



ENTREPRENEURSHIP  
COURSES FROM

# 从0到1 创业课

席圣文◎著

互联网时代必须要有的创业新思维



创业就是从0到1，再从1到100

 中国出版集团  
 现代出版社

# 从0到1 创业课

0 1

席圣文◎著

 中国出版集团  
 现代出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

从0到1创业课 / 席圣文著. —北京: 现代出版社,  
2016.7

ISBN 978-7-5143-5241-2

I. ①从… II. ①席… III. ①创业—基本知识  
IV. ①F241.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第 174825 号

---

作 者 席圣文  
责任编辑 张桂玲  
出版发行 现代出版社  
通讯地址 北京市安定门外安华里 504 号  
邮政编码 100011  
电 话 010-64267325 64245264 (传真)  
网 址 www.xdcbs.com  
电子邮箱 xiandai@cnpitc.com.cn  
印 刷 北京中印联印务有限公司  
开 本 787mm×1092mm 1/16  
印 张 17  
版 次 2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5143-5241-2  
定 价 39.80元

---

版权所有，翻印必究；未经许可，不得转载

# 前 言

## P R E F A C E



我们大多数时间都只是致力于从“1”到“N”的过程，换言之，就是跳过了从“0”到“1”的过程，把别人创造出来的东西拿过来加以改进和创新，从而变成自己的东西。在早年我国经济基础和商业基础薄弱的时代背景下，这样的做法从某种程度上体现出一种民族智慧，因为从“1”到“N”的过程更多地体现了人类的学习精神。我们从小开始学习、接受教育，就是把前人先贤的智慧结晶吸收到自己的脑袋里，再经过加工利用、行为实践、改进创新成为自己一生受用的东西。前人先贤的智慧结晶已经实现了从“0”到“1”的过程，而我们在过去30年，已经成功地将“0”到“1”的过程变成了从“1”到“N”的过程，同时也把前人先贤少数人的智慧变成了国人普遍的智慧。实际上，这是一种传承。

而在今后，我们应该做的是努力实现从“0”到“1”的过程。为什么？因为前人先贤的思想智慧已经被我们利用得足够好，在一定程度上，我们实现了经济的大发展大繁荣。当社会经济的发展在这种学习改造的过程中达到饱和时，我们的进步和发展终究会迎来瓶颈。此时，我们要坚持学习的姿态，但更多的是还要拿出创新、创造的魄力，做到真正从“0”到“1”的创新，从而为社会经济的发展再次增加动力。事实上，这是一种起航。



我们继承了前人的大船，经过改造升级，这艘大船能带着我们乘风破浪、遨游大海，而今后，我们要寻找新的岛屿、新的木材，亲自设计和创造一艘全新的大船。这艘大船比原有的大船更大、更好、更快，能够承载新一代的人们重新起航。纵观历史进程，这就是从“0”到“1”和从“1”到“N”的意义。而对于当今时代的商业领域，这种意义仍然适用。

如今，我们生活在一个信息爆炸的时代，一个移动互联网的时代，一个人们争相创业的时代。这是一个创业的最好时代，因为我们的社会环境好、国家政策好、资金来源多、人才数量多，而且互联网的发展让创业的启动成本大大降低，创业者甚至用一个好的故事便能换来一笔不小的投资。但这个时代同时也是创业的最坏时代，社会职工要辞职创业、毕业大学生要自主创业、男人要创业、女人也要创业，这使得创业竞争不断加剧，企业的生存也变得异常困难。创业大潮带来泥沙俱下的同时，也带来了大量的创业泡沫，使创业成了一种时尚、一种运动、一种人人可有的行为。

这个时代有无数的机遇等待着人们去发现，这个时代有无数的挑战会给人当头一棒。从“0”到“1”从来都不是形式主义，在创业的道路上，它只是创业成功的逻辑。从“0”到“1”不是简单的数字，而是一种累积的质变。在人类历史上，从“0”到“1”创造一个前所未有的东西叫“发明”；在创业的过程中，从“0”到“1”创造一种从来没有的产品、技术、服务叫“创新”。曾经，创业者要做的是从“1”到“N”，是在已有技术的基础上，用更加有效和便宜的方式为消费者提供产品和服务。现在，创业者要做的是从无到有、从“0”到“1”，用更加新奇的技术和更加完美的体验，为消费者提供产品和服务。

然而，我们走在前人没有走过的路上，我们会迷茫、会困惑、会遇

到重重的困难，那么，此时此刻，我们应该怎么办？畏惧和退缩是懦夫的表现，真正的创业者总是敢于面对“惨淡的人生”，总是敢于直面竞争之中“淋漓的鲜血”。

创业需要坚持，因为古人对国防的坚持，如今才有了千年屹立不倒的长城；因为千里黄河对大海的坚持，如今才有了千年河水永不息。

“万里长城永不到，千里黄河水滔滔”都是缘于坚持，那么成功做一件事情——特别是创业，坚持之心更加难能可贵。

创业需要忍耐，俗话说“吃得苦中苦，方为人上人”。能吃苦，能忍耐是一个创业者成功创业的条件之一。创业的苦涩只有创业者自己明白，面对无知人士的白眼和嘲笑，创业者需要忍耐；创造一款产品没有灵感，无计可施，创业者需要忍耐；面对竞争对手的各种施压、反复针对，创业者也需要忍耐。

“有志者，事竟成，破釜沉舟，百二秦关终属楚。苦心人，天不负，卧薪尝胆，三千越甲可吞吴。”项羽有了破釜沉舟的坚持，才有了之后的灭秦立楚；勾践有了卧薪尝胆的忍耐，才有了之后的灭吴壮举。

创业需要清静。“弃我去者，昨日之日不可留；乱我心者，今日之日多烦恼”，创业不能瞻前顾后，自添忧虑烦恼。昨天的事不能等到今天做，应今日只做今日之事；今日的烦恼只限于今日，不能让它们影响到明天的自己。一个创业的大家，必定拥有坐怀不乱的气魄以及泰山崩于前而面不改色的胆量。创业者只有净化己身、高瞻远瞩，才能“宠辱不惊，看庭前花开花落；去留无意，望天空云卷云舒”，才能“运筹帷幄之中，决胜千里之外”，才能最终坐拥亿万商业江山，把酒对月言欢。

创业需要从“0”到“1”。从“0”到“1”创立一个企业，是千万创业者梦寐以求之事，亦是促进商业繁荣的可喜可乐之事。从“0”到



“1”，不是模仿，更不是复制，而是通过知识和智慧的创造和创新。换言之，就是做别人没有做过的事情，或者从来没有出现过的事。从“0”到“1”针对的是开始创业、早期创业，它是创业的指导方针，也是创业的一种意义。从“0”到“1”是让创业者坚持做自主创新的牌子，而不是抄袭模仿的山寨。投机取巧的事和从“0”到“1”毫无联系，随波逐流的事和从“0”到“1”背道而驰；随遇而安的事是从“0”到“1”者不屑一顾之事，盲目从众的事是从“0”到“1”者厌恶至极之事。

本书名为《从“0”到“1”创业课》，其实就是想告诉那些创业者和想创业者，什么是从“0”到“1”，什么是创业，以及什么是从“0”到“1”的创业。与其说本书是一种方法论，不如说本书是一种创业观。或许只有真正懂得欣赏、热爱学习的人才能与本书产生共鸣，因为《从“0”到“1”创业课》从来不局限于传统的逻辑，它只在乎说出一个从“0”到“1”成功创业的故事。

# 目 录

## CONTENTS



### Part 01 从“0”到“1”

#### 创建专属于自己的经营模式

1. 从“0”到“1”建立 O2O 创业模式.....002
2. 巨头阴影下，创业者如何成为行业第一.....005
3. 新创业公司如何从“0”赚到 1 亿.....008
4. 从“0”到“1”创业成功有何法宝.....013
5. 创业者会犯哪些常见的错误.....017

### Part 02 从“0”到“1”

#### 制定一套行之有效的管理模式

1. 如何管理比自己更优秀的员工.....024
2. 创始人怎样保持对公司的实际控制权.....026
3. 创业者如何防止公司出现“内鬼”.....030
4. 团队管理“百炼成钢”有秘诀.....034
5. 高效管理者具备哪些能力会更易成功.....038





## Part 03 从“0”到“1”

### 打造创业公司的品牌

1. 创业者如何打造公司品牌.....044
2. 创业者如何做好品牌公关.....048
3. 品牌也有“性别”之分.....053
4. 顶尖品牌是如何打造的.....057
5. 趣味性——塑造出品牌的独特魅力.....061

## Part 04 从“0”到“1”

### 打造公司的创业理念

1. 创业都是从负数开始的.....066
2. 创业者要树立正确的“创业三观”.....070
3. 初创企业如何营销才能立足江湖.....074
4. 创业公司“一炮而红”有何方法.....078
5. 公司做大时，创始人要注意些什么.....082

## Part 05 从“0”到“1”

### 选取最适合自己的融资方式

1. 创业脱零的宝典——融资.....088
2. 创业者如何写好融资计划书.....092

3. 创业公司如何狙击竞争对手融资 .....	096
4. 创业公司该如何节省资金 .....	100
5. 初创企业融资存在哪些误区 .....	105

## Part 06 从“0”到“1”

### 打造企业离不开的核心团队

1. 创业公司该找什么样的人 .....	110
2. 创业者该如何帮团队“打鸡血” .....	115
3. 创业团队从无到有的秘密 .....	119
4. 团队中哪些“负能量”必须要远离 .....	124
5. 怎样让团队中的“刺儿头”变“虎将” .....	128

## Part 07 从“0”到“1”

### 应该有的创新意识

1. 企业在“笨事”中实现从“0”到“1”的进阶 .....	134
2. 切蛋糕吃，不如做蛋糕吃 .....	137
3. 成功企业 CEO 的创新方法 .....	142
4. 创新，在想象的温度中升华 .....	147
5. 创意让创业更简单 .....	151



## Part 08 从“0”到“1”

### 应该有的竞争意识

1. 身体力行，做别人没做过的事..... 156
2. 利用竞争优势，永远跑在别人前面 ..... 160
3. 竞争意识——创业者的思想利器..... 164
4. 竞争创造商业蓝海..... 168
5. 名流企业的竞争之道 ..... 172

## Part 09 从“0”到“1”

### 要找准商业机会

1. 投其所好，戈壁开花..... 178
2. 互联网金融创业的五个机会 ..... 181
3. 用独到的眼光识别和把握创业商机 ..... 186
4. 打开创业商机的思维模式..... 190
5. 创业商机识别七法..... 193

## Part 10 从“0”到“1”

### 应该有的市场定位

1. 市场定位：为何创业是从“0”到“1” ..... 200
2. 市场定位：为企业找到合适的营销定位 ..... 203

- 3. 市场定位：从“0”到“1”实现企业颠覆式定位 .....206
- 4. 市场定位：上兵伐谋，寻找商业定位的空隙 .....209
- 5. 市场定位：初创企业的定位基准 .....212

## Part 11 从“0”到“1”

### 做产品开发

- 1. 创业公司如何从“0”到“1”做出产品来 .....218
- 2. 用六字箴言做好创业产品 .....222
- 3. 创造“闷骚”产品的法则 .....224
- 4. 要做就做懂人性的产品 .....230

## Part 12 从“0”到“1”

### 应该有的商业思维

- 1. 互联网创业的四层逻辑 .....236
- 2. 把自己当成创业者的投资者 .....241
- 3. 互联网时代，如何实现企业从“0”到“1”的逆袭 .....243
- 4. 用“独孤九剑”的招式重塑互联网思维体系 .....247
- 5. 企业最易接受的商业思维还有哪些 .....252



## Part 01

### 从“0”到“1”

# 创建专属于自己的经营模式

经营模式是企业对市场做出反应的一种范式，同时也是企业确认价值定位时所采取的某一类方式。创业者在创业过程中，要想比别人更占据优势，那么就必须创建专属于自己的新的经营模式。

新的经营模式与传统的经营模式相比，具有扩展市场范围、增加商机、降低交易成本、减少库存、降低企业管理成本以及能够与客户进行良好沟通等优点。也就是说，创业者在创建自己的商业帝国的时候，一定要做到与众不同，将创新意识作为首要的前提。如此才能实现从无到有、从“0”到“1”的跨越。



## 1. 从“0”到“1”建立 O2O 创业模式

在以互联网为主体的信息时代，O2O 的竞争已经达到了时代的巅峰。很多人都有一个 O2O 创业梦，这种梦想导致涉足 O2O 领域的人越来越多，使得整个 O2O 领域的竞争惨烈无比，成了一望无际的商业红海。O2O 社区模式一直伴随我们的生活，常见的就有外卖 O2O、美甲 O2O、洗衣 O2O 等。当然，正是因为它们很常见，所以从事这些领域的创业者也就更多，相应地，这些领域的竞争也更加激烈。就像人类的生存空间是有限的一样，O2O 的市场也是有限的。而这种有限的空间与人们无限的需求恰恰形成一种矛盾。这种矛盾势必会导致企业之间、创业者之间为了争夺生存空间而大肆厮杀和激烈竞争。

目前，新 O2O 创业领域已经达到饱和状态，有关数据显示，我国的社区 O2O 创业项目已经达到 700 多家，未来还将大幅增加。人们常说，成功的理由总是相似的，失败的借口却各有不同，但对于 O2O 的创业者来说却恰恰相反。这是因为，一个成功的 O2O 企业往往是一个垄断企业，而垄断企业成功的原因之所以各不相同，是因为每一个垄断企业都必须能够解决一个或多个独一无二的问题，或者发明一种或多种独一无二的产品，这样才能避免行业竞争，确保自己的垄断地位。而 O2O 企业

之所以会失败，通常是因为它们拥有相同的境遇，即它们不得不面对残酷的竞争。从这一方面来说，创业者如何从“0”到“1”建立一个O2O企业，如何从竞争中突围，如何使自己的O2O企业脱颖而出就成了我们必须讨论的有趣话题。

创业者在从“0”到“1”建立O2O企业的过程中，往往会忽略真正重要的事情，而把精力和时间浪费在竞争对手身上。这也是成功的O2O企业较少，而失败的O2O企业较多的原因。近年来，社区O2O成为人们创业的热点，也成为人们茶余饭后讨论的焦点。在互联网模式下，创业者如果能在人们的衣食住行中的任何一个领域取得成功，其公司必定都是以千亿估值的平台级公司。如此大的诱惑，自然吸引了无数的创业者为之疯狂。更何况，社区服务O2O可能是一种以万亿估值的庞大项目。

对于建立社区O2O，创业者不应绕过现有业务，把“颠覆”作为互联网的核心价值观，而应立足根本，解决行业痛点，提高行业预期价值。同时，以提高传统产业效益和收益为目标，不断减少效率低下的企业，快速减轻竞争的压力。

如果一个创业者对O2O领域感兴趣，那么，他在创业前首先需要思考的问题便是如何提升产业效率，这样他才能占据竞争的上风，让那些效率低下的产业自觉退出。比如外卖O2O平台饿了么通过提升餐厅翻台率整合市场，使自身的市场估值高达30亿美元；Uber通过提升社会车辆的利用效率，拥有了410亿美元的估值等。这些企业都是通过提升产业效率才获得巨大成功的。

企业从“0”到“1”，关键在于把握事物的核心价值，而不是通过习惯臆测或者地推思维去思考相关问题。社区O2O的重点在于建立“平台+运营”的商业模式，其本质是通过提高企业业务效率来提升企业的业务管理水平，从而构建一个方便、快捷的利民社区。这种模式一方面



能够服务社区用户，提高用户的生活水平和生活质量；另一方面能够帮助企业自身实现多元化的增值收入。

在现实的商业活动中，很多企业试图与互联网紧密结合，于是，它们开始大力推广社区 O2O 模式。然而，这种做法并没有打动大多数物业公司，这主要是因为两者缺乏共赢点。传统物业公司的痛点包括很多方面，比如管理模式落后、收入水平偏低、信息沟通不畅、业主满意度低等，这些都是传统物业公司亟待解决的“痛点问题”。因此，要想建立社区 O2O，创业者必须从实际出发，懂得换位思考，在解决现实问题的基础上为合作企业提供帮助，这样才能走出坚实的第一步。

实际上，对于创业企业来说，最完美的目标不是一大部分人群的一大部分市场，而是一小部分人群的绝大部分市场。创业者在开始创业时，需要为自己的产品设定特定的消费人群，这样才能更有针对性地开发产品。一般来说，把消费者设定为特定的一小部分人，可以使企业避免过多的竞争压力，也能使自己的业务更精细、更有效率。虽然这类市场一开始很小，但只要创业企业能在这样的领域中占得主导地位，也同样可以获得丰厚的利润。另外，企业在一个较小的市场中占得主导地位，要比在一个大市场中占得主导地位容易很多，而且企业可以将更多的时间和精力用于产品的创新和开发，而不是浪费在没有意义的企业竞争方面。

当创业企业通过创新产品在一个利基市场站稳脚跟，拥有主导地位时，下一步就可以实行扩张计划，而扩张计划的首要目标便是进军那些与已占领市场相近的市场。一方面，相近市场一般会有相近业务，更容易让企业开展相关工作；另一方面，在一个相对熟悉的市场中，更容易实现扩张目的。总而言之，在企业主导一个利基市场后，扩大规模、增加影响力是有必要的，这也是企业做大做强方法之一。



## 2. 巨头阴影下，创业者如何成为行业第一

几乎每一个和创业有关的地方，都会特别阐述创业者如何在激烈的市场竞争中脱颖而出这个问题。但是越来越多的事实告诉人们，创业者成功的秘诀，并不是义无反顾地加入到激烈的竞争队伍中去，而是以打败所有的竞争对手、成为行业中的第一为最终目标。

硅谷创投教父、PayPal 创始人彼得·蒂尔曾经讲过这样一个故事，他说：“美国航空公司每年要服务几百万名乘客，获利高达数千亿美元。不过，虽然它出售的飞机票均价是 178 美元，但从每张飞机票中所获得的利润仅为较少的 37 美分。可是创造价值仅为它的三分之一的谷歌，虽然 2012 年只赚取了 500 亿美元，却从中获利 21%，利润率是当年航空业总和的 100 多倍。另外，更令人惊讶的是，谷歌的市值是美国所有航空公司市值的四倍。”

这种现象看似非常不合理，但仔细分析一下，原因也很简单——谷歌的目标就是做行业第一。美国航空公司和谷歌的最大区别是，航空公司之间竞争激烈，谷歌却在搜索引擎领域一家独大，所以美国航空公司在获得利润的同时，要考虑到同行们的做法，甚至要在不惜牺牲自己利益的情况下与同行竞争。如此背景下，虽然它能够赚取数千亿美元，但却无法获取更多的利润空间，更别说颠覆产业链了。然而，谷歌在搜索引擎领域却没有竞争对手，因此，它除了较为轻松地赚取高额利润外，还推出了其他一系列战略性产品，如 Android、GoogleGlass、谷歌钱包和自动驾驶汽车等。