

从零开始 学开公司

崔翰林 编著

打开天窗说亮话 拧掉水分送干货
创业就是在范围内“试错”
别做“表演型”创业者

普通人是因为看见而相信，创业者是因为相信而看见
创业是逆人性，不被理解很正常
如何活过「创业初期最艰难时刻」



化学工业出版社

从零开始 学开公司

崔翰林
编著



化学工业出版社
· 北京 ·

你可能每天都能够听到某某创业者又融资过亿、某某公司又上市成功、某某老板又身价多少的新闻。或许在每天被各种鸡汤灌溉之下，你自己也早已跃跃欲试，迫不及待想要辞掉工作，开启自己创业逐梦、走向人生巅峰的行动了。

我认同每个人都拥有梦想的权利，我认同每个人都拥有尝试创业的机会。相比同类书籍，本书少了一些鸡汤，多了一些忠告；少了一些一帆风顺时如何扬眉吐气，多了一些艰难险阻时如何持之以恒；少了一些创业成功后如何大展宏图，多了一些创业失败时如何妥善收尾。

创业，不是歇斯底里的逆天改命，而是厚积薄发的水到渠成。创业，从来都是只适合于少数人的行为，历经九死，终得一生。对创业永远心存敬畏，才是创业者创业路上最重要的一课。

图书在版编目（CIP）数据

从零开始学开公司 / 崔翰林编著. — 北京：化学工业出版社，
2018.10

ISBN 978-7-122-32832-8

I. ①从… II. ①崔… III. ①公司-企业管理 IV. ①F276.6

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第185753号

责任编辑：罗 琨

装帧设计：韩 飞

责任校对：王素芹

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）

印 装：三河市双峰印刷有限公司

710mm×1000mm 1/16 印张16½ 字数260千字 2019年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888

售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：45.00元

版权所有 违者必究

前言

-preface-

本书的笔者自己就是一名连续创业者，而且目前正在从事为所有创业者提供小微企业服务的创业项目。在创办小微企业一站式服务平台企创网之前，笔者也已经在之前的创业项目上小有所成。但是为什么还是要执意转型，选择创办这样一家服务于所有创业者和小微企业的平台呢？

因为创业太苦太难了，这点笔者自己在创业过程中深有体会。笔者创作本书的初衷有二：第一是告诉所有有意于创业的创业者，对创业不要有任何的侥幸和儿戏心理。第二是从这些年笔者接触过的数以千计的创业者的成败得失中，总结出一些对创业真正有价值的经验，分享给后来的创业者，希望对大家有所帮助。

笔者通过自己的亲身创业经验告诉所有创业者一个道理：创业路上会遇到非常多的问题与困难，只有通过沉着冷静地想办法才真正能够解决这些问题与困难。至于喊口号、喝鸡汤的方式，只能导致“借酒消愁愁更愁”的负面结果。

● 本书特色

1. 拒绝鸡汤，从数千名创业者成败中吸取经验教训

在过去的几年间，由于工作的关系，笔者阅读了大量的创业相关书籍，也参与了许多创业分享活动。但是总结起来无非就是一句话——鸡汤很多，干货很少。以至于笔者为此还特意发明了一个专用名词，叫作“表演型创业者”，就是指创业目的是为了能够以“创业者”的身份四处炫耀张扬的“伪创业者”。在本书中，笔者尽可能做到打开天窗说亮话，拧掉水分送干货。

2. 系统全面的创业百科全书，涉及创业的方方面面

笔者结合自身的创业经历和过去几年间接触过的上千名创业者，总结和整理

了关于创业者在创业初期最迫切需要了解和掌握的相关创业知识和技能。注册、产权、招聘、培训、行政、人事、融资、财税、法务、团建、管理、营销、广告、网络、注销，几乎涵盖了一家初创企业在创业路上可能遇到的方方面面。

3. 独有的创业失败后，创业者应如何妥善收尾章节

多数创业者都非常忌讳谈“创业失败”这个话题的，可是这种思想和行为，更像是一种深度的讳疾忌医。如果一名创业者无法客观理性地面对“创业失败”这件事，其实多半也很难迎来真正意义上的创业成功。因为创业成功是小概率事件，创业失败才是大概率事件。成功的路上要经历多次的失败和再尝试。所以本书的一大特色，就是关于“创业失败”后创业者应该如何妥善收尾的章节。

• 本书读者对象

- 志向远大的在校学生
- 有志于创业的职场人
- 已经在创业路上的创业者
- 小微企业管理者
- 对商业和创业感兴趣的所有人

目录

- contents -

第1章 从零到一：创业前先回答几个问题	1
1.1 究竟为何创业？钱？机遇？梦想？.....	2
1.1.1 创业初衷决定着创业的高度与远度.....	2
1.1.2 法乎其上，得乎其中；法乎其中，仅得其下.....	3
1.2 职场履历和职业技能？.....	4
1.2.1 相比职场普通难度，创业难度就是大神级操作.....	4
1.2.2 一毕业就创业可行吗？.....	5
1.3 我拥有哪些别人不具备的资源？.....	6
1.3.1 创业本质是整合资源，你的资源是什么？.....	6
1.3.2 整合资源需要创业者具备哪些素质？.....	7
1.4 创业是否是你的一意孤行？.....	8
1.4.1 创业是逆人性的，不被理解很正常.....	8
1.4.2 危急关头，自己是否有所依靠？.....	9
1.5 创业的启动资金从哪里来？.....	10
1.5.1 创业哪些钱不该用，哪些钱不能碰？.....	10
1.5.2 不能要求所有人为梦想不顾一切.....	11
1.6 创业伙伴是谁？.....	12
1.6.1 私交是一码事，伙伴是另一码事.....	12
1.6.2 害人之心不可有，防人之心不可无.....	13

第2章 公司注册：注册一家公司的流程	15
2.1 核名：成功从一个出色的名字开始	16
2.1.1 公司名称的基本工商规定	16
2.1.2 起名法则：简洁、上口、寓意好、贴合行业	17
2.2 报审：每一样都重要	18
2.2.1 新公司注册地址的相关注意事项	18
2.2.2 新公司经营范围的相关注意事项	19
2.2.3 新公司注册资本的相关注意事项	21
2.3 领照：你的人生多了新身份	22
2.3.1 营业执照上可以展示哪些公司信息？	22
2.3.2 如何正确使用好公司的营业执照？	24
2.4 刻章：各种章的各自用途	25
2.4.1 一家公司居然需要如此多的印章？	25
2.4.2 印章如何妥善保管和使用？	26
2.5 开户：选择一家合适的开户行	27
2.5.1 如何选择开户行和开户网点？	27
2.5.2 对公账户和对私账户，基本户和一般户	28
2.6 税务：一般纳税人和小规模纳税人	29
2.6.1 创业者必须了解的税务基本常识	29
2.6.2 纳税人所具备的法定权利与义务	31
2.7 社保：五险一金是基础保障	31
2.7.1 五险一金各自的实际作用	32
2.7.2 如何更高性价比地为员工缴纳社保？	33
2.8 记账：如何选择最合适的代账公司？	33
2.8.1 自聘会计记账和第三方代账公司	33
2.8.2 如何选择最适合自己公司的代账公司？	34
第3章 知识产权：将风险消灭在创业之初	37

3.1 不重视知识产权的潜在风险	38
3.1.1 公司的知识产权包括哪些层面?	38
3.1.2 应注意的常见侵权行为有哪些?	39
3.2 商标:未来的知名品牌	40
3.2.1 商标的具体分类有哪些?	40
3.2.2 申请商标的一般流程是什么?	43
3.3 专利:企业竞争中的不二利器	44
3.3.1 中国目前的专利类型有哪些?	45
3.3.2 申请专利的流程是什么?	45
3.4 版权:网络付费时代全面来临	46
3.4.1 版权所有者的权利有哪些?	47
3.4.2 面临版权侵权时应该怎么办?	48
3.5 最划算的时间永远是昨天	48
3.5.1 企业的知识产权意识在不断觉醒	49
3.5.2 初创企业怎样合理投资知识产权?	49
第4章 员工没有最好只有最适合	51
4.1 明确自己企业的真实水平	52
4.1.1 企业与员工之间,是相互选择的过程	52
4.1.2 创业者如何向人才更好地展示企业?	53
4.2 校招员工和社招员工	54
4.3 招聘平台和工具怎样选择?	56
4.3.1 常见的招聘平台有哪些?	56
4.3.2 初创公司如何确定在招聘平台的投入?	57
4.4 创业公司如何面试员工?	58
4.4.1 创业者为何要对招聘亲力亲为?	58
4.4.2 制定最适合企业自身的面试方式	59
4.5 男女员工的各自优劣势是什么?	60

4.5.1	男女员工的各自优势是什么?	60
4.5.2	如何妥善平衡男女员工比例?	61
4.6	企业为什么必须进行培训?	62
4.6.1	如何设置培训制度和考核培训结果?	62
4.6.2	这些高效的培训方式可以尝试	63
4.7	新员工手册越薄越好	64
4.7.1	制度越复杂, 执行效率越糟糕	64
4.7.2	如何在不影响大局的前提下减少制度?	65
第5章	行政运营: 好的行政就是事半功倍	67
5.1	是否需要设置单独的行政岗位?	68
5.1.1	是否单独设置行政岗位, 何时该设置?	68
5.1.2	行政岗位职责, 应该如何设定?	69
5.2	强行政企业和弱行政企业	70
5.2.1	行政能力较强企业的表现	70
5.2.2	行政能力较弱企业的表现	71
5.3	如何坚定不移地执行公司制度?	72
5.3.1	公司行政的最重要工作是什么?	72
5.3.2	管理者应如何合理地对行政岗授权?	73
5.4	老板性格和企业文化	74
5.4.1	初创企业如何创建自己的企业文化?	74
5.4.2	企业文化建设应注意哪些要点?	75
5.5	狼性文化和家文化	76
5.5.1	什么是狼性文化?	77
5.5.2	什么是家文化?	78
5.5.3	究竟怎样的企业文化, 才最适合企业?	78
第6章	人事制度: 奖罚分明, 令行禁止	81

6.1	是否要给员工发放期权？	82
6.1.1	企业的股权和期权各是什么？	82
6.1.2	初创企业如何给优秀员工发放期权？	83
6.2	初创公司如何设定薪资制度？	84
6.2.1	初创企业设置各岗位薪资制度的注意事项	84
6.2.2	员工的薪资应该由哪几部分构成？	86
6.3	上下班考勤是否使用传统打卡制？	87
6.3.1	上下班打卡制考勤是好制度吗？	87
6.3.2	员工迟到早退的相关监督机制	88
6.4	合理的请假制度的益处	89
6.4.1	朝九晚五式工作制为何效率越来越低？	89
6.4.2	如何巧妙设置弹性调休制度？	90
6.5	重视薪资激励但不过度激励	91
6.5.1	管理者如何对员工进行激励？	91
6.5.2	过度依赖薪资激励的副作用	92
6.6	创业团队更应该重视长板理论	93
6.6.1	初创型企业一定要重视长板效应	93
6.6.2	如何充分发挥团队的长板效应？	94
第7章	融资有道：老板就是要找人和找钱	97
7.1	企业为什么要融资？	98
7.1.1	企业融资的理由	98
7.1.2	哪些企业最需要融资？	99
7.2	天使投资、VC、PE 究竟是什么？	100
7.2.1	天使投资、VC、PE 各是什么？	100
7.2.2	初创企业如何通过上述投资机构融资？	102
7.3	天使轮、A轮、B轮、C轮、D轮、E轮	103
7.3.1	一家企业融资的完整道路是怎样的？	103

7.3.2	第一笔融资为什么至关重要?	104
7.4	获得投资, 从了解投资机构开始	105
7.4.1	国内主流的初创企业投资机构	105
7.4.2	投资机构能带来的除了钱还有什么?	107
7.5	融资前在哪些方面需要提前做好准备?	108
7.5.1	融资计划从创立之初就要有相关准备	109
7.5.2	投资机构看重创业公司的哪些方面?	110
7.6	内部融资: 借力打力	111
7.6.1	融资的方式不止风投机构	111
7.6.2	内部融资更能够调动员工的积极性	112
7.7	网络众筹: 全民呼唤工匠精神时代	113
7.7.1	如何通过网络众筹筹集资金?	113
7.7.2	使用网络众筹应注意哪些问题?	114
7.8	P2P 网贷: 互联网普惠金融时代	115
7.8.1	P2P 网贷是什么?	115
7.8.2	小微企业通过 P2P 平台融资现状	116

第 8 章 财税指南: 有钱如何, 没钱如何 119

8.1	账目建立: 每一笔进出款项都登记	120
8.1.1	初创企业必须账目清晰	120
8.1.2	记账的目的和意义是什么?	120
8.2	成本控制: 有效控制每一笔支出合理	121
8.2.1	控制成本这件事永无止境	122
8.2.2	企业从哪些方面优化成本控制?	122
8.3	财务报表: 危机来临之前的预警	123
8.3.1	财务报表中的企业运营关键信息	123
8.3.2	财务报表中的那些预警信号	125
8.4	财务危机: 6 个月的账面余额	125

8.4.1	初创企业常见的财务危机情况	126
8.4.2	账面余额不足企业运营 6 个月	127
8.5	常见税种：现行税种初了解	127
8.5.1	常见国税税种	128
8.5.2	常见地税税种	129
8.6	国地合并：对于纳税人有哪些好处？	130
8.6.1	国税、地税的前世今生	130
8.6.2	国地税合并的好处	131
8.7	发票相关：交易双方权益的保证	132
8.7.1	发票常识知多少	133
8.7.2	不同行业税点为什么相差这么多？	134

第 9 章 商业法规：有哪些行为一定不能做 135

9.1	创业最基本的商业法律知识	136
9.1.1	创业者必看的法律法规	136
9.1.2	创业者如何正确认识法律的意义？	138
9.2	常见的风险与陷阱有哪些，如何避免？	139
9.2.1	初创企业常见的法律风险	139
9.2.2	遭遇创业陷阱如何冷静面对？	141
9.3	企业与员工发生劳务纠纷如何处理？	142
9.3.1	常见劳务纠纷解读	143
9.3.2	劳务纠纷处理方法	144
9.4	企业与其他企业发生合同纠纷如何处理？	144
9.4.1	常见合同纠纷解读	145
9.4.2	合同纠纷处理方法	146
9.5	企业与其他企业发生债务纠纷如何处理？	146
9.5.1	常见债务纠纷解读	146
9.5.2	债务纠纷处理方法	147

9.6 企业遭遇知识产权纠纷如何处理?	148
9.6.1 常见知识产权纠纷解读	149
9.6.2 知识产权纠纷处理方法	149
第 10 章 团队建设：不打仗，就练兵	151
10.1 团建活动的间隔时长，如何设定?	152
10.1.1 团建活动的目的和意义何在?	152
10.1.2 团建过程中的注意事项	153
10.2 选择最适合团队风格的团建方式	154
10.2.1 有目的性地进行团队放松活动	154
10.2.2 小成本也能做出好的团建	155
10.3 重在增进成员感情，增强团队凝聚力	157
10.3.1 团队活动项目安排注意事项	157
10.3.2 通过团建发现团队中的优秀人才	158
10.4 不是散养娱乐，不可花钱外包随意搞	160
10.4.1 团建活动必须管理者亲力亲为	160
10.4.2 负面案例：常见失败团建活动的教训	161
10.5 结束后别忘了关注团建的效果和作用	162
10.5.1 重中之重，团建之后该做什么?	162
10.5.2 企业团建既要制度化，又不僵硬化	163
第 11 章 公司管理：管理是技术，更是艺术	165
11.1 开会畅所欲言，决定必须坚决执行	166
11.1.1 初创企业如何高效开会?	166
11.1.2 相比会议决定，更难的是执行	168
11.2 初创公司，公司结构如何设定?	169
11.2.1 因人而异，因地制宜	169
11.2.2 最适合初创公司的公司结构	170

11.3 用人不疑，疑人不用，如何放权？	171
11.3.1 管理中的识人艺术	171
11.3.2 管理中的用人艺术	172
11.3.3 合理放权，事半功倍	173
11.4 公司内是领导，公司外是朋友	173
11.4.1 公司内是领导，公司外是朋友	174
11.4.2 领导与员工间的良性沟通方式	175
11.5 既要权力执行高效，又要权力被监督	175
11.5.1 如何保证权力被高效执行？	176
11.5.2 如何确保权力被有效监督？	177

第 12 章 营销兵法：每家公司的营销都不一样 179

12.1 电话营销：最具性价比的营销方式	180
12.1.1 决定企业电话营销成败的关键因素	180
12.1.2 电话营销负面形象如何改变？	181
12.2 故事营销：成功品牌背后为人熟知的故事	182
12.2.1 消费者为什么如此热衷于品牌故事？	183
12.2.2 品牌故事一定要做到“量身定制”	184
12.3 体验式营销：消费者感觉好才是真正的好	185
12.3.1 如何让消费者有沉浸感？	185
12.3.2 创业公司如何做好体验式营销？	186
12.4 让消费者成为你的“推销员”	187
12.4.1 维护好老客户为什么至关重要？	187
12.4.2 口碑是一家创业公司的命门	188
12.5 活动营销：通过会议和沙龙完成推广宣传	189
12.5.1 寻找最适合自己的活动营销方式	189
12.5.2 活动营销的准则是细水长流	190
12.6 事件营销：社会热点是免费的流量红利	191

12.6.1	培养敏锐的热点感知能力	191
12.6.2	事件营销分寸把握一定要适度	192
12.7	公益营销：成本不高，但效果奇好	193
12.7.1	公益营销是最佳的正向人性营销	193
12.7.2	如何抓住人性痛点做营销？	195
12.8	病毒营销：互联网时代下的蝴蝶效应	196
12.8.1	对传播途径的把握能力	196
12.8.2	病毒式营销的一些副作用	197
第 13 章	广告宣传：广告如何做到精准投放	199
13.1	传统纸媒：单页、展架、海报的价值	200
13.1.1	传统广告如何提升投放效率？	200
13.1.2	纸媒广告成功与否的关键在于设计	201
13.2	投在哪，投多少，最关键	202
13.2.1	首先要弄清楚投放的目的是什么	202
13.2.2	数据性的广告投放结果统计至关重要	203
13.3	音频广告：让消费者听见你的声音	204
13.3.1	音频平台投放广告的优势和劣势	204
13.3.2	哪些产品和服务最适合音频广告？	205
13.4	视频广告：视频、短视频、直播、宣传片	206
13.4.1	视频平台投放广告的优势和劣势	206
13.4.2	哪些产品和服务最适合视频广告？	207
13.5	互联网新媒体：如何巧选新媒体合作？	208
13.5.1	如何甄别优劣自媒体平台？	208
13.5.2	未来是软广告时代的全面兴起	209
第 14 章	互联网+：未来大家都将是互联网公司	211
14.1	互联网时代，企业网站是最低标配	212

14.1.1	网站是当今时代的创业最低标配	212
14.1.2	企业网站需要展示哪些内容?	213
14.2	全面触网, 企业微信与微博的运用	214
14.2.1	移动互联网时代, 企业微信如何使用?	215
14.2.2	移动互联网时代, 企业微博如何使用?	216
14.3	电子商务或无商可务, 企业电商怎么做?	217
14.3.1	电子商务不是生产贸易类企业专属	217
14.3.2	适合初创企业的电商渠道	218
14.4	公司媒体矩阵如何构建?	219
14.4.1	只知道微信公号已经彻底 OUT 了	219
14.4.2	企业媒体矩阵的本质	222
14.5	新零售开启中国线下商业新篇章	223
14.5.1	传统零售如何焕发全新生机?	223
14.5.2	初创企业如何做新零售?	224
14.6	与消费者做朋友的粉丝经济战法	225
14.6.1	把顾客当上帝的思维是错误的	225
14.6.2	如何才能让顾客成为粉丝?	226
14.7	大数据面前对你的消费者了如指掌	227
14.7.1	把用户数据牢牢把握在自己手里	227
14.7.2	大数据面前消费者清晰可辨	228
14.8	“专注极致口碑快”的互联网思维	228
14.8.1	互联网思维“专注极致口碑快”	229
14.8.2	互联网思维不是万能灵药	230

第 15 章 公司注销: 如果失败, 如何妥善收尾 231

15.1	如何妥善安排公司员工的离职?	232
15.1.1	如何向员工解释公司解散这件事儿?	232
15.1.2	公司解散如何妥善处理员工离职?	233

15.2	如何妥善处理公司创业团队的解散?	234
15.2.1	分手见人品, 散伙更见人品	234
15.2.2	所谓有备无患, 正用在此处	235
15.3	哪些公司资产应妥善安顿?	235
15.3.1	公司的有形资产如何处置?	236
15.3.2	公司的无形资产如何处置?	236
15.4	注销比注册一家公司要复杂	238
15.4.1	企业简易注销流程	238
15.4.2	企业一般注销流程	239
15.5	留得青山在不怕没柴烧	240
15.5.1	第三、第四次创业更易成功	240
15.5.2	从创业者变回职场人, 心态如何调节?	241
15.6	值得初创企业学习的成功案例经验	241
15.6.1	创业成功者身上的优点	242
15.6.2	从成功中, 我们能学到什么?	243
15.7	值得初创企业吸取的失败案例教训	244
15.7.1	常见的创业失败原因	244
15.7.2	从失败中, 我们能学到什么?	245
15.8	创业是一场修行和生活方式	247
15.8.1	创业带给你的东西不仅是金钱	247
15.8.2	所有创业者, 都是值得敬佩的人	248