

李 杰 黄代参 · 编著

小实业



发家

XIAOSHIYE FAJIA



办小实业创新不难
巧妙联想经营奇谋
别人行我也行
成功钟情有志人

小
小
发
家
系
列

湖北人民出版社

小小发家系列

小实业发家

李杰 黄代参 编著

湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

· 小小发家系列 ·

小实业发家

李 杰 黄代参 编著

出版：湖北人民出版社
发行：

地址：武汉市解放大道新育村 33 号
邮编：430022

印刷：武汉市汉桥印刷厂
开本：787 毫米×1092 毫米 1/32
字数：216 千字

经销：湖北省新华书店
印张：10.125
插页：1

版次：2001 年 1 月第 1 版
印数：1—6 120

印次：2001 年 1 月第 1 次印刷
定价：15.10 元

书号：ISBN 7-216-03026-5/F·540

策划编辑 ● 陈晓东

责任编辑 ● 卢华根

装帧设计 ● 梁 巍

目 录

1. 创业立志

1.1 小实业 ABC: 这些你应该知道	1
1.2 发展小实业空间巨大	4
1.3 小实业可兴家, 亦可兴国	7
1.4 悄悄告诉你: 许多实业巨头曾经都是小业主	9
1.5 许多“世界第一”都源于小实业	11
1.6 民族国优金招牌, 多半发轫小实业	13
1.7 创小小实业, 铸辉煌人生	18
1.8 下岗了, 何妨自创一番事业	19
1.9 退休了, 还可另有一番作为	22
1.10 别人行, 我也行	24
1.11 共和国第一位亿万富翁	26
1.12 誓不低头烧鹅仔	26
1.13 成功钟情有志人	28
1.14 妇女创业有优势	29
1.15 有专长是你的立足之本	31
1.16 克服无专长的恐惧, 并弥补它	33
1.17 “数学神童”办小实业发大财	34
1.18 他们为什么成功	35

1.19	创业成功“七要素”	36
1.20	如何进行事业规划	38
1.21	失败并不可怕,败将亦可言勇	40
1.22	测一测你发家致富的能力	41
1.23	发财致富的能力是可以培养的	43
1.24	做个快乐的小实业家	47
1.25	祝你成功	49

2. 发现商机

2.1	商机有价	51
2.2	商机就在你眼前	52
2.3	善观察,就有钱赚	53
2.4	寻商机还须靠老本行	55
2.5	把“冷门”产品做成“热门”生意	55
2.6	藏在石缝中的商机	57
2.7	“商业气象学”	58
2.8	“造假”也能发财	60
2.9	数学家的经济头脑	61
2.10	何必一条路走到黑	62
2.11	从黄鱼变质想到制造保温箱	63
2.12	错误会告诉我们什么	64
2.13	“土玩艺”可赚“洋钱”	65
2.14	古代文化宝库蕴藏商机	67
2.15	用“艺术眼光”发现商机	68
2.16	“讲政治”寻得商机	71
2.17	心系儿童	72

2.18	小实业的“动物情结”	75
2.19	废物增值话商机	77
2.20	经营小实业要善于“抱残守缺”	79
2.21	利用人们的怀旧心理赚钱	80
2.22	军转民,行不行	82
2.23	嗜好与商机	83
2.24	荒诞思维出商机	84
2.25	吃香的厕所	86
2.26	另类市场:除害用品一族	88
2.27	粗制产品有商机	89

3. 市场无限

3.1	新兴市场知多少:不说不知道,市场真奇妙	91
3.2	香港人的市场观	95
3.3	产品小,市场可不小	96
3.4	茶杯变迁与“索尼法则”	98
3.5	创市场重在思路清晰	99
3.6	由“学习机”的开发想到的	99
3.7	从一家乡办企业打入上海市场说起	101
3.8	市场“微积分”	102
3.9	市场是挤出来的	104
3.10	市场预测 ABC	105
3.11	人弃我取	108
3.12	船小好掉头 $\neq$ 船小乱掉头	109
3.13	配角经常亦光彩	111
3.14	屈居第二战术	112

3.15	应变谋略	112
3.16	“不争”不是“无为”	113
3.17	最高明的竞争术是避免竞争	114
3.18	小实业、小产品也能创名牌	115
3.19	劣质货何以占有大市场	117
3.20	依附大市场,巧作“寄生虫”	118
3.21	搭便车的艺术	120
3.22	背靠“大树”好乘凉	120
3.23	钟情于男人的吉列公司	122
3.24	农村是一个广阔的天地	123
3.25	让市场信息活起来	124
3.26	巧借信访得市场	126
3.27	产品有寿命,收获乘时节	126
3.28	老话题:再说薄利多销	130
3.29	用大生产方式经营小商品	131
3.30	君子协定:不互相残杀	132
3.31	人靠衣装,货靠包装	133

4. 技术天地

4.1	知识经济时代的小实业	135
4.2	技术立业与“高科技老板”	136
4.3	再谈“高科技老板”	137
4.4	靠第一生产力发家	139
4.5	以高新技术产品起飞	140
4.6	小实业也讲究技术含量	141
4.7	小实业贵在技术有特色	142

4.8	“口子酒”靠科技兴厂、知识发家	143
4.9	引进高科技,小厂成大业	144
4.10	一个小厂兴旺的秘诀:科技为本,借智生财	146
4.11	民族实业先驱:以技术抗争外资	147
4.12	瞄准世界先进科技:SONY 发家之路	149
4.13	伊士曼·柯达:致力于技术大众化	151
4.14	杨森制药:自有技术+创新产品=成功	153
4.15	技术奇,无人敌	155
4.16	特色技术源于特有资源	156
4.17	一位农民实业家对新技术情有独钟	158
4.18	流血不要紧,只要技术新	160
4.19	“偷”出来的巧克力技术	161
4.20	质量挂帅:解读“六必居”	163
4.21	“狗不理”的工艺	163
4.22	“三五”牌时钟:本土技术的骄傲	164
4.23	使用专利:提高产品技术水平的捷径	166
4.24	产品构思万花筒:懂一点产品构思的技术	167
4.25	新产品开发的前期准备	171
4.26	开发新产品的步骤和原则	172
4.27	如何避免新产品开发的失败	175
4.28	价值工程是干什么的	176
4.29	成功开发小商品的“六字诀”	178
4.30	小实业、小发明备受关怀的国度	179

5. 管理有道

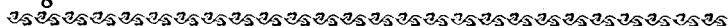
5.1	在赚钱与不赚钱之间:商誉是如何建立起来的
-----	----------------------

.....	181
5.2 不要忘了信誉	182
5.3 你是否具备老板的素质	184
5.4 提高自身素质,当好现代老板	186
5.5 广纳贤能创大业	193
5.6 了解人性弱点,知人才能善任	194
5.7 严厉与仁慈:两手都要硬	195
5.8 疑人要用,用人要疑	197
5.9 重用对企业忠心耿耿的员工	198
5.10 “打虎不过亲兄亲,上阵还须父子兵”: 谈谈家族式企业的人员管理	199
5.11 如何激励员工	203
5.12 第一桶金:创业资金何处来	205
5.13 小实业家要善于和银行交朋友	206
5.14 选择银行有技巧	207
5.15 与银行打交道的十个要点	208
5.16 对贷款认识的几个误区	212
5.17 你符合作为贷款对象的条件吗	213
5.18 银行贷款方式知多少	213
5.19 如何使银行信任你	214
5.20 怎样管理资金	216
5.21 经营小实业应提高资本运营质量	217
5.22 谈谈企业外部环境分析	218
5.23 “知己知彼,百战不殆”:了解你的 同行和竞争对手	220
5.24 定价学问大	222

5.25 投其所好:懂一点顾客心理学	225
5.26 搞好销售工作的“八项注意”	229
5.27 谈判让步“小九九”	231
5.28 管理者要懂情感经营术	232
5.29 怎样制定生产计划	233
5.30 不妨小气一点:谈谈加强成本管理	235

6. 创新制胜

6.1 理解创新	238
6.2 小企业是一支重要的创新力量	241
6.3 创新不难	242
6.4 做人要做有创造性的人	244
6.5 敢为天下先	245
6.6 手帕大王创新“三步曲”	247
6.7 始终领先一步	248
6.8 不怕做不到,就怕想不到	249
6.9 鼓励员工合理犯错误	250
6.10 敢于异想天开才能赚钱	251
6.11 开发你的创意潜能	252
6.12 激活创意	254
6.13 错位思维,错位经营	255
6.14 多维思考法	259
6.15 推此及彼,巧妙联想	260
6.16 学会逆向思考	261
6.17 围绕缺点作文章	263
6.18 创新手术:分解、组合与嫁接	265



6.19	“外行”为何总能创新	266
6.20	经营奇谋:无中胜有	267
6.21	出奇制胜的“雕虫小技”	271
6.22	粉红色的智慧:女人的创新点子	273
6.23	愤怒与创新	276
6.24	提高商品的文化含量	277
6.25	让生意充满“爱”	280

7. 经营献策:可供尝试的小行当、小产品、小生意

7.1	礼品篮	282
7.2	灯罩制作	283
7.3	制作宠物服饰	284
7.4	演出服装的设计、制作与租赁	285
7.5	收购旧服装改制加工业务	286
7.6	教具制作	288
7.7	工艺蜡烛制作	288
7.8	画框镜框制作	289
7.9	手工制造肥皂	290
7.10	毛制品	291
7.11	霓虹灯及招牌制作	292
7.12	标牌及徽章制作	293
7.13	制作新奇花盆	294
7.14	定做坐垫和靠垫	294
7.15	制作微缩实物模型	295
7.16	绢花配置	296



7.17	为特殊人士做衣服	297
7.18	休闲饰物制作	297
7.19	茶杯的进一步改进	298
7.20	烟灰缸的新设计	299
7.21	办公室实用工艺品	299
7.22	鸡毛掸塑料花	300
7.23	新潮镇纸	300
7.24	将一般台历变出新花样	300
7.25	经营小农机	301
7.26	经营小五金	301
7.27	高科技文具	302
7.28	防水按摩器	303
7.29	可移动式工作高梯	303
7.30	低成本彩色玻璃	304
7.31	改进礼品包装纸	304
7.32	开个半成品店试一试	305
7.33	开个儿童百科商店	306
7.34	泡沫塑料再利用	307
7.35	开发多用途小刀	307
7.36	台灯还可进一步改进	308
7.37	拖鞋还有多种穿法	308
7.38	成人玩具:给“老顽童”们一个惊喜	310



创业立志

1.1 小实业 ABC: 这些你应该知道

说到小实业,我们都不会感到太陌生,如果要举例,大家都可以说出个一、二、三。诸如各种小产品的制作、小修配、小加工、小行当、小作坊……等等。关于什么是小实业?它的特点是什么?世界各国并没有完整、统一和通用的说法,然而有几点我们希望你有所了解:

小。小实业一般规模都很小,所需的投资小,使用的人手少,有个几万十几万元的投资,甚至几千几百元的投资就可以置备基本的工具或设备,三两个人,甚至自己一个人就可以把事业搞起来。

实。这里的“实”说的是生产或产品。小实业立足于生产行业,以产品和技术作为自己发展的后盾,这一点是它与商业、金融业、服务业不同的地方。

简。发展小实业采取的企业形式简单,组织结构简单,生产工具简单,传统技术居多,这对于个人独立创业、家庭创业特别适用。

特。经营小实业贵在有自己的特点,开发的产品、采用的技术、服务的对象、营销的手法、管理的方式都必须在“特色”

二字上做文章,这是小实业发展成功的源头。

专。小实业经营者往往都专精一技,正是由于专,才能在众多的竞争者中确定自身的地位和价值,永远立于不败之地。

新。现代社会科学昌明,技术发达,各种信息资料层出不穷,小实业经营者必须具备敏锐的嗅觉,开阔的视野,要善于吸收各种新观念、新知识、新方法、新技能,不断创新,为自己的发展注入新的活力。

奇。出奇才能制胜。别人能够想到的点子,你要能想到,别人不能想到的,你也要能够想到,这就需要不断地总结别人和自己的各种经验,善于动脑筋,胆大心细,勇于实践。

发展小实业是一个世界性话题,也是一个永久性的课题。在全球范围内,中小企业占全球企业总数的 99%。尽管近年来,国际上掀起了一股企业兼并热,大型、特大型企业层出不穷,似乎世界已进入“大企业时代”。然而,如果我们仔细考察,就会发现,在蓬勃发展的大型企业身边与之并存的是数量更多的中小企业。无论在发展中国家还是在发达国家,中小企业在国民经济中都是一支不可忽视的重要力量。

美国小企业个数从战后以来平均每年递增 1.9%,相当于其人口的增长水平。据美国小企业管理局的统计,到 1997 年财政年度末,美国共有 2000 多万家中小企业,雇用了全国一半以上的劳动力,创造了全国一半以上的国内生产总值。在出口方面,1996 年美国中小企业出口额达 1800 亿美元,占美国出口额的 30%。

英国是中小企业占国民经济比例较高的国家之一。据英国官方 1998 年统计,职工人数在 300 人以内的中小企业几乎涉及英国的所有行业,为英国创造了 1000 万个就业机会。中

小企业职工人数约占英国企业总数的 50%。其产值占除金融以外的国民生产总值的 42%。

在德国,500 人以下,年销售额 1 亿马克以下的企业,统称中小企业。目前,德国中小企业有 320 万家,雇员 2000 万人,分别占到全国企业总数的 99.6% 和就业人员的 68%,创造了全德 53% 的工业产值和 46% 的国内生产总值。总投资占全德的 45.4%。所以德国中小企业被誉为德国经济的支柱。

据欧盟统计局公布的最新统计数字显示,欧盟 1800 万家企业中,只有 36000 家是 250 人以上的大企业,250 人以下的中小企业为 1792.4 万家,占企业总数的 99.58%。产值占欧盟总产值的 55%,其就业人口占欧盟就业人口近 70%。

1997 年,韩国中小企业共有 240 万家,占企业总数的 98.3%。在制造业中,中小企业的就业人数占整个行业近 70%。

印度自独立 50 多年来,其小型企业在国家社会和经济发展中一直发挥着重要作用。据官方统计数字表明,印度小企业创造的产值占全国整个制造业产值的 40%。小企业产品出口额占全国出口的 35%。从 1997 年至 1998 年度,印度的小企业由 194.8 万家增加到 304 万家,产值由 443.8 亿美元增加到 1213.5 亿美元。

日本更是一个非常重视小实业发展、中小企业遍布全国的经济大国。据统计,日本约有 650 万家中小企业,约占企业总数的 99.1%。中小企业职工人数 4200 多万,约占职工总数的 78%。全体日本人衣着的 80%、食物的 90%、住宅的 30% 是中小企业来满足的。

我国也是中小企业的大国。目前我国的中小企业占全国企业数的90%以上,雇用了全国75%的城镇劳动力和两亿多农村劳动力,新增就业机会的80%来自中小企业。中小企业创造的增加值约占国内生产总值的60%,提供的利税占40%左右。中小企业的发展将成为支持我国经济可持续发展的最具活力的一部分。

中小企业之所以具有如此强大的生命力,是由于小企业的发展适应社会化大生产的需要,适应于现代科学技术的发展和市场经济的要求,在国民经济发展中具有不可替代的作用。

1.2 发展小实业空间巨大

在你准备从小实业起步,开始独立创业之前,自然会问:现代社会经营小实业还有前途吗?对这个问题的回答是肯定的。据有关专家的研究,现代社会日新月异的科学技术,人们社会生活方式的变化,国家产业政策的导向都为小实业经营者提供了广阔的发展空间。

劳动密集型产业生命力持久。我国人口多,劳动力成本低,发展劳动密集型产业将会一举多得,既推动经济发展,又促进社会稳定。而对于我国经济相对落后,并有大量剩余劳动力的中西部地区来说,劳动密集型产业更是不可缺少的。因为劳力、资金资源有一定的替代性,资金紧缺的地方,可以劳动力替代资金。日本的汽车工厂只是总装车间,汽车的绝大多数零部件都是由散落在世界各地的中小企业生产的。日本汽车便宜,就在于适时转移劳动力资源,降低了生产成本。