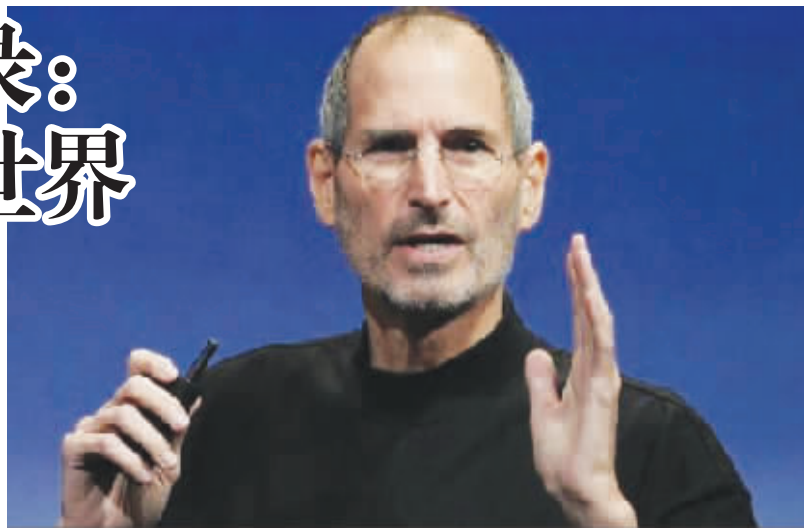


创业者说 I

乔布斯经典商业语录： 活着就是为了改变世界



1、领袖和跟风者的区别就在于创新。
 创新无极限！只要敢想，没有什么不可能，立即跳出思维的框框吧。如果你正处于一个上升的朝阳行业，那么尝试去寻求更有效的解决方案；更招消费者喜爱、更简洁的商业模式。如果你处于一个日渐萎缩的行业，那么赶紧在自己变得跟不上时代之前抽身而出，去换个工作或者转换行业。
 2、成为卓越的代名词，很多人并不能适合需要杰出素质的环境。
 变得卓越并不难，从现在开始尽自己最大能力去做，你会发现生活将给你惊人的回报。
 3、成就一番事业的唯一途径就是热爱自己的事业。如果你还未能找到自己热爱的事业，继续寻找，不要放弃。跟随自己的心，总有一天你会找到的。
 4、并不是每个人都需要种植自己

的粮食，也不是每个人都需要做自己穿的衣服，我们说着别人发明的语言，使用别人发明的数学……我们一直在使用别人的成果。使用人类的已有经验和知识来进行发明创造是一件了不起的事情。
 5、佛教中有一句话：初学者的心态；拥有初学者的心态是件了不起的事情。
 所谓初学者的心态是指，不要无端猜测、不要期望、不要武断也不要偏见。初学者的心态正如一个新生儿面对这个世界一样，永远充满好奇、求知欲、赞叹。
 6、我们认为看电视的时候，人的大脑基本停止工作，打开电脑的时候，大脑才开始运转。
 过去十年中，大量的理论研究表明，电视对人的精神和心智是有害的。大多数电视观众都知道这个坏习惯会浪费时间并且使大脑变得迟钝，但是他们

们还是选择呆在电视机前面。关掉电视吧，给自己省点脑细胞。
 7、我是我所知唯一一个在一年中失去 2.5 亿美元的人……这对我的成长很有帮助。
 犯错误不等于错误。从来没有哪个成功的人没有失败过或者犯过错误，相反，成功的人都是犯了错误之后，做出改正，然后下次就不会再错了。
 8、我愿意把我所有的科技去换取和苏格拉底相处的一个下午。
 西塞罗评价苏格拉底说：“他把哲学从高山仰止高高在上的学科变得与人

人休戚相关。”
 9、活着就是为了改变世界，难道还有其他原因吗？
 10、你的时间有限，所以不要为别人而活。不要被教条所限，不要活在别人的观念里。不要让别人的意见左右自己内心的声音。最重要的是，勇敢地去追随自己的心灵和直觉，只有自己的心灵和直觉才知道你自己的真实想法，其他一切都是次要。
 11、不要被教条所限，要听从自己内心的声音，去做自己想做的事。
 (摘自《中国广播网》)

马云、扎克伯格或成下个乔布斯

10月8日，《华尔街日报》撰文称，包括 Facebook CEO 马克·扎克伯格、阿里巴巴集团 CEO 马云以及亚马逊 CEO 杰夫·贝佐斯等人在内的企业家，有望成为“下一个乔布斯”。

以下为文章全文：
 要确定下一个史蒂夫·乔布斯似乎有些荒唐。20年前，恐怕连乔布斯自己都没有这个资格。当他被驱逐出苹果时，他试图通过重振 NeXT 电脑制造商来延续自己的职业理想。
 正如乔布斯成为继亨利·福特和托马斯·爱迪生之后的一代巨匠，或许有一天，在创新火花、坚持不懈精神的驱动下，将会有另一位具有远见卓识的发明者诞生，为人们的生活带来直接而巨大的变革。
 乔布斯本人也给很多企业家带来了启发，他们来自各行各业，有的致力于提升能源效率，有的则在努力改善医疗系统。他们中的任何人最终都有可能拥有乔布斯一样的影响力。
 “你必须尝试一些不合理的东西。”Sun 联合创始人维诺德·科斯拉说。作为一个在风险投资行业多年的投资人，他曾经见过数千位具有革命家潜质的人。但他认为，想要成为传奇的创新者，必须具备两大特质，即非常自信与傲慢，一定要试着执着追寻，不惜丧失理智。
 时机同样很重要。另外一位风险投资家 Accel Partners 合伙人阿瑟·帕特森指出，乔布斯离开苹果的 12 年恰好

是 IT 行业相对沉寂的 12 年。当乔布斯 1997 年重返苹果时，互联网已经开始发挥出变革行业和世界的魔力。
 与其他很多人一样，帕特森发现乔布斯与 Facebook 创始人兼 CEO 马克·扎克伯格之间有很多相似之处。与乔布斯一样，扎克伯格也中途退学，也开发了一款人们并不知道他们需要的产品，并且使之成为他们生活中不可或缺的一部分。他也是一个完美主义者，有时也很容易发怒。美国捷蓝航空董事长、斯坦福大学商学院教授约翰·彼得森将这种人称作是“多产的自恋狂”。
 导致乔布斯接班人难以预测的，还有他的另外一个品质：从挫折中吸取教训并振作起来的能力。就连他自己也承认，1997 年重返苹果的那个乔布斯与 1985 年离开时的乔布斯判若两人。
 要预测扎克伯格是否会成为下一个乔布斯，“你必须预测扎克伯格今后的成熟度。”斯坦福商学院教授杰弗里·菲佛说。
 不论将谁列为“下一个乔布斯”的候选人，肯定会引起争论，有时甚至来自候选人自己。“乔布斯之前没有乔布斯，乔布斯之后再无乔布斯。”软银创始人兼 CEO 孙正义周五说。
 在日本，孙正义被视为具备乔布斯一样的特质；他从不安于现状，并且敢



于挑战 NTT 等行业巨头。2008 年，孙正义说服苹果放弃了规模大得多的 NTT DoCoMo，转而与软银合作在日本发售 iPhone。
 在中国，技术专家担心该国无法孕育创新颠覆者。阿里巴巴集团 CEO 马云则是例外，他同样具备一些乔布斯的特质。
 与 eBay 一样，阿里巴巴旗下的在线交易市场可以为消费者提供一个交易平台，同时还为中国中小企业提供了一个全球化的平台。马云敢于挑战 eBay 和雅虎等竞争对手，现在甚至要收购雅虎。
 在此过程中，马云在公司内部营造了强烈的个人崇拜氛围。他还通过在线支付和贷款系统挑战发展滞后的国有银行。“如果银行不改变，我们就改变银行”，他最近说。
 但从当前来看，最接近乔布斯的应该是苹果的新对手、亚马逊 CEO 杰夫·贝佐斯。这家创立于 1994 年的公司通过网上买书的业务模式改变了出版

和零售行业。就在亚马逊 2007 年推出 Kindle 后 4 年，该网站的电子书销量已经超过了印刷版图书。
 亚马逊的产品种类繁多，从数字电影、家具到尿不湿，可谓无所不包，使之成为全美第 19 大零售商。该公司建立的仓储网络曾经被部分投资者称作是愚蠢之举，但如今却帮助亚马逊无缝整合了配送服务。
 与乔布斯一样，贝佐斯仍在推动亚马逊向新的领域发展。由于网络非常庞大，效率也非常高，因此亚马逊开始向其他公司出租计算机资源。就在上周，亚马逊还刚刚推出了一款名为 Kindle Fire 的平板电脑，向苹果 iPad 发起挑战。
 贝佐斯既是 CEO，也是一个极度关注细节的人。“无论是个人还是企业，他对于用户的需求有着不可思议的理解力。他还具备一种非凡的能力，可以从最大的理念细化到最小的细节。”亚马逊前高管大卫·里舍说。
 在亚马逊之外，贝佐斯还资助了载人飞船公司 Blue Origin。与乔布斯一样，贝佐斯也有一套标志性的行头：蓝色牛仔褲、淡蓝色衬衫和暗色上衣。他曾于 2001 年告诉采访者，这种千篇一律的着装使得他每天不必花时间考虑该穿什么衣服。
 达特茅斯学院塔克商学院教授西德尼·芬克尔斯坦认为，贝佐斯完全有能力角逐美国最优秀的 CEO。
 (摘自《商界财经网》)

王石：打造千亿万科背后的取舍之道

在王石看来，能有所放下才能有所坚持。同样，在王石看来，万科的稳健发展，同样得益于取舍之道。机缘巧合之下，王石在深圳的事业越做越红火，用他的话说，“一直粗放式地赚着钱”。



一家靠倒腾玉米起家的中国最大的房地产公司，靠什么完成了连续十余年稳健的发展？在几经政策波动、宏观调控的政策影响下，什么让万科不仅活下来，还能够不断壮大自身？万科董事会主席王石对于取舍二字，用万科的经历做了详尽的注释。

超过 25% 的利润不做

每一个卓越的商人，都会看到很多市场机会，如果说为了 200% 的利润资本家敢于拿性命做赌注，王石显然不属于此类人，他显得那样地保守。
 “我非常同意你的取舍问题，实际上我们不是没有机会，而是机会太多，不是你失败，而是你会获得各种各样的成功，什么都赚钱，这时候你反而会发现那些进入世界 500 强的公司，他的成功是他取舍的结果。”王石语言中既有思考，也很有感情。
 事实的确如此，在杰克·韦尔奇接任通用电气 CEO 的头两年，他出售了 71 项业务和生产线，其中包括中央空

调业务、家用电器业务等 GE 以前起家的业务。几年中，杰克·韦尔奇通过兼并、合资以及参股等形式完成交易 118 项。
 战略取舍的结果催生了韦尔奇的“数一数二战略”，而这种取舍，也令通用具有了“在世界范围内独一无二”的业务，即使 10 年后都不会落伍。
 虽然人们会问 GE 坚持“数一数二”的经营策略，是否意味着它将放弃许多很好的商业机会？GE 在诸多商业机会中的取舍是近乎直觉的悟性还是审慎的理性抉择？GE 在 20 世纪 80 年

代所取得的傲人业绩，高速的发展，得益于“数一数二”战略的实施。
 同样，在王石看来，万科的稳健发展，同样得益于取舍之道。“万科曾经做过进口录像机的生意，利润达到 200%~300%，这种超额利润使得许多公司都挤进这个行当，供过于求，利润急转直下。我对 1984-1992 年的贸易做过统计，赚钱的用黑字表示，赔钱的用红字表示，结果红字多过黑字。这说明市场很公平，之前你怎么暴利，之后你都要给我吐出来。”
 此后，王石提出万科超过 25% 的利润不做。在那个囤地就能增长利润的年代，万科坚持快速开发，而这也让万科躲过了更多的危机。同时在 1998 年，万科开始了一个舍弃的过程，退出了很多赚钱的行业，而现在被房地产界广泛提及的减法，万科早在 7 年前就已经开始了。
人生中的三次放下
 在王石看来，能有所放下才能有所坚持。几十年的人生经历，让王石记忆犹新的也始终是那三次人生中的放下。“1983 年，我第一次放下。”那一年，王石 33 岁，当过兵，做过工人，在政府机关工作了三年，有阅历，有信心。那时的

他不甘平庸，有野心。
 1983 年 5 月 7 日，王石坐火车抵达深圳，丢下过去，准备开始一番全新的事业。机缘巧合之下，王石在深圳的事业越做越红火，用他的话说，“一直粗放式地赚着钱”。
 直到 1988 年，他有了人生的第二次放下——在推动完成了当时还名为深圳现代科教仪器展销中心的万科进行股份制改革后，放弃自己的个人股份。1988 年 3 月 1 日，随着深圳市政府红头文件的推出，诸如城建开发集团、物资总公司、石化总公司、赛格集团一般规模的六家深圳大型国有企业先后进行股份制改革。王石所在的深圳现代科教仪器展销中心也积极响应国家政策。
 1993 年 5 月 28 日，万科发行 B 股。紧接着的 6 月，中国的宏观调控随之展开。“当时，万科决定只做房地产，不做其他项目真是下了狠心的！可以说，这是我人生中面对的第三次放下。当时国家进行了宏观调控，房地产市场的大环境极端不好，而你还要放弃其他可能带来大利润的项目，这要大魄力。可以说，专攻房地产项目成为 1993 年万科的战略决定。”此后，万科的地产项目如雨后春笋般冒出来。在风雨飘摇中，万科脚步稳定地向前迈进。
 (摘自《江苏商报》)

李开复： 中国第四波创业浪潮来临

第一波浪潮的主要创业者是社会相对边缘的人；第二波是从体制内“下海”的人；第三波创业者中草根居多；第四波不但拥有技术，而且往往是 IT 精英。

中国创业潮

从改革开放开始至今，中国的创业浪潮一波接着一波。“倒爷”就是中国改革开放后的第一波创业者。这些“倒爷”可以说是引领了当时的中国创业浪潮。
 十年以后，上世纪九十年代，发生了第二波创业浪潮。当时的中国，全民“下海”。据说有 10 万个在国企或政府机构任职的工作人员，看到了经商者的成功，便放弃了原有的工作，选择“下海”创业。这些人员的素质和所受的教育程度都比较高，他们创业的企业经营业务范围很广泛。代表人物是潘石屹、史玉柱……这批创业者得到了很大的价值回报，因为他们与第一批的创业者不同，他们拥有较高的教育水平和知识层次，并且他们渐渐地开始学习西方先进的企业管理模式。
 中国第三批创业者，选择了互联网。当时，美国验证了互联网在未来有着很大的潜在价值。第三波创业者的成功远远大于第二波和第一波。比如，腾讯的马化腾创造的价值和投入的成本，与潘石屹相比，马化腾得到了更大的回报。

我主要谈的是第四波创业浪潮。如果有人怀疑第四波创业浪潮的到来，那么，请看一下最近即将上市的公司，还有移动互联网投资的趋势。我个人在中国是清晰地看到了第三波和第四波的创业浪潮。
 中国第三批创业者，选择了互联网。当时，美国验证了互联网在未来有着很大的潜在价值。第三波创业者的成功远远大于第二波和第一波。比如，腾讯的

中国创业的四个机遇

如果大家真有很好的点子和团队，不要犹豫不定，因为太多的思考可能会失去机会。
第一，中国移动互联网正在非常快速地成长。
 中国互联网用户是 4 亿个，同时移动互联网用户可能是互联网的 14 倍。潜在的移动互联网用户可能是 8-9 亿。互联网用户平均在线时间是三两个小时，而移动用户要达到十个小时以上。
 显而易见的，未来 5-7 年内，移动互联网的利润将成长 14 倍。具体地说，同学 A 在做移动互联网的创业，同学 B 在网游领域创业，而同学 C 在不成长也不下滑的领域创业。如果其他条件相同，我们一定会选择投资同学 A，因为你有 14 倍的创业成功机会。
 创业很重要的一个条件，就是要抓住爆发式成长的机会，并投资到爆发式成长的领域。根据投资“联盟”的一个数据显示，在中国，移动互联网创业比美国更

好。
 第二，一个 SOLOMO 机会，即 social(社交)、local(位置)、mobile(移动)。
 电子商务是另外一个巨大的机遇。可以想象，如果你走到某一个商场，突然有一个广告出现在手机里，你的第一个反应肯定是广告好烦，但每一个广告都是有针对性的，如果广告信息正是你需要的，非但不会烦，还会很开心。为什么 Google 上面很少有人报告 Google 广告很烦，这就是它的广告是根据搜索词匹配的，同理，如果用 SOLOMO，可以根据地理位置和个人习惯匹配广告。这样手机里弹出的广告，与个人信息的相关度就会很高。比如，我的手机弹出这样一个广告：“李开复，你是不是忘记了结婚纪念日是明天？珠宝店打折，8.5 折，一小时失效。”或者“去年您买给太太的项链，我们有一对相配的耳环，8.8 折。”这样的广告，我肯定会很开心。
 这样的广告，是基于你的地理位置所选择的。这样的电子商务，现在已经有了雏形，订餐饮、酒店、买机票、衣服，都可以用移动网络来搜索，根据你的地理位置提供比较相关的商品给你。
 我认为 SOLOMO 是创业者未来最好的机会，虽然 SOLOMO 的概念是美国人提出的，但是最适合中国。比如，在美国郊区，一个人用腾讯微信，即使他有很多朋友，但可能一个在 5 公里之外，一个在 15 公里之外，根本没机会约在一起见面。同样的事情发生在北京、上海或者纽约这种人口密集的大城市就完全不一样了，所以说 SOLOMO 更适合中国。
第三，创业成本降至史上最低，回报是一部分，成本是另外一部分。
 其实，在互联网创业成本很低的时候，对投资者来说很简单，只要 20 万美金、30 万美金，任何一个投资人，第二天都可以开出这笔钱给你。对你来说，你不要太多钱，出让二三十万美金中的 5%—10%，这样你手中还有 80% 的股份。第二次融资的时候，可以抬高股份的价钱。对于投资者来说，就只付出了二三十万美金。将创业成本降到了历史的新低和最低，无论对投资还是创业者来说都是一个巨大的机遇。
第四，天使投资变成了非常大的新的趋势。
 过去，一个天使基金需要几百万或者上千万美金，投资一个项目就需要一二百万美金。但是，今天给创业人的第一批投资只需要一二十万美金。这能让做天使投资的人多了，能做创业人也多了，改变了创业格局。
 更重要的是，你还要有很强执行力的团队，将你的想法实施得很好。
 (摘自《光明日报》)

