

朝九晚五、按部就班？ NO！
27岁成为千万富翁？ YES！
因为，年轻，没有什么不可以！

[英] 博·皮博迪◎著

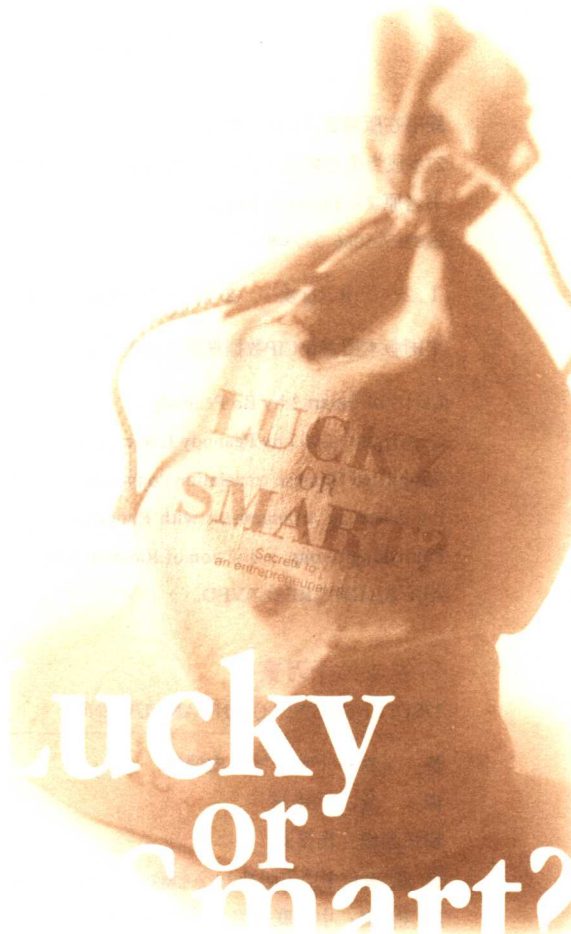
LUCK
OR
SMART?
Secrets to
an entrepreneurial life

27岁成为 千万富翁

成功创业的12条黄金法则



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE



Lucky or Smart?

Secrets to
an entrepreneurial life

[英] 博·皮博迪◎著
刘伟荣◎译

27岁成为 千万富翁

中 信 出 版 社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

27岁成为千万富翁 / [英] 皮博迪 著; 刘伟荣 译. —北京: 中信出版社, 2006.1

书名原文: Lucky or Smart?

ISBN 7-5086-0493-8

I. 27… II. ①皮… ②刘… III. 成功心理学 - 通俗读物 IV. B848.4-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第123212号

Lucky or Smart ? by Bo Peabody

Copyright© 2005 by Peabody Enterprises

Simplified Chinese translation copyright © 2005 by CITIC Publishing House

Published by arrangement with Random House, an imprint of Random House

Publishing Group, a division of Random House, Inc.

ALL RIGHTS RESERVED.

27岁成为千万富翁

27SUI CHENGWEI QIANWAN FUWENG

著 者: [英] 博·皮博迪

译 者: 刘伟荣

责任编辑: 汤曼莉

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 889mm × 1194mm 1/32 **印 张:** 3.75 **字 数:** 43千字

版 次: 2006年1月第1版 **印 次:** 2006年1月第1次印刷

京权图字: 01-2005-1889

书 号: ISBN 7-5086-0493-8/F · 936

定 价: 20.00元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。服务热线: 010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

成功要趁早。

27岁成为千万富翁，听起来像在做梦？

但本书作者就是能美梦成真，他是如何做到的？

在这个注重变革、崇尚创新的时代，年轻，没有什么不可以。

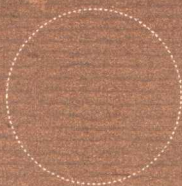
如果你还死守着朝九晚五、按部就班的职场生活，未免太“out”了。

读读本书，看看什么是最“in”的生活方式。那就是——

要想找到这个世界上最好的工作，有时候你需要自己创造一个。

在本书中，博以一种机智、轻松，类似面对面交流的语气，与你分享自己创业生涯中的经验与教训，着重指出了年轻企业家容易陷入的创业误区，为所有满怀创业激情、渴望成功的年轻人指明了一条成功之道。

这是有关创业生活的一本极富指导意义的实用指南，每一个想要实现自身价值、成就财富梦想的人都能从中汲取力量。



Secrets to
an entrepreneurial life

Smart?

Lucky

Lucky or Smart?

Secrets to
an entrepreneurial life

博·皮博迪是成功的青年企业家的典范，他在27岁便成为千万富翁。他创立的第一家企业——Tripod公司曾是互联网领域的第八大企业，如今已有15种语言版本，在世界范围内拥有数百万名注册用户，是互联网上个人发布信息的先锋站点之一。

《福布斯》、《商业周刊》、《财富》、《人物》以及《炫》杂志曾对博进行过相关专题报道，他也曾在世界各地举办的各类会议及商学院讲座中向人们宣讲高科技及企业家精神。皮博迪现任职于威廉斯敦节庆剧场、伯克夏科学与艺术学院基金会，以及查尔蒙特专科学校。

责任编辑 汤曼莉

封面设计  工作室 刘军

经销：中信联合发行有限责任公司

我18岁至28岁时的职业生涯是这样度过的：

• 1991年，刚进入大学，我就决心通过推广互联网的在线服务，向在校学生普及在现实世界中生存所需的必要技能，包括提供求职、个人理财以及健康等方面的实用建议。因为我注意到，在课堂上没有任何人会向我们传授这些知识、提及这样的话题；而计算机（远胜于书本或是电视）业已成为我们这一代人交流与娱乐的主要媒介。因此，利用计算机作为载体传播人们在日常生活中难以接触到的重要常识，不失为一个绝妙的主意。

• 在我念大学二年级时，迪克·萨博特同意与我合作，共同实践我正逐渐成形的创业构想。萨博特是哈佛大学的经济学博士，也是我的老师（在他教授的那门课中，我得了B-）。他之所以愿意与我合伙不是因为我是他最好的学生，而是因为他此前有过濒临失败的创业经历，这在无形中给了他一股强大的动力，促使他去尝试新的、“与众不同的事物”。

• 到1994年我大学毕业的时候，我们的合作果真造就了某种“与众不同的事物”——一家新生的网络公司，我们称之为Tripod。尽管当时99.9%的美国公众都对互联网一无所知，我仍然决心将Tripod发展起来。另一个原因是，我的毕业论文写得一塌糊涂，就凭那点并不“体面”的分数，我要想得到一份“体面”的工作，几乎是不可能的。

• 凭着从朋友及家人那里借到的少得可怜的启动资金，我雇用了若干计算机程序设计师。因为当时我根本不知道怎样在我的计算机上安装网络浏览器——如果你想创办一家网络公司，而你自己又什么都不会，就只能像我一样虚心求助于专业人士。

• 令我感到不可思议的是，正是这帮电脑黑客们——他们就像是一伙不法分子或者说是街头混混，留着长发、刺着文身、穿了好几个耳洞，但又魅力十足、极其聪明——怀着一种天不怕、地不怕的激情，为Tripod设计制作了一个软件。尽管它还不能像我最初设想的那样，为人们提供实用的建议，但却能帮助人们发布自己的个人主页。

• 到1995年，“Tripod个人主页编辑器”发展迅速、广受好评，这大大超出了我最初的构想——为在校大学生提供实用的建议。我突然意识到，我完全可以依靠自己的双手开创一项事业。接着，从来

没写过商业计划书的我，在市图书馆里，找到了一本好书——猜猜看是哪一本——《如何撰写商业计划书》。正是在它的帮助下，我完成了平生第一份商业计划书。

• 1995年8月，网景公司（Netscape）公开上市，此举显示了网络公司不可低估的市场价值。至少，这表明了华尔街的投资银行家们，已使热衷于购买公司股票的公众们相信，持有网络公司的股票同样有价值。

• 一个月之后，我终于说服了新创企业协会（New Enterprise Associates, NEA）——世界上最受尊敬的风险投资机构之一——阅读Tripod公司的商业计划书。他们之所以愿意这么做，惟一的原因就是：萨博特太太的兄弟的大学室友，他的一个熟人认识新创企业协会中的某个人。

• 而新创企业协会之所以看中这份商业计划书，是因为在其中不下数百次地提到了互联网这一新生事物。

• 1995年11月，Tripod如愿以偿，从新创企业协会那里，获得了300万美元的融资。

• 有了这笔钱，我便开始发展我的事业。Tripod公司设在威廉斯敦，那是马萨诸塞州西南部的一座拥有6 000人口的城镇。我之所以选择那

里倒不是出于商业上的考虑，而是因为我太喜欢滑雪了！

• 20世纪90年代末，媒体对于“新生代”及其掀起的互联网风潮的狂热，同样惠及Tripod公司。我当初选址威廉斯敦的决定此时为Tripod引来了无数报纸、杂志、电视、广播等连篇累牍的报道。其中的许多报道里都出现了我的特写——要么是我骑着山地车去上班，要么就是将我描绘成“纨绔子弟”。如今，只有当我那1983年产的大众Rabbit车送去检修，我才会偶尔骑骑我的山地车；至于“纨绔子弟”，这我倒是依然如故。

• 1996年年初，在Tripod个人主页编辑器正式投放市场一年之后，它几乎从根本上改变了大众传播的性质。有史以来第一次，人们只要拥有一台计算机，并能连上互联网，就可以尽情地发布他们想要传播的任何信息；与此同时，其他人只要拥有一台计算机，并能连上互联网，就能浏览这些信息。

• 截至1997年年中，Tripod公司已拥有注册会员近百万名。

• 然而，Tripod公司尚未盈利。

• 也就是说，Tripod公司没有任何收入。

• 1997年12月30日，在股票市场出现泡沫的当口儿，有人提出用5 800万美元收购我的Tripod公司。

- 1997年12月31日，我将Tripod出售给Lycos，以换取这家公开上市公司价值5 800万美元的股份。Lycos也是一家网络公司，当时它的经营状况同样不容乐观，但情况看上去比我的Tripod要好得多。

- 在随后的两年中，因为坚信不能轻举妄动，我终究没能大量抛售持有的Lycos公司股票。

- 也正是在那两年中，我亲眼目睹了手中股票的价值成十倍地增长。

- 到1999年12月31日，就在股市泡沫达至顶点、股票市场崩溃的前几个月，我抛售了持有的全部Lycos公司股票。

- 随后，我将部分股票变现所得投资于债券和房地产，因为这是我为数不多的比较有把握的两个领域。当然，另一个原因是当时我恰好需要一套房子。

如果这一切发生在你身上，或者进一步说，如果你在27岁之前就经历了这一切，那么你一定会被好奇者问及这样一个问题——“你的成功是因为运气好，还是因为你很精明？”大多数时候，同样的问题甚至会反复在你耳畔响起，无休无止。

作为回答，很多人也许会立刻回复一句模棱两可而又老掉牙的话：“我宁愿是运气而不是精明帮了我。”然后，他们会长叹一口气，接着说：“哎，

可能两方面的因素都有吧。”

而我，却会给出一种与之截然不同的回答：

“正是因为我足够精明，所以才意识到了我的好运。”

这才是正确答案。它可以说是我给过的所有解释中最正确无误的回答。嘿，瞎猫有时也能碰上死耗子嘛。

在过去的10年里，伴随着经济的繁荣与萧条，我总共与人合伙创办了6家公司。虽然我们做得并不是很好，但它们都安然渡过了一次又一次危机。在这个过程中，我也学到了很多。虽然没有什么振聋发聩的大道理，但对于正考虑开创自己事业的人，这些经验之谈或许能为他们提供些许帮助。

在接下来的章节中，你将读到我对于企业家生涯的一些简单而又深刻的认识，希望它们能为如今的企业家们带来一点好运，进而在他们开创新事业时助其一臂之力。

目 录 | LUCKY OR SMART? SECRETS TO AN ENTREPRENEURIAL LIFE |

导 言 / V

法则一	学会为自己创造好运	/1
法则二	企业家是天生的	/11
法则三	企业家是B等生， 经理人是A等生	/21
法则四	新创企业，要优秀不要卓越	/29
法则五	特立独行者青睐新创企业	/35
法则六	实践你的“空想”	/45
法则七	学会接受“不”	/51
法则八	不要惧怕陷入无助的境地	/57
法则九	保持谦逊有礼	/65
法则十	不要相信媒体	/73
法则十一	不断推销你的股票	/83
法则十二	知道什么是你不知道的	/93

结 语 /101

附 录 /107

LUCKY OR SMART?

SECRETS TO AN ENTREPRENEURIAL LIFE

|法则一|

学会为自己创造好运

运气是生活的一部分，每个人都会有交好运的时候。运气对商业生活来说也非常重要。最理想的情况是，人们能在第一时间发现好运的降临进而抓住机遇。而随着时间的推移，最出色的企业家能够学会为自己创造好运。

商业生活中的幸运vs.日常生活中的幸运

商业生活中的幸运与日常生活中的幸运是两码事，不是指类似你在马路上拣到20美元那样的好运。二者的区别在于：首先，商业生活中的“幸运”与“精明”常被混淆。如果你在马路上拣到20美元，你清楚地知道这不过是运气好而已；然而，一旦人们在商业生活中交了好运，他们大多会认为，成功绝不仅仅是因为幸运。相反，他们会觉得，商业上的成功更多地取决于自己的精明。

对于新创企业而言，当企业家们将“幸运”与“精明”混为一谈时，离失败已经不远了。

对于新创企业而言，当企业家们将“幸运”与“精明”混为一谈时，离失

败已经不远了。所以你应该保有一颗平常心，理智

地将这二者区别开来。

如果你取得了成功，对你来说最大的挑战就是：不论是大众媒体、你的股东、同事，还是与你关系密切的其他人，甚至于你的父母，都会在意无意中带你偏离正确的方向。他们会不厌其烦地告诉你：你的确是个天才，公司取得的所有成就都应该归功于你。为什么？因为在他们眼中，你已被贴上了如下的标签：

- 专业人士；
- 公司的利润之源；
- 他们的老板；
- 他们的爱人；
- 他们的骄傲与快乐之源。

正是因为以上这些关系的存在，这些人不会告诉你一个残酷的事实：你事业上的成功，很有可能纯粹是因为交了好运。

商业生活中的幸运与日

好运常常降临在这样的企业家身上——他们满怀着开创新事业的热情，建立的是一家同样充满活力、创造力，并且积极向上的公司。

常生活中幸运的第二个区别在于：前者可以被积极

地创造出来，后者则只能听天由命。你无法预知自己能否在马路上拣到20美元，但却可以创立一家公司，并使它比你之前创立的所有公司都更频繁地交好运。

的确，似乎冥冥之中有某种从科学角度解释不清的规律在支配着商业生活中的“幸运”。而最重要的一点是：好运常常降临在这样的企业家身上——他们满怀着开创新事业的热情，建立的是一家同样充满活力、创造力，并且积极向上的公司。

为什么会这样？因为大多数聪明人都会被具有以上特质的公司所吸引。而事实是，现实中这样的公司少之又少。对于大部分人（当然，还有绝大多数的聪明人）来说，他们发自内心地喜欢与这样的人在一起——只要有机会，这些人愿意在一种积极向上的环境中，不遗余力地为改良社会现状贡献一己之力；而没有人愿意在一种消极的环境中做危害社会的事情。

什么样的公司能创造奇迹

一旦既聪明又激情洋溢的人聚集到同样充满活力、创造力，且积极向上的公司周围，他们会非常卖力地工作。一旦这些人在工作中倾尽全力，不可思议的“奇迹”与罕见的机会便很容易出现。

罕见的机会——一种能在不经意间促成创新与发明的能量——会为公司创造出许多闻所未闻的事物，其中有的对公司有利，有的则适得其反。

对于那些对公司有利的事物，由于没有人预计将出现这样的好机会，它通常被视为一种幸运。换句话说，要想在商业生活中交好运，最有效的方法就是，确保工作中时常出现各种各样的机会。就是这么简单。

要在实践中运用这条规则，企业家需要做到以下两点：

1. 创造出一种能吸引聪明人的工作环境。
2. 同时，明智地站到一旁，静静地等待幸运之神的降临。

优秀的企业家往往不是非常幸运或者非常精明的人，他们只是有足够的精明，能够意识到幸运何时来临。这就是企业家与普通人之间非常微妙但却十分重要的差别。

优秀的企业家往往不是非常幸运或者非常精明的人，他们只是有足够的精明，能够意识到幸运何时来临。