

四百多个百姓创业致富案例凝结的智慧

赚钱其实并不难

- 中央电视台七套《致富经》栏目
- 中国人民大学中国民营企业研究中心
- 中国农业大学MBA中心



经济科学出版社
Economic Science Press

赚钱其实并不难

——中国百姓创业致富调查

- 中央电视台七套《致富经》栏目
- 中国人民大学中国民营企业研究中心
- 中国农业大学 MBA 中心

图书在版编目 (CIP) 数据

赚钱其实并不难 / 中央电视台七套《致富经》栏目,
中国人民大学中国民营企业研究中心, 中国农业大学
MBA 中心编. —北京: 经济科学出版社, 2005. 1

ISBN 7 - 5058 - 4656 - 6

I. 赚... II. ①中... ②中... ③中... III. 商业
经营 - 通俗读物 IV. F715.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 138440 号

序

改革开放以来，我国的 GDP 能够以年均 9.3% 的高速度增长，成为世界上发展最快的国家之一，一个重要的原因就是我们的党和政府实行了一系列鼓励劳动致富、创业致富的方针和政策。多年来，正是因为营造了鼓励人们创业的社会氛围，放手让一切劳动、知识、技术、管理和资本的活力竞相迸发，创造社会财富的源泉才得以涌流。1978 年我国的人均 GDP190 美元，到 2003 年已经超过 1000 美元。这是劳动创造的奇迹，这是政策创造的奇迹。这个发展奇迹是举世瞩目的。

发展自古就是“硬道理”。古人说：“财者，为国之命而万事之本。国之所以存亡，事之所以成败，常必由之。”“因天下之力，以生天下之财；取天下之财，以供天下之费。”（王安石）可见对于创造财富，自古以来就被人们高度重视为“国家之命”、“万事之本”的。

国家的繁荣是由亿万人民群众的富裕组成的，而每一个家庭和个人的富裕是与每一个家庭和个人的努力奋斗分不开的。创造财富、实现富裕，具体到个人也就是尽自己的努力去“挣钱”。过去，我们常常强调“挣钱不易”的古训，以突出劳动的艰辛。而摆在我们面前的这本由一批年轻学者撰写的《赚钱其实并不难——中国百姓创业致富调查》，似乎提出了一个新的命题，从而给我们提供了一个新的视角。

“赚钱不难”，并不否定或忽视劳动的艰辛。其实，无论挣钱的“不易”和“不难”，无非都在说“民生在勤，勤则不匮”（《左传·宣公十二年》）的道理，都在提倡勤劳致富和创业致富的传统美德。所谓“君子爱财，取之有道”，这个“道”，就是用劳动、知识、技术、管理和资本，通过合法的途径去创造财富。在这里，作者强调“赚钱其实并不难”，其用意只是想把那些大量流传甚广的致富神话，再现为每时每刻发生在我们身边的真实故事。

应该说，我们的国家正处于历史上最好的发展时期，我们每个人也正处于历史上最好的发展和致富的时期，当然，也是中国农民（本书重点介绍对象）致富的最好时期。2004年，按照胡锦涛总书记关于“工业反哺农业、城市支持农村，实现工业与农业、城市与农村协调发展”的论述，中央采取了一系列支农强农的政策措施，使得农民收入有了较快增长。但是，我们应该看到，靠政府的补贴和减负，农民收入提高是有限度的。农民要实现更高水平上的富裕，必须自己以新的视野、新的观念、新的技能、新的胆略去创业。

2004年中央一号文件明确指出，要大力发展农村个体私营等非公有制经济；要改善农民进城就业环境，保障进城就业农民的合法权益；要引导更多的农民进入小城镇，逐步形成产业发展、人口聚集、市场扩大的良性互动机制，增强小城镇吸纳农村人口、带动农村发展的能力；推进大中城市户籍制度改革，放宽农民进城就业和定居的条件。这些政策为我国劳动者特别是农民的创业致富创造了从来未有的良好条件。

我们应该看到，许多农民工已经不能满足于进城打工，一旦时机成熟就要在城市开创自己的事业；城市下岗职工也能利用农村的有利资源，在

农村自主创业。目前城乡割裂的二元结构，造成城市资源和农村资源之间的相互流通受到阻碍，巨大的农村资源无法向城市聚集，而更庞大的城市资源也没有动力流向农村地区，从而制约了劳动者的创业致富。因此，如何制定更积极的政策以增加农民在城市创业致富以及保障城市下岗职工在农村创业致富，是一个亟待解决的课题。《赚钱其实并不难——中国百姓创业致富调查》一书结合大量案例，通过分析成功创业的运作过程以及所需的创业环境，为读者总结了劳动者创业致富的内在规律性，为统筹城乡协调发展具有重要的借鉴和引导作用。

我觉得这是一本又通俗又实用的书。作者为此下了很大的功夫。希望本书能够成为农民致富的样板指南，成为百姓创业的良师益友。

李剑阁

国务院发展研究中心副主任

序

这本书是根据《致富经》栏目一年以来播出过的 400 多个节目，在大量的问卷调查、网上调查和访问的基础上，再整合相关领域的一些信息写出的。它回答了人们所关心的一些基本问题：创业致富需要什么样的素质？如何考察和选择适合自己的致富项目？创业需要准备些什么？如何把握身边的经济环境？致富后怎样再发展等等。同时，这本书记录了致富明星们先进的经营理念和丰富的经营技巧，对创业者具有较高的实用价值。

《致富经》栏目是中央电视台第七套农业节目的涉农经济栏目，其视角聚焦于在统筹城乡社会经济发展的新阶段，给农业和农村、农民带来的新的发展机遇和致富门路。应该说《致富经》栏目找到了一个好的切入点，就是以百姓视角解读他们身边的致富明星，报道涉农经济发展过程中涌现出的致富经验和创新做法，给观众以启迪智慧、更新观念的作用。

中国农业电影电视中心作为中央电视台第七套农业节目的制作（播出）单位，担负着为农业、农村、农民服务的光荣使命。农业影视中心以建设国内最大的农业节目制作基地、办国内一流的农业电视节目为目标，以全方位为“三农”服务为宗旨构建农业电视节目体系，农业节目自 2003 年底全面改版改制以来，已经收到了很好的效果。在整个农业电视节目体系里，《致富经》栏目承担着传播致富经验的任务，改版一年多来，《致富经》栏

中国百姓创业致富调查

目坚持在农业电视节目体系中的定位，坚持“以质量和有效服务求发展”的创业理念，取得了较好的收视业绩，整理出版这本书，也从一个侧面反映农业节目体系建设的成果，我觉得非常有意义。

这本书是依托《致富经》栏目播出大量的致富故事，在广泛的调查研究基础上写出的，所以非常贴近生活、贴近实际、贴近群众，对城乡百姓创业致富，有一定的启示和借鉴意义。在此，要感谢中国人民大学和中国农业大学的专家们，他们严谨求实的态度，让这本书很实用，也感谢经济科学出版社的同志们为出版本书所做的努力。

刘增胜

中国农业电影电视中心党委书记、主任

财富无处不在

► 《致富经》栏目简介 ◀

山西的一位农民，开着帕萨特去种胡萝卜；陕西一大姐，专卖凉皮，两年内赚了200万元；河南一专门开发柳编制品的农村青年，专接国外的订单，产品已销往六十多个国家；镇江一位经营花土的71岁老人，2003年一年就销售了上百万元，他的创业冲动，是从60岁退休以后才开始的，……他们都是《致富经》节目中的主人公，那么，下一位可能就是你——如果你善于捕捉身边的商机，去创造财富。

《致富经》是中央电视台第七套节目的一档涉农经济栏目，内容定位是以平民视角解读他们身边的致富明星，报道涉农经济发展过程中涌现出的致富经验和创新做法，给观众以启迪智慧、更新观念的案例。

因为是涉农经济节目，所以特别关注统筹城乡经济社会发展，改变城乡二元结构方面的变化。改变城乡二元结构的主要途径是工业化和城市化。在改变城乡二元结构、城乡“对流”的过程中，城乡观众关注的致富手段、致富项目有太多的趋同性，所以《致富经》报道的案例，城乡观众都可以得到启发、借鉴。

《致富经》栏目目前设有两个版块：“闯天下”和“经济视野”。

“闯天下”节目报道的都是老百姓身边的致富明星，都是观众可望又可即的致富榜样。让观众了解闯天下者的赚钱之道，有怎样的商计和商机，或者闯天下者的失败教训，让观众从主人公创造财富的故事中得到某些启示、教益或者思考，这是《致富经》“闯天下”版块的出发点。

“经济视野”节目跟踪时代最新的经济动态，报道老百姓关心的经济环境。只有开拓视野，准确把握经济环境，才能善于发现身边的财富机会。

《致富经》所报道的致富现象，并不是扑朔迷离的，而是实实在在发生在我们身边的普通人身上的，走近他们，你会发现：原来创造财富并不像我们想像的那么难。《致富经》节目就是要激发观众的财富敏感，让观众善于把握商机，发现身边的财富。

《致富经》栏目的宣传语：财富无处不在，行动成就梦想！

《致富经》栏目首播时间：周一至周五 22:07-22:37，重播时间：周一至周五 12:30-13:00，敬请关注！

前 言

中国，200年前是世界首富，这是中国人的骄傲，也是今天要复兴中华民族的原因。但1840年的鸦片战争，世界列强的不断入侵，使中国遭受了百年屈辱。中华人民共和国的成立，使中国人民从此站起来了，虽然我们的经济获得了快速发展，特别是改革开放以来创造的世界经济增长“奇迹”，但工业化和现代化仍没有实现，与发达国家仍存在着相当大的差距。历史的经验告诉我们：落后就要挨打，发展才是硬道理。

作为一个发展中的大国，发展的核心理念就是创业。正如十六大报告所阐述的那样：“要形成与社会主义初级阶段经济制度相适应的思想观念和创业机制，营造鼓励人们干事业、支持人们干成事业的社会氛围，放手让一切劳动、知识、技术、管理和资本的活力竞相迸发，让一切创造社会财富的源泉充分涌流，以造福于人民。”

但是，当我们为海尔、联想等一大批中国企业在世界竞争的舞台上创业成功而欢欣鼓舞时，当我们传颂着张瑞敏、柳传志等一大批中国企业家的创业故事时，许多人在自觉和不自觉间就形成了一种思维定势：创业是伟大的，伟大得让普通平民只能敬仰，而不能接近，更何谈尝试和成功。其实，这是巨大的误解。创业是伟大的，伟大到我们无论怎样评价它都不为过；但创业又是极其平凡的，平凡到每一个人，甚至是很弱势的人，都

赚钱其实并不难

中国百姓创业致富调查

能够去尝试，直至获得成功。正所谓是“伟大寓于平凡之中”。实际上，一个社会只有激发出每一个人的创业激情，才可能做到“让一切创造社会财富的源泉充分涌流”。

本书讲的就是发生在我们身边的普普通通平民的创业故事。他们虽然没有像张瑞敏、柳传志等一大批大企业家那样声名显赫，但他们的创业精神同样让人敬佩，他们的创业成功同样值得歌颂，他们同样是我们国家难得的创业英雄。可是，在我们国家的创业英雄谱中，平民创业英雄恰恰是薄弱的一章。今天，我们将用我们的努力补上这一章，讲述一批平民创业的真实故事。让我们的政府，让我们的人民大众，认识他们，理解他们，关心他们，支持他们，以便使我国的创业群体一天天壮大，使创业更顺利地走向成功。

当然，由于我们的能力所限和报告的包容量有限，太多的创业英雄不可能一次性都记录进来。我们只能希望通过沧海之一粟来反映太阳的光辉。

本书所选用的案例都是来自于中央电视台七套《致富经》栏目改版一年来录制和播出的真实故事。《致富经》栏目改版一年来播出的节目受到了越来越多人们的关注和热爱，栏目知名度和美誉度与日俱升。在中央电视台上网栏目 2004 年 11 月份访问量排行榜中，《致富经》在央视 233 个上网栏目中点击率排名第 7 位，日均点击近 6 万人次，足见关注度之高。

由于《致富经》栏目的主旨是推进城乡统筹发展，因而选取的案例大都涉及到农民、农业、农村等“三农”问题，从这个意义上说，案例样本具有一定的局限性，从而也影响了本书的全面性。但是，400 多个案例，既有农村的，也有城市的，虽然不充分，但也具有了足够的代表性。更何况，本书的主旨并不是要全面反映中国的平民创业群体，而是要揭示平民创业

群体的精神和能力，激发全体人民的创业激情。

我们向《致富经》栏目采访的 400 多位创业者发放了调查问卷，共收回有效问卷 245 份，另外我们还在央视网站进行了网上随机调查，截止到 2004 年 12 月 10 日，共有 3890 人参与了调查。

参加本书写作的有：付文阁、张宏伟、谢瑞巧、丁守海、冯克。

经济科学出版社的吕萍主任为本书的出版付出了巨大的努力，在此表示衷心的感谢。

黄泰岩

2005 年元月

目 录

1

创业者应具备什么样的素质 / 1

1.1 敢闯敢干 / 3

1.2 敢于冒险 / 5

1.3 执著专注 / 8

2

如何发现创业机会 / 13

2.1 市场经济中机遇无处不在 / 15

2.2 寻找创业机会时需要克服的几个误区 / 16

2.3 培养善于发现机会的能力 / 22

3

如何把握创业机会 / 33

- 3.1 创业机会总是有风险的 / 35
- 3.2 平民创业者的特殊性就在于他们承担风险的能力有限 / 36
- 3.3 正确评估创业机会的市场价值, 减少市场风险 / 38
- 3.4 创业机会与创业者的匹配性 / 45
- 3.5 对经过严格论证的创业机会, 要当机立断 / 47
- 3.6 克服困难, 把握机遇 / 47

4

如何运作创业项目 / 51

- 4.1 在开发阶段, 要讲究一个新字 / 53
- 4.2 在采购环节, 要建立起长期的供应关系 / 61
- 4.3 生产制造环节 / 67
- 4.4 销售环节 / 71

5

创业者的烦恼有哪些 / 79

5.1 怎么解决创业资金问题 / 81

5.2 创业中的孤独和压力 / 85

5.3 竞争对手遍地开花 / 89

5.4 撬行和挖角 / 93

6

成功的创业企业具有什么特质 / 97

6.1 又专又精 / 99

6.2 小巧灵活 / 101

6.3 创新力强 / 102

6.4 具有良好的诚信 / 105

赚钱其实并不难

中国百姓创业致富调查

7

什么样的产业环境有利于创业 / 109

7.1 五花八门的产业 / 113

7.2 站在别人的肩膀上 / 116

7.3 我创新故我在 / 124

8

什么样的区域环境有利于创业 / 129

8.1 自然环境 / 133

8.2 人文环境 / 136

9

什么样的政府推动创业 / 143

9.1 政策支持环境 / 145

9.2 引导和扶持环境 / 150

9.3 产权安排和法制建设环境 / 155

9.4 中介和社会服务环境 / 159

9.5 基础设施环境 / 162

10

守业，难在哪里 / 167

10.1 创业者的局限性 / 170

10.2 微型企业的局限性 / 172

10.3 环境的局限性 / 175

11

发展，路在何方 / 177

11.1 企业管理是企业发展的必修课 / 183

11.2 企业做大、做小和做强的生存选择 / 189

11.3 持续地创新 增加知识含量 / 194

11.4 走出去 / 196