



王方剑 刘蔚 主编

讲述商业方法与财富故事

有志成功创业者的案例式实战手册

50新兴市场领导者成功路径解读

谁是我的财富榜样

[商机发现篇]



中国经济出版社



50 创业新锐之完全创业案例

谁是我的财富榜样

[商机发现篇]



中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

谁是我的财富榜样·商机发现篇/王方剑, 刘蔚主编.

—北京: 中国经济出版社, 2003.1

ISBN 7-5017-5872-7

I. 谁… II. ①王… ②刘… III. 企业管理—研究
—中国 IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 105926 号

谁是我的财富榜样——商机发现篇

作 者 王方剑 刘蔚

责任编辑 王振岭 (电话: 010-68319285; email: ceph8@163.net)

出版发行 中国经济出版社

社 址 北京市西城区百万庄北街 3 号 (邮编: 100037)

网 址 www.economyph.com

责任印制 常 毅

经 销 各地新华书店

承 印 北京星月印刷厂

开 本 787×960 毫米 1/16

印 张 21.25

字 数 250 千字

版 次 2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

印 数 15 000 册

书 号 ISBN 7-5017-5872-7/F·4724

定 价 29.80 元

版 权 所 有

盗 版 必 究

举报电话: (010) 68359418 68319282

服务热线: (010) 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

财富榜样的时代

(代序)

王方剑 刘 蔚

一个个新锐品牌，一桩桩崭新生意。

新东方、我爱我家、新丝路、携程网、腾讯 QQ、拓展训练、《生活速递》、大贺喷绘、洋话连篇……在人们心目中，这些企业和品牌，已经几乎成为英语培训、房产中介、模特经纪、网上订房、即时通讯、户外培训、直投媒体、广告喷绘、英语口语培训等新生意的代名词。

在众多新生意的背后，是中国第三代、第四代创业家的崛起。

它们是什么，我们知道；然而，它们背后是谁，这个人是如何把这个事情做起来的，我们却不知道。

关注新生代创业家

本丛书记录了中国 50 家最新锐创业企业的财富与商业方法
创业新锐“新”在何处？

“新”在新生代创业精英的“四新”：新面孔、新行业、新的生意方式、新的价值标准。他们是散发着现代气息、财富魅力、贵族风格的新生代创业精英，是让人耳目一新的新的财富主流。这个群体中的大多数人是新面孔，从事的行业新，生意方式和价值标准也比较新，而且其领导企业的成长性和稳定性都比较高，领导人的品行与企业的行为合法、健康、端正，能引领社会风范和道德风尚。这个群体中的商人有着高贵的人生观、价值观、事业观、生活观，把实现自我价值、促进社会进步和文明看得比赚钱更重要。

虽然，新生代创业精英还不是当今的商界明星，但是他们

是想创业和正在创业人们的财富榜样。这些人物的创业故事和财富历程具有可模仿性、可复制性、可借鉴性，与读者的贴近性极强。我们认为，这 50 家企业代表了财富新的主流，其中的部分企业在 5-10 年后将成为中国的商业巨人。

我们采取了“以读者需求为中心”的图书策划思路，读者的需求就是我们策划图书、布局谋篇的出发点。同时，在“多作者集团采稿”的生产过程中，为了实现书稿文章“主题统一、框架统一、风格统一”之目的，我们做出了图书样稿，设计了采访提纲蓝本，以便各位作者“参照样品生产”，依靠这些规则和标准，我们努力使图书生产成为“一条工业化生产线”。

研究成功 聚焦创业

与部分主流媒体“揭幕”、“质疑”、“研究失败”的编辑思想和竞争策略不同，本书是在立场坚定、旗帜鲜明地“研究成功”。

“研究成功”——说起来容易，怎么研究？

因为一个创业企业成功的因素有很多，但是，如果只让创业者说出最重要的一个因素，这个因素是哪一个？

在这套丛书中，我们将成功创业分为商机发现、市场细分、技术产业化、运营模式四种类型，这是基于以下道理：商机发现，中国社会原来没有这个行业，这个创业企业的出现，开创了一个新的行业，这个企业初期成功的主要原因，是率先发现、捕捉住了这一商机，企业本身并未形成别人不可替代的核心能力；市场细分，中国社会中原来有类似的产品和服务，创业企业将这个行业细分之后，从众多类似的公司中脱颖而出，在做大市场的同时做成了自己；技术产业化，创业企业的成功，技术的成功产业化在企业的成功因素中占据了主导因素；运营模式，创业企业的成功，更多地在于它拥有了一套独特的成熟的运营模式。可以说，这四种成功类型基本反映了当前中国的创业现实。

于是，本书采取了案例式的写作方法——每一篇文章的大部分内容聚焦在一个主题上，同时要介绍该企业的创业历程和财富故事，因为这项业务是崭新的，在中国依然有市场空间。这样，“商业方法与财富故事”成了每篇文章的主要内容，也成为了本书的主要特色。

企业家中规模大的、有思想的有很多人，为什么我们对企业家情有独钟？为什么要聚焦创业？

在这 50 年的转型期内，企业的出现，尤其是市场意义上的企业的诞生、崛起和壮大，是中国社会最重要的社会变化之一。而在企业社会里，创业是最具革命性、最富有活力、最基础性的社会发展原动力。可以说，创业精神是企业家精神的起源和本质，由创业精神所引发的创造和满足客户需求，是企业的核心价值，也是企业发展的终极动力。

创业精神是否能成为一个国家国民的主流商业意识，创业行动是否能成为一个国家社会精英的主流人生选择，创业企业是否能成为一个国家经济领域的主流企业群体，是决定一个国家的经济是否具有发展潜质、社会是否具备持续进步动力的最明显标志。

超越《福布斯》富豪榜

我们招人制造创作群几十个人费时一年，从中国的市场经济大海中淘选出了 50 余位创业家。有人曾经建议我们，既然都叫榜了，为何不来一个名利双收，将这些创业家做一个排行。

坦诚地讲，首先是我们还不具备排行的资格、条件和实力，其次，单纯的富豪排行已经几乎没有意义了。最重要的是，我们在动议之初就没有把制作一份富豪排行榜作为我们的目标，我们的目的是为中国本土追求成功的创业者提供一部 MBA 式的实战指南。

所以，从图书策划的开始，我们就定位于创业策略的解读，就着眼于一线的作品原创，就求助于著名管理咨询公司的智慧

支持。事实也正是如此，北大纵横管理咨询公司在本书成功模式的分类、图书框架的设计和创业企业的评价方面都提出了很关键的指导性建议。

其实，人们关注《福布斯》中国富豪榜的主要目的，是想把他们当作财富坐标来定位自我、启迪自我，诚如《福布斯》中国富豪榜的编制者胡润所言，他做富豪榜的目的是“想给青年人提供一些财富榜样，激励更多的人创业”。事实上，胡润的富豪榜中的那些富豪们所处的行业已经不是创业的理想市场空间了，另外，胡润财富书系的图书内容更多地侧重于观念和人性的层面，并没有将富豪们真正的创富策略、“财技”写出来。

在这个意义上，本书的中国 50 创业新锐榜，并不是中国所有最成功的创业家中的前 50 名，也不是最富有的创业家中的前 50 名，而是最有代表性、最有借鉴价值的 50 名。

而且，即使是收入本书的 50 位创业家，并没有第一名、第二名的排名，因为只是由他们 50 个人组成了一个“创业新锐榜”，而不是“创业新锐排行榜”，那么，“创业新锐榜”与“创业新锐排行榜”的区别何在？我们专门查了字典，榜，张贴的名单（并无排行、排序之意），仅此而已。

2002 年 12 月 18 日

目 录

财富榜样的时代（代序）	1
-------------------	---

新东方学校——中国最大的民营英语培训机构

1 新东方：社会潮流下的商机挖掘	1
-------------------------------	----------

在短短七年时间内，新东方的学生人数由 1994 年的 3500 人增长到 2001 年的 25 万人次，增加约 71 倍！与此同时，新东方建立了比较完备的出国考试培训、基础外语培训、出国留学服务等教学体系，以及正在开展的产业体系，更重要的是，新东方的市场竞争半径延伸到了国内主要经济中心城市。至此，新东方奠定了中国外语培训市场的霸主地位。

英语培训龙头为什么是新东方？新东方是从哪里来的？新东方究竟有什么？

第一跳：教学风格形成 新东方脱颖而出

第二跳：海归派十精英加盟 新东方高层“梦之队”形成

第三跳：破解产权难题 新东方国际号起锚

新东方的现在和未来：四大系统撑起教育国际集团

重点提示：

业务增长：新东方学校历年学生人数增长图 11

高层团队：新东方部分高管层海归派成员 16

采访手记：没有哪一个创业家的心上不是结满了茧子 29

我爱我家——房地产中介市场的本土先锋

2 我爱我家：发现地区市场差距 33

1999年底，当在上海的房地产中介行业已经小有名气的陈早春在北京开设自己的分公司的时候，他惊奇地发现，与上海地产中介发展的水平形成鲜明对比的是，北京的房地产中介行业还处于一个极度幼稚的发展阶段。

在寻找和把握商机方面有着极度敏感嗅觉的陈早春抓住这个机会，在2000年4月正式创办了北京我爱我家房屋租赁置换有限公司，并神速地把我爱我家打造成了中国本土房地产中介行业的第一品牌。今天，我爱我家在全国拥有9家分公司、300多家连锁店，整个系统一个月的销售额就是100多万。而陈早春说，以目前我爱我家的扩张速度，其营业额的增长率一个季度就可以达到100%。

这组数字中彰显着的能量显然是十分巨大的。

地区行业落差催生我爱我家

“疯狂”扩张和低成本战略

成长的“烦恼”和产业链的纵向沿伸

量化管理和“名牌”团队

与榜样交流和选好第一份工作

重点提示：

赢利模式：“我爱我家”的业务延伸模块 47

竞争情报：目前国内房屋租赁行业的主要中外企业 51

商机提案：我爱我家创业者眼中的2条商机 39

采访手记：激情创业与自我约束 56

宝供物流——国内最早、最具实力的现代第三方物流企业

3 宝供：从跨国公司的学生开始 57

从超市的货架上随手取下一瓶洗发水，你能想到这瓶洗发水从走下流水线到你拿到手中为止，中间究竟被多少辆卡车运转到多少个物流配送中心？历经多少道批发商以及多少人的手

才被送上货架？需要怎样做才能够更经济地将这瓶洗发水送到零售店里去？

在普通人眼里，这些问题如此琐碎；同样是这些问题，却让能人的眼睛大放光彩，并津津乐道。为什么？这就是物流中所蕴含的巨大商机。

现在物流开支已占到企业销售额的 5%~35%，物流成本通常是业务工作中的最高成本之一，仅次于制造过程中材料费用或批发、零售产品的成本。产品从生产线到用户的过程中，有 95% 的时间耗在物流之中，费用平均占到总成本的 50%，95% 的时间与 50% 以上的成本空间，便是巨大的利润“源泉”。广州宝供物流正是这一商机的开发者。

创业，从给宝洁运货开始

先当宝洁的学生

信息化：宝供的助推器

信息化基石：标准化、规范化的管理

新的物流模式与业务拓展

与国际强劲对手的竞争

重点提示：

商机提案：宝供创业者眼中的 4 条商机 77

竞争情报：国内外主要物流企业优劣势比较 81

采访手记：从骨子里为客户服务

西岸公关——中国本土最大、最具影响力的公共关系和市场顾问公司

4 西岸：资源与思路的跨行业移植 85

因为对自己理念与信仰的坚持，黄勇在断断续续的八年记者生涯中，成为当时国内最好的科技记者；因为对理念与信仰的坚持，黄勇带领自己的团队，在接下来的八年时间里将西岸公关公司打造成国内公关行业第一品牌；因为对理念与信仰的坚持，黄勇还会带领西岸向更高层次冲刺，使其在服务的领域与内涵方面得到更大程度的提升。

创业，来自博雅的灵感

在行业蒙昧期开始

理念与信仰，贯穿西岸八年

理念与信仰，克服困境

理念与信仰，助力提升

重点提示：

竞争情报：国际与国内公关公司优劣势比较 93

赢利模式：西岸公关公司赢利模式详解 101

公司收益来源图 102

采访手记：“务虚”的价值 104

青岛金王——中国最大的时尚消费品生产供应商

5 金王：从国际市场寻找“中国制造”的机遇 107

陈索斌把已经燃烧了上千年简简单单的小蜡烛，用现代高新技术赋予了千姿百态、永不熄灭的时尚活力，最终发展成了今日的金王集团。今天的金王，产品在国外销售遍及 115 个国家与地区，直接为全球 1500 余家客户服务。在欧美，金王的销售量相当于平均在每 4 个家庭中，就有一家使用一件 kingking 的产品。在国内也初步开设了 100 多家连锁店及专柜。

在蜡烛、玻璃、时尚礼品等这个行业中，金王毫无争议地已成为中国最大的生产供应商、轻工行业的领航者。

放眼世界 从国际市场中寻商机

蜡制产品创新 进入世界商业巨无霸网络

产权变革 奠定企业发展基石

寻石击水 适时激活企业内部机制

国际市场锻造自我 转身杀回国内市场

重点提示：

商机提案：金王集团创业者眼中的 3 条商机 125

采访手记：“出口三支蜡烛等于一台冰箱” 127

拓展训练——中国体验式培训的创导者

6 拓展训练：将体验式培训引入中国 129

“阅读的资料，我们能学习到百分之十；听到的资料，我们能学到百分之十五；如果一个人做过的事情，他可能记住 70%

左右；如果一个人和别人一起做过的事情，他可能记住 90% 左右。”当全球企业界的教育培训机构力图寻找一种效果持久的培训方式时，体验式学习（Experimental Learning）以其寓教于乐和效果持久的优势照亮了渴求者的眼睛。

北京人众人拓展训练有限公司借鉴了国外体验式学习、培训的方式，创立了自己的体验式培训品牌“拓展训练”，在中国掀起了体验式培训的浪潮。

从渴望的眼神中看到商机

在开拓一个新行业同时超越自我

原创课程是核心能力

客户“苛求”推动创业公司成长

重点提示：

竞争情报：国内部分知名的户外体验式培训公司	142
“拓展训练”部分原创课程一览表	145
商机提案：拓展训练创业者眼中的 3 条商机	148
采访手记：客户是我们真正的领跑者	150

湖北多佳——中国具有蓝筹概念的教育类上市公司

7 多佳：公司主业的转型策略..... 153

2001 年，湖北多佳股份有限公司引进了西安交通大学开元集团，通过资产置换，成功实现资产重组，并顺利实现了产业的转型，成为一家主营教育产业的投资控股公司。

转型刚刚一年，效果显著。2002 年上半年，教育产业的营业收入和净利润已经占到公司全部收入和净利润的 90% 以上。多佳已由原来一个传统的生产经营性企业脱胎为一个具有现代企业理念的集学习、管理、创新、合作为一体的投资、控股公司，并立志做教育产业的领跑者。

公司重组 寻求新的产业支柱

转型教育 力推阳光教育品牌

公司并购 注重双方文化融合

借鉴诺贝尔集团 探索三种经营模式

勾勒宏图 梦想教育产业领跑者

重点提示:

商机提案: 多佳创业者眼中的 3 条商机 159

竞争情报: 国内有教育产业概念的公司一览表 170

澳瑞特——国内健身器材市场的开拓者、领导者

8 澳瑞特: 从国际市场看到的“中国机遇” 175

一个以自行车制造为主的企业, 在经受了改革的洗礼后, 也向世界敞开了大门。它感受和思考着人类已经并将要发生的变化, 并寻求适应、融入、引导。

澳瑞特的出生是“先天不良”, 她是在没有生产健身器的设备、人才和技术支持的基础上蹒跚起步的。澳瑞特的出生却“生逢其时”, 90 年代初, 一些发达地区先行富裕的人们已开始接受了这一产品。产品有了市场是一个企业最大的机遇。

从国际市场捕捉到的“中国机遇”

从国家政策导向中嗅出了企业的机遇

全面营销理念为企业创造了机遇

如何面对新的市场机遇——“大而全”是把双刃剑

重点提示:

商机提案: 澳瑞特创业者眼中的 9 条商机 195

竞争情报: 国内主要健身器材生产厂家概况 186

采访手记: 企业家的眼光 197

新丝路——中国最大的模特经纪公司

9 新丝路: 一个大赛引爆一个产业 199

李小白从来不会想到——自己在真正进入模特业仅仅三年之后, 就能做成中国最大的模特经纪公司: 新丝路。

如今让李小白引以为豪的是, 他的新丝路已声名鹊起, 国内 90% 以上的名模出自新丝路名下, 中国 80% 左右的模特业资源尽在新丝路囊中, 新丝路模特大赛成为当今国内最权威的赛事, 以至于新丝路几乎成了中国模特经纪业的代名词——新丝路不仅蜚声于业界, 而且还享誉于社会。

任职纺织部“团书记” 撞上模特业纯属“工作需要”

模特大赛举办十届 网罗资源做声誉尽占先机
以作为求地位 引领新丝路二次创业
用“新思路”经营模特 开启模特商业化时代
率先降低模特身高 抢资源打品牌再度领先
悉心培养门下模特 “美女经济”长线经营
闯出螃蟹味道“第一人” “模特教父”深度解剖模特业
重点提示：

赢利模式：新丝路模特经纪公司的赢利模式图 122

美心门业——中国门业产业的开拓者和领导者

10 美心：新兴需求的满足者 219

一位营销界资深人士说，我们常年与优秀企业打交道，能在十分钟内让我们这些营销老江湖连呼大开眼界的企业肯定不简单，美心集团就是这样一个不简单企业；能让我们这些见惯了大企业家的营销人深度感染的老板肯定不一般，美心的董事长夏明宪就是这样一个不一般的企业家。

记者把成功的原因想得很复杂，美心老总夏明宪把成长的理由说得很简单：“做好人之初，饿了吃饭，冷了穿衣。”简单是大彻大悟的境界。

产业延伸：“防盗门”——“安全门”——“门庭艺术”

美心服务特色：“适度服务”

集团消费：变危机为商机

价格：低价是对消费者负责

厂商关系：培养铁杆经销商

国际市场策略：“小批量、多品种”的个性化生产

人力资源政策创新：“有限终生制”

宅急送——中国民营快递业的开拓者

11 宅急送：新兴市场的聚焦点 243

在北京乃至全国城市川流不息的大街上，稍一留意即可见到宅急送穿梭的车影。

宅急送从创立第一年开始赢利，利润额以每年百分之百

的速率递增,2002年纯利润预计可以达到2000万元,营业额则可达两个亿。

如今的宅急送,已经有了按东北、华北等七大区域建立的7大子公司以及下边的42个分公司。宅急送已经拥有了一个覆盖全国近2/3县城以上地域的完整的销售网。

崇拜联邦快递缔造者 中断军营仕途赴日留学

体验“急便”日本服务 回看国内快递商机

城市内快递“杂活”起步 两年后转型货运

深谙货运业服务属性 瞄准企业全程物流商机

密切关注电子商务 卡位网络时代

融军队纪律于公司管理 打造快递业“铁甲”兵团

重点提示:

行业竞争情报:快运公司基本情况、国际快运公司基本情况 255

采访手记:改变和造就人的事业 264

金迪科技——中国最早、最大的地下管线管理和服务商

12 金迪:“地下神探”的业务延伸 267

“我们的许多城市就像坐在一个火药桶上”,金迪董事长洗骏峰的这句话并不是危言耸听。

洗骏峰想表达的意思是,国内的许多城市的地下管线存在着很多隐患:因为对供水、供电、煤气、电信等地下管线情况不祥,在建设施工时,这些管线被压埋、破坏或者混置,进而导致了停水、停电、停气、通讯中断,甚至是火灾和爆炸。据统计,我国每年发生管线破坏事故上万起,直接经济损失7亿多元。

如果大家都认识到这个问题,将是一个多么大的商业机会,洗骏峰已经走在了最前面……

辅助钢铁厂改扩建 发现“地下管线”商机

摸透城市规划现状 发掘地下管线市场

技术优势称雄 占领国内探测市场四成份额

顺着管道开掘 牵出“地下商机链条”

奠定体制优势 磨难之后专攻主业

开拓海外业务 学会规则才能快跑

重点提示：

产业延伸：金迪的“地下商机链条”图 128

竞争情报：国内地下管线勘测企业竞争情报 282

商机提案：金迪创业者眼中的4条商机 286

蚂蚁企业——中国西南地区最具规模和实力的专业搬运公司

13 蚂蚁搬家：从鱼龙混杂的传统行业中做大..... 287

在全国各大城市的搬家市场上，就搬家公司而言，一般具有两个特点，一是搬家公司很多，二是占据该城市搬家市场垄断地位的、出名的搬家公司基本上没有。

成都市却是一个例外。

在成都市的大街小巷，你不时会重复看到一道独特风景线：一辆辆奔驰着的卡车，车身画着大大的卡通黄蚂蚁，背着大包裹，写着“蚂蚁搬家”黄色大字，装满家具和货品的车上傲然站立的是身着统一黄蓝色工作服的工人。成都人都知道，它代表的就是位居成都市搬家行业“龙头老大”的蚂蚁搬家公司。蚂蚁搬家公司董事长李浪，一位年轻的民营企业企业家，因为成功地创造了小本起家的经营模式，今年被评为成都市首届十大新锐人物之一。

广州取经 瞄准成都搬家业龙头企业

办酒楼干洗车行做广告公司 “蚂蚁王”经受商海历练

创业者苦扛 蚂蚁游击队变身正规军

城市拆迁免费搬家 打响“蚂蚁”品牌第一枪

延伸大家政服务 搬家公司觊觎物流配送巨子

重点提示：

采访手记：创业之初老板就得啥都干 306

附录：中国50创业新锐榜 308

成功创业家眼中的87条商机 314

10 谁是我的财富榜样——商机发现篇

主编致谢：这本书应该记上他们的名字 318

鸣谢：北大纵横企业管理咨询公司 320