



■创业沙龙

当今富豪7大创业类型

【逼上梁山型】

从20世纪70年代末至80年代后期,长达10年的时间内完成创业的中国富豪大多属于逼上梁山型,其典型代表是连续数年位居《福布斯》中国富豪排行榜前列的李晓华,以及创办广东七喜电脑有限公司的易贤忠。

李晓华的第一桶金是靠在北戴河贩卖所谓“美国冷饮”掘得,当时投入资金是3500元,收获则达10万元人民币。后李又在秦皇岛放录像,获利百万。李真正暴发是后来东渡日本,成为章光101毛发再生精在日本的总代理。李以拥有中国内地第一辆法拉利跑车闻名,时间为1993年。

易贤忠在创业前则属广州一家国有制药集团属下企业厂长,因女儿患脑疾,为筹集医药费被迫下海。易的第一桶金是为停业装修的广州南方大厦制作500只节能电子整流器,资本金为从广东中山小榄镇一个小老板处赊销的价值5000元的电子原材料。易以自己50平方米住房做工厂,获得千元,后易据此成立白云节能电子电器厂,3个月获利14万元,易将之视为自己真正的第一桶金。易在筹得为女儿治病的钱后,又继续回原厂上班,后因工厂衰败,才不得已第二次下海,创立广东七喜电脑有限公司,目前个人资产过亿。

【争气型或受刺激型】

其典型代表是重庆小天鹅集团董事长廖光长。

廖家境普通,曾下乡做过8年知青,回城后在重庆城建局当电工,娶何氏七妹何永智为妻。何氏7姊妹有6个嫁得如意郎君,只有廖身份“低微”,因此备受众人挤兑。廖受此刺激,发誓创业,以出人头地。

廖辞职下海后,以出卖住房所得3000元为本金,租得16平方米小店面一间,开始经营火锅。初时生意颇为不顺,不赚反亏。廖在妻子理解与帮助下,坚持不懈,专力创新,数月后开发出迥异于传统重庆麻辣味火锅的荔枝味火锅,开始扭亏为盈,继而又开发出后来风靡大江南北的重庆鸳鸯火锅,事业开始独上层楼,由小店到大店到企业集团。

【顺理成章型】

其典型代表为鲁冠球、沈爱琴、李桂莲等,因所属企业均由原乡镇企业或集体企业转制而来,历史悠久,发展顺遂,符合政策,顺理成章。一般来说,在创业者个人的第一桶金问题上,此类企业大多概念模糊。

【顺时势、倾家博奕型】

代表是有“中国鸡王”之称的大连韩伟企业集团创始人韩伟。

1956年,韩伟出生于大连三涧堡

镇东泥河村一户农民家庭。在20世纪70年代中期被招为三涧镇畜牧助理员。1984年韩辞职下海,创业本金为从亲友处借得的3000元,养蛋鸡50只,同年底,韩从银行贷得15万元,开始兴办养鸡场,一举成为大连最大的饲养专业户,同时亦成为大连负债最多的个体户。

在政府支持下,韩很快又贷款集资208万元,建起一座占地44亩,建筑面积8000平方米,饲养8万只鸡的现代化养鸡场,其鸡场第一年产值便达210万元。

【热血型或冲动型】

张思民、吴志剑均属于此类。此类创业者大多以失败告终,偶有所成者,也大多历经坎坷,并且在企业发展过程中屡经反复。

吴志剑的第一桶金是承包原深圳物资公司华东商场,在半月内获利17万元;吴的创业资本乃写作所得2000元稿费。

1999年3月,吴志剑因所属政华企业集团欠债2亿元,被深圳市政府发布新闻媒体通令,通令要求该企业“不得进行高消费,不得坐高级车住别墅。”

张思民的海王集团在1992至1997年之间,也曾遭遇极大风险,企业险些“翻船”,后通过上市,其因盲目投资而险些断裂的资金链得以续接,企业因此生存下来。

【因缘际会型或无心插柳型】

此类创业者的典型特征是本来没想发财,只是想解决一下生存问题,后来竟不期而遇地发了财,其典型代表为张果喜。

1972年,张果喜受在江西余江当地下放上海知青的影响,怀揣200元,到上海找生路。偶然的机会,在上海四川北路上海雕刻艺术厂发现,一个雕刻樟木箱竟可卖200多块钱。张顿时灵机触发,立刻返回老家按照上海生产樟木箱的程序“依葫芦画瓢”。半年后,张氏第一只雕刻樟木箱出品。通过上海工艺品进出口公司,张自己制作的第一只产品参加了广交会,并幸运地拿到了20套樟木箱的订单,赚了1万多元,这是张掘得的第一桶金。

【知识型】

此类型具体而言又有种种不同:一类是拥有自有专利技术,靠自有专利技术发达的,如中宜环能董事长吴桐。

吴桐在北京创办中宜环能环保技术有限公司。吴擅长发明,名下拥有多项专利技术,仅其“城市垃圾处理综合集成系统”一项专利,据估计无形资产就达12.5亿元。一家美国名牌杂志估计,吴的专利加起来价值超过100亿

美元。在进京创办中宜环能环保技术有限公司之前,吴曾在深圳创业,获利数千万,因遭欺诈,资产荡尽。2001年3月,吴携2000元进京二次创业,3个月,吴仅向韩国某著名企业出售“城市垃圾分类焚烧技术”15年使用权,获利即超过2000万美元。

一类是以王志东、张朝阳、丁磊等为代表的一类,这类富豪被称为“知识英雄”、“知本家”,但实际上除王志东曾开发过一个中文平台软件,丁磊曾开发过一个简单的163电子邮件系统以外,其他人并未见有多少技术可言。而王志东和丁磊的第一桶金,都是从各自所开发软件中获得,数目达数十万和百万不等。

(摘自《和讯网》)



■成功案例

24小时超市赚钱秘籍:加5角钱换一夜便利

在沈阳市皇姑区昆山西路的一个占地50万平方米的社区周边,原来有5家24小时便利店,可只有靠近东侧门的一家连锁品牌店生意最红火,以致其他店最终都开不到24小时就关门了。这其中到底隐藏着什么样的玄机呢?记者与创业辅导专家黄禹涵进行了实地考察。

实地考察:
敢于做第一个吃螃蟹的人

在实地考察时,专家首先与这家超市店主谈了一会儿,了解到这个超市是此地区第一个24小时营业的便利店。店主做这个决定时,主要是看中了这个超市旁边有个网吧和棋牌娱乐室。这正符合24小时便利店的一般选址规则:实施24小时全天候营业的超市和便利店,其商圈范围应该不超过500米,主要顾客5—7分钟步行就能到达店面。

这些网吧和棋牌室的消费者在午夜以后想寻找一个24小时便利店,当时只有这一家,再加上地利之便,就积累了很多老主顾。等到其他4家超市开起来的时候,这些消费者已经养成了来这第一家超市消费的习惯。

【专家点评】
单店或两三个店面的规模是没有必要24小时全天候营业的,只有那些已经拥有数十家店面以上的连锁扩张型中小超市,才能够通过集约经营和规模效益降低成本的优势,乘好24小时全天候营业的顺风船。而这家公司生意红火的24小时的超市刚好是一家大型连锁超市的加盟店,有这样的成本控制能力和价格优势。

营销秘籍:
为夜归者点一盏温暖灯火

在这个50万平方米的大型社区,居住着很多时尚的年轻一族。这些人习惯于夜生活,当夜归回家的时候,往往能借着这个24小时便利店的温暖灯火,打开小区的门。当然在打开这扇门之前,他们也常常会到店里休息一会儿,喝杯热茶或者咖啡,借着暖脚的机会买点生活日用品。

这家超市的老板就密切结合这些加班族、夜班族、单身族以及网民等目标群体的相应需要,提供了免费加热食品、免费供应开水、为手机充电、为自行车充气等附加服务。

最近他还提供了报刊服务,让来店里面暖身的人,可以拿起一份报纸,随意浏览,打发无聊的时光。

【专家点评】

24小时全天候营业之所以能够成为一种趋势,本源就是部分消费者对便利性服务的渴求。诚然,无论是早市还是夜市,超市直接目的是为了售货,最终目的是为了赚钱。但是,如果不能为目标消费者提供相应服务,24小时全天候营业恐怕是没有利润可赚的。二者的关系可以解释为“油灯”和“油”的关系,油灯需要油才能点燃照明,油则是作用于灯的一种条件或是基石。

一张最有效传递的宣传单

这家店主在每个客户购物之后,都要送对方一张宣传单。因为在这里购物的人往往都是夜生活的主力人群,他们的圈子也是如此,这张小小的宣传单往往能起到小众精准营销的作用。在周围4家便利店的环伺之下,店主一直没放弃这种小众宣传。加上该店是一个知名连锁店的加盟品牌,因此消费者似乎更信任这家店,客户越积累越多。

【专家点评】

“低成本”作为超市的游戏规则,在24小时全天候营业的具体营销中,可以仅仅抓住这一部分特殊消费群体,开展多样化的营业推广和广告传播活动,无需扩散至所有的大众群体,以确保实现“低成本入市、靠优势夺市”的理想效果。

加5角钱换一夜便利

专家看了这家店的所有物品标签后,发现这里东西并不便宜,比如其他4个超市的可乐卖2.5元一瓶,他这里就卖到3元。这种5角钱的加价并没有妨碍客户来这里买东西。因为在午夜12点以后,这个地段唯一营业的超市就是这家。而旁边网吧和棋牌室里的人再也没别的地方去买东西了。网吧虽然也有货品,但是价格还要更高一些。

这家小店就是挣这个时间差。对于客户而言,加5角钱,换到的往往是一夜便利。

【专家点评】

稀缺资源是宝贵的。24小时全天候营业作为都市人生活中一种难得的购物场所,不仅稀缺,而且超市还要负担24小时不间断人力费用、营业费用以至于照明费、空调费等。如果要求企业提供的商品对消费者来说既便利,价格又便宜,对商家来说显然是不公平的,企业的利润也就无从谈起。

(摘自《中国新闻网》)

温州商人:比犹太人更会经商的商人

NO.1 温商是惟一可以和犹太商人比肩的群体

“世界的钱装在美国人的口袋里;而美国人的钱却装在犹太人的口袋里”,有“上帝选民”之称的犹太人改变了世界的经济格局。温州人被各界称为“东方的犹太人”,他们用创富的行动证明自己不仅要学习犹太人,还要超过犹太人。据说,在法国,温商独有的做人、做事方法逐渐将犹太人挤出了市场,天下第一的犹太商人惊呼:居然还有比我们更会做生意的人!

NO.2 温商是世界上财富积累速度最快的群体

在20世纪五六十年代,日本曾经创造了经济“奇迹”,其年平均经济增长速度为8.6%;八十年代以来,中国成为世界上经济增长速度最快的国家,在过去20多年的时间里,保持了年均9.4%的高速度,超越了日本,刷新了世界纪录,创造了新的经济奇迹。与此同时,温州市的城镇居民人均可支配收入更是以15%至20%的速度递增,“温州速度”成了专有名词。

NO.3 温商是世界上最会赚钱的商人

上苍给了温州一个贫穷的起点——20年前,“平阳讨饭,文成人贩,永嘉逃难,洞头靠贷款吃饭”,温州的空气里充满了贫穷与饥荒的信息。20年后,“十万元是贫困户,百万元才起步,千万元才算富。”温州人“穷得只剩下钱了”。“温州商人在浙江乃至全中国都以他们强大的资本动员能力而闻名。他们具有敏锐的经商嗅觉,在商机把握上总是能先行一步,只要跟随温州商人选择投资方向,赚钱的大门就向你敞开。”这段出自《韩国经济》杂志,被《环球时报》转载的话印证了温商的赚钱能力。

NO.4 温商是世界上最活跃的商人

据美国《世界日报》报道:纽约法拉盛人气最旺的超市,老板几乎是清一色的温州人。有人戏言,“温州打个喷嚏,全球都要感冒”,虽然有点夸张,但是,“走出去”的温州人,正在“无孔不入”地影响着世界。“目前在美国约

有24万温州人,他们以经营小商品、开餐馆等行业起家,投资领域已涉及贸易、房地产开发、服装制造及销售,对美国经济有无法代替的推动作用。”美国浙江温州工商总会名誉会长朱海风介绍。

NO.5 温商是世界上最能创业的群体

创业过程中最常见的问题有三点:1、资金问题。2、信息资源。3、管理能力。这些问题,在温商面前很自然地不成问题。他们通过“以资金为纽带联合打拼”、“借鸡生蛋”、“虚拟经营”等经商法则轻松地解决了资金问题;他们凭借无处不在的商会网络及时地获取最新的商业信息;人才是挖掘不尽的宝藏,他们通过自身不断的学习和外部人才的引入,强化了组织的管理能力。

NO.6 温商是世界上最会算计的商人

在人际交往上,他们精于人情世故,主张堂堂正正的精明。在金钱应用上,他们主张把钱花在刀刃上,对于经

营成本,他们锱铢必较,住最廉价的房子,吃最便宜的饭菜。另一方面,他们看准一个项目之后,能以迅雷不及掩耳之势将大量的钞票“砸”下去,温州人投资买房的举措可称得上是独一无二。另外,温商十分热衷慈善事业,几百万、几千万的捐助他们都认为是理所应当。

NO.7 温商是世界上最善于创新的商人

温州人的模仿能力是十分惊人的,他们把打火机、眼镜、低压电器等商品拆开再重装,然后,就能制造出一模一样的产品了。在模仿的基础上,温商不断地学习、求新、求变,进而巩固自己差异化的竞争优势。

NO.8 温商是世界上最敢于冒险的商人

“平安二字值千金,冒险半生为万贯”的观念使温州人“敢为天下先”、敢于第一个吃螃蟹。他们胆大包“天”、胆大包“海”、胆大包“地”,由此创造了市场经济的先发优势。他们认为:头道汤的味道最好,先人一步的生意最赚钱。



事实证明:一分耕耘,一分收获;一分冒险,一分成就。温商的成功经验证实了一句话:惟冒险者生存。

NO.9 温商是世界上最懂得人脉的商人

有温州企业家对媒体称:“花20万元认识一个对自己有利的圈子很值得。”温州人信奉朋友就是财富,有义

就有利。他们和朋友间的利益并不是直接金钱的交往,而是互相帮助。借助政策和政府的公关需求,巩固企业的根基,已经成了温州商人的“共识”,善于利用关系资源的温州人,站在巨人的肩膀上,可以轻松地眺望广阔的商业猎场。

(摘自《天下商机网》)