

## 优秀校友跟踪调查报告、事迹材料、案例

### 1. 优秀校友典型案例——陈音孜

#### 个人基本情况：

姓名：陈音孜

性别：女

出生年月：1992年7月

籍贯：湖南湘西

民族：汉

最高学历：大专

毕业年月：2014年6月

政治面貌：党员

#### 美院学习经历：

2011年9月入读湖南工艺美院视觉传达设计系装潢1102班并担任班长

2013年4月参与益阳市创业大赛获得二等奖

在校期间担任学生会主席一职，曾多次获得学院奖学金和国家奖学金

#### 就业创业工作经历：

2014年5月-2014年6月“长沙品悟有限公司”实习期间担任设计师职务，进行品牌设计及策划制作工作。

2014年6月-2014年8月“中山市福顺祥茶叶有限公司”担任高级茶艺师。

2014年9月-2015年11月 安徽省合肥市观锦茶道担任国家高级茶艺师

2015年12月-2016年3月 创办梵茗阁茶文化交流中心

### 创办公司简介：

安徽省合肥市梵茗阁茶文化交流中心注册于2016年3月，是一家专注文化交流、品茗会友、茶艺培训、茶叶销售公司。核心团队均由从事多年茶文化学习和对茶艺培训精通的茶艺师组成，服务内容涉及文化、微营销、茶艺培训、茶叶销售等，以对市场的敏锐和强大的专业技能仗剑品牌江湖。

公司地址：安徽省合肥市包河区马鞍山路与太湖路交口绿地瀛海大夏B座804

经营范围：文化交流、品茗会友、茶艺培训、茶叶销售等

公司人员规模：5人



图 1



图 2



图 3 公司活动照片

就业创业建议：

在选择专业方面一定不要跟风，专业没有好与不好之分。首先要选择自己喜欢的专业，选择专业后就一定要加强基本功的练习，任何优秀的作品都需要有扎实的基本功。平常多练习手绘和速写，有助于提高审美能力；基础设计软件也需要熟练和加强，

只有熟悉的操作软件才能实现创意的表达方式。应该顺应时势实操专攻事件营销，娱乐策划，艺术活动策划等，直接以社会实践为课堂进行操作。

关于找工作：

毕业后找工作首先不要眼高手低，应该明确自己的定位，找工作还是找与自己专业相关的行业。不要盲目投简历，投的多了找应聘的就很多，不免会有骄傲自满的心理，会不自觉的对还可以的职位产生不满，会导致失去适合的职位。不要报一种人家要了就去，以后不满意就跳槽的态度，第一步先选择好，免得以后自己做不好的时候不从自身找原因。找一份工作，最少做一年半载是你应该有的心态。不要对公司要求过多，每个公司都可以锻炼人。

创立公司对于有梦想的年轻人来说都是非常向往的，虽然说创办公司来说很容易但也不简单，首先给自己订一个几年的计划，这几年里你要做的是积累你的经验和你的人际关系网，有能力和有人挺你了，人际关系网很铁，你就可以创办自己的公司了，但一定要有几个行业的龙头和长辈挺你，做后盾，不然你很难站稳。

## 2. 优秀校友典型案例——范雨薇



图 4

### 个人基本情况:

姓名: 范雨薇

性别: 女

出生年月: 1992 年 12 月

籍贯: 湖南邵阳

民族: 汉

最高学历: 大专

毕业年月: 2014 年 6 月

政治面貌: 团员

### 美院学习经历:

2011 年 9 月入读湖南工艺美院服装系设计与工艺专业 1103 班

2012年10月担任服装系外联部部长一职

### 就业创业工作经历:

2014年4月-2014年12月“杭州广桥科技有限公司”实习期间担任网络销售。

2014年12月-2017年7月“邵阳彩瑞印刷有限公司”担任总经理

2017年8月 创办『湖南童款科技有限公司』 法人代表 董事长

### 创办公司简介:

湖南童款科技有限公司,位于湖南省长沙市芙蓉区芙蓉中路明城国际中心20楼。公司响应习大大“两办国学”理念,创建“聪聪启蒙国学”项目,以培养孩子对中华优秀传统文化的亲切感为重点,开展启蒙教育,培养孩子热爱中华优秀传统文化的感情。传统文化的教育目的是“完美人格教育”,使孩子们能在传统文化的熏陶之下具备“良好行为规范,高雅审美情趣,质朴道德操守”。

利用“互联网+”技术,将适合幼儿学习的中华优秀传统文化内容,转变为动画故事、国学活动、国学游戏、国学道具及幼儿家庭生活中的具备仪式感的国学知识应用,从而培养孩子对国学的亲切感,培养孩子热爱国学的感情。

经营范围:计算机技术开发、技术服务;信息技术咨询服务;公司礼仪服务;会展业的经营和服务;教育咨询;文化艺术交流活动的组织;文化活动的组织与策划;互联网信息技术咨询;通讯产品、电子产品的研发;文具用品的销售等。

公司人员规模:10人



图 5 公司照片

就业创业建议：

学习设计专业，培养和提高审美能力是非常重要的，审美能力强的人，能迅速发现美。若想学好服装设计，就必须多接触各种艺术门类，让各种艺术的美不断地感染、熏陶，使自我不断加深对美的理解和认识，从而使自己的艺术品味得到新的提升。

关于找工作：

很多时候现实赶不上变化，毕业的时候想着高薪工作，美好的生活，在现实中你会发现很难去实现，摆正心态，不要迷茫的到处投简历，给自己一个明确定位，适合做什么，想要做什么，结合自身优势和劣势，找准工作的类型。

怎么创办公司：

创业是一个梦想，但是创业的道路也是不想象中的那么

简单，首先要具备各种综合的素质。创业要准备项目计划，需要充分而可行性的计划，要有明确的经营范围与核心竞争力，要学会把握事情的本质与企业的命脉。因为理论是用来指导实践的，你没有去实践，没有通过过程的掌握与运用将来那些理论的东西变成你自身的，是难以领悟到创业的真谛的。

创业要明白“你是谁”。创业者往往都不清楚，自己是谁？你想干什么？你适合干什么？你有什么资源？创业者创业之前一定要清楚自己所有的，与你追求的创业目标之前还存在多少鸿沟？还有多少难点？在没有了解自己实际情况下，不要因为一个创意，朋友的一点建议，甚至是一时的冲动，就发誓要创业成为一名成功者。

创业要有团队精神。团队的力量最大，因为人无完人，都存在缺陷，但通过团队与集体的合作，就会达到很好的互补的效果，从而最大程度的减少个人缺点并弘扬团队内每个人的优点。

创业者，一定要不断地思考，总结与计划，只有这样我们才会进步，才能经营好自己的企业。



### 3. 优秀校友典型案例——欧阳攀昆



图 6

**个人基本情况:**

姓名: 欧阳攀昆

性别: 男

出生年月: 1993 年 10 月

籍贯: 湖南娄底

民族: 汉

最高学历: 大专

毕业年月: 2015 年 6 月

政治面貌: 党员

**美院学习经历:**

2013 年 9 月入读湖南工艺美院服装系皮革 1201 班。

2014 年 4 月与本院学员共同组建“湖南工艺美术职业学院凌风

航模协协会”，在此期间担任协会会长一职，负责协会会员的航模设计指导与外来设计制作。

### **就业创业工作经历：**

2015年6月-2016年6月参与“俊雄模具有限公司”参与鞋底设计与2D工程图绘制

2016年7月-2016年8月参与“高慕达鞋业有限公司”设计师外销STEVE、MADDEN、GOMODA、BCBG、M-SHOE.COM、GX等品牌不下于500款外销女鞋设计,并使用AI、Photoshop、CDR制作鞋样效果图

2016年8月-至今参与“地球鞋业有限公司”参与国外唯一一位中国设计师，公司分为品牌和非品牌两大类主要工作根据流行趋势、流行元素、自主创新设计引进新工艺、尝试新材料的试做。设计款式偏欧美风，澳洲、美国、欧洲等风格自主配材料配颜色并注明制作工艺。

2016年8月-至今 创建“启家灯饰雕刻有限公司”参与灯饰结构图设计和外观设计制作，任公司董事长一职

### **创办公司简介：**

中山启家灯饰雕刻有限公司注册于2016年8月，由中山工商行政管理局批准注册，注册资本300万；是一家专注中国灯饰与国外灯饰销售而服务公司。核心团队均由从事多年品牌营销策略夏朵灯饰有限公司合作、创意设计精英组成，服务内容涉及激光雕刻机/ 装修 / 文化 / 电子商务 / 开业 / 视频 / 拍摄等，以对市场的敏锐和强大的专业技能仗剑品牌江湖。

公司地址：广东省中山市横栏镇益辉三路

经营范围：灯饰设计、灯饰雕刻、市场营销策划、摄影服务、包装设计服务等；

公司人员规模：30 人；

公司网址：<https://xiaduo.tmall.com>

#### 4. 优秀校友典型案例——石湘萍

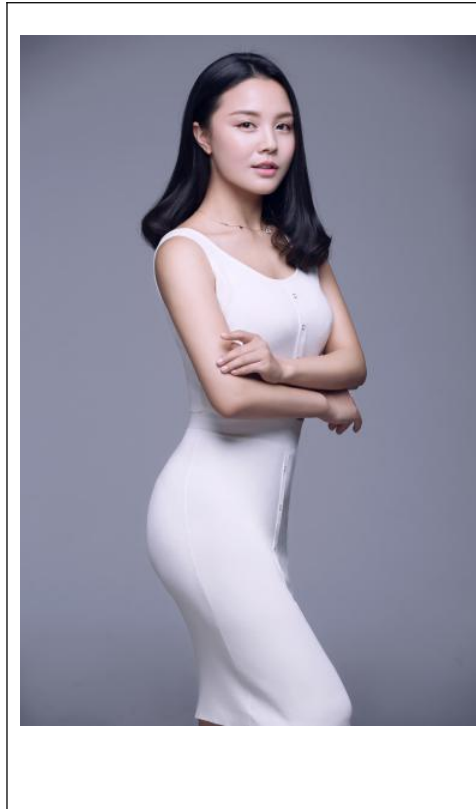


图 7

**个人基本情况:**

姓名: 石湘萍

性别: 女

出生年月: 1990 年 9 月 29 日

籍贯: 湖南辰溪

民族: 瑶族

最高学历: 大专

毕业年月: 2010 年 6 月

政治面貌: 团员

**就业创业工作经历:**

2011 年毕业去往北京发展选择美业

2012 年公司调动到深圳发展 (负责美业技术主管及市场部)

2013 年深圳首次创业（互联网）

2013 年下半年回到湖南怀化发展

2014 年自主创业—2017 创办美容服务公司

### 创办公司简介：

怀化素颜馆美容服务有限责任公司注册于 2017 年 5 月 16 日，由怀化工商行政部门批准注册，注册资本 200 万，是一家专注于美学打造的公司，核心团队均由从业多年的技术精英组成，服务内容涉及医学美肤、半永久定妆、睫毛嫁接、健康管理咨询、仪器仪表、化妆品销售、形象设计、教育培训等，以对市场的敏锐和强大的专业技能叱咤湖南美业。

公司地址：湖南怀化新天地二楼

经营范围：医学皮肤管理、半永久定妆、嫁接睫毛、冰点脱毛、仪器化妆品销售、培训加盟等。

公司人员规模：7 人



图 8 公司团队



图 9 公司团队集训

就业创业建议：

出了学校，关于就业没有正确的选择，只有寻找方法让你的选择

显得更加正确，没有好与不好之分，首先要选择自己喜欢的行业，然后坚持做到专业，努力做出更多扎实的作品，做出品质便拥有品牌。



## 5. 优秀校友典型案例——何福园

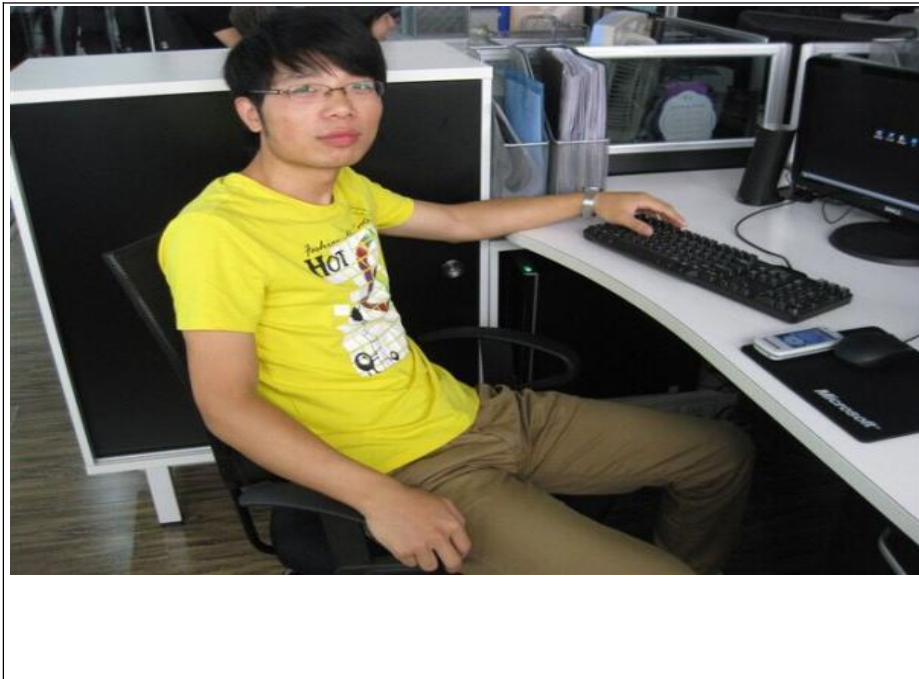


图 10

### 个人基本情况:

姓名: 何福园

性别: 男

出生年月: 1989 年 7 月

籍贯: 湖南 岳阳

民族: 汉

最高学历: 大专

毕业年月: 2010 年 6 月

政治面貌: 党员

### 美院学习经历:

08 年 9 月入读湖南工艺美院服装系 制版 0807 班, 担任班长一职。

## 就业创业工作经历：

2011 毕业后，我在广州一家私营服装公司做设计助理。服装设计不是我的强项，我在校学的是服装制版，但是在制版师的岗位要求非常高，看招聘信息一般是要求 5-10 年工作经验！所以先找了个设计助理的职位，刚进去工资不多 2400 一个月，毕竟还是一位应届毕业生，没有太多的工作经历。在师姐们的帮助下，找工作方面都非常顺利。所以对毕业就业并没有太大的压力。在工作稳定，生活无忧无虑的时候，并没有想过去创业。2011 年 9 月份一次偶然的的机会，我表哥从湖南来广州出差，我们谈到了互联网电子商务。（表哥是 10 年毕业生，他学的是计算机专业，毕业后自己在家全职淘宝。）这一次和表哥见面，是我生活工作的一个转折点。

经过 4 天的思考，和家人的探讨，这一次我终于鼓起勇气，放弃了我的工作，放弃了我的稳定生活，顶着各种压力，选择了互联网电子商务（淘宝网）。2011 年 9 月 28 日向老板申请辞职，10 月 1 日到达杭州，正式开始了我的淘宝创业梦！



图 11 公司照片

2011 年 10 月创建淘宝店：city\_mr（城市先生男装店）当时由我和表哥俩人打理。

2012 年 5 月创建淘宝店：新杭派优雅女装店（女装店）在 2 个人的基础上，增加了 1 个美工兼客服。

2013 年创建淘宝店：turmss（岚岚品牌女装店）职位有：售前客服、售后客服、推广、美工、质检共 5 人。

2014 年，新杭派优雅女装店从 0 信誉做到 2 皇冠，年销售额做到 200 多万。14 年借助淘宝双 11 大型活动，单日销售额做到 10 万+。

2015 年，岚岚品牌女装店，向阿里巴巴互联网电子商务部，成功申请为：淘宝企业店铺。

2016 年，7 月份单月销售额做到 90 万+，在淘宝女装类目第五层级。

## 6. 优秀校友典型案例——王珺



图 12

### 个人基本情况：

姓名：王珺

性别：女

出生年月：1986 年 11 月

籍贯：湖南宁乡

民族：汉

最高学历：本科

毕业年月：2010 年 6 月

政治面貌：党员

美院学习经历：

07年9月入读湖南工艺美院服装系服装设计与工艺专业0705班。

在校期间担任0705班团委书记和系学生会副主席一职。

#### **毕业后的学习经历：**

湖南师范大学服装设计专业本科。

德国汉高企业经理人课程。

企业领袖系列课程。

#### **就业创业工作经历：**

2010年3月-2010年4月浙江义乌神力有限公司实习。

2010年4月-2010年12月在江西创办了经营建材类公司。

2011年3月-2013年12月 湖南鑫鸿公司，担任门店经理。

2013年2月-2015年12月 湖南鑫鸿公司，担任区域经理。

2016年1月-2017年12月 湖南鑫鸿公司，品牌运营总监。

2014年8月 鑫鸿十周年总策划

2016年8月 组织举办第九届全国菲灵大赛。

#### **创办公司简介：**

湖南鑫鸿贸易发品商行成立于2004年8月，主要从事品牌专业美发用品、器材设备、美发工具等品牌代理和销售，并为客户提供技术服务培训及经营管理建议。经过行业13年的洗礼，鑫鸿已是湖南美发行业最大的美发用品供应商，是湖南第一家以优质售后服务带动产品销售的公司，多年来不断引进最新行业潮流及先进理念，会议到会人次多年来一直高居湖南第一，并先后创下一个又一个的行业神话。

目前公司全面服务湖南省客户，在每个地区都与当地优质美发机构有密切合作，并且稳居湖南客户最受欢迎代理商榜首，已与1000家以上美发店面建立紧密合作，我们将会更加优化服务体系，引进更多高品质产品资讯，为湖南美发行业发展做出应有的贡献与努力。

先运营品牌有：德国施华蔻，日本资生堂，德国百思捷唤醒系列，日本菲灵，香港IDA，潮牌可丽秀，卡洛威，碧丝，高端美发项目卡巴尔、养发品牌茛草、恩布洛、雷特高档发廊设备，日本《丝艺》杂志，《行睿》杂志，及专业美发师精致工具等。

公司地址：湖南长沙市开福区湘江中路潮宗御苑C栋40楼，4001室

法人代表：王美玲

经营范围：美发产品，工具，设备，等；

公司人员规模：40人；

公司联系方式：电话（0731-82865579）



图 13



图 14 公司团队

### 7. 优秀校友典型案例——郭永泉



图 15

郭永良，深圳市迪特格工业产品设计有限公司创始人，先后毕业

于湖南省工艺美术大及清华大学美术学院，现任深圳市工业设计行业协会理事，中国工业设计协会会员。

湖南省工艺美院客座教授，工业设计人才就业培训中心客座教授。其主导的设计团队作品曾获红点、IF 等国内外众多奖项，多次接受 CCTV、深圳卫视、南方日报等数十家媒体专访。



图 16





**迪特格首创**  
SAM DESIGN THE FIRST

- 全球500强企业设计服务商**  
Industrial design service providers for fortune 500 companies
- 中国第一家设计作品月销售额超过3.5亿元的设计公司**  
China's first design company sales more than RMB 350 million
- 中国第一家设计作品被中央电视台等数十家权威媒体同时报道的设计公司**  
China's first design company works is broadcast on CCTV and tens of other authoritative medias
- 中国第一家设计作品“立体快巴”荣登美国《时代周刊》的设计公司**  
China's first design company which the design, "three-dimensional fast bus" published in the U.S. "Time magazine"
- 中国第一家设计出货量最大机械设备的设计公司**  
China's first design company designed the largest body of mechanical equipment
- 中国第一家与德国客户合作项目同时获红点、IF双项国际权威大奖的设计公司**  
China's first design company in cooperation with German with project also awarded the reddot, IF dual international awards from design authority.
- 中国第一家与全球最大制造温控和过滤系统--英国思瑞克斯合作的设计公司**  
China's first design company cooperation with the world's largest manufacturer of temperature control and filtration systems - UK Strix Limited

我们竭尽全力做好现有项目，保持与合作方的无缝对接。  
We are making every effort for the existing projects partners to maintain seamless.



图 17

## 8. 优秀校友典型案例——曾燕飞

曾燕飞，男，2015年毕业于湖南工艺美术职业学院陶瓷艺术设计专业陶艺1201班。在校期间和同学在学校大学生创业孵化基地申请门店，经营“致美陶坊”。毕业后来到长沙铜官窑工作，并于一年后创办湖南傲雪陶瓷文化产业有限公司。

2015年3月作品《游侠》陶瓷系列人物在第十届全国陶瓷艺术设计创新评比中荣获优秀奖。2015年作品《孕育》在湖南省第七届陶瓷艺术精品展荣获优秀奖，2015年在首届望城拉坯比赛中荣获二等奖，2016年在醴陵首届陶瓷拉坯技能大赛中荣获二等奖。2016年8月参加国家级技能大师占绍林拉坯技能高级研修班第二期，2016年9月作品游侠在第七届湖南工艺美术精品大奖赛中荣获银奖。2016年10月，在第四届中国非物质文化遗产博览会传统工艺拉坯项目比赛

中获得优秀奖。2017年3月作品“陶瓷——古窑今品”荣获“金凤凰”创新产品设计大赛银奖。2017年4月荣获望城区第二届铜官陶瓷技艺大赛拉坯组三等奖。2017年十一月作品《书法瓷盘》在湖南省第三届陶瓷艺术原创作品设计大赛暨第一届陶瓷书法作品大赛中荣获优秀奖。



图 18



图 19

### 9. 优秀校友典型案例——李义和

李义和，男，2011年毕业于湖南工艺美术职业学院陶瓷艺术设计陶艺0801班。毕业后，从事过陶艺设计、陶瓷销售、陶瓷订制、生产、教学等工作。毕业后积极深造，考入景德镇陶瓷大学陶瓷绘画专业进行研究生学习。

2011年创立景德镇陶韵陶瓷有限公司，主营陶瓷产品设计、陶瓷设计生产销售，直营店2家，生产车间2个。

2016年创立重庆九域文化传播公司，主营陶艺教学、陶艺设备售卖、陶艺产品生产。皮艺体验。木艺体验等手工艺体验，目前在重庆市区直营店3家，联营店7家，合作学校5所。

## 10. 优秀校友典型案例——谭辉

谭辉，男，2010年毕业于湖南工艺美术职业学院动漫设计与制作专业。

2009年正式进入游戏行业，同年9月份正式加入Gameloft《混沌与秩序》项目研发，2010年正式加入益众互联网络科技有限公司，同年10月份成立其子公司天久科技网络科技有限公司专注PC端游戏研发工作《天ONline》，2013年加入豹风网络自主研发手游《黑暗光年》《无尽之门》，2013年12月《黑暗光年》正式运营，2014年7月韩国，台湾，东南亚，南非实现同步运营。2016年成立深圳乐视互动网络科技有限公司。

主要成果介绍：

《混沌与秩序》《隋唐演义 OL》《天 ONline》《黑暗光年》《无尽之门》《魔法泡泡龙》

## 11. 优秀校友典型案例——马俊杰

### 一、个人基本资料

1、姓名：马俊杰

2、毕业时间与班级：2016.5 室工 1301 班

3、公司名称：长沙绘居装饰工程有限公司

4、职务：设计部经理

5、公司地址：岳麓区香麓丽舍 3 楼

### 二、工作经历和所获荣誉

2015-10-2017.6 金煌装饰 设计师

2017.8-至今 绘居装饰 设计部经理

### 三、经典案例作品

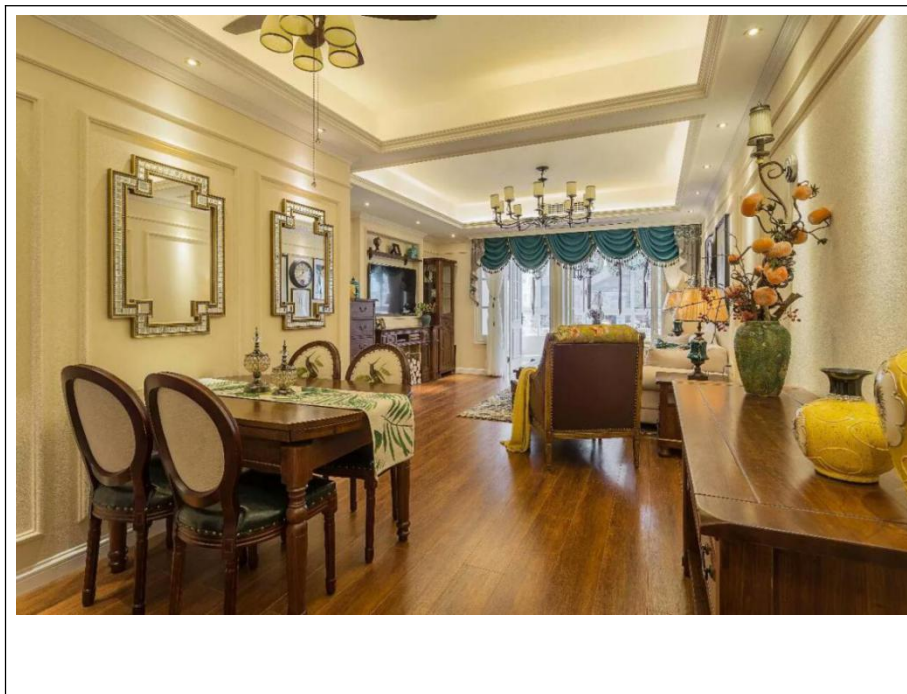


图 20

## 12. 优秀校友典型案例——李亮

李亮，男，2010年毕业于湖南工艺美术职业学院多媒体设计专业。现创办长沙盛泽墨点文化传播有限公司。

部分成果介绍：

长沙市岳麓区《小安大爱宣传片》

长沙市岳麓区学士街道《七一党建 VCR 》

湖南省博物馆湖南各地方言 VCR

湖南卫视 《花儿与少年》参与后期

2015 芒果 TV 《完美假期 》参与拍摄

2015 《湖南卫视小年夜》 参与拍摄

2015 安徽卫视 《超级笑星》 参与后期

2015 年湖南经视《加油小肥肥》参与后期

2015 年 10 月，湖南卫视年度招商推广会摄影摄像

长沙市岳麓区《书香学士宣传片》

长沙市岳麓区含浦街道《含浦之星专题片》

长沙市岳麓区区政府 2016 年《年欢晚会 VCR》

2016 芒果 TV 《明星大侦探 》参与拍摄

2016 芒果 TV 《超级女声》 参与拍摄

2016 江苏卫视《战斗吧男神》 参与录音

2016 深圳卫视《闪亮爸爸》 第一季 参与录音

2016 湖南卫视北上广春季推介会摄影摄像

湖南卫视年度招商推广会摄影摄

浙江江山电视台企业年会 VCR

《点亮明灯 书海同行》公益片

《安得广厦千万间》记录片

《希望》记录片

深圳卫视《闪亮爸爸》 第二季 参与录音

出品网络大电影《未知第三者》筹备中

《坚守的信仰》广告片 《服务，永远在路上》公益广告



图 21 记录片：《希望》农趣谷·新农村·新农民





图 22 纪录片：《希望》农趣谷·新农村·新农民



图 23 纪录片：《“安”得广厦千万间》



图 24 纪录片：《“安”得广厦千万间》



图 25 公益片：《坚守的信仰》



图 26 公益片：《坚守的信仰》

### 13. 优秀校友典型案例——陈立宁



图 27

#### 个人基本情况:

姓名: 陈立宁

性别: 男

出生年月: 1988 年 11 月

籍贯: 湖南怀化

民族: 侗

最高学历: 大专

毕业年月: 2011 年 6 月

政治面貌: 团员

### 入美院前学习简历:

毕业于怀化市会同县三中 美术专业毕业 专业联考成绩超一本线

### 入美院学习经历:

2008年9月就读美大学院皮革设计与工艺专业

### 工作（就业创业）情况:

2011年-2012年 在东莞九宝鞋业开发部担任助理一职（孤独的在埋头苦干学各种制作室的技术和工艺流程操作）

2012-2013年在广州MUX集团旗下做某开发部的设计师一职（结识了很多志同道合有想法的年轻人，最终因与领导思维不一致而离职）

2013-至今在广州丽森鞋业担任开发部经理一职。找到一个优良的平台！在任职同时期间给市场各大品牌（爱诗薇、森琦贝尔、红科、爱米高、欧意等大大小小200多个品牌客户开发款式）

2015年创立潮野工作室，以独立设计高端纯手工定制女鞋为主，箱包为辅，坚持走自己的原风格品位路线！在此同时也力所能及的提供学校每年毕业设计所需型体与鞋材。不为别的，只为美大能出更多优秀设计人才出来！个人的小小口号“优化品质，提升品位、美化祖国每一寸”。

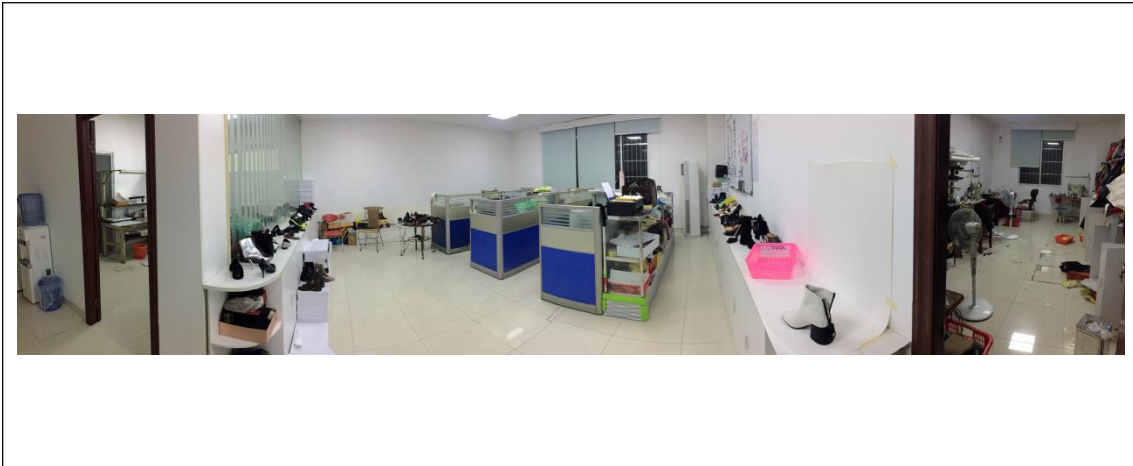


图28 公司开发部（本公司是研发生产一体的模式）



图29 公司生产部

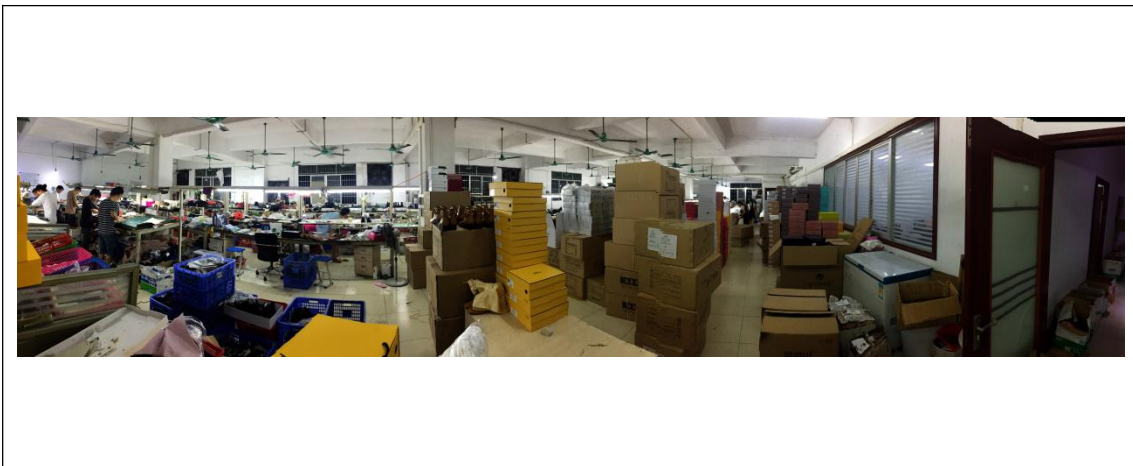


图30 公司生产部



图 31 设计作品



图 32 设计作品



#### 14. 优秀校友典型案例——有木原创

“有木”团队从2015年11月就开始尝试制作木艺首饰，并且小有成就，到2016年5月，参加了我校一年一度的毕业开放周展览，2016年10月，参加“湖南商学院”举办的大学生创意集市，2016年11月，我校创新创业街面向全学校大学生招标，经过层层选拔，我团队有幸成功入住创业街8号店。



图 33 “有木”原创木艺店

“有木”团队主要以经营原创木艺首饰，我们在保存或利用木头自然的形态，纹理，颜色基础上，结合我们的创意或想法加工成一件与众不同的艺术品。我店也接受私人定制，戒指，项链，发簪，烟斗，小物件打磨，抛光等。

以纯手工打造的个性化的艺术创作产品，让材料本身又富有了生命力和思想。它们除了具有本身材料价值外，还具有艺术价值和收

藏价值，一件好的木艺首饰可以表现出人们崇尚古朴、回归自然的心态。



图 34 “有木”原创木艺店产品展示

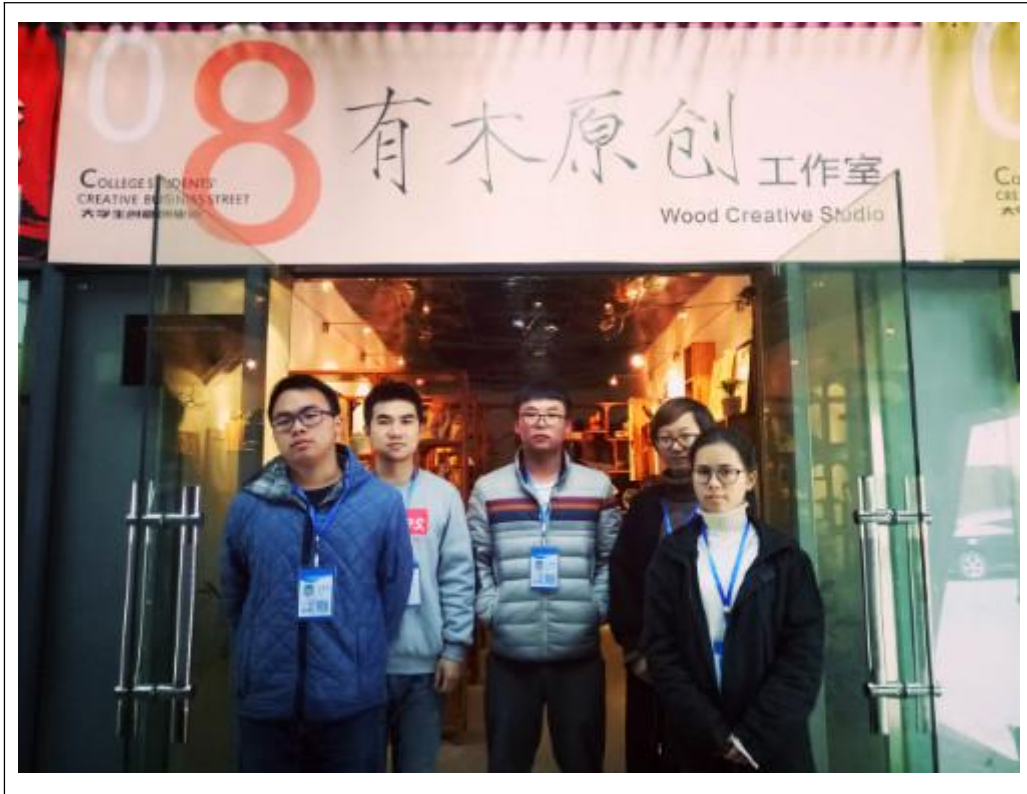


图 35 “有木”原创木艺店团队风采

## 15. 优秀校友典型案例——大匠云集

让艺术进入千家万户！

歌声灯影，繁华一片。每到夜幕降临，秀峰公园，会龙山下总像集市一般喧闹。三五成群的人们，谈论着某某水吧有名，某某餐馆口味独特，某某小店适合拍照……

如果，你认为吃喝玩乐就是美大前门这条栖霞路的全部，那就“图样图森破”了。

从栖霞寺到秀峰湖这条不到 2000 米的栖霞路中段，有一条由美大为大学生创业打造的大学生创新创业街，这里有几家小店，雕琢古老手艺，传承文化薪火，在寻常巷陌里，深藏功与名。

只有走近它们，你才能读懂真正的美大。



图 36 湖南工艺美术职业学院明信片

曾经一段时间“萌萌哒”的雍正火了之后，“卖萌”便成为国内很多景区、文博机构开发文创产品时首选的设计思路。正是这种设计向市场做出的一种“妥协”，同时，文创产品在很长时间里都存在着市场和创意没有很好对接的问题，这就导致很多设计师在设计产品的时候虽然很有创意，但设计出来的产品在市场上推不出去，因为没有很好地引起消费者的共鸣。这时候文创产品设计的出现，把市场性操作起来了。



图 37 “大匠云集”创意工作室

“大匠云集”文创产品设计工作室的创业团队从一开始的一群有共同兴趣爱好的、来自不同专业的、又同在一个社团工作的在校生聚

合而成。在通过湖南工艺美术职业学院创新创业教育学院的创业导师系统化的指导后，原本只是因为一些爱好和兴趣，并没有直接面向市场的项目，考虑到文创产品最终需要由作品变为商品，由商品展现其市场文化价值的现实意义，于2016年参加了由学校举办的第三轮创意创业街项目遴选中脱颖而出，向学校免费提供给有创业梦想的学生申请店铺走实体创业的模式。



图 38 团队负责人王虎向顾客介绍产品

大匠云集在经过长期的设计经验的积累，并深入客户人群中进行调研，会分阶段，分类别，分形式等多样化的对接市场进行文创产品设计，这类设计产品所要求的无论是设计能力还是设计敏感度、品质，都可以稍微低一些。因为市场需要这种亲民类型的文创设计。

同时，处在美大这么一个设计艺术资源丰富的院校，每一个学艺术设计的大学生都有自己独一无二的想法、独一无二的创意，然后因

为他们是学生，他们缺少展示的平台，很多创意缺乏与市场对接的机会。这时，大匠云集工作室也可以作为学院派作品的中介服务平台，让设计除了伴有艺术性的创作之外，更好的能为生活和商业服务，同学们想走入市场的优秀作品可以在那进行销售，也让学生在艺术设计的学习中让一部分作品可以通过这个平台了解市场的需要，最终让艺术进入千家万户！

## 16. 优秀校友典型案例——定未手创

### 一家可以定制生活的湘绣店

说到湘绣，是带有鲜明湘楚文化特色的湖南刺绣产品的总称，是勤劳智慧的湖南当地劳动人民在漫长的人类文明历史的发展过程中，精心创造的一种具有湘楚文化特色的民间工艺。

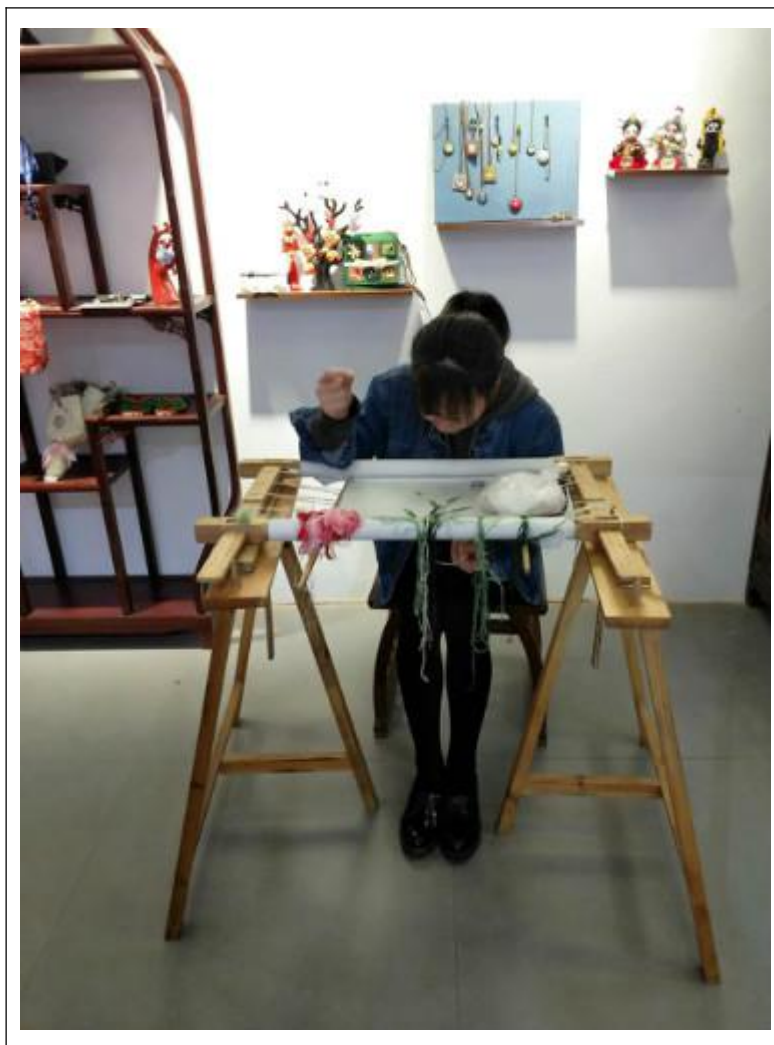


图 39 湘绣现场制作

团队的经营方向是关于刺绣方面的商品。纯手工制作的刺绣饰品，比较受现在年轻人喜爱，将刺绣工艺与现代流行相结合，不再是一成不变的刺绣，传统刺绣的再一次创新是我们的目标。同时也接受大幅刺绣产品的定制，随着现在传统工艺的崛起，越来越多的人喜欢



上了湘绣这样的手工艺，在自己的家里挂上一副湘绣制品，家里的整个格调就会变得不一样，现在更多人追求的是一种生活环境的优雅舒适，让生活环境变得更加多彩！定未手创旨在让名绣更贴近生活——你给图我们来绣，每个人都是生活的魔术师！



图 40 定未手创的团队成员

## 17. 优秀校友典型案例——致奢致美

### 人物形象设计工作室

怎样在求职人海中，给面试官留下成功的第一印象？

怎样在一场重要会议、洽谈中体现公司的良好形象？

怎样在聚会中脱颖而出？

怎样在相亲时给对方留下美好的印象？

怎样在婚礼上成为最美丽的新娘？

.....

美丽的形象离不开设计，人们对自我形象的关注标志着一个国家和民族的经济实力及文化发展的水平。我们的服饰体态也能展现出我们的经历，而第一印象的形成往往是由视觉形象来完成的。如何用得体的、悦目的形象来表达自身最佳的外在，是很多人都期待的。所以，市场在呼唤具有较高专业素质的人来帮助人们展现出更美的形象。

“致奢致美”人物形象设计工作室做到了！如何做到了？



图 41 人物形象设计案例

“致奢致美”人物形象设计工作室在从开业至今的经营中感染了一批又批的人。这些人是工作室彻底解决女士改变形象的梦，除了简单的化妆到包括学会优雅礼姿、服装色彩搭配技巧、风格和个人色彩困惑、发型妆容困惑、衣橱困惑、内在素质提升、乱买乱穿乱搭的现象都将不复存在。

这些是因为“致奢致美”创业团队用新思维，新时尚，新系统落地性、实战性、实用性、完善性打造的服务系统，用色彩、性格、眼睛、体形、服装、内在素质与人结合一体来完善我们的个人形象设计。



图 42 创业团队负责人王卉

来自于湖南工艺美术职业学院形象创意 1501 班的王卉，在大学期间曾做过有关销售方面的兼职工作，大一开始在大学生创新创业街由学姐创业的工作室参与人物形象设计，对相关店面流程有着丰富的经验和突出表现。有较强的领导能力、专业水平和创业所具备的吃苦耐劳精神。



图 43 经营中的店铺

作为创业带头人，敢于创新，头脑灵活，思维敏锐，具有独特想法，乐观自信且积极向上。她和她的创业团队秉承形象即社会公众对个体的整体印象和评价，形象是人的内在素质和外形表现的综合反映的理解。以人作为服务对象，以改变人们由内至外的“致奢至美”的最终目的。

## 18. 优秀校友典型案例——“私铺”皮具

手缝皮具是一个耐心细致的工作。有人说，喜欢手作，是因为手作是一件很私人的事情。只要自己做就好。甚至不用和人打交道，也无需和谁交代。不过，“私铺”的团队成员们却对手作有着另外的期待，“对于陷入网络生活的现代人来说，手作是一种完美的体验式的慢生活，可以将他们拉回现实中，而且很多经过特别设计的作品，都可以在空间中得到完美的展示。这对现在设计界流行的产品空间化也是一种提升。”

“私铺”手工皮具工作室是由三位服装系箱包专业的女生创立。三人合作筹划工作室源自对手工皮艺的热爱和未来发展的憧憬，在专业知识相对稳固的情况下，并且有着一样的创业方向，一致决定创办一间以纯手工私人订制为主的皮具工作室。



图 43 店铺实景



图 44 现场制作现场销售

“私铺”团队将学习用到工作中，体验到的不仅是创业的乐趣，更加是将皮具手工艺进行传播并结合时尚元素运用到日常生活中的一种快乐和成就感。

“私铺”团队除了运营好本店外，还积极参加学校举办的各种活动，同时也带领喜欢手作的同学一起进行手工制作。在经营上，认真做好每一位客户的订单，无论款式大小，都以打造手工皮具第一品牌为核心。从选材上面，细致到每一块皮革，每一根拉线都会亲自挑选，并选出最佳位置进行剪裁制作。最终交到顾客手中的成品是手作人经过无数次讨论并精心制作出的样貌。



图 45 制作现场



## 19. 优秀校友典型案例——红葛陶艺

“红葛陶艺”创办于2017年下半年，团队成员3人，三名成员分别来自陶瓷艺术设计、数字艺术、多媒体设计与制作专业，经过团队的奋斗与努力，“红葛陶艺”于2018年5月入驻湖南工艺美术职业学院大学生创业孵化基地2号门面正式营业。

“红葛陶艺”秉承“传承、创新、保护非物质文化遗产羊舞岭窑”的宗旨，以“设计创新”为经营理念，以“让非遗进入寻常百姓家”为经营目标，充分利用自身所学的专业优势和个人特长，为打造非遗陶艺艺术产品销售，非遗陶艺艺术教育，推动非遗保护传承融入生活，成为真正具有益阳地域文化特色的创意陶艺店。



图 46

“红葛陶艺”现已入驻湖南工艺美术职业技术学院创业街2号店铺。“红葛陶艺”团队主要成员有：刘佳、麻雯雯、曾熙敏  
目前团队运营情况：

现已成立一家公司——益阳市高新区红葛陶艺有限公司

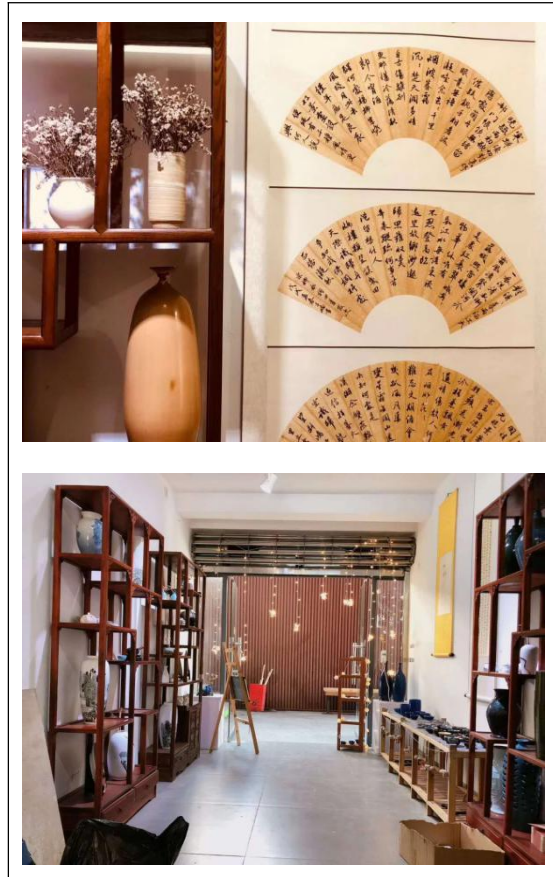


图 47

主要三个经营内容：

1. 红葛非遗羊舞岭窑日用瓷(黑釉茶盏、餐具、茶饼盖碗)
2. 红葛非遗釉下五彩瓷培训(美术培训、手工艺培训)
3. 红葛非遗羊舞岭窑传承工艺的培训及推广(国画、书法、雕刻)

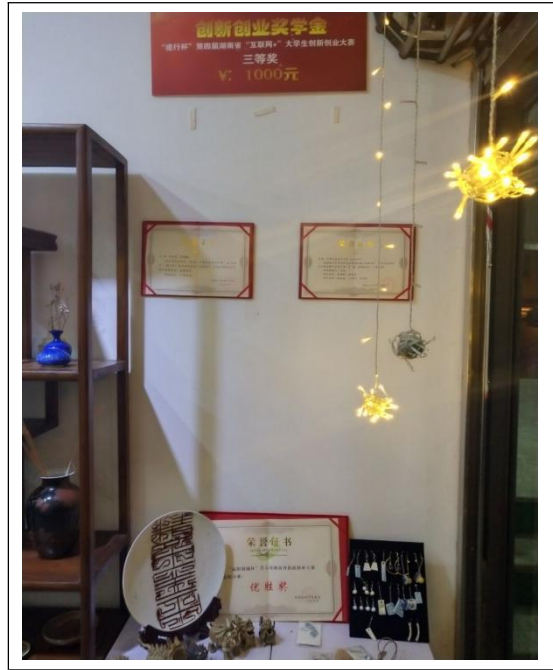


图 48

从开店到红葛陶艺已经注册了公司，团队以“红葛陶艺基于羊舞岭窑传承艺术项目”参加了“益阳市银城杯”第五届湖南省创新创业比赛，并且获得了3万元的创业基金扶持以及“互联网+”创新创业大赛第三名，团队将持续的完善该项目，争取明年比赛拿到更好的名次。暑假的时间团队与《益阳羊舞岭窑有限公司》进行了产品代销合作、与《湖南醴陵鑫官窑有限公司》进行了厂商批发合作。经实地考察，也与《醴陵瓷谷DIY体验中心》进行了陶艺培训班合作。

## 20. 优秀校友典型案例——逸美工作室

“逸美工作室”于2017年下半年正式成立，隶属于湖南致新名创信息科技有限公司，目前团队成员9人，于2018年5月入驻湖南工艺美术职业学院大学生创业孵化基地1号门面正式营业。



图 49

“逸美工作室”秉承“科技、创新、服务为宗旨，以“服务中小企业科技创新发展为经营理念，以“技术革命新商业、以数据赋能新零售”为经营目标，充分利用自身所学的专业优势和个人特长，为打造智慧城市智慧校园发展做贡献，服务中小企业，推动特色产业和发展新农业线上线下业务、展示与销售，成为真正具有代表性的科技创新企业。

### 1. 主要经营内容：

微信小程序开发与定制、视觉设计与制作、网站开发与定制、app 开发

### 2. 经营范围：

互联网和大数据技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让

人工智能应用技术的研发、代理、销售

云管理服务、区块链技术的开发及应用

信息传输技术的研发及技术推广

电子商务平台的开发与建设

企业形象策划与设计

文化活动合作与推广

设计制作发布广告与商标代理服务

## 21. 优秀校友典型案例——李家耀

李家耀 男 1999 届毕业室内设计专业毕业生。

国际商业美工师

深圳市室内设计师协会会员

中装协注册室内设计师

国家注册高级室内设计师

深圳杰出优秀设计师

广东省装协设计委员会专家委员

2004 年创办世纪名典装饰工程有限公司

世纪名典装饰工程有限公司首席设计总监

世纪名典装饰工程有限公司深圳公司首席设计总监

世纪名典装饰工程有限公司深圳家耀盛世创作院艺术总监。

2005 年在首届中国深圳室内设计文化节被授予“中国深圳优秀设计师”

2006 年在第二届中国深圳室内设计文化节被授予“中国深圳杰出设计师”

2006 年年会被授予“深圳年度优秀设计师”

2006 年年会被授予湖南省十大杰出设计师

近年内设计作品：

深圳龙岗公园盛世（罗马公园第三期）2 套样板概念房设计（2007 年 10 月）

中山三角大喜商业广场（2007 年 10 月）

深圳南山南新荔园售楼部、4套样板房设计（2007年9月）

圣莫丽斯别墅（2007年8月）

惠州“富龙翡翠欧庭”会所、售楼部、电梯大堂、电梯间和9套样板房设计（2007年7月）

深圳华侨城某别墅欧式风格作品被《世纪商会》选登（2007年7月）

应邀出席“2007室内设计流行趋势发布会”（2007年5月）

深圳“城市风尚花园”会所、电梯间和6套样板房设计（2007年5月）

和兴花园四期顶层三层复式（2007年4月）

深圳沙河高尔夫别墅欧式风格作品被《世纪商会》选登（2007年4月）

深圳龙岗贸工局办公空间作品入选“06年度荣誉作品”在湖南会堂展出，同时获得湖南省十大杰出设计师（2007年2月）

中国检验检疫局深圳大工业区办公大楼和罗马公元作品入选“06年度荣誉作品”在深圳市中心展出，同时获得年度优秀设计师（2006年12月）

东方沁园顶层尖顶复式（2006年11月）

华侨城别墅作品及罗马公元作品被《香港家居之友》“名门贵族·至尊豪宅”选登（2006年9月）

中国检验检疫局深圳大工业区办公大楼作品参展“深圳第二届室内设计文化节”优秀作品展被授予办公空间类铜奖、深圳华侨城某别

墅欧式风格作品住宅类金奖及深圳沙河高尔夫别墅欧式风格作品优秀作品奖，并在深圳园博园展出（2006年7月）

深圳龙岗龙城国际花园4套样板房设计（2005年12月）

深圳碧海云天别墅作品参展“2005中国深圳首届室内设计文化节”，优秀作品“在深圳关山月美术馆”展出，并获得住宅类佳作奖和优秀奖及优秀设计师（2005年4月）

擅长欧陆风格、欧洲罗马式、欧洲巴洛克式、欧洲洛可可式、欧洲新古典式、地中海风格、现代风格、后现代风格和现代中式风格，拥有非常丰富的设计经验和成功案例。



## 22. 优秀校友典型案例——邓敏

邓 敏 男 1993 届包装装潢专业毕业生

现任深圳市安星装饰设计工程有限公司总工程师

1993 年 7 月-1996 年 3 月惠州港艺装饰工程有限公司，任设计师

1996 年 3 月-2001 年 2 月深圳市长城家俱装饰工程有限公司，设计师、项目经理

2001 年 3 月至今深圳市安星装饰设计工程有限公司

2001 年 3 月-2005 年 12 月项目经理职务

2006 年-2007 年 7 月任工程部经理（兼任公司技术负责人）；

2007 年至今任公司总工兼任公司技术负责人）。

主要承担过的项目：

1. 1998-1999 年沈阳万豪酒店装饰工程 面积 7200 平米，工程造价 3 个亿。

2. 新疆克拉玛依市独山子天利高新开发有限公司办公大楼装修工程，工程面积 11000 平米，工程造价 2400 万。

3. 徐州徐工科技办公大楼室内外装修工程，工程面积 5000 平米，造价共 980 万。

4. 中国平安观兰金融培训基地，建筑面积约 7 万平米，装饰工程造价 1 亿元，机电安装 1800 万元。2005 年中国平安观兰金融培训基地被评为“金鹏奖”，“省优工程”及装饰行业最高奖“国优工程”

2006 年参加全国建设部一级注册建造师统一考试，并取得了一级注册建造师资格资格证书

2007 年取得了注册高级室内建造师资格证书

### 23. 优秀校友就业典型——李路城

李路城 男 2014 届室内设计毕业生

毕业班级：工艺品设计 1101 班

所学专业：工艺品设计与营销

现从业岗位及职务：公司法人

现供职单位：益阳尚艺雕塑有限责任公司

主要事迹：

2014 年从工艺美院毕业后一直跟随导师，实践学习了大小项目 8 个；

2016 年作为项目经理参与中国文化风水文化馆艺术品设计制作；

2017 年 8 月成立益阳尚艺雕塑有限责任公司

2017 年，承担南轩书院部分艺术设计制作；

同年，承担烂泥湖治理工程纪念馆、益阳赫山名人馆、赫山民俗馆全部内部展览展示设计制作。



## 24. 优秀校友典型案例——张声沁

张声沁 男 1996 届室内设计毕业生

2000 年—2003 年创办湖南佰川数码科技有限公司，出版中小学教学资源库软件全套，面向全国发行。

2005 年，与合伙人创办长沙市齐翔广告有限公司，现已成为长沙市知名广告、商业地产策划著名品牌。为长沙市商业银行、财信投资、中国联通等长期做品牌推广。

2007 年自创长沙市齐翔广告有限公司，为广东商会理事单位、中国策划机构二级资质单位。齐翔广告已为 100 多家客户提供了整体品牌设计与顾问，成为中国企业品牌视觉设计行业中最具势力的创新力量之一。

## 25. 优秀校友典型案例——何卫辉

何卫辉 男 1994 届日用品造型专业毕业生

曾在中色二十三公司装饰分公司任设计师，2001 年自创壹河装饰工程有限公司，任总经理。获株洲市室内设计大赛一等奖、装饰作品大赛三等奖等奖励，设计的经典项目有：

株洲“大佬食堂”装饰工程

长沙“博僖楼”装饰工程

株洲“云水潇湘足浴城”装饰工程

株洲电厂展厅装饰工程

株洲电厂核心一体化办公室装饰工程等

26. 优秀校友典型案例——谢铁辉

谢铁辉 男 2004 届室内设计专业毕业生

中国室内装饰协会会员

湖南省设计设计委员会会员

现在湖南长沙美迪建筑装饰工程有限公司，经理

设计作品多次刊登在湖南《柒天》杂志、湖南《长沙晚报》、《潇湘晨报》

2006 年欧神诺杯家居类铜奖

## 27. 优秀校友典型案例——艾献诗

艾献诗 男 1999 届室内设计专业毕业生

毕业当年即前往广州发展，曾就职于广州艺谷组装饰设计有限公司、广海房地产设计部、优美设计工程公司，分别任设计师、主笔设计师、设计总监等，2006 年自创鹏大装饰工程有限公司后，负责设计施工了深圳诺普信办公楼、深圳南方酒店 KTV 设计、梦想飞扬 KTV 工程设计等项目，以超时空的想象和跳跃的设计思维获得业内好评，作品获“中国室内设计大奖赛优秀奖”。现为中国建筑学会室内设计分会会员。



## 28. 优秀校友典型案例——阙延辉

阙延辉 男 1998 届室内设计毕业生

1998 就职于深圳龙腾装饰公司任设计师、2000 任设计总监

2003 年东莞市钜匠装饰有限公司长安分公司总经理

2007 年创办石园画廊

设计了上百套家庭装饰工程

设计施工了东莞市东城区夜秀谷酒吧、东莞市东城区世博广场凯歌 KTV 大、中酒吧、夜总会。

## 29. 优秀校友典型案例——陈 哲

陈 哲 男 1993 届包装装潢设计专业毕业生

2000 年获得人事厅颁发的高级室内设计师证，现供职于常德市华远装饰有限公司，任华远装饰设计总监。“中庸风格”的倡导者，致力于将中西居住文化完美糅合，形成了“和谐”、“统一”为特色的独特风格。设计匠心独具、创造力丰富，所设计的作品创意新颖、手法独到，打造了诸多宜居致美的生活空间，是极具本土人文风范、备受业主青睐的设计专家。在省内外室内设计行业享有一定声誉。

### 30. 优秀校友典型案例——方 园

方 园 男 1991 届 日用品设计专业毕业生

1994 年广东南湖乐园设计部——95 年任经理.

1997 年广州科技报电子工业部经理.

1998 年—2003 年深圳市冠厦地产装饰部经理.

2004 年自创创业深圳市南洋装饰设计有限公司.

2005 年自创深圳市南洋装饰设计工程有限公司湖南分公司，其经典设计项目有“喜来登酒店室内设计”、“建设银行山西太原分行室内设计”等。

拥有两地两个公司的方园在专业设计和公司发展上正如日中天。

### 31. 优秀校友典型案例——成 胜

成 胜 男 2002 届 装潢艺术设计专业毕业生

2001 年就职于海邦广告/中南广告/鲜意传媒；

2003 年 3 月至 2006 年 7 月任北京盛世报堂文化传媒有限公司&深圳盛世报堂广告传播有限公司-设计部经理；北京《运输经理世界》杂志社-美术总监；

2006 年 8 月自创福建南平市西成广告有限公司并任总经理兼设计总监。作品在很多竞标和多项比赛中入选及获奖，并由专业杂志、年鉴、网站等多个媒体收录。

西成是一家新锐的视觉设计及品牌形象顾问公司，致力于品牌识别设计、平面印刷品设计、品牌&公司网站建设等设计服务，并正在努力发展成为品牌研究、品牌创建、品牌沟通、推广及品牌管理的专业顾问广告设计公司。

西成秉承成立以来坚持的“度身定做”的理念，西成为富有远见卓识的优秀企业，创作体现品牌气质、卓有市场实效的设计。西成从市场和客户的双方需求着手，糅合当代视觉美学及推广策略，发掘(定义)品牌的内在气质，从而创造出合适且独到的视觉形象，拓展市场空间、积淀品牌价值。

西成广告总经理/设计总监 <http://www.xichengAD.com/>

网易学院特聘教授

<http://tech.163.com/06/0621/14/2K58FV5F000915AH.html>

入选 DDC 中国锋-中华设计师风采

<http://www.ddc.com.cn/news/article.php/3659/>

其作品曾收录于：

设计艺术家-<http://www.chda.net/>-设计展览

网易学院-<http://tech.163.com/>-特聘教授观点

DDC 传媒-<http://www.ddc.com.cn/>-中华设计师风采

DEDS 深度-<http://plane.deds.cn/>-人物团队

红动中国-<http://bbs.redocn.com/>-实力派证明

4A 酒吧-<http://www.4a98.com/>-设计欣赏

### 32. 优秀校友典型案例——雷飞林

雷飞林 男 2004 届室内设计专业毕业生

2004 中山丽思装饰实习

2005 在长沙天功装饰任设计师

2006 曾先后任中国六建（粤）主笔设计师、东莞明辉装饰任首席设计师

现就职于东莞大宅门装饰公司，任主任设计师

设计理念：以实用，以适合为美；用最恰当的设计表现最适合的室内空间。

代表案例：樟木头帝雍园别墅小区、东莞金月湾花园、常平医药大厦、常平袁山贝自建别墅、樟木头宝山自建别墅等成功个案。

### 33. 优秀校友典型案例——冷小舟

冷小舟 男 1999 届室内设计毕业生

2000 年南下广州，先后就职于东莞装饰公司、东莞盈盖装饰公司

2003 年自创东莞市人本装饰有限公司

东莞市人本装饰工程有限公司是一家站在装饰行业最前沿的专业从事住宅、别墅、商铺、酒店、写字楼、厂房等设计施工企业。秉承“口碑相传、永续经营”的经营理念，通过服务创新、技术创新的经营手段，使人本逐步走向规范化的快速发展道路。坚持‘以人为本’的企业精神，以优秀的设计、严格的管理、精湛的工艺、真诚的服务为客户提供更好，更快，更优质的装修服务。

### 34. 优秀校友典型案例——李 立

李 立 男 2006 届室内设计专业毕业生



### 35. 优秀校友典型案例——刘 芳

刘 芳 女 2006 届公共环境艺术设计专业毕业生

二人在校期间专业能力强，具有很强的表达能力和沟通能力，是班上的佼佼者。毕业后，两人决定就地发展，同时到益阳美迪装饰设计公司进行应聘，被公司破格录用，在工作的第一个月就参与益阳宾馆的设计与施工，为公司创造近 20 多万元的纯利润，在益阳工作近一年后前往广东惠州工作，2007 年 3 月两人返回益阳创建艺美装饰设计工程有限公司。现在公司每月创造了利润近达 16 万元，同时安排了我院毕业生方赛等 4 人就业。并长期与我院签定了校企合作协议书、校企实训基地协议书、和订单培养协议书，还定期为我院大二、大三提供实习岗位。

### 35. 优秀校友典型案例——李 政

李 政 男 2000 届室内设计专业毕业生

曾就职于深圳孔武企划设计公司、坐标展示设计公司任主任设计师

现任深圳杰信企划设计公司主笔设计师。

主持设计过多个大型家具企业，商场的形象设计包装，其中 05 年 9 月设计的“成都中山家私”获成都国际家具展展位设计类铜奖，蓝图家具展位设计获 05 年济南国际家具展展位设计类铜奖，台湾先驱家私展获 05 年 8 月深圳国际家具展展位设计类银奖等国际家具展示设计大奖。

### 36. 优秀校友典型案例——廖勇峰

廖勇峰 男 1996 届室内设计专业毕业生

1996—2001 年任宁乡县自来水公司团总支书记、办公室职员

2001—2002 年创办人和电脑设计工作室

2002—2005 年合伙创办宁乡金涛策划设计机构

2005 年注册成立长沙市卓都品牌策划设计有限公司

创办人和设计公司和金涛策划设计公司成为本区域首要专业品牌，专业为加加集团、圣得西、忘不了等品牌专业形象设计。2005 年注册成立卓都品牌策划设计公司，专业从事房地产营销代理销售，先后为“金阳光在线”、“天剑华城”、“沙河新城”、“滨江都市明珠”等楼盘的全程营销推广、营销。

### 37. 优秀校友典型案例——刘 利

刘 利 女 1999 届室内设计专业毕业生

99 年—2001 年，深圳市静英装饰工程有限公司绘图员

2002—2007 年 5 月，深圳市博丽雅设计装饰工程有限公司

2007 年 5 月至今，自创工作室

经典设计有：

民润市场设计、云南别墅、汕头别墅设计、深圳供电局办公楼室内配套设计等。

### 38. 优秀校友典型案例——刘隔五

刘隔五 女 2002 届室内设计专业毕业生

2002 年深圳居众总部设计院设计师

2003 年深圳自由空间装饰设计公司主笔设计师

2004 年至今常德市华远装饰有限公司首席设计师

获得国际建筑装饰室内设计协会、香港设计学院等室内设计专业认证。先后在深圳几家大型企业‘装饰设计院任职，现任湖南省华远装饰企业首席设计师。

推崇“舒适才是一个家首要的选择，而不是设计的突出、抑或是显摆，设计应该是自然融入”的设计理念，设计以现代化风格见长，敢于突破创新，尝试新手法，设计风格各异，各不雷同。其作品清新、简约，时尚、前卫、温馨、浪漫，高贵、典雅。空间掌握能力非凡。经典设计有：深圳证卷大厦办公室、星河国际红树东方等家庭装饰、常德金色晚岛别墅、九重天花园、鸿鑫城市花园、芙蓉花园、都市别墅等。

### 39. 优秀校友典型案例——刘光辉

刘光辉 男 1997 届室内设计专业毕业生

1998 年——1999 年完成岳阳粮都宾馆（三星级）的设计和监工。

1999 年来深圳，在家装设计公司从事家居、别墅、写字楼、店面、酒楼等设计和监工。

在深圳一直从事专业室内设计工作、工程作品刊登过《装潢设计》、《装点》等设计杂志、主要作品：深圳香榭里样板房、合肥金地国标样板房、深圳城市山谷别墅、深圳锦锋·森邻营销中心及样板房、深圳五洲星苑样板房、深圳罗湖网球俱乐部、中信明思克航母展厅、深圳贼拉好、深圳安天民、深圳四姐妹、等多家连锁餐厅设计和施工。

#### 40. 优秀校友典型案例——刘贵龙

刘贵龙 男 1999届室内设计专业毕业生

#### 41. 优秀校友典型案例——杨 林

杨 林 女 1999 届室内设计专业毕业生

2000 年曾在外商企业做设计工艺品

2003 年，任广东星艺装饰公司主笔设计师

2003 年 9 月，夫妻二人创办零点设计装饰公司任设计总监

二〇〇三年九月自创零点装饰设计工程有限公司，组成了设计、施工骨干群体。是一家专门从事装饰装修设计、施工的新型企业。在设计上，零点采用设计小组的形式为客户提供更高质量的设计方案；在施工上，零点实行“零缺点”的目标管理模式，确保工程质量；成立专门市场服务部，以提高服务质量。在短短四年的时间里，零点以“一个工程，一套样板”的经营理念，已经为千余个家庭及企业提供了优秀的装饰设计、施工服务，年业务量达到 5000 余万元。



#### 42. 优秀校友典型案例——刘稳顺

刘稳顺 男 2002 届室内设计专业毕业生

2002-2005 年曾就职于北京阔达装饰责任有限公司任首席设计师

2005 年至今自创长沙市天盛装饰工程有限公司任总经理

天盛装饰公司, 定位室内外建筑设计、施工、全方位的服务。2005 年完成长沙市岳麓区交警大队办公楼设计方案。2006 年完成浏阳报社大楼整体项目, 及近几年完成多套长沙商品楼盘: 嘉逸名庭、润沁园、锦绣家园、水云间等住宅设计施工项目。

### 43. 优秀校友典型案例——刘 炼

刘 炼 男 1996 届室内设计毕业生

1996 年就职于全国广告五十强企业长沙市美术广告公司装饰分公司。2001 年开始开展个人事业，成立了个人设计工作室。2005 年初加盟长沙艺筑装饰公司，任首席设计师，为中国建筑装饰协会会员。

倾向以简约手法表达个人对艺术和生命的追求，同时又尝试引入不同文化背景和特色做崭新演绎，为每一个室内设计项目带来深度和更丰富的视觉效果。“为空间注入生命，为生命缔造空间”是他矢志不渝的追求。

个人曾主持设计、施工的主要项目：

公共类：长沙市商业银行华龙支行营业大厅、多功能厅长沙市路灯管理所办公大楼湖南宾馆多功能厅及 KTV 包房长沙市“培罗蒙”营业厅长沙市“鲍鱼·圣汤”火锅大酒楼常德市武陵区政府办公大楼

住宅类：长沙市圣爵菲斯、梦泽园、王府花园、名都花园、泰时花园、富湘园、省铁路宿舍、八方小区、银宏小区、同升湖小区、雍景园、世嘉国际华城、王府井小区…等

荣获的荣誉大奖：

2002 年第二届“欧典杯”全国居室装饰大赛银奖

2003 年长沙市家装设计大赛十大金奖之二

2004 年湖南省第四届“弗丽可”杯家装设计大赛银奖

2006 年中国第六届室内设计大赛银奖（湖南地区最高奖项）

2006 年长沙市创意家庭大赛金奖

2006 年湖南省第六届“百姓杯”室内设计大赛银奖

2006 年评为全国优秀室内设计师

#### 44. 优秀校友典型案例——欧定银

欧定银 男 94届室内设计专业毕业生

广东省惠州市六维天正装饰设计有限公司 任专家设计师

#### 45. 优秀校友典型案例——魏新军

魏新军 男 1994 届室内设计专业毕业生

1997 年 09 月—2000 年 09 月任湖南省楚源美术学校班主任兼美术老师。

2000 年 09 月—2005 年 09 月任湖南省楚源美术学校教导主任。

2005 年 05 月—2007 年 10 月任六维天正装饰博罗设计中心设计总监。

46. 优秀校友典型案例——鲁明琴

鲁明琴 女 2003 公共环境艺术设计专业毕业生

2006 就职于台湾全锦室内设计任设计助理

现就职于深圳市居众装饰设计工程有限公司任主笔设计师

黄江金士柏山雅居装修工程

金椅豪园雅居装修工程

樟木头香樟绿洲雅居装修工程

新世纪华庭雅居装修工程

#### 47. 优秀校友典型案例——唐 翰

唐 翰 男 1997 届室内设计专业毕业生

1998 年自创广东省惠州市六维天正装饰公司

六维天正装饰设计工程有限公司，是惠州市本土专业装饰公司。由多名在建筑艺术、环境艺术、室内设计、建筑施工管理、装饰装潢施工等方面获奖的专业人才组建而成，技术力量雄厚。专业从事家居、别墅、写字楼、商场、酒店、宾馆的装饰设计、施工一条龙服务。

在惠州市专业装饰市场演达片区三环装饰城六楼，办公面积 500 多平方米。拥有大型电脑设计室、大型会议厅、电教室、效果图投影厅、主笔设计师设计专区、精品设计展示厅。并于惠州装饰界率先成立了“王牌设计专家组（T·O 设计中心）”和“天正装饰设计展示厅”。

在装饰行业中率先垂范，大力提倡和推广“绿色装修”，带头签署了“绿色装修”联合宣言。2001 年被评为惠州市“消费者委员会推介单位”。2003 年 8 月成为“惠州市质量信用平台推介企业”。2004 年 3 月被评为惠州市十佳优秀装饰公司。2004 年 5 月被惠州工商局评为 2003 年度惠州市唯一一家“重合同·守信用·先进装饰企业”。2005 年 1 月通过 ISO9001—2000 国际质量体系认证。

公司有多套样板房可供业主随时参观。自 2000 年获得“东湖杯家居设计大赛一等奖”以来，先后与各地产公司合作了大量的样板房及作了大量的家居装饰精品工程。与隆生地产合作开发了东湖花园样板房；与金宝集团合作开发了江畔美景台样板房，金宝山庄别墅样板

房；与德威房产合作开发了精装修房、金旺彩蝶轩样板房、金碧花苑样板房；与泰豪实业合作开发了升平苑样板房；与金世界装饰公司合作开发了金世界花园精装修房；与金裕房地产合作开发了金裕碧水湾样板房；与达利房产合作开发了金典故事小户型样板房；与帝景实业合作开发了教师新村样板房；以及金山湖别墅样板房；惠东南湖花园样板房……



#### 48. 优秀校友典型案例——李全辉

李全辉 男 1999 届室内专业毕业生

深圳市室内设计师协会会员、国家注册高级室内设计师、世纪名典装饰工程有限公司深圳宝安公司首席设计总监、世纪名典装饰工程有限公司深圳宝安公司总经理

个人设计理念：

因思路在不断创新所以“设计法无定法”，因常有后来者居上所以“设计没有权威”，因我们是为人服务所以“设计要以人为本”。  
获奖情况及社会影响：

2006 年所设计作品获得“深圳第二届室内设计文化节住宅类金奖”

2006 年获“年度深圳最佳室内设计师称号”

擅长欧陆风格、地中海风格、现代风格、后现代风格和现代中式风格，拥有非常丰富的设计经验和成功案例。

案例：

宝安：深业·新岸线、幸福海岸、凡尔赛宫、凯旋城、尚都等

龙岗：新亚洲花园、碧湖豪苑、罗马公元、龙城国际、中央悦城等

福田：波托菲诺、硅谷别墅、百仕达等

南山：蔚蓝海岸、兰溪谷、中信红树湾、招商海月等

#### 49. 优秀校友典型案例——钱杨洋

钱杨洋 男 1997 届室内设计毕业生

现为深圳市派尚环境艺术设计有限公司专家设计师

自创深圳市开门红装饰工程有限公司任总经理

公司自 1998 年成立以来与众多发展致力于地产商的样板房、售楼处、会商建立了良好的合作，如万科、金地、招商、佳兆业、龙湖等。多年来在样板房、售楼处、会所方面积累了大量的成功案例和宝贵经验。希望在专业和大众之间达到一种平衡，使我们的作品雅俗共赏。一方面能得到专业学术上的认可，另一方面亦能为大众所接受，推动发展商的营销，这是一种双赢的游戏。

2005 年燕南路 88 号样板房设计、软装饰设计

2005 年宝安金泓凯旋城样板房设计、施工及软装饰工程

2005 年招商地产花园城三期样板房设计

2005 年万科第 5 园样板房设计

2004 年（阳光华艺）高山花园样板房设计

2004 年金地香密山一、二期样板房设计

2004 年（佳兆业地产）桂芳园七期样板房设计

2004 年（深业物流）嘉宝田花园样板房设计

2004 年（前海置业）天朗风清样板房设计

2004 年宝安幸福海岸样板房设计

2004 年花好圆样板房设计

2003 年熙园样板房设计

2003 年华筑办公间设计

2002 年星河国际样板房

2002 年招商海月二期会所设计

2002 年宝安港湾丽都售楼处设计

2002 年星河国际样板房设计

2001 年学林雅院样板房，会所设计

2001 年创世纪滨海花园三期样板房设计

2000 年富怡雅居会所，样板房及小区景观工程设计

50. 优秀校友典型案例——李金辉

李金辉 男 99届室内专业毕业生

现任世纪名典装饰宝安分公司经理

联系电话：13923730222

99—2006年深圳名雕装饰公司设计总监

2006—2007年湖南世纪名典装饰宝安分公司经理

获2006年深圳室内设计文化节住宅类金奖

2006年被评为深圳优秀室内设计师

2006年被评为高级技师

室内设计协会会员

51. 优秀校友典型案例——姚 伟

姚 伟 男 1999 届室内专业毕业生

现供职单位：世纪名典装饰工程有限公司

详细通讯地址：深圳龙华街道海福新村 6 栋 2 层 邮政编码：518109

联系电话：13602545628QQ：425012420

主要工作、学习经历：

1999—2001 年深圳市名雕装饰公司

2001—2002 年深圳市红蓝装饰公司

2002—2005 年深圳市雅庭装饰公司

2006—至今深圳世纪名典装饰公司

## 52. 优秀校友典型案例——喻雄伟

喻雄伟 男 1999 届室内专业毕业生

现供职单位：世纪名典装饰公司经理

详细通讯地址：深圳市龙岗区水晶之城 41 栋 401 房

联系电话：13068723029QQ：542656860

主要工作、学习经历：

1999-2002 年湖南宁乡师范室内设计专业教师

2001-2005 年深圳市名雕装饰公司设计总监、经理

2006-2007 年湖南世纪名典装饰深圳宝安分公司经理

学习经历：

室内设计中专

汉语文学专科（湖南师范大学）

2006 年被评定为高级室内设计师，室内协会会员

### 53. 优秀校友典型案例——李家耀

李家耀 男 1999 届室内专业毕业生

现从业岗位：深圳市世纪名典装饰工程有限公司

通讯地址： 深圳市龙岗中心城罗弘园 6—118

主要成果介绍：

世纪名典装饰工程有限公司深圳管理中心

世纪名典装饰工程有限公司龙岗分公司

世纪名典装饰工程有限公司宝安分公司

世纪名典装饰工程有限公司龙华分公司

世纪名典装饰工程有限公司东莞塘厦分公司

世纪名典装饰工程有限公司长沙分公司

## 54. 优秀校友典型案例——陈丽红

陈丽红 女 1999 届室内设计毕业生

设计理念：空间艺术讲究主题鲜明，手法明确。以营造气势氛围，做“家”，则因人而异。用您对家的理解，我的品味来实现家的舒适，家的完美……

现从业岗位：深圳市云鹏装饰有限公司首席设计师

代表作品：深圳市蒙娜丽莎影楼/深圳市浩谷家私办公大楼/纯海岸复式楼/波托菲诺等。



## 55. 优秀校友典型案例——周建豪

周建豪 男 1999 届室内专业毕业生

现从业岗位：深圳市世纪名典装饰工程有限公司

通讯地址：深圳市龙岗中心城罗弘园 6—118

主要成果介绍：

世纪名典装饰工程有限公司深圳管理中心

世纪名典装饰工程有限公司龙岗分公司

世纪名典装饰工程有限公司宝安分公司

世纪名典装饰工程有限公司龙华分公司

世纪名典装饰工程有限公司东莞塘厦分公司

世纪名典装饰工程有限公司长沙分公司

## 56. 优秀校友典型案例——杨鼎怡

杨鼎怡 男 1999 届室内设计毕业生

2001 年自创深圳市云鹏装饰设计有限公司，深圳市云鹏装饰设计工程有限公司是经深圳市建设局批准、市工商局核准注册，集设计、材料配送、施工管理及售后服务为一体，深圳装饰行业知名的正规装饰企业，深圳市装饰行业协会会员单位。公司自成立至今，经过全体员工的不懈努力，公司品牌形象日益深入人心，赢得了“深圳市诚信家装企业”、“深圳市绿色环保企业”荣誉称号，2004 年喜获深圳家装行业最高奖项“金鹏奖”。

公司采取科学先进的信息化集中管理模式，公司管理处位于深圳南山区金三角大厦九楼，辖有侨城、新余、赣州等六家分公司，拥有高等美术院校毕业的设计师和专业技术人员 206 人，专业工程施工队 43 支，经验丰富的各类专业施工人员 380 多人，在黄埔雅苑、百仕达花园、东海花园、东方玫瑰园、香榭里花园、蔚蓝海岸、中海华庭、金海湾花园、万科金色花园、翠海花园、创世纪海滨花园、银湖别墅等留下了诸多骄人精品样板房，取得了家居、工装经典工程遍及深圳各地和省内外的辉煌业绩。

现立足于深圳市云鹏装饰公司，拓展到成人教育培训及餐饮行业

设计理念：设计，创新才有生命力。我喜欢将对立矛盾的设计语言融合在一起存在于同一空间。

代表作品有：2005 年深圳市首届城市/建筑双年展/福源大酒店/博罗嘉宾园度假村/万碧数码公司写字楼/贝乐凯发展公司写字楼/洪

湖东岸样板房等。

## 57. 优秀校友典型案例——肖文杰

肖文杰 男 2003 届室内设计专业毕业生

2003 年东莞市华辉装饰公司任设计员

2004 年益阳市吉尔装饰公司任绘图员荣获“湖南省首届室内设计大赛”银奖

2005 年东莞市洁美装饰公司任设计师

2005 年就职于东莞钜匠装饰工程有限公司曾任主笔设计师、专家设计 现为设计总监；

主要成果介绍：

益阳市政府办公大楼精装修湖南 798 手机连锁店

宁乡十一武警支队办公大楼湘潭市政府办公楼

益阳市华天大酒店酒吧区装修益阳市沧水铺供电所营业大厅

东莞市阳光澳园东莞理想 0769 一期东莞市石竹新花园

东莞金地格林长安明珠广场

长安健逸天地长安中惠山畔

长安恒星花园长安城市花园

长安聚和广场长安中惠新城

三星（东莞）机电有限公司办公楼杨屋沁林山庄

边铭辰朔料五金厂办公楼长安秦小姐日本料理店

长安莲花别墅长安莲花住宅区

虎门丰泰欲田山庄长安湘江湘菜馆

五年设计生涯,装饰熏陶磨练.对生活细微的感悟\对艺术执着不

倦的追求,直扫湘、粤数省市,而丰富的设计理念\施工实战\实践经验的积累沉淀。同时精通预算\熟悉装饰材料等与室内装饰设计相关的诸因素.室内设计注重业主对使用功能的需求,与空间视觉效果的个人喜好,结合房型特点与饰材流行趋向\前沿的室内设计理验等诸因素,对室内空间划分处理\机理功能设置\视觉艺术美感\整体与局部光源\光效色彩的和谐\室内家具\装置陈设等具备极强宏观整合\调配能力.相信高品质的室内装饰更能展现设计师的功力与水准.。

设计专长:

为艺术而生\为灵感而动\为所有需要设计的设计\让艺术与设计更贴近现实生活,艺术与设计并非是奢侈品.

设计风格:

极简主义\庸俗主义\现代中式\你所想要的风格就是我深度调研的方向

## 58. 优秀校友典型案例——虞旭东

虞旭东 男 1996 届室内设计专业毕业生

1997 年-2000 年：任新风装饰广告公司经理

2001 年-2002 年：任北京某装饰集团公司总部设计总监、大居室首席设计师

2003 年至今：开办华浔品味装饰福州公司

2000 年：进修中央工艺美院

2002 年：参加杭州集训采风

2002 年：参加香港国际设计师论坛

2004 年：参加云南集训采风

2005 年：参加西藏集训采风

2006 年：参加江西集训采风

2007 年：参加新疆集训采风

主要成果介绍：

1997 年--湖南岳阳市政府大楼市长办公室、常务会议室设计施工

1998 年至 2000 年--湖南省各市县烟草局网络办公室设计施工

2001 年--中国著名影视明星林芳兵别墅设计施工等几百套家居、公建装修设计项目。

中国建筑装饰高级室内建筑师

CIID 中国建筑学会室内设计分会第八专业委员会委员

福州市十佳优秀住宅室内设计师

2005 年度福州建筑装饰优秀设计师获得者

2006 年全国住宅装饰装修行业优秀设计师获得者

## 59. 优秀校友典型案例——张斌

张斌 男 1997 届室内设计专业毕业生

1997 年 10 月-1998 年 7 月，长沙市东方动画公司动画设计

1998 年 7 月-1999 年 2 月，浙江省慈溪市一路装饰工程公司设计师

1999 年 5 月-2001 年 11 月，深圳市瑞奥设计工程公司设计师

2001 年 12 月-2002 年 5 月，深圳市飞龙装饰工程有限公司现场  
技术负责人

2002 年 5 月-2005 年 1 月，深圳市都之都大酒店工程设计、技术  
负责人

2005 年 4 月-2005 年 12 月，深圳市宝安区盐田居委会综合楼工  
程设计、技术负责人

2006 年 11 月至今，深圳市西岸花园酒店工程筹备技术负责人  
主要成果介绍：

1999 年 5 月-2001 年 11 月，先后完成了深圳龙泉集团办公楼、  
深圳黄金海岸桑拿俱乐部、深圳黑豹夜总会、深圳龙苑宾馆、深圳恒  
丰集团办公楼等设计项目。

2001 年 12 月-2002 年 5 月，深圳龙泉酒店（四星级）装修中餐  
标段施工，任现场技术负责人，建筑面积 5200 平方米，项目造价 1200  
万。

2002 年 5 月-2005 年 1 月，负责深圳市都之都大酒店（四星级）  
装修改造工程，任设计及技术负责人，建筑面积 28000 平方米，装饰



部分工程造价 3200 万。

2005 年 4 月-2005 年 12 月，负责深圳市宝安区盐田居委会综合楼装修工程，任设计及技术负责人，建筑面积 4500 平方米，工程总造价 650 万。

2006 年 11 月至今，负责深圳市西岸花园酒店（四星级）工程筹备，任工程技术负责人，建筑面积 37000 平方米，整体投资概算 1 亿 5000 万。

## 60. 优秀校友典型案例——郑卫平

郑卫平 男 1987 届工艺绘画专业毕业生

79—82 年长沙毛巾厂从事美术设计工作，83—84 年广州美术学院工艺系学习，85—88 年湖南工艺美大学习，88—92 年长沙毛巾集团工作，历任设计室主任，技术科长。科协秘书长。93 年初调入深圳市南油集团广告公司任制作部业务部门经理。97 年调任深圳南油造型艺术装饰公司总经理。2000 年任深圳南油广告公司执行董事，副总经理。2005 年企业改造更名为深圳市大圣广告公司任董事长总经理。2007 年长沙设立分公司。

深圳市大圣广告有限公司，南油集团直属全资企业，成立于一九九三年，于二 00 二年改制完成；经营范围包括：设计、策划、制作、发布、代理国内外各类广告业务，拥有户外广告专营发布资格；注册资金 206 万元；现有正式员工 18 人（高级经济师、高级工艺美术师 3 各；工程师、设计师 8 名），聘用员工 26 人，公司设计作品在国内外设计评比中多次获奖。

南油广告公司是一家综合性广告公司，在深圳有大量的户外广告媒体，有立柱广告牌、大型户外看板、大型墙体广告牌及路名牌灯箱、旗形灯箱、圆形灯箱等各类户外灯箱广告。

设计作品曾获得国家纺织部全国评比二等奖、中国之星奖、中南星奖、湖南省一、二、三等奖。长沙市一、二、三等奖及多项优秀奖。本人曾被湖南省纺织厅授予湖南省最佳创业设计工作者、优秀工作者、长沙市科技工作者等称号。

现为中国包装联合设计委员会委员、深圳市包装协会设计常委。

## 61. 优秀校友典型案例——唐翰

唐翰 男 1997 届室内设计专业毕业生

1998 年自创广东省惠州市六维天正装饰公司

六维天正装饰设计工程有限公司，是惠州市本土专业装饰公司。由多名在建筑艺术、环境艺术、室内设计、建筑施工管理、装饰装潢施工等方面获奖的专业人才组建而成，技术力量雄厚。专业从事家居、别墅、写字楼、商场、酒店、宾馆的装饰设计、施工一条龙服务。

在惠州市专业装饰市场演达片区三环装饰城六楼，办公面积 500 多平方米。拥有大型电脑设计室、大型会议厅、电教室、效果图投影厅、主笔设计师设计专区、精品设计展示厅。并于惠州装饰界率先成立了“王牌设计专家组（T·O 设计中心）”和“天正装饰设计展示厅”。

在装饰行业中率先垂范，大力提倡和推广“绿色装修”，带头签署了“绿色装修”联合宣言。2001 年被评为惠州市“消费者委员会推介单位”。2003 年 8 月成为“惠州市质量信用平台推介企业”。2004 年 3 月被评为惠州市十佳优秀装饰公司。2004 年 5 月被惠州工商局评为 2003 年度惠州市唯一一家“重合同·守信用·先进装饰企业”。2005 年 1 月通过 ISO9001—2000 国际质量体系认证。

公司有多套样板房可供业主随时参观。自 2000 年获得“东湖杯家居设计大赛一等奖”以来，先后与各地产公司合作了大量的样板房及作了大量的家居装饰精品工程。与隆生地产合作开发了东湖花园样板房；与金宝集团合作开发了江畔美景台样板房，金宝山庄别墅样板

房；与德威房产合作开发了精装修房、金旺彩蝶轩样板房、金碧花苑样板房；与泰豪实业合作开发了升平苑样板房；与金世界装饰公司合作开发了金世界花园精装修房；与金裕房地产合作开发了金裕碧水湾样板房；与达利房产合作开发了金典故事小户型样板房；与帝景实业合作开发了教师新村样板房；以及金山湖别墅样板房；惠东南湖花园样板房……

## 62. 优秀校友典型案例——张声沁

张声沁 男 1996 届室内设计毕业生

2000 年—2003 年创办湖南佰川数码科技有限公司，出版中小学教学资源库软件全套，面向全国发行。

2005 年，与合伙人创办长沙市齐翔广告有限公司，现已成为长沙市知名广告、商业地产策划著名品牌。为长沙市商业银行、财信投资、中国联通等长期做品牌推广。

2007 年自创长沙市齐翔广告有限公司，为广东商会理事单位、中国策划机构二级资质单位。齐翔广告已为 100 多家客户提供了整体品牌设计与顾问，成为中国企业品牌视觉设计行业中最具势力的创新力量之一。

### 63. 优秀校友典型案例——傅谱成

傅谱成 男 2014 届室内设计毕业生

毕业班级：装潢 1104 班

所学专业：装潢

现从业岗位及职务：运营总监

现供职单位：益阳绿岛电子商务有限公司

主要工作经历：

2014 年 4 月-2014 年 6 月 “益阳绿岛电子商务有限公司” 实习期间担任设计员职务，进行摄影设计学习。

2014 年 6 月-2014 年 12 月 “益阳绿岛电子商务有限公司” 担任俏嘴巴食品有限公司网络店铺设计主管

2015 年 2 月-2015 年 6 月 “益阳绿岛电子商务有限公司” 学习电子商务运营管理数据分析等。

2015 年 7 月-2016 年 4 月 “益阳绿岛电子商务有限公司” 项目部主管

2016 年 5 月-至今 “益阳绿岛电子商务有限公司” 运营部总监

#### 64. 优秀校友典型案例——周辉

周辉 男 2015 届室内设计毕业生

毕业班级：国广 1201 班

所学专业：国际商业广告设计

现从业岗位及职务：店长

现供职单位：深圳市沃克数码科技有限公司

主要工作经历：

2015.5-2016.5 在杭州，就职杭州米标电子商务有限公司工作，天猫店铺（负责客服销售方面，客服培训，代理店长，代理负责人一职）

2016.6-至今 在深圳，搭伙创业开设电商公司，在天猫开设店铺

主要成果介绍：

2015 年在杭州米标公司伙得公司内部销售冠军，

2016 年创业天猫店铺全年销售额 300 多万，员工数 4 人

2017 年天猫店铺开设 4 家，例如：诺希沃克专卖店、多美数码专营店等。月销售额达 200 多万，员工数 10 人



65. 优秀校友典型案例——张文喆

张文喆 男 2013 届室内设计毕业生

毕业班级：国广 1001 班

所学专业：国际商业广告设计

现从业岗位及职务：店长

现供职单位：上海李奥贝纳广告公司

主要工作简历：

2013 年 6 月至今就职于上海李奥贝纳广告公司（4A），月薪 20000 元

## 66. 优秀校友典型案例——肖亚国

肖亚国 男 2011 届室内设计毕业生

毕业班级：装潢 0802 班

所学专业：装潢艺术设计

现从业岗位及职务：广告创意策划总监

现供职单位：深圳市英威诺科技有限公司

主要工作经历：

2011年6月-2013年6月“南京卓异文化传媒”实习期间担任设计员职务，进行品牌设计及策划制作工作。

2013年7月-2015年7月“深圳市盛世创想广告有限公司”入司第一年担任广告主创设计师，进行广告创意执行工作，入司第二年升为美术指导兼项目总监，带领团队负责客户品牌宣传工作。服务品牌：易方达基金、南方基金。

2015年8月至今深圳市英威诺科技有限公司 广告创意策划总监。

## 67. 优秀校友典型案例——唐磊

唐磊 男 2012 届室内设计毕业生

毕业班级：装潢 0904 班

所学专业：装潢艺术设计

现供职单位：单仁资讯集团

主要工作经历：

2012年6月-2012年8月实习于“中山狼道品牌形象设计有限公司”

担任实习助理设计师职务，进行品牌设计及包装设计工作

2012年9月-2013年2月“湖南省视广传媒发展有限公司”担任设计师，进行平面包装设计 & 策划工作。独立完成长沙望城一中100年校庆、

安化一中11周年校庆校史馆平面设计及画册等设计；参与拍摄湖南省大型航拍、浏山风景名胜区、宁乡经开区、灰汤温泉、株洲商务局等电视宣传片的后期平面设计工作

2013年2月-今就职于单仁资讯集团上海分公司营销主任（团队经理）督导老师；兼任全国牛商总会上海松闵分会监事长（曾经历课程顾问、助教、督导员、增值服务二经理、营销部雷鸣队经理）

2013 年度入职第一年以上海分公司新人第一名的成绩荣获单仁资讯集团

2013年度“新星奖”称号全国表彰

2014年服务帮助40家传统企业转型，辅助4家企业成为第六届中国电子商务（上海）十大牛商；荣获单仁资讯集团2014年度“全国最佳服务之星奖”、“2014年度孕育牛商奖”（全国2000名同事仅十位）

2015年文章“成长的足迹”荣获全国前十登刊内部刊物“吾天”

## 68. 优秀校友典型案例——曹婷

曹婷 女 2011 届室内设计毕业生

毕业班级: 广策 0802 班

所学专业: 广告策划

现从业岗位及职务: 店长

现供职单位: 杭州哈宝服饰贸易有限公司

主要工作简历:

2012年3月-2013年6月 “杭州乐自在贸易有限公司” 实习期

间担任广告策划专员一职, 进行线上线下的活动策划(杭州)

2013年6月-2014年5月 “杭州玫广服饰有限公司” 担任电子商务  
天猫店长一职, 进行整店铺统筹与公司人员管理 (杭州)

15年6月-16年6月 “杭州驰贵贸易有限公司” 担任电子商务运营  
总监一职 (杭州)

16年7月 创建杭州哈宝服饰贸易有限公司, 经营电子商务潮流  
女装

## 69. 优秀校友典型案例——余小敏

### 可米匠文化传播有限公司——余小敏

余小敏，女，1998年6月20日出生于安徽，2020年毕业于湖南工艺美术职业学院陶瓷艺术设计造型专业，大学期间在益阳万达任兼职管理，做过美术老师，在景德镇做过陶艺老师，在学校创业街店铺做合伙人之一，现任可米匠文化传播有限公司实体店管理部门负责人兼陶艺主教，分店乐画手作市场管理负责人。



图 50



图 51



图 52



图 53



## 70. 优秀校友典型案例——谭子林

谭子林，男，汉族，1993年9月出生，湖南工艺美术职业学院从事教辅工作。立足平凡岗位，刻苦钻研业务技能，陶瓷拉坯是一项枯燥的苦力活，能坚持下来实属不易。春去秋来，日月更替，日复一日的练习，通过3000多个小时的练习时间和20多吨泥巴的高强度训练，一点一滴打磨自己的技能和心态，精益求精地不懈努力，从一名普通的陶瓷从业者，逐步成长为全省拉坯冠军。为了磨练技艺，跑遍全国30多个窑口。汲取景德镇、龙泉窑等拉坯手法之精华，接触了更为多元的陶瓷文化。陶瓷技艺，也渐渐形成了自己的独特风格。

同时，作为一名教育工作者，也想如何进一步将湘瓷技艺发扬光大，传承下去。在几年工作期间，毫无保留地把自己的拉坯“绝技”和心得体会传授给更多学生，无私传、帮、带，为各大陶瓷产区输送了大量技能人才。在2018年3月举行了收徒仪式，招收六位徒弟。为的是弘扬传统陶瓷文化，为湖湘陶瓷复兴发展输送高素质的人才，用自己的成长经历。爱岗敬业，投身其中，生动诠释了新时代“工匠精神”和“劳模精神”，也取得了一系列荣誉：先后获得全国陶瓷行业技术能手、湖南省五一劳动奖章、湖南省湘瓷优秀工匠、益阳工匠等荣誉。



图 54 《乡音》创作



图 54 收徒仪式



图 55 拉坯展演



图 56 捏塑

## 71. 优秀校友典型案例——董晨芸

浙江科艺饰品机械有限公司

董晨芸，女，1997年9月25日出生于江苏淮安，2020年毕业于湖南工艺美术职业学院首饰设计与工艺专业，大学曾担任班级创新创业委员。就学期间，兼职美术老师并独立管理一所校区，做过活动策划以及花艺相关工作。现就业于浙江科艺饰品有限公司的一名首饰设计师。



图 57

## 72. 优秀校友典型案例——戴骏

长沙市大美艺术培训学校有限公司

戴骏，男，1998年10月21日出生，23岁，中共党员，2020年毕业于湖南工艺美术职业学院，手工艺术学院陶瓷设计1702班，在校期间曾担任手工艺术学院学生会主席一职，曾荣获国家奖学金，国家励志奖学金，三好学生等荣誉。毕业后经手工艺术学院校企合作签约单位推荐就业于湖南省长沙市大美艺术培训学校有限公司，就职学工处学生干事工作岗位负责学生日常管理，以及德育课等课程指导，在职7个月以来荣获大美艺术培训学校有限公司颁发的“员工先进个人”荣誉。工作认真负责，获得领导同事一致好评。



图 58 德育课课程工作照片



图 59 日常工作照片

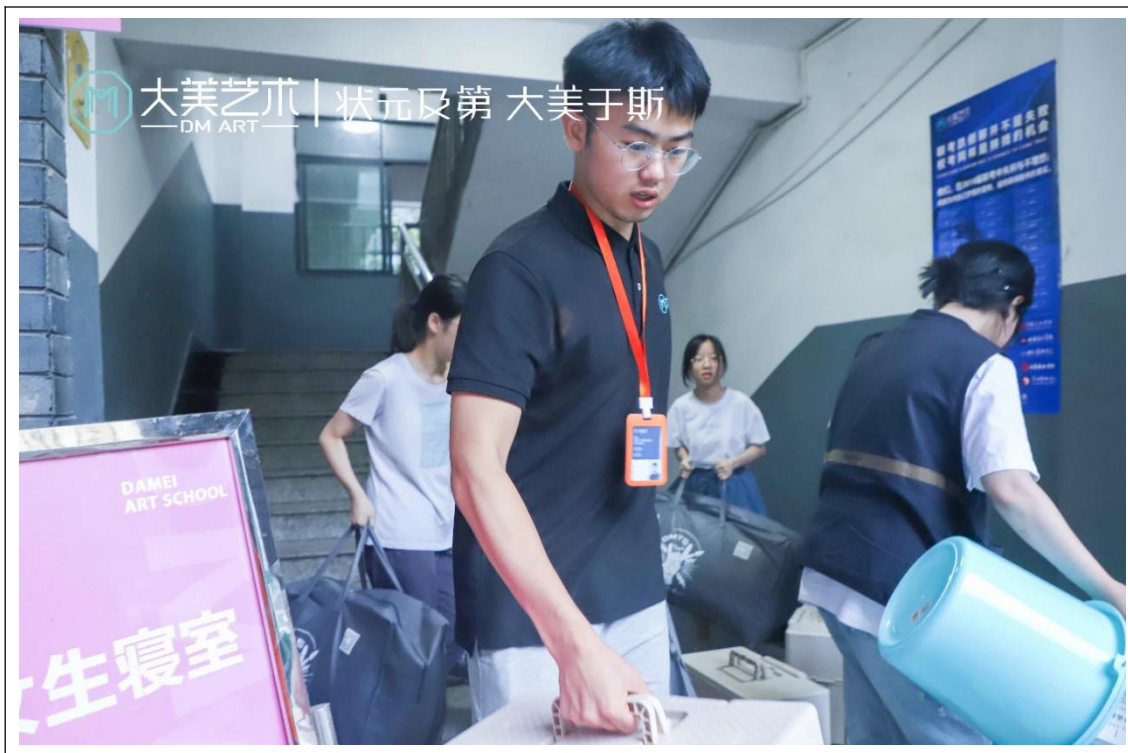


图 60 公司迎新照片

### 73. 优秀校友典型案例——刘智超

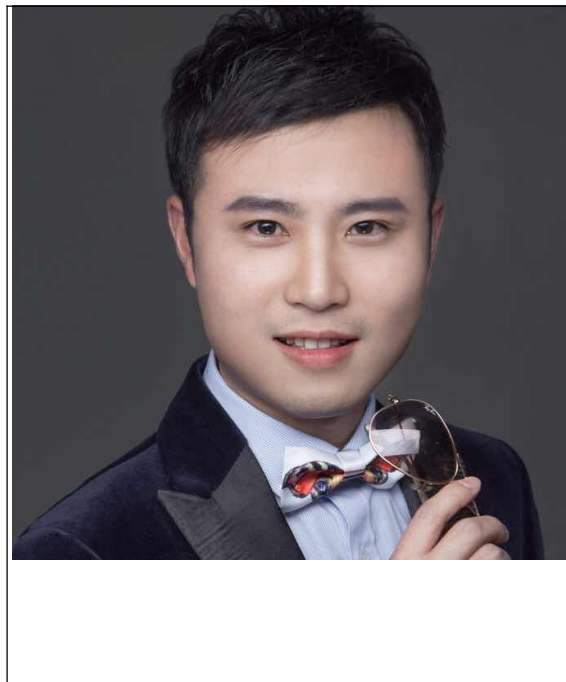


图 61

#### 个人基本情况

姓名：刘智超

性别：男

出生年月：1987 年 1 月

籍贯：湖南益阳

民族：汉

最高学历：大专

毕业年月：2008 年 6 月

政治面貌：党员

#### 在校基本情况

1、2005 年 9 月入读湖南工艺美术职业学院服装艺术设计系服装

设计与工艺 0501 班，担任班长三年期间，带领全班于 2008 年获得“湖南省优秀班集体”，成为学院升高职大专后服装系首获此荣誉的班级。

## 2、团学会履历：

2005 年 11 月，任服装系第一届学生会劳动部干事；

2006 年 9 月，任服装系第二届团总支副书记；

2007 年 6 月，任服装系第三届学生会主席。

## 就业基本情况

2008年6月—2009年5月，湖南派意特服饰有限公司品牌营销部团购业务员，主要负责长沙、株洲地区职业装团购业务信息收集。

2009年5月—2012年2月，澳洋集团长沙钰格服饰有限公司职业装团购项目经理，主要负责怀化、邵阳、岳阳、益阳地区职业装团购业务。

2012年3月—2015年2月，湖南旭荣制衣有限公司校服事业部经理，期间成功中标甘肃省兰州市全市学校校服统一采购项目。

2015年3月—2017年7月，澳洋集团长沙钰格服饰有限公司营销总监，负责公司大客户湖南有线电视集团全省103家分公司的业务开发和客户维护工作。获得公司2016年度“销售能手模范奖”欧洲十日游。

2017年8月至今，澳洋集团长沙钰格服饰有限公司总经理助理（副总经理级），成为公司纳入第一批股份制改制，享受股权激励的5位核心成员之一。

## 澳洋集团长沙钰格服饰有限公司简介

长沙钰格服饰有限公司是专业服装团购业务运营商，系澳洋集团



（纺织服装类上市企业）湖南总运营商。在湖南市场经历了九年的市场洗礼，在激烈的市场竞争中发挥出其无法比拟的综合优势，与湖南省建行、工行、邮储银行、信用联社、华融湘江银行、移动、广电、烟草、电力等系统均取得广泛的合作。我们致力于为您塑造专业职场形象，助力企业辉煌。

依托澳洋上市集团公司强势背景，携手公司旗下睿丽礼仪策划管理有限公司，推出以商务礼仪、服务礼仪、着装仪容等企业培训课程及高端职业装定制、丝巾领带定制为主体的服务项目。专业服务于金融、电力、烟草、保险等企事业单位，为您打造内外兼修的职场新形象。



图 63 （团队风采 1）

### 学长分享的几点经验

我作为一名理科文化生报考和入读美术类专业学校。在零基础的

情况下，其实内心是比较惶恐的，但是在老师和同学的帮助下，稳步跟上了专业学习的节奏。并且积极参与了班级、系部、学院的各项活动，锻炼了自己，提高了综合能力，所以有以下三点感受分享给服装系的学弟、学妹。

（一）进入学校就要开始规划职业生涯方向，这是引导你怎样度过三年校园时光的灯塔。

如果你想走设计技术型道路，那么在校期间要多参与学校组织的设计比赛，争取加入工作室，比赛的过程是提高专业能力的最有效方法。并且历年所获的各种奖项都是系部作为团队支撑，期间可以深入的和老师、同学交流探讨设计、面料、工艺等各种专业问题，提高专业水平，提升沟通、协调能力等。当然你所获得的奖项也是你就业的强大竞争力。

如果是走营销的道路，那么必须竞选班干部、工艺室管理员、辅导员助理、学生会干部、团总支干部。看似耽误了很多业余时间，甚至牺牲休息时间组织活动或为同学们提供服务，但这些岗位都是锻炼沟通能力的最有效途径。通过这些沟通渠道你可以认识除你班级以外的跟多同学，通过真诚、用心的相处，这些同学在你日后的职业道路上都是很好的资源。组织开展活动就是在锻炼提升你的协调能力，活动文案的撰写可以提高你的逻辑思维能力，大局观，并且也提高了办公软件使用熟练程度，这些都是以后步入职场，获得认可的必备条件。

关于社团我不建议一时热度，盲目跟风。选一个最感兴趣的足够，

坚持下去，也能成为你步入职场的一个砝码。

课堂跟上老师的节奏是前提，并且这些观点都不是绝对独立的，如果团学工作能开展好，专业水平又出众，获得比赛奖项，并且还拥有一个兴趣特长，那你可以直接来我们公司，我保证老板能够录用你。当然在保证学业达标，能够把以上观点中所列的做到极致，那你的职业生涯肯定也会是精彩的。

## （二）“精于此道，以此为生”的职业信念。

这其实是我从老板那里学习到的，有了在学校三年打下的基础，你再在一个行业里面潜心工作十年，你绝对可以成为这个领域的行家，二十年是专家，三十年你就是大师了。纵观各行业、个领域成功的人士，都是精通行业知识，入行时间特长的。

另外我们公司是特别崇尚“孝”文化的，对父母长辈不敬不爱的人士融入不了我们这个团队的，对父母不敬不孝的人，其他品行也不会好到哪里去，也印证了古话“百善孝为先”。从另一个方面反映了现在的企业更加注重品德，因为能力可以培养，品行难以塑造。在信息高度开放的时代，学弟学妹们在展现独特个性的同时，千万不要忘了遵守法律、道德底线，不要忘记自己是一名在校大学生，校纪校规也不要逾越。这些基本的品质，都将是顺利步入职场的先决条件。

## （三）有效利用智能手机和电脑

在校期间可以关注行业内做的好的微信公众号、网站、论坛，了解行业动态，产业政策，流行信息。某些专业性的文章或内容也许会一知半解，别忘了有老师可以请教，样能够提高自身的格局，和对整

个纺织服装行业的认识。格局的提升和行业知识的储备能够为你成为综合型管理人才奠定坚实的基础。

## 74. 优秀校友典型案例——杨金玲



图 64

个人基本情况:

姓名: 杨金玲

性别: 女

出生年月: 1993 年 3 月

籍贯: 湖南常德

民族: 汉族

最高学历: 大专

毕业年月:2014年6月

政治面貌:党员

学习情况:

入美院前学习简历:

10年8月参加湖南师范大学服装设计专业知识升学培训

11年6月毕业于湖南澧县职业中专

入美院学习经历:

11年9月入读湖南工艺美院服装艺术设计系设计与制版专业 服工1106班。并担任服工1106班班长一职直至毕业。

就业情况:

2014年3月-2014年5月“深圳赢家服饰有限公司”实习期进行店铺日常管理及销售培训学习

2014年6月-2014年11月“深圳赢家服饰有限公司”担任销售管理培训生

2015年6月-2016年6月深圳德胜时装有限公司ditto品牌设计助理

2016年6月-2016年12月深圳德胜时装有限公司女裤电商品牌“达仙妮”设计师

2016年12月至今深圳德胜时装有限公司ditto品牌设计师



图 65

关于专业问题个人建议：

1. 学校学习的未必对得上工作上的所有，但是学校学习的基础是便于进入企业之后，快速融入跟学习，没有基础是不可能快速跟上公司节奏的。
2. 专业软件的熟练使用会比手绘用到的多，所以设计软件一定要熟练运用。
3. 多参加社团活动，提高社交沟通能力。千万不要以为只有销售才需要口才。

关于找工作：

不要低估自己。很多学弟学妹毕业担心不好找工作，说没有工作经验。其实现大部分公司是很愿意去培养新人的，大学生素质高，学习能力强，工作态度好等优势，相对出社会久的老油条

们，我们应届毕业生并不差。毕业一段时间后很多人都会转行。你可能会在上司的不断打击中怀疑自己，不过是个过程，没有人生来就会，都是在不断的学习中成长，上司跟老师不同，老师可以慢慢教你，上司可没那么多时间，他也是在教你，只是方式粗暴了些。所以也别轻言放弃。

不要高估自己。也有部分同学，刚进公司半年，甚至小几个月，就开始膨胀了，觉得工资低，职位升的慢。马上想着跳槽，可能你不喜欢你的上司，觉得他傲慢并不太优秀，可是你想想他既然是你的上司，必定有胜过你的地方，至少经验丰富。你可能觉得工资低，你可以在合适的时候替自己先争取一下，没有公司是完美的，哪怕是上市公司，每个公司都有它好的和你不喜欢的地方，当然如果是这里的没有什么可以学习的了当然支持你走。



## 75. 优秀校友典型案例——陈晟



图 66

个人基本资料

姓名：陈晟

毕业时间：2008 年 6 月毕业

室工 05 届

公司名称：湖南苹果装饰上海分公司

职务：上海分公司总经理

联系方式：13297419971

工作经历：毕业后进入雅筑装饰，从家装顾问做起，在最前线充分了解客户需求后转型做设计师，在担任设计师期间连续数月签单额都是 NO.1。不仅赢得了客户的信任，也累积了不错的口碑，成为本

岗位的模范先锋。

受苹果装饰总经理邀请到司任服务社社长一职，在岗期间且多次蝉联团队第一，带领团队设计师成为苹果王牌服务社。随着总公司规模不断扩大，成立了上海分公司，凭借近 10 年的家装工作经验以及优秀的领导能力，于 2017 年 3 月份出任上海分公司总经理一职，在短短一个月的时间内，已经成功的为近 50 户业主提供家装服务，成功在激烈的上海家装市场中初露峥嵘。

所获荣誉：苹果集团十大杰出设计师

个人作品：

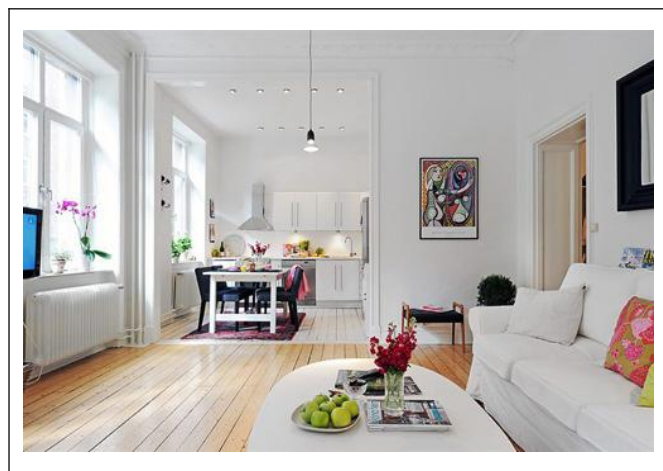


图 67

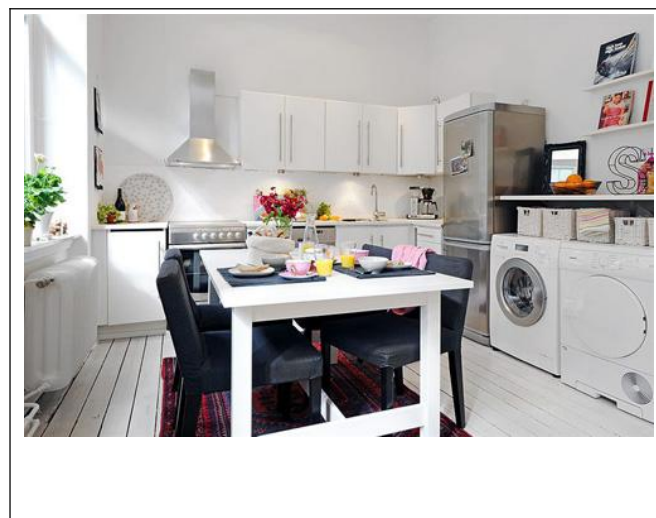


图 68

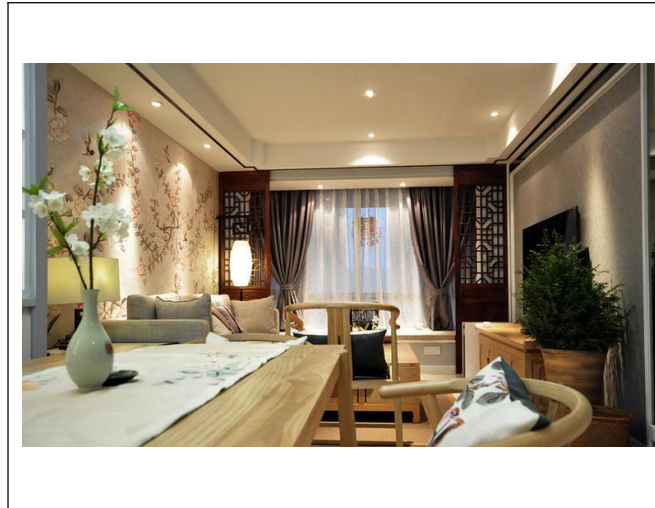


图 69

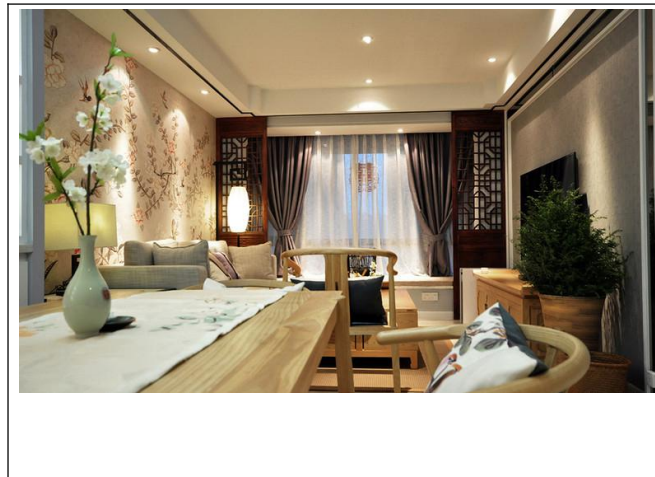


图 70

### 对学弟学妹的寄语

1、首先要有目标，针对性的多进行学习，找工作时要自信，学要学到精髓，玩要玩到疯狂，总之不能辜负青春。

2、在实践中，学习在学校学不到的社会知识。努力学习，增强自己的各个方面的优点，在工作中展现出来。要有坚持不懈的精神，战胜一切困难。

3、我们要学的不仅是书上的知识，还要学会冷静的处理事情。

4、如果你迷茫了，就请做好自己身边每一件实实在在的事，永远不要让昨天的失败影响今天的精彩！

## 76. 优秀校友典型案例——贺海兵



图 71

个人基本资料

姓名：贺海兵

毕业时间：2001 年 6 月

室内 10 班

公司名称：湘一和装饰工程有限公司

职务：创始人兼设计总监

公司地址：湖南省常德市欢乐城 25 楼

联系方式：13762681890

个人博客：<http://109408.china-designer.com> QQ:419780405

工作经历

设计理念：设计以人为本，不断创新！

从业经历：16 年

室内设计——美国室内设计中文网会员

CIID 中国建筑学会室内常德分会专业委员会理事

湖南工艺美术职业学院校友会常德分会副会长

湖南省常德市设计师协会副会长

湖南省精英设计师俱乐部常德分部创办人之一

2000 年 毕业于湖南省工艺美术设计学院

2003 年-2014 年鸿扬家装首席设计师并成立贺海兵首席 VIP 工作室

2014 年创办常德市湘一和装饰工程有限公司并成立贺海兵高端私人定制

就职单位：常德市湘一和装饰设计工程有限公司设计总监。

所获荣誉

2013 年年度优秀室内设计作品公开赛“银奖”

2013 年湖南省第十三届室内设计大赛实例类“银奖”

2013 年第 16 届中国室内设计大奖赛“佳作奖”

2013 年鸿扬集团设计大奖赛“二等奖”

2012 年湖南省常德第十二届室内设计大赛“金奖”

2012 年湖南省常德第十二届室内设计大赛“铜奖”

2011 年湖南省第十一届室内设计大赛实例类“铜奖”

2010 年湖南省第十届室内设计大赛实例类“铜奖”

2009 年湖南省第九届室内设计大赛实例类“铜奖”

2009 年“尚高杯”中国室内设计大奖赛“佳作奖”

2009 年鸿扬集团设计大奖赛工程实例类一项一等奖

2009 年鸿扬集团设计大奖赛唯一“最佳配饰奖”

2008 年湖南省第八届室内设计大赛实例类—家居空间银奖

2008 年湖南省第八届室内设计大赛实例类—公共空间铜奖

2008 年“尚高杯”中国室内设计大奖赛“佳作奖”

2008 年“尚高杯”中国室内设计大奖赛一项“入围奖”

2008 年常德市蓝湖郡第二届室内设计大赛“金奖”

2008 年常德市蓝湖郡第二届室内设计大赛两项“优秀奖”

2007 年湖南省第七届室内设计大赛两项“优秀奖”，

2007 年湖南省第七届室内设计大赛卫浴空间唯一“金奖”

2007 年华耐杯中国室内设计大奖赛两项“入围奖”

2007 年中国（上海）国际建筑及室内设计节“金外滩奖”奖

2005 年常德市首届家居文化十佳室内设计作品奖

作品多次发表于“潇湘晨报”“三湘都市报”“法制周报”收录于  
《设计生活》

《2009 中国室内设计大奖赛获奖作品集》 《2008 中国室内设计  
大奖赛获奖作品集》

《2007 中国室内设计大奖赛优秀作品集》《中国家装》杂志 《家  
具与室内装修》杂志。

个人作品



图 72

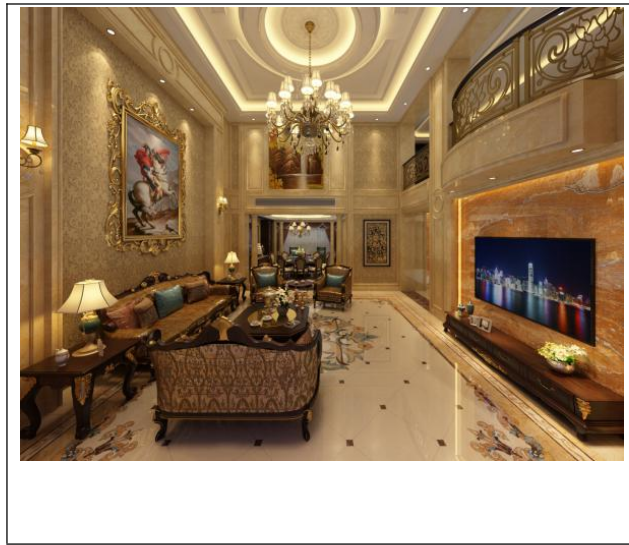


图 73



图 74

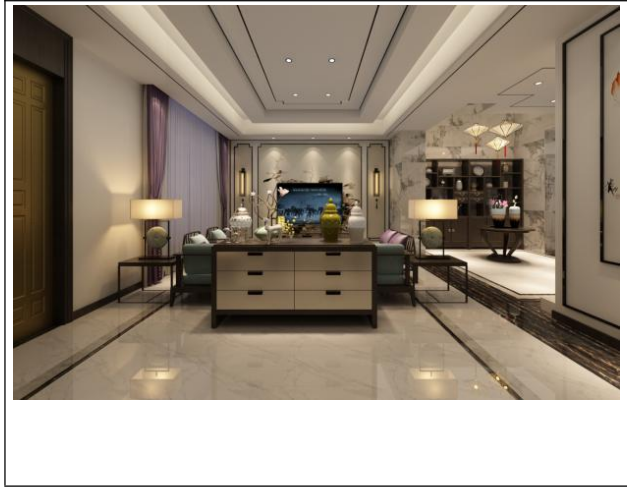


图 75



图 76

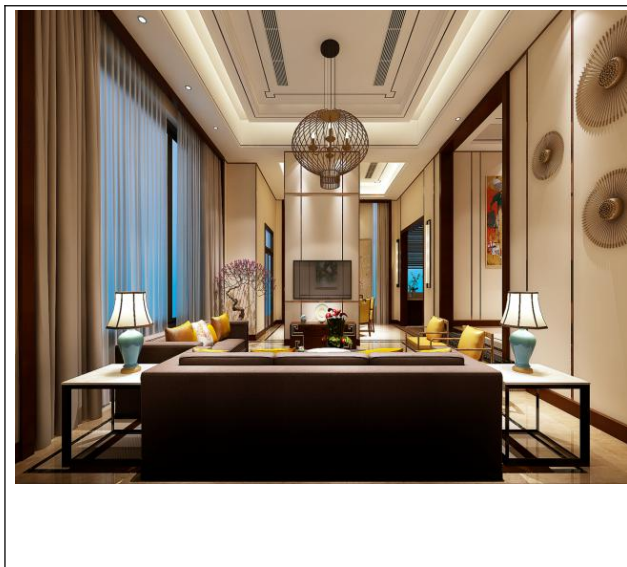


图 77



## 77. 优秀校友典型案例——马庆彪



图 78

个人基本资料

姓名：马庆彪

毕业时间：2015 年 6 月

环艺 1202 班

公司名称：北京弗瑞空间展览有限公司

职务：设计师

公司地址：北京市朝阳区黄渠村 165 号

联系方式：18911181513

工作经历：

2015 年 7 月 深圳地道国际

2015 年 9 月 深圳云集展览展示设计公司

2016年3月北京弗瑞空间展览有限公司

所获荣誉:

2012年12月CAD初级工程师

2013年5月CAD高级工程师

2013年5月3DMAX产品专员

2013年12月第七届大学生校园文化艺术节获”先进个人”

2014年9月获”优秀学生干部”

2015年5月评为2015届优秀毕业生



图 79



图 80



图 81

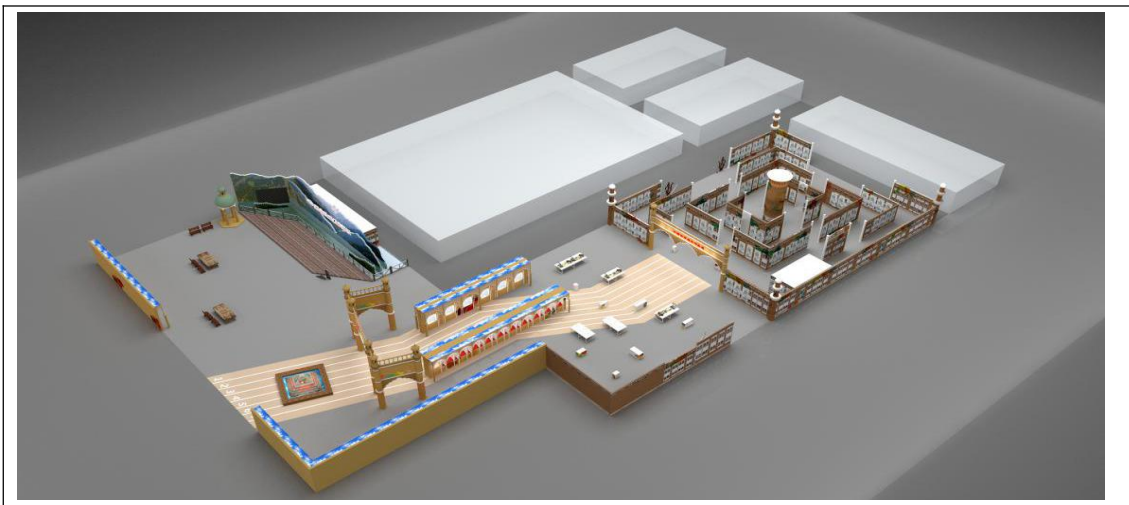


图 82



图 83



图 84

### 对学弟学妹的寄语

在学好专业知识以外，也要具备其他方面的能力，不能“一心只读圣贤书，两耳不闻窗外事”。平时要多和别人交流，到真正工作的时候会让你更加的得心应手。

## 78. 优秀校友典型案例——谭新勇



图 85

### 个人基本资料

姓名：谭新勇

毕业时间与班级：2008 年毕业 室内 0502 班

公司名称：北京居其美业室内设计有限公司

职务：主案设计师

公司地址：北京市朝阳区北苑路甲 13 号北辰新纪元大厦九层

联系方式：电话:18612088380

### 工作经历和所获荣誉

2008 年“益阳好家居装饰工程有限公司”

2009 年“益阳江南世景装饰工程有限公司”

2010-2017 年“北京居其美室内设计有限公司”

2009 年“湖南省第四届室内设计作品大赛”铜奖

2010 年“美国室内设计中文网大师选助手”优胜选手

个人作品



图 86



图 87

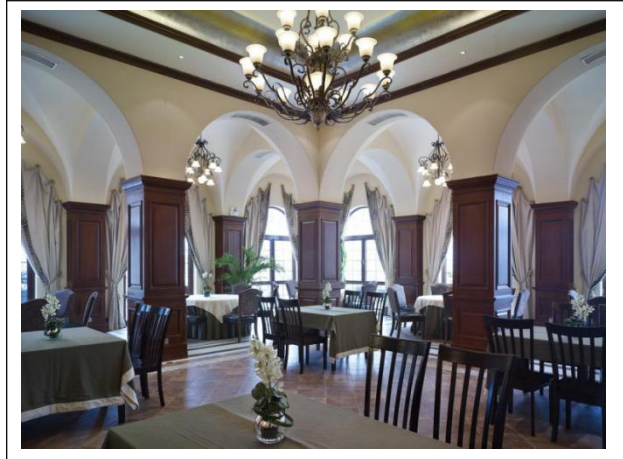


图 88



图 89

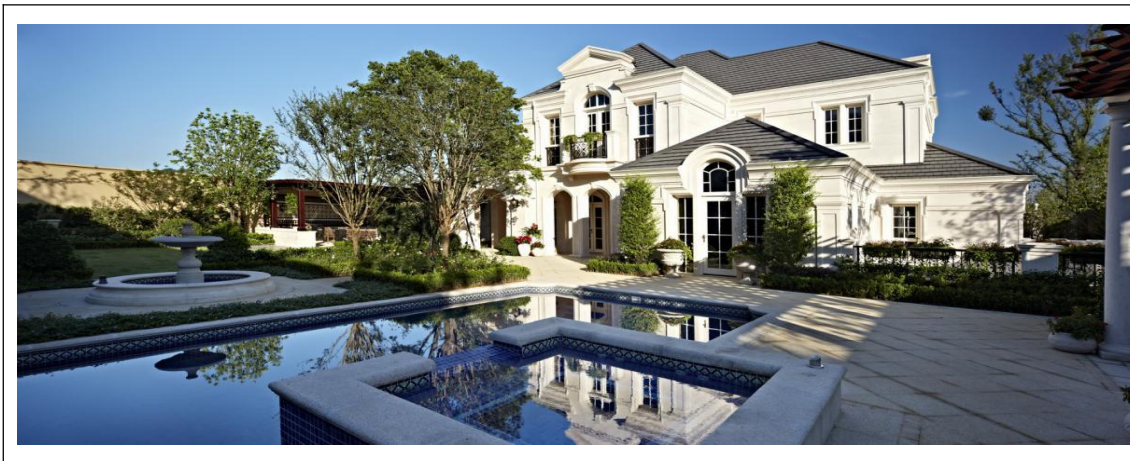


图 90



图 91

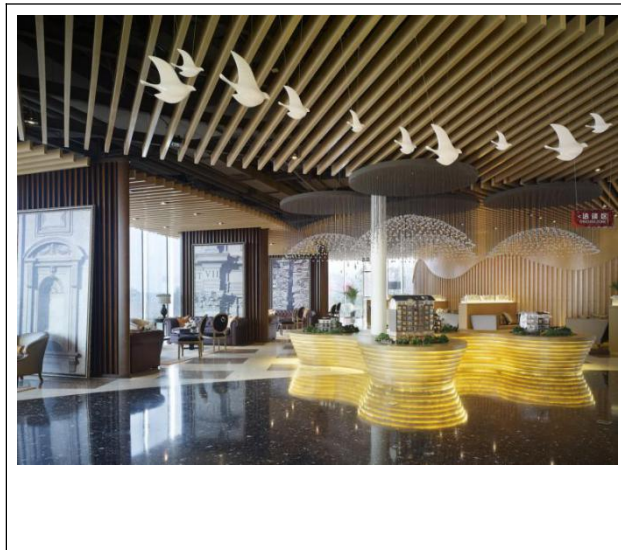


图 92

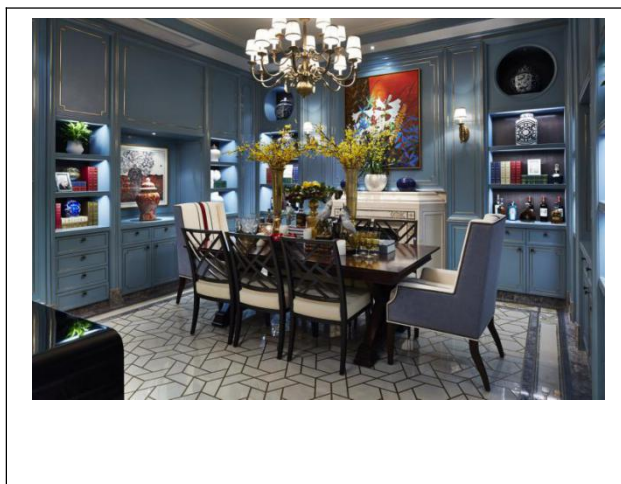


图 93



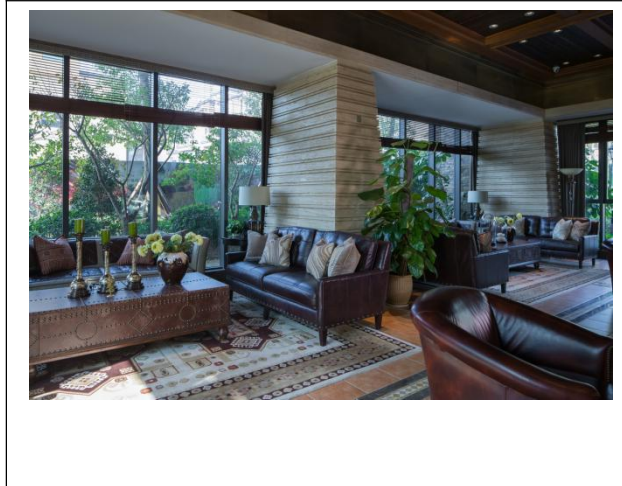


图 94

对学弟学妹的寄语：

设计这条路比想象中要艰难，请锻炼好自己的身体，在漫长的成长过程中健康会是你最有利的支持者。

愿每位学弟学妹都能越过市场经济下形成的室内设计泥潭，最终成为有独立思维的合格设计师。

## 79. 优秀校友就业典型——唐焕春

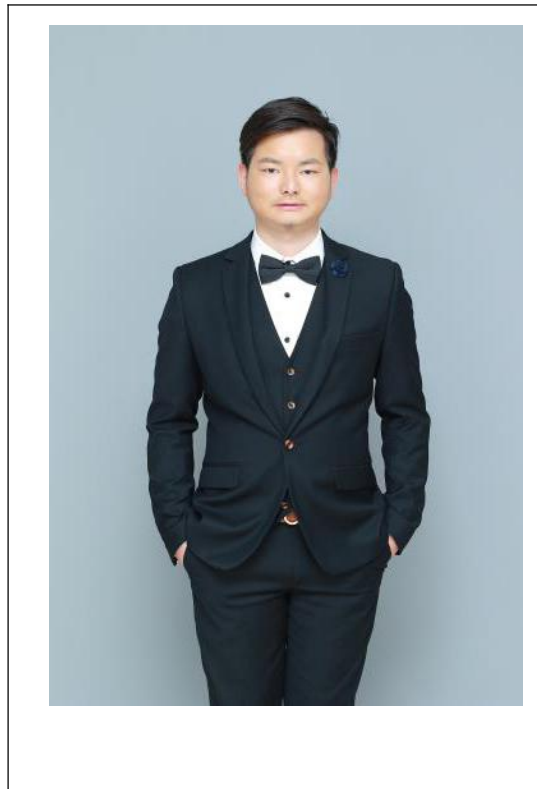


图 95

### 个人基本资料

姓名: 唐焕春

毕业时间与班级: 2012 年 06 月, 室内 0902 班

公司名称: 北京市众鼎装饰工程有限公司

职务: 设计经理

公司地址: 北京市海淀区马连洼北路 158 号众鼎商务写字楼 403 室

联系方式: 18601348231

### 工作经历

2011.08-2014.09 深圳市越众装饰工程有限公司北京分公司

2014.09-2016.10 CCD-香港郑忠国际设计事务所/ATG-深圳亚泰国  
际建筑股份有限公司

2016. 10-至今 北京市众鼎装饰工程有限公司
- 所获荣誉
2011. 08-2012. 03 沈阳有轨电车综合管理楼驻场深化设计师
2012. 03-2012. 05 长沙克明面业室内装修设计方
2012. 05-2012. 08 大连北高铁站驻场深化设计师
2012. 08-2013. 03 北京诺德国际广场室内精装修驻场深化设计师
2013. 03-2013. 10 武汉联投半岛丽笙五星级酒店驻场深化设计师
2013. 10-2013. 12 山西阳泉百度科技园驻场深化设计师
2014. 02-2014. 06 北京市人民日报社综合办公楼驻场深化设计师
2014. 06. 2014. 09 湖南怀化南站，新晃西站，溆浦南站，芷江北站四个高铁站幕墙建设驻场深化设计师
2014. 10-2014. 11 广州中山城市空间样板房办公楼设计
2014. 12-2015. 12 南昌万达文化六星级酒店驻场深化设计师
2015. 12-2016. 4 广西东兴华美达酒店样板间项目驻场深化设计师
2016. 4-2016. 11 河北石家庄中宏项目欧式售楼部，7套样板间，4个电梯厅驻场深化设计师

个人作品

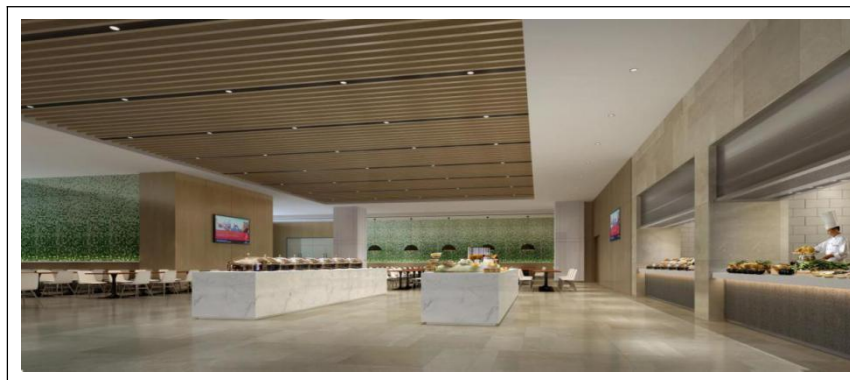


图 96



图 97



图 98

## 80. 优秀校友典型案例——薛镭



图 99

### 个人基本资料

姓名：薛镭

毕业时间与班级：1997 年室内 2 班

公司名称：居众集团设计事务所

职务：运营总监兼首席设计师

公司地址：深圳市福田区八卦三路 423 栋 3 楼

联系方式：13602627232

### 工作经历

1997.9 至 1998.8 在深圳市莲塘房地产开发公司任项目室内设计师。

1998.9 至 2000.5 在深圳市超凡装饰任设计总监。

2000.6 至 2008.5 成立深圳市雷震设计事务所任首席设计师兼股东。

2008.9 至 2017.6 在深圳市居众装饰景田分公司任设计部经理。

2017.7 至今在居众集团设计事务所任运营总监兼首席设计师。曾荣获深圳十大新锐设计师称号，作品获得“金鹏奖”“艾特奖”并刊登于“现代装饰”“获奖者”等杂志。

经典案例：阳明山庄豪宅，万科五园叠院，观澜高尔夫别墅，光耀城别墅，广东水电广场，新疆天河城市广场，平安科技大厦，科伦特大厦等。

寄语：希望学弟学妹能够尽快发现最适合自己的发展方向并努力实现自己的人生梦想！

个人作品

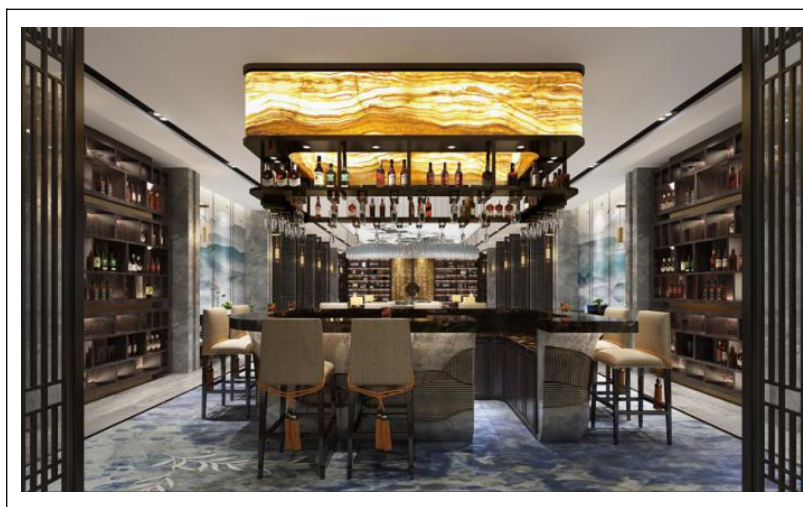


图 100

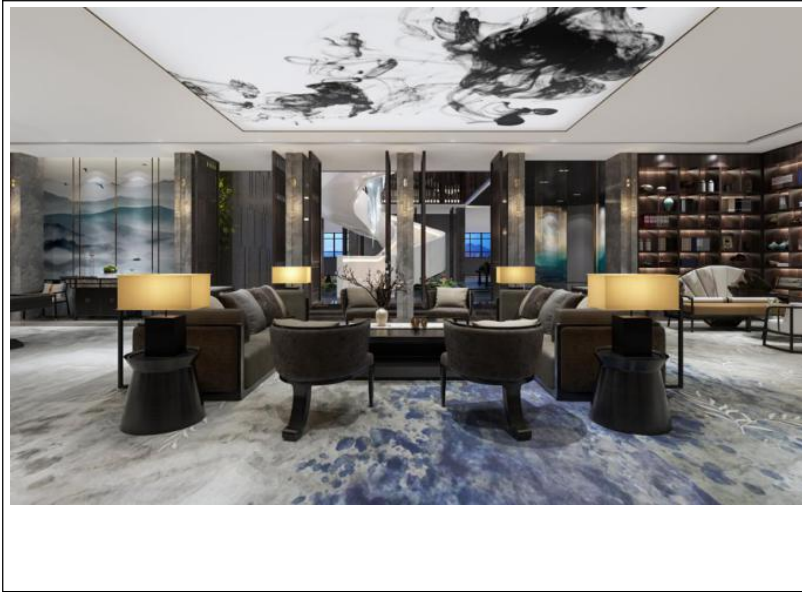


图 101

## 81. 优秀校友典型案例——周昱合



图 102

### 个人基本资料

姓名： 周昱合

毕业时间与班级： 2007 年毕业，公共环境艺术班

公司名称： 湖南雅筑装饰-城南旗舰店

职务： 总经理

公司地址： 长沙市芙蓉中路三段浦沅建鸿达现代空间 A 栋 2 楼

联系方式： 15820998909； 13787180505

### 工作经历和所获荣誉

2006 年 香港高林古环境艺术设计有限公司东莞分公司 设计师助理



2007-2008 年 东莞名泰装饰设计工程有限公司 首席设计师

2009-2012 年 自己组建成立东莞嘉兰图装饰设计工程有限公司

2012-2014 年 广州华宁装饰惠东分公司 设计总监

2014-2015 年 广东星艺装饰长沙分公司 设计总监

2015-2017 年 湖南千思装饰城南店 设计总监

2017-2018 年 湖南雅筑装饰城南旗舰店 总经理

个人作品

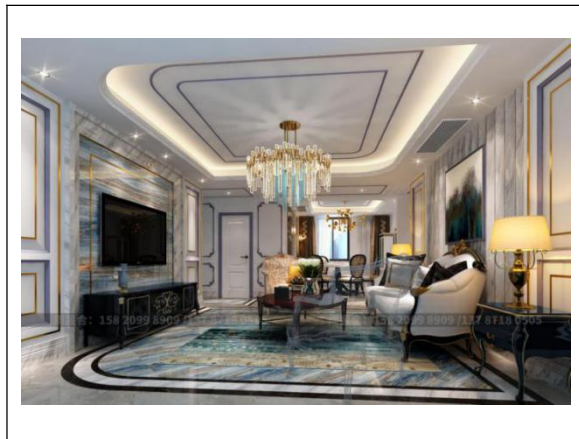


图 103

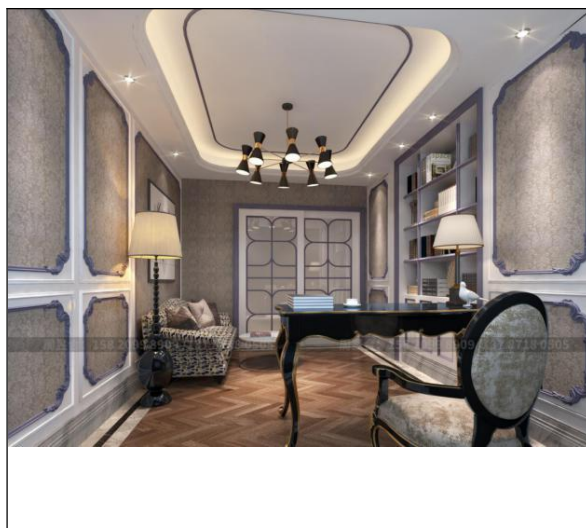


图 104

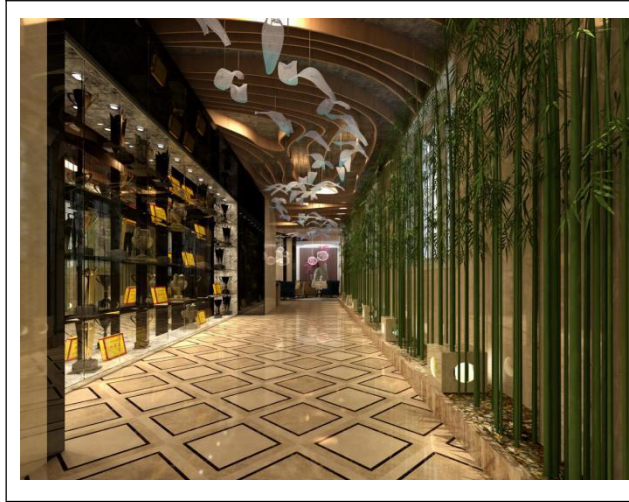


图 105

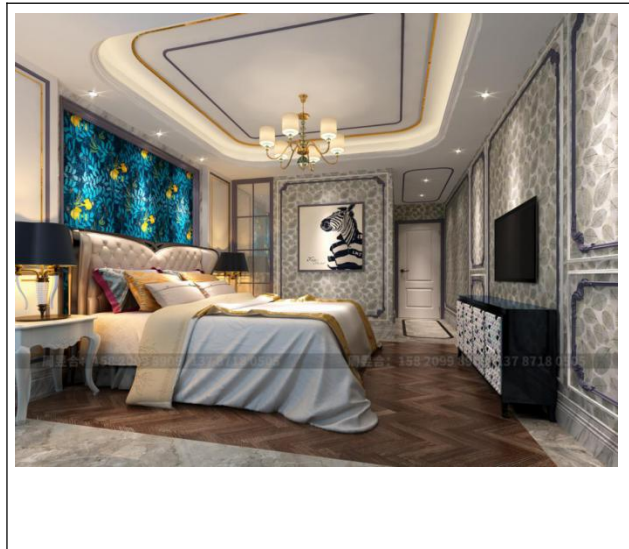


图 106

## 82. 优秀校友典型案例——蒋宽喜

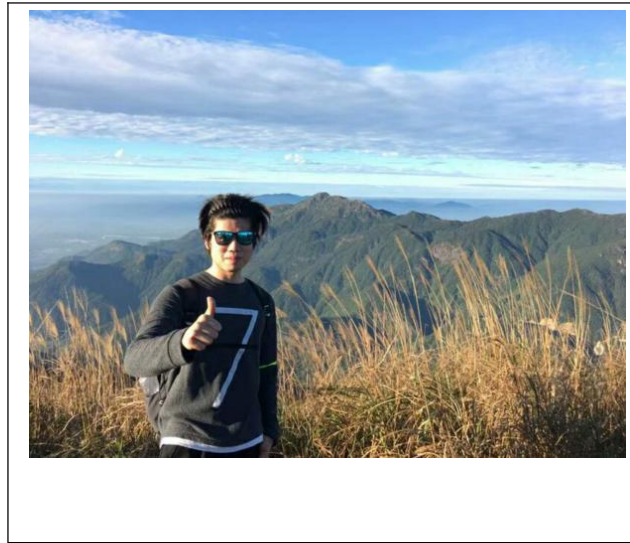


图 107

### 个人基本资料

姓名：蒋宽喜

毕业时间与班级：2107.5 室内 1410 班

公司名称：深圳安星建筑装饰设计工程有限公司

职务：方案设计师

公司地址：广东省深圳市福田区，天安数码城时代大厦 B 座.

联系方式：13530872.0

### 工作经历和所获荣誉

2016-4-2017.3 益阳名舍装饰工程有限公司 设计师

2017.7-至今 深圳安星装饰设计工程有限公司 方案设计

### 个人作品



图 108

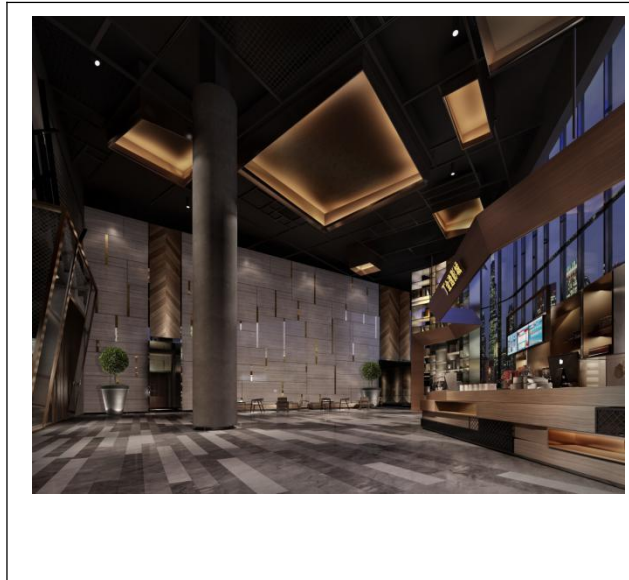


图 109

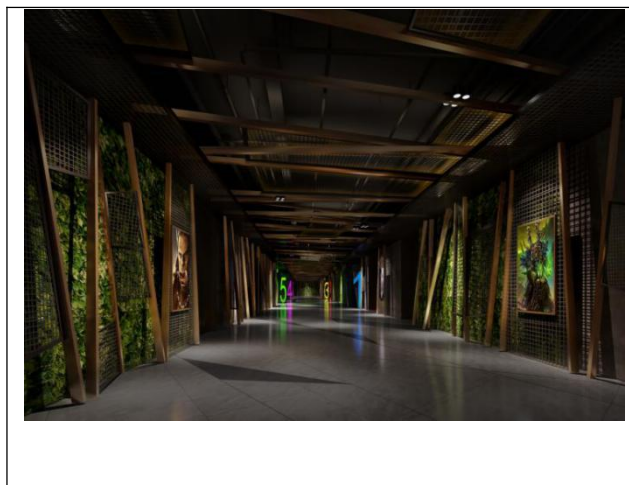


图 110

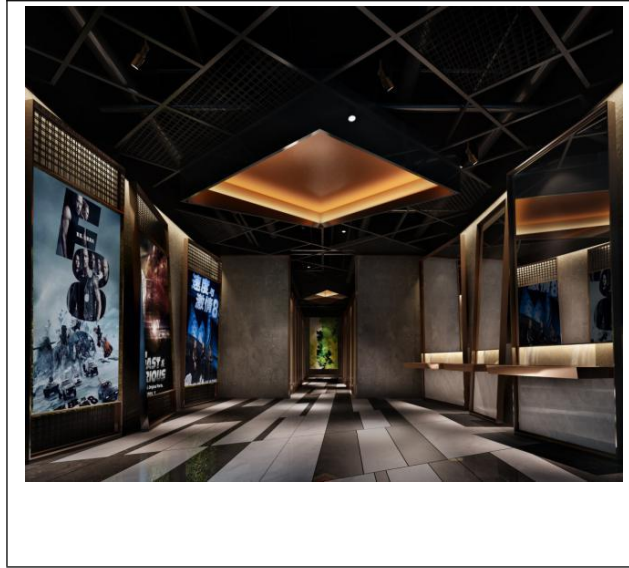


图 111

### 83. 优秀校友典型案例——马俊杰

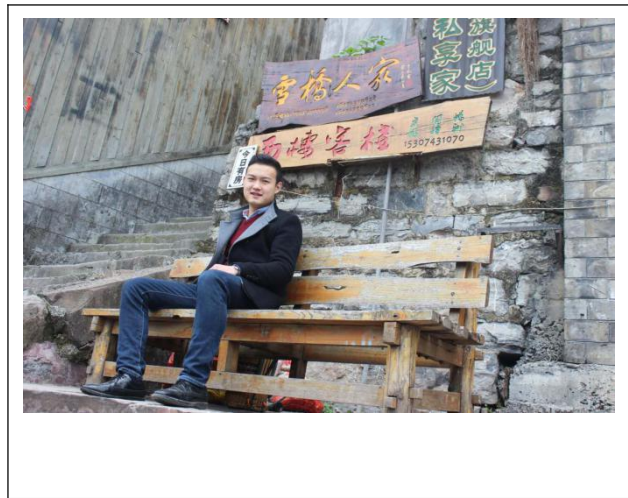


图 112

个人基本资料

姓名：马俊杰

毕业时间与班级：2016.5 室工 1301 班

公司名称：长沙绘居装饰工程有限公司

职务：设计部经理

公司地址：岳麓区香麓丽舍 3 楼

联系方式：13337360832

工作经历和所获荣誉

2015-10-2017.6 金煌装饰 设计师

2017.8-至今 绘居装饰 设计部经理

个人作品



图 113

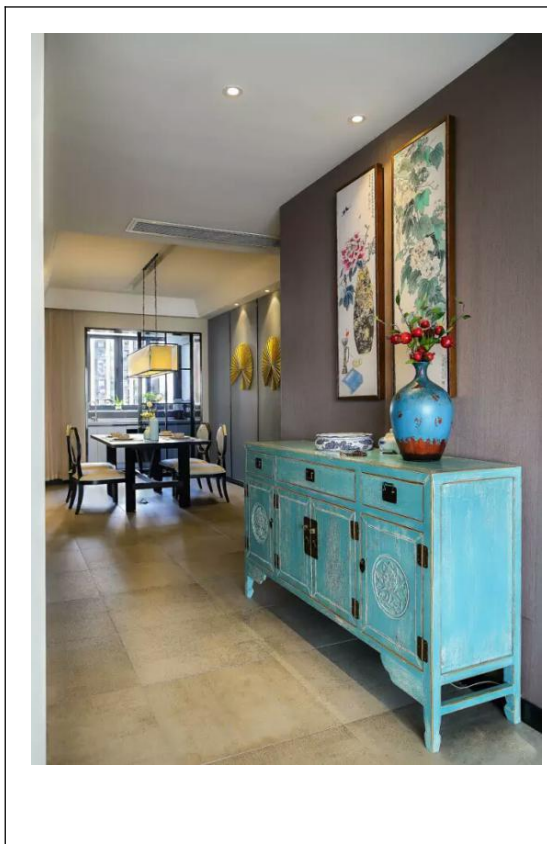


图 114

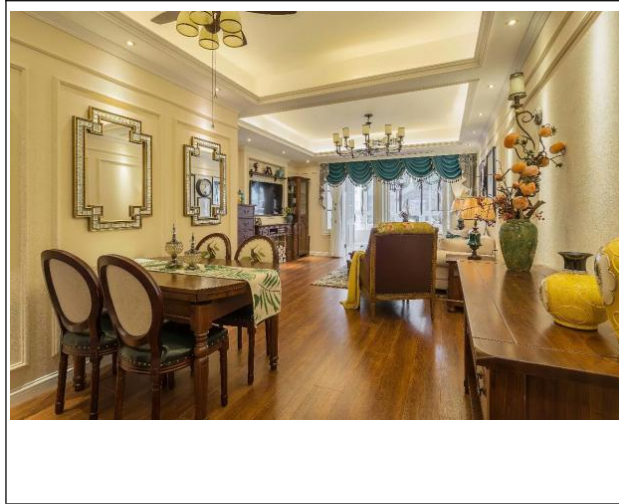


图 115

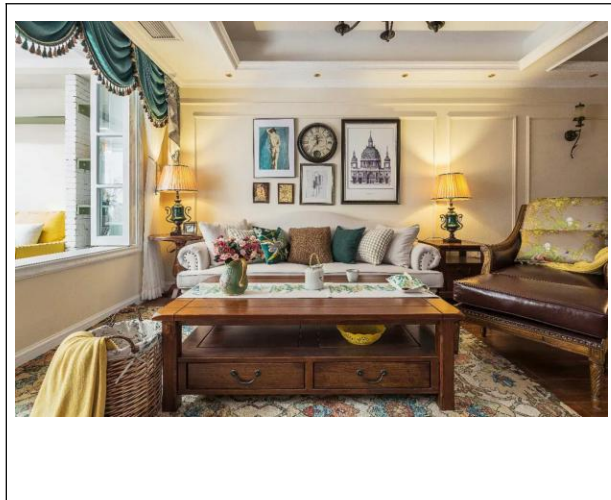


图 116

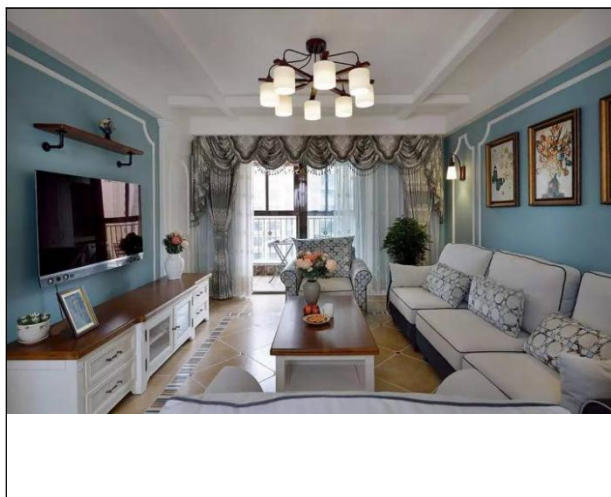


图 117



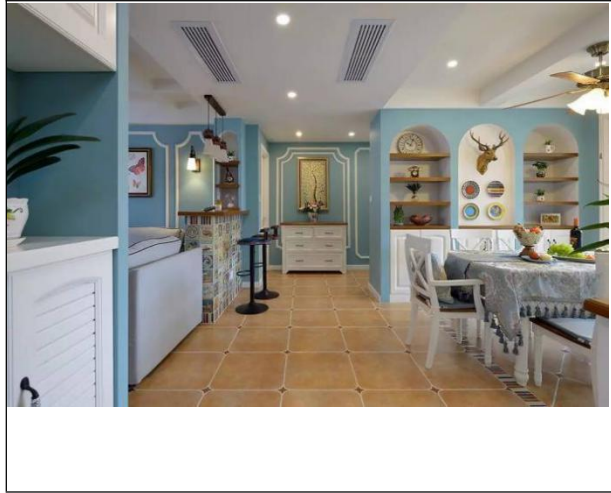


图 118

## 84. 优秀校友典型案例——熊健



图 119

### 个人基本资料

姓名：熊健

毕业时间与班级：2011 环境艺术设计 0801 班

公司名称：深圳市华森建筑工程咨询有限公司

职务：景观项目经理、施工图组经理

公司地址：深圳市南山区滨海之窗办公楼一层

联系方式：0755-86198516 16675338855

### 工作经历和所获荣誉

2014 年 4 月—至今 深圳市华森建筑工程咨询有限公司

2011 年 3 月—2014 年 3 月 深圳朗石景观设计工程有限公司 景观施工图设计师

### 个人作品

2016 年：深圳当代艺术馆与城市规划展览馆



图 120 2016 年：深圳当代艺术馆与城市规划展览馆

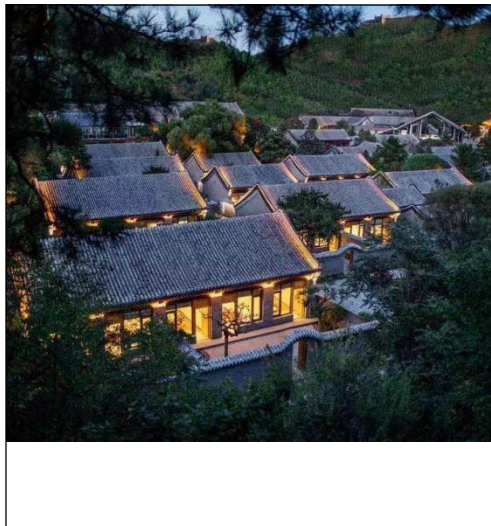


图 121 2017 年：北京金山岭悦苑酒店



图 122 2015 年：三亚青海大厦

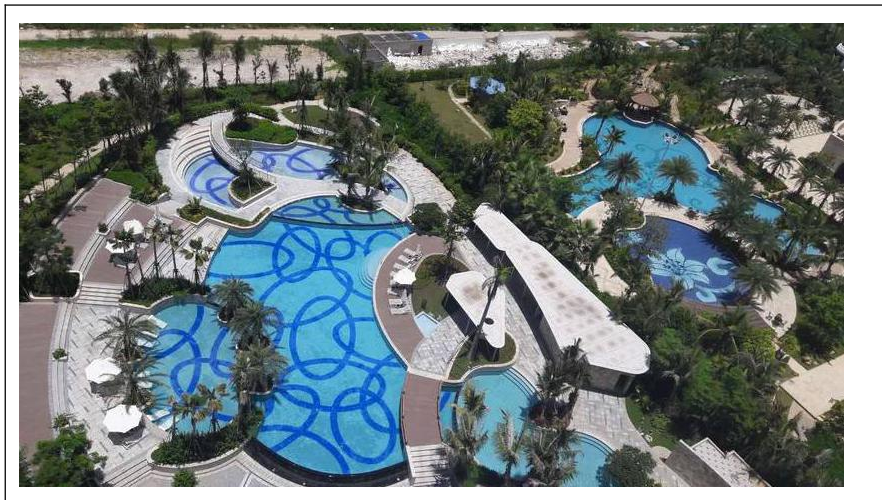


图 123 2015 年：三亚青海大厦

其他项目：

惠州龙光玖龙湾

惠州中交香颂花园

深圳何香凝美术馆景观工程（改造提升）

珠海金湾小学（华发地产）

深圳万科天琴湾三期

重庆金科世界城

## 85. 优秀校友就业典型——李闪忠



图 124

李闪忠 出生于1985年10月22日，湖南岳阳人，2008年毕业于湖南工艺美术学院，2012年研修于中央美术学院雕塑系，湖南省雕塑院著名雕塑设计师，持有国家《城市雕塑设计资质证书》，《工艺品职业设计资质》、《环境艺术师资质》。是中国当代极具影响力的年轻雕塑设计师，在雕塑创作设计方面有突出的成绩、雕塑设计、雕塑作品乃至摄影等诸多艺术领域都有很高造诣，大至气势磅礴，小到洞察精微，艺术风格独到，个性特征鲜明，尤其致力于城市雕塑设计已设计出大量城市雕塑、景观雕塑、主题雕塑、校园雕塑，并体现出具有现代审美和传统文化相融合的个性理念，是一位孜孜不倦的艺术实践者和开拓者。

2005年：9月大学就读于湖南省工艺美术职业学院、担任雕塑0501班班长、装饰艺术系学生主席。

2008年：3月工作于长沙艺轩雕塑公司担任设计师。设计过长沙《明

德中学文化浮雕》、《桔城雕塑设计》《三医院》、洞口《二炮部队浮雕长廊》、永州市《永州职业学院浮雕设计》

2009年：2月在长沙创办李闪忠雕塑设计工作室。郴州《郴州法院主题浮雕》、武汉《胡琴公园大门主题雕塑》、长春市《长春航空大学浮雕》、北京市《医院浮雕》、张家界《古代体育》……等。

2010年：3月工作于湖南省雕塑院设计部门。期间在雷宜铎老师的带领下协助制作《株洲沿江风光的浮雕》。协助李思训老师制作了：湘潭的《杨度》，四川的《羌寨民俗》。协助刘进署老师创作浏阳的《第一方面军会师》等。在院期间得到肖小裘、李思训两位雕塑家的教育及培养，使得对雕塑创作和雕塑设计的能力突飞猛进。

2011年：9月考取国家《城市雕塑设计资质证书》，随后在北京创办李闪忠雕塑设计事务所。设计的城市雕塑有：邯郸大名县《春秋五鹿城》，湖南省长沙市《长沙医学院》，衡阳市《衡阳工业学院》，《药王孙思邈》，湖北咸安《咸安检察院浮雕创作》、《孝感博士弯景观雕塑设计》，安徽省《大包干纪念馆高浮雕设计》，江苏省《淮安检察院浮雕设计》……等。

2012年：城市雕塑案例有：四川省阆中中学大学浮雕《崇实扬中》、《尚仁益智》 武汉孝感环境大型雕塑《竹》 河北邯郸城市大型雕塑春秋五鹿城》 上海喷泉雕塑《天鹅湖》 湖南长沙市八块浮雕《十八师》 相学院校园主题雕塑《奋进》 内蒙古科技大学《元素》《信息》 江西 厦门建筑设计院《大厅浮雕》 福

建三清山景观雕塑及浮雕，北京纺织研究院大厅浮雕、江苏南通搬经中学主题浮雕..... 共设计 206 个项目。

2013 年，220 个项目。

2014 年，132 个项目。

2015 年，已有 43 个。

个人作品



图 125

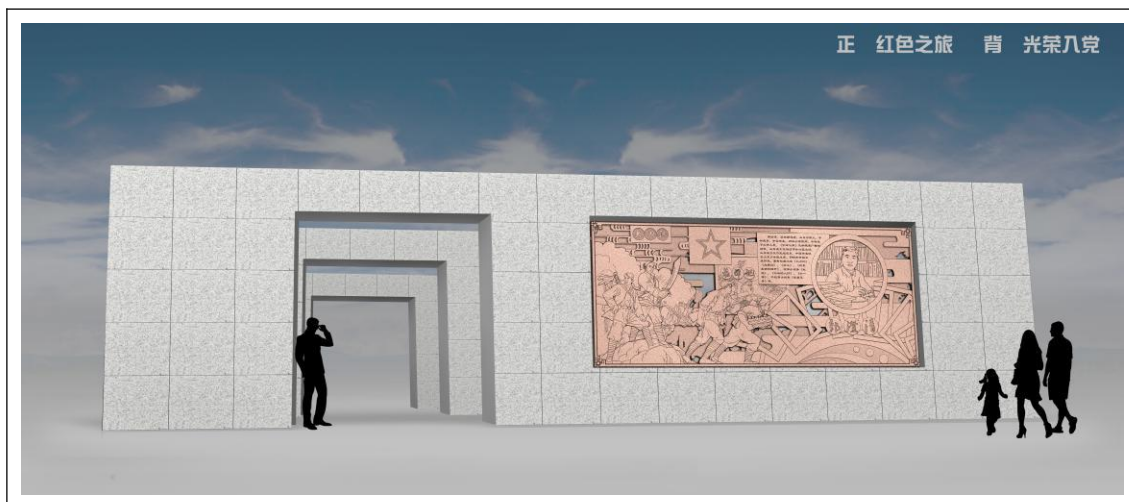


图 126

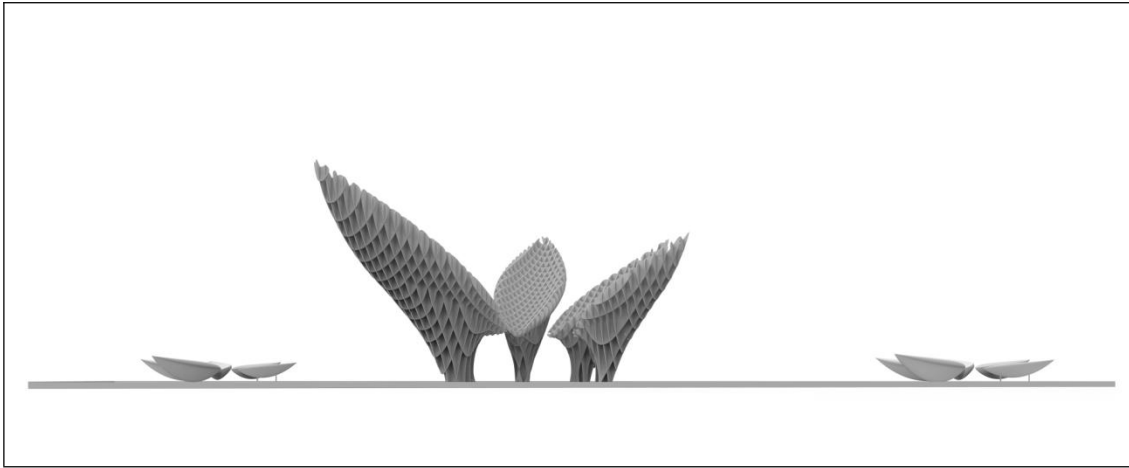


图 127



图 128





图 129



图 130



图 131

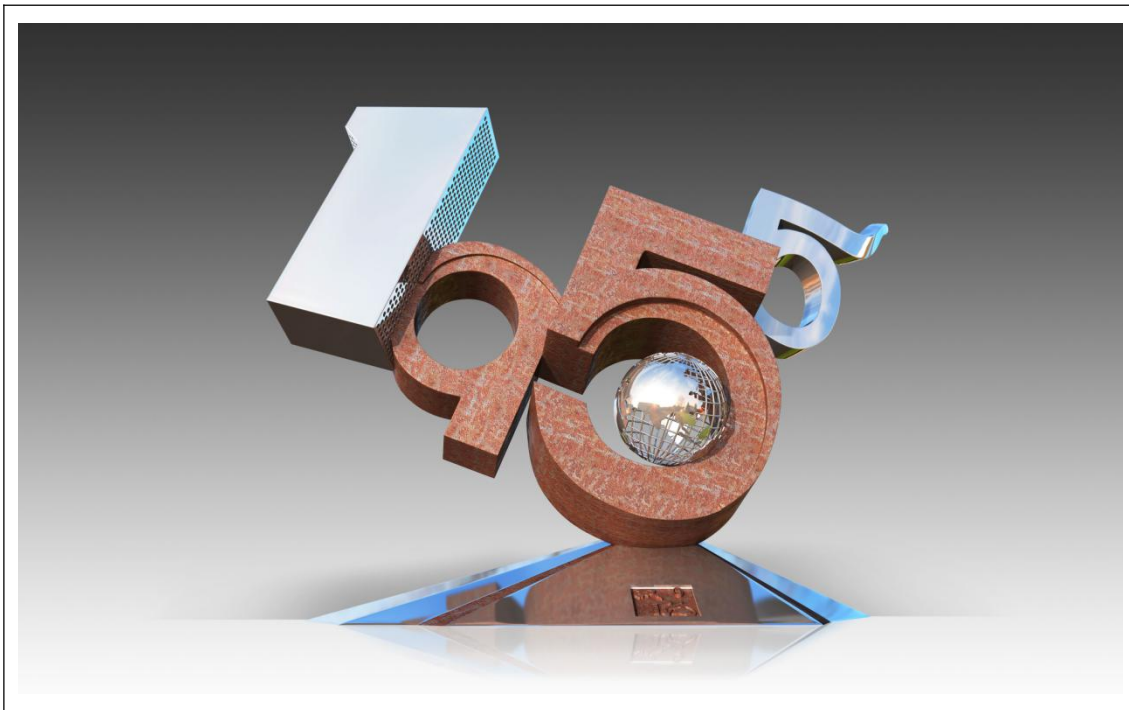


图 132

## 盐池县文化艺术馆

设计说明：以“自力更生、艰苦奋斗”精神为代表的边区红色文化是盐池的主要文化，（——引用《盐池历史文化探微》）。盐池为中国革命胜利做出了重要的贡献。此浮雕用王贵与李香香做浮雕中心，滩羊和古长城还有各遗址的图案是盐池文化特色。设计师以地域特征结合人文古迹用庄重明了的方式展现盐池文化。



图 133

## 86. 优秀校友就业典型——刘坤



图 134

### 个人基本资料

姓名：刘坤

籍贯：湖南省常德市桃源县

民族：汉

年龄：25

政治面貌：党员

学历：大专

联系电话：13617983662

### 工作经历

2009年9月——2012年6月就读于湖南工艺美术职业学院陶瓷艺术设计专业

2012年6月——2012年10月工作于江西省景德镇市饰言作坊。

2013年11月至今工作于江西省景德镇市青泥陶瓷饰品子公司华饰饰品，任职厂长，负责公司大小事务，管理员工二十余人。



图 135

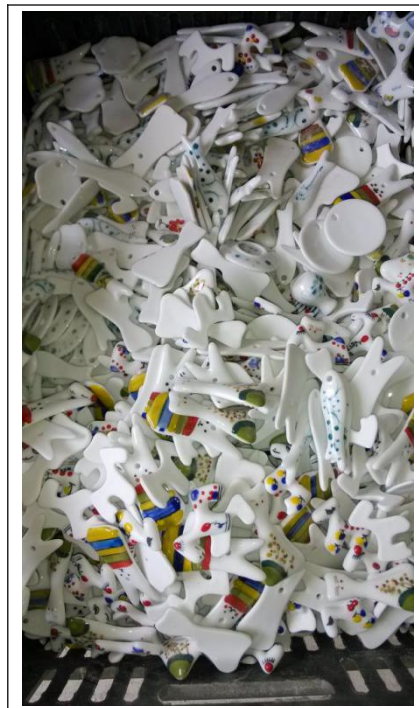


图 136



图 137



图 138

## 87. 优秀校友就业典型——傅谱成



图 139

个人基本情况：

姓名：傅谱成

性别：男

出生年月：1992 年 8 月

籍贯：湖南永州

民族：汉

最高学历：大专

毕业年月：2014 年 6 月

政治面貌：党员

学习经历：

2011 年 9 月入读湖南工艺美院视觉传达系装潢美术专业 1104 班。

2012 年 10 月担任学院点线面设计协会设计部部长，主要是负责点线面协会设计基础培训课程，软件基础培训内容。

毕业后的学习经历：2014年11月阿里巴巴淘宝大学学习电子商务网络运营知识。

就业情况：

2014年4月-2014年6月“益阳绿岛电子商务有限公司”实习期 担任设计员职务，进行摄影设计学习。

2014年6月-2014年12月“益阳绿岛电子商务有限公司”担任俏嘴巴食品有限公司网络店铺设计主管

2015年2月-2015年6月“益阳绿岛电子商务有限公司”学习电子商务运营管理数据分析等。

2015年7月-2016年4月“益阳绿岛电子商务有限公司” 项目部主管

2016年5月-至今“益阳绿岛电子商务有限公司” 运营部总监

公司简介：

益阳绿岛电子商务有限公司2013年入住益阳，之前一直入住长沙岳麓区（长沙绿岛电子商务有限公司），2013年开始本土电商代运营模式合作，本公司专注本土电商策划、B2B代运营、传统企业转型咨询、电商摄影、电商设计产品等。2014年4月接手湖南俏嘴巴食品有限公司线上销售模式，主要是经营天猫店铺销售，经过短短2年的时间目前是天猫食品行业TOP30名店铺，线上年销售额2016年预估1.5个亿。2014年接手湖南黑美人茶业股份有限公司，经过2年的时间打造线上TOP4知名品牌，等还有本土电商知名品牌合作。

公司地址：湖南省益阳市高新区迎宾东路中南电子商务产业园政府管理处2楼



法人代表：张健

股东代表：彭飞龙 张健

经营范围：本土电商策划、B2B代运营、传统企业转型咨询、电商摄影、电商设计产品等

公司人员规模：30人



图 140



图 141

## 二、其他创业故事

### 案例 1： 广受欢迎的青年网站

自 1997 年与法国北方高等电子学院的两个大学生合作为法国瘫痪病人协会建立了一个专门网站以后，马蒂厄·洛德霍就一直希望能够建立一个汇集北加莱海峡省所有协会的网站，以促进该地区各类网络协会之间的相互了解与联系。不久以后，该地区举办的因特网节取得了很大成功，地区首府里尔市也新建立了 ADSL 系统，利用这些便利的硬件和软件条件，马蒂厄抓住有利时机于 1998 年和另外几个在校大学生一起创建了兄弟网络协会。四个月之后，兄弟网络协会的会员就达到了 15 个，目前已超过 150 个。

在“青年挑战”和当地一些基金会的援助下，兄弟网络协会租借了一间 30 平米的活动室，聘请了 3 个工作人员，每天都有众多会员前来这里进行交流和沟通。马蒂厄认为，新技术不应由商业或金融领域垄断，兄弟网络协会即由大学生们创办并经营。由于协会没有任何营利性质，因此在这里没有任何商业广告，只有免费举办的专题论坛和会员彼此间信息的交流，同时各会员在协会创办的网站上都有介绍自己的栏目。另外，协会还聘请了两名工作人员作为网上儿童栏目的主持人，在网上为儿童举办画展，开设心理咨询等。协会还希望在边远的小市镇普及电脑上网并计划将一辆配备有十多台电脑的卡车定期开往这些地区。

## 案例 2：“美特斯邦威”和“谭木匠”商业模式的选择与创新

“美特斯邦威”和“谭木匠”是我国近年来选择了独特商业模式而获得快速发展的创业企业。

“美特斯邦威”1995年创办。当时，创业者周成建仅仅是温州妙果寺服装市场的一位普通的个体户。但是，周成建具有远见卓识，认识到休闲服饰在未来有长足的发展空间，便果断地退出了仍然火爆的妙果寺服装市场，投入50万元资金，自创了洋味十足的“美特斯邦威”品牌，其产品迎合年轻消费者的需求，走时尚路线，“不走寻常路”，逐步发展，迅速成为国内颇具影响和特色的休闲服饰企业，年销售额达30亿元。

“谭木匠”集团由董事长谭传华创办，创业之初主要生产民间传统的木制梳子，创立品牌“谭木匠”。该公司在经营中赋予产品十足的中国传统文化韵味，其产品用料精细、做工考究、古朴典雅，市场份额逐步扩大，“谭木匠”商标被国家工商行政总局认定为驰名商标。

这两家企业经营的产品虽然大相径庭，但创业之初共同遇到的都是缺乏资金、缺少技术实力、更没有什么官方背景和垄断资源，是同期千百万创业企业中普通一员。10多年过去了，许多创业企业消失了，更多企业默默无闻、停滞不前，但这两家企业却逐步发展壮大，成为各自行业中的佼佼者。独特商业模式的选择与实施是成功的关键。



图 142

美特斯邦威自创品牌后，有限的资金成为企业发展最大瓶颈，如果仍然沿用传统的经营方式，为满足市场需求就要购买大量的机器设备扩大生产，而如果把有限的资金用于建立工厂，自己建立终端销售渠道，既无法实现大规模生产和销售，又影响了其他工作的顺利进行，同时品牌的创建也就化为泡影，美特斯邦威现在也就只能是温州一家普普通通的服装企业。周成建“不走寻常路”的理念使其开始了自己独特的虚拟经营模式，企业倾注所有资源，全力打造和强化企业的核心竞争力。

美特斯邦威抓住服装企业经营中的关键环节，精心营造品牌，先后重金聘请郭富成、周杰伦作为企业品牌形象代言人；同时，聘请具有国际水准的顶级设计师根据市场状况，设计各种款式的迎合市场需求的休闲服饰，提升了设计水平。企业还与广东、江苏、浙江等地的100多家服装加工企业建立长期合作关系，这些强大产能为美特斯邦威定牌生产。这样，生产环节就委托其他企业外包出去了。同时，采取特许连锁方式，通过“共担风险，实现双赢”在全国各个区域招募

加盟商，建立美特斯邦威专卖店，到目前全国已有 1 000 多家美特斯邦威专卖店。这样，企业把销售环节也外包出去了。



图 143

谭木匠用一把木梳打天下，把一件不起眼的小产品赋予浓郁的文化品味，企业做得个性十足。1997 年，企业发展遇到资金瓶颈，银行认为生产木梳的企业没啥出息，并没把这家小企业纳入贷款范围之内。谭木匠公司面对困难，及时策划，在重庆商报上刊登“企业招聘银行”的广告，向社会诉求企业发展所遇的资金困难和未来发展前景，使得银行竞相和企业接触并向谭木匠公司主动提供贷款。这一举措既是一次成功的企业公关活动，也解决了企业发展的资金瓶颈。企业通过全力打造“谭木匠”品牌，塑造了高品质的具有中国传统文化内涵的木梳产品形象，产品在市场上具有较高的美誉度。在此基础上，企业通过虚拟经营的方式利用外部资源，在全国招募和遴选经销商，逐步在全国建立了 500 多家特许加盟店，建立了覆盖全国的销售渠道。虽然谭木匠的年销售收入仅亿元左右，但是却进入了一个几乎没有同类竞争的领域，成了该行业的“隐形冠军”。

国外理论界在上世纪末提出的虚拟经营的企业发展理论，被美特斯邦威和谭木匠很好地运用于企业实践。通过虚拟经营，企业整合和充分利用了外部资源，从而把有限的资金用在企业发展的关键环节，有效培育和打造了企业的核心竞争力。

### 案例 3： 特色植物一炮走红

一位名叫肖阳的大学生是这样讲述他的创业故事：

我家住一楼，南面有个大大的院子，爱花如命的妈妈，几乎利用上了每寸土地，有草坪、有花区、有蔬菜园、还有金鱼池。一次偶然的机会我在网上看到了这项新的专利产品——水培植物，只需一点营养水就可养花，我网购了一些营养水和养植资料，妈妈见了可高兴了，翻出了家里所有的瓶瓶罐罐，把她的许多土培植物都变成了水培植物，再经过一宣传，周围的邻居、朋友都来要她的新型水培植物。

那段时间正赶上我大学毕业，找工作高不成低不就，一直没有合适的。看到妈妈的水培植物这么受欢迎，就萌生了开一间水培花卉店的念头。跟妈妈一商量，没想到得到了全方位的支持，当即拿出了 2 万元的开业资金。

因为钱少，店装饰得非常简单。刚开张的时候，我们的水培花卉品种非常单一，样式也简单，所以很难有吸引力，即使有人进店来看一看，还以为是插花，怎么说也不相信水里面种的花能活得长。后来，我和妈妈一商量，制订了几项整改措施——首先是利用晚上的时间，我参加一个插花培训班，不仅学插花，更重要的是借鉴一下花形与容器的搭配技术；妈妈利用退休后的空闲时间，到处去淘既便宜又美观的玻璃器皿，甚至是一些旧的异型玻璃瓶，都成了我们的可塑之材。妈妈负责繁殖和选择已经成熟的植株，而我利用所学的知识，把这些植株修枝，再搭配上合适的玻璃瓶、水晶瓶。妈妈又别出心裁地在水里放上她养的金鱼，这样原来极不起眼的一盆花，在我们的精心雕琢



下，便在店里熠熠生辉了。妈妈设计的这种能养鱼的水培最受欢迎，因为小鱼在天然环境下长大，生命力极强，所以很受欢迎。

另外，我们还慢慢地扩大业务范围，由小型水培向大型植株发展，我们的大型水培利用了市场上现成的水族箱，直接把植株固定在水族箱上，通上氧气，水族箱中照样可以养鱼。我用相机拍了许多照片，闲暇时，到附近的大公司、大企业做宣传。很快，就有单位前来接洽。但许多单位都有疑问，这种方法花卉成活率有多高？谁也不希望买回去的植株经常有黄叶和死鱼出现。根据这些情况，我和妈妈商量，干脆实行租、卖两条路，租是指根据植株的大小，每月三五百元租金，我定期去单位打理，根据情况添加不同种类的营养水、修枝、喂鱼，甚至换水，搞清洁。卖的话，这种大型水培少则一千元，多至五六千元。

一年下来，我们的小店有了一定的利润。为了犒劳我们一年的辛苦，爸爸提议我们全家一起去新马泰旅游。爸爸说了，这可不是单纯地让我们去玩，而是让我们到真正的植物王国去考察学习，明年好扩大再生产。

#### 案例 4： 创业需要胆量， 需要冒险

《福布斯》中国富豪孙广信在没有发迹前，只是在乌鲁木齐做一些拼缝之类的小生意。这样的小生意人在商业传统悠久的乌鲁木齐多得是。孙广信发家于做酒楼。1989年秋季的一天，孙听到有一家专做粤菜的广东酒楼的老板因为欠债跑掉了。孙广信跑到那里一看，嗯，这个酒楼不错，地理位置好，门面也不赖，行，可以做，是个机会。当时就借了 67 万元把这个广东酒楼盘了下来，又从广东请来好厨子，进了活海鲜，鱼、虾、鳖、蟹，还有活蛇。此前孙广信从来没有做过餐饮业，新疆人又吃惯了牛羊肉，对生猛海鲜不感兴趣，感兴趣的人也不敢轻易下箸。头 4 个月亏了 17 万元，亏得孙广信眼睛发直。他坚持了下来，通过猛打广告猛优惠，将客源提了上来。孙广信从酒店里赚到了钱。中国的酒楼多得是，赚钱的老板都不少，为什么现在只有孙广信出名呢？因为孙广信没事就在酒楼里观察他的顾客，琢磨他的顾客。有一回，一个客人一下定了一桌 5000 元的酒席，把孙广信吓了一跳。在当时 5000 元可不是一个小数。他一琢磨，什么人这样有钱，出手这样阔绰？一打听，原来是做石油的。再一打听，乖乖，了不得，原来做石油这么肥，这么来钱呢。孙广信就开始转行做石油。后来孙广信成了《福布斯》中国富豪。孙广信现在做的事是西气东输。连国家都要掂量再三感觉头痛的工程，他都敢做，而且有资本做得起。

创业需要胆量，需要冒险。冒险精神是创业家精神的一个重要组成部分，但创业毕竟不是赌博。创业家的冒险，迥异于冒进。

## 案例 5：出色创意赢得市场

金莎巧克力就是创意表现出色者。它借着突破常规的创意表现(不仅产品设计突破常规,广告与营销也是非同寻常),成功地在业已成熟、竞争激烈的香港糖果市场异军突起,迅速占据第一品牌地位。我们不妨来看看它的广告片是如何突破常规的。

广告片开始时,只见寂静宽敞的教堂中,一位面孔清纯的少女低头步进告诫室。接着少女期期艾艾地向神父坦白,说因抵挡不了诱惑,后悔发生了第一次!观众至此已被故事情节牵引,免不了想到少男少女最不该犯的过失上去。但画面一转。少女竟解释是抵挡不了金莎独特口味的诱惑而第一次将整盒金莎巧克力吃光了。此刻观众从女主角向神父忏悔所营造的紧张气氛中突然解脱,不禁发噱。少女继续描述金莎的产品结构及特质,这是她抵挡不住诱惑的主要理由。这样一来,观众通过故事认识了金莎独特的产品结构,而且印象极其深刻。广告到尾声时,画面突然出现刚才聆听少女忏悔的神父,他(在吃完金莎后)向另一位神父开始坦白他的第一次……观众也为此小转折而会心微笑,甚至乐不可支。整个故事,除交代了产品特质外,更利用了出乎意料的环境和对少女美丽的误会及神父也因贪吃巧克力而忏悔等情节,烘托出“凡人没法挡”的主题。金莎另一突破常规的广告创意表现在一巨幅海报上,画面显示一盒金莎朱古力中一颗被取去,海报上被取去金莎的位置则作出撕去一颗金莎图的效果。旁边标题写着:“奉告,此乃金莎海报,并非真正巧克力。”效果逼真,令人会心微笑。微笑之余,金莎也就留在了观者的脑海中。

詹姆斯·W. 杨格说：“创意，说穿了不过是将原本存在的要素重新加以排列组合而已。”又说：“将事物重新排列组合的能力可以经由找出事物关连性的才能而提高。”语言虽然绕口，不过，仔细品味这句话，又确实不错，照他的话说，创意不过是存在的东西重新加以排列组合罢了，就好比是找来许多木块，能不能搭出个漂亮房子，就看你有没有一个活络的脑子了。教堂与巧克力这两个风马牛不相及的元素在金莎广告片中兼容和谐，制造了一个出人意料的情节，确属精彩之极！

## 案例 6： 大学旅舍商业计划

### 第一部分 产品与服务

#### （一）描述

业务主体将向大众(主要是大学生和青年)提供免费的资讯服务及向自助旅行者这一特定客源市场提供的旅游导向服务,其体现在 uhostelling(“大学旅舍”)网站上。U & C HOSTELLING(大学旅舍)立足点在 u&c (university & college) 上,主要体现在“hostelling (青年旅馆)”上。随着国内大学旅行社的诞生发展及大学旅游热的兴起,如何将分散的大学旅游配套资源有秩序和组织的发展起来,形成一个大型的跨地域性的旅游服务体系,广泛为日益增多的高校旅行学子提供中转站服务,是许许多多大学生希望的,也是不少旅游企业机构正在考虑的。

Hostelling International(国际青年旅社)虽然已经进入了中国,并获得了一定成功,但其服务目前只集中在经济发达的珠江三角洲地区(广州、南海、珠海、肇庆、深圳),与大学生目前的旅行要求有很大的差距。在广大的旅游热点地区,类似青年旅社的服务是相当缺乏甚至没有,面对大学生这个庞大的旅游群体,近年来出现了“旅游点高校接待”等萌芽状况的大学生旅游服务中介,但其信誉始终难以稳定。

针对为数众多的大学生旅游者希望旅游地区“青年旅馆”式服务的需求, uhostelling 网站将通过网络形式,结合国内各地高校旅行社的建立情况,通过合作兼并(已建立相应旅游组织)和聘用兼职

（尚未建立相应体系）等形式，在网上开展大学生领域的异地接应、当地导游和结伴同行等服务项目，以建立以高校为主要场所的流动性青年旅馆服务体系。

## （二）技术

网站应具备多位有旅游开发经验的业务联络人员及青年旅馆业务管理经验的人员，同时还应具备一支有经验的旅游信息采编队伍。

（1）订票系统：为客户提供网上预订机票及其相关服务。其中包括航班查询、机票预订、订单的查询与修改、代理出票/退票/订单维护功能。

（2）酒店系统：为需要在网上查询和预订酒店的客户提供迅速、方便、可靠的在线服务。其中包括客户登录、酒店查询、酒店预订、更改预订、取消预订、房源维护、库存预警、退款模块等功能。

（3）旅游线路系统：为客户提供迅捷、方便、可靠的在线旅游信息服务和在线预订。其中包括客户登录、信息查询、线路预订、更改预订、取消预订、旅行社管理和维护等功能。

（4）支付系统：提供与各大商业银行安全的在线支付功能。

## （三）访问者得益

通过访问本网站，上网者可以看到丰富的旅游资料及专门为大学生设置的旅游导向，可联系到各种旅游帮助机构，如到达旅行目的地的途径、花费、时间、落脚点及到达目的地后的行程安排等，从高校到高校，既可享受异地旅行的乐趣，又在食住行方面得到相对可靠的保证，既得到朋友式的照顾，又以较实惠的价钱完成旅程。

## 第二部分 市场分析

### （一）市场介绍

1999 年末我国上网人数 890 万，根据不完全统计，目前我国网民已突破 1 000 万，随着以大学生为主的校园网民的成长，中国互联网用户的数目急剧增加。

2000 年 3 月份开始，在电子商务热潮下，旅游网站作为模式清晰的 ICP，其发展前景一度被广泛关注，国内几大旅游网站纷纷有所行动，最为引人注目的是全国最大的旅游网站华夏旅游网与 TOM.COM 达成合作意向。旅游网站以其不涉及配送和支付问题以电子商务为主要形式，一时成为投资热点。

但无论是华夏旅游网、中国旅游资讯网还是后起之秀的携程旅游网，他们都把业务重点放在“旅游行业”上面，重点放在飞机订票、酒店房间预约等传统旅游业务上，在个人自助游、学生背包游方面始终搞不起特色，所提供的服务做不到实处，表现在只介绍相关的旅游知识和由旅行社提供的路线及景点介绍，有关个人旅游的细节鲜见提及。在去年末异军突起的携程旅游网虽然在个人自助游方面搞出一定特色，但其定位仍带有传统自助游的影子，没有充分顾及大学生旅游阶层，携程旅游方式对于在校的大学生仍存在难以操作的地方。

而另一方面，目前许多旅游网站号称网络旅游便宜、舒适，但熟悉旅行社业务的人都知道，通过网络购票、订房，很难达到旅行团队的人数规模，也即不可能享受到旅行社所得到的折扣，现时网络旅游的风光只不过是网站不惜血本的降价卖广告，不是长期生存的办法。

根据一份调查，在整个旅游市场的大批散客当中，90%以上原先就不通过旅行社出游，而在这批散客中的上网者，才是目前旅游网站真正争夺的目标顾客。从某种意义上说，传统旅行社和旅游网站说到底并没有正面交锋。目前国内旅游网站的发展主流只不过是旅行社的架构调整，同旅游网站的发展没有什么联系。网上旅游必须根据自己的特点走出自己的路子，做一些通过互联网很容易实现的服务。

另一方面，随着人们生活水平及知识水平的双重提高，对于旅行的要求也越来越苛刻，传统的“填鸭式”随团游对许许多多出外旅行者日渐失去了吸引力，在年轻人当中，自主自由的自助式旅游越来越受到认可，但一个严峻的问题是面对发展迅速的自助游（背包旅行一族）群体，国内的社会配套设施远远跟不上需求，造成许多旅行后遗症。uchostelling（大学旅舍）就是通过网络将“青年旅馆”式的配套服务首先在国内有条件的大学区建立起来。目前在广东以外的中国诸多旅游地区，还没有直接以“青年旅馆”命名的机构，但相类似的为背包旅行者服务的饭店已经出现，这都体现了市场的实际需要，像云南大理、广西桂林都有为自助旅行者服务的配套住宿饭店，在上海黄浦江边古老的理查饭店也已经很接近青年旅馆的标准，但他们缺乏一定的系统协调，在旅游业中的聚焦效应没有充分发挥。

2002年3月下旬，中国12个城市的代表在广东青年旅馆协会的组织下，商讨了国际青年旅馆在中国的推广计划，据称，几年内将有多家青年旅馆在全国不同城市开业。一种新的旅游格局初露端倪，中国为未来新的旅游精神作充分的硬件准备。



## （二）目标市场

业务内容的受众只是大学生（年轻人），但从长远来看，服务受众将不断增加，年龄在 30 岁以下的网民都是我们可能的访问者。如果网站能顺利起步的话，开站半年内，通过假期前的服务项目宣传和 U&C HOSTELLING（大学旅舍）理念的高校巡回 SHOW，同时加以一定的推广免费优惠，总访问人数可过数 10 万，1 年后可达 100 万。同时中介服务业务也会随假期的到来进入正式起步发展阶段，网站浏览人数的增长与使用青年旅舍服务后的二次宣传将不断推广 uhostelling。在网站浏览量稳定的情况下，广告收入也会不断上升。

## （三）区域聚焦

在 uhostelling 服务方面，我们立足于区域性，立足于业务密集点。开始的发展重点是以广州为中心的华南地区，基础打好后（如 U&C HOSTELLING 理念的渗透率在高校学生中达到一定程度），再向北推进，划分东北、华北、西北、西南、华东、华中、华南及港澳台等区域，业务成熟将与国外同类机构合作开展中外 U&C hostelling 业务合作，争取每个有高校的城市区域都开设有 uhostelling 的服务机构。

## （四）发展目标

公司最终发展目标是完成对传统旅游业和正统电子商务之间的“自由游式”旅游资源的整合，使 U&C HOSTELLING（大学旅舍）成为以网络为交易方式，以大学为服务根基的跨地域性的青年旅社，规模最大的大学生（青年）旅游机构，成为大学生旅游者在城市之间的

理想驿站。

### 第三部分 业务计划的实施

#### （一）实施战略

第一步：（时期：6个月）第一笔资金到位后，大部分用于基础运行中去，把有限的人力资源重点放在U&C HOSTELLING（大学旅舍）理念和网站具体业务操作方式的推广上。与此同时，先与国内已建立的大学旅行社或有类似青年旅馆的机构进行业务联系，再在较为发达但未有相应机构的大中城市的大学开展业务建设。在此基础上，争取更大的投资。

第二步：在华南各大高校校园开展相关活动，并争取一定的服务使用者。1年内U&C HOSTELLING业务进入正常营运状态，并以此为基础，在非假期时间开发其他服务内容。

第三步：加大融资，扩大业务规模，并适当在业务集中城市（点）建立全权物业。

#### （二）联盟

公司将与资金和技术较雄厚的网站、全国百强的旅游公司建立联盟，双方互相取长补短，共同发展。网站将和各大媒体单位建立合作关系。

## 案例 7: 联想的创业之路

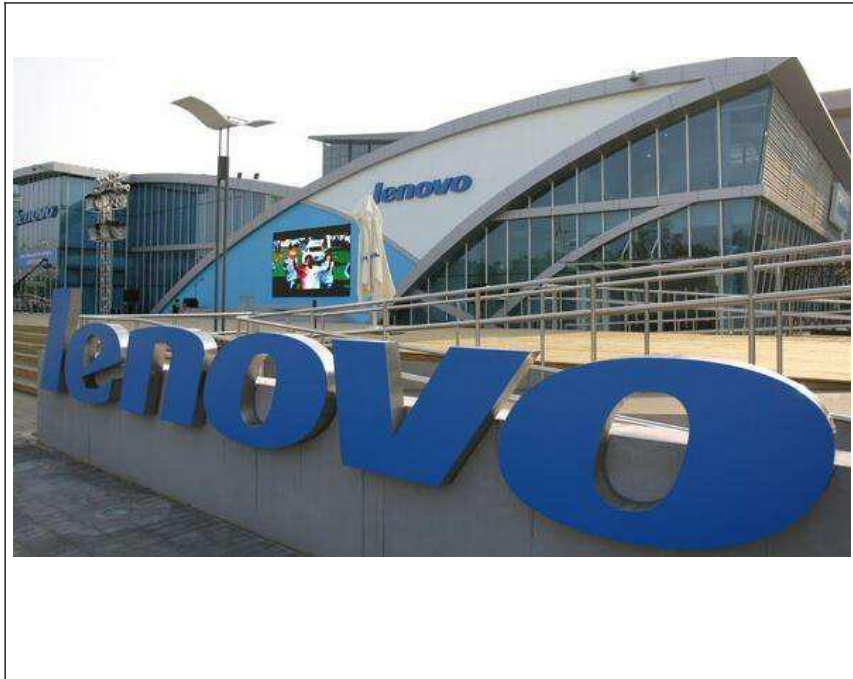


图 144

## 一、创业背景

1978 年全国科学技术大会的召开,明确了“科学技术是生产力”。1982 年,党中央又发布了“经济建设必须依靠科学技术,科学技术工作必须面向经济建设”的指导方针。一时间北京中关村涌现出了上百家高新技术公司,与这些公司近在咫尺的中国科学院计算机研究所承受着强大的冲击。在中国科学院正式实施“一院两制”后,计算机研究所的柳传志等人率先走出了科研大院,于 1984 年 11 月宣布成立中国科学院计算机所新技术发展公司。

## 二. 艰难创业

刚刚步入市场大潮中的知识分子们,面对激烈的市场竞争,一时不知所措。而公司刚成立时,计算机所只给了他们 20 万元的贷款,这对于开发高技术产品的公司只是杯水车薪,要想继续发展下去,就

必须要有足够的资金积累。

为了筹集资金，他们抓来了一些电子表、旱冰鞋搞销售。出于中国知识分子那份特有的羞涩感，他们只敢把摊子摆在职工食堂或车棚里，而卖这些东西的人却远远地守在一边。这样做生意的结果肯定是赔得一塌糊涂。1985年，公司组织全体职工，包括科技人员和总经理在内，全部投入低档次的技术劳务——为社会上其他公司验收、维修计算机，培训人员，开展技术劳务，实际上就是出卖技术劳动力。这样苦干了一年，他们用自己的汗水积累了70万元人民币，为今后开发拳头产品积累了必要的资金。

公司成立时，所里虽然没有给他们多少资金，但答应下放给他们“三权”：人事权、财务权与自主经营权。现在钱与权基本上都有了，下一步怎么办？通过仔细的市场调查，他们发现国内有大量进口微机，但却大批闲置或只当作打字机使用。计算机的“汉化”已迫在眉睫、势在必行。而怎样才能突破“汉化”这一关？在事先没有商量的情况下，公司的柳传志等几位创始人不约而同想到了一个人：倪光南。除了请贤聘能以外，别无他法。正是在倪光南的带领下，1986年诞生了“联想汉卡”。1989年11月14日，新技术发展公司正式更名为北京联想计算机集团公司。

贤能者在一个充满希望的事业空间里总是成群出现。在当时联想的小小门市部里竟有两个站柜台的研究员张品贤和胡锡兰。“研究员站柜台”是联想贸工技战略的最好说明，计算机这一高技术产品正是基于这种知识分子的市场活动才能转移到消费者手里，而在当时最有

资格来销售这些产品的，恰恰正是计算机所的这些知识分子。

### 三. 加快产品市场化

经过不断开发、完善，联想逐步形成了八个软件版本、六个型号的联想汉卡系统，广泛应用于六个大的领域；尔后，他们又连续开发出 FAX 通讯系统、CAD 超级汉字系统、GK40 可编程工业控制器、联想 286 微机等一系列高技术产品。经过对“286”时代的市场培育，公司终于在“386”和最好档次的电脑上得到了回报。

为了让产品尽快转化为社会生产力，联想将科学技术不仅仅应用于产品的开发阶段和销售阶段，还将它进一步延伸到产品的生产、加工以及开拓市场和售后服务等各个环节，使得联想公司进入市场竞争的轨道，大大提高了开发效率。比如联想汉卡系统开发仅一年就产生了经济效益；联想 286 微机也仅仅用了半年的时间，就以优异的性能和便宜的价格挤进了国际市场。此外，联想公司每年还举办两次全国范围的大型技术交流演示会，其培训中心每年免费为社会培训 5000 多名计算机应用人员，并在全国设置了 36 个维修服务网点。公司在试制新产品的时候，将科技与经济紧密结合，有效地实现了科学技术转化为社会生产力。

### 四. 良好的创业管理模式

联想集团控股（有限）公司从创立之时就提出了“大船结构”的管理模式，以开发、生产、经营三大系统为主体。围绕三大主体，公司设置了一个决策系统、一套服务系统，各系统实行经济承包合同制。从 1988 年起，联想按工作性质划分了各专业部门，比如业务部下设

汉卡、微机、网络、小型机、CAD、工控、软件、资料等专业部，进一步提高了工作质量和效率。联想还逐步实现制度化管理，比如财务制度、职工培训制度、干部聘任制度、库房管理制度等等，逐一进行规范化企业管理，为建设大规模外向型企业做准备。1988年8月，香港联想公司成立；1989年11月14日，北京联想计算机集团公司正式成立。公司董事会下设总经理室，实行总经理室与职工对话制度，及时与职工沟通思想，交流感情。

联想人坚持的贸工技战略，既是联想创业成功的保证，也是中国高技术产业化的必由之路。在国外高技术产业化研究中有一种被称为“高技术大街活动”的理论，谈的就是高技术企业在创业区开展高技术大街活动，即在真正的市场上与消费者沟通。“研究员站柜台”正是这一高技术大街活动的最形象的说明。

联想创业时条件十分艰苦，这些艰苦的磨炼对联想创业确实是十分有价值的。常言说，逆境能使人奋起，艰苦的创业环境也往往能造就一个成功的企业。对联想来说，正是在这种艰苦条件下，在别人的冷嘲热讽中，联想创业成功并不断做大做强。

1988年，联想汉卡获得国家科技进步一等奖。

1990年，联想电脑问世。

1995年，联想电脑销售量达到10万台。

1996年底，联想台式电脑市场占有率全国第一。

1997年，不但市场占有率保持全国第一，而且进入亚洲前8名。从此以后，联想电脑牢牢占据了中国市场第一的位置。1998年，联

想开始推出昭阳笔记本电脑。

1999 年联想笔记本电脑市场占有率居全国第一。

2004 年，联想集团被评为中国民营企业 500 强首位企业。

## 案例 8： 宝洁公司的品牌创新

宝洁公司有 300 多个品牌畅销于世界 140 个国家和地区。走的是“从产品推出品牌，再由品牌推出新产品”的路子。它的经验是：

### 1. 奉行消费者至上

宝洁公司在各地建立机构，了解本土市场，了解当地语言和文化，了解消费者需求、态度、使用习惯。比如，他们通过深层次地了解，对 26-34 岁的消费者对皮肤的认识，日本是“像煮熟的鸡蛋”一样半透明的光洁肌肤；香港是“水晶般光洁”；台湾是“红润光洁”。同样的品牌、同样的产品，根本不同的感受会形成消费者心目中的品牌所代表的不同形象。

### 2. 创造特色，创造差异

宝洁认为特色与差异是卓越产品应有的个性特点。如“海飞丝”“去头皮屑”的特有个性特征，赢得了消费者的喜爱，赢得了市场。而“沙宣”、“飘柔”、“潘婷”又是另外的特点，可让消费者各取所需。不同名称、符号、颜色将品牌的内在特征告诉消费者，以其独特魅力吸引消费者。

赢得市场后，宝洁又一次次改进推出新产品，宣布这是“新的和改进的产品”，让消费者更加钟情于此产品。

### 3. 营销策略不断创新

(1) 侧翼产品策略：一个品牌有多种规格和形式，以满足消费者不同偏好，使其占有更多货架空间，以防止竞争者进入。

(2) 多品种策略：用一种产品推出几种品牌，如洗涤去污剂就生



产了 10 种品牌，满足消费者不同需要。

(3) 品牌扩展策略：产品创出名牌后，利用它的品牌名称再推出其他产品。如“象牙牌”产品，已从肥皂扩展到液体肥皂和清洁剂。这样可以减少广告支出，又能迅速得到消费者认可，获得好的市场信誉。

(4) 品牌管理系统：品牌多，管理者也多，宝洁系统中由一个经理管理一个品牌。这样分而治之，责任落实、行动敏捷，便于占领市场。20 世纪 80 年代后期，宝洁 36 个月内在全球成功地推广了飘柔品牌；90 年代早期，24 个月在全球成功地推广了潘婷品牌。

(5) 强大而有效的促销：宝洁年广告支出 6.72 亿美元。为了创造强有力的知名度，为了满足消费者的偏好，从不限广告费用支出。宝洁拥有一支一流的销售队伍，能很好地与零售商合作，并负责向品牌经理提出建议，研究如何进行最有效的促销。

(6) 创新战略：宝洁的获胜准则是不断向最好推进，为了消费者的利益，不断研究开发新产品、新技术、新服务。

(7) 有序经营：宝洁的口号是创新永久性品牌。它对品牌的有序经营，不仅表现在价值策略的运用上，还表现在沟通、促销及广告代理商的选择上等等。它不依靠价值优势，相反，它的洗衣粉、洗发精、香皂价格都不便宜，同样成为市场领导品牌。

## 案例 9： 盛大网络游戏：开创盛大模式

中国的网络游戏市场从 1998 年开始起步以来，一直鲜有赢利的先例。

1999 年 11 月成立、2001 年 3 月才进军网络游戏市场的上海盛大网络有限公司改变了这种局面。2001 年 7 月盛大代理了一款韩国游戏《传奇》，2002 年凭借《传奇》的出色表现，上海盛大年营业收入达到 4 亿元，占据网络游戏市场份额高达 40% 以上。

盛大通过一款韩国游戏《传奇》实现了奇迹，但让盛大获得成功的绝不仅仅是游戏本身，在实现奇迹的过程中，盛大独创的营销模式功不可没——这种模式已被称为盛大模式。

盛大通过代理开发商的软件，快速获得了质量相对优良的产品；通过向游戏玩家收费，找到了以往网络游戏依靠网络广告、电信分成等赢利模式之外的新赢利模式，这种直接面向终端消费者的模式，无疑更为稳定可靠；通过渠道扁平化，盛大提高了销售终端的覆盖率和控制力度；盛大还向传统行业学习，通过向游戏玩家提供优质的售后服务，从而让玩家建立起忠诚度。

2003 年只用了 5 个月就实现了 2.7 亿元营收，而盛大网络代理的《泡泡堂》、自主开发的《传奇世界》都获得了极大的成功。2003 年 9 月，盛大同时在线用户突破 100 万。显然，盛大奇迹还将继续下去。

## 案例 10： 共同分享铸就大业

若干年前，记者曾在中关村采访过一位创业者。这位创业者当时在中关村做产品供求信息。当时，中关村做一行的人还很少，因而这位创业者的收入可观，很短时间内就买了车，买了房，但是对自己的员工却很抠门，能少给一分，绝不多给一分，他说这叫低成本运作。现在七八年过去了，这位创业者的公司已经搬了几次家，但总是改不了小门脸那种寒酸的模样，员工也总是那么寥寥几个，而且不断地更换。中关村竞争激烈，每天都有很多人的创业梦化为泡影。这么多年过去了，这位创业者仍然存在，仍然在中关村坚持，自有他的成功之处。但是，与和他差不多时间起步，做同样行业，而且是白手起家的郭凡生相比，他就差得远了。现在郭凡生的慧聪年产值早已过亿，在现代化的写字楼里拥有了上千平方米的办公面积，在全国各地还有数十家分公司。郭凡生也早就成了千万富翁。

郭凡生和这位创业者的区别，就在于懂得与众人分享。慧聪是 1991 年创立的，1992 年慧聪的章程里已经写入了劳动股份制的内容。学经济出身的郭凡生这样解释他的劳动股份制：“我们规定，慧聪公司的任何人分红不得超过企业总额的 10%，董事分红不得超过企业总额的 30%。当时我在公司占有 50% 的股份，整个董事占有的股份在 70% 以上，有 20% 是准备股，但是连续 8 年，慧聪是把 70% 以上的现金分红分给了公司那些不持股的职工，而我们这些董事规定得很清楚，谁离开公司，本金退还，不许持股。所以我们这些董事又都是公司总裁、副总裁，参与的也是知识分红。慧聪早在 1992 年初创的时候，就确

立了按知识分配为主的分配方式。”据说郭凡生第一次给员工分红的时候，有一位员工一下分到了 3000 多块钱。那是上世纪 90 年代初，3000 元可是一笔大钱。这位员工以为公司搞错了，不相信世界上竟然会有“这样大方的老板”，拿到钱后连夜跑掉了。

郭凡生对中关村的企业和中国的高科技企业为什么做不大也有一番高论。“中关村企业有 100 万利润就分裂，有 200 万利润就打架，为什么做不大呢？就在于这个公司只有一个老板，老板拿走绝对的利益，而这个公司又不是靠老板的资本来推动发展的，当它的主体变为知识推动的时候，企业就要不断地分裂，所以中关村的企业做不大，中国的高技术企业做不大。”

美国心理学家马斯洛有个需要层次理论，说人按层次一共有五种需要，第一是生存需要，第二是安全需要，第三是社交需要，第四是尊重需要，第五是自我实现需要。这五种需要具体到企业环境里，具体到公司员工身上，就是需要老板与员工共同分享。当老板舍得付出，舍得与员工分享，员工的生存需要、安全需要、尊重需要就从老板这里都得到了满足。员工出于感激，同时也因为害怕失去眼前所获得的一切，就会产生“自我实现的需要”，通过自我实现，为老板做更多的事，赚更多的钱，做更大的贡献，回报老板。这样就构成了一个企业的正向循环、良性循环。这应该是马斯洛理论在企业层面的恰当解释。

当周枫成功地完成婷美“惊险的一跳”后，当初坚定不移地跟着他的员工现在可享福了。不但是这些员工，现在婷美所有的员工都

在分享着周枫和婷美的成功。如今在周枫的公司里，120多名员工光小汽车就有96辆。这些小汽车都是公司作为奖励送给员工的。周枫规定，凡在公司工作满3年的员工，就送给小汽车一辆，百平米住房一套。现在周枫又买了28套“部长级”住房，每套150平方米。周枫规定，在公司工作满5年以上的员工，可以得到这些住房。

周枫这样解释自己的成功：我觉得我成功的因素里面有这样一条，就是我能够做到与人分享。周枫当然也有他的“小九九”。他说：我现在研究很多案例，比如三株、太阳神等等企业是怎么成的，怎么倒的。他们成功以后员工和主要干部都是什么样的福利待遇。我们中国有个现象，就是一个新兴的行业一旦做火了以后，紧接着就会分岔。好像只要做了一个给老板个人带来暴富机会的产品，之后这个企业很快就会销声匿迹，这是一个值得我们关注的现象。比如说一个口服液，做火了以后，紧接着就会出现很多很多同样的口服液，你想想，做这些口服液的人都是从哪儿来的呢？都是从原来的公司里派生出来的。这里面有高薪挖墙角的原因，更多是老板自身的原因。老板挣钱了，副总们会想，老板挣了，看看我自己的钱，还是没有涨多少。那好，我宁愿不拿你这5000多块钱的月工资了，我也不出去给别人干，因为给别人干，我可能还是拿那点工资。我自己办一个公司，几个人单独拉出去也做这个，因为别的不会做，我就仿照你来做。一旦做成了，我也就成了百万富翁了。所以这样不断地派生，今天果茶大战，明天保暖内衣大战，还有各种的保健品大战，基本上都是这样，但是你看我做的生意，基本上后面没有跟进的人跟着搅和。婷美为什么能

够一花独秀？原因在于我们有一支凝聚力特别强的队伍。对公司员工来说，如果这个企业事业发展了，他还拿他那几千块钱月薪的话，他是会有想法的。但如果他一年可以拿个 30 万元、40 万元的话，他就会考虑，自己现在出去做老板，冒那个风险，还不如在这儿做。这种比较经济学，决定了你一下就把他 5 年的时间拴死了，以后你只要巩固住，甭说 5 年，有两年你的品牌就出来了。别人再跟你做同样的东西竞争，你靠品牌已经压死了他。所以说，一个企业家要懂得与他人分享，真心分享，公平分配利益。这样做了以后，你这种坦诚，一个窝头大家掰着吃的那种诚恳，会产生很强的凝聚力。其实这样做，同时也保护了自己，比如分出岔以后，你就要用更大的广告量去抵消对方的竞争。现在像我这样，每年的广告量就减下来不少，无形中还是保护了你自己的利益。

周枫如此精明，如此会算帐，怪不得他做一样东西火一样东西呢。而且只要是他做过的东西，都做到了全国第一。做生意的人都会算帐，只不过有些人算得是大帐，有些人算得是小帐。商业法则：算大帐的人做大生意，做大生意人；算小帐的人永远只能做小生意，做小生意人。

分享不仅仅限于企业或团队内部，对创业者来说，对外部的分享有时候同样重要。王江民不管什么时候，对他的生意伙伴都是一句话：有钱大家赚。而正泰集团的成长历史，有人说就是修鞋匠南存辉不断股权分流的历史。在南存辉的发家史上，曾经进行过 4 次大规模的股权分流，从最初持股 100%，到后来只持有正泰股权的 28%，每一次当

南存辉将自己的股权稀释，将自己的股权拿出来，分流到别人口袋里去的时候，都伴随着企业的高速成长。但是南存辉觉得自己并没有吃亏，因为蛋糕做大了，自己的相对收益虽然少了，但是绝对收益却大大地提高了。

## 案例 11： 灵感与创业商机

比亚迪老总王传福的创业灵感来自一份国际电池行业动态，一份简报似的东西。1993 年的一天，王传福在一份国际电池行业动态上读到，日本宣布本土将不再生产镍镉电池，王传福立刻意识这将引发镍镉电池生产基地的国际大转移，意识自己创业的机会来了。果然，随后的几年，王传福利用日本企业撤出留下的市场空隙，加之自己原先在电池行业多年的技术和人脉基础，做得顺风顺水，财富像涨水似地往上冒。他于 2002 年进入了《福布斯》中国富豪榜。名人老总余德发是个非常有意思的人，据说这个人不管走到哪里，随身都会带着两样宝贝：一样是手提电脑，因为名人在全国设有许多的分部、分公司，余德发带着电脑走到哪里，那里就是公司的总部；另一样是一个旅行箱，里面全是各种各样的报纸，余德发走到哪里，读到哪里，将一箱一箱的报纸，当成了精神粮食。另一位财富英雄郑永刚，据说将企业做起来后，已经不太过问企业的事情，每天大多时间都花在读书、看报，思考企业战略上面。很多人将读书与休闲等同，对创业者来说，阅读就是工作，是工作的一部分，一定要有这样的意识。



## 案例 12： 没有背景和依靠 创业全靠自己天赋和努力

年轻的傅章强用行动写下了两项上海“之最”：第一位成功创业的大学生，第一位入驻浦东软件园的“知本家”。

不熟悉他的人会觉得他令人讶异：一个从福建南平考到上海来的大学生，没有任何背景和依靠，只是靠着自己的天赋和努力，还在大学三年级时，便在市科委负责一个攻关项目的开发，研究生一年级便以负责人身份向市科委申请到了另一个“九五”项目，这在一般教授都未必能做到；而熟知傅章强的人却不觉讶异：一进海运学院计算机系，傅章强便表现出了突出的才能和特别的努力，那时候的他，一清早便钻进机房，中午啃两个面包，直至次日凌晨一两点钟，满天星斗时才钻出来。日日如此，且这样的工作热情一直保持至今。天才加上勤奋，出成绩是必然的！

真正开始创业，只是起源于一个念头：市科委的项目做出来以后，同行评价都非常高，认为达到了国内先进水平，但接下来的命运却是“高束焉，度藏焉”，产业化根本没做好。傅章强心中很觉可惜：科研成果只需适当包装、完善，完全可大范围推广，产生巨大的社会价值！基于此，他决定：自己开公司！

1998年初，傅章强在学校附近租了一套两室一厅的房子，投资2万余元，置办了三台电脑，为创业开始磨刀霍霍了。到当年年中，他拟定了一个吸引风险投资的计划书，融得一笔100万元人民币的风险资金。年底，“必特软件”正式注册。“必特”，在英文中即是“bit”，代表计算机中的二进制，而二进制是计算机的基础，暗含办企业要从

基础做起的理念；同时，“bit”和“micro”一样，都有微小、微粒的含义，但“bit”比“micro”数量级稍大一些，其中，蕴藏着傅章强的“野心”。

当时，作为申城第一个在校大学生办的企业，“必特软件”似乎还有着违反校规的嫌疑。一开始，傅章强只能瞒着学校偷偷干。

困难似乎也在意料之中。开业几个月，傅章强没有谈成一笔业务。有时有客户谈得已经很投机了，跑过来一看他的“两室一厅”，业务便就此“夭折”。傅章强一直记得第一笔业务的成交。那是一个朋友介绍他承接上海新华律师事务所的一个项目，有40多万产值，同时另有一家单位也在争取这个项目。那段时间，傅章强一有空就往事务所跑，义务帮他们解决电脑方面的小问题，提供业务咨询，甚至编些小程序。“走出门，让客户了解自己，这很重要。我认认真真地做，并且把事情做好了。这样他们才会来买你的东西。”凭着这一点“小花招”，感动了市场，傅章强赢得了自己创业生涯的第一笔业务。

客户间的口口相传有时比自己上门推销要有效得多。第一笔业务让傅章强兴奋的同时，也充满着压力。他对自己的要求是不能松懈，永远要做得更好。他的客户也如滚雪球般，有了良性上升的趋势。1999年下半年，在校学生创业得到政府的鼓励和提倡，傅章强的公司名正言顺地“公开化”，甚至他还把自己的导师和学校的一些教授吸引而来。白天，傅章强去上导师的课，晚上，导师来协助公司做业务。1999年，他招聘了第一批专职的员工，从原来三四个人的“小作坊”向规模化、正规化过渡。

一个偶然的机会，傅章强了解到位于张江高科技园区内的浦东软件园开始招商。这个由上海市和信息产业部联合创建的国家软件产业基地，政府对入驻软件园的企业给予一系列极其优惠的政策扶植，最现实的便是三年内办公楼租金免费。傅章强当场拍板签下了协议书，成为第一个入驻浦东软件园的“知本家”。

如今，“必特软件”已成为软件园的五家骨干企业之一，被信息产业部认定为国内第一批“软件企业”，并获国家高新技术企业称号。在张江，“必特”也是第一个拿到科技部设立的科技创新基金的企业。公司从入驻张江时的40多人，发展到现在超过80人，产值与客户数都呈良好的上升趋势。傅章强没有自满，他一直记得江总书记前来视察的那一天。那一刻的感觉是无比的兴奋，兴奋之后又是沉甸甸的压力。“不过我是一个善于化解压力的人，化压力为动力，一天天做得更好！”傅章强的话掷地有声。

像傅章强这样靠着自己的天赋和努力创业的大学生不在少数。

### 案例 13: 杉杉西服与创业者郑永刚

做杉杉西服的郑永刚与梁亮胜如出一辙。郑总是不满足，在部队里不满足，退伍之后仍不满足。从一个公司到一个公司，从一个工厂到一个工厂，他总是觉得自己能做更大的事，应该拥有更大的舞台。他就在这样的不满足中，将自己的事业一步一步推向前进。现在他终于使“杉杉西服”成为“中国西服第一品牌”，同时也使自己成为了一个亿万富翁。

关于人的欲望，地产商冯仑有一段很精辟的论述。他说：地主的生活最愉快，企业家的生活最有成就感，奴隶主的生活最有权威。“地主地里能打多少粮食，预期很清楚，一旦预期清楚，欲望就会被自然约束，也就用不着再努力，所以，会过得很愉快。企业家不同，企业家的预期和他的努力相互作用，预期越高努力越大，努力越大预期越高，这两个作用力交替起作用，逼着企业家往前冲。”如果用“企业家”代替冯仑这段话里的“企业家”，你会发现它同样贴切，或许我们可以套用一句伟人的话：“欲望是创业的最大推动力。”

## 案例 14： 朋友是资源

前中学数学教师、“好孩子”创始人、《福布斯》中国富豪宋郑还是通过一位学生的家长，得到了第一批童车订货，这才知道世界上原来还有童车这样一个赚钱玩意儿的。同时，宋郑还做童车的第一笔资金也是通过一位在银行做主任的学生家长获得的。如果没有学生家长的帮助，宋郑还可能会一事无成。而万通的冯仑和王功权原来则是同事，两人曾一起在南德工作过，后来两人离开南德，携手海南打天下，才有了现在的兴旺发达。冯仑和王功权在事业上是一对绝配，仿佛《封神演义》里面的哼哈二将，一个弹，一个唱，配合得天衣无间。

据调查，国内离职下海创业的人员，90%以上利用了原先在工作中积累的资源关系。

朋友是资源。朋友应该是一个总称。同学是朋友，战友也是朋友。老乡是朋友，同事一样是朋友。一个创业者，三教九流的朋友都要交，谈得来，交得上，就好像十八般兵刃，到时候不定就用上了哪般。朋友犹如资本金，对创业者来说是多多益善。“在家靠父母，出门靠朋友”、“多一个朋友多一条路”是至理名言。一个创业者如果不能交朋友，没有几个朋友，肯定只有死路一条。俞敏洪为跟警察交朋友，喝酒喝到差点死过去，但他后来发现，自己这“差点一死”，值！

## 案例 15: 创业的奇迹和教训——“巨人”集团的兴衰

曾创造“一年百万富翁，二年千万富翁，三年亿万富翁”这一神话，被称之为当代中国比尔·盖茨的“巨人”总裁史玉柱，靠 4000 元起家，勇敢地背水一战，创立了巨人品牌，创造了巨人奇迹。

史玉柱，1962 年生，安徽怀远人。史玉柱 1984 年毕业于浙江大学数学系，分配到安徽省统计局工作。

1989 年 1 月，史玉柱毕业于深圳大学研究生院，获软科学硕士学位。

与此同时，他在安徽省统计局的工作岗位上研制开发的统计系统软件包让他的前途一片辉煌。但他却出人意外地决定辞职经商。当时他对朋友们说：“如果下海失败，我就跳海！”一种创业的豪情使人感到无限悲壮。

史玉柱对其创业有着大胆的设想，他要开发中国计算机文字处理市场。经过 9 个月的艰苦努力，史玉柱研制出了 M-6401 桌面排版印刷系统。1989 年 8 月，他和 3 个伙伴以自己的产品和仅有的 4000 元钱承包了天津大学深圳科工贸公司电脑部，开始了巨人的创业。

在 M-6401 汉卡销售宣传中，史玉柱巧妙地赌了一次：

利用《计算机》杂志刊登广告登出和付款期限的时间差，作了 8400 元的广告，在 15 天的付款期限内，他收到了 15820 元的定金，及时交付了广告费。自此，史玉柱艰难而又成功地迈出了创业的第一步。

之后，他继续采用高广告投入策略，让人们不断了解巨人汉卡卓越性能，扩大了市场范围，不到 4 个月时间，就实现利润近 400 万

元。

史玉柱坚信高科技带来高技术和高效益，他通过不断的研发使产品更新换代，M-6402、M-6403 相继推出，M-6403 汉卡销售量居全国同类产品销量之首。

到 1992 年底，销售额近 2 亿元，纯利润达 3500 万元，企业年发展速度达 500%，成为中国电脑业和高科技行业的一颗耀眼的新星。

1992 年，巨人总部从深圳迁移至珠海。

“史玉柱效应”和“巨人形象”在全国引起轰动。

1993 年，巨人推出 M-6405、中文笔记本电脑、中文手写电脑等多种产品，其中仅中文手写电脑和软件的当年销售额就达 3.6 亿。巨人成为位居四通之后的中国第二大民营高科技企业。

史玉柱成为当年珠海第二批重奖的知识分子。

至 1993 年底，史玉柱已在全国范围内成立了 38 家全资子公司，实现销售额 3.6 亿元，利税 4600 万元。至此，巨人集团发展顺利，史玉柱也被视为高科技行业成功的创业家典型。

应该说，在当时，巨人集团在电脑及软件业发展态势和前景非常光明。

1994 年，史玉柱当选为中国十大改革风云人物。

但此时史玉柱却以激情和狂想作出一个重大决定：跨越当家产品桌面排版印刷软件系统，把生物工程这个利润很高的行业作为巨人集团新的支柱产业，向多元化方向发展。

巨人集团的多元化同时涉足保健品、房地产、药品、化妆品、服

装等多个新的产业，甚至开发中央空调。

在保健品方面，1994年8月，史玉柱注册了“康元公司”将“脑黄金”投入市场，“脑黄金”一炮打响，效益显著。

“脑黄金”的成功使史玉柱激动起来，竟一举向市场推出12种新的保健品产品，一年内在生物工程上投入的广告费猛增到1个亿，并在全国设立了8个营销中心，下辖180个营销公司。

网络铺开，康元公司的管理却成了问题。在市场没摸清的情况下，公司一下子生产了价值上亿元的新产品，成本又控制得不好，结果产品大量积压；同时，财务管理混乱，扣除债权还剩余5000万元左右的债务。

康元公司的巨额亏损，明显暴露出巨人集团管理人才缺乏、管理不善等问题。

在房地产方面，史玉柱从流动资金和卖楼花收入中共筹集2亿元的资金，拟建18层“巨人大厦”，未向银行贷一分钱。

由于主观和外界的各种因素，巨人大厦不做任何可行性分析论证，贸然将大厦由最初设计的18层追加到54层，最后竟然追加到70层，为当时中国第一高楼。

以2亿元的资金兴建需要投资12亿的巨人大厦，巨人集团背上了沉重的债务和巨大风险。

1994年初，巨人大厦动工，计划三年完成。

1995年，巨人推出12种保健品，投放广告费用1亿元。史玉柱被《福布斯》列为内地富豪第8位。



1996年，巨人大厦资金告急。巨人大厦在打地基过程中遇上了地层断裂带，珠海发大水又两淹“巨人”基地。工期拖长，巨人大厦的建设资金面临枯竭，史玉柱面临巨大的财务危机。

而此时，史玉柱仍将巨人大厦看得过重。从开工到1996年6月，史玉柱没有因为资金问题让大厦停工一天，主要靠生物工程提供的6000万元资金，巨人集团危机四伏。

管理不善加上过度抽血，生物工程一下子被搞得半死不活，这一新兴产业开始萎缩，以至后来不能造血，使巨人集团的流动资金完全枯竭。

就在同一时期，巨人集团还投资4.8亿在黄山兴建旅游工程；投资5400万元购买装修上海巨人集团总部；投资5个亿上新的保健品…。其结果，非但新产业没发展起来，本业却病入膏肓。

此后，连续出现巨人公司内部员工贪污、挪用巨额资金；软件开发人员将技术私自卖给其它公司；子公司私自贷款；下属私自侵占公司财产等一系列事件，使巨人的市场占有率一落千丈。

1997年初，巨人大厦到期未完工，酿成全国有名的巨人风波。国内购楼花者天天上门要求退款，媒体地毯式报道巨人的财务危机。

不久，只建至地面三层的“巨人大厦”停工，陷入财政危机的“巨人”因为1000万元的资金缺口而轰然崩塌。

2004年8月，史玉柱出任香港四通控股集团CEO，年薪仅一元。上海一家媒体把他列入中国悲剧企业家之“英雄末路企业家”10人榜。

## 案例 16： 13 名大学生村官抱团种植大棚西瓜

“西瓜、西瓜，清甜可口的西瓜，不甜不要钱！”6月5日下午，在兴化市的兴沙公路西郊镇刘联村村口，一群学生模样的瓜农在吆喝着。他们的吆喝声很快引来了顾客，一辆由此经过的小型货车停了下来，车主谢先生尝了尝刚切开的一片西瓜，感觉口干不错。经过讨价还价，谢先生最终以每斤2元的价格，买回了4000斤西瓜给公司员工发福利。

这些瓜农是西郊镇刘联、孙张等13个行政村的13位大学生村官，他们种植的西瓜也是从6月5日开始上市的，想不到第一笔生意就卖出去了4000斤西瓜，现场的七八位村官都高兴得跳了起来。

据现场的基地负责人、刘联村村官高和斌介绍，去年11月初，他们在西郊镇党委政府的支持和帮助下，在该镇刘联村以每年每亩1000元的价格流转了40亩土地，他和毕明强、卢静、李媛媛等13位村官各自投资1万元，于去年12月初建起了38座钢架大棚，全部种植“早佳8424”西瓜。3月20日，镇里为他们专门请来种植专家符来中指导他们如何整地施肥、移栽定植；如何控制大棚内的温、湿度和调节光照及气体成分，待西瓜苗长大后，符来中又教他们如何整枝绑蔓、人工授粉、选瓜吊瓜、追肥灌水以及防治病虫害。村官葛新胜告诉记者，他们一起合伙搞大棚西瓜，对他们来说是个学习的好机会，通过符老师的言传身教，几个月下来，他也学会了给西瓜人工授粉，还学会了选瓜吊瓜。

高和斌说，他们这13位大学生村官，有6个男的、7个女的，

为了管理好西瓜基地，7位女村官白天在大棚边轮流值班，6位男村官晚上轮流住在瓜棚旁的帐篷里值班，到了西瓜上市前的半个月，男村官们就直接吃住在西瓜大棚边。

高和斌告诉记者，为了带动附近的农民共同致富，他们还在今年年初牵头成立了裕禾果蔬合作社，带动了附近村的两位农民搞起了大棚西瓜，并吸引了刘联村刘兆瑞、戴扣粉等12位村民到合作社里打工。“我今年59岁，都到了退休的年龄了，想不到还能在家门口打工挣钱。”刘兆瑞高兴地说，他们闲时在这里打工，每天的工钱45元，现在到了采摘西瓜的高峰期，他们每天的工钱已涨到100多元了。

当天下午，五六位像老刘这样年纪的村民在西瓜大棚里忙着采摘西瓜，而村官葛新胜、刘胜、黄明智等人则负责用三轮车将西瓜运送到公路边上的销售点，当天，他们共销售西瓜5000多斤。

记者了解到，这些村官们今年是第一次种植西瓜，由于缺乏经验，所以今年西瓜的每亩产量只得在3000多斤左右。

“估计今年40亩大棚西瓜搞个25万元没有问题，肯定不会蚀本！”高和斌最后对记者表示。

### 案例 17： 从校园“小买卖”起家

谢玲万，是该院的一名大四学生。大一刚进校时，谢玲万带的钱还不够交学费，那时，他就决定以后要自己挣钱交学费，养活自己。

“很多人都想创业，只是很多人不知道从何入手。”谢玲万说，他的创业是从校园中的“小买卖”做起的。谢玲万发现学生喜欢看《英语周报》，他就通过努力当上了校园代理，最终做了 700 份左右，挣了六七千元，淘到自己的第一桶金。

后来，一个偶然机会，谢玲万看到教务处贴的征订下学年教材的通知，学生可自愿购买，他从中发现了商机。他就跑到书城、旧书市场联系资源。由于自己卖的教材便宜，很受学生欢迎，“做得最好时，一年能挣八九万元”。

## 案例 18：用“头脑”让别人投资

大学时，何先声组织班上同学出去旅游时认识了旅行社的经理，从此何先声做起了旅行社的校园代理业务。事后，他组织了 60 人游世纪欢乐园，每人 5 块钱提成，这 300 块钱是他赚得的第一桶金，如今他已是郑州一家照明工程公司的总经理。

大一暑假，何先声进入河南一家网络公司打工。后来，何先声自己想开家网络公司，但要投入十几万，还要有懂技术的人。

可当时，这两样他都没有。何先声说，他把自己的创业想法告诉了在网站打工时认识的一位老总，希望他能投资，然后又找了位技术人员，两人都答应了。就这样，公司就开起来了。

他认为，大学生要用自己的头脑赚取第一笔原始资金，而不是盲目投资，“投资不是我们干的事，我们要做的是让别人给我们投资”。

## 案例 19： 当“渔大夫”

李强农学院的同学在农科所或科研单位就业后，他却选择在江南的一家渔业养殖场打工，待遇不好，工作十分辛苦。对此，很多同学嘲笑他，一个名牌大学生沦为高级打工仔有所不值，家人也很不理解。李强却有自己的职场规划，先苦后甜。

原来，他是在拜师深造。在打工两年里，他利用技术员的合理身份，遍访周边牛蛙、甲鱼、螃蟹等养殖场，向高级渔技师学艺。自认为成了这方面的行家里手后，他辞工回来，办了一间“渔大夫”诊所，为遍布市郊八十多个养殖场“送医送药”。由于技术精湛，专业熟，本市又独此一家，那些患了“渔病”的养殖户只会想到他。为避免遭遇全部损失，尽管开的“诊断费”和治疗费相对较高，也乐意付。现在，吴强年“出诊”收入在八万左右。

## 案例 20：“借”老促销

2008 年，罗汉明和同学开办了一家环保产品公司。他们拥有一种节能产品的完全自主产权，在所做的营销网站上一炮打响，每天问价，要求订货的客户源源不断。让人困惑的是，好几次，外地来公司订货的客户考察了公司，看过产品，都表示满意，但签约时总有些不放心。后来，和一个用户深谈后才得知，公司全都是二十几岁的小年轻儿，怕有闪失。罗汉明灵机一动，招来一名懂技术会营销的退休工程师“坐镇”，从此销售形势大变。罗汉明实为总经理，但名片上却印的是业务员。

## 案例 21： 杀“回马枪”

实习时，吴畅曾在市里好几个写字楼推销过套餐。相对来说，白领对中餐的质量要求较高，人群也集中。他和女友想到给白领做盒饭，分八元、十元和十二元等三个等级，隔几天换菜式。盒饭干净卫生，包装漂亮。“刷”三十次卡，送“公仔狗”或“海盗熊”。另配有韩国泡菜或开心果，特殊售卖方式引起了白领的兴趣。在金融街推广开后，他们又在“光谷”和开发区等白领集中地设点，聘了五名大学生当帮手。



## 案例 22: 黄栩潇, 时尚内衣品牌的操盘手

人物介绍: 黄栩潇, 男, 1972 年出生, 金华人。现为娅茜(国际)内衣连锁集团董事长, 金华市青年企业家协会理事, 金东区劳模、“首届中国内衣十大明星掌门人”。在他的率领下, 集团旗下的内衣品牌娅茜首创文胸品牌形象代言人的先河; 首次提出“5S 内衣概念店”; 并于 07 年赞助新丝路中国模特大赛, 在市场中引起强烈的反响。而娅茜品牌也定位“中国内衣终端新赢利模式的缔造者”。

人生格言: “上善若水, 厚德载物”

“在杭金衢高速公路诸暨市境内, 有一块广告牌很是醒目, 上面的几个大字是: “越王卧薪尝胆地, 诸暨工业创业园”。这块广告牌尽管是诸暨人立的, 但其表达的创业心态则是全浙江人的。这种忍辱负重、坚忍不拔地追求现实目标和实效的创业、敬业精神, 就是浙商得以崛起的精神原生力。”说这话时, 黄栩潇正开车从杭州返回金华, 这条路, 他不知走了多少回, 去杭州是直面市场的信息动态, 这是决定做国内品牌之后, 他养成的习惯, 作为信息中心的杭州, 每次去都有新的收获, 也更大程度上激发了黄栩潇的灵感创意, 是的, 作为娅茜这艘航母的掌舵手, 黄栩潇在企业的角度中, 更多扮演的是总创意师, 从首创文胸品牌形象代言人的先河起, 新进入国内市场的娅茜, 其市场的动作可以说是媲美爱慕了, 当其他文胸品牌毫无动静时, 后起之秀的娅茜则以雷霆万钧之势, 在市场掀起了一浪又一浪的高潮: 娅茜营销模式创新、娅茜泳装亮相 47 届国际小姐世界大会浙江赛区、娅茜内衣健康女性浙江行、娅茜赞助 07 新丝路中国模特大赛(浙江

赛区），等等事件，一件件在记者的眼帘翻过。当记者问黄董，这些创意是不是由他总策划的，黄栩潇听后，微笑不语，神态自若地开着车。

作为企业的老板，黄栩潇显得很“闲”，一天中难得接到几个企业内部人员打来的电话；作为企业的老板，黄栩潇生意做得很大，一年光是外单的销售额就上亿。这种现象，在内衣行业中显得极为难见，因为，这个行业中老板事无巨细，事事亲历亲为的是太多太多。看到记者有些疑惑，黄栩潇笑着说：“这是关系到用人的问题，在管理上，我是疑人不用，用人不疑，因为我有一个很棒的团队，如营销总监乔林、策划部经理张诚等核心的管理团队，都是在内衣行业中有着丰富经历的人，所以，我就放手让他们干，而我只是作为指路人，告诉他们我要往那条路，至于怎么走，则是由他们去自由发挥了。这样，我才有更多的时间，来考虑企业的长远发展规划！”

走进黄栩潇的办公室，目光所及之处，马上被对面墙壁上遒劲有力的四个书法大字吸引——“厚德载物”，浓重的墨黑字体似在暗示主人对“严于律己、宽以待人”境界的向往。他的办公室宽敞而不凌乱，摆设简洁有序，四处给人一尘不染之感，说明了主人对生活细节的要求非常之高。随意摆放的几盆绿色植物，给简洁的办公室增添了几分生机。办公桌上整齐地堆满了资料和等待签发的文件，还有一盆鲜绿翠滴的盆景，和一台正在运行的电脑。一个散发着古色古香味的书柜树立在办公桌对面，整齐地摆放了各种书籍，引人注目的是一套《哈佛管理全集》。

推开书柜的旁边的一扇门，办公室方才别有洞天，里面有一张宽

大的桌子，上面堆满了款式颜色各异的内衣，想必这就是黄栩潇平日里休闲之余逗留之地。就是在这间简单得不能再简单的办公室，黄栩潇指挥娅茜内衣连锁集团的决策和动向，管理着两千多名娅茜员工的工作和生活，把“做人要增加内涵，做事要贡献社会”的理念一点一滴地付诸实践。

坐定，好客的主人，捧出了一壶龙井茶，细品慢啜，顿有齿颊留芳、甘泽润喉的感觉，难怪清代茶人陆次之曾说：“龙井茶，真者甘香而不冽，啜之淡然，似乎无味，饮过后，觉有一种太和之气，弥沦于齿颊之间，此无味之味乃至味也。为益于人，不浅故能疗疾，其贵如珍，不可多得也。”就着茶香，记者与黄栩潇打开了话题。

1972年，黄栩潇出生在浙江金华一个裁缝世家，爷爷是当地远近文明的裁缝，因为手艺精湛，家族生意远近闻名。本来他可以接爷爷和父亲的班，做一个很好的裁缝师傅，但他当时不甘心象父辈那样反复地做着中山装、小翻领……，于是，求变，在他年轻的心里便植下了根，而此时，处于华东地区的浙江，商业萌芽正如星星之火，在这片土地上燃烧，做手工艺术品的、做小商品买卖的人群越来越多。一次偶然的机会让黄栩潇接触到了女用内衣，他就一直在想一件小小的内衣为什么会比爷爷们做一件成衣还贵，于是开始研究琢磨起女性内衣来，心想这是一个很好的商机，而且他坚信，改革开放以来，中国女性的思想观念逐步得到了极大的解放，内衣在未来势必会成就一种新的着衣时尚文化。于是在1991年，黄栩潇开始自己“创业”了。刚开始，他只是赚取商品的差价，从南方沿海城市批发一些内衣，然

后销到金华，包括本地的一些商场、街头摊点以及义乌小商品市场。做了一段时间之后，他敏捷地捕捉到更大的商机，那就是跃过代理商，直接向厂家进货，这样，原来从代理商那里拿货如果一件只赚一元，在厂商那直接拿就能赚二元了。商业的进程，是资金与资源的积累，就这样，黄栩潇在这种商业贸易赚取差额中，赢得了第一桶金。当手中有了一定资源之后，一个更大的想法在他心中产生，那就是由经销商向生产商转型。于是在93年的时候，他租用了三间民房、10台家用缝纫机自己生产内衣，开始了艰难的创业。在创业初期，黄栩潇是既是老板，也是员工，事事都得自己去办，此时的他，身上体现着绝大多数浙江商人的秉性，吃苦、刚毅、有眼光、善管理的特点，而这些，是成功商人必备的品质。试想，在无资源、无背景的情况下，单靠自己的力量，去创下一片天空，是多么的艰难。

回想起当初的创业经历，黄栩潇是感慨万千，他说创业过程当然是很艰辛的，现在很多年轻人在白手起家时总会觉得困难重重。资金、厂房、人员？很多人还没有开始创业就给自己设了许多问号，最终机会总在犹犹豫豫之间溜走了。在黄栩潇看来，既然看准了就要勇敢去做，既然做了就要一步一个脚印走下去。专注是成功的前提，千万不能犯好高骛远的毛病。他认为，凡是有着悠久历史的世界知名企业，都是在对自身品牌文化的不断挖掘中方才保持了经久不衰的魅力，所以黄栩潇坚信品牌的创立是一个企业文化的升华。

从93年开始2006年，在这十多年间，娅茜得到了飞速的发展。集团已发展成为一家集设计、生产、销售于一体的综合型内衣企业，

现有员工 2000 多名，集团下辖丽莉国际服饰投资有限公司、浙江娅茜内衣有限公司、浙江丽莱内衣有限公司、东莞丽秀内衣有限公司、金华艾诗塔进出口有限公司等多家全资子公司。在浙江与广东东莞拥有三大内衣生产基地，并且与欧洲多个国家的著名内衣品牌建立了良好的生产合作关系，从中获取了不少国际内衣时尚元素。因此，在经过周密的市场调研和部署之后，娅茜品牌决定在 2006 年正式进入国内市场。如果说 93 开始创业，是黄栩潇人生事业的一个起点，那么，06 年决定进军国内市场，则是他事业的一次质的飞跃。

当记者问他，为什么想做国内市场时，黄栩潇沉思了一会儿，说道“到目前为止，感觉自己在外贸这块一直都做的不错，但从这几年的经济形势来看，国家对外出口的宏观政策的调整，出口退税的不断降低，人民币的升值，一些欧美国家的反倾销政策……都对外贸出口型企业造成了极大的冲击，对于外贸出口型企业来说，转型势在必行。刚好碰上现今国家大力提倡鼓励“创造和发展自主品牌”，我想这是对企业转型的一个最好的机会，所以，我进行了企业发展方向战略的调整，以二条路的方式，来助企业发展。”

从娅茜进入国内市场，到今天，差不多刚好一年的时间，对于娅茜在市场的表现，黄栩潇自己认为是非常满意的，他说在这短短的一年时间里，娅茜品牌在国内市场获得快速的成长，这在内衣行业都是有目共睹的。娅茜不仅仅在行业的知名度得到迅速提高，至今为止，在全国已有近 300 多家娅茜私衣坊的专卖店，而且每个加盟店都按照公司前期营销战略的“1+1”模式实施，并且得到加盟商认可。试想，

一个新生品牌进入市场需要一个过程，而这个过程可能是两年、三年或更久。在这个过程中从产品开发、渠道建设都是企业面对的主要困难，但黄栩潇相信，有志者事竟成，凡事都是人为的，他有这个决心、更有这个信心把国内市场做到最好。他说这么多年来，公司已经积累了丰富的市场资源和经验，为自创品牌奠定了良好的基础。并且娅茜在广东与浙江拥有三大生产基地，在香港、广州设有研发中心，并与欧洲多个国家的著名品牌建立了良好的合作关系，从中获取了不少国际内衣的时尚元素，完全有能力在稳定外销市场的同时，在国内品牌经营上大展拳脚，实现两条腿走路。品牌在商业领域里所起的作用是显而易见的，只有强势品牌才能为企业带来竞争优势。正像一个人一样，要长高，也要长宽，品牌的成长也是这样，品牌在成长以及发展的过程中也要不断的延展。

把娅茜打造成时尚的内衣品牌，是黄栩潇的理想，对此，作为娅茜的操盘手，他是亲自去构思一些新创意，也是从今年起，娅茜的市场运作态势是源源不断，包括企业展开活动、与其他机构联合，来打造品牌的形象，对于为什么与新丝路合作，黄栩潇说作为国内成立最早、专业性最强的一家专业模特公司——新丝路模特机构，它健康、美丽、时尚的定位刚好与“娅茜”一致，这是一个能够提高品牌知名度和美誉度的很好的推广平台，所以，彼此实行强强联手，来打造美丽的事业、来打造时尚的品牌。

### 案例 23: 闯出一条属于自己的路

面临越来越严峻的就业形势,消极的人潜意识里想逃避,积极的人则依靠自己的努力,通过创业掘到了自己的“第一桶金”。

河南省安阳大学是一所大专层次的高校,名气不大。在大学毕业生就业日趋困难的今天,该校社科系保险专业的4名2003届毕业生——翟皓东、刘金洲等通过自主创业,注册了安大四兄弟企业策划工作室,入住了安阳创业服务中心,并吸收了10多名毕业生。

早在2000年12月,为了更好地开展社会实践活动,翟皓东他们成立了“保险之光”协会,后来改为四兄弟工作室。2002年9月他们参照现代企业模式重新组合了工作室。从2003年3月,他们接到第一单——300元的生意开始,公司就逐步进入状态,开始正常运作了。

这4名同学有一个共同特点,就是不愿意依靠家里。创业并不是一时兴起,而是他们入学3年来不断积累、不断从别人看不起的小事做起的必然结果。

“回想3年大学生活,我干了很多事,卖书、做市场调研等等,很辛苦。有很多事是其他同学不愿意干的,但我愿意干”,翟皓东回忆到,“大一时课少,我就琢磨着干点事。有一天,我发现本市生产的‘莎米’牌洗发水质量不错,但它的销路远远赶不上飘柔、海飞丝等品牌呢,我主动和这家企业联系,提出利用课余时间为该厂进行市场调查”。于是,他们几个人白天分头逐个到超市、专卖店了解客户意见和建议,晚上碰头整理数据。两个月后,当他们将8页纸的调查

报告交给企业时，厂领导极大震动了。

对于创业是否影响正常学习这个问题，刘金洲讲道：“我们平时搞调研、搞活动，并没有耽误学习。例如，在 2002 年河南省首次国家保险经纪人资格考试中，我考了第 2 名。我的体会是，课堂上要努力学习，但也要在实践中应用理论，这样才能获得知识、能力的双提高”。

面对当前的就业形势，他们坦言，专科生就业压力大，自主创业是一个趋势，而这也激励着我们努力创造。没有路时，为什么不闯出一条路？谁适应市场、适应环境快、早，谁就能在就业、发展上取得成功。虽然不是每个人都要自主创业，但每个人都应该加强实践，时时处处提高自己的能力。要成功只有靠自己！



## 案例 24：创业明星寇永欣

天津市最年轻的创业明星寇永欣，原是天津市数控机床配套公司的下岗工人，他偶然在一家工艺品商店里看到一只制作精美的小帆船，标价七百多元，喜欢航模制作的他便向公司借了几千元和一间房子，从家里找来一些工具，开始手工制作小帆船，从而开始了他的创业之路。

## 案例 25：在校大学生走上创业之路

南京邮电大学大二学生陈峰伟正在仙林大学城内建一个 500 平方米的 IT 卖场，这个名为“华盛电器”的大卖场将投入 300 万元，所有投资都是陈峰伟个人的投入和融资。目前，这个由大学生自己投资、自己策划，甚至连所有工作人员都是大学生的企业已经完成了工商注册，预计明年初开业。虽然南京家电业巨头云集，但陈峰伟这个年轻人已经把竞争对手锁定为苏宁、五星等巨头。“第一年的销售目标是 4000 万，5 年后，我希望能达到 2 亿，抢到仙林地区 80% 的市场份额。”

陈峰伟在同学眼中是个能人，来南京不过一年半时间，却一直没有停止自己的创业之路。他自称卖过图书、卖过手机。在新生军训时，学校只发了衣服，却没配鞋子，他立即从外面购进鞋子向新生推销。今年暑假，陈峰伟先到太平洋建设集团实习，回到河南老家后又做起了一些高校的招生代理，“我两个星期就赚了两万”，陈峰伟的声音里透着些许自豪。陈峰伟最早接触 IT 销售也是在大学中，除了向同学们推销手机、MP3 等 IT 产品外，他还在仙林大学城的各个学校内发展代理，“有的学生代理一天就能卖出两部手机”。陈峰伟没有透露自己在校一年半到底靠这些方式赚到了多少钱，但他称此次华盛电器注册的 30 万元资本全来自于自己的投入。在向同学们推销手机和其他数码产品时，他发现了巨大的商机：仙林地区有 12 万大学生，却没有一个专售数码、手机产品的店铺。“仙林地区手机、笔记本电脑和数码产品的年市场份额达 3.6 亿元之巨，光手机一天就产生 300

部需求。”陈峰伟称这一结论来自于他组织的3次市场调研。陈峰伟向大学生们做的另一个问卷题目是：如果我在仙林开一个大卖场，你会不会来我这边买？70%学生的答案是“不会”，他们选择如苏宁、国美这样的大店，一部分会选择去珠江路，在问卷上选择到他店里去买的占18%。但这18%也给了他很大的刺激，纯数学计算，3.6亿市场总需求的18%就是6400万，陈峰伟决定动手，开这个大卖场。

陈峰伟称，华盛电器所需的数十名员工已经招聘完毕，全是来自仙林地区各高校的大学生。“核心管理团队4到5人左右，有南邮也有其他高校的学生。”陈峰伟称伙伴们都是各校的创业主力，也有本校的院学生会主席。基层员工则以按时计费为主，每小时3至5元，“跟洋快餐差不多”。陈峰伟称华盛电器的启动资金全靠自己，没向家里要一分钱，家里甚至还不知道他在做这事。“其他的钱，我主要是在融资，就是向一些企业借贷。”他称自己不久前从江苏一知名企业获得了担保，已成功从北京一企业获得融资，但他没有透露具体数额，只称正逐步到位。华盛电器总投资300万，其中200万做流动资金。“我们已经与海尔、TCL、诺基亚等10多个厂商达成了协议，广东一带生产MP3的企业也已经同意免费铺货进场。”

## 案例 26：从大学时代的创新思维到世界 500 强——联邦快递创业之路

联邦快递（Federal Express）公司成立于 1973 年，全球总部设在美国的田纳西州孟菲斯，另在中国香港、加拿大安大略、多伦多和比利时布鲁塞尔设有区域总部。

目前，联邦快递在全球拥有 148000 名员工，拥有大约 1200 个服务中心，超过 7800 个授权寄件中心，435000 个投递地点，45000 辆货运车，662 架货机，服务机场复盖全球 365 座大小机场，服务范围遍及全世界 210 多个国家，日平均处理的货件量多达 330 万份。

联邦快递以其无可比拟的航空路线权以及强固的信息技术基础设施，在小件包裹速递、普通递送、非整车运输、集成化调运系统等领域占据了大量的市场份额，成为全球快递运输业泰斗，并跃入世界 500 强企业。

联邦快递公司的创立者、总裁弗雷德·史密斯的父亲是位企业家，创立了一家经营得很好的巴士公司。20 世纪 60 年代，弗雷德在耶鲁大学读书，他撰写过一篇论文，提出一个超越传统上通过轮船和定期的客运航班运送包裹，建立一个纯粹的货运航班，用以从事全国范围内的包裹邮递的设想。这是一个开创性的创业设想。

弗雷德在论文中提出，在小件包裹运输上采纳“轴心概念”理念，并利用寂静的夜晚通过飞机运送包裹和邮件。

可是老师并未认可这个创新理念，这篇论文只得了个 C。

毕业后弗雷德曾在越战中当过飞行员。回国后他在可行性研究基

础上，把从父亲那里继承的 1000 万美元和自己筹措的 7200 万美元作为资本金，建立了联邦快递公司。

实践证明：弗雷德的“轴心概念”的确能为小件包裹运输提供独一无二、有效的、辐射状配送系统。

弗雷德的出奇之处不仅在于小件包裹运输采纳“轴心概念”的营销模式创新，更在于他能够把人们忽略的时间运用起来，把本来是低谷的时段变成一种生意的高峰期。

田纳西州的孟菲斯之所以被选择作为公司的运输中央轴心所在地，首先，孟菲斯为联邦快递公司提供了一个不拥挤、快速畅通的机场，它座落在美国中部地区；其次，是孟菲斯气候条件优越，机场很少关闭。正是由于摆脱了气候对于飞行的限制，联邦的快递竞争潜力才得以充分发挥。

每到夜晚，就有 330 万包裹从世界各地的 210 多个国家和地区起运，飞往田纳西州的孟菲斯。

成功的选址也许对其安全记录有着重大贡献，在过去的 30 多年里，联邦快递从来没有发生过空中事故。联邦快递的飞机每天晚上将世界各地的包裹运往孟菲斯，然后再运往联邦快递没有直接国际航班的各大城市。虽然这个“中央轴心”的位置只能容纳少量飞机，但它能够为之服务的航空网点要比传统的 A 城到 B 城的航空系统多得多。另外，这种轴心安排使得联邦快递每天晚上飞机航次与包裹一致，并且可以应航线容量的要求而随时改道飞行，这就节省了一笔巨大的费用。此外，联邦快递相信：“中央轴心”系统也有助于减少运输上

的误导或延误，因为从起点开始，包裹在整个运输过程都有一个总体控制的配送系统。

弗雷德专门用于包裹邮递的货运航班，为全国以及后来为全世界客户提供了方便、快捷、准时、可靠的服务，创新的营销模式为其提供了低成本、高效、安全和全天候的物流系统，因而联邦快递迅速发展，从创业到成长为世界 500 强企业只用了短短 20 多年时间。

案例 27：民营经济的代表—刘永好

1951年，刘永好出生于四川新津县，小的时候家里非常贫穷，以至于在他20岁之前，竟没穿过鞋子。1982年，正当绝大多数人还在抱着“铁饭碗”吃得有滋有味时，年过而立之年的刘永好毅然辞去了来之不易且令人羡慕的政府部门公职，同兄弟四人卖废铁、手表、自行车、黑白电视，凑足了1000元钱，下海自谋职业。当时，他选择的行当是别人不看好的农产品生产领域，他们从种植业、养殖业起步，创办“育新良种场”，开始了向土地要财富的道路。刘氏四兄弟作出这样的抉择是很有胆量的。刘氏四兄弟大学毕业后都分配在国家单位工作，有着令人羡慕的舒适工作环境和稳定收入。在接下来7年的时间里，他们筹办起一家小良种场，专门孵化小鸡和鹌鹑，公司几经风险，近乎绝望，兄弟四人曾经在“跳岷江”、“逃新疆”、“继续干”三条路中选择道路，最后咬牙选择了第三者。

1988年，刘永好出差到广州，偶遇广东农民排着长队购买泰国正大颗粒饲料，令他惊奇不已。他观看了饲料，索要了说明书，与排队客户摆起“龙门阵”。回到成都后，他向几位兄长介绍生产猪饲料的前途。刘永好说：“四川是全国养猪大省，养猪是四川农村经济的重要来源。泰国正大的猪饲料动摇了我国落后的喂养结构，应该把目光放到更广大的市场上，去搞饲料、搞高科技全价饲料。”

于是，刘氏兄弟经过认真研究，决定放弃养鹌鹑而转产饲料，并作了详细的战略部署。刘氏兄弟将资金全部投入到这个项目中，并聘请30余名动物营养学专家重点攻关。1989年4月，公司自行研发的“希望牌”乳猪全价颗粒饲料问世，一下子打破了正大集团洋饲料壅

断中国高档饲料市场的局面。1993年希望集团成立，刘永言为董事会主席；刘永行为董事长，刘永美为总经理，刘永好为总裁、法定代表人。希望集团的诞生给刘氏兄弟的事业发展带来了无限生机。

当时希望集团写的大字标语遍布广袤的城乡大地——“希望养猪富，希望来帮助。”刘氏兄弟喊出这样的口号不是没有道理的。那时候，刘氏兄弟踏进饲料行业，并已经专注经营了4年多，创业的辛苦已经尝遍了，经验当然也就丰富了。

邓小平南巡讲话后，希望集团走出四川，先后在上海、江西、安徽、云南、内蒙古等二十几个省、市、自治区开展国有、集体、外资企业的广泛合作，迅速开拓了全国市场。1997年，正当成都的房地产业刚刚完成了第一轮开发的积累，开始对已有的产品进行检点与反省，并准备进入由卖方市场向买方市场转变的“微利”时代的时候，刘永好又一次抓住了机会，进入到房地产业。

“在最高潮，大家认为最好的时候，我们反而没有做。当然，没有挣钱也没有被套，我们抓住谷底攀升的时机，我们还要随着曲线上升。”——当别人开始纷纷感到房地产这碗饭越来越难吃的时候，刘永好却意识到机会的存在。经过两年的时间的论证，刘永好与房地产业的第二次握手取得了实质性成果：1998年，新希望成立了自己的房地产公司，在成都买下418亩地，进行规模房地产开发。但对于精熟于饲料业的刘永好来说，房地产开发毕竟是个全新的领域。刘永好坦言：“房地产是我不熟悉的，作为一个战略投资者，我需要了解熟悉房地产市场，逐步弄懂它。所以现在，我把本来用于打高尔夫球的



时间用来把握房地产市场，这是个挑战。”幸好学习对于刘永好来讲并非难事，据说，他最成功的地方正是“学习”。他把自己的时间一分为三，1/3 用来处理新希望集团内部关键性问题，1/3 用来跟一流人才打交道并建立各方关系，另外的 1/3 用来学习和研究企业发展问题。而这一方法是他出国访问时学习吸收国外企业家的经验得来的。

刘永好有个随身带笔和本子的习惯，凡找人谈话或接受采访，只要对方说得有道理，他便记下来。正是这种勤奋与孜孜不倦的追求，使得新希望的房地产开发再一次取得了成功，锦官新城一问世，首期开盘三天之内就销售了 1.4 亿元，创造了成都房地产的奇迹。

2000 年，美国《福布斯》评定刘永好、刘永行兄弟财产为 10 亿美元，列中国大陆 50 名富豪第 2 位。这位曾赤脚走路的创业者，终于用他的勤奋和努力踩出了一条成功之路。

## 案例 28：孟炎创业 7 个月

孟炎在大学是学习企业管理的，毕业后曾经在一家销售轴承的香港公司工作了一年。因为一直在跑市场，与客户打交道，孟炎很快就认为自己这方面的知识和技巧已经全部掌握了，他渴望能够自己创业。

一个偶然的机会，他得知同学小谢的家人中有人搞过机械轴承的销售，而且收入颇丰，并且，小谢也称自己以前曾经有过相关的工作经历，有一些老客户可以联系。孟炎心动了，很快就开始规划起创业的具体细节。

孟炎一直觉得他们的创业目的很明确：一来给将来打基础，二来多赚点钱。但是，具体如何运作，目前的市场前景如何，这个行业的特点，以及具体产品的性能等，两个人没有一个是内行。

2002 年 4 月，孟炎在北京城东的一座小写字楼租到一个 70 平米左右的办公间，每月租金 5000 多元，加上电费、电话费和日常开支，月支出在万元左右（原来没必要租这么贵的写字间，但两个人都觉得搞轴承销售，面积、装修都要体现一定的实力）。因此孟炎拿出了借来的 5 万元钱，小谢也借来了 3 万多元。之后的两个多月时间里，孟炎没有回过家，也没有回过自己的住处，和小谢搬到了公司去住。白天，他们带着请来的两个员工一起打印各种资料、报价单等，晚上将这些资料装入发给各个企业的信封中。上万封信发出去后，如石沉大海，他们没有等来一个业务咨询的电话，却等来了天天从邮局退回的信件。两个人并没有灰心。8 月份，他们开始分头到各个机械设备展

览会现场、轴承展览会现场，向往来客商递放资料，与厂商联络，没想到这种方法竟然让他们一下子收集了几百张中间商的名片，有国内的，也有海外的订货商。两个人兴奋到了极点，他们觉得自己的前景越来越光明。

一个月后，他们认为自己慢慢进入了状态。两个人每天忙忙碌碌，把收集到的名片输入电脑，做成数据库。借着展会的后续效应，每天都有十几个客户打电话或上门找他们谈业务。但是，匆匆忙忙地过了一个多月后，孟炎察觉到事情有些不对劲。“每天都有客户来咨询，要求提供样品或报价。但他们拿了我们的资料和报价后就绝少再有回音了。”孟炎着急起来。他们专门找了一些业内的人士请教，业内人士给他们分析了原因：机械轴承这个行业情况很复杂，发展到现在，国内外厂商和供应商之间的关系相对稳定。因此，产品质量好、价格低未必能争取到客户。

孟炎也想过变被动等人上门为主动上门洽谈，以增加跟客户的直接沟通。他甚至动员了所有的同学、朋友、家人，帮助他寻找相关企业的熟人。然而，隔行如隔山，能够帮上忙的人一个都没有。此时，孟炎决定招几个只拿底薪的业务员，并且草拟了一份销售计划，然而，这就等于每月至少增加 2000~3000 元的支出。孟炎越来越感觉到自己就像陷入了一场赌博中一样，已经根本不可能罢手了。

业务员招来了，每月孟炎给他们开出保底的 500 元工资，然而两个多月一晃就过去了，公司仍然粒“米”未进，孟炎更加心急火燎。

“十一”节前夕，孟炎总算吃到了创业后的第一只螃蟹，合同金额 7

万多元，孟炎将自己的利润降到了最低点，一单生意下来只赚了 4000 元出头。紧接着，又陆续签了几笔业务，都是小单子，赚了不到一万元。

随后，业务终于有了起色，几次生意过后，孟炎创下了不错的口碑，上门的客户越来越多，虽然都是很小的订单，但是所赚的利润也勉强够他们每月的开支。孟炎再次看到了希望。

但是，暂时的成功并不能掩盖公司在制度方面，以及孟炎作为一名创业者在素质方面的欠缺。组织不健全、构架不合理的问题原本就非常突出，加上账目混乱，员工工作秩序混乱，很快麻烦就又出来了。业务员为了争一个客户明争暗斗，互相拆台。孟炎起初以为这是业务员竞争过程中的必然现象，并未加以重视，没想到事态逐渐恶化：一个业务员为了抢到订单，竟然与厂家做起了私下交易。然而，当供货出现问题时，厂家却找到孟炎要求赔偿，因为，那个业务员早就走了，为了保证公司的声誉，孟炎做出了一定的赔偿，两个月刚刚赚到的钱就这样再次被断送了。更加可怕的是，对于公司业务员之间的你争我夺，业内很快就尽人皆知，厂家对孟炎的公司产生了疑虑，很快，业务再次陷入僵局。

11 月，小谢终于绝望，提出散伙，不再与孟炎合作，并且带走了仅有的几个客户资料。孟炎的生意彻底陷入绝境。

刚起航的船，没行多久就这样触礁搁浅了。事后，孟炎说，如果能在同类的外贸公司做两三年，积累一定的经验和客户资源，他工作起来绝不至于那么被动。

## 案例 29：海岛卖鞋

曾经有一家美国的制鞋公司寻找国外市场，公司总裁派了一名推销员到非洲某个海岛上的国家，让他了解一下能否向该国卖鞋。这个推销员到非洲后给总部发回一封电报说：“这里的人都习惯赤脚，不穿鞋，这里没有市场。”随即这名推销员就离开了那里。总裁随后又派去另一名推销员。第二个推销员到非洲后也给总部发回一封电报，电报中说：“在这里的发现让我异常兴奋，因为这里的人都是赤脚，还没有一人穿鞋，这里市场巨大”。于是他开始在岛上卖鞋……

该公司觉得情况有些蹊跷，于是总裁派出了第三个业务员。他到非洲呆了3个星期，发回一封电报：这里的人不穿鞋，但有脚疾，需要鞋。不过不需要我们生产的鞋，因为我们的鞋太窄，我们必须生产宽一些的鞋。这里的部落首领不让我们做买卖，……。我们只有向他的金库进一些贡，才能获准在这里经营。我们需要投入大约1.5万美元，他才能开放市场……。因此，我建议公司应开辟这个小岛市场。该公司董事会采纳了这位业务员的建议，并通过适宜的营销组合，最终成功地开拓了这个小岛市场。

### 案例 30：联想集团创业之路

以贸工技起步的联想集团控股（有限）公司，选择合适的创业项目，采用正确的战略，在激烈的竞争中树立了中国 IT 行业民族品牌的形象，如今，它已成为中国电脑行业的龙头老大。

#### 1. 创业背景

1978 年全国科学技术大会的召开，明确了“科学技术是生产力”这一概念。1982 年，党中央又发布了“经济建设必须依靠科学技术，科学技术工作必须面向经济建设”的指导方针。一时间北京中关村涌现出了上百家高新技术公司，与这些公司近在咫尺的中国科学院电脑所承受着强大地冲击。在中国科学院正式实施“一院两制”后，电脑研究所的王树和、柳传志、张国祥等人率先走出了科研大院，于是 1984 年 11 月宣布成立中国科学院电脑所新技术发展公司。

#### 2. 艰难创业

刚刚步入市场大潮中的知识分子们，面对激烈的市场竞争，一时不知所措。而公司刚成立时，电脑所只给了他们 20 万元的贷款，这对于开发高技术产品的公司只是杯水车薪，要想继续发展下去，就必须要有足够的资金积累。

为了筹集资金，他们抓来了一些电子表、旱冰鞋搞销售，由于中国知识分子那份特有的羞涩，他们只敢把摊子摆在职工食堂或车棚，而卖这些东西的人却远远地守在一边，这样做生意的结果肯定是赔得一塌糊涂。1985 年，公司组织全体职工，包括科技人员和总经理在内，全部投入低档次的技术劳务——为社会上其他公司验收、维修电

脑、培训人员、技术劳务，实际上就是出卖技术劳动力。这样苦干了一年，他们用自己的汗水积累了 70 万元人民币，为今后开发拳头产品积累了必要的资金。

公司成立时，所里虽然没有给他们多少资金，但答应下放给他们“三权”：人事权、财务权与自主经营权。现在钱与权基本上都有了，下一步怎么走？通过仔细的市场调查，他们发现国内有大量的进口微机，但却被大批闲置或只当作打字机使用。电脑的“汉化”已迫在眉睫、势在必行。而怎样才能突破“汉化”这一关呢？在事先没有商量的情况下，公司的几位创始人——柳传志、王树和、张祖祥不约而同想到了一个人——倪光南。除了请贤聘能以外，别无他法。正是在倪光南的带领下，1986 年，诞生了“联想中文卡”。1989 年 11 月 14 日，新技术发展公司正式更名为北京联想电脑集团公司。

贤能者在一个充满希望的事业空间总是成群出现。在当时联想的小小门市部竟有两个站柜台的研究员——张品贤和胡锡兰。“研究员站柜台”是联想贸工技战略的最好说明，电脑这一高技术产品，正是基于这种知识分子的市场活动才能转移到消费者手中，而在当时最有资格来销售这些产品的，恰恰正是电脑所的这些知识分子。

### 3. 加快产品市场化

经过不断开发、完善，联想逐步形成了 8 个软体版本、6 个型号的联想中文卡系统，广泛应用于六个大的领域；而后，他们又连续开发出 FAX 通讯系统、CAD 超级汉字系统、GK40 可编程工业控制器、联想 286 微机等一系列高技术产品。经过对 286 时代的市场培育，公司

终于在 386 和最好档次的电脑上得到了回报。

为了让产品尽快转化为社会生产力，联想不仅仅将科学技术应用于产品的开发阶段和销售阶段，还将它进一步延伸到产品的生产、加工、开拓市场和售后服务等各个环节，使联想公司进入到市场竞争的轨道，大大提高了开发效率。比如，联想中文卡系统开发仅 1 年就产生了经济效益；联想 286 微机也仅仅用了半年的时间，就以优异的性能和便宜的价格挤进了国际市场。此外，联想公司每年还举办两次全国范围的大型技术交流演示会，其培训中心每年免费为社会培训 5000 多名电脑应用人员，并在全国设置了 36 个维修服务网点。公司在试制新产品的时候，将科技与经济紧密结合，有效地将科学技术转化为社会生产力。

从创业初期五花八门地项目选择，到发现真正的创业金点子，联想人坚持的创业战略，既是联想创业成功的保证，也为中国其他高技术人才创业提供了思路。



### 案例 31： 从吸尘器想到的

当盖伊·鲍尔弗和他的妻子正在为经营小游船坞而苦苦挣扎时，他看到清洁工用卡车携带的吸尘器吸取下水道里的污秽，突然受到启发：能否用类似的装置把草原土拨鼠从洞里吸出来呢？牛和马常常将蹄子陷在草原土拨鼠的洞里而折断腿，但由于土拨鼠极难在它的洞中被捕捉，下毒或夹子则会伤害别的动物，因而牧场主对它们非常头痛。于是鲍尔弗对他卡车做了几处改装，然后常驾驶卡车到草原土拨鼠大批出没的地方去旅行，将这种有害动物从它们的洞中吸出来，然后再放到别的地方去，每天收费 800~1000 美元。机场在了解到他的服务项目后，也请他帮忙。目前，鲍尔弗的业务已发展到 18 个州，甚至还从澳大利亚传来了能否吸出兔子的咨询。

### 案例 32: 另类的录像带出租商店

当吉姆·麦凯布退休后，他决定开创一项事业。因为他们夫妇喜欢电影，因而办一家录像带出租商店似乎是很自然的。由于他们那一地区的大部分商店出租同样的电影录像带，所以他们特意去查找电影目录以看看到时出租什么好，结果发现有不少不同寻常的电影，其中一些只能说是“演出的大失败”。这对夫妻喜欢这些在一般商店时看不到的电影录像带，并认为别人也可能喜欢。

当他们的“录像天地”在弗吉尼亚开张时，除了在柜台内摆放了常见的好莱坞电影外，还储备了许多稀奇古怪的电影，并打出了“保证供应城内最糟的电影”的招牌。结果顾客蜂拥而至，来租电影院通常不愿上演的电影。

现在，麦凯布夫妇通过免费电话向全美出租电影录像带，一年的生意达 500 万美元。吉姆·麦凯布说“我们发现了一个活动空间，并在竞争中获胜。我们的经验是，小经营者必须使自己与别人有所不同。”

### 案例 33： 从熟悉的领域发现市场机会

一个机构拥有庞大的客户邮政（地址）列表，但是没有利用这个邮政列表开展广告宣传活动。他们意识到这一弱项后，就与一家擅长直接邮递的公司签署合同，使列表计算机化。列表被用以广告的形式宣传公司自己的产品，并且向租用该列表的其他公司收取租用费。

一家飞机制造公司有一个光纤部门，该部门在飞机销售下降时开工利用率不足。公司没有关闭这一部门或解雇员工，而是要求他们研究能够制造出其他产品。该部门设计出一种特殊浴盆，并开始销售，并且获得成功，以至于专门成立了一个新公司。

### 案例 34： 利用市场的转换挖掘商机

一个公司曾经利用从唱片机向录音机市场转换的机会，靠组装录音机磁头清洗带而致富。

为了利用轿车市场从大型转向小型的机会，国外的一家公司为小型轿车设计并制造了自行车和滑雪板的固定架。

一个办公机械修理公司利用由打字机向字处理机的市场转换，开始专攻字处理设备的修理。

### 案例 35： 从产业增长趋势发现商机

形体与健身市场有增长的趋势。为了利用这一趋势，有些公司在别的公司都在热衷于开设形体训练班时，开始生产形体锻炼设备。一个公司开发并供应监控锻炼者跑步时心跳速率的数字计数表。

一家生产美容品的企业利用男性对皮肤保健兴趣的上升，将企业原先针对女性的面霜产品生产扩充到男性产品。

旅游是持续上升的产业。有人利用这一点，专为旅游代理开办了学校，以满足旅游代理人员的需要。

越来越多的人对“充电”、成长、发展感兴趣。许多公司和个人提供研讨会、大会、课程、书籍、咨询以及再培训业务来满足市场的需求。

### 案例 36： 从市场间隙中发现商机

每年夏天，游艇的租赁就会供不应求。一家公司开始建造游艇，并将未售出的游艇租赁出去，旺季过了之后，再把这些租赁过的游艇作为展品降价销售出去，以此作为销售补充计划的一部分。

一个宾馆雇员注意到宾馆对床垫维修服务有需求，可是市场上却没有这项服务。她迅速与若干家旅馆签署合同，并创办了床垫维修公司。

### 案例 37： 从社会事件中发现商机

某个城市的许多居民非常担心当时的一种流行传染病，一位护士抓住机会，成为一种非常易于使用的自测工具的分销商。

### 案例 38： 从被遗弃的市场中发现商机

大型航空公司因无法承担小型社区的服务，留给了小型往返运载服务商去经营。

爱好者或收藏家要想获得古董汽车、拖拉机、游船艇以及其他设备的配件是件困难的事，而其他公司有时可以进入这些被遗弃的市场。

经过一段牛奶只有纸包装或塑料包装的时期之后，有些奶制品厂又开始提供瓶装牛奶。他们正在服务于一个被遗弃的市场——仍然偏爱瓶装牛奶的人群。



### 案例 39： 瞄准大市场下的小市场

快餐业非常大而且仍然在迅速增长。一位创业者在卫星城开了一个以鱼为主的小餐馆，虽然快餐连锁巨头们在此区域也开有连锁店，但他的餐馆仍然非常成功。

一个小饮料厂将服务瞄准于一小部分特定人群，非常成功，也没有对饮料业巨头们构成威胁。

若干软件公司通过提供特定软件、服务于特定市场实现了赢利。

#### 案例 40： 扩大市场区域中发现商机

一个向登山者和滑雪者提供装备的合作企业非常成功，结果使他们在另外一个省开设第二家分店。

一家具有独特理念的成功餐馆，将相似的餐馆开遍整个城市并逐步外延。

#### 案例 41： 模仿成功产品发现商机

一个制衣厂模仿高级时尚的衣服并以较低的价格供应市场。有些公司制造流行的拼图游戏的模仿品。一个甜品店除了名称，全面模仿国外一家非常成功的甜品店。

## 案例 42： 从寻找很好但却失败了的产品中寻找商机

一位发明者的足部按摩器市场开拓失败。一位具有市场知识和经验的妇女接手该产品，通过不同的市场策略使其成功。

### 案例 43: 从改进现有产品或服务中寻找商机

一个胶片处理机出口(改进),使胶片处理速度比其他公司快许多,从而改进了服务。

一位业务员为计算机软件程序另外写了说明书。他的说明书比随软件附带的原厂说明书更易于使用和理解。

#### 案例 44： 从装配产品中寻找商机

一个修理公司向自己购买轿车组件的消费者提供装配服务。许多电脑经营商为用户提供添加软件部件和配置计算机的服务。

一个由学生组建的公司，提供运动、娱乐场地设备组件，包含各种形状的管子。同时提供装配大型场地的服务。

#### 案例 45： 从现有产品的再循环中寻找商机

一家车辆修理公司回收事故车辆的零部件，翻新后再销售。翻新有故障或被丢弃的家用设备然后销售。

一家公司从废旧车辆中取出发动机，改造成船用发动机。

一家公司用废旧轮胎生产用于车间或花圃的地板垫。

#### 案例 46： 向现成产品中添加价值

一个运营家庭粉刷业务的经营者通过购买家具，上油漆后再销售的方式扩大自己的业务。

一位商人购买灌溉用的管子，卷成椭圆形，做上固定用螺丝孔，作为船桅销售。

一个汽车服务中心向其顾客打电话，追踪检查最近的修理工作质量，结果促销了附加的服务。



#### 案例 47： 从找寻废料的用途中发现商机

一家美国公司从其他公司里购买老式主机计算机，回收其中的贵金属和合金，再循环用于其产品。

一位商人购买废旧家具，将木头加工成细条，压缩后作为装饰墙板销售。

一位企业家与鸡加工工厂联系，请求允许他将该厂大量丢弃的鸡爪子拉走。他将鸡爪子冷冻起来，销售并运输到中国，进行烹制，包装后作为美食又出口到加拿大。

一家柴油发电厂利用废气加热邻近的温室，在冬天生产蔬菜，向当地市场供应。

#### 案例 48： 从业务或产品组合中寻找商机

一家日光浴店和美容院合并后提供更多的服务，结果两者经营都有改进。橘汁与其他果汁混合产生一系列新饮品，销售量戏剧性地迅速增长。冰茶经过调味并装瓶销售，成功创造出新饮料产品系列。几位商人合并了他们的服务，开始提供完整的家庭维护和修理业务。

#### 案例 49： 从打包或拆分现有产品中寻找商机

草莓属大宗成堆购买产品，可分成小等份，加上有吸引力的包装后再销售。

一家公司批量购买牛排和龙虾尾，将两者包装在一起，作为美食向食品商店供货。

一家公司购买鲑鱼，包装后作为飞机上的食品销售。

### 案例 50： 靠自己的智慧和勇气把握住商机

“不是我已经念过大学，就不能去做什么什么了，自己先把自己的手脚捆住，让机遇从手边白白溜走。”

26岁的刘泉正为他的国联股份上市在北京和香港之间飞来飞去。

5年前，还是中国人民大学大四学生的刘泉和他的校友钱晓钧，一个丢了到手的一家著名跨国公司的 offer，一个放弃了国家部委的体面工作，用学生证注册了自己的公司。这对相识8年、不离不弃的黄金搭档，从一间租来的19平方米的办公室里起步，在行业黄页里掘金并收获颇丰。

从准白领到没有户口的个体户

当年，曾有人不理解：放着好好的白领和国家公务员不当，甘愿做费心费力自己打拼、没有户口“漂”在北京的个体户。老板可不是那么好当的。不是吗？尽管公司已为国家上缴了几百万元税款，已为30多个外地留京的大学生解决了户口，可身为公司董事长的刘泉直到去年才有个北京户口。这还是借娶个北京媳妇的光，区长特批才解决的。

刘泉说：“其实中国人特别具有创业的潜能，很多人之所以不去尝试，是因为小富即安的求舒适心理。这在现在的大学生中表现尤其明显——很多人为了——一纸北京户口去自己并不喜欢的地方‘当牛做马’。”

回看5年，创业的每一个细节依旧那么新鲜：那时，每天一大早，既是老板又是员工的两个年轻人，早早从位于城西的办公室出发，横

穿大半个北京城，敲开一家一家客户的门，直到天黑回到办公室睡地铺，在互相的交流和打气中睡去。

一切都是最经济的：精心设计好的最省钱的乘车路线，最廉价的盒饭，中午客户午休没地方去，就找一个证券交易散户室呆一会儿——那儿不收费。他们对北京的公交线路烂熟于心，只要通公交车的地方，就不坐地铁，两个人能做的事，就不聘第三个员工。

不是没有过沮丧，不是没看过别人的脸色，不是没有过缺钱的窘迫，可是坐在我眼前的刘泉却不以为苦涩：“乐趣是从过程中产生的——这是我们自己的事业，是我们自身的拥有，所以感觉一切都是值得的。”

公司蒸蒸日上的生命力给了两个年轻人无穷的

动力。一年后，公司进账 500 万元，到 2000 年，收入翻番到 1100 万元，2002 年，收入更是翻了几番，员工近千人。今年，国联股份完成了股份制改造，并积极酝酿在资本市场有所作为。

学生创业：起步难，守业更难

无数的学生创业在一番轰轰烈烈后成为泡沫，他们的公司却稳扎稳打。刘泉说：“命运从不垂青于没有准备的头脑。学生创业，激情可贵，但更重要的是对商机的准确把握和对公司自身的准确定位。不少创业的学生起步很好，但在手里有了钱以后却不知如何用，四处开花地盲目投资、立项，钱都打了水漂，这是大忌。”

刘泉、钱晓钧和他们的国联股份一路走来，可谓学生创业成功的一个缩影：

早在上大二时，在钱晓钧组织策划的学校总经理竞聘大赛中，刘泉击败好几个 MBA 成为“总经理”，并和钱晓钧惺惺相惜，引为知己。两人在学业之余涉足出版业，小打小闹，在积累了创业的第一桶金的同时，创业的念头也在心中萌芽。

大四毕业时，刘泉和同学们一样忙着找工作。可是工作有着落了，甚至已经有模有样地坐了几间办公室，一直在心中按捺不住的创业梦却一直撩拨着他年轻的心。他找到好朋友钱晓钧，两颗年轻的心一拍即合，他们要做自己的老板！他们渴望把从书本上学到的知识用到市场经济的实践中去。

在学校时，两人和出版业打交道比较多，机敏的他们初识行业黄页，并敏锐地意识到这是一个值得开掘的黄金地。

朋友从国外带回的一本旧金山的黄页让他们对黄页有了进一步的认识：电信的城市黄页是大众资讯，需要庞杂的号码资源和巨大的发行量，这是只有运营商才能做到的，而垂直型黄页是纵向做某个行业的，例如机电行业黄页。“行业企业只认行业资源，比如一个发电企业只认与电力行业相关的媒体开发商，固话运营商做不来，所以，像国联股份这样的业外资本才有机会。”

更为关键的是，信息产业部当时明确表态，投资黄页开发符合产业政策，任何领域的资本都可介入。刘泉和他的国联股份瞄准商机，乘势而起。

事业做大了，刘泉和钱晓钧却没有沾沾自喜，他们有更多的事要做，他们要把手中的“个体小作坊”变成一个遵守市场游戏规则的现实

代企业。

创业之初，公司根本谈不上财务管理，两个人赚了钱就放在保险柜里，谁用谁拿。只是有一个手写的流水账，公司的赢利、支出记个大概。而今，公司的财务管理全部电算化，还专门从一家著名的会计师事务所挖来一个香港人做财务总监。

他们不断完善公司的用人机制，不拘一格使用人才。从选拔、培训、绩效考核，到职业生涯设计，无不有现代管理体制公司的风范。

“在就业市场上，大学生和民工的交换价值本质是一样的”从学生娃到行业垂直黄页传媒运营商，他们走得稳稳当当。谈及大学生自主创业就业，刘泉非常欣赏“从天之骄子到有知识的普通劳动者”的说法：“在就业市场上，其实，一个大学生和一个没有文化的民工，在和社会进行个人价值的交换时，其本质是一样的。只不过一个靠脑力，一个靠体力。大学生这个身份不应该成为大学生求职的一个羁绊，大学里学到的文化知识应该是你成长的基石，是你在社会上谋生时的一个武器。不是我已经念过大学，就不能去做什么什么了，自己先把自己的手脚捆住，让机遇从手边白白溜走。”

“自己创业的大学生，不要把希望寄托在政府给你多少优惠扶持政策上。成功的企业必将接受市场的考验，‘无形的手’是惟一的真理。市场经济是公平的，虽然付出不一定能得到，但不付出一定什么也得不到。”

谈及大学生就业难，学投资出身的刘泉说：“人力资本是一种资源，是一个人和社会进行价值交换的资本。教育也是一种投资，投资

就是有风险。华尔街的博士也一样有失业的可能。关键是心态。把社会的职业需求和个人的职业素质很好地结合起来，这个人就不愁找工作。”

刘泉曾在公司成立的第 12 天，就拥有了第一个广告客户，在第一个月里就有了七八万元的广告业绩。他说，我不是一个广告天才，我靠的也不是回扣，我推销的是我的 idea(思想)。有头脑的创意和平和的与人打交道的姿态，是他与客户从陌生到生意伙伴的秘诀。

想当初，曾有人惊讶刘泉这个敲门而入的业务员谈吐不俗，当知道他是个大学生时又惊讶于他为什么要做走街串户的业务员。刘泉每每心里总是在偷着乐：“你还不知道我就是公司的老板呢！”



### 案例 51：一句话里听出 8 亿元的商机

潘石屹现在是商场的红人，潘石屹成为红人有他成为红人的理由。有谁能够从别人的一句话里听出 8 亿元的商机，而且是隔着桌子的一句话，是几个不相干之人的一句话？别人不能，但潘石屹能。别人没有这个本事，潘石屹有这个本事。

1992 年，潘石屹还在海南万通集团任财务部经理。万通集团由冯仑、王功权等人于 1991 年在海南创立。冯仑、王功权都曾在南德集团做过事，当年都是“中国首富”牟其中的手下谋士。万通成立的头两年，通过在海南炒楼赚了不少钱。1992 年，随着海南楼市泡沫的破灭，冯仑等人决定将万通移师北京，派潘石屹打前锋。

潘石屹奉冯仑的将令，带着 5 万元差旅费来到了北京。“这天，他(指潘石屹)在怀柔县政府食堂吃饭，听旁边吃饭的人说北

京市给了怀柔四个定向募集资金的股份制公司指标，但没人愿意做。在深圳待过的潘石屹知道指标就是钱，他不动声色地跟怀柔县体改办主任边吃边聊：‘我们来做一个行不行？’体改办主任说：‘好哇，可是现在来不及了，要准备 6 份材料，下星期就报上去。’“潘石屹立即将这个信息告诉了冯仑，冯仑马上让他找北京市体改委的一位负责人。这位领导说：‘这是件好事，你们愿意做就是积极支持改革，可以给你们宽限几天。’做定向募集资金的股份制公司，按需要找两个‘中’字头的发起单位。通过各种关系，潘石屹最后找到中国工程学会联合会和中国煤炭科学研究院作为发起单位。万事俱备，潘石屹用刚刚买的 4 万元一部的手机打电话问冯仑：‘准备做多

大?’冯仑说:‘要和王功权商量一下。’王功权说:‘咱们现在做事情,肯定要上亿。’“潘石屹在电话那边催促冯仑快做决定,‘这边还等着上报材料呢。’冯仑就在电话那头告诉潘石屹:‘8最吉利,就注册8个亿吧。’北京万通就这样,在什么都没做的情况下,拿到了8个亿的现金融资。”

案例 52: 来自耳朵的商业敏感

一些人的商业敏感来自眼睛，还有一些人的商业敏感却来自于自己的耳朵。北京人都很熟悉什刹海边那些拉洋车的，黑红两色的装饰，非常显眼。这些人都是一个叫徐勇的年轻人的部下。1990年，爱好摄影的徐勇出版了一本名叫《胡同101像》的摄影集，有对中国民俗感兴趣的外国朋友看到这本影集，就开始请徐勇带自己去胡同参观，讲解胡同文化历史。徐勇立刻就意识到这里有机会。不久他的以北京“坐三轮逛胡同”为主题的旅游公司办了起来。当初徐勇将自己的想法告诉朋友和家人的时候，几乎遭到了所有人的一致反对，北京可看的东西太多了，故宫、长城、颐和园……哪一个不比胡同更吸引人，有多少到北京来的人会有兴趣去看那破破烂烂的胡同，北京本地人更不会有兴趣。政府有关部门当时也不看好他的主意。现在，徐勇的“胡同游”却日进斗金，让所有人大跌眼镜。

### 案例 54： 礼维公司的分类市场调查

以生产牛仔裤闻名世界的美国礼维公司，从 20 世纪 40 年代末期的累计销售额 800 万美元，到 80 年代的 20 亿美元，40 年时间增长 250 倍，是得益于他们的分类市场调查。公司设有专门机构负责市场调查，在调查时应用心理学、统计学等知识和手段，按不同国别，分析消费者的心理和经济情况的变化、环境的影响、市场竞争条件和时尚趋势等，并据此制定出销售、生产计划。1974 年公司对联邦德国市场的调查表明，多数顾客首先要求合身，公司随即派人在该国各大学和工厂进行合身测验，一种颜色的裤子就定出 45 种尺寸，因而扩大了销路。公司根据市场调查，了解到美国青年喜欢合身、耐穿、价廉和时髦，故把合身、耐穿、价廉和时髦作为产品的主要目标，故而产品长期打入了美国青年人的市场。近年来，在市场调查中，公司了解到许多美国女青年喜欢穿男裤，公司经过精心设计，推出了适合妇女要求的牛仔裤和便装裤，使妇女服装的销售额不断上升。如此，虽然在美国及国际服装市场业竞争相当激烈的情况下，礼维公司靠分类市场调查，他们制订的生产与销售计划同市场上的实际销售量只差 1%~3%。

### 案例 55: 两位年轻妈妈的创业之路

2002 年 7 月, 姜霞辞去南京某行政机关的工作, 带着两岁多的女儿, 来到江苏常州的丈夫身边。她决定自己做一些事情。恰好邻居中也有一位年轻妈妈, 叫余健, 与她想法一样。于是, 两位年轻妈妈决定一起创业, 姜霞主管经营, 余健则主管财务。但两人都没有经商经历。想了又想之后, 她们准备采取加盟的方式创业。

2002 年 10 月, 在一次玩具展会上, 她们了解到了以“12 生肖卡通动物”为主题的复旦开圆卡通乐园公司, 提供卡通产品连锁加盟店业务。经加盟后, 经营资金需约 5 万元, 包括商标使用费、保证金、经营店装修费用、货物购置款、房租和办公费用等。预计投资回收期为 11 个月。

姜霞与余健到上海跟开圆谈过之后, 认为加盟卡通店这种形式投资不太大, 也比较稳妥, 于是就定了下来。回到常州, 她们开始选址。加盟总部告诉她们: 这种店一般应该选在 A 级商业区(城市中人流量最大的商圈)。但同时也应注意, 人流量大, 未必代表人流层次就一定较高。比如, 如果你在消费层次较低的集贸地区开卡通店, 许多父母可能会带着孩子来看了又看, 但面对价格偏高的卡通产品, 他们大多会最后选择带着孩子离开。所以, 姜霞她们把目光盯在了常州的中心商圈延陵路的两个大商场的其中一家——新世纪商场, 此商场正准备在扩展少儿产品经营规模, 将整个第 4 楼调整为“少儿产品”专卖层。于是, 姜霞她们就逮住了这个机会, 进驻了新世纪商场 4 楼一个约 5 平米的空置过道区域。商场之中, 已有儿童玩具专柜近 10 家,

但大多是销售电动玩具、各种娃娃等。姜霞的卡通乐园，是销售卡通玩具的第一家。

2002年12月，两个年轻妈妈的卡通乐园正式营业。

第一个月下来，她们的销售额就达到1万多元。于是商场就允许她们把营业面积从最初约5平米扩展为15平米。初涉商海能立稳脚跟，除选对经营场所外，还与姜霞她们在选择进货时，谨慎又谨慎地选择卡通货品大有关系。身为孩子妈妈的姜霞她们当时想：如果进电动车之类玩具，孩子只需学会按开关，有什么教育意义呢？家长不会有强烈的为孩子购买的欲望。而益智类玩具，既能满足孩子们喜欢动手、喜欢有创造空间的愿望，同时又能开发孩子们的色彩感觉和手眼协调能力。更重要的一点是，作为商家和父母，她们自信其他父母会做出相同的选择。所以，她们一开始就看好加盟总店货品中的益智类玩具，并从中精挑细选，确定了五六十种为自己开始创业的主营产品。然后按照协定以3到5折的价格拿货，并享有初次进货时30%的免费换货量。后来生意较稳定之后，姜霞也开始尝试扩展新货品。然而，自己的设想，在与当地市场的撞击中，既有失败，也有成功。比如，她尝试进过卡通书包、卡通小医药箱等价格高、利润厚一些的产品，结果摆了很长时间也没有销出去。而当她结合本地特色进一些货时，却收获了成功：常州有个独特的恐龙园，于是她想到进“卡通恐龙蛋”这种货（每个恐龙蛋里装着零件，孩子可以按照图示，自己组装起各种不同类型的恐龙），结果这个卡通玩具成了她迄今为止店里最火爆的产品。

## 案例 56： 雪贝尔：开一间火一间

雪贝尔蛋糕店开一间火一间是业内有目共睹的。同样是蛋糕店，为什么雪贝尔就可以越开越火？

雪贝尔公司的原“选址员”、现雪贝尔深圳公司经理的倪修兵介绍说：“我刚刚到雪贝尔公司的工作就是选址，在广州培训了一个月后，我就被派到了人生地不熟的深圳，专门负责公司新开蛋糕店的选址。当时我选的店面是开一间火一间，所以我今天才坐到了经理的位置。”那么，倪修兵选址有什么诀窍？

倪修兵认为，开店的人都特别讲究一个人气。有人气才有生意。但是，是不是选择店址的时候，找准人多的地方就好呢？其实也不尽然。很多人都有一个误区，那就是把人流量当成了一个地段好坏的唯一标准。诚然，人流量是决定生意成败的一个重要因素，但是了解客流消费目标，才是更为重要的工作。在开店以前要研究的，不是人有多少，而是这些人中，你的“潜在顾客”或者说“有效客流量”有多少。雪贝尔每建立一个新连锁店，都要做大量的最佳店址选择，其中一项最重要的工作就是测算分析人流量，他们派员工拿着秒表到目标场所测算流量。这些测算人员除了要汇报日人流数量以外，还要详细汇报如下一些数据：附近有多少路公共汽车经过；过往人中，多少是走路来的，多少是坐公共汽车来的，多少是打的或开车来的，这样来分析该地区人群的消费水平和消费习惯。

据了解，倪修兵可以很快成为选址专家，还在于他很有悟性，他发现肯德基与雪贝尔都同属于一种业态，于是就取巧地看肯德基开在

哪里，雪贝尔的新店址就选在肯德基方圆百米内，这样一来新店生意果然火爆！



## 案例 57: KFC 的发展历史

肯德基是世界最大的炸鸡快餐连锁企业,它已成为全球范围内有口皆碑的著名品牌。

1930 年,肯德基的创始人哈兰·山德士在家乡美国肯德基州开了一家餐厅。在此期间,山德士潜心研究炸鸡的新方法,终于成功地发明了有十一种香料和特有烹调技术合成的秘方,其独特的口味深受顾客的欢迎,餐厅生意日趋兴隆,秘方沿袭至今。肯德基州为了表彰他为家乡作出的贡献,授予他“山德士上校”的荣誉称号。

上校的事业在 1950 年代中期面临一个危机,他的 Sanders Cafe 餐厅所在地旁的道路被新建的高速公路通过,使得他不得不售出这个餐厅。当时的上校已 66 岁,但他自觉尚年轻,不需靠社会福利金过日子,而这成了他事业的转机。

上校用他那 1946 年出品的福特老车,载着他的十一种香料配方及他的得力助手——压力锅开始上路。他到印第安州、俄亥俄州及肯德基州各地的餐厅,将炸鸡的配方及方法出售给有兴趣的餐厅。1952 年设立在盐湖城的首家被授权经营的肯德基餐厅建立。令人惊讶的是,在短短五年内,上校在美国及加拿大已发展有 400 家的连锁店,这便是世界上餐饮加盟特许经营的开始。

### 案例 58: 46 亿抢“娃哈哈”，娃哈哈经销商保证金创纪录

“东莞只有 160 万人口，但当地娃哈哈产品今年的销售额已达 2.1 亿元，人均消费 130 多元。这次来杭州参加经销商大会，参观了娃哈哈的基地，进一步了解了企业的情况，我们的信心更足了。”昨天，来自广东东莞的娃哈哈经销商——玉华贸易有限公司总经理周志毅一脸兴奋地说。

今年是娃哈哈创业 20 周年。从 14 日开始，5000 多名来自全国各地的经销商、分销商，相聚杭州黄龙体育馆，参加娃哈哈销售工作会议。和周志毅一样，今年，全国各地的娃哈哈经销商都取得了突飞猛进的业绩增长。据介绍，今年娃哈哈销售绝对净增长高达 50 亿元，呈现销售增长超过产量增长，利润增长又超过销售增长的良好势头。

在销售会议现场，今年销售业绩突出的大批经销商受到表彰，并获得奔驰、宝马、丰田或帕萨特等奖励。据悉，娃哈哈在这次会上收取经销商“保证金”也创下了历史纪录，高达 46 亿元！产品尚未生产出来，各路商家就如此踊跃地交纳“保证金”，娃哈哈总经理宗庆后说：“这一方面体现了娃哈哈多年以来坚持诚信经营，与广大经销商建立起了互信关系，另一方面也说明，经过近几年的自主创新，娃哈哈的产品品质得到进一步提高，经济发展方式有了实质性转变。”

### 案例 59： 华为与富士通的内部创业

2000 年，深圳华为集团为了解决机构庞大和老员工问题鼓励内部创业，将华为非核心业务与服务业务，如生产、公交及餐饮业以内部创业方式社会化，先后成立了广州市鼎兴通讯技术有限公司，深圳市华创通公司等。这些内创公司依托华为强大的经济实力与市场占有率为其产品提供相关技术服务，同时也成就了企业内部优秀员工的创业梦。

1995 年 9 月，梁钢等三名员工获得富士通公司 100 万美元的内部创业基金，与公司合资创立通力（日本）公司，研制数码相机软件产品。由于富士通公司的大力支持，加上产品研制方向对路，通力公司的软件产品很快打入市场，至今已连续 8 年赢利。2001 年，梁钢再次获得富士通公司 100 万美元的创业投资，创建通力（亚洲）公司。目前，梁钢已成为通力（亚洲）公司旗下子公司——通力（上海）公司最大的股东。

## 案例 60： 麦当劳选址的 5 项标准

### 1) 针对目标消费群

麦当劳的目标消费群是年轻人、儿童和家庭成员。所以在布点上，一是选择人潮涌动的地方，以杭州为例，如在延安路、汽车站及火车站等交通集散点周边设点；二是在年轻人经常光顾的地方布点，比如在龙翔桥、解百等设点，方便顾客就餐。

### 2) 着眼于今天和明天

麦当劳布点的一大原则，是一定二十年不变。所以对每个点的开与否，都通过三个月到六个月的考察，再作决策评估。重点考察是否与城市规划发展相符合，是否会出现市政动迁和周围人口动迁，是否会进入城市规划中的红线范围。进入红线的，坚决不碰；老化的商圈，坚决不设点。有发展前途的商街和商圈、新辟的学院区及住宅区，是布点考虑的地区。纯住宅区则往往不设点，因为纯住宅区居民消费的时间有限。

### 3) 讲究醒目

麦当劳布点都选择在一楼的店堂，透过落地玻璃橱窗，让路人感知麦当劳的餐饮文化氛围，体现其经营宗旨——方便、安全、物有所值。由于布点醒目，便于顾客寻找，也能够吸引人。

### 4) 不急于求成

黄金地段黄金市口，业主往往要价很高。当要价超过投资的心理价位时，麦当劳不急于求成，而是先发展其他地方的布点。通过别的网点的成功，让“高价”路段的房产业主感到麦当劳的引进，有助于

提高自己的身价，于是再谈价格，重新布点。

#### 5) 优势互动

麦当劳开“店中店”选择的“东家”，不少是声誉较高的地方。知名百货店、超市等能为麦当劳带来客源，麦当劳又能吸引年轻人逛商店，从而达到到优势互补。

## 案例 61： 肯德基的选址步骤

### 1) 划分商圈——用数据说话

肯德基计划进入某城市，就先通过有关部门或专业调查公司收集这个地区的资料，有些资料是免费的，有些资料需要花钱去买。把资料搜集齐了，就开始规划商圈。

商圈规划采取的是记分的方法，例如，这个地区有一个大型商场，商场营业额在 1000 万元算一分，5000 万元算五分，有一条公交线路加多少分，有一条地铁线路加多少分，这些分值标准是多少年平均下来的一个较准确经验值。通过打分把商圈分成好几大类。

### 2) 选择地点——在最聚客的地方开店

商圈的成熟度和稳定度也非常重要。例如规划局说某条路要开，在什么地方设立地址，将来这里有可能成为成熟商圈，但肯德基一定要等到商圈成熟稳定后才进入。肯德基开店的原则是：努力争取在最聚客的地方及其附近开店。

过去古语说“一步差三市”，开店地址差一步就有可能差三成的买卖。这跟人流活动线路有关，可能有人走到这，该拐弯，则这个地方就是客人到不了的地方，差不了一个小胡同，但生意差很多，这些在选址时都要考虑进去。人流活动路线是怎麼样的，在这个区域里，人从地铁出来后是往哪个方向走等等，这些都派人去掐表，去测量，有一套完整的数据之后才能据此确定地址。选址时一定要考虑人流的主要路线会不会被竞争对手截住。人流是有一个主要路线的，如果竞争对手的聚客点比肯德基选址更好，那就有影响，如果是两个一样，

那就无所谓。

## 案例 62： 张华的创业计划

张华毕业于某名牌大学，经过多年的业余研究，他在室内环境污染治理方面取得了一项重要的技术突破，这项技术如果在实际中得到应用，前景非常广阔。于是张华辞去原来的工作，准备自己创业。但由于多年的积蓄都用在了室内环境污染治理的研究上，在七拼八凑注册了一家公司后，已经无力再招聘员工、实验试验材料了。无奈之下，张华想到了风险投资基金，希望通过引入合作伙伴的方式解决困境。为此，他多次与一些风险投资机构或个人投资者接洽商谈，虽然张华反复强调他的技术多么先进，应用前景多好，并拍着胸脯保证投资他的公司回报绝对低不了，但总是难以令对方相信，而且他对于投资人问到的多数数据也没有办法提供，如市场需求量具体有多少？一年可以有多大的销售量？投资后年回报率有多高？就连招聘一些技术骨干也比较困难，这些人也总是对公司的前景缺乏信心。

这时，曾经在张华注册公司时帮助过他的一位做管理咨询的朋友一句话点醒了他，“你的那些技术有几个投资者搞得懂？你连一份像样的创业计划书都没有，怎么让别人相信你？投资者凭什么相信你？”。于是，在向相关专家请教咨询后，张华又查阅了大量的资料，然后静下心来，从公司的经营宗旨、战略目标出发，对公司的技术、产品、市场销售、资金需求、财务指标、投资收益及投资者的退出等方面进行了分析和论证，当然这个过程中，他还得不时搞一些市场方面的调查。一个月后，他就拿出了一份创业计划书初稿，经过几位相关专家的指点，又再次进行了修改和完善。凭着这份创业计划书，张



华不久就与一家风险投资公司达成了投资协议，有了风险投资的支持，员工招聘问题也迎刃而解。

现在，张华的公司经营得红红火火，年销售利润已达到 500 万元。回想往事，张华感慨地说：“创业计划书的编制与我搞的环境污染治理材料要求差不多，绝不是随便写一篇文章的事。编制计划书的过程就是我不断理清自己思路的过程。只有企业家自己思路清楚了，才有可能让投资人、员工相信你。”

### 案例 63： 个人创业贷款圆了小老板创业梦

2003 年 12 月 31 日，对山东即墨通济街道的个体业主孙某来说，遇到了天大般的好事。他只花了不到一天的时间，就在即墨农行金融超市拿到了他创办公司急需的 60 万元贷款，并因此成为即墨农行金融超市以个人创业贷款方式扶持的第 58 个“小老板”。

今年刚满 30 岁的孙某从事回收起家，一心想通过个人创业实现自己的价值。他从我国申奥成功给青岛带来的巨大发展机遇中觅得商机，发现房地产、建筑业的发展需求大量架子管，建筑用架子管市场的空间巨大。于是，他多方筹资，于 2002 年 6 月创办了青岛红日升钢管制品有限公司，但该项目资金需求量较大，公司还有不小的资金缺口。即墨农行金融超市开办并推出个人创业贷款业务，对于他来说无疑是“雪中送炭”，得到消息后，他用自己的房产作抵押，在农行金融超市申请个人创业贷款，不到一天时间就办妥了审批手续。

根据中国农业银行 2002 年 12 月出台的《中国农业银行个人生产经营贷款管理办法（试行）》，个体经营者只要登记注册，有明确合法的贷款用途，能提供担保抵押，经农业银行调查证实有稳定的经营收入和按期还本付息的能力，都能在最短的时间里获得农业银行的贷款支持。该项业务一经推出，就受到公众的欢迎，圆了许多象孙先生一样的创业者的美梦。

## 案例 64： 组合融资由幼苗长成参天大树

菱花集团的前身是一家只有 8 万元原始资本的村办小型企业，当时企业的条件异常简陋，职工大部分是本村农民。针对家底薄、起步阶段固定资产少，向银行申请贷款困难重重的客观条件，企业经营者不等不靠，眼睛向内，充分利用自身的各种条件，迂回挖潜，多方并举，融得了企业生产经营和发展所需的资金。

首先，向内部职工借款。小企业与职工的关系非常紧密，可以说一荣俱荣，一损俱损。只要职工确信企业有发展前途，就会慷慨解囊。向本企业职工借钱，既不受使用时间限制，还会使职工更尽心尽力为企业工作。因为该企业的职工大部分是本村农民，具有勤俭持家的传统美德。据此，企业每月只给每个职工支付 300 元生活费，其他全部由财务部门统一存入本企业账户，企业按年利率 15% 给职工支付利息，职工可按需要灵活使用。仅此一项就给企业提供稳定的资金来源 1700 万元。

其次，使用商业信用融资。菱花集团充分利用自己的信用，以商业信用欠款的方式使用上游企业的资金，采购原材料赊欠钱款，确保了 3500 万元的资金长期归本企业使用。

其三，使用技改和基建施工单位的资金。在搞基本建设和生产线技改时，通过市场调查、策划，选择有实力的企业和安装队伍垫款施工，仅此一项每年也为企业提供 1000 万元左右的资金。再加上采购设备时采用先赊账后付款的方式，也为企业节省了大量的资金。

其四，资本营运融资。随着该企业市场不断开拓、业务快速发展，他们积极考察市场，在全国各地寻求一些亏损或濒临倒闭的国有企业进行联营，按照国家当时的政策规定，这些企业贷款可停息或转为投资，从而既在一定程度上缓解了企业资金紧张的程度，又实现了企业低成本扩张，赢得了更丰厚的利润。

由于该企业能及时抓住机遇，发挥自身的优势特征，面向市场寻求融资渠道，从而实现了“东方不亮西方亮”，巧妙地融到了企业发展所需要的资金，实现了凤凰涅槃，由一颗幼苗成长为一个参天大树。目前企业的资产达到 26.6 亿元，员工 7800 人，其中大专毕业生 2200 人，成为国家一级企业集团。

## 案例 64: “晨光学生网”创业计划书

近期目标: 成为深圳大学内最大的 ICP, 确立门户网站地位。

远期目标(5 年): 将晨光学生网的运作系统(模式)推广到不同高校, 建立特许经营体制。

市场定位: 晨光学生网的市场定位是成为为深大师生及周边网络用户提供信息、娱乐和学习等资讯的综合信息港, 相对于其他校内单一网站, 晨光学生网内容更全面、更具吸引力; 相对于校外网站, 晨光学生网又具有浏览速度快、提供更符合校园用户的个性化服务等特点。另外, 晨光学生网建设的过程, 正是一套学生型入门网站营运模式条理化的过程, 当这套营运模式得以完善则可实现转让, 从而建立起一个网站特许经营体制。

市场定位的理由如下:

### (一) 市场现状

#### 1. 独特的网络实验场

深圳大学有着领先于其他高等学府的网络资源, 率先实现了多个学生宿舍局域网互连(2000 年 9 月之前将实现全部宿舍互连), 并可直接连入互联网。另外, 图书馆、电教中心、教室等也实现了大面积的网络互连。独特的网络资源, 为晨光学生网进行各种区域性的网络应用研究提供了一个很好的实验场地, 可以更贴近现实进行开发、及时收集各种反馈信息, 缩短各种网络应用的研发和实现周期。

#### 2. 浏览用户群体

截至 4 月, 深圳大学已有 10 个宿舍连网(朱槿、紫薇、红豆、

拒霜、木棉、聚翰、银桦等），上网人数达到 2 500 人以上；另外，通过其他途径进行网络浏览的用户，保守估计超过 2 000 人。这群用户对运用网络充满热情，消费能力也相对较高，具有很大的市场潜力。

### 3. 网络资源运用不足

根据调查分析，深大师生上网的主要目的是为了了解各种资讯、在线聊天和收发电子邮件，但是阻止他们或潜在阻止他们上网的原因则有两个：互联网浏览速度太慢、校外网站缺少符合本地要求的个性化服务。正是这两个原因，造成了深圳大学虽有得天独厚的网络资源而没有真正为广大网络用户带来更多的实惠。目前仅有校园 BBS 得到了比较成功的运用，网络资源的运用存在较大的空白。

### 4. 市场竞争对手分析

① 深圳大学官方主页 (<http://www.szu.edu.cn>)：根据我们调查分析，上深圳大学主页的师生主要是想了解校内资讯和 BBS，但却普遍认为页面设计缺少学生气息，抱怨没有更多值得浏览的内容。

② 校内个人网站：据了解，校内只有几个小范围内有知名的个人网站，但与其说是网站，

不如说是个人主页更恰当，因为这些个人网站功能简单，网页设计简陋，是一些同学单凭个人兴趣建设的，而且很少更新，对同学们吸引力不大。

③ 校外网站：深大师生上校外网站主要是了解各种资讯，奈何有时互联网浏览速度太慢，常常因为等待时间太长而失去了浏览的兴趣，而且信息泛滥，不容易找到自己想要的信息。

## (二) 市场潜力分析

### 1. 用户群体

网站运作的成功，依赖于广大浏览用户的支持。根据深圳大学的网络规划，2000年9月前各宿舍将基本实现连网，上网人数达到6000人以上，日后随着学校扩招，2003年上网人数可望达到30000人。另外，深圳大学的局域网将逐步实现与深圳高职院、深圳教育学院、深圳外国语学校 and 深圳清华研究院等教育单位的互连，深大将成为深圳市实际意义上的教育、科研网的枢纽。因此，在本校用户群体的基础上将有大量新的网络用户加入。

晨光学生网正是基于这样一个相对“忠实”的局域网用户群体建立起来的，由于其区域性、指向性强的特点，将更有利于其吸纳这样的网络用户群体。

### 2. 门户概念

根据学校发展规划，学校网络中心将与Chinanet进行2兆互联，互联网浏览速度将有望提高。但在这一规划实现之前，正好为晨光学生网的成长提供了一个缓冲期，此间只要晨光学生网能做到网站所提供的内容与服务“够用、适用、好用”，便可以深深地吸引住用户，进而利用局域网用户相对“忠实”的特点，使自身成为局域网内的首选网站，待日后互联网浏览速度真正得到提升后，便可较轻松地把自身提升为用户进入互联网的门户网站。

### 3. 发展进度

由于晨光学生网已经进入了实质性的营运阶段，所以可根据目前

的一些显示情况，作出以下发展部署：

2000年4~6月：网站框架基本建成，各项服务完善，大规模推广活动配合

2000年7~9月：推出暑期专栏，举办（协办）各项暑期活动

2000年9月~2001年1月：与各类商家取得联系，针对用户群体开展各项活动，针对新生开展各项网络宣传活动，日浏览量争取达到6 000人次以上。

第2年逐步向深圳高等职业技术学院及周边院校推广、扩展。

第3年把晨光学生网的营运模式向省内其他高校推广、转让。

第4~5年内有选择性地在全国范围内其他高校进行营运模式的推广和转让

#### 4. 特许经营

参照目前商业运作中非常流行的特许经营模式，晨光学生网也将建立一套自己的特许经营体制，将于深圳大学内经营的成功模式向各高校推广，协助建设或吸纳加盟网站，以最终建立起一个大规模的校园网站联盟。随着我国的教育产业走向市场化，校园联网也成了必然的趋势，于校园内推行学生网的特许经营模式，不仅能加快网站建设的速度，而且能让校园的网络资源更好地为同学们提供各种服务，更有利于高校网络之间的信息互通。从盈利的角度观之，学生网的特许经营模式更便于针对高校潜在的消费力，进行各种网络经济活动。

#### (三) 人才竞争策略

网站竞争力的体现说到底就是人才资源的是否丰富，所以晨光学



生网在建网之初就已经非常重视人力资源库的建立，目前网站已经初步建立起了包含各方面优秀人才的工作团队，下设技术开发部、网页设计部、策划推广部和对外公关部。

### 1. 技术开发人才

他们主要负责网站各种应用技术的开发工作，目前网站的一些强大的网络功能都是他们开发的，如可定制地（自动）搜索网络上各种信息的“Info Gain System”（晨光学生网的新闻系统就是一个成功运用的例子），该系统的运用较之于网站处于先进的地位，上海统旗信息科技（中国）有限公司就对该系统非常赞赏并有意购买；另外，Net Show System（音乐点播、视频点播系统）、Smart Bid System（在线拍卖、管理系统）和 Live Talk System（netmeeting、exchange server 等）也是技术人员们出色的产品。

### 2. 网页设计人才

目前网站漂亮的页面就是他们的辛勤劳动的成果，外面的一些网络从业人员看后都不相信这些网页是由学生设计出来的。虽然晨光学生网拥有强大的技术阵容，但如何实现界面友好、如何把更多的用户吸引到网站来、如何突出网站自身的特色，这都靠他们继续努力。

### 3. 策划推广人才

有好产品不进行适当、有力的推广也是徒劳，所以晨光学生网组建了强大的策划推广小组，对网站的品牌与各种服务进行推广。

### 4. 对外公关人才

晨光学生网很清楚单凭借自身的力量寻求网站的发展是很有限

的，所以很希望能跟各方力量合作共同发展业务，对外公关人才正很好地运用了他们的沟通技巧，为晨光学生网与外界架起了一道交流的桥梁，为网站争取各种有利于发展的资源。

其实，作为一所高校，深大有许多各方面专长的人才，晨光学生网把对网络有兴趣、有热情的同学召集起来，既可以壮大自身的实力，又可为同学们提供锻炼的机会。

#### (四) 网站架构规划

晨光学生网的特色是“快、全、新”。

根据调查分析显示，深大师生可划分为4个群体：信息浏览型、娱乐型、学习型和兼而有之的综合类型。针对这4种类型师生，晨光学生提供了不同类型的栏目。

##### 1. “新闻中心”栏目

本栏目针对信息浏览型的师生。新闻中心提供了包括国内（外）新闻、体育新闻、财经新闻等10多种新闻。由于是基于Info Gain System进行架设，所以所有新闻都是自动抓取、自动更新，免去了大量的维护工作，并为深大师生提供“内容更齐全，速度快三倍”的新闻服务，并且信息都经过筛选更能符合师生的要求。

##### 2. “在线点播”、“语音聊天”、“网络游戏”这3个栏目

针对娱乐型的师生。在线点播：以拥有超过5000首歌（还在扩充中）的数据库作为后盾，为用户提供了在线收听音乐的各种特色服务。同时也实现了视频点播，用户可在网上观看最新的电影和一些经典电影等。

语音聊天：除可实现 BBS 的文字聊天功能外，还可用语音聊天、画板功能。语音聊天可为同学们省掉了不少的 200 卡电话费。而且不久后技术部将开发出一套卡通形象聊天系统，届时语言聊天系统就真正实现了“声情并茂”，而且，只要接上摄像镜头更可实时地看到对方的影像。网络游戏：专门收集符合大学生定位的各种各样的千奇百怪、趣味十足的网络游戏供同学们在线玩耍，并且定时更新。

### 3. “英语学堂”和“晨光书院”栏目

这两个栏目主要针对学习型的师生。英语学堂：用图书馆大量文字的、语音的外语学习资料，为用户构筑一个集语音和文字在线学习英语的平台，既满足了同学们学英语少语音资料的需求，又很好地利用了一些闲置的资源。英语学堂还将开发出一套英语模拟考试系统，届时同学们就可以很方便地以最新的四级、六级、TOEFL、GRE 试题来测试一下自己，了解自己到底处在哪个水平上，更好地准备各种英语考试。

晨光书院：将是一个互动的栏目，允许同学们发表自己的一些看法、书评，并且网络系统将会根据浏览者的表现进行评分，分为秀才、举人、贡生、进士、状元、榜眼、探花、翰林等称号，以激发同学们参与的热情，发挥各自的文学创意。

### 4. 其他个性化栏目

这种栏目主要有“在线拍卖”和“PcChoice”。

在线拍卖：大学校园总会存在一定的二手市场，这一点从学校内各处公告栏上张贴的许许多多的“求购”、“贱卖”公告就可见一斑，

这为晨光学生网的“在线拍卖”栏目提供了很大的发展空间。另外，由于与经济学院财经协会的合作，便更能为广大用户提供实用、可信的拍卖服务。

PcChoice：主要为同学们提供选购电脑的咨询和买卖服务，努力使该品牌成为深大师生“一位你身边的电脑顾问”。

需求即是市场，满足需求即能占领市场，在以后的发展中我们将针对师生的需求变化而不断新开不同的栏目，如针对学生困惑的“心理热线”和即将推出的“旅游专栏”等。

#### (五) 投资与回报

##### 1. 设备费用

服务器（启动投入）：初期拟采用两台 Intel 架构服务器，每台价格人民币 5 万元，共 10 万元。

专线（每年投入）：64K 专线，年租费约 15 万元。

PC 机（启动投入）：10 台，共 10 万元。

软件（启动投入）：10 万元。

租用办公地点（每年投入）：拟租用办公室 120 平方米，年租金 7 万元。

设备的启动资金合计 52 万元。

将来随着访问率的提高及咨询队伍的扩大，将需要提高服务器的档次、增大专线带宽、增加 PC 机的台数、扩大办公面积。预计在 1 年后设备费用将追加 40 万~60 万元。

## 2. 行政费用

人员工资：200 000 元/年。

宣传费用：60 000 元/年。

参考资料：10 000 元/年。

行政费用启动资金合计 27 万元。

## 3. 盈利回报

网络时代，“注意力即是经济”，晨光学生网以指向性强并且相对忠实的“注意力”为基础，便可以实现以下的盈利方式：

### （1）服务收费

晨光学生网的“在线拍卖”和“PcChoice”栏目，先期推出时所有服务都是免费的，但在打出一定知名度后将酌情收费。

在线拍卖：以每月有 6 000 元交易额，收取 5% 服务费用计算，年收入 3 600 元。

PcChoice：以每月有 60 000 的交易额，收取 10% 服务费计算，年收入 72 000 元。

### （2）旅游栏目佣金

这是晨光学生网即将推出的综合旅游信息栏目，它将针对同学们的需求汇集各方面的旅游资源，使同学们足不出户就能饱览天下，并为同学们提供旅游的好建议。

将近暑假，深圳大学生又将掀起出游的热潮，以前这项服务都是由个人或团体提供服务的，而现在则可以利用晨光学生网的优势将这方面的工作包揽下来，通过定向与旅游协会或校外的旅行社进行合

作，从中获得经济利益。预计收入为 2.1 万元/年。

### （3）出售广告空间

在晨光学生网上做广告，目标对象将是消费力很强的时尚青年一族，广告时间及版位较灵活而且可以配合一定的校内促销活动。

在晨光学生网刚推出 10 天内（4 月 27 日~5 月 7 日），平均日浏览量已达到 1 500 人次/天，根据 Jim Sterne 著的《WEB 广告指南（中文版）》，日浏览量达到 1 000 人次以上就可以出售广告空间，而晨光学生网正是极力推介的做广告的网站类型之一。预计广告收入为 1 万元/年。

### （4）招聘中介收入

个人：信息服务费 5 元/月，以每月平均有 100 个个人在线记录计算，年收入为 6 000 元。

公司：信息服务费 50 元/项，以一年有 300 个招聘记录计算，年收入为 15 000 元，年收入预计为 21 000 元。

### （5）网页制作收费

① 编写 10 页主页按每页 200 元收费，不足 10 页者按 10 页计算。

② 编写 20~30 页主页，超过 10 页的部分按每页 150 元收费。

③ 30 页以上每页 100 元。

④ 每 1 页主页以电脑屏幕 800 \* 600 显示 1.5 屏计算，分栏每栏按 1 页计算。

⑤ 在主页中如需加入复杂的 script 编程或数据库联接则价格另议。

⑥ 主页中所有的素材均由用户提供（包括文字、图片、数据等各种资料）。年收入估计为 30 000 元。

(6) 技术转让盈利，技术转让收入，技术主要是以系统转让（租赁）的形式进行。

目前本站拥有的 4 套系统价格如下：

Info Gain System 20 000 元/套（零售）、200 元/月（租赁）

Net Show System 15 000 元/套、100 元/月

Smart Bid System 10 000 元/套、100 元/月

Live Talk System 5 000 元/套、50 元/月

以每种系统，每年卖出一套算，收入 50 000 元。

以每种系统，每年租出两套算，收入 10 800 元。

年收入：60 800 元。

(7) 特许经营权输出具体收费另议。

## 例 65： 大学旅舍商业计划

### 第一部分 产品与服务

#### （一）描述

业务主体将向大众(主要是大学生和青年)提供免费的资讯服务及向自助旅行者这一特定客源市场提供的旅游导向服务,其体现在 uhostelling(“大学旅舍”)网站上。U & C HOSTELLING(大学旅舍)立足点在 u&c (university & college) 上,主要体现在“hostelling (青年旅馆)”上。随着国内大学旅行社的诞生发展及大学旅游热的兴起,如何将分散的大学旅游配套资源有秩序和组织的发展起来,形成一个大型的跨地域性的旅游服务体系,广泛为日益增多的高校旅行学子提供中转站服务,是许许多多大学生希望的,也是不少旅游企业机构正在考虑的。

Hostelling International(国际青年旅社)虽然已经进入了中国,并获得了一定成功,但其服务目前只集中在经济发达的珠江三角洲地区(广州、南海、珠海、肇庆、深圳),与大学生目前的旅行要求有很大的差距。在广大的旅游热点地区,类似青年旅社的服务是相当缺乏甚至没有,面对大学生这个庞大的旅游群体,近年来出现了“旅游点高校接待”等萌芽状况的大学生旅游服务中介,但其信誉始终难以稳定。

针对为数众多的大学生旅游者希望旅游地区“青年旅馆”式服务的需求, uhostelling 网站将通过网络形式,结合国内各地高校旅行社的建立情况,通过合作兼并(已建立相应旅游组织)和聘用兼职



（尚未建立相应体系）等形式，在网上开展大学生领域的异地接应、当地导游和结伴同行等服务项目，以建立以高校为主要场所的流动性青年旅馆服务体系。

## （二）技术

网站应具备多位有旅游开发经验的业务联络人员及青年旅馆业务管理经验的人员，同时还应具备一支有经验的旅游信息采编队伍。

（1）订票系统：为客户提供网上预订机票及其相关服务。其中包括航班查询、机票预订、订单的查询与修改、代理出票/退票/订单维护功能。

（2）酒店系统：为需要在网上查询和预订酒店的客户提供迅速、方便、可靠的在线服务。其中包括客

户登录、酒店查询、酒店预订、更改预订、取消预订、房源维护、库存预警、退款模块等功能。

（3）旅游线路系统：为客户提供迅捷、方便、可靠的在线旅游信息服务和在线预订。其中包括客户登录、信息查询、线路预订、更改预订、取消预订、旅行社管理和维护等功能。

（4）支付系统：提供与各大商业银行安全的在线支付功能。

## （三）访问者得益

通过访问本网站，上网者可以看到丰富的旅游资料及专门为大学生设置的旅游导向，可联系到各种旅游帮助机构，如到达旅行目的地的途径、花费、时间、落脚点及到达目的地后的行程安排等，从高校到高校，既可享受异地旅行的乐趣，又在食住行方面得到相对可靠的

保证，既得到朋友式的照顾，又以较实惠的价钱完成旅程。

## 第二部分 市场分析

### （一）市场介绍

1999 年末我国上网人数 890 万，根据不完全统计，目前我国网民已突破 1 000 万，随着以大学生为主的校园网民的成长，中国互联网用户的数目急剧增加。

2000 年 3 月份开始，在电子商务热潮下，旅游网站作为模式清晰的 ICP，其发展前景一度被广泛关注，国内几大旅游网站纷纷有所行动，最为引人注目的是全国最大的旅游网站华夏旅游网与 TOM.COM 达成合作意向。旅游网站以其不涉及配送和支付问题以电子商务为主要形式，一时成为投资热点。

但无论是华夏旅游网、中国旅游资讯网还是后起之秀的携程旅游网，他们都把业务重点放在“旅游行业”上面，重点放在飞机订票、酒店房间预约等传统旅游业务上，在个人自助游、学生背包游方面始终搞不起特色，所提供的服务做不到实处，表现在只介绍相关的旅游知识和由旅行社提供的路线及景点介绍，有关个人旅游的细节鲜见提及。在去年末异军突起的携程旅游网虽然在个人自助游方面搞出一定特色，但其定位仍带有传统自助游的影子，没有充分顾及大学生旅游阶层，携程旅游方式对于在校的大学生仍存在难以操作的地方。

而另一方面，目前许多旅游网站号称网络旅游便宜、舒适，但熟悉旅行社业务的人都知道，通过网络购票、订房，很难达到旅行团队的人数规模，也即不可能享受到旅行社所得到的折扣，现时网络旅游

的风光只不过是网站不惜血本的降价卖广告，不是长期生存的办法。根据一份调查，在整个旅游市场的大批散客当中，90%以上原先就不通过旅行社出游，而在这批散客中的上网者，才是目前旅游网站真正争夺的目标顾客。从某种意义上说，传统旅行社和旅游网站说到底并没有正面交锋。目前国内旅游网站的发展主流只不过是旅行社的架构调整，同旅游网站的发展没有什么

联系。网上旅游必须根据自己的特点走出自己的路子，做一些通过互联网很容易实现的服务。

另一方面，随着人们生活水平及知识水平的双重提高，对于旅行的要求也越来越苛刻，传统的“填鸭式”随团游对许许多多出外旅行者日渐失去了吸引力，在年轻人当中，自主自由的自助式旅游越来越受到认可，但一个严峻的问题是面对发展迅速的自助游（背包旅行一族）群体，国内的社会配套设施远远跟不上需求，造成许多旅行后遗症。uchostelling（大学旅舍）就是通过网络将“青年旅馆”式的配套服务首先在国内有条件的大学区建立起来。目前在广东以外的中国诸多旅游地区，还没有直接以“青年旅馆”命名的机构，但相类似的为背包旅行者服务的饭店已经出现，这都体现了市场的实际需要，像云南大理、广西桂林都有为自助旅行者服务的配套住宿饭店，在上海黄浦江边古老的理查饭店也已经很接近青年旅馆的标准，但他们缺乏一定的系统协调，在旅游业中的聚焦效应没有充分发挥。

2002年3月下旬，中国12个城市的代表在广东青年旅馆协会的组织下，商讨了国际青年旅馆在中国的推广计划，据称，几年内将有

多家青年旅馆在全国不同城市开业。一种新的旅游格局初露端倪，中国为未来新的旅游精神作充分的硬件准备。

## （二）目标市场

业务内容的受众只是大学生（年轻人），但从长远来看，服务受众将不断增加，年龄在 30 岁以下的网民都是我们可能的访问者。如果网站能顺利起步的话，开站半年内，通过假期前的服务项目宣传和 U&C HOSTELLING（大学旅舍）理念的高校巡回 SHOW，同时加以一定的推广免费优惠，总访问人数可过数 10 万，1 年后可达 100 万。同时中介服务业务也会随假期的到来进入正式起步发展阶段，网站浏览人数的增长与使用青年旅舍服务后的二次宣传将不断推广 uhostelling。在网站浏览量稳定的情况下，广告收入也会不断上升。

## （三）区域聚焦

在 uhostelling 服务方面，我们立足于区域性，立足于业务密集点。开始的发展重点是以广州为中心的华南地区，基础打好后（如 U&C HOSTELLING 理念的渗透率在高校学生中达到一定程度），再向北推进，划分东北、华北、西北、西南、华东、华中、华南及港澳台等区域，业务成熟将与国外同类机构合作开展中外 U&C hostelling 业务合作，争取每个有高校的城市区域都开设有 uhostelling 的服务机构。

## （四）发展目标

公司最终发展目标是完成对传统旅游业和正统电子商务之间的“自由游式”旅游资源的整合，使 U&C HOSTELLING（大学旅舍）成

为以网络为交易方式，以大学为服务根基的跨地域性的青年旅社，规模最大的大学生（青年）旅游机构，成为大学生旅游者在城市之间的理想驿站。

### 第三部分 业务计划的实施

#### （一）实施战略

第一步：（时期：6个月）第一笔资金到位后，大部分用于基础运行中去，把有限的人力资源重点放在 U&C HOSTELLING（大学旅舍）理念和网站具体业务操作方式的推广上。与此同时，先与国内已建立的大学旅行社或有类似青年旅馆的机构进行业务联系，再在较为发达但未有相应机构的大中城市的大学开展业务建设。在此基础上，争取更大的投资。

第二步：在华南各大高校校园开展相关活动，并争取一定的服务使用者。1年内 U&C HOSTELLING 业务进入正常营运状态，并以此为基础，在非假期时间开发其他服务内容。

第三步：加大融资，扩大业务规模，并适当在业务集中城市（点）建立全权物业。

#### （二）联盟

公司将与资金和技术较雄厚的网站、全国百强的旅游公司建立联盟，双方互相取长补短，共同发展。网站将和各大媒体单位建立合作关系。

### 案例 65: 柯达重组团队的启示

柯达电子（上海）有限公司是美国柯达公司（Kodak）在上海的全资子公司。公司成立之初，采用了传统的以职能为取向的组织结构模式。在原有的组织结构中，流程被严重割裂。各产品生产流程的各环节分别由不同的部门经理负责，而无人对整个产品的生产流程负责。结果，运作过程中，问题丛生，矛盾不断，各部门负责人都以做好本身工作为己任，但对其他部门的工作漠不关心，他们都单个地对执行经理负责，执行经理再对总经理负责。各部门之间的矛盾由执行经理来协调，整个流程出现了问题同样由执行经理来处理解决，从而使顾客满意的工作落到了执行经理人员的身上，也就是说，顾客对产品的满意度与顾客满意度的制造者——各部门经理无关，却成了执行经理的事务。

1997年3月，公司决定对其生产流程进行再造，将以职能部门为主体的组织架构，变为以产品为中心而组织起来的流程小组作为主体的组织架构。原有的职能部门经理，能够胜任者，变为流程小组负责人或称产品经理，不能胜任者则另作安排。

经再造后，其生产流程并没有什么大的变化，只是以前由执行经理负责的顾客满意度的问题，交由各产品经理负责，这些产品经理们不再是只管理某一职能部门，而是承担起某一产品从投入到产出，直到顾客的满意等整个管理工作。CBIO经理、CAMCO经理、一次性相机经理与APS经理均要对其产品的整个流程负责。流程不再是片段化的碎片连接，而是一个完全的整体。顾客——这个在以往的生产流程图

中被忽视的对象，在新的流程图中十分显赫。

经过再造流程后，柯达电子（上海）有限公司，无论是在产品质量、生产效率，还是在企业形象以及顾客满意度上都获得了较大地提高。不仅如此，再造流程的后果的直接承担者——部门经理，从他们自身的变化上更能看出再造流程的本质所在。主要表现在：

（1）责任扩大，工作强度提高。再造流程前，各部门经理工作性质不同、工作内容单调，忙闲不一，人浮于事的现象比比皆是。再造流程后，各产品经理的责任范围扩大了几倍，他们不仅要协调不同工种的工作人员，而且要对整个产品生产流程负责，对顾客的满意度负完全责任，工作内容也变得多样化，由此，其工作强度大大提高，各产品经理早出晚归已是司空见惯。

（2）权力扩大。再造流程前，各部门经理都只对执行经理负责，完成执行经理下达的工作任务和计划，决策权有限。再造流程后，除了某些特殊情况外，各种有关问题的处理基本上由产品经理决策。

（3）避免了经理人员之间的矛盾，部门间的摩擦消除。再造前，各部门经理仅对整个生产流程的某一环节负责，由于眼睛只是向内，注重本部门的利益，彼此之间的摩擦和矛盾经常发生。执行经理整日忙于调和各部门经理之间的矛盾。再造后，原来需要外部配合的活全都“内部化”了。各产品经理对完整的产品流程负责，中层经理之间的矛盾也自然消失了。由此，执行经理从日常的协调工作中解放出来了，集中精力于战略性和全局性的工作。

（4）工作效率提高。在原来职能部门经理各司其职的情况下，

当生产的某一环节出现问题时，各部门经理就让生产停下来共同开会研究，寻找原因和责任，往往使小问题也难以解决。再造后，各产品生产线上一旦出现问题，其产品经理立即解决，无须开会研究，也无责任可推卸，因此，生产的效率大大提高。

(5) 顾客成为第一服务对象。在再造流程前的组织架构里，各部门经理只关心自己的工作任务完成的情况，而对整个产品流程不关心；一心只想取悦于执行经理，而不关心、也无须关心顾客的满意程度。再造流程后，各产品经理的工作业绩由顾客满意度直接反映，顾客满意度成为其工作成效的衡量标准。因此，顾客在产品经理心目中开始占有很重要的地位，顾客不再是抽象的概念，而是看得见、摸得着的对象了。

(6) 统筹、协调力度提高。再造流程前，各部门经理管理的对象是工作性质相同的各专业人员，其沟通简单，协调容易，整个产品的统筹与协调由执行经理承担。再造后，各产品经理统筹安排整个产品生产的各环节，促进各不同专业人员共同工作，因而其统筹协调的难度增加了。各产品经理也不能再满足于自己的专业知识，而要通晓相关的各方面知识了。

案例 66： 科学的团队决策



马华是建筑学会地方分会的一名团队领导，她意识到在吃午饭时排队、付款的等待时间太长。马华与其团队成员对排队时间监测了一周。

马华与其团队对可能的解决方法进行了集体讨论。解决方案包括：

在每天午饭时间（一小时）额外雇佣一名出纳员、改变员工午餐休息的规定时间、改变以往所有付款的人排成一队的制度。

马华对各解决方案标准做出了规定：

1. 客户的排队时间不应超过 4 分钟。
2. 排队制度必须对每个人同样公平。
3. 解决方案不应增加总成本。

马华发现，改变员工午餐休息时间能够使团队成员获得最大程度地满足。另外，他们还决定检查排队制度。马华发现，解决方案的确减少了排队时间，但偶尔排长队的情况，只有通过改变排队制度解决了。

案例 67： 小小蜜蜡店年赚过百万

自言对女性研究最透彻、专做女人生意的香港人蓝景云，去年在广州中华广场6楼投资开了一间名叫“清雅古蜡”的蜜蜡店，该店铺只有十多平方米的实用面积，月租金却要3万元人民币。50多岁的蓝景云已不是投资新手，他从上世纪80年代初期就来中国投资做贸易。1989年美欧联手制裁中国，蓝景云的贸易生意也跟着亏得一塌糊涂。最后身无分文的他回到香港，靠做“走鬼”卖牛仔裤度日。蓝景云为何将投资的触觉伸向比较冷门的蜜蜡呢？几年前，蓝景云偶然发现香港很多人还有演艺界明星都喜欢在手腕上戴一串水晶手链或蜜蜡手链，明星的穿着打扮时刻引发着一大班追星族的仿效。

经过一番研究和市场调查后，蓝景云发现水晶的利润高得惊人，于是他决定投资去做水晶手饰的生意。水晶手饰一般都是穿好了一条一条卖，蓝景云却独辟蹊径，将水晶拆散逐粒卖，这样不仅节约了成本，还可以根据顾客的需求，将不同的水晶任意组成一条手链或饰物。很快，在朋友的引荐下，蓝景云与香港吉之岛签订合作协议，由吉之岛提供经营场地，蓝景云负责经营，吉之岛收取营业额的30%作为回报，不到一年，蓝景云先后与吉之岛、千色店及先施百货等十几家专柜合作卖散装水晶。由于价廉物美，在“SARS”横行，百业萧条之际，蓝景云经营的水晶却一支独秀，全线飘红。

在做水晶生意时，蓝景云又接触到比水晶更高层次的蜜蜡，天然蜜蜡的价值远高于天然水晶之上，而且利润更为丰厚。民间早就有人专门收藏蜜蜡，因为，蜜蜡中也有很多属于年代久远的精品，中国不是蜜蜡产地，因此，上等蜜蜡的价格不菲。蓝景云通过做天然水晶生

意，认识了许多蜜蜡玩家和产地的供应量商，认识到做蜜蜡生意的利润也同样高得惊人。2003年，蓝景云在香港沙田新城市广场附近的希尔顿商场，以月租3万多港元租下一个只有六平方米的商铺，起名“清雅古蜡”，由他太太打理，经营半年后平均每月保持20多万港元的营业额，而成本只需三四万港元，加上铺租，纯利润有十七八万港元。

对广州消费力极熟悉的蓝景云决定再次进军大陆。2004年初，他与朋友合作在广州中华广场6楼投资开国内第一间蜜蜡专营店——“清雅古蜡”，2005年春节过后，蓝景云又在广州环市中路世界贸易广场四楼再投资开“清雅古蜡”分店。

蓝景云坦言，之所以他的蜜蜡店经营得那么好，原因有几方面：首先是货品来源广，品质可以说是城中最佳者，许多玩蜜蜡玩到出书的专家收藏的货品都不及他手上拥有的品质好；另外，拥有的上等货款色和数量也几无对手；再者价格优惠，此外，他有一套他人无法仿效的销售手法：通常有新货品回来时，店员会通知熟客来看货，就算顾客不买也没有关系，如果顾客遇到心宜的货品但带的钱不够时，店员会将货品收起，为顾客保留数日等。

蓝景云说投资一间像样的蜜蜡店，光是开店倒不需要很多钱，钱都压在进货上了，遇到好的货品就要设法购入，因为蜜蜡属于稀有资源，是经过数千万年而成，通常都买少见少，凡是上等的好货都不愁没有买家，而且蜜蜡是保值的，曾经有一枚清朝的吊坠，经苏富比拍卖行拍得20多万港元。

### 案例 68： 柯达如何走进日本

柯达公司生产的彩色胶片在 70 年代初突然宣布降价，立刻吸引

了众多的消费者，挤垮了其他国家的同行企业，柯达公司甚至垄断了彩色胶片市场的 90%。到了 80 年代中期，日本胶片市场被富士所垄断，富士胶片压倒了柯达胶片。对此，柯达公司进行了细心地研究，发现日本人对商品普遍存在重质而不重价的倾向，于是制定高价政策打响牌子，保护名誉，进而实施与富士竞争的策略。他们在日本发展了贸易合资企业，专门以高出富士 1/2 的价格推销柯达胶片。经过 5 年的努力和竞争，柯达终于被日本人接受，走进了日本市场，并成为与富士平起平坐的企业，销售额也直线上升。

#### 案例 69： 差别定价策略

蒙玛公司在意大利以无积压商品而闻名，其秘诀之一就是时装

分多段定价。它规定新时装上市，以3天为一轮，凡一套时装以定价卖出，每隔一轮按原价削10%，以此类推，那么到10轮（一个月）之后，蒙玛公司的时装价就削到了只剩35%左右的成本价了。这时的时装，蒙玛公司就以成本价售出。因为时装上市还仅一个月，价格已跌到1/3，谁还不来买？所以一卖即空。蒙玛公司最后结算，赚钱比其他时装公司多，又没有积货的损失。国内也有不少类似范例，杭州一家新开张的商店，挂出日价商场的招牌，对店内出售的时装价格每日递减，直到销完。此招一出，门庭若市。

#### 案例 70： 改变包装带来的利润

20 世纪 80 年代初，内地的一些商人将一种粉末用品以大包装卖

给沿海人，沿海人将大袋改装成 10 袋装，总价值提高了 3 倍；尔后卖给香港人，香港人又把 1 袋装了 10 盒，又提高了 3 倍的价格卖给日本人；日本商人以精美的小瓶子装，一盒装了 10 瓶，又提高了 6 倍的价格。

#### 案例 71： 狮王公司——不可思议的奇迹

美国的狮王食品公司自诞生以来，每年以平均 20% 的增长速度扩

大。其成功秘诀众人皆知：品种全、价格低。别的公司仅在岁尾节前才削价出售商品，而狮王食品公司却能做到“天天在降价”。这种倾尽血本的做法不但没有使狮王食品公司元气大伤，反而让该公司获取了巨额利润。可谁想到在创业之初，公司差点倒闭，后来果断改变策略，才起死回生。

狮王食品公司的历史可追溯到 1957 年 12 月，当时，拉尔夫等三人合伙在北卡罗来纳州的索尔兹伯里开设了一家名为“都市食品”的超级市场。然而，商场的经营状况与三伙伴的期望相去甚远。开业后的近 10 年中，商场的生意极为清淡。对此，三伙伴绞尽脑汁，他们先后尝试过有奖销售、抽彩票、提供免费的薄煎饼早餐、馈赠代价券及邀请美女在商场门前做表演等多种方法，使尽了浑身解数。可是，顾客对都市食品公司依旧反应冷淡。

公司的惨淡现状深深地刺痛了拉尔夫，他决意寻找一个从根本上扭转颓势的方法。1967 年，拉尔夫带着公司近半年来的销售记录和一个计算器，只身前往一家僻静的汽车旅馆，把自己反锁在这个幽暗的房间里整整 3 天。当衣衫不整、双眼红血、满脸胡茬的拉尔夫走出房间时，他的手上拿着一张拯救公司的药方：把公司货架上 3000 余种商品大幅度削价，只要销售额能上升 50%，公司就仍处于盈利状态。

这一举动迅速出现在电视、报纸和大街小巷，一时顾客蜂拥而至，因为顾客认为这是都市食品公司在关闭前回收资金的大甩卖，仅此一次、绝无二回了。



但出乎顾客预料的是，在“大甩卖”后的第一年，都市食品公司仍以北卡罗来纳州食品最低价经营着。第二年依然如此。第三年不仅没有倒闭，反而还购入几家中小型商店。

事实证明，拉尔夫的药方灵验了。其秘密就在于都市食品公司绝大多数商品以仅比成本高出些微的价格经营，而一小部分商品以低于成本价经营。但这一小部分却对顾客有巨大的诱惑力，把顾客引进了商场，从而促进了那些占大多数的薄利商品的销售。大量的薄利的积累，不仅弥补了小量的亏本，还使公司在总体上处于盈利状态。

1974年，比利时第二大超级市场连锁公司——狮王公司买下了都市食品公司的大部分股权，将该公司收入名下。但狮王公司邀请拉尔夫继续在都市食品公司任职。在母公司强大财力的支持下，拉尔夫使都市食品公司踏上了腾飞之路。到1987年30周年时，公司名下商店已多达475家。

都市食品公司的以低价换取高利的做法大获成功后，不少零售公司纷纷效仿，但只经营几个月就发现支撑不下去了。人们非常奇怪：为什么别的公司蚀本的生意却在都市食品公司成了盈利的生意呢？

其实，都市食品公司能够长期维持低价的诀窍很简单，那就是节俭。公司建立了一套完善的财务管理机制，想方设法地从进货、运输、管理及经销等各个环节节省开支，把公司的经营费用压缩到最低点。以下几个例子可使人们对此窥其一斑。

1982年，都市食品公司开始打入弗吉尼亚州。但很快，公司受

到一家名为“食品城”公司的指控，称都市食品公司侵犯了其名称权。在打入田纳西州市场时也遇到了类似的起诉。为此，都市食品公司决定将名称更换为狮王食品公司。对此，拉尔夫透露：当初公司根本没有想到用母公司的名称，最后之所以选择了“狮王”，是因为一个雇员提出这是一个最省钱的方案。使用这个新名称，只需更换两个字母，对调两个字母。此举使下属的 300 家商店在更换招牌的过程中，省下了 10 万美元。

香蕉包装纸板箱一般是比较结实的，所以，在香蕉摆上柜台后，公司的员工又利用这些包装箱去装载化妆品、保健用具。当这些箱子已有些破损时，员工们又用它去装冷冻鱼虾。最后，这些反复使用多次的包装箱被集中起来，出售给回收公司。

细心的顾客还会发现，狮王食品公司的速冻食品柜台是不安装暖气的，冬天，雇员就利用冷冻机马达排出的热量取暖。

狮王公司还打破了传统的商品库存与销售的比例，加大进货数量，以便从批发商那里获得更多的优惠折扣，使商品成本下降。

根据美国《商业周刊》统计，美国零售业的经营开销一般来说要占销售额的 21% 左右，而狮王食品公司的经营费用只占销售额的 13% 左右。

公司现任 CEO 史密斯对狮王食品公司的经营宗旨做过一个著名的、一针见血的诠释：“5 个周转着的 1 分钱的值大于 1 个闲置着的 5 分钱。”

点评：

狮王的成功一是低价策略，二是节省开支，极平常的战略，但要真正落到实处，有相当的难度，国内的企业应在改革中少说空话、大话，多做实事。

案例 72： 大学生创业优惠政策鼓舞了小王的创业信心

小王今年马上大学毕业了，他认为自身的性格和条件适合创业，

并为创业的事筹划了很长时间。一次偶然的机，他看到国家对大学生创业的一些支持措施，于是就到学校的职业发展中心咨询，咨询中心的老师向他进行了详细介绍：

(1) 大学毕业生在毕业后两年内自主创业，到创业实体所在地的工商部门办理营业执照，注册资金（本）在 50 万元以下的，允许分期到位，首期到位资金不低于注册资本的 10%（出资额不低于 3 万元），一年内实缴注册资本追加到 50%

以上，余款可在 3 年内分期到位。

(2) 大学生毕业生新办咨询业、信息业、技术服务业的企业或经营单位，经税务部门批准，免征企业所得税两年；新办从事交通运输、邮电通讯的企业或经营单位，经税务部门批准，第一年免征企业所得税，第二年减半征收企业所得税；新办从事公用事业、商业、物资业、对外贸易业、旅游业、物流业、仓储业、居民服务业、饮食业、教育文化事业、卫生事业的企业或经营单位，经税务部门批准，免征企业所得税一年。

(3) 各国有商业银行、股份制银行、城市商业银行和有条件的城市信用社要为自主创业的毕业生提供小额贷款，并简化程序，提供开户和结算便利，贷款额度在 2 万元左右。贷款期限最长为两年，到期确定需延长的，可申请延期一次。贷款利息按照中国人民银行公布的贷款利率确定，担保期限与贷款期限相同。

(4) 政府人事行政部门所属的人才中介服务机构，免费为自主创业毕业生保管人事档案（包括代办社保、职称及档案工资等有关手

续) 2 年; 提供免费查询人才、劳动力供求信息, 免费发布招聘广告等服务; 适当减免参加人才市场或人才劳务交流活动收费; 优惠为创办企业的员工提供一次培训、测评服务。

(5) 以上是国家制定的, 各地政府为了扶持当地大学生创业, 也出台了相关的政策法规, 而且更加细化, 更贴近实际。

在系统地了解有关大学生创业的政策之后, 小王对自己大学毕业后的创业前途信心更足了。

## 案例 73: 史玉柱的两次创业

### 一、史玉柱与巨人集团

史玉柱以开发 M6401 桌面中文电脑软件起家后，巨人集团一下子发展了起来，资产规模很快接近 2 到 3 亿。此时，史玉柱开始不满于只做巨人汉卡，他开始做巨人电脑。巨人电脑虽然挣钱，但管理不行，坏账一两千万。巨人电脑还没做扎实，史玉柱又看上了财务软件、酒店管理系统。史玉柱去美国考察，问投资银行未来哪些行业发展速度最快？投资银行说是 IT 和生物工程。史玉柱回国立即上马了生物工程项目。其他涉足的行业还有服装和化妆品，摊子一下铺到了六七个别事业部。

为了吸引外流人才回国效力，史玉柱被称作“中国大学生留在本土创业”的典型。作为支持，珠海市政府曾经批给巨人一块地，巨人准备盖 18 层的办公楼。在大厦图纸设计好之后，市政府领导希望史玉柱将巨人大厦建为中国第一高楼，认为只有这样，史玉柱才配做全国典型。为此，市政府批给了巨人 3 万多平米土地，而 125 元/平方米的价格等于白送。

1993 年，中国经济过热发展，只要有房子就能卖掉。72 层的巨人大厦需要 12 亿，但此时，史玉柱手中只有 1 亿现金，他便将赌注压在了卖楼花上。可等到 1994 年史玉柱卖楼花的时候，中国宏观调控已经开始，对卖“楼花”开始限制。后来，规定越来越规范，限制越来越多。史玉柱使出浑身宣传本事，也只卖掉了 1 亿多“楼花”。而盖巨人大厦时，仅打桩就花了一亿多。

1995 年，巨人推出 12 种保健品，投放广告 1 个亿。史玉柱也被《福布斯》列为大陆富豪第 8 位，脑黄金取代巨人汉卡成为巨人新的

摇钱树。1995年，仍然认为形势一片大好的史玉柱又往巨人大厦地下三层砸了一亿多元。

1996年，巨人大厦资金告急，史玉柱贷不到款，决定将保健品方面的全部资金调往巨人大厦。此时，脑黄金已经每年能为巨人贡献1个多亿利润。“我可以用脑黄金的利润先将巨人大厦盖到20层。先装修20层，卖掉这20层后，再盖上面的。”没想到，保健品业务因资金“抽血”过量，再加上管理不善，迅速盛极而衰。

1997年初，巨人大厦未按期完工，国内购楼花者天天上门要求退款，媒体“地毯式”报道巨人财务危机。得知巨人现金流断了之后，“巨人三个多亿的应收款收不回，全部烂在了外面”。不久，只建至地面三层的巨人大厦停工。巨人集团名存实亡，史玉柱成为“全国最穷的人”。

## 二、史玉柱与征途网络

由于巨人的倒下，一文不名的史玉柱个人向朋友借了50万元，带领着十几名忠实的追随者转战江浙、东北，再度开始创业的历程。

脑白金于1998年5月份问世，史玉柱试探性地先花了10万元广告费在江阴打市场，很快产生了热烈的市场效应，影响到了无锡。于是，他们用赚到的钱在无锡打市场，无锡也有了很好的市场反应。史玉柱开始重新树立起信心。接着，他们的市场开到了南京，带动整个江苏，同时在吉林启动，很快，常熟、宁波和杭州都做开了市场。

就这样，在1999年3月，史玉柱终于在上海注册成立了一家新的公司——上海健特生物制品有限责任公司。当年，新公司的主营产

品——“脑白金”销售额就达 2.3 亿元。

对于史玉柱和他的团队来说，“巨人危机”或许是他们最大的财富，因为，史玉柱从中得到的教训和对于自身的深刻认知，让他们在以后的创业中受益无穷。

2004 年 11 月，上海征途网络科技有限公司正式成立。三四年前，史玉柱就曾想过投资做网游。在进入网游之前，史玉柱曾经找来专家咨询，也曾专门拜会一些行业的主管领导。结论是，至少在 8 年或者更长的时间里，网络游戏的增长速度会保持在 30% 以上。

史玉柱认为，网络游戏的成功靠的就是两个因素：钱和人。史玉柱不缺钱，多年保健品业务积累和投资收益给史玉柱带来了巨大的资金积累。几年前，史玉柱就曾经对网络游戏动心过，但是那时，他没有游戏团队，新浪的汪延曾经告诉他，新浪之所以没做成网游，也是因为缺人。

2004 年，放弃大型网络游戏研发的上海盛大的一个团队准备离开盛大，并希望找一个合适的投资伙伴，并在同一个台湾的投资方接触。史玉柱听说此事之后，立刻找到这个团队见面，会谈之后，史玉柱投资 IT 的热情再度被点燃起来，决定投资。

史玉柱自问：如果失败，其原因有可能来自什么方面？一是产品，二是人员流失等，在一问一答当中，史玉柱罗列出来了十几个项目要点，也一一找到解决的方法。

初做网游的史玉柱，无法全面同对手竞争，因此，他制定了一个“聚焦聚焦再聚焦”的策略。征途网络只选择 MMORPG 类中的 2D 领域，



声称要做“2D 游戏的关门之作”。从现在的结果来看，史玉柱的聚焦策略取得了一定程度上的成功，《征途》的在线人数已经领先于直接竞争对手。

为了网络游戏的项目，史玉柱预先估计到最高可能会亏损两个亿，因此，就在账上准备了两亿元人民币。但是，前期 4 千万人民币投下去之后，很快，《征途》就已经开始良性发展，在公测阶段就已经开始盈利。由此，史玉柱也就正式进入改变网游格局的征途。

有游戏同行说史玉柱太另类、不按常理发牌，但同时也认为将公司广告做到央视，将脑白金的地面推广经验运用到网游渠道，也确实有创意。

史玉柱自称曾到农村去、到商店去，和买脑白金、买其他保健品的消费者聊天，了解他们的习惯、喜好。为了了解网游玩家的心理，史玉柱也自称曾经直接进到网吧里和玩家聊天，同玩家在网上传交流。他发现，网游和保健品一样，真正的最大市场是在下面，不是在上面。中国市场是金字塔形的，最大的网游市场就在农村，农村玩网游的人数比县城以上的人加起来要多的多。

虽然被盛大多次抢先，但是《征途》全面免费，以及给玩家发工资的策略也在市场上取得了不错的成效。现在，《征途》的所有用户当中，83%的用户都是免费的，真正收费的用户只有 17%。史玉柱认为，免费用户很重要，因为他们可以为自己带来人气，而收费用户在代练以及装备交易方面的市场潜力远大于普通的点卡计时收费市场。

外界普遍认为，史玉柱保健品成功的关键是广告，而玉柱自称，

最关键的一环其实是地面推广。现在，史玉柱将在保健品当中的营销经验应用到了网络游戏当中。据征途网络副总经理汤敏介绍，目前，征途网络的地面办事处已经近百家，并计划发展到上千家。

#### 案例 74： 农民工返乡创业

32 岁的江西人胡永利在桐乡打工已有 4 年了，由于老婆孩子都

在老家，他不仅思念家乡，还一心思虑着在桐乡学点实用技术回家自己创业。“这两年，水果种植效益特别好，像葡萄亩产效益都超过1万元了，可以赶上老家一家人一年的收入。”胡永利跟着梧桐街道一位葡萄种植能手学种葡萄。从品种选育、

大棚栽种到防虫疏土、品牌营销，胡永利足足记了两大本农业笔记。他说，老家气候土壤和桐乡相似，并且，有足够的土地资源可以利用。这次打算回去后先在自家地里试种3亩葡萄，效益好的话，带动村里人一起种，共同致富。

临渊羡鱼，不如退而结网，这已经成为许多农民工的共识，将淘得的农业技能带回家成了很多农民工的选择。“在外积累了一定的技术经验和创业资本，学到了从商和经营知识，掌握了一定的技能，拓宽了信息渠道，而我们对家乡的资源、市场、商机相对熟悉，返乡创业成功的机会会大很多。”四川的张林如是说。

#### 案例 74： 屡败屡战的孙剑波

稀饭网 CEO 孙剑波创业的头两年，曾经和好友做过出版、广告、

媒体及代理等多个行当，但很少有人知道他刚出校门的第一个项目其实是设计一种“卫比斯心情T恤”，幻想能用可怜的资金打造一个个性T恤衫的品牌。这并非是一个很差的创意，个性T恤在美国流行文化的带动下确实开创了很大的市场，而两个年轻小伙子也确实具备打造一个品牌的创意能力和设计能力。但是，他们忽略了国内消费者的成熟程度和服饰市场渠道的复杂局面，更关键的是，忽略了盗版服装的巨大威胁。更加雪上加霜的是非典的袭击，这使得他们开店卖T恤的打算彻底破产了。于是，他们只得先开了一个电子商务网站来販售T恤。客观上说，正是这样的无奈让他们节约了部分资金，而不至于让这第一跤跌得更惨。

这一段短短的创业历程，几乎成为接下来两年，他们转而从事出版和广告等行当的缩影，用孙剑波的话来说，就是一个挫折接着一个挫折，一个失败接着一个失败。创业者犯过的错误，他们都犯过了；创业者可能遇到的艰辛险阻，他们也都遇过；创业者传奇中的好故事，他们倒是一件都没碰上。短短两年，他们以极大的密度经受了别人在其它环境下十年才能经受的磨难，用最短的时间从学校人变为了社会人。

“我创业3年多，从来不知道什么叫一帆风顺。”孙剑波说，“挫折和磨难甚至曾让我丧失尊严和自信，但而今回头去看，全是财富。”

#### 案例 75： 善于纳谏的比尔·盖茨

比尔·盖茨是一个没有老板架子的老板，但他有脾气，到处都能

听到他的吼声和尖叫。别人也同样可以对他发脾气，他绝不会记恨别人的冒犯。他不在乎礼仪，只在乎效率。在微软公司，人们有什么不同意见，就直截了当地说出来，不必管对方听了心情如何。

有一次，他跟行政助理马凯斯小姐发生了争论，两人都气得砸桌子，你砸一拳，我砸一拳，各不相让。但事后却像什么事也没发生过一样。这是微软的风气，当双方意见争持不下时，解决的方法是看谁吼叫的声音最高，仿佛声音越高就越理直气壮似的。但争论只是就事论事，并不影响到双方的关系。

盖茨也欢迎员工的挑战，他不怕遭到下属的反驳。他很要强、固执，但并不是一个武断的人。有时，他会声嘶力竭地与某人争论一个观点，一两天后，他可能会承认自己的观点错了，并诚心地接受他人的意见。

比尔·盖茨很尊重那些敢于反对他、冒犯他的人。他不喜欢“应声虫”。有时，他甚至会故意反对某人的意见，以试探对方是否真的对自己的意见有把握，并且，不惜因此冒犯他。总之，他要英雄，不要奴才。

#### 案例 76： 夏乾良

学海商海两博弈，夏乾良说：“有人说我活在 500 万的光环下

很累，我觉得说出了我目前的状态。”制作宣传海报也是公司业务的一部分。秘书卞经雯正在检查成品。刚刚过去的复旦大学百年校庆庆典上，作为“纪念百年复旦”系列活动之一的《复旦改变人生》等数本图书正式出版发行。为这批图书承担设计任务的，却是一家由复旦大学学生开设的“暄氏文化信息咨询公司”——一个组织和承办各种国际会议、策划出版图书的学生公司，公司的总裁却是今年刚刚升入大三的复旦大学法学院学生夏乾良。而在此之前，由于独家赞助了复旦大学主办的“中华传统文化的传承与创新论坛”，夏乾良和他的公司第一次得到了社会的广泛关注，声名大噪。大学生创业不是一个新鲜的话题，但是夏乾良和他的“合作同学”却在一年之内，仅靠课余时间就将注册资金只有 30 万元、员工只有 5 人的公司发展成拥有 500 万元资产、近 200 名员工的企业，这不得不让人刮目相看。

如何解决学业和创业的冲突？大学生创业的优势、劣势何在？没有什么管理经验的大学生，又如何能在商海中驾驭自己的商船？……

近日，新报记者来到复旦大学，近距离接触夏乾良和他的“暄氏文化信息咨询公司”，听这个学生总裁介绍了自己的创业经历。

家教集团打名校牌，最高每小时 500 元。对于现在就能开公司、做老板，夏乾良的高中班主任杨曼倩老师并不觉得意外，她评价说，夏乾良是一个很有想法和组织能力的孩子，比同龄人要成熟得多，而且想得更远。高考结束后，当大多数考生在等待着高考成绩之余放松玩乐时，夏乾良却动了做家教的念头，开始开创自己的“事业”。托熟人介绍、找中介……“散兵游勇”式的自我推销根本不在夏乾良的

考虑范围内，他自己搞起了集团作战，打出名校学生家教联合的旗帜。他召集了上海中学、复旦附中、华师大附中等几所重点学校的 20 多名中学生，统一印制了 2500 张小名片投递到浦东、徐汇等社区里，用强大的“攻势”推销自己的家教品牌，效果显著。夏乾良不仅仅只满足于把自己成功地推销出去，还和团队的伙伴在“工作”之余，一起研究起“业务”来。大家一起交流教学的心得体会：如何合理地安排讲课和做题时间；针对不同年级的孩子应该如何教授其学习方法；如何解答一些疑难问题……渐渐地，这个由学生自己组织的学生家教团队，就形成了自己内部统一的授课模式和课堂教材。“上大学前和同学一起联合搞的家教团队，应该可以算得上是我的第一次“创业”。”夏乾良说，家教名气延续至今。前不久就有个浙江人为了给自己孩子找个家教辅导政治，给他开出了 500 元一个小时的高价。30 万压岁钱办公司，低价路线，上门提货。2003 年的夏天，夏乾良考入了复旦大学的法学院。本可以和其他同学一样，过着一种单纯的大学生活，却为什么要开办一个公司呢？夏乾良告诉记者说，最初的想法只是想给自己所参加的一个学生社团多筹集一些活动的资金。原来入学不久，夏乾良就加入了复旦大学一个开展校园慈善公益活动的学生社团——“心暄社”。在这个社团里，夏乾良渐渐显露出自己的领导才能。几个月后，“心暄社”在夏乾良和大家的努力下，从一个默默无闻的校内小社团，迅速成为上海高校慈善类学生社团的佼佼者，并且在华师大等高校开设分社团。同时成为上海市慈善基金会、上海市自强服务总社等多家单位的合作伙伴。社团呈现出规模发展以后，资金的

缺乏成为活动开展软肋。如何筹集、积累社团发展的资金，很现实地摆在夏乾良和他的伙伴们面前。“我们开个公司吧！”大家的脑袋里突然闪出这么个主意。可是对公司的经营范围和从业领域，他们却毫无头绪。“到工商局注册时，我们是在最后一刻，才在经营项目中填上文化咨询、文具批发等业务。都是一些抽象的概念，但是关于做文化产业的方向，是把握住了。”夏乾良回忆说。创业资金对大学生来说，确实是一个门槛，公司当初能成立，也是因为几个股东的家庭情况都比较好。夏乾良和另外四个同学拿出了自己的压岁钱，每个人出资 6 万元。为了纪念自己是“心暄社”的成员，所以公司起名为暄氏文化信息咨询公司。

2004 年 6 月 14 日，公司正式注册，夏乾良成为法人代表。公司成立了，但是在很长时间内，公司都没有找到合适的项目，一直做着不需要多少成本的家教。一次考试前夕，很多学生都忙着复印笔记、资料，这让夏乾良心中一动。通过调查，夏乾良发现，学生在文印店里复印材料时，不管复印多少页，都没有任何的折扣。“复旦一共有两万多人，复印量是巨大的，上万页的复印量绝对是有可能的。”夏乾良心中盘算着，单独印一页 A4 纸是 8 分钱，而我通过团购拿到的价格是 6 分钱甚至只有 5 分钱。如果能把这些业务收集起来，差价利润还是可观的。说干就干。夏乾良开始向各个系的学生会、学生宿舍广做宣传，主打“优惠便宜”的价格牌，同时还提供了“上门提货、送货，随叫随到”的服务。这种经营方式在校园里很有市场，他们每天拿到的复印单子少则三、四千张，最多时能有近六万张的大宗业务。



公司成立初期，主要经营印务咨询。刚开始，公司拿到订单后，是转交给文印店复印。后来公司掌握了几百家印刷厂、广告公司的相关资料，一旦有印刷业务，就会为客户选择合适的厂家，在保证质量的同时让客户付最优惠的价钱。依靠学生企业的诚信，公司很快受到客户的欢迎。业务开展几个月后，他们开始自购设备，自己开工了。同时，公司的职员还开始学习平面设计、策划、排版。公司的业务也渐渐拓展到学生报刊、宣传海报等方面。

### 教辅书掘第一桶金

印漏字 5000 册作废，“我的身后是复旦，这样强大的资源，不能只体现在数量上。”夏乾良觉得，这不是大学生创业的优势项目，大学生创业的优势在于技术含量更高的文化传播产业。就在这个时候，一个意外的商机“主动”找上了门。2004 年，出版社向夏乾良约稿，编写《高考英语专项训练精炼》一书。但对于这些毫无经验的大学生来说，编辑第一本书完全是白手起家。“从内容的编著到最后的排版，都是由我们自己一手操办。”夏乾良回忆说，公司在学校旁边的招待所租了一间房，没有钱请专业的照排公司，就自己一个字一个字地输入，自己摸索学习排版软件：“身处复旦我有这个优势，有的出版商找不到合适的写作、策划班底，而我们几乎不用花什么钱就可以形成一个高质量的团队”。虽然出书对他们来说是第一遭，但他们每个人都是教学经验丰富的“小老师”，遇到问题就求助于母校的一些资深教师，加上他们为学生上课时准备的经典例题，以及自己当年高三时的一些习题。经过 10 多个人加 10 多台电脑日夜不停地忙

了一个多月，首批问世的 5000 本英语书终于诞生。销售状况出奇的好，没过多久，市场告罄。

有了这个好开端，公司开始出版系列的教辅材料。语文、数学两本系列丛书相继出版上架，他们推出了重点中学老师和名牌大学学生互动式教材的概念，在半年内就赚取了 10 多万元的净利润，这笔钱成了公司的第一桶金。但在夏乾良书柜里留有一本《高考语文专项训练精炼》，夏乾良说这可是一册让他“刻骨铭心”的书。原来在出版《高考语文专项训练精炼》时，发生了一件让他们完全没有意料到的“事故”——书印刷完后，出现了 113 个字的漏字现象。原来书中摘选的一些文言文中，有不少异体字和一些不常用的生僻字，虽然排版制作时，电脑上有显示，但在实际印刷中，字库里因为没有这些字，而形成了一个一个小空格。夏乾良给自己留下一本作为警示：“这是卖给学生的书！5000 本就这样作废了，3 万元就这样打了水漂。最后都按照废纸的价格卖给了废品收购站。”付出的代价是巨大的，当没有漏字错误的书再次印刷出来时，已经是 2004 年的 10 月份，过了教辅书销售的黄金季节，夏乾良就和公司的员工，一人带上一摞，去各个中学门口叫卖。

公司办成创业典范，狱警也要加盟进来

这时的夏乾良开始意识到图书市场的发展潜力，教育类图书选题的策划出版，也渐渐成为公司的业务重点，成为公司的一个最主要的盈利点。而图书销售已经开始面向外省市，而且有意向在一些省市地区开设办事处，代理相关的图书销售业务。“销售渠道也成为我们极

为重视的环节。”夏乾良告诉记者，用于对外邮寄书目介绍每次达到1万3千多封，邮资更是超过万元。“印刷业是文化产业的最末端，但是它不但是我事业的第一桶金，而且通过印刷业务，我介入到会展和广告行业，目前这两个项目也给公司带来了可观的收入。”夏乾良拿着一本会务资料册告诉记者，会展和广告行业经常要发放许多印刷品，而夏乾良正是通过替他们做印刷才慢慢介入了这些行业。前不久，公司就为复旦百年校庆的活动之一——“基因组医学国际论坛”提供了会务管理服务。“有报道说，公司开办一年多，总资产已经达到500万元。按照公司对外宣传规定，我不能透露具体数字，但我可以告诉你，这个数字只少不多。”夏乾良说，至少目前自己已经拥有价值3000多万元的设备。夏乾良作为大学生创业成功的一个典范的同时，收到全国其他高校学生的一些创业求助电话，甚至还有一位山东的狱警，自愿放弃原职，要和夏乾良一起做生意。“我仔细听了他们每一个人的创业计划，有一些的确显得有些冲动，但是其中也不乏一些好点子。”夏乾良说，自己开始资助一些自己觉得有发展前途的创业项目，“因为我也是大学生，一开始的资助可能多少有点“过来人”的感情资助，但是后来发现，一些外地的业务开展起来后，反而对公司的业务扩展有所帮助——当初的资助变成了投资。”经过慎重的研究，夏乾良推出了一个“1加1计划”。其中有：提供对等资金援助，最高上限30万元，只要求占有40%左右的股份；免费使用公司的所有配套资源，包括印刷厂、车队；无偿分享公司的成功经验……

学生员工月薪800 考前突击拿奖学金 暄氏文化信息咨询公司总

部就在复旦大学附近，租用居民区里一所三居室房子，夏乾良每天晚上 8 时至次日凌晨 4 时都要在公司的“暂住地”工作。他们已经定下了五角场某幢写字楼 120 平方米的办公空间，准备搬家了。夏乾良本人作为执行董事还拥有专职的总裁行政秘书。复旦大学公共管理学院的卞经雯就是担任“夏总”秘书的职务，她向记者介绍说，目前公司有 200 多个员工，平均年龄 24 岁左右，除了财务和行政部门，170 多个员工都是在校大学生，来自复旦、财大、同济等上海东北片高校，平均一个月可以获得 800 元的薪水。

但夏乾良却笑谈自己从来没有拿过一分钱的工资。“我们主要从事文化传播相关的产业经营，本来就是对人力资源的要求高于资本要求，因为是兼职，成本也低。不过我们这里的业务员如果做得好，一个月也可以有 1 万多元的提成呢。”据记者了解，夏乾良和另外 5 名同学组成的股东团队里，几乎都靠考试前的突击复习获得了复旦的奖学金，从一等到三等，而夏乾良自己拿了光华自立奖。夏乾良告诉记者说，自己的生活状态很多时候已经不是一个大学生的生活状态，偶尔也很羡慕那些安心自习的同学，但是自己太忙了，要工作：“有人说，我活在 500 万的光环下很累，我觉得说出了我目前的状态。”

对话：最初客户不信任，想当中国默多克

夏乾良自己有过一个粗略的统计，目前由他参与主要编写的书籍，差不多达到 200 万字。复旦大学学生工作部部长夏科家说，创办“暄氏”公司的这几位同学，没有盲目地选择高科技领域，而选择了最熟悉、最能借助校园资源的领域来起步，这是他们的成功之处。

但是也有人认为，大学生在读书时还是应该将主要精力放在学习上，待到大四课业较轻松时再创业也不迟。

记者：所有的员工都称呼你为“夏总”吗？一些员工的年龄好像还超过了你，有年龄压力吗？

夏乾良：我觉得一个企业领导应该拥有一定的个人权威。我曾经对公司中层领导说，你应该在其他人面前表现出对我的尊重，这样才能领导好其他员工。我们这个团队年龄都差不多，很容易互相不服气。

记者：刚开始做生意的时候客户买账吗？

夏乾良：最初开公司的时候，是瞒着学校和家长的。后来妈妈知道我的情况后，只是担心会影响学习。最初和客户交流时，对方不怎么信任我们，总觉得我们是学生在勤工助学，对质量不放心，但我们坚持和他们沟通，最后他们觉得我们办事很认真，而且学生也有个好处，就是诚信。后来我的客户给我VIP的入场券去交大的总裁班。我是班上最小的学生，但是很多老总看到我都说看到了年轻时候的自己，有点偏执，很倔。

记者：大学生创业成功和失败的例子都不少。你觉得自己取得成功的关键是什么？风险又在哪里？

夏乾良：复旦大学学生创业最辉煌的时候，曾经有40多个学生公司，而到现在可能只有2、3家真正说是走上正轨的。文化产业可能更加适合大学生创业，我觉得自己成功的关键是准确地抓住了商机和时机，合理地利用资源。这次复旦的百年校庆，对我来说，就有很多的商机。图书出版行业是最需要资金的行业，大量的资金都压在了

流通领域，所以风险很大。书卖不出去，我将有可能面对倒闭。我曾经有一张“书床”，就是堆积的图书太多的缘故。目前我最需要的是能取得银行贷款，这点可能对于一个学生企业来说，暂时有点难度。

记者：公司以后有什么打算？

夏乾良：目前公司正在做的就是收购河南的一个杂志社，然后办一本真正的大学生校园杂志。谈判已经进行到最后定价的“拉锯阶段”，但是杂志第一期已经定稿，前三期以校园刊物的形式做宣传。预计前期投资有 100 万，64 页的彩色铜版印刷，将来的定价控制在 2 元之内。公司还打算在 1 到 2 年内，预计投资 8 百万到 2 千万元，开设给“白骨精”充电的文化易购连锁店。提高图书的品质和内涵是我的目标，通过书籍去改变我的客户群的思维方式和想法，是我的一个理想。

记者：你个人对将来又有何打算？

夏乾良：我不会放弃我的法学的学习，因为这对我开设公司也是极其有利的。到目前为止，学习和公司业务没有出现过冲突。有时候我也开玩笑地说，万一公司倒闭了，我还可以开设一个律师事务所，继续做生意。当然，我希望自己成为中国的默多克，而不是比尔·盖茨。

案例 77： 史晓亮

他以“离校休学—成功—入校复学”的独特经历，成为 2005 年度“江苏省十佳青年学生”；3 月 27 日，他又被共青团中央授予“全

国优秀共青团员”的光荣称号。他，就是扬州大学文学院的史晓亮同学。

两年多前，史晓亮休学北上，在北京中关村创办了自己的公司，并成功地掘取到“第一桶金”；去年九月，他又重返校园，继续学业；如今，他一边学习一边经营着自己的公司。昨天，记者在美丽的扬大校园里，与史晓亮进行了一次面对面的交流，从而了解到一个在校大学生独特的创业经历。

### 休学创业备尝艰辛

史晓亮是甘肃武威人，2001年8月被扬大文秘专业录取。在初进校的一年多时间里，史晓亮一直感到一种压抑，一种学无所成的空虚，于是，产生了暂时离开校园的念头。在说服父母后，2003年9月，史晓亮向学校提出了休学申请，在老师和同学们不解的目光中，他背起简单的行囊离开了校园，踏上了开往北京的火车。刚到北京的日子十分艰难。身上带的钱有限，史晓亮只能住在中关村一个地下室里，条件很差，月租却要300元，但这在北京已经算便宜的了。最初，史晓亮只能靠替别人抄写文稿、去电脑公司揽活修电脑、帮别人散发宣传广告维持生活。渐渐地，史晓亮越来越觉得要想在北京有立足之地，必须有一技之长。于是，他一边打工一边参加了新东方的软件培训班。2004年5月，史晓亮终于通过了JAVA认证的软件工程师考试，而这种考试的通过率往往只有两三成。谈起这段经历，史晓亮显得很平静：“我从没有后悔，相反却值得庆幸，在学校里想吃苦都吃不到。这样的一种经历将成为我今后的动力。”

## 成功掘得“第一桶金”

2004年8月，怀揣软件工程师证书的史晓亮在走进人才市场不久，就很快被清华紫光公司聘用，参加了北京地税局综合信息管理系统行政处罚模块的开发。这个系统比较复杂，先后有100多名软件设计人员共同开发了三年多。几个月后，当史晓亮成功完成公司交给自己的任务时，他又有了新的想法——自己开一家公司。

2004年12月底，史晓亮在中关村创办了属于自己的公司——北京网络方舟科技公司，从事软件开发、网站建设、网络推广和营销等业务。然而，在中关村，像他这样规模的公司多达三四万家，一个新成立的小公司要想开拓业务何其艰难。史晓亮至今都清楚地记得公司接的第一笔业务是帮一个公司做网站，当拿到做网站的2600元报酬时，他心中激动不已。后来，凭借扎实的技术、吃苦耐劳的精神和良好的管理能力，史晓亮的公司在短短几个月时间内就获利数十万元。有了“第一桶金”，史晓亮又开始为自己确定新的发展目标。一个偶然的机会有他的事业发展开辟了新的天地：涉足电子商务。在帮助维护一家郑州工艺品网站的过程中，火爆的交易量触动了史晓亮，他想起扬州的工艺品，无论是文化内涵还是品种数量上都要远远超过郑州，而且时下的扬州正在大力推进全民创业和文化产业，急需既有市场头脑、商业运作经验，又有良好的经营理念的商务人才，“天时地利人和”，自己何不抓住这个商机呢？在经过多次反复思考后，史晓亮作出了一个令同行意外的决定：回到扬州大学复学，边学习边创业。

## 复学创业“两不误”



2005年8月，史晓亮重新回到久违的校园，回到让他对未来充满希望的古城扬州。他利用开学前的一个月时间，骑着自行车走遍了扬州的大街小巷，与扬州工艺品生产厂家交流磋商，了解各方面的信息。开学以后，除了每天按时上课，他的课余时间也排得满满的，到图书馆查阅资料，登门拜访学校的电子商务、旅游管理、文化研究等方面的专家，听取他们对创建“扬州工艺品网”的意见。

2005年12月28日，在学校的大力支持下，由史晓亮申办的扬州半塘科技咨询公司终于获准注册，并顺利拿到了工商局的营业执照。目前，他正着手扬州工艺品网创办前的各项准备工作。史晓亮说，他已经做好了这一网络的简体中文版，正在做英文版和繁体中文版，一个月内，扬州工艺品网就将正式对外开通。史晓亮要通过他的网络，把扬州的漆器、玉器、古琴、古筝等工艺品推向东南亚，推向全世界，让更多的外国朋友了解扬州，让扬州的产品和文化走向全世界。心有多大，舞台就有多大。史晓亮的创业经历给了许多在校大学生以有益的启示，而他身上所具有的那股不畏难、不服输、不退缩的精神，也正是我们这个时代所需要的。

#### 案例 78：王大如

王大如和他的家教团队进入大学，他曾经做过发单、促销、校园

代理、家教等，而如今他已经创立了拥有三百多人的家教团队，创立了自己的家教网站，申请成立了“未来企业家协会”社团。提到兼职，许多人都会想到他，想到找他获得信息。因为他是实实在在的我们身边的人，和一般的中介相比，大家不用担心会受到欺骗。他就是南京林业大学土木工程学院 03 级学生王大如大一的时候，王大如曾经做过家教、做过促销、发单等。提起这些，这位性格开朗的小伙子似乎还有许多的感慨和辛酸。是的，那些经历又怎么能忘记呢？王大如对记者说，自己的家在农村，父母又都是农民，自己进大学就很希望通过自己的努力为家里减轻负担，然而，想找份兼职并不是一件很容易的事情，弄不好往往还会上当受骗。

王大如回忆说，记得有一次通过中介找的兼职做了很长时间，最后连工资都没有要到，别提有多难过了。后来就通过熟人介绍找家教做，大一的时候找了份家教在鼓楼，离学校也比较远，而他为了节省公交车费就自己骑自行车过去，这样从学校到鼓楼要一个多小时，往返就要两个小时，而自己做的家教每次两小时也就是 20 元钱左右，就这样做了大半学期的家教。那个时候，虽然辛苦，但他从来都没有放弃，在困难面前，他相信自己，“不经历风雨怎能见彩虹”，同样不经历困难也许很难取得成功。到了大一下学期的时候，因为做了一段时间的家教，也比较熟悉了。后来偶尔也到一些中介机构去打工，这样时间一长也学习到了许多的中介运作的程序和经验。于是在目睹了许多“黑中介”骗人的事例之后，王大如决心创立一个家教团队，为想找家教的同学提供一个平台。但他的这个想法在刚开始实行

的时候，也遇到了很多的困难。很多人并不是很信任他。于是在刚开始的时候，他都是免费地给找家教的人提供信息，这样时间一长，大家因为得到的信息比较可靠，慢慢地都很相信他，有许多做家教的人和他都成了很好的朋友。

随着时间的推移，他的家教团队也变得越来越壮大，拥有 300 多名成员。不仅在校内有很大的影响，在一些其他的驻宁高校也有很好的反响。对于找家教的人，他收取的中介费远远低于中介机构，而且绝对保证提供的信息可靠，收取的少量费用也都是用在家教团队正常运作上。现在他自己依然是兼做了好几份家教，而且在校内还参加了勤工助学。王大如说，现在对自己的生活也比较满意，自己做兼职基本上保证了自己的生活费，而且还可以通过家教团队为其他人提供帮助。2004 年，王大如通过自己学习网站编程，创立了自己的家教网站 ([www.jiajiaowang.any2000.com](http://www.jiajiaowang.any2000.com))。网站创立后，点击率不断上升。网站上有唐诗宋词、学习园地、交流平台、优秀教员名单等内容，供家教的学生参考，还提供了音乐等娱乐信息，深受好评。

在家教团队日渐壮大的同时，王大如利用自己的课余时间，创立了“南林大网络市场” ([Lexu.5151j.com.cn](http://Lexu.5151j.com.cn))。在网站上，记者看到有“综合信息”、“教育信息”、“房产信息”、“休闲娱乐”等内容。具体包括出售、求购、家政、社区服务、兼职、培训、讲座、校园文化等丰富多彩的内容。

教育学家龚放：巩固所学，慎重选择

本期嘉宾：南京大学高等教育研究所所长龚放教授

有许多学生在受挫以后会一蹶不振，而这位同学在遇到“黑中介”，受挫以后没有走向消沉，甚至堕落，而是下定决心建立自己的家教团队，这是很好的。他由自己找兼职到拥有自己的家教团队和家教网站，从事家教，勤工助学，获得回报，在某种意义上也是一种创业的过程。大学生创业在不耽误学业的情况下，是值得鼓励和称赞的。现在社会上大多提倡大学生创业，而大学生创业的例子在社会上也有很多，但成功者甚少，比尔·盖茨的例子毕竟还是少数。所以大学生创业最好还是在老师的指导下，社会媒体也要发挥好自已的作用，慎重引导大学生的创业方向。大学生创业有多种形式，他们在选择自己的创业方向时一定要慎重，毕竟他们对社会了解不多，创业，还是要有的技术，除了要对媒体信息有所甄别外，还要有自己独特的视角，要学会选滩下水，不可趋之若鹜，要认识到成功的模板并不是百试百灵的。大学生利用课余时间做些勤工助学是好的，但要有个限度，所谓“助学”，就是要在不影响学习的情况下进行。像上面谈到的这个同学，他这种创业行为，在学校中形成一个平台，有利于同学们进行信息的沟通，为同学们进行服务。我个人是十分认同的。我们那时58年也有过创业大事件，一、二年级的中文系学生编中文字典，虽然有老师的指导，但毕竟对所学还未有深入的涉及。像仙林大学城那种学生开个店什么的，我是不赞成的。

#### 案例 79： 年轻人，别拿创业当“过家家”

拐进胜利街、向阳路交叉口附近的一条巷子，曾照兵站在门外，

把记者迎进了自己的灯具店。走进店内,各式的灯具发出各色的光线糅合在一起,让一间仅有十几平米的小店色彩斑斓。

2004年,从山东财政学院毕业,曾照兵在流浪一年后,进入了济南浪潮华光有限公司开始接触光电新能源这一行业。从最初的车间工人到深圳3年的销售人员,在对这一行业不断地了解中,曾照兵决定自己当老板。凭借自己的兴趣,多年来积累的经验,当时尽管只有3万元的积蓄,另外,从亲戚朋友借来10万元,曾照兵就在潍坊盘下了现在的店面,准备大干一场。

谈及自己的创业历程,用曾照兵自己的话说,小生意,多大的坎都能迈的过去。创业接近三年来,最困难的时期是去年下半年,由于工程款收不回来,造成了资金缺口,只能靠借钱熬过来。曾照兵说,他刚刚在向阳路上租了更大的店面,马上就要搬了。另外,刚刚注册的英科光电能源有限公司也已得到了批准。曾照兵终于从个体经营户转变成有了自己的公司,也将真正成为老板。

而对于未来,曾照兵也绝不仅仅满足于此,更有无限的憧憬。他说,相比珠三角、长三角等地区,现在潍坊在光电新能源的发展上还很不成熟。“未来,我想打造属于我自己的光电新能源品牌”,他开玩笑的说,自己在做一项“光明”的事业,能养活一群人。而这在现在,绝不是一个年轻人的畅想而已。曾照兵心里也早已有了自己的计划。

六年从事这一行业,经验、人脉等各种资源,曾照兵已开始筹备研发生产自己的“英科”品牌产品。他说,现在,很多企业都选择在研发出自己的产品后再做市场。而他是在了解潍坊市场,并拥有自己的一

批客户后,针对市场进行研发生产,因而尽管可能中间的跨度很大,但曾照兵却是信心百倍。

在他看来,作为 85 后的年轻人,创业不是“过家家”,更不应该是一场“赌博”。不是试探,更不应该走一步算一步。

#### 案例 80: 赵焕臣

谁也不会想到,仅仅 10 来年,一个只有 900 名员工和一堆破铜烂

铁的小棉纺厂,竟然成为我国服装纺织业前 20 强。翻开山东岱银集团的发展史,海外取经、海外淘金,无疑是企业迅速壮大的独家秘籍。

### 西天取经,请国际品牌壮身板

“没有品牌,人家会牵着你的鼻子走,企业就像飞不出窝的雏鸟似的,只有张嘴等食吃的份,没订单很快就会关门。”山东岱银纺织服装集团董事长、总经理赵焕臣提前看出了中国纺织业面临着新一轮的产业洗牌,并把目光瞄向了流行元素集聚的海外。

1998 年,赵焕臣成立了中法合资雷诺服饰公司,请来国际品牌壮大身板,开始了创立自主品牌的道路。雷诺西裤、西服在市场上一炮打响,第二年就获得中国国际服装服饰博览会金奖。目前,荣膺中国驰名商标的“雷诺”已经成为岱银集团的全资品牌,衍生出了休闲服、职业装、衬衫、T 恤、领带等上千个系列,占领国内市场后又杀入国际市场,进入美国、加拿大等多个国家的品牌店铺,成为岱银集团的一根顶梁柱。海外设厂,绕过贸易壁垒驰骋世界。海外取经尝到甜头后,岱银集团外延式扩张的步伐加快了。“当时,欧美等国家对中国实施了苛刻的出口配额限制,而且关税很高。”一时,扩张之路被贸易壁垒堵得严严实实。怎么办?岱银集团再次把目光瞄向了国外。这次他们把突破点选在了印度洋的岛国斯里兰卡。由于战略地位重要,欧美列强等对斯里兰卡的进口关税不仅十分低,而且没有限额。“把工厂放到国外,岂不就绕开这道贸易壁垒了么?”想到做到。依托此前在斯里兰卡的一个办事处,2000 年初,岱银集团开始在海外筹建新的工厂。赵焕臣亲自上阵到工地平整土地、组织施工建设。“很不容易,当时

还有外汇管制,国家不允许你往国外投钱,筹钱时只筹到了5万美元,没办法只能向国外的朋友借钱。”

2000年9月经外经贸部批准,岱银集团在斯里兰卡首都科伦坡注册成立了“岱银兰卡服饰(私人)有限公司”,成为山东第一家境外带料加工企业。“我们把自己在国内生产还有采购的面料发送到斯里兰卡工厂,制成成品后再全部出口到欧美国家,有效地规避贸易摩擦和配额的限制,进出口贸易得到了进一步拓展。这也成为岱银集团继“雷诺”品牌后的另一根顶梁柱。”赵焕臣告诉记者。

兰卡公司成功后,岱银集团先后成立了美国和加拿大公司,设立了香港办事处,一举壮大为我国服装纺织业的巨头。

#### 案例 81: 姜德军

在潍坊海外掘金的队伍中,有一家企业是传奇。因为其不仅是小



企业走出去的典型,更因走出去焕发了二次生机。

提起这一段走出去的传奇经历,仕文织造有限公司的总经理姜德军感慨良多。“走出去的动力来自原国内的竞争。”姜德军说。由于国内织造企业数量庞大,竞争激烈,类似于仕文这样规模的小企业发展步履维艰,生存一度都成为问题。为此,2009年他远赴非洲,在考察了一圈东非市场之后,姜德军决定在乌干达设厂,同年年底,他在乌干达注册了“莉迪亚家纺有限公司”,并设立了厂区。

“我们的工厂占地18亩,现在工人达到680余人,是乌干达用工最多的纺织企业。”姜德军说,由于对当地劳动力就业问题作出了贡献,当地政府非常重视“莉迪亚家纺有限公司”的发展,公司并被乌干达政府列为“重点扶持项目”,公司的“紫罗兰”更是乌干达家喻户晓的著名商标。现在他的公司每天可生产2.5万套床上用品,每天的销售额达有5-6万美元,而起初的投资仅为578万美元。因为产品供不应求,姜德军新近又增加了150台设备,全部启用后每天的生产能力和销售额都将翻一番,一年的销售额预计达到3000万美元。除了乌干达,姜德军还利用东非五国贸易共同体的关税优势,在坦桑尼亚和肯尼亚注册了公司,将产品销售到这些国家。将工厂直接设立到乌干达最大的好处就是降低了关税,也就是降低了成本。姜德军为记者算了一笔账,如果在国内生产然后出口到非洲,“各项税加起来有49%”。而从国内出口原料到非洲加工,关税至少降低了13%,另外国家还会给予各项优惠政策扶持,一年下来,仅这些费用就节省了上百万。

更为重要的是,由于原材料来自国内,仕文公司每个月光原料出

口就有 6 个加高货柜,一年的出口原料销售额达到 1500 万美元,带动了中国纺织品的出口。

目前,“莉迪亚家纺有限公司”的销售额已经进入乌干达全国企业前十名的行列,被看作是乌干达的龙头企业。而昌邑的母公司,每年的销售额不足乌干达子公司的 1/5,成为潍坊乃至山东纺织行业走出去开创另一片天地的先例。

对于未来发展规划,姜德军表示,由于非洲的农业比较落后,当地政府非常希望他们能出资建立一个农业示范园,带动乌干达农业发展。“现在我们正在与国内的专业公司接洽,估计明年就能投入开始生产。”另一方面,由于国内纺织品出口欧洲正面临高额关税的贸易壁垒,姜德军正与美国一家贸易公司商讨,计划从非洲转向欧洲销售。“欧洲对非洲实行零关税,这是我们的机会。”姜德军说。

## 案例 82: 王树亭

作为同在一个城市的同行业公司,两家木业公司的直线距离不过

5 公里,在齐头并进发展的同时,走出去的步伐也惊人的一致。

“我们两家走出去的原因都一样,主要是因为国内木材原料短缺,跟不上生产的要求。我们公司一年需要十几万方的木材,仅只靠国内供应只能满足 30%的需求。”王树亭表示,随着中国对环境保护的日益重视,原先作为木材原料主要生产地的东北林区采伐也变得困难。为了不影响企业发展,松源木业和顺合木业先后将目光对准了俄罗斯。

2007 年,松源木业投资 700 万美元在俄罗斯托木斯克州建立了采伐区,经过 4 年的运营,王树亭觉得发展前景很不错,便在今年扩大了投资规模,并购了一家名为西伯利的公司,将投资额提高到 2000 万美元。“相关的手续已经办完,机械正在运输的途中,预计明年采伐量将提高到 8 万方。”王树亭说。

顺合木业在 2008 年进入俄罗斯伊尔库茨克,抱着“试试看”的想法投资了 450 万美元建立采伐区,仅仅用了一年时间,公司便决定提高投资额。“2009 年我们申请的投资额是 2500 万美元,后来追加到 2980 万美元,最后一共投资了 4500 万美元。”綦德森表示。目前,顺合木业在俄罗斯共有加工厂 4 家,运输基地一处,每年的木材采伐量达 8 万方,基本满足了国内公司的加工需求。

“看起来从俄罗斯到潍坊距离遥远,运输费用不菲,但是俄罗斯的木材成本很低,即便是加上运费,也比从国内采购木材便宜,而且俄罗斯的木材质量更好。”对此,王树亭解释说。

由于松源木业和顺合木业的订单客户都是欧洲企业,因此这两家

公司也是原材料及成品“两头在外”的公司,仅是生产加工在国内。而这一类型的公司既可促进进口贸易、又能带动出口贸易,据了解,松源木业每年的进口额为 960 万美元,出口额为 3500 万美元;顺合木业每年的进口额将近 3000 万美元,出口额达到 1.8 亿人民币。因此,这两家公司同时也享受到了国家的一系列优惠政策。綦德森表示,俄罗斯当地政府对他们的企业都非常支持,对于未来的发展,他们也非常看好。

### 案例 83: 恒易集团

山东恒易投资集团成立于 2003 年,经过 8 年发展,现已成为拥有

8家子公司的集团企业。作为从潍坊走出的本地企业，恒易集团一直走在不断向外寻求发展良机，除了潍坊，恒易先后在北京、青岛、天津、新疆等地开发建设房地产项目，并取得了骄人成绩。

2010年11月，恒易集团首次海外试水，投资了加拿大科瑞士铜业公司。目前，科瑞士公司已在加拿大成功上市，并中标美国亚利桑那州的一处铜矿，据悉，铜矿开采已经进入最后的检测阶段，预计明年第一季度就可投入生产。

“投资这个项目恒易仅仅是出资，不参与任何具体管理，整个过程我们邀请行业知名的专业公司进行了评估，资源行业现在正处于高速发展期，我们认为未来的发展前景极为广阔，很有投资价值。”据恒易投资集团总裁助理邱胜峰透露，恒易对科瑞士公司总投资达到3000万美元，占公司15%的股份，进入最后开采阶段的铜矿已探明储量129万吨，投入生产后估计每年可产铜矿石3万吨。

2011年4月，恒易集团再次海外扬帆，这次他们选中的是澳大利亚的墨尔本。“我们在墨尔本的CBD区域拿下了一个地产项目，目前，规划许可证已经批下来了，马上就将进入运作阶段。”邱胜峰表示，此次澳大利亚海外投资总额计划为1亿美元，之所以选择地产行业，一是公司对这一领域比较熟悉，操作起来心里有底，二是澳大利亚目前的地产市场正处于低谷，比较适合进入。“澳大利亚的人口一直都在增加中，随着亚洲、欧洲移民数量的不断增多，我们对澳大利亚的地产市场还是长期看好的。”

这两次海外投资对恒易集团来说是极其重要的经验。“对想进行

海外投资的企业,我们的一点建议是,在政治经济稳定的区域选择正确的行业,要么是你熟悉的,要么请专业公司。”邱胜峰说。

案例 84: 放弃,另一种收获

陈任,现桂林工学院资源与环境工程系勘查技术与工程专业 2002

级学生，为人诚恳好交际，是桂林工学院为数不多的自主创业大学生中的一员。他于2003年在学校后门开了一家“大学生休闲吧”，“休闲吧”主要以经营各种主食和特色小吃为主，同时为在校的大学生提供一个休闲和娱乐的场所。刚开始的时候经营状况还不错，后来由于管理、经营和资金等问题，“休闲吧”在开业一个月之后无奈地关门。当笔者问及创业的初衷时，陈任坦言：“希望通过创业，可以积累一些社会经验，扩大自己的交际圈，锻炼自己的实践能力，从而更好的去适应社会。”对于自己最终选择放弃，他做了如下的说明：“也许是因为自己当时太盲目，还没有具备足够的创业能力和充分的准备。我现在不太提倡在校大学生创业，因为我们还不具备充足的条件去创业。大学生需要学习的东西很多，但不一定要从创业中得到，可以从学校的各项活动中获得。”他笑道，“现阶段，最重要的是把专业知识学扎实，处理好人际关系。但是，对于正在创业的大学生，我还是对他们抱以鼓励的态度，希望他们成功。”许多同学认为在校大学生进行创业，可能会影响自己的学业。陈任的看法是：创业，最好是选择在学习不太紧的时候进行，只要自己能把握好度，一般是不会耽误学业的。虽然最终没有坚持下去，但是在采访中他告诉笔者创业的收获很多很多。

陈任的创业例子是比较典型，他代表了目前一些有创业打算和已经创业的同学的心理。大多数大学生的创业规模较小，而涉及的创业领域大多是起点较低的一些行业，科学技术含量不高。创业之前大学生没有做好充足的物质与心理准备，对于创业的认识不够清醒和理

性。据了解，像陈任这样的在校创业者，他们对于创业基本处于自我摸索阶段，对于创业知识的了解也不是很正规和系统。而这与高校的创业教育的薄弱有很重要的关系。在陈任的身上笔者也看到了在校大学生创业的一些不利因素如社会经验欠缺，创业能力和素质还没有完全具备，市场意识薄弱，具体管理能力较差等。大学生创业应该尽量克服这些不足，因为市场竞争是平等的，市场规则不会因为学生的特殊身分而有所“照顾”。创业的大学生本身不是很多，而成功的学生创业者更是少之又少，更多的创业者在市场洪流面前，无奈的退出创业舞台，对于他们，除了可惜之外，还要肯定的是他们敢于尝试的勇气，尽管没有成功，可是他们在创业过程中也学到了很多在课堂上学不到的东西，比如经验，社交能力，胆量等。

#### 案例 85： 只要想得到，就能做得到

张宗华，广西师范大学的一名学生，他于 2003 年 11 月 7 日注册



了桂林赛特（SITE）电子产品开发有限公司，并正式入驻桂林高新技术产业开发区，注册资金 30 万元，他的公司主要致力于计算机硬件、软件及外设产品开发与销售，并运用自身优势，着力于企业网站建设与维护、域名空间、企业邮局销售、电脑组装等业务。公司有着自身的经营策略——“兵马慎动，策略先行，运筹帷幄，决胜千里”。公司自成立至今运行情况良好。公司的总经理也是创始人张宗华是一个有魄力的人，在公司营运初期资金短缺的情况下，他利用原先积累的经验和发展起来的人际关系赊购了 25 套 OA 办公室系统，每套一万五，三个月后回笼资金并且获利数十万，同时他也迅速地树立起自己公司的良好的信誉。张宗华作为学生创业的一个成功的代表，他在大学期间就做了很多次的创业尝试，大一下学期，生活贫困的张宗华为解决生活费就开始自主创业，并在第一次的倒卖土特产经历中成功的淘到第一桶金，而后他先后尝试投资“浪人工作室”、“180 度文化休闲吧”、“猎人工作室”等等，但是，由于种种原因，这些创业成果都如昙花一现，均以失败告终。在创办赛特之前，张宗华承受了很多的失败，付出了时间、精力、资本，收获的却是失败的经验 and 反省。但也正是这些沉甸甸的精神收获造就了以后成功的塞特、成功的张宗华。张宗华坦言，在创业过程中遭受了很沉重的挫折和考验，而他自身在其中也学到了很多的东西，“苦涩多于甘甜，创业需要的不仅仅是激情，学生时期创业并不适合所有的人”。

张宗华的案例给了笔者很多的启示，在同样的资金不足，客观创业环境不完善的条件下，他成功地创办赛特，这其中重要的就是他自

身的能力和素质。在赛特之前，由于有多次的创业经历还有在校期间丰富的外联实践经验，张宗华克服了社会经验不足的瓶颈。在多次的创业失败以后，他仍然没有放弃，而是一次次地进行总结和反省，慢慢地积累自己的创业素质，培养自我的“老板”能力。这是他区别于其它的学生创业者不同的地方，大多数的学生在创业失败后就放弃了，真正有勇气进行二次创业尝试的人很少，更不用说像张宗华那样一次又一次的再选择和再创业了，也正是经过了多次的不成熟的创业经历的积累，才使他在创业方向的选择及公司的运营过程中能够以成熟的心态去面对。其实在真正的创业过程中，政府的优惠政策也好，社会的环境支持也罢，最重要的还是创业者自身这个主观因素。提高自身的创业能力和各种素质应该作为大学生在创业之前的学习的最重要的一课。此外，张宗华的例子也说明了一个问题，学生创业是充满激情而又艰难的，它尤其考验创业者的个人能力和素质。创业之路也不是适合所有的学生，创业之前一定要认真地问一下自己是否真的适合创业。

#### 案例 86： 创业，游走于现实和理想间

李扬，桂林工学院电子与计算机系 2002 级的学生，2005 年三月

他与同学合资在学校后门租了一家小小的店面取名“风行”，该店主要是经营有关光盘刻录、网页制作为主，同时还兼营花束礼品等。开张以后小店生意一直惨淡，主要靠一些同学朋友捧场。一个月以后“风行”关门，静待转让。

李扬后来总结自己的创业经历的时候感慨：理想与现实的差距太大了，创业想的太简单，在真正实施的时候却发现问题一大堆。由于专业的缘故，他们在创业之初就选择了相关的与电脑有关的领域。由于资金缺乏、广告投入的不足、市场估计欠缺等原因，“风行”最终夭折。“感觉还没有怎么进入状态就结束了，有点遗憾”，据介绍，他们的这次小本投资非但没有赚到钱，反而差点血本无归，不过在李扬的脸上似乎还是阳光一片。“毕竟我们创业的目的更多的是为积累社会经验还有为同学服务，至于赚钱倒是其次。如果有机会的话还想再尝试创业，不过下次一定要先做好合理的计划还有各方面的准备。”对于想创业的大学生，他有自己的建议：“创业之前一定要充分考虑创业过程中的意外情况，做好市场调查，再就是要有一种乐观向上的态度和坚持不懈的毅力，不要盲目地仅凭热情去投资创业”。看来在经历了这样的一次创业失败后，他对于创业已经有了更多的更为理性的认识。

李扬的创业经历很简单，也很有代表性。在他身上笔者看到了众多的大学生创业者的创业激情和对于创业认识的不足，还有创业经历对于大学生的重要影响。尽管没有成功，但是就像李扬自己所总结的那样，创业过程中学到的东西非常重要，财务管理，任务分工，人际

关系，市场定位和市场运行，广告宣传等，而这一些也正是在校大学生自身所欠缺的。相信有了这样的一次创业体验，他们在将来步入社会的过程中能够走得更为轻松。

#### 案例 87： 王学集

王学集出生于浙江温州，毕业于浙江理工大学。

大学时和 2 位同学一起创业,大三时正式发布 phpwind 论坛程序,2004 年大学毕业的王学集成立公司,公司亦命名为 phpwind,中文名“杭州德天信息技术有限公司”,专门提供大型社区建站的解决方案。

目前,phpwind 已成为国内领先的社区软件与方案供应商,PW6.3.2 版本的推出更在社区软件领域树立起一个极高的技术壁垒,phpwind8.0 系列版本则推动了社区门户化。

phpwind 于 2008 年 5 月被阿里巴巴以约 5000 万人民币的价格收购,现在隶属于阿里云计算有限公司,为阿里云计划提供了强有力的支持。

#### 案例 88: 黄一孟

电驴(VeryCD)之父黄一孟是一名中途离开大学的创业者。

2003 年，verycd.com 只是爱好计算机的大学新生黄一孟陆续注册的众多个人网站中的一个。当时，因为不满于网络上质量不高且需收费的电影资源，VeryCD 很快聚集起了一批和黄一孟有着类似热情的用户，他们在下载的同时也愿意上传自己的资源。这让黄一孟意识到，这个所谓的个人网站不再只对他一个人具有价值。

2004 年，VeryCD 以黄一孟中途离开学校专心创业而成立了一个工作室。黄一孟除了是 VeryCD 的创始人，也是心动游戏的创始人。

2012 年，心动游戏的收入达到了 10 亿人民币，从入不敷出的 VeryCD 到年收入 10 亿的网页游戏公司。黄一孟依靠自己的感觉和摸索去创业。

#### 案例 89： 黄恺

风靡全国，中国最成功的桌游三国杀，其创始人黄恺正是一位标

准的大学生创业者。

黄恺 2004 年考上中国传媒大学动画学院游戏设计专业，他在大学时期就开始“不务正业”，模仿国外桌游设计出了具有中国特色，符合国人娱乐风格的桌游《三国杀》。

2006 年 10 月，大二的黄恺开始在淘宝网上贩卖《三国杀》，没想到大受欢迎，而毕业后的黄恺并没有任何找工作的打算，而是借了 5 万元注册了一家公司，开始做起《三国杀》的生意。

2009 年 6 月底《三国杀》成为中国被移植至网游平台的一款桌上游戏。

2010 年《三国杀》正版桌游售出 200 多万套。

#### 案例 90： 杨明平

超级课堂的联合创始人杨明平是典型的大学生创业者，并且是一

位连续创业者。

杨明平毕业于中欧国际工商学院。

2005年，大三的他接手了学校边上的一家川菜馆，发展到拥有400多平方、一年200多万营业额规模的火锅店，大学的创业经历为他赢得第一桶金。

而后杨明平决定朝着更大的方向发展，进入在线教育领域，创建超级课堂(Super Class)。

超级课堂成立于2010年10月，由杨明平创立的超级课堂将线下教育搬到线上，为中小学学生提供好莱坞大片式的网络互动学习课程。

#### 案例 91： 舒义

舒义 19 岁就开始创业，读大一时就是国内最早的 web2.0 创业者



之一，创办过国内第一批博客网站 Blogku, Bolgmedia, 还创建了一个高校 SNS 和一家校园电子商务公司。

2006 年舒义第三次创业，创办了成都力美广告有限公司，后发展为中西部最大的专业网络广告公司之一。

2009 年舒义成立北京力美广告有限公司 (i-Media)，两年内发展为国内领先的移动营销解决方案公司，并于 2011 年获得 IDG 资本投资。目前舒义开始尝试天使投资，投资创办过多家移动互联网公司。

## 案例 92：大三男生“卖想法”创 6 家店

2011 年新年第一天，西南财经大学管理系大三学生舒川迎来好

运：他从校方拿到了校园水吧的租用合同，为自己增添了第6个身份：西南财大校园水吧老板。

在此之前，他的身份是：财大某购物网站运营总监、温江某家教辅导中心创办者、电子科大一奶茶店老板、西南财大某打印复印数码店大股东、川内某大学后勤公司校园饮品店负责人。顶着这么多身份，舒川到底是个什么样的人？

人称“水总” 不管事不说话不露面

“你的购物网站最近有什么主打产品？”、“网站每月营业额是多少？”、“网站有多少员工？”……面对记者的提问，舒川尴尬地红了脸，立即掏出电话，“这些我都不知道，我打电话问问负责人。”作为购物网站的运营总监，舒川的任务就是每学期请员工聚餐一次，平均一个月过问一次网站事务，制定好发展规划，营造更好的经营环境，其次就是选好人，管好人。同事们戏称舒川为“水总”，意思是“不管事不说话不露面”的总监。

舒川说，他不管事一是因为自己比较懒，二是因为日常经营并不是他的强项，“网站负责人叫胡之夏，是我一手培养起来的‘亲信’，在日常管理和细节处理上比我优秀得多，我完全没有必要亲力亲为。”新上线的西南财大校内水吧，舒川定下的基调是“一个产品可口、环境优雅、可以安静小坐、也可休闲娱乐的场所”，除此之外，所有的事情都由店长寇梦羽和李涛负责。李涛说，“舒总连水吧命名权都交给我了，估计重新装修再开业，如果没人带他，他连水吧大门都找不到。”

## 第一桶金来自大二时候卖台灯

虽然身兼6个老板，但舒川的经商经历并不长，只有短短的一年多时间。大二上学期时，舒川发现，每年开学许多新生都需要购置台灯、棉被、脸盆等日用品，而学校周边卖的日用品品种单一价格昂贵，学生特别渴望有价廉物美的东西出售。天生对商机敏感的舒川，立即意识到赚钱的机会来了。他先以100元、200元为单位，向同学朋友借了3000元，组成了启动资金，然后聘请了几位“很会砍价看货”的女同学，去荷花池进了一批货，开始在校园里摆地摊，主要物品是台灯。那一批台灯，为他攒下了四五千元，成了他全部的原始积累。现在的舒川，早已摆脱了白手起家时期的穷困，每天坐等钱财入账的他，却对自己的月收入不太清楚，但大概估计“每月所有店铺的租金加起来接近15000元，除了生活费最少3000元，还有学费和一些应酬等开支外”，每月收入应该是2万元左右。

## “儿子老板”聘母亲当奶茶店店长

2010年10月，舒川在电子科大新盘下一家奶茶店，手握60%股份的他是理所当然的大股东。考虑到母亲刘女士在乐山没有工作，“先富起来”的舒川送母亲到某奶茶连锁店学习奶茶炮制技术，聘用母亲为奶茶店店长，月薪2000元左右。舒川说，母亲最开始一个多月还把“儿子老板”当回事儿，工作负责业绩稳步上升，时间一久就端起母亲大人的架子了。前几天，刘女士把店门一关，跟“儿子老板”说了句“要回家过年”，就一门心思回家腌腊肉了。“她不晓得我那个店，每个月光租金就一两千，她甩手走了，临时找不到人，只好白白

亏钱。”说起自己的母亲，舒川有些好笑，又很无奈。

“大男子主义”不希望女友开创事业

1989年出生的舒川，是个标准的狮子座男生：强悍、才华出众、有些大男子主义。

因为用人得当，舒川完全是个“甩手掌柜”，每天除了上课，就是吃了睡，睡了吃，偶尔和朋友们打打桌球，喝喝茶，聊聊天。爱好打桌球，但技术不怎么好，难得赢一次。舒川说，如果有了女朋友，他自认会是一个体贴耐心的男人。为什么没有女朋友？舒川自嘲，“因为我长得丑呗，没有女孩子看得上。”

看起来似乎万能的舒川，自曝有一个致命的弱点：不会财务对账、对钱没有概念。因此，他希望能找到一个在财会方面有热情的女友，帮他“盯着点”资金进出。但他并不希望女友开创自己的事业，他觉得“女孩子嘛，没必要拼命工作，就应该逛街喝茶保养好耍好，赚钱养家是男人的事。”

谈生意经最高境界靠资源赚钱

王国维在《人间词话》中说，成大事业、大学问者，必经过三种境界：第一，昨夜西风凋碧树。独上高楼，望尽天涯路。第二，衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴。第三，众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处。

舒川说，做生意，有四重境界：

最开始是靠努力赚钱，起早贪黑摆地摊，不辞劳苦跑销售都是典型代表。这一类人既要出资又要出力，但只要能吃苦，多半能赚回温

饱且略有盈余；第二重境界是靠管理赚钱，比如他高薪聘请的店长和负责人，他们不用出资，只需要负责一个企业的日常运转就能获利，但工作比较辛苦。第三重境界是靠眼光和思维赚钱，这类人不出资不出力，只需要“卖想法”就能赚钱，工作时间少且收益高，生活安逸。目前舒川基本处于这个层次。第四重境界也是最高境界，是靠资源赚钱，这个层次的生意人，不出资不出力，甚至连想法都不用提供，凭借他多年的商场人脉和资源，自然有需要的人拿巨额收益来换，这些人几乎不用工作，却可以日进斗金，正是舒川最终努力的目标。

记者手记：

说服舒川接受采访着实费了一点劲，他实在是一个低调得不行的人。手下近百位员工，很少人知道他是老板，一直以为他只是负责人的朋友。他的人生信条是“慢慢让这个世界遗忘，静静等待世界的重新瞩目”，现在对他来说，不是让别人瞩目的好时机。让我们一起期待，这个世界重新瞩目他的那一刻。

案例 93： 80 后李文 6000 元创业——做手绘 T 恤欲上市

5 年前没有拿到大学毕业证的大四学生，现如今是拥有两家分公

司的小老板。5年，一波三折，他的手绘T恤和手绘鞋，通过网络批发到中国香港和法国、美国，正在与风投谈生意的他自信地梦想着上市。 6000元开启创业路

李文，1983年出生，大学就读于江西财大财政专业。李文的开场白，像极了一个大学生面试时的自我介绍。他喜欢看书、旅行、交朋友，但对于大学里的数学课程却深恶痛绝，直接的后果就是拿不到毕业证书。对此，李文却从不在意。“因为喜欢，所以选择。”李文这样回答自己创业的缘由。李文毕业后曾到上海工作过一年多的时间，在上海他看到有人穿“三英战吕布”线条画的T恤衫，觉得非常有意思，想买却买不到，觉得这是个商机。后来服装网上直销商PPG的广告给了李文创业的灵感，他觉得，“如果做一个专门定制和销售个性T恤的个性服饰网站，应该很有前途。”李文用他积攒下来的6000块钱开启了创业之路。他找到了两个合作伙伴，分别是初中和高中同学，感情不错，相互了解。唯一让李文苦闷的是，他的父母对此并不支持，“他们不懂电子商务和网上购物，觉得电脑就是玩游戏，是不务正业”，李文的父母希望他找到一份“铁饭碗”工作。但是，家里的压力并没有让李文产生放弃的念头。三个人两台电脑在2006年6月一个月内完成了3万元的销售额，净赚1.2万元。“我们信心爆棚，觉得肯定会有投资人抢着给我们投资，于是，我写好了商业计划书，开始了拉投资的过程。”李文心里开始憧憬着美好的未来。

梦想在现实中无依无靠“当梦想照进现实，你会发现现实倒映出来的梦想是那么飘渺和无依无靠。”在接触了若干潜在投资人之后，

李文的信心开始崩塌。不仅投资人不会投资给这个“乳臭未干”的“80后”，而且对这种无资产、无抵押的客户，银行贷款的大门也是紧闭的。这时，缺乏资金投入的李文又遇到了经营上的问题。由于刚开始只做学生班服市场，经营产品的单一导致销售季节性明显，在6月份能拿到3万元的收入，在7月份却急跌至5千元，到8月份，销售已经十分清淡，公司的利润很快就消耗殆尽。屋漏偏逢连阴雨，创业团队的其他两个人也因为家庭压力选择离去，李文成了“光杆司令”。

对现实，李文深感无奈，然而对于心中的商业模式，李文并没有失去信心和希望，他坚守南昌，“2007年整整一年，我一边用自己在影视编导上的特长做一个自由职业者养活自己，一边不断寻找资料充实和完善商业模式。”东山再起后步入“快车道”“潜伏”了一年多的李文终于在2007年底东山再起，这一次，他遇到了此生都要感激的人、大学宿舍睡在下铺的兄弟——李文龙。李文龙曾在深圳做外贸模具生意，赚了人生中的“第一桶金”。一个偶然的巧合，李文龙来到李文的住处，看到了留在他电脑桌面上的商业计划书。对于李文的商业模式，李文龙十分感兴趣，“他毅然决定放弃在深圳外贸公司潜在的20万元分红，与李文合伙共同“二次创业”。由于缺乏技术上的经验，兄弟俩又拉来了在服饰烫染行业有多年操作经验的谢隆林一起入股，新的创业团队搭建完毕。

2008年4月8日，南昌诺斯黛尔（NoStyle）实业有限公司正式注册成立，注册资本50万元，前期投入10万元。新公司成立，李文有了资本，决定大干一场。这一次，李文的产品不仅涵盖了各种手绘

及印刷T恤，而且还包括各种独具创意的手绘鞋，对于追求彰显个性的“80后”、“90后”来讲，市场前景不容怀疑。但是，商场如战场，容不得一点“头脑发热”，经验不足的李文又犯了错误。李文为了追求完美，在一些没有必要的地方花费了过多的资金，比如购买服务器、单反相机，构建专业摄影棚以及开通400免费电话等，每一项花费都不菲，这让公司现金流迅速陷入危机的边缘。李文决定改变公司的运营模式，转向已经相对成熟且具有一定人流量的B2B平台。这一次，李文的诺斯黛尔终于步入了“快车道”

“我的公司能上市”

李文的公司取得了突破性进步，公司网络流量节节攀升，全国的代理客户翻倍上涨，中国香港和法国、美国等地的华人华侨也都看好李文的产品，公司的订单通常排到几个月之后。

2009年，诺斯黛尔总营收超100万元；

2010年3月，江西赣州南康分公司成立。

目前李文正在和风险投资家接触，他希望能够借助风险投资的帮助，实现公司更快速的发展。他认为，电子商务的发展已经不允许他们依靠自身的积累去缓慢发展，他必须依靠资本的力量，站在巨人的肩膀上，他需要风险投资带来的资本、人脉以及管理经验。李文自信而又坦然地告诉记者，“我的公司能上市。”“创业是部反转剧，不到最后，谁都猜不出结果。”在李文自编自导的人生电影中，他就是这部“反转剧”的剧中人。



#### 案例 94： 沈靖淞：大学里创业年赚百万

眼下，正是大四学生忙着找工作的时候，而浙江万里学院商学院

金融专业 07 级学生沈靖淞就已当起了老板。他创立的投资咨询公司，一年运营就创造了利润几百万元。他也因此荣获了第二届浙江大学生最具潜质校园“创业之星”称号。

### 刚进大学就规划了未来的发展

沈靖淞生于 1988 年，舟山人。刚进大学时，沈靖淞就对未来的发展方向有了一个明确的规划。他在大学里参加的活动、社团，始终围绕着锻炼人际交往、管理策划、与人沟通合作等能力。大一时，他就担任了基础学院的学生会主席。在很多大学生还在大手大脚花父母生活费时，家境不错的沈靖淞却早早树立了理财意识，给自己建了个“小金库”。“为此，我的大学生活除了专业课学习，基本都在外面打工赚钱。”不过，沈靖淞打工的选择不同于普通大学生，“这些工作必须能增长我的专业知识，锻炼我的交际能力，在这基础上能赚钱。”“倒卖”过手机，炒过股票基金，更重要的是在这过程中，沈靖淞接触到了形形色色的人。

沈靖淞还有一个不为人知的爱好。“有空的时候，我喜欢在城市广场上一个人闲逛，商场、超市都是我经常去的地方。”不过，他这么做的目的是“临市面”，用敏锐的目光发现蕴涵其中的商机。

### 一次实习成为创业契机

有时候，创业也要懂得走捷径。“创业不能赶时髦，应该学会‘钻空子’”沈靖淞告诉记者，他的契机就是去了一个投资咨询公司实习。这段经历也改变了他的人生。

沈靖淞实习的那家公司是大宗商品电子交易市场里的代理商，靠

代客投资收取交易佣金赢利。通过实践，沈靖淞了解到，这是一个“复制成本”非常低的行业。“在我国，目前大宗商品电子交易市场的交易机制与期货交易非常相似，但因为还没有实行严格的市场准入管理机制，而且只需要 20% 的保证金就能买卖，市场上的投机氛围浓重。”尽管市场并不规范，也不成熟，但沈靖淞却从中嗅到了实实在在的商机。这一市场的独特优势让沈靖淞心动，于是产生了自己创立投资公司的大胆想法。之后，他开始留意公司的客户的仓户管理和实战操作手法，暗暗积蓄力量。

#### 向父母借钱开起投资公司

虽然门槛低，但成立公司毕竟需要先期投入。“当我一提出要创立公司的想法，父母都非常支持我。”沈靖淞顺利地从父母那里“借”了 5 万多元，又把小金库里的 5 万元拿出来，和其他 3 个满怀梦想的年轻人一起开始了创业之路。

如今，沈靖淞已把公司从学校里搬迁到了格林生活广场。现在公司已成为河南驻马店芝麻批发市场宁波地区运营商、山东寿光果蔬电子交易市场在宁波地区的代理商以及“今讯”投资资讯宁波地区运营中心。另外，沈靖淞还成为“今讯”投资资讯浙江区经理。去年，沈靖淞带领的团队凭借“大众电子产品交易”项目，荣获浙江省大学生赛博“挑战杯”创业计划竞赛一等奖，后又获得第二届浙江大学生最具潜质校园“创业之星”称号。虽然圆满地完成了预期目标，但创业中的苦乐只有沈靖淞自己才体会得到。

如今，沈靖淞的公司已经步入正轨，旗下的客户以每个月 5%

-10%的速度增长，去年的利润已有几百万元。但沈靖淞却说，这只是他创业的起点。目前，他考虑逐步从公司的日常管理中抽身出来，和合伙人一起着手开发另外一个连锁酒店的项目。

#### 案例 95： 陈生

陈生毕业于北京大学，十多年前放弃了自己在政府中让人羡慕的

公务员职务毅然下海，倒腾过白酒和房地产，打造了“天地壹号”苹果醋，在悄悄进入养猪行业后，在不到两年的时间在广州开设了近 100 家猪肉连锁店，营业额达到 2 个亿，被人称为广州千万富翁级的“猪肉大王”。不完全统计数字显示，目前我国大学生创业成功率则只有 2%~3%，有 97%~98% 的大学生创业失败，专业人士分析，缺乏相关的创业教育和实战经验、缺乏“第一桶金”等都是其中的重要原因之一。然而，对于成功创业的大学生来说极为重要的实战经验及“第一桶金”都是“天上掉下来的”吗？为什么陈生也在不到两年的时间里进入养猪行业，就能在广州开设近 100 家猪肉连锁店，营业额达到 2 个亿？这个问题，的确值得好好追问。

实际上，之所以能在养猪行业里很短时间就能取得骄人成绩，成为拥有数千名员工的集团的董事长，还在于陈生此前就经历的几次创业的“实战经验”：陈生卖过菜，卖过白酒，卖过房子，卖过饮料。这使得陈生有着这样的独到的见解：很多事情不是具备条件、做好了调查才去做就能做好，而是在条件不充分的时候就要开始做，这样才能抓住机会。

然而，“条件不充分”时到底怎么才能“抓住机会”呢？我们来看一下陈生的做法：他卖白酒时，根本没有能力投资数千万设立厂房，可是他直接从农户那里收购散装米酒，不需要在固定设施上投入一分钱便可以通过广大的农民帮他生产，产能却可以达到投资 5000 万的工厂的数倍。此后，他才利用积累起来的资金开始租用厂房和设施，打造自己的品牌。迅速的进入和占领市场，让他在白酒市场上打了个

漂亮仗。而当许多人“跟风”学习一位到南方视察的国家领导人用陈醋兑雪碧当饮料的饮食方法时，善于“抓住机会”的陈生想到了如何将这种饮料生产出来。经过多次尝试，著名的“天地壹号”苹果醋就此诞生。

当然，资金积累到一定程度时，陈生成功的秘诀更让人难忘：在经济飞速发展的年代，无数企业“抓破脑袋”寻求发展良机，在这样的情况下，只有技高一筹者才能够取得成功。而一些企业运用精细化营销，就是一种技高一筹的做法。于是，从传统的中国猪肉行业里，陈生分析到了其中的巨大商机，因为中国每年的猪肉消费约 500 亿公斤，按每公斤 20 元算，年销售额就高达上万亿。而与其他行业相比，猪肉这个行业一直没有得到很好的整合，基本上没有形成像样的产业化，竞争不强，档次不高，机会很多。更重要的是，进入这一行业的陈生，机智地率先推出了绿色环保猪肉“壹号土猪”，开始经营自己的品牌猪肉。虽然走的还是“公司+农户合作”的路子，但针对学生、部队等不同人群，却能够选择不同的农户，提出不同的饲养要求，比如，为部队定制的猪可肥一点，学生吃的可瘦一点，为精英人士定制的肉猪，据传每天吃中草药甚至冬虫夏草，使公司的生猪产品质量与普通猪肉“和而不同”。在这样的“精细化营销”战略下，陈生终于在很短的时间内叫响了“壹号土猪”品牌，成为广州知名的“猪肉大王”。

#### 案例 96： 胡启立

胡启立是武汉科技学院电信学院应届本科毕业生，红安农村人。

4年前，他借债上大学。在大学期间，他打工、创业，不仅还清了债务，为家里盖起了两层洋楼，自己还在武汉购房买车，拥有了自己的培训学校。

他创业走过了怎样一条路？学校师生对他创业又是如何看的呢？ 从小收购土特产卖

胡启立 1982 年出生在红安县华河镇石咀村一个普通农家，父亲在当地矿上打工，母亲在田里忙活。在胡启立 3 岁那年，父亲在矿上出事了，腿部严重骨折瘫痪在床，四处求医问药。三年后，父亲总算能下地走路了，可再也不能干重活累活。为给父亲看病，家里几乎家徒四壁。胡启立的父亲不能下地干活，只得开了家小卖部，卖些日用品。胡启立小小年纪就经常跑进跑出“添乱又帮忙“，也正是因为这个原因，他从小就接触到了买和卖。慢慢长大了，胡启立在商业方面开始显才。全村 20 多个同龄小孩，他的年龄和个头都不是最大的，但却是“领袖”，他经常带着同伴们去挨家挨户收购土特产，如蜈蚣、桔梗、鳝鱼等，卖到贩子手上，挣些零花钱。

2002 年，胡启立读高中，学习成绩还不错，正在读高一的弟弟辍学外出打工，给哥哥赚学费。胡启立心里不是滋味，心中暗暗发誓，一定要考上大学，让家里人过上好日子。胡启立说，他从那时就开始规划自己的大学生活：大一好好学习，尽量多去学点东西，从大二开始，寻找机会挣钱，力争大学毕业的时候，自己能当上老板。

高考时，他本打算报考一所商学院，却遭到家人的反对，好在他对电子也有兴趣，最后选择了武汉科技学院电子信息工程专业。

## 贴海报发现校园商机

2002年9月，胡启立带着对大学生活的憧憬，和从姑姑那借来的4000元学费，到武汉科技学院报到。进校后，胡启立感觉大学生生活比高中生活轻松多了，空闲时间也多，他利用这些空闲时间逛遍了武汉所有高校，也熟悉了武汉的环境，这为他的下一步创业打下了基础。大学时间相对充裕，稍不注意就会养成懒散的习惯，胡启立是个闲不住的人，他决定提前走入社会，大一下学期就开始了自己的创业之路，比原定计划提前了半学期。

2003年春季一开学，胡启立开始给一所中介机构贴招生海报，这是他找到的第一份兼职工作，并且交了10元钱会费。“贴一份0.20元，贴完了来结账。”中介递给他一沓海报和一瓶糍糊，胡启立美滋滋地开始往各大校园里跑。“贴海报，看起来容易，其实很难做的。”胡启立没想到贴份海报，还要受人管，一些学校的保安轻者驱赶一下，严重的会辱骂甚至动手。3天后，胡启立按规定将海报贴在了各个校园，结账获得25元报酬。同行的几人嫌少，都退出了，而胡启立却又领了一些海报，继续干起来。不过，他心里也开始在想别的门道了。一次，他在中国地大附近贴海报时，看到一家更大的中介公司，就走了进去，在那里遇到一位姓王的年轻人。

王某是附近一所大学的大四学生，在学校网络中心搞勤工俭学。几个学生商量，能不能利用网络中心的电脑和师资，面向大学生搞电脑培训。网络中心同意了，但要求学生自己去招生。“只要你能招到生，我们就把整个网络中心的招生代理权交给你。”王某慷慨



地说。胡启立想，发动自己在武汉的同学帮忙，招几个人应该是没问题，就满口应承下来。做招生宣传要活动经费，胡启立没有经验，找几个要好的同学商量，结果大家都不知道要多少钱。有的说要5000元，有的说要2000元，最后胡启立向王某提出要1800元活动经费，没想到王某二话没说，就把钱给了他。胡启立印海报，买糍糊，邀请几个同学去各个高校张贴，结果只花了600元钱，净落1200元。这是他挣到的第一笔钱。尽管只花了600元钱，但招生效果还不错，一下子就招到了几十个人。然而，这些学生去学电脑时却遇到了麻烦，因为动静搞大了，学校知道了这个事情，叫停了网络中心的这个电脑培训班。胡启立几次跑到网络中心，都没办法解决这个事情。他无意间发现网络中心楼下有个培训班，也是搞电脑培训的，能不能把这些学生送到那去呢？对方一听说有几十个学生要来学电脑，高兴坏了，提出给胡启立按人头提成，每人200元。非常意外地，胡启立一下子拿到了数千元钱。

### 办培训学校，圆了老板梦

2005年，“胡启立会招生”的传闻开始在关山一带业内传开了。一家大型电脑培训机构的负责人找胡启立商谈后，当即将整个招生权交给他。随着这家培训机构一步步壮大，胡启立被吸纳成公司股东。但胡启立并不满足，他注册成立了自己的第一家公司——一家专门做校园商务的公司。胡启立谈起成立第一家公司的目的：“校园是一个市场，很多人盯着这个市场，但他们不知道怎么进入。成立公司，就是想做这一块的业务，我叫它校园商务。”同时，胡启立发现很多

大学生通过中介公司找兼职，上当受骗的较多，就成立了一家勤工俭学中心，为大学生会员提供实实在在的岗位。他的勤工俭学中心影响越来越大，后来发展到7家连锁店。“高峰时，每个中心能有一万元左右左右的纯收入。”

2005年下半年，由于业务越做越大，胡启立花20多万元买了一辆丰田花冠轿车，在校园和自己的各个勤工俭学点奔跑。去年9月，他又将丰田花冠换成30多万元的宝马320。记者问他为何换名车，他说：“谈生意，好车有时候是一种身份证明吧。”在给一些培训学校招生的过程中，胡启立结识了一家篮球培训学校的负责人，开始萌生涉足体育培训业务的念头。经过多次考察比较，2006年底，胡启立整体租赁汉阳一所中专校园，正式进军体育培训。当年招生100余人，今年的招生规模预计是300人。“以前都是为别人招生，这次总算是为自己招了。”

如今，胡启立已涉足其它类型办学，为自己创业先后已投入200万元左右。

师生眼里，他是个怪才

尽管现在成了校园里的创富明星，但胡启立一点也不张扬。

虽然在外面买了房子，但胡启立现在还和以前一样住在学生宿舍，吃食堂，而且他看上去和大多数同学差不多，只不过稍显得老成一些。只是在学校很难见到他的人，用同学们的玩笑话来说：“谁要想见他，都要提前一个月预约。”他和同学关系都比较好，虽然经常不在学校，但是如果有消息的话，一般不出半天就会通知到他。“他

是个怪才，我们都很佩服他。”胡启立的同学裴振说，其实，班里对胡启立的看法，分成两派：一部分人十分羡慕他，大学还没毕业就能自己赚钱买车买房；另一部分人认为他虽然创业成功了，但学习没跟上，而且他现在从事的工作和专业没什么关系，等于放弃了自己的专业，怪可惜的。

胡启立上大学期间，学校也为他创业提供了帮助，从院长到老师，都为其创业和学习付出了更多心血。由于忙于创业，耽误了一些课程，学校了解他的特殊情况后，特事特办，按规定允许他部分课程缓考。班主任杜勇老师谈起自己的这个特殊学生，也连说：“我带过很多学生，但胡启立是其中最特别的，创业取得的成绩也较大。”他认为在现在大学生就业形势整体不太好的前提下，大学生自主创业，不仅解决了自己的就业问题，做得好的话还可以为别人提供岗位。“但要是能兼顾学业就更好了。”

## 案例 97： 陶立群

在绍兴市新建北路 5 号，有家“新天烘焙”蛋糕店，与其他蛋糕店有点不同，这家店不仅宽敞明亮，而且在店铺的一角摆放着一张圆桌、两张凳子，桌上还放着几本杂志，有点休闲吧的味道。这家与众不同的蛋糕店的主人，是位刚走出大学校门才两年的年轻人——浙江大学城市学院 2006 届毕业生陶立群。今年 25 岁的他，毕业后自主创业，现在已拥有 5 家蛋糕连锁店和一家加工厂，成为绍兴市里小有名气的创业青年，今年被评为绍兴市创业之星。

2006 年 6 月，陶立群从浙江大学城市学院工商管理专业毕业时，决定开个蛋糕店。他做出这个决定并不是盲目的——大学期间，他曾经经营过校内休闲吧、小餐厅，都做得不错。曾做过“元祖蛋糕”代理的他，对蛋糕市场有所了解，觉得能在这一行闯出一片天地。虽然父母极力反对，但陶立群认准了这条路，决意走下去。2006 年夏天，他白天顶着烈日逛绍兴市区大大小小的蛋糕店，看门道、想问题，晚上则躲在房间里查资料，了解市场行情。他还跑到杭州、上海等大城市做蛋糕市场的调查，搞可行性分析。陶立群的调查有不小的收获：绍兴当时只有“亚都”、“元祖”两家知名品牌蛋糕店，其余的都是本地小蛋糕店，中高档品牌蛋糕市场相对空缺，而且当时绍兴还没有一家蛋糕店的糕点是现卖现烤的。陶立群的创业梦想定位在打造本地中高档蛋糕品牌上。2 个多月后，当满满 9 页的《新天烘焙蛋糕店可行性策划书》放在父母面前时，陶立群的父母被感动了，他们拿出积蓄支持儿子创业。2006 年年底，第一家“新天烘焙蛋糕店”在绍兴

市新建北路5号正式开张，陶立群做起了小老板。他将店面分成两部分，前半部分是自选式的透明橱窗，便于顾客自行挑选；后半部分则用来加工糕点，现做现卖。

起早摸黑，对在创业之初的陶立群来说是常事。为节约成本，采购、运货等工作，陶立群都自己一个人做。优质的用料、独特的口味、有人情味的服务，赢得了消费者的喜爱。2007年5月、10月，陶立群先后开出第二、第三家连锁店。今年9月，又有两家新天烘焙店在绍兴市区开张。在鲁迅故里做讲解员的曹圣燕是新天烘焙店的忠实顾客，她说，“新天”不仅布置得有情调，并且糕点的品种多、口味好，所以经常买。谈及今后的打算时，陶立群说，他下一步要在蛋糕店的团队建设上下功夫，并且要不断改善店里的蛋糕品种以及销售服务，打响“新天”品牌，力争开出更多的连锁蛋糕店。

## 案例 97: 王族伟:创办生猪养殖场

### 一、基本情况

王族伟,男,旅游学院 2006 级导游与旅行社经营管理专科班学生,2009 年毕业。在谈到海口市秀英区永兴镇罗京村委会美杏村的生猪养殖场时,王族伟的脸上写着满足。可以看出,经历创业初期的种种困难后而取得的成果,显然美比雨后的彩虹般绚丽。面对着我们侃侃而谈的创业经历,王族伟总结其成长之路,可以归结为:创业在于平淡,成功在于漫长,成功的路上要耐得住寂寞。

### 二、创业过程

伴随着全国高校扩招的扩大化,全国各地拉开了一片欣欣向荣的求学篇章,全民综合素质得到了普遍的提高,大学毕业生随处可见,但随之而来的大学生就业问题面临着严峻考验,在这种严峻的就业形势下,触发了王族伟构思已久的创业想法。当时他还是一名在校的大二学生,带着刚刚萌芽的想法和目标回到老家与家人商量要开展生猪养殖业,刚开始受到家人的极力反对和外界人的讥讽、嘲笑,但是王族伟还是依然坚持自己的理想和目标,并充分分析目前大学生的就业形势和全面分析了生猪养殖的理论可行性,说服家人投入到创业队伍中来,以创业带动就业,一人致富可以带动全家、甚至可以带动全村。王族伟对创业的坚持不懈最终打动了家人,有了家人的支持,王族伟就有了更大的创业动力和创业资金,创业之路迈出了踏实的第一步。在王族伟的生猪养殖创业计划书里,把创业划分为三个步走,第一阶段为准备、实验阶段,第二阶段为发展阶段,第三阶段为生产发展、

深加工与销售阶段，并详细规划了各个阶段的发展蓝图，初步设想实现三个步骤需要十年的时间。

2007年11月王族伟正式开始创业（生猪养殖），在实现第一阶段过程中花一年多的时间（2007年11月——2009年3月）。在这至关重要的起步阶段里，完成了创业初始阶段必须要具备多项条件，如资金、技术、场地、原料、管理人员等。创业的启动资金主要来源于王族伟积攒多年的零花钱、压岁钱和上大学后打工积攒的钱，一共是四万元。带着初始的梦想和资金，他开始了一步步的摸索和操作，每天起早贪黑的投入到建设厂房和采购，经过一个多月的摸爬滚打，筹建了场房二十间，引进十头优质母猪，生猪养殖场规模存栏一百五十头，年出栏可达三百头左右。王族伟的生猪养殖场主要采取自给自足的方式发展生产，所谓的自给自足就是自己养母猪然后进行繁殖发展，母猪产仔主要供自己饲养，这样的饲养方式准确的说可以确保零损失，而母猪产仔一次一般在12头左右，从乳猪到商品猪出栏的饲养时间大概需要七个月的时间，超出七个月就会亏损。在这一年多的时间里，王族伟坚持每天都在养殖场做好养殖记录和生产日记，母猪、仔猪、种猪、肉猪、商品猪等不同的群体有不同的管理方式和喂养方式，做好猪的养殖记录，并投入大量精力在做好卫生防疫、消毒隔离、饲养人员的技术指导、饲料的调配、销售等一系列工作。功夫不负有心人，2009年4月由于生猪养殖场的繁殖速度在迅速增长，成效良好，原有的场房和设备、场地已经远远不能承载现有的发展规模，王族伟再次筹集、投入10万元的资金扩大养猪场规模和更新设备，使

之现有猪场规模，同时存栏量为 500 头，年出栏量为 1200 头左右，引进母猪的数量也不断的增加，由 2007 年开始时的 10 头增加到 100 头左右。以此同时顺利的完成了第二阶段发展。第二阶段的顺利发展是在第一阶段的基础上，无论是资金、技术、人员管理都走向了成熟，王族伟的养殖场初见成效。

从 2009 年 4 月的第二阶段发展至今有着向上发展趋势，商品猪的数量增加，优良品种和外来的技术也得到引进，最主要的是得到政府的扶持。王族伟计划用三年的时间充分把养殖场的现有规模发展好，为三年后的第三阶段的生产发展、深加工与销售奠定基础。

第三阶段主要以生产发展、深加工与销售为主导，实现产供销一体化的模式，在养猪场的基础上，成立一家屠宰场，进行深加工，争取往外地市场销售。同时王族伟多方研究对生猪养殖场的粪便利用，在政府的统筹扶持下，建成了沼气池，形成了良好的循环系统。

王族伟生猪养殖场从 2007 年至今共投入成本 16 万元整，现有存栏量为 480 多头（不含母猪），生猪养殖场的规模从原有 4 亩地扩大到现在 10 亩地，每头商品猪从出生到出栏需要 7 个月的时间，平均每头体重在 110 公斤左右，每头猪的成本为 800 到 1000 元左右，主要倾向于市场价格的波动及饲料价格波动，三年来共出栏生猪（商品猪）800 头左右，平均每头的利润在 300---500 之间波动。

### 三、总结与点评

创业在于平淡，成功在于漫长，成功路上要耐得住寂寞。这是几年来王族伟感悟最深的一句话。创业是一项充满挑战的事业，一个具



有创业愿望的大学生能否最终走上成功创业之路，与是否相信自己可以在激烈的挑战和竞争中胜出有着直接的关系。同时，创业也是一个不断探索的过程，在这个过程中可能会遇到挫折和失败，所以大学生是否自信、能否在挫折和失败中重新振作，对于创业能否成功至关重要。面对严峻的就业形势，大学生要转变观念，从实情出发，找准位置，要有坚强的毅力，在困难面前永不低头，克服眼高手低的思想。坚信：“一份耕耘，一份收获。认定了目标，持之以恒，就一定会成功。”在创业过程中要抛开面子的问题，要做到：“定位很重要，起点无所谓；坚持很重要，困难无所谓；发展很重要，大小无所谓；心态很重要，人言无所谓。”

要想创业成功，一是要善于学会学习，为人生处处都是学问，在学校要精于学业，勇于实践，在创业中更需要不断的学习和成长；二是要敢于创新，不断变化，始终走在社会变化的最前沿、行业的前列；三是要勇于承担责任，作一个有责任感、使命感的人。

## 案例 98: 王向东: 海口书香海韵旅行社的创始人

### 一、基本情况

王向东,男,海南大学旅游学院 2006 级市场营销,将于 2010 年 6 月毕业。

2009 年 5 月 15 日,是一个令我们难忘的日子,因为在这天,海南省首家大学生自主创业旅行社——海口书香海韵旅行社正式挂牌成立了,这也是旅游学院在校大学生的首个创业实例。在揭牌仪式上,海口市旅游局、海南大学、海口市旅行社协会以及海南大学旅游学院的多位领导以及部分媒体朋友都来参加了这次活动,并带来了他们的祝福以及期望。

### 二、创业过程

海口书香海韵旅行社是在学院、学校以及海南省旅游委、海口市旅游局的大力支持和帮扶下创业成立的。在旅行社成立之初,学校及学院领导和老师为旅行社出谋划策,多方引导,邀请共青团海南省委指导工作,并将旅行社批为大学生就业创业见习基地。在审批的过程中,也得到了各级旅游主管部门以及工商税务部门的大力支持,一路开绿灯,旅行社很快就注册到位了。

为了进一步帮助大学生创业,在办公场所和活动业务经营方面,学院为旅行社的成立创造了许多条件,解决了很多的问题。首先,学院为旅行社无偿提供了办公场地,使旅行社有了办公场所,在前期经费紧缺的情况下,学院向旅行社提供了部分的办公桌椅和电脑,办公条件大大提高。同时,学院院长和书记等领导高度重视,经常过问旅

行社运作，有什么困难，还有那些需要帮助的，并安排部分专业老师提供技术支持。其次，在业务开展方面，因为旅行社从总经理到各个部门的工作人员都是在校学生，在实际工作经验和工作开展范畴上有所欠缺，学院领导通过多方的努力，利用节假日和暑假期间在海南省的一家国际旅行社为总经理王向东同学争取了一个见习的机会，同时安排部分同学在专业老师的带领下学习实际性操作，让同学们学会很多业务方面的东西，还学到了很多企业管理方面的东西，并且对旅行社行业和旅游行业也有了更多更深的认识，为旅行社工作的开展提供更多的经验和技术支持。再者，旅行社的同学们在遇到困难的时候，都会来找学院的领导和老师，他们也会不厌其烦，在第一时间内帮同学们解决，有时甚至还会请他们的朋友来帮忙，保证了旅行社的良好运转和信息的沟通。

海口书香海韵旅行社作为大学生创业而成立的新生旅行社，地处大学校园内，在业务扩展和信息发布上成效一般，前期的业务并不是很多，跟着出现了资金周转困难的问题，旅行社遇到了成立以来最大的难题。海南省委卫留成书记知道这件事情后，及时委派共青团海南省委书记孙喆和海南省就业局林志向局长亲自来旅行社调研，在了解了我们的处境和困难后，为旅行社的发展献计献策，从大学生创业的角度提供业务技术支持，经过多方努力后，帮助旅行社获得了20万元的大学生创业贷款和3万元的创业基金，给海韵书香旅行社的持续发展注入了新的活力。2009年10月，学院争取到了举办第二届国际旅游岛论坛的机会，学院领导认为这是一个旅行社很好的锻炼机会，

让旅行社承担起礼仪接待、旅游安排等重要任务，提供了真枪实弹的实践机会。在第二届国际旅游岛论坛取得了良好成绩后，旅行社的同学们又协助学院成功举办了教育部工程类的年会，使得同学们信心倍长，能力大大提高，成长效果明显。经过两次高规格会议的历练，旅行社的员工们学到了很多有关会议接待方面的新知识，操作能力也大步提高，但也暴露出了许多的不足和缺陷。这让我们是清楚的看到大学生创业的优势和劣势，使得我们对以后支持帮助大学生创业发展有了一个重新定位。

### 三、总结与点评

半年的时间过去了，回顾旅行社这段创业的岁月，伴随着旅行社的同学们有笑声，也有泪水，有惊喜，也有失落。总结这一年旅行社成长的经验，可以看出，大学生创业必须紧紧围绕着国家的政策，结合学院专业教育，认清行业的前景，选择优势创业项目，充分发挥专业教师和相关人员专业优势，启发同学们的创业能力和热情，把创业和大学生社会实践结合起来，不断推进大学生创业工作。

大学生创业需要社会各界的支持，本案中学校给予较多的帮助和引导，创业资金还得益于国家对大学生创业政策及省相关部门对政策的落实。

## 案例 98: 章勇: 财富就在身边 行动成就梦想

### 一、基本情况

章勇是原华南热带农业大学园艺学院 2002 级的学生, 2006 年毕业。现在是海口城市星空通讯器材有限公司总经理, 也是一家手机连锁销售企业“海南手机之家”的老板, 还拥有自己的商业网址“www.0898sj.com”。在海口明珠广场四楼的创新通讯城, 他创办的“海南手机之家”占地 160 平方米, 下分销售部、维修部、美容部、网络部、技术支持部及深圳办事处, 拥有员工 35 人, 去年他的销售额为 600 多万元, 现在每个月的销售额都在 100 万元以上, 预计今年的销售额能突破 1500 万元。章勇说虽然只经过短短两年的发展, 自己的事业就取得了不小的成绩, 可他并不满意, 眼下他又在筹划新的发展。

章勇的老家在福建龙岩市, 由于上大学才来到海南, 因为家里一直是做生意的, 所以章勇从小就想成为一名生意人。大学毕业后, 他没有考虑去找工作, 而是毅然踏上了创业的路。之所以从事手机销售这个行业, 章勇说是由于一次上网, 发现了其中的商机。

### 二、创业过程

2005 年, 章勇还是一个大三的学生, 一个比较偶然的的机会, 他去学校所在地儋州市发现那边的手机价格很贵, 然后发现手机报价和市场上的报价差别很大, 因为他一直都知道, 做生意无非就是从差价中赚取利润, 所以他觉得应该会有很大的空间。

章勇当时选择校园作为自己的销售市场, 一方面是他本身是学

生，对于学生的需求很了解，事实也证明学校里面人口集中，市场潜力大，随着社会发展，大学里将会人手一部手机，还有一个重要原因就是儋州市场上的手机价格，比他从深圳代理商联系到的价格高出许多，有了市场优势和价格优势，他便开始卖起了手机。起初，没有太多资金，章勇第一次进货只拿了两部手机，在熟人中兜售。虽然只有仅仅两部手机，章勇卖的也并不轻松。

刚开始不是特别理想，尤其是对客户提出的专业问题没有掌握，前期都是特别艰难的，没有一个客户，没有一个口碑，你跟别人说你在卖手机，别人以为你在开玩笑。两部手机都卖的这么困难，章勇开始采取一些策略，他在校园里张贴海报，发传单，托自己的熟人朋友宣传，再加上自己的手机价格上的优势，很快便打开了销路，并且积累一点的口碑和客户，通过买家和熟人的介绍，章勇每个月都能卖出十几部手机，手上积累了一些资金，接下来章勇就有了一个开店的想法，但是觉得开店的投入太大，就考虑到租别人店面里的柜台，后来找到了学校移动营业厅里空着的两节柜台，由于借助了移动在学生中良好的品牌形象度，章勇的手机卖的更好了。

开店第一天销售业绩非常好，卖了5台，觉得开店刚开始已经很不错。好景不长，就在大学开学新生入校，手机销售的旺季，移动、联通这些通信运营商也在校园内展开了促销活动，学生购买它们的手机可以多获得几百元的话费预存款，而章勇的手机没有这些优惠，销售上受到了很大的冲击。当时他真的非常着急，这样怎么行，刚开学肯定是市场非常大的时候，然后他就一直想，后来想出一个很好的点

子，购买移动的套机，把它们的优惠政策套到销售的手机上卖，移动的活动过后，再把套过来的手机单独去销售，从而赢得双赢，两边我都获得利润。

随着经营的不断稳定，生意越做越好，章勇想开展一些活动来促销，可是在人家的店面里就要被人家管，开展活动受到制约，章勇便想建立自己独立的店面，经过一番努力，用比较低廉的成本，章勇的第一家店面“海南手机之家”开张了。拥有了属于自己店面，可以自由的开展促销活动，销售上有了很大促进。此时，华南热带农业大学的校园市场已经做的相当成熟，每月的利润都能达到上万元，章勇又有了一个新的想法，他要进入海口市场。2005年12月，章勇在海南创新通讯城租了两平方米的柜台，迈出了向海口市场进军的第一步，可是刚迈出了第一步就遇到当头一棒。

并没有想象中的那么顺利，海口毕竟是个省会城市，它的价格都是比较低的，竞争大导致价格低，进而导致我们的价格优势变小，也进而导致销售量的下滑。到海口之后，没有熟人、没有朋友、没有老客户、没有价格优势，章勇碰到了前所未有的困难。就在这个时候，网站

帮了他很大的忙，通过“海南手机之家”这个网站的宣传，在店面之外，他们提前在网上通过QQ和电话跟顾客沟通交流推销产品，吸引一些了顾客的注意，开始有了一些生意，可是另一个难题又接踵而来，由于以前在儋州做的是学生的生意，产品大多是中低端手机，对资金的需求不大，而现在进入海口市场面对的顾客群体扩大了，手

机也在向中高端市场转型，再加上要同时维持儋州、海口两家店，章勇在资金上出现了严重短缺。

资金上的短缺严重影响了销售，顾客要买的产品你没有，生意就会不断流失，此时的章勇一筹莫展。一个朋友的出现，让局面产生了变化，当时一个朋友答应给章勇融资，章勇出让了部分股权度过了资金难关，销售业绩稳中有升，原来的两平方米柜台已经扩展成40平米的店面，经过精心装修，形象提升了很多，可是让章勇感到困惑的是，投入在不断增加，销售额却并没增加多少。认真分析市场之后章勇发现其中的原因是服务和技术支持上没有跟上去，由此他又找到了一个新的盈利点。

到深圳去买了一批维修仪器，来提供技术支撑。这时候，销售是跟上去了，而且有些不在店里买手机的客户也到我们这维修手机，因为很多机器只有我们这能够维修。然后，有一个月，维修这一块有很大利润，后来，就意识到维修这一块是一个很大的利润空间。

由于投入了专业的手机维修设备和维修人员，大大促进了手机的销售，每个月的利润有三分之一来自手机维修，因此打算再投入一些资金和人力进一步拓展手机维修市场的利润空间。为了加长产业链，章勇把手机销售延伸到了手机美容，他派遣人员去内地学习专业手机美容技术，把手机美容作为一个新的利润增长点，章勇的店不仅卖手机、修手机，还专门为手机提供贴膜、加香、抛光、喷漆等个性化服务。把手机和手机美容捆绑销售，客户买一部手机，就能获得一张手机美容券，盈利模式逐渐成熟。伴随着艰辛和汗水，章勇的生意越做



越大，现在他已经代理了五个品牌手机的销售和维修。“海南手机之家”的经营面积在明珠四楼已经有两个专卖店了，两个门店每个月的销售额都在 100 万元以上。

转眼到了 2009 年，2009 年对海南手机之家来说是非常重要的一年也是很重要的转折点。手机行业经过这几年的发展，虽然客户数量越来越庞大，终端样式也是百花齐放，但是海口手机市场的商家基本都是粗粗犷似经营，很多都是家庭经营，这样也必然导致很难做大。章勇的公司也遇到了这样的瓶颈，2009 年公司业绩的下滑、员工的离职、员工积极性不高、品牌号召力下降、产品趋于同质化和缺乏竞争力等问题接踵而至，章勇是个好学的年轻人，这一次他意识到必须要对公司进行全方位的调整和思路的重新整理。在跟很多朋友交流后，第一次他将公司作为企业的概念来经营，他说不管什么行业，一个公司要成功运营必须像做企业一样，从企业的制度，员工的管理到产品的竞争力等都要做规范和创新。于是，章勇在公司创建了一套公司的管理制度和具有竞争力的员工绩效制度，员工的积极性大大提高了，每个员工都感觉自己的努力是在与公司一起发展，与此同时公司的深圳办事处也在加大力度和供应商合作，在货源这块很下功夫，产品品种多了，价格便宜了，有竞争力了，可想而知，海南手机之家越来越受大家欢迎了。当然有了这些，章勇还敏锐的意识到这是个网络和信息化的时代，2009 年章勇对公司的网站([www.0898sj.net](http://www.0898sj.net))进行了改造，加大力度对公司手机网站的宣传并丰富了客户购物的体验方式，章勇的目标是打造公司的网站为本岛专业的手机商务电子模式，

现在越来越多的客户通过海南手机之家的网站体验购物新模式。

2010年，章勇整合这么多年的资源，打算在原有的三家专卖店基础上再扩展几家专卖店，因为他认为公司的整套制度和模式都经营成熟，现在是关键的扩展期了，与此同时，2010年章勇打算进入手机批发行业，这样一来货源广了，模式成熟了，客户认可度更高了，章勇这个年轻的福建小伙子对2010年充满了期待。

章勇说，虽然事业取得了不小的进展，可是卖手机并不是他事业的全部，他想去深圳谋求更大的发展，在三十岁之前能做成一件事情，不管是大事还是小事，在二十多岁能在海口把手机这个项目做成，也算是做成了一件事情，深圳是他很向往的一个地方，因为想再去深圳开创事业。

### 三、总结与点评

财富就在身边，行动成就梦想。如果你想创业，哪怕是再平常的行业，只要你敢于行动，敢于用行动证明你的想法，再不起眼的项目也能做的有声有色。章勇，一个大学刚毕业的学生，既没有雄厚的资金，也没有丰富的市场经验，从两部手机起家，也能发展成年销售额数百万元的销售企业。我想他的创业经验或许是值得您借鉴的。

## 案例 99： 戴桂平：走在半导体激光器耦合技术的前沿

### 一、基本情况

戴桂平，男，2002 级电气专业，2006 年考入深圳大学信息工程学院通信与信息系统专业攻读研究生。2009 年凭着“半导体激光器光纤耦合及相关产品”项目，一举击败众多竞争对手，获得创新南山 2009 “创业之星”大赛初始项目组的冠军。在这之前，此项产品技术由美国和日本掌握，戴桂平是掌握这项技术的中国第一人。

### 二、创业过程：一波三折的创业之路

2009 年 7 月，戴桂平成功注册深圳市肯炫科技有限公司，专业致力于透镜光纤产品和半导体激光器与光纤耦合封装研发、生产和销售。产品主要包括：各类透镜光纤、金属化光纤组件、医疗光纤、能量光纤、高能 SMA905 跳线、高能三菱跳线、多种功率和波长的光纤耦合输出半导体激光器等，目前的客户有包括加拿大、西班牙、新加坡等各个国家和地区。2009 年 9 月，参加中国国际光电博览会，取得较好的效果。

戴桂平表示，目前国内除了他的公司，只有一家合资企业生产相关产品，而且技术属于美国。他的目标是提高国内半导体激光器的研究水平，打破国外企业对光纤输出大功率半导体激光器的垄断，生产出大功率、高稳定性的各波段激光器，解决我国各个领域特别是军事领域对国外企业产品的依赖，突破高精密透镜光纤组件的生产技术，降低半导体激光器的生产成本，提高产品质量，从而拉动半导体激光器产业以及相关产业的发展。

戴桂平本科阶段就读于海南大学（原华南热带农业大学）电气工程及其自动化专业，研究生阶段就读于深圳大学，主攻智能信息处理及精密光通信器件，期间作为交换生前往日本静冈大学学习，主攻方向仍为光通信器件。扎实的专业基础和对创新浓厚的兴趣使得戴桂平技术创业的念头异常坚定。

其实，大学本科时期的戴桂平内心早已商潮涌动，毕业那一年，刚过完春节，戴桂平到深圳一家光电企业从事光纤跳线生产设备的研发，虽然公司因为各种原因倒闭了，但他已掌握了相应的技术，他相信自己有一天也可以做自己的企业。对于一个刚从大学毕业出来没有太多商场经历的人来说，市场需求和公司管理以及启动资金都是未知数，亲人对创业都抱否定和质疑的态度，要他专心于学业。但是戴桂平还是坚定地选择了迎难而上。

2006年10月，研究生入学不到一个月的戴桂平，两手空空却满怀激情地协同三位初中同学成立了深圳市畅翔光科技有限公司，资金来源由其三人负责并分别占有股份，主营光纤跳线以及能量传导光纤跳线生产设备，由于其他合作者对于技术了解不多，在校学习的戴桂平全面负责技术、市场开发以及公司管理。创业之初，他要加班工作，还要兼顾学业，为了省钱，吃的是方便面，身体暴瘦了30多斤。

“我一直暗示自己，坚持坚持再坚持！”在他的努力下，公司在短短三年的成长与发展当中取得了长足的发展，也取得了一定的经济效应和社会效应。为了谋求更大的发展空间，该公司于2008年7月成立了香港公司，主要用于国际贸易，其客户遍布世界，正是这段时间丰

富的实践，让戴桂平积累了不少公司运营经验，也为日后的再创业奠定了坚实的基础。

2007年3月，戴桂平第一次接触到了斜面透镜光纤，从此开始了对透镜光纤的研究。

一次，戴桂平发现半导体绿激光的医疗设备要价500万元，国内却无法生产，而其核心技术就在于稳定的大功率半导体激光器。他打算自己动手打造核心部件，动力就是要试图打破国外垄断，用更加廉价的“光”照耀中国。

因为与畅翔光科技有限公司的合伙人协议在先，加上对公司将来的发展方向已产生分歧，戴桂平于2009年7月研究生毕业之际离开公司，然而，他却并没有就此放弃自己的创业梦想。这时，资金短缺，技术人员缺乏。所幸，戴桂平得到深圳大学学生创业园的支持，免费提供场地和5万元的启动资金。

为寻求社会的认可和企业的关注，戴桂平就以“半导体激光器光纤耦合及相关产品”项目参加创新南山2009“创业之星”大赛，并一举击败众多竞争对手，获得初始项目组冠军。在参赛的过程中，以透镜光纤组件以及大功率半导体激光器耦合为出发点，成立了深圳市肯炫科技有限公司，成就了自己的第二次创业，同时也是一次真正意义上的创业。但是公司的股东只有戴桂平一人，加上生产人员及办公室员工，公司的总人数也不超过10人，生产车间就是几间农民房，创业初期困难重重。

首先，跨学科设计。作为一个学通信的人来说，戴桂平对于机械

设计领域不熟悉，必须从头开始。有时候要为一个问题翻阅数门学科的资料，“那段时间，我每晚熬夜看几十篇学术论文，拖着伤痛的躯干入睡。终于通过无数次的实验，将透镜光纤所有生产设备设计完成，并交付加工厂加工完成。”

其次，资金紧缺。激光器行业在国内还处于初级阶段，很多检测设备必须从国外购买，有一次客户要求必须买到某种检测设备，做出专业的检测报告才有可能接受他们的产品，而单这一设备售价就是九万多美金，这是戴桂平望尘莫及的数字。于是只能开始寻找其他的解决办法，几经辗转，终于在一个有资质的研究所获得了产品的检验报告。

第三，办公条件简陋。公司还没有成立之时，厂房是在深圳大学学生创业园当中三间不到 50 平米的农民房。有一个国际性公司在产品验证之后，提出要考察戴桂平的公司，那种难以言表的心情让他至今难忘。戴桂平决定出动出击，去了那家公司和技术总监谈了快一个下午时间，最后承诺货款周期为三个月，如果在这三个月当中出现任何产品质量和交货期的问题，他们随时都有可能进行新一轮考查。

戴桂平就是依靠自己的智慧和不懈努力，克服种种困难，慢慢地将公司的运营拉入正轨。通过在“创业之星”大赛折桂，“半导体激光器光纤耦合及相关产品”项目慢慢引起足够的关注，目前吸引了 8 家知名风投公司前来接触，公司向新的高度发展指日可待。

三、总结与点评： 成功属于目标明确，敢于创新的人

据了解，光纤输出大功率半导体激光器（laser diode，简称 LD）

具有体积小、重量轻、寿命长、电光转换效率高、可直接调制等优点，目前在信息、能源、医疗、材料、娱乐等诸多领域都得到了越来越广泛的应用，而当前产品技术主要掌握在美国和日本，其售价非常昂贵，特别是国内企业在购买的时候非常困难，有些产品还对华禁售。因此，市场巨大。戴桂平创业之路是成功的，成功之处体现在他独到的眼光，明确的目标，吃苦耐劳的精神，敢于挑战的勇气，干大事业的志气和发展潜力十足的公司前景。

戴桂平的创业设想并不像普通年轻人那样富于激情而失于盲目，而是经过了对自身优劣势、项目可行性、技术壁垒、市场需求和前景等各种主客观因素进行慎重分析之后确定的。在半导体激光器存在技术垄断的前提下，他能善于学习，敢于创新，不迷信权威，才能自主设计验证并开发生产出属于自己的产品。更难能可贵的是，他行事具备吃苦耐劳的精神，敢于实践，而非书生意气，纸上谈兵，为了积累管理企业的经验，在畅翔光科技劳资分配严重失衡的前提下，仍能尽心尽力，使公司取得长足发展。他敢于挑战，在技术被人质疑时，参加创业大赛，参加光电博会，与风投公司接触，开拓海外市场，思路清晰，稳扎稳打。他自信十足，雄心万丈，敢于向社会宣称自己“走在半导体激光器耦合技术的前沿”，怀抱打破国外垄断，力将使公司成为全国乃至全球最大的透镜光纤产品和光纤耦合输出半导体激光器的专业生产基地的伟大梦想。

戴桂平知道一步一个脚印，公司发展需要一个过程，欲速则不达。从技术创业到管理公司，他的观念也逐步发生了改变，个人的力量毕

竟有限，他“将技术转移到可以信赖的团队，通过他们创造更多财富，逐步实现公司的发展目标”。



案例 100: 陈建明: 独资创办公司不到一年销售额超百万

### 一、基本情况

陈建明, 男, 福建省福安市人, 海南大学经济与管理学院市场营销 2002 级学生, 2006 年 7 月毕业。

创业公司地址位于海口市金龙路 18 号温州大厦 18 楼 17A08。

创业语录: 把每一件平凡的事做好就是不平凡。

2009 年 4 月, 陈建明个人独自创办了海南丝韵礼品有限公司, 专门从事礼品业务。该公司为海南礼品市场首家策划型礼品公司, 为商家提供各种商务礼品、会议礼品、促销礼品、挂历、台历、海南特色工艺品的定做、团购、批发业务, 是一家集创意、策划、设计制作、生产、销售代理于一体的综合性礼品公司, 公司现有员工 8 人, 2009 年 4—12 月, 销售额实现 120 万。

### 二、创业过程 1 学校里赚取第一桶金

2002 年, 陈建明就读于海南大学(原华南热带农业大学)市场营销专业, 在大二的时候, 他抓住一个重要商机。陈建明发现位于儋州宝岛新村的学校离市区比较远, 同学们购买电子产品十分不方便, 英语四六级学习考试所需要的学习工具英汉电子辞典受到在校生的欢迎, 于是他萌生了在学校内开设电子辞典商铺的想法。于是他先筹集几千元作为启动资金, 在学校商贸区租个铺面, 然后进行市场调查, 观察哪些品牌好销, 了解不同的品牌差异, 确定自己想做的品牌后, 跑到 150 公里之外的海口一个省级代理商那里代理到了全国两大知

名品牌的电子辞典。

在经营的过程中，陈建明充分运用所学的市场营销知识进行促销活动。商铺开起来后，生意比较顺利，也引来一些在校生的“眼红”，他们看到陈建明生意好，也纷纷开起卖英汉电子辞典的商铺。眼看同行增多，销量下降，陈建明想出了办法，对每一位来店购买的同学进行资料登记，如果有人通过了英语四六级，凭成绩单将能在他的店面获得一二百元的助学金；如果有人过生日，当天会获得他赠送的贺卡与祝福语。在他“人性化”的促销攻势下，使得代理其中一个品牌创造了980台的月销量，而且成为了该品牌在海南代理商中的冠军。在校的锻炼不仅为陈建明赚得财富的第一桶金，也为他后来创业获得经验上的“第一桶金”。

### 3. 发现商机 调查市场

陈建明来自一个福建商人家庭，从小受到商业氛围的熏陶，在大学就读的又是市场营销专业，造就了陈建明具有非常敏锐的市场嗅觉。陈建明在大学期间销售过程中就发现，海南的礼品市场空间很大、很有潜力，他觉得毕业后可以从事这个行业，并把这个行业做大做强。于是在校时，他利用暑假的时间到浙江、广东等地礼品厂商聚集地考察，同时走访海口、三亚等地调查礼品市场状况。通过几次考察，陈建明更加坚信了自己今后的发展方向——在海南开发礼品市场。“礼品行业在这些地方已经做得很成熟，而在海南，这个行业还在刚刚起步的阶段” 陈建明说。

### 4. 筹备创业 “潜伏” 打工

筹备创业对于陈建明来说并不简单，首先让他头疼的事情是对礼品采购、成本控制、市场运作、客源开发一点都不熟悉。陈建明说“要把一件产品推销出去，自己就一定了解它，热爱它，如果客户问你，你还一问三不知，客户怎么能信任你？”。为此，陈建明有自己的想法，准备从基层做起，“潜伏”到礼品公司做一年，了解礼品公司的运作。

毕业后，陈建明先到了海口一家礼品印刷厂打工，工资只有每月800元。当时很多同班同学都不能理解他的这种行为，同学聚会时就开玩笑说你这个“学生老板”怎么会给一个小厂打工了，拿这么低的工资。但陈建明只是笑笑，不做回答，他知道这是为了创业积累丰富的经验。

#### 4. 实施创业 创办公司

在礼品印刷公司打工的近一年时间里，陈建明摸清了礼品的生产制作、加工流程、材料成本，更主要的还认识了不少供货商。陈建明觉得“锻炼”目标达到了，2007年7月从礼品印刷厂辞职。但他认为，毕业才一年，创业资金不足，社会资源稀缺，经验还不够丰富，为了稳妥些，决定和朋友合伙成立海南尚品文化传播有限公司。通过一年努力，2008年，尚品公司销售额突破100万元，其中陈建明的销售额占60%。这时候，陈建明觉得可以自己做了，在2009年4月，离校不到3年的陈建明独资成立了海南丝韵礼品有限公司，开始专业从事礼品业务。

陈建明决心在礼品市场做出自己的品牌，把这个市场的潜力挖

深，把礼品的内涵做透。他说：“拿促销礼品来讲，我们往往会把他看成是一种产品的附属品。但是，它其实更是一种产品的增值品。同样的产品，顾客会因为礼品的缘故选择了这一种，甚至有人是为了礼品而购买了产品。”因此，他提供给客户的礼品一定要做到精心设计，并且质量完全保证，按时按质交货，获得客户的长期依赖。陈建明在给企业做商务礼品的时候，会根据企业具体的经营做相应的礼品策划方案，精益求精为企业提供打造和企业融为一体的礼品，从而和客户形成长期的合作关系。

到2009年12月，仅八个月时间，陈建明创业的礼品公司实现销售额120万，员工也达到了8人，形成一批稳定的客户群，和很多大型企业成了长期合作伙伴，比如：中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国农业发展银行、椰树集团、中海油、苏宁电器、东风日产、通用汽车、天津一汽等。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。陈建明很自豪的一件事，就是自己创办公司，没向家里要一分钱，都是自己闯出来的。他认为，公司运作才刚刚开始，取得成绩也只是一点，他的长远目标是要把公司做成海南礼品的旗舰企业。

#### 四、总结与点评

陈建明具有较好的创业基础，即出生在商人家庭，从小受到家人的影响，具备敏锐的商业嗅觉，为他创业打下良好的基础，而他学习的营销专业更为他的销售技能增加了动力。大学第一桶金的赚取也增加了他的信心。

从陈建明的经历来看，创业成功主要有三点，一是创业不是一蹴而就，而是一个长期积累，精密策划的过程；二是在创业前，项目的确定是非常关键的，需找到一个新颖的，市场中没有或才起步的项目，这样才能避开激烈的市场竞争，创造出“奇兵”的效果，创业也就比较容易成功；三是创业不能光凭勇气和蛮力，需要知识武装头脑，智慧装点机敏，还需要有灵敏的市场嗅觉，这样才能起到“四两拨千斤”的效果。

## 案例 101： 万太丹：DYYID 女子良品店（连锁）

### 一、基本情况

万太丹，女，海南儋州人，海南大学经济与管理学院工商管理本科 2006 级学生，现为在校学生，将于 2010 年 7 月毕业。

该生于 2009 年开始创业，创业项目是经营服装店，并已经在海口拥有一个服装品牌（DYYID）的三家连锁店面，店面地址分别在海口市解放西路好百利商场二楼 B18 号、海口市得胜沙路多宝利商场 B1 号、海口市得胜沙路富聚隆商场 9 号。

### 二、创业过程

#### 1. 资金预算

因为启动资金有限，考虑先租一个 10 平方米的店面，减少资金的投入。具体预算如下：转租一个店面的转租金为 7000、每个月的租金 3500、押金为 2 个月租金，合计 1.75 万元。装修 2300 元，首批调货 1.2 万元，共计 3.18 万元。

#### 2. 选址

经营时尚女装就必须在潮流服装一条街，只有这样，客流量较大，才有商业氛围。客流量较大的地段有：①城镇的商业中心（即我们通常所说的“闹市区”）；②车站附近（包括火车站、长途汽车站、客运轮渡码头、公共汽车的起点和终点站）；③医院门口（以带有住院部的

大型医院为佳)；④学校门口；⑤人气旺盛的旅游景点；⑥大型批发市场门口。

海口解放西路商业街最终成了万太丹创业的首选地点。

### 3. 商品定位

经营一家综合店，适合当地情况，因人们特别是年轻人对时尚物质需求范围较广。涵盖服装、饰品、包包、鞋子、香水等。产品首批调货 1.2 万元(3 个档次，其中主要中高档占 65%，补充中档占 30%，特价品、服装配饰占 5%)。

### 4. 店面装修

有一个好的地理位置，还要有一个别致的装修，既要简约大方，又要时尚潮流。为了要达到全方位要求，装潢效果如下：

A、门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己衣服的档次，影响到顾客的购买欲！当然鉴于是初次创业，刚开始简装为宜。

B、灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是像快要倒闭的。晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球。灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光（也就是平时所看见的白色灯光）店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯（平时看见的射灯之类的黄色光）能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要俱备，不然

店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的。万太丹的第一家店面装潢一共花了 5000 元。

## 5. 经营

A、进货：要知道进货的地点、各批发市场的价格水平和面对的客户群，还要了解小店对客户群的喜好、身材特点，更重要的是要会淘货，要练就一双选货的火眼金睛。服装进货要适销、适量，简称“双适”，是经商者必须把握的关键一条。

B、促销：服装店的经营旺季为每年 5 至 8 月和 10 月至次年的春节，利润一般在 30%至 120%之间。刚上市的新款流行服装利润最高，可达 200%，随着流行季节的过去，服装价格也逐步降低，到季节末尾，利润只有 10%至 20%，甚至保本销售，以便回笼资金。服务态度要好，作为销售服务行业，客户图的就是买个开心，顾客就是上帝，我们要以最好的态度留住每一位客户。还要配合一些促销手段，比如，情人节：在店面挂上引人注目广告布条，广告主题：“情人节送什么欧娜达内衣紧紧吸引您的最爱”，购物并送巧克力，在逛街引起轰动，有不少人把此广告词作为口头禅。为了增加购物的乐趣，本店出台购物抽奖：购满 100 元可参加购物抽奖，奖金为价值 5-100 元的购物券，此活动的推出，让本店的销售增长 20%以上。清理库存：A、对滞销品进行打折，5-8 折，B、“买一送一”，买服装送配饰。长期赠送：购满 88 元，送精美化妆镜一个(自行购买，印上店名和电话，对店的宣传效果明显)。

## 三、总结与点评



根据以上的经营模式，经过 2 个月的销售，万太丹基本收回投资成本。就这样，万太丹把自己赚回的本金买下了其他人的股份，又顺利的开了 2 家连锁店。总结万太丹的创业经历，创业者需要做到以下几点：

1、要进行自我评价。

了解自己才能找到适合自己的创业项目。万太丹性格外向，在校曾担任学生会干部，组织协调能力较强，为她创业打下坚实的基础。

2、要对启动资金做详细的规划。根据自身的财力来“量体裁衣”。做为大学生创业，因经验欠缺以及启动资金有限，选择资金量比较小的项目最适合。

3、要充分进行市场调查。创业不能光凭热情，而要理性创业，了解市场行情，根据市场需求来实施创业，才能“有的放矢”、“百战不殆”。

4、要充分了解行业要求。比如本案例中，要知道如何进货、进多少货；要知道如何利用各种节假日进行促销，注意保持和顾客的关系，建立双方的互信，留住“回头客”等等。

5、创业者除了要有大气，还要有细微之处，如本案例的主人体现出女性的细微之处，从选址到进货，再到装修、经营、每个细节都得到较好的优化，能够在竞争对手中站住脚，并不断发现壮大。

案例 102: 陈志文: 海南天地科技有限公司的创始人

### 一、基本情况

陈志文, 男, 海南大学园艺园林学院海甸校区 2004 级园艺专业学生, 2008 年毕业。现公司名称为海南天地科技有限公司, 地址为海口市人民大道 53 号国际大厦南 404 室。

该同学自 2004 年入学以后, 经院团委招聘选拔, 进入学院宣传部工作, 成为一名团委干事。在担任团委干事期间, 陈志文同学不但做好了本职工作, 而且主动提出帮助外联部工作。在老干部的带领下, 该同学开始外出为学院活动拉赞助, 与经销商合作做促销活动, 外联工作进行得有声有色。在这段时间里, 该同学的组织协调能力和开拓创新意识得到了很好的锻炼和提升, 并对基本的商业模式有了初步的认识。在团委工作一年后, 由于该同学在外联方面表现出一定优势, 被任命为团委公共关系部部长, 负责团委日常对外联络工作。

### 二、创业过程

人们都说, 机会总是偏爱有准备的人。2005 年 5 月, 南昌强生生物有限公司设立海南办事处, 并在校园招聘兼职业务代表, 做生物学试剂销售。陈志文和几个同学一起报了名, 并开始了新的奔波。凭借着外联工作的基础, 凭借着勤奋与执着, 陈志文的销售业绩一直在

同时进入公司的同学当中遥遥领先，并很快被任命为该公司的首席业务代表，尽管那时候该同学还只是一名大二的学生。

但是，陈志文的视野看得更高也更远，他并没有满足于首席业务代表的职务，在了解公司运营模式后，凭借着积累起来的一点人脉，开始摸索自己的创业之路。2006年3月，陈志文辞去南昌强生生物有限公司海南办事处首席业务代表职务，找来一名合作伙伴陈江（陈志文当时的师弟），共同成立了海口美兰天生化试剂经营部。陈志文的家庭并不富裕，营业部成立之初，总共启动资金不到五万元，还都是通过他与陈江两个人找亲戚朋友一点一滴凑到的，营业部的全体工作人员也只有三人，经营的业务范围仅限于生物学试剂和耗材。虽然创业的风险和困难摆在面前，他们依然坚持自己的梦想。一个小小的团队，犹如刚会走路的孩童，蹒跚行进，没有怕摔跤，而是对长大充满渴望。后来陈志文回校给师弟师妹们做创业报告时回忆说：“当时没想过其他的事，只是觉得，既然决定做了，就要好好做下去。”凭借着先前工作打下的基础和三人团队的日夜拼搏，小小的营业部在经历了短暂的艰难维持之后，销售业绩在刚刚足以支撑日常开销的基础上开始逐步增长。两个月后，三个人凑在一起，举行了一个庆功会，庆祝得到创业以来的第一笔可观的收入。公司的业务量在接下来的日子开始不断增长，随之而来的是资金需求量的不断增加。创业之初那五万块钱已经远远不能满足他们的需求，这个问题如果得不到解决，将会成为营业部发展不可逾越的瓶颈。他们开始广泛地寻找资金来源。也许是年轻人的创业热情与执着感动了别人，也许是营业部良好

的发展势态坚定了别人对他们的信心，就在他们为筹集资金忙碌奔走的时候，一个客户（中国热带农业科学院博士、研究员）同意无偿借给他们 20 万，用以帮助他们逐步扩大经营。这 20 万资金的注入使营业部的运营如鱼得水，施展的空间进一步加大了。在不到一年的时间里，2006 年的营业额已经达到 100 万余元。

2007 年是一个丰收年，陈志文的营业部继续扩大规模，拓展客户市场，营业额在 2006 年的基础上翻了 3 翻；为了进一步扩大市场和进军政府采购领域，2007 年 11 月，海南天地科技有限公司正式注册成立了，同时，陈志文在自己的名片上印上了“总经理”三个字。2008 年，是 2004 级大学生的毕业年，当陈志文的同学们拿着毕业简历四处投递的时候，他已经把自己公司的招聘广告挂在校园招聘会上，并抱着一大堆求职简历逐个揣摩起来。大学毕业后，陈志文开始把全部的时间与精力都投入到事业当中，尝试参与政府采购竞标，不仅公司的业绩再上了一个台阶，经营范围也进一步扩大，涵盖了科教仪器设备、工业仪器设备、生物试剂耗材、生化试剂耗材以及医药化工试剂耗材等，市场领域由原先的科研院所逐步渗透到高校、农业系统、海洋渔业系统、公安系统、进出口检验检疫系统、医疗系统等部门。至此，公司的经营范围和市场定位已经基本形成。

目前，海南天地科技有限公司共有在职人员 12 人，8 人毕业于海南大学，全部本科以上学历，其中硕士 1 人，博士 1 人。虽然目前海南同行业者有 100 余家，但海南天地科技有限公司的营业额稳稳排在前 10 名。“2010 年，我们的目标是争取进入海南同行前 5 名！”

在谈及公司新年发展规划的时候，陈志文踌躇满志地说。

### 三、总结与点评

陈志文同学从一名学生干部到公司老板的创业之路，看似偶然，但其中也包含着很多必然。可以说，早期学生干部的经历，培养和锻炼了陈志文的组织、协调、判断能力以及社会交往能力，而后来的兼职工作，为他的创业奠定了社会基础。总结陈志文创业的案例，其成功的关键在于以下几点：

首先，拥有良好的创业团队。创业前必须慎重，选择良好的合作伙伴，选择组建优质的团队至关重要。时至今日的海南天地科技有限公司，创业初期的几个人都一直没有离开过团队，他们把目光放得更长远，开始逐渐引进博士、硕士等高学历高科技的人才。

其次，要有一定数量的创业资金。创业资金曾经是陈志文团队发展的瓶颈，不但要考虑到前期的启动资金，也要考虑团队业务发展所必须的后续投入。

第三，选对项目。俗话说男怕入错行，女怕嫁错郎，选择一个自己熟悉的并且有发展前景的项目是陈志文团队成功的关键。切不可盲目听从别人的介绍与劝导，在不熟悉行业内部情况的前提下盲目投入。

最后，拥有良好的人脉关系。这是保证团队能够在成立之初就能够打开局面的关键。当然，百分之九十九的人脉关系都不是与生俱来的，关键是后期的交流与交往。如果没有现成的人脉关系，就必须要有很强的社交能力。这样才能够迅速建立并不断扩大人脉关系网络。

### 案例 103： 高燃

中文名： 高燃

国籍： 中国

民族： 汉族

出生地： 湖南

出生日期： 1981 年

职业： 中国娱乐网 CEO

毕业院校： 清华大学新闻系本科

主要成就： 2004 年创业 MySee 创始人

曾任职务： MySee 总裁

创业致富成功案例---个人经历

2005 年 2 月，高燃遇到了当年的清华同学邓迪，两个人合并了公司 12 个月后融进了 1000 万美元的风险投资（实际只有 30 万）MySee 创始人，2006 年 11 月辞去 MySee 总裁职位。

或者可以预见，高燃将是最成功的 80 后之一，他的 P2P 商业模式，被认为将来市盈率可能超过 Google 公司，公司的 P2P 流媒体技术在国内乃至国际都居于领先地位。社会评价他的企业技术是最前沿的，但他本人却是最具传统价值观和特点的人。他像很多前辈的企业

家那样，喜欢他的同乡伟人毛泽东，事实上，高燃也的确是个初步成功的谋略者，在他考上清华大学时，他的乡亲们曾激动的预测，说他将来“一定会成为中央委员”。最近的一年里，高燃在大学做了很多场演讲，除了北京的多所高校，高燃还将前往大连、成都、长沙、武汉、西安、上海、广州等城市的著名高校进行巡讲。他在大学生群体中的影响与日俱增，额外的收获是，目前他的演讲已经达到1万块一场。当茅侃侃评价高燃“内心张狂表面也张狂”时，他笑道“我表面是谦虚的”。高燃很执着，很幽默，很“霸道”——执着和勇气，一种舍我其谁的气势。正是这种气势造就了高燃的成功。

在从新闻学院毕业做了1年财经记者后，高燃开始了创业生涯。他曾经拿着电子商务的商业计划书在电梯“堵”过杨致远，无果之后以自己誓不罢休的争取，赢来并不看好他那个项目的远东集团董事长蒋锡培的100万投资，电子商务项目最终如蒋预料的失败，但这位企业家在当时说的话，让高燃一辈子铭记：“这个项目风险很大，但你这个人是没有风险的。”今天，高燃和邓迪管理着100多人的团队。蒋锡培在这个过程中追加了100万，总共200万的投资在今天增值了至少10倍。在高燃参加的央视《对话》节目现场，一位嘉宾开玩笑的评价他“高燃是够狡猾的人”，另一个则评价他“具有政治智慧的潜力”。高燃当然不承认，他认为自己是个真诚的人，只是成熟较早，并且受到过政治训练和商业训练，“我在17岁的时候就管理了一个将近100人的团队，是在深圳的一家公司。在学校里面我一直是学生会干部和负责人，在管理方面问题不很大。至于和各方面人物打交道，

用一家企业杂志社给我发表的文章话说，我一心崇尚的是伟人，如果我崇尚的是伟人的话，提前就会准备和了解他们的事情。在这之前我会了解对方的爱好，比如交流背景、生活背景和就业背景，这样的话就有话可谈，这方面我以前过充分的训练。”“每个人都要照顾到，很多事情都要平衡，又要做得不过分。”没有任何“背景”的农村孩子高燃，在铺设人脉网时花了许多心思。

如今，高燃仍然在每晚 12 点回家后，关掉手机看两个小时他最爱的是人物传记和历史。有人把高燃放入传统的中国式管理者中。这并不正确。彼得·德鲁克对中国式管理曾有评述，在他眼里，那些以保障自己地位为出发点的管理方式，都可以称为中国式管理，他称具有这种管理风格的美国报阀鲁斯“可说是个中国人”。高燃显然并非如此，当你看见他的笑容，他的幽默和直接，你仍会把他归为 80 代人中，他代表着技术时代自觉进行改变的中国企业家。

热衷研究政治、历史，一向对 IT 及财经“狂讨厌”的高燃——毕业后曾“鬼使神差”地成为一名财经记者。他说财经、IT 的东西，“在一些政治家的眼中，都是细枝末节的”，而他目前所从事的事业恰恰代表着 IT 技术发展的最前沿。

在高燃身上总能看到一些截然对立的東西组合在一起。他承认并不会不经意地标榜自己的与众不同，这缘于“还没上小学就为自己树立的人生目标”。“我觉得自己很多东西与常人不一样，包括目标，所以不一定要跟常人做一样的事情”。五月在央视经济频道的《对话》栏目中，高燃与李想、茅侃侃三位“80 后”的 IT 创业者同时亮相，



观众大概对高燃有些锋芒毕露的表现还记忆犹新。当时 IT 界女强人张树新对高燃的评价是：具有可能发展为领袖人物的潜质，但如果能够再收敛一些，也许对他的未来会更好。“外表张扬，内心张扬”，“80 后”的同伴如此形容高燃。而记者面前的高燃表现出的老练与沉稳，似乎与人们从屏幕上的感觉差别较大，无论从长相还是言谈、举止，高燃看上去都不大像一个刚二十几岁的年轻人。

在清华启迪科技大厦 A 座 6 层 900 平米的办公区内，紧靠着前台的一个约十平米的房间，是高燃的办公室。而据说，最初高燃是在最里间那个宽敞明亮、装修考究，目前已改成会客室的地方办公。“那是留给贵客的，我不喜欢那种四周都是玻璃、很透明的感觉，相对封闭些，感觉更舒服。”不论高燃的个性如何，他已出名，这是不争的事实，见媒体、找投资商、会客户已成为高燃一天中三件很重要的事情。从央视到卫视，从平面媒体到网络媒体，高燃频频出镜。直到有一天在地铁里两次换乘都有人上前“怪怪地”问“你是高燃吗？”那种“明星”的感觉让他感到很不适，“从此很少再坐地铁”。

高燃有点无奈地说：“现在对媒体有些审美疲劳。”高燃的桌上摆着一摞毛泽东的著作，从刚识字时就开始读毛泽东，并把毛泽东作为今生追随的偶像，高燃觉得可以把毛泽东建设新中国理解为一种创业，而毛泽东的一些经验完全可以移植到自己的创业历程中去。“在战略上我可能比较擅长，战术上差一点”，高燃笑着说。

办公室周围每开设一家新餐馆，高燃总是第一时间跑去品尝，他说喜欢做“第一个吃螃蟹”的人。在 P2P 流媒体领域的神奇创业经历，

让他有足够的底气预测宽频时代将引发一场革命，同时流媒体技术在行业中的运用将日趋明显地成为主流业务，其中就包括远程教育。他期待着远程教育领域第一个尝鲜的人早日出现。2006年6月6日清华科技园“全聚德”烤鸭店开业第一天，记者有幸与高燃共进午餐。“今天是好日子”，高燃一边看着朋友们发来的祝福短信一边反复地说。在等菜的间隙，高燃一根一根地划着火柴，每擦亮一根，双手紧紧捧住火柴，鼻子凑过去拼命地闻，颇有些孩子气，“喜欢闻它的味道”，“这种味道让我想起了小时点煤油灯的日子”。

因家境原因，高燃没有读大学，1998年中专毕业后，在东莞樟木头的一家厂里打工。半年后，他考上清华大学时，村里乡亲激动地评论：“高燃将来肯定能当中央委员！”在那个小山村里人们都以为读了清华就能像胡锦涛一样“当大官”。

25岁的高燃，并没有如乡亲们期望的那样走上仕途，但他却开启了另一片天空。作为P2P（点对点）流媒体企业的典型代表，mysee成功地直播了连战、宋楚瑜大陆行和“发现号”发射及返回。在新浪、搜狐、网易这三家门户网站关于“神六”的新闻大战中，mysee稳坐一隅，为新浪和网易同时提供P2P流媒体直播服务。mysee开创了中国互联网大规模视频直播的先河，而北京高维视讯科技有限公司的总裁就是高燃，他被媒体称为“中国最年轻最活跃的青年创业企业家”之一。为此，今天的媒体才拿他与柳传志级的人物相提并论。

此次高燃自称推掉一些媒体的邀请，接受本刊专访，主要因为他看好远程教育的发展。三年前还是记者的高燃，在一次会议上知道了

有《中国远程教育》这样一本杂志，即开始关注远程教育领域。最近一年，mysee 开始派专人寻求与远程教育领域的合作机会。“我们需要培养对远程教育的理解”，高燃表示。软银总裁孙正义曾预言：如果未来几年有一家网络公司能够超越 google，那么这家公司必定出现在 P2P 的网络视频直播领域。目前，P2P 技术被业界一致看好，认为其将改变互联网整体传输结构与传输模式，将激发出更加丰富、更具互动性的内容或信息形式，同时也将衍生出无穷的商业机会。而通过网络看视频节目，就是最典型的 P2P 模式。

高燃在与一些网络教育机构接触后感觉到，尽管中国网络教育已发展了七年，但远程教学中多是文字、图片的形式，作为高科技手段的视频还少有补充进去，即使一些网院有视频内容也多体现在非实时的点播上。“传统的课堂可能是最好的课程，为什么我们不能做成像传统课堂一样？主要还是技术条件达不到。”高燃认为如果远教行业引入 P2P 技术后，很可能向实时教育转变，技术成本将至少降低到原来的 1/10。“宽带将引发远程教育的革命”，“宽带与窄带的区别，就如同电视台与报纸的区别，我相信宽带的市场会以 10 倍左右的速度增长，到 2010 年以前一定会有市值超过 100 亿的宽带互联网公司出现”。同时 mysee 也在商业模式的探讨中，逐渐意识到行业中更有可能出现主流的应用，以及可以做大的商业模式。而远程教育是其中最重要的一块，尽管 mysee 的这一部分业务目前还不到为 5%，“将来希望能达到 20%”，高燃表示。谈起对教育行业的看法，高燃觉得主要是教育行业对新技术接受起来不如 IT 行业敏感，“如果有一个

人勇敢地站出来„吃螃蟹”，这个市场很快就会成长起来”。而 mysee 目前正在寻找步伐坚定的合作者。在上岛咖啡店，高燃对面的同学，兴奋地告诉他：“我的答辩过了。”高燃一时无语，“感觉真的是两个世界的人了”。高燃心气很高，但并不认为他比自己那些大学同学更成功。他的同学中有几十亿规模房地产公司的老总，也有每年利润几十个亿的创业者，高燃说：“他们其实比我更成功。如果说我现在还算有了一点点成功，就是因为我希望比同龄人成长得更快。我有一个大的理想，我自己知道该做哪些事情，会去做一些准备，知识上的准备，人脉的准备，包括财富上的准备。”

高燃谈及自己的个性时，喜欢用“霸道”一词，也许担心记者误以为是霸气、蛮横之意，立即解释说：“我们湖南人都明白这个词其中的含义，主要是一种执著和勇气。”也许正是这种精神让高燃总能得到上帝的垂青、命运的恩宠。毕业近四年，创业仅三年，已获得海外 1000 万美元以上的风险投资；在清华科技园拥有 900 平米的办公区、100 多人的团队，与 google、sohu 等知名企业毗邻。这一切对一个二十出头的年轻人来说，总觉得有些不真实。然而发生在高燃身上就显得很是顺理成章，“高燃是个有心人”，一些前辈如此评价他。大学时代高燃就非常活跃，第一年加入的社团就达 17 个，并创办清华大学国际问题研究协会；获得过清华大学皮划艇冠军、攀岩冠军的称号。组织过多次演讲、论坛；为积累人脉，他经常与一些邀请过的政府官员、专家、企业家保持联系，“大学四年每个节假日别人都出去玩儿了，我都会拿出名片、拿出电话本，给他们打电话，问候他们。

也许一次两次他们没有印象，但是时间久了大家就记住我了”。

大学毕业后的记者职业，更为高燃近距离接触企业家提供了机会，当雅虎创始人杨致远出现在公众面前时，多数记者都在想着如何做一篇漂亮的报道，怎样起一个炫目的标题，高燃却在电梯里将一份不是很成熟的商业计划书递给了杨致远。当得知远东集团蒋锡培在吉林长春出席团中央组织的会议时，高燃“不知天高地厚，初生牛犊不怕虎”的劲儿又上来了，随即站了一夜火车，第二天凌晨到了长春，双手递上他的电子商务计划书。远东集团董事会经过激烈的讨论，最终在高燃软硬兼施的策略下，蒋锡培给了高燃 100 万。蒋锡培拍拍高燃的肩膀说：“我知道这个项目很有风险，但你这个人没有风险”，这句话让高燃终身难忘。而就在投资商资金到位那一天，高燃突然宣布，因电子商务计划的风险性，不做了，改做增值服务，因此他的公司从成立第一天起就没做过电子商务。在经过几个月彩信、博客业务的探索、折腾后，高燃最终找到了适合自身发展的业务——P2P 流媒体技术。

高燃是否为 80 后，真实的出生年月是那一年：根据青年文摘 2001 年第 9 期的一篇文章，高燃的真实出生年月应该为 1978 年，1995 年初中毕业，1998 年中专毕业，然后去广东东莞长安镇松腾电子有限公司打工，1999 年夏考入清华大学文科试验班。考入清华的时候，高燃正 21 周岁左右，因为打工耽误了一年，否则他应该是 20 周岁进入大学，和国内大学新生入学的年龄 20 岁周左右相吻合。高燃是否为亿万富翁：依据网上公开的信息，两次投资不超过 2000 万，

并且公司的运营消耗大量资金，至高燃离开 MySee 的时候，公司濒临倒闭，至今 MySee 已经的关闭，试问下，一家投资额不超过 2000w 的公司，并且濒临倒闭，高燃从那里获取大量的金钱成为亿万富翁。高燃没有上过高中：网络上大量的宣传资料都声称高燃没有上过高中，其实根据 2001 年青年文摘的那篇文章，和他的宣传资料都可以分析出，他是上过三年的中专的（中专是在初升高考试选拔的，一般为三年，里面的授课内容和高中大量的相似点，往年高考招生，有”小三门“一类，就是指中专高职的人考大学。），并且他在高考前去学校插班就读，也算不上”没有上过高中“，只不过高中上的时间短。

#### 案例 104: 90 后女大学生白手起家创业故事

现如今很多 90 后也开始了创业历程，很多也都是白手起家的，不乏有很多成功者！下面就给大家讲述一个 90 后女大学生白手起家的创业历程！一个靠国家助学贷款读书的贫困生，却创业办起了 DIY 餐馆，同学们不仅可以来吃饭，更可以自己动手练习厨艺。西南政法大学 2008 级刑侦学院谭云，靠打工挣来 3 万元启动资金，一步一步实践着自己的目标。

##### 打工挣来第一桶金

一年挣了 3 万元，这对大一学生而言绝不是小数目，但从巫溪走出来的谭云就做到了！上周五，这个大男孩在自己的餐馆里讲起了如何赚到第一桶金的故事。

“大一进校是贷款交的学费，每个月只有 300 元生活费。”2008 年，谭云加入学院外联部，联系到在石桥铺一家商场做电脑销售，每台电脑有 100 到 200 元的提成。谭云说，每周末，自己早上 7 点就要出发往石桥铺走，到了商场不仅卖电脑，还留心学会了电脑组装和维修。随后，谭云在学校组建了电脑团购服务队，一个学期赚到了 10000 元。

到了大一下半期，谭云又到商场兼职销售彩电，再加上做家教、

帮计算机学校招生的收入，一年内他攒足3万元，赚到了第一桶金。

### 90后白手起家创业故事创意来自打工经历

大二开始，谭云开了一家餐馆，不过却比其他餐馆特别一些。“可以点两个菜坐下来慢慢吃，也可以亲自去厨房过一把做菜瘾，厨师还可以给你指导。”谭云说，这个创意来自一次打工经历，当时自己到一家酒店的厨房做了2个月小工，熟悉了厨房操作流程，还学会了不少家常菜做法。开餐馆时，就萌生了这个想法，让同学自主学做菜。

李姝就是这里的常客。李姝笑着说，自己以前很少做家务，结果在这里炒过几次菜后，加上有厨师的指点，厨艺大大提升。寒假回家还给父母露了一手，做了一桌子的菜，心里别提有多得意了。

除了炒菜外，谭云餐馆更多还是送餐上门，给同学老师提供方便。“其实，打工只看自己收入，当老板就要靠管理的功夫。”谭云说，餐馆每一个订餐都有一个三联单据，送餐的人要把单据和饭菜一起送到寝室里，晚上算账就很清楚，也方便我们查询和管理。而且，同学只要收集10张单据，就可以免费得到一瓶饮料，收集到20张可以免费得到一个盒饭。这样一来，同学也愿意收集。

现在，谭云每天早上6点起床去市场买菜，8点上课，中午到餐馆送餐，下午继续上课，下课继续送餐。谭云说创业很辛苦，但餐馆生意很红火，让自己很安慰。他笑着说，在创业中也学到了许多管理经验，不仅要有管理技巧，还要协调好员工之间的关系。

学校辅导员对谭云创业很支持，但经常提醒谭云要注意课程。



### 案例 105： 农业互联网领军人物胡伟：我的农村情结

休闲 T 恤，浅色牛仔裤，简单轻松，是本网记者对胡伟的第一印象。之前也从业内人士听过他的事业已经跨出国门，没想到这么年轻。

背景：

胡伟，1976 年生于河南省驻马店的一个普通农村家庭。从高中开始离开家乡外地求学，大学毕业后留在北京创业。与其他刚毕业就创业的年轻人不同的是，他依然选择了农业领域。他说“我是从农村出来的孩子，对农村有很深的情结，饮水思源，人要懂得感恩。我大学时主修计算机专业，深刻认识到互联网对当今人类社会的影响，因此希望通过所学可以尽快让家乡父老甚至是全国农民朋友从互联网应用中得到实惠，回报家乡，回报社会，真正服务三农，造福三农。

村村乐介绍：

为了实现自己服务三农的愿望，毕业至今经过多年的积累和沉淀，建立了全国最大的农村门户网站，村村乐 [www.cuncunle.com](http://www.cuncunle.com) 村村乐网站目前已经覆盖全国 60 多万个村庄，拥有 1000 多万注册会员，其中 20 万会员申请注册成为站长，这些站长大多都是当地的村官或是致富带头人，网站赋予他们发布信息、广告代理、项目推广执行等

诸多权力，他们在这里可以自由交流生活经验，学习农业技术，全面了解农村商机，精确把握致富先机，为当地农产品供应及农业资源开拓更广阔的消费市场，为农村招商引资奠定基础。村村乐网站所发布与展示信息，内容均为会员原创，涵盖农村供求信息、旅游资源、生活信息、以及农村最新动态等。信息经当地站长审核合格才可发布，保障了信息的真实与及时性。

为民服务的事，是最有意义的事

“村村乐网的发展有些方面真是出乎我的意料，我没想到居然有这么多人通过村村找到失散的家人、亲朋好友，发起爱心接力。但是每当收到他们发来的感谢信，我觉得做的事很有意义”胡伟这样说。

陕西优质油桃，通过村村乐网提前结束销售期

陕西省周至县竹峪乡中部兰梅塬村的王立强是2012年注册为村村乐网站的站长，到现在2年多的时间，他已经通过村村乐成功销售村里多半村民的油桃，销售期均比往年提前1个月。兰梅塬村具有得天独厚的自然环境，浑厚肥沃的优良土壤，是栽培油桃的最佳优生区。因此村里多数农民以种植油桃为生。但大部分的种植户还保持着等待别人上门订购的传统销售方式。油桃上市时间一般是5月至8月中旬，历时三个月。而我们网站的站长通过村村乐网的供求平台，4月开始发布供应信息，到5月中旬桃子上市就已经提前预定出去。避免因销售不及时造成的浪费问题，也为当地村民解决了销售难题。现如今也发展成当地村庄的油桃销售代理人，全村的油桃都经过他的手销往各地。

通过村村乐网，带动婺源当地旅游公司

婺源被众多媒体评选为“人一生中必到的十个地方”，“中国十大踏青好去处”，“中国最后的香格里拉”，婺源的旅游业已经相对成熟，但也意味着旅游行业竞争激烈，所有旅游公司都在想办法多分一杯羹。赵志红是江西省上饶市婺源县溪头乡上溪村的一名旅游向导，注册村村乐会员已经三年，他是上溪村的站长，平时在网上也主推婺源旅游。三年来自由行的散客、企事业单位组织旅游、其他站长推荐的旅行团已经让他应接不暇，今年不得不又新成立了2家旅游公司。村村乐平台为青年农民的就地创业提供了实质的帮助和扶持，致富一人，带动一方。

台湾同胞通过村村乐网站找到了失散多年的亲人

有位名叫李爱国先生的父亲战乱时与内陆亲人失散，后定居台湾，然而半个世纪已过，思乡之情却随着时间的堆积更加浓厚，他委托自己的儿子多次发起寻人启事终是未果。2013年的一天，李先生忽然想到村庄名称一般是不会轻易改动的，如果能找到早年父亲成长生活所在的村子也许可以对完成父亲的愿望有些许的帮助。抱着试试看的心态，他搜索了这个村子，并第一次与村村乐网有了接触。通过村村乐网，登录了自己没去过却从小听到大的村子，与当地村庄站长取得了联系，热心的站长通过村里广播，几经周转找到了失散半个世纪的亲人。为此，李先生一家致电村村乐感谢村村乐网站平台了却了老人半生的心愿。

胡伟的话里，满含着骄傲，也许别人觉得这些不算什么惊天动地

的壮举,但是我认为因能满足别人的愿望,能使别人成功而喜悦的人,才是满怀大爱的人,是具备社会责任感具有很高“德商”的企业家。

结语:

当问到他美国的公司的时候,他告诉我,美国也是从事农业互联网领域,美国的农业较先进,通过美国的创业希望能把国外先进的互联网经验、技术、管理模式等引进国内,使国内传统农业得到进一步升级,造福中国农业。目前中国农业产业化经营还处在较初级阶段,存在很多问题,如产品不达标、农业科技含量低、信息化水平低等等。随着国家对农业投入力度的不断加大,中国农业逐渐在向专业化、标准化、信息化方向进行发展和提升。这个时候如果能为国家、为三农领域出一份力、尽一份心,也算不辜负自己的农村情节。

这就是胡伟,一个具有社会责任感,致力于服务三农,造福百姓的年轻企业家,一路坚定不移,坚持不懈,向着自己的梦想前行。

### 案例 106： 新时代三农领军人物曾现武 合作社里谱写创业歌

近年来，在山东省平邑县白彦镇，一提起小北经村，很多群众便会竖起大拇指，连声夸赞：那个村是个冬桃种植专业村，群众依靠发展冬桃富的流油。而在小北经村，靠冬桃致富的群众会异口同声的说：俺村冬桃产业能发展到今天，全亏了曾现武和他成立的小北径村冬桃合作社。

#### 回乡创业路

1997年，年仅20岁的曾现武怀揣创业梦想，来到青岛一家电子厂打工，由于他人实在，干活肯出力气，工作时间不长就受到了老板喜爱，安排他到办公室帮助工作。在办公室期间，爱学习的曾现武接触到大量书籍报刊，学习到了很多知识，并认真的学习起了电脑使用技术，实现了个人能制作网页，这在当时是了不起的，一时间，曾现武成为了厂子里出了名的小能人。

在外工作的同时，家乡的脱贫与发展一直让曾现武十分牵挂，小北经村虽然是个山区村，但荒山资源十分丰富，近几年来，群众积极开发荒山，在上级扶持下，栽植了大量冬桃，可种惯了花生、地瓜的农民却对冬桃树管理不怎么重视，任由桃树粗放生长，有的农民看见

桃树好几年不见收益，不如种庄稼收益来得快，竟把冬桃树刨掉了。看到这种情况，曾现武十分着急，回家一趟，曾现武就站在山上看一趟，幻想着满山偏远的冬桃树硕果累累，村民享受着幸福美好生活，可幻想不等于现实，怎么样才能让群众重视冬桃管理，实现依靠冬桃发家致富呢？

回家带领群众发展冬桃产业，一个念头从曾现武心中不由生起，想法一向家人说起，便遭到全家人集体反对：一年在青岛打工挣个两三万元钱，工作不累，生活舒坦，回家种冬桃，山岭薄地的有什么出息。但不管全家人怎么说和劝，曾现武铁了心的递交了辞职书，在工厂领导的惋惜声中，铺盖一卷，回到了小北经村，开始了冬桃创业之路。

曾现武回家种植冬桃了，2003年冬天，这个消息在村里一传开，顿时成为了一条爆炸性新闻，很多群众用充满怀疑的眼光看着他，而不少老年人却对他说，“现武，在外面挣点钱不容易，咱这荒山野岭的，几百年都是这样，你别胡来糟蹋钱了”。对这些事，曾现武只能好言好语的解释，并苦口婆心的动员了几位爱种果树的村民，答应与自己一起发展冬桃。说干就干，这一年冬天，曾现武投资两万余元，对自己承包的近20亩荒山上进行了开发，和妻子、父亲及亲朋好友干了一个整整冬季，挖树穴、垒坝子、回填土，终于挖出了1600余个树穴，第二年春天，曾现武从外地购买了1600棵优质青州蜜冬桃树，栽进了用汗水治理的荒山上。

在栽植冬桃的同时，曾现武认识到科技的重要性，自费订阅了《中

国果树》、《烟台果树》、《山东科技报》、《科技信息报》等大量科技类报刊，参加了市县举办的果树技术培训函授班，掌握了一定的冬桃种植和管理技术。

一天天长大的冬桃树，曾现武就像看宝贝一样呵护着他们，冬天科学修剪、涂白、春天合理施用配方肥、夏天打农药防治病虫害。一分耕耘一分收获，靠科学管理，曾现武的冬桃三年时间就实现了开始结果，四年就大丰收，一棵树收获冬桃 30 多公斤，他的冬桃以果大、色泽好、口感甜深受客户喜爱，当年，曾现武的冬桃卖到了三万多元，收回种植冬桃第一桶金。

看到一样的土地种植冬桃，曾现武在短时间内发了大财，而自己的冬桃却荒芜生长，基本不见收益，许多群众心动了，纷纷的向曾现武讨教。面对群众想要发展冬桃的积极性，曾现武因势利导，毫不保留的向群众传授技术，手把手的引导群众对冬桃科学剪枝，什么时期施用什么化肥、打哪方面的农药，在曾现武的带领下，小北经村掀起了冬桃科学管理技术热，不少农户还在曾现武的帮助下，靠科学管理实现树势生长旺盛，引进改良了大量冬桃树，全村冬桃在技术管理、品质、面积上有了大突破，曾现武终于成为了小北经的冬桃产业带头人。

到了 2010 年，小北经村冬桃种植面积达到了 2000 余亩，并辐射到附近七八个村的冬桃发展，可看到管理技术不一、品种老化、丰收时期销售困难等实际情况，曾现武心情十分沉重，为此，他利用到外地学习的机会，积极的询问专家，并到一些果树专业村进行考察，

认识到了只有发展专业合作社，才能实现小北经村冬桃发展与壮大、走产业化生产的路子。

今年冬天，曾现武组织了 40 余名冬桃种植大户外出学习建立合作社的参观活动，让这些果农看到了合作社在技术培训、农资供应、果品销售等方面的一条路服务，认识到了发展合作社是实现农业现代化产业化的重要路子。

看到建立合作社时机成熟，曾现武在县镇农业、工商等有关部门的帮助下，成立了有 170 余户果农参加的鸿程冬桃种植专业合作社，曾现武被果农以高票推选为合作社社长。戴上“社长”这顶官帽，曾现武感到身上的担子更重了，他与社员一起制订了合作社章程和管理办法，定期邀请专家到村里讲课和现场解决病虫害防治、优中选优订购农资、建立冬桃优质品质育苗基地，曾现武在忙得不可开交的同时，还建立了合作社网站，定期更新网页，注册了小北经冬桃品牌，实现了在网上销售冬桃。

辛勤汗水换来丰收喜悦。如今的小北经冬桃产业已实现了做大做强，先后有附近各村 400 余户群众加入合作社，每年冬桃收获季节，来自沈阳、大连、河北、天津等各地客户踊跃收购，几十辆大车在小北经村形成收购大军，此时的曾现武带领合作社的理事们接待、广播宣传、组织装车、统一结算，合作社在冬桃销售中起到了重要作用，有事去找合作社成为了果农常挂在嘴边的一句话。

曾现武，带领小北经村在冬桃产业上做出了大文章。



### 案例 107： 从温饱走向富足之村村乐发家致富记

村民张先生，来自湖北省境内一个毫不起眼的小村庄。他没有外出务工赚钱，仅通过侍弄庄稼，就住上了楼房、开上了轿车、让两个孩子受到了良好的教育。在外人看来，这个财富积累的过程肯定相当的艰苦，但张先生却认为，他的财富积累不仅不艰难，反而相当的容易。在他看来，之所以这么容易，主要是因为他找到了一个好网站——村村乐。

几年前，张先生的家庭条件还只算温饱水平，远没有现在的富足。他说，当时考虑到两个孩子将来上大学的压力，他和老婆也曾考虑过外出务工，但又不忍心将孩子和老人留下。考虑再三，他们夫妻最终决定在家承租土地、侍弄庄稼。因为村里很多人都外出务工了，所以他轻松的租到了 50 亩土地。在他精心的侍候下，第一年小麦就来了个大丰收，足足装了好几个谷仓。但是，相比于丰收的喜悦，张先生说他当时更加发愁的是如何将这些小麦一次销售出去，而且还能卖个好价钱。那时，他每天早出晚归，却找不到合适的购买商。急的他嘴边起了一圈泡，人也清瘦了不少。这时，刚升入高中的儿子建议他将小麦的出售信息发放到网上，以求更大的需求市场。张先生说，其实

他当时也只是抱着试一试的态度将信息发到了村村乐的“农村供求”版块上，并简单的留下了自己的联系方式，没想到就真的成功了。还记得当时没过几天，就有附近的厂家给他打电话，称他们是工厂采购部的，从村村乐上看到他的小麦要出售的信息，想亲自来查看一下小麦的质量。经过几天的审查、议价，最终，张先生的粮食卖了个好价钱，他也顺利与这家工厂签订了销售合同。并成了这家工厂的一个固定供应商。

后来，那些采购人员向张先生透露，他们经常登录村村乐网，一方面为工厂寻觅价格公道、质量上乘的加工原料，另一方面也是想帮村民们做点儿实事儿，让他们快点富起来。张先生闻言，惊喜的说“看来，我不光找到了个为农民办实事的好网站，还遇到了一个好的合作厂商。”

的确，作为全国首家以农村发展为主题的网站，村村乐不仅将农民、农村的现实情况搬上网络，让外界了解到农村的实际情况，也通过开发“农村供求”版块，为农产品销售找到了更好的出路。着实农民朋友办了不少实事儿、好事儿。

### 案例 108： 九甲村食用菌基地创业记

“个人富不算富，大家富才是真的富，我作为乡土人才，一定要带领大家共同致富。”这是平坝县十字乡九甲村食用菌基地法人严锦平肺腑之言。严锦平，一个平凡的农村人，用自己的言行成为了九甲村农民发家致富的领头雁，同时辐射带动周边村组群众进行食用菌栽培，为农民撑起了一片致富的希望。

#### 穷则思变寻找致富路

艰苦的生活条件，敢想敢做的性格使涂平和产生了自己创业的念头。通过大量的市场调查和认真分析后，他决定租用其他农户的土地率先在九甲村搞食用菌栽培种植，2014年3月，东拼西凑了10万多元钱。并逐步攻克来自资金、技术等方面的困难，坚定不移的发展食用菌种植。于是他在九甲街上场坝下面租了10亩地，从湖北武汉引进了菌种，建起了5个大棚，开始了九甲村食用菌基地的创业生涯。

首先他们将菌种进入高压锅进行消毒处理，生成一级原种，移植在瓶中做成菌包生成二级母种，然后移植到大棚内，这样反反复复的工作持续了三个月，眼看菌子马上就要破土而出，不料百年不遇的7.16洪灾将他们的希望变成了泡沫，将建好的大棚及栽种的菌种全部冲

毁。严锦平没有灰心，想到自己做的事一定不能半途而废，他决定从新选址继续建设食用菌基地，工作组在得知这一情况后与他们一起商量叫他们不要灰心，做什么事情一定要经得起失败是考验，同时也将积极想办法帮扶他们。在驻村工作组的关系和帮助下，九甲村食用菌基地重新选址进行栽培，结果近半年的努力现在终于见到了成效。驻村工作组从安顺市农委已给九甲村食用菌基地争取部分帮扶资金。同时经过他们的协调，九甲村食用菌基地将得到小微企业的资金帮扶。科学发展拓宽致富路。严锦平知道，食用菌种植只有坚持走专业化、规模化、市场化、信息化道路，才能走得更好更远。他多次到贵阳、遵义、安顺等地参观学习先进食用菌种植技术，参加平坝县小微企业培训学习。回来后，将新技术通过反复研究，多番尝试，增强了科学种植、规模种植、规范种植的意识，提高抵御市场风险的能力。他们安装电脑，上互联网，开拓网络销售渠道。他以打造绿色食品为目标、注册成立了平坝县九甲村食用菌栽培基地，在管理中实行以公司加农户的组合方式，是以互助互利为基础的经营性结合体，吸收养户自愿参加，实行集中到食用菌统一保护价收购，统一绿色商标，赢得了农户的称赞，促进了食用菌逐步走上了现代化、科学化的加工道路。经过一年的磨练，严锦平从一个普通的农民，成长为种植户的引路者，成长为九甲村的致富的带头人。他时刻牢记自己是农民的儿子，一花开放不是春，只有群众富裕了，才是硬道理。在今后漫长的日子里，严锦平还将不断探索企业发展的新方向新思路，扩大企业的利润空间，争取带领更多的群众脱贫致富奔小康。

## 案例 109: kylie、wain

### 淘宝开店是梦想的开始

kylie 与 wain 是一对大学生情侣。去年夏天,从没体验过网购的 Kylie 被淘宝的广告吸引着尝试在淘宝买了两个手机套。那次偶然的体验成了 kylie 与 wain 在淘宝开店的契机,因为没有任何的费用负担,比较容易做决定,一个月的筹备之后,两人的小店“Kylie 和 Wain 的精致生活馆\*爱情篇”开张了。“那天我突然意识到,我们在淘宝迈出了成就梦想的第一步!作为一家网店的店主,从某种程度上说,我们可以称为是商人了,这是我们一直以来的梦想。”Kylie 回忆说。

kylie 与 wain 是一对幸运儿,开店后的第二天,我们就有了第一笔生意。“开店到第 4 个月的时候,我们就发现比较适合的主营项目,因为有比较好的货源。”kylie 告诉笔者,到现在 kylie 与 wain 的店铺已开了快 9 个月,经过不懈的努力,他们也终于成了钻石卖家。尽管在店铺生意越做越好,但 kylie 与 wain 并不自满。“我们的路还很长,要感谢淘宝为我们提供了一个这么好的平台,作为有梦想的大学生,我们可以没有任何负担地在这里实践,为了一种体验,为了积累经验,为今后实现我们的理想打下基矗在淘宝开店这个过程中,

我们体会创业的艰辛、挫折的痛苦、收获的幸福、成功的感动。” kylie 与 wain 说，做为大学生，学习还是最主要的，但也不会放弃认真经营在淘宝的店铺。“我们在淘宝网上的店铺是梦想的起点，我们不会忘记“淘宝”——梦开始的地方！”

#### 案例 110： 大西洋的娃娃鱼（娃娃鱼）

##### 网上开店有前途

娃娃鱼是朋友的介绍认识淘宝的，那时正赶上联想 3110 打印机新年贴钱卖，抱着试试的心理汇款过去了。第三天就接到电话向他确认地址。一个星期之内东西就到了，有发票，而那次的淘宝体验也让娃娃鱼对电子商务产生了巨大的兴趣！

在之后的寒假的一个半月，娃娃鱼决定开始他的淘宝之旅，开始卖女装鞋。娃娃鱼进的是广州货，一双鞋进价要划到 25-40 元。但由于一些以次充好的江浙货他们的价格标的很低，导致恶性竞争，娃娃鱼不能把价格抬到合理水平。“一双时装鞋只能赚到 5 元钱，但是没有办法，我还是得继续做，只能自己送货，千方百计的省成本。”虽然赚不了什么钱，但娃娃鱼依然很满足在淘宝开店的生活。“如果没有淘宝，我或许还在做着平庸的学生会干部；如果没有淘宝，或许我的大部分空闲时间还是用看碟来打发；如果没有淘宝，我不会体会到生活的艰辛；如果没有淘宝，我不会认识这么多来自五湖四海的朋友。”现在娃娃鱼已开始尝试高端品牌鞋市场，最近设立了香港雅奇利牛皮女鞋专柜，美国宾度王子牛皮男鞋专柜等等，并通过自己的一些社会

关系找到了正规的进货渠道，货源充足。“我相信在淘宝经营店铺是有前途的。”娃娃鱼表示，如果经营情况良好，会考虑毕业后把网上开店作为主业。

### 案例 111： 菁菁

希望网上开店是事业起点

菁菁开始涉足电子商务在淘宝开店时，她家里人是坚决反对的，在她家长的观念里面，网上开店不但会影响学习，而且经常对着电脑会对身体不好，更重要的是怕影响孩子学习。

“家里人看见我基本是只是利用业余时间经营网上的店铺，慢慢地，家里人也改变了看法。”

菁菁告诉笔者，网上开店令她家里的人特别是爷爷奶奶感到十分新鲜，他们想不到利用网络也能实现做买卖。据说，菁菁有生意上门时，她家里人比菁菁还紧张。

目前，菁菁店铺每月的销售额为 1000~2000 元，“半年后，我有信心店铺销售额提升到 5000 元以上。”

菁菁是一个开朗和自信的女孩，他觉得自己在淘宝上找到了方向，接下来会坚持地做下去。菁菁认准了网购是以后一种大众的购物发展趋势，并觉得现在是一个创业的机会，她处在一个创业的起路线上，她希望在淘宝开店能成为她以后的事业的一个起点。

## 案例 112： 木木

### 先创业再毕业

从高中时代就开始关注网络营销的木木对网络开店一直情有独钟，在大一那年，木木开始在淘宝网上开店。“当时因为没有货源，卖的都是一些零散的闲置。后来放寒假我的第一个店铺也因为断货无疾而终。”

尽管如此，但第一次开店使木木认识了许多网上朋友。“大2开学后，我不想就此放弃拥有一间自己的店铺的梦想，还有我也不忍离开在淘宝上认识的这么多朋友（特别是我们的好盟主）于是我开始找货源，因为是学生，我没有充足的资金进行大量批发，我就抱着试试看的心态和一些大的本地批发商沟通，希望能得到一些优惠，但大部分批发商或者大公司知道我是学生后都是不予理睬的态度。”

最后，木木通过淘宝上的阿里巴巴链接，木木成功地找到了一家学校附近的水晶经销公司。对方是一家跨国企业，正希望能够提升自己的品牌价值，因此，当他们得知木木有在网上开水晶店并能带给他们网络宣传效应以后，立刻表示愿意支持。

接下来木木还是不急于马上下海，由于对水晶市场并不了解，他



还要求对方能够给自己提供详细的资料以及周期性的培训计划，当一切都准备好之后，木木的小店才正式开张。

现在木木每个月的纯收入大约在 1000 元左右，虽然不多，但却相当稳定。木木表示，自己网上开店只是想提前创业，积累一下创业经验。“我的学业并没有因为网上开店而放松，而在淘宝开店我也一定会坚持下去。”

### 后记

有意思的是，在采访的过程中，当记者问及这些大学生，这样经营自己的“业务”是否会影响到学业的时候，几乎所有人都很干脆地否认了。他们均表示，由于平时是利用上网、玩游戏的时间经营网上店铺，所以被占用的时间并不很多，而并不象一些人认为的那样：严重影响学业。

另一方面，记者也发现，大部分大学生普遍 C2C 电子商务的发展趋势，同时认为网上开店是大学生毕业的其中一条出路。其实对于学生“网练”这件事情，我们还是应该一分为二地看待，借助着网络的力量，在校的大学生也能够做买卖，经营一把自己的“事业”，历练一下自己当然是好事，只要不因此而影响了学习，家长何乐而不为！说白了，盈利或许并不多，兴趣才是他们真正的动力。

### 案例 113: “网瘾患者”王殷: 与其平庸, 不如折腾

在英国读书已满三年的留学生王殷, 再过 10 天就 23 岁了。对王殷来说, 留学实属为了喜爱的事业“曲线救国”。到英国读 MBA 之前, 王殷在国内偷偷做了 2 年的职业电竞选手。因为酷爱网游, 父母一度想把他送到网瘾学校接受戒断。大三那年王殷鼓足勇气与父母讨论创业大计, 思想传统的父母却断然拒绝了“电竞”这条“伟大路线”。阴差阳错之下, 他加入了出国留学大军, 反而对游戏相关产业有了更为深入的了解。在英国, 王殷发挥自己的将帅之才, 组织了一支专业的“电竞”虎狼之师。打“Counter-Strike”比赛时他们才发现, 游戏服务器在中国, 网络传输延迟、游戏体验差的问题时有发生。“大不了自己架设服务器, 不就方便多了?!”说干就干, 王殷和几个兄弟分头行动, 对架设安装服务器进行一番鼓捣, 没想到还真成了。后来, 他们把服务器租给在英国打职业联赛的其他留学生, 竟然保证了留学后 2 年的生活费用。

“我现在才 23 岁, 有大把的时间折腾, 顶多尝尝失败是什么滋味”, 王殷毫不掩饰内心真实的想法, “无论是 facebook 的扎克伯格还是百度的李彦宏, 哪个不是年少折腾出来的呢? ‘小马扎’不用

说，现在才 30 岁而已；李彦宏当年可以在华尔街拿高薪，不还是回国做他喜爱的‘搜索’，成了互联网领域受人敬仰的大佬了吗？”

王殷在英国做职业电竞选手之余，并没有放弃回国创业打算。他谋划着回国之后召集当年一起在“电竞”帝国征战的旧部，合伙组建一个“电竞”相关的公司。王殷说，“游戏相关产业可以开拓的领域很多，我打算从经营服务器做起，毕竟已经熟门熟路；未来公司步入正轨，还可以和志同道合的朋友涉及游戏解说、APP 开发等方面，移动互联网是大势所趋。”

案例 114: “编程天才”吴垠: 想和李彦宏在饭桌上聊点正事儿

生于 1991 年的北京帅哥吴垠, 已在英国南威尔士大学渡过了三个完整的圣诞节。由于哥哥在国内创业开发 APP, 他本身又奉“留学归来、技术立身”的李彦宏为偶像, 因此在出国留学的时候慎重填选了南威尔士大学的计算机专业。按吴垠的话来说, 即使没去美国布法罗纽约州立大学做李彦宏的校友, 也要和李彦宏站在同一个频道看世界。吴垠利用业余时间开发了两款颇受英国人青睐的 APP, 其中的一款公交 APP 因为打到了学生赶公交的痛点, 一时间风靡整个威尔士校区。在编程方面的天赋和对用户需求的洞察, 使得吴垠回国后迅速成为哥哥的左膀右臂。

谈及“科技偶像”, 吴垠的口吻更像是对他的合作伙伴进行理性点评。在他眼中, 扎克伯格的成功带有互联网社交时代的偶然性, 而李彦宏的成功则源自他对时代解读和自身所学的自信。吴垠同样自信地说, “这个充满机遇的时代对年轻人很公平, 3 年之内, 我必定开发出像‘Facebook’或‘百度搜索’一样牛逼的产品。我会像‘马扎’一样娶到志趣相投的妻子, 和李彦宏坐在同一张桌子上吃饭, 讨论一些互联网领域的正事儿, 有点类似巴菲特午餐那种吧。”

案例 115: “叛逆技术宅”王鑫龙: 我的存在就是为了颠覆 90 后  
王鑫龙, 1994 年生人。澳大利亚留学一年, 是个“典型性技术宅男”。  
我们的对话是在视频上进行的。这个留着干净板寸的男生, 话不多,  
看起来和国内的“宅男”们没什么区别。王鑫龙有些瞧不上国内一  
些咋咋呼呼的 90 后创业者, 他觉得所谓的“互联网思维”不过是换  
个方式的炒作, 他有些冷幽默地表示, “如果国内 90 后创业者正在  
搞颠覆性的革命, 那么我的存在就是为了颠覆 90 后。”

王鑫龙“颠覆 90 后”的计划是在智能硬件领域闯出一片天地。目前,  
他在澳大利亚一门心思学习空气动力学、飞机构架、气流滑翔等飞机  
研发方面的理论和技术。通过自行寻找材料, 他制作的滑翔机模型有  
流畅的外形, 能无动力滑翔超长距离。王鑫龙的下一步打算是完善滑  
翔机的远程操控, 通过研发飞机操控软硬件, 实现智能手机远端操控  
滑翔机, 完成更高难度的飞行任务。

在“最崇拜的科技偶像”的微博投票中, 王鑫龙给李彦宏投了一票。  
为什么在国内、国外诸多互联网大佬中选择李彦宏作为偶像? 王鑫龙  
有他自己的态度: “李彦宏不逊于世界上任何一位互联网大佬, 他谦  
逊内敛、脚踏实地, 用专业所学推动技术进步, 用搜索科技方便人类

生活，这是我一直想成为的那种人。”

如同李彦宏曾经激励了一代 80 后一样，如今仍有大批 90 后循着李彦宏当年的足迹出国“取经”，又在他回国创业的感召下重回国门。两人的经历多多少少有些相似，或者说王鑫龙正本能地对照李彦宏的经历来调整自己的脚步。李彦宏 19 岁以山西阳泉市高考状元的身分考入北京大学；王鑫龙拿着全额奖学金入读了澳大利亚的一所著名大学。“学霸”李彦宏在美国工作期间申请了“超链分析”专利，成为他搜索引擎帝国的奠基石；当下，王鑫龙也正积极研发“手机操控滑翔机”技术，并打算把专利申请到手。李彦宏放弃了华尔街的高薪职位回国创立百度，拓疆场、打天下；王鑫龙同样打算学成后回国，在智能硬件领域一展拳脚。

