

创业指导 与案例分析

应秀芳 / 编著

怎样才能创业致富？
如何成功创业？



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大學出版社

创业指导与案例分析

应秀芳 编著

浙江大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业指导与案例分析 / 应秀芳编著. —杭州:浙江大学出版社, 2006. 8
ISBN -7-308-04838-1

I. 创... II. 应... III. 职业选择—教材
IV. C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 083762 号

创业指导与案例分析

应秀芳 编著

责任编辑 石国华

封面设计 张作梅

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 德清县第二印刷厂

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 15.375

字 数 286 千字

版 印 次 2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-308-04838-1/C·218

定 价 20.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88072522

财富并不主要存在于物质之中
而是存在于思想之中
如果你想成功
首先要有正确的思想方法和行事方式



序

创业教育的重要性,已引起社会各界人士的重视,不必赘述。有关创业教育的书很多,但应秀芳老师所编著的《创业指导与案例分析》,从她独特的视角出发,具有不同一般的三大特点:

第一,讲究创业指导实效的脉络体系。

近几年来,创业教育方面的书纷纷问世。脉络体系大致有三类:一类是以创业教育的理论体系为主线,突出重点知识,讲究创业知识的内在联系;第二类是创业经验漫谈类,从成功人士的创业经历入手,剖析创业要领;第三类则以案例及其点评为特点,让读者从一个个具体生动的创业实例中得到感悟。

指导,即指点引导。创业指导的读者并非创业理论研究者,而是可能走上创业之路的拼搏者。《创业指导与案例分析》站在读者的立场上,推出了讲究创业指导实效的脉络体系。其特点在于,既把上述三类脉络体系的长处融为一体,更强调读者——将来可能的创业者的实际需要。例如,创业意识往往是以创业教育的理论体系为主线的创业教育书籍的开篇章节,《创业指导与案例分析》以“燃烧成功的欲望”开篇,没有在创业意识的理论层面过多展开,而用“拥有强烈的致富梦想”,抓住彷徨于创业大门之外青年人的心,从多数年轻人都有的成功欲望切入,点燃青年人创业的心火,让青年人在创业之路的起跑线上跃跃欲试。既尊重了创业教育理论体系的内在联系,又淡化了理论色彩,落脚于创业指导实效。又如,创业者应有的心理品质是许多作者难以割舍的内容,往往从心理学的角度给予充分展开。而《创业指导与案例分析》不拘泥于心理学范畴,以“从小事做起,低调入市”、“积极进取,艰苦创业”、“钻研业务,提高技能”、“开拓创新,以智取胜”、“乐于冒险,以小搏大”等通俗易懂、画龙点睛、实用性强的题目,引导读者去感悟“成功创业者的优秀品质”,强化了针对性、实效性。

第二,丰富而类别清晰的案例。

案例教学是一种以学生为中心,对现实问题或某一特定事实进行交互式探索的过程,有助于学生对知识的理解,能指导学生实践活动并提高实践能力,能有效地将知识转化为能力,是一种能落实能力本位教育理念的教学方法。以培养工商管理硕士(MBA)的美国哈佛大学商学院的教授、讲师们,都是运用案例教学的高手。区分他们之间水平的重要标

志之一,是谁掌握的案例多,谁更善于分门别类地发挥这些案例的作用。

案例丰富,是《创业指导与案例分析》的重要特色。创业教育的目标之一是让受教育者通过耳闻目睹认识到创业者具有多样性,看到他们的不同背景,具有不同的教育水平等主、客观条件,可以防止出现读者形成僵化的创业者模型,避免读者从仅有的案例中得出负面结论,对自己做出错误判断,缩小潜在创业者的范围。丰富的案例,让读者有机会去接触各种类型的创业者,从中发现与本人条件相仿的成功者,克服彷徨心态,树立自己也能创业的信念。

类别清晰,是《创业指导与案例分析》的又一重要特色。通过应秀芳老师的精心筛选和组织,同一案例属于两类,可以发挥一石两鸟的作用。

按创业指导的主题分类:全书4章14节,有4个大主题、14个小主题,按章节目录能找到相应的14类案例。其作用是引导读者从案例中得到感悟,更好地理解相应主题。

按案例在读者感悟主题中的着力点分类:《创业指导与案例分析》每节由编者引言、案例研讨、自省内悟、登高一步、资料链接五个板块组成,每章由能力训练收尾。每个案例通过其所在的位置,有不同的着力点。根据着力点,可以把案例又分为引入、提升、拓宽、训练4类:一是引入类,通过意味深长的“编者引言”带出,由言简意赅的“自省内悟”结束,安排在“案例研讨”中的案例,发挥引进门,初步理解主题的作用;二是提升类,即安排在“登高一步”中的案例,起着加深理解主题、升华认识的作用;三是拓展类,即“资料链接”中的案例;四是训练类,通过各章“能力训练”中的案例,帮助读者进一步形成能力。

丰富而类别清晰的案例,有助于能力本位教育理念的落实,有助于创业教育所强调的“会学习”与“会做事”高度统一。

第三,引导弱者成为强者的理念。

职业院校学生大多数是“中考”、“高考”的失败者,是应试教育的弱者。职业院校学生的父母,大多无权少钱,在经济社会地位上是弱者。本书字里行间,处处渗透着强者不是天生的,敢于拼搏的弱者能够成有强者的理念。

这种理念在全书的渗透,既得益于作者长期工作在职业学校一线,对职业院校学生及其家庭有深刻的理解,也得益于作者生活在浙江——“草根浙商”群集的地区。浙江老板大都出身寒微,补皮鞋、弹棉花、挑货郎是他们的创业起点。浙江民企100强的老板中,90%以上出身农民、工人。处于弱势的职业院校学生和再就业者,会从本书得到成为强者的启迪。而这种启迪,不但可能改变一个人、一个家庭的命运,还能带动周边更多的人走向成功。

中国职教学会学术委员会委员

蒋乃平

2006年5月1日于北京





前言

对当前中国政府来说,如何解决好就业这个大问题,是个严峻的挑战和考验,出路在哪里?许多有识之士指出,创业是解决就业问题的关键,通过鼓励创业来促进就业。中国现阶段的社会结构属于“上小下大”的金字塔型,有助于社会稳定的“中间阶层”仍处于“发育阶段”,想改变自己地位的人员太多了。如何改变?只有鼓励学生及其他社会群体自主创业,当自己的老板,才能跻身于富人之列。

到底怎样才能创业致富?如何学会创业?“幸运之神”会垂青于我们吗?有人说:“创业是高素质人才的专利,与广大的弱势群体无关”。“癞蛤蟆能否吃成天鹅肉”?其实,创业不像想象中那么困难,也不像说的那么容易。创业、致富是一门科学,它如同数学、物理学等其他科学一样,致富的学问中包含着基本的定律与法则,通过创业教育以及实践活动可以掌握其基本定律与法则。任何人只要掌握并遵循这些法则,学会按照正确的方式做事,就能收获富裕的果实。因为财富并不主要存在于物质之中,而是存在于思想之中,哪怕你今天一贫如洗,只要你树立正确的思想方法和行事方式,日后就一定会成功。观念决定命运,“世间的一切结果,都是由每一个人播下的种子而产生的,是思想的种子导致了行为,是行为导致了结果”(王阳感悟)。如果你想成功,首先要有正确的思想方法和行事方式……

所谓创业教育(enterprise education),是指以开发和提高人的创业基本素质,培养人们从事创业实践活动所必须具备的知识、技能、能力和心理品质,具备自谋职业、创业致富能力和本领的教育。创业教育作为一个教育改革和研究项目,是联合国教科文组织亚太地区办事处教育革新为发展服务计划(APEID)1987—1991年项目周期的活动之一。中国作为项目国家,在20世纪90年代由国家教育委员会基础教育司劳技处牵头,开始在部分省市开展创业教育的实验与研究,取得了一些理论成果,并从成人教育领域扩展到基础教育和职业教育领域。

的确,学会认知、学会做事、学会共同生活、学会生存是教育的四大支柱。但是学校该如何开展创业教育以使学生学会生存?怎样引导学生树立创业意识,培养创业精神,

学习创业知识,提高创业能力?这是摆在教育界同仁面前的共同课题。编者长期处于职业教育第一线,眼看着一茬茬学生在困惑、无奈中走进职业学校,或忧心忡忡于自己的前途,或浪费时光得过且过,有的甚至颓废、萎靡不振、自暴自弃……他们的失败其实是教育的失败,他们的困境其实也是国家急需解决的问题。我能为他们做些什么呢?作为一个教育工作者的使命感与责任感促使我在教学实践中思索、探讨、研究,通过几年来的不断努力,包括积累素材、教学改革、经验总结等,《创业指导与案例分析》一书终于在2006年的春天呈现给我所热爱的学生们和其他读者。

本书编者站在职高学生、社会失业群体的立场,根据他们的认知特点、个体差异和总体需求,贴近他们的思想、心灵、生活,采用案例、故事等通俗形式,通过德育途径,对青少年学生以及社会失业群体进行创业教育。通过创业教育使他们树立创业意识,培养创业精神,学习创业知识,提高创业能力,既符合中等职业学校学生或失业群体的实际需要,又突出了教育的针对性与实效性功能。所以本书是集实用创业指南与德育为一体的新版社会经济类教材,它具有以下几个特色:

1. 主题突出,体例新颖

本书围绕“如何成功创业”这个大主题,下分四章共14节,每一章后设计了能力训练,每节为一个小主题。围绕每个主题,采用编著者引言、案例研讨、自省内悟、登高一步、资料链接这五大块,构建了本书的新颖体例,围绕主题层层深入,引领读者步步登高,逐步了解走向成功创业的要领。有了正确的思想和方法,我相信成功离此并不遥远。

2. 脉络清晰,视角独特

本书从德育的角度,阐述了作为一个成功的创业者所必须具备的创业欲望、创业精神、创业方法、创业能力等方面,集创业教育与德育为一体,将两者有机地结合起来,在德育中突出创业教育,在创业教育中渗透德育,既有方法论的具体指导意义,又有培育人的健全人格、健康身心、良好习惯、高尚品德的总体德育功能。

3. 通俗易懂,文字亲和

本书针对这个群体的特征,没有采用枯燥乏味的概念、原理、道理说教,而是运用大量紧扣主题的原汁原味的创业经典案例,穿插很多有启发性的故事,来分析、点评案例,引导读者激发创业热情,逐步掌握创业要领,集趣味性、知识性、科学性、针对性、实用性于一体,内容新鲜,文字亲和,深入浅出,通俗易懂,生动形象,富有“随风潜入夜,润物细无声”的教育意义。

本书可作为中等职业学校、高职院校、社会救助机构进行再就业、创业教育培训教材。使用本书作为教材,可方便教师的教学,省却了寻找适当案例的辛劳与麻烦。对于学生、社会青年来说,从别人的创业经典故事中不断自省内悟、吸取精华为己所用,既增



长了知识、阅历,丰富了社会经验,提高了创业技能,也陶冶了情操,增强了德育效能。

当然本书总结介绍的创业技巧、经验只是九牛一毛,如果能够激发你燃烧成功的欲望,投身到你所热望的创业致富事业中去,编者已感不胜欣慰。读者们,请你从别人发家致富的传奇故事中总结,从浩瀚如大海的书库中学习,从丰富多彩的生活中寻觅,从创业的实践中去体验吧!只要你:学习,学习,再学习!思索,思索,再思索!奋斗,奋斗,再奋斗!相信你一定好运!

在本书的编写过程中,得到了领导、同事、朋友的鼓励与帮助,学生们的支持与配合,并参考引用了国内一些相关的著作与资料,有的出处尚无法一一落实,在此一并表示衷心的感谢与歉意。

虽然编者非常谨慎、认真地对待编写工作,但可能由于经验和水平有限,如存在错漏之处,请专家、读者不吝批评指正!

编 者

2006 年 3 月

目 录

第一章 燃烧成功的欲望

第一节 拥有强烈的致富梦想 /1

第二节 致富是一门精确的学问 /12

能力训练 /25

第二章 成功创业者的优秀品质

第一节 从小事做起,低调入市 /31

第二节 积极进取,艰苦创业 /48

第三节 钻研业务,提高技能 /65

第四节 开拓创新,以智取胜 /82

第五节 乐于冒险,以小搏大 /94

能力训练 /109



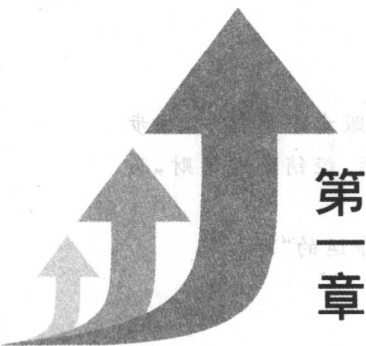
第三章 成功创业者的致富法则

- 第一节 机遇,就在你身边 /115
- 第二节 做自己最擅长的 /133
- 第三节 在合作中成长 /146
- 第四节 从策划到营销 /166
- 第五节 与科技结缘,终身学习 /180
- 能力训练 /193

第四章 投资理财

- 第一节 节俭新风尚 /200
- 第二节 投资理财方式 /217
- 能力训练 /230





第一章

燃烧成功的欲望

《编辑部的故事》李冬宝说过一句“名言”：金钱不是万能的，没有金钱却是万万不能的。有道是“君子爱财，取之有度”。但如何才能“取之”？在现实生活中，我们一方面要面对名车、豪宅的诱惑，另一方面又要面对激烈的竞争、下岗、大学生就业难等等令人焦灼不安的话题。我们该如何面对？我们该如何获取成功？

美国成功学的奠基人拿破仑·希尔曾这样说：“我们要用强烈的成功意念去磁化我们的大脑。这一磁化过程，能帮助我们吸引周围更多的人和物，并用这一强大的助力去完成大业。”我们要想成功创业，首先，必须燃烧成功的欲望，欲望有多强烈，生命中可挖掘的能量就有多大，成功的希望便有多大。

第一节 拥有强烈的致富梦想

穷人最缺的是什么？不是金钱，而是野心。

研读案例

“小菜一碟”：安徽娃8个月卖了8000万

——一位“野心勃勃”的打工仔的成功之路

在人们眼中，坛子里腌制的小菜是饭桌上最平常不过的一道菜肴了。然而，有人却在它身上做出了大文章。不信？你就去全国各地市场上逛逛。你会发现众多的小菜品种中，商标为“小菜一碟”的系列产品特别好卖。在2004年的8个月时间里，神话般

地创下了销售收入 8000 万元的记录!

创造这个奇迹的是一个安徽小伙。他 16 岁离家外出打工,从贩卖小菜起步,一步步走向了今天的成功。现在,“小菜一碟”不仅让他和众多的生产商、经销商发了财,而且他还成功地将它打进美国市场,从而弘扬了中国的小菜文化。

问及他成功的秘诀,他说,一切都源于一个穷苦农家孩子改变命运的“野心”。

穷不矢志,打工仔成了“榨菜大王”

1965 年,胡小平出生在安徽无为县白茆镇一个农民家庭。20 世纪 80 年代初,无为县掀起了一股外出打工的浪潮。1981 年 9 月,胡小平刚刚初中毕业,便随这股打工的浪潮来到了南京。

因为父亲反对他出来打工,胡小平离家时仅带了 20 元钱、15 公斤米。临走前,他在饭桌上用瓷碗压了一张字条:爸爸、妈妈:外面的世界很大,我要出去闯一闯!人没有野心,就会一辈子呆在一个小地方受穷……儿子的这一生,一定要混出个人模狗样来!

就这样,胡小平来到了人潮如海的南京。可是,胡小平在街上东奔西跑了几天,直到身无分文也未找到工作。好在他背上还有 15 公斤米,他便不断用这些米在小饭馆换来米饭及腌菜吃。有一个卖腌菜的老人,见他长得瘦小,又是一副憨厚老实的样子,便以提供饭食为条件,要他帮自己看摊子,可是胡小平却一口拒绝了。因为胡小平觉得他是闯世界的,如果坐在街角卖腌菜,还能算是闯世界吗?

很快,胡小平就发现,再大的野心也必须建立在温饱的基础上。他只好找了一份临时工——在一家面馆里干杂活。后来,他又摆摊修过自行车,并在码头干过搬运工……

即便如此,胡小平仍没有忘记他的野心,他时时刻刻在寻找发财机会。1989 年,胡小平在大兴码头干活,结识了一位卖榨菜的涪陵老板。胡小平指着他船上的坛装榨菜,问他卖多少钱一斤?那涪陵人说:“我们这么投缘,小弟如果贩卖,我按每斤 4 角 5 分批发给你,而其他人都每斤都卖 5 毛。”胡小平听了很高兴,立即跑到惠民桥市场了解行情。在这里,他找到一位买榨菜的面条馆老板,约定以每斤 6 角(低于市场零售价 1 角)的价格卖一坛榨菜给她。谈好后他回到码头,从那个涪陵人手上以每斤 4 角 5 分买了一坛榨菜,又用一辆破自行车载着这坛榨菜来到面条馆,当着老板的面,他用锤子敲开坛上的水泥封口,并撕掉了上面的叶子和塑料封口,露出了正宗的红灿灿的涪陵榨菜。老板二话没说,按每斤 6 角付了钱。

一坛 40 公斤的榨菜,胡小平一下子就赚了 12 元。而且,这钱真是来得太快,太轻松了!胡小平想想自己以前做苦力,一天下来累得全身是汗、腰酸背疼也不过如此,不禁心中有了“野心”:自己如果一天能卖上 5 坛榨菜,就能赚 60 元;一年卖 1825 坛榨菜,就能赚 21900 元……这样,我不就“发财”啦?!胡小平兴奋地跳了起来。他的野心被那



一坛坛红灿灿的榨菜给鼓动起来了。之后，胡小平找到他从前打工的面馆，没费什么口舌就推销出了两坛榨菜。这更坚定了胡小平的信心，他想，南京的面馆、饭馆那么多，这么好的榨菜还愁卖不出去吗？于是，他果断地辞掉码头上的活，骑着他那辆破自行车，带上榨菜样品，开始挨家挨户地推销……不到一个月时间，胡小平竟然赚了2000多元。

胡小平初尝甜头。从此，南京的大街小巷多了一个奔波不停的身影，许多面馆、饭馆都成了他的固定客户，他也与这些老板成了朋友。这时，胡小平已经不必再骑着自行车去挨家挨户推销了，他在水西门批发市场开了家“榨菜世界”酱菜批发部，成了南京城200多家面馆和饭馆的榨菜供应商，他的手下也有了好几个打工的伙计。

胡小平的野心并未就此打住。他想，要将生意做大，就必须不断地开发新的客户。他首先把矛头对准了超市。但找到几家超市后，却没有一家愿意进他的货。原来，胡小平卖的榨菜是坛装的，到超市来的顾客不可能一次买上一坛，而且超市里早有了袋装的涪陵榨菜，一次买上几小袋回家，不仅携带方便，也不会造成浪费。由此，胡小平进军超市的计划宣告失败。

胡小平是个聪明人，他从这次失败中受到了启发。坛装榨菜的优势是价格便宜，主要卖给面馆和饭馆这样的客户，但客户面相对狭窄，要想将他的榨菜打进每个家庭，必须在坛装的基础上进行改进，其中小型化和袋装是最佳选择。胡小平还意识到，他不能只经营涪陵榨菜，不能在这一棵树上吊死，袋装的涪陵榨菜市场上遍地都是，单纯依靠它是不可能实现他的野心的，他必须多找一些酱腌菜品种。于是他将目光首先盯住了自己家乡的小黄瓜。

胡小平的家乡白茆镇盛产一种小黄瓜，这种小黄瓜虽然貌不惊人，但吃起来清脆爽口，营养价值丰富。外地的客人到了白茆镇，常常点名要吃腌黄瓜。1995年，白茆镇小黄瓜大丰收，却销售不出去。胡小平得到消息后，马上回到家乡，就在当地搞了一个酱菜作坊，制作脆乳瓜酱菜，并开始了小型袋装化的尝试。就在这年年底，他将这种小黄瓜成功打进了南京有名的蔬果连锁超市，几个月时间销售额便达到了150万元。

野心初结果实，胡小平通过卖榨菜和家乡的脆乳瓜，发了一笔“大财”。从此，他成了南京有名的“榨菜大王”。

商海呛水，“小菜一碟”破茧成蝶

1996年，浙江一个厂家慕名找到胡小平，要他销售他们厂生产的一种榨菜片。厂家的业务员对他说：“听说你在南京是榨菜大王，你看我们的榨菜片怎么样？”胡小平看了看产品，再尝一下口味，感觉不错，于是当场决定做此产品，并且全部现金交易。厂方业务员倒也爽快，对他承诺，如果一个月内销售1000箱，按39元/箱结算，再返还给他0.5元/箱。

胡小平开始推销榨菜片,每袋他只加2分钱对外销售。厂家和胡小平都没有想到,第一个月他就卖出4000箱,也就是说,他除了毛赚12000元外,按口头协议他还赚2000元。胡小平心里美滋滋的,但危机也就在这时产生了。

由于胡小平经常坐着厂家的车送货,导致厂家全部掌握了他的重要客户。而他的下线客户,此刻也都在寻找厂家的货源。终于有一天,厂家和他的客户们纷纷接上了头,并且以每箱40元成交,把胡小平给甩了。

胡小平同时断掉了生产商和客户,他的生意顿时陷入绝境。没有办法,胡小平只能一家家地哀求从前的那些客户,让他们继续从他这儿进货,可是却没有一家客户理睬他。从那以后,胡小平就琢磨开了:怎么样才能把厂家的产品卖出去,又能够控制该产品,不让厂家过河拆桥,同时,又怎么能把下线的客商团结起来,让厂家过了河也拆不了桥呢?于是,胡小平更大的野心产生了——要创自己的牌子!

什么样的品牌名贴切、易记又具有特色呢?

一次,胡小平几个手下的打工仔在议论中国队和马来西亚队的一场足球比赛时,有人不屑地说:“打败他们,还不是小菜一碟!”一直在苦思冥想品牌名的胡小平一听,顿时兴奋地叫了起来:“对,就叫小菜一碟!”打工仔们莫名其妙地望着他,胡小平立刻让人找来纸和笔,将“小菜一碟”的名字写了下来,然后严肃地对他们说:“我们卖的就是小菜一碟,以后它就是我们自己的品牌!我们就要靠它把厂家和下线客商牢牢地控制在手里,去赢得市场!我相信,这一切对我来讲,只是小菜一碟!”

1998年,胡小平正式成立了南京云露调味品有限公司,注册商标为“小菜一碟”。产品商标的图形是一只碟子上放着一双筷子。中国人吃饭夹菜是用筷子的,胡小平希望用“小菜一碟”真正创出中国“小菜”的民族品牌!

“小菜一碟”这个简洁而又响亮的名字,一下子就吸引了厂家和客商的注意力。对那些不知名的厂家来说,他们更愿意用“小菜一碟”这个吸引人的名字;而对经销商来说,各种酱腌菜的名称多而且乱,都不如“小菜一碟”来得爽朗好记。更关键的是,胡小平已有了一个经营多年、可靠的销售网络,许多小菜生产厂家,包括国内许多著名的老字号都纷纷要求加盟。很快,胡小平便在涪陵榨菜以及家乡白茆镇生产的脆乳瓜等50多个“小菜”品种上统一打上了“小菜一碟”的商标。从此,胡小平将“小菜一碟”打进了商场、超市,并开始进军南京数十家星级酒店。

对于一个制造商来说,只要加盟了“小菜一碟”,就等于得到了“小菜一碟”的营销网络;对于一个经销商来说,只要加盟了“小菜一碟”,就得到了“小菜一碟”的特色源头产品。由此,胡小平和众多的制造商、经营商形成了一条完整的“利益链”。“小菜一碟”在制造商和经营商的互惠互利中不断壮大,到2000年,“小菜一碟”年销售额已突破2000万元。胡小平的野心又一次化为现实!



“野心”膨胀,乡间小菜走上国际舞台

2001年,胡小平意外受挫。在一次产品质量检查中,“小菜一碟”系列中有几个品种因防腐剂含量过高等原因,被商场和超市撤了下来。

质量是产品的命根子。胡小平意识到,一两个品种的质量出现问题,就有可能断送掉他好不容易创出来的“小菜一碟”的品牌,甚至有可能带来灭顶之灾。因而,他借这次危机进行了一次清理,将他认为质量不符合标准的小菜生产厂家清除出了加盟队伍。

酱腌小菜制作起来其实很简单,因其成本和技术含量低,任何一个家庭式的小作坊都可以加工。对那些来自各地厂家的加盟商,胡小平不可能对每家生产过程和质量都进行有效的控制。胡小平意识到,要使“小菜一碟”成为人们认可和信得过的著名品牌,他必须建有自己的小菜生产和加工基地。

胡小平打听到安徽大别山有一种特产夜山瓜可以做酱菜。安徽大别山平均海拔1000米,山里树藤上结的是野生夜山瓜,地下生的是野生地藕。当地一个酱菜厂生产的夜山瓜,往往就是老人们在地头干活,放学的孩子在路边顺带采摘送过来的。但因为地处偏僻,农民也不懂得加工包装,这样一种美味且没有任何污染的绿色小菜产品,竟找不到市场。胡小平来到大别山区,在经过一番考察后,果断地将这里确定为自己的首批生产加工基地,并投资建起了一个生产厂。该厂从夜山瓜的加工到包装,实行全方位质量控制。很快,这种新型的绿色小菜就打进了南京市场。

两年下来,胡小平又先后在全国建立起了安徽巢湖乳瓜、浙江宁波雪菜、广东潮州酸菜、浙江萧山萝卜、重庆涪陵榨菜、四川成都泡菜、安徽马鞍山茶干、山东玉堂酱园、江苏扬州酱菜和九华山野生厥菜等30多个生产基地。至此,胡小平的“小菜一碟”已拥有了近200个小菜品种。

然而,这些成果仅仅是“小菜一碟”的起步。不久,一个更广阔的市场开始在胡小平眼前展开。2003年6月的一天,胡小平在南京饭店碰到一位美国客商,他对胡小平的“小菜一碟”赞不绝口,问他是否准备将“小菜一碟”打进美国市场?胡小平说:“我当然想将‘小菜一碟’打进美国市场,但我只知道你们吃西餐,不是半生不熟的牛排,就是面包黄油,用的不是筷子而是刀叉,我的小菜在你们那儿能有什么用处?”

这位美国客商连说:“No! No!”他告诉胡小平,欧美人来到中国后,也喜欢品尝一些中国小菜,但中国小菜的某些腌制方法让他们不放心,口味也比较咸,对注重健康和环保的欧美人来说,这是一个禁忌。“胡先生,如果你的‘小菜一碟’能够改进这些不足之处,那么肯定能够打进我们的市场。”

其实,胡小平早就想过这个问题,韩国泡菜和日本渍菜不就打进了中国和欧美市场吗?而我们品种更加丰富、更有特色的小菜为什么就不能去占据欧美市场呢?美国客

商的话激起了他更大的野心。此后,胡小平开始了大手笔运作。他邀请了中国农业大学食品保健专家参与,让一些基地的小菜增加乳酸菌、氨基酸的含量,把中国小菜由传统的“下饭型”向现代的保健型拓展。在几个生产基地,胡小平不惜成本,在全国首先用含菌量极低的纯净水代替普通的自来水,用于清洗小菜;他还和食品专家联合,用高温消毒的方法开发不加任何防腐剂的小菜品种。这一切的努力,终于让胡小平再次取得巨大成功。

2004年初,胡小平将保健型的“小菜一碟”打进易购、易初莲花和麦德龙等国际连锁超市,之后又进军美国市场。中国的民俗风情,传统的饮食方式,加上科学环保的加工方法,“小菜一碟”一下子就赢得了美国顾客的喜爱。胡小平终于让中国小菜顺利走向世界。

如今,胡小平已经在合肥、上海、深圳、北京、杭州、石家庄等20多个大中城市开办了几十家连锁分公司,建立了大型配菜基地,员工近万人。2004年胡小平定下的目标是让“小菜一碟”的年销售额突破1亿,至8月底,已实现8000万元。可以预见,这一目标完全是能够实现的。

胡小平从卖小菜起家,一步步地将“小菜一碟”打造成一个国际品牌,实现了自己的野心。可见,一个人的命运很大程度上取决于他是甘于平庸,还是志存高远。一个志存高远的人,“野心”就是“雄心”,可以引领人们走向成功。只要我们善于把这种“野心”转换成智慧和实实在在的努力,成功就离我们不远了!

(胡 平)

自省内悟

如何理解“穷人最缺的不是金钱,而是野心”?是什么让胡小平战胜恐惧只身闯世界?是什么让他战胜一次又一次的挫折?他是如何获取成功的?他身上具有那些优秀品质值得我们好好学习?胡小平的成功创业故事,给我什么启示?如何激发强烈的成功欲望?

登高一步

穷人最缺的是什么?“索开事业”顾问认为,穷人有“九缺”:表面上最缺的是金钱,本质最缺的是野心;脑袋里最缺的是观念,对机会最缺的是了解;命运里最缺的是选择,骨子里最缺的是勇气;改变上最缺的是行动,肚子里最缺的是知识,事业上最缺的是毅力。然而这“九缺”都不是先天智力因素,而是后天非智力因素,通过我们的努力都可以培养、充实、提高的。所以其实人人平等,命运掌握在我们自己手中。如果我们还是