

【经验之谈】

12 种容易创业失败的典型人物

- 1、没有进行事先详细周密的市场调查,只是道听途说某某行业好赚钱,就贸然投资进去。在国外做生意通常要委托专门的市场调查公司作专项调查,而我们国人往往头脑一热拍脑袋凭直觉来决策,而且更多的因素是为节省这笔费用而免去这个环节,但是自己又没有能力作系统的市场分析。
 - 2、生意上贪大求新,野心很大,排场不小,但是却往往超过了自己的经济承受能力。一些人尤其是曾经成功的商人,不愿意再从最小的公司做起,希望一开始就是大的资金起点,规模搞得很大、固定费用不少,但是一旦业务遇到一些困难,企业就很容易倒闭。
 - 3、没有从自己最熟悉最特长的业务起步,往往听说什么赚钱,就开什么店,做什么业务,在业务深入到一定程度后,方才发现自己的经验、知识、能力和人际关系都与业务不吻合甚至相差太远,从而导致失去竞争能力。
 - 4、打价格战,国人讨价还价现在已经成为生活中的习惯,而业内圈子内不合理价格竞争也一直在上演,其结果是要么偷工减料以保证利润,要么保证质量而仅微利甚至亏损,如以薄利多销为策略经营,则会有不得不经营低档货的可能。
 - 5、缺乏依法经营和自律观念。毋庸讳言,在国内一些人的正常经营是靠钻法律空子或者走政策边缘而发财的,如把这种思维定势带到创业初期,则必然会导致出现许多法律的不良后果,一些企业以侥幸心理雇用学生黑工、不执行最低工资保障、不给买必要的保险、没有必要的消防措施等,一旦出问题,则损失大得难以承受。
 - 6、思维受限制,不能立足长远,总想赚快钱,寻找短平快项目。有的人嫌赚钱时间太长看不到希望或者急功近利,办企业更想立竿见影,马上就能盈利,而一般1年-2年的创业亏损期却不愿承担,不少人到外地创业,还没有把当地市场情况摸清楚,就贸然投进去,做到一定时候发现问题,但是抽身已经来不及了,现在我国经济增长相对平稳,尤其在传统产业很少有暴发的机会,只能靠磨时间积累财富。
 - 7、只注重硬件的投入,在软件上却舍不得投资。现在开办的许多服务场所设备口装修都不错,但感觉服务质量人员素质管理水平却不高。
 - 8、在创业初期,财务上没有遵循审慎原则,大多比较冒险,因为对业务前景过于乐观,没有预留足够的准备资金,在生意不顺利时,财务上往往面临资金周转不灵的问题。
 - 9、单纯以为商业经营万事不求人,而独在小楼自成一体,这样的经营很难能获得会计师事务所商业顾问的专业知识与经验,企业只能在低水平层次上经营,却不能充分利用政府的优惠政策合法避税,有时还有意无意触犯法律,反而留下法律上的后遗症。
 - 10、企业的经营理念不清不执著。有人可能认为1-2个人的小企业小餐馆不需要经营理念哲学,认为那些东西太高了,谈企业文化是大企业的事情,只有紧跟市场流行变化走才比较实惠。这种想法不能算错,从商业生态的角度上讲,各种各样的企业都有其生存的必要,所以,如果创业经营相对有特点和特色,肯定会更容易获得顾客的认同。
 - 11、没有考虑当地文化的背景。我国的整体市场是由一个个区隔市场组成的,如何获得尽可能多的区隔市场适合更多当地的需求以及面对各层次员工的雇用和管理都是要面对的课题,这可比在当地的经营环境更为复杂,因为要避免区隔文化的振荡,许多人都把自己局限在当地自己熟悉的小的圈子内,业务的开展范围当然也就非常狭窄。
 - 12、创办人缺少必要的经营企业的经验。许多人尽管在政府、研究机构、大专院校或者大中型企业工作过,但是本身却没有兴办民(私)营企业的经历,即使在先前办成功过企业,那也是与现代的市场规则有着相当差异的,所以现代的创业者办企业尤其不可缺少的是当地的市场感觉和管理经验。
- 如果你已经开始计划创业经营,那首先要做的也是基本的,就是应该学习和熟悉你所面临地区的经商文化和环境、商业惯例、公司法、受雇标准、环保法规,以及公司管理的一般方式等,但是你所关注并且看好市场前景已经准备实施的商业经营也不一定肯定成功,所以一定要有从头开始第二次创业的精神和物质准备。
- (新华)

47 岁创业 大器晚成的亿万富翁尹明善

朱镕基曾称:他是一位成功的民营企业家!

□ 李 财

多年前的一天,在长沙市一家民营的书报刊发行公司里,进来了一位年近半百身躯瘦削的书商,从他那浓重的川味口音中,发行公司的经理很快明白了他的身份及其来意,便盛情接待。

客人是重庆一家名为“教育书刊社”的老板,刚下海不久,也是专业从事方兴未艾的民营二渠道的书报刊批发生意;这次来长沙,就是准备到全国闻名的黄泥街书市批购一些书刊,运到重庆去销售。

“你们都还只 30 来岁,多年轻啊!正是干事业的黄金时期,你们大有可为啊!可惜,我已年近半百了,快老了。”重庆老板则不无羡慕、并深抱遗憾地对年轻的长沙同行说。

随着历史画页的翻动,当年在长沙自创“老了”的那位重庆书老板,其大名,如今却赫然先后二次矗立于的《福布斯》中国巨富排行榜上了!

这位在不知不觉中进入了当代中国历史的前民营重庆教育书刊社的老板、现已拥有十几亿资产的中国重庆力帆集团的董事长、总裁,名曰尹明善,生于 1939 年。

坎坷人生,大器晚成

在尹明善于 47 岁起步创业之前,在他掘到了事业的第一桶金之前,他的人生轨迹中,又有些什么与事业成功有关的内容呢?

尹明善生在重庆涪陵乡下的一户小地主家。1950 年,12 岁的他和 50 多岁的小脚母亲,便被“运动”到荒山顶上一间被弃用的茅草屋,仅凭一块薄地,几个锅碗,生存甚为艰难。

体力不足以种田出粮,只能靠智力养家糊口,他决定“做生意”:从一个好心人手里借了五角钱,步行到城里把钱批发成针,再回到乡下沿村叫卖。每天五角钱的针能卖一块多钱,每天赚得的钱,买够米后就存起来作“流动资本”。几个月后,他就“富裕”得拥有了好几块钱。

12 岁的孩子不得不“做生意”,与其说是尹明善的聪明能干,还不如说是尹明善少年时代的艰辛困苦。虽然,当时的磨难,并不一定就是能构成今天辉煌的必然前提;但,已成为了“穷人的孩子”的尹明善,早早便不得不为生计着急奔波的经历,却无疑为他后来成为大器晚成锻造了不可缺少的素质。

生意做了一年多,赚了十几块钱。他把钱都给了母亲,赤手空拳地到重庆求学读书。

掘获第一桶金后的睿智随着政策的落实,在那个百废待兴的年头,不久,尹明善当了重庆电视大学英语教师;1982 年,重庆出版社恢复,他前往应聘,又成为一名编辑。

两年之后,重庆外办下属一个涉外公司出现亏损,数十万的窟窿想找个能人去填上。市外办副主任是尹明善的朋友,看老尹平时交谈头头是道,认定他是经商之材,调去出任法人代表。尹明善没有辜负他,一年多之后,亏损填平,账上赢利数十万。

到 1989 年,他已经成为重庆市最大的民营二渠道书商。因为太顺,所以,他反而开始反思:这个行业尽

管在全国正烽火连天,活跃异常,但也已是一眼见底。就当时的形势而言,它注定将是一个做不大的行业。他决定关门,退出书刊发行行业。

在退出书刊发行行业后,尹明善花了两年半时间,怀揣自己浪漫的商业梦想,从从容容地南下北上,东西考察,左寻右探,去市场的每一个角落,寻找能令自己生根发芽成长发展的商机。

有段时间,他帮助朋友在重庆解放碑做百货生意,自己则义务做参谋好几个月。那段时间,使他对真正的市场脉象,有了进一步的切身的体会。

机会偏爱有准备的头脑。终于,他发现了家乡重庆山城独有的一个重大商机:摩托车!

55 岁时,开始了第二次再创业的辉煌历程 90 年代的山城重庆以



进军摩托车行业

曾经有一位记者问尹明善,这些年经商最大的感受是什么,他回答说:感谢上帝,给我安排了今天的角色。我曾经梦想过的科学家、文学家、音乐家……而现在看来,似乎只在企业家这个位置上,生命才变得如此厚重——因为我有使命感,对企业、对国家。

并非多余的感触成功是一个多么美好的字眼!尤其,当看到这一切辉煌,竟是由一位饱经磨难并已年近半百才开始起步的底层平民所创造时,我们会有些什么感触呢?我们还有没有理由埋怨这个时代?还有没有理由总是抱怨命运对自己的不公、抱怨自己人生道路上常常会有种种困难、抱怨自己没有条件可以创造成功呢?

固然,成功离不开机遇。但,处

摩托车闻名,行业老大“嘉陵”和老二“建设”都齐集于此,因而,也带动了一大批生产销售摩托车及配件的民营企业,人称“摩托帮”。不过,在外人看来,当时,这条道上已经有两只大老虎拦路,更已有数不清的同行在虎视眈眈,没有相当的实力,要一头扎进这个行业,风险也是不小的。因为,两大摩托集团随便有个小动作,虽可使一些人一夜致富,但也能让另一些人转瞬垮台。

尹明善说,人不出门身不贵,产品不出门不值钱;国内赚钱,市场好汉;海外获利,民族英雄。

从全球看,除中国外,每年全球

【短评】

创业要有好心态

在这样一个生机勃勃的国度里,现在又正是改革开放的好年头,生逢其时,生逢其地,这不就是我们最大的机遇吗?

面对尹明善的成功,我们是不是一应该把握好心态,果断抛开那些怨自己也怨别人却并无多少道理、更是毫无任何益处的情绪?因为,这个社会确还有更多的地方,是值得我们去发现、去表演、去创造的舞台。

尹明善在 47 岁才开始下到商海、55 岁时才真正开始攀登事业山峰,竟也能获得成功。

一切不甘平庸、拼搏创业欲图人生辉煌的朋友,你大可以想想:今年,自己“贵庚几何?”

你会不会顿感振奋?——在年龄上。

史晓燕:小护士成功背后的“小插曲”

从协和医院的白衣天使到大洋彼岸的海外学子,从相夫教子的全职太太到资产过亿的“伊利诺依”老板,从只有几张沙发的一间小店到规模宏大的汽车公园,从女护士到董事长,史晓燕仅用七年时间完成跳跃人生,终究打造了自己的诺亚方舟。

小护士跳槽

同很多成功人士一样,她成功的背后也有许许多多的“小插曲”:

“我 5 岁去体校,游泳、排球,一直玩到了高中毕业,开始说免试,后来又变了,我属于小聪明型的,差了 25 分,最后协和医院护校的录取通知书来了。”毕业后史晓燕被分配到了又脏又累的骨科病房。打针送药,端屎端尿,周而复始,工作的艰辛和压力她倒能应付自如,但是每月 70 块钱的薪水、六毛钱的夜班的补助却让她忍受不了。

1984 年,史晓燕没有和任何人

商量,从协和医院停薪留职,应聘到一家外企公司作了前台接待。在这个外企这样的位置上,令人不解的是:她居然没有学会打字和电脑,但却还是得到了上司的赏识。史晓燕坦言:“到今天我也不会用电脑,我就是愿意和人打交道,我行什么,我就去做什么。舍弃我不行的,干我行的。”

一位叶先生曾经一度是史晓燕的上司,后来成了她的先生。叶先生先后从几家大公司跳槽,最终作了 IBM 中国区的总裁。可是,自己老公这份年薪几十万美金的职位却丝毫没有任何给史晓燕带来安全感。那时从加拿大留学归来叶明钦是外企公司的“宠儿”。1989 年,史晓燕的丈夫叶明钦到新加坡工作,她再也不甘心做相夫教子的全职太太,先是做起了导游,后来就开始自作主张,在新加坡买房子、卖房子。她说:“当时没有和先生商量,第一次买房子买到了红灯区,第二次卖了房子,我赚了 8 万新币我找着了北了,我觉得我适

合做贸易。”

找着“感觉”的史晓燕了解了发达国家对家的概念,看过了有品位的、精心设计的家,她迫不及待地要在一个高起点上开始自己的事业。于是,她支付了每年 7 万美金的学费,到美国芝加哥惠灵顿学习室内设计。史晓燕已经看重了国内方兴未艾的家具业。史晓燕是个急性子,她的第一单家具生意是为一个别墅区 200 多套房子提供所有家具。为了这单 300 万美元的生意,她放弃了学业,不计成本地直接从美国进口家具。也就是这单生意,使史晓燕第一年全军覆没。

一次的失败不但没有让史晓燕的胆子变小,她反而更“不知深浅”。当时,她认为自己不仅能从国外进口家具,又有相当规模的生产能力,便义无反顾地在有家具“鼎级”品牌荟萃美誉的中粮广场租下了百余平米的卖场。史晓燕在这里连连创下了每月零售 100 万元的销售额,但是却好景不长,遭遇了第二次“滑

铁卢”之役。

打造自己的诺亚方舟

进入 2000 年以来,看遍世界家具市场“繁华”的史晓燕确立了伊利诺依新的家具风格——新古典、后现代。这说土不土、说洋不洋的式样,不仅许多国人喜欢,就连不少老外也舍近求远,从她这买家具。声名鹊起的伊利诺依也打开了国际市场的大门,同时代理世界十大品牌的家具。

据史晓燕讲,而今每天都有她的竞争对手到店里像他当年那样扮做顾客,量家具、仿家具。史晓燕对待竞争对手从来都是硬碰硬,从小打排球出身的她喜欢力量的对抗。但是,有时候,她的这种强势力量也让员工感到了压力。员工们也委屈在抱怨:“她大部分骂人都在工作当中,我们哪做错了她就骂人。”对这个问题,史晓燕的解释是这样的:“我经常对员工说不要受我情绪的

影响,不要介意今天我是哭着来的,还是笑着来的。企业发展太快,感觉控制不了的话,我就特别情绪化。现在发疯的机会少了,但是我的嗓子也喊哑了。我觉得他们比较怕我,这一点我不是很成功。作为上层,确实不能让员工感觉什么都不敢说,都说爱听的,有什么用。”

学历、经历都强于史晓燕的叶先生而今已经辞去了外企的工作,专心致志地帮太太打工。他的心里能平衡吗?叶先生说:“我们俩的结合是狼狽为奸,她是狼,我是狈。我是修铁路的,她是火车头,她带着企业向前走。”

史晓燕现在是伊利诺伊集团投资集团的董事长,旗下有七八个子公司,而今的伊利诺伊已经不仅仅包括家具,汽车、酒店甚至服装都将涵盖进来。当年的全职太太以及和她当年的高薪老公完全换位了。对这种戏剧性的变动,史晓燕和她的先生调侃说:“我喜欢别人叫我史小姐,这样特别职业”。(罗君)

从 2 名用户增长为 1 亿注册用户,每日活跃用户 1500 万,3G 门户网用了 5 年时间——

两个人、一间房 五年做到 1 个亿

2009 年 10 月,位于广州珠江新城的广州久邦数码科技有限公司悄悄举行了一场庆典,该公司 CEO 邓裕强把手机当做做棋子摆出了大屏幕上串数字——1 亿,这是久邦数码科技运营的 3G 门户网 2009 年 10 月份达到的注册用户总数,预计全年营业额也将达到 1.5 亿元,实现了从“烧钱”到“盈利”的扭转。

早在 2009 年初 3G 牌照正式发放之后,3G 市场不乏苦苦探索的入门者,而 3G 门户网在数年的摸索之后,终于找到了这个政策影响极大、行情飘忽不定的巨大市场的“小钥匙”,其商业模式也渐渐成型。

免费模式的“飓风效应”

“国内互联网比较容易形成一种聚拢效应,也叫做飓风效应,即拥

2004 年初,邓裕强和张向东两人在广州天河石牌西路的一间 6 平方米的小屋里,商量着建中国最大的免费手机网站。

当年 3 月 16 日,3G 门户正式上线。当天的在线人数仅 2 人——邓裕强、张向东。如何营销?这是个大问题。没那么多钱,也没有和运营商合作的渠道,他们想到了病毒营销:以自身为种子,一传十、十传百。他们首先瞄准了那些尚未有互联网经验的学生群体和互联网上的手机玩家,在各种手机论坛上发帖,并邀请当时移动梦网论坛中的版主们到 3G 门户上来做版主。这些版主也凭借着在论坛中特殊的地位,给 3G 门户带来了一大批的活跃用户。

有优质的信息与内容的商家,用户会主动向它去靠拢;而不是靠有钱打广告,用户不吃这一套。”3G 门户市场副总裁曹明说。

正是在这种模式下,免费 WAP 的出现博得了用户的支持,除了学生,卖手机的也成了他们的宣传队。与此同时,他们还利用每一次饭局、会议、旅行……凡是能想到的、能参加的社交活动,他们都尽可能地参加。

3G 门户在这种传播过程中成为“独立免费 WAP 网站”的代表,上线 8 个月,用户量达到 100 万。

有了客户,怎么赚钱?

久邦科技的创始人将网站定位

为“媒体”。而按照媒体的传统盈利模式,须从广告商身上寻找商业利益。不过,在手机网站的广告运作上,张向东试图颠覆传统广告的定义。

从 2006 年 3 月 24 日起,3G 门户网上开始正式运营手机广告,通过一个“玩竞猜游戏,送 BENQ MP3”的链接,BENQ 率先在 3G 门户上开了一个专区,提供最新鲜的产品及品牌资讯。“这是免费独立 WAP 领域里的第一个移动营销案例。”艾媒市场咨询集团董事长张毅告诉记者。

不过,这种广告只是尝试。某品牌的营销经理向记者表示,他对移动互联网广告并不看好,因为受到屏幕尺寸的限制,传播效果不明显。这种说法目前仍然不乏支持者。对

此,张向东表示:“这种说法是不专业的!”他反驳,手机广告具备比传统媒体广告更多的优势,比如它是“离人最近的媒体”,具有融合媒体的功能,多媒体功能更加强大等等。

做过记者的张向东,对手机互联网广告的定义是:广告即内容,娱乐即广告。2007 年圣诞节,时尚品牌匡威通过赞助的“帮圣诞老人寻找麋鹿”的互动游戏登录 3G 门户,做游戏图标嵌入式广告,这种方式在两个星期内吸引了超过 400 万用户的点击和参与。

这种广告模式,创造了连续 3 年保持翻番的业绩。自 2008 年起走向成熟,一些手机厂商,甚至移动运营商,以及九大银行都向 3G 门户投放广告。

(肖君)