个很好的商业模式和一项伟大的创新活动都会给你带来巨大的财富,但问题是如何才能有一个很好的可实现的 idea?本书会教你获取一个很棒的创意的一些思考方式,这些原理和思考都会给你带来很大思想共鸣和启迪,让你插上创业的翅膀,展翅飞翔。是你在创业过程中最值得一看的必备书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

零起点创业投资/谢作渺,朱晋晶,褚萍编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2016
(零起点个人投资理财丛书)

ISBN 978-7-302-44927-0

I. ①零… II. ①谢… ②朱… ③褚… III. ①创业投资—基本知识 IV. ①F830.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 213204 号

责任编辑:李春明

封面设计:常雪影

责任校对:王 晖

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印装者:三河市吉祥印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:169mm×230mm 印 张:18.5 字 数:354 千字

版 次:2008 年 2 月第 1 版 2016 年 9 月第 2 版 印 次:2016 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:45.00 元

产品编号:066619-01

前言

当我还是学生的时候，随导师一起调研过多家企业，其中的一家就是闻名遐迩的娃哈哈集团。我们有幸拜见了这家成功企业的创业者和守业者宗庆后先生，他的侃侃而谈和诙谐幽默给我留下了深刻印象。我们问宗先生：“您接下来的人生梦想是什么？”我想他一定会开始描绘他的宏伟蓝图，但万万没想到他突然蹦出这么一句话来，“只要有一天我能‘睡觉睡到自然醒’，我的人生梦想就实现了”。他这句半开玩笑的话把我们每一个人都逗乐了。这句话的背后折射出成功人士为事业忙碌奔波的成长轨迹。

对我们这些有足够时间可以睡觉的学生来说，睡觉睡到自然醒没什么好羡慕的，我们仰慕的是那些创业英雄和成功人士。我说：“在我的心底里也存着一个憧憬多年的人生梦想，那就是，只要有一天我能数钱数到手抽筋，我的人生梦想也就实现了。”大家哈哈大笑起来，并向我投以诧异的目光，顿时我脸上发热，愣住了。

不管怎样，我想还是会有很多人和我一样有着这样的梦想，经常会为此做白日梦，走路吃饭的时候也会痴痴地想，常常想得手脚发麻，并往往伴有发呆走神之症状，就是为了实现“数钱数到手抽筋”这个梦想。要想实现这个梦想，对一个身无分文、涉世甚浅的人来说，创业恐怕是最好的也是最快的路子。可是问题就出在我没钱怎能创业？没有钱还能通过创业来赚钱吗？我写这本书的目的就是要告诉大家，没钱要创业，要赚更多的钱，最关键的突破口在于如何寻找创业机会。寻找和发现创业机会是成功的第一步。为此，我把它放在全书的最前端。

我曾经把要写一本关于创业类书的念头告诉我的温州朋友。我说我要把温州人的创业风采描绘下来，把他们的创业历程总结出来，让大家借鉴，可立刻遭到朋友的反对。他说创业有什么好写的？不就是摆个小摊做小贩什么的吗，赚钱也是最简单不过的事了。“赚钱是最简单不过的事情”，是真的吗？我开始竖起我的耳朵仔细聆听。看我这个样子，他就开始喋喋不休起来。他说创业似乎是天生的，不需要学的。如果你真不会，我告诉你一招，从做豆腐开始就可以了，做豆腐虽然简单，却是一项最好的创业，赚钱也立竿见影。“你要知道，”他继续往下说，“把豆腐做薄了就是豆腐皮，做硬了就是豆腐干，做稀了就是豆腐脑，加点水就是豆浆，加点盐就是豆腐乳，加点石膏粉就是豆腐花，做了卖不掉还可以卖臭豆腐，这样的生意哪儿有不赚钱的。”

我一听温州人就是不一样，这就更激发了我要写成这本书的愿望。

创业不是凭空想出来的，首先你得要有一个好的创业理念，没有一个很好的创业理念，怎么能赚到钱？即使赚到了也可能只是一时的运气，难以持续。什么是理念？就是每个人脑海中存在的看法。不同的人有不同的理念，有的人尤其是做生意的老板打死也不买“本田”牌的车，他说“本田本田”把“本”都“填”进去了，那我还有什么生意好做的。我听完后就愣了，老板不买了，像我这样穷得叮当响的人又买不起，那本田车怎么办？好不容易成就一个名牌，总不能废了重新塑造吧，想来想去，觉得本田车不该只叫本田，应该把产地再放进来，叫“广州本田”，或简称“广本”。这下把很多老板乐坏了，“光本”，不用掏一分钱也能做生意，太好了，一高兴，迫不及待地就从口袋里掏钱，一摞一摞地往广本公司塞，广州本田还怕车子卖不出去吗？

均瑶集团可谓发展神速，虽然前任董事长王均瑶英年早逝留下很多遗憾，但现任董事长，他的同胞弟弟王均金依然把集团运作得有声有色。他父母之所以把他们两兄弟取名均瑶和均金，大概其本意就是，摇一摇，金子掉下来，摇一摇，金子掉下来，掉得满地都是金子。现在的均瑶集团早已圆了他父母的梦想。

一个新奇的创业理念可以成就一个人伟大的一生，甚至会让一个濒临破产的企业迎来二次创业机会，飞黄腾达。欧洲有一个没有名气的啤酒商，在世界杯足球赛期间，推出一种让所有足球粉丝爱不释手的啤酒瓶，他的创意就是改变啤酒瓶的形状，使它变成黑白相间貌似有柄的足球。这种类似足球形状的啤酒瓶让球迷们爱得发狂。世界杯期间，在欧洲的电视机前，几乎无一例外的足球粉丝一边观看足球赛，一边手拿“足球啤”，品足球啤看足球赛。赛场高潮来临时，粉丝们举起手中的“足球”高呼。从此以后，该啤酒商名声大噪，销量节节攀升。

当你把握机会，又有了不错的创意时，你的创业已经成功了一半，剩下来的一半就是运作好你的项目。这里当然有很多技巧和策略，本书的后面一些章节将围绕创业的方方面面进行展开。本书是适合初次创业者的普及性读物，将理论融于实践中。如在创业理论中就有机会学派，但本书是把机会学派的一些观点提炼出来，融入实践中，成就我们成为实践的操盘手的想法。当你读完这本书的时候，我们期待着，创业就在你身边。

我们力求把这本书写得完美，但由于水平有限和时间仓促，书中肯定有很多不足之处，希望广大读者批评指正。

编者

目 录

第一章 如何发现创业机会	1
第一节 到有鱼的地方去钓鱼	4
第二节 抓住别人看不见的商机	8
第三节 与市场亲密接触	16
一、与消费者的接触	16
二、与分销商的接触	17
三、与厂商的接触	18
四、与政府人员的接触	18
第四节 发现你身边的机会	19
一、未被覆盖的空隙里就蕴藏着机会	19
二、市场发生改变的地方就有机会	22
三、政策嗅觉中发现商机	25
四、资源稀缺蕴藏着市场机会	26
五、产品或技术创新带来的机会	26
第五节 不做没有把握的事	27
造富神话：温州人的生意经	33
第二章 创意是成功创业的开始	37
第一节 创业冲动	38
第二节 追求成功的强烈欲望	48
第三节 不断刷新你的创意	54
第四节 创意来源于学习和思考	60
第五节 如何找到创新点	64
造富神话：李泽楷的第一桶金	69
第三章 创新是成功创业的灵魂	79
第一节 创新带来的财富效应	80

第二节 互联网+商业模式创新的原理及应用	83
第三节 如何进行创新性思考	91
一、优化价值链	92
二、整合碎片化社会资源	93
三、反向思考问题	94
四、交叉思考问题	96
五、跨界思考问题	98
第四节 创新模式的选择	99
一、产品创新	100
二、技术创新	101
三、商业模式创新	101
造富神话: E 代驾的商业模式	106
第四章 如何找到创业资金	109
第一节 不可缺少的第一步: 让人心动的商业计划书	110
一、写好商业计划书的基本要求	112
二、写好商业计划书的技巧	115
三、商业计划书的基本框架	116
第二节 筹措资金的渠道	118
一、融资方式	119
二、项目融资关注的焦点	125
第三节 与投资者对话	128
第四节 谈判不能自我陶醉, 要察言观色	131
第五节 借鸡生蛋	137
造富神话: 揭开黄光裕的致富之谜	139
第五章 创业途径与方式	143
第一节 成功创业的特质	144
一、创业者要具有一定的专业知识和技能	145
二、创业者要具有对事业执着追求的精神	146
三、创业者要具备一定的管理能力	149
四、创业者要具有长远的目光	149
五、创业者要讲求诚信	150

第二节 你适合在哪一行创业.....	154
第三节 从小事做起.....	158
第四节 创业模式的选择.....	167
一、创业模式一——网络创业.....	169
二、创业模式二——加盟创业.....	170
三、创业模式三——兼职创业.....	170
四、创业模式四——团队创业.....	170
五、创业模式五——大赛创业.....	171
六、创业模式六——概念创业.....	171
七、创业模式七——内部创业.....	172
第五节 如何让你的公司在短期内启动.....	172
一、公司启动前的准备.....	173
二、公司启动的捷径.....	176
造富神话：刘氏兄弟的创业历程.....	177
第六章 如何建立和经营你的创业团队.....	187
第一节 选择你的合作伙伴.....	188
第二节 建立信赖/信任的团队关系.....	194
第三节 打造团队精神.....	198
第四节 分享与分担.....	205
第五节 建立人脉技巧.....	209
一、人脉布建的阻力.....	209
二、建立人脉的简易行动方案.....	210
第六节 学会沟通技巧.....	214
一、造成沟通障碍的原因.....	215
二、沟通的技巧.....	216
造富神话：释永信——“少林 CEO”经营之道.....	218
第七章 如何化解创业风险.....	225
第一节 判断创业企业成功的标准.....	226
第二节 充分了解相关的法律知识 和优惠政策.....	229
第三节 合理避税的技巧.....	233
第四节 经常光顾你的财务.....	236

第五节 创业中所要处理的各种关系.....	240
一、创业企业要处理好企业与公众的关系.....	240
二、创业企业要和政府建立良好的关系.....	241
三、企业要和媒体建立良好的关系.....	241
四、创业企业要 and 经销商建立良好的关系.....	242
五、创业者要和竞争对手建立良好的关系.....	243
第六节 对创业中出现的风险的防范.....	244
造富神话: 索尼总裁不平凡的创业故事.....	249
第八章 如何经营你的创业项目.....	253
第一节 用心经营你的创业项目.....	254
一、要重视产品“独特卖点”(USP).....	254
二、实行创意经营.....	255
第二节 如何让你的生意比别人旺.....	262
一、了解顾客的需求.....	262
二、用引人瞩目的产品吸引顾客的眼球.....	262
三、为顾客提供满意的服务.....	263
四、让顾客为你免费做广告.....	264
五、了解你的竞争对手.....	265
六、适应变化, 不断创新.....	265
第三节 妙用多种经营技巧.....	266
一、巧妙利用顾客的好奇心理.....	266
二、巧妙运用折扣策略.....	267
三、巧妙使用广告技巧.....	268
四、巧妙抓住细节促销.....	269
第四节 认识创业道路的艰辛曲折.....	272
第五节 记住: 坚持不懈是成功的秘诀.....	277
造富神话: 鲁冠球的万向之路.....	281

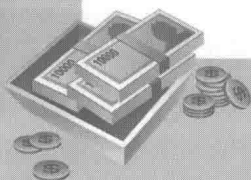


第一章

如何发现创业机会

本章要点

- ◆ 到有鱼的地方去钓鱼
- ◆ 抓住别人看不见的商机
- ◆ 与市场亲密接触
- ◆ 发现你身边的机会
- ◆ 不做没有把握的事
- ◆ 造富神话：温州人的生意经



创业，我们这个年代无数人朝圣般追逐的一个梦想。比尔·盖茨、李嘉诚等世界闻名巨富传奇般的创业史以及生活中发生在我们身边的一个个鲜活的成功案例，无疑是当代创业大军“浴血奋战”、努力打拼、希望在商场上占据一席之地的原动力。

那么，到底什么是创业？

有人说，创业是在没有答案的前提下，出发去寻找答案。

也有人说，创业其实很简单，它就是一个方向，一条道路，一种底气。

还有人说，创业就像《圣经》中的亚伯拉罕，带领着他的子孙来到迦南(如今的巴勒斯坦和以色列地区)，把自己交付给未来和未知，始终忠于自己的信仰，去寻找和建设自己的新家园。

然而，商人们则习惯用更加贴近市场的语言来描述创业。在他们眼中，创业就是发现市场需求，寻找市场机会，并通过投资、经营、管理等活动来获得利润，满足市场需求。

.....

无疑，创业的首要前提就是能够发现市场需求，并把握住因这种需求而产生的稍纵即逝的市场机会。寻找机会、发现机会，是成功创业的起点。

我们经常在生活中听到身边一些想创业的家人或朋友不停地抱怨：

“唉，我的运气太差了，总是碰不上好的机会”；

“我当时怎么就没有想到，看人家小李现在天天开着‘大奔’，风光无限啊”；

“我当时要是早点儿下海就好了，现在做什么都难了”。

.....

以上这些牢骚说明，他们还不明白什么是创业，还不具备创业所必需的基本素质。罗曼·罗兰曾说过，世界上不是缺少美，而是缺少发现。其实，在我们生活的这个世界上创业机会无处不在，关键在于你能不能在纷繁复杂、纵横交错的环境中发现它。

李维·施特劳斯开创李维斯服饰

美国人李维·施特劳斯(Levi Strauss)是世界著名服饰品牌李维斯的创始人。1847年从德国移民至美国纽约。1853年，正值加州淘金热，这个机灵的犹太人随着疯狂的人们前往旧金山。

在路上，一日，他突然发现有一条大河挡住了他西去的路。苦等数日，被阻隔的行人越来越多，但都无法过河。于是陆续有人向上游、下游绕道而行，也有人打道回府，但更多的则是怨声一片。而心情慢慢平静下来的施特劳斯想起了曾有人传授给他的一个“思考制胜”的法宝，是一段话：“太棒了，这样的事情竟然发生在我的身上，

又给了我一个成长的机会。凡事的发生必有其因果，必有助于我。”于是他来到大河边，“非常兴奋”地不断重复地对自己说：“太棒了，大河居然挡住我的去路，又给我一次成长的机会，凡事的发生必有其因果，必有助于我。”果然，他真的有了一个绝妙的创业主意——摆渡。没有人吝啬一点小钱坐他的渡船过河，迅速地，他人生的第一笔财富居然因大河挡道而获得。

一段时间后，摆渡生意开始清淡。他决定放弃，并继续前往西部淘金。来到西部，到处是人，他找到一块儿合适的空地，买了工具便开始淘起金来。没过多久，有几个恶汉围住他，叫他滚开，不要侵犯他们的地盘。他刚理论几句，那伙人便失去耐心，一顿拳打脚踢。无奈之下，他只好灰溜溜地离开。好容易找到另一处合适的地方，没多久，同样的悲剧再次上演，他又被人轰了出来。在他刚到西部那段时间，多次被欺辱。终于，最后一次被人打完之后，看着那些人扬长而去的背影，他又一次想起他的“制胜法宝”：“太棒了，这样的事情竟然发生在我的身上，又给了我一次成长的机会，凡事的发生必有其因果，必有助于我。”他真切地、兴奋地反复地对自己说着，终于，他又想出了另一个绝妙的主意——卖水。

西部黄金不缺，但自己似乎无力与人争雄；但在炎热的夏天，西部更缺水，可似乎没什么人想到它。不久他卖水的生意便红红火火。慢慢地，也有人参与了他的新行业，再后来，同行的人也越来越多。终于有一天，在他旁边卖水的一个壮汉对他发出通牒：“小个子，以后你别来卖水了，从明天早上开始，这儿卖水的地盘归我了。”他以为那人是在开玩笑，第二天依然来了，没想到那家伙立即走上前来，不由分说地对他便是一顿暴打，最后还将他的水车也一起拆烂。施特劳斯不得不再次无奈地接受现实。然而当这家伙扬长而去时，他却立即开始调整自己的心态，再次强行让自己兴奋起来，不断对自己说着：“太棒了，这样的事情竟然发生在我的身上，又给了我一次成长的机会，凡事的发生必有其因果，必有助于我。”

再一次地，他没有放弃，也没有跟大部分人一样以淘金为生，而是注意观察，调整自己注意的焦点，再次寻找商机。经过一段时间的细心观察，他发现采矿工人工作时非常辛苦，经常需要跪在地上，裤子膝盖部分特别容易磨破，而且衣服容易变脏却又苦于没有时间洗。他根据自己发现的这一情况，采取了行动。他把矿区里废

点石成金



商业活动的精髓之一就是学会如何利用别人的智慧。

杰克·韦尔奇



心得随笔

旧的帆布帐篷收集起来，洗干净重新加工成裤子，拿到淘金工地上推销，想不到竟然大受淘金者的欢迎。从此，“牛仔裤”就诞生了。1855年，施特劳斯放弃帆布，改用一种结实耐磨的靛蓝色粗斜纹布制作工装裤，并用铜钉加固裤袋和缝口。这种坚固美观的长裤迅速受到市场的青睐，很快便风靡全球。大批订单纷至沓来。施特劳斯用自己的名字 Levi's 作为产品品牌，并在旧金山开了第一家店。从此，实现了从创业到致富的梦想。

李维斯注意观察生活，善于发现问题，并从中寻找机会，最终获得成功。

（改编自：《“牛仔大王”李维斯》，<http://www.skyblue.cn>）

从上面的例子可以看出，机会不是天上掉下的馅饼，机会需要寻找，需要发现。那么，如何在茫茫的市场经济大潮中寻找并找到合适自己的创业机会呢？笔者认为，可以从以下几个方面进行探讨。

第一节 到有鱼的地方去钓鱼

钓鱼，就是拿着一支鱼竿，用各种鱼饵，找一个自己认为最适合钓鱼的地点垂钓。经常钓鱼或者是以钓鱼为爱好的人都懂得钓鱼的关键是选择好垂钓的地点。“一日三迁，早晚钓边”“早钓近，午钓远”“夕阳西下，钓鱼最佳”。也就是说，在一天之内，各种鱼都有自己的活动规律和范围，有一定的觅食和栖息地点。选择钓位时，必须熟悉各种鱼的生活习性，在有鱼、鱼多的地方钓鱼，才能钓到大鱼。

寻找创业机会，也是同样的道理。市场瞬息万变，不同类型的市场有不同的特点，不同国家之间的市场差别也非常显著。创业者必须了解市场，熟悉市场，能够洞察市场的瞬息万变，随时改变自己的观察视角，根据市场的变化，到有市场需求的地方去发现和寻找机会。

判断法则：从需求是否被满足来判断创业机会。

每一个准备创业的人都希望尽快找到创业机会，找到可以赚钱的地方，然而茫茫商海，他们的“鱼”到底在哪里？

这个过程好比渔民在大海上打鱼，茫茫大海，哪里有鱼，哪里没鱼，过去凭的是渔夫天长日久积累下来的经验。现在随着科技发展如此迅速，各种捕鱼手段层出不穷。渔民们可以依赖发达的高科技，比如利用卫星定位监视和跟踪鱼群的活动。但是，对首次创业者来说，这两样东西都是稀缺的。经验毫无疑问不具备，对他们中的大多数人来说，无法仅凭经验就能够判断哪里有鱼，哪里没鱼，哪里有钱赚，哪里没钱赚，

哪个是真正的机遇，哪个只是貌似机遇，实则却是陷阱。金钱也是他们所不具有的，因此他们也没有能力购买“仪器”来帮助他们。当然，至今为止，世界上还没有任何一种仪器，可以帮助人们探测到利润之源。

那么，创业者是否就没有办法找到创业机会了呢？是不是他们只能像盲人摸象一样，摸到哪里算哪里；或者像无头苍蝇一样，东一头西一头地乱撞，撞到是运气，撞不到是命呢？

当然不是！尽管你没有经验，也没有那么多的资金去“试错”，对你看中的业务进行“含金量”的测试，但你依然有办法少走弯路，甚至直奔你的财富之源。

他山之石——“每日新鲜水果吧”引领健康新时尚

近年来，食品领域出现的诸多质量问题使得消费者对于新鲜和天然的需求越来越强烈，也造成了他们消费时的小心和顾虑。上海的“每日新鲜水果吧”抓住了顾客的这一心理，以新鲜水果、酸奶、鲜牛奶等为原料，将厨房设在顾客面前，在顾客的注视中完成鲜榨果汁饮料的制作和提供，吸引了众多顾客。

笔者走访了位于上海市西藏中路268号来福士广场地下一层的“每日新鲜水果吧”。这家水果吧处于上海的南京路步行街和人民广场商圈，毗邻人民广场地铁站。该地区是白领人士上班、逛街、休闲的必经之地，客流量很大。这家水果吧以绿色为主色调，明黄色搭配其间，给人以轻快之感；装饰很简单，一个高不到1米的方形吧台组成一个小小的9平方米空间，将工作人员和顾客简单分隔开来，再不设任何屏障。吧台两边沿内侧摆着几台榨汁机，有几个年轻人在熟练地操作，另一面设有水池，有一个人专门负责清洗榨汁容器。吧台后面内侧则是收银台。吧台正面外侧则摆了几把高脚的旋转椅，侧面摆满了新鲜诱人的各色高档水果。这五六个工作人员组成了一个小型流水线，顾客先在收银台点单付款，拿到一个口头的号码，然后到榨汁机前面的吧台椅子上边欣赏榨汁过程，边等待自己的果汁。工作人员操作完毕，隔着吧台递给你，这台榨汁机就被送进了水池，在高水流下冲洗完毕，再次进入下一个过程。这些动作迅速有序，以一种和谐的节奏进行着。

点石
成金



创新应当是企业家的主要特征，企业家不是投机商，也不是只知道赚钱、存钱的守财奴，而应该是一个大胆创新、敢于冒险、善于开拓的创造型人才。

熊彼特



心得随笔

笔者那天到时，这家店四周人头攒动，人满为患，外面长队已经排到了离门口近10米远的地方。笔者仿照他人向服务员取号，已经是排到100多号了。这家店的果汁价格偏“贵”，每杯至少10元，均价在12元左右。但人们显然认为是“值得的”，争相来光顾。据笔者的朋友介绍，这家店生意非常红火，几乎每次都要排队，还有很多人远道而来。经过近半个小时的等待，笔者终于喝到了一杯“奇异果香蕉牛奶”果汁。果然很新鲜，颜色也很漂亮，有点儿浓稠的口感，充满着香蕉的味道，名不虚传。

正是看到上海第一家水果吧每日近万人的客流量，足以吸引人的利润以及巨大的市场需求和相对短缺的市场供给之间的不平衡，上海市及其附近城市的水果吧如雨后春笋般冒了出来。据粗略统计，仅上海市已有水果吧不少于10家。大家都瞄准了这一市场机会，想在水果吧这一市场上分得一杯羹。

事实证明，这些商家的选择是正确的。

头脑灵光，对创业充满信心，有想法、有点子固然重要，但是由于受到经验的限制并不是每个创业者都具有创造性的头脑和开辟新领域的的能力，那么何不借助市场的变化，借助他人的力量来进行判断呢？

《21世纪创业》的作者杰夫里·A.第莫斯教授曾提出，好的商业机会会有4个特征：第一，很能吸引顾客；第二，在你的商业环境中能行得通；第三，必须在机会之窗存在期间被实施（注：机会之窗是指商业想法推广到市场上所花费的时间，若竞争者已经有了同样的思想，并把产品已推向市场，那么机会之窗也就关闭了）；第四，必须有资源（人、财、物、信息、时间）和技能才能创立业务。而这4个特征恰好可以说明我们判断某一市场是否具有创业机会的第一个法则：还没有被满足的需求存在创业机会，它可以通过市场拥挤与否以及市场需求的通道、入口的宽窄来判断某个市场是否具有发展的潜力，是否具有钓到“大鱼”的机会。

市场适度拥挤，说明这个市场有利润可以赚取，至少在短期内不会让投资者失望。反之，我们也可以这样想，如果这个市场没有利润空间，那么为什么会有那么多的人挤破头也要进来争得一席之地呢？难道他们都没有理智，都不会思考吗？不见得吧。或许其中会有一部分人属于“跟着潮流走”这一类型的，但绝大多数的人应该是经过分析与考察后才做出的决策，否则人们不会贸然进入一个行业或是一个市场，必然是看到这一市场是有利可图的。由以上分析，我们可以初步断定市场适度拥挤，或者正有许多厂商争先恐后要进入的某个市场应该存在一定的利润空间。当然，在决定是否在某个市场中创业时，还应做一定的考察，过度的市场拥挤并不是一件好事，它所引起的恶性竞争可能导致利润下降甚至无利可图。有时，过度拥挤的市场也暗示着这个市场可能已经饱和或是已经过了高峰期，正处于衰落期，走下坡路是必然，这种市场的发展潜力就是很弱的。因此，市场调查必不可少。

在上面讲述的“‘每日新鲜水果吧’引领健康新时尚”的例子中,上海市的许多商家正是看到“新鲜水果吧”这一新兴的饮食潮流处于正在兴起的阶段,而且具备“它很能吸引顾客”“在商业环境中能行得通”,市场还有很大空间,需要的资源和技术没有什么特殊之处,一般商家都能拥有等特征,迅速受到了商家的青睐,纷纷加入这一市场,使得这一市场愈加火爆,一时间水果吧遍地开花。而在北京、南京、杭州等大中城市,这一新兴的潮流刚刚有些迹象,蕴含着巨大的商机,可以试想,在不久的将来在我国各大城市会有更多的水果吧出现。

此外,根据替代品市场或互补品市场的拥挤程度来判断某一市场的市场需求或市场机会,不失为一个绝妙的方法。一般来讲,在某一地区的市场上,如果其替代品市场极为拥挤,或者达到饱和状态,那么此产品的市场前景应当受到质疑,产品立足的空间已被其替代品挤占,很难在这里有所作为;相反,如果其互补品市场拥挤程度呈上升趋势,则会促使此产品市场加速发展,出现市场需求较大而市场供给不能满足这种需求的情况,那么两者之间的不平衡就是一种机会。谁能来填补空白,谁就能改变不平衡,那么谁就将是赢家。

在这里不得不提到另一个经典的例子——肯德基(KFC)的选址策略。虽然,肯德基的选址策略与创业者选择创业方向似乎毫不相关,但它们在选址中体现出来的思路 and 想法却与创业者选择创业方向是相通的。事实上,肯德基的每一处选址就意味着一个新店的诞生,也意味着一次创业。肯德基在选址的整个过程中体现出了企业家无与伦比的智慧。其根据某一地区其他休闲娱乐业的市场拥挤程度,市场发展程度并结合深入的市场调查来判断是否适合在某地区拓展疆土,实现其宏伟目标。同时,跟进策略也体现了它的另一种智慧。大家都知道肯德基与麦当劳市场定位相似,顾客群基本上重合,所以我们经常看到一条街道一边是麦当劳,一边是肯德基,这就是肯德基采取的跟进策略。因为麦当劳在选择店址前已做过大量细致的市场调查,挨着它开店不仅可以省去考察场地的时间和精力,还可以节省许多选址成本。从肯德基的跟进选址策略可以看出,肯德基深谙“借势”之道,也表现出了一种精明和独到的眼光。

点石
成金



成功的创意,可以填补市场的盲点,获得自己独特的顾客群。



心得随笔

商圈中素有“聚集”现象，某一个地区盖起了一座购物中心，不用多久，许多家风格各异的购物场所都会蜂拥而至，餐馆、影院、健身、娱乐等场所也会随之而来。围绕着购物中心，此地区会迅速发展成为远近闻名的商业区，次商业区、副次商业区的出现也指日可待。因此，行业内曾经广泛流传这样一种“傍大款”的说法。因此，当创业者在寻找创业机会时可以考虑采用跟进策略。各个商家都蜂拥而至的地方，一定是充满机遇的地方，那里也很有可能会成为创业者发财致富的天堂。

第二节 抓住别人看不见的商机

几千年之前，渭水之滨姜太公悠然地抛下一根细线，坐等收利，而千年之后，当年的河水早已远逝，若还想学着他老人家，直钩无饵，潇洒地等鱼儿上钩，那简直就是天方夜谭。商海无涯苦作舟，千变万化的市场，稍纵即逝的机遇，留给你的只是茫然不知所措。面对商海中一条又一条欢快游过的“大鱼”，面对一个又一个与自己擦肩而过的机会，你该怎么办呢？漫无目的地在商海中漂荡吗？怎样才能在众多机遇中，找到属于你的那一个？怎样才能把它们吸引过来，招到你的麾下？

道理很简单。钓鱼需要有鱼饵，有了鱼饵鱼儿才会上钩。在茫茫商海中，商机好比“大鱼”，同样需要“鱼饵”才能上钩。那么，这里的“鱼饵”到底是指什么呢？

判断法则：寻找他人的利益点，通过共赢来获得创业机会。

两千多年前的《论语》中有一句话叫作“独乐乐，不如众乐乐”。意思就是，与人分享快乐才能得到最大的快乐。应用在商海中，也就是经商要懂得寻求共赢的道理。一个人的力量是有限的，往往要借助他人的力量才可以完成一番事业。但是天下没有免费的午餐，想要得到他人的协助就要有“鱼饵”——让别人获益。只有先让别人获益，自己才可能获得更大的利益。但要真正做到这一点并不容易。因为，确保互利共赢往往需要放弃眼前的暂时利益，杜绝吃“独食”，放眼于长远。一般来说，急功近利是商人的通病。俗话说得好：“放长线钓大鱼。”如何能吃小亏，耐一时之难，获取一条不尽财富滚滚来的巨利之源，应该是想成功的商人必须理性思考的问题。所以说：真正成功的商人，总是“先不必求利”。在这一方面典型的人物是号称“红顶商人”的胡雪岩可以说是将其发挥到了极致。