

第一桶金

DIYITONGJIN

改变人生的
50个创业传奇

张利◎编著

聆听50个财富传奇，也许下一个创业精英就是你！



第一桶金

DIYITONGJIN

改变人生的
50个创业传奇

张利◎编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

这是一个充满机遇的时代，只要有商业头脑，任何人都可以在一夕之间成为令人艳羡的成功创业者。人人都有创业梦，但是创业从来不是一件轻松的事。在创业的道路上，每一个创业者都会遇到迷茫、失落、坎坷……

本书选择了50位富有传奇色彩的创业人物，希望读者能从他们生动的创业故事中，获得一些有益的启发，以全新的视角，去看待身边隐藏着的各种机遇，在时代的洪流中，获得人生的第一桶金、第二桶金、第三桶金……

图书在版编目(CIP)数据

第一桶金：改变人生的50个创业传奇 / 张利编著. —
北京：中国纺织出版社，2014. 1

ISBN 978 - 7 - 5180 - 0140 - 8

I. ①第… II. ①张… III. ①企业管理—通俗读物
IV. ①F270 - 49

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第263650号

策划编辑：于磊岚 特约编辑：朱 方 责任印制：储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址：北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码：100124

邮购电话：010—87155894 传真：010—87155801

http: //www. c-textilep. com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2014年1月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：13

字数：168千字 定价：29.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换



前言

近来全球经济存在着诸多变数。在这些变数中，有的人很幸运，能人所不能，怀揣着置业梦想，在商业发展的道路上，为自己成功开辟一条道路。很多人现在明白一个道理，那就是世界上最糟糕的投资就是给别人打工。想象一下，你每天努力辛苦创造出的财富，很大一部分并不属于自己。你心里早已经愤愤不平，为什么辛勤劳动的结果就是为他人作嫁衣？里面涉及的经济学道理，很难一下子说明白，但是很多人清楚的是，自己并不想一辈子都为别人作嫁衣，而是渴望像那些幸运的人一样，凭着自己的双手，从无到有创出一片天地。

在商海的浮沉中，有些人可以摸着石头过河、激流勇进，最后功成名就，成为别人羡慕并且津津乐道的传奇创业人。但是，

商海犹如变幻莫测的大海，能载舟，亦能覆舟，不少人雄韬大略，信心满满，但是在浮沉过后，还是失望而归，默默地消失在公众的视野中，他曾经的努力仅仅成为别人又一个茶余饭后的谈资。

为什么同样是人，有的人能够在商海中成功，有的人只能像一阵风匆匆而去？如果世界上有一条定律或者公式，可以通过计算，摸索出创业的成功之道，相信很多人都会去钻研它。但是，现实没有这么简单，更多时候，人们是在未知的领域中摸索前行。在探索的过程中，有的人像一只乌龟，一遇到外界刺激，就躲进自己的龟壳中，装成一块石头，确定没有危险之后，再一步一步地慢慢前进，同时左右回顾，生怕一不小心，又会遇到什么麻烦。有的人像一只鹰，有着犀利的目光和灵敏的嗅觉，他们一遇到机会，就会张开翅膀，坚定不移地飞过去，即使途中遇到再大的困难，他们都有勇气和力量去克服。龟与鹰的两种性格特质，在商海中各有各的好处，但是细算下来，鹰占的好处还是多些，毕竟没有长远目光的人，只能永远像龟一样做着一些小打小闹的事情，而不能真的“成大事”。

在日新月异的时代，人们需要认识到一个事实，创业再也不

必像以前那样，受条条框框所限，除了要遵守商业规矩和道德之外，很多商业活动在形式上已经产生了巨大的变化。过去，你不得不拿着实物的产品或现金，来到一个指定的地方，和别人进行交易，但是现在，也许通过几封电子邮件、几次即时通信软件交流，就能够轻轻松松地完成一笔交易，而整个过程需要的耗损，几乎可以忽略不计。

除了科技上的变化，还有时代变化带给人们的机会，就像三十多年前的改革开放，有些人能够抓住时代变革带来的机遇，和命运赌上一把，其中一些人已经功成名就。同时，他们创造的生产力，给中国经济发展带来了高速的增长。不管这些企业是大是小，他们为中国的付出功不可没。

闯进商海的人，就要有过人的胆识，具有别人所不具有的创新念头，以及进取的锐意。他们需要摸准时代变化的规律，抓住身边的机遇，才能够在商海中立定脚跟。对于这些人来说，竞争是一项妙趣横生的活动，他们也许没有均等的条件，但是都有着均等的成功机会。每一家企业，从无到有、从小到大、从弱到强，无时无刻不在经历着竞争。那么，一个人、一家企业应该怎样做，才能顶起自己的一片天呢？

本书选择了50位成功的创业人物，站在他们的角度，借用他们的目光，希望读者能从他们生动有趣的创业故事中，获得一些有益的启发，以焕然一新的角度，去看待身边隐藏着各种机遇，发掘一市一生意经，在时代的洪流中，获得人生的第一桶金、第二桶金、第三桶金……

张 利
2013年9月



第一章 E营销

——移动互联网时代的网络掌柜们

1. 陈鸥（聚美优品创始人）：创业于我，就是一种生活方式	1
2. 王宁（飞信推手）：不间断地实践，可以压抑失败的恐惧	5
3. Jacky（Joydivision品牌创始人）：140个字里的营销小宇宙	8
4. 赵俊利（验证码广告平台开创者）：验证码也能变成广告位	12
5. 季逸超（90后老程序员）：编多少码就能赚多少钱的感觉最踏实	15
6. 罗伯特·克罗克（Silly Bandz创始人）：彩色橡皮筋里的蝴蝶效应	19
7. 李宝庆（卖旧报纸的网店老板）：“旧时光”里掏出新项目	23
8. 孟超（外卖数据库创始人）：“喂”人民服务	27
9. 吴欣鸿（美图秀秀创始人）：“千万”小子到“亿万”先生	30
10. 徐智明（快书包创始人）：着急就找快书包	34

第二章 草根与贵族的距离

——还好，只是输在起点上

- | | |
|-----------------------------------|----|
| 1. 沈浩波（磨铁老板）：市场像条大河，只有自己下去游，才知道深浅 | 39 |
| 2. 古尔巴斯克·查哈尔（离经叛道的投资者）：保持饥饿，保持愚蠢 | 43 |
| 3. 尹卫东（甲流疫苗发明者）：山寨疫苗也有春天 | 47 |
| 4. 刘建朝（加盟店创富人）：包容中找到陕西密码 | 50 |
| 5. 杨赫（串串香创富人）：草根串串的造富传奇 | 53 |
| 6. 霍英东（从驳运开始的富翁）：最苦的亿万富翁 | 58 |
| 7. 郑裕彤（周大福老板）：在0.01%里挤出金子 | 61 |

第三章 换条道上山

——总有一种方式能让你登上山顶

- | | |
|-----------------------------------|----|
| 1. 黄玉彪（华南建材市场拥有者）：把困难留给自己，把利益让给朋友 | 65 |
| 2. 季琦（携程网创始人）：创业像钻石，每一面都能找到闪亮的地方 | 69 |
| 3. 楼仲平（义乌吸管大王）：一根吸管翘起的创业天空 | 73 |

4. 龙海（最成功的布鞋老板）：全手工布鞋走出的别样人生路	76
5. 郑亚旗（《皮皮鲁》杂志创始人）：童心也是财富	79
6. 于宇昂（《泰囧》投资人）：冒险的背后总站着机遇	83
7. 卢小旭（游戏音乐工作室发起人）：创意需要灵光一闪，更需要持久的战斗力	87
8. 李定（笛莎服装代工厂老板）：拥抱变化，传统产业也能腾飞	90

第四章 女人创业

——半边天的云彩染红整片天空

1. 裘丽蓉（敦煌集团董事长）：认准了，就做下去	95
2. 尹峰（咖啡之翼董事长）：成长的目的是做最好的自己	98
3. 艾丽娅（剑桥大学生）：在中国养蜂的巴基斯坦女孩	101
4. 乔琬珊（哈佛女孩创业）：牵着牦牛走出哈佛	105
5. 丁叮（淘宝饰品女皇）：放弃高考，年赚20万元的淘宝店主	109
6. 何蝶影（安康农场场主）：勤学多劳，才能种出有机人生	113
7. 何忻芳（食神卤味高职生）：为自己打一口一劳永逸的井	117
8. 廖丽红（餐饮界女强人）：把实惠和健康带走，把回头客留下	120
9. 龙丹妮（天娱公司董事长）：不做明星，做明星圈里的女一号	124

第五章 下半辈子再创业

——强大的人生不怕重新来过

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| 1. 韩志刚（养獭兔创富）：哭着看过去，笑着看未来 | 129 |
| 2. 塔拉基（阿富汗人中国创业）：成功因为不得已 | 133 |
| 3. 陈全德（第一个把川味火锅带到东南亚的人）：借钱闯他乡 | 136 |
| 4. 李怀珍（煎饼大嫂）：谢谢命运让我下岗 | 141 |
| 5. 孙秋萍（日市料理店老板）：失业不可怕，可怕的是失去生活的斗志 | 145 |
| 6. 河南农村夫妇（农民工开水果店）：新鲜的水果才能卖钱，固定的家才有温暖 | 149 |
| 7. 丁全福（保洁公司创富人）：成功的道路靠脚走出，幸福的机遇靠手把握 | 153 |
| 8. 杨贵华（家庭防盗创富人）：从失足青年到防盗门门神 | 157 |

第六章 不疯魔，难成活

——把不寻常放大就能找到机遇

1. 郭敬明（作家成企业家）：用青春的资本浇筑成功的堡垒	161
2. 顾庆伟（鼎汉技术创始人）：给我一个位置，我就能复制整个华为	165
3. 陈善平（创立海上渔业帝国）：心有大世界，哪里都可以建工厂	168
4. 贾永清（“人才市场”开创者）：一毫米一毫米地接近成功	172
5. 周科名（海归养鸡创富）：真诚的心比“海龟”的身份更值钱	176
6. 埃默里科·阿莫林（葡萄牙首富）：喝葡萄酒别吐酒瓶塞儿	179
7. 陈天桥（盛大网络公司老板）：“玩”出来的首富	183
8. 余武（西典设计公司创始人）：在专注中邂逅财富	187
9. 金徐凯（边打工边创业的发明家）：背着58座金矿的打工仔	191
参考文献	196

第一章 E营销

——移动互联网时代的网络掌柜们

1.陈鸥（聚美优品创始人）：创业于我，就是一种生活方式

上学—毕业—参加工作—退休，这是人们普遍认可的生活方式。只有一少部分人，会把“为自己打工”，也就是“创业”当做自己的生活方式。如果你能够像陈鸥一样把创业当做生活，成功也许就不遥远。

陈鸥出生于1983年，同众多的80后一样，他自幼便与电脑和互联网打交道。从新加坡南洋理工大学毕业时，陈鸥十分为难，是继续读书还是就业？两样他都不想选择，因为继续读书不符合他的性格，但在新加坡做金融工作和程序员也让他觉得看不到未来。

正在左右为难时，电脑桌面上开着的游戏界面让他萌发了奇想：何不自己搞款游戏平台赚钱？说做就做，陈鸥立即利用自己那台笔记本写程序、画图，创办了在线游戏平台Garena（原GG对战平台）。游戏平台一开发出

来，就获得了大量用户的认可，第一年就有300万注册用户。在陈欧手上，Garena最高时有上千万的注册用户，成为世界第二大网络游戏平台。

可正当Garena蒸蒸日上时，父母却要求陈欧继续读书深造，并希望他考美国斯坦福大学MBA。对于MBA，陈欧一向觉得是“不靠谱”的事，但去斯坦福大学读书，也多少让他有些心动。他心里盘算着：虽然现在必须中止创业，在短期内经济损失会很大，但如果去斯坦福大学读书，会有更广阔的视野和更好的平台，更有助于自己创业。想清楚之后，陈欧放下已经成型的Garena，毅然去了美国。

可到了斯坦福大学他才知道，原来名牌大学的学生也大部分都去公司做了职员，创业的烈火再次在他心中燃烧起来。之后的日子，他一方面积极地跟当地的VC（风险投资）打交道，力求先混个脸熟，以备需要钱的时候能够争取到资金；另一方面，他主动跟一些想回国创业的人来往。他们几个华人学生还搞了个名为CEO（China Entrepreneur Organization，中国创业家）的小沙龙，大家聚在一起讨论创业的点子以及获得的资源，陈欧积极参与其中，慢慢成为这个沙龙的主要参与者。

2009年，陈欧毕业回国了，也终于可以好好实现自己的初衷和梦想——创业。他看准了游戏行业，决定在游戏产业中大干一番。首先是资金问题，他找到了2年前认识的天使投资人徐小平。在北京的中国大饭店，一边喝茶陈欧一边向徐小平解释自己带回的项目，仅用了20分钟就达成了投资协议。徐小平向陈欧的项目投资了18万美元，顺便还给陈欧的团队一套房子作为办公场地。没有人手，陈欧说服还有三个月就拿到斯坦福大学MBA证书的戴雨森休学回国共同创业，再加上他在新加坡时的创业伙伴刘辉，一个创业“铁三角”诞生了。

这次，陈欧走的还是原来Garena的路子，他把外国的游戏模式搬回国内，做游戏植入广告。谁知，外国的月亮到了中国一下子就不那么圆了。陈欧忙活了一个多月，才收入3000元，并且其中大部分还都给了游戏公

司。这无疑给当初意气风发的年轻人泼了一盆冷水。20多人的公司，慢慢走得只剩下戴雨森、刘辉、陈欧和一个负责行政的员工。那个冬天的一天夜里，陈欧喝过酒，回想几个月来的遭遇，独自痛哭了一场。转型势在必行。可往哪儿转呢？陈欧心中十分迷茫。

就在前景一片黯淡的情况下，陈欧发现在游戏内置的广告中有一则化妆品广告很火，有心的他便对国内化妆品市场进行了调查和分析。经过一番论证陈欧发现，中国化妆品有着很大的市场，在2010年化妆品的市场规模已经接近1300亿元，成为全球第三大化妆品消费市场。这么巨大的市场，存在着线上化妆品份额的空白，因为很多中国女性消费者没有足够的信心去相信线上化妆品。这一发现使陈欧像发现了新大陆一样兴奋，他决定转型电子商务。

可当他把做电子商务、卖化妆品的想法告诉戴雨森和刘辉时，两人笑弯了腰。一群从斯坦福、清华、北大等世界名校毕业的高材生，不去弄IT、不去搞金融，竟然要卖女性化妆品？在传统观念里，这不是有点说不过去？随后，陈欧主张往电商方向靠，戴雨森却建议做社区，两人产生了巨大分歧。

就在他们争执不下时，国内刮起了团购风。于是陈欧提议一边继续游戏广告业务，一边借团购的方式进入电子商务市场，三人当即拍板。

两天后，陈欧等人的团美网上线，这就是聚美优品的雏形。令他们兴奋不已的是，上线第二天，团美就迎来了第一位顾客。可是兴奋没多久他们就发现，麻烦事多着呢：要客服，要打包，要发快递，要售后追踪……这些都得他们自己做。对于完全不懂女性消费体验，不懂化妆品，不懂零售，不懂电子商务也不懂仓储物流的他们来说，这无疑是一次痛苦的转型。

但正如陈欧自己所说，我们缺经验，缺资金，缺人手，但唯一不缺的就是超强的自学能力，以及不断的自我鼓励。2010年5月，陈欧的电商业务蒸蒸日上，他决定关掉原来网页游戏的广告业务，集中精力经营化妆品电商业务。在没有投放一笔广告的情况下，聚美优品在五个月之后竟然有超

过10万的注册用户，再经过16个月后，注册用户已经超过200万，站上固定的活跃用户有40万。2011年8月，公司销售额更是达到每日近1000万元。这样的成绩让很多团购企业望尘莫及。在庆祝成立三周年的时候，聚美优品销售额已高达10亿元。而且聚美优品也不再是以前那个简单的团购网站，而是现在的超轻型B2C商城。此时的陈欧，也成为聚美优品的CEO。

2012年，聚美优品发布新视频广告，由陈欧主演，广告词如下：“你只闻到我的香水，却没看到我的汗水；你有你的规则，我有我的选择；你否定我的现在，我决定我的未来；你嘲笑我一无所有不配去爱，我可怜你总是等待；你可以轻视我们的年轻，我们会证明这是谁的时代。梦想，是注定孤独的旅行，路上少不了质疑和嘲笑，但那又怎样？哪怕遍体鳞伤，也要活得漂亮。我是陈欧，我为自己代言。”

这段后来大火特火，为陈欧聚集无数人气，换来无尽财富的广告词，其实就是陈欧的心声。这个仅仅30岁的男人，把创业当做自己选择的生活方式。在这种生活方式下，陈欧找到了自己的存在感。

创业启示

陈欧这样一个年仅30岁的男人，仅仅创业3年，就把公司带入电商团购“千团大战”中无人能敌的境地。这源于他一直把创业当做自己的生活方式，不论是读MBA，结识徐小平，还是加入CEO小沙龙，自己做代言，他都时刻为创业准备着，为创业努力着。换句话说，他把生命融入创业，把生活融入创业，他的一言一行、一思一想都源于创业。有了这种执著的精神，还有什么不能成功？

2.王宁（飞信推手）：不间断地实践，可以压抑失败的恐惧

创业本来就是高风险的活动，用“一将功成万骨枯”形容实不为过。在创业大潮中最终能崭露头角的百无其一。因此失败的风险时时刻刻压在创业者心头。只有那些能够坦然面对失败，并找到对抗失败的法宝的人才能在创业中越挫越勇，越走越辉煌。

像王宁这样以不断的失败为自己的辉煌铺路的创业者，实在不多。

20世纪90年代，全国刮起下海经商大潮，33岁的王宁毅然从大学辞职，只身来到北京，准备在商海中大干一番。可是商海浮沉，一切并没有他想象得容易，刚开始的下海可谓诸事不顺。最初，他做中联集团的销售代理，然后成为“联想”的销售代理，最后却与合伙人在生意场上输了个精光。一个又一个的失败，让他看上去根本不适合在商业这条道路上打拼。最后，他选择了一个折中一点的办法，在中关村的柜台上，卖电脑和硬件。

在中关村硬件领域里积累了不少经验之后，王宁认为软件行业在日后的发展将会不错，于是决定转战软件行业。他在北京创立了一家叫神州泰岳科技的公司，还引入了IT服务管理，主要代理美国公司的软件产品。

当时，国内很多企业甚至连IT系统都没有，更不要提IT服务管理了。到工商局注册时，工商局的人问：“你们这是什么行业，主要做什么？”在这样的环境下，王宁认准了IT服务管理业务，绝对属于超前行业，但也担着巨大的风险。

果然，新公司的转型没有改变原来接连失败的厄运。公司成立大半年都没有订单，直到1998年10月，神州泰岳才拿到北京无线局一笔15万美元的单子。但这笔单子并没有让王宁安心，因为他不知道下一张单子在哪里。

到了2000年，神州泰岳IT服务管理业务的亏损累计超过1000万元。为了

维持公司运转，王宁东拼西凑，甚至从家里往外垫钱。而公司内部也质疑四起：这样做行吗？

挫败感像大山一样压在王宁心头，回顾这些年来的奋斗，失败一个连着一个，难道自己真的不是经商的料？也许大学才是自己最适合待的地方。在这样的境况下，放弃的念头就像一个恶魔时时缠绕着他。为了驱走这种不良念头，王宁把自己沉浸到工作中去。

也许自那个时候起，王宁就养成了“吞云吐雾”的习惯，一天至少要消耗两包烟。手机也成了须臾不离身的工作工具，只要手机铃声一响，他立马像听到了上战场的冲锋号一样。留在公司的时间越来越长，工作十几个小时，对他来说几乎是家常便饭。

经过反复思量，他决定不再单纯做国外代理商，转而开发自己的产品，打造自己的团队。正是这一决策，让神州泰岳迎来了曙光。2001年，神州泰岳以本地化服务优势胜过对手，赢得了新华社网管一期的大单子。2003年，神州泰岳自主研发的系统网络管理平台软件终于上线，从此告别单纯代理的身份。2005年年底，神州泰岳成功收购上海联盈数码科技有限公司的IT服务管理业务，拥有了我国本土最全面的运维管理解决方案以及最强大的专家和专业服务团队。

然而此时的神州泰岳，仍然是行业内的小辈。2006年年底，中国移动发布了飞信业务招标公告。

已经与电信行业合作了近10年，对电信行业的需求有着较深了解的王宁看到了这一巨大商机，并积极投标。十年磨一剑，王宁在IT服务管理领域内的埋头苦干所得到的磨砺、积累终于找到了爆发的突破口，神州泰岳中标！王宁拿到了中国移动飞信业务全方位运维支撑外包服务的业务。

在这一业务上，神州泰岳的竞争对手不可谓不强大，前有腾讯和微软，后有清华声讯、TOM（李嘉诚之子李泽楷控股）等知名公司。能够赢得这场战役，王宁很清楚自己仅仅凭借了对电信行业需求的了解。要想把飞信技术外

包业务牢牢抓在手里，还需要更强大的技术支撑和更庞大的团队操作。

王宁烟瘾更大了，睡得更少了，也没有了周末和节假日的概念。他的生命中，似乎只剩下了“工作”。有时加班到深夜，连司机都下班睡觉去了，他就到街上去找出租车，出租车一时等不来，他便在寒风中点上一支烟，继续思考。

辛苦终换得硕果，在神州泰岳强大的技术支持下，在中国移动庞大的通信平台上，飞信迅速成长，正式上线半年后，便一举超过阿里旺旺、Skype、网易泡泡等，成功坐上了国内IM（基于互联网的即时通讯）市场的第四把交椅。2009年，飞信用户已达1.84亿。

王宁，无疑成了飞信最有力的推手。

2009年10月，神州泰岳成功上市。公司在上市之后，竟然创造出超过10位以上的亿万富翁，而作为董事长的王宁身价则有18亿元。

回顾自己多年打拼的历程，王宁感叹：“赚钱算什么，赔钱却还坚持的人才真牛！”多年的创业生涯，王宁只用两个字概括——痛苦。王宁还戏言：“上帝要惩罚一个人，没必要让他下地狱。第一，让他有责任心；第二，让他办民营企业。”

他的感受来自于他苦行僧般的创业生活，11年来，他没有周末，没有节假日，衣食简单，连原来踢足球打篮球的爱好也放弃了，每周工作近80个小时。认识他的朋友都说他得了工作强迫症，劝他培养一些个人爱好。但从失败中杀出来的王宁深深明白：失败是必然的，成功才是偶然的。面对眼前的巨大成功，他丝毫不敢懈怠，即便成功上市后，他也只为多年辛苦工作的全公司员工放了一星期的假，自己却整整工作了一星期。他笑谈：“要用不间断的实践来压抑失败的恐惧。”实际上他是用勤奋来对抗失败，来寻觅新的商机。

创业启示

实践出真知，量变才会引起质变。如果没有大量的、勤奋的实践，王宁也许无法抵御“失败”对心理的侵蚀，也许就无法从硬件当家的环境中，发现软件即将当道的市场前景。如果没有大量的、勤奋的实践，王宁也许会失去做飞信业务的机会，失去在创业板成功上市的机会。所以王宁说：“我怕失去机会，所以我自己先勤劳。”勤奋，无疑是王宁能带领神州泰岳走到今天的最大原因。

3. Jacky (Joydivision品牌创始人)：140个字里的营销小宇宙

140个字能做什么？在普通人那里，它不过只是“今天心情不错”、“东门有家麻辣烫很好吃”之类的句子，或者是看看朋友在干什么的窗口。可在有心人眼里，它是一把劈开市场壁垒的宝剑，是一把传播品牌的超级大喇叭，是一个蕴藏无穷能量的小宇宙。

出于对手工皮具的热爱，此前曾有过一段失败创业经历的Jacky把自己的第二次创业锁定在创立自己的独立手工皮具品牌Joydivision上。与传统的创业者不同，一创业，Jacky就为自己的产品确定了网络销售的策略，并在网络上展开营销。

Jacky首先想到的是豆瓣网，2010年，Joydivision在豆瓣网上建立了第一个品牌小站，然后通过创建相册以及发帖活动等形式进行了一些网络市场

推广的尝试。但一段时间后，Jacky发现豆瓣虽能为品牌吸引部分皮具爱好者，但在规模和传播的积累方面效果有限，而且不能有效地转化成销售，因此销售业绩并不理想。无奈，Jacky只好为Joydivision另寻营销途径。

就在他有些无措时，一位在公关公司工作的朋友来找他。Jacky把自己当下遇到的困难倾诉给他。这位朋友听了，一拍大腿说：“怎么不用微博呢？”

“微博？”Jacky有些迷茫。

“微博你都不知道？哎呀，微博可是个好东西……”朋友滔滔不绝地讲起了微博营销的好处。

一番游说下来，虽然Jacky还没有认识到微博营销的巨大能量，但本着多一条推广渠道多一条路的念头，Jacky还是注册了自己的新浪实名认证微博，并定期把品牌皮具图和自己欣赏的图片，还有与Joydivision风格搭调的复古着装以及小物件的图片发上去。这样大概维持了半年时间，Jacky惊喜地发现，微博粉丝的总数在不知不觉间就超过了自己努力经营的豆瓣网小站。这让他意识到，在微博这个只有140个字的小宇宙里，蕴藏着巨大的营销力量。

为了充分发掘微博营销的巨大潜力，他对照其他营销手段，对微博营销专门做了一番分析。他发现，微博虽然新兴不久，但已经拥有了2.5亿用户，庞大的用户基数、迅速的扩散性和可操作的互动系统相比豆瓣或其他网络平台都更为出众。此后，Jacky专注于微博营销。为了获得更多用户关注，他时刻关注着受众群体的兴趣，预测他们关心的话题，并且定期举行抽奖活动。Jacky还想出利用微博征询粉丝对新品设计的意见，来增加粉丝对品牌的认识。这一举措大大提高了粉丝们的参与积极性，Jacky的微博人气大长。仅仅一年后，Jacky的微博营销开始明显见效，业绩转化率迅速增长，超过三分之一的销售业绩来自于微博所发的外链。

推广中Jacky还发现，利用微博在前做互动和推广，利用淘宝在后进行售卖是个十分不错的搭配。淘宝的后台操作可以帮助他进行一些调控与销售的数据分析，通过淘宝销售记录，他可以直观地了解到，销售业绩中的

多大比例是由微博发布的外链直接引流而来的。就此他总结出一套自己的营销模式，就是利用微博的互动推广再加上淘宝后台的结算分析模式。

在对微博营销的摸索推广中，Jacky渐渐摸出了一些窍门。一开始，他在更新微博时，总是想到时就更新，没有感觉这有什么不妥。但后来他发现，每天早上9~10点、中午13~14点以及晚间21~22点这三个时间段更新的微博会立即吸引很多人“围观”，但其他时间却少有人问津。他仔细一琢磨，才恍然大悟，原来喜好并能购买手工皮具的人多是些年轻人、上班族，这三个时间段，正是他们的休息时段，也是微博关注流量的高峰段。利用微博用户量高峰期的时段推广和发布产品信息，有助于微博营销效果及微博互动效益的最大化。从此以后，Jacky每天都选定在这三个时间段更新微博。

除了及时更新微博外，Jacky还不忘利用微博强大的互动优势。不管多忙，他都会第一时间回复粉丝们的留言和私信。对于售前和售后的咨询，都会第一时间解决。他对于工作失误问题，采取透明化和及时处理的方式。有时间的时候，他也会和粉丝们热火朝天地聊些共同感兴趣的话题，讲些手工皮具的相关知识或者和粉丝们一起欣赏一些皮具制品。

Jacky的热情和真诚，感染了很多Joydivision的粉丝和同行。在交流的过程中，他们还变成了朋友。对于有些顾客不了解植鞣革牛皮的特性，在Jacky还没有回复之前，熟悉的粉丝朋友就已经帮忙解释了。

Jacky甚至和一群博友成为了很好的朋友。一次，他在微博上进行粉丝转发抽奖时，一个不相识的男生偷偷私信给他，说自己心仪的女生参与了转发，问能不能由他来购买奖品，让Jacky帮忙抽中那个女生的微博账号。为了保证抽奖的公正性，Joydivision的微博抽奖系统完全是交给第三方软件抽取的。最后经过秘密讨论，Joydivision在公布系统获奖名单的同时，另外私信了那个“幸运”女生相同的中奖信息。没想到，这竟然促成了一对情侣，不久，Jacky就收到了那个男生和女孩成为情侣后在微博上发布的合影。

仅仅用了两年时间，借着只有140个字的微博，Jacky成功树立起了自己的品牌。2012年，Joydivision的订单数量开始突破当时手工制作团队的产量极限。如今，Jacky进一步加大对Joydivision的品牌拓展，已把原有的1000平方米的手工工厂面积扩大了一倍，同时还在上海开设了实体体验店。

在总结微博营销时，Jacky提出三点，第一，勤打理，精打理；微博不仅可以发表140个字的文字，还可以发图片、视频，可以搞活动，商家要把自己的微博做得精美，才能吸引粉丝，而且更新要快，没有新鲜信息，就不会有人关注。第二，优质的商品和真诚的服务是硬基础。微博营销没有这两点作为支撑，就像没有支点的杠杆。第三，微博是一个公众信息分享平台，任何一个人都可以发信，也可以转信，因此微博营销要谨慎，哪怕一个十分细小的失误，都可能毁了自己。

根据DCCI互联网数据中心的数据显示，到2013年年底，微博活跃用户将会突破4.6亿。微博营销的好处就是，微博用户量不断在增加。微博阅读量方面也是呈几何级的叠加，很多创意点子和互动平台都源自微博。微博的营销价值与日俱增，企业要想焕发新鲜活力，除了传统的宣传手法，还要借助于微博这块阵营。

创业启示

不论对于经营者还是创业者，营销都是一个无论如何都无法绕过去的坎。过去30年的创业者和经营者，对待营销大都采用一个手段：使用重金购买各媒介黄金广告位，让自己的商品/产品不断地出现在人们眼前。史玉柱创业之初，就曾把手头全部资金投入广告。可他们的成功不可复制，对大多数的年轻创业者来说，巨额的广告投入根本承受不起。营销，真的无路可走吗？Jacky的成功让我们知道，只要你紧跟时代，独具慧眼，营销也可以“小投入，大产出”。

4. 赵俊利（验证码广告平台开创者）：验证码也能变成广告位

面对形形色色的创富点子，很多人感叹：创富点子都被别人想尽了，再没有好的创富点子留给我来想了。不，创意无上限，财富不封顶，只要你留心，创意层出不穷，只要你用心，财富呼之即来！

25岁之前的赵俊利，一直从事产品推广工作。如果不是后来弟弟的一个想法，他也许还会在产品推广的路子上继续做下去。那样也许会有了一番成就，但绝对不如现在：仅仅28岁，便掘出一座390亿的金矿！

2007年，赵俊利在华南理工大学上学的弟弟跟他抱怨起网站上的注册、登录、发帖、下载，需要输入些难以辨认的验证码字符。这些验证码非常杂乱，常常会输入错误，有时甚至输错三四次，仅输入验证码就需要20秒甚至更长的时间，这种体验让他觉得非常糟糕。

“如果这些验证码图片美观一点，还能让使用者输入其中的汉字，也许这个环节就没这么麻烦了。”赵俊利的弟弟突发奇想。

因为弟弟是理科出身，所以一直把兴趣放在搭建技术平台和改善用户输入体验上面。和弟弟的偶然聊天中，赵俊利冒出一个想法。这一想法让赵俊利感觉天际亮起一道闪电：“如果用汉字替换字符或数字，再增加一些汉字，安排得有序一些不就可以组成广告语了？”他似乎窥见了一座宝藏，继续想下去，“这样的话，那图片也可以做成广告的样子，比如雀巢NESCAFE，看一遍再写一遍，这印象得有多深！目前来看验证码根本就是闲置，把它做成广告，丝毫不多占资源，还能让用户有一个良好的体验，这不是一举两得嘛！”

赵俊利为自己的想法兴奋不已，他马上告诉了弟弟。两人一拍即合，当

晚就兴奋得睡不着觉，连夜在百度、谷歌搜验证码广告或者搜Ad Sitelinks，根本搜不到任何相关内容。这就意味着，这个验证码广告的点子他们是第一个想到的，这让两人像发现了新大陆一样狂喜，说做就做，他们两个马上辞掉了工作，开始进行验证码广告的研究。

但创业艰难，预想很顺利的事情做起来总是一波三折。两人辞职后，便把全身心放在了创业上。他们分工合作，弟弟负责租服务器和搭建技术平台，赵俊利负责联系广告主、跑业务。很快，5万元的存款就全扔进去了，可验证码广告业务还只是处于理论阶段，暂时没有一分效益。要租服务器，要建平台，要联系广告业务，要生活，没有钱怎么能行？这可把赵俊利急坏了。每当遇见困难，他就想复职，一来可以养活两个人，二来可以让弟弟继续进行代码的研究。

但是，他似乎更清楚一件事，验证码就是潜伏在网络中的一座金矿，早晚会有人开发的。所以，他还是咬着牙坚持。

恰在这时，一个朋友听说了赵俊利的创业计划，觉得这个计划很有前景，便资助了他们兄弟10万元。靠着朋友资助的10万元，他们继续坚持着。

半年后，代码写出来了，平台搭建完成。验证码广告的基本模式出来了：就像江南春当年的楼梯间广告一样，验证码广告平台，就是放置在楼宇内的液晶显示器。同意嵌入验证码广告平台的网站，也就是同意放置楼梯间广告的楼宇大厦；愿意投放验证码广告的广告主，也就是愿意投放楼梯间广告的广告主。

现在“液晶显示器”做出来了，接下来就是要找“上家”和“下家”，但在寻找、匹配这两步上，又遇到了不少的困难，赵俊利也走了不少弯路。

刚开始，他寻找客户的方式是多种多样的，游戏运营商、电商以及雀巢等知名品牌广告商，凡是能就绝不放过任何一个可以联系到的广告主资源，这种新型模式一下子就吸引了不少广告客户。但是愿意和他们的验证码广告平台对接的网站却不多，只有一些中小网站，还有那些偏重IT技

术，乐于尝新的网站如电脑之家、太平洋、天极、华军等。但是，经常上这些网站的大部分都是技术宅男，知名品牌广告商的目标对象却是作为购物主力的女性。因此，平台的推广效果很差。游戏运营商渐渐也与赵俊利中断了业务联系。毕竟对于他们来说，有多少人记住游戏名字不重要，重要的是有多少人玩了这个游戏。

如何才能将网站资源和广告资源相互匹配呢？在慢慢摸索中，赵俊利找到一家知名度颇高的网络广告代理公司帮他在全国范围内找品牌商资源，自己则集中精力主攻网站。“好的广告资源自然能吸引到大网站来同验证码广告平台进行对接。”抱着这样的想法，他开始花费大量时间同天涯、猫扑等知名网站进行一轮轮接触，并利用一切可以利用的渠道向网站解释自己的验证码广告平台和业务，希望得到更大范围的认同。

2011年年底，正当赵俊利准备大干一番时，原来的老问题又出现了：资金告罄。创业过程中，资金可是大问题，推广阶段更是需要大量资金。赵俊利想到了以创业和投资为主题的咖啡厅——车库咖啡，这里经常聚集着很多的创业者和投资人。在那里忙活了一整天，赵俊利终于接到了一位上海投资人的电话。

2012年2月，赵俊利获得了第一笔数百万元的投资，他开始招兵买马，建立销售和技术团队，寻求同大网站的合作。在那家知名网络广告代理公司的帮助下，克莱斯勒、脉动、索尼都成为他的品牌商资源。

如今，赵俊利的宇初网络已经掌握了三四千家的网站资源，而且还在以每天20个网站左右的速度增长，最高时甚至超过100个。赵俊利的成功，让许多人看到了验证码广告业务的美好前景，纷纷前来投资。2013年，赵俊利每天都十分忙碌，但是每天都过得十分充实和快乐，一天甚至要接待5~10个风险投资人，包括IDG、信中利资本、鼎晖创投等，预期融资额度在千万元左右。

赵俊利的手中已经握着四千家合作网站资源了，这样庞大的数字，吸引

了众多知名品牌商，百事可乐、招商银行等知名品牌商马上也要成为赵俊利的广告客户了。虽然2012年的宇初网络还没有实现盈利，但也已经进账70余万元。赵俊利算了一笔账：每年中国网站因注册、登录、发帖、下载等应用进行的验证码输入次数大概在1300亿次，他给广告主的开价是每千次300元，估算出来的市场规模大概是390亿元人民币。虽然这么大一座金矿不太可能被宇初网络一家吞掉，但作为这座金矿的发现者，赵俊利无疑将从中获得丰厚的利益，他的一切付出也都将得到回报。

创业启示

其实类似于“验证码广告”之类的创业小点子，经常会闪现在每个人的头脑中。懒惰的人就任这些闪光的金点在脑海里一闪而过，无从寻觅；怯懦的人则守着眼前的利益，循着老路继续前进，不敢更改分毫；勤奋并有胆量的人却能把它变成创富的途径，并坚定信念，坚持不懈地做下去，最终挖掘出一座金矿。

5. 季逸超（90后老程序员）：编多少码就能赚多少钱的感觉最踏实

创业成功的标准是什么？如何做才能成就一番伟业？
90后的年轻人，用自己的行动告诉我们：成就一番事业，需要的不是大量的金钱投入，而是对事业的热爱。

季逸超是一个典型的少年极客，在小学时便因兴趣开始学习计算机编程，初中就几乎试用了所有操作系统。在试用完所有的操作系统后，他感

觉现有的操作系统都存在着这样那样的“不完美”，便萌发了一个念头：“我要开发一个比现在所有操作系统都好用的操作系统！”

此时的季逸超才15岁，正处于年少轻狂的年纪，知识的不足当然让他这一念头不容易实现。

2008年的一天，季逸超在百事可乐的一次促销活动中得到一张“巨星演唱会”门票，这可是很多同龄人梦寐以求的。可季逸超梦寐以求的却是iPod touch，于是他毫不犹豫地卖掉门票，用得到的钱买了一部iPod touch。正是这部iPod touch，让他接触到了苹果操作系统，并被深深吸引，他感叹：我终于知道什么是优雅、好用的操作系统了！

可是，他并不满足于仅仅使用这套操作系统，而且随着对苹果操作系统的深入了解，他发现了这套操作系统中的不完善之处。于是，季逸超萌生了开发APP（智能手机的第三方应用程序）的念头。

那时，iPhone刚刚出来，大家对APP都没有什么概念。甚至市面上都没有关于APP的介绍，更不用说教材和培训班了，有的只是苹果自己晦涩难懂的英文文档。季逸超却一头扎进去，借着小时曾在美国生活过几年，英语毫无障碍的优势，钻研苹果系统，啃汇编语言。

当钻研小有成果时，他便进入苹果论坛、Stack Overflow、知乎等技术性问答网站或社区和大家一起讨论。在论坛或社区里，季逸超经常把自己的“研究成果”拿出来让大家批评讨论，做得好大家就表扬一下，做得不好大家就会很猛烈地攻击。在这样的讨论中，季逸超逐渐成为了这个领域里的高手。

高二之前，季逸超就已经开发出7个苹果APP。也是从这个时候起，季逸超明确了自己做软件的一个原则，那就是“坚持收费，不放广告”。他不想因为自己的软件页面上有广告而影响到用户体验。而且他坚信，好的程序不需要用免费吸引用户，更不需要放广告来创收。而他开发的这7个APP中，最便宜的也卖到了300美元。

在使用苹果手机各类浏览器的过程中，季逸超认为市面上的一些浏览器存在着很多弱点。不是功能太弱，迂腐陈旧，就是操作复杂，体验感差。

“为什么我就不能开发一款浏览器？我要开发的浏览器虽然功能多样，但只要用一个手指一触一抬就能实现所有的功能！”

这个想法让季逸超热血沸腾，立即开始写测试程序。此时的他，已经升入高三。对于任何一名高三学生来说，学习都是异常繁忙的，季逸超也不例外。季逸超对编程的热爱，已经远远超出一般人的想象，他甚至可以在上课时画草图，电脑在手之后马上编写代码。只要有什么想法、漏洞和构想，他都要解决了才睡觉，为此他常常熬夜。

虽然父母十分开明，也很支持季逸超的爱好，但他们仍然希望他能考个好大学。可此时的季逸超脑子里已没有高考这回事，一门心思地扑在程序开发上。这让父母十分生气，还没收了她的笔记本电脑。

但这仍然不能阻止他，没有了电脑，季逸超就把代码记在纸上。一天天下下来，笔记本上满满地记的都是想法和代码，一个同样爱好编程的同学看到了，便偷偷把自己的电脑借给他。利用这台借来的电脑，他躲在自己卧室里刷了一夜，就把浏览器的更新做了出来。

对于如何命名自己的浏览器，他见到桌子上一张生物课上的猛犸象图，因为用纯色背景比较容易用PS抠出图样做图标，所以他决定命名自己的浏览器为“猛犸”，并用图中的猛犸象做了图标。

2010年年底，季逸超正式在苹果商店发布了“猛犸1”。令他难以置信的是，就在没有任何宣传的情况下，第一天就有42个下载量。为了让其更加完善，季逸超又开始升级浏览器，他甚至在短短3个月内更新了3个版本。“猛犸3”发布后，下载量在3天内就直飚至12万。

2011年6月8日，正是其他高考生狂欢的时候，季逸超却选择坐在计算机前，他想着一定要完成一个最完美的“猛犸4”。4个月后，“猛犸4”正式发布，它颠覆了以往手机浏览器的操作模式，很多操作功能是通过滑动完

成的。最方便的是，它还能根据用户指尖面积的不同，来人性化地优化操作，此外还具有二维滚动的书签、历史记录、无缝同步阅读进度的 iCloud 阅读列表等功能……这些功能，马上受到了广大用户的一致好评。

“猛犸4”成为了 iPhone 下载量最大的个人开发浏览器产品。一个国际知名的评测网站甚至给予“猛犸4”浏览器“重新定义了浏览器的标准”的评价。也正是因为如此，季逸超获得了 Macworld Asia 2011 Award 的特等奖，还登上了《福布斯》中文版封面。

此时的季逸超还不过是一名高三学生，年仅19岁。年纪轻轻的他早已经获得了不菲的收入，他把“猛犸4”定价在12元人民币左右，每天他就能获得1000~2000元的收益。

因开发“猛犸”浏览器而一举成名的少年天才季逸超很快引起了投资人的注意。不少投资人向季逸超伸出了橄榄枝，可季逸超对这些投资一概拒绝。他认为“成功不是拿投资”，而且拿了投资就要过早地承受盈利的压力，也就失去了自主开发软件的自由。对他来说，编多少码就能赚多少钱的感觉最踏实。

小有成就的季逸超在一次偶然的的机会，认识了红杉资本中国基金合伙人周逵。那时候，他不知道眼前这个向他提供创业机会的人，就是周逵。他一如既往地拒绝了这个人邀请，没想到几天之后，他接到了一个邀请。季逸超抱着不如去看看的心态去会面，在交谈的过程中徐小平了解到季逸超不愿创业的真实想法后，对季逸超大为赞赏，便建议先成立一个实验室，并说：“不设时间表，不看财务报表，就做你自己最喜欢最狂野的事，哪怕你把钱都花光了，失败了，只要你继续创业，我们仍然出钱。”

当听说不用承担盈利压力，爱做什么就做什么时，季逸超想，何乐而不为呢？就这样，季逸超接受了投资，组建了自己的 Peak Labs 实验室，走上了创业的道路。

创业启示

季逸超出生于1992年，父亲是北京大学物理系教授，母亲是中关村IT公司高管，优越的家庭条件和父母开明的教育理念使季逸超从小就能专注在自己想做的事情上。他学习编程不是为了考学，仅仅出于兴趣；他开发APP，不是为了赚钱，而是“解决人们遇到的难题”；他坚持软件收费，是坚信自己开发的系统值得用户付钱；他拒绝投资，是不想过早承担盈利的压力，怕失去自由。正是这种专一和专注，使他成功开发出“猛犸”浏览器，并吸引投资人主动找上门。季逸超的成功告诉我们：成就一番事业的最佳途径就是热爱你的事业。等你真正热爱你的事业了，投资就自动找上你了。

6. 罗伯特·克罗克（Silly Bandz创始人）：彩色橡皮筋里的蝴蝶效应

If you believe in yourself and your idea, don't ever give up, because if you do give up, you're never going to know what could have happened.（如果你相信自己和你的想法，永远不要放弃。因为如果放弃了，你就永远看不到明天的成功。）

美国人罗伯特·克罗克本来是一个摇滚音乐发烧友。他从小在托莱多东区长大，学历不高，只在欧文斯社区学院拿到了一个市场营销的学位。他的祖母有一家餐馆，祖母去世后，克罗克便开始经营这家餐馆，因为兴趣，他将这家餐馆改造成一家摇滚乐酒吧。

可是这样的日子没维持多久，2000年，罗伯特被控支票造假，被判处缓

刑，两年后，他又被判漏税，需返还税款，并缴纳罚款共计4.5万美元。更糟糕的是，法院不再允许他继续经营酒吧。

被逼无奈的罗伯特·克罗克只好放弃原来的事业。这之后，罗伯特成立了一家叫做BCP Imports的小型外贸公司，开始售卖一些时尚小玩意，诸如个性文化衫、狗牌、马克杯和硅胶手环等，但是并不很成功。他还曾拿到市政剧场音乐会的售票权，并在开始的几场音乐会中做得很成功。可惜好日子不长，市政议会和市长就合同产生了争议，罗伯特又被迫放弃了这一项业务。

像罗伯特·克罗克这样的小企业主，在美国俯拾皆是。谁也没有想到，这个已经年届40岁的美国人竟然成为了一个商业天才。

一次中国行，给罗伯特带来了新的转机。

2007年，罗伯特·克罗克来到中国拜访为他生产硅胶手环的厂商，并一起参观了一个展销会。展销会上，他看到一些彩色橡皮筋，这些橡皮筋有许多动物造型，也有许多不同的颜色，被人们当成手镯戴在手上。2002年，这种橡皮筋由日本商人首先进行出售，但是，日本商人却将其当做办公用品，因此业绩平平。

看着这种橡皮筋，罗伯特·克罗克灵光一闪：“如果把这些橡皮筋改良一下，改造成时尚饰品，是不是更有市场呢。”

“这些橡皮筋非常可爱，肯定会让孩子们十分喜爱，说不定他们还会像收集口袋怪兽卡片一样，来收集这些橡皮筋呢。”

熟悉终端市场的罗伯特立刻敏锐地感觉到，这其中将有一个庞大的潜在消费市场。回到美国，他立即注册了Silly Bandz（傻傻橡皮筋）品牌，并专门请设计师对橡皮筋进行了改良，造型更加丰富，色彩更加鲜艳，使其更适合佩戴。

橡皮筋做出来了，如何卖出去呢？此时的罗伯特，生活圈子除了家人朋友就是当地摇滚乐爱好者，几乎无一可以利用上的资源。思索了一圈，罗

伯特想到，曾经有20万人在他网站上购买过硅胶手环。那就先让这20万人知道他的Silly Bandz吧。于是，罗伯特马不停蹄地展开销售工作。他编辑了一些关于橡皮筋的邮件和短信发给了将近20万的客户。

可是，这还不够，知道或对Silly Bandz感兴趣的人还是很少。下一步怎么办？罗伯特又想起了社交媒体营销。所谓社交媒体，就是指允许人们撰写、分享、评价、讨论、相互沟通的网站和技术。像开心网、人人网、饭否、QQ空间、优酷、土豆、新浪微博等均是。社交媒体营销，就是借助这些平台来做营销，罗伯特觉得这是一种很好的营销方式。

早在2003年Myspace问世的时候，罗伯特就注意到这个在线交友平台可以用来推广自己的产品，尤其是独特时尚的个性小玩意。他曾经把自己的一些产品放在上面推销，取得了不错的成绩。这次有了更新颖的产品，当然更得好好利用这些资源。

很快，罗伯特成立了社交媒体营销部，并将目光瞄准了当时的美国三大社交媒体网站：Facebook、Twitter和Youtube。2008年夏天，Silly Bandz拥有了自己的官网，网站上，除了每个产品下面有Facebook和Twitter的分享链接以外，网页的左侧有两个社交网站模块，网站的底部还有一个固定的悬浮条幅，只要点击这些条幅上的Facebook和Twitter链接便可以分享网页。

为了进一步培育市场，将Silly Bandz打造成时尚潮流符号，罗伯特制作了关于橡皮筋玩法的视频发布在Youtube上。经过两年的培育，Silly Bandz从2009年开始销售额快速增长。为了给升温的市场再加一把火，2010年，罗伯特又投入资金在Facebook上做广告，33天后粉丝增加了25万。到2012年，Silly Bandz在Facebook上有了1128001位粉丝，在Twitter上有18272位粉丝。而在Youtube上输入Silly Bandz，会得到8500个视频，其中一个视频的浏览量达到400多万次。

经过这一系列的操作，Silly Bandz开始以时尚符号的身份走进人们的生活。很快，Silly Bandz传遍全美小学。在美国很多小学，一些孩子都会拿

Silly Bandz攀比或交换。有时，他们会围成一个圆圈，并且把各式各样的傻傻橡皮筋放在中间，然后孩子们就开始瓜分这些好看的橡皮圈，每一种都会有人喜欢，都会有人来抢。那现场气氛一点都不亚于纽约证券交易所的交易大厅。还有些低年级的孩子在课堂上也想着Silly Bandz，以致不能专心学习。为了不让Silly Bandz影响孩子们的学习，美国很多学校甚至把它列入黑名单。也有些学校专门规定了“傻傻橡皮筋日”，允许学生在傻傻橡皮筋日把它带到学校来。

这种时尚之风甚至吹到成人中，一些成年人包括好莱坞明星们也把Silly Bandz当做手环带在手腕上，出席各种场合。

罗伯特的生意随着这股热潮的涌起增长起来。2008年，只有美国东部的一些小店里才会出售这种傻傻橡皮筋。而两年之后，傻傻橡皮筋已经走过了15个国家，有将近三万家大大小小的店铺在出售。2010年，傻傻橡皮筋仅在美国就达到了一亿美元的销售额，步入2011年，这个数字又翻了一番。

创业启示

异形彩色橡皮筋不是罗伯特首创，在此之前，日本人曾拿它参加过设计大赛，在各类展销会上展览，还曾登上《纽约》杂志封面，并在日本和美国卖了好几年。见过的人不可谓不多，可只有罗伯特·克罗克把它改良成时尚饰品并使其风靡全球。这其中，除了罗伯特化腐朽为神奇的创意外，更重要的一条是，他采取的营销手段，即社交媒体营销。社交媒体营销在美国已经做得十分成熟，它可带来乘数效应（Multiplier Effect），即通过每个人好友群的观看和分享，达到成几何倍数的病毒式传播。毫无疑问，这种爆炸式传播对Silly Bandz的成功起了巨大的推动作用。

7. 李宝庆（卖旧报纸的网店老板）：“旧时光”里掏出新项目

互联网时代，是一个“一切皆有可能”的时代。马云的阿里巴巴布下了一个商业大局，引领很多人走向成功。但是，其中失败的人也不少，其实要想成功创业，最好的办法就是能够找到别人还没有想到的点子，找到市场的空白，找到这些就等于找到了机遇，即使刚开始不一定成功，坚持下去，总能见到彩虹，因为空白的市场就会有需求。

三十多岁的李宝庆从来没有想过自己创业，更加没有想到自己会凭着创业之道成功致富。2001年他还在中国石油大学的时候，就想着毕业之后，能找到一份安安稳稳的工作就足够了。毕业之后，李宝庆顺利进入了北京的一家国企工作。稳定的工作时间和悠闲的工作方式，令李宝庆有更多的空余时间去做自己喜欢的事情。生性好静的李宝庆，喜欢平时无事的时候，去附近的一家图书馆看书，有时候整天泡在那里竟然忘了时间。

一次，他又去泡图书馆的时候，跟他熟络的图书管理员带着伤感告诉他，这家图书馆就要搬迁了，恐怕以后会很少见到他了。李宝庆一听，就对这家图书馆产生了依依不舍的感情，毕竟毕业工作之后，他去得最多的地方就是这家图书馆。图书管理员说：“要是你不舍得，可以留一些图书馆的物品做纪念。过几天，我们就会把整理出来的旧书报打折出售。你这么爱读书，到时候过来看看有没有喜欢的旧书报，也好给自己留一个纪念。”

李宝庆连忙说好，等到图书馆出售旧书报那天，他早早就站在书摊前，挑选着自己感兴趣的旧书报。李宝庆在浏览中，意外发现图书馆竟然还保存着二三十年前的旧书报。虽然李宝庆是个年轻人，但是他对旧东西有着一股莫名的喜爱，觉得具有年代气息的旧东西，是一个时代的见证者

和讲述者。他毫不犹豫地以300元的价格买了三本1975年到1980年间的《人民日报》。“这些具有一定年代的报纸，新闻和广告十分有意思。”李宝庆说，他喜欢在闲来无事的时候，翻看这些旧报纸。透过这些旧报纸，李宝庆觉得能触摸到过去那些人们已经遗忘的旧时光。自从那次之后，他开始有意识地收集一些旧报纸，并通过各种渠道收集了近一百本旧《人民日报》。收集旧报纸对于那时候的李宝庆不过是一种爱好。但令他没有想到的是，单纯的愉悦之举，竟然在日后给自己带来了财富。

作风老派的李宝庆，思想却新潮，在他那个时候网络还没有现在这么普及，不过他经常上网冲浪，浏览新闻。一天，他浏览到一则这样的新闻：2001年，国际奥委会送给中国申奥功臣何振梁先生一份特别的生日礼物，那是一份他出生当天发行的英国《泰晤士报》。

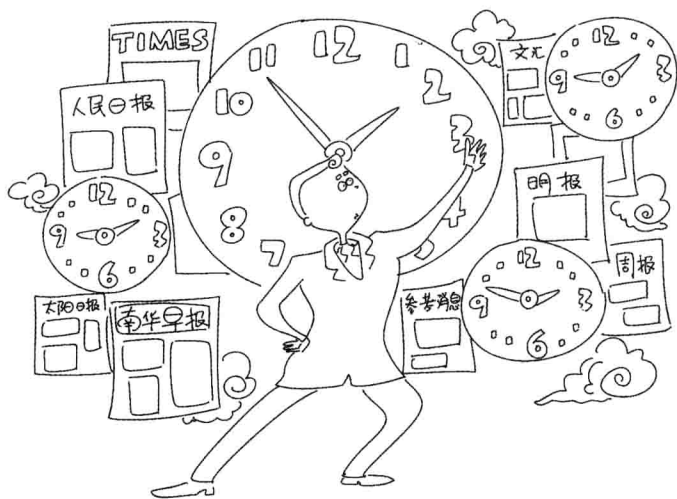
看完这个新闻之后，李宝庆心中大喜，他想现在的人们讲究送礼的创意，送礼的人收到一份特别的礼物就会开心不已，也许礼物本身的价值不高，但是重在这份礼物的独特。而送别人生日那天的报纸作为礼物，就是一个非常不错的送礼创意。懂得点心理学的李宝庆知道人们喜欢夸大自己出生的重要性，这样他们会更有存在感，而看自己出生当天的报纸新闻，从中发现那天有什么特别的事情，也是在放大自我存在感。所以，一张老旧的报纸，因为一个和自己有关联的日期，竟然对自己存在着特别意义。

李宝庆想到自己一直收藏着的旧报纸，他认为这里存在着巨大的商机。可是，卖报纸有书报刊亭，卖书有书店，卖过去的报纸，应该寻找怎样的渠道呢？

他想到平时浏览的网络商店，不少人把网络作为平台，远程售卖自己的商品，这样的售卖方式最大的好处就是卖家和买家跨越空间距离，直接在虚拟空间上实行实体交易。李宝庆敏感地感觉到，这种电子商务方式，很快就会成为人们上网冲浪的主要活动，而他售卖的旧报纸，更可以通过网络找到更多有兴趣的买家，而不是只局限在一个小空间里。

想到这点之后，李宝庆马上摸索着开网店的门路。他决定在易趣上小试

牛刀，后来发现很多中国人喜欢在更加本土化的淘宝上购物，于是他把自已的“旧日时光”转移到了淘宝。刚开始李宝庆的网店并没有多少生意。他遇到的问题主要是，毕竟送人报纸作为礼物，还是一个很新的创意，那时候还没有多少人能够接受这个新理念。此外最重要的是，尽管他收集了大量的旧报纸，但是面对客人对不同年月日报纸日期的要求，更多时候是满足不了的。眼看着这些客户大大流失，李宝庆认为有必要扩大自己的货源。他下班之后，就有事没事地跑去一些古董市场和旧书店收集旧报纸。



为了能找到适合的货源，他常常会蹲在旧书报店前一整天。这种地毯式的搜索能给李宝庆带来不少意外的收获。运气好的一次，他竟收集到了一整吨。那次他雇了一辆货车，才把整吨的旧报纸拉走。回家之后，他按照年月日分门别类地整理好报纸，并把不够完整、品相不好的报纸淘汰掉。他坚持认为，尽管报纸是旧的，但是不能有破损，一旦有破损，那就是废纸一张。

在整理之后，他把报纸信息一张张地录入电脑，以方便客人询问的时候，可以即时解答。在经过大半个月的整理之后，李宝庆的网店一下子有了巨大的货源。这时，他的网店也引起了很多客人的注意，再加上他们想要的日期，基本都可以找到，大大满足了客人的需要。

经过创业的低潮期之后，李宝庆的网店开始迎来了大批顾客。他发现收集的报纸越多、种类越齐全，顾客就会越多。所以，除了加派人手搜罗旧报纸之外，他还尽可能地增加种类。他的网店从单一的报纸增加到了大报、画报和地方报，而年代从20世纪50年代到现在都有。

网店越做越大的李宝庆干脆辞掉自己的工作，专心经营自己的网店。现在他每天的报纸销售额可以达到两万元，一张20世纪80年代的报纸可以卖到30多元，年代越久远，价格就越高，像20世纪40年代的原版报纸可以卖到600多元一张。可以说，李宝庆是旧货网店经营者中最为成功的一个。

创业启示

随着现今各种社交网络和网上购物的流行，越来越多的创业者加入到电子商务这个行业中来，在网络商店这一块更是引来了大批的创业者。无论是消费者还是创业者，网络商店能够给他们带来与实体店不一样的方便和实惠。而一个网店店主，不止在网络上存在竞争，现实生活中的同类商品实体店也是他的竞争者。如何在众多竞争者中脱颖而出，网店店主需要具备三个竞争条件，那就是方便、商品有特点和服务能力强。网店店主只要找到市场空白，并且快速做出回应，在服务的过程中改善网络商店的缺陷，就能够成功地利用网络挣到自己的第一桶金。

8. 孟超（外卖数据库创始人）：“喂”人民服务

有人说，人类的思维具有极大的惯性，思想的快车一旦跑偏，就会加速驶向悬崖。然而，一味地遵循教条，依靠前人留下的成果生活，必然陷入庸常的泥淖。创业公司是靠着新奇的点子生存的，失去这个基础，前途大多数都是一片渺茫。只有保持自己鲜明的特色和不可复制性，才能在浩浩荡荡的创业大军中生存下来。

毕业于清华大学的孟超本来是吃穿不愁，有地位有铁饭碗的。但是，一向在学校里十分活跃的他进入事业单位十分不习惯。于是在工作了一段时间之后，他决定辞职，开创自己的一番事业。

对于孟超的行为，父母十分反对。他们认为，孟超现在有车有房有工作，可以安安稳稳地生活，为什么非要让自己受罪呢？孟超说，既然吃穿不愁，什么都有，所以我没什么好怕的，这也就利于我的创业。就这样，他做了父母半年多的思想工作，终于说服了他们，开始创业。

孟超读书期间，成立了一个清华大学学生交流对外协会，这个协会每年都被评为清华大学的十佳协会，在协会他认识了生物系的赵珏映和机械系的罗晟，因志同道合，很快成了亲密的朋友。他们三个经常聚在一起探讨一些创业的问题，但是毕业后就中断了。三人各自工作：孟超留校，赵珏映在宝洁香港区客户生意发展部任大客户经理，罗晟在IBM做大客户销售。大家都很忙，但是总会抽出时间来打个电话联系一下，讨论一下创业的领域和方式。半年后，他们觉得不能再这样等下去了，于是辞职在北京开始创业。他们先后做过咨询、旅游、设计、贸易等项目，但是结果都不怎么理想。投资越来越多，随着投资石沉大海，他们都开始有点儿泄气了。

一天晚上，他们三个人加班到很晚，忽然想吃外卖，但是在网上找了好

半天也没找到满意的外卖信息。他们忽然想到，有这种情况的人一定还有很多，有需求就有市场和“钱途”。针对这个问题，他们立即进行讨论，并准备就此大干一场。

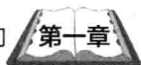
大家通过网络了解到，订餐网站其实在2000年的时候就已经存在了。其模式都是类似的——纯粹的代人订餐。具体流程为“消费者在网上下单—网站联系外卖店—外卖店送餐”。网站通过抽成的方式盈利。这种模式看起来合乎逻辑，实际做起来却很难行得通。首先，这种模式的结算十分繁琐，需要店方和网站一一核实，非常浪费人力物力；其次，网站与店方的合作关系很弱，店方如果不配合完成订单，网站也没有别的约束办法，唯一的惩罚措施是将店方信息从网站撤走。随着撤走的店方越来越多，网站的规模会越来越萎缩，难以生存，更别提什么盈利了。

大家通过对失败模式的反思，提出了一种新的思路：网站负责展示店方信息，由消费者自己订餐。这个流程省略了网站代订餐这个步骤，也就减少了网站的运营成本。现在他们并不急着盈利，而是放长线钓大鱼，先慢慢积累客户。因为孟超相信，每一个订餐者给网站带来的价值是一定的，当这个价值总和达到一定数量的时候，即网站用户规模达到一定数量，店方肯定会注意的。他们依照前一种模式愿意给的钱，也会毫不吝惜地花到自己的网站上。

然而天下武功，唯快不破。在这个竞争激烈的市场上，时间就是金钱，越早做大规模，越容易挣到钱。他们的竞争对手美餐网、外卖网等如今的规模都差不多，谁能快速获得尽可能多的用户，谁就能在市场中立于不败之地。

确定了这个思路之后，孟超立刻开始了市场调研。他首先在网上寻找类似网站，最后发现并没有以这种方式运营的网站。然后实地调研网上订餐的需求。他和两个同伴去附近的外卖店，向老板了解情况，一段时间后，也了解到外卖的市场是很大的。

有了实际数据垫底，孟超的心里踏实了很多。他全力投入到网站的建设



中。2010年3月，孟超的网站上线了，一年半之后，他们的网站已经收集了北京7000家外卖店的数据。

阶段性的胜利之后，孟超和他的伙伴们又将目光投向了移动互联网。一开始，孟超显得很谨慎。考虑到顾客订餐多是在家或者在办公室，一般情况下都守着电脑，因而电脑是订餐的首选。孟超选择了等待时机。随着智能手机的迅速普及，移动互联网已经是当今互联网领域最热门的词汇，这里面蕴含着许多商机。看到了这一点后，他们立刻开始行动，开发出了自己的APP并上线，在一个月的时间里，网站数据增加到2000多家，并且冲出北京，发展到了全国大小三十多个城市。

这样短的时间里获得这么多数据，可并不是凭运气，这可是让孟超动了不少脑筋的。以往收集数据，需要叫专人去外卖店，一家一家地拿回数据、录入后台，这是一个超级耗费人力资源的工作。而现在，大家改变了策略。他们鼓励用户在餐厅吃饭的时候用手机拍下店里的外卖单并上传网站。只要照片清晰，他们就付给用户两块钱。用户可以把钱提到支付宝里，也可以通过网站将钱捐献给“免费午餐”公益活动，用户会收到短信形式的电子证书。

这个想法实在是一举多得的好点子。网站节省了大量因往返于公司和外卖店而增加的成本，还让订餐者获得了一些利益，而且有益于社会公益事业。现在，他们网站上商家数量增长至将近8000个，单单是审核用户上传的菜单这一件事，就几乎让他们忙疯了。

项目开始后的很短一段时间，孟超等就已经拿到了第一笔天使投资。目前，孟超和他将近十个人的小团队正在中关村一座住宅里继续创业并寻找新的投资。他们距离自己的创业梦想越来越近。关于创业，孟超说道：“创业本来就是有风险的，人人都害怕创业失败，资金都搭进去了，但是，只要按照自己的想法去做了，就算是失败了，也是有所收获的，如果不做，永远都不知道下一秒会发生什么，机不可失时不再来，趁着年轻，应该多尝试，我还年轻，所以我不害怕失败，我害怕自己失去尝试的机会。”

创业启示

郎加明对创新有这样一个定义：“对于创新来说，方法就是新的实践，最重要的不是知识，而是思路。”哪怕是简单地改良旧有方式也是创新的一种。当所有人都一窝蜂沿用同一种模式淘金时，聪明的人会换个角度看问题，“横看成岭侧成峰”，孟超的例子就印证了这一点。

9. 吴欣鸿（美图秀秀创始人）：“千万”小子到“亿万”先生

都言时势造英雄，而要成为英雄，需要的不仅仅是时势，更加重要的是你有没有抓住时势的能力与眼光。真正的智者，应当富有远见卓识，能够看到人所未见的机遇，并利用资源借势而起。

吴欣鸿出生于福建泉州的一个商贾之家，含着金钥匙长大，是名副其实的富二代。可能是因为家庭环境的影响，吴欣鸿自小就有创业投资的想法，但吴欣鸿的创业之路一路走来，并不是十分平坦的。

不同于一般商贾之家的孩子，吴欣鸿小时候念的是美术，凭着美术方面的成绩，考上了泉州著名的高中——泉州一中。本来大家以为吴欣鸿会这样按部就班地好好念美术，参加高考，最后进中国的高等学府继续深造，但吴欣鸿打破了大家的期望，中考后就决定休学两年到杭州的中国美院进一步系统学习美术。吴欣鸿说：“既然我以后上大学也是学画画，为什么不现在就去呢？”虽然家里人反对，但最终还是拗不过他。年仅15岁，吴欣鸿便一个人孤身在外求学。

这或许是少年的叛逆，但这一段经历却对日后吴欣鸿的发展产生了深远的影响：他爱上了摄影。从家里拿钱买了一部单反，每天做的事不是画画，就是照相，一切纯粹出于兴趣。“那两年过得很轻松愉快。”多年后回忆起这段日子，吴欣鸿依然是笑容满面。

泉州一中仍然保留着吴欣鸿的学籍，他求学两年归来后，继续在泉州一中跟学弟学妹们念高一。这个时候，正是1998年，中国的互联网已经崭露头角，电脑开始走进少数中国人的家庭，吴欣鸿家便是其中之一，也是在这个时候，吴欣鸿开始与互联网结下了不解之缘。

偶然的一则新闻，让吴欣鸿与互联网有了实质性的接触。“一个叫做‘business.com’的域名，在美国竟卖出了750万美元。”正是这则新闻，让吴欣鸿看到了域名背后的商机。所幸虽然吴欣鸿年纪尚小，但可能是泉州环境的影响，父母对于儿子做生意也没什么意见，给了吴欣鸿一万块钱。

吴欣鸿拿着这一万块钱正式试水，但一开始并不像他想得那么顺利，最后一万块钱打了水漂。一年下来，吴欣鸿没有成交一个域名。一万块钱虽说是打了水漂，但也当是交了学费，吴欣鸿开始慢慢懂得域名投资的诀窍。跨入千禧年，吴欣鸿赚回了人生的第一桶金。当时他手里有一个叫做“e23.com”的域名，经过相互磋商，最终以3000美金的价格与美国一家公司成交了。这几乎把吴欣鸿之前投资域名的成本都收回来了。2001年，吴欣鸿面临高考，但彼时他已经陷在互联网的浪潮中无法自拔了，最后吴欣鸿放弃读大学，专心搞域名投资，慢慢地也有了积累。

2002年，吴欣鸿发现了一个叫做“520.com”的域名，这个与网络流行语“5201314”（我爱你一生一世）非常相近，吴欣鸿预感到这个域名如果能做交友网站一定会成功。这个时候腾讯刚刚推出了QQ交友，无形中对网恋起了相当大的推动作用。吴欣鸿这次决定创立一个交友网站，会员要付费才能取得对方的联系方式。但这次吴欣鸿失败了，本来单靠一个域名成立一家公司就是天方夜谭，而且当时的他是一个宅男，根本不懂用户需

求，交友网站的失败也是必然的。况且当时中国互联网最赚钱的生意是SP（SP指移动互联网服务内容应用服务的直接提供者，负责根据用户的要求开发和提供适合手机用户使用的服务）。但吴欣鸿认准了交友，一条道走到黑。

两年多后，“520.com”账目清零，吴欣鸿把公司关了。关掉公司后，吴欣鸿加盟了朋友蔡文胜的“265.com”，但不是做与“265.com”相关的事，而是做搜索工具条：YOK超搜索。YOK在推出的第一年便盈利近千万元，这是吴欣鸿在蔡文胜手下的第一次尝试，没有一鸣惊人，但也让人刮目相看。之后，吴欣鸿便一个一个项目地接着尝试，大部分是网站，涉及股票、视频、资讯等等。这些都是利用流量赚钱的，虽然利润不少，但吴欣鸿对这些一直提不起兴趣。

机会再一次来临。吴欣鸿在QQ群中发现，很多人喜欢一些奇奇怪怪的符号和表情。他突发奇想，如果推出一套适合网络语境的文字形式，不是会很受欢迎吗？

2007年开春时节，从立项到推出，短短三天，吴欣鸿和他的团队就让火星文上线了。火星文因为符合众多90后的需求，瞬间就在90后群体蔓延开来，到了9月，用户量破千万，到了年底，更是飙升到4000万，并有向85后蔓延的趋势。

吴欣鸿总结火星文成功的原因有三点：“一是我们目标定位明确，就是那些比较追求个性，标新立异的90后女生。二是我们的传播是通过QQ群的，这让传播速度呈现几何级数增长。三是切入角度很轻，这不是一个真正意义上的互联网产品，只是关于输入法的外挂而已。”

火星文很成功，但产品定型后，商业空间在哪里是吴欣鸿要思考的一个问题。“火星文只是一款小小的软件，展现空间不足，真的很难有商业发展空间。”更让吴欣鸿苦恼的是：“可能跟90后脱节太远，我自己基本不用火星文，一个产品连我自己都不喜欢用，我真的很难想象出它会有什么前途

可言。”

继续做吧，自己不喜欢，但若说放弃，也舍不得，毕竟有数量如此之大而且特征鲜明的用户群。在一次与蔡文胜的闲聊中，吴欣鸿得到了启发。当时的修图软件市场里，只有PS和光影魔术手，前者操作步骤繁琐，后者已经卖给了迅雷，修图市场有相当大的作为。而且吴欣鸿在QQ空间瞎逛时发现很多90后的女生虽然很爱晒照片，但太多的照片质量实在是有点惨不忍睹。

火星文的用户群体大多是90后，而这部分群体对修图软件有需求，因此如果做出了修图软件，在推广上也不会有太大的难度。2008年10月，吴欣鸿上线美图大师——美图秀秀的前身，到年底，用户量突破100万。后来大家觉得美图大师这个名字有点儿过于正经了，不太符合用户群的审美，上线两个月后便改了名字，叫美图秀秀。

美图秀秀不断更新，2009年增加了美容功能。所谓美容功能，就是给照片化妆，但又不像专业软件那么复杂，深得一群想臭美的“小萝莉”的心。这个功能让美图秀秀的用户数量瞬间得到极大提升。吴欣鸿的团队深知，大多数用户会在版本升级区下载软件，因为大家都喜欢用新的。为此，他们制定了一个策略，美图秀秀更新频率为一到两个星期一次。吴欣鸿说：“只要我们时常更新，就会获得更多的曝光机会，在排行榜上的名次也会得到提升。”

这一年，吴欣鸿从蔡文胜的公司独立出来，成为了一名创业者。吴欣鸿带领着美图秀秀一步一步向前行，取得了十分骄人的成绩。2011年年底，美图秀秀在PC（个人计算机）和移动客户端用户突破1亿；2002年，PC端用户量突破1亿，PC加移动端突破2亿；2003年春节，移动端用户量突破2亿，单日活跃用户突破1800万，并一直呈增长趋势。发展至今，美图秀秀的用户人群不只将90后一网打尽，更将80后、70后收入囊中。

吴欣鸿踌躇满志，准备利用美图秀秀进军手机市场。2013年5月19日，

美图秀秀在北京举行发布会，并发布Meitukiss手机，这款手机拥有800万像素的前置摄像头，自拍功能十分强大，定位是那些爱自拍的女性，市场前景很广阔，相信不久的将来，吴欣鸿的Meitukiss手机会引发新一轮的狂潮。

创业启示

经济飞速发展，不断有创业奇才涌现，你有没有想过，为什么那个人不是你？

机遇从来没有特别青睐某一个人，关键是你能不能抓住。吴欣鸿看到了域名的商机，看到了火星文的市场，看到了修图市场的前景，然后迅速出击，最后，吴欣鸿成功了。抓住机遇，说不定下一个成功的便是你。

10.徐智明（快书包创始人）：着急就找快书包

生活不是缺少美，而是缺少发现美的眼睛。同样，在商场里，不是没有生存空间，而要看你有没有一双能够发现商机的眼睛。

对于网络书店，当当、卓越、亚马逊等巨头已经占据了相当大的市场份额，可以说市场已经接近饱和，想要在这个市场里再分一杯羹，似乎有点不太现实。但徐智明却做到了，他的快书包从2010年上线至今，已经在网络图书销售市场占有一席之地，规模不容小觑。

“我毕业后就一直在经营书店，现在15年过去了，随着中国经济环境的改变，人们的生活方式也在发生着改变。对书籍的需求已经不再局限于纸质书，更多人喜欢上网阅读。而且读书也有了目的上的改变。”当前人们需求的变化直接导致网络书店时代的来临。

徐智明和夫人共同经营“龙之媒”书店，书店名气不小，但就像一个空壳子，光好看，钱挣不了几个。“快书包如果做成了，利润空间会很大。”徐智明对他的快书包很有信心。

快书包在建立之初，卖点便是承诺“一小时送达”。徐智明这个点子源于他在一次出差旅途中，看完了酒店提供的书籍，穷极无聊想着要是有一本书能快速送到手里读就好了。继而又想，怎么现在就没有这种能把自己喜欢的图书快速送到手里的服务呢？

当下的图书销售市场的确是没有这种服务的，实体店要消耗大把时间在选书上，而网络书店的送达时间少则一日，多则数日。这不是消费者选择的结果，而是迫于现实的无奈。“为什么我不能提供一种为顾客快起来的服务呢？”起了这个念头，徐智明的心就没有办法再安定下来了。说干就干，在中国图书市场的割据局面已经形成之后，徐智明大胆选择以快速送达作为卖点切入网络图书销售市场。

但这只是一个模糊的概念，具体要怎么做徐智明开始时也是毫无头绪。超市7-11的成功让他茅塞顿开。为什么每天有那么多人到7-11报到，就是因为7-11能提供最基本、最简单，也最为标准化的服务，让你无需耗费太多的精力。而徐智明多年经营书店经验让他知道，最难的不是卖书，而是卖什么书，这是决定能否在图书市场上生存下去的关键。同时麦当劳的快速送达也给了徐智明启示，对于繁忙的都市人来说，若能大大缩短图书从仓库到他们手上的时间，也是一个相当大的卖点。

一切就绪，徐智明建立了自己独特的商业模式，一个独立书店，既能像便利店一样提供独特的需求，也能像麦当劳一样快速满足顾客的需求，而无需等待过长时间。

为了保证图书的价格能与当当、卓越等大型网络售书中心一致，徐智明借着以前经营实体书店的优势，挖来了曾在当当网主管采购的蒋磊。跟经销商打交道，蒋磊十分有经验，能确保快书包拿到与其他人相同的采购

价，这样在价格和出货时间上就能与当当、卓越等大致相同。

快书包自2010年成立以来，商品以畅销书为主，服务特色是“一小时送货上门”，还有“限时送”、“定时送”等满足顾客不同需求的服务。这些经营理念固然吸引人，但酒香也怕巷子深，如何快速打开快书包的知名度，让大众熟识，是摆在徐智明面前的一个难题。好在皇天不负有心人，机会终于来临了。

“当时我们在微博和豆瓣上发布了韩寒《独唱团》一小时送达的消息，当即预定爆满。”徐智明看准了这次机会，马上在百度上买下了“独唱团”的关键词。韩寒的粉丝口耳相传，预订量不断上升。这或许是一个令快书包快速打开知名度的机会，但徐智明错估了实际情况，销售和配送都已经达到临爆点，快书包根本无法完成配送任务。“一小时送货上门”的承诺被打破，快书包遭到了订阅者的指责，辛辛苦苦建立起来的一点知名度瞬间毁于一旦。

独唱团事件对快书包而言是一次打击，但徐智明并没有放弃。他认真总结了这次经验。第一，对于已达销售临爆点的图书，接受预订要相当谨慎，否则可能兑现不了一小时送达的经营承诺；第二，在配送已经达到临界点时应该立即停止接受订购。同时，为了挽回快书包在顾客心目中的形象，当晚徐智明就在快书包的官方网站上发表了致歉声明，并于次日取消了对该书的订阅，穿起了工服和配送员一起努力把第一天的订单送完。据徐智明后来的回忆：“整整三天才送完。”

对于独唱团事件，徐智明说：“它让我们做了一次极限测试。”测试表明快书包在人员配置和工作时间上都存在问题。针对这些问题，徐智明迅速调整了中心区域人员配置，在人口较为集中的地方，配备至少三名人员。其次，在送货时间上作了调整，由原来的早九点到晚九点，改为早九点到晚六点。同时为了解决有时送货力所不及的问题，徐智明还与一些咖啡馆合作，由咖啡馆为里面的客人提供限时送达的服务，然后与咖啡馆进

行收益分享。这种互利共赢的方式也是徐智明快书包的特色之一。

快书包投资小，在资金上一直小心谨慎，尽量让每一分钱都花在刀刃上。对于一个刚成立的企业来说，早期的宣传是相当重要的。诚然，广告是最为有效而快捷的方法，但广告费之高昂也是显而易见的。快书包资金短缺，采取强劲的广告攻势是不切实际的。那怎么办？徐智明对此在他的《快书包为什么能活下来》一文中作了解答。“快书包是以品牌取胜的，我们注重细节，注重客户体验，正是这一点一滴的行动，让大众逐渐熟悉了快书包，也接受了快书包。企业的品牌形象一旦建立，对企业而言，就是不可估量的财产。进一步说，也是企业将来可以持续发展的重要支撑点。”

徐智明说：“与其在各大网站上狂轰滥炸式地打广告，还不如做一些实事，既可以为快书包日后发展留有资金，也可以让消费者体验到我们服务承诺的可信性。”所以成立至今，快书包并没有做过任何广告。“利用广告来扩充知名度，这样的事情我是不会干的。”徐智明每天会花大量时间在微博上，随时关注微博动态，并耐心听取网友们的意见。“很多改变都是因为网友的一句话。”徐智明说。在2012年的微博营销大会上徐智明畅谈了自己的微博营销观，他认为如今的微博时代，已与过去有所不同，草根有朝一日可能也会成为明星，而小企业也不一定永远都在大企业之下。

2012年年中，新浪微博投资900万元给快书包，这让快书包更加有了底气。徐智明对外发表宣言，快书包不仅有书提供给消费者，而且也是一家可以让你足不出户就能轻松购物的网上便利店。相比快书包建立之初，现在快书包除了经营图书销售，还增加了杂志、鲜花等的销售服务，服务范围也扩大到7个城市。

2012年，徐智明将快书包定位为“网上精选便利店”，12月在微博上喊出了“着急就找快书包”的口号。2013年，快书包将扩大在北京、上海等城市的配送范围，同时会继续增加广州等城市的服务。预计2014年能收回投资成本，实现盈利。对于快书包的未来，徐智明十分自信。

创业启示

“着急就找快书包。”无可否认，这样的口号是新鲜的，迎合了当今繁忙都市人的生活需求。

网络图书销售市场已经接近饱和状态，要想在这个大市场里分得一杯羹谈何容易。但徐智明将快书包定位在了一个“快”字上，这样便与其他网商有了区别，从而获得了生存的机会。徐智明的经历告诉我们，哪怕最稳固的市场都是有突破口的，只要找到了这个突破口，你便有了赢的机会。关键是你敢想、敢做。

第二章 草根与贵族的距离

——还好，只是输在起点上

1. 沈浩波（磨铁老板）：市场像条大河，只有自己下去游，才知道深浅

面对新的事物，人们常会因为“未知”而感到畏惧，但是如果因此而轻易说“不”，那便会失去许多机会。萧伯纳曾说过：“一个尝试错误的人生比无所事事的人生更荣耀，并且有意义。”放弃尝试连成功的边角都触及不到，只有亲身尝试，才能知道成功的奥秘。

文学总是吸引人的，来自江苏小县城的年轻人——沈浩波自从接触到海子、北岛等人的诗集后，便一发不可收拾地爱上了诗歌创作。此时，沈浩波正就读于北京师范大学中文系，受过良好文学培养的他，开始走火入魔般地翻阅诗篇，并自行创作。皇天不负有心人，沈浩波凭借着自己《谁在拿90年代开涮》一文一炮而红，正式踏入了诗坛。虽然此时中国的诗坛已经不复往日的辉煌，但沈浩波从中得到了极大的快乐和满足。

随着名声的增长，1998年沈浩波顺利地成为《中国图书商报》的主笔，

此时的他还在大学就读。毕业后，沈浩波便成为《阅读导刊》的编辑部主任。一路上的顺风顺水，让沈浩波乐在其中，毫无忧患。然而，天有不测风云，人有旦夕祸福。一年后，沈浩波突然面临失业这一残酷现实，报纸停办，沈浩波失去了维生的饭碗。

此时沈浩波并没有察觉到危机的来临。出身“编辑主任”的沈浩波此时看不上知名报纸基层记者的岗位。沈浩波不希望被别人管着，但是他也知道没有人会让一个刚毕业的大学生坐上编辑部主任的职位，于是在“被人管”和“在家失业”之间，他毫无顾忌地选择了后者，并且悠闲自在的在家写诗、创作。然而，再富足的国库也顶不住只有支出没有收入的情况，终于有一天，沈浩波发现自己没钱了。

潜伏的危机突然爆发，让沈浩波有点措手不及，他想，自己要写诗必须先解决谋生的问题，不喜欢受人管制的脾气没改，那该怎样才有收入呢？沈浩波左思右想，苦苦寻觅良方，不做手下那只有当老板，于是沈浩波决定自己做图书出版。

说做就做，沈浩波从朋友那里东拼西凑筹集了15万元的资金，建立起了自己的图书工作室。刚毕业在报纸行从业的经历，让沈浩波对图书出版的流程有了一定的了解，但那只是皮毛。沈浩波并没有泄气，他想：“做图书就是那么一回事，什么都不会，学嘛！”于是他义无反顾挺身进入出版行业。

理想很丰满，现实很骨感。当时的图书出版环境并不理想，虽然民营出版公司发展多年，但都受到国营出版社的约束，市场缓慢地发展，民营图书出版公司不断被淘汰出局。当时的沈浩波很缺钱，所以那时的他一心想挣钱，但是 he 知道自己的兴趣太高端，可能不会得到读者的关注。于是他在出第一本书的时候告诫自己：一定要把对文学的热爱和图书出版工作一分为二，出书要为读者考虑，是服务于他们而不是取悦自己。

在这样的理念下，沈浩波的第一本图书——《蜡笔小新宝典》正式问世。毕竟是第一次做，沈浩波也难免有些激动，他拿着渠道商的电话号码，挨个将书发给他们，拜托他们销售。让沈浩波欣慰的是，所有书都出了手，

他以为自己“守得云开见月明”了。但是好景不长，沈浩波这个新手被老手们耍弄了，卖出的书就像打了水漂，卖了两三万册却没收回多少钱。沈浩波不想放弃，于是他又相继出版了两本书，但是境况与先前一样。15万元的资金转眼就消失得无影无踪，刚刚在出版行业起步就面临绝境。

在外人眼里沈浩波的处境已是相当危险，但是有诗人特质的沈浩波却并未因为赔本而伤心欲绝。因为他的脑袋里只有赚钱养活自己，然后继续创作诗篇一种想法。或许恰恰因为沈浩波没有绝望，才在绝处中等到了重生之机。

沈浩波的一个笔友将自己一部叛逆小说《北京娃娃》的手稿给了他，希望图书能够出版，出于友情的考虑，沈浩波答应了这个请求。于是他又借了五万元，并且做了最后的决定——如果能够做好就继续，做不好就此收手。然而，沈浩波又面临着以前的难题，怎样做才既能将书卖出，自己又能有收益。如果按照传统的路子走，必然还是要赔光资金。

沈浩波知道这次一定要创新销售方式，绞尽脑汁之后，一个大胆而新颖的想法浮现在他的脑海中——通过媒体的力量将书卖出去。于是他和自己能找到的媒体人都商谈了一遍，总计有一百多家媒体将《北京娃娃》的消息公之于众。

这次的尝新让沈浩波在出版这一行当中打了一场翻身仗，同时创造出图书出版行业借助媒体推广进行销售的方式。沈浩波经营的磨铁出版工作室一直在沿用这种方式，并且同行也在争相模仿。

初次的成功让沈浩波吃了一颗定心丸，他再接再厉，不久之后遇到的第二个契机让他在出版界名声大噪。他辗转、迂回经过多重途径签下了文字妖娆的台湾作家胡兰成作品的大陆版权。沈浩波对于文学灵敏的嗅觉让他成功，胡兰成作品在大陆出版后随即掀起一股胡学热潮。

2003年沈浩波的出版工作室一下子推出了十几本书，此时沈浩波觉得自己终于经过了暴风雨，能在成功的大洋上航行了。可惜，突发的非典打破了他的美梦，因为图书无法运出北京，所以销售活动就此陷入停滞状态。

可就在这个时候，他发现了另一块新大陆——网络文学。他尝试将一个

网上转载的帖子出版成书，然后包装上市，如此产生的《花样年华》，成为当年的畅销书籍，将沈浩波从低谷中解救了出来。

2005年，沈浩波和新的合作伙伴漆峻红将工作室升级为正式的公司：磨铁文化传播公司。他要让公司更加正规化。然而，走其他人走过的道路是不会更加成功的，沈浩波深知此点。他发现网络文学更贴近大众，而现在的图书市场却并没有网络文学的书籍。别人看不中的市场，在沈浩波眼里却是一块闪闪发光的金子，于是他着手做了起来。

沈浩波在网上广泛涉猎后，决定将《诛仙》从网上“转移到”书本上，并打着玄幻小说的旗号开始发行，图书一上市就脱销了。这样绝佳的情形同样发生在后来的《盗墓笔记》和《明朝那点事》的出版过程中。

沈浩波没有选错路子，利用网络文学，磨铁图书有限公司得到了一个良好的运营环境，声名鹊起，并且源源不断地收到优秀的网络作品。网络文学作品火了，其作者也火了，磨铁图书有限公司更火了。2006年，沈浩波意识到自己创立的磨铁颠覆了传统的出版行业，也将自己从危境中解救了出来。

得到重生的沈浩波一直不满足，他梦想着超越传统的出版商，将磨铁打造成大型的现代企业。2008年，他得到了深圳基石创投5000万元的投资，沈浩波的梦想终于开了花。他按照计划将民营出版业的这第一笔风险投资用在了磨铁的转型上，磨铁向全媒体逐步转型，并推出了多个专业化的独立子品牌。

北京磨铁图书有限公司的改造升级，让其成为一个更加正规化的企业，也让沈浩波在出版界成为打破多个常规的“第一个吃螃蟹”的成功者。

创业启示

何为创业，重点在于“创”字。何为“创”，走别人走过之路便不能称为“创”。创业就是要走自己的路，在他人未发觉或未敢尝试的母石上自己凿上两下。或许会失败，但是这样的失败比无为要有意义得多，并且没有谁是真正失败的，也没有人会永远失败。不下水试探，怎知汪汪碧池

有几许深。第一个吃螃蟹的人所品尝到的滋味，是其他后来人所品尝不到的，因为这成功的背后还隐藏着惊险和刺激。

2. 古尔巴斯克·查哈尔（离经叛道的投资者）：保持饥饿，保持愚蠢

乔布斯有句名言：“保持饥饿，保持愚蠢。”在追求财富和成功的道路上，我们要时刻牢记自己想要的是什么，追求的是什么，不要在追寻的道路上受周围花花世界的迷惑而忘了最初的梦想。我们也要时刻牢记，成功和财富虽然重要，可我们仍旧要保持谦虚，保持愚蠢。

不想当将军的士兵不是好士兵，不想坐拥财富的年轻人，便不是充满热血的青年。人人都有对财富的渴望，然而大多数年轻人却被各种贷款、费用压得喘不过气来。然而，25岁的古尔巴斯克凭借超出常人的所作所为，华丽转变为美国最年轻的亿万富豪。可能在别人眼中古尔巴斯克是个“一夜暴富”的幸运者，但他那九年的困苦挣扎却是许多人所不知道的。

1982年，古尔巴斯克出生在印度塔恩塔兰镇的一个锡克教家庭中。四岁时全家移民到美国，但日子过得十分拮据。从小古尔巴斯克就有创业的梦想，甚至希望为之而退学，但是他的家人都极力反对，不相信他能够有所作为，挨骂成了古尔巴斯克的家常便饭。

16岁的古尔巴斯克受到父亲的影响，对股票市场产生了浓厚的兴趣。他每天都比父亲更加积极、密切地关注着股票市场的各种新闻和消息，特别是新兴的互联网公司的信息，古尔巴斯克尤为关注。就在古尔巴斯克似懂

非懂的时候，他的第六感告诉他，他会在这个领域掀起一股狂潮，取得骄人成绩。对财富和成功的渴望，让古尔巴斯克决定放手一搏，在股票领域大显身手。

古尔巴斯克没有什么启动资金，于是就效仿股票市场中成功公司的案例，在自己的卧室中建立起了属于自己的第一家公司——Click Agents互联网广告公司。

17岁时，古尔巴斯克做出了一个重大决定，他放弃了自己的学业，专心投入到自己公司的运营中。当然这个冒险的决定遭到了父母的坚决反对，古尔巴斯克的父亲痛斥他说：“你太让我失望了！这一天我会永远牢记，因为这是我一生中最失望的一天！”然而，父亲的反对并没有阻挡住古尔巴斯克脚步，他做出了另一个自己认为最重要，但让父亲更加失望的决定，那就是将他留了17年的长发剪掉。

对于锡克教徒来说，最典型的装束就是包头和蓄须。解下缠头巾，剪掉受之于父母的长发对于锡克教徒来说，绝对是离经叛道的。可是在古尔巴斯克眼中，剪掉长发只是为了改变自己的外形，他说：“虽然头发剪掉了，但我依旧是一个地道的锡克教徒。”

对于父母的失望，古尔巴斯克虽然觉得难过，但是他相信，当自己成功的那一刻，父母就会明白自己的选择，不再失望，从而理解他、支持他。于是，成功和财富对于古尔巴斯克来说就成了挽救一切的稻草。

古尔巴斯克用心经营着自己的公司Click Agents，通过电话拜访的方式，古尔巴斯克联系到了旧金山左岸广告公司的一个重要客户，那就是一家类似于谷歌的搜索引擎——搜信公司。古尔巴斯克针对该公司设法增加网站访问量的问题，自信地说：“只要你给我一个30万美元的订单，我就能按照一个点击量一美元的价格替你增加流量。”凭借如此诱人的条件，古尔巴斯克说服了这家公司的CEO。

第三天，古尔巴斯克便顺利地拿到了30万美元的订单支票。当然，古尔巴斯克也没有食言，他真的做到了他所给出的承诺。在短短的6个月时间

里，搜信的访问量大增，Click Agents的月收入也高达十万美元。两年后，古尔巴斯克的公司规模从他一人扩展到由34人组成的战队。

2000年，对于古尔巴斯克来说是一个值得纪念的日子，他所建立的Click Agents公司被Value Click网络广告公司看中，最终古尔巴斯克以4000万美元的价格，将自己的公司卖给了Value Click。

卖掉自己公司的决定可能让人难以接受，但是古尔巴斯克确实做出了这样的选择。当然如果当初他没有这样选择，可能今天的他便不能早早成为亿万富翁。古尔巴斯克自己也认为这个选择是正确的，只有舍弃，才能得到更好的结果。

4000万美元对于一个年轻的创业者来说，已经是一笔相当可观的数目。但是，古尔巴斯克觉得这只是自己事业的一个开始而已，于是他进入收购公司Value Click担任高层管理者。在古尔巴斯克19岁的时候，任职公司在纳斯达克上市，他因此成为纳斯达克上市公司中最年轻有为的高管。

如果古尔巴斯克的故事到这里就圆满落幕，那他可能真的只是创业成功者中的一个幸运儿而已。但是，故事并没有就此结束，在古尔巴斯克22岁的时候，新的传奇上演了。他与两家投资公司合作，创办了自己的第二家网络广告公司——蓝锂（Blue Lithium）。与第一次创建公司的情景相比，此时的古尔巴斯克拥有相当富足的资金。所以，蓝锂公司的规模要比Click Agents大得多，刚开始便拥有120名正式员工。

蓝锂公司的工作，是通过跟踪消费者的网络行为，对网民的网购习惯做出统计、分析，通过这些数据为广告公司提供针对性的宣传工作。这一次，古尔巴斯克通过蓝锂公司再次取得成功，验证了他的实力，宣告世界他的成功不是幸运之神偶然的眷顾。

在古尔巴斯克的领导下，蓝锂连续三年被评选为美国100强民营企业之一，并且在这三年里，公司规模不断扩大，员工数量增加到1200人，发展的网站也有1000多个。面对这样的成功，古尔巴斯克并没有将所有的功劳通通揽入自己的怀中，而是谦虚地分给了每一个蓝锂员工，“是他们的聪明才

智让公司快速成长”。

蓝锂公司逐渐成为美国第五大网络广告公司，每月独立访客人数已达1.45亿人，这样良好的业绩让蓝锂成为大型公司眼中的金罐子。2007年，雅虎看好了蓝锂的雄厚市场和迅猛的发展潜力，在10月底宣布以3亿美元的价格收购蓝锂。

面对3亿美金的巨额资金以及在过渡期间担任蓝锂首席执行官的优厚条件，古尔巴斯克签下了公司的出售合同。就这样，古尔巴斯克一天之内蜕变为一个年轻的亿万富翁。

虽然身价亿万，但是古尔巴斯克依然保持着从小养成的勤俭节约的习惯，乘坐飞机依然是最普通的经济舱。

2009年，古尔巴斯克开始为他的第三家公司——GWallet奔波忙碌，这次公司的主要经营业务从行为广告转向虚拟货币空间平台。新公司的业务发展对于古尔巴斯克来说又是一次巨大的挑战，但是此时的他已经习惯了这样的挑战，如果缺少挑战，他反而觉得有些不习惯。在当年12月，古尔巴斯克获得了1.25亿美元的投资，GWallet公司正式运作了起来。目标宏大的古尔巴斯克期待着自己的新公司能够在2010年以虚拟货币行业的形式正式进入牛市。

新的旅程，新的希望，古尔巴斯克一直在为他最初的财富梦想不断努力。当然他兑现了自己对父母的承诺，他的确创业成功了。梦想还在，付出就还在，收获同样也在前方等待着古尔巴斯克。

创业启示

没有人会随随便便成功，创业的路途异常艰辛，可能会有失望的眼睛看着你，可能会有坎坷的路程等着你，也可能会有失败的伤感候着你，但是如果你因此放弃了，那可能便是彻底的失败。要相信风雨过后总会有彩虹，之所以一直处于风雨飘摇之中，那是你成功的道路还没有到达终点。保持饥饿——保持着对梦想的渴望。

3.尹卫东（甲流疫苗发明者）：山寨疫苗也有春天

机会永远会选择那些有准备和有担当的人，有准备使人在机会面前信心十足；有担当，能创造出新的机会。两者具备，可立于不败之地。

万丈高楼平地起，扎实的基础是迈向成功的第一步。

现在的尹卫东可能自己也有点不敢相信，他竟然会从一个卫生系统科研人员一跃成为北京科兴公司的总经理，更不会想到他竟然是世界上第一个研制成功“非典疫苗”的人。

尹卫东最初是河北的一名普通研究员。19岁那年，经过无数次的研究分析，成功以人胚肺二倍体细胞分离出一株甲型肝炎病毒，其后经过几年的研究攻关，又成功地发明了甲型肝炎酶联免疫诊断试剂。1988年，河北省选拔“有突出贡献的专业技术人才”，尹卫东毫无悬念地当选，这一年他23岁，是入选人员中最年轻的一位。

让尹卫东全心投身科研的动力来自他19岁那年遇到的一件事情。那时他刚从卫校毕业不久，随着医疗队到唐山乐亭做调查。他居住的那家农户的小孙女不幸患上了甲肝，小女孩从活蹦乱跳变得面黄肌瘦，有气无力。尹卫东唯一能做的就是支上一口大锅，熬点板蓝根加大青叶给她服用，除此之外，身为医疗系统人员的他竟无能为力。这件事深深地触动了，他能成功分离甲肝病毒并研究出试剂，正与此经历有关。

1988年，尹卫东被河北省表彰，但是他一点也高兴不起来。这年，上海暴发了大面积的甲肝，随之国外疫苗也进入国内。但是一支国外进口疫苗的费用是五六百元，这在当时是好几个月的工资。国内防疫站对此毫无办法，一个同事说：“国内疫苗是活体植入，周期短，风险还高，要研制新的，又没有资金。”尹卫东坚定地说：“一定要研制出中国孩子用得起的高品质疫苗，一定要干起来。”

说干就干，尹卫东四处奔走，四处碰壁。他最初设想成立自己的公司，靠卖产品来增加收入，再把收入投入到疫苗的研制当中去。尹卫东的注册申请，几次被驳回，防疫站又不能成立公司。直到1992年，尹卫东才以防疫站的名义成立了公司。

成立公司注册资金是十万元，股权归防疫站所有，尹卫东是法人代表。尹卫东从亲朋好友那里筹措来了五万元，先作为公司注册资金，然后再把这五万元取出来，作为科研资金。公司总算勉强运作起来了。

1993年，新加坡的一个生物博士与尹卫东的公司合作，新加坡人出资20万元，占公司股权的55%，尹卫东的公司占45%的股份。

20世纪90年代末，海归博士陈章良闻听唐山有新型甲肝疫苗的研制者，便找到了尹卫东，邀请他到北京发展。尹卫东经过一番考虑后，于2001年入驻北京中关村生物园，科兴公司也由此诞生。

2002年，尹卫东当初所希望的甲肝疫苗终于研制成功。这期间的经历让尹卫东终生难忘。那时候，每天想的就是让公司活下去。为了维持公司的运作，尹卫东的团队甚至种过豆苗。然而，功夫不负有心人，尹卫东最终成功了。

2003年，世界各地暴发了大规模的“非典”疫情，尹卫东再次站在了风口浪尖上。他通过中关村管委会向北京市委致信，请求研制“非典”疫苗。对于这一举动，有人说尹卫东就是一个赌徒，可尹卫东自己清楚，他是为了自己的国家而主动做出的担当。“非典”疫情在全国各地引起了恐慌，因为这是一种新型病毒，世界上没有一个案例和药物可以参照。被恐慌劫持的人们纷纷抢购中药来应对，这引起了民众更大的不安。尹卫东明白，此时只有站出来，有所担当才是自己要做的。

尹卫东的请求很快得到北京市政府的支持，中关村管委会特拨500万元作为研究“非典”病毒的实验经费。尹卫东和他的团队再次没日没夜地在实验室里奋战开来。

由于是特殊实验室，室内的气压相当于海拔3000米的高度，又由于疫

情严重，丝毫不容他们喘息，尹卫东和团队成员们像上了发条的机器人一样，穿着厚厚的防护服，忘记了日夜的轮换。在这段时间内，他们所有的事情都做，唯独不做的就是靠墙，一旦靠墙，所有人都会睡着。走出实验室，大家做的第一件事情就是一口气喝掉一瓶矿泉水，第二件事情就是倒在沙发上呼呼大睡。

这边尹卫东和同事们在实验室里奋战，外面的情况却悄悄地发生了变化。“非典”病毒突如其来地消失了。2004年12月，尹卫东研制出第一支“非典”疫苗，但这对他的公司却没有带来多少价值。

对此，尹卫东没有灰心。这一年，他再次赌了出去，着手研究“禽流感”疫苗。这在商业上看，似乎是一个赔本的买卖，因为当时中国没有大量人体感染“禽流感”的病例，国家给科兴的收购经费也就6000多万元，而研制这样的一个疫苗，至少要投入1亿元。但尹卫东还是做了，有人认为他好赌，而且喜欢赌小概率的事情，尹卫东却说：“如果我有赌性，我赌的不是钱，是人生。这个赌其实也是‘堵’，堵住一切的可能，防患于未然。”

尹卫东就这样不断地遇到困难，不断地挑战困难，不断地选择担当。他的付出最终没有白费。在他成功研制出“非典”疫苗后，科兴公司在美国的股价直冲到了10.5美元，他研制的“禽流感”疫苗也投入使用，发挥了巨大的作用。2009年3月，一种新流感病毒——甲型H₁N₁流感从北美发端，逐渐席卷全球。9月2日，科兴公司获得甲型H₁N₁流感疫苗的生产批准文号，成为全球首支获准投入使用的甲流疫苗。从准备到拿到毒种、从研发到上市，尹卫东的科兴公司创造了一个奇迹——只用了短短87天的时间。而科兴公司经过这一系列的挑战，已经走上了一手仿制，一手科研的正规道路，健康有序地发展，成为中国医学界傲立世界的一颗闪亮新星。

创业启示

商业是要以盈利为最终目的的，但是长远的目光，以及对社会责任的担当更是无形的竞争力。这种竞争力拥有不可估量的价值，外化为品牌效

应，内化为荣誉带来的凝聚力。一个成功的企业家，不会光顾着眼前的利益而放弃长远的发展，而新兴事物总对他们有着强大的吸引力。

4. 刘建朝（加盟店创富人）：包容中找到陕西密码

成功的路有很多条，合作便是其中一条。不怕神一样的对手，就怕猪一样的队友，这话放在商界也是至理名言。优秀的合作者能让你事半功倍。

本土小品牌挑战进口洋品牌，这就好像是中国男足对战巴西队，输赢似乎一目了然。但是刘建朝凭借一个本土小品牌打败了洋品牌，他的成功利器就是组建了一支油漆市场里的“湘北队”。

刘建朝的第一桶金不多，也是靠自己的辛苦赚来的，没有丝毫取巧的地方。在20世纪90年代末期，油漆市场兴起，刘建朝看准了这个市场的发展，与朋友合作开起了第一家油漆公司——漆海化工。当时的油漆市场，洋品牌本土品牌混战，犹如战国七雄，你来我往，谁也无法取得最终的市场绝对主导权。

刘建朝为了开拓公司的销售网络，不惜南下广东，寻找好的品牌进行合作，这是他迈向成功的第一步。他要选择一个能与自己共赢的企业，选择一个能肩负自己事业重任的品牌，直到遇见了在业内已名声大噪的巴德士董事长方学平，正所谓“英雄所见略同”，就此刘建朝拿下了卡丹漆在陕西的总代理经营权。

在接下来的三年时间里，刘建朝所做的事情就是开拓市场，无论条件多艰苦，他都要闯，三年时间里，他的座驾行驶了十三万公里，跑遍了陕西

所有的乡村城镇。这一段时间虽然艰苦，但是收获颇大，为刘建朝日后的发展奠定了基础。

对刘建朝影响最大的一次机会终于来临了。2011年，陕西《华商报》针对建材市场的黑幕进行了报道，并评选出十大优秀建材品牌。在大会上，善于分析总结的刘建朝发现了一个非常不好的现象：所有参会的企业都是为宣传自己的品牌来的，相互倾轧对手。

刘建朝发言的时候，胸有成竹地表明了两点意见：第一，油漆是一个新兴的行业，市场还没有规范，我们没有必要相互指责谁好谁不好！第二，我们大家只有团结起来，才能形成主流品牌，才能引导市场消费。只有质量好、性价比高、被老百姓认可，才会成为主流品牌。

这个发言赢得了《华商报》的赞许，更赢得了许多与会者的赞同。刘建朝的发言在报纸上刊出后，卡丹漆的知名度一下子提高了。卡丹漆也因此陕西名声大噪，家喻户晓。这种巧借东风做市场的营销策略，加上前期的市场开拓与积累，之后的几年，西安卡丹漆以50%~100%的速度迅猛增长，刘建朝的生意做得风生水起。

有了好的开端，刘建朝便开始对公司内部进行优化，这是一个企业必须经历的过程。企业历来注重效率和团队，“借鸡生蛋”更要注重这方面的问题。促使刘建朝进行改革的是一次对话。当时一个员工对刘建朝的管理有疑问：“不就是帮人卖东西，用得着这么较真吗？”刘建朝明确地回答他：“对别人负责，就是对自己负责。”

刘建朝大刀阔斧地对公司的战略和管理开始了调整。

（1）市场覆盖方面。找到了一个适合自己的品牌——西安卡丹，并着手把卡丹漆打造成陕西市场的一线品牌，甚至直接与立邦、多乐士等外资品牌“正面过招”。当大家都想把所有利润留在自己手上时，卡丹漆率先在西安市区以自营店和加盟店的方式密集布点，迅速抢占市场，截至2011年，卡丹漆已在西安市内开设了19家专卖店，在陕西主要乡镇市场开设了100家连锁加盟店，且都设立在当地主要建材市场的显要位置，充分显示了

卡丹漆在当地的霸主地位。

(2) 营销团队方面。在营销团队建设中，始终坚持把控人脉。让每一名员工都以自己是漆海化工的主人而骄傲。漆海化工从创业之初，就坚信事业是人干出来的，始终坚持以人为本。涂料行业有句俗话，招人容易，留人难。为了留住人才，公司不仅待遇丰厚，工作环境和氛围一流，同时让大家对未来有所期待，当企业发展到一定规模时，漆海公司及时进行变革，将西安市区19个专卖店承包给创业时的骨干人员，让他们当老板，拥有自己的“一亩三分地”，让大家都有房、有车、有事业。据了解，从公司成立到现在，来漆海工作的员工没有一个是因漆海化工的原因离开公司的，这也成为漆海化工迅速成长的一个坚实基础。

(3) 品牌推广方面。与其他成功的经销商一样，西安卡丹在品牌宣传推广方面一直抱着投资的心态。绝大多数人认为品牌是厂家的，应该由厂家投广告，而西安卡丹从一开始就坚持拿出利润大胆投入市场。每一年，漆海化工都拿出100多万元资金投入公交车广告、户外广告、小区广告等，这种积极的心态为日后的成功奠定了坚实的基础，最终换来了品牌知名度和销量的提升，漆海化工也因此获得了丰厚的回报。

(4) 经营理念方面。在做生意上刘建朝更是有自己的原则：不讲诚信，只顾眼前利益而不计后果的事坚决不做；牛皮哄哄，欺骗消费者的事坚决不做。多年来，漆海化工把提供绿色、环保、健康的产品作为漆海人对消费者的永久承诺。把尽心、尽力、尽责作为漆海人服务于客户的宗旨，把产品品质、人性化管理、完善的售后服务作为三大管理体系。同时把“市场为导向、客户为中心”作为漆海的经营理念，把“服务好一点，做事勤一点；行动快一点，效率高一点；胆量大一点，理由少一点；嘴巴甜一点，说话轻一点；微笑露一点，脾气小一点”作为漆海化工的服务理念。

(5) 资源整合方面。资源整合是企业战略调整的手段，也是企业日常经营的日常工作。整合就是要优化资源配置，就是要有进有退、有取有舍，就是要获得整体最优。每个行业发展到一定的时期，都会出现大的历

史机遇。2005年6月，陕西油漆涂料行业正处于高速发展的十字路口，未来的发展不知该往哪个方向走。为此，刘建朝提出了一个可操作的方案，即尽快筹备成立“陕西省工商联涂料商会”，为广大商户建立一个资源整合的大平台。这样一方面可以为大家找到一个交流信息的地方；最重要的是大家可以优势互补，把相关的资源进行对接、整合。只有这样，才有可能把我们各自的生意做大做强。这个方案最终获得了行业的认同与响应。

经过这样的调整，没过几年时间，刘建朝的公司就成了陕西最大的油漆经销商，也成为建材市场的一张金名片。

创业启示

对他人负责，就是对自己负责。一个优秀的公司，不但要想到自己的利益，更要想到团队的利益，只有团队的利益获得保障，个人的利益才会有保障。诚信与团结，是商战中必不可少的品质。

5. 杨林（串串香创富人）：草根串串的造富传奇

没有人际，没有资金后台，作为草根创业者固然会一路艰辛，但要记住：强者从不会把时间和机会放在向人诉说自己的辛苦上，只有弱者才会以弱卖弱，坐等施舍。要想成为强者，就请强忍眼泪努力向目标奔跑，只要闯过终点线，你今日所有的心酸和血泪就会成为来日登顶的传奇。

宁可当自己的老板，也绝不做他人的下手。即使在创业失败，生活和

事业都陷入困境的时候，年轻的杨林也从未怀疑过自己的想法。不断地尝试，不断地找项目，即使没有有钱的老爹撑腰，他也一直坚信只要敢做、会做，就可以成功。功夫不负有心人，这份不屈不挠的信念和不断摸爬滚打的尝试，终于在2005年让杨林初尝甜头。商场摸爬滚打十多年后，他积累了一笔相当的财富，当许多同龄人还在小公司作为一个普通员工谨小慎微拿一份死工资时，他已经实现了荷包满满的梦想。按理说，他该满足了，不缺钱花，小事业风生水起，人生的三大追求他至少已经完成了两件。可是，年少得志的他，却在这条人人看来“钱途”光明的道路上感到了迷惘。

如何找到一个有发展前途的项目，建立自己的事业，完全当自己的老板，这才是他最想要的。面对社会上的各种致富诱惑，对商机天生就嗅觉灵敏的他很快就在琳琅满目的项目中发现了目标：串串香。常年打拼积累的经验，让他信心满满：作为一个传统的餐饮项目，这个行业投入成本低，资金回收快，非常适合小资本运作。而且目前这个行业的发展还不成体系，市场尚未打开，竞争者少，如果做好了，发展前景可谓巨大。创业一定要稳、准、狠，坐等只会失去良机，看到发展机会的杨林，毫不含糊，说干就干，立刻就开始在串串香市场拓展业务。

2005年10月30日，他开设的第一家“六婆串串香餐饮店”在成都盛大开业了。但是，他期待的顾客盈门、人声鼎沸的情景却没有如期而至：开店的前三个月，客流量平平，完全不符合自己的预想。问题究竟出在哪里？爱琢磨的他周边的店粗略做了一个调查统计，很快就找到了问题所在：周边各种名目的串串香店很多，而且味道都差不多。在已经占据了一定客源众多熟店中间，他的新店没有一点优势。

改！必须要改！

不甘心的他对经营的食物打起了主意。现有的串串香配料主打油碟，吃完上火是目前食客们反馈最多也最顾忌的问题。能不能做个不上火的干碟，既保持原有的美味，又能解决上火问题，主打健康？



在着手研究干碟的同时，杨林开始查找各种可能的去火方法，他潜心研究各种古方，不厌其烦地向认识的各种朋友讨教，甚至四处请教中医专家，最终决定把原有的蘸料种类不断扩大，加入20多味中药材，这样不仅保持了原有麻辣香的口感，更借助中药材为配料增香，同时还顺利地解决了上火问题。

精心研制的干碟一经推出，很快就受到了大家的青睐。凡是尝过干碟的食客，禁不住美味的诱惑，口口相传，主动呼朋唤友前往，店里的生意很快火爆起来。每天店内都有此起彼伏的叫喊声：“服务员，再来一份干碟。”

小小的一个创新，收获了如此大的成就，并成功塑造了六婆串串香的口碑，这让杨林兴奋不已。

创新！不在创新中发展，就在等待中死亡！

尝到甜头的杨林随后更是一发不可收拾，他开始铆足电力，不断将自己的各种想法落实为行动，运用在经营上。首先在店内尝试使用三合冷藏柜，打出了“保鲜食材，随吃随取”的招牌；又研发了称重数签的方法，解决了服务员蹲地数签满手油污的问题，提高了结账速度；发明了专利餐桌，无需用桶装签，提高了店面整洁度……卖串串香的杨林，此刻仿佛变身为一个餐饮发明家，不断在店内推陈出新，不仅让食客惊喜连连，也让同行竖起了大拇指，并相继成为他的追随者。

一大批忠实的回头客让六婆串串香声名鹊起，不仅在本地打开了市场，还让各地的商家慕名而至。

有一天，一位老顾客向杨林提出了加盟的建议。一句话点醒梦中人，让杨林既喜又忧。喜的是没想到自己的店竟然得到如此大的信任，这让他有点始料未及；但同时也有些担心：市场上还没有任何形式的串串香加盟店，自己也没有过加盟商管理的经验。要做，他就必须摸着石头过河，在摸索中找到方向。

做！只有敢于失败的成功者，没有不敢冒险的胜利者。

说干就干，杨林立刻带着加盟商开始四处选址，亲自琢磨经营策略，手

把手地指导干碟的配制方法……

很快，第一家加盟店在杨林手把手地参与下，于2006年5月在成都开业了。精心的研究和准备没有让杨林失望，也让加盟商乐开了怀，生意和预期的一样红火，一切运营正常。看到这些，杨林的脑子又开始转了：对想要加盟的客户给予优惠加盟费政策，一定可以吸引更多的人。果然，优惠政策很快就吸引了更多的关注，截至2008年年末，仅仅两年时间，杨林的六婆串串香加盟店就已经扩张到了28家，并且达到了95%的盈利。尤其是设在成都非物质文化遗产旁的加盟店，月销售额突破了30万元，这无疑给了杨林巨大的信心。

加盟店的火爆很快就引起了媒体的关注，四川卫视、成都电视台、《四川烹饪》杂志等各界媒体纷至沓来，仅仅一年时间，六婆串串香的门店就爆炸式地增长到了350家。

突然而至的名誉和财富，让一开始就准备好掘金的杨林兴奋不已，也开始有点飘飘然了。他完全没有做好准备迎接接下来的炸弹式投诉。当接二连三的食客投诉、加盟抱怨涌到他的耳边时，杨林发现了加盟店存在的各种问题：管理不到位、物流配送不科学、人员培训缺失……如果不励精图治，立刻整改，现在的一切都将是昙花一现。

知错就改！杨林痛定思痛，决定先从自己下手，他干脆利索地关闭了自己的门店，把所有精力都投入到了管理上，开始在公司内部进行一场脱胎换骨的改革。

首先必须加强对加盟商的管理。一年的时间，爆炸式的扩张，增加的是门店，疏忽的却是内部管理体制的建立。来自各个地方、各个领域的加盟商思想不统一，管理方式野蛮化是公司运作的最大阻碍。杨林敏锐地发现了问题所在，他觉得必须得请一个懂得管理的人作为自己的左膀右臂，将现在一开会就拍桌子、摔板凳表达意见的模式彻底改变。

这份幸运最终青睐了现任总经理刘鹏，他也是六婆餐饮第一位加入的职业经理人。在刘鹏大刀阔斧的改革下，公司很快就成立了改革委员会，

开始整顿会风，并将公司员工纳入“人人为公司，公司为人人”的管理角色中，大大激发了员工的工作积极性。紧接着，公司决定着重经营现有店面，推广“慢扩张，细经营”的加盟策略。为了打造“六婆”的成熟口碑，杨林成立了专门的六婆督察队，对不合公司规定的加盟店，采取直接取缔加盟权的处理措施，并实现了员工共同负责本区域内经营业绩，享受分红权的制度。

一系列成熟的管理体制的到岗到位，很快就让有些混乱的六婆加盟店面貌焕然一新：以前的野蛮，变成了现在的有理讲理，理性讨论；以前的各家自扫门前雪，互相推卸责任，变成了现在的利益共享、荣辱共担。团队的凝聚力空前高涨，员工的积极性也空前提升。一年的改革，同时也让之前没有经过品牌认证的六婆顺利通过了ISO9001标准认证和环境管理体系认证，并打出了方便购买的市售家庭包产品。

繁花似锦！盛放终有时！

砍掉了一定数量的加盟店，又放慢了发展速度的“六婆”，在一番脱胎换骨之后，终于迎来了自己的盛放。截至2011年，六婆加盟店的数量已经达到了420家，且存活率高达80%，成为了名副其实的行业领跑者和草根品牌示范企业。

杨林，这个坚毅的南方汉子，用自己的聪明、自己的坚持，为广大草根创业者创造了一个奇迹，树立了一个榜样。同时，也为所有想要创业的人证明了一件事：草根与贵族的距离——还好，只是输在起点上。

创业启示

最有前途的生命形式往往以不可预测的方式产生。创业项目要想长久地生存下去，必须学会创新，尤其是微创新。只有在创新中迎来成功的创业者，没有在等待中坐享其成的成功者。当你有了创新点后，请把着眼点放在如何将企业的能力与个人的能力和创新点结合上，然后在对的方向上，大胆地往前走，即使你是草根创业者，也终将有一天可以和那些大企业叫板。

6. 霍英东（从驳运开始的富翁）：最苦的亿万富翁

如果人生没有一手好牌，就要放弃牌局，就要怨天尤人、自暴自弃吗？除了做一只早起的鸟儿，拥有长远的目光，同样可以扭转牌局。目光的长远决定视线的宽阔，没有宽阔的视线就会变成井底之蛙。人生的起点不能决定人的潜力，长远的目光却可以决定一个人的界限：放眼世界，尽是你的舞台。

港台出了不少亿万富翁，在这些亿万富翁中，霍英东的知名度是最高的。他不是靠自己的130亿港元出名，也不是靠自己全国政协副主席的身份出名，他为人熟悉的原因是他成名之前的艰辛以及成功之后为社会做出的贡献。

霍英东的祖籍是广东番禺，早先他家家境尚好，可是到了他父亲那一代就不尽如人意了，且从他祖父那辈开始，他们全家长年居住在舢板上，靠着一只小驳船往来于香港做驳运生意。所谓的驳运生意，就是从没办法靠岸的货轮上，把货物卸载到自己的小船里，再运回岸边码头上。在他七岁那年，父亲病逝，没过多久，两个哥哥又遇到翻船事故，葬身大海。全家的重担落到霍英东母亲的身上。最穷的时候，霍英东试过没有鞋赤脚急步走半个小时上学。

上学的时候，不管家里的条件多么艰辛，霍英东都坚持勤奋读书，有时候考试成绩落到第三名，他就会觉得羞愧不已。正是在这种冲劲之下，他学会了日后对他有着巨大帮助的英文。

霍英东的第一份工作是在旧式渡轮上当煤工，这令他领略到了什么叫霉运连连。由于身子虚弱单薄，他无法在铲煤的同时关上炉门，工作不久就被人辞掉了。刚开始工作的几年，他事事不顺，幸亏早年跟着母亲熬日

子，多多少少锻炼出一副坚强的意志。

在那些倒霉的打工日子里，霍英东明白了世界上最糟糕的投资就是给别人打工，不仅自己的剩余价值被人榨干，还要时刻担心饭碗不保。换了几份工作的他，在经过几年的磨砺之后，开始用头脑经营自己的人生——与其为人卖力打工，不如找准机会，自己大干一场。

这时，他的母亲和别人合股开了一家杂货店，店面交由霍英东打理。在经营这家小杂货店的时候，霍英东学会了摸清客人的心理，也学会了如何引导客人购买自己的商品。后来杂货店的生意蒸蒸日上，不过霍英东并不打算一辈子开杂货店，他和母亲商议，把杂货店卖给了别人，自己拿了七千港元，重新开始了驳运旧业。

日本人宣布战败投降之后，日军在香港留下了很多机器设备。这些设备不仅先进，而且保养极好，只需稍加修理就可以使用。最重要的是，这批设备的价格非常便宜。霍英东马上抓住了一个能够挣到第一桶金的机会，他想到战后的香港物质缺乏，这批日军留下的设备在修理之后，必定能成为抢手货。于是，他开始留意报纸上刊登的有关拍卖日军剩余物资的消息。一发现有价值的东西，就马上赶到拍卖现场，大批买进，然后再修理好这些机器设备。

一次，他在一个拍卖现场上，以1.8万港元购进了40部船用机器。经过修理之后，他的货物被一个工厂老板看中，以4万港元的价格全部购入。这样一来，霍英东净赚了2.2万港元。有了这第一桶金，霍英东开始在自己的商业之路上大展拳脚。

朝鲜战争爆发之后，英国和美国对中国实行封锁，所有战略物资唯有通过地下渠道才能进入大陆。霍英东明白乱世出英雄的道理，他也知道美国曾经靠发战争财来获得巨大的经济收入，他认为战争能够给一些有勇有谋的人带来巨额的财富，而且为自己的祖国运输物资，怎么说也算是一个爱国之举。那时候，大家都反对他的做法，有人劝说道：“英东，平常人遇到战争，都是尽可能地躲避起来，生怕惹事上身。你倒好，放着光明正大的驳运

生意不做，偏偏要走这些歪门邪道。万一被抓住，到时候你该怎么办？”

天不怕地不怕，就怕不成功的霍英东微微一笑：“不用担心，我行事小心，绝对不会被抓住的。而且，如果现在不抓住这个机会，恐怕以后一辈子都只能做这种小小的驳船生意了，怎么说赌一把也是值得的。”

霍英东在别人不解的目光中，冒着被港英当局缉私和管制的危险，进行海上战略物资运输。



刚开始的时候，霍英东只是用一条小帆船在澳门运送柴油和汽油。这样的运输业务，没有多大的利润，但是风险却很高。霍英东认为，如果他可以快速安全地完成商家的任务，就能够迅速提高自己运输公司的名气。果不其然，到了1951年，抗美援朝战争日趋激烈，大陆对物资运输的需求源源不断，许多在港澳开办的大陆贸易商行看中了霍英东运输公司的名声，像广州华南企业公司、澳门南光公司和香港华润公司纷纷与他建立了业务合作关系。不久之后，霍英东的公司在往大陆运输禁运物资的公司中名列第一，他又挣到了人生中的第二桶金。

考虑到当时香港的经济环境和周围局势问题，霍英东想到战后香港的经济一定会逐步腾飞，逐渐富裕起来的香港人一定会寻找更稳健的投资方式，于是投资房地产就成为了霍英东的下一个目标。

在1953年，他看中了香港富豪利氏家族的使馆大厦。后来，霍英东去汇丰银行贷款150万港元，加上自己在运输公司挣到的130万港元，购得了这栋大厦。

霍英东不惜冒着破产的危险向银行借贷，还赌上自己的所有。这样的举动，如果不是有着过人的见识，一旦血本无归只怕落得被人耻笑的下场。但是，霍英东就是霍英东，他投资房地产业，扩大了自己的商业版图。

创业启示

英雄莫论出处，不管一个人现在是什么境况，要想成为一个成功的企业家，必须要有霍英东的那种冒险精神。另外，要想成为一个成功的生意人，就要有别人没有的眼光。走寻常路只能成为寻常人，生意场上也是一样，你走什么道路，决定了你是几流的生意人。

7. 郑裕彤（周大福老板）：在0.01%里挤出金子

一个人要想在商界成功，除了有敏锐的眼光外，更需要“勤”与“诚”。勤能积累财富，诚能获得信任，只有不停地积累财富和获得信任，才能游刃有余，应付自如。

任何一位企业家培养自己的接班人都会把他放到一线去历练。郑裕彤的岳父周至元便是这样锻炼郑裕彤的。

周至元与郑裕彤的父亲是至交好友，两人在郑裕彤还没有出生的时候，就指腹为婚，订下了亲事。后来广东战乱，郑裕彤跟随父亲到澳门避难，郑父让他去未来岳父周至元的金铺做事，周至元一口答应，但并没有因为郑裕彤是自己未来的姑爷而多方照顾，而是把郑裕彤当做一般的学徒看待。

学徒生涯是非常辛苦的，也不可能一开始就让你接触到想学的东西。学徒在当时甚至不如下人，所有脏活累活都要干。郑裕彤没有怨言，勤恳地干着扫地、倒痰盂、冲厕所的活，闲暇时间，才去铺子上学点生意的窍门。由于郑裕彤从小就善于察言观色，又十分勤恳好学，所经手的事情从来不会出现一丝一毫的错误。他的岳父周至元对雇员要求非常高，也非常严厉，雇员私底下送他一个“轰炸机”的绰号，可是郑裕彤却没有受到过周至元的一次痛骂。

郑裕彤的出色表现让周至元感到高兴，周至元不再让郑裕彤从事杂活，而让他专心学习生意。郑裕彤更是加倍用功，研习各家金铺的长处，吸收利用。就这样三年过去了，郑裕彤已经从一个一窍不通的小伙计变成了一个应对从容的商场能手，周至元便许女儿与他完婚。郑裕彤自此更加卖力地辅佐岳父的生意。

1946年，郑裕彤携带着24两黄金和两万元现金只身来到了香港。他这次是受周至元的委派，来香港发展业务的。香港周大福金行由此拉开了序幕。郑裕彤最初任人事经理，他为金行挑选了一批得力的骨干，使得金行一下子就活跃了起来，在香港这个国际金融中心站住了脚跟。到20世纪50年代中期，郑裕彤已经接管了周大福的全部账目，俨然一副总管的样子。岳父周至元看着日渐成熟的女婿，放心地将自己的所有产业交给他打理。郑裕彤正式进入了周大福黄金帝国。

黄金历来是中国人喜爱的饰物，香港金行林立，竞争十分激烈。郑裕彤为了周大福的长远发展，将所售黄金饰品的含量提高到了99.99%，即所谓的九九九九金，这是当时香港纯度最高的黄金，一般金行只售99%，高一点的也就99.9%。为此，周大福每销售一两黄金，就要亏损几十元。有员工

不解地问郑裕彤：“老板，为什么要做亏本买卖？”郑裕彤说：“我认为，‘幸运’可能降临你一两次，但不可能终生都陪伴你。其实，人的一生，‘勤’字才是最重要的，然后是‘诚’字，只要有了这两点，你的事业就基本上奠定了。现在我们的生意是很好，但是如果不勤恳地去开拓，去探索，总有一天会被淘汰。你们只看到了我们亏损的几十万元，却没有看到我们因为这几十万元而赚来的口碑。这几十万元权作是广告费。”

郑裕彤的话果然应验了，顾客在购买周大福九九九金的同时，也对周大福产生了绝对的信任，周大福的生意因此蒸蒸日上，同时也促进了整个香港黄金行业的提升。在周大福金行取得成功后，郑裕彤又做出了一个非常大胆的决定——投资珠宝行业。

这个想法正是来自于他的勤。他的勤表现在勤观察、勤思考。20世纪60年代时期，他发现黄金已经不再受高端人士喜爱，他们的兴趣逐渐转向钻石。发现这一现象以后，郑裕彤决定进军钻石行业。

这是一个有点异想天开的想法。经营钻石，必须获得“戴比尔斯”牌照方可采购钻石。这个牌照全球只有500张，当时香港只有廖桂昌拥有这个牌照。因为这个牌照，其他人都望而止步，但是郑裕彤却没有，他独辟蹊径，另谋出路，竟然在南非收购了一家拥有此牌照的钻石公司，就这样郑裕彤获得了钻石的经营权。

周大福的名声在外，诚信二字已经深入民众心里，所以郑裕彤的钻石生意就变得非常顺利了。经过几年的努力，郑裕彤已经拥有多张“戴比尔斯”牌照，成为香港钻石进口量最大的珠宝商。此后，郑裕彤又进军地产业，新世界、香港会展中心等大手笔地产投资让郑裕彤的事业达到了巅峰，成为香港无人不知、无人不晓的大亨。

郑裕彤常常说自己的生意秘诀是：守信用、重诺言、做事勤奋、处世谨慎、饮水思源、不见利忘义。其中勤是核心，只有勤，才能使整个事业有所发展、有所进步。其他几条总结起来就是一个诚字。诚恳地做事，不为眼前利益所蒙蔽，脚踏实地地做生意，才是最好的出路。

郑裕彤在业界人缘非常好，这主要是他从来不把别人当敌人。即使有人说他是“鲨胆彤”（意为靠投机起家）他也豪不介意，他认为投资与投机有着本质上的区别。投资是脚踏实地地做事情，投机是买空卖空地取巧。他对行业内无论是谁都留着三分余地，认为做生意就要有广阔的胸襟，没有广阔的胸襟，成不了大事。一个好的商人永远不要把自己的竞争对手当敌人，四处树敌的商人必定会受挫。他只要大事过得去，小事从来就不计较。

郑裕彤管理企业不是靠严格的规章制度，而是靠利益共享的模式。早在20世纪60年代，他就将自己的金行改成周大福有限公司，将公司的一部分股权分给跟随自己一起打天下的老员工。这一举动让员工备受鼓舞。分到股权的老员工感激郑裕彤的恩惠，没有分到股权的员工则看到了老板的为人，让他们感受到这家公司不是郑裕彤一个人的公司，更是自己的公司。在这一举动的带动下，周大福有限公司当年就盈利500多万元港币。

成为富豪的郑裕彤生活却极其简单。无论发生什么样的事情，他都淡然处之。在公司，每天和大家一样吃家常菜，从不因为富有而奢侈。他经常放弃自己的座驾出来散步，更是地铁的常客。外界从不知道郑裕彤有多少资产，他对此也没有多大兴趣。他认为钱这个东西只要够家里开销，够子女读书就足够了，再多就是多余的了。“就算把整个汇丰银行给我，又有什么用呢？”

郑裕彤在成功之后，仍然不忘家乡，1976年，他与另一位香港商人就捐出250万元给中山大学。之后，他的公益项目遍布大陆各地，尤其是他的家乡顺德，好多顺德人都进入了他的企业工作，受到他的重视。

创业启示

郑裕彤的经历说明，诚是一个商人的羽毛，漂亮的羽毛是商人成功的重要因素之一。做到诚，距离成功就只有一步之遥了。勤是一个商人始终需要具备的。勤恳地去发现、去探索，是在商场立于不败之地的重要原因。

第三章 换条道上山

——总有一种方式能让你登上山顶

1. 黄玉彪（华南建材市场拥有者）：把困难留给自己，把利益让给朋友

“我为人人，人人为我。”很多人对于这句话嗤之以鼻，认为是空口说白话，我为人人，人人就会为我吗？事情没有绝对，但是人心都是向善的，无论是生活也好，还是商业竞争也罢，一心为着自己的人，路就会越走越窄。多点为他人着想，把利益让给别人，多交朋友，照亮的是自己的路。

1965年，黄玉彪刚好17岁，踌躇满志的他从一个偏远乡村远赴贵阳寻找发展的机会。刚开始他在一个建筑工他工作，从最苦最累的钢筋工干起。

每天像起重机一样干活的黄玉彪并没有真的把自己当做只会工作、不会思考的机器，他每时每刻都在留意周围的变化，研究建筑技术。经过刻苦钻研，他很快成为了建筑施工技术人员。

改革开放到来了，黄玉彪发现这个时候市场资本开始重新配置，如果能够把握住这个机会，说不定会有飞黄腾达的一天。黄玉彪果断地用自己多年积累下的本钱，承包了一个外地建筑队。没过多久，黄玉彪的建筑队就在竞争激烈的建筑市场里崭露头角，赢得了业内人士的肯定。黄玉彪的第一桶金也就是在这个时候积累起来的。

四年后的1983年，黄玉彪认为改革开放之后的中国，会大力发展房地产建设，对于建筑队的需要也会增加。他决定把自己的建筑团队做大、做好、做强，于是他回到家乡湖南邵东，再次承包了一个建筑队。这次，他有意识地经营起自家公司的信誉，并且认为公司的信誉和建筑团队的工程质量是最好的广告招牌。别人还在摸索改革开放有什么机会的时候，黄玉彪已经对公司管理运营有着一套深刻的理论认识了，最终他旗下的建筑公司成为了一块响当当的品牌。

不过，真正让他成功的，还是他敢把困难留给自己，而把利益留给朋友的精神。20世纪90年代初，邓小平南巡讲话之后，全国掀起了改革开放的热潮。这一次，深圳成为了众人瞩目的焦点。这个地方之前还是一个小村庄，现在变成了吸引大批国内外投资者的风水宝地，先后有核电站、壳牌石油等大项目来到大亚湾。黄玉彪来是进行商业调查的，在那里他遇到了自己的老乡。同乡人在异地相见显得分外亲热，这位热情的老乡劝说黄玉彪来大亚湾发展，他说：“老乡啊，这里是一个风水宝地啊，不出十年，大亚湾将会成为全中国最引人注目的投资点。不过到了那个时候再投资，市场份额早就饱和了，投资成本也会高很多。不如现在就开始来这里投资，你是做建筑行业的，投资房地产再合适不过了。”

黄玉彪心里觉得这位老乡说的话不错，但是自己也有一定的顾虑。他回答道：“我还是想想再看吧，如果打定主意了，再放手一搏也不迟。”

“哎，我可没有你那么多的时间慢慢考虑。我就要回老家了，想在回去之前挣得第一桶金，好光宗耀祖。可是，现在我的本钱不够，如果兄弟你还有点余钱的话，不如先借点给我？”老乡也是试探着问，两人虽然是老

乡，但是交情不深，就是想着碰碰运气。没想到，黄玉彪想也不想就答应了，他直爽地容许老乡向自己借20万元做生意，而20万元在当时可不是一个小数目。黄玉彪回到老家之后，如约汇了20万元到老乡说的账号上。可是，后来该账号的人并没有把钱转交给老乡。为了追回这笔钱，黄玉彪再次来到了大亚湾。这一次，他有更多机会深入了解大亚湾的房地产业，也是在这个时候，他决定投身于大亚湾的房地产行业。1992年，黄玉彪建立了大亚湾广宝实业有限公司，主要是经营房地产业务。黄玉彪还与邵东、邵阳、株洲乃至四川等不同地方，建立起了协作伙伴的关系，一起开发大亚湾周边的地产。在刚开始的几年，黄玉彪经营的房地产公司顺风顺水，生意越做越大。

后来大亚湾地产的热度节节上升，引起了广泛关注。人们深恐大亚湾房产会引起一轮金融危机，到时候将会影响全国的经济发展。一旦经济危机发生，改革开放几十年的根基就会毁于一旦，为了预防由大亚湾引发的泡沫经济，国家采取了强有力的调控措施，使得大亚湾房地产高潮回落。

这一变化使得大亚湾的投资者顿陷困境，眼看着多年积累的财富化为乌有，很多人悔不当初。黄玉彪和他的合作者也一下子跌进了低谷，陷入了绝望的深渊，而且这次变故是越富有的人跌得越厉害，像黄玉彪更是血本无归。

幸好，黄玉彪知道投资市场的风向，他强忍着内心的痛苦，安慰自己的合伙人说：“各位请不要急也不要慌，更不要自乱阵脚，正所谓‘留得青山在不怕没柴烧’啊！”有些合伙人听了，忍不住责骂他净说一些没用的“风凉话”。黄玉彪摆了摆手，他说：“我不是在说一些无关痛痒的话，这次危机，我的损失最为惨重。可是事情已经如此，还有什么办法呢？以前，我在这里发展的时候，承蒙大家照顾，现在我回报你们的时候了。”在众人不解的目光中，黄玉彪宣布宁可自己担当损失，也要尽全力帮助大家解围。

在大亚湾地价一落千丈的时候，黄玉彪东凑西借，甚至把自己的车子都

抵押掉，坚持按原来的销售价格收购回之前的地皮。他一共退还了四千多万元，避免了合作者的亏损，而自己只剩下一块块被人抛弃不要的土地。他这样的举动，让他的合作者深受感动，有些人赞叹，黄玉彪真是一个值得打交道的生意人！有些人则笑骂着：“真是个傻子，自己辛苦挣到的钱，又要吐回去给别人。”

黄玉彪却宁愿当一个傻子，他说：“我不介意别人说我傻。在生意场上，人人都精明，把便宜占尽，那谁去当这个傻子？把利益让给朋友，朋友也会在需要的时候，帮自己一把。”

正是黄玉彪的这种“傻”和与生意人完全不同的“为人不为己”，让他在这个困难时刻，在大亚湾的商业界树起了一道无形的招牌。以后，每当人们想到黄玉彪的时候，都会说他是一个“重信义、讲感情、担责任”的人。

之后，不少的投资者纷纷选择抛售地皮，抛售不了的就空置着，等待政府收购，他们一个个迫不及待地离开大亚湾这块伤心地。黄玉彪没有像他们一样，他并不想抛售手中的大亚湾地产，而是坚定地认为“中国人口膨胀之后，土地迟早都是稀缺资源”。他成为了大亚湾的坚决守望者，深信有一天大亚湾地产会迎来第二个春天。

果不其然，大亚湾的第二个春天在2002年末再次降临，一个投资项目为43.5亿美元的“中海壳牌石化项目”开启了新一轮的大亚湾投资热潮。随着中国和世界的接轨，这一次吸引到了更多实力雄厚的外商和具有潜力的国内投资者。这一次黄玉彪没有盲目跟风，他以几十年的商业目光去剖析大亚湾的发展全景，认为大规模的城市基础设施建设必然会产生巨大的建材需要，而且大亚湾传统的建材市场一度难以满足城市快速发展的需要。所以，规模庞大、业态完整的集中式商业，一定会顺应潮流成为产业所需。

于是，黄玉彪决定投资7亿元开发华南国际建材市场。经过多年的努力，黄玉彪的华南国际建材市场成为配套完全、规划超前、经济效益和环境效益高度一致的综合性、多功用区域物流集散中心，成为大亚湾数一数二的市场领军者。

创业启示

房地产是最赚钱的投资项目，但是高回报就会有高风险。没有一点眼界和慧根，就想在房地产业捞得第一桶金，恐怕只能是痴人说梦。稳扎稳打的投资适合没有胆量的人。放开手脚，坚持别人不能坚持的，做别人没有想到的，除了能够开拓新的市场，占有更大的市场份额，最重要的是开创了自己人生的辉煌。

2. 季琦（携程网创始人）：创业像钻石，每一面都能找到闪亮的地方

娃哈哈董事长宗庆后有这样一句名言：“我认为做企业要有这些素质，特别在中国市场上，那就是：诗人的想象力、科学家的敏锐、哲学家的头脑、战略家的本领。”这要求创业者能在各种偶然和意外中发现商机，并迅速有效地付诸实施。这样，即使是在陌生的领域，也能开创出一片新天地。

恐怕很少有创业者能做到像季琦那样，在多个领域全面开花，个个都生机勃勃。季琦——携程旅行网创始人，创业前带活了一个濒临倒闭的计算机企业，创业成功后相继开办了如家、汉庭等如今名声在外的连锁酒店。这位身价过亿的创业者，永远是意气风发、迅速敏捷的，并且至今保持着三年换一个身份的纪录。

1985年，19岁的季琦第一次离开老家，来到上海读大学，专业是工程力学，四年后考入上海交大机器人专业。1992年，邓小平南巡后，中国掀起了一阵经商热，季琦也位列其中。由于专业的关系，他很早就接触到计算机，并和同学一起开了一个电脑公司。几个月后，季琦和他的女朋友手里已经存了几万块钱，这在当时是一笔不小的数目。

毕业后，季琦来到了上海计算机服务公司。这是一家以技术见长的企业，出于技术人员的傲气，员工普遍对产品的销售不太在意。季琦却敏锐地意识到，市场意识的薄弱正在使他们丢失原有的市场。他骑着自行车，跑遍了上海的大街小巷，寻找着开拓市场的良机。终于，他发现证券公司到上海后，必须布网和买电脑，这正是他要找的大项目。他经由同学的介绍，敲开了上海交易所的大门，将业务拓展到了大部分证券公司。干到第二把手之后，季琦觉得自己没什么太大的发展空间了，于是找了个理由，从这家国企辞职了，之后，他来到了美国。在他工作的Oracle总部旁边，有当时的互联网巨头雅虎公司，在这样的环境里，他第一次亲身体验了网络的巨大震撼力，并为之痴迷。季琦隐约觉得，这将是一个了不起的领域，但却没有想到，这个新生的事物彻底改变了他的人生轨迹。在美国待了一年之后，季琦决定回国创业。期间他曾做过职业经理人，将一个企业从无到有地建立了起来，但随着这个企业被收购，季琦的创业事宜再次被提上了日程。1999年3月，他的好朋友，甲骨文中国区咨询总监梁建章在一个餐馆里提出，最近的互联网很火，要和他合伙开一个网站。季琦非常爽快地答应了。春节刚过，季琦和一帮好友就互联网、互联网经济、纳斯达克和IPO等话题进行了热烈的讨论，最后的结论就是，要做一个旅游类的电子商务网站，面向大众提供旅游服务，这就是携程网的缘起。在季琦他们看来，当前中国的旅游市场仍然有很多亟待完善的地方，是一片待开发的处女地。而互联网最大的优势在于平等，它将世界各地的人们置于一个平台上，每个人都可以享受到同样的服务。这不仅能提升客户的体验，还将极大地降低管理成本。通过网络，全世界的旅行者可以向任何一家酒店、航

航空公司下单，更加方便快捷地规划自己的行程，这一点是传统旅行社无法做到的。互联网创业公司有一个共同的特征：通过前期大规模的“烧钱”获得知名度和影响力。季琦在创业伊始同样如此。然而经过一年的疯狂投入之后，季琦隐隐不安起来，他认识到这不是一个长久之策，钱总有花光的一天，在此之前，尽快寻找到生财之道是当务之急。怎样才能让钱生钱呢？季琦开始仔细盘算自己公司的收入构成。携程网的主要创收渠道包括三个：订票、订房、订旅游线路。其中订房收入占了大头，份额达到了80%。2000年起，他开始有计划地吸纳全国订房业中的优秀团队，探索从线上走向线下的途径。这样，携程网渐渐不再只是单纯的互联网企业，而是呈现出网络与传统订房业务并举、线上与线下辉映的局面，业务量成倍放大。30个月之后，携程网在纳斯达克上市，2006年市值达到15亿美元。现在，携程网拥有近2000家会员酒店，遍布全国多个城市。季琦初次创业，便大有收获，得到了第一桶金，赚得盆满钵满。携程网也成为了中国首家在美上市的旅游企业。这一切都验证了季琦惊人的创业天分。

一个偶然的机会季琦发现，包括锦江之星、新亚之星在内的经济型连锁酒店普遍存在很高的客房入住率，生意十分兴隆。经过市场调研，他仔细分析了目标客群的职位、消费水平、整体需求等情况，得出的结论是：目标客群多数是公司的业务人员，消费水平比较平均，在二三百元上下，交易过程中对性价比非常敏感。由于客群的基数庞大，由此带来的需求也是非常可观的，经济型酒店具有非常广阔的前景，他察觉到这是一个好机会。利用携程网庞大的订房网络和运营、融资能力，季琦开始着手进行经济型连锁酒店的开发工作。

他很快创建了“如家”品牌，口号是“适度生活，自然自在”，对外的卖点是干净、经济、温馨，多分布于配套完善的地段，最大限度地满足了普通白领的出差、旅行需求。同时，凭借网络订房的低运营成本，比当地三星级酒店的平均价低10%~20%，却仍然能保证20%左右的盈利。在短短半年的时间里，如家已经有了10家直营店、近20家加盟店、1家特许加盟

店，创造了中国酒店业的奇迹。2006年，如家在纳斯达克上市，当时市值就翻了三倍。

2005年年初，季琦又创建了“汉庭”品牌，这个品牌的定位比如家要高端一些，属于商务连锁酒店，为商务人士提供更好的生活服务设施，并配有会议室、免费宽带等工作设施。携程和如家的先例使得季琦对这一系列品牌的成功有了很大的自信心，这一次，他的目标不仅是创建一家新公司，而且要尽早开拓新市场，影响行业的规则制定。这个项目很快也获得了资本的认可，2010年，汉庭首次公开募股，市值在10亿美元以上。这实现了季琦的野心，以先发优势确立了其在消费者眼中不可撼动的地位，也在行业内确立了自己独特的竞争优势。

季琦是一个连续创业的典范，似乎每分每秒都在“折腾”，任何事都无法令他停下前进的脚步。如今，季琦已经迅速更换了一个新的头衔：力山投资CEO。这家公司除了经营汉庭商务酒店，还有一个引人注目的项目——X2创意空间。这是一处总面积达1.5万平方米的LOFT创意园区，原来是一片废弃的厂房，现在已经是徐家汇一道令人耳目一新的风景，而这一切，只经过了九个月时间。

有人问，不停创业不会很累吗？季琦回答说：“谈个曲子喝个酒，我当然想有那么一天。但是我现在内心还是充满了躁动，冲劲十足。目前，还是创业更能给我带来快乐。”

创业启示

纵观季琦这些年的创业史，不难发现他成功的秘诀：其一是速度快，敢想敢冲；其二是围绕一个大的市场进行细分市场的运作。有了这两样武器，很容易发现不同的商机，做到在不同领域都有所斩获。当然，这也需要创业者有非常全面的个人素质，能够抢先占得先机并制定切实有效的行动方案。

3. 楼仲平（义乌吸管大王）：一根吸管翘起的创业天空

人们总是小瞧一滴水、一粒沙子的力量，殊不知，滴水穿石、聚沙成塔，哪怕是稻草，如果成千上万地堆积起来，也拥有惊人的力量。创业时，也许我们选择的是小商品，但只要坚持，便可以小博大。

1965年出生于义乌市稠城街道寺后盛村的楼仲平，童年最深刻的记忆就是饥饿。有一年下雪天，家里断了顿，兄弟姊妹6个围在母亲的身边，眼巴巴地等着有口饭吃。最饥饿的时候，母亲拆开枕头，拿出里面的荞麦皮，做成荞麦疙瘩，给他们吃了几顿。

咽着带荞麦皮的面疙瘩，幼小的楼仲平从心底里发誓：再也不过穷日子，一定要有大米饭吃。

14岁的楼仲平面临中考，父母决心把他供成大学生。可是楼仲平却在毕业前主动辍学。父母追问原因，楼仲平坚定地说：“我要让咱家富起来！”

那时候，义乌的老百姓通常都会在农村时节挑着担子卖些日用小商品，楼仲平的父亲和哥哥即是如此。楼仲平在辍学后，挑起担子，也当了个货郎。他以自己孱弱瘦小的身板挑着百把斤的货，走街串巷沿街叫卖。

货郎担里，都是些针头线脑的东西，一把鸡毛就可以换块糖，利润薄得几乎为零。可靠着每天的辛劳，楼仲平竟然也在一个春节就赚到一二十元钱。这个数目在当时可不菲。自货郎担里，楼仲平明白了一个影响他一生的商业理念，那就是不以利小而不为。

后来，随着时代变化，沿街叫卖的货郎行业越来越难做下去了。楼仲平就想着换行业，做些小打小闹的生意。在十几年间，他试过收购农药瓶、乌龟壳、甲鱼等等，还试过卖牙刷、放氢气球、搞养殖。只要觉得能够赚钱，他就去做。可是奇怪的是，这些生意都没干长久，也没让楼仲平“发财”。

1991年，已届而立之年的楼仲平开始思考，再也不能这么东游西荡下去了，必须找一个稳定的行业来安身立命。

这个时候，义乌第四代市场——篁园市场即将投入使用。楼仲平觉得这是个商机，便以4600元的价格买了一个摊位。这个摊位是大通道的第一个摊位，又在日用百货和五金交界的地方，市场附近还有条专卖台州黄岩生产的塑料制品的商业街。楼仲平就拿了一些产品在自己的摊位做代销。在一个一米宽的摊板上，竟可以堆叠出好几百种塑料制品。

虽然代销利润超薄，可是不用仓库，不需要资金，也不要渠道，只要品种多、价格低，就有很多顾客光顾，加上楼仲平在市场正式搬入之前就买下摊位，因此，市场一搬过来，楼仲平的生意就火了起来。一个月下来，竟有三四万块钱的纯利，旺季的时候，甚至一个月就能赚五万块钱，在五六百家日用百货摊位中，楼仲平家的是最好的一家。

就在楼仲平的摊位生意越来越红火的时候，他遇到了竞争对手跟风的问题。许多摊位上的经营户看到楼仲平赚钱，便纷纷效仿，他卖什么商品，人家也跟着卖什么。整个日用百货，竟有一半以上与楼仲平的货品相同。

楼仲平心里开始担忧：长期这样下去，势必大家都没有钱赚，与其最后一块没落，不如趁早另谋出路。于是他决定见好就收。

一天，一个人走到楼仲平的摊位前，对他说：“我们厂要换自动机器，我有两台手动吸管制造机要替换下来，你要不要？”

这话让正思考着转型的楼仲平灵光一闪：“与其大家抢着挤着卖塑料制品，不如选择其中一两个产品办厂生产！”

1994年4月底，酝酿了许久的楼仲平租了两间民房，买了一套二手的半自动吸管生产设备，开始了“前店后厂”的创业之路。

那时的吸管，只有8厘钱一根，利润更是用“毫”来计算。因此市场上专门生产吸管和卖吸管的商家、厂家还不多。放弃一个月赚三四万元的摊位，专门生产利润微薄的吸管，很多人都摇摇头说：“真傻。”

可楼仲平坚定了信念就毫不动摇，和妻子两人，再找几个帮手，就开起

了工厂。由于肯吃苦、不怕累，楼仲平的吸管事业逐年上升，每年都会增加两三台机器。1996年，楼仲平正式成立了义乌市双童日用品有限公司，并注册了“双童”商标。

1997年，正当事业逐年上升之际，一场经济危机席卷全球，引发了亚洲金融风暴。外界需求减少了，但原料价格却上涨了，本来就靠薄利多销生存的吸管企业更是雪上加霜。很多吸管企业撑不下去，只好转行，或者倒闭。此时的楼仲平也和大家一样赚不到钱，于是周围的人纷纷劝他转行，就连老婆也开始劝他尽早退出，寻找新的行业。楼仲平对此思考了几天几夜，确信吸管是一种典型的消耗型的一次性产品，随着全球经济的发展，市场需求量会越来越大。只要渡过眼前的难关，一定会有一个不错的前景。认识到这一点后，楼仲平不但没有收缩战线，反而乘机收购了一些面临倒闭的吸管企业。从而在规模上进一步迅速壮大起来。

通过吸管生意，楼仲平很快积累了雄厚的资金。这时，正赶上房地产十分红火。有了资金的楼仲平自然成了房地产商的“融资”对象。当年，一个房地产朋友找到他，拉他入股。朋友说：“一栋房子卖出去，赶上你生产好几个月的吸管。开发一个小区，就能赚上亿元，为什么不干呢？”

朋友的话让楼仲平想了很久，动了投资的心思。可是很快他就放弃了。原来，朋友提出入股的前提是必须参与管理。楼仲平想：如果我参与房地产管理，那吸管生意肯定做不好，还是算了吧。

就这样，楼仲平坚守着自己的微利行业，一步步扎实地走下去，将其发扬光大。现在，楼仲平的双童吸管在国内市场份额占到了一半以上，而在国际市场上则占到了三分之一。楼仲平从一个挑担子的货郎，摇身一变成了资产过亿的商人，名副其实的“吸管大王”。

创业启示

没有夕阳产业，只有夕阳企业。义乌的商人之所以被人们称做“蚂蚁商人”，正是源于他们那种“蚂蚁啃骨头”的精神。作为义乌商人的代表，

楼仲平的创业经历更是给人以很大的启发，那就是：不以利小而不为！只要坚持、专注，用博大的胸怀去做细小的事情，脚踏实地，吃苦肯干，再小的产品也能把生意做大！

4. 龙海（最成功的布鞋老板）：全手工布鞋走出的别样人生路

大雕塑家罗丹说过：“生活中不是缺少美，而是缺少发现美的眼睛。”这对创业同样适用。真正有天分的商人，能从任何一个细节中发现商机。哪怕是生活中最习以为常的事情，也可以激发人们的创造天性。甚至可以说，我们现在见到的所有平常玩意儿，刚诞生的时候，都是令人惊讶的完美发明。

龙海是湖南省娄底市人，出生于一个普通的农民家庭。当时，村里的孩子们都穿自家缝制的布鞋，这种鞋采用流传了几百年的制作方法，被称为“千层底”。这种鞋样式普通、价格便宜，在农村地区广为流行。后来，龙海去高中读书，同学们都穿着时尚漂亮的小皮鞋。龙海看在眼里，十分羡慕。他暗暗发誓，将来再也不穿布鞋，要买很多双光滑锃亮的皮鞋来穿。此时的他绝不会想到，自己有朝一日会和这普通的布鞋扯上关系，从而走上一条摆脱平凡生活、走向康庄大道的人生路。

同其他很多创业者一样，龙海有一颗不安分的心。大学毕业后，他当上了一名中学教师。在别人看来，这是一份十分安稳的工作，虽然收入不高，但是贵在是铁饭碗，福利高，工作也很轻松，有这样的生活，理应心满意足了。但是他总是期待着别的什么，想离开安逸的校园，奔向另一种

生活。他曾经进行过很多尝试，开过饭店、书店，但由于种种原因，最终放弃了。尽管如此，他对于财富和事业的追求却没有停止过。

有一天，应同学的邀请，龙海来北京旅游。走在大街上，他发现很多人都穿着布鞋，龙海对此十分惊讶。在他的印象里，大城市的人们都是时尚的，按理不应该有人穿这么土气的布鞋呀。他就这个疑问咨询了他的同学。同学的回答令他大吃一惊：“这布鞋可养脚了，穿起来多舒服啊，比皮鞋好多了，根本没法比。”龙海意识到比起虚无的美丽，人们更加在意实实在在的舒适感。他接着问了这布鞋的价钱。同学回答：“80块钱一双。”

龙海有些震惊。80块钱在娄底可以买到十多双布鞋啊，中间的利润蔚为可观。敏感的海马上意识到了商机。他不禁细细打量人们脚下的布鞋，发现比起家乡的普通布鞋，城里人的鞋帮上有一些漂亮的花纹，增加了鞋的美观性，更加时尚大方，符合人们的消费需求。龙海脑子里产生了一个令他十分兴奋的念头：创业卖布鞋，使自己家乡的千层底里也能蹦出金子来。

有了这样的想法，原来的计划就被打乱了。龙海原本准备在北京待七天，意识到一笔巨大的财富即将到来，他又将自己的行程延长了三天。

这三天龙海没有闲着，他观察着街上行人的鞋子，揣摩人们的消费喜好，琢磨着合适的生财机会。他去北京最有名的布鞋专卖店看成品，对比自家的布鞋和城里的布鞋，找出各自的优缺点。他也认真思考了自己未来的人生，在改变现状和维持现状中挣扎。然而，一时的犹豫没有阻挡他迈向成功的决心。短暂而漫长的三天后，他回到家里，宣布自己将辞职创业。

创业是有风险的。与其冒着风险让辛辛苦苦挣来的钱打水漂，还不如安于现状、老老实实过日子。家人和朋友理所当然地一致劝他不要这么做。龙海当然也知道经商不是那么容易的，一个不小心，大半的积蓄就要打水漂。然而前景太美好，未来在召唤，他觉得自己一定要做这件事，不然他不甘心。大家看他是吃了秤砣铁了心，也就接受现状，不再劝他。

这样，龙海向学校递交了辞职申请，离开了这个衣食无忧的职位。他手

里还有5万块钱，于是决定充分利用这点资金开办加盟店。经过思索，他选中了左福右安布鞋。

龙海知道，手工布鞋最大的卖点是舒适、漂亮。在如今这个皮革制品盛行的年代，作为古老习俗象征的布鞋除去舒适这一基本卖点之外，还要入得了挑剔的现代人的眼。要卖得好，产品必须精致打眼，买的时候实惠，穿出去要有面子。一双好的布鞋，针眼的大小、缝线的间距都是有讲究的。龙海和制鞋厂家约定，在这一方面要严格把关，决不能虚与应付。

有了前期制作中的严格把关，鞋的质量自然是没话说。他的鞋不仅样式美观而且舒适耐穿，吸潮、透气，即使在炎热的夏天穿着也不会捂脚。因此，一经推出就广受好评，在当地非常畅销，时常出现断货的情况。在他的店里，几分钟的时间就卖出一双鞋是很常见的事情。就这样，龙海赚得了第一桶金，尝到了成功的喜悦。

有了前面的铺垫，龙海产生了再开一家店的想法，而且他对自己的计划信心十足。第一家布鞋店开办半年之后，他又在临近的县开了一家左福右安布鞋的加盟店。这家店也继承了前一家的高标准，很快就打开了当地市场。

左福右安布鞋店的规模在不断扩大，龙海的事业也在一天天扩大。要说命运真是神奇的东西，2007年的一天，一个德国人随意走进了他的小店。他本来是来湖南旅游的，一进来就觉得店里的布鞋非常别致，要买5双鞋送给他的朋友。龙海动了这方面的心思，还颇有点将自己的产品打入国际市场的野心。这件事能成功吗？谁也不知道，创业之路总是充满艰难险阻的，谁也不能保证这次赚了，下次还会赚。但是龙海并不惧怕，他还有很长的路要走，即使前方有再大的挑战，他也愿意一步一个脚印地趟出一条路来。

从普通的人民教师，到生意兴隆的鞋店老板，龙海跨出了通往成功的第一步。他最终买了皮鞋，但脚下常穿的依然是家乡的千层底。现在手工布鞋对他而言，又有了新的含义。生活每天都在改变，故事还在继续，龙海对自己的未来有着无比的信心。

创业启示

小现象蕴含大商机。曾有人说过，最成功的点子并不是最新奇有趣的那个，而是让人看到之后一拍大腿：“这个点子简直太简单了，怎么我当时没有想到呢？”殊不知，正是看起来平淡无奇的发现才是最难以把握的，正如人们每天吃饭，因此不可能记住自己一共吃了多少顿饭一样。通往成功的道路有很多条，但假如你发现不了，又谈何生财呢？龙海式的创业故事给我们提了一个醒：只有具备从平凡事物中发现商机的慧眼，才能抓住财富的尾巴。

5. 郑亚旗（《皮皮鲁》杂志创始人）：童心也是财富

荀子有句名言：“君子性非异也，善假于物也。”一个人的成功，最主要的当然是自身的努力，然而外部的环境、他人的提携帮助也是必不可少的。若想成功，就要善于利用身边的每一个资源，为我所用。局限于自己的世界是成不了百万富翁的。

相对同时代的很多孩子，郑亚旗的童年是非常特别的。他有一个非常有名的爸爸，这个爸爸是中国家喻户晓的舒克与贝塔、皮皮鲁的创作者，中国童话作家郑渊洁。

若只有这一点，郑亚旗和很多名人家庭的孩子也没什么区别。但是郑渊洁是一个特立独行的人。他允许孩子对他直呼其名，像真正的朋友那样。他宣称不会强迫自己的孩子上学，如果孩子要辍学，他也会给他自由。郑亚旗一路“郑渊洁”、“郑渊洁”地喊着过来，倒也真的将父亲看成了一

个与自己平等的人。但是孩子总是要接受教育的，因此当上完小学的郑亚旗告诉父亲他要退学时，郑渊洁动了自己写教材的念头。

他把语文数学等科目的知识编成童话，一共10门，让自己笔下的皮皮鲁等当主人公，引导孩子完成基础教育课程，里面甚至有与刑法相关的内容。郑亚旗在这样无忧无虑、充满童真的世界里长大了，变成了爸爸期待的那个样子。他自信、乐观，一度成为教育界批判当今教育的正面例子。一直到郑亚旗18岁，郑渊洁送给他一辆奥迪当生日礼物，告诉他：“过完十八岁生日，你就不能从我这里要一分钱了。”郑亚旗不愧是郑渊洁的儿子，非常爽快利落地答应了。

郑亚旗决定出去找个工作养活自己。然而，他简历上“小学学历”四个字几乎叫所有面试公司惊呆了，很多公司表示他是个非常特别的人，但和面试的职位有些不符合之处，礼貌地将他请出了公司大门。郑亚旗在经过无数次碰壁后，找到了一个在超市搬鸡蛋的活儿，他居然真的每天开着奥迪车去超市上班。

然而再怎么乐观的人，也要面对艰难的现实。搬了三个月的鸡蛋后，郑亚旗开始努力寻找新的职位。经过父亲的指点，郑亚旗发挥自己计算机方面的优势，在一家报社做计算机采购的工作。他凭借自己的勤奋诚实，很快受到了提拔，成为网络技术部的主管。然而这也不能满足他，他心里有更大的事业。

郑亚旗觉得，自己的父亲是中国一流的童话作家，他一人担任主编和作者的儿童杂志《童话大王》是中国最好的儿童杂志，他的作品每年的销量达到了100万册，但“郑渊洁”这一品牌的价值还没有完全挖掘出来。他积极鼓动老爸将“郑渊洁”的品牌进行商业化运作。然而郑渊洁骨子里还是一个文人，对商业化这种有铜臭色彩的词汇不感冒。在他看来，只要写得好，不愁卖不出去，既然卖得出去，他便能活得很好。那为什么还要费心去做商业化呢？

郑亚旗充分继承了老爸的口才，他以英国著名小说家罗琳和她的名著“哈利波特”系列小说为例，鼓励老爸将自己的作品包装宣传，获得更好的销量。这样唇枪舌剑一番之后，郑渊洁有了松动的意思。最终，他们达成了协议，父子合作，在商定的商业规则内展开推广。而且这个协议是明码标价的，并不因为两人是父子就有任何不同。



这一切定下来之后，郑亚旗投入10万元，创办了《皮皮鲁》杂志。没有自己的发行渠道，郑亚旗就拿着样刊去批发市场，一个个谈，慢慢建立了渠道，当年就卖掉了500万册，大大超出了他和郑渊洁的预期。这是郑亚旗创业的第一桶金，赚得非常漂亮，父亲也更加乐于参与进来。

当时，作家提升销量一个很好的办法是签名售书。郑亚旗给父亲的运营计划里理所当然也有这一项。然而郑渊洁非常敬业，常常一签就是几个小时，时间久了，无意间透漏出有点疲惫的意思。郑亚旗觉得这样下去对父亲的健康不利，不是个好办法，还要想一个不用签名售书就能把书卖得更好的办法。

功夫不负有心人，办法还真给他想到了。有一次他看到一个叫《李敖有话说》的节目，觉得非常受启发，电视的特点是形象鲜活、感染力强，传播力是其他任何媒介都不能比拟的，就立刻和郑渊洁谈起制作谈话节目的想法。他用激将法说道：“你就做不到这个水平。”郑渊洁当然不干，立刻保证自己的水平绝对能把这个节目做好。他还给郑亚旗表演了一段即兴脱口秀，郑亚旗听得满眼放光，立即着手开始准备，还起名叫《郑氏胡说》，颇有点戏谑的意味。

郑渊洁对此也很感兴趣，试探性地录了一场，发现效果还不错，也就有滋有味地接着录下去了。但是他不肯再去电视台，要郑亚旗在家里弄一个摄影棚。郑亚旗一想，也就答应了。

围绕着爸爸的品牌，郑亚旗还在继续想新的点子。他想起自己学过的那10本特立独行的教材，觉得有巨大的商业潜力。他开办了皮皮鲁大讲堂，地点在北京建外SOHO现代城一栋写字楼里，教师只有他和郑渊洁两个人。他们的训练课程包括语文、道德、法律等，至今已经吸引了1000多名孩子前来学习。但是他们这个模式还存在一定的局限性，这个品牌是依靠父子俩独特的教育观做起来的，换成其他老师很难达到效果。如何复制这种模式又不影响品牌价值，是摆在郑亚旗面前的一道难题，如今他正在为此努力。

虽然还有很多问题，但皮皮鲁公司依靠图书出版、皮皮鲁大讲堂，已经实现了盈利，皮皮鲁品牌相关产业年产值已过亿元，只有“小学文化”的郑亚旗如今已是亿万富翁。他并没有满足于现状，紧接着就开始策划建立一家网络公司。

在他的定位里，这家公司会涵盖之前的皮皮鲁大讲堂，之后可能涉及动漫、游戏等产业，是一家全方位开发郑渊洁童话品牌的互联网公司。他敏锐地意识到，今后互联网是一切行业的汇集点，成为产业核心，早日建立起公司在互联网上的影响力，对以后的发展会非常有利。现在，有很多机构对他的项目感兴趣，并在积极接触中。郑亚旗不希望自己的公司变成其他公司拿地建产业园的幌子，而是积极谋求和自己有相同价值观的组织。

这个组织应该对童话有足够的理解和兴趣，愿意共同开发、并肩成长。他说：“皮皮鲁公司虽然有好的品牌和资源，但把郑渊洁童话从纸面变成别的领域的东西，并打造成品牌，还是一个创业过程。”

作为郑渊洁之子，经营郑渊洁的品牌，郑亚旗很容易被贴上“富二代”的标签，成功之后，也有不少人认为他完全是靠着父亲才有如今的成就。郑亚旗说他已经习惯了，但如果书卖得不好，郑渊洁仍然会把授权拿回去交给别人做。郑亚旗是一个压力巨大的富二代，也是一个正在成长的创业者。

创业启示

依靠身边的资源成功的案例并不只有郑亚旗一个。创业者仅仅靠自己埋头苦干是不够的。靠山吃山、靠水吃水，将周边的资源利用到极致，并不是一件不光彩的事情，而是会使自己事半功倍的法宝。这并不是要求创业者投机取巧，而是要学会合理利用资源。环境、人脉都是成功的基石，需要积极经营和维护。

6. 于宇昂（《泰囧》投资人）：冒险的背后总站着机遇

“不敢冒险的人既无骡子又无马；过分冒险的人既丢骡子又丢马。”拉伯雷的这句话值得所有创业者深思。创业本身是一项风险极高的活动，并不严格遵循“付出总有回报”的教条。然而它的回报率也非常惊人，一旦成功，就此飞黄腾达，一生衣食无忧也是非常正常的。创业者有没有胆识去走别人不敢走的路，是判断他能否成大事的重要标准。

于宇昂从小就显示出一种超出年龄的成熟。据他的父亲介绍，从小于宇昂就特别活泼、阳光，有文艺方面的超强天赋。他不畏生、不惧场，在台上善于表现自己。有一次父亲所在的单位搞了一次文艺活动，于宇昂上台朗诵诗歌，期间他非常放松，完全不扭扭捏捏，像个成年人一样，赢得了台下100多名观众热烈的掌声。

更加难能可贵的是，于宇昂人小鬼大，特别有主见、坚强独立。无论是选择大学、专业，还是长大后选择创业，都能冷静分析，找出最合适的道路。高中的时候，于宇昂的一位同学因为学习无趣，不想读书了，他父母穷尽办法也没能说服儿子，最后找到于宇昂。于宇昂连夜跑到同学家，和他聊理想、聊未来，给他分析目前的处境。一夜长谈，这位同学最终决定回学校上课，并考取了一个不错的学校。

于宇昂养成这样独立的性格，还有一个重要的原因。他在业余时间热爱攀岩，很享受这种既刺激又危险的运动。到达顶点后，虽然累得气喘吁吁，但征服大自然的感觉是如此美好，使他欲罢不能。正是这种冒险的运动激发了他内心的不安定因子，使他在以后的人生中不断接受挑战，寻找冒险。

于宇昂2009年从天津音乐学院毕业之后，曾经有机会和朋友一起做生意。但是于宇昂有别的打算，他一一谢绝了朋友的好意，打算在自己热爱的影视行业闯出一片天地来。他找父母借了50万块钱，创立了一家影视公司。他投资拍摄的第一部电视剧是《香格里拉》，由胡歌主演，最终在中央电视台一套节目播出。对初出茅庐的于宇昂来说，能够把自己的片子送进央视是一件可喜可贺的大事，相当于人生的第一份回报，这一年，他只有23岁。

于与昂与《泰囧》结缘，始于《泰囧》的制片人陈祉希。当时，《泰囧》因为种种原因，两度夭折。陈祉希费尽心思，将《泰囧》重新改编，想将这个剧本搬上大荧幕。他就投资问题找到于宇昂，邀请于宇昂一同合作。于宇昂把握住了这个机会，他作为联合出品人，在电影投资里占了10%的股份。

三四百万元对于刚刚开始创业的于宇昂来说不是一个小数目，而电影作为一种不可预测的投资方式，有很高的风险。首先，电影的拍摄是一项非常复杂的工作，任何一个环节出了问题，都有可能牵一发而动全身，给整个项目带来巨大的损失。影片上映后，观众的口味会引导票房走势，对投资回报有非常大的影响。同时，电影的档期也很不妙，根据可靠消息，已经有中国某著名导演的一部喜剧作品正在拍摄，两者的放映期极有可能赶在一起。再者，相比国内动辄上亿的电影投资，《泰囧》可以说是一部低成本的电影，这同时是徐铮执导的第一部作品，他身兼主演和导演，能力到底如何，在当时还是一个未知数。如此多的不可控因素聚集在一起，使一般的投资者止步不前。这就仿佛是一个赌局，要考验投资者的魄力和眼光，在电影投资领域，这样的赌博每天都在上演。

这时候，于宇昂加入了赌局。

于宇昂虽然具有冒险精神，但也不是一味莽撞行事。他选择《泰囧》这部电影，有他自己的考虑。首先，这部电影是《人在囧途》的续集，前者在中国一炮打响，被认为是一部非常成功的喜剧电影，在影迷中有很高的人气；其次，《泰囧》的主要演员包括徐铮、王宝强、黄渤等一批知名的喜剧演员，他们是喜剧的老戏骨，已经有了很多拍摄经验，演技自不必说，他们同时是中国当红的喜剧明星，各自有一大票粉丝支持，号召力也是国内一流；再次，《泰囧》的剧本令他很感兴趣，台词接地气儿，剧情不拖沓，还有一个合乎逻辑的整体架构，他凭借自己在影视方面的积累，认定这是一部能对上中国观众胃口的电影。

计算过优势和劣势，于宇昂拿出了自己的家底。这一年，于宇昂25岁，在同龄人还在某个写字楼为别人打工的时候，他已经开始学着运筹帷幄。

命运没有辜负他的期待，给了他一个大大的惊喜。《泰囧》在大片云集的贺岁档中杀出了一条血路，从2012年12月12日上映到2013年1月12日短短的一个月时间里，以4000万元的投资疯狂虏获了12亿元的票房，成为当年的一大热门，网上关于此片的讨论层出不穷，产生了一股《泰囧》热。在这

一战役中，于宇昂最终拿到了7000万元人民币，是当初投资的20多倍。于宇昂的冒险获得了丰厚的回报。有人说，《泰囧》的剧情无厘头，显得非常俗气。对此，于宇昂表现得很轻松坦然。他说：“《泰囧》毕竟是喜剧片，拿来给老百姓图个乐子，不可能很高雅很超凡脱俗。只要观众看得开心，这部剧的意义就实现了。”私下里，于宇昂很清楚自己的定位，他要做的就是投资可赚钱的电影，让它卖个高票房，收回成本，赚取利润。

这无疑是一个巨大的成功，有勇有谋的于宇昂在欢呼胜利后，立刻投入到新一轮的冒险中。这一次，他将宝押在电视剧《玲珑局》上。于宇昂不仅担任了出品人，还亲自出马，作为监制掌控整个进程。这部剧邀请了众多影视红星，预计年内和观众见面。于宇昂在里面也客串了一个小角色。于宇昂如今可以算是一个传奇人物了，他在事业和生活上“全面开花”，甚至参加了一档电视相亲节目。

关于以后的发展，于宇昂表示，目前他的重心仍然是投资，此外可能会出演电视剧、电影。他的影视圈之路正展现出一片光明的未来，他的冒险还在继续。

创业启示

创业就是一场冒险，走得最远的人，常常是愿意去做，并愿意去冒险的人。虽然付出不一定有回报，但不付出就一定不会有回报。创业者应当时刻保持敢于冒险的勇气，因为高风险必然伴随着高利润，只有这样才能保证及时抓住机遇，走向成功。当然，如果没有敏锐的洞察力，就会失去对市场的感知能力，这样盲目冒险，很快就会血本无归，更谈不上投资回报了。

7. 卢小旭（游戏音乐工作室发起人）：创意需要灵光一闪，更需要持久的战斗力

很多时候，我们会有刹那间的创意涌上心头，只是有的人任其一闪而过，而有的人却为此付出全部心神。一个忽略，便有可能损失一个商机，而一个选择，就意味着一次机会。

卢小旭自幼就有相当高的音乐天赋，钢琴演奏手到擒来，而且对于各类古典音乐、流行音乐都有所接触，这也为卢小旭以后在音乐道路上继续发展奠定了良好的基础。

中学的时候，卢小旭就开始试着进行歌曲创作，并崭露头角，他的作品在全国原创音乐比赛中屡获殊荣。大学期间，虽然专业是计算机，但卢小旭并没有放弃音乐，同时辅修了作曲课程，他写的一些电子网络音乐的书更成为了全国高校相关专业的教材。

卢小旭在大学期间也试着组建乐队，“旭”、“阿修罗”等就是他组建的，在全国演出时获得了良好的反响。后来更是在央视《同一首歌》等大型晚会上制作歌曲。一项一项的成绩都似乎在预示着卢小旭将来的音乐道路将一帆风顺。但令人惊讶的是卢小旭并没有走传统的音乐制作道路，而是成为了一名游戏音乐制作人，在当今社会一个比较边缘化的领域发展。

为什么会走上游戏音乐制作这条路，卢小旭坦言既有国内唱片业大环境的影响，也有当初一位朋友的影响。“当时，我的一个朋友找到我，要我帮他制作一款网络游戏的音乐。我本来对电子游戏就有相当大的兴趣，这次游戏音乐的制作让我看到了游戏音乐在国内的前景，我一发不可收拾，一干就是七八年。”因为这次合作，卢小旭赚到了他人生中的第一桶金，而这次合作也成了卢小旭成立音乐工作室，乃至发展成今日规模的源头。当问到卢小旭他当年是制作哪款游戏的音乐时，卢小旭摇摇头，叹道：

“这游戏恐怕早已淹没在中国网络游戏的历史长河中了。”

或者当时这只是心中偶然闪过的一个念头，但不得不说，卢小旭能有今天的成就，是他对游戏音乐的坚持。

2004年，卢小旭的音乐工作室成立了，但卢小旭一人身兼老板与员工，空荡荡的房间里只有他自己孤零零地在创作，到了2005年才增至3人。2006年卢小旭正式注册成立北京小旭音乐文化责任有限公司，到如今已经有30多名员工了。

卢小旭表示目前公司经营的理念是在精而不在多。他说：“公司目前的发展并不是追求快速扩张，而是在走一条平稳发展的道路。在保证每位音乐制作人高效、高质的创作前提下，我们这个团队现在已经完全可以满足国内游戏公司对游戏音乐的需求。”

或者音乐人本身都比较感性，在卢小旭的音乐工作室里，你会发现这根本就不是工作室，而是一个温馨的小家，里面摆着行军床，上面铺着床垫和被褥，旁边还放着大衣柜，甚至卫生间里还整齐地摆放着许多牙膏牙刷，常能看到有些员工穿着拖鞋，哼着小曲。卢小旭解释说，音乐创作需要比较宽松的环境，太压抑是创作不出好音乐的。他希望在他的工作室里，大家就像在家一样，可以卸下防备，悠闲地创作出好的音乐。这里的员工也说：“我们就像一个大家族，大家都像兄弟姐妹一样，小旭就是一个家长，由他来带领我们成长。”一次记者采访卢小旭时，发现他们正在吃午餐，大家都是捧着个碗围坐在一张大桌子上，就像一般家庭吃饭一样。卢小旭认为：“围坐在一起吃饭是一项很重要的工作，这样可以提醒我不要忘了我不是一个人孤军奋战，还有这些员工在支持着我。他们大多都是学音乐出身的，比较感性，对他们在感情上的关怀就显得相当重要了。”

一款好的游戏音乐需要与游戏本身相融，国内目前出品的游戏大多是以中国风、仙侠为题材的，这也导致卢小旭音乐工作室出品的作品大多大同小异，类型单一。曾有网友在微博上发表感言：“觉得小旭的音乐没啥特点，听来听去都差不多，有时候都分辨不出来是不是他创作的了。就像那

个《梦回九龙朝》，说实话，我是为了抱枕才去听第二遍的。”卢小旭对此表示有些无奈，这与国内目前的大环境有关，抄袭之风盛行，音乐风格雷同也就不能避免了。卢小旭也希望可以制作出更多不同类型的音乐，如FPS（第一人称射击类游戏），RAC（竞速类游戏），AVG（冒险游戏）等制作游戏音乐。但目前游戏音乐还是依赖于游戏而生存，卢小旭自己也无能为力。

目前游戏音乐处在一个比较尴尬的境地。在国外，游戏音乐产业已成气候，游戏公司甚至愿意花游戏制作成本的20%来制作游戏音乐。而在国内，游戏公司虽耗资不菲，但真正投入到游戏音乐当中的却少之又少，有时只占游戏开发资金的1%，并且游戏音乐也不是作为独立产业而存在的。游戏音乐创作上人才稀缺，大部分游戏音乐从业者音乐素养不高，科班出身的音乐人又大多不懂游戏，在这种情况下想要创作出出色的游戏音乐就不是那么简单的事了。加上配乐者通常默默无闻，不为公众所熟知，缺乏工作成就感，也更令游戏音乐的发展举步维艰。

卢小旭认为，游戏音乐虽为游戏的附属品，但其重要性不言而喻，好的游戏音乐能为游戏增色不少，如我们熟知的天籁般唯美的《诛仙》，轻松欢快的《斗地主》，大气磅礴的《天龙八部》等，这些游戏配乐可以让玩家更好地投入到游戏中，增添了不少欢乐。难怪卢小旭认为：“一个优秀的游戏音乐制作人，同时必定也是一个优秀的游戏玩家。”

在北京望京有一座不到四层的小楼房，外表看起来普普通通，但内有乾坤，这就是卢小旭的音乐工作室，里面专业音乐创作设备相当齐全，吉他、电钢琴、Dynaudio（丹拿音响）等，一应俱全。虽然没有多少明星进出，但卢小旭的工作室可是制作出了许多轰动一时的游戏配乐。

当年，卢小旭怀揣梦想来到北京，这个音乐人的梦想之地。一开始，他也曾住过地下室，喝过白开水，啃过干泡面，他也曾经迷茫过，不知前路在何方。但幸运的是他并没有被艰难的日子打倒，在2004年便找到了自己要走的道路，并在这条路上风雨兼程地走了下去。卢小旭曾经总结过成功的

经验：做事要专注，方向永远比速度重要。游戏音乐是在金字塔顶层的，只有不断攀爬才能获得生存的机会。卢小旭能有今日的成功全赖于他对游戏音乐超出生命的热爱。

当年卢小旭走上游戏创作的道路或许只是他一刹那的念头，但他全心全意地走了下去，并取得了成功。2012年，卢小旭的工作室筹划了一个游戏音乐演唱会，没有盈利，但却获得了满堂红。如今的卢小旭意气风发，他相信纵然现在游戏音乐依旧是默默无闻，但总有一天会被大众所接受，从幕后走到台前。

创业启示

天下无难事，只怕有心人。

都言创业难，其实不是我们没有创业的机会，也不是没有创业的点子，而是我们没有为了成功创业付出足够的努力。

8. 李定（笛莎服装代工厂老板）：拥抱变化，传统产业也能腾飞

每一个行业都有生命周期，当其发展到了极致就注定会走向衰落。坐以待毙，无疑是死路一条，若能适应时势做出改变，或许就是柳暗花明又一村了。

李定虽不是含着金钥匙出生，却也是一个名副其实的富二代。父亲是钟艺玩具有限公司的老总，资产逾千万。李定在扬州大学国际贸易专业毕业后，拗不过家人的劝说，进了钟艺，分在采购部跟着老员工到处跑。照理

来说，李定应该就此安安分分地待在父亲的公司，子承父业。但跌破大家眼镜的是，一年后，李定还是辞职不干了。

“待在公司无聊极了。我虽然什么都不懂，但也看得出来公司继续这样经营下去，前景渺茫。这种劳动密集型的产业，没有自己的核心技术，靠的是贴牌生产，企业的命脉完全握在别人手里，风险承受能力太低了。”

辞职离开钟艺，李定就在扬州大学附近开了一个叫“千年虫”的网吧。为了经营好网吧，李定针对以前网吧没有隐私的问题设了卡座，尝试搞了会员制。同时为了宣传和加强与客户之间的互动，举办了CS（反恐精英）比赛。李定的创新和实践十分成功，短短一年时间，网吧就由原来只有20台电脑发展到了60台。这一次的创业，李定获得纯利润十几万元。

第一次创业的成功让李定尝到了甜头，踌躇满志，但是李定并没有像人们想当然的那样把网吧生意做大，而是把网吧转手了，很多人都在纳闷。李定说：“网吧只能算是一个填饱肚子的饭碗，不是一份事业，我想要做的是一份能承载自己梦想的事业。”

2001年，李定重回到了父亲的钟艺公司，但并不是将钟艺发扬光大，而是向父亲开口要了100万元，准备开始自己的二次创业。一开始，父亲当然没有爽快地同意。回忆起这段往事，李定心里除了感慨，更多的是感激：

“父亲虽然表面反对，但内心里还是支持我的。他作为一个父亲，给了我不断犯错的机会，只为了能让我成长。”

这个时候的李定并没有成熟的项目，拿到父亲的赞助后，他便南下深圳去寻找机会。在深圳的两个月，李定看中了塑胶玩具项目，原因是当时国内没有多少企业生产这类玩具，市场竞争不大，前景广阔。于是李定用双倍薪水从深圳挖角了七名技术人员，准备大干一场。但事情不像他想象得那么顺利，半年后，七个技术人员全走了。李定对此有自己的看法：“他们会离开，一方面是因为不适应扬州的生活，另一方面是我们在用人上只注重情感，而没有站在契约精神的高度。虽然人走了，但我以后在任用人才方面也长了经验。”

即便没有技术人员的支持，李定也还是坚持了下来。为了攻克技术难关，他甚至亲自带着技术人员上门拜师学艺。功夫不负有心人，李定成功了。虽然在这三年里做的还是OEM（贴牌生产），但工厂产值相当喜人。

“第一年塑胶玩具的产值是80多万元，第二年是300多万元，第三年已经超过500多万元了。”对此，李定显得意气风发。

工厂产值喜人，但李定并不甘于现状，他认为继续OEM（贴牌生产），工厂到头来也会走下坡路。要想继续，必须要有自主品牌，而且还要有文化内涵，这样的企业才能立于不败之地。

自从有了文化创意的想法，李定便开始着手建立自己的品牌。2004年，李定在扬州注册了“笛莎”商标，开始走自主研发的道路，专门生产成品塑胶玩具娃娃，并在扬州瘦西湖畔开了第一家“笛莎娃娃”的玩具专卖店。2005年年底，全国已经有了不少的加盟店。

玩具是“顺产”了，但销路还是个问题。为了打开销路，李定专门请深圳的一家动漫公司创作了一部40集的《笛莎日记》FLASH动画长片。李定认为，玩具能否热销，关键在于儿童对其是否知悉和接受，这部动画长片让不少的小朋友认识了梳着羊角辫、皮肤黝黑、豁牙的北方小姑娘。但是李定忽略了一个重要问题，玩具制作在前，动画制作在后，资金紧张，短期内不能解决玩具滞销的问题，而且动画以成人视角切入，儿童接受程度不高。《笛莎日记》并没有形成完整的文化产业链。2007年年底，李定决定终止《笛莎日记》的制作，把资金转投到上海，成立了上海笛莎文化传播有限公司，并与童装加工企业合作，进军儿童服装和配饰市场。但李定这一决策失败了，之前所有积累全部付之东流。身边的人都劝李定放弃，但李定说：“我不会放弃，因为我的梦想还在。”

“每个女孩都是公主。”这是李定和妻子在一次出差旅途中灵光乍现想起的一句广告语，“笛莎公主”的创意随之问世。而这句广告语也成了笛莎文化的精髓。李定说：“无论将来笛莎这个品牌能否成为真正的‘公主’，也无论事业是否成功，我都会将‘每个女孩都是公主’这个梦想延续下

去，这是我为之奋斗一生的目标。”

2007年李定结束了《笛莎日记》的拍摄，也在这一年，李定带着新的“笛莎公主”宣告王者归来。

李定发现3~12岁的女童在买回玩具后，最常做的事就是帮人偶玩具做一些小衣服，这个发现让李定想到：如果穿与人偶玩具类似的服装，她们不是会更喜爱吗？

说干就干，关停上海的公司后，李定和夫人重整旗鼓，邀请国际著名服装品牌“衣恋”（ELAND）创始人之一，韩国著名设计师朴龙奎，和他的设计团队“Rainbow”组建了一支阵容十分强大的团队，并由朴龙奎担任公司的首席设计师。李定和韩国设计师签订协议，由他们负责女童服装款式的设计，自己则负责生产，共同开发精致的韩国范儿女童装。“我们现在要做的是以文化创意为核心，带动动漫产品的开发生产，从销售、服务，到文化传播，创建一条完整的文化产业链。”

经过一年多的努力，笛莎虽取得了一些成就，但业务总是打不开，笛莎就这样不温不火地发展着，这当然是李定所不乐见的。在2010年以前，笛莎主要以实体店为主，知名度不够进不了商场，想拓展门店，但实力不足。李定深知，企业若想长久发展，只能集中力量做一件事，为此，在2010年年底李定终止了父亲经营了一辈子的事业——笛莎公主母公司钟艺玩具的毛绒玩具业务。

为了打破笛莎的发展瓶颈，李定想了不少办法。一次偶然的机会，李定在与几位朋友的闲聊中得知，电子商务如今发展势头迅猛。其实之前，李定也有卖笛莎产品的网店，但一直没有足够重视，这一次，李定决定以全新的眼光来看待电子商务这个平台。在公司四位高管的陪同下，李定参观了淘宝的实际后台操作，第二天就决定进军电子商务平台。李定的决策给公司带来了巨大的利润，当年笛莎刚上线时网上销售额达20万元，年底突破了600万元，第二年更是突破了1.37亿元。

如今的李定同当年一样踌躇满志，笛莎也由原来的女童服装发展成围绕

女童生活的全方位产品布局，产品涉及智能玩具、女童服装、饰品、文具等一系列产品。他说：“笛莎2011年预计销售3亿元，2012年5亿元，三五年内可实现销售的‘撑竿跳’，跃居全国服装业首位，笛莎也会成为世界知名的儿童服装品牌。”李定现在正在着手准备笛莎的上市大计，笛莎也会迎来新一轮的销售高峰。

创业启示

以不变应万变是我们的警世良言，但是不是无论何时不变都是硬道理呢？李定的故事告诉我们：或许有时稍一变通就会有另一番新天地。如果李定抱残守缺，或许在若干年后，他的公司就会消失在激烈的商海竞争中。正是李定的变，给他赢得了机会，公司也获得了新的发展。

第四章 女人创业

——半边天的云彩染红整片天空

1. 裘丽蓉（敦煌集团董事长）：认准了，就做下去

伏尔泰说过，伟大的事业需要矢志不渝的精神。只要持续努力，不懈奋斗，没有征服不了的难关。创业是从无到有、彻底的创造性活动，更加需要始终如一地贯彻自己的意志。通往成功的道路是曲折的，只有认准目标坚持到底的人才能抵达终点。

裘丽蓉曾经是成都一家衬衫厂的工人，设计、剪裁、缝纫，没有不精通的。她非常想创办一个属于自己的服装厂，施展自己这方面的才华。但是所在的工厂只生产男式衬衫，她一身本领无处施展，只好用到工友身上。

直到改革开放，随着越来越多的人“下海”，裘丽蓉终于决定，无论如何，都要实现自己的夙愿。

说到就干。她立刻辞职，开始进行前期筹备。万事开头难，裘丽蓉马上就卡在了一个关键环节——资金。但是她没有退缩，找朋友、亲人东拼

西凑了10万钱，作为启动资金开办了自己的服装厂。随后，她又面临新的困难：资金短缺，没法购买足够多的缝纫机，甚至请不起技术员，业务员也没有几个。但是她坚持着不肯放弃，让工人自带缝纫机，甚至自己担任新工厂的保安。晚上，她独自一人面对着沉沉的黑暗，吓得瑟瑟发抖。最后，只好带着两岁半的女儿壮胆，权当是心理安慰。作为一个女人，她面临的心理压力实在是太大了。

最开始的岁月无疑是艰难而又忙碌的。哪个环节需要原料，都需要她亲力亲为。她的运输工具是自己的自行车，无数地往返奔波于成都的街巷，风雨无阻。一个工厂的进货工具仅仅靠一辆自行车，可以想见是多么的忙碌紧张。裘丽蓉常常忙得忘记吃饭，休息时间也非常少。有一天，她还骑在自行车上就昏倒了，醒来后坐在地上捉摸半天，才反应过来自己一整天都没吃饭了。

很快，第一批产品出来了。她喜不自禁。但是，当她跑到大商场去推销自己的产品的时候，打击又来了：商场的人一听说是民营企业生产出来的衣服，根本不理睬她的请求。但是，裘丽蓉没有退缩。她不屈不挠地与他们沟通，请他们看她的产品样式。最终，商场同意把衣服挂三天，三天之内没有销路可以退回。起初他们把衣服挂在一个很不起眼的地方，裘丽蓉又磨破嘴皮请他们把衣服挂得稍微显眼一点。她一个商场一个商场地帮他们卖衣服，最终，凭借设计上的优势，那些挂出来的衣服在三天之内卖掉了，商场最终同意采购她的服装。就这样，裘丽蓉赚到了创业生涯的第一桶金，这样的结果让她分外欣喜。

在一年的时间里，她把服装厂推向了整个成都。但是，裘丽蓉又面临了一个新的问题：她设计的衣服非常畅销，新款式一出来，很快就会有人翻版照做。他们没有设计成本，卖的衣服比裘丽蓉家的便宜很多。消费者没有那么严格的版权意识，而且衣服的版式一样，他们更愿意买便宜的。这给了裘丽蓉一个很大的教训。她从中知道，应该去做别人想不到的、市面

上没有的东西。

生意红火之后，裘丽蓉买了辆摩托车。但她还没来得及学习几天，就匆匆忙忙开始驾驶着摩托车上路了。有一次进货，前面有三个小孩儿横穿马路。她赶紧刹车，虽然避免了一场悲剧的发生，然而她惊慌之下，没有掌控好行驶的方向，最后结结实实撞在了电线杆上。电光石火间，裘丽蓉的腿被绞进了摩托车轮里，别人用钳子把钢丝夹断，才把她的脚拉了出来。不久，医生告诉她一个不幸的消息：她的伤口已经发展成了骨髓炎，可能需要截肢。想到自己刚开始创业就变成了残废，不但不能实现理想，还要一辈子靠别人照顾，她横下一条心，一定要把自己的厂子办好。“上天真的要夺走我的命我也认了！”她这样向别人说道。

她办理了出院手续，在自己的办公室里放了一张行军床，躺在床上，在腿下垫着厚厚的被子，咬着牙忍着痛工作。她的客户忍不住问她，命重要还是厂子重要，何苦如此逼迫自己呢？她干脆地回答：“这些我都不管，厂子我肯定是要把它做下去的。”

裘丽蓉心里还有个想法，中国的纺织品沿着丝绸之路走向世界，总有一天，她也要把自己的产品带向国际市场。给自己的工厂起名为“敦煌”，正是出于这一点考虑。后来，她在广交会上拿到了第一批国际订单，产品将会销往美国。她很受鼓舞，但出口产品会遇到极为严格的考核，不仅是面料要求高，工期也十分紧张。国外对面料颜色的要求与中国人不一样，她需要把大样打出来提交审核，不知道打了多少大样，终于达到了外商的要求。这样耽误下来，真正的生产期就更加短暂了。她担心这批货不能按期上交，但凭着一股拼劲，她三天三夜没有合眼，硬是准时上交了。成交之后，她立刻觉得天旋地转，睡了一天一夜才醒过来。

艰难险阻之后，眼前的道路越来越平坦了。她开始越来越多地参加各种国际服装博览会。一次偶然的机会，看到美国一家漂亮的超市，她觉得中国作为一个农业大国，农产品不能比别人的差。裘丽蓉再次凭着一股韧

劲，开始了第二次创业：她开办了一个生态农场，在四川省第一个拿到了政府的无公害蔬菜标志，产品摆进了成都48家超市。

如今，裘丽蓉已经是四川省敦煌集团董事长兼总裁，四川省工商联副主席，坐拥6亿元资产。她在一次会议上讲起自己的创业史，情不自禁地红了眼眶，她觉得，自己经历了那么多的磨难，没有放弃，最终取得了事业的成功，这一切都是值得的。

创业启示

创业是一个量变引发质变的过程，而且越到后来，能坚持下来的人越少，很多人往往是倒在距离成功最近的那一段路程上。这一阶段创业者总是会怀疑自己的方向是否正确，对前景产生迷茫。殊不知，只要坚持过这一段苦难的时光，就会开创自己光辉的事业。阿里巴巴的员工形容马云，说他“哪怕兜里只剩下一块钱，看上去仍然还有一个亿”。说的是他对自己目标的自信和乐观。认准目标，相信自己，然后坚持到底，创业者尤其需要这样的魄力和信念。

2. 尹峰（咖啡之翼董事长）：成长的目的是做最好的自己

成长是一条不断自我更新的道路，一路迎接挑战，一路披荆斩棘，一路遇到无数个未知的自己。人生可能不会成功，却一定会成长，而成长的目的，就是在无限风光里，做最好的自己。

巷尾随处可见的臭豆腐小吃和红酒牛排法国大餐似乎是格格不入的两样东西，一个是属于平民阶层的街头消遣，难登大雅之堂，另一个似乎永远挂着高贵奢侈的牌子，在繁华闹市独占着灯光最美的一角。可是偏偏有人把这两样东西结合在了一起，一道臭豆腐扒南非墨鱼，天马行空的创意让人大跌眼镜，同时让人敬佩。她的发明者就是咖啡之翼的美女董事长——尹峰。

出生于1970年的尹峰，是个地道的湘妹子，1992年毕业于湖南财经学院经济管理国际贸易专业，之后分配到湖南省外经委工作。1996~2000年间，加盟时装品牌专卖店，后来成为了意大利佛罗伦女装湖南总代理。2000年的时候尹峰开始涉足餐饮，加盟了广州绿茵阁咖啡厅，2003年创立了咖啡之翼西餐连锁机构。

2000年开始，依靠经营加盟的咖啡厅，尹峰赚到了一些钱，但是她并不满意，对于毫无新意的菜品，标准化的管理和限制，尹峰觉得这终将会限制咖啡厅的长远发展。尹峰认为，连锁要求很强的复制性，很多东西只要照搬过来就行，自己的想法和创意完全没有用武之地，而咖啡厅也只会是众多连锁店中的一个，平庸无奇，没有特色和个性。咖啡厅的经营要以人为本，打动顾客的心，顾客才会回头。正逢与加盟店合约到期，尹峰当机立断，决定自己创业，要用自己的想法和创意来征服市场。

尹峰是一个喜欢做梦的人，她认为成长的过程中，应该时刻守护自己的七彩梦，成长的每一步，都要朝着梦想的方向前进，做到最好，做到与众不同。而尹峰用自己的努力实现了这个七彩梦。她投入了自己之前的全部积蓄400万元，又向银行贷款，一年之内连开3家店，分别命名为绿店、橙店、蓝店。尹峰认为，每种颜色都代表着一种不同的生活形态，一种心情和爱好，而人都是多面体、综合体，有时候充满激情，有时候喜欢安静，有时候想回归自然，有时候又神秘高贵。颜色是会说话的，会说出不同的梦想，不同的心情。在尹峰的蓝店里，用了很多蓝色水晶和白色羽毛作为

装饰，她想建造一个梦想的空间，让所有进入蓝店的顾客，都以为自己进入了一个童话的世界，而尘世的烦恼，都留在了那蓝色水晶帘子之外。

2006年的一天，走在路上的尹峰突然闻到一种熟悉的香味，原来是她打小爱吃的湖南长沙著名的小吃——臭豆腐。臭豆腐闻着臭，吃着香，让人吃了还想吃。吃着碗里热乎乎香喷喷的臭豆腐，尹峰脑子里突然闪过一个想法，这么好吃的臭豆腐，能不能和西餐结合起来呢？臭豆腐虽然外表黑乎乎的，但是可以用白色的墨鱼扒黄来搭配，再配上五颜六色的美国圆椒，卖相应该是不错的。这种土洋结合的创意让尹峰兴奋不已，她立刻打电话给厨师长，把这一想法兴奋地说了出来。有着18年西餐烹饪经验的厨师长，一直认为西餐是严谨而讲究的，在西餐中鸡腿的部位一定要配红葡萄酒，而鸡胸的部位一定要配白葡萄酒，所有西餐中这种类似的细节和规矩，厨师长都坚定不移地遵循和执行。而听到尹峰要把街头小吃臭豆腐端上西餐餐桌，他觉得不可思议，这简直就是在胡闹啊。

可是尹峰从来不迷信规矩，在之前，她也一直要求西餐的经营要融合本地市场，了解当地顾客的口味，在正宗的基础上进行本土化改良，比如尹峰经常在正宗西餐上，放上湖南最地道的辣椒酱。在大家都认为这是在胡闹的时候，没想到尹峰的混搭风打破了传统框架，引起了人们的好奇，成为了咖啡之翼的招牌菜，在众多西餐中，独树一帜。臭豆腐扒南非墨鱼黄一推出，就引起了强烈的反响，特地来吃的顾客非常多，尹峰不得不每天限量供应100份。

尹峰对所有事物都充满了好奇心，年近40岁的她还像一个活蹦乱跳的小女孩，她的大脑里充满了梦想和创意，喜欢打破规矩，颠覆传统。而实际上在每个打破传统的过程中，她都会发现新的事物，收获新的成就，不断成为更好的自己。

然而，尹峰的创意和七彩梦，并不是一帆风顺的。看咖啡之翼一路成功，尹峰把梦想店开进了上海，本以为也会受到上海人民的欢迎，直到财

务拿着一份账单找到尹峰，原来上海的店半年来一直在亏损。尹峰在湖南的标新立异到了上海却水土不服。很多顾客进店之后，不知道到底是中餐还是西餐，觉得不正规，不土不洋，所以不喜欢。尹峰第一时间来到上海，跟团队一起重新考察上海市场，制订新的发展策略。后来跟厨师长协商，把特别湖南味道的菜删掉，加入了其他菜系的菜并跟本地的味道结合，在调整的当天，营业额就开始上升。

上海店是咖啡之翼经营体系中，第一家亏损的店，这使尹峰的头脑更加理智和清醒。创意和个性化非常重要，但是不足以维持大局，大胆的创新和挑战一定要首先建立在严肃和理性经营的基础之上，将理智和激情结合起来，梦想才能走得更远更久。尹峰依然执著着自己的七彩梦，只是这些七彩梦从原来激情的颜色渐渐变得沉稳、厚重，因为她知道，所有的梦想和创意都要靠脚踏实地的经营走下去，这样才能在以后的人生路上，不断成长，不断地成就更好的自己。

创业启示

执著追寻梦想在人生路上前进的人，是非常让人敬佩的。成长的每一步，都需要梦想与创意做伴，然后靠着踏踏实实的努力去完成。做自己想做的事情，做自己爱做的事情，在成长的道路上不断地遇到更好的自己，努力地去超越，才是人生的真正意义。

3. 艾丽娅（剑桥大学生）：在中国养蜂的巴基斯坦女孩

商业，归根结底是制作出产品，然后销售出去，从而实现利润。但一切又岂是说得那么容易？没有付出辛

勤的汗水，如何能做到这一切？一个成功的创业者，不仅要做出产品，还要让世人认可。一般认为，创业要在自己熟悉的领域。可想而知，在陌生的国度创业并成功销售出产品对人是一种怎样的考验。

艾丽娅，名校毕业，没有选择大都市的喧嚣，而是选择到穷乡僻壤创业，这一切不仅是为了自己，也是为了这片土地的农民。

艾丽娅会来到云南，多少与她父母有一点关系。2003年，艾丽娅的父母受邀来到香格里拉参加一个旅游论坛。起初他们都以为这只是他们人生中的一个驿站，然而踏上这片土地伊始他们便被这里的美景所吸引，再也生不出离开的念头。只是纵然美景如画，生活在这里的人民却是挣扎在贫困线以下，有些甚至无法保证温饱。为了改善当地居民的生活状况，艾丽娅的父母在这里创办了一个基金会，主要是基于社区服务的。他们没有想到的是这一做法在女儿艾丽娅心里生了根，艾丽娅为云南当地居民的生活开创了自己的一条路——养蜂。

艾丽娅毕业于英国剑桥大学，主修经济学，对于扶贫项目的开展相当有经验。艾丽娅初随父母来到香格里拉的时候，也如父母般被这里如梦似幻的美景所吸引。但同时，当地居民生活水平的低下也给她带来不小的冲击。许多人收入仅够维持温饱，甚至无法保障孩子的学杂费，艾丽娅为这一状况深感担忧。艾丽娅知道当地居民的生活想要得到改善，经商无疑是最好的途径。而且在世界范围内，政府多重重视利用养蜂来达到提高农民收入的行为。香格里拉生态环境十分原始，生物种类丰富，而这样的环境对于养蜂而言无疑是结合天时地利之便。但由于位于落后地区，香格里拉的蜂蜜只能埋没于大山之中，无缘在大众面前出现。

在香格里拉生活多时，有着经济学背景的艾丽娅逐渐有了一个计划，就是生产营销有机蜂蜜，这样不但可以提高农民收益，也能保护当地生态环

境，可谓一举两得。2008年，艾丽娅将这个计划落实，创办了一个天然蜂场。艾丽娅喜欢蜂蜜，蜂蜜几乎成了她的主食，每日必备。而她也说蜂蜜不仅有益健康，而且味道了得。

艾丽娅的蜂场位于白马雪山脚下，一个叫格化菁的小村子，里面是一个有着亿万年历史的原始森林，野花遍地。但是要进去可不是一件容易的事，不仅要开车爬盘山公路，还要步行很远上山。

艾丽娅的想法无疑是好的，但实施起来并不如她所想得那么容易。艾丽娅想生产营销蜂蜜，首先要有货源，也就是蜂蜜，而这需要大量的养蜂专业户。光是几家几户的生产是不够的，艾丽娅需要的是大批的蜂蜜。

为了能够得到更多的蜂蜜，艾丽娅经常穿行于香格里拉的崇山峻岭当中，走家串户向农户们收购蜂蜜，同时也向他们讲授养蜂的好处。艾丽娅这一努力没有白费，现在与她的养蜂场合作的蜂农已经发展到两三百家了，他们其中有的是散户，只有一两个蜂箱，有的则是专业的养蜂人，有数百个蜂箱。在艾丽娅的养蜂场之前，他们也会向外兜售蜂蜜，但大多价格低廉，且数量少，农户的生活水平并没有因此得到任何改善。“在这之前也会有中间商低价收购蜂蜜，但价格压得太低，农民都没得到什么收益。我会给他们一个合理价格，希望可以达到互利共赢。”艾丽娅说到做到，收购价是市场的一倍多，这样一来养蜂人既有了额外的收益，也不会再落得无处出售的尴尬境地。

虽然有了提供蜂蜜的农户，但产量和质量也是一个问题。在艾丽娅之前，是有当地人养蜂来维持生计，但养蜂人并不多，而且他们养蜂的知识是沿袭以前的传统方法，并不科学，不仅产量不高，连质量也不能保证。

为了让农户们学习到更为科学的养蜂方法，艾丽娅专门请来了专家给他们讲解养蜂知识。但艾丽娅忽略了一点，这里位于落后地区，居民文化水平普遍不高，有的甚至不识字，传统的教学授课方式并不适合他们，因此有些人来了一次便再也不来了。

考虑到农户们的状况，艾丽娅当即改变了授课方式，她专门请来了专家——美国人卡特里娜·克莱特。卡特里娜出生于养蜂世家，父母皆为极富经验的养蜂人，她自己也有着极为丰富的实践经验。通过她的亲自演示以及与当地人的实地操作，当地农户们学习到了更为科学的养蜂方法，利用这种方法他们也生产出了更多的蜂蜜。

为了更好地采集蜂蜜，数年来，艾丽娅不断向专家请教，更亲自实地考察，逐渐从一个理论家成长为半个实干家。艾丽娅说：“我自己是不了解技术，但当地大学对这个都有研究，我可以跟他们合作，技术问题自然可以迎刃而解。”通过卡特里娜的帮助，艾丽娅说服养蜂人放弃了传统蜂箱，采用了新式蜂箱。这种蜂箱可以更为有效地分离蜂王和普通蜂产的蜜，而且对蜂巢不会有损伤，蜂蜜提取器使用也变得更为方便。但并不是所有农户都能接受新式蜂箱，而且传统技术也并非一无是处。对于这种情况，艾丽娅正在着手研究新的蜂蜜提取器，希望可以适用于传统的蜂箱。对于有需要的农民，可以提供一些帮助。

如今一到收获季节，艾丽娅都会变得比平常兴奋。农民们不用再受中间商的欺压，收入提高了，生活水平也随之有了提高。

艾丽娅的养蜂场还处在发展阶段时，对于盈利问题，艾丽娅说：“目前为止，并没有盈利，希望可以在2010年收回投入的资金，下一年开始盈利。”艾丽娅也没有具体透露自己到底投入了多少资金，她只说希望在时间和金钱上的付出能够有所回报。在谈到如何应对困境时，艾丽娅微微一笑，说：“我是绝对不会放弃创业的。”

一种产品如何能更快走进人们的视野，通过超市来推介销售无疑是一个十分好的途径，但这样成本太高，艾丽娅的事业刚起步，这样做风险过高。于是艾丽娅另辟蹊径，通过参加展会打开市场知名度。有机产品和奢侈品的展会就是最好的选择。慢慢地，艾丽娅的蜂蜜有了市场知名度，打开了一部分市场，包括一些高档宾馆、娱乐会所和餐厅等。就这样，没有

浮夸的市场造势，凭着精良品质和客户口碑，这些曾经养在深山无人识的蜂蜜，走入了人们的视野，来到千家万户的餐桌上。

2010~2011年艾丽娅的目标是打入中国中产阶级消费市场。现在艾丽娅的养蜂场已经实现盈利，我们相信随着市场份额的扩大，艾丽娅养蜂场的收益一定会稳步上升。在将来，艾丽娅希望自己的养蜂场能越做越大，在每个盛产蜂蜜地区的养蜂户中，她都能占10个养蜂箱。

我们相信凭着艾丽娅这股韧劲，她一定会成功的。艾丽娅这一做法不仅得到当地政府的支持，而且也真真正正给农民带来了实惠。如今香格里拉的养蜂户生活水平有了很大的提高，这一切都得益于艾丽娅的养蜂场。

创业启示

有些时候创业的成功并不是蓄意为之，有时只是心中的一个念头，而坚持这个念头可能就给你带来了意外的成功。

艾丽娅从一开始就没有用大富的心理去做蜂蜜生意，她只是想改善当地人的生活，也是为了保护当地的环境，而就是这个念头，让她把深山里的事业做到了广阔的世界，让世界人民认识到了她的蜂蜜，艾丽娅也因此获得了巨大的成功。

4. 乔琬珊（哈佛女孩创业）：牵着牦牛走出哈佛

用勇敢战胜怯弱，才能听到胜利的号角，用毅力斩断徘徊，才能一路无畏前行。坚持自己的信念，走自己的路，让不可能成为可能，才能让成功在理想的光辉中闪烁。

2006年，当时还在哈佛就读，来自台湾笑容甜美的女生乔琬珊和她的同学来到云南、西藏等中国西部地区进行为期一个多月的社会考察。生平第一次见到牦牛之后，乔琬珊迎来了她人生的转折点，改写了她的人生轨迹。

在西部考察期间，种种所见所闻让她们实实在在地领悟到何谓真正的贫困，而不仅仅是书面上或者平日挂在嘴边的字眼。于是，她们在震撼之余不由得思索，能否为这些朴实而又被生活所迫的人们做些什么，力所能及地去改善他们的生活。这样的想法直到琬珊行至浪都村，一个有着“人间伊甸园”之称的香格里拉的偏僻山村时，才得到答案。她们发现村子里大约80%的经济来源是从各种牦牛产品上得来的，而她们与牦牛的不解之缘也从这里开启。

看到这样的情况之后，乔琬珊的脑海里突然想起一句话：“牦牛毛质柔软，可以与羊毛相媲美。”于是，她想，如果真的是这样的话，那么是否可以从牦牛毛这个特点出发，让牦牛毛这个行业真正的带动这些村民的经济收入呢？说干就干，通过不断深入了解，她发现，作为高原寒冷地带的珍稀物种，牦牛毛的保暖性非常好，甚至远远超过冬日保暖首选的羊绒，而且，因为是最柔软的纤毛种类，手感自然舒适。那么，她又不得反思，既然牦牛毛具备这么多的优点，那为什么在市面上基本见不到牦牛毛之类的产品呢？是否是受到偏远地区信息封闭、交通不便的影响呢？如果能打破这样的局面，那么这是否能成为增加藏民收入的一个关键点？

乔琬珊对这些问题进行了反复的思索，当一个多月的考察结束之后，她也从中确定了自己接下来的目标：就从牦牛绒开始，做出属于自己的品牌。于是，在回到美国学校之后，她与同学俩便一起着手写了一份商业企划案，没想到的是这份企划竟然在哈佛一年一度创业大赛的社会公益组上荣获桂冠，然后在荷兰阿姆斯特丹的比赛中又摘得冠军头衔。伴随着殊荣而来的是1.5万美元的奖金，乔琬珊决定用这第一桶金与她的创业伙伴们一起创办一个以牦牛绒为主的品牌——SHOKAY。从此，SHOKAY正式诞生了。

对于SHOKAY的产品风格定位，乔琬珊曾经说过：“SHOKAY是既具有异域风情又具有社会责任的奢侈风尚。”为什么会用到奢侈二字来形容，那是因为，牦牛是高原的珍稀物种，每一头牦牛每年能产生的牛绒数量也非常有限，物料的限制让SHOKAY无法不走奢侈精品路线。而一说起奢侈品，相信大部分人首先都会想到意大利，曾经也有人向乔琬珊提出过把SHOKAY的最后一道制作工艺地点设在意大利，因为这样子，产品就能打上意大利制造的LOGO。但是，她拒绝了，她说：“我们就是要做MADE IN CHINA的东西。我们不会违背自己的理想。”这个看起来貌不惊人的女生却有着一个宏大的梦想，那就是她希望当人们提起中国奢侈品牌的时候，第一个想起的就是SHOKAY。

在收购牦牛绒的经历中，发生过许多事情，有感动、有劳累，也有泪水。乔琬珊说：“即使一无所有，藏民也要热情地给客人倒酥油茶。”而这些淳朴的藏民在一开始的时候也曾经对收购牦牛绒这样的事情产生过怀疑，一直没有人敢首先站出来与她们进行交谈，直到好几天之后，才陆续有人拿出一些牦牛绒试着与她们进行接触。因为都是第一次交易，并不知道具体的做法与要求，乔琬珊还耐心地向藏民传授如何对牦牛绒进行分类和梳理。

就这样地坚持着，许多藏民把她们的努力和用心都看在眼里，逐渐地，提供牦牛绒的人越来越多，生意也就慢慢起步了，而藏民与乔琬珊她们之间的信任也逐渐建立起来，并且越发深厚。

尽管一直信心满满，但是当看着1.5万美金由数字转化成车里一袋袋具体的牦牛绒的时候，乔琬珊也还是会心慌、恐惧，就像一个赌徒把所有的本钱都押上去一样，全部的资金都抛出去了，没有任何的退路，乔琬珊心想：我们是否能成功呢？

这个过程是先驱般的冒险，因为没有人开过先河，所有的事情都需要自己把握。当中乔琬珊经历过各种波折，进行了各种尝试，与多家纺织厂协

商、磨合，并且尝试多种面料的混合，但是结果都不尽如人意。值得庆幸的是，公司小组的讨论决定，SHOKAY将由单纯的纺织公司转型为以时尚为主多系列产品的公司。并且根据市场的调查反映，增加了一些小物件，例如枕头、帽子、围巾等，同时还做了儿童系列产品，进军儿童市场。

其实，一直存在的最困扰乔琬珊的是：大众对于牦牛绒的认可以及SHOKAY品牌的宣传。怎样才能把一个大家之前未曾听说过的事物推广出去，还要被大家所喜爱，家喻户晓，这是最大的挑战。她只能用最笨的方法，一遍又一遍地向客人介绍牦牛绒的相关知识及卖点，还请来了世界各地的一些著名设计师为SHOKAY设计产品，在多地开设店面，希望通过更多方式来展现SHOKAY牦牛绒的魅力，让大家对牦牛绒有一个更深的认识，从而使其得到认可及喜爱。

这种直接到西部当地牧民手中收购牦牛绒，然后再由专门的工厂进行加工的做法，对于一个企业来说，负荷未免过大，因为路费、人力资源费用等的投入都是无比巨大的。于是，有人就提出质疑，并且建议：可以直接找厂家来提供材料，这样能省略许多环节，提高效率的同时还节约了成本。

但是，乔琬珊并没有动摇，而是坚持自己的做法，因为她一直没有忘记自己的初衷是改善牧民的生活。现在，SHOKAY已经在世界各地建立了众多门店，并且因为所有原材料都是直接向当地居民收购的，所以在一定程度上也带动了大部分牧民的经济水平提升。

2009年，乔琬珊因为SHOKAY逐渐成功的经营模式而获得“卡地亚灵思涌动女性创业家奖”。

薛蛮子老师曾经对乔琬珊有过极高的评价，认为她这样的做法很伟大，能够心甘情愿地付出6年的时间，把一切都赌上，孤注一掷地把一个产业从无到有打造出来，就算是换做他自己，恐怕也无法如此果决。

2012年5月，年仅30岁的乔琬珊的名字出现在《财富》的榜单当中，名列第21位。这也从侧面说明了SHOKAY的成功。

乔琬珊对于自己的品牌理念有着独特见解，她认为，理念和品牌是她们最大的优势。因为要拉动牧民的经济收入，就需要与当地的牧民和织娘进行合作，所有的一切都从本源开始，这个也是一般企业和传统商业之间的微妙区别。

乔琬珊最初的理想并不仅仅是建立SHOKAY，她希望有朝一日VID(Ventures in Development)可以最终成为社会企业这个模式的孵化器，而SHOKAY只是第一步。她认为可以SHOKAY作为一个先锋案例，让对社会企业感兴趣的人有一个评判分析的标准，并且，还可以作为经验教案，通过这样的经营模式去辅导实践，这将会成为以后社会企业的发展雏形。

这个牵着牦牛走出哈佛大门的台湾女生正坚持着自己的信念，构建日趋清晰、辉煌的美好蓝图。

创业启示

成功的第一要诀是什么？是用积极、勇敢的心态去做事情，有充足的执行力，学会走自己的路，坚持自己的信念。信念是一个人的立身之本，万事没有绝对的不可能，勇敢去想、去尝试，就是迈向成功的第一步！

5. 丁玎（淘宝饰品女皇）：放弃高考，年赚20万元的淘宝店主

成功者的形象未必都是光鲜的，成功的途径未必只有一条。与其顺其自然地从众，不如在慎重思考后，做出自己的决定。为自己的过去负责，为自己的未来负责，这样的决定才对得起自己的现在。谁说白领精英才是人生正途？丁玎的成功，不也是别样人生吗？

执信中学，广州市名校中的名校。顶着耀眼的光环，从这里出来的毕业生最不济都能考上个不错的本科。但就有这么一个人打破常规，身处名校，却成了该校当年唯一的落榜生。其实也不能说是落榜，只是弃考而已。但即便是弃考，也需要莫大的勇气。同学都说，她就是一个怪人。这个人是谁？她就是丁玎，年仅26岁，却已经是年赚20万元的网店店主了。

2006年，丁玎放弃高考，带着父亲给的一笔钱到国外游历了几年。对于丁玎这一选择，父母并没有做过多干涉。丁玎说：“爸爸以前虽然是教育工作者，但从不认为考大学才是人成才的唯一途径。高考不考就不考，并不是每个人都适合走高考这一条路。没有人走过的路，不一定就没有好的风景。”



几年的国外游学，不仅让丁玎的眼界开阔了，也让她从中看到了商机。在国外，有许多手工艺品工作者，他们会把作品摆到街头让人们欣赏，有的甚至会把自己的作品放到网上去卖。这给了丁玎不少启发。

后来丁玎听说，有一个朋友也仿效国外把手工艺品放到网上卖，做得挺

火，颇受当下年轻人的喜欢。丁玎自己本身对手工艺品的制作就有兴趣，加上不服输的性格，她认为，自己可以比那个朋友做得更好。

说干就干，2011年2月20日，丁玎在淘宝上注册了自己的网店——Elfinqueen，网店的名字取自她自己的英文名Elfin。寓意是丁玎希望自己可以成为淘宝界的饰品女皇。

丁玎这一决定一开始并没有得到家人的支持。爸爸觉得高考可以不参加，但在事业上还是希望她可以走写作、出书一类的常规道路。就连她的妈妈和男朋友也不支持。但丁玎看好电商行业的前景，一意孤行。事实也证明了丁玎的选择没有错，没有人想到两年后，她真的会成为淘宝界的饰品女皇。

网店的开张事宜都是丁玎一个人张罗的，从设计网页到产品的定价，事必躬亲。就这样忙活了一个月，但丁玎发现她一笔生意都没有做成，好像什么事都瞎忙活了。成本压在那里，货物得不到流转，资金就不能流通，丁玎的自信心也不由得受到打击，不禁在想，这样下去真的能成功吗？当时，她的父母和设计师男朋友看到这种情况，更不大看好她的这门小生意了，觉得一个女孩子整天埋首在电脑前捣鼓，没个正经，哪会有什么前途，都劝她放弃算了。而爸爸最担心的，是怕丁玎受到打击，从此一蹶不振。

或者是丁玎的小店命不该绝，又或者是功夫不负有心人，在这一年的3月17日，丁玎终于做成了人生中的第一单生意，网友们在丁玎的小店里买了很多小饰品，当日营业额竟达到1000元。1000元不多，但这却成为了丁玎得以走下去的动力。丁玎说：“如果网店不是做成了这笔生意，我可能真会支持不下去了。”后来想起这段经历，丁玎还是很感慨，声音都有点哽咽了：“一切都多亏了网友们的支持。”

这小小的1000元可以算得上是丁玎赚的第一桶金了。借着这1000元的运势，小店的生意已达收支平衡。为了把网店做得更好，丁玎干脆把卧室当成了工作室，移走床，取而代之的是一排排的收纳柜，原材料堆满了房

间，还有一些成品和半成品。不仅如此，有订单时打包都在这里完成。

到了2012年丁玎的网店开始实现盈利，父母和男朋友的态度也从怀疑变成了支持。男朋友金威甚至辞了原来单位的工作加入进来，和丁玎一起经营网店。为了吸引顾客，丁玎煞费苦心，和男朋友设计了10多个风格各异的系列饰品，有受少女欢迎的可爱范蛋糕动物园、另类的哥特风紫黑玫瑰，以及潮流的日系樱花。现在丁玎的小店里商品有209种，价格在6元到120元之间，月成交单数已经超过1000笔。

丁玎最自豪的是一款樱桃戒指，这款戒指曾是小店销量TOP 1的饰品，虽然售价将近20元，有点小贵。买家对这款戒指好评如潮，说质量好，几乎没有拼接痕迹，而且材料居然有香香的味道。不仅如此，还得到了网络红人在公开场合的展示，包括来自上海微博粉丝众多的小腻腻以及四川的街拍红人小白。

没有人的成功是得来容易的。如同大多数的80后网店店主一样，丁玎每天可能早上睡到10点多，但一旦忙活起来，可能就要到凌晨三四点。丁玎自己也说：“时间过得很快，一个不注意，就到大晚上了。”对于网店而言，是没有所谓的打烊时间的，买家来了，你就得伺候着。

生意慢慢做大，丁玎的工作室也是搬了又搬。从最开始的小卧室到现在的新场地，一个不到40平方米的房子，设施也有了新改进，不再是当初的小作坊了。在新的工作间里，安装了专门放配件的架子，还专门准备了摄影台、工作台和包装台。人员方面，除了她和男友两个人，还请了一个女孩帮忙整理和包装。但即便地方增大，人员增加，丁玎他们还是经常忙得抽不开身，每天像陀螺一样转个不停。组装饰品，帮饰品拍照上架，还要回答买家的提问，一天不得空，常常是忙到三更半夜才能休息。从丁玎的楼下望上去，经常只剩下丁玎他们的房子还亮着灯。

短短两年，利润从0到20万元。对于2013年的销售额，丁玎信心十足：“希望能突破10万元的营业额吧。”

当丁玎的同学还在大学里做着或迷茫或浪漫的梦时，丁玎已经凭着自己的努力让梦想飞起来了。丁玎从小性格叛逆，不大理会别人的想法，有点我行我素。身在才子如云的省重点高中，丁玎的成绩一点都不突出，但是她有一鼓不服输的韧劲。“我不想一直让别人看不起。”也是因为这个原因，她放弃了高考，选择了如今这条道路。但谁又能说，这条路是错的？成功真的不容易，但不做永远不知道自己能否成功。

创业启示

什么是成功？一朝高考得志，鲤跃龙门，然后当个科学家、大商人或者官至高位吗？或许我们应该重新审视成功的定义。近年来的就业数据统计，无一不在说明大学毕业生就业困难的事实。无可否认，象牙塔里出来的成功人士，他们在祖国各个行业里做着贡献。但谁又能说，像丁玎这样，发挥自己的特长，过上自己想过的生活并乐在其中，不是一种成功？

在新的时代里，创业并不像父辈所说的那么艰难了。只要你勇于抓住机会，成功就可能在前方等着你。

6.何蝶影（安康农场场主）：勤学多劳，才能种出有机人生

成功的道路永远留给那些敢于思考、敢于创新的人。日复一日的生活总是平淡无奇的，而有人却能从平常事物中发现创业机会。多思考、多琢磨，发现平常背后的不平常，就会发现生活中处处充满着机会。所以说，机会不是留给有准备的人，而是留给能够发现机会的人。

广东中山的民众镇是一个农业大镇，何蝶影就是其中一位以种植蔬菜水果为生的当地人。她是众多种植好手中的佼佼者，是民众镇种植业的领头羊。

何蝶影一开始只是一个普通的种植员，她勤勤恳恳地日出而作、日落而息，每天都面朝黄土背朝天。不过，何蝶影不光手脚勤快，还很勤于动脑筋。她一直都在想，种果蔬这样的力气活，一般都是付出的努力与得到的回报不成正比，如果遇到天灾人祸，她还要承担收成不好的后果。如果种的果蔬不适合城里人的口味，果蔬就会滞销。自己辛苦下来的成果，就会毁于一旦。她想到几年前有一次，因为销售不好，自己的劳动成果以“白菜价”卖给别人的时候，很是心痛。她想，有什么办法可以让自己不至于这么被动呢？

一天，何蝶影从别人那里听来，现在的城里人认为吃西红柿能够抗癌，所以西红柿供不应求。很多庄稼人开始改种西红柿。何蝶影从这件事中获得了启示，现在的人们不光追求口感上的享受，更注重饮食上的健康。

不过她百思不得其解的是，能吃进肚子里的食物不都是有益身体的吗？为了给自己寻找到一个答案，她去听讲座并上网搜寻知识。

何蝶影有着二十多年的果蔬种植经验，一直以来都是村里的种植好手，为了能让自己的果蔬增产增值，她一有机会就学种植技术。听讲座、上网查询，这些都是她提高种植技术的方法。后来，她在网上了解到，现在有机蔬菜一说。所谓的有机蔬菜，就是在无污染的土地上，种植非转基因果蔬，在种植的过程中，不能施加化肥和农药，使用的清水，也要保证是符合规格的无污染水。这样种植出来的有机蔬菜，对人体的负担小，也更加健康。何蝶影灵机一动，想着假如自己种植的就是有机果蔬，那还怕人们不喜欢吗？只要广而告之这是有机蔬菜，还怕没有人买？

何蝶影开始在自己的田地里摸索着种植有机蔬菜。她周围的朋友见她整天在搞什么有机果蔬，感到十分不解。他们问：“何蝶影啊，你不好好种菜，整天弄那些有机蔬菜干什么呢？听这个名字，我都不知道是什么意思。你说种出来的果蔬会和我们种出来的普通蔬菜有什么不同呢？”

何蝶影笑着回答：“从肉眼上看，基本看不出有什么不同。不过，因为有机蔬菜是无污染无农药种出来的，所以对人体更健康。”

“如果看不出分别，那为什么还要弄这些稀奇古怪的东西？而且，现在哪有不用农药就种出菜的道理？别瞎忙活了，纯粹就是浪费时间。”

这一次何蝶影笑而不答，她知道他们是还不了解对外人对有机蔬菜的重视，还没看到有机蔬菜的市场前景。何蝶影相信自己的眼光，坚持学习有机蔬菜的种植技术，然后运用到实践中。在慢慢摸索门道的过程中，她发现有机蔬菜比起普通蔬菜的口感更好，清脆鲜甜的感觉，就好像只有以前那些朴素的年代才能种植出来的。何蝶影笑着说：“这口口都是大自然的感觉啊！”有机蔬菜的好处还不止这些，最重要的是使用有机肥料种植出来的蔬菜，没有各种化学药物的污染，更加符合人体健康，光凭这一点就会引来一大批注重养生的顾客。

何蝶影种植的有机蔬菜刚好就在农田的公路旁边。具有商业头脑的何蝶影，时不时就向路过的游人介绍自己种植的有机蔬菜，而且还顺手摘下一一些，让游客带回家品尝。很多尝过味道的游客，发现有机蔬菜的口感更好。其中有一些港澳人士，在尝过之后，更是向何蝶影直接订购蔬菜。众所周知，一般的港澳人士比其他人更加注重饮食健康，对食物的挑选也更加挑剔严格，如果能得到他们的认可，那就说明何蝶影的果蔬真的是好得没话说。不久之后，何蝶影的有机果蔬声名远播，不少中山人慕名前来尝试、购买。

很快，人们对何蝶影的有机蔬菜需求大幅度增加。何蝶影在增加蔬菜价格的同时，还通过出口公司销往港澳地区，成功挣到了自己的第一桶金。

后来，何蝶影原本那二三十亩地的蔬菜满足不了源源不断的需求，她决定扩大种植规模，并且要大面积且规模化地种植有机蔬菜，最重要的是在扩大生产的同时，还要跟上现代化的种植技术，保障有机果蔬的生产总值。

多方支持下，何蝶影的安康农场在2010年年底成功投入生产。作为新品种蔬菜示范基地，其有50多名员工，占地达到180亩，还配有一系列的先进设备，像冷库保鲜、管网自动喷淋、真空包装、安全检测等一应俱全，有

机蔬菜的种植量也大大增加。

但是，种植业最困难的问题，就是无法控制的自然冲击。安康农场投入生产之后的一年，遭遇了几场大台风和大雨。由于恶劣气候所致，农场里种植的蔬菜大半被毁，每亩地损失近千元，一共损失了十五万元左右。为了摆脱“看天吃饭”的困境，何蝶影决定投入十几万元，建立一个种植大棚。

有了种植大棚，即使是刮台风，对蔬菜也不会产生什么影响，而且还可以防虫。尽管花费不菲，但是一举多得，建大棚还是值得的。

何蝶影是一个心思细腻的人，她在种植有机蔬菜的同时，不断开发新的推销手段。自从她的有机蔬菜打响名堂之后，很多人都会向她购买有机蔬菜作为礼品送给别人。一次，一个顾客告诉她，她上次拿了一些蔬菜送给孩子的补习老师，没想到食髓知味的老师直接跟她说，下次只需带着这种蔬菜给她就好了，不用交补习费了。于是，客人提醒何蝶影何不干脆推出一个蔬菜礼品包。被顾客这么一说，何蝶影马上觉得这是一个好主意。蔬菜礼盒一经推出便大受欢迎，现在每天都能卖出近千箱。

经过何蝶影的努力，她的安康农场每年盈利将近百万元，种植的有机蔬菜主要供给单位饭堂、高档住宅区、港澳台地区和一些平价超市，甚至还有一些出口到美国。

在何蝶影的创富诀窍中，除了其自身高超的种植技术外，还有赖于何蝶影对市场发展前景的捕捉，以及对新鲜事物的吸收能力。

创业启示

每一个新时代，总有符合这个时代的新事物。旧派的人唾弃新兴事物，认为是时代怪物，终有一天会被淘汰。但是，最后被淘汰的，恰恰就是这种顽固不化的旧派人。现在，很多新兴事物以指数的速度增长着，很多人对此应接不暇，但是聪明的人会积极吸收新信息知识，积极调整自己的状态去迎接这些事物，并善于把思考结果运用到现实中去。而善于捕捉市场发展前景，积极吸收新鲜事物的能力，对一个创业人来说是不可缺少的。

7. 何忻芳（食神卤味高职生）：为自己打一口一劳永逸的井

创业需要一定的经商头脑，但不是所有的行业在经营的时候，都只需一颗精明的商业头脑就可以了。在服务行业，还需要有一颗懂得服务之道的心。要想在服务行业大展拳脚，就要知道服务质量往往比商品质量重要。知道这点之后，就算没有经商之才，也可以试试在服务行业上自主创业，闯荡出属于自己的一片天空。

何忻芳是台湾“食神卤味”员林镇中正店的加盟主，她在22岁的时候，凭着自己过人的能力，已经成为了一个年收入过百万元新台币的小富婆。

生于1980年的何忻芳，并没有什么过人的家庭背景。她在一个平平凡凡的家里成长，从小就是一个听话乖巧的小女孩儿。如果说，将来这样一个何忻芳能在年纪轻轻的时候出人头地，成为一个名声响当当的小富婆，恐怕没有什么人会相信。可是，这位邻家女孩就是不走寻常女孩的路，偏偏给自己选了一条自我创业的致富之路。

也许是不够用功，也许是对学习缺乏兴趣，这位台湾女孩从小成绩一般，后来她放弃读大学，读了高职。

毕业之后，她在找工作的过程中屡屡碰壁，不少公司直接告诉她，她的学历太低了。再加上何忻芳身处的彰化县员林镇是一个不起眼的小地方，并没有多少工作机会和发展机会。综合考虑之后，何忻芳认为凭着自己的学历在这个地方，寻找一份稳定的工作，根本就是一件“不可能的任务”。想来想去，实际也没有多少容她选择的机会，何忻芳决定到一家生意颇好的泡沫红茶店打工。红茶店的工作非常辛苦，需要从下午四点钟站到晚上十二点。节假日，她也没有多少休息时间，在忙碌的时候，甚至要工作到凌晨一两点。这样高强度的工作，并没有一份高回报的薪水。何忻

芳在红茶店打工每月的薪水只有18000新台币，这样的薪水在当时的台湾，真的是杯水车薪，塞牙缝都不够。

不过，何忻芳不像其他的年轻人，只会抱怨自己的工作多么辛苦，老板多会剥削员工，她明白要想改变现状，只有靠自己的双手去争取。她在红茶店适应下来之后，开始冷静认真地思考起自己的人生道路。她像其他年轻人一样，有着挣大钱、干一番大事业的雄心壮志。与其领着一份微薄薪水，这么辛苦卖命地为别人工作，还不如自己开创一番事业，给自己打工。没有多少本钱的何忻芳，开始思考到底什么生意才是“本小利多”的好生意。

何忻芳一边给别人倒红茶，一边思考这个问题。这时，她闻到一股浓郁的卤肉味，抬头一看，原来是员林火车站前有一家食神卤味的摊车，卤肉的香味会时不时地传进红茶店里。何忻芳发现这家摊车的生意一直不错，很多新老顾客会笑意盈盈地光顾，就连她在下班经过的时候，摊子前还是有不少的客人。何忻芳留了一个心眼，专门观察起这家卤肉摊车。她甚至每天下班之后，都会跑到卤肉摊上买上几串品尝味道。她认为，卤肉的味道真的是很不错，肉质非常爽口，老板用的秘制卤汁，更是令人吃了还想吃。经过半个月的观察后，何忻芳决定向食神卤味总部提出加盟要求。

尽管开一个卤肉摊的成本不用多高，只要126000元，但是对于没有什么积蓄的何忻芳来说，投资成本是一个很大的问题。何忻芳拉下面子，硬着头皮东筹西借了15万元，除去加盟成本费，剩下的钱刚好能购置到四门冰箱、瓦斯炉、生锅等工具，这些足够她开一间简陋的卤味店了。

一个年纪轻轻的女孩子坚韧的创业精神，感动了食神卤味总公司的老板黄锡聪、邓丽秋夫妇。他们认为这个女孩有着自己当年一样的闯劲和韧劲，绝对是一个做生意的好手。于是，黄老板亲自帮她挑选了一个人流量旺的地方，老板娘则不厌其烦地指导和训练她如何调配卤汁、酱汁和实务操作餐车。有了这些地利和人和，何忻芳的创业之路有了一个不错的开头。



何忻芳的摊口设在员林镇中正路、民生路的交叉口上，人流量非常大，很多来逛街的人，在肚子饿的时候，都愿意在她的摊口买卤味吃。刚开始，何忻芳每天的收入不到3000元，一个月只有4万多元的毛利，扣掉水电、店租及瓦斯杂支，只有3万元的净利，这还是她以起早摸晚的辛勤换来的。

虽然刚开始的时候，生意并不是十分理想，但是何忻芳乐观地想，刚开始做生意哪有不赔的道理，现在她还能净赚3万元，算是赚到了。她默默地告诉自己，再努力一点，服务再好一点，食物再好吃一点，一定会有很多客人过来的。

她认为做食物的生意，最重要的是卖出的食物要好吃、要新鲜，这样才会有回头客。她坚持选择最新鲜的食材，在调配卤汁的时候，不会像别的摊档那样偷工减料。在服务方面，她学起了台湾土著人那一套亲切的待客之道，把每个客人当做是自己的邻居朋友，积极地和客人建立感情。

成功之后的何忻芳，回忆起自己的成功之道，她说：“销售食物，就如同服务行业。很多时候，人们买你的食物，不是因为你的食物最好吃，而是因为你的服务态度最好。他们在吃下卤味的同时，也在品尝你的服务。”她记忆最深的，是一位在蛋糕店工作的女客人，非常欣赏何忻芳的服务，她在下一次光顾的时候，特意给何忻芳带来一个小蛋糕。获得好口碑之后的何忻芳，常常会遇到来这边出差的客人，他们喜欢在回程的时候，专程到她的卤味店带份卤味回去。她在经营的时候，因为租约的问题，连续转移了三次位置。起初，何忻芳非常担心这样频繁地换位置，会流失很多客人，可是事实证明，好的服务是会让人忘不了的。她的客人非但没有越来越少，反而是越来越多。

后来，何忻芳的中正卤味店日收入约有9000元，在节假日人流最旺的时候，她的营业额将近13000千元。再扣掉休息时间的业绩流失、摊位租金、员工薪水、瓦斯及杂费，她每月的净收入稳定在10万元新台币，同时一个月25万元以上的稳定业绩，帮助她还清了所有的债单。

创业启示

在中国，说一个人有野心，可能不是什么好话。但是英语中的“野心”，则代表了这个人踌躇满志，这样的人是很容易成功的。如果“野心”二字更多代表着贬义的话，我们不妨转换为“企图心”。卡耐基说过，一个人的企图心能够把无影的理想，变成坚定的信念和明确的目标，最重要的是能够把人的所有力量集中起来，带领其到达成功的彼岸。

8. 廖丽红（餐饮界女强人）：把实惠和健康带走，把回头客留下

心有多大，舞台就有多大。不成功的人，很多时候不是因为不够勤奋，而是因为安于现状。受到集体思维的影响，很多人没有自己的自主思想，只会人云亦云。他们工作的时候，只会用自己的双手劳动，而懒得用脑子思考。

生于1978年的廖丽红来自于一个贫苦农家，为了减轻父母的重担，初中刚毕业的她就决定早早走进社会这个大熔炉。刚开始，学历低的她，不知道找什么工作好。她想着既然自己没有受过多少教育，就找一个地方学习一下社会知识。考虑到自己的实际情况，她决定先在一家酒店当服务员。

在酒店工作的日子里，让廖丽红受气的地方不少，不过她并没有怎么往心里去。她知道自己不会当一辈子的服务员，她想要有自己的事业，所以即使别人对她颐指气使，她也一股脑地吞进肚子里，笑脸迎人。廖丽红跟

自己说，现在当一个受气包，总比一辈子当受气包好。年纪小小的廖丽红就知道什么是韬光养晦，她暗暗学习酒店的运作模式和管理方式。特别对于酒店的人员管理方式，廖丽红更是细心观察，遇到不懂的地方，虚心请教她的领导。每天回到休息的地方，就用心把学到的心得记录下来，她深信总有一天她学到的经验和知识会有用武之地。

在酒店工作的日子里，她认识到要想经营一家大酒店需要很高的成本，但是经营普通的餐饮店，并不需要多大本钱。她觉得自己学习到的经验和酒店管理模式，可以让她在同一行业中独当一面。廖丽红思前想后，决定开一家小餐馆，因为与其让自己的劳动力无情地被酒店老板“压榨”，还不如自己尝试开创一番事业。不过，那时候的她没有多少本钱，为了实现自己的创业梦想，她硬着头皮向思想不够开化的父母提出了自己的想法。

廖丽红的父母听到女儿已经辞去城里的工作，准备开一家餐馆的时候，感到大为震惊。他们是老实巴交的庄稼人，脚踏实地地工作，安安稳稳地过一辈子，就是他们最大的愿望。对于女儿这样的想法，他们觉得是痴人说梦，根本不可能。“闺女，不是我们嫌弃你。只是你读书不多，又没有什么才能，而且身子板又瘦弱，你凭什么开一家餐馆和满大街的餐馆竞争呢？”

廖丽红也不生气，说：“既然我想开一家餐馆，就一定有自己的把握，相信我，我一定会把餐馆开得红红火火的。现在我缺的是本钱，你们不如帮我借五千元作为餐馆的本钱，以后我一定能够还上的。”她的父母望着这个瘦弱的女儿，连连摆手摇头。廖丽红不依不饶地劝服着父母：“爸妈，我们可以一家子一起经营这个餐馆的。妈煮菜好吃，可以当主厨。爸可以把种出来的菜，拿给我们当食材。姐姐和我两人当跑腿的。这样经营餐馆省时省力，回报快啊！”

经过廖丽红的好说歹说，她的父母终于答应，给她借回来了五千元。只有五千元创业资金，廖丽红处处都要计算着怎样节约成本。虽说五千元也是可以开一家餐馆的，但是铺面的选择和店铺的装潢等等都需要钱，廖丽

红想着钱要用在刀刃上，不是必要的装备就没有必要买。一天，她经过一家农庄，发现这家农庄的装饰非常朴素，地段也是在一个偏僻的地方。尽管这家农庄的客人不算多，不过能看出来来的都是老主顾。有些人为了能尝到特色的农庄小菜，特意驱车几十公里过来。廖丽红突然想到，自己在酒店工作的时候，客人点菜时总会不停询问菜的原产地，也很介意那些鸡鸭鹅是不是本地产的，一听到是无化学农药种植的菜和不用饲料饲养的本地鸡鸭鹅，客人就会很开心地点这些菜。

廖丽红知道，现在的人越来越注重食物的产地和口感，那些大规模、系列化生产出的含化学农药的菜，已经让人们吃到又怕又腻了。他们想尝试那些有着自然风味的地道小菜。廖丽红看到了生机，她决定在临近城郊的地方租一间店铺。之所以选择在城郊开餐馆，那是因为廖丽红想到在那里虽然地点有点偏，但是开在临近郊区能够很快地买进新鲜的蔬菜，而且便宜的租费非常适合她现在的情况。租下店铺之后，她用剩余的钱简单地装修了一下小餐馆。她不求这家餐馆看上去富丽堂皇，但求它的农家特色能够令客人过目难忘。在添置了一些设备之后，她按原先安排的那样，让妈妈掌厨，她既是店主又是服务员，和姐姐一起跑腿，给客人端盘、洗碗、送茶水。一家颇具农家特色的“江南餐馆”就在廖丽红的张罗下，简单地开张了。

刚开始包括自己的家人在内，很多人都非常不看好廖丽红的小餐馆，他们认为现在开餐馆的人多，竞争大，而且她是一个没什么文化的小女孩，怎么能够扛起开餐馆的重活？不过，好在家里人就算不看好，心里还是支持廖丽红。在别人怀疑的目光中，廖丽红天天琢磨着经营之道。她想，既然自己的餐馆地段偏远，就不必要价那么高，最重要的是食物价格实惠、味道好吃，而且还要时不时就向客人强调自己的农家菜是无污染无农药培养的，在让客人吃得开心的同时，也让他们吃得放心。

在服务态度上，尽管她一人两职非常劳累，但是在面对客人的时候，她常常笑脸迎人，以对待亲朋好友的热情态度对待自己的客人，她知道客人

在消费食物的同时，也是在消费着餐馆的服务态度。如果她们的态度好、价格实惠、食物好吃又健康，客人就会口口相传，为她带来更多的客人。果不其然，由于廖丽红的用心经营，餐馆很快就红火起来，客人更是络绎不绝，有时甚至要排队等候。

后来廖丽红回忆道：“那时开小餐馆，我们每天都要起早贪黑，睡得最少的时候，只有三个小时。我和姐姐一起做总台、收银、服务员的工作，这样一年下来，能有四五万元的盈利，而这个数目对于当时的农村来说，是很高的收入了。”经过几年的用心经营，廖丽红认为是时候壮大自己的小餐馆了。她用积累的资本，把餐馆迁移到城区附近。这一次，她决定放开手脚，先去借贷了一笔钱，再加上自己的第一桶金，一共筹集了1200多万元。廖丽红看中了市区一块3000多平方米的房产，于是毫不犹豫地买了下来，准备把自己的家庭小作坊改成一个高档大酒店。

在她的悉心经营之下，她的酒店在2007年的时候，就成为了当地响亮的招牌，很多外地客人都会慕名前来。不过，廖丽红并不止步于此，她决定要发展属于自己的餐饮王国。在2007年，她成立了自己的餐饮公司，然后用了五年的时间，发展了5家酒店。她的餐饮事业再也不是以前小打小闹的小作坊，而是规模化的餐饮产业。非常清楚客人心理的廖丽红，开设的酒店都颇具特色，她的酒店有两家是主题酒店，还有一家主营绿色食物的“绿色餐厅”。

这位餐饮界的女强人，看准了有机蔬菜的发展前途。她想与其出高价买别人的有机蔬菜，倒不如自己投资种植有机蔬菜。在这样的想法之下，廖丽红在2011年的时候投资500多万元，和蔬菜基地签订了500余亩蔬菜种植协议。她旗下的酒店全部采用这里生产出来的蔬菜和肉类，实现了从生产到饭桌的无公害自给自足。此外，她还经营着八家有机蔬菜的直销店。

从第一桶金到现在，廖丽红用了二十多年的时间，由5000元起家到现在的资产总值2000余万元，成为众多成功的创业者之一。

创业启示

创业需要自信，没有自信的创业者，在别人的几句冷言冷语后，就会怀疑自己。乔布斯说过，你应该跟随自己的内心，而不是住在条条框框中，让别人告诉你怎么想怎么做。可笑的是，很多人在追求自我的时候，都会犹豫不前，他们会怀疑自己的选择是错误的。跟随自己内心的声音，需要的不是智慧，而是勇气。活得自我，不是靠口头说，而是力排万难，坚定做自己。做人是这样，创业也是这样。在创业的道路上，人们会轻易选择跟随别人的脚步，因为这样的路好走，但是创业讲的是领先一步才能占得新的市场份额，只要有信心就可以闯出一番新天地。

9. 龙丹妮（天娱公司董事长）：不做明星，做明星圈里的女一号

成功需要创新，从勇于打破陈规的那一刻起，你的成功之路就开始了。接下来要做的，就是坚持下去，按照全新的理念，持之以恒，终有一天能迎来自己事业的最高点。

从1995年龙丹妮成为湖南经济电视台的第一批员工开始，她就从未停止过对电视节目的创新。23岁的她，因为一档大型综艺节目《幸运3721》成为最年轻的电视节目制片人，这档节目打开了全国综艺节目的大幕，掀起了综艺的旋风。本着不断创新的精神，她又策划了情感真人秀节目《真情》，这是国内最早的一档真人秀节目，开创了真人秀的先河。

身为“快乐教母”的龙丹妮，从《超级女声》挖到了人生的第一桶金，并且让人挖掘出她这块潜力无限的金子。

在先后打造了《完美假期》、《越策越开心》等收视率超高的综艺节目之后，龙丹妮有了新的想法。她认为想要让收视率处于长盛不衰的地位，就必须时刻保持一个创新点。于是她想打造一档能够连续把控一段时期收视率的电视节目，她把目光盯在了国外的一些选秀节目上。

说到《超级女声》还要从最初的选秀节目开始。龙丹妮在研究了一段时间的选秀节目之后，敏锐的洞察力告诉她，电视选秀将来必定会成为电视台未来几年占据收视冠军的节目。在经过不断论证之后，她确定了自己的想法，于是带领团队，打造了《绝对男人》大型选秀活动。为了能够将《绝对男人》打造成功，她带领着20个“绝对男人”以及自己的团队进入敦煌，在这里的日子苦不堪言。工作环境的温度达到了40多度，许多人的皮肤晒伤了，甚至中暑晕倒。而龙丹妮作为制片人，始终冲在最前面，不怕苦，不喊累，别人累了，她会叫他休息一下喝口水，可是她从来不会主动停下来休息一下。为了一个新的点子，她会一直想，想不出来绝不吃饭。别人都觉得她疯了，为了一点收视率，竟然连命都不要，可是，她自己知道这不仅仅是为了收视率，更是为了自己的梦想，为了观众得到视觉和心灵上的享受。

龙丹妮十分乐观。在沙漠的毒太阳照射下，她的皮肤黑得已经只剩下墨镜遮盖的那块地方是白的了，整张脸像是黑炭上有两个圆窟窿。她一天工作达到十几个小时，有时还会昼夜工作。即便是如此艰苦，她依然会说要不是因为电视，自己恐怕都没机会欣赏到“大漠孤烟直，长河落日圆”的美景。

《绝对男人》开创了选秀节目的先河，让许多电视台争先效仿，但是，始终没有人能够有所突破。《绝对男人》的成功，更坚定了龙丹妮打造选秀节目的决心。在经过一段时期的酝酿之后，她再次带领自己年轻的

团队，打造了全民造星的综艺节目《明星学院》。这是全国首次以零门槛的方式向省内征集选手的节目。从一开始，就有数以万计的报名者前来报名，每个人都怀揣着一个明星梦，所以，大家对这样的零门槛形式十分喜爱。这档节目在短短四个多月的时间里，创造了一个又一个的高收视率，在这个过程中，一批有潜力成为明星的孩子脱颖而出。值得一提的是，这档《明星学院》直接成为了后来红遍大江南北的《超级女声》的借鉴模版，可以说是《超级女声》的前身。

龙丹妮并不是一个冷漠的电视制作人，她是带着激情、带着爱来制造每一档节目的，全力打造选秀节目的初衷，并不是为了高收视率，更多的是为观众实现梦想。在《明星学院》中，龙丹妮不知道流下了多少次泪水，她是为这些怀揣梦想的孩子感动，也为自己不能为这些孩子做些什么而感到遗憾。有一个名叫刘欣的小女孩参加《明星学院》，支持率最高，但是唱歌却总是跑调，这个小女孩活泼可爱，十分招人喜欢。

可是，比赛是残酷的，当主持人宣布刘欣被淘汰的时候，龙丹妮捂住自己的嘴巴，眼泪止不住地从眼角流了出来，她说无论怎样，刘欣是个勇敢的女孩，是个有梦想的女孩，她拥有实现梦想的勇气，值得每个人为她鼓掌，为她喝彩。她还说是电视给了自己做梦的机会，她要用这个机会帮助更多的人去实现他们的梦想。她是为电视而活着的，要在电视这个特殊的舞台上，将自己的人生演绎得更加多姿多彩。

2004年，借鉴《明星学院》的选拔制度，《超级女声》横空出世，只不过这一次的选秀不是单单在全省范围内，而是设立了几大赛区，在全国范围内进行海选，一瞬间，这档节目便引起了轰动。这档节目让龙丹妮迎来了自己事业的巅峰。《超级女声》似乎是在一夜之间便成为了全国瞩目的焦点，红遍了大江南北，引来了无数怀揣梦想的女孩来一试歌喉。《超级女声》是对以往传统节目的颠覆，更是选秀节目的创新。比赛的赛程首次选用了海选、复赛、晋级赛，不仅设置了专业评委，还设置了大众评委，

更首次采用短信投票、PK赛制和复活赛制的方法。这种赛事安排，不仅选出了专家心目中的明星，更选出了观众心目中的明星。2004年，第一届《超级女声》，单成都赛区，就有8000人报名，南京赛区达到了1万人；到了2005年，《超级女声》报名人数更是达到了15万人；2006年，开始设置年龄限制，即便如此，报名人数依旧有增无减。从报名的情况便可以看出，观众对《超级女声》的喜爱程度。

《超级女声》制作期间，龙丹妮忙到了极点，她每天只吃盒饭，为了一个创新点，可以在会议桌上待上一整天，不停地敲桌子、瞪眼睛。《超级女声》是直播，没到直播的时候，她就忙得焦头烂额。为了节约时间，她基本不上厕所，为了达到不上厕所的目的，她一再控制自己喝水的次数，不到迫不得已绝不喝水。为了节约节目的开支，哪怕是一块钱，她也要追问自己的手下这钱花在了哪里。《超级女声》获得了空前的成功，还被《新周刊》评选为“年度创意TV秀”。

连续几届《超级女声》，一届比一届火。《超级女声》打造了观众心目中的明星，安又琪、张含韵、李宇春、张靓颖、周笔畅等一批明星，直到今天都备受关注。

《超级女声》的成功，也让龙丹妮获得了许多称号，“快乐教母”、“选秀教母”等，面对这些称号，龙丹妮总是笑笑说，观众喜欢叫，那就叫吧，观众喜欢就好。

对于电视这个平台，龙丹妮笑谈自己并没有什么秘诀，如果说有，那就是两个字：创新。她还说想要做出高收视率的综艺节目，就要知道观众喜欢看什么，观众想要从电视里获得什么。就像《超级女声》，观众是有梦想的，他们想要实现自己的梦想，也喜欢看到别人是如何实现梦想的，《超级女声》做到了，所以《超级女声》成功了。

在电视这个行业摸爬滚打的十几年中，龙丹妮完成了她人生的蜕变，从一个下岗主持人，一个普通的编导，蜕变成一个管理10档综艺节目的综艺节

目中心主任，再蜕变成为天娱平台的总裁，掌管多名艺人的明星之路，挖掘了多个观众喜爱的大众明星，她是明星的制造者，也是明星的完善者。

如今的龙丹妮已经辞去了华影盛视总裁的职务，她将会全身心地打造天娱平台，在天娱打造更多的明星。龙丹妮说，自己还会在电视这条道路上走下去，因为她知道自己的使命是什么，她的使命就是让更多的观众去实现自己的梦想，让更多的人实现心目中的明星梦。她不做明星，她要做明星的引导者，做明星圈里的女一号。

创业启示

想要成功，就不能踏着别人的脚印前进。要创业，就要有创新，敢创新。创新分为三个阶段，模仿、渐进、突破。只有循序渐进，一步一步实现这三个阶段，才能走出一条别人没有走过的路，获得别人没有获得过的成功。所以，勇于打破常规，大胆突破，不断创新，才能早日成功实现自己的创业梦想。

第五章 下半辈子再创业

——强大的人生不怕重新来过

1.韩志刚（养獭兔创富）：哭着看过去，笑着看未来

如果一个人的事业从顶端开始，那么他是非常不幸的，因为他只能向下滑，却没办法再往上走。幸而命运带来的悲剧色彩，是人生所面临的巨大挑战，而非预示着终点。接受自己的不完美，勇敢承担起未来生活的重担，不抱怨，亦不恐惧，才能改变现状，超越自我，到达世人难以企及的高度。

俗话说：三十而立。如果一个人到了三十岁还一无所有，那么这个人几乎就会被看做一个失败者。所以，许多在外奔波、努力工作的人，都想趁二十几岁的年龄做出点成绩，以便自己到了三十岁的时候，可以不至于太难堪。然而，韩志刚却没有这样好的运气，因为他是一个有着重度残疾的人。

韩志刚是河南驻马店市驿城区古城乡大余庄村人。小时候，他也像其他

同龄人一样健康地成长着，生活状态平稳，学习成绩也不错，还顺利考上了大学。可是不久，他的人生就发生了翻天覆地的变化。

大学时，韩志刚遭遇了一场严重的车祸。性命虽然保住了，却不幸失去了左手和双腿，变成了一个重度残疾的人。青春年华，本应该是充满朝气和活力的，可韩志刚却被痛苦深深地包围着，感觉整个世界都要塌了，生活失去了原本的色彩，弥漫着黑暗。

家里的生活原本就不富裕，他的事故又花费了家里不少的积蓄。无法再继续读大学的他，辍学回到家中。尽管安装了假肢，生活上还是有诸多不便，心理上也难以承受自己残疾的事实。那段时间，韩志刚郁郁寡欢，对自己的未来丝毫没有希望。“我不敢见人，整天把自己关在屋子里，还产生过轻生的念头。”他说，“但转念一想，为了家人，还是要选择坚强，因为毕竟家人为我付出了很多。”

在家人无微不至的照顾下，韩志刚走过了人生中最黑暗的时期。但生计仍然是摆在面前的最大问题。为此，他也曾经外出打工，但因为自己的残疾，遭到了用工单位无情的拒绝。后来，他在郑州市民政局下属的一个单位找到了工作，才勉强能够维持生计。不过，他并不甘心就此过着平庸的生活。

读过大学的韩志刚有着独立的思维和见识，打工期间，他始终留意着时事的变化，寻找机遇。近年来，国家越来越重视“三农”问题，在国家的大力扶持下，农村出现了很多商机。经过深思熟虑，韩志刚有意辞掉工作，返回农村创业。

2004年，韩志刚因为一次偶然的机会知道獭兔养殖能得到可观的收益，就想着能不能做獭兔养殖。到了2005年，他又在电视节目里看到介绍商丘市梁园区军英獭兔养殖场的报道。这更加坚定了他办獭兔养殖场的想法。

很快，韩志刚赶到商丘，到梁园区军英獭兔养殖场去取经。忽然有人到养殖场，说要学习养獭兔，养殖场的老板怎么都觉得这件事有点夸张。

一时间，韩志刚难以得到养殖场老板的信任。但他没有退缩，而是软磨硬泡，说尽好话，千方百计地让对方明白，自己是真心想学獭兔养殖。

经过一番辛苦努力，养殖场的老板觉得面前的这个年轻人确实是想做一番自己的事业，于是不仅半价卖给他两只兔子，还送给他几本獭兔养殖的书和自己的养兔心得笔记。如获至宝的韩志刚带着老板的慷慨赠与，急忙赶回家，准备开工。

从此，韩志刚一边精心喂养獭兔，一边研究养殖秘籍。最初的路走得异常艰难，因为养殖经验不够，现学现卖的韩志刚也犯过错误，遭受过严重损失。前期投入的资金基本上面临血本无归的局面，这更加激励他要尽快学好养殖。

因为行动不便，韩志刚只能托人帮忙，购买电脑和一些养殖獭兔的书。他需要钻研更多知识才能让自己距离成功更近。他还和国内一家养殖獭兔的公司联系，学习了更多养殖经验。经过一番努力，韩志刚终于可以建立自己的养殖场了。

由于资金有限，韩志刚不得不在家人的帮助下自己动手建场。为了早日实现他的梦想，家人与他一起承受着繁重的体力劳动。劳动中，韩志刚为了出行方便，学会了骑电动车和开拖拉机。从那以后，他可以骑着电动车去市场采购沙石、水泥、砖头等建筑材料，再开着拖拉机将它们运回养殖场。长时间的劳动让韩志刚一身疲惫，他的残肢经常因为与假肢互相摩擦而破损，疼痛难忍。但他咬牙坚持，并不断鼓励自己：一定要坚持、要忍耐，成功很快就会到来。

好不容易建成了养殖场，韩志刚又将全部的精力投入到了獭兔养殖中。他在养殖场里为自己准备了一间10平方米的小屋，当做自己的办公室和家。尽管条件简陋，他还是坚持每天住在养殖场里。他说：“如果不让我在养殖场里睡，我就睡不着。”

白天，他和养殖场的工人一起劳作，悉心照看着场里的每一只獭兔。夜

里，他利用休息时间不断学习养殖方面的知识，收集有价值的资料。当他的第一批商品兔成功卖出去的时候，所有人都为他感到高兴。

当天晚上，妈妈为他做了几道他最爱吃的菜，还为他倒上一杯酒。韩志刚举着酒杯，看着面前的菜，想到自己成功路上遇到的种种坎坷，想到自己奋斗这么多年才获得的一点成绩，忍不住流下了眼泪：“第一桶金来得真是太不容易了。”

之后，韩志刚的养殖场不断发展、扩建，效益也越来越好。短短几年的时间，他的养殖场就扩大到3000多平方米，存栏的獭兔5000多只，每年销售10000多只，收入可以达到15万多元，成了当地的头号养殖专业户。

走向成功的韩志刚并未就此满足，他知道，乡亲们也希望他能和他一样，加入养殖獭兔的行列。为此，他毫无保留地将自己的经验和技术与大家分享，带领乡亲们建立了一个又一个养兔场，还主动为他们提供种兔。在他的带领之下，多数养殖户当年就有了不错的盈利。

2010年，韩志刚以150万元的注册资金，成立了金兴兔业养殖专业合作社。他还向养殖户承诺，只要在养殖过程中遇到任何困难，他都会随叫随到，帮助解决问题，还可以上门收购商品兔。

“我不能让乡亲们投的钱打水漂。”他说，“他们有什么难题，我会想办法帮他们解决，自己不懂的，就去请教专家。我一定要帮他们赚到钱。”

韩志刚的养殖合作社很快就发展了300多户养殖户，总共养了10万多只獭兔。合作社成立不久就开始盈利，未来的前景也相当乐观。

关于今后的发展，韩志刚有自己的想法：“我想让更多农户加入到合作社里来，要帮助更多残疾的朋友就业。我想在豫南地区建一个最大的獭兔养殖基地。我还去过北京、山东、湖北等地考察，和当地的加工企业进行联络，推广销路。现在不管是养殖技术、管理，还是销路都没问题。相信大家一定都可以富起来。只要让乡亲们过上好日子，我受点累也不算什么。”

如今，对于韩志刚来说，哭着的过去早已随风而逝。相信乐于助人的韩

志刚一定会带领当地的农民和残疾人在獭兔养殖的创业之路上，越走越远。

创业启示

当冬天来临时，春天便不再遥远。成功并非只青睐肢体健全的人，更重要的是心智的健全。即使是残障人士，只要抱着积极向上的乐观心态，再加上足够的智慧及坚强的意志和品格，同样可以攀登常人难以企及的高峰。

2. 塔拉基（阿富汗人中国创业）：成功因为不得已

失去了压力与磨难，生活会变得空虚；失去了压力与磨难，生命亦会变得暗淡。坚韧的毅力和耐心，能够决定一个人将会成为什么样的人。人生的起点，可以从寻求出路开始。说服自己，带着一颗真诚的心踏上自己所选定的道路，并勇敢地走完它。

塔拉基是一位来自阿富汗的商人，外表看起来与其他阿富汗人无异，中等个子，眼睛明亮，总是面带微笑，举手投足间带着成功人士的一份淡泊和宁静。对于自己目前的工作和生活，他觉得很满足。然而，他始终都无法忘记多年前，自己被迫流亡异国他乡，为了生存而努力创业的情景。

以前，塔拉基是阿富汗的一位普通公民。他与家人在阿富汗过着和平、安宁的生活。他的职业也比较体面，是喀布尔大学的教师。然而，一场战乱的到来，扰乱了他平静的生活。当时，许多阿富汗人因为战乱而流离失所，过着艰难的日子。塔拉基也未能幸免，他失去了大学教师的工作，一家人的生活变得日渐窘迫。

贫穷与动荡的生活，使塔拉基一家饱受煎熬。为了家人的生活，也为了自己的孩子能够在和平安宁的环境中健康成长，塔拉基打算离开阿富汗，到别的国家生活。

没想到，四处寻找出路的塔拉基，遭到了一次又一次的拒绝。当时很多国家都不愿给阿富汗人发签证。最后，塔拉基抱着试一试的态度向中国驻阿富汗使馆递交了签证申请。这一次，塔拉基没有再失望，中国使馆批准了他的签证申请，他可以带着家人到中国来。

1992年，塔拉基带着家人来到陌生的中国。那时候，在中国的外国人还不是特别多，塔拉基鲜明的异国风格令他与周围的环境多少显得有点格格不入，而且语言也不通。“我刚到这里的时候，对一切都感到很陌生、很新鲜。”他说，“但是我觉得很安全。因为这里有不错的道路和汽车，不像阿富汗那样杂乱无章，既没有枪声，也没有小偷。”

中国人的热情帮助，让塔拉基很快就在这里安定下来。为了生存，他决定放弃自己的老本行，改行做生意。那时，他北上哈尔滨，南下广州、云南等地，走了很多地方，寻找商机，但一直都没有遇到合适的机会。后来，朋友为他介绍了北京雅宝路市场。

雅宝路市场是北京的一条商业街，靠近第一使馆区。20世纪90年代初的时候，正好赶上国内的改革开放大潮，很多下海经商的人就将这里作为了对外交易的窗口。建立初期的时候，主要是俄罗斯和东欧的商人在这里采购各类服饰、箱包、鞋帽等小商品。塔拉基到雅宝路市场的时候，正好赶上苏联解体。政治动荡也带来了经济动荡。俄罗斯和东欧的很多地区大量缺少民用消费品，而中国产品是销往那些地区的最好选择。

徘徊多时的塔拉基觉得自己的机会来了。他毫不犹豫地拿出身上仅有的1000多元钱，从雅宝路市场的商家那里采购了200多个各式的时尚箱包。然后运到俄罗斯，以翻倍的价格卖给当地的商人。就这样，较大的利润空间帮助塔拉基淘到了在中国经商的第一桶金。同时，他也是第一批在雅宝路

市场受益的外国人之一。

从那以后，塔拉基就成了雅宝路市场的常客。他像很多俄罗斯和东欧商人一样，从雅宝路市场采购服饰、箱包和鞋帽，再卖到国外。因为需求量比较大，塔拉基的生意一直都做得比较顺利。而在这期间，雅宝路市场也在不断发展着。刚刚建立的时候，雅宝路市场只有几十个小摊位，货品数量有限，品种也不算多。而随着前去交易的外国客商不断增多，雅宝路市场日渐繁华起来，服务也逐步走向正轨。当它成为国内最大的服装出口贸易集散地之一，不仅俄罗斯和东欧客商不断增加，中亚各国的商人也随处可见。

不知不觉间，塔拉基在雅宝路市场做了二十多年的贸易，也成了雅宝路商圈历史变迁，甚至是中国改革开放快速发展的见证人。

“以前我去采购商品的时候，订完的货都要自己大包小包地拿走，还要找车、装货，办出境手续。这类麻烦的事情都要自己亲自去办。体力好点的年轻人还可以，像我现在这样上年纪的人，肯定是吃不消的。”他说，“不过现在已经不用这么麻烦了。只要看好货品，和厂家谈好价钱，订了货，付了款，就可以算是结束交易了。厂家会根据我的要求，直接帮我把货发到目的地。这样一来，节省了很多时间，也能给我留出更多时间去找其他更多的商品。”

如今，塔拉基在中国的生意已经轻车熟路，他的业务范围也在不断扩大。机械出口业务、东欧投资业务，等等。年收入也达到了相当可观的数字。并且，他也不再常驻中国，而是走遍中亚和东欧的各个国家，成为一个真正有实力的富商。

不过，他的工作重心仍然还是在中国。在他看来，中国是他的第二故乡，这是他无法舍弃中国的重要原因。“只要身体健康，我就会经常来中国。”他说，“不仅是因为我的一部分生意还在这里，还有一些朋友也在这里。我也希望能带家人到中国各地去看看。当初，是中国政府和中國朋友

给了我支持和帮助，我非常感激，并且永远不会忘记。”

对于塔拉基来说，后半生的命运俨然已经改变。虽然当初来中国是不得已才做出的选择，但因祸得福的塔拉基也由此走上了属于自己的成功之路。不知道现在的他，会不会想要感谢自己当初所遭遇到的不幸呢。

创业启示

绝境之中，人类总会发挥出意想不到的潜能。不管前方的路有多少陷阱、荆棘、险滩、暗礁，准确地找到自己应该选择的方向，才不会迷失或沉沦。不得已远走他乡的塔拉基，毫不犹豫地抓住了属于自己的机会，在陌生的国度里实现了自己的人生价值。

3. 陈全德（第一个把川味火锅带到东南亚的人）：借钱闯他乡

世间没有真正的绝境，只有饱含绝望的内心。只要内心的雨露不曾干涸，再荒芜的土地也可以变成生机勃勃的绿洲。苦难与挫折是生存的最好老师，在逆境中勇敢地知难而进，成功就在不远的前方。

时光追溯到22年前，也就是1991年，重庆人陈全德曾面临生命中的一次重创。

那年，他被迫离开了工作多年的国有企业，成为一名下岗工人。与此同时，他的妻子也从棉纺厂下了岗。两个失去工作的人，每个月只能领到80元的生活补贴，还要养活家里的一对双胞胎儿子。

生活的窘迫使夫妻两人感到前所未有的沉重压力。为了解决温饱，两人到处找工作。因为文化水平和能力有限，只能打一些短工。然而，即使是这样，也经常遭遇要不到工钱，或者被老板“炒鱿鱼”的情况。一家人的生活真是吃了上顿没下顿，十分艰难。

不久之后，陈全德在乡下年迈的母亲因重病住院，需要抢救。陈全德和妻子东拼西凑地借了3000元钱给母亲治病，但母亲的病最终也没能好转。背着债务的陈全德不得不忍受母亲辞世带来的悲痛，同时，一家人的生活又成了问题。那段时间，陈全德被折磨得焦头烂额，不知所措。

一天，陈全德的一位表弟从国外回来探亲。这位表弟小时候就父母双亡，是陈家收养了他。后来，他去了柬埔寨，常年在那儿工作。这次回来，看见表哥的生活状况不太乐观，就对他说：“柬埔寨那边虽然不发达，但只要能吃苦，找工作倒不难，收入也还可以。如果表哥想过去，你们一家人的费用我来承担。”

陈全德如果带着全家去柬埔寨，需要花费1000多美金的费用。当然，以他目前的状况是无论如何拿不出这么多钱的。可眼看着留在国内也没有什么出路，不如先让表弟破费一下，以后自己赚了钱，再还给人家。陈全德思考再三，决定带着家人跟表弟去柬埔寨讨生活。他想，只要自己肯吃苦，能渡过初期那段艰难的日子，就不愁以后没活路。

抱着破釜沉舟的决心，陈全德借了表弟的钱，在1994年的元旦，带着一家人远走异国他乡，到了柬埔寨，开始自己的新生活。

到达柬埔寨不久，陈全德就开始着手找工作。他从报纸上看到一家效益挺不错的生产日用杂货品的工厂正在招聘，就决定去试试。

工厂的老板是一位泰国籍的华人，看陈全德不怎么起眼，便从心里瞧不起他，摆出一副不可一世的态度，傲慢地问：“你是哪国人？”

“中国人！”陈全德毫不犹豫地回答。

这位老板显然对某些中国人的印象不太好，于是出口伤人：“你们中国

人素质太差，什么都做不好。”

陈全德虽然出了国，但也是迫不得已寻求出路，自己的一颗热爱祖国的心当然是不会变的。远在异国他乡，更不能容忍有人蔑视自己的国籍和国家。“先生，虽然脚踩外国的土地，但我有一颗赤诚的心。难道你不是炎黄子孙，不是中国人？！”他愤怒地反驳这位老板，“你的祖先也是中国人，那么你为何还能将企业经营得这样红火？你改变了国籍，能改变自己的祖先吗？你的言论让我反感，现在，我已经不想得到在这里工作的机会了。”

即使没有工作，也不能没有尊严，这是陈全德的选择。说完，他转身就走。

“等等。”那位挨了训的老板拦住了陈全德。

原以为自己肯定失去了工作机会，可老板又不让自己离开，陈全德想不通老板的葫芦里究竟卖的什么药。只是，看起来这位老板并没有恶意，也不像是要找自己的麻烦。陈全德索性停住脚步，看看对方到底想怎么样。

“我见过很多中国人，但你跟他们很不一样。”老板真诚地说，“你有血性，是个硬汉子，一个正直的人。我这个人有个毛病，你越是骂我，我越是要留下你。你想在我这儿从事什么工作？说来听听。”

老板的直爽反而让陈全德有些不好意思，他想了一会儿才回答：“我在中国是做电焊的。除了这个之外，其他的工作我都得从头学。”

“你愿意做计件工吗？”老板问。

“愿意。工厂每天什么时候开门？”

“七点半。”

这样，陈全德就算是在这家工厂找到了自己在柬埔寨的第一份工作。他决心要努力做出点成绩来，不给中国人丢脸。

第二天清晨，老板的车准时停在工厂门口。此时，已经站在工厂门口的陈全德赶紧走过去帮老板开门。面对如此勤劳的员工，没有哪个老板会不喜欢。如此，陈全德就成了老板留意的对象。

全心全意投入工作的陈全德从不叫苦，说话也不多，就只是埋头苦干。除了自己分内的工作，他还时常帮助别人。只要是厂里的事，他都很上心，总是想方设法努力做好，从来不计较个人得失，就好像这工厂是自家的一样。

与此同时，陈全德的妻子在一家华人开的茶馆找到了一份清洁工的工作，一个月能赚到100多美金的薪水。两个孩子都在自学英语和柬埔寨语，并且计划用一年的时间学完高中课程。一家人生活来源解决了，时常还有结余，两个孩子又十分好学、争气。陈全德的心总算是放了下来。

生活稳妥之后，陈全德将更多的精力投入到事业中。每天回家，他都会把工厂里的见闻整理和记录下来，再进行分析和总结。他对厂里的每一个与工作有关的细节都很感兴趣，不断学习和提高着自己。

短短的几个月时间，陈全德的付出就有了回报。某天，老板对他说：“你是个既能吃苦又勤快的人，什么事都做得稳稳妥妥的，让我很放心。我开了很多厂，这个厂我也没时间照顾太多。所以我想请你替我照顾，行吗？”

“当然可以。”陈全德答应得十分痛快，“请相信，我会做得很好。”

就这样，陈全德在工厂里做上了领导的位子。远在家乡的表弟听说他混得不错，带着妻子也来投奔。正好厂里需要人，陈全德就分别为表弟和妻子安排了包装工和计件工的工作。

某天，陈全德在车间里巡视，发现表弟正一边吸烟，一边包装，烟灰还掉落在了包装袋上。厂里有明文规定，禁止工人做这样的事。陈全德非常生气，大声批评表弟：“马上清除烟灰。按照厂里的规定要罚款100美元。如果再违规，立刻开除。”

表弟以为表哥是说着玩的，没当回事，仍然我行我素。没想到，月底发薪水的时候，果真少了100美元，并且表哥还毫不犹豫地把他开除了。

陈全德大义灭亲的举动传到老板的耳朵里，老板对他更是器重有加，给

了他更多的权力。而他也没有辜负老板的期望，短短半年的时间，工厂的利润就同比增加了42%。然而之后不久，获得优异业绩的陈全德却提出了辞职。

老板不能理解他的想法，问他是不是有什么不满意的地方。而他的回答是：“在中国，我是下岗工人。到这里工作，是因为我想证明中国人的素质并不差。辞职的原因是我生性好动，想换个推销员的工作，这样可以更多地了解各地办企业的经验。”

虽然老板不能完全理解陈全德的想法，但他尊重陈全德的选择，并告诉陈全德：“我认为你是一个真正的实干家，所以不管做什么应该都能成功，你可以尽管放手去做。”

离开工厂的陈全德打算自己做老板，这是他长久以来不断积累经验的目的。

1996年2月，有一家酒店要转让，但条件十分苛刻，要原值转让，还要买主一次性付清转让费9万美元。陈全德看好这家店面，打算开一个川味火锅店，但一时间又拿不出那么多钱，只好再次求助原来的老板。

他给老板分析了火锅店的市场前景，十分了解旧部下的老板当场就给了陈全德9万美元的支票。有了购买店铺的钱，陈全德便可以放手一搏。他让妻子辞了职，又让已经完成学业的两个孩子来帮忙。

为了做出符合当地人口味的美食火锅，陈全德甚至将底料改进了上百次。功夫不负有心人，火锅店开张半年，就受到很多人的青睐和欢迎。而陈全德始终坚持诚信经营、薄利多销的理念，坚决不会为高额利润放弃最基本的良心。

不到一年，陈全德就还清了老板借给他的9万美元。1998年7月到1999年11月，火锅店的纯盈利达到18万美元。陈全德从一个下岗工人成功蜕变成了百万富翁。如今，陈全德打算用五年的时间将自己的川味火锅推向整个东南亚，以柬埔寨为首，发展到东盟10个国家都要有分店。等积累了足够的资本，他就回国，创办更大的企业，以实现自己落叶归根的愿望。

创业启示

下岗并不意味着无能，相反，下岗意味着可以有机会去更为广阔的空间发展，施展自己的理想和抱负。哪怕远走异国他乡，也终将找到一片适合自己发展的土地。只要有心，只要肯努力，就有机会扭转后半生的命运。

4. 李怀珍（煎饼大嫂）：谢谢命运让我下岗

命运隐藏在人生中的任何角落，没有人能够窥见其中的真相。只是能够获得成功的人都善于抓住命运改变所带来的潜在机遇。塞翁失马，焉知非福。很多时候，失去不过是为了得到更好的。

沂蒙小调特色食品有限公司总经理李怀珍，拥有“首届齐鲁职工十大新闻人物”、“山东省劳动模范”、“全国下岗女职工再就业带头人”、“全国杰出创业女性”、“全国五一巾帼奖”、“全国五一劳动奖章”、“山东省粮食系统巾帼建功十大标兵”、“全国财贸系统下岗再就业女职工带头人”等诸多荣誉头衔，是山东省第十届和第十一届人大代表，被人们亲切地称为“煎饼大嫂”。

面对如此多的荣誉和光环，李怀珍应该感谢坎坷的命运带来的机遇。曾经她是一位默默无闻的工作者，在费县的铁路粮店做出纳员，收入比较稳定，日子过得波澜不惊。原以为平淡的日子会这样继续下去，但改革开放不久，国家取消了计划供粮。如此一来，国有粮店也就面临着调整和改革。一时间，李怀珍的工作成了风雨中飘摇着的小树苗，随时都有可能倒

下。权衡再三，李怀珍做出了一个重要的决定——主动下岗。

1995年，李怀珍离开了工作12年的单位，加入了下岗工人的队伍。要在这个花花世界里求得一席生存之地，谈何容易。下岗之后的李怀珍为了生活，养过蝎子，卖过豆芽，但都没能得到多少收益。眼看生活日渐窘迫，她不得不放弃之前的想法和路子，重新开始寻找适合自己的工作。

生活是灵感的源泉。李怀珍生活在沂蒙山区，每天面对的是当地的传统特色食品——煎饼。在当地，几乎家家户户都会支鏊子、摊煎饼，用煎饼卷着大葱或其他菜品当饭吃。细心的李怀珍经过长期观察，打起了煎饼的主意。因为她意识到，随着人们生活水平的提高，越来越多的人崇尚营养、自然、科学的传统美食，而煎饼是用粮食制作的天然食品，既健康又美味，很值得推广。于是，她决定从制作和销售煎饼开始自己的创业之路。

事实上，从小在东北长大的李怀珍对烙煎饼几乎一无所知。但她打算从头学起，买来鏊子和小麦，反复尝试。一开始，鏊子很难转匀，摊粮和食糊也不能同步，烙出的煎饼黑乎乎的，又厚又硬，根本就不成形。成品与正宗的煎饼相差太远，既不好看，也没法吃。

李怀珍不服输，一遍又一遍地练习，没日没夜地烙煎饼，烙得手上磨出了血泡，嘴角长了脓疮，可还是烙不出像样的煎饼。连续用了6袋小麦之后，李怀珍的煎饼还是没能成形。那些半成品她不忍心浪费，能吃的都送给了亲友，不能吃的就拿去喂鸡。

看来不能自己在家瞎琢磨，李怀珍想：烙煎饼是个技术活，得想办法拜师学艺。为此，李怀珍到处寻找能教自己做出正宗煎饼的人。最终，她请到了一位很会做煎饼的老太太。老太太亲自给她示范，她在旁边一招一式地仔细学习和模仿。那段时间，她满脑子都是烙煎饼的技术，一有空就用心琢磨。经过努力地学习、思考和练习，李怀珍的技术渐渐提高了。不久，她就能熟练地烙出漂亮的煎饼。

紧接着，李怀珍拿出老家的一台旧石磨，又支起四盘大鏊子，算是正式开始了销售煎饼的生意。附近的人听说李怀珍开始卖煎饼，而且是纯手工

制作，现做现卖，都很感兴趣，既想看看煎饼到底是怎么烙出来的，又想尝个鲜。就这样，李怀珍的店每天都不缺来看热闹的人，也不缺满载而归的客户。店里有了人气，生意自然就越来越好。

为了创出自己的牌子，李怀珍还把自己的煎饼定名为“金穗煎饼”。她制作出来的金穗煎饼色泽亮丽、薄如纸、韧性好，选材也十分符合当前人们追求健康和品质的理念，因而煎饼很快就得到了客户的喜爱。大家都亲切地称李怀珍为“煎饼大嫂”。

有时，遇上节假日购买高峰期，李怀珍的煎饼就面临供不应求的局面。订单太多，李怀珍为了能尽量满足客人的需求，不得不连夜加班。冬天冒着严寒，顾不上淘米水的冰冷和手上的冻疮；夏天冒着酷暑，在煎饼炉子旁边一干就是十几个小时，身上起满了痱子，也只有强忍着。为了照顾左邻右舍不被煎饼炉子的烟熏到，她每天早上四五点钟就要爬起来生炉子。这一摊看似红红火火的生意，就是靠着李怀珍日日夜夜的辛苦才支撑了下来。

尽管店里生意兴隆，但李怀珍并没有满足现状、停滞不前。单一的小麦产品已经在市场上趋于稳定，但还有其他产品可以研究与开发，比如杂粮煎饼。于是，她又请教了专业的师傅，不断尝试新的食材，研制出了其他几十个品种，并且保质期比较长，买回家可以存放两三个月的时间。为了搭配各式各样的煎饼，李怀珍还制作出了周边产品，比如芝麻盐、香辣肉丝等。用煎饼卷着这些菜料，很方便，也很美味。因此，“金穗煎饼”的牌子变得越来越有影响力。

眼看自己的品牌逐渐成熟起来，李怀珍又开始考虑成立自己的公司。费县是著名的民歌沂蒙山小调的发源地，如果用这个来注册商标，肯定能打响自己的企业品牌。于是，李怀珍选择了“沂蒙小调”作为自己的煎饼品牌，办起了公司。

不出李怀珍所料，“沂蒙小调”煎饼很快就成为市场的焦点。很多企业都看好这个品牌的前景，要求加盟。公司生产的上百种产品，陆续摆上了各大超市的货架，销量十分可观。在丈夫的帮助下，她还建立了自己的公

司网站，通过互联网宣传和销售自己的产品。

当产品广泛推向市场，走入全国各地，甚至是世界各地的時候，李怀珍也在生产过程中不断改进和调整自己的产品和包装。比如以前，她觉得煎饼是简单的食物，顾客应该都会吃，所以产品的包装袋上没有写明煎饼的吃法。后来，她还真的遇到有些客人不知道煎饼该怎么吃的问题。



曾经有一位丹麦客人拿她的煎饼当了餐巾纸，闹出不少笑话。还有一次，她带着产品去上海参加订货会，好奇的上海顾客问她：这种东西应该怎么吃，是煮着吃，还是放到微波炉里煲着吃。为了让客人了解自己的产品，她拿出各式煎饼卷着沂蒙小吃芝麻盐，免费让客人们品尝，这才引来无数人的争相抢购。从那以后，她就在产品的包装袋上印上了中英文的食用说明。

如今，“沂蒙小调”煎饼不仅在山东的临沂等地设立了连锁店，在南方的大都市成都也设立了连锁店，在美国、日本、阿联酋等国家也有代销点，真正成为了一个国际品牌。而作为总经理的李怀珍，却从未因此懈怠。她不仅努力经营着公司，教育员工们要讲究诚信，学会做人，还热情地帮助其他下岗姐妹，为她们提供就业机会。凡是有人来找她求教，她都会免费为他们提供样品和技术，还为一些来自贫困山区的女孩提供食宿。在她的鼓励和带动下，很多下岗女工和贫困女孩都走上了致富之路。

面对成功，李怀珍觉得自己应该感谢命运。如果不是被迫下岗，她恐怕永远也无法获得今天的成就。

创业启示

主动面对命运带来的挑战，是获得成功的人所必须具备的重要特质。当多数人抱怨命运不公的时候，总有那么一些人勇敢地接受了挫折，并且充分发挥自己的智慧和能力，最终获得了幸运女神的眷顾。

5. 孙秋萍（日本料理店老板）：失业不可怕，可怕的是失去生活的斗志

上帝赋予人类一双手，不是让它垂在空中无所事事，而是希望人类用灵巧的十根手指，创造出属于自己的财富。天上没有掉馅饼的美事，守株待兔只能等来一事无成。如果非说成功是水中花、镜中月，那勤奋则是通向这不可能境界的渠道。

生于20世纪60年代的孙秋萍，是一个普普通通的人。高中毕业的她，找到一份幼儿教师的职业。当时的孙秋萍觉得这样的工作很不错，只要好好地做，生活便不会艰辛。

生活平平淡淡才是真，孙秋萍对于未来并没有太多的思考，觉得现在这样很好。然而，1996年年末，不幸降临在她的身上。这家企业幼儿园因为企业的经营状况不好，需要就此解散。突如其来的噩耗传到孙秋萍的耳朵里，她大脑顿时一片空白，生活一下子变得不再简单和美好。

福无双至，祸不单行。失业后的孙秋萍生活过得拮据起来，更要命的是，在她失去工作之后不久，她的丈夫也下了岗。孙秋萍彻底蒙了，家里完全没有了经济来源，原本平稳的生活开始变得异常拮据。看着家里年事已高的父母，还有正在上学的孩子，孙秋萍知道，埋怨与悲伤并不能改善家里的生活。于是她不再坐以待毙，决定哪怕再辛苦，收入再少，也不能在家中坐等“救世主”的降临。

想法总是美好的，现实却是残酷的。高中学历的孙秋萍算是文化水平比较低的人，又没有裙带关系，找一份所谓的好工作对她来说相当困难。孙秋萍了解自己的条件，也没有好高骛远，因而选择了一家日本料理餐厅，从事洗盘子的工作。做出这样的决定，孙秋萍考虑到，一来工作的地方离家近，方便照顾孩子和家人；二来虽然500元的月工资不算高，但总比没有收入好得多。于是，孙秋萍踏踏实实地在这家日本料理店工作起来。

第一天上班，孙秋萍就碰到了困难。厨师长是一位地道的日本人——金田三郎，他用日语给孙秋萍分配工作。那时候，孙秋萍从未接触过日语，满头雾水的她待在原地一动不动。金田三郎反复用日语说了好几遍，但见孙秋萍呆若木鸡，顿时火冒三丈，随手将一把炒菜的勺子扔进水池中，愤然离开厨房。面对这一幕，孙秋萍既觉得委屈，又觉得语言不通，是自己从事这份工作的致命伤。为此，她只得虚心向同事请教。同事告诉他，厨师长说的只是让她把盘子拿过来。简单的一句话，对于孙秋萍来说就是一

道坎，她下决心要跨过去。孙秋萍在当天下午就向同事学习了一句简单的日语“下班了，您慢走”，经过不断地练习，孙秋萍基本掌握了这句话。于是，在下班的时候，孙秋萍生硬地说着这句日语向厨师长道别。厨师长听到孙秋萍说这句话后，感觉非常吃惊也非常高兴，便用同样生硬的中国话鼓励孙秋萍说：“你是一个很努力的中国人，一定会有发展的。”

随后的日子里，孙秋萍更加努力，她用下班后的大部分时间来学习日语，因而日语水平提升很快。终于，她的努力感动了厨师长，厨师长开始提拔她，并且传授给她一些制作日本料理的技术。孙秋萍凭借勤奋练习，以及对日本料理独到的理解，很快便能制作出比较像样的日式料理了。一个月后，她被调到后厨工作。在后厨工作的日子里，她继续不断地学习和练习，基本掌握了日本料理的做法。

勤奋的人总会得到他该拥有的东西。孙秋萍的勤奋也被日本老板看在眼里。1998年，孙秋萍凭借自己出色的工作表现，坐上了前厅经理的位置。2001年的时候，这家日本料理已经在长春小有名气。作为前厅经理的孙秋萍依旧保持着她特有的勤奋，并且随着经验越来越丰富，孙秋萍逐渐成为同行们眼中的“香饽饽”，不断有其他料理店请她去工作。为了吸引孙秋萍的注意，有一家料理店开出了5%年毛利润和一个月2000元工资的优厚待遇。对于这样的条件，孙秋萍却看得很淡。虽然自己当前的工资还不算太高，但是孙秋萍脑海里只有一个想法：是这里培养了我，我不会主动离开。

当生活逐渐稳定下来，孙秋萍再次遇到了意外。2001年年底，料理店的老板转行经营出国劳务，料理店的生意就此宣告结束，孙秋萍再次面临失业。这时候的她，与五年前面对失业的表现已经截然不同。拥有业内丰富经验的孙秋萍，很快来到另一家日本料理店担任店长，但是好景不长，她的管理方式与这家店面的管理方法大相径庭，一个月不愉快的工作之后，孙秋萍毅然决然地上交了辞呈。

同样的问题，连续发生在她随后找的几家料理店里。孙秋萍想，既然没

有料理店能够容纳下她的管理经验，那不如自己成为料理店的主宰者。于是创业这个念头在孙秋萍的心里发了芽。说做就做，孙秋萍当机立断，向银行贷了20万元的款，又向亲朋好友借了些钱，开始全心全意筹备自己的料理店。

2002年10月5日，对孙秋萍来说是最激动人心的日子，她的日本料理小店终于开张营业了。以前的工作经验在这时通通派上用场，小店在孙秋萍的带领下经营得井井有条，在开业短短一个月后，她的日本料理店就在长春市小有名气。

面对兴旺的生意，孙秋萍心底里乐开了花，盘算着用不了一年的时间，就能够将借到的所有款额还清。然而天不作美，“非典”恰恰在此时爆发。饮食行业顿时陷入低谷期，孙秋萍的小店也没能逃过此劫，每天寥寥无几的顾客，让她一个月里最少要倒贴3万多元。挣钱的生意一下子成了赔钱的买卖。惨淡经营只会让小店走上“关门大吉”的道路，孙秋萍不甘心，她要扭转这样的局面。于是，她开始计划为学校 and 医院送日本料理的盒饭。

不久，有一个教授在孙秋萍的店里订了一份盒饭。为了让这个意想不到的客户吃上热乎乎的盒饭，她特意打车将盒饭送到了教授家里。这样的举动感动了教授，于是，教授开始向学校的同事宣传。面对她的勤劳和真诚，很多老师和学生成为了孙秋萍小店的常客。在“非典”的日子里，孙秋萍因为自己的勤劳安然渡过难关。

“非典”过去了，孙秋萍长舒一口气，开始全力发展自己的日本料理店。这时，一位“天外来客”给了她一个很大的启示。这位日本老人的到访，让孙秋萍永远不能忘怀。老人刚开始并没有把她的小店放在眼里，一进到店里，就给孙秋萍一个“下马威”。他说：“我给你出道题，如果你能够答对，我就在你这里用餐。日本清酒多少温度饮用最为适宜？”

“37摄氏度。”孙秋萍从容地回答道。

日本老人听到后很开心，因为中国很少有料理店主能够正确回答这个问题，而这个问题恰好是衡量料理店是否正宗的标准。老人这次用餐很是满意，并且不断将孙秋萍的小店推荐给自已的朋友。孙秋萍的日本料理店生

意日益红火。

现在，孙秋萍从一个月工资只有500元的洗碗工成为身价一百万元的老板，但是她的勤劳和严谨却从未改变。她知道，是自己的勤劳给她带来了所有的财富和梦想，只有继续下去，自己的小店才能更加发展壮大。

创业启示

平凡不是一件可怕的事情，可怕的是在平凡中失去追寻理想的信念。多劳动者，多得食，没有一个企业家是坐等财富、荣誉降临的懒汉。创业不是嘴上说说就能完成的，要切实有所行动，才能越来越接近成功。

6. 河南农村夫妇（农民工开水果店）：新鲜的水果才能卖钱，固定的家才有温暖

不积跬步无以至千里，不积小流无以成江海。只是徘徊在原地犹豫不决，是无法距离成功越来越近的。多一次尝试就多一次机会，也多一分收获。记住，任何微小的光都有可能照亮你后半生的路。

来自河南许昌的阿建和媳妇曾是一对普通的农村夫妇。两人是通过媒婆的说合认识的，之后交往不到一年，就结了婚。婚后的几年时间，两人先后生下了三个孩子。然而，就是这第三个孩子的出生，打破了他们穷困但却平静的生活。

原本他们或许会和其他普通的农村夫妇一样，过着平凡又无奈的日子。可超生的第三个孩子是要罚款的，要交差不多一万元。夫妇两人根本就拿

不出这么多钱支付罚款，于是只好躲着。因为常年与父母有摩擦，极少往来，两人只好躲到了媳妇的娘家。乡里和村子里的领导找不到他们，就去家里搬东西，把能值点钱的东西都拿走了。

一年多之后，阿建意识到这样下去也不是办法。媳妇的娘家生活不富裕，没有多少收入。自己的几个孩子也都到了花钱的年纪，最大的孩子还要准备上学。如果没有更好的收入来源，一家人的生活会越来越糟糕。

被逼无奈之下，阿建只好跟随当地的村民外出打工。经过熟人介绍，他去了山西运城，干拉硝的活。虽然工作强度很大，很辛苦，对身体也不好，但收入比较高。他就咬着牙干了两年，赚了2万多元钱。这时，阿建身体开始吃不消，时常浑身酸痛。他知道，这是这一行难免的职业病，因为长期接触放射性物质，时间久了身体就会垮掉。不能把自己的身体搭进去，他想，以后还有很长的日子要过。

阿建果断放弃了拉硝的工作，带着2万多元钱，回到了村里。到家之后，他先拿出一万元给家里最小的男孩子交了超生的罚款，报了户口，解决了后顾之忧。紧接着，又盘算着用剩余的一万元做点别的生意。

就在这时，他的一个初中同学找上门，推荐他养殖海狐狸。“我跟你讲，这个行业很赚钱的。”那位同学说，“我们有的养殖户几年就成了百万富翁。你看，一对狐狸六个月就能生小狐狸，然后我们负责帮你回收，2500块钱一对。你要是买上两对狐狸做种，一年下来少说也能赚一万多元。”

阿建没能禁得住这位同学的诱惑，买了两对种狐狸，又建造了必需的养殖场所，将所剩的一万元基本都投在了狐狸的养殖上。可就在阿建的养殖场狐狸越来越多的时候，却传来了一个十分糟糕的消息。那伙到处宣传养殖狐狸的人，是一个诈骗团伙。农户养殖的狐狸他们根本就不会回收，先期的回收也是为了扩大宣传力度。最终，这些诈骗犯被公安机关抓住了，但养殖户的损失在所难免。

长期投入的人力、物力和财力都白费了，养出来的狐狸也没人要，还欠

下了好几千元的费用。阿建的第一次创业算是彻底失败了。怎么办？夫妇俩面对着一个烂摊子，加上生活方面的压力，彼此开始心生怨恨。

那段时间，两人频繁地互相埋怨。

“当初让你做点踏实的事儿，你偏得信你那个什么同学。”媳妇说，“现在可好，把辛苦赚的钱都搭进去了，又欠了债，往后的日子可怎么过。”

听到这话，阿建也不高兴了：“你早干什么去了？要是早点拦着我，死活不同意，我也就认了。”

诸如此类的争执在夫妇间成了家常便饭。吵得凶了，甚至还动过手。可是，总这样吵下去也不是办法。争吵根本不能解决任何问题，也不会让失去的钱再回来。意识到这一点的夫妻俩及时停止了争吵，开始琢磨着寻找新的出路。

当时，乡里流行外出打工，很多人去南方工作，说南方的钱比较好赚。过年的时候，阿建见了几位在南方打工的朋友，听他们说起在南方混得还不错，只要用心工作，肯定会有机会。因而，春节之后，阿建毫不犹豫地选择到南方去打工，一个人背着行囊只身到了广州。

刚开始，他在一个搬家公司干了一阵。但搬家公司的活不仅辛苦，薪水也不高。有一次，他们公司给一位做水果生意的老板搬家，休息的时候，老板和他聊起了水果生意，说：“现在这边的水果生意还是挺好做的，利润也不少。只要水果的质量好，买的人就多。这边水果的品种也挺多，当地的人爱吃水果，来旅游的外地人也喜欢尝尝鲜，或者带些水果回去。”

说者无意，听者有心。阿建不禁想，既然水果生意这么好做，那在这儿卖水果应该还是比较有前途的。并且，卖水果也不需要特别高的技巧，先期投资也不用很多，别人能卖，自己为什么不能卖呢？紧接着，他又花了好几天的时间进行了一番市场摸索和调查，越发觉得这个行业比较适合自己。于是，他就辞了职，拿着老板给的500元薪水，去当地的农贸市场批发

了一些比较畅销的水果，挑着一副担子，开始了卖水果的日子。

开始的时候，他进的货不多，哪儿人多就去哪儿卖。因为他的水果品相不错，价格也不贵，买的人还挺多。有时候，一上午的时间就能卖掉两担，下午还可以再进一次货。慢慢地，销售的地点也基本固定下来。生意一直做得不温不火。

半年以后，由于受到城市规划的影响，原本摆摊的地方对无证经营的小商贩打击得比较厉害，阿建又换了一处游人比较多，但城管管理不严的地方。那里很少有人卖水果，自然也就没有什么竞争对手，加上他的水果品相好，价格公道，很多游客都喜欢买他的水果。渐渐地，他的生意好到自己有点忙不过来，利润也是越来越可观。在这里，阿建辛辛苦苦地支撑了两年的时间，拥有了几万元的积蓄。算是他南下打工以来，淘到的第一桶金。

有了点资本，阿建就琢磨着怎样能做点正经的生意，而不是像现在这样成天和城管打游击。他期盼着有自己固定的水果摊，能安定下来，这才是长久之计。

在一些河南老乡的帮助下，阿建找到一处比较好的摊位，租赁费不算贵，人流也比较理想。他毫不犹豫地和店铺房东签了三年的合同。为了增加人手，他让自己的媳妇也从老家过去帮忙。

水果店顺利开张之后，夫妇俩开始了忙碌的生活。最初卖苹果、香蕉、梨和一些季节性的水果，收获颇丰。因为他们的水果进货的时候就是精心挑选的，品质很好，又本着薄利多销的原则，从不亏欠买主，价格也不贵，吸引了很多回头客。后来，他们逐渐拓宽了经营的品种，开始经营水果花篮、水果礼包之类的高端货品，价格也比同类商家的要便宜一点。这种经营方式非常适合精打细算的当地人，他们的生意也就越做越红火。

不久之后，夫妇俩不仅雇了员工，还在水果店的旁边租了个铺子做蛋糕。为了解除顾客的后顾之忧，夫妇俩的蛋糕店制作过程采用完全透明的方式，从原料到成品都是在顾客的监督下做的，而价格才6元一斤，非常便

宜。如此一来，蛋糕店的生意也相当火爆，虽然产品只有一种圆形的小蛋糕，但每天都有人来排很长时间的队，订购蛋糕。

现如今，夫妇俩已经算是小有成绩，把孩子也接到了广州读书，还在广州买了套二手房，生活水平稳步提高。

从500元起家卖水果，到几十万元的收入，夫妇俩的创业之路虽然艰辛，但却收获了温暖和富足的生活。

创业启示

创业并不只是华丽的梦想，再远大的规划也需要实实在在的付出和点点滴滴的积累。虽然卖水果并非常人眼中的好项目，但一对普通的河南夫妇用行动告诉世人，投资不分多少，生意不分大小，只要选准适合自己的行业，就会距离成功更近一步。

7. 丁全福（保洁公司创富人）：成功的道路靠脚走出，幸福的机遇靠手把握

岁月的河流，悄无声息地流淌着。带走失意后的痛苦，却带不走勤奋后的柳暗花明。成功永远不怕晚，所以不要轻言放弃。只要还能走在路上，就有成功的希望。

每个人走上创业之路，都有自己的理由。或是生活所迫，或是为了实现梦想，或是不经意间的机会带来的契机。而多数创业者萌生创业念头是因为生计，丁全福就是这样一类人。

丁全福原本是苏州一家电瓷厂的职工，已经在厂里兢兢业业地干了很多

年。可人到中年却遭遇了不幸。2000年12月，厂里已经不再需要丁全福，他成为了一名下岗工人。突如其来的失业，对于一个传统家庭来说是一场不小的风波。以前，丁全福是家里的顶梁柱，养家糊口的事情基本上全得靠他。而现在，他的收入突然没有了，一家人的生活随即陷入了困境。

究竟应该怎么办，丁全福也没有周详的打算。但他并不打算像多数下岗的中年人那样，放弃自己后半生的事业。那段时间，丁全福从未放弃过找工作，这既是为了家人，也是为了自己。

走过了几年的再就业之路，丁全福始终没能找到适合自己的工作。后来，他偶然间听说人力资源和社会保障部门开办了免费的技能培训班，他便毫不犹豫地报了物业管理专业的培训课程。尽管培训班里像他这样几乎年过半百的学生极为少见，但他仍然坚持每天起早贪黑地按时上课，用心学习。遇到不明白的问题，就及时向老师请教，从不顾及面子的问题。最终，他顺利完成了专业培训，还拿到了“SYB创业培训合格证”。

通过培训，丁全福不仅学会了如何进行成本核算，还能及时掌握国家相关政策。学了这么多东西，为什么不能自己闯出一番事业呢？此时，丁全福的创业热情被大大地激发了出来。后来，丁全福想到自己当初的选择，不禁笑着说：“很多中年人为了顾全自己的面子，宁可在家待着，也不愿从底层做起。好在我能坚持，现在想来这是为我成功创业积累起的第一笔财富。”

经过细致的考虑，丁全福决定从事保洁服务方面的业务。为了节约成本，他干脆把办公室设在了自己家里，又用家里仅有的2万元积蓄买来清洁专用的设备，聘请了3位员工，生意就算是正式开张了。

保洁算是比较简单的工作，没有多少技术含量，因而入行的门槛比较低，业务也就比较难做。生意开张之后，丁全福所面临的最大困难就是客户。没有客户，再低的经营成本也终将难以维系。因此，那段时间丁全福将全部精力都投入到业务上，每天坐着公共汽车到处跑，主动上门拜访，到企业、医院、学校寻求合作。但通常他都会被拒之门外，或者坐上大半

天的冷板凳。此类公司太多，对方很难看到丁全福的优势和诚意。并且，多数客户都已经拥有固定的合作方，一时间也难以变动。所以，尽管丁全福常常一跑就是一整天，累得连饭都顾不上吃，自家的业务还是不容乐观。

丁全福的困境引起了社区的社保协管员的注意。为了帮助他渡过暂时的困难时期，协管员为他介绍了几家茶楼、理发店。客户虽小，但对丁全福来说却是雪中送炭。只要有业务做，就能为以后的发展带来更多机会。于是，丁全福带着员工们兢兢业业地为客户做好保洁，从不懈怠。而客户们也很欣赏丁全福的优质服务，乐意与他长期合作。一段时间之后，丁全福已经不用再为没有客户发愁了。

几个月之后，一家被丁全福拜访了20多次的物流公司，看了他亲手策划制作的区域保洁计划书之后，终于被他的诚意和服务打动，决定与他建立合作关系。这样一来，丁全福总算是有了一个像样的大客户，也对自己未来的发展增加了一些信心。

长久以来，丁全福在经营方面始终强调高标准和优质服务，虽然只是简单的保洁或清洁工作，也要求员工尽心尽力去做，让客户满意。然而，另一方面，他对待自己的员工却并不苛刻，反而十分诚恳和友善，从不以老板自居。

工作中，丁全福总是能够以身作则、亲力亲为，要求员工做到的事情，自己首先要做到，并且还要做得更好。在服务时，遇到人手不够，或者服务达不到标准的情况，他都是第一个抢在前面，换上工作服，和员工们一起干活。倘若员工受了什么委屈或者不公的待遇，他也总是能为员工的利益着想。所以，他时常会在下班之后倾听员工们的倾诉，甚至偶尔还会忍受员工们的脾气，却从不生气。当员工们遇到困难的时候，他总是想办法帮忙解决。员工经济方面出现问题，他就毫不犹豫地预支工资给他们。能遇到如此厚道的老板，员工们也都十分珍惜，踏踏实实地跟着他干活。

随着公司的规模越来越大，丁全福也需要越来越多的员工。因为自己

曾经下岗，体会过再就业的烦恼，所以每次招聘，他都优先考虑录用下岗职工。此外，一些生活窘困的残障人士也是他优先考虑和帮助的对象。比如，社区里的梁阿姨从小患有肢体残疾，原本依靠残疾车揽客来贴补家用。后来政府取缔了残疾车的非法经营，她的生活陷入困境，还要抚养正在读大学的女儿。丁全福得知这个消息以后，就与社区相关部门联系，表明自己愿意帮助梁阿姨，为她提供一份工作。

现在，丁全福成立的沧浪区明全保洁服务公司，招收了很多下岗失业的人和残疾人，员工的总数量已经达到200多人。与此同时，公司的发展也逐渐好起来。凭借着良好的口碑和服务，业务已经扩展到了常州、上海等城市。

“其实，机遇在人生的道路上是无处不在的，就看自己能不能把握住。”丁全福说，“如果当初不是社区社保协管员鼓励我参加沧浪区创业培训班，我可能一辈子就为别人打工了。”

就这样，凭借着自己的勤劳双手，干着最苦最累的保洁工作，丁全福在自己年过半百的时候，终于走上了一条成功的创业之路。

创业启示

人到中年时，尚未功成名就并不可怕，可怕的是没有重新开始的勇气。尽管岁月无情，但并未给人画上终止的印记。放下那些无谓的定律和面子，在任何时候选择一份属于自己的事业都不会太迟。

8. 杨贵华（家庭防盗创富人）：从失足青年到防盗门门神

一直生活在阴霾里的心，最容易走上歧途，而总被阳光照耀的灵魂，不仅自己活得精彩，甚至还会散发光芒照亮别人。少不更事的时候，我们总埋怨那带来温暖的阳光，怎么就撒不到自己脸上，但历经了生活磨炼之后，我们才会懂得：那获得阳光的机会，不在别人身上，而在自己手中。

你有没有设想过在自己的家里安上这样一种门：没有传统的机械锁孔，开门不用钥匙，用指纹即可，手指受伤了还可以用备用的密码开门；即便身在千里之外，只需拨通一个电话，门就会自动打开；更神奇的是，如果有人强制性撬门，这种门还会自动拨打主人的手机报警。

现在，这种门已经被发明并生产出来，发明人杨贵华是一位曾因盗窃罪服刑的维修技工。

1991年，父母离婚后，还在上小学四年级的杨贵华便无心学习，自己一个人跑到邻镇九宫庙的砂锅店当洗碗工。后来，妈妈坚持送他去学习铲车维修，杨贵华虽然文化少，但初次接触，竟很快迷上了机电维修。从浙江、上海、广州、海南等地一路打工走来，杨贵华进的都是电子企业，他一边工作、一边学习，掌握了过硬的电子技术，无论是维修电视、电脑，还是光盘制作等，样样都行。

2002年4月他回到了重庆，在沙坪坝一家医疗设备公司负责设备返修工作。每月工资1200元，虽然钱不多，但是干着自己喜欢的行当，杨贵华心里还是挺满足的。不久，杨贵华还顺利地谈上了恋爱，女友是酒店服务员。

然而这时，不幸的事却发生了，女友患上了眼角膜疾病，亟须4000元手术费。杨贵华想到女友的工资才800元，便爽快地答应为女友出钱治病。

但是，杨贵华其实也是个“月光族”，每月工资花不了半个月就所剩无几了。转眼几个月过去了，杨贵华还是没有凑够手术钱，同时也感觉到了女友在渐渐疏远自己。

“恋爱大半年，难道说完就完了吗？”10岁就外出闯荡，饱受人间冷暖的杨贵华，面对带给他温情的爱情即将消逝，心头有一万个不甘心，每当想到这个问题，他就告诉自己一次：“一定要兑现自己的承诺，无论用什么方法。”

头脑发热的杨贵华，竟然打起了公司的主意。

这天夜里凌晨两点多，杨贵华凭借着自己的电子技术，用一张银行卡打开了公司的门，偷走了主板、内存条、显示器等价值近2万元的电脑配件。对于恋爱来说，杨贵华是兑现了承诺；但是，对于爱情和相守来说，杨贵华却背叛了女友——仅仅在两天后，杨贵华就被捕入狱，迎接他的，不是女友的怀抱，而是4年有期徒刑。

入狱后的杨贵华，着实为自己的境遇伤感低落过好一阵子。虽然生活环境变了，价值观变了，但是从小到大的爱好却一点没变，反而因为监狱的环境简单而得到了释放。

因为会电子技术，狱警把杨贵华留在重庆市新犯转运站的宝石加工车间。在车间工作了一段时间后，杨贵华发现：宝石圈边工艺需要亲手拿着宝石不停地打磨，这种方式不但容易导致手臂酸痛，而且效率也极其低下，便申请发明一种机械化的打磨装置。没想到获得批准的三个月后，完全由杨贵华设计的半自动宝石压模机就诞生了。当时连负责车间的狱警都赞叹说：“人工一天只磨400多颗，机器打磨工效提高了10倍。”

在很多人都想逃离的监狱里，杨贵华却第一次感受到了时光的珍贵。每使用一种设备，杨贵华都会想方设法改进现有的技术水平。直到出狱前一天，杨贵华一共研发了4种实用设备，他也因此受到4次记功，还被特批减刑一年。而周围的人，对他的称呼也渐渐从“维修工人”换成了“监狱发明家”。每当听到这个称呼，杨贵华总是低调地笑而不语，但他的心里对

未来的蓝图却渐渐清晰起来：我要做出能改变更多人生活的发明，我不会再过回以前的生活了！

很快，这个机会就来了。

2006年初，杨贵华在豆腐干车间认识了一个汽车盗窃团伙。杨贵华了解到，这个团伙是因为用解码技术盗车被捕的，这一方面让杨贵华更加觉得盗窃可耻，另一方面，也让他萌发了发明反解码装置，破解盗车技术的想法。

如何做出反解码装置呢？最好的办法就是和这个盗窃团伙亲自博弈。他先摸清盗窃的招数，然后绘制出反解码图纸，再让对方破解，如此反复推敲了100余次后，对方再也破解不了了。杨贵华终于成功了！

新犯转运站也全力为杨贵华的发明予以大力支持：帮他购买材料，打印资料，提供电话。为了维护杨贵华的专利权，狱警们还特地为他支招，帮助他向国家知识产权局申报专利。

提前出狱的杨贵华，起初也找过工作，但是每当下班回到家一个人独处的时候，他心里的发明梦就又不断地在心头萦绕。没做太多犹豫，他便辞职了，决定自己创业，专心研发、推销自己的反解码防盗装置。但是走访了几家汽车行业，没有一家愿意为这种装置投资。

和社会脱离一段时间的杨贵华，又一次被现实打击了。然而就在情绪低落之际，一句朋友不经意的提醒，为他打开了全新的思路——你可以考虑家庭防盗领域。

可不是嘛！新发明还是从大众化、中低端领域做起最好！这个启发对于杨贵华来说，犹如至宝。他一刻也不想拖沓，赶忙带着6000元积蓄赶赴上海几家知名锁厂考察，锁厂的老板果然对防盗装置很关心，最终，他决定：就把这种反解码防盗装置应用到锁上。

接着，他又开始了清苦而又幸福的钻研——把自己关在石坪桥一间出租房里，潜心研发反解码防盗锁。2008年6月，文章开头描述的神门便问世了。

7月10日，杨贵华与另外两位朋友共同出资，成立了专门研发生产反解码防盗锁的公司。

12月15日，杨贵华收到了国家知识产权局的“授予实用新型专利权及办理登记手续通知书”。

收到这份沉甸甸的手续通知书，杨贵华的底气更足了，强烈的预感告诉他：梦想真的照进现实了。自己现在已经不是什么都有的糊涂小子了，凭着自己这些年的坚持和努力，他再也不需要为未来迷茫和恐惧了。

2009年1月12日，杨贵华的公司接到了第一笔大订单——一家智能锁公司一次性签下了价值50多万元的订单。

没想到，人生此时才峰回路转，杨贵华终于收获了创业的第一桶金。

创业启示

人生可以重新来过吗？答案一定是肯定的。别说时光不等人，其实真正能决定人生的，不是时间的长度，而是时间的宽度。如果自己可以少刷微博，少QQ聊天，少逛虚拟商城，你就会发现，这个时间，还真的可以有，无论我们身上背负着多大的苦衷，或是已经浪费了多少年华。只有自己认为为时已晚，那才是真的晚了。

第六章 不疯魔，难成活

——把不寻常放大就能找到机遇

1.郭敬明（作家成企业家）：用青春的资本浇筑成功的堡垒

人们常说青春是一首无悔的诗，无论是青涩的懵懂，还是疯狂的叛逆，只要青春还在，梦想就会生花。激情、动力、狂想、专注、冲动、张扬……这一切的一切都是青春所赋予的价值，而这些价值，恰恰是人生投注的最好资本。

关于青春校园小说，对于80、90后来说有一个人的作品可谓夺人眼球，这个作家就是人称“郭小四”的郭敬明。无论对他是喜欢、赞扬，还是讨厌、批判，但有一个事实是无可争议的，那就是郭敬明存在于几乎所有年轻人的脑海里。凭借作家身份一鸣惊人的他，用青春中特有的价值，开启了一条通向成功的光明大道。

“郭敬明”三个字第一次映入大众眼帘是在2001年到2002年，在全国新概念作文大赛中，郭敬明凭借《假如明天没有太阳》和《我们最后的校园

民谣》两次蝉联一等奖。这样的优秀成绩，让一个不起眼的小作家变得声名鹊起，此时的郭敬明还不满二十岁。

成功来得如此之快，有时候难免让人乱了阵脚。年轻的郭敬明对于自己成功的态度，却像老练的专家一般，他说“出名要趁早”，便穿过耀眼的光环，紧握住未来发展的良机。2002年当年，郭敬明第一部个人散文集、短篇作品集——《爱与痛的边缘》就呈现在广大读者面前。

如果说《爱与痛的边缘》并没有造成青春文学界的轰动，那么2003年1月出版的《幻城》，可谓是郭敬明的成名大作。新书是文艺社科类的，刚面世，就在北京图书订货会上大放异彩，很快就跻身销售榜的前三名，短短几个月，作品销量就高达50多万册。

这部作品让“郭小四”一炮而红，名字响彻千万少男少女的心扉。有了千万书迷的郭敬明，知道自己成了一个红人，但他同时也明白，在这样闪电般的成功面前是丝毫不能懈怠的。有一丝懒惰，辉煌的成绩就会变成一现的昙花。少年壮志在心头，郭敬明要的是长久的成绩。于是，勤奋的郭敬明奋笔疾书，文如泉涌般，每天工作将近20个小时，写小说、做杂志、阅读大量信息、做规划，玩命工作的郭敬明，让另外两部小说《左手年华，右手倒影》和《梦里花落知多少》在同年相继面世。

2004年伊始，郭敬明收到了读者送给他的礼物——《幻城》与《梦里花落知多少》分别成为全国年度销量的第一名和第二名。这样的成绩，对于作家来说无疑是一种肯定。不仅如此，年仅20岁的郭敬明还成功跻身福布斯中国名人财富榜的榜单。

资金充足的郭敬明凭借着对文学的爱好和追求，以及绝对的自信心，亲自组建了自己的创作团队——“岛工作室”，并与春风文艺出版社合作，发行了杂志《岛》系列。这是郭敬明初次试水杂志类书籍的编写，这次尝试与郭敬明后来取得的成就有着举足轻重的关系。

2006年，《岛》系列不幸被暂停，但这却是郭敬明从作家摇身一变成为商客的转折点。两年的摸索前行，郭敬明探清了年轻读者们喜好的口味，

以及市场发展的风向，了解了关于杂志出版还款、销量等专业方面的知识，积累了经营管理方面的技能。于是郭敬明决定自己当老板，上海柯艾文化传播有限公司也就应运而生。

自信会导致盲目，但郭敬明自信的同时，却对自己有着透彻的了解。郭敬明受访时说过：“每个人都有优势和劣势，所以我们不可能懂得所有的东西，但重要的是，懂得跟最适合的人合作，就会一直成功。”郭敬明知道自己所欠缺的，于是在创立公司之前，他就在考虑与谁合作。才华横溢的郭敬明，此时还是文学界炙手可热的作家，许多出版社有意与他合作，而郭敬明没有草率选择。善于自我分析和审时度势的郭敬明，充分剖析了自己作品的特点——迎合当下浮华社会中的青年一代，以及自己书籍所拥有的价值——销量，然后规划出了未来3~5年内的发展方向，于是在众多商家中选定与长江文艺出版社合作。

郭敬明需要长江文艺出版社做后盾，长江文艺出版社需要郭敬明这样的新鲜血液弥补市场的不足，于是在这样相互需求的关系下，郭敬明顺利地发行了自创的期刊——《最小说》。郭敬明将《岛》取其精华去其糟粕而产生的《最小说》成为年轻人争相购买、传阅的杂志。毫无例外，郭敬明的《最小说》华丽地登上了青春杂志畅销排行榜的榜首。

这样的成绩对于郭敬明来说，犹如囊中之物，他已经深知自己会成功，因为他正处于风华正茂的年纪，知道青年人的思想和追求，他做了青春文学创作中第一个吃螃蟹的人，弥补了图书市场中青年人需求的断层。郭敬明对此曾说：“《最小说》与其他青春杂志相比是非常抢眼的，因为它有其他杂志所没有的内容，而这些刚好是现在的小孩喜欢的。我们也是从那种年纪走过来的，所以很了解他们喜欢看什么。”这样的自信与深刻的分析，是郭敬明成功的利器。

2008年，《最小说》发行已有两年的时间，可以说此时这本杂志已经有了相当稳定的阅读群体，郭敬明抓住这个大好机会，将《小时代1.0》敬献给读者。郭敬明虽不是经商出身，但他有着良好的经济头脑，《小时代》

不再作为一本独立的小说进入大众视野，而是作为《最小说》中的连载，一部分、一部分地“放映”给读者。通过这样的举措，郭敬明一箭双雕，《最小说》和《小时代》的广大读者通通被其收入囊中。这时，郭敬明有一个更大的野心，他希望凭借这个《小时代》在变幻莫测的“大时代”里赚足财富与眼球。

越是万众瞩目的焦点，越是受人指责，在拥有崇拜者的同时，必然会拥有负面批判。郭敬明同样也面临这样的问题，在少男少女为之眩晕的同时，也有唾弃的声音。有人批评他的浮夸、享乐主义，将他视为眼中钉。面对这样的负面评价，郭敬明曾经迷茫过、难过过，但是经过一番挣扎，他最终弄清了这种负面评价的作用。他不否认自己身上存在的问题，有些地方虽然不被人看好，但那是他自己的追求，他不希望面对镜头就要装成一副类似于人们心目中其他成功人士的形象，这样虚伪的装扮不是他，他要给大家呈现一个真实的自我。这样的思想是青春赋予郭敬明的，他的执著与率真让他敢于面对非议，勇于将非议化为宣传的广告。

郭敬明的成功是不能被流言蜚语所抹掉的。《最小说》在最风靡的时期，月销量一度高达六七十万册，即使是在图书市场萎靡的大环境中，杂志的销量仍然维持在三十八万到四十二万册。这样的销量让“郭敬明”这三个字，不仅意味着一个人名，更是一个品牌。

郭敬明扮演着青春文学作家、柯艾文化传播有限公司董事长、长江文艺出版社副总编辑、上海天娱传媒签约文学总监种种角色。不仅如此，郭敬明还是福布斯中国名人榜的常客，曾一度蝉联中国作家富豪榜首位。多重身份、无限的荣耀与财富，都是郭敬明用青春赋予他的自信、倔强、张扬、勤奋、勇敢等资本，浇筑出的巨大成就。

这个年轻人野心勃勃、勇往直前，他不满足一时的风生水起，而要追求永恒的成功。郭敬明曾自信地说：“几十年之后，当人们提起80后的作家，一定会说起我。”

创业启示

在当下多姿多彩的大千世界里，成功的企业家不再拘泥于小小的格局中，不要让思维的条框束缚住你追求梦想的脚步。时间不等人，机会错过便不再重来。抓住青春的脚步，放飞梦想的翅膀，只要有勇气，找到别人没有发现的良机，放手一搏，成功便在你的脚下。

2. 顾庆伟（鼎汉技术创始人）：给我一个位置，我就能复制整个华为

创造新陆地的，不是那滚滚的波浪，而是它底下细小的泥沙。因为波浪翻滚向前，不曾停留，而泥沙逐渐沉积下来，才能创造奇迹。成功的过程就像泥沙积累的过程，需要一点时间、耐心和执著。

华为技术有限公司是国内知名企业，拥有“全球第二大通讯设备供应商”、“全球第三大智能手机厂商”、“全球领先的信息与通信解决方案供应商”等诸多闪亮的名号。它的理念、战略、管理、运营是众多业内公司竞相学习和模仿的对象。其中，顾庆伟和他的“鼎汉技术”无疑是受益最多，也最成功的。

顾庆伟是财务专业毕业的，从1996年开始，就在华为公司担任财务管理人员。在接受了华为的熏陶之后，顾庆伟开始盘算自己的事业。2002年6月，鼎汉技术正式注册成立。当时，顾庆伟还没有离开华为，仍然担任华为北方区的财务总监。直到第二年，顾庆伟才彻底离开华为，开始经营属于自己的事业，专心参与鼎汉技术的经营管理与运作。他在鼎汉技术的职

位是副总经理，主管财务和市场两大部分。

尚处在萌芽状态的鼎汉技术，在顾庆伟的努力下，经营运作渐渐步入正轨。2006年，顾庆伟与合伙人一起，以300万元资本注册成立了鼎汉电气。第二年年底，鼎汉电气以发起人的身份，组织成立鼎汉技术，并拥有其37.52%的持股比例。到了2008年的时候，鼎汉电气的股权经过调整，变成了顾庆伟拥有82.64%的股权。至此，鼎汉技术的格局日趋完善。而在人员方面，不仅顾庆伟是华为的老员工，整个董事会的成员几乎全都曾经是华为的管理人员，而一些中层管理者和技术团队的核心力量，也大多是华为的老员工。可以说，顾庆伟用大量来自华为的员工“复制”了另一个华为。

“我们大家都很认同华为的文化。虽然这些人都离开了华为公司，但大家几乎还是按照华为的模式、文化和理念在管理和经营着现在的鼎汉技术。”顾庆伟和他的员工们都是这样认为。

一直以来，鼎汉技术虽然时常被人看做是华为的复制品，但其技术方面的雄厚实力和良好的发展前景，是不争的事实。那么，鼎汉技术是怎样一步一步走到现在的呢？这当然与顾庆伟的坚持分不开。

创业初期，顾庆伟和他的团队主要是给华为的各类产品做代理，此举能够帮助这个新兴的公司在业内站稳脚跟。毕竟，华为的产品技术成熟，也有着较为稳定的市场。然而，当鼎汉技术的运营渐渐稳定下来的时候，顾庆伟和他的团队已经不能满足于只是代理华为的产品了。公司想要发展，就必须拥有自己的技术特长和产品。

早在代理华为产品的时候，鼎汉技术就与铁路系统有接触。经过一段时间的了解，又考虑到华为以程控交换机、通讯电源、系统集成工程等铁路通讯方面的业务为主，而作为从华为走出来的人，需要避免与华为之间的业务冲突。于是，顾庆伟和他的团队最终决定将铁路信号电源系统领域作为鼎汉技术未来的发展方向。

顾庆伟曾经说过：“做专才能不断提升企业的核心竞争力。”所以，在鼎汉技术的发展中，顾庆伟和他的团队始终将产品的研发放在最重要的位

置。企业经营过程中赚取的利润，多数都被用于引进专业技术人才、搞技术、搞研发了。可以说，为了企业的研发技术积累，为了让企业有一个良好的发展前景，顾庆伟和鼎汉技术的股东们都做出了一些必要的牺牲，这也充分体现出顾庆伟的长远眼光和目标。难怪他可以自豪地说：“我们是行业标准的制定者，有一系列专业技术。”

2008年，鼎汉技术在国内的市场份额就已经达到30%，堪称是业内的龙头，在轨道交通信号智能电源系统领域已经奠定了坚实的地位。近些年，随着国家加大对铁路主干线的电气化改造进程，鼎汉技术先后参与了京沪线、陇海线、京广线等重要线路的改造。而在一些新建项目，如武广客运专线、沪汉蓉通道、合武客运专线等重要项目中，鼎汉技术也顺利中标。此外，鼎汉技术的业务范围还涉及城市轨道交通信号电源系统。北京、上海、广州、深圳……几乎所有城市正在建设的轨道线路中，鼎汉技术都占有相当比例的份额。

2009年，创业板在深圳证交所上市的时候，第一批上市的28家企业中，就有鼎汉技术的身影。不止如此，鼎汉技术还是所有公司里市盈率最高的，挂牌交易的第一天，涨幅就达到了86.51%。凭借突出的表现，顾庆伟和他的团队成员们的财富都实现了较大的飞跃。作为鼎汉技术的创始人，顾庆伟一下就成为引人注目的“明星企业家”。

面对现在的成功，顾庆伟认为这正是自己始终将技术研发放在首位所获得的回报，也是自己多年来坚持在这个行业打拼的结果。他说：“我曾经也面对过房地产、股市等市场的诱惑，但我始终不为所动，还是愿意安安静静、踏踏实实地做技术、搞研发。现在看来，这是正确的选择，而且我觉得自己能坚持到最后，真是非常不容易。很多人觉得做企业就要想办法赚钱，赚钱有很多种办法和途径，但是真正坐下来做技术的人是很辛苦的，需要有耐心。”

的确，研究技术需要的是耐心、恒心和坚韧的毅力，要有不怕寂寞、不怕孤独、不怕失败，勇往直前的劲头。“板凳要坐十年冷。”这是顾庆伟

在多年艰苦创业中所积累的深刻感悟。

虽然上市之后的第一年，鼎汉技术的业绩非常出众，引来一片赞誉之声。但顾庆伟并没有满足，他意识到公司还存在技术壁垒及产品的毛利率不高等现状。并且公司常年依赖铁路市场，受政府政策的影响会比较大。为此，公司要继续开辟新的利润增长点，将重点放在轨道交通电力操作电源系统方面。

在顾庆伟看来，未来轨道交通电源领域的市场将不断细化，因而鼎汉技术将会迎来新一轮的发展周期。虽然目前公司在该领域还没有进入产业化的阶段，但公司过去积累的技术优势，将使公司进一步的发展显得更加顺理成章。

相信曾经被誉为创业板最大黑马的鼎汉技术会在顾庆伟和他的团队的带领下，进入快速发展的新时期。或许，成为下一个华为并非痴人说梦。

创业启示

借鉴知名企业的运作与管理模式，不失为一种快速的成功之法。学习、观察和思考永远都是成功路上必不可少的环节。如果说我比别人看得更远些，那是因为我站在了巨人的肩膀上。想要获得成功，最直接的途径是模仿别人的成功之路。知识是在继承的基础上得到不断增值的，智慧亦是如此。

3. 陈善平（创立海上渔业帝国）：心有大世界，哪里都可以建工厂

一旦产生了一个简单而坚定的想法，只要不停地重复它，终会使之成为现实，这是成功的法宝。持之以恒，最终才会达到临界值。成功从来都不是一蹴而就的，只有不断迈出扎实的脚步，才能攀上最高峰。

做一个卖鱼的商人要比做一个捕鱼的农民更赚钱，这是28岁时的陈善平突然领悟到的现实。他曾经是一个地地道道的温州渔民，每天风里来雨里去，辛苦劳作。直到28岁那年，他在市场上卖鱼的时候，听人家说厦门有一家公司要底价处理一批水产品，而这批水产品正是温州市场的缺货。精明的人看到如此商机，当然不会坐以待毙。他四处筹措了几十万元现金，立刻赶到厦门，找到那家公司的老板谈生意。

老板看到他的诚意，加之他带的又是现金，就爽快地卖给了他。这批水产品被带回温州之后，果然卖了个好价钱，给陈善平带来一笔可观的收入。总共270吨的货物，他从中赚到了三百多万元的利润。而这笔生意前前后后只用了四天的时间。对于此前只能在市场上卖鱼的陈善平来说，这第一桶金无疑是光彩夺目、价值不菲的。

人们称赞他是个聪明的商人，说他能就此过上衣食无忧的日子。然而，陈善平的奋斗目标远不止于此，他的目光已经瞄向了北麂岛。

这是温州海域靠近太平洋的一个小岛，没有水电，十分荒凉。只有几百户渔民居住在岛上，过着日出而作、日落而息的简单生活。陈善平就是打算拿出全部积蓄在这样一个小岛上投资，建一个加工厂。

这在很多人看来是一个不可思议的举动，水产加工厂为什么非要建在一个极其不发达的小岛上呢？

说起陈善平的决定，还要从“丁香鱼”谈起。丁香鱼又叫小银鱼，是浙江和福建一带近海水域的产物。因为这种鱼具有难以保存的特性，离开水之后两小时就腐烂掉了，所以又被叫做“离水烂”。

此前，陈善平卖鱼的时候曾经遇到过一个日本人，要买他的丁香鱼。并且跟他讲，只要鱼的品质好，可以给出高价。

“我每斤再给你加一块钱，你帮我把这些鱼挑好，要品相好的，请你再挑一次。”那位日本客人告诉他。

当时，陈善平想要以每斤3.5元的价格卖给这位日本客人，这在国内已经算是高价了。他没想到，只要再挑一次，就能卖到4.5元的价格。于是，

陈善平反复思考，这位客人为什么要花高价买回这些不起眼的小鱼呢？

独自思考没有得到他想要的答案，要知道真相，唯有亲自去看一看。不久，陈善平就去日本考察了一趟。如此一来，他才真正明白，当时在国内很少有人稀罕的丁香鱼，在日本却是非常风行的食物之一，每年的需求量特别大，售价也比国内高很多。

有需求就有商机。陈善平拿着卖鱼得来的钱，寻到日本一家要转产的丁香鱼加工厂。趁此机会，他果断买下了这家工厂的全套加工设备。设备运回国内之后，他就在北鹿岛“复制”了一个丁香鱼加工厂。

“当时，我就想把它完整地搬回来。”陈善平说，“所有的东西都是从日本买来的，别人都说我是疯子。”

为了确保工厂能够顺利生产，他改造了岛上的环境，修路、开山取水、电路改造，还给当地的渔民提供更好的捕鱼工具、燃油和工钱。虽然整个过程中的每一件事情都做得很辛苦，但他从无怨言。他相信自己从日本“搬”回来的工厂可以生产出与日本国内相同品质的产品。而且，岛上丰富的丁香鱼资源，可以为他提供充足的原料保障。

1996年，陈善平的工厂正式开始运作。他高价收购当地的丁香鱼，渔民们也积极地帮他捕鱼。他加紧生产，严格按照日本的标准加工高质量的丁香鱼。

2000年，陈善平的丁香鱼第一次来到日本。高标准的产品令日本的川崎株式会社感到惊讶，社长川崎还亲自到中国，参观了陈善平的加工厂，并称赞陈善平是一位勤劳、严谨、做事认真的人。良好的印象使得川崎认定了陈善平的工厂，他代表公司立刻与工厂签订了包销合同，给出的价格也相当可观。自此，陈善平的丁香鱼已经可以不愁销路了，他尽管放心大胆地生产就好。

然而，平稳的日子并没有过去多久，陈善平就遇到了一次意外。那次，一位岛上的渔民在给陈善平捕鱼的时候，没有按照规定的时间收网。因为邻近收网时间的时候，他又看到了大批鱼群，内心小小的贪婪促使他又下了一网。原本打算能多赚些钱，结果事先捕了的鱼却错过了加工的最佳时

间，整整一船的鱼都报废了。

如此大的损失怎能不让人觉得心疼。陈善平很生气地对那位渔民说：“如果你不那么贪心，没有多撒一网，及时跟我回来，就不会有事。”那位渔民也很心疼自己的损失，但又不肯好好认错，与陈善平争执起来，还说了一句狠话：“有本事你把那个工厂搬到海上去！”

这句看似很不讲理的话，竟然拨动了陈善平敏感的神经，他果然萌生了这样的念头。他想，既然鱼是活的，船也是活的，为什么工厂就不能是活的呢？经过认真思索，他向全公司的人表示，自己要将工厂搬到海上。

如此天方夜谭般的想法遭到了很多人的不理解和反对。并非是因为这个加工厂不可能“复制”到船上，而是因为即使这个想法可以实现，也需要花费大量资金，至少需要近亿元的投资。用如此庞大的投资，去做一件从没有人做过的事情，其中的风险实在太大了。“投资这么大，钱从哪儿来？”“要是赔了怎么办？”“根本就是痴人说梦，不可能。”诸如此类的声音，每天都萦绕在陈善平的耳边。

虽然支持陈善平想法的人并不多，甚至有些业内人士在等着看笑话，但陈善平并没有放弃这个想法，反而逐渐付诸了实施。他说自己是个笨人：“这种事是笨人干的，聪明人还能干这个事？”

因为船上的空间有限，又要节约成本，陈善平只能自己找人仿制设备，再辛苦装到船上。他说：“我这代人没有本事去创造，只能模仿，这是我们没有知识的人唯一的出路。”

最终，功夫不负有心人，他的海上加工厂总投资5600万元，船体总长度70米，是亚洲最大的海上加工厂。

陈善平此举震动了国内外，也为他带来了丰厚的回报。由于拥有便利的加工条件，陈善平的水产加工不再限于丁香鱼，还有虾皮。他考察了漫长的海岸线，了解什么地方、什么季节出产什么样的海鲜。之后，他给自己的海上加工厂制订了全年的加工计划，从浙江、福建，到黄海，再到渤海，然后回到浙江。

捕捞上来的新鲜鱼虾三十分钟之内就能增值20倍之多，这是陈善平的海上加工厂所具备的特殊能力，也是产品最吸引人的卖点。很快，他的产品不仅在日本销量增长，还进入了欧美的高端市场。

如今，陈善平已经和上万渔民建立了稳定的合作关系。自己赚钱的同时，也帮助更多渔民增收。至此，他已经成为中国海上加工的大亨，也改写了中国海上加工业的历史。

创业启示

基于现实的战略构想并非是华而不实的黄粱美梦，只要有足够的胆量付诸实施，一切都可能变成现实。独一无二的人，做独一无二的事。超凡的想象力，加上勇往直前的过人胆量，想别人不敢想，做别人不敢做，才能创造世间奇迹。

4. 贾永清（“人才市场”开创者）：一毫米一毫米地接近成功

很多时候，成功并不遥远，但接近成功的过程却异常艰难。创业者只要勇于面对，认清形势，并且不轻言放弃，就有机会到达成功的终点。哪怕只是一毫米一毫米地接近，也绝不退缩。

“炒作”在当今社会已经司空见惯，并且逐渐成了快速成名、获利的一种捷径和手段。在我国珠海，有一位被称为“作秀大王”的人，名叫贾永清。多年来，他因为一系列前卫和出格的言论与举动，既博得了众多人的眼球，也积累了不少的财富。虽然他的人生之路走得并不顺畅，磕磕绊绊在所难免，但贾永清还是凭借满心执著与不服输的精神，踏上了一段不寻

常的旅程。

贾永清的出身并不算好，他来自湖南益阳的小山村，兄弟姐妹多，家境贫寒。小时候，他很羡慕别的孩子有新衣服、新鞋子，羡慕他们的生活比自己优越。他自己的衣服从来都是哥哥穿剩下来的，鞋子也只是一双棉鞋，总舍不得穿。他描述自己当时的窘境时说道：“上高中以前，我上学从没穿过鞋子，因为只有一双棉鞋，舍不得穿，每次都打赤脚上学，快到学校才把脚洗干净穿上鞋。”

就这样，对财富的渴求在年少的贾永清身上逐渐扎下了根。当时，他的想法颇为简单，就是想“做个穿皮鞋的人”。如此简单的需求，甚至成为了他的人生理想。

初中毕业之后，贾永清和很多农村孩子一样，踏上了打工赚钱之路。他先后做过木匠、泥水匠，在工地挑砖，做学徒。有一次，暴雨导致工地积水，而抽水泵又出现了问题。他被师傅叫去清理抽水泵，结果被抽水泵里的一堆玻璃碎片扎得脚掌满是血污。疼痛令他清醒，艰难的生存环境使他萌生了摆脱的想法。

从那以后，他意识到自己不能再这样下去，要努力改变命运。即使再辛苦、再艰难，也好过继续待在工地做苦力。于是，他拿着仅有的一点钱，报名进了县城的一所高中，后来又考上了湖南师范大学。但是因为所选择的专业不符合他的梦想，他又自学财经，考上了厦门大学的经济学研究生。

当时，研究生已经算是高端人才。毕业之后的贾永清被分配到深圳中华会计事务所，单位隶属国家机电部。这是一份令人羡慕的“铁饭碗”，但略显微薄的薪水和枯燥的工作环境，让贾永清觉得自己学了这么久的专业知识，却没有多少用武之地。

一年之后，贾永清做出了一个让周围人吃惊的决定——辞职。为此，单位的领导还特别找他谈话，苦口婆心地教育他：“国家培养一个硕士生不容易，怎么说辞职就辞职了。”可他却对领导说：“我辞职就是为了给国家做出更大的贡献。我要给国家创造财富、创造更多就业机会。”

贾永清是这样说的，也是这样做的。辞职之后，他和朋友在深圳创办了“中国首届人才劳务交流大会”，也就是现在流行的“人才市场”。这种新型的人才交流模式，成功帮助一些人找到了更好的工作，改变了他们的人生。但在当时，国内并没有这样的概念，所以他的前卫之举很难被理解。仅仅三天的时间，他的人才市场就因为涉嫌“倒卖人口”被查封。由此，他的第一项事业也宣告结束。

不过，贾永清从未因此而后悔。相反，第一次的创业虽然时间短暂，却让他成功挖掘到了第一桶金。他用三天的时间赚到了几十万元人民币，这在20世纪90年代初算得上是一笔不小的数目。并且，现在的他还可以自豪地说自己是“中国人才市场真正的开创者”。

后来，贾永清还办过旧货市场，但也没有成功。再后来，贾永清到了珠海，开始了一段大起大落的艰难创业路。

1994年，贾永清提出商贸城的经营理念，并且通过良好的炒作和宣传，得到了很多投资者的支持。一时间，不仅全国各地的投资商蜂拥而至，海外华侨也纷纷加入进来。丰厚的资金让贾永清看到了成功的希望。然而，很快，国家的宏观调控就给他带来了灭顶之灾。他的商贸城因成为“珠海两大烂尾楼之一”而成名。

投资商的钱血本无归，自然不会善罢甘休。有很长一段时间，贾永清过着“过街老鼠”般的日子。不只是官司缠身，直接上门逼债的债主更是不计其数。他只有尽量躲着，实在躲不过就任凭人家打骂。“曾经，其中一位债主带领七八个人冲进了我的办公室，把我抓到一个烂尾楼关了整整一晚上。”贾永清说，“他们还用枪指着我的头，逼我还钱。这大概是我经历过的最惊险的一次。”

很多亲朋好友都劝他离开珠海，找个地方另外开辟新天地，可贾永清并没有接受这种不负责任的建议。他坚持着自己的理想，忍受着债台高筑的日子。期间，他也尝试运作其他项目，但结果都不太理想。

一切转机始于2000年。那一年，他赴美国沃人国立大学攻读管理学博

士。而珠海的房地产和商品经济逐渐回温。情况在向好的方向发展，贾永清的日子开始变得好过，一些产业也开始盈利。慢慢地，他不用再面对气势汹汹的债主，也不用纠缠于永无休止的官司。

未来的几年里，贾永清闷声发财，除了经营商贸城，也做房产、酒店、物业等等。然而，创意丰富的贾永清又怎么会甘心保持沉默。2010年，贾永清又开始投资建立“天堂纪念网”，打造网络殡葬的新潮流。在提倡低碳环保和文明祭祀的年代，网络绿色殡葬无疑是顺应时代潮流和发展的产物。虽然现在很多人还难以接受如此的殡葬方式，但贾永清仍然雄心勃勃地计划用十年的时间完成虚拟墓地的推广。

如今，贾永清在公众眼中俨然已经成为一个“炒作大王”，也面临着诸多的非议、责难，甚至是谩骂，但他始终坚持自己的想法。用他的话说：“我认准的非要做到底。”并且，他并不认为自己只在意炒作。

“知道老鹰的哲学吗？”他说，“世界上没有饿死的老鹰，只有老死的老鹰。为什么老鹰这么厉害？因为它们的眼光准。我最欣赏的是自己把握市场的眼光，我比常人看得更远。”

关于财富，贾永清认为，不管是贵族还是富豪，所有的财富都是暂时的。人活着要积极向前看，要敢想敢做，为社会做点事，特别是能改变社会思潮的有意义的事。

有人说贾永清是一个堂吉诃德式的人物，但与堂吉诃德相比，贾永清的奋斗与执著无疑更具有现实意义，他的创新与炒作也包含了一定的社会意义，值得我们去分析、去思考。

创业启示

尽管贾永清追求财富的最初动力看上去与普通人无异，但他却走出了一条别人不敢想，也不敢走的路。一次又一次的创新，一次又一次地博得世人的眼球，一次又一次经历失败却能东山再起。坚持，是他重要的信念；自信，是他鲜明的个性。哪怕荆棘丛生，哪怕前路漫漫，也要勇往直前。

5. 周科名（海归养鸡创富）：真诚的心比“海龟”的身份更值钱

行走在浪潮汹涌的商海中，单靠运气和能力是远远不够的，还需要有一颗真诚的心。百善孝为先，创业诚为本。这个“诚”字，既包含对客户诚实、守信，更包括对自己信念的真诚和坚定。对客户真诚就不愁生意不好做；对自己真诚，我们才能一路前行。

周科名，四川双流县太平镇桃源跑山鸡生态园老板。看上去身型敦实、性格憨厚，略微有点不修边幅，一手拎着桶，一手喂鸡，浑身上下没有一点儿海归范儿，只有普通农民的踏实感。他与工人们一样，白天在山上劳作，晚上睡在窝棚里。用自己一双勤劳的手和对绿色现代农业发展前景的期盼，诚心诚意地为消费者提供优质食品。

而此前，周科名是个不折不扣的城市人，海归留学生。2002年，周科名从西安交通大学国际贸易专业毕业，之后去马来西亚读了MBA。与众多留学生一样，他的前景原本应该是国际化、时尚化的。不过，在求学期间，周科名就展现出了与众不同的性格。他没有和多数学生一样，拿着家里的积蓄，在国外过着逍遥的日子，而是迫不及待地开始了创业之旅。

最初，周科名在尼泊尔开办了一家餐馆和一家旅馆，但经营并不是很成功。之后，他改做路由器和交换器等网络常用产品的出口生意，接一些零散的小单子，一直做得不温不火。直到2009年年底，他迎来了一次赚取第一桶金的好机会。

一位客户带来了一笔大订单，但需要垫付8万元的资金。很多同行害怕出问题，都放弃了这笔生意，周科名却勇敢地接了下来。可是没想到，别人担心的事竟然成了现实。他的客户被骗得血本无归。那时刚好赶上农历春节，周科名只能眼睁睁看着别人喜气洋洋，自己却天天愁眉不展，整宿整宿

地睡不着觉。心想，如果自己垫付的钱收不回来，就只能接受破产的命运。

也许是天无绝人之路，也许是好人有好报，那位被骗的客户没有一走了之，而是东拼西凑地还了周科名的钱。并且从那以后，周科名的生意开始顺畅起来。一连几年，他的生意发展平稳。但与此同时，他也在不断思考这一行业的前景。通过对市场的观察和判断，他觉得网络产品领域的发展前景并不怎么乐观。业内竞争越来越激烈，利润空间也越来越狭窄。周科名觉得自己不能再在东南亚市场寻求发展。经过慎重考虑，他将目光转向了国内。

回国之后，周科名没有投身当前流行的行业，也没有寻求一份体面光鲜的高端职位，而是带着200多万元的投资款到农村搞养殖。经朋友介绍，他在双流县太平镇的一处山坡上租了40多亩土地，花费几十万元引进了先进的设备，开设了跑山鸡生态园养殖场。

顶着海归MBA的头衔，又拥有数目可观的资金，却要到偏远山区去开养鸡场，这是很多人都无法理解的举动。周科名也说：“我好像头上长了反骨，凡事喜欢逆着来。”不过，周科名决定开养鸡场可并非仅仅是喜欢“逆着来”。身为一个生意人，他的选择自然有他的理由。

周科名从小在畜牧局大院生活，经过长时间的耳濡目染，他对畜牧养殖有所了解，也颇有几分兴趣。他知道，有些人对鸡这种食材是很讲究的。“喜欢煲汤的人都特别讲究清淡。”他说，“油脂太多的鸡人家根本就不用。在四川，还很少有人专门养殖这样的鸡。”

再加上近年来，国家政策对“三农”大力扶持，而随着食品问题的日益严重，消费者对健康食品的需求也不断增加，生态养殖、绿色农业这些概念不断地被提出来，所以这一行业的市场前景无疑是非常令人期待的。

不过，在旁人眼中，他的选择算是非常大胆。连当地的农民都认为养鸡是要亏本的，而他这样一个外来的大学生却想靠这行创业。但他从未怀疑过自己的选择，哪怕是在最艰难的时期。

坚守在养鸡场的日子并不好过。因为养鸡场是在山中的一片柏树林里建

起来的，那里不仅人迹稀少，电力和通讯也不发达，生活条件比较艰苦。周科名每天都和场里的工人一起辛苦劳作。

一开始，他们在师傅的帮助下孵化鸡蛋。山里电压时常不稳定，为了保证孵化室里 $37\sim 38^{\circ}\text{C}$ 度的温度，他和工人放弃了使用电暖气，冒着接近零下的低温生活。夜里冷得睡不着，就爬起来巡视，观察小鸡宝宝的成长情况。

小鸡成功孵化之后，他就和大家一起喂鸡，调整和改造养鸡场的设备，为小鸡的健康成长提供保障。生态养殖要求做到每亩只有 $30\sim 80$ 只鸡，他的养鸡场一直坚持着每亩50只鸡的放养密度，品种包括黑鸡、黄鸡、贵妃鸡等等。

慢慢地，他的付出开始有了回报。鸡终于可以下蛋，也终于可以出售。一些上山游玩的人路过生态园，对他的鸡很感兴趣，有的会当场买下自己看好的。后来，这些人成了回头客，也成了朋友。虽然一只鸡要卖到90元，一枚鸡蛋也要2.5元，但仍然不乏专门上山求购的人。

按理说，鸡和鸡蛋能卖到这样不错的价钱，周科名的生态园应该不愁发展。但他从来都不曾低估养鸡带来的风险，因为人工费和饲料费每年都在上涨，有时候还涨得很厉害。对于这样的现状，周科名密切关注，但并不觉得是糟糕的事。相反，他觉得成本涨价是好事。

“只有收入的涨幅向农民倾斜了，才能从根本上减少贫富的分化。这样一来，鸡的价格也可以涨一些。”他说，“农村人口不断流向城市，农村会被大业主开发成大规模的农场和初级加工厂，希望以后能发展当地农户，扩大养鸡场的规模。我相信市场应该让顾客有更多选择。”

周科名就是抱着这样的信念，守着自己的小小生态园。尽管生活枯燥乏味，电话和电视的信号都比较弱，网络根本就不通，几乎是过着与世隔绝的隐士生活，但只要能看着小鸡健康成长，就是继续坚持下去的最好动力。

有人说他的想法太偏激，但他自己却有不同的看法：“我相信一个人要想做成生意，是要有一点‘偏激’，认准了自己想做的事就不能心猿意马，也不能因为中间遇到困难就想退缩。”不仅如此，周科名还十分讲求

信誉，为了避免供应链断裂，他暂时还没有接受餐馆的订单。一心一意维系老客户的态度，也为他换来了良好的口碑。

未来，周科名想要引进更多珍贵的品种，把养殖的规模逐渐扩大，再配上乡村旅游。到时候，他可以雇佣周边的农民在养鸡场打工，增加他们的收入，或者向他们传授养鸡的技术，帮他们办自己的养鸡场。他坚信：“诚心诚意搞养殖做食品，最终会换来消费者的认可。”

生态园得到越来越多的支持，靠的就是周科名的真诚。虽然他的海归身份也算有几分噱头，但远不如一颗真诚的心来得更重要。

创业启示

头顶的光环再耀眼，都必须经历现实残酷的考验。即使拥有高学历，也不会随随便便成功。漫漫长路，想要欣赏到终点的美丽风景，要耐得住寂寞，学会以苦为乐。只要有一颗真诚的心，就能赢得别人的信赖与支持。

6. 埃默里科·阿莫林（葡萄牙首富）：喝葡萄酒别吐酒瓶塞儿

一个人经历过生死，感受过失去，会变得更成熟。
一个人游历过不同地域，欣赏过不同风景，会变得更开阔。
当坚强、勇气、坚持、睿智的特质被集中到同一个人身上，这个人距离成功就已不再遥远。

13世纪初期，葡萄牙因为拥有广袤的栓皮栎树林，成为世界软木行业发展的先驱。欧洲人喜欢喝红葡萄酒，而为了保持葡萄酒的口感，密封时需要大量优质的软木瓶塞，因此那段时期，软木成为葡萄牙主要的出口商品之一。

1870年，埃默里科·阿莫林的祖父组建了一个软木瓶塞加工厂。那时，阿莫林的祖父自信满满，想要用二十年的时间，将这个家庭作坊似的工厂发展成全国最大的软木瓶塞加工基地。然而，天却不遂人愿。20世纪初的时候，软木的价格暴跌，加工厂难以继续维持，不得不宣布散伙，几个投资人先后带走了几乎所有的资金。

面对困境，阿莫林的祖父没有放弃。他一方面将工厂搬到了另一个地方，另一方面开发了一些新的软木产品，比如香烟过滤嘴、帽子边等等，使得加工厂的产品不再单一。如此一来，加工厂终于渡过了这一段时期的困境，只是仍然无法形成比较大的规模。

第一次世界大战结束以后，阿莫林家族的生意已经到了第二代人的手中。几个孩子联合起来，将加工厂重新修整。经过第二代孩子们的努力，阿莫林软木公司成为葡萄牙北部最大的软木塞加工厂。在营销方面，也不仅限于国内和欧洲各国，还与日本、巴西、美国等国家建立了业务往来。到了1929年，阿莫林软木公司产品的全球市场份额已经达到了70%。

1934年，埃默里科·阿莫林降生，他是阿莫林家族的第三代。出生时，阿莫林家族的工厂正处于黄金时期。可以说，他是含着金钥匙出生和成长的。不过，上天总会想出各种方法磨砺一个将要承担大任的人。

1944年，也就是小阿莫林十岁那年，家族公司遭到一次灭顶之灾。一场大火毁掉了整个工厂，万念俱灰的阿莫林第二代当家，小阿莫林的叔叔，几乎打算放弃家族生意。但第二年，老阿莫林还是在三百多名工人的帮助下，恢复了工厂。到了20世纪50年代初期，随着软木产品的价格飞涨，阿莫林软木公司还清了重建时期的全部欠款，准备谋求更大的发展。

当生活重新好起来的时候，小阿莫林再次遭遇不幸。两年间，他的母亲和父亲相继去世，他成了孤儿。虽然继承了家族20%的股份、一些钱和土地，但是股权仍然掌控在叔叔手中。他只能和家族里的其他孩子一起，被送到波尔图的一所学校学习商业。

或许，小阿莫林天生就不是学习的好材料。18岁的他对读书一点兴趣也

没有。叔叔看到这位年轻人不适合读书，就建议他回到家族企业上班。经过思考，小阿莫林接受了叔叔的建议。

没有资历也没有经验，除了拥有“阿莫林”这个姓氏之外，小阿莫林并没有值得称道的过人之处。他只能从头学起，在叔叔的指导下逐渐了解公司的产品和家族企业的管理。经过一段时间的磨炼，小阿莫林逐渐具备了独立做事的能力。

小阿莫林年满21岁时，叔叔为他安排了一次“欧洲之旅”。名为旅行，其真实目的是让他游历各国，了解各国的软木市场，再有针对性地推销阿莫林公司的产品。就这样，小阿莫林带着车票、领带和公司的产品，踌躇满志地踏上了旅程。

年轻的阿莫林几乎走遍了整个欧洲，包括在当时并不被看好的东欧。随着行程的不断深入，他喜欢上了旅行，并且越走越远，南美的主要国家也成了他的目的地，甚至还去了一趟苏联。当时，通讯并不发达，沟通交流的方式十分有限，很多国家还相对闭塞。但阿莫林凭借自己流利的法语、西班牙语和少量英语，通过旅行的方式与各个国家的商人建立了联系。很多合作伙伴都从最初的惊讶，转而钦佩这个勇敢的年轻人，并十分乐意与他合作。

一次旅行使阿莫林受益匪浅。当时的葡萄牙在欧洲是较为落后的国家，因而游历不仅使阿莫林的眼界更加开阔，为日后的经营和决策积累了足够的经验，也直接影响到他的人生观、财富观和世界观。“地平线越宽广，眼界也就越开阔，从而对世界市场和机会的把握就会越深厚。”这是他从旅行中得出的结论。他坚信自己的国家能够摆脱目前的状况，并且对于阿莫林软木公司的未来，也有了自己的打算。

回国之后，阿莫林开始了一系列的大动作。在美国时，他看到软木产品可以被用在地板、墙纸、橡皮、汽车发动机垫片、家具装饰、海军和航空工业等领域，因而当前家族工厂的废料还可以再加工使用。于是，他萌生了再建一个新工厂的想法。不过，他的那位略显保守的叔叔却不同意他的

想法，并且在当时的葡萄牙，建立私人企业是要与权贵们处理好关系的。因而，建立新工厂计划的实施对阿莫林来说是很困难的。

然而，阿莫林并没有因为重重阻力放弃自己的想法。相反，他为此做出了不懈努力。经过政府官员们的多次审查，他的执照终于被批准。之后，他又通过分享股权的办法得到了家族前辈的支持。如此一来，他的目标终于得以实现，这也宣告了他的自主经营之路正式开启。

与旧式的经营模式不同，眼界足够开阔的阿莫林采用了先进的管理方式。为了鼓励工人积极性，他为工人开出了比市场价高10%的薪水，并且为工人们提供餐厅、简易的房屋和健康保险，组织工人们利用业余时间开展文化和体育活动。为了做好东欧和德语国家的出口，他找来家族以前收养的两位澳大利亚难民，让他们负责管理这方面的工作。

凭借先进的管理和经营模式，阿莫林的生意做得风生水起。即使葡萄牙与东欧国家产生了外交问题，他依然能保持自家产品的出口。不仅如此，他还能将产品出口到一些社会主义国家。即使后来葡萄牙国内发生革命，他的工厂也未受到牵连。

历经革命的洗礼，葡萄牙国内开始趋于稳定。借此机会，阿莫林开始大量购买土地，种植栎树。因为栎树的生命周期很长，要150~200年，树皮每隔10年才能采一次。想要保障软木生意，就得保障原料的供给。阿莫林无疑正是看到了这一点，而这一点在多年后也得到了证实，人们不得不佩服阿莫林的远见卓识。“对我来说，明天就是25~30年。”阿莫林说。

阿莫林的软木生意逐渐稳定之时，葡萄牙也在经历着改变。通过经济改革与发展，葡萄牙的形势变得越来越好。而敏感的阿莫林当然不会放过这样的机会，他趁机进入资本市场，涉足银行业，又先后进入能源、房产、电信等行业谋求发展。多元化的发展为家族公司带来了丰厚的利润。后来，阿莫林又进入纺织业，并进行了一系列改革，包括股份制改造以及在欧洲和非洲的收购与扩张。他曾说过：“不要把鸡蛋放在同一个篮子里。”

多年来，阿莫林的财富和影响力不断扩大。他本人和他的集团公司已

经成为葡萄牙的形象代言人，而他也常年居于葡萄牙首富的位置。如今，阿莫林已经80岁高龄，但他仍然乐于沉浸在工作中，并没有对年龄感到恐惧。他说：“我很喜欢40岁以后的自己，我的生活变得更柔和，我也更了解自己了。”

创业启示

一个小小的软木瓶塞看似不起眼，却帮助埃默里科·阿莫林积累了巨额财富。没有人能够否认，阿莫林家族的企业是在他手里逐步走上兴旺发达之路的。然而，其中的过程却充满艰辛。如果说他与其他经营者有什么区别，那就是：眼界开阔、富有远见、勇于创新、执著面对。

7. 陈天桥（盛大网络公司老板）：“玩”出来的首富

一枚硬币有两面。游戏，这个充满了矛盾且易于引起争论的名词，在意志力不强的沉迷者眼里，它是充满了致命吸引力的诱惑；在道德批判者眼里，它是引人堕落的地狱之花；而在有心人眼里，它却是一个商机。任何事情只要做到极致，就是成功。玩游戏也是如此，玩着玩着，就成了亿万富豪。

中国的网络突飞猛进地发展着，越来越多的国人开始在网上冲浪，游戏也逐渐告别单机时代，走向了联机模式。

游戏从问世的那一刻起，便成为许多人生活中不可或缺的娱乐项目。然而，游戏这种娱乐方式容易让人沉迷，它也因此被称为“引导人堕落的魔

鬼”，但有人打破了这个“魔咒”，他就是——陈天桥，盛大网络董事长兼首席执行官。

陈天桥的人生经历99%与国内的普通青年相同。刚从复旦大学毕业的时候，他经历过初次工作的黑暗时期。校园中围绕他的光环已经一去不复返，长达10个月的磨砺，让陈天桥明白了一个道理：“无论有怎样的抱负，首先要让社会接受你，而不是要求社会来适应你。”

脚踏实地工作的陈天桥，等来了干部挂职锻炼的机会，他抓住这次机遇，成为陆家嘴集团下属公司的副总经理。在陆家嘴集团工作的4年里，陈天桥学会了如何管理好一个企业，如何处理各种突发事件。这样真切的学习机会，让陈天桥总结出了一套自己的管理方案，这套方案很快就投入到实际应用当中。

1999年陈天桥已经26岁了，却依然喜欢玩游戏。也就在玩游戏时，陈天桥忽然灵光一闪，做出了这样一个决定，他想做自己的游戏。说做就做，雷厉风行的陈天桥与家人火速在上海一栋居民楼的风子里，组建起上海盛大网络发展有限公司。

刚刚进入IT行业，陈天桥没有直奔游戏的主题，而是推出了一个名叫“天堂归谷”的网络虚拟社区。2000年，盛大网络得到一笔来自中华网的300万美金的资助，陈天桥发挥了他善于赚钱的头脑，让盛大涉足了网络市场的各个方面，比如网上互动娱乐社区的研发经营，即时通讯软件的开发和服务，网络动画等。如此大面积的撒网，免不了让盛大陷入无序而又迷茫的经营状态。此时的陈天桥与盛大网络一样，迷失在发展的道路上。他深知公司眼前的发展状况岌岌可危，而这一切恶果源于“一鱼四吃”——不切实际的理想化思维。于是，经过再三考虑，他决定一改盛大网络的风格，将精力投入到一个项目中去。

此时，互联网泡沫开始破碎，陈天桥知道危机又进一步加深，如果此刻依旧无法做出抉择的话，自己的理想也就会成为崩裂的泡沫，辛苦经营的盛大网络有限公司也会随之解散。

鱼与熊掌不可兼得，陈天桥放弃多元化的思想，将精力与所有的资金投注到游戏研发之中。2001年6月29日，在上海动画协会的牵线下，盛大网络和韩国的Actoz公司签订了授权协议，盛大网络以30万美金的价格买下韩国网络游戏《传奇》在中国的运营权，以及27%的盈利分成。

陈天桥签下这份协议的时候，他的口袋空空如也。此次合作究竟如何，他心里也不是特别有底。当时，盛大网络的其他人对这个决定也都惊叹万分，但他们斗志昂扬，相信自己的董事长陈天桥所做出的决策是不会错的，即使剩下的资金仅够公司一个月的正常运营。

2001年9月，盛大经过与中国电信商谈，取得了公测期免费的宽带和服务器，于是《传奇》正式开始公开测试，公测时大量的游戏用户涌入这个平台。11月，《传奇》开始收费，但是这抵挡不住玩家们热情。盛大网络在《传奇》运行的第一个月里，就取得了惊人的成绩，同时在线玩家人数达40多万人，迅速成为游戏软件销售排行榜的榜首。这一次的胜利，对于盛大来说可谓起死回生，一个崭新的盛大网游时代正式开始。

盛大《传奇》网游的风靡，资金的快速回收，让陈天桥倍感安慰，知道自己这次决策是正确的。功成名就的陈天桥，曾感慨地说：“认准一个方向，并且全力以赴，要足够的专注，才能得到更多成功的机会，多元化的企业可以存活，但是很难获得成功。”就这样，陈天桥带领着盛大公司从岌岌可危的多元化发展，走向专一投资。虽然这个转变让陈天桥经历了切肤之痛，但这却是他作为一个企业家得到的最宝贵的经验和财富。

新企业大多靠创始人的灵感。“虽然我对未来充满信心，不过在经营中很容易犯错误。”陈天桥说，“曾经在执行的时候，太过多元化或者摇摆不定，没有专注在某一点上，集中进行突破。”

盛大网游的成功，让陈天桥成为中国网络游戏产业的奠基人和领军者。他一改当时国内网游产业的格局，让曾占游戏市场80%份额的日本及中国台湾游戏运营商失去了以往的威风。盛大仅用一年多的时间，就将中国网络游戏市场中68%的份额收入囊中。2002年，盛大网络进账超过6亿元，纯利

润达到1亿元。

此时的陈天桥并没有松懈，他知道国内网游的发展才刚刚开始，如果仅仅局限于当下，那盛大企业很快就会被其他新兴的网游公司所取代。于是，寻找新的发展方向成为陈天桥面临的最重要的任务。

作为游戏玩家的陈天桥，在游戏中思索游戏的本质和特点。喜欢吃红烧肉的好厨子，不一定能做出顾客喜欢的口味，但是陈天桥这个“厨子”不仅喜欢玩游戏，还能发现玩家喜欢的游戏口味。他发现，游戏之所以能够吸引人，是因为游戏不拘泥于表面，它直接充分地表现出人内心最真实的想法，这里面充满了人性的特征。他发现，中国市场中的网游几乎全是日本、美国等国外的文化产物。陈天桥感叹，要想成功，就要走自主研发的路线。

陈天桥总是快人一步，在其他企业还在代理国外游戏的时候，他便开始组织自己的团队研发属于中国自己的游戏。2002年，他们学习国外的先进技术及理念，并将中国传统文化融入其中，于是带有中国特色的游戏如《神迹》、《梦幻国度》、《三国豪侠传》等在数年里相继诞生。

快节奏的发展，让盛大网络研发出来的游戏也在人群中快节奏地发展着，置身游戏世界的人越来越多。但玩物丧志的说法是不能被忽视的，特别是缺乏自制力的青少年。作为中国公民的陈天桥，知道自己有责任和义务去保护祖国的花朵，不能让其深受游戏的毒害。在责任心的推使下，陈天桥让盛大所运营的游戏设立了对未成年人网游的保护措施，这就是限时。这样的措施不仅让青少年有娱乐的机会，而且也避免了青少年沉迷网络，荒废学业等不良现象的发生。

“一个企业发展要经历五个阶段，他们分别是：战略上寻找突破点；专注于某一领域；进行整个产业链的整合；适度多元化；作为社会企业，承担适度的社会责任。”陈天桥说。这五个阶段中，前几个很容易到达，而最后一个是最难的，这里面存在着企业利益和社会责任的冲突。很多企业将利益摆在前面，舍弃了社会责任。而陈天桥不爱财，财富对于他只是成

就的证明。但责任对于他来说却是举足轻重的。

2004年1月，陈天桥出任盛大网络董事长，并邀请唐峻担任总裁，意欲打造中国的迪士尼媒体帝国。有了天时地利人和，盛大2004年5月13日成功在纳斯达克上市。陈天桥因此成为超级富豪，并被国外媒体称为“中国互动娱乐业第一人”。陈天桥用五年的时间，将自己的财富数额猛增3万倍，这样的天文数字，说明“一夜暴富”并非不可能的事。

创业启示

创业并不难，只要善于发现，身边的任何事物，哪怕是极其细微的，都可能演化为创业的源泉。创业企业走向成功的秘诀，不在于模仿而在于创新和超越，掌握节奏，走在行业发展的前线。花花世界充满诱惑，能够抵御诱惑，专注发展最初目标的人才能更加接近成功。

8. 余武（西典设计公司创始人）：在专注中邂逅财富

任何人只要专注于一个领域，五年可以成为专家，十年能成为权威，十五年就能成为世界顶尖。世界上聪明的人很多，也不乏绝顶聪明的天才，但成功的人永远是少数。因为越聪明的人越学不会专注，总有太多吸引他们眼球的机会出现，于是所谓的聪明人就转移了阵地，留下那坚守的人最终成就了一番事业。

余武是出生在湖南平江小山村里的一个普通孩子。16岁那年，他考入岳阳师范。又因一次偶然的机，踏入了艺术的殿堂，从此他的梦想在这里生根发芽。

当时余武是一名旁听的艺术生，一开始他对美术并没抱太大热情，然而一个名为李理理的老师，用独特的联想式教学与思维指导，点燃了余武追求艺术的火花。从那时起，余武便下定决心要考入中央美院。

对于年轻人来说，梦想给人的力量是无穷的。如此强大的力量，让余武毅然决然地踏上了追求成功的离乡之路。他带着东拼西凑出来的500元钱、一个破旧背包和几支画笔，坐上了开往北京的火车。因为资金拮据，他只能一路逃票。第一次来到大城市的余武，感觉一切都变得不同，梦想仿佛就在前方，触手可及。

梦想在，生活艰苦又能怎样，余武在西站度过了第一个北漂之夜。经费不足的他只能流落街头，长时间的北漂让本不富足的500元钱慢慢缩水。余武曾因为饿极了，去抢一个吃剩的馒头；曾为了把唯一的银行卡注销去获得仅剩的一元钱，而骑了几十公里的自行车；曾因为衣衫褴褛，被公交司机无情地赶了下去；因为没钱回家过年，除夕只能喝房东倒掉的汤水……这样悲惨的生活，让余武一度被别人认为是乞丐。但余武认为，为了圆中央美院之梦，一切牺牲对于他来说都是值得的。

然而事与愿违，中央美院的大门不曾向余武敞开。三年努力地备考，三年失败地落榜。余武屡试屡败，屡败屡试，老天爷仿佛跟他开玩笑似的，让他被一次次的失败刺痛了内心。每个人都渴望奇迹，余武也不例外，他一直在等待机会，来一个鲤鱼跃龙门。三年不见希望之花盛开，余武改变了求学的主意，他选择“活着，体面一点地活着”。

放弃中央美院，不等于放弃美术。余武来到一家公司当画师，然而临摹别人作品的工作不是余武的菜，他一年中临摹的作品仅卖出了一幅。但令余武欣慰的是，他赚到了北漂的第一笔财富400元。此后，余武辞去工作去寻找合适自己的绘画工作。

上帝是公平的，他将门关上，但会为你打开一扇窗户。或许是机缘巧合，或许是误打误撞，余武进入了一家家装公司当设计师。面对600元月薪，余武心动不已。但是难题又出现了，连电脑开机都不会的余武，更不

用说使用软件去设计效果图。余武想，电脑我不会，但是自己的人脑还是可以的。于是，他选择手绘设计图稿。手绘图稿让余武充分发挥了自己的美术特长，“自由”与“自我”在一张张图稿中玲珑展现。

令余武意想不到的事情发生了，他的手绘图稿吸引了大量的顾客。大家纷纷选择这些色彩夺目、思维独特的手绘图，一个月下来，余武挣到了一个对他来说是天文数字的工资——4000元。初露头角的余武，在公司里如鱼得水地工作着。一年后，他便成为公司的“签单之王”。

又过了一年，余武开始涉足展览行业，成为一名展示设计师。此时的余武虽然有相对丰厚的收入，但是他感觉自己过得并不快乐、舒心。

2003年，“非典”改变了中国，民众陷入对疾病的恐慌。这一年余武也发生了改变。他下定决心去做两件事：一是偿还欠下的几万元学费，并给家里置办上从小就希望有的电视机；二是自己创立一个设计工作室。这两件事余武都做了，将家里安顿好后，他东拼西凑借了八万块钱，一个名为“西典”的设计工作室就这样组建了起来。

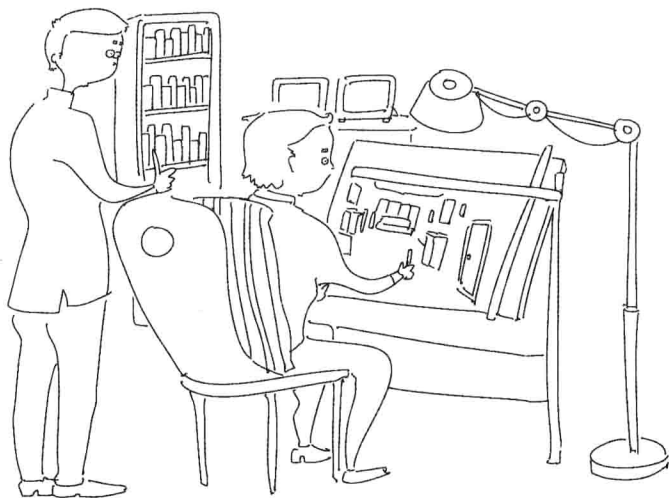
成为创业者的余武，自己充当起老板、销售员、设计师等角色。一分耕耘，一分收获，经过余武的辛勤努力，他的公司经营得井井有条，收入也是相当可观的。但是，余武一直在等待一个机会，一个将公司推向大市场的机会。

皇天不负有心人，这个机会终于让余武等到了。一个曾因展示设计业务结识余武，从而欣赏其设计造诣的客户，将一个大公司——海信的展示设计机会介绍给了余武。

余武的展示设计让海信公司非常满意，于是双方签下合作合同。这对于西典来说是一笔大单，也让余武的事业蒸蒸日上。

转眼间余武22岁了。还是年轻小伙的他，在这一年将西典设计公司成功带入全球设计师的视野之中。余武带着作品来到中国电影博物馆室内展示设计的全球招标现场，与周围的大牌公司相比，余武一行人显得极其寒酸。在别人眼中，连笔记本都没有的公司，怎能与西装革履、豪宅名车的

设计公司相提并论。然而，极其具有戏剧性的一幕发生了，西典公司具有独特创意的设计方案获得投标的头彩。余武在众人异样的眼光中，取得了辉煌的胜利，西典也正式走上了光辉之路。



专注在设计领域的余武，渐渐从边缘分子，成为领域的顶尖人物。2007年，余武带领自己的西典走向了国际设计舞台。在德国慕尼黑举办的世界工程机械展上，西典公司承接了国内知名机械制造商三一重工的设计项目。面对如此重要而庞大的项目，余武心中无时无刻不默念着“完美”二字。可是，余武如同中了墨菲定律的诅咒，他越怕什么，越是来什么，设计环节、装饰成品不断出现错误。脾气火爆的余武面对这样的情景，拆了缝制错误的旗帜，还差点踹碎从中国运到德国的刻花木雕。余武要的是完美，要的是质量，要的是客户满意的设计结果。他对自己如此的严格要求，使得三一重工的这次展览，成为有史以来最成功的一届。西典独具匠心的设计，完美无缺的作品，让其他国家的设计师们也刮目相看，纷纷竖起大拇指，西典正式成为了国际品牌。

西典从建立到扬名的这五年里，没有背景、没有资源、没有人脉，虽然缺少设计行业中最必不可少的“三宝”，却成功地走向行业的顶端。西典的成功，被称为行业中的奇迹。余武将这个奇迹总结为：品质。“三宝”只能招来目光，但品质却能留住客户的心。只有能留得住客户的公司，才能走得更远，走得更久。

十载的岁月能够让多少意志不坚定的人迷失在途中，余武在成功这条路上走了很久。没有中央美院光环的笼罩，没有裙带关系的帮助，甚至曾一度被当做乞丐，如此的艰辛却挡不住余武成功的步伐。如今，余武从欠下一屁股债的乞丐变成了年营业额近两亿元的企业主，他的故事是对“专注就能成功”的最好诠释。

创业启示

创业的道路并非都是一帆风顺，然而再大的风雨也阻挡不了勇往直前的脚步。专注是通向成功的一剂良方，它阻断了外界诱惑的侵袭，加强了理想对我们的召唤。专注某项领域，你可能会获得不一样的人生。

9. 金徐凯（边打工边创业的发明家）：背着58座金矿的打工仔

成功是一扇门，要靠自己来打开，而期间的过程饱含艰辛。无数次的挣扎，无数次的失败，无数次的执著与无悔，只要勇敢前行，没有什么做不到的。虽然拥有坚毅的品格并不一定会成功，但成功一定离不开坚毅的品格。

多年前，四川眉山农村的一个贫困家庭里，降生了一个男孩，家人为他取名金徐凯。自6岁起，小小的金徐凯就品尝到了与多数同龄人截然不同的人生滋味。

那一年，金徐凯的父亲为了祖孙四代人的生计问题，背着行囊远赴新疆打工，从此就杳无音信。为了养活家人，金妈妈独自承担起了辛苦的工作。做农活、拉煤，风里来雨里去，从无休憩。

6岁的金徐凯虽然还不是特别懂事，但母亲的艰辛劳作和弟弟对同龄人的羡慕，令他感到痛苦。特别是弟弟，时常会盯着同龄人手中的玩具，看得出神。金徐凯当然知道弟弟的想法，身为哥哥，他怎么能眼睁睁看着弟弟伤心难过。于是，小小的金徐凯找来木头、竹片、皮筋之类的东西，按照自己的想象给弟弟制作玩具。风车、鸟笼、火车、飞机，甚至是武侠书里看到过的袖里箭、回弓弩，他都能做出来。弟弟的玩具渐渐多起来，还得到了周围小朋友的羡慕。弟弟开心了，金徐凯也很开心，一种发明创造的成就感在他心底蔓延开来。

后来，金徐凯开始帮助母亲分担家务。每天天不亮，母亲要去做农活，他就被叫醒，坐到灶台边照看煮粥的锅。早起的日子对金徐凯来说非常痛苦，他时常坐在灶台边打盹。有一次，他在灶台边睡着了，锅里烧开的粥溢出来，浇灭了炉火。母亲因为心疼浪费掉的米，狠狠地批评了金徐凯。那时他就想，要是有一种东西，能自动在粥快溢出来的时候打开锅盖，自己就不用这么受罪了。

想到就要去做。金徐凯经过思考，用橡皮筋在锅的两个把手和锅盖的把手之间制作了一个装置。又经过反复的试验，他的发明终于获得了成功。从那时起，他再也不怕自己在煮粥的时候打盹。也就是在那个时候，他对此类小小的发明创造着了迷。

上学期间，他常常动手制作一些小物件，来解决生活中的麻烦事。比如，一个非电动自动集蛋、给料的高效立体式鸡笼。再比如，将用到很短

的铅笔头插在竹管里，再在竹管的另一头插上橡皮。贫穷的生活带给他很多灵感，因而虽然拥有苦涩的童年，但发明创造带来的乐趣和成就感仍带给他无限的希望和快乐。

1992年，金徐凯顺利地从高中毕业。也就在那时，母亲突然生了一场大病，不能再承担繁重的体力劳动。懂事的金徐凯明白，不能再让母亲继续独自苦苦支撑。于是，他决心外出打工赚钱。可是，当他将自己的想法告诉母亲时，母亲却说：“你爸爸出去打工就没能回来，你要是在外面再出点什么事，我还怎么活。”

金徐凯懂得母亲的担心，但为了家人能过上好日子，也只有如此。第二天，他给母亲留下一封信，带着100多元钱和高中毕业证书偷偷地走出家门。

几经辗转，金徐凯到了海南，和其他打工者一样，开始了漂泊的日子。由于身份证在奔波的过程中弄丢了，他一直找不到像样的工作。站在人群里，他也曾迷茫和无助过。但他想，既然选择了走出来，就要坚持下去。

白天，他到处找工作，还要忍受饥饿的煎熬，只能吃馒头，喝自来水。但即使是这样，身上的钱也总有花完的一天。面对空空的口袋，他陷入了绝望，忍不住想要将自己淹没在海水里。最终，是对千里之外的母亲的想念和承诺让他收回脚步。

几天之后，他找到了自己的第一份工作——清理海边排污口的淤积烂泥。老板给出的条件十分苛刻，只管吃和住，没有薪水。在工作的二十多天里，金徐凯只能勉强维持温饱，睡的是工棚冰冷的地面，工作却十分辛苦。

后来，金徐凯又找了一份宾馆保安的工作。夜里，当别人安然入睡的时候，他必须要瞪大眼睛值班。一夜又一夜地熬着，也让金徐凯不断地思考着自己未来的出路。他不愿向多数打工仔那样，通过出卖苦力来换取勉强的温饱。

有一天，一位朋友向他抱怨，说自己因为有事要坐出租车，可总是拦不到合适的车，也看不出车里是不是有客人。“要是车上能有个标志就好了。”朋友说。那时候，海南的出租车上还没有显示是否空车的标志。

朋友的话给了金徐凯灵感，也勾起了他发明创造的欲望。他想，要是能

发明一种出租车上使用的载客显示器，就能为打车的人提供很多方便。这类产品的市场前景应该是很不错的。

萌生想法的金徐凯几乎立刻就想开始自己的设计和发明。可是，对电路、遥控装置几乎是一无所知的他，根本无从下手。为了弥补自己理论知识上的缺陷，他想尽办法，也做了一些尝试，比如去大学找教授寻求帮助。但自己的基础太差，根本无法与教授进行沟通。后来，他想出一个简单、方便又有效的办法——去电器修理铺做学徒。短短几个月的时间，他就对电子电路方面的技术有了全面的了解。

不久，载客显示器的图纸就设计出来了。为了潜心试验，金徐凯向渔民租了海边的一个铁皮小屋。他将自己关在里面，废寝忘食地进行试验，每天以稀粥度日，这一关就是一个多月的时间。当他蓬头垢面、胡子拉碴地出现在世人面前的时候，他的出租车载客显示器正式研制成功。1994年，这项发明成功获得了国家专利。

不过，金徐凯前行的脚步并没有停止。创造的灵感不断，他的研究也就不会停息。为了自己的发明创造，他去过50多个城市，边打工边调查市场。为了方便研究，他放弃了很多好的工作机会，只能做一些相对自由和灵活的工作。多数时间都被他用来搞市场调研，或者去图书馆和书店收集资料。

经过不断努力，金徐凯的发明成果越来越多：马桶卫生拉膜垫、全封闭式储水器、自动隐形蚊帐等等。由此，他获得的国家专利也越来越多。渐渐地，他走入了公众的视线。

1998年，他被授予“全国十大杰出务工青年”称号。但当时，荣誉并未使他摆脱困境。得到该项荣誉的时候，他正在海口经历着人生中的第17次失业，口袋里只有可怜的3元钱。后来，他去北京参加表彰大会，一时间成为名人。人们都觉得他手中握着的58项发明专利就像58个金矿，随便哪一件都很吸引人。于是，不断有商人与他洽谈，希望能购买他的专利。还有人许诺为他提供最好的条件，帮助他和家人移民美国。

然而，为了自己的梦想，金徐凯没有答应别人提出的优厚条件。他想凭借自己的能力，将发明成果转化成产品推向市场，而这需要更多的知识和经验。为此，第二年他又成了普通的打工仔，专门选择需要对产品进行改进和创新的工厂。通过打工，他学到了不同企业在管理模式、资金运作、产品工艺、生产设备等各方面的知识和技术。有一位老板与他开玩笑，说：“你简直要把我们的技术都偷光。”

2002年10月，金徐凯找到了合适的投资方，就带着58座金矿回到四川眉山，创办了四川舒尔保洁有限公司，自己亲任总经理。同年，他得到了第一笔30万元的知识产权收入。对于人生中的第一桶金，金徐凯没有拿来享用，而是将它作为原始资金成立了一个基金会，用来资助和培养那些喜欢发明创造的穷人家的孩子。

他相信并且希望那些苦孩子能在人生之路上少一些坎坷，他想对他们说：“走过荆棘，走过泥泞，就能看到人生的春天。”

创业启示

创业的过程，亦是一个追梦的过程。在艰难的旅途中，不轻言放弃；在丰收的成果中，抵御诱惑，坚守自己的理想，是每一位成功者必须具备的品格。有时候，成功就是需要那么一点儿倔强和自我。眼前的利益固然重要，但长远的抱负会为成功增添更多的筹码。

参考文献

- [1] 车丽萍. 创业：50位上海理工大学毕业生的创业历程 [M]. 上海：复旦大学出版社，2012.
- [2] 姜猛. 创业：20岁做百万富翁 [M]. 北京：金城出版社，2008.
- [3] 陆新之. 天生创业狂 [M]. 杭州：浙江大学出版社，2012.
- [4] 中央电视台财经频道《商道·对手》栏目. 创业：我们的故事 [M]. 北京：北京出版社，2011.

创业启示

社交媒体营销可以带来乘数效应，即通过每个人好友群的观看和分享，达到成几何倍数的病毒式传播。毫无疑问，这种爆炸式传播对异形彩色橡皮筋风靡全球起了巨大的推动作用。

没有夕阳产业，只有夕阳企业。义乌的商人，常常被人们称为“蚂蚁商人”，正是源于他们那种“蚂蚁啃骨头”的精神。不以利小而不为，只要坚持、专注，用博大的胸怀去做细小的事情，脚踏实地，吃苦肯干，再小的产品也能把生意做大！

其实类似于“验证码广告”之类的创业小点子，经常会闪现在每个人的头脑中。勤奋并有胆量的人能把它们变成创富的途径，并坚持不懈地做下去，最终挖掘出一座座金矿。

过去的三十多年里，创业者和经营者对待营销大都采用一个方式：使用重金购买各媒介黄金广告位，增加自己商品的曝光率。史玉柱创业之初，就曾把手头全部资金投入广告。可他们的成功不可复制，大多数年轻的创业者根本承受不起巨额的广告投入。在自媒体营销十分发达的今天，只要你紧跟时代，充分利用微博、微信等营销方式，就可以“小投入，大产出”。



上架建议 创业指南

ISBN 978-7-5180-0140-8



定价：29.80元