



■创业话题■

## 我就是喜欢创业

徐曙光的创业经历颇具传奇色彩,他从一个普通的山东男孩一步步走过来,报考大学、出国留学、进入职场、担任世界五百强企业的职业经理人,随后在14年时间里,成功创办了8家公司,而这8家公司横跨两大洲,涉足近10个不同的行业,目前他是格林豪泰酒店管理集团的董事长。

创业难,守业更难。要在守业的过程中迸发新的创业灵感并实施,更需要一些精神和一些坚持。《我就是喜欢创业》一书,对于所有的创业者来说,这应该可以拿来一读,而且在某种程度上,完全可以当作红宝书一般来膜拜。

“这是一个需要创业者的时代。这本书、这个名字、这个人的创业故事,恰是这个时代最需要的。”这是《创业家》杂志创始人牛文文写给《我就是喜欢创业》的话。同时,这也是李开复、俞敏洪、牛文文、秦朔联袂推荐的一本创业奇书。按照李开复的话讲,本书讲述的徐曙光无愧于“创业家”这一称号,他连续创业成功,跨不同的行业、不同的国家。当然,这样的经历看起来是我们一般年轻人很难企及的,但徐曙光先生在创业过程中的精神、理念和创业的心得、窍门是我们可以学习并会受益匪浅的。

书中为读者呈现了这位成功人士的种种人生经验与智慧:如何选择适合自己的发展道路、如何准备出国留学、如何在美国生存、如何在职场高升、如何创办自己的企业、如何管理自己的企业、如何能够同时成功地做很多件事情……《我就是喜欢创业》一书就是对徐曙光创业经历第一次系统性的梳理,在记叙一个个创业故事的同时,向读者展示了一位创业者的思路历程、必备的各方面素质,总结了创业的制胜规律。

正如该书另一位推荐者——新东方教育集团董事长俞敏洪所言,要把创业的梦想变成一种实实在在的过程,跨出的每一步都不会是轻松的。但我们有前辈的身影和脚步,可以给我们指引的亮光。也许此书正是意在于此。

此书出版之时正值李开复离开谷歌创办“梦工场”,整个中国创业的热潮已有扑面而来之势,李开复在特意为此书所作的序中说到:我知道现在中国的年轻人就像曾经的美国年轻人一样,很多人都怀有一个创业梦。据我所知,这本书已经在全国各大高校取得了超预期的反响,让人对创业的热潮有了实实在在的认识。从卓越网、当当网这两个网站的销售情况了解来看,该书的销售排名日渐提升,创业话题的又一波热潮无疑已风生水起。

(本书由蓝狮子财经出版中心、中信出版社提供。)

精彩选读

“我心态一向都比较平和,该是我的就会是我的,不该是我的我也不会去强求。但在那段非常的日子,我几乎每天都彻夜难眠,翻来覆去都在为这件事情而焦虑不安,却又找不出解决的办法。”

“不识庐山真面目,只缘身在此山中。”对于纷繁芜杂的事物,最好的解决之道不是一个猛子扎进去纠缠不休,而是跳到事情之外,从另一个角度来审视和剥离。徐曙光认为:“很多人最初寻找出路的想法很单纯,可是后来被复杂化了,或者是后来将它美化了。”

徐曙光观察发现,美国人的性格比较豪放。如果有人用幽默的、他们乐于接受的方式沟通,美国人是很乐意提供帮助和便利的。如果一个外地人,不懂当地的土风人情,说话时又很紧张、磕磕巴巴的话,其沟通效果也就可想而知了。这一切的一切都让徐曙光认识到,想要在美国事业成功,必须要由当地人来进行具体的实施工作,所以,本土化策略是必备的。

(摘自《理财周刊》)

■成功案例■

## 沈文荣:民营“钢铁航母”领航人

沈文荣是近几年来首次问鼎中国首富宝座的传统制造业富人,也是年龄较大的一位。江苏沙钢集团2010年以214亿美元的营业收入,位居415位跻身美国《财富》全球500强企业排行榜,也是中国内地唯一入选的民企。

在他的引领下,1975年靠45万元自筹资金起家的沙钢,如今已嬗变成拥有总资产1300多亿元,年产钢能力3500万吨的中国最大的民营钢铁企业、国家创新型企业、世界500强企业。

沈文荣作为一名从基层摸爬滚打成长起来的新时期的企业家,始终保持本色,事事处处体现出“团结拼搏”的士气、“自加压力”的勇气、“负重奋进”的志气、“敢于争先”的锐气,彰显出其“钢铁报国”的赤子之心,产生了独特的人格魅力和巨大的精神感召力,带领沙钢走出了一条发展中国民族钢铁工业的成功之路。

创新思维勇立潮头

沈文荣有一个鲜明的观点:建设一流钢铁企业,变“钢铁制造”为“钢铁创造”关键在于思维创新,登高望远,领先一步。

他带领沙钢广大干部职工紧紧抓住改革开放的每一个历史机遇,高

起点定位,科学决策,加快发展,坚持做到:当一个阶段目标实现后,就提出新的阶段目标,并坚持步步升级,不断提高目标值,把干部职工的理想追求统一到建设一流钢铁企业的大目标上。

为了加快企业发展,主动参与国际钢铁市场竞争,沈文荣“进不求名,退不避罪”,1989年,力排众议,敢为人先,果断决策,率先引进建设中国第一条75吨大电炉短流程生产线,被专家誉为“中国钢铁工业第三次革命的样板”;1993年又成功引进建设了亚洲第一座90吨超高功率竖式电炉生产线;与韩国浦项公司合资兴办第一家中韩合作冷轧不锈钢公司;在全国冶金行业中第一个建成了CIM示范工程,开辟了企业管理信息化大通道。

2002年,沙钢在民营钢铁企业中第一个挥写大手笔,动工兴建650万吨钢板项目,将多德蒙德钢厂数十万吨设备从德国的莱茵河畔搬到长江之滨,实施世界上最大的工业搬迁工程,同时与奥钢联合作,采用世界冶金前沿技术,对主体工艺设备进行全面提升改造,使650万吨工程项目达到国际先进水平。

2006年,沙钢在江苏冶金行业第一个采用市场化运行模式,实现了对淮钢的兼并重组,继而又对河南安



人物背景  
中国改革开放的大潮,造就了一批勇于创新、成果卓著的民营企业家。中国钢铁工业协会副会长、江苏沙钢集团董事长兼总裁沈文荣堪称其中的典范。  
阳永兴钢铁、无锡锡兴特钢等进行联合重组;2009年,成功实施总投资100多亿元的新一轮节能减排、结构调整重点工程;2010年5月18日,苏州大学沙钢钢铁学院正式揭牌,开

中国最大的民营钢铁企业与百年名校联合办钢铁专业高等院校之先河……

沈文荣创造出的一系列的“第一”,使沙钢工艺技术装备迅速与国际先进全面接轨,实现了生产结构、品种结构、市场结构和人才队伍结构的历史性跨越,企业竞争实力迅速壮大,进入世界钢铁产业第一方阵。

认真做事辩证思维

在沈文荣的引领下,沙钢树立起“科技领航,科技是取之不尽的资源”的理念,紧紧跟踪世界钢铁前沿技术,认真真办好企业,坚持走创新创优发展之路。

沈文荣运筹帷幄,推进企业自主创新,加速结构优化调整,建立了国家级企业技术中心、博士后科研工作站,还与国内外著名高等院校和科研院所建立高层次的“产学研”合作平台,组建了先进钢铁材料技术国家工程研究中心,2007年建立以沙钢为依托的“江苏省钢铁研究院”,聘请世界著名工学博士任院长,由一名国家首席科学家、4名中国工程院院士等组成技术委员会,还从国内外引进上百名冶金专业高端人才,目前研究院的软硬件建设总投资已超过8亿元,形成了相对独立完整的技术创新保

证体系和人才保障机制。沈文荣亲自组织课题,在全国冶金行业率先实现了“电炉全热装铁水、全精炼、全连铸、全热送、全一火成材、全连轧”的新工艺,获得了国家发明专利,并在全国同行中推广,产生了巨大的效益。

这些年来,沙钢用于技术创新的投资,少则几亿、几十亿、多则上百亿,建一个,成一个,很快就投产得益,产生了令冶金同行羡慕的投入产出高效益。

沈文荣辩证思维,认真做事,形成一套独特的投资管理决策理念。他说:“花钱搞项目建设一块钱要当两块用,要用最少的钱办最多的事。工厂建成后不增值,生产上不得益,就等于赔了。”沙钢润洁公司90吨超高功率竖式电炉、连铸、连轧高速线材生产线建设,设计院预算至少要花20个亿,实际只花了13个亿,而且很快投产得益,创出了我国重大冶金技改工程投资决策管理上的一个范例。沈文荣的高人一筹的科学管理方略由此可见一斑。

路无尽头,业无止境。沈文荣正以对钢铁事业的执着追求,团结带领沙钢广大干部职工劈波斩浪,扬帆远航,继续谱写“中国民族钢铁航母”光辉灿烂的新篇章!

(摘自《CCTV财经频道》)

## 揭秘中国最年轻亿万富翁发家史

目前中国最年轻的亿万富翁有4人:高燃、李想、戴志康、茅侃侃!

高燃、李想和戴志康生于1981年,茅侃侃生于1983年。

李想的泡泡网2005年底营收达2000万,利润50%,按通行的市场收购标准,即以20倍的市盈率来计算,占公司绝对股份的他,身家已过亿。

去年7月,戴志康已经收到风投给的几百万美金,身家也过了亿。高和茅正处于刚创业阶段。

放弃高考创亿元身家

中关村鼎好电脑城。李想公司内间隔开的每组办公桌之间仅能容一个人通过,坐着的人都在忙碌。

泡泡网今年规模几经扩展,人数从不到50人到80人,又到100人,目前超过了110人,预计到年底

将达到180人。700平方米的空间已经无法容纳,公司的发展也到了需要注意商务形象的阶段。

李想的泡泡网是一家从事电脑硬件、个人和办公数码产品的信息服务的网站。六年前,在石家庄某中学读高三的李想没有对未来做过多谋划,只做了一个简单的决定:不参加高考。

李想第一次接触电脑在初一,立即着了迷。到了高一,李想终于拥有了自己的电脑,花了8000多元,并且是按自己要求的配置攒的一台机。当时只能拨号上网,李想的月均上网费用为七八百元,花的都是自己的钱。这个钱是他给计算机专业报刊写稿得的稿费。

高三,李想搞了“显卡之家”的网站,每天花费7-8小时,更顾不上课程学习。不读书后的第一个月,一个广东老板说要给李想寄推广

费,他没当真,结果对方真寄来了6000多元钱。

当时他还没构思好如何进行网站的商业化运作。到年底,他赚到10万元。

2000年春节前,李想说服大学毕业后到深圳打工三个月的樊铮回到石家庄,把两个人的网站合到一起,成立泡泡网。2003年底,泡泡网的业务翻了3倍。

发明软件掘起第一桶金

同样生于电脑时代的戴志康比李想早两年接触电脑,小学五年级。戴父是大庆石油学院的博导。在父亲的指引下,他迷上了电脑编程。戴读初二时,市场上有了瑞星防毒软件。经过琢磨,戴发现了其中的技术瑕疵。

考上哈尔滨工程大学后,戴志康想找点事做,为将来事业发展打

基础。一天,很偶然地,戴去到一个电影论坛,发现那里竟然有10万注册用户。他想:如果有一种软件,能在一个社区论坛的服务器上装一个,光一个用户就带来10万人,100个是1000万,1000个就是1亿,这样完全是几何级的发展模式。

戴决定搞这样的软件,将它命名为Discuz。一年多后,这个软件因为支持用户习惯,迅速为网上用户所接受。

做了两年后,他意外地收到香港一家公司的报酬,这才发现自己的劳动完全可以转化为实际价值。他准备将产品商业化。

2004年初,戴怀揣挣到的第一桶金,从哈尔滨跑到北京。他先花七八十万买了间公寓做办公室,便开始注册自己的康盛公司,这时,他还是在校大学生。

(摘自《世界财经报道》)

### 2010年中国美体内衣市场正在“烧钱”



HICEE 愛喜

动感曲线

INNERRVATION CURVE



专家预计2010年是美体内衣之年,内衣厂商主攻美体内衣市场。

一年多来,内衣厂商对这些品牌和技术进行了重新梳理、定位、设计和配伍,给它们注入了新的活力,目前各项基础工作已经全部到位。

内衣厂商确定的2010年销售收入目标,要实现比09年实绩增长30%以上,这正是基于对美体内衣市场的良好预期。

专家说,主攻服装美体内衣用品市场,是内衣厂商第二次创业周期实现年销售收入100亿元目标的发力点,所以要继续抓住契机,调整产品结构,加强市场研发和技术改造,做好基础管理等工作。

2010年内衣厂商集中主要精力开拓塑身美体内衣市场,稳定个人护理用品行业市场份额,介入服装美体内衣用品市场。从个人护理用品行业到服装美体内衣用品行业,是大跨度的全新领域,推广的产品是市场难度很大的全新产品。

为了在个人内衣市场占有一席之地,内衣厂商在前期投入大量人力和物力,未来一段时间还要“烧钱”。2010年借助国家经济繁荣的张力,内衣厂商坚持转型、突破、升级的战略获得成功,第一季度各项经济指标刷新了历史纪录:销售收入比上年增长了15.72%,利润总额比上年增长了22.98%,利税总额比上年增长了24.56%。

据我们调查了解,目前多数内衣商们认为,2010年的女士内衣市场,美体塑身的内衣仍然风头正劲。其美体塑身的效果好,很受年轻女性的青睐,牢牢占据高端内衣消费市场。

(摘自《中国时尚品牌网》)

## 创业者 穿出你的风采

创业者在起步之初最需要的就是被他人理解和认可,但在你的新公司尚未被市场完全接纳之前,惟一能做的就是进行有效的自我推广。通常,创始人是最好的公司形象代言人,创业者的个人形象如何将会对公司成败起到重大的影响作用。

为了提高人们对你个人及公司的信赖程度和认同感,创业者首先要树立起一个专业形象。你可以通过发表行业演讲、写作行业发展趋势的文章等方法,以行业专家的角色出现在公众和媒体面前;另外,个人的仪表形态也能充分体现精神状态和形象气质,特别是当你面对国际化的投资者与合作伙伴时,如果着装没有品位和档次,就可能无法正确传达你的商业信息,如果你看起来不修边幅,那么对方会认为你公司的产品和服务也同样不讲究细节、不追求卓越。如今无论是商品还是人,都越来越注重品牌包装,虽然有点俗却是现实,更为重要的是,在创业者个人形象的背后,是公司最宝贵的无形资产——企业形象。

在商业交际活动中,有一条个人形象的规则:一定要穿得比你身处的地位高。人靠衣装马靠鞍,穿着比你身处的地位高,再配合起专业能力,才能让对方重视并信任你,从而获得更多的商业成功机会。也许你认为在中国的商业环境里尚缺乏穿正装的习惯,其实环境和个人习惯是相互影响的关系,对创业者尤其如此。作为公司发展的精神领袖,从自身做起改变公司团队的风貌并不是很难的事情,而你的个人形象和做事风格很可能就和另一个关键词联系在一起——企业文化。

一套得体的西装,面料必定是纯毛(至少要有70%的毛料)。商务西服最好选择深蓝、灰、深灰等中性色彩,在西方,棕色西服被认为是低品位的表现,而黑色西服只能用于婚、葬或作为燕尾服。面料的花纹上,男士商务西服只能是纯色或暗而淡的含蓄条纹,任何大格、花呢的图案都不会产生良好的印象,深蓝色西服加暗条纹被西方认为是强有力的男性西服。一般而言,略胖的人应多穿深色的西装能显瘦,而偏瘦的人可多备浅色西装显得饱满,另外还要记住的是,穿正装西服时里面严禁穿毛衣,这会给人留下缺乏品位的不良印象。

(摘自《创业网》)