



创业最拉风书系

The Most Dazzling Self-Employment

7

追求成功不排队

——创业“财”俊个性榜

策划/主编 《创业天下》杂志

创业天下

榜样的力量是巨大的。或者说，先行者走过的路，就是一条捷径。
创业者很容易聚集成一个圈子，先行者的故事，可以激励我们前行……



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社

THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

创业最拉风书系

The Most Dazzling Self-Employment

追求成功不排队 ——创业“财”俊个性榜

策划/主编 《创业天下》杂志



海峡出版发行集团
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

福建人民出版社
FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

追求成功不排队：创业“财”俊个性榜 / 《创业天下》杂志主编.
—福州：福建人民出版社，2012.5

(创业最拉风)

ISBN 978-7-211-06473-1

I. ①追… II. ①中… ②创… III. ①企业管理—经验—中国
IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 026488 号

追求成功不排队

ZHUIQIU CHENGGONG BU PAIDUI

——创业“财”俊个性榜

策划/主编：《创业天下》杂志

责任编辑：林丽萍

出版发行：海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话：0591-87533169（发行部）

网 址：<http://www.fjpph.com>

电子邮箱：fjpph7211@126.com

微 博：<http://weibo.com/fjpph>

地 址：福州市东水路 76 号

邮政编码：350001

经 销：福建新华发行（集团）有限责任公司

印 刷：福建省天一屏山印务有限责任公司

地 址：福州市铜盘路 278 号

邮政编码：350003

开 本：850 毫米×1168 毫米 1/16

印 张：8.5

字 数：118 千字

版 次：2012 年 5 月第 1 版

2012 年 5 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-211-06473-1

定 价：19.80 元

本书如有印装质量问题，影响阅读，请直接向承印厂调换

版权所有，翻印必究

（请封面图片的作者与出版社联系）

创业最拉风书系编委会

总 顾 问 张渝民

荣 誉 顾 问 赖 军 郑 震 徐姗姗 吴贤德

顾 问 何明华 宿利南 兰明尚

编 委 会 主 任 宿利南

编委会副主任 陈训明 洪 杰 刘路远 欧定敬

编 委 何杰民 黄鹤麟 何 霭 林培新

廖卫国 蔡 晃 赵明正 蓝凯英

王 青 刘用通 黄绍庆 罗 西

主 编 欧定敬

执 行 主 编 罗 西

策 划 编 辑 代媛媛

编 校 陈 坚 冷 雨 长 生

总序/FOREWORD

这是一套关于创业、成功、财富、视野、雄心、励志的书系，由《创业天下》杂志策划、主编。书系主题与该刊支持机构中国青年创业国际计划（YBC）所倡导的精神、服务的范围基本一致。内容定位于“创业起航，财富实战”，务实，诚恳，有的放矢，与时代脉搏紧密相连。目标读者锁定怀揣创业理想的青年群体，同时也可用于大学“创业教育”的常备课外书和创业培训机构的前沿参考书。

为顺应“以创业带动就业”的时代需要，有效帮扶青年就业创业，《创业天下》（共青团福建省委主管，福建青年杂志社主办）于2010年五四青年节创刊。自创刊之日起，YBC就是该刊的战略支持机构，并为该刊创刊寄语：“分享创业故事、创业经验和创业精神，启发和激励更多有梦想的青年《创业天下》。”该刊将有志于自主创业的青年作为专属受众，面向渴望成功致富、想创业和创业刚起步的青年群体，彰显草根化、平民化色彩，可读性与实用性兼备。该刊细分市场定位准确，专注为青年创业导航，创新营销模式，得到了社会各界的关注与好评。

为大力弘扬创业精神，满足创业青年在创业过程中的多方面需求，《创业天下》杂志策划、主编了这套“创业最拉风”书系。创业者都是有抱负、有理想、有点子的优秀青年，这套书系锁定的读者就应该是这样一群创业强者、青年才俊。策划者和编者都很用心，书系与《创业天下》的办刊宗旨、栏目设置也是一脉相承，或开阔视野，或提升素质，或关心野，或实战演练……用一句响亮豪迈的口号表达就是：创业去，赢天下！

书系首推10本书：《财富的脉搏》《生意成于创意》《败仗的含金量》《贵人只找对的》《下乡淘金风潮》《别辜负资金的热情》《追求成功不排队》《第一桶金》《财富的温度》《老板不是老板着脸》。10本书内容各有侧重，分别从创业战略、创业项目大PK、创业事故个案剖析、创业导师专业答疑、

新农村创业经验分享、创业融资、创业“财”俊个性榜、创业者最初的存在感、创业者的性情和创业实用心理学等10个方面为创业青年提供帮扶。

书中有启蒙的温度，有励志的深度，更有格局的高度，从战略、企图心以及前瞻性上，给予创业者不一样的知识、信息、思想，以及相应的人物故事与演义，培养强化创业者特有的创新意识、观察力、执行力。以财富、创富为核心话题，进行社会化大探讨，有观点，有视点，有焦点，有沸点，从社会现实、趋势出发，给予创业者人文关怀、财经熏陶，既有大战略的指导意义，又有小题大做的淋漓快感。在个人成长与社会发展的关系里，挖掘情报，点亮智慧，磨炼意志，打开胸襟，丰满理想。

书中有创业者自己回忆的往事，经历的苦难与光荣，峥嵘岁月里的精彩或者忧伤；也有记者采写的初涉创业河流的丑小鸭故事，侧重原生态的朴实、真挚，感性而亲切，经验可贵却不板着面孔。

创业是一项艰难而体面的事业，所以创业者对失败者往往更容易产生共鸣甚至有膜拜情怀。本书系提供的创业“走麦城”案例，令人震撼，教训比经验更可贵，可圈可点的失败分析与感悟，有理，更有用。

创业导师专业答疑方面，也是可圈可点。答案是问出来的。答疑解惑，有设身处地的亲切态度，更有专业权威的眼光；不板着面孔说教，却有官方或者权威机构的专业建议；有宏观的战略把握，更有细分的项目指导。

还有关于创业融资的良心建议，这是当下创业者面临的棘手问题。创业缺钱，是不是一个伪命题？创业者有胆识，胆识也需要佩剑，那剑就是资本。以天使投资为主，引导创业者怎么找资金，怎么集资，怎么凝聚资本力量……

整套书系致力于“为青年提供实验成功的根据地”，突出实用性和方法论，找项目、找资金、找导师、找合作伙伴的读者都能从中获益。既有草根化、平民化色彩，又有名家权威指导，并着力打造草根青年创业英雄。书系的出版发行，当能满足不少创业青年的现实需要。

是为序。

书系编委会

2012年3月19日

前言/PREFACE

榜样的力量是巨大的。或者说，先行者走过的路，就是一条捷径。

创业者很容易聚集成一个圈子。先行者的故事，是一种最好的交接名片。

本书里的财富英雄、创业精英，或者剑走偏锋的青年才俊，都有自己可圈可点的骄傲成绩、锋芒个性、宝贵经验，以及这个时代在他们的身上烙印。每个创业者都是一本书，都有自己的故事、传说，或者传奇，因为创业就是在实践理想，而每个理想的实现，都值得大书特书。

特别是草根创业者的故事、案例，富有时代气息，真实、亲切、诚恳、务实，也许没有多大的曲折，但是都是活生生的身边事，可参考指数极高。

被采写的对象面向全国，他们的历程各有千秋，起起伏伏，酸甜苦辣。本书更多是写到他们积极、强大的创造力和执著的内心，强调个人执行力、风采风貌以及可借鉴性，即使成功不可复制，也有借鉴意义。

好人物，好故事，好叙述……也期待你好好玩味，从中找到你要的东西。

本书作者群，都有不同的财经背景与成熟的专业素养，因为明白，所以懂你。

目录 / CONTENTS

第一辑：重磅

- 才女+美女+女王=疯狂沈思 /3
- 林位举：好的 N 次方就成了豪 /9
- 陈泽荣：财富的辩证法 /15
- 陈志列：中国特种计算机行业之父 /23
- 李强：我不是李开复，也不想成为李开复 /27
- “爱国者”冯军修建品牌金字塔 /32
- 郑永光：“创二代”的峥嵘岁月 /36
- 傅军的“加减乘除法”多元化投资 /40
- 杨宁闻到“钱和死亡的味道” /45

第二辑：峥嵘

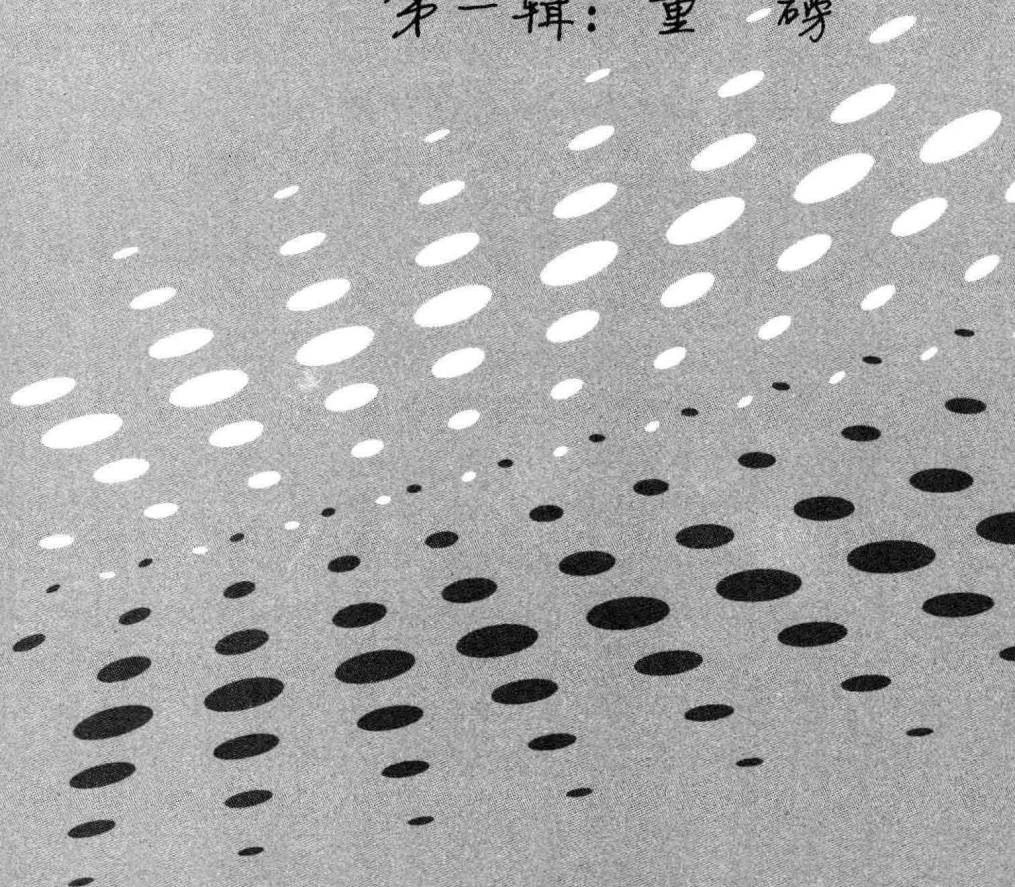
- 朱澄：内心丰盈的富“足”之旅 /53
- 成斌：万事俱备还叫什么创业 /58
- 赵存阶：理想国里的牧羊人 /63
- 戴跃锋：壮大从“大卖”开始 /69
- 邓拥军：低碳是模式也是态度 /75
- 祥子手绘：赚钱更赚道理 /80
- 林宏楠：“快人一步”的努力生活 /83

曾花：西门子“金牌销售”的惊羡转身	/87
熊福章：摆地摊起家也要“质量第一”	/92

第三辑：锋芒

王宝明：一脸坏相却满怀使命	/101
陈绪磊：去理想的路上来点波澜	/104
周刚制造：携个人专利创业很炫	/108
易迅网创始人卜广齐：享受冒险	/112
林珍钊：梦想是最大的创意与资本	/116
黄开忠：“扫黄打非”带来的经济效益	/120
杨牧仁：仁者也疯狂	/123

第一輯：重 磅



■ 才女 + 美女 + 女王 = 疯狂沈思

沈思是早慧才女里的美女，有目共睹，天地可鉴。

她的履历表，熠熠生辉，仿佛生来就是让人羡慕的：16岁考入清华，毕业后进入斯坦福大学，双学位。2004年，加入了刚刚上市的Google公司，2008年接受“北极光”创始人邓峰的投资，创建了木瓜移动。她希望“木瓜移动”成为手机上的Facebook。

她总有鹤立鸡群的范，哪怕在“非诚勿扰”的舞台上，也是一道独特的风景。

很多人问她，为什么不穿一样的袜子？她说：“我其实也一直想问，为什么要穿一样的袜子？”短发，染发，以前尝试过红色、蓝色、紫色、粉红色，曾求着朋友给她染绿色，不让……在30岁前夕，终于把短发染成绿色的，她“哇哈哈”地欢呼。然后，自己都不敢相信自己在29岁的最后一天，在关门时间内跑完了“2011北京现代马拉松”全程，跑到40千米的时候，旁边一观众说：“头发都跑绿了还在跑！”她当时就笑喷了。

你的时间有限，所以不要为别人而活。不要被教条所限，不要活在别人的观念里。不要让别人的意见左右自己内心的声音。最重要的是，勇敢地去追随自己。以上是乔布斯说的。

沈思说：“这话谁说的不重要，只是觉得这话说到我心里去了。”

她曾经从中国赶到美国，在苹果公司楼下等一个人7个小时，为的是拯救公司的“就问你一句话”……这是沈思在她的生活历程中遇到的第一次，也是一次重大麻烦，带给她这个麻烦的，居然是她一直崇拜着的苹果教父：史蒂夫·乔布斯……

创业也要趁早

能力的最初是动力。沈思什么都不缺，包括理想、目标。高中时代，她



就萌生创业的梦，梦有翅膀是容易的，她明白梦最需要一双脚踏实地的脚：为了能在将来创业，她需要上一所好大学；为了能上一所好大学，她要做高考状元……她举重若轻，仿佛信手拈来，要什么就得到什么。其实，聪明的她也勤奋，同龄人还都在争论哪一款电子游戏更好玩的时候，她就开始以200%的努力去学习。

于是，水到渠成，她16岁就考入清华大学，毕业后进入美国斯坦福大学，取得双学位，如入无人之境，风顺水顺。

2004年，加盟刚上市的Google。沈思以“雌”厚的履历、出色的表现，在多达16轮的面试中，完美胜出。初进Google便被委以重任，接手Google日本的核心搜索产品。其实，这也是很大的考验与挑战。沈思用了一整年的时间，建立了Google日本团队，广泛摸索，认真观察，发现日本市场较为发达的电信行业和领先的3G技术，是一个可开挖的富矿。当她看到以DNA和GREE为代表的、在手机终端上的移动互联网平台服务企业迅速崛起时，沈思心领神会，有种英雄所见略同的欣喜。

当时，作为产品经理的沈思，申请由搜索产品转行做移动产品。2007年，她再次转身，申请回到中国，组建了谷歌中国的整个移动部门。当年年底，沈思觉得出山创业的时机已经成熟，第一时间找到了最重要的合作伙伴，清华大学校友钱文杰。她并不孤芳自赏。

钱文杰从小学便接触计算机编程，曾获得第九届国际奥林匹克（计算机）竞赛一等奖（金牌）和第十届国际奥林匹克（计算机）竞赛一等奖（金牌）。1999年9月，保送进清华大学计算机科学技术系读书，并获最高奖学金。从清华毕业后自己创办过成功的手机网游公司。可以说，无论是从能力还是从经验上来讲，钱文杰和沈思都是天造地设的搭档。

“我特别崇拜苹果公司，所以也想用一个水果做公司名字。我翻字典一个一个看，正好Papaya Mobile（木瓜移动）这个名字没人用，还挺好听的，我就注册了。”2008年3月，沈思拿出自己的一些积蓄，注册下刚刚从字典上翻出来的“木瓜移动”，公司开张了。貌似心血来潮，其实是胸有成竹。

沈思知性从容的外表里，其实藏着一颗疯狂的心。有一次，她坐7个小时红眼航班，就想与一个女性朋友在某酒店会合，然后准备一起旅游……因为一个晚上没睡，头晕，找错了酒店，刚好也有那个房间号；当时是早上6点，她狂敲门，叫：亲爱的，亲爱的，快开门，别睡懒觉了！10分钟之后，

一个特别郁闷的睡眠惺忪的外国男人开了门……

Google 系的人都有一个“富贵病”？

以沈思和钱文杰的能力，把一个东西做出来易如反掌。公司成立以后，两人很快招募到几个同样来自清华的校友做员工。当时苹果公司的 iPhone 手机刚刚发布没多久，还没有 APP Store，沈思和钱文杰就先做 KJAVA 版的产品。对于这些高材生来说，做产品几乎没遇到什么麻烦，和所有创业公司一样，他们十来个人天天在一起工作和讨论，每天加班，很快产品就做出来了。

然而，从上学到工作，一路凯歌的沈思发现她遇到了她人生中第一个大麻烦。对于木瓜移动这样毫无名气的企业，又没有巨额资金的注入，如何将自己的产品推广到用户眼前突然成了木瓜移动所面临的巨大难题。在这方面，沈思和钱文杰都没有经验。从 2008 年 3 月开始到 2009 年 9 月，整整一年半时间，木瓜移动的用户数从 0 增长到几万人。这在互联网时代，可以说是一个趋近于 0 的数字。

“规划也做好了，产品也上线了，但是用户就是不来。焦虑啊，压力啊，做不起来啊！我甚至有怀疑过这事儿到底对不对。我和朋友商量，和朋友讨论，说哪儿有突破口，甚至还有朋友推荐我去烧香。”那个时候沈思第一次开始了失眠。

沈思一直很感谢 Google，认为她能够有今天的成功，和她在 Google 的几年里学到的理念分不开，但有一点，“Google 出来的人创业往往都有一个问题，仿佛都被 Google 宠坏了，因为 Google 有一个巨大的用户群，一个产品只要不太差，上线就会有许许多多用户，几百万上千万，所以 Google 出来的人有可能不会做 Marketing，对市场开拓不敏锐……”

曾经沈思对这种看法只抱以淡淡一笑，现在，木瓜移动创办一年半却还只有不到 10 万用户的现状，让沈思不得不重新审视这个“富贵病”。2008 年的夏天，当北京奥运会正在如火如荼地展开的时候，沈思又一次成为了中美航线上的空中飞人：“那个时候，一个创业公司如何在市场中获得用户，这事儿我还没完全弄明白。我的办法就是，什么样的方法都试一下，慢慢摸索，找到合适的方法。到后来就变成是策略了。”



沈思跳舞回来

最初，木瓜移动主要开发手机平台上的棋牌类游戏，但却未受消费者肯定。而与此同时，2008年的时候，农场类游戏却在神州大地上风靡起来。沈思发现她所有的同事、同学都在开心网、人人网或是 QQ 农场上互相偷菜，正是由于这个原因，沈思在当时做出了一个大胆决定。2009年8月，沈思告诉钱文杰和其他所有木瓜移动的同事们：“停下其他全部工作，全力打造一款 iPhone 平台的农场类游戏。”

决定了做什么，木瓜移动的团队执行起来一点都不马虎，全力投入，“Papaya Farm”（木瓜农场）的 iPhone 版不到一个月就被开发出来了。9月份，“Papaya Farm”正式登录 APP Store。到了10月，木瓜移动的用户数从之前一年多才积攒到的几万人，一下子跳到100多万。

沉寂了一年多后的突然爆发，让木瓜移动当时的十几个员工兴奋不已。不过，麻烦这就来了。

2009年11月24日，沈思下班后去跳舞。回家才发现手机上20多个未接电话，一看是钱文杰。打回去问他怎么了？钱文杰说：“我们的产品 APP Store 上全部消失了。”瞬间，木瓜农场的新增用户为0，收入也是0，而对于这一切，苹果公司并没有给出任何解释。

沈思开始想尽一切办法去搞清楚状况：给苹果公司打电话，整夜整夜地打国际长途，找老同学，老同事，找每一个可能的朋友，就为了联系到苹果公司负责 APP Store 的人。沈思还发了好多 Email 给苹果公司，甚至直接发给乔布斯。“很多人遇到类似的问题就只能自认倒霉，或者自己去揣测苹果封停他的产品的原因再加以回避。但是我想，我应该直接找他们去确认这个问题。”沈思在这种特别的时候，表现出了她与众不同的行事风格。

沈思不停地给她能拿到的任何一个@apple.com的邮箱写电子邮件，寻求问题的原因和解决办法。那段时间，Papaya 在苹果公司里面就特别有名，很多苹果的员工老看到木瓜移动这个公司在他们的 Email 里面抱怨。后来沈思以“秋菊打官司”的精神终于让苹果公司管事的人出面了，他回了一封邮件给沈思说：“这事儿你们别问了。”

就是这样一封简单的邮件，邮件里自然带上了苹果公司这位负责人的姓



名。沈思拿到这个名字，通过她在美国的同学，找到了他所在的那个楼。沈思毫不犹豫地飞往美国，在一个早上，径直杀到他的楼下，然后在楼下给他发了一封 Email：“我是木瓜移动的沈思，就在你的楼下，我希望见你，10 分钟就好。”

等待了 7 个小时之后，沈思终于等到了她要等的人，但是沈思并没有得到理想的答案。苹果公司表示，除非木瓜移动改变做平台的策略，否则苹果公司不会允许木瓜移动的产品继续在 APP Store 里发布的。

费了这么大周折，飞了几万公里路，等了 7 个小时，得到一个令沈思失望的结果后，沈思却没有丝毫的犹豫和妥协：“苹果公司不希望有除了他们自己之外的其他人做平台，他们希望我们只是单纯的写应用、做游戏，能给苹果自己的 APP Store 平台带来用户就好。这需要我硬生生地改变我的策略。不做平台了，写那种单纯的游戏，这种事情不是我想做的。”

对于一个从高中时期就抱定一个梦想，并一步步实现它的沈思来说，她的眼光根本不在眼前从 APP Store 平台上获得的数十万美元的收入。沈思清楚地看到 DNA，GREE 和 Facebook 的巨大价值，她决定，一定继续做平台。既然 iPhone 上不可以再做，那就彻底放弃 iPhone，转战 Android。

很有想象力的女王般的决策

沈思一直说她的运气不错，“做每一件事情都正好赶在点儿上。”2010 年初正是 Android 平台刚刚开始爆发的时候，木瓜移动成了 Android 生态圈里面第一个服务平台。“是因为 iPhone 封停我们我们才被迫转型 Android 的。如果早两个月，Android 还不成气候，我们也无法获得融资；如果再晚两个月，我们就无法成为 Android 系统上第一个平台，然后获得那么多 Android 的流量支持。”也许，沈思真的要去感谢苹果公司对木瓜移动恰到好处的封停，伴随着 Android 系统手机在 2010 年的强势增长，木瓜移动在 Android 平台上的用户也迅速从 0，上涨到几百万人。

沈思深信做一个平台的价值是远远超过做一个游戏的价值，尽管在短时间内，一款好游戏的盈利能力远远超过一个平台。沈思毫不犹豫地把木瓜移动开放了，把给自己带来最多收入的手机社交游戏，送给了所有的合作伙伴。“我要做手机上的 Facebook。”沈思如此大方地说。

不知是否和曾经在 Google 工作过很长时间有关，沈思经常会有别人不大敢想的“搜索式”的思路。当木瓜移动转战 Android 不到一年时间用户达到 300 万人的时候，沈思决定放弃收益最大的游戏产品的开发和运营，把木瓜移动平台完全开放给合作伙伴，木瓜移动专心只做平台，而内容则交给全球众多的 CP（内容提供商）。而木瓜移动的规模还没有超过 100 人的时候，就在北京、旧金山和伦敦三个地方设立了办公室，又开始了全球化业务的布局。“开放平台”“全球化布局”，非常有 Google 气派的玩法，也是很有想象力的女王般的决策。

让沈思欣慰的是，她为梦想所做的决策，得到了现实的正面反馈。木瓜移动的全球化布局和开放平台以后，迅速得到了全球超过 350 家游戏开发企业、团队和个人开发者的合作支持，在国内也已经有 6 家游戏开发商成为了木瓜移动的合作伙伴，还有 5 个开发团队成为了木瓜移动的孵化器项目成员。而截至 2011 年 7 月的时候，木瓜移动在全球市场上已经拥有超过 2200 万注册用户——比开放前整整增长了 6 倍。

沈思已经完成了从一个 Google 产品经理到一个企业老板的华丽转型。当然，新的挑战接踵而至，不过，她更愿意把新挑战当“春风扑面而来”！她有女性少有的豪迈情怀。她正在一步一步走向她的梦想：“让每一个手机用户，都使用木瓜移动的平台服务。”

（文/罗西）