

从市场缝隙中揭示改变行业规则的新游戏

我们就是 乔布斯!

胡乃璞 著

十多年的思考及实践!

本书大胆地提出更多市场新型运营模式，
希望推动各行业前行!

新模式

小银行可能战胜中国五大银行!

新方法

中国超市可望打破“家乐福”一统天下!

新改变

中式快餐超越“麦当劳”、“肯德基”或许只需两年!

新电商

永不烧钱的模式，约束电商的资金“瓶颈”将迎刃而解!



经济日报 出版社

从市场缝隙中揭示改变行业规则的新游戏

我们就是 乔布斯!

胡乃璞 著

图书在版编目 (CIP) 数据

我们就是乔布斯 / 胡乃璞著. -- 北京 : 经济日报出版社, 2012.5

ISBN 978-7-80257-423-6

I . ①我… II . ①胡… III . ①市场竞争—研究 IV .
① F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 094803 号

著 者: 胡乃璞

绘 图: 唐 赛 夏 源

责任编辑: 赵 妍

责任校对: 丁 姝

出版发行: 经济日报出版社

社 址: 北京宣武区右安门内大街65号

邮政编码: 100054

电 话: 编辑部 63584556 发行部 63538621

网 址: www.edpbook.com.cn

E-mail : jjrb58@sina.com

经 销: 全国新华书店

印 刷: 三河市华东印刷有限公司印刷

开 本: 710 × 1000 mm 16开

字 数: 150千

印 张: 12.5

版 次: 2012年6月第一版

印 次: 2012年6月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-80257-423-6

定 价: 29.00 元

学会创新，你就是下一个乔布斯！

(自序)

2011年，乔布斯走了！我和全球的所有粉丝一样，扼腕叹息！

.....

2012年春节，我的心绪又被持续不断的《手机报》新闻给拨动了：

● 温总理呼吁：中国应该有乔布斯！

乔布斯是世界原创的标志及值得永久尊重的实践者。

● 淘宝网事件发生后，马云叹息：我想做好事，还挨骂！很难理解。

多数电子商务，每年都在巨额亏损，每年都不好过！我们为什么不想一想：电子商务模式的方向是不是从根儿上就错了？

● 中国政府总算扼制住了土地的闲置：收回。

但简单地收回依然是闲置！

● 各大银行年年展开拉储大战，烽火连天。

就像第一次世界大战的“索姆河战役”，惨烈而无意义。

● 城市消费者食品安全调查：83%没有安全感！42.9%惨烈而无意义。

.....

政府官员、企业、名人、老百姓盘点2011年，好像都过得堵心、烦心。

不朽的还是“乔不死”！李开复、马云、张朝阳……作为仰慕者纷纷向宗师鞠躬！粉丝们继续在通宵排队迎接iphone 4S！

乔布斯不是发明者却是一名创造者，他彻底地改变了现代通讯、娱乐乃至生活的方式。乔布斯勇于变革，追求精准、完美的持续创新，引领全球资讯科技和电子产品的潮流，把电脑和电子产品变得简约化、平民化，让电子产品成为现代

人生活追捧的一部分。

乔布斯在世界经济大潮中以自己的创新改变了所处行业及相关行业的传统商业模式，从而改变了消费者的行为习惯，最终以全新姿态占领世界市场，并引起同行纷纷效仿。

看到这些，想到这些，我把新作的原定名《明日经济》改为《我们就是乔布斯！》，并郑重声明：绝非山寨！笔者谨以一名原创者的身份向乔布斯致以崇高的敬意！希望中国无数崇拜者化追捧为力量，用中华民族的聪明智慧，把乔布斯的精神发扬光大，创造出辉煌的成果来。

本书愿为造就“中国的乔布斯”抛砖引玉！

2012年，在小镇达沃斯，全世界的领导者及企业精英们达成一个共识：只有求变才能改变现实的困境。

当全世界各个行业都在循规蹈矩地沿用既定的经营规则时，创新和变化者必然脱颖而出；

当第二次世界零售革命模式——超市经营模式诞生后，传统市场及众多杂货店纷纷倒闭。一个市场衰败了，另一个新兴市场则在大规模发展：沃尔玛、家乐福、中国的物美、百佳纷纷占领国际市场及本土市场。全新的消费模式和经营规则，使他们发展势如破竹；

当大中、国美还是小作坊时，中国百货商场的无数“家电厅”都对他们不屑一顾。但不到10年时间，北有国美，南有苏宁，中国的家电行业来了一个根本性的颠覆。原来的百货商场“家电厅”几乎一夜之间崩溃瓦解，旧行业规则被飞快取代了！市场上诞生出的家电零售巨头，重新改变了财富的分配格局；

当网络还在婴儿时没人注意它，不过十几年，“电媒”对“纸媒”冲击巨大，传统纸媒不得不面对新的行业规则；

2012年百年老店柯达宣布倒闭，而正是柯达本身发明的数码相机把自己逼到绝境，只不过柯达没有把数码相机发扬光大，新机遇大门就因为自己的疏忽被关闭了。

.....

可见，行业固有的规则中一定有常人不易发现的缝隙，如果把这条缝隙不断扩大，就会开辟出新的市场空间，诞生出有生命力的新规则。

在世界市场的激烈竞争中，我们已经看到探索新路径的队伍在不断扩大，我们希望更多的中国民众放开思路，用中华民族的智慧，撬开一个个市场空隙，让我们的行业新局面畅行其道。

我们希望各位读者能在这些新思路的启发下，开辟出自己的新天地来。

本书所涉及的行业改革只是揭示了方向，一些看似天方夜谭不合逻辑或不可行的设计其实多数已开始在“中试”，书中的矛盾和不完善肯定存在，但各行业新模式的关键部分，老胡保留了20%的核心技术，不是老胡自私，而是希望看了本书的人们也能激发想象和创意，让老胡与各位读者成为朋友，以“以书会友”。谢谢大家！

目录 | CONTENTS

学会创新，你就是下一个乔布斯！（自序）

第一篇 2000 元启动，你可能在中国建立奢侈表销售集团

小人物到成功人士或许只需 2 年。

从中国国情中找到市场缝隙，

一个魅力无限的创业方案和巨大的销售空间展现在你面前！

引 言	3
一、想创造新商业模式：先来做个体操	4
二、思维旅程之钟表的定义：表原本是为所有人服务的	7
三、思维旅程之当代钟表启示录：钟表的奢华时代，即痛苦又欣喜	8
四、思维旅程之走高端路线的钟表业：总体价格昂贵，还能再次进入千 家万户吗	15
五、思维旅程之中国特色的家庭：中国特有的计划生育政策	16
六、思维旅程之中国生育市场的众生相：赋予殷切希望的时刻	18
七、思维旅程之全国各地妇产生：纪念品的集散地	19
八、思维旅程之灵感闪现：表与胎毛的关系	21
九、思维旅程之手表与胎毛的组合：婴儿纪念品中的“神器”	22
十、思维旅程之奢华表业的重生道路：进入中国千家万户	25
十一、思维旅程之终点：2000 元启动，你可能在中国建立奢侈表销售 集团	26
十二、思维旅程之意犹未尽 1：怎样激发创新思维	28
十三、思维旅程之意犹未尽 2：通过创新思维寻找好创意	29

第二篇 投资 50 万元，三年可以超过马云的不烧钱的电子商务

电子商务业的一场革命。

从市场缝隙中找到电子商务“不烧钱”的模式，
打开“先赢利再运营”的“芝麻开门”新路径。

引 言	33
一、电子商务在没成为“印钞机”前是“碎钞机”	34
二、电子商务比着烧钱的源动力：快速增加“点击率”，快速积攒消费者	39
三、吸引消费者的最高准则：真心对待	43
四、新电子商务运营模式的首重灵感：传统模式的成本压力快无法承受了	48
五、新电子商务运营模式的二重灵感：原来用放大镜判断赢收，错到哪儿去了	52
六、新电子商务运营的三重灵感：从死亡的电子商务“尸检”中发现病理	53
七、新电子商务运营模式的四重灵感：微观经济的实际需求	55
八、新电子商务运营模式的五重灵感：跨行业思考，找到市场整合的突破口	57
九、几重灵感的组合：新电子商务的运营模式诞生	59
十、新电子商务运营模式的可行性分析：用显微镜来发现经济的神经末梢	61
十一、新电子商务收益分析	65
十二、去除传统电子商务弊端，困扰及约束电子商务的许多问题将“迎刃而解”	68

第三篇 一招击破家乐福独统天下

家乐福 3 公里半径市场垄断可望打破。

从消费者便利和安全入手，给中国超市行业带来长期聚客的新变革。

引 言	73
一、家乐福如同美女，追捧者无数	74

二、击败家乐福，不再是梦；夺回追捧者，我们能行	78
三、结 论	88

第四篇 20 万元启动，可能创建一个快餐连锁集团

振兴中国快餐业的源动力思考。

从美食中国的市场缝隙中找到可以标准化、可持续发展的项目。

每日开 100 个分店，中国快餐超越“麦当劳”“肯德基”或许只需两年。

引 言	91
一、中国美食：几千年的沉淀，既是财富，亦是包袱	92
二、国际快餐：一杯咖啡都能横行世界	96
三、中国快餐：突破瓶颈路在何方	99
四、快餐的真正意义	102
五、中国美食中有可以标准化生产的食品吗	103
六、快餐的发展：资本决定速度及数量	104
七、“包”打天下新思路：三大成本可以忽略不计	105
八、日连锁 100 家不是神话	107

第五篇 10 万元启动家庭农场，开辟绿色蔬菜新天地

大大提高农产品利润的尝试，

从农业基础生产的缝隙中找到快速提高农业回报率途径。

引 言	113
一、民以食为天	114
二、农业生产的过去和未来	117
三、小资金，大回报	121
四、新时代的地主，前途无量	132

第六篇 可能不花钱,“菜篮子”基地建在城市核心区

紧急呼吁:请将多年闲置的土地资源,转化成有用的民生价值!

从熟视无睹的市场状态中找到宝贵的利用价值,给百姓一个创业良机,给政府一个简单易行改善民生的方法。

引 言	137
一、中国耕地面积PK城市化“圈地运动”	139
二、圈地运动的本质:用时间换利益	142
三、土地“围城”	146
四、本案初衷:地产商们,莫让土地成荒地	150
五、闲置土地的“民生效应”	152
六、闲置地解决“菜篮子”大有可为	155
七、给市民增添生活情趣	155
八、城市核心的“菜篮子”基地	156

第七篇 小银行战胜五大大银行,并非笑谈

这绝非天方夜谭,而是小银行的绝地反击!

从银行业的市场缝隙中找到游戏新规则:中国的保险业、直销业、物业等众多行业可能进入免费消费的新时代,慈善业也可能得到空前的发展。

引 言	161
一、哪些是小银行?	162
二、与大银行做同样的事,小银行机会少得多	167
三、小银行要崛起,必须找出五大银行最大的问题	170
四、小银行吸储的战略畅想	173
五、急需“救命稻草”的十大行业	175
六、小银行来帮这十大行业走出困境	181
七、小银行呼吁:千万别忘记给中国慈善事业做贡献	182
八、小银行的行动方案	185
九、小银行很自豪:在给别人创造财富的同时自己有了全新的机会	186

后 记	187
特别鸣谢	189

**2000 元启动，
你可能在中国建立
奢侈表销售集团**

第一篇

**小人物到成功人士或许
只需 2 年。**

**从中国国情中找到市场缝隙，
一个魅力无限的创业方案，
和巨大的销售空间
展现在你面前！**

引言

欧米茄、积家、江诗丹顿、劳力士、万国、雷达、浪琴……昂贵的身价决定其当然与富人对接。它们不仅是能工巧匠们的心血结晶，也是对美学和技巧完美配合的追求，更是豪华、奢侈生活方式的象征！

——世界的奢侈名表近百年来目标客户一直是全世界各地 1% 的财富人士、社会精英，而销售的过程永远伴随着奢华的店铺、红地毯上模特的曼妙展示、水晶灯光及荡漾红酒交相折射的霓裳丽影……

难道它们将永远只为这 1% 的高端客户服务吗？老胡发现，如果将它们身上奢华的气质回归到名表本身所具有的珍藏价值及品质特征，就极有可能挖掘出另一个广阔的市场空间，让这些“贵族”产品顺理成章地走进中国的千家万户！不再仅仅为少数财富精英所独享！实现从 1% 到千家万户销量的提升！完成一个拥有巨大市场规模、以前却无人问津的商业模式！

有趣的是，这个模式的灵感来自于与钟表业无任何关系的两件事：中国的计划生育还有中国人几千年的传统意识！你相信吗？哈哈！看到这里，你是不是已经迫不及待地想知道如何才能做得到？需要多少资金才能做得到？需要多少人员才能做得到？需要多长时间才能做得到？

虽然老胡非常了解你此时此刻的心情，但还是不能马上道出答案，不是卖关子，而是找到这个答案的思维旅程非常奇妙，老胡必须要带着你走走这段奇妙的旅程，否则我会睡不着觉！授之以鱼，不如授之以渔，我告诉你的可不仅仅是一个好的商业模式，而是如何通过自己的能力去创造一个好的商业模式！

一、想创造新商业模式：先来做个头脑体操

1. 头脑体操训练之发散思维：让奇思妙想来得更猛烈些吧

第一堂头脑体操训练课是关于发散思维的。提到发散思维，你可能会说：这还需要训练吗？我每天都有 YY（网络流行语，指不切实际地胡思乱想）啊！这个不能说是错，但 YY 毕竟不是什么正八经儿的思维发散。为此老胡还专门百度了一下，找到了一个貌似很专业，看似也很专业的定义：发散思维是指大脑在思维时呈现的一种扩散状态的思维模式，它表现为思维视野广阔，思维呈现出多维发散状，如“一题多解”、“一事多写”、“一物多用”等方式。发散思维是创造性思维的最主要的特点，是测定创造力的主要标志之一。

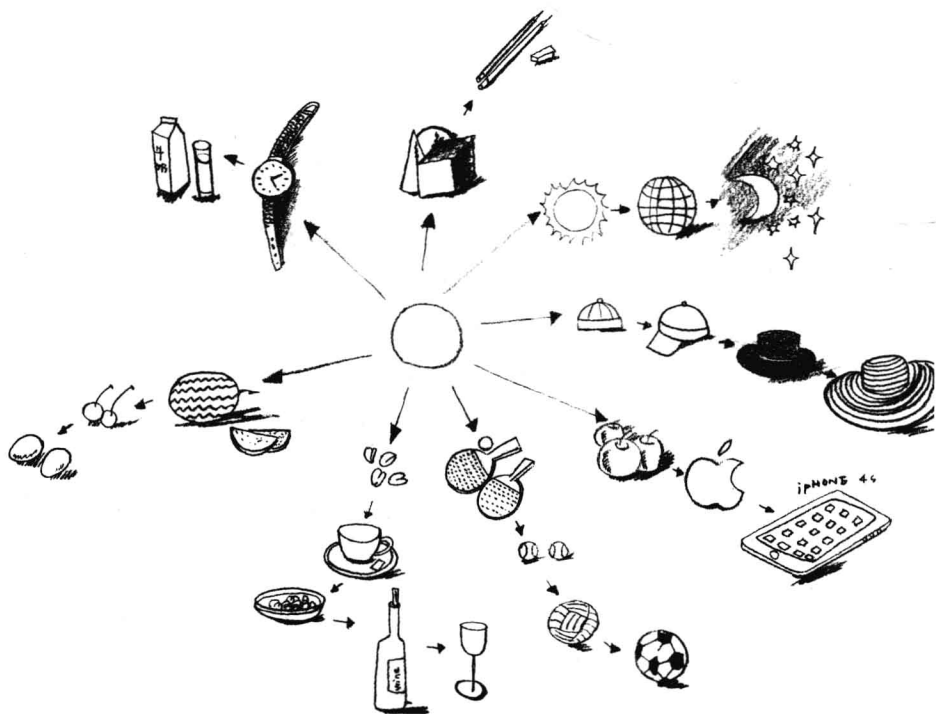


图 1-1 发散思维

老胡要训练的正是这种有创造性的发散思维！废话不多说，马上开始训练：
十分钟的思考时间，想出可以用曲别针做的 20 件事情。

.....

20 件事情你都想出来了吗？你所想出来的最离奇的一件事情是什么？说到离奇的事，就不得不提一下这样一件事情，说是加拿大有一位叫做麦克唐纳的青年借助交换网站，以自己的红色曲别针换来了别墅一年的使用权！这是一件听起来相当坑爹的事情，你相信吗？不管你信不信，反正我是信了，因为我知道世界之大无奇不有，没有做不到，只有想不到！

关于曲别针，还有一件事情也让老胡实感意外。在我给员工上的一堂思维训练课上，选的也是“曲别针”这个题目。一位如花似玉的小姑娘，非常激动地跟我分享了她的一个想法，让我至今回忆起来，都要肝儿颤：可以用曲别针来自杀！玩暴力的妹子你伤不起啊！在惊叹她与众不同的思维能力的同时，老胡还是要给读者一个友情提示：尽量向积极健康的方向去发散自己的思维。

2. 头脑体操训练之组合思维：谁说风马牛不相及

经过第一堂课的热身，相信你已经进入状态了。趁热打铁，我们赶快进入第二堂课。

第二堂头脑体操训练课是关于组合思维的。组合思维就是指把多项貌似不相关的事物通过想像加以联系，从而使之变成彼此不可分割的新的整体的一种思考方式。

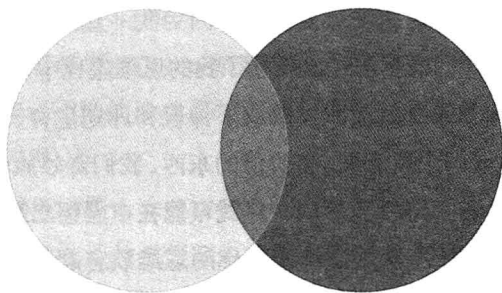


图 1-2 组合思维

提到组合思维，尤其要指出的是其创新性的特点。你知道吗，近现代的科学的三次大创造都是由三次大组合所带来的！

第一次是牛顿组合了开普勒天体运行三定律和伽利略的物体垂直运动与水平运动规律，从而创造了经典力学，引起了以蒸汽机为标志的技术革命。

第二次是麦克斯韦组合了法拉第的电磁感应理论和拉格朗日、哈密顿的数学方法，创造了更加完备的电磁理论，因此引发了以发电机、电动机为标志的技术革命。

第三次是狄拉克组合了爱因斯坦的相对论和薛定鄂方程，创造了相对量子力学，引起了以原子能技术和电子计算机技术为标志的新技术革命。

这组合思维所能带来的威力了也忒强大了点吧！这让老胡深刻地意识到了训练组合思维能力的必要性，那马上开始我们这堂课的训练吧：

十分钟的思考时间，对“时间”和“头发”进行发散思考，然后将发散思考得到的两个东西联系到一起，组合成一个有意义、有价值的东西。

.....

我相信这个有意义、有价值的东西已经浮现在了你的脑海中，老胡在这里要提醒你一定不要轻视自己想出来的这个东西，因为它是你灵感的闪现以及智慧的结晶，说不定有那么一天它就可以帮你改变世界！在这里，老胡也将自己在这个问题上的思维旅程分享出来，希望可以抛砖引玉，并由此进入我前面所提到的那个奇妙的思维旅程！

时间：首先我想到了时间简史，又想到了霍金，又想到了残疾人，又想到了残奥会，又想到了残奥会的礼仪小姐，又想到了美女，又想到了……我还是换个思路重新发散一下吧。可是，我的思维似乎受到了某些不好说出来的东西的影响而被限制住了，好吧，我只能想到钟表，那就钟表吧！

头发：首先我想到的是人，又想到了人的出生，又想到了中国人的出生，又想到了计划生育，好，到这里我就要停住，因为我一直感觉自己可以在计划生育的政策下做点事情出来，既然已经出现在了思维旅程中，自然不能放过！

这样一来，时间和头发就被我发散成了钟表和计划生育，接下来我就要把两者联系到一起，组合成一个有意义、有价值的东西，我们奇妙旅程也就正式开始了，而这次旅程的终点就是“2000元启动，你就可能在中国建立奢侈表销售集团！”

哦，差点忘了！由于本次旅程将会令你的思维跌宕起伏，所以在旅程之前老胡特意叮嘱你两件事情：

- 1) 旅程期间不要喝水，以免被呛到，引起身体不适；
- 2) 旅程期间不要吃零食，以免呛到气管里，导致呼吸困难。

二、思维旅程之钟表的定义：表原本是为所有人服务的

想到当代钟表的名贵之气，老胡不禁感叹现在还有多少人是为了看看时间而戴手表的？虽是时过境迁，但钟表为所有人提供计时服务的定义从古至今都是不会变的。让我们的思维跟随历史的车轮去看看钟表的前生今世！

1. 人类对时间的探索：从远古时代开始

早在远古时代，人类的远祖就已经开始了对时间的探索，不过那时只能从明天暗知道时间的流逝。大约六千年前，“时钟”第一次登上了人类历史的舞台：日晷在巴比伦王国诞生了。古人使用日晷，根据太阳影子的长短和方位变化掌握时间。

2. 钟表时代的来临：计时新纪元到来

报时钟：钟表的鼻祖

钟这个概念出现在14世纪的欧洲，当时英、法等国的高大建筑物上出现了报时钟，开始在公共场所为众人服务。

小型钟：使钟表走进千家万户

由于体积巨大，报时钟不可能被搬进千家万户，但充满智慧的科学家没有停止探索的脚步。1583年，意大利人伽利略建立了著名的等时性理论，也就是钟摆的理论基础。1656年，荷兰的科学家惠更斯应用伽利略的理论设计了钟摆，第二年，在他的指导下年轻钟匠S.Coster制造成功了第一个摆钟。1675年，他又用游丝取代了原始的钟摆，这样就形成了以发条为动力、以游丝为调速机构的小型钟，钟表开始走进千家万户。

袋表：将时间随身携带

小型钟的出现，意味着钟表终于可以进入千家万户了，但人类并没有停止对钟表的继续研究。18世纪期间，人类发明了各种各样的擒纵机构，为袋表的进一步产生与发展奠定了基础。英国人George Graham在1726年完善了工字轮擒纵机构，使得袋表机芯变轻、变薄，将时间随身携带的构想已成为现实。

腕表：更方便！更准确！更耐用！

袋表的出现，极大地方便了人类的生活。20 世纪初，护士为了掌握时间就把小袋表挂在胸前，人们已经很注重它的实用性，要求方便、准确、耐用。尤其是第一次世界大战的爆发，袋表已经不能适应军人作战的需要，腕表的生产成为大势所趋！1926 年，劳力士表厂制成了完全防水的手表表壳，获得专利并命名为 Oyster，第二年，一位勇敢的英国女性 Mercedes Gleitze 佩带着这种表完成了个人游泳横渡英伦海峡的壮举。这一事件也成为钟表历史上的重要转折点。从那以后，许多新的设计和技术也被应用在腕表上，成为真正意义上的带在手腕上的计时工具。紧接着的二战使腕表的生产量大幅度增加，价格也随之下降，使普通大众也可以拥有它。腕表的时代到来了！

旅程札记：

钟表的发展经历了从大型钟向小型钟的演变，从小型钟向袋表的过渡和从袋表向腕表的发展，经过科学家和钟表匠们的不断努力，钟表从公共场合的大型建筑物上走到家庭的橱柜上，再从家庭的橱柜被戴到人的手腕上。从古至今，它的价值始终都是为人们提供更好的计时服务！

三、思维旅程之当代钟表启示录：钟表的奢华时代，即痛苦又欣喜

手机、电脑、电视无处不在的时代，钟表已从实物变成虚拟空间，虽依然起到了计时的作用，但已变成“工具箱”中的一件配品。钟表业的出路在哪里？

1. 当代替代品的广泛存在决定全球表业：人们以不戴表为时尚

近几十年来，手表的替代品不断出现，智能手机和平板电脑更是首当其冲，因其具有强大的功能，并且不失便携性，使得人们对它们的依赖越来越强：公交、地铁、高铁、旅游景点、餐馆、茶馆、咖啡馆、办公室、会议室、可能还有卫生间……，乔布斯帮主养育的这个苹果，也像当年砸在牛顿头上那个苹果一样，改变了世界，改变了我们的生活方式！