

迺半坡 著

赚钱[®] 其实没那么难

一本越早读到越好的脑洞大开的创业致富书！
不是吧？这么任性也能挣到钱！

这个时代，每天、每分、每秒，都有创意在引发行动，
展开项目，变成产品，改变整个行业的运转模式，
甚至改变我们生活的轨迹。

本书编辑已经去创业啦！

收录48个
不可思议的创业
创富明星案例

每一个都让你
重燃梦想
热血沸腾

迓半坡 著

赚钱[®] 其实没那么难

煤炭工业出版社

• 北 京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

赚钱其实没那么难 / 迺半坡著. -- 北京: 煤炭工业出版社, 2015

ISBN 978 - 7 - 5020 - 4936 - 2

I. ①赚… II. ①迺… III. ①企业经营管理—文集
IV. ①F270 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 186798 号

赚钱其实没那么难

著 者 迺半坡
责任编辑 刘新建
特约编辑 杨 洋 曹刘霞
特约监制 朱文平
封面设计 @ 嫁衣工舍

出版发行 煤炭工业出版社 (北京市朝阳区芍药居 35 号 100029)
电 话 010 - 84657898 (总编室)
010 - 64018321 (发行部) 010 - 84657880 (读者服务部)

电子信箱 cciph612@126.com
网 址 www.cciph.com.cn
印 刷 北京时捷印刷有限公司
经 销 全国新华书店

开 本 710mm × 1000mm¹/₁₆ 印张 16¹/₂ 字数 180 千字
版 次 2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷
社内编号 7782 定价 32.00 元

版权所有 违者必究

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,本社负责调换,电话:010 - 84657880



自序

创新创业，让奇迹发生

有一位作家兼企业家曾经说过：“这个世界不缺少梦想，但缺少懂得如何实现梦想的人；这个世界不缺少实干家，但缺少懂得实战智慧的人；这个世界不缺少创意，但缺少将创新创业用来改造世界的平台和机会。”

在当今信息革命及全球化的时代背景下，无论你是在校学生，还是走向社会的年轻人，无论你是创业者，还是企业家，都少不了从深度关注实践和实践者开始，扩大视野，增长学识，武装头脑，增加“重塑世界”的实战信心、勇气和力量，本书将是你启发创意灵感、点燃传奇梦想和重塑生活形态的实战智慧之书。

本书撷取了最新锐的创新创业、实现梦想和改造世界的热点事件和现象，通过系统化研究和报道，以揭露创意、梦想和改造等核心竞争力运用过程中的实战智慧为本质，囊括了富有鲜活动力的人物精神和创新意识，用活灵活现的素材展示“超越传奇梦想，让财富和奇迹齐飞”的技巧和方法，竭力寻找“重塑世界的颠覆者”，是一本专注实战资讯的贴身之书。

“用思想的力量来改变世界”的全球TED大会上，演讲嘉宾均是来自世界各领域的名流、富豪、科学家和艺术家等，演讲主题和内容更以观点响亮、看法新颖、种类繁多而著称；随着大批用户以“织围脖”为快心乐意事，成了极度喜爱微博的“微博控”，也因此衍生出与微博紧密关联的最潮职业；与其抱怨生活无聊无趣，不如换一种视角看世界，《舌尖上的“小



人国”》告诉你如何做一个成功的微距摄影师；漫画家不仅能让NBA球星为之疯狂，还能让Q版人物和“好声音”一起飞；“小发明”变成“创富机器”……

这些超越现实的梦想被实践的例子，在书中比比皆是。他们是如何做到的呢？尤其所要指明的是，书中的佼佼者大多是年轻人，与传统意义上的“富二代”断然不同，他们都是通过自身的技术或智慧，找到了撬动机遇的新点子，从而激发出梦想。激情、刻苦、精通、专注、强迫、服务、点子、坚持，就是他们从一个个极草根的年轻人最终走向成功者的秘诀。

20世纪40年代，张爱玲曾经说过“出名要趁早”。现在，人们说创业也要趁早。因为年轻人具有许多先天优势，年轻人代表未来的方向，因为一切年轻创新的尝试都值得尊重、帮扶和引领。年轻人需要更好的创新环境，以及更开明的引领者。

现今，如果有足够勇气，足够坚持梦想，足够打动人心，总会有一种力量助你一臂之力，让你梦想成真。在2015年两会上，李克强总理在政府工作报告中指出要把“大众创业、万众创新”打造成实现中国经济提质增效升级的“双引擎”之一，创业思潮席卷全国，成为推动经济增长的又一重要力量，越来越多的有创意有梦想的年轻人能够将专业知识学以致用，甚至只是一个奇思妙想，毅然选择自己创业，他们中涌现出众多民间高手和成功人士。

创赢中国，创赢世界。只要切合自身实际，不管你的创意是什么，如果不想让你的创新创业梦想成为空想，那么就敢于做梦和追梦，并勇于践行，做到独辟蹊径才有独一无二。就算现实生活让人迷茫、歌声不如从前嘹亮、前方的路依旧漫长，你仍然可以脚踏实地地选择创新创业，孜孜以求实现自我，才会一步一步逼近成功，超越传奇梦想，让财富和奇迹发生。



目 录

自序 创新创业，让奇迹发生	1
---------------------	---

第一辑：大发“酷”财，出奇制胜创造核心竞争力

“书”里“捞金”真靠谱	2
“快递单广告”开创财富神话	7
把盒饭打造成亿元“大餐”	12
“三只松鼠”塑坚果网销第一品牌	17
棒棒糖蛋糕卖萌更卖创意	22
把空气变成“大油田”	25
创意“智造局”售卖创意“智品”	30
开“参差咖啡”馆，乐赚“小钱”	36
“鲜切水果”大发“酷”财	42

第二辑：创业不“磨叽”，“不靠谱”只是看起来不靠谱

超级绵绵冰玩转甜品“互联网”	48
----------------------	----



观众席位上挖出千万“金矿”	53
创“达人工”做达人“淘宝”	60
学新技巧？来“几分钟”吧	66
微印，把微博印成书	71
“小发明”变成“创富机器”	76
从3张床垫起跳，5年“蜕变”20亿	82
墨迹天气，创业不“磨叽”	88

第三辑：独辟蹊径，只有做出不一样才能成就不一般

小鬼“当家”云电脑	94
舌尖上的“小人国”	99
“混搭”人生，不靠谱也是最靠谱	103
“餐厅白墙”成就的CEO	107
中国式“网络小巨人”	112
网络“包租公”的快意创业路	117
把NBA漫画做成大品牌	121

第四辑：勇于坚持，成功的路上其实并不拥挤

15年只为磨一剑	126
泡泡玛特掘金潮品“小百货”	131
让Q版人物漫画和“好声音”一起飞	136
卖油条赚来“百万”房	142



目 录

“绝美好声音”是如何练就的	146
我和星爷一起去“降魔”	151
有聊“小企鹅”，无聊“小黄鸡”	156
魔漫相机，“磨磨叽叽”创业	162

第五辑：干掉无趣，用思想的力量来改变世界

黑客马拉松，“智力狂欢节”	168
黑马公司，人人是“黑马”	174
像Good.Co一样找工作	179
互联网创业者的“线上孵化器”	185
“鸭梨公司”卖萌减压	191
甜饼光盘，给空白光盘加点创意色彩	197
电影，也可以这样拍	202

第六辑：这里有生活，创新思维重塑“游戏法则”

众包梦想，给梦想加个助推器	208
飞店，让商店“飞”向顾客	213
气泡酒店，与大自然亲密接触	219
“锁屏”新玩法，动动手指赚Money	223
让生活“呼吸”清新阳光	228
掌上“相亲”非缘勿扰	232
“艾米”，不只是电影	237



拖着集装箱房车去旅行	242
慢电视走俏，快慢有道才是生活	248
后记 创新灵感是通向成功的最佳途径	253

第一辑

大发“酷”财，出奇制胜创造核心竞争力





“书”里“捞金”真靠谱

2800元换来的“第一桶金”

曹志远，年仅27岁。2006年夏天，他从湖南长沙一所大学毕业后，被招进一家装修公司，做了一名普通的业务员。

曹志远长着一张娃娃脸，看起来稚气未脱，但有副好口才，善与人交际，而且腿脚勤快，谦虚肯干，他每天忙着跑装修业务，时常进出于各个居民小区，逐渐和很多物业公司的工作人员成了熟人。曹志远因工作成绩突出逐步升到装修公司营销总监的职位。

两年后，2008年的一天，曹志远来到一处新楼盘，顺便走进了正接手管理社区的物业公司办公室。无意中，他看到办公桌上摆放着几页纸，是一份物业公司即将定稿的《业主手册》，每一本后边还多出几张空白页，什么都没有写，十分刺眼。

曹志远灵光一闪，突然问：“这几张空白页，我能不能在上面打个广告，把我们装修公司的广告做上去？”谁知，物业主任听罢，却不置可否地笑了笑。

晚上，曹志远翻来覆去睡不着。也许在那位物业主任看来，想在《业主手册》上打广告，这算个什么事嘛？而曹志远躺在床上，却浮想联翩——



所谓《业主手册》，就是房屋使用说明书和业主文明公约的“楼书”，楼盘交房时，业主都会从物业那里收到这样一份楼书手册，薄薄几页纸上，内容千篇一律，很多人会觉得没什么看头，但在用得着时，又不得不多看上几眼——“既然我有在手册上打广告的想法，那么，那些千方百计想进入新社区的家居、建材、家用电器等行业的商家也会这么想，因为可以借助《业主手册》，把自家的广告做到每一家、每一户，而且广告的受众非常精准。”

曹志远又想到，《业主手册》是每个新房业主必读的“楼书”，业主买房后必定考虑装修、家居、电器，何不从中做广告？这就是商机呀。于是，第二天曹志远直接登门，找到这家物业公司的老总：“这份《业主手册》就交给我来做吧，不要你们物业掏一分钱的印刷费，只要你们答应，允许我在手册上登几个广告。”物业老总也觉得是小事一桩，当即就爽快地同意了。

曹志远接下来每天打电话，不几天，就约了十几个包括建材、家居、家电等行业的品牌商家老板，和他一起过来看楼盘。更至关重要是的，他的理念和想法竟然被这些老板完全认同，最终一拍即合。

曹志远便马不停蹄，用身上仅有的2800元钱，请来专人排版设计，最后又在印刷厂蹲守了十几个小时，“史上第一本”彩页杂志版、共计1000册的《业主手册》终于印刷出来了，他还亲自送到物业公司。无论物业管理人员，还是房屋业主们，看到如此精美的“楼书”，都感到非常惊奇。而那些商家们，破天荒地在《业主手册》上登载了自己的广告，也同样感到“物超所值”。

很多人觉得商机难寻，其实商机就隐藏在灵机一动间。曹志远这一奇思妙想的点子，去掉支付给排版设计和印刷厂的钱，从商家那里收来的广告费，竟为自己捞到了“第一桶金”，净赚近3万元。



把“书”做强

如今，已是长沙市卓远文化传播有限公司创始人、CEO的曹志远说：“我们帮物业公司做楼书，不收物业公司一分钱；帮妇幼保健院做导诊指南，不收妇幼保健院一分钱……在物业手册上植入家具、建材和家电等广告，在导诊指南后面植入母婴用品和儿童用品等广告，由于这种模式广告投放十分精准，招商并不是难事，每个版面根据刊发时间和位置不同，收费由2000~30000元不等。”

因此，2008年年末时，初试创业的曹志远辞去了原来的工作，于2009年1月23日注册成立了自己的公司“卓远文化传播有限公司”，在40平米的蜗居里，1部电话、2台电脑、3个人，直到2009年的元宵节过后，才正式开门营业。

那天中午，曹志远还特意请一帮朋友吃了顿饭，算是举办了一场开业仪式。晚上发现口袋里就剩2600元了，比初试创业时还少200元还“穷”。然而，在短短两年之后，2011年时，他的公司就盈利了500万元，这么迅速的業務增长和规模扩张，是如何做到的？

回首公司创立不久，让曹志远异常担心的事情还是发生了，就是他的这种经营模式，最怕被其他公司“山寨”，即模仿、复制。那段时间，曹志远每天、每周、每月都在和自己赛跑。对别人抢先夺去的市场，曹志远不放弃每一个标杆性的项目，三番五次地跑物业，硬是让物业公司改变主意，把《业主手册》易人交给自己来制作。

曹志远明白，如要达到让物业、商家和业主三方全都满意，是需要付出巨大的人力和物力资源的。经由他制作的《业主手册》，每一本、每一期，都经过大大小小几十次改版，都有新的突破，甚至精心设计了两个多月，堪比高端经典的家居杂志。



公司成立第二年，曹志远遇到了资金紧张，直到下半年才争取到市区两级创业富民帮扶资金4.5万元，也才有能力租了一个500平方米的大办公室。曹志远敢于下血本，用高于当时行业水平一倍的薪资，请了一位杂志编辑高手加盟。凭过硬的设计与印刷质量，用专业和执着逐步打开了市场，最终赢得了物业、业主和商家的满意和赞誉。

2011年，曹志远和他的公司团队再次扩招，不仅一举拿下长沙最有消费力的新楼盘95%以上的知名物业的签订制作合同，其中不乏全国大型的知名地产商。公司分业务和策划两支团队，深入每一个合作楼盘，以精确海量的社区信息和资源，整合30多个行业的一线品牌，为家居、建材、家电行业合作商家，提供主动营销实战培训和突破性活动营销方案，进行全程策划和推广。

据统计显示，在其中一个社区的设点活动中，仅一个衣柜品牌就达到上百万元的签单量，公司还为一家上市企业品牌做策划推广，两个小时即达成销售160万元，强大的社区广告效应，实实在在的销售利润，使商家对曹志远领头的“卓远文化”产生信赖，客户的忠诚度与美誉度大大提高并与日俱增。

曹志远以2600元再次起家，硬是凭借独特的经营、策划和营销模式，使2011年的业务量日进超“万”金，全年纯盈利就超过500万元人民币，成为激励公司团队成员的经典创业故事。

把“书”做大

曹志远和他的公司历经三年打拼，仅仅依靠《业主手册》——创新模式的社区广告直投平台，已具备以长沙为中心辐射全国的超强专业实力，和全国十强物业公司及数十家企业建立了长期战略合作伙伴关系。

曹志远经过市场研究，已研发了物业终端多功能自助查询机、百阅家居装修宝典网络版等几大核心载体，建立起了“业主、物业、商家”三方的和



谐共赢圈。据介绍，以一处普通楼盘为例，小区规模少则几幢、多则几十幢楼房，交由物业公司管理后，《业主手册》平均可登广告数量为30个，如果每个广告收费为2000元，每年能做成30个这样的楼盘小区，那么一年的毛利收入就是180万元，而成本只是人员工资及办公室租金、印刷成本等，净利润达50%以上。

至此，公司旗下的市级代理商增至17个，从海口到苏州、从郑州到上海、从深圳到南京等各一二线大城市，已经形成遍布全国的战略格局。2012年，公司总部全年盈利有望达到1500万元。

2012年5月22日，在长沙某创新创业典型经验交流会上，曹志远这个年仅27岁的CEO语出惊人，大胆抛出：“什么叫创业？创业，不是你开个公司、当个老板就叫创业，只有创新模式的产业才叫创业。”立足当下，面向未来，颇为“独孤求败，牛气十足”的曹志远，又有了新的创业目标和终极梦想。

年赚1500万元，“书”里“捞金”真靠谱。曹志远在接受记者采访时表示：“我们根据发展规划和调查论证，把《业主手册》注册上文化商标和刊号，办成中国第一本在报刊亭热卖的楼书杂志，APP移动版和网络版也将在年内推出，两年后有望把杂志覆盖发行100座城市、4000个高端住宅社区和发展200万名读者，公司总部也将提请加盟的代理商数增至108个城市，共同缔造创新创业的新传奇。”



“快递单广告”开创财富神话

时下，电子商务呈爆发式“蹿红”，快递行业发展也是突飞猛进，90后女孩，打造了“快递广告单”的创业神话。

早在2013年，全国日业务量已达1000万件。仅仅过去了两年，2013年快递业务量紧跟美国之后，升至世界第二位。一位“90后”女孩从中发现一个创业点子，创建了国内首家“快递单广告”业务公司，在尝试创业两个月后，营业额竟达到近100万元。

抓住创业的“金点子”

四川女孩郭星是个标准的“90后”妹子，1990年出生的她还是个刚刚走出学校大门的应届毕业生。2013年夏天，年仅22岁的郭星从德阳市的一所警官学校毕业后，未能如愿成为一名警察，来到成都寻求梦想。

2013年6月的一天，她找到第一份工作，为一家公司散发广告宣传单。每天站在街边向路人发传单时，尽职而又单纯的她却发现一个奇怪的现象，别人为了尽快完成任务，竟把多张传单派发给同一个路人，而且将没有发出的传单随手丢进了垃圾桶，这样一来，公司广告单的有效受众数量就大打折扣了。

在之后的一连几天，郭星的脑海里一直在思考同样的问题，同一份广告



宣传单怎么才能被多个人看到，以增加广告单的被阅读量和最终实现宣传效果最大化？正当她苦思冥想却找不到出路时，突然就想到了当下最流行的网上购物，因为她每天都能看到快递公司的工作人员拖着大量货物，穿梭在大街小巷和居民区，手持快递单寻找门牌号码和送货上门的情景，灵感一闪：如果把广告印刷在快递公司的送货单上，那么至少可以保证有两个人能看到或阅读广告，一个是送件人员，另一个则是收件人。

当天晚上，一向拘谨和腼腆的郭星找到同在成都的中学同学胡雪梅透露：“反正现在的好工作都比较难找，不如以此想法作为创业点子，再相互召集几个其他女同学，大家一起尝试创业，怎么样？”谁知，刚刚毕业于四川大学计算机系的胡雪梅，与郭星同龄，都是“90后”，听她这么一说，同样感到把广告印刷在快递单上的创意不错。第二天，她们又各自找来了一名女同学，四个大学生姐妹激情高涨，一拍即合。

不几天，在没有任何资金的条件下，一支由10多人组成的“快递单广告”创业团队组建而成，并以郭星和胡雪梅为联合创始人和领头人，很快分成两个小组，进行了分工和行动。一组负责联系物流和快递公司，如果能在该公司的快递单上争取到广告位，印刷上一些广告，那么，她们将免费设计和印刷该公司的各类快递单据；而另一组人员，则去寻找愿意在快递单上做广告的客户。几个年轻人可能并没有意识到，她们的大胆设想，竟形成了一条新的广告产业链和一种新的广告营销模式。

收获第一桶金

万事开头难，何况她们都是初出茅庐的应届毕业生，有激情创业，但社会经验欠缺。团队运作才过去几天，一无所获，就开始有人坚持不住而选择了退出。

2013年6月底，半个多月过去了，团队的处境仍然处于剃头挑子——