



BREAK THROUGH

冲出重围

永不放弃救世的理想！

Never give up the ideal !

王 冲 ◎ 著

中国商业出版社



BREAK THROUGH

冲出重围

永不放弃救世的理想！

Never give up the ideal !

王 冲 ◎ 著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

冲出重围 / 王冲著 .—北京: 中国商业出版社,
2015.12

ISBN 978-7-5044-9219-7

I. ①冲… II. ①王… III. ①企业管理 IV.
① F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 301081 号

责任编辑: 陈鹰翔

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c_cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

常熟市新骅印刷有限公司印刷

*

880mm×1230mm 16 开 15 印张 90 千字

2016 年 3 月第一版 2016 年 3 月第一次印刷

定价: 50.00 元

* * * *

(如有印装质量问题, 请与发行部联系调换)

| 前言 |

下一个倒下的会不会是你的企业？

为什么红米手机一天预订销量超 350 万^①，缔造销量神话？

为什么孙正义要投资马云，而不是自己做互联网？

为什么柯达发明了数码相机，却最终被数码相机摧垮？

为什么京东持续亏损十几年，却能越做越强并成功上市？

成大业者都是在关键节点能够突围的人。要么画地为牢，坐以待毙，要么冲出重围。

1999 年，李彦宏和合伙人徐勇带着在硅谷融资来的 120 万美元，回到北京，创建百度。到 2001 年，这笔钱全部烧完，但百度公司还没有实现赢利，下一笔融资还没有着落。李彦宏嘴上说：“直到 2001 年，我们还在大规模投入，并没有急于赢利，但不急于赢利并不代表一直不赢利，如果企业不追求利益的话，那

① 数据来源：小米官方于 2013 年 8 月 2 日发布的前一日红米手机预约数据。

它就去做慈善了。”其实他心里比谁都急。

这个时候李彦宏干了两件事，用白纸打印出股票，说：“今天没工资发，发股票，你信我李彦宏，万一公司上市了，这纸就变成钱。”2005年8月5日，百度在纳斯达克上市，市值翻了1517倍。这是百度第一次突破重围。

上市以来，百度一路顺风顺水，直到2012年，百度再次陷入危机：先是由于竞争对手360、搜狗等公司强势介入搜索。8月16日，奇虎360推出搜索之后，百度股价大幅度下跌，半个月从133.66美元跌到111.44美元，累计下跌了16.6%。

祸不单行，接着又传出李彦宏和妻子马东敏离婚的消息。马东敏持有百度公司4.8%左右的股权，如果两人离婚，将对百度的股权结构产生重大影响。消息一经传出，不到3天时间，百度股价直接跌至93美元。至此，百度股票累计下跌了30%左右，市值蒸发逾百亿美元。

事实上，百度2012年的末日危机也不是没有征兆。自从主要竞争对手谷歌退出中国后，百度大有坐享其成、不思进取的架势，竞价排名、虚假医药广告、点击欺诈、著作权版权等都成为百度的诟病。

另一方面，几年来，百度由于缺乏积极进取之心，尽管占据先机，却将视频领域、社交领域的江山都拱手让给了他人。

这些征兆，李彦宏都没有重视，以致问题日益积累。危机一朝爆发，便使百度陷入内忧外患的境地。

在2013年百度年会上，李彦宏本人反思道：“过去的2012年对于百度来说，可能是近些年来最困难、最不容易的一年。外

界对我们的发展有一些质疑——百度是不是错失了布局未来的先机？是不是只能躺在领先优势上吃老本？是不是缺乏创新的动力和能力？……甚至有人觉得，2012年，百度不仅遭遇了竞争和挑战，未来的前景也不是那么乐观。很多人在问：接下来的路，百度该怎么走？我们的未来在哪里？”

百度能否冲出重围，目前还没有定数。但百度的案例，给我们每个企业都敲响了警钟，危机总在不经意间袭来，老板们决不能满足于安逸的现状，下一秒企业就可能深陷重围。而一个企业，如果在关键节点没能活下来，就灭了。

做企业，就跟上战场一样，稍有不慎，随时都有可能倒下去。老板经营企业的过程，就是一个又一个在重围中奋战的过程，多少次产品销量下滑、资金紧缺、团队危机、成本高涨……能挺过来是人中龙凤，扛不下去就灰飞烟灭。

中国目前那些最辉煌的企业都可以为我们讲述一部部冲出重围、绝处逢生的突围史诗。

比尔·盖茨曾经说过：“微软离破产永远只有18个月。”企业老板当下要觉醒，要时刻反思：“下一个倒下的会不会是我的企业？”

每个时代都有大的战略导向，也会有新的战略崛起，各位老板要代表新的势力战略崛起。

传统行业必须要掌握新型的行业格局和新型的商业模式，颠覆你固有一切的思维方式。

我们已经进入互联网时代，信息前所未有地畅通，企业成败都将更加迅速！强大如诺基亚败亡也就2年，弱小如名不见经传

的小米做到 300 亿也就 3 年！老板再不学习，如何掌握先机？

本书前后贯彻这种危机观念，以我的《冲出重围》总裁班课程内容为主线，向那些正在面临企业重围和即将陷入企业重围却仍浑然不知的老板们讲述企业五大重围，传授突围密码。

高手直接向顶尖老师学习，掌握核心本源，轻松破局！

这是中国第一堂具有颠覆性思维理念，解决企业经营发展核心问题的真经课程！

这是中国第一堂全面帮助老板冲刺事业人生巅峰的课程！

这是中国第一堂创造受训企业一年之内利润提升 30% ~ 300% 的行业神话的实战课程！

小老板学方法，学执行，学领导力；大老板学智慧，生万千法；领袖之才必进入思维本源，这样的老板才是能够成就大业的老板！

1. 打破一切假象，直击核心领袖的思维本源！
2. 如何运“势”而为，多点布局，设计经营模式！
3. 在节点引爆资源和动力，实现裂变式增长的不传之秘！
4. 掌握老板的三大命脉，打造核心竞争力，实现企业利润暴增！
5. 团队上下同欲，战无不胜！

要么坐以待毙，要么冲出重围，人生永远就是这样的选择。企业也一样，没有其他选择。

一灯能解千年暗，一智能解万年愚。如果能够帮助老板破解所面临的层层重围，再创事业辉煌，这本书的价值也就出来了。

| 目录 |

前言 下一个倒下的会不会是你的企业? 1

第一章 重围一：产品重围！

- 第一节 包装：打通眼界 5
- 第二节 创新：见路不走 17
- 第三节 营销：走完最后一公里 33
- 第四节 布局：普通人入局，高手直接布局（或破局） 41

第二章 重围二：团队重围！

- 第一节 星系之老板系：远见、权势、脱俗 53
- 第二节 星系之高管系：成就（救）、释放 63
- 第三节 造化用人 73
- 第四节 运营能量 87

第三章 重围三：模式重围！

- 第一节 模式的力量 107
- 第二节 八种错误行为使企业陷入模式重围 113
- 第三节 Web2.0销售模式变革风暴 121
- 第四节 亿万级老板不会告诉你的赢利密码 137
- 第五节 六种商业模式帮助老板立即觉醒 145

第四章 重围四：资金重围！

- 第一节 投资：将钱转起来赚钱 163
- 第二节 融资：用别人的钱赚钱 175

第五章 重围五：方向重围！

- 第一节 事业方向 195
- 第二节 情感方向 205
- 第三节 人生方向 215
- 第四节 终极方向 227

|第一章|

重围一：产品重围！

① 百度网：中国网络广告行业研究报告（2012-2015）。

② 艾瑞网：中国网络广告行业研究报告（2012-2015）。

问题

1. 是先有产品还是先有团队？
2. 产品价值重要，还是成交率重要？
3. 企业缺营销人才，还是缺有杀伤力的产品？

案例

2013年8月22日，小米董事长兼CEO在微博上表示，小米完成新一轮融资，这意味着小米整体估值已经达到100亿美元。^①

在这之前，小米保持着每年完成一次融资的节奏，融资金额一年比一年可观。2010年底，小米融资4100万美元，估值2.5亿美元；2011年底，小米融资9000万美元，估值10亿美元；2012年6月底，小米融资2.16亿美元，估值达40亿美元。^②

一个企业是先有产品还是先有团队？是先有产品还是先有资

① 数据来源：2013年8月小米完成新一轮融资后的市场估值。

② 数据来源：小米公司各阶段公布的融资数据。

金？很多人可能会认为先有团队，先有资金，再来研发产品。不时有学员在我的课上问这个问题，我要告诉大家一个事实是，任何一个团队必须先要有产品，才能有团队有资金，产品才是企业持续成功的根本。

小米不是先有小米团队，而是因为有小米这个产品的创意才组建了小米这个团队。2010年4月，雷军收到来自师弟李华的一封邮件，推荐一个从德信无线出走的无线业务团队——他们希望做一款独立的手机硬件。不久，雷军组建“小米工作室”，而他们的计划目标就是制作一个完全的手机体系——“小米手机”。就在当年年底，雷军完成了第一轮融资，此时离小米真正赚到钱、迁至新址望京卷石天地大厦仅仅不到2个月。

冲哥点评

今天中国的老板集体浮躁，想要资金，想要团队，但恰恰忽略了企业重要的命脉：产品。所有企业与客户联系的唯一纽带就是产品。可以这么说，注重产品的企业才能突围出去，重视产品的老板才能立起来，所以，在我的总裁班《突围密码》课程中，老板第一个要冲出重围的必须是产品冲出重围。

产品是企业生存和发展的根本，产品价值是联系企业唯一的纽带。老板们要立刻觉醒，永远要把焦点放在产品价值上，所有外圈的辉煌都只是昙花一现。

第一节 包装：打通眼界

1. 海水不可斗量，人一定貌相

西班牙的 Inditex 集团是全球第三大服装公司，Inditex 旗下最成功的品牌之一——ZARA，2013 年销售额达 600 多亿元人民币。^①

ZARA 每年推出服装约上万款，款款与潮流同步。做服装的人要问，这不可能，真是不可思议，怎么做到的？懂服装的人会琢磨，一个好的设计师要多少钱？他的年设计量是多少？

ZARA 的设计师无论如何都算不上一流。它的做法就是，低价聘请一批这样的设计师，组成一个人数庞大的设计团队，再请一批摄像师，摄像师的工作就是活跃在各个时装秀和时装发布会现场，第一时间拍下当季最流行的时装给设计师，然后设计师在这些其他服装大牌当下最漂亮的时装的基础上进行二次设计。从摄像师的照片到下厂生产，这个过程往往只需要一周甚至更短。

设计不再是难事，一件件漂亮的产品就这样不费吹灰之力生

^① 数据来源：ZARA 公司 2013 年营销数据。

产出来。ZARA 不仅品种多、更新速度快，而且最关键的是，ZARA 穿在身上，像香奈儿（CHANEL）、像古驰（Gucci）、像爱马仕（Hermès），很时尚、很漂亮，但价格只有这些品牌的十分之一，甚至更低，这令消费者趋之若鹜。

冲哥破译

我们买东西首先看什么？包装。

车子最值钱的是发动机，买车子的时候你会把发动机打开看吗？

电视机里面显像管集成电路最值钱，买电视机的时候你会把显像管拆开看吗？

人有眼耳鼻喉意，高手首先打通眼界，才能进入意识界。

1) 海水不可斗量，人不可貌相？这句话对还是不对？不对！上过我的《冲出重围》课程的学员都知道，这个概念要颠覆它。

调查表明，长相好看的人往往比相貌平平的人挣钱更多，也拥有更好的工作，而相貌平平的人又会比相貌丑陋的人好一些。背景相同、能力相似的人申请同一个职位，外貌更佳的那位更容易成功。对加拿大人做的一项调查发现，好看的人比丑陋的人挣的钱要多 75%。

2) 在商场，小老板一定要学会花钱。

人越穷的时候越借不到钱，越富的时候越容易借到钱。借钱最大的成本不是利息，借钱最大的成本是尊严。你看起来有钱，别人

也愿意把钱借给你。一个公司，你有实力，别人也未必给你钱；但是，只要别人“以为”你有实力，再多的钱他也要给你。所以小老板不是要先买房，而是要先买车，你要给人家一种感觉——你是有点实力的人。

3) 人们往往以貌取人，在选择产品时也有同样的倾向。

这也是大众最普遍的消费心理，每个人都有着向往美好事物的天性。

许多人嘴上说着“人不可貌相”，但事实上，人们很容易被外貌“俘虏”。这在心理学上叫晕轮效应，外貌是我们见到人、事、物时所了解的第一特征。一件产品如果光鲜亮丽，你忍不住想要拥有，在这种积极肯定的光环笼罩下，你很容易以为该产品在性能、实用各方面也是相对不错的。

大多数人都会陷入这样一种错觉，认为他们能从外表看到产品的内在。

所以，一件好产品，必备的一项特质就是：让人第一眼看到就爱上它。要做到这一点，有捷径、有秘诀。

广州一家服饰公司的老板，2012年听完课后，产值从3亿做到了8亿。我告诉他：凡是爱马仕开发布会，你就把样式拍下来发回大陆，然后进行二次设计。反正你的衣服看起来像爱马仕，但不是，而你的价格只有爱马仕的十分之一。这位老板很聪明，现学现用。

冲哥点评

海水不可斗量，但人一定要貌相。

没有人跟你讲内涵，都是先对你的外表有了好感之后，才进一步沟通交流。

产品也一样，首先要打动顾客的眼球。眼球都打动不了，就不要讲其他的，包装是第一，内涵是第二。

中小老板也一样，你没有钱也要装作有钱，因为人们都喜欢和有钱人做生意。有钱人也喜欢和有钱人做生意。老板装作有钱人，然后慢慢就真的变成有钱人。

眼见不一定为实，但一定会影响判断。

2. 包装金字塔

苹果公司向来标榜苹果产品是美的化身。乔布斯将设计看成是产品乃至公司的一个战略性工具，是促使企业产品与众不同的最重要的实现手段。他坚持一个观点，即只有优秀企业才会在包装设计上下大力气。

“针对消费市场而言，设计可靠、简单、优秀的营销和优雅的包装是一件商品最宝贵的价值。话说回来，与上述特质相符的公司也一定是业界最优秀的领头羊。”

“在许多人的字典中，设计意味着华丽的虚饰，是室内装潢、是沙发皮质的面料。但对我来说，没有什么能远离设计。设计是产品的灵魂，灵魂通过产品的外观表达自己。”