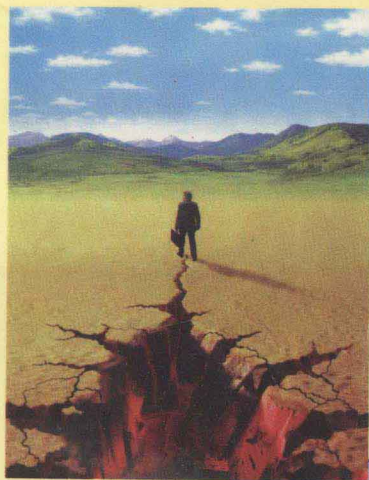


白手起家

实现创富梦想



■ 资金太多造成的问题比资金不足更严重。金钱不能创造任何东西，更不要谈激发奋斗和进取精神。只有当这些特质已然存在时，金钱才随之而至。

创意只是冰山的一角，而冰山是你的人生。不要担心别人会偷你的点子，因为他们偷不走你的人生。

白手起家

—实现创富梦想

霍肯（著）

内蒙古人民出版社

1997

责任编辑:王怀里

封面设计:文 安

白手起家—实现创富梦想

霍 肯 (著)

内蒙古人民出版社出版发行

(呼和浩特市新城西街 20 号)

北京市文佳印刷厂印刷

开本:850×1168 1/32 印张 7.5 字数 130 千字

1998 年 1 月第一版 1998 年 1 月第一次印刷

印数:1—5000

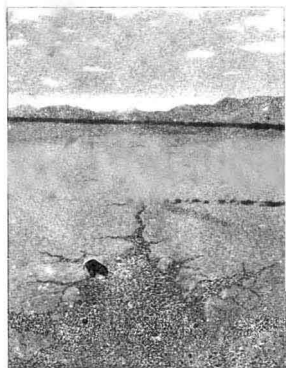
ISBN 7-204-03835-5/F·160

定价:15.80 元

白手起家

实现创富梦想

霍青 著



目 录

序 创业是自我的延伸

第一章	白手起家	11
第二章	真的成功怎么办?	25
第三章	大企业买不到的优势	47
第四章	从生活中汲取灵感	63
第五章	长得快,还是活得好?	93
第六章	要能好聚好散	115
第七章	资金不足,焉知非福	129
第八章	MBA 也不懂的窍门	155
第九章	吹牛不如说实话	177
第十章	你就是顾客,你就是老板	193
第十一章	第一次就用对人	211
第十二章	教堂司事的创业传奇	233

作者简介

保罗·霍肯(Paul Hawken)

霍肯是个不墨守成规的创业家、企业纾困专家兼作家。

他为了养好自己的身体,开了家健康食品店——艾尔温的先驱;也因对园艺的喜爱及有感于缺乏好工具,而创办了全美知名的史密斯与霍肯园艺工具邮购公司(Smith & Hawken Co.),被引为成功的创业典范。

霍肯对于小企业如何从生活中汲取创业的灵感,稳扎稳打的经营成功的事业,有其独到的见解与作法,因此写成“实现创业的梦想”。

本书在美国出版后,备受瞩目,霍肯更现身说法,以本书为蓝本,主持了十七集的美国公共电视节目,畅谈创业心得。

“实现创业的梦想”迄今在美国销售五百余万册,并翻译成六种语言,八种版本,行销于英国、加拿大、俄罗斯、意大利、日本、韩国、香港等地。

序

创业是自我的延伸

白手起家“实现创业的梦想”这本书最重要、也最珍贵的,是观念。

作者强调要有所为,有所不为。创业前,应该先理清自己工作、创业的动机及人生观。我非常认同作者所说的,你的事业就反映你的人格,事业是生命的一部分,是自我的延伸。

因此,我们不应该把这本书局限于经济活动的范围,我甚至可以拿这本书给我的小孩看。因为作者是从生命的主体出发,谈的是人生观,人生志业。这本书不只是想创业的人可以看,而是各行各业想追求自己志业的人,也都很值得一读的书。

这本书的特别之处在于,他所谈的是“本”——事业的本质,经营事业要像在经营自己的人生。他不是只强调“末”——赚钱的技术面。

一般的企管书籍往往太强调企业经营的技术面,例如

像购买某个公司、合并某个部门,或是如何击败竞争者。只不过是甲先生的钱跑到乙先生的口袋的过程和游戏,太强调企业经营的经济指标,而忽略了社会指标。因此,企业常常在赚钱、花钱的过程中,一次、二次对社会造成伤害,结果本末倒置。

像本书作者这样的创业家,是很自在、顺性而且幸福的。他认为事业是生命、生活的延伸,他的创业动机很清楚:要对自己、公司、消费者、社会整体有益,不因为自己想赢而伤害别人。但是他反而把事业经营的很成功,因为他能深入体验生活,比别人早发现需求,而且选定目标以后,就坚持到底。

所谓的需求可能是当时社会所没有的商品与服务,也可能是提供比别人好的商品与服务。最重要的是,他把自己当成消费者,从自己的需求出发。他理性的看待市场,强调事实,相信消费者的判断,没有把顾客当傻瓜。

本书指出,在成熟而理性的市场中,忠诚是主流。所谓市场,包括公司、竞争者及消费者,不正派经营会被消费者唾弃。我们现在也正逐渐迈向更健全、合理而公平的市场,对消费者更有利,也更具保护性的方向,这很适合目前我国的时空环境。

要双赢,不要平和

本书的论点脉络非常一致,作者所强调的“真诚”贯穿在整本书中,无论是谈行销、资金、竞争、成长、服务、甚至经营计划书,都前后一致,呼应他的中心思想,找不到矛盾之处。他不但这样主张,而且自己实际做到,又做得很成功。

例如他的竞争策略不是在于想打败竞争者,而是如何为顾客永远提供最好的服务,打败竞争者有时候不见得对自己有利,或是对顾客、社会有利。因此,这是一种比较建设性的竞争观念,也就是他好,你要比他更好,目标是让顾客得利。对社会而言,这是双赢,善性的循环。又例如他强调长得快不如活得好:质优先,量其次。

这本书为读者提供了一种有创意而积极的人生观:

·他最有创意、有说服力的观念就是对问题的看法。他认为问题分两种:“成功企业的问题刺激有趣,失败企业的问题沉闷无聊。”他鼓励公司经营者创造好问题,吸引优秀人才来解决;鼓励主动发掘问题,从中找到机会,而没有停留在看问题的肤浅面。他认为创业家是比别人有眼光先一步发掘问题、创造机会的人。

·他对运气的看法是:“运气,或者说是善于辨别的能力,是靠努力赢取的,而非凭空而降。所谓运气,是你在自己专长、所提供的服务,以及事业上下了许多苦工后,终于

来临的机会。”他相信运气,但是更相信积极和努力。

·他强调精耕、深耕:“从你创办公司的第一天开始,直到公司结束、转让,或是你退休为止,整个过程就是持久不断的努力。毅力就是要孜孜不倦的处理手边的日常工作,知道没有其他捷径可寻。”

以 人 为 本

对读者而言,这本书指出的创业家特质是:

- 以人为本。
- 把事业作为人生的延伸。
- 诚恳、真心(无论是同事的分享或对客户的服务)。
- 无论是看问题、机会、运气或努力,都抱着积极的态度,坚持到底。
- 有创意,从生活中找灵感,从问题中找机会,同时还要主动创造好的问题。

我最认同的是,他把人生的理想和志趣与事业结合,他的人生观决定他选择什么行业及如何经营。这种观念可以跨越国界及行业。

我自己觉得选择事业,必须考虑的是“愿”与“力”。

“愿”是指心甘情愿,因为你选择的事业是你生命的一部分,因此你坚持到底,择善固执,你依据生命自然延伸出来的特质来选择志业,因此才能彻底说服自己。而我指的

事业不止于经济活动,无论你是选择当老师或其他事业,都一样。因此,“愿”包括了自我的使命感,所有事业的终极目标应该都是自我实现,这已经超乎了有“偿”(报酬)的领域。

“力”则是指专业条件及市场敏感度等能力。有了清楚的发展方向,你有没有能力做到。

因此,我相信“事在人为”,也就是什么样的人,出自什么样的动机,做什么样的事。只要自己有定见,就会问心无愧,非常坦荡。

大家都说中西文化有差异,但是或许差异主要是在技术面,当谈到事业经营的本质面时,就我在本书中所看到的,中西文化没有差异。

目 录

序 创业是自我的延伸

第一章	白手起家	11
第二章	真的成功怎么办?	25
第三章	大企业买不到的优势	47
第四章	从生活中汲取灵感	63
第五章	长得快,还是活得好?	93
第六章	要能好聚好散	115
第七章	资金不足,焉知非福	129
第八章	MBA 也不懂的窍门	155
第九章	吹牛不如说实话	177
第十章	你就是顾客,你就是老板	193
第十一章	第一次就用对人	211
第十二章	教堂司事的创业传奇	233

第一章

白手起家

在这漫漫长路上,公司赚过钱,也赔过钱,
请过上百个员工,成立分店,添购设备;
却也曾濒临破产边缘,引来一群虎视眈眈的竞争者,
其中有一些还曾经是我的朋友兼合作伙伴。

