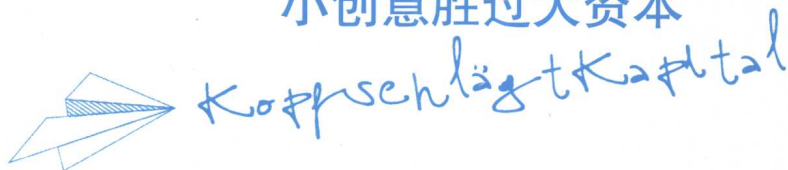


创意
→
创业

创业

其实没那么难

小创意胜过大资本



(德) 根特·法汀 著
(Günter Faltin)

颜徽玲 译

作为一名平凡的创业者，你需要的只是一个能思考的头脑
以及一些坚持。或者可以这么说，开创一项事业……甚至
就像开始谈一场恋爱！

在企业成功的故事里，“创新”一定是主角，

剩下的问题只是如何运用的问题。

本应成功却因为想法不够成熟而失败的例子，比成功还多。

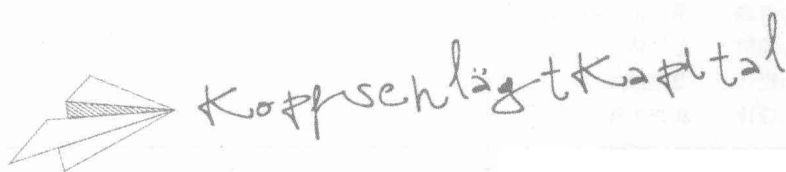
天津教育出版社
TIANJIN EDUCATION PRESS

创业

其实没那么难

小创意胜过大资本

(德) 根特·法汀(Günter Faltin) 著 颜微玲 译



 天津教育出版社
TIANJIN EDUCATION PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

创业其实没那么难: 小创意胜过大资本 / (德) 法汀著; 颜徽玲译. —天津: 天津教育出版社, 2011.11
ISBN 978-7-5309-6561-0

I. ①创… II. ①法… ②颜… III. ①企业管理—案例—分析 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第173584号

创业其实没那么难: 小创意胜过大资本

出版人 胡振泰

作者 (德) 根特·法汀

译者 颜徽玲

选题策划 陈禹舟

责任编辑 常浩

特约监制 苗洪 钱其强

特约编辑 孙广洁

封面设计 荆荆设计

版式设计 新兴工作室

出版发行 天津教育出版社
天津市和平区西康路35号 邮政编码 300051
<http://www.tjeph.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京兆成印刷有限责任公司

版 次 2011年1月第1版

印 次 2011年1月第1次印刷

规 格 16开 (880×1230毫米)

字 数 100千字

印 张 14.5

书 号 ISBN 978-7-5309-6561-0

定 价 29.80元

Title of the original German edition:

Author: Günter Faltin

Title: Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art, ein
Unternehmen zu gründen-Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein

Copyright © Carl Hanser Verlag München, 2008

Chinese language edition arranged through

HERCULES Business & Culture GmbH, Germany

版权合同登记号 图字 02-2011-140

拥有伟大的创意，并且热情追求是重要的。即使最优秀的博士、最有名的大学以及公司就算做梦都不相信你的计划，你还是可以成功。

——沃兹尼亚克

你可以有意识、有系统地发展创意。

——维斯伯

如果你真想做一些有意思、有革命性的事情，必须学习忽略客户。许多顾客像后视镜。他们极端保守无趣，完全缺乏想象力，也不认识自己的需求。

——瑞德斯卓&诺德斯壮

如果我念过经济学院，就不可能创出这番事业。

——罗蒂克

目录

A

我，成为一个老板

你疯了吗？ / 10

精彩经济学 / 11

B

喝茶运动个案研究

创意的起源 / 16

符合经济原则的理智交易 / 17

实用代替习惯 / 18

不谙实务 / 19

本钱哪里来？ / 21

好的企划能开启很多可能性 / 21

主要观点变成附庸 / 23

关键在于创意的质量 / 24

C

以“创意概念”创业

橄榄油 / 30

旧办公室，新想法 / 30

浓缩果汁 / 31

直询总理 / 33

D

收养概念——发展创意是值得的

重要的不是灵光乍现 / 38

发展自己的创意概念 / 42

区别创新与革新 / 43

区分创业与企管 / 45

专利权或新的高科技只是原料 / 47

优良的企业概念应该具备的条件 / 51

拼图 / 56

设立一个创意艺术工厂 / 58

了解原则，就可以创立不同类型的公司 / 61

创业成功从“头”开始 / 63

E

避开苛求的陷阱

判断与合作的艺术 / 73

创业顾问失败之处

——艺术家多萝茜的故事 / 76

独立自主的意思是什么都要自己来，

而且像陀螺一样转不停 / 78

遵循最简单的买卖原则 / 82

给不一样的概念提供空间 / 84

探险餐厅 / 85

F

透过不同部件创业

创业万岁 / 92

投入不同的组成部件 / 95

成长率危机掠夺立身之地 / 100

利用“内嵌知识” / 103

G

要有雄心壮志

你能想象建造一座工厂吗？ / 107

购买现成服务 / 108

组织你自己的公司 / 110

一个例子：如何让牙刷物美价廉 / 113

缺少资金？ / 116

个人代替无名的群体 / 118

你是否动了做点小生意的念头？ / 121

一夜之间成为市场领导品牌 / 123

让“大家一起来”的公司——CO₂ 运动 / 125



如何激发自己的高潜力计划 ——创业实验室

打开创意 / 131

发展创业设计的七个技巧 / 137

有关营运企划的省思 / 146

如何让别人注意我所创之业 / 149

瓶子建材——创意 / 157



创业当挑战

为自己定一个目标 / 163

最大盈余的秘密 / 164

社会企业 / 165

我们必须天生是创业人吗？ / 171

创业是探险假期 / 178

人成为中心 / 181

人类塑造意愿的基本原则：效率 / 183

主动参与市场活动 / 185

“人穷志短”

——引爆第二阶段的启蒙运动 / 186

J

告别一般的思维模式
——未来不是建立在过去
当经济基础断裂了，怎么办？

实例：巴西玛瑙斯 / 190

我们需要革新的创建 / 194

不一定要高科技 / 195

在创意空间中最初的燃点——文化创意 / 197

我们的教育帮助学生做好创业准备了吗？ / 200

企业精神出走了吗？ / 203

独立宣言 / 206

K

邀舞

L

【附录】

每个人都可以创业 尤努斯
教授访谈（节录） / 215

推荐序 **创业何以没那么难**

中青在线总经理 刘学红

创业是追梦的行动还是不得已的选择？

迈出这一步是激动还是无奈？

在一次给大学生的创业讲座中，我提出了这个问题，并播放了两首大家都很熟悉的歌曲，

一首是蒋大为演唱的《要问我们想什么》，歌词中有这样几句：

漂亮的姑娘十呀十八九，
小伙子二十刚呀刚出头。
如金似玉的好年华，
正赶上创业的好时候。

另外一首是刘欢演唱的《在路上》，歌词中有这样的词句：

那一天
我不得已上路
为不安分的心
为自尊的生存
为自我的证明
路上的辛酸已融进我的眼睛
心灵的困境已化作我的坚定

两首歌的曲风截然相反，一个意气风发，一个压抑坚忍，正好契合了创业者身上最常见的两种心态。

在回答创业难与不难的问题上，同样存在两种不同的答案，这情形就像一个非常经典的寓言故事——“小马过河”——所说的那样：牛伯伯告诉要过河的小马河水很浅，只没过它的蹄脚；而小松鼠则告诉小马河水很深，曾淹死过它的一个同伴。

前些年，“牛伯伯观点”很流行，创业似乎很容易，只要有一个好点

子就能发大财。于是，一些刚毕业的大学生勇敢地跳下河去，结果却是没有几个人能成功上岸。而这两年，反对大学生创业的“小松鼠观点”开始占上风，就连当年成功上岸的“大学生创业偶像们”也都众口一词，大谈创业的种种艰难与坎坷，有这些“过来人”现身说法，就更增强了面临创业的大学生们们的被动性和无奈感。似乎如果不是“不得已”就不能“上路”，即使上路，也充满人生一搏的悲情。

在这种氛围下，出版这本德国人写的《创业其实没那么难》似乎有点不合时宜。带着质疑的心态，我通读了全书。

首先，我得承认作者根特·法汀比较务实。他虽然是一个经济学教授，但是在这本书里，他并没有用自己最拿手的高深经济学理论来解释创业。而是用他亲身的创业实践向我们证明了“创业其实没有你想像的那么难”。

法汀创办了一个茶叶公司，提倡“喝茶运动”，结果却是：

今天，喝茶运动的顾客多达18万人，每年卖出400吨以上的大吉岭红茶，其中有90%是以一公斤的大包装卖出。从1996年开始，喝茶运动成为德国最大的邮购茶行，虽然我们只卖一种茶。依据印度茶叶公会的调查，1998年我们成为世界最大的大吉岭茶叶进口商，比世界有名的品牌，例如立顿、唐宁（Twinings）或联合利华还大。

这怎么可能？如若不是看了作者详细的案例剖析，我无论如何是不会相信的。

首先，卖茶叶是一个传统行业，不是什么新发明，更不是什么新技术、新专利。茶叶市场竞争者林立，理论上属于名副其实的“红海”。一般来说，没有雄厚的实力和背景是很难赶超那些历史悠久的大茶叶公司

的。换句话说，如果一家公司能够把茶叶生意做成“世界最大”，那就意味着它在别的商品上也同样可以成为“老大”。基于这样的常识，我的好奇心突然被吊起来了，很想了解法汀是怎么把“卖茶叶”这桩古老生意做到那个境界上的呢？

在接下来的阅读中，我发现了这样一个事实——创意的质量是创业成败的决定性因素。这是作者通过自己的亲身实践总结出来的诀窍，也是作者在《创业其实没那么难》一书中贯穿始终的主题。

创业，首先要有“创意”。创意从何而来？我们知道，提起创业，有几个概念是必不可少的：创业者、创业项目、资源、环境。所谓创意，就是把这几个概念有机地融汇和贯通。

首先说，卖茶叶的这个创业项目是怎样产生的呢？

“到许多发展中国家旅行后，我忽然发现，像咖啡、香蕉、糖以及茶等产品，在德国大约要多花十倍的价钱购买。是什么原因让这些产品到了我们这边变得如此昂贵？”

商机是在比较中被发现的，创意是在思考中被提炼的。作者经过调查分析，发现卖价高的原因不在成本高，而在转手层次太多与小包装买卖。我们都明白这样一个事实：要降低价格，一是要最大程度地取消中间环节，二是要保证能销售一定规模的量。量大才能摊薄成本。此外，为了保证能够销售出去，产品质量一定要好。物美价廉，永远是赢家的制胜利器。

为了达到上述要求，经过充分酝酿，作者及其创业团队作出了“直接从产地进货，大包装卖货（500~1000克包装），只卖一种茶——世界上最好的茶，邮购和网络销售”的创意。他们的资金及销售策略是：利用外贸支付的延迟时间差（两个月的交付期），让客户提前交费订货，以筹集