

个人创业励志篇

# 自己当老板

## ZI JI DANG LAO BAN

### 有钱绝对不是偶然的

千高原 / 策划  
苏伟伦 / 编著

**抓住机会！**  
**整个生命都是机会。**  
**走的最远的人通常是想做又敢做的人**

——卡耐基



中国纺织出版社

个人创业励志篇

# 自己当老板

ZI JI DANG LAO BAN

有钱绝对不是偶然的

千高原/策划

苏伟伦/编著



中国纺织出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

自己当老板/苏伟伦编著. —北京:中国纺织出版社,  
2000.8

ISBN 7-5064-1875-4/F·0123

I. 自… II. 苏… III. 私营企业-企业管理-基本知识  
IV. F276.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 42654 号

NA172/04

---

责任编辑:王学军  
责任印制:刘 强

---

中国纺织出版社出版发行  
地址:北京东直门南大街6号  
邮政编码:100027 电话:010-64168226  
北京宏飞印刷厂印刷 各地新华书店经销  
2001年1月第1版第2次印刷  
开本:850×1168 1/32 印张:16  
字数:398千字 印数:6001—12000 定价:26.00元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

## 前 言

现在,人们之间最流行的称呼是“老板”。的确,今天任何人都可以成为老板。做一名老板是我们对人生的一种目标选择,也是一种权力,更代表一种进取的生活方式。在所有商业职称中,老板是唯一没有资历要求的岗位。

在当今工商领域中,老板是商业前沿的先锋,在很大程度上,工商领域的未来是由老板中的精英掌握。目前国内小型企业数量占企业总数的98%以上,那些白手起家、自主创业的老板以及他们的事业已经成为公认的成功典范。目前,中国最具活力的私营经济基本上都是由小老板创建和经营的,小老板的事业也广泛分布在各行各业。现在,人们把中国的老板分为三个阶段:第一阶段是20世纪80年代的“个体户”。由于当时人们的观念与社会环境,“个体户”的成功与个人胆量紧密相关,因此可以形象地称为“胆商”。第二阶段是纷纷下海的各种“能人”,主要依靠各种关系发家致富,“皮包公司”是典型的形式。随着市场经济的发展,老板的事业也远远不是依靠胆量和关系就可以获得成功的,老板已经进入一个全新的境界。有知识、有实务经验、有抱负的企业家已经成

为主流,特别是他们以自己拥有的知识、技能作为资本投入经营,形成一个全新的“知本家”阶层,这也成为第三阶段的标志。因此,可以说老板是社会精英阶层之一,是成功的代名词。

可以这样说,在 21 世纪开端之际,中国最为重大、最为国人关注的事情就是个人办企业了。但是,因为近代中国经济长期不发达,中国人办企业的能力要远远低于热情。老板不是好当的,钱也不是好赚的,除非你善于学习,敢闯能干。对于打算当老板和初当老板的人来说,行内的一些事情不能不知道,不能不掌握,毕竟“最富贵的人生,不一定是最快乐的人生。”

本书从办公司、当老板的一些极细微的地方说起,由小见大,很有说服力,极具操作性。

千高原

## 第 1 章

## 当老板的条件

## 一、充满自信 /1

每个人都应该坚持自己的信念,实现自己的人生目标

## 二、出色的经营能力 /6

管理的重点在经营,经营的中心在决策

## 三、坚持不懈的精神 /14

真正的经营者不会被失败吓倒,他们在困境中发现了机会,而大部分人看到的只是障碍

## 四、竞争意识 /19

阿信的成功,关键在于她有强烈的竞争意识

## 五、乐于工作,乐于领导 /27

那些具有品格的人会放射出磁石般的力量,对于追随他的人来说,他们是最终目标的象征,是希望的象征

## 六、危机意识 /31

生于忧患,死于安乐

## 七、精细、敏感的作风 /35

没有敏感的能力,外界的变化一概不知,便无法变通,不能改进工作

## 第 2 章

## 投资理财素质测试

## 一、理财观念的测试 /41

金钱,可以打开所有的门

## 二、钱财知识的测试 /42

试试这个“金钱智商”测验

## 三、金融词汇的测试 /48

妥善使用金融词汇,把自己的想法正确表达出来

## 四、投资理财心理与能力测试 /54

一个人面对风险通常可表现出四种态度

### 五、风险承担意识测试 /56

你想知道自己能承担的大风险?

### 六、金钱焦虑程度测试 /60

你知道自己对金钱的焦虑程度吗?

### 七、花钱态度的测试 /63

对于钱,有些人挥金如土,有些人却一个钱办成两个用

## 第三章 选择经营行当

### 一、生意的季节性 /70

大多数行当中的销售和利润都存在着季节性变化

### 二、受到宏观经济形势的影响程度 /71

大多数行当在经济衰退时都要受到负面的影响,但低价生活必需品受到的冲击最小

### 三、产业的受管制程度 /72

应避免从事那些仍处在初期管制阶段的行业,这些领域中的游戏规则还不完备,经常朝令夕改而且往往起着反作用

### 四、对不确定的供给要素的依赖程度 /73

假若一家企业过度依赖于某种原材料,那么其前景便令人担忧

### 五、该行当的成长性 /74

对于一个领域来说成长性是一个令人欢迎的特征

### 六、盈利能力 /75

盈利能力是衡量生意成败的最终标准

### 七、影响经营成败的基本因素 /76

成功的企业经营者熟知影响公司销售和利润的基本因素

### 八、从技术变革中受益 /77

许多诱人的商机来自于技术变革

### 九、规避竞争 /78

拥有保护性措施可以使自己免受竞争冲击

#### 十、个人兴趣 /78

每一项工作对于不同的人而言有着不同的吸引力

#### 十一、该行当是否容易进入 /79

进入某一行当越容易,竞争就会越激烈,失败的可能性也越大

### 第4章 开业登记与审批

#### 一、开业登记的主要事项 /83

工商企业申请筹建登记,应根据不同情况分别办理

#### 二、筹建许可证和营业执照 /86

许可证和营业执照具有法律效力

#### 三、税务登记 /88

应该了解纳税人的范围

### 第5章 开业忠告

#### 一、确定开业意向,不做蚀本生意 /91

不管做哪种生意,都要考虑经济收益,所谓“千做万做蚀本生意不做”

#### 二、认真选择店面,不要盲目设点 /92

在选择地点时一定要用自己的眼睛和双脚实地勘察

#### 三、不要对工作环境马马虎虎 /94

空气流通,有新鲜的空气,就可以提高工作效率

#### 四、不要忽视人际关系 /94

在家靠父母,出外靠朋友

#### 五、紧跟市场变化,不要成为后来者 /95

市场每隔一段时间,就会有一个潮流出现

#### 六、确定顾客对象,不要针对所有消费者 /96

如果一心以为产品可以适合任何人,结果这种产品可能任何人都  
都不适合



### 七、不要盲目进货 /97

善于选择货种的,在市场的竞争上,必定较占优势

### 八、不要忽视促销策略 /98

做生意没有一成不变的法则,最重要是灵活变化,多动脑筋,使欠缺谋略的对手穷于应付

### 九、不要以借贷为耻 /99

尽量争取银行贷款,不要怕付利息,只要能够保本付息就不怕债务

### 十、确定集资额度与方式,不打无准备之仗 /100

在确定了集资额度后,还要掌握集资方式

### 十一、不要失信于银行 /101

令银行对你有信任是非常重要的

### 十二、不要马虎计算成本 /102

成败与否,要由利润与成本之间的关系而定

### 十三、不要分散投资 /103

一般人都认为成功后一定要分散投资,其实不然

### 十四、刺激资金周转,最好不要记账 /104

懂得周转资金的生意人,能设法尽快取得利润,以利润抵消开支

## 第6章 事业开拓常识

### 一、创业途径 /107

在这个多变的时代里,处处充满着机会,也处处布满了陷阱

### 二、选择合适的合伙人 /110

为了整合各方面的资源,增强竞争力,往往都会有合伙的行为

### 三、筹资 /111

创业之初,资金的筹措往往十分困难

### 四、迈出第一步 /113

谨慎而勇敢地迈出第一步是关键

## 五、学历与创业有多大关系 /114

在此我们不仅要问,到底是学历重要?还是经验重要?

## 六、竞争时代 /115

近年来,创业的难度较以往高出许多

# 第 7 章 精打细算

## 一、从细微处着手降低成本 /117

不论我们担任什么工作,我们每个人都可以帮助降低成本

## 二、减少浪费和降低开销 /118

为了减少浪费和降低开销,不仅在操作制度方面,而且在设备方面,都可能要求作些基本的改变,有的整个的工作组织也得重新设计一番

## 三、用花钱的办法省钱 /120

用花钱的办法省钱,这听起来可笑,不是吗?但这却是千真万确的

## 四、密切关注隐藏成本 /121

企业的许多重要开销常常在各种不同的账目中变成了隐蔽的成本

# 第 8 章 经 营

## 一、经营场所 /125

选择合适的经营地点非常重要

## 二、人员聘用 /126

可以依照行业类别及工作内容,招募适当的人才

## 三、经营策略 /127

运用特定的市场活动或方法,来达成公司成立的宗旨及目标

## 四、财务报表及分析 /129

报表可以辅助内部控制、改善管理与推动决策

五、不怕挫折 /132

遭遇经济不景气是经营企业难以避免的事，企业的新版图也会重新洗牌，只有体质健全、具有远见及预作准备者，才能存活并浴火重生

六、公司气氛的营造 /133

如果希望你的企业运作，不是一个冰冷的制度框框，而是充满了温暖，那么你的亲为表率，将成为关键

七、忧患意识 /134

经营企业难以避免危机

八、成长曲线图 /135

从初成长期到调整期再到再成长期

九、坚持主业与多元化经营 /136

在遭遇瓶颈时，常会思考到底要坚持主业？还是将投资重心转移到新事业？

第九章

行销妙招多

一、以低成本做大广告 /139

只要你能以低成本将信息送到客户手上，就算是领先别人一步了

二、品质保用期 /140

想寻找自己的竞争优势吗？

三、组织商会 /140

如果现存的商会看起来都不适合你，那就自己组织一个吧

四、给常客赠品 /141

各种不同的行业都已采用航空公司“常客”的观念

五、处理滞销产品 /141

千万别误了时机，应该尽快让产品离开货架

六、花时间选择广告公司 /141



用三个月的时间寻找适当的广告公司

七、提醒客户注意你的存在 /142

我们依然存在

八、先不要设计企业商标 /143

放弃那些教人眼花缭乱的企业商标

九、学习其他行业经验 /143

运用其他行业的标准作法,就可以使你在本行业中表现突出

十、了解竞争对手 /144

经营事业最棘手的工作之一,便是留心竞争对手的动向

十一、善用竞争环境 /144

与旗鼓相当的公司竞争,可使你从中获得不少好处

十二、仿效折扣商店 /145

模仿大型购物中心的外貌及气氛要比突显小店的个性来得有利

十三、使员工了解竞争对手 /146

公司内部期刊的专栏是传达业界消息的好渠道

十四、只要第一流客户 /146

不断寻求享有品牌声誉的客户

十五、不放过任何商机 /147

有位老板总是在车上进行电话行销

十六、请客户参观自己的产品 /147

鼓励可能的买主到公司参观

十七、整合行销力量 /148

建议将公司内所有的行销力量集中

十八、创立会员俱乐部 /148

采用俱乐部会员制的销售概念

十九、节约客户时间 /149

客户太忙了,无法挤出时间让他进行推销

## 二十、管理代理商 /149

当心太容易到手的订单

## 二十一、创造宽松环境 /150

以轻松、充满娱乐气氛的晚餐冲淡生意的严肃性

## 二十二、发展国外代理商 /151

你可以采取三个步骤,寻找海外代理人

## 二十三、寻找海外经销商 /151

迈向国际化的过程中最重要的一环,就是找到适当的国际经销商

## 二十四、是否授予独家代理权 /152

除非他们有独占市场的能力,否则不会给他们独家代理

## 二十五、通过网络接触潜在客户 /153

许多公司正在尝试利用网络进行行销

## 二十六、请客户进行测试 /153

每一次迟疑都是我们的错

## 二十七、预先进行市场调查 /154

当你想推出新产品,却不知是否有市场时,非正式的顾客意见反应调查虽然不算完整,但总比没有回应来得好

## 二十八、请目标客户参与调查 /155

好的问题通常采取开放式回答

## 二十九、了解客户不满的原因 /155

对产品失望的客人往往能提供中肯的意见

## 第10章 创业与公共关系

### 一、现代公共关系和传统交际有无区别 /157

公共关系的首要原则就是要“讲真话、以诚为本”

### 二、创业者离不开现代公共关系 /160

一个篱笆三个桩,一个好汉三个帮

### 三、现代企业公关有哪些要点 /161

“以诚相待、以心换心”永远是对待朋友、对待公众的基本原则

## 第11章 提高信息运用能力

### 一、信息时代的组织变化 /173

信息时代的变化影响了整个社会

### 二、灵活运用信息 /191

决策的制定与执行有赖人与组织运用信息能力的改善

### 三、测量与分析信息运用能力 /198

从测量、分析运用信息的娴熟程度可以看出尚待改进的地方

### 四、信息运用能力的加强计划 /210

你的目标是设计一套成功的计划

### 五、强化组织的学习 /221

利用信息运用能力的评估与改进计划,对学习大有帮助

## 第12章 未来利润

### 一、了解客户的偏好和需求 /228

了解客户是成功的企业设计的第一步

### 二、发现潜在客户 /232

考虑一下怎样拓展你的客户群

### 三、争取更多的客户 /235

为了给客户提供最大的价值,你还能满足客户的那些其他偏好

### 四、与对手竞争 /237

真正的竞争对手是那些与你的公司经营范围相同且与你争夺同一客户的公司

### 五、设法获得更多利润 /239

你需要设计一个经营模式,以使你的公司一直处于行业的利润区中

## 第13章 管理制度典范

### 一、人事循环 /250

用以规范各种人事行政工作

### 二、销售循环 /264

运用得当,有利开发新产品、提高销售计划准确性、扩大业务、降低库存量

### 三、购置循环 /282

购置循环主要有四项作业

### 四、生产循环 /291

所涉及之流程及表单极为繁多

### 五、固定资产循环 /302

固定资产为便于管理、分类及电脑化,都有固定编号

### 六、会计循环 /307

会计制度可以加强各部门的成本意识

### 七、融资循环 /311

融资循环包括预算作业及短期借款作业

## 第14章 象老板一样思考

### 一、信任 /319

要信任员工,你一定先要信任自己

### 二、沟通 /320

沟通并不是所有劳资问题的万灵丹

### 三、距离 /321

要成功地管理员工,你必须要在与员工太亲近和太疏远之间,拿捏得恰到好处

### 四、公正性 /321

老板可以偶尔犯错误,但绝不可不公平



## 五、投入 /322

你愈投入,愈不舍离心离魂

## 六、开放 /323

开放的老板不会把自己及员工锁在象牙塔里

## 七、利润 /324

长程生意上的成功只能经由员工与利润之间的平衡,才能获得

## 八、标准 /324

每一位老板都需要标准

## 九、支持 /325

当公司支持了员工,员工也支持公司

### 第15章

## 远离老板的误区

### 一、走出性格误区 /327

经营失败的老板的性格特征常见的有七种

### 二、知识与经验的误区 /339

一定要明白,无法光靠理论赚钱

### 三、经营误区 /342

行情准,买卖兴

### 四、决策与管理 /352

现代管理的一个根本目标就是效率和速度

### 五、融资误区 /359

融资时如果贪心太重的话,是没有什么好处的

### 六、人事误区 /361

在商言商

### 七、不必“事必躬亲” /365

难道身为老板,就无可避免地要成为工作狂吗?



## 第 16 章

## 创业经典案例

- 【案例 1】“西武的中兴之祖”堤义明 /375
- 【案例 2】创“八百伴精神”的和田 /381
- 【案例 3】敢为天下先的丰田佐吉 /384
- 【案例 4】打不倒的艾柯卡 /394
- 【案例 5】“现代”的主宰郑周永 /397
- 【案例 6】邵逸夫创业两步路 /405
- 【案例 7】郭鹤年如何成为“亚洲糖王” /408
- 【案例 8】白手起家的“金融大王” /411
- 【案例 9】林绍良：从普通小贩到富甲一方 /415
- 【案例 10】年青的网络百万富翁 /420
- 【案例 11】视美乐：大学生创业神话 /425
- 【案例 12】四年成就的“环球集团” /429
- 【案例 13】一份杂志铸就的金圆王国 /434
- 【案例 14】希尔顿：旅店帝国的崛起 /437
- 【案例 15】一夜成名的“网景” /441
- 【案例 16】“德尔”成功启示录 /448
- 【案例 17】“雅虎”的传奇 /454
- 【案例 18】“本田”成功方略 /458
- 【案例 19】伟大的发明家诺贝尔 /460
- 附 录 商界名言 /467