

赢周刊

协助中小企业成长 “赢在中国” 系列丛书

爱拼才会赢

不知名的杰出中小企业家

主 编：熊晓杰
执行主编：朱海松

887.6

广州出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

爱拼才会赢/熊晓杰, 朱海松 编著. —广州: 广州出版社, 2004.5
ISBN 7-80655-687-7/F·77

I. 爱… II. ①熊… ②朱… III. 中小企业-企业家-生平事迹-中国
IV. K825.38

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第026588号

书 名 爱拼才会赢

出版发行 广州出版社

(地址: 广州市人民中路同乐路10号 邮政编码: 510121)

印 刷 广州市番禺区官桥彩色印刷厂

(地址: 广州市番禺区石楼镇官桥村 邮政编码: 511447)

责任编辑 欧阳杰锋

责任校对 邓建民

装帧设计 杜耀华

开 本 787mm × 1092mm 1/16

总 印 张 29.25

总 字 数 463千

印 数 1-6000册

版 次 2004年5月第1版

印 次 2004年5月第1次

书 号 ISBN 7-80655-687-7/F·77

总 定 价 54.00 元 (全三册)



发行专线 020-37602590 020-83794401

经 营 部 广州市合群一马路111号省图批112档

序

将服务进行到底

“为成长中、困惑中、挣扎中的中小企业主及其职业经理人士提供可资借鉴的智慧、商业资源以及生活方式，协助中小企业成长，这不仅是一个商机，更是一个使命。”

从2001年到现在，《赢周刊》就是在这样的使命激励下，一步步走到今天的。

《赢周刊》与传统媒体最大的差异不仅仅在于它的定位更明晰，聚焦更精准，更为重要的是，它将自己定位为“中小企业全面服务提供商”。这是一个迥异于传统媒体的自我定位。《赢周刊》从一开始，就将“数据库关系营销”作为自己的指导思想，将服务而不是娱乐、告知作为自己媒体的主要功能；将中小企业的衍生服务而不仅仅是媒体的发行和广告作为支撑自身发展的基础。因为我们深知，只有千千万万中小企业的成长，才能换来民族经济的整体升级。事实上，这个决定不仅使我们找到了成功之门，更重要的是，它极大地鼓舞了团队的士气。当个体的价值与一项伟大的事业相结合时，它所焕发出的能量是巨大的。正所谓，个人因愿景而伟大，企业因愿景而生生不息。

《赢周刊》的定位，既来源于我们对于自身的战略定位，也来源于我们对于中国中小企业悲天悯人的情结。在长期的采访和接触过程中，我们的团队对于中小企业的困惑、挣扎，对于中小企业主和职业经理人的无奈和艰辛有着刻骨铭心的认识。每一个个体和每一份媒体对于自身价值的界定都是不同的。从骨子里我们更加认同“铁肩担道义”的传媒

前辈所传承下来的情结和理想，这是我们三年多来坚持品牌运营，决不因暂时的困难而向流俗低头的精神源泉。但同时，我们也深知，在一个成熟的商业社会中，我们必须寻找实现理想和抱负的合理商业模式。我们幸运地创造了“数据库关系营销”这样一种全新的媒体经营模式，这使我们的理想和抱负插上了飞扬的翅膀。

正是因为坚定不移的服务理念和来自于中小企业主和职业经理人的渴求，《赢周刊》系列图书之“赢在中国”系列的出版成为必然。

这仅仅是一个开始。在“数据库关系营销”理念的指引下，在“协助中小企业成长”使命的号召下，《赢周刊》不仅将推出更多的出版物，而且将创立全国性的、面向中小企业的服务活动品牌；推出属于《赢周刊》的签约讲师和培训课程；成立中小企业中的优秀代表“隐形冠军”的全国性组织——隐形冠军俱乐部……一句话，我们将把为中小企业服务进行到底！

2004年的春节，一位同事发来短信共勉：2004年了，我们依然在路上。今天我想说的是，是的，我们依然在路上，但脚下已是春光无限。

赢周刊总编辑 熊晓杰

2004年5月

目 录

序

李欣：从保姆到百万富翁 /1

苏志刚：从“猪肉佬”到亿万富翁 /8

袖珍猎头：“买卖”百万年薪总裁 /12

朱保国：“偏执狂”成就太太 /17

从五元钱利润起步

——华旗总裁冯军的创业史 /24

父子“鞋王” /33

从一百元到一亿元 /40

十八子：刀王这样雄起 /45

绿茵阁凭什么绿荫成林 /53

傅中国：失败成就信念 /58

张近东：我对沃尔玛还不屑一顾 /64

周成健：过程就是心态 /70

苏明智：专注人生 /83

吕彬：千万次地修炼 /81

乔慧存：执著成金 /87

赵小兵：两米之遥 /93

黄小喜：用一枝笔打造一个四亿元王国 /103

孙陶然：商业游戏 /111

马云：做公司是把故事变为现实 /122

“新生代”有没有原罪之负 /126

王志纲：升级企业家的商业智慧 /131

王志纲：我的八大预测 /136

胡润：我会一直“榜”下去 /141

“四百富人榜”这样诞生 /145

李欣：从保姆到百万富翁

□ 赢周刊记者 门占五 郭书龙

1997年，李欣从山东临清师范学校毕业后，由于学校不包分配，她产生的第一个想法就是去深圳闯一闯。因为深圳是经济特区，李欣就想，那里的机会一定比别的地方多。

当年秋天，20岁的李欣拎着一只小皮箱离开落后的家乡时，心里并没有太多惆怅，因为她满怀的是对南国的美好憧憬。

第一份工作：宠物保姆

坐了三天火车后，李欣随着如水般的人潮涌出深圳火车站，来不及休息，她就马不停蹄地赶到人才市场碰运气。由于学中文的她没什么特长，在一次次碰壁后李欣才感觉到，原来大专毕业生在深圳是那么低微。面对城市的声浪，满怀期待的心终于结满了冰霜。不切实际的“白领梦”破灭后，面对生存的现实，8月底的一天，李欣在别人指点下终于走进了一家家政服务公司报了名。通过面试，她被录用了，工作是给人当保姆，也许是等待了太久，李欣决定去做一做。

请保姆的是一对30来岁的年轻夫妻，男主人在深圳证券交易所上班，女主人是一家私营企业的部门经理，他们均属月薪5000元左右的标准白领一族。这个四室二厅的家装饰得如一座华丽的“宫殿”，想起自己在家乡居住的那间一床一桌一张沙发的小屋，李欣感受到了什么叫“天上人间”。但“天上”虽好，可毕竟是别人的世界，李欣成为月薪800元的小保姆后，整天如履薄冰般服侍着主人的生活。

李欣保姆工作的一项重要内容是服侍好女主人那只心爱的宠物狗巴特。在这个没有孩子的“丁克家庭”，巴特的地位至高无上。因男女主人忙于上班，平时只有李欣和这只价值不菲的小狗守着家。但要侍候好它，比侍候一个婴儿都难。这小家伙每天要多次进餐，还要一天洗一个澡。它的食物都是从超市买来的高级进口营养品，每个月光买食物就要花千元以上。而且巴特每餐进食的碗是专用的，吃完食物，李欣还要把它的碗洗干净，然后放入消毒柜中消毒。

有一次，李欣在给小狗洗澡时水温调得稍微高了些，女主人就公然表示了一个意思：你想烫死它咋的！要知道巴特是你的“主人”，你应该尽心尽力的把它服侍好！那一刻，她感到人格受到极大侮辱。

主人如此宠爱巴特，使李欣想起了刚到深圳火车站时看到的那些躺在广场上衣衫褴褛的人，两者相比，心中不免涌起无尽感慨。也许，在这个世界上，贫穷的人永远比不上富贵人家的一条狗。想到这些，李欣突然对巴特产生了一种莫名的敌视，真想狠狠地揍它一顿。可是她只能忍着，因为她也很喜欢这个可爱的小家伙，更因为她想起了女主人的话：“其实我们雇用你的主要目的是为照顾巴特，它是你的饭碗，你的工资。”

李欣的“宠物保姆”生涯并没有维持太久，做到1997年年底，李欣因为一条裙子的事，被女主人扫地出门了！

那天，李欣正在给主人熨衣服，忽然听到巴特在另一间房子里大叫不止，就急忙跑过去看这位“主人”怎么了。赶过去一看，她不由大惊失色：原来，调皮的巴特在卧室里跳着玩时，不小心打翻了床头柜上的一杯热牛奶，被烫得“汪汪”大叫起来。李欣慌忙替它擦洗，而后又小心翼翼地地上药，就在她抱着巴特因疼痛而剧烈颤抖不停的身子为它上药时，她忽然想起自己正在另一个卧室里熨着的衣服，不禁惊叫一声，丢下小狗慌忙向那个房间奔跑，迎面却已嗅到一股扑鼻的焦糊味。女主人那条在香港买的法国名牌“柏斯”连衣裙，裙裾已烧出一个大洞！

就这样，因一不小心伤害了女主人的“心肝”和“宝贝”，倒霉的李欣不但当月工资被扣，而且当天晚上就被赶出了这个装饰得富丽堂皇的家庭。

泪光中拼成小老板

被炒了鱿鱼后，李欣又一次漫无目的地飘荡在灯火辉煌的深圳市深南大道上，回想几个月来在异乡受的委屈，禁不住鼻子一酸，落下泪来。但她生性倔强，下定决心，再也不做被人任意捏来捏去的小保姆，一定要活出个人样来！

由于李欣的母亲在家乡是一位小有名气的裁缝，李欣对制作服装也一直挺感兴趣；做保姆时，她也翻阅过女主人订的《上海服饰》、《时尚》之类的服装杂志，曾被书中巧妙新颖的款式深深地吸引。“既然自己喜欢，何不朝着服装行业发展呢？”李欣禁不住激动地想。

1998年3月，李欣咬牙向深圳福田区的一家服装培训学校交了6000元学费。这几乎是她在深圳挣到的全部“家产”，带着“服装设计师”的瑰丽梦想，李欣进入那家服装学校学起了女装设计。

毕业后，学校联系了深圳福田区一家最大的时装店，让她和同学们实习。由于时装店的女老板既要做生意，又要带她们这些徒弟（要交实习费的），所以很多时候老板都由着她们自己瞎忙。有不清楚的地方，李欣要瞅准老板有空时才敢小声地请教一下。有时因怕挨她的骂不敢问，就硬着头皮做下去，结果弄错了，学员挨一顿训斥是少不了的，弄不好还要叫你自己赔布料。没钱吗？那就先把账记着，等你实习期满再跟你算总账，钱不够，就把义务工做完再走人，这就是那位女老板对付她们的办法。

实习期很快就结束了，李欣为了能留下来继续学习，便主动提出为老板8岁的女儿辅导功课；女老板和她的丈夫不曾想到，李欣这个外来妹居然还有着大专文化，便对她另眼相看。

被人尊重的感觉是多么美妙啊，李欣心里暖洋洋的。然而好景不长。一天夜里，在李欣帮小女孩补完功课正准备离开老板家时，女老板丈夫说有事和她谈，将李欣叫到他的卧室，趁女老板不在家之机，要对她试图不轨。

情急之中的李欣给了他一记重重的耳光，继而李欣的泪水倾泻而下……她知道，自己该“毕业”了。

离开女老板后，李欣投奔到宝安区一家台资服装厂。在那里，她把学到的专业知识淋漓尽致地发挥。4个月后，她便被提升为车间课长，

薪水也由开始的1200元涨到了2000元。

1998年年底，就在办公室的同事透露说老板准备让李欣做主管时，她却“不识抬举”地先炒了老板的鱿鱼，因为她的终极目标是自己做老板，而此时的她已经积累到一部分资金。

走出那家台资企业，李欣在朋友帮助下租到一个门面，开始做自己的服装生意。她的服装店很小，仅有8平方米，摆上两台半旧设备和各种时装书籍后，刚够她和雇用的一名打工妹转动。开始李欣只能通过熟人做一些比较简单的服装，或者给别人加工、拆改衣服，很少有上门来订做的客户，因为几乎没有人相信李欣这个脸上还带着稚气的小师傅。

为吸引顾客，后来李欣实行不收订金、客人试穿满意后再付款的办法来争取订单。李欣也知道这样做是有风险的，因为客人只要随便指出对某个部位不满意，这套衣服就积压下来了，这对于资金严重短缺的她来说无异于雪上加霜。但李欣必须这样严格要求自己，她情愿一天只能做一套服装，只要这套衣服能够赢得客人的肯定，对她来说就是成功！

有一次，一位女士订做了一套秋装。李欣做好后她却说自己要的不是这种尺寸，李欣拿出记录给她看，她就是不承认。李欣央求她，说：“大姐，这衣服你不要谁要哇，我刚开业不久，请你支持我一次，就一次，好吗？”

李欣几乎哭出声来。而那个女士却没好气地说，除非你拆了重做！

李欣如获大赦，赶了一个通宵，第二天把衣服送到那位女士家里时，那位女士惊讶地说怎么这么快！试穿之后这位女士感到非常满意，后来她成了李欣的熟客和朋友，而且还给李欣介绍了很多顾客。

转眼到了1999年，这时的李欣已拥有一间80多平方米的大店面，增添了10多台新设备和9名固定员工。此时她不仅接零星顾客的生意，而且还联系上了几家银行、学校以及商场、酒店，专为他们做员工制服，服装店的生意日渐红火起来。

用“宠物服装”叩开财富之门

李欣说：“没做过小老板你就体味不到那份艰辛，白天，我要亲自出去到一些单位跑单，晚上又得熬夜设计各种制服、保安服或校服。有时一个设计做完，已是第二天早上，只好用冷水洗一下脸，又匆匆出

门。每次设计好的样式，还要做出一件样品拿给客户看，对方满意后，才能照单大量生产。虽然做老板很累，但也很快乐，毕竟是在为自己打工！”

就这样，李欣带领手下员工拼搏到2000年，她终于有了属于自己的30多台机车设备和近40名雇员，渐渐将服装店扩展成了一个小规模的工厂。

就在李欣雄心勃勃地准备大干一场时，服装行业的竞争却日趋激烈起来，这时深圳冒出了许多港台独资的服装公司，而他们凭着手里资金实力雄厚，将制服的加工价格压得很低，为了“吃掉”李欣她们这些小厂，那些同行宁肯不赚钱也要想方设法将订单拉到手。他们不仅拥有一批资深服装设计师，而且生产设备也很先进，在残酷竞争中，李欣败得很惨。赚到的钱根本不够支付员工薪金，她渐渐便陷入了入不敷出的窘境。此时的李欣知道，想在激烈竞争中站稳脚，只能另辟蹊径了。

在生意场上摸爬滚打几年后，李欣已渐渐培养出对市场较为敏感的头脑。

2000年8月，李欣终于兴奋地从报纸上捕捉到了一条商机！

那天，李欣从《深圳商报》上看到一篇文章。该文称，随着人们的生活日益富裕，一个庞大的宠物消费市场正在形成，诸如宠物医院、宠物用品商店、宠物服装店、宠物婚介中心、宠物美容中心、宠物摄影等等。报道说，在一些发达国家，宠物产业效益巨大。美国是世界第一宠物大国，宠物服务行业五花八门，每年仅宠物保险业收入就高达40亿美元！我国宠物市场虽尚处在成长期，但当时上海人每年在宠物上的花费已达6亿元之巨，北京市也至少有10万人在养猫和狗，每年的宠物消费有2000多万元，而广州也有近10万只宠物，每年养宠物的开支在3000万元以上……这是一块充满诱惑力的市场啊！当时捧着这篇文章，李欣的脑海里顿时想起自己的“宠物保姆”生涯，主人对自己的小狗何等珍爱，她是再清楚不过了。于是，李欣的脑子里便形成了一个“赚宠物钱”的发展思路。

经过一段时间的市场考察，李欣大胆地向自己的员工宣布：“完成手里的活儿后不再接顾客的生意，将我们厂所有的碎布运到生产车间去，我们全力以赴改作‘宠物服装’！”员工们当时个个吃惊地睁大了眼睛，而李欣却异常坚定，因为李欣想到，既然深圳已有宠物交易市

场、宠物超市、宠物商店以及宠物诊所等，为什么不能做宠物服装生意呢。

说干就干，李欣先着手设计了中低档次的“宠物服”，如小狗无袖背心、短裤等，每件出厂价20元左右，后来又设计了较高档次的，如纯棉连衣裙、宠物休闲装等。另外还有宠物鞋、宠物兜一类的小玩意儿，直到搞成了一个“宠物系列服饰”。李欣和她的员工们充分利用自己厂里加工服装剩余的碎布条、布块，经过巧妙拼接，那些本来准备当“垃圾”处理掉的布块，摇身一变成了五颜六色的“宠物时装”。

经过两个多月共同奋斗后，几十名员工在李欣的带领下生产出第一批产品，他们纷纷用疑虑的目光打量着李欣，看得出这个老板心里也没多少底。但开弓哪有回头箭，成败都在此一搏了！李欣花了6万元印制了一批彩色折叠式广告传单，在市内漫天散发。

然后，李欣和几名口才较好的员工开始带上各种宠物服装样品，到每一家宠物超市和宠物商店推销。刚开始店老板都有些犹豫。期间，一个店主正想推辞，却正巧有位女顾客到他的宠物商店为京巴狗买食品，闻讯后竟让李欣当即拿出她设计的宠物服给小狗穿上试试。

于是，李欣细心地配置一番，刚才还“赤身裸体”浑身毛绒绒的京巴狗，不一会就戴上了精巧可爱的发卡、韵味十足的围巾，再穿上洁白的裙子，脖子上挂一个粉红色小包，这只“人模狗样”的宠物一下便显得憨态可掬，可爱之极。女士忍俊不禁，抱起这只“盛装”的小狗，让它柔软的身子贴着自己的脸，爱不释手。她可是李欣的第一位顾客。李欣试探性地收取了50元钱，没想到这位女士竟说：“太便宜了吧，你们设计出这么精巧的宠物服要花多少心思啊。”她留下100元钱走出了宠物商店。这家宠物店老板目睹一切，惊喜不已地对李欣说：“回去把货运过来吧，我乐意经销你们的产品！”

由于李欣施行“送下一批货，收上一批货款”的方法，而且给代销商留有很大的利润空间，所以，一些宠物超市和商店了解情况后，纷纷开始销售她们的产品。多姿多彩的宠物服装推向市场后，深深吸引了宠物消费者的目光，不多久，当地掀起了一股购买浪潮。

后来，李欣时常能看到，在那些打扮入时的女士脚旁颠儿颠儿小跑着的小猫小狗，身上被自己亲手设计的服装打扮得那样憨态可掬，每逢此时李欣心里，就会涌满欢欣和成就感。

历经5年的风风雨雨，如今，李欣在深圳特区也算个“身价百万”的小老板了，下一步，她和兰州大学毕业的男友准备再筹建一个“宠物世界”购物中心，将来她们还要在里面开设宠物洗浴中心、宠物美容店、宠物超市、宠物医院和宠物服饰专卖店等，直到真正形成一个宠物的世界！

苏志刚：从“猪肉佬”到亿万富翁

□王小兴 中山大学国际金融博士生

有人说，融资对企业来说，具有一种魔力：有时，它会推动企业向前超常规发展，使一个名不见经传的中小企业，迅速发展壮大；有时，它又会严重破坏企业的发展，使企业出现债务危机，甚至使企业倒闭、破产。

融资是企业的重大经济活动，企业融资后使企业拥有了快速发展的机会，同时也会增加企业还本付息、到期偿还债务的风险。

如何把握融资给企业带来的发展机会和风险，是企业在融资前必须谨慎考虑的重要内容，不能仅仅考虑到发展机会和收益，而忽视风险分析。

融资对企业发展来说，是一把双刃剑，正确的融资对企业来说是护身的武器，错误的融资对企业来说则是一把自杀的利器。

融资魔力的积极作用

企业拥有许多发展机会，若企业在面临一个千载难逢的商业机会时，恰恰是缺少资金，真可谓“万事俱备，只欠东风（资金）”。

这时，若企业的融资能力强，迅速筹集到所需的资金，则企业或许因此而快速发展，企业规模跳跃式地上了一个新的台阶；若企业的融资能力弱，不能及时筹集到资金，则会丧失这个“时不再来”的商业机会。

企业仅仅通过利润留存、自有资金的滚动，其发展将是一个缓慢的

过程，中小企业要迅速发展，甚至超常规发展，企业必须具有较高的融资能力。

实践证明，在保持高赢利水平的同时，企业还必须向外部融资，才可以快速或超常规地发展，使企业的经营规模呈几何级数放大，企业才有可能做强、做大。

长隆集团超常规发展的成功案例

上世纪80年代，苏志刚还是一个卖猪肉的个体户，经过十多年的飞跃发展，如今已成为了资产超10亿元的民营企业老板，旗下的长隆集团拥有著名的野生动物园、夜间动物园及两家星级酒店；事业上的巨大成功为他赢得了实至名归的荣誉：全国人大代表、广州市工商联会长、广州市政协副主席，并以1.45亿美元的资产名列2002年度“福布斯中国大陆富豪排行榜”第49位。

在苏志刚每一次飞跃发展的背后，都离不开一次成功的融资活动。苏志刚充分发挥了融资的魔力，促使企业在12年内获得超常规发展。可以说，苏志刚既是项目投资的高手，又是项目融资的高手，其创业史是融资魔力推动企业超常规发展的一个经典案例。下面就是苏志刚事业高速发展的历程：

1988年，苏志刚向当地农信社贷款5万元，开了一家大排档式的“香江酒家”，生意出奇红火；1990年，他又向农信社贷款30万元，把“香江酒家”办成高档次的酒楼，以特色形成品牌，获利丰厚，苏志刚因此获得了原始的资本积累。

1994年，苏志刚向农信社贷款几百万元，开了一家餐饮兼旅业的高级酒店——香江酒店，酒店赢利丰厚，为他积累更大一笔财富。

1997年，苏志刚向农信社和银行贷款几千万元，用于筹建番禺香江野生动物园，吸引了众多的游客，动物园获得了异常的成功。据估计，香江动物园年赢利超过千万元，这时苏志刚的财富迅速膨胀。

2000年，苏志刚再次向信用社和银行贷款上亿元，用于扩大野生动物园的规模，并建立了我国唯一、世界最大的长隆夜间动物园。

2001年，苏志刚按国际五星级标准定位，筹资几亿元，在长隆夜间动物园内，建成了一家独特的主题式酒店——长隆酒店，以其独特的创

意和经营理念，迅速吸引了大量游客入住，又一次获得巨大成功。

苏志刚的事业，从白手起家，在12年左右的时间里获得高速发展，目前其资产积累到10亿元以上。他的成功历程说明：若能适当、巧妙地借用别人的钱，企业将会获得超常规的发展，财富会呈几何级数增加。

融资魔力的负面作用

中小企业老板切不可只看见融资魔力的好处，看不见融资魔力对企业可能造成的巨大的破坏力，实践表明，无视融资破坏力的企业，最终都会被融资魔力所摧毁。例如：珠海“巨人”跌倒了，沈阳“飞龙”失误了，广州“太阳神”没神了，济南“三株”全面亏损，郑州“亚细亚”昙花一现，广州“壹加壹洋服”由盛转衰。

下面以广州“壹加壹洋服”由盛转衰为例加以说明：

1989年，陈展鸿创办了壹加壹实业有限公司，生产和销售服装，经过几年努力，壹加壹洋服店由一间发展到七间，还在各大商业城市设有壹加壹专卖店。

从1989~1994年，壹加壹实业有限公司上缴国家利税1000多万元，出口创汇超过1000万美元，被评为“1993年度纳税先进单位”，陈展鸿获“1993年广州市十大杰出青年”、“1994年第三届全国优秀青年企业家”。

陈展鸿白手起家，通过向社会集资，在短短几年内，壹加壹公司得到了惊人的高速发展，陈展鸿个人资产估计达1.5亿元。

这时，陈展鸿头戴胜利的光环，开始头脑发热，没有及时、合理调整企业债务结构，降低债务风险，反而进一步扩大向社会高息集资，最终壹加壹实业有限公司被融资魔力的巨大破坏力所摧毁，陈展鸿的巨额资产一夜间化为乌有：

(1) 因非法以25%~28%不等利息集资“内部债券”1172.4万元败诉，伤了元气，失去信誉，一步一步地走上不归路；

(2) 与广东东莞“新世纪”富豪学校合作500万元纠纷，使陈展鸿名利化为乌有，成为其事业“滑铁卢”的“生死牌”；

(3) 1998年6月15日，广州市中级人民法院公告曝光陈展鸿拖欠3713万元，陈展鸿远走异国他乡，一切都成为四大皆空。当驾着小船的

舵手驶出了河汉，以为大江大海亦是如此，投机不成，便顷刻沉没。

“壹加壹洋服”创办者陈展鸿由盛转衰、逃亡隐匿的原因：不是缺少智商，不是社会关系运用不当，而是对融资风险缺少足够认识。

他有过踏踏实实、艰苦创业的经历，正是这种踏实和勤奋帮助他在不知不觉中赚到了第一桶金，甚至很多桶金子，但最终被事业巨大的成功冲昏了头脑，忘了及时规避各种风险，其中最重要的是，要规避债务风险，走上了由盛转衰的道路。

总之，融资魔力对企业来说，有两种相反的力量：推动力和破坏力。

中小企业既要看到融资魔力积极的一面，要“敢于融资”，“大胆融资”，充分发挥融资的推动力；又要看到融资魔力消极的一面，要“谨慎融资”，“善于融资”，有效防范融资风险，遏止融资破坏力的出现。

在融资前，中小企业必须正确认识融资的作用，这样才能合理运用筹集来的资金，“借鸡生蛋”，用别人的钱来成就自己的事业，又能有效避免融资带来的各种风险，最终成为融资赢家。