

创业投资如何少走弯路

□邓建峰

在当前“大众创业,万众创新”的风口上,很多人义无反顾地迎接风口,哪怕化为炮灰也在所不惧。对于一个创业者来说,需要拥有过人的热情、激情以及不怕任何失败的豁达心胸,因此失败本身也不能对其构成威胁。而能够找到适合自身的创业建议,对一个创业者来说就显得弥足珍贵了。

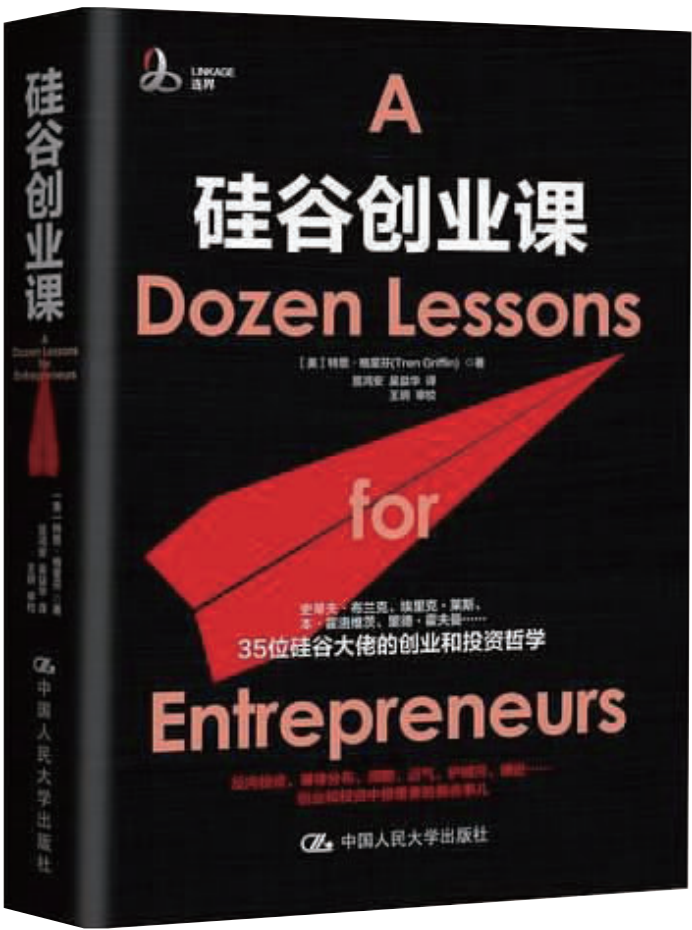
特恩·格里芬的《硅谷创业课》包含了35位硅谷顶级投资人和创业导师关于创业和投资的智慧,书中总结提炼了每个人的核心理念和洞见。他们帮助创业者在个人生活、企业管理及领导力诸多方面获得发展和成长。通过提出合适问题并提供建议,他们对创业者进行指导。

本书原始资料源于过去四年作者对一些具有非凡才华的人的采访,以及相关阅读。与世界上任何其他群体相比,这些人亲眼见证了許多初创公司的成功之路。从这些初创公司的成功和失败经历中,人们可以获得一些借鉴。如果说,初创公司的经验教训经过具有绝佳判断力和非凡领悟力的人的思考加工,本书介绍的这些人具有一个共同特点:他们都是天生的老师。虽然每个人都很独特,但他们看待商业的一些基本方法往往有共同之处。

随着时代的发展和国家政策的制定,国内大众创业、万众创新的浪潮席卷全国。许多人甚至是刚毕业的大学生就筹谋着创业,而他们创业的动机,有很大程度是因为想要自由自主的工作和生活方式,还有实现自我价值与人生梦想,不过还有大部分的人是希望创造财富。

作者介绍,在商业的历史上,相较于任何其他形式的商业,风险投资行业创造出更多的新产业、更多的财富。本书提及的创业导师和个体投资人是这些新产业和财富的重要推手。在推动新产业、创造新财富的过程中,他们获得了一些宝贵的洞见和恒久的智慧,值得与每一位创业者分享。

在创业过程中,团队的作用至关重要。研究



书名:《硅谷创业课》
作者:〔美〕特恩·格里芬
出版社:中国人民大学出版社

表明,多样化工作团队会使公司发展得更好,投资的产出更佳。多样化使人们得到更多创意、获得更多视角、为更广阔的用户群体考虑更多的产品。具有多样性的意见和环境会提高“幸福的意外”产生的可能性。意外发现源于差异。无论创业者还是投资人,都必须使自己创建的工作团队能依理性行事。方法就三个字:多样化。多样化不该只是生

物理学意义上的复选框,它的意义更微妙复杂。若想使工作团队超出个人视野,最佳做法就是召集一些有巨大差异且非常优秀的人。

好的风险投资人总是关注创业团队是否优秀,因为优秀的创业团队会给投资人带来更多的可能性。作者介绍,优秀的创业团队不仅会更好地适应变化,而且他们知道何时改变。优秀的人才

吸引其他优秀的人才,并且还会吸引到资金、合作伙伴、渠道、用户,这是互相强化的。优秀的创业团队会给公司带来更多有价值的可能性,在需要根据环境做出变化时,这一点十分重要。在这些方面达成适当的平衡很关键,因为保持创始人的动力和坚持非常重要。有时,创始人过于坚持,会把公司推到悬崖边上,而其他时候坚持却是公司成功的关键。

横在创业面前的第一道门槛,仍旧很高,这道门槛就是资金。有数据显示,我国大学创业有70%的创业资金靠自筹。其中,商业投资只占4%,而获得政府资助的比例只有3%。因此,如何找到投资人,如何发现适合自身的投资人,是每一个创业者需要面临的重要课题。

书中的投资专家指出,在评估投资项目时,一些投资人会寻找某些特征,经典的三要点是:产品、市场和团队。核心产品价值是指,解决真正问题或满足真正需求的方案,其价值足以让人们想要掏钱购买。这似乎是投资人要寻找的显而易见的特性。但也有不少时候,投资人投资了一些在拥有有价值的产品之前就试图扩张规模的公司。

据了解,目前我国的创业成功率不到10%,初创企业的存活期最长的只有四年,最短的不到一年。创业失败率高的两大主要原因:一是很多创业者不具备应有的素质和能力。二是因为错误的选择。在面对困难时,书中指出,创业者常常得到两个对立面的建议:坚韧和灵活。要拥有愿景并多年坚持对它的追求,哪怕人们一直说你疯了。同时要灵活:分析数据、进行迭代,并基于所获信息做出改变。因此,创业者面临的挑战是:坚韧和灵活,两者都需要,但要知道在不同情况下更需要哪一个。你必须知道,如何坚韧不拔,同时又灵活应变。

创新创业正在成为一种价值导向、一种生活方式、一种时代气息。如何能够走在正确而高效的创业道路上,值得每一位创业者深思。成功投资人的理念和经验,对于创业者来说可以指点迷津,若能真正消化吸收,一定能帮助创业者理解创业的本质规律,找到解决困难的钥匙。

以营销视角看世界与人生



书名:《我的营销人生》
作者:〔美〕菲利普·科特勒
出版社:中信出版集团

□夏学杰

多年来,每到年末,《日本经济新闻》都会邀请各界名人撰写专栏,2013年,美国经济学家菲利普·科特勒接受《日本经济新闻》的邀请,撰写了49篇专栏文章。这些专栏后来就集集成《我的营销人生》一书。

菲利普·科特勒毕业于美国西北大学凯洛格商学院,拥有芝加哥大学经济学硕士学位和麻省理工学院经济学博士学位,著有《市场营销》《营销管理》等营销学领域畅销教科书,因他在市场营销科学上的贡献荣获美国营销协会颁发的“保尔·D·康弗斯奖”。

什么是营销?虽说提到营销,人们首先会想到销售——那种使用广告、直邮、促销和宣传来卖东西的销售。但科特勒认为,销售只是营销极小的一部分。原则上,营销应该帮助企业决定生产什么、如何定价、如何分销,还有如何促销。营销是一门实践科学,它的目标是提升企业的销售额和利润,通过创造价值和提升顾客满意度来丰富人们的生活。

营销不只是一要销售产品为企业赚取利润,科特勒主张不断拓展市场营销的范围,他研究了非营利组织的营销以及社会营销,将市场营销引入博物馆、剧团等领域。他还在书中断言:逆营销的时代来临了。因为我们这一代人剧烈地消耗现有的资源——石油、水、空气、木材和鱼,下一代人注定要降低生活水准。科特勒表示,随着地球资源的减少,我们可能需要从营销时代走向逆营销时代。

科特勒认为,如果每个公司都设定业务翻倍的目标,并且成功了,那么可持续发展就无法实现。如果欠发达国家由于某种奇迹达到中产阶层生活水准,污染、地上和空中交通堵塞以及能源电力中断就会抑制我们所有人的生活质量。介于零增长和适度增长之间的目标更有意义。他建议,以可持续发展驱动的公司需要引入清晰的标准来指导它们的新产品开发项目,在回收和循环利用上投入更多,并且让它们的股东——员工、渠道商、供应商、投资人确信,他们会与浪费做斗争,会接受对增长的某些限制。企业必须改变它们的考核方案,以便在增长目标和可持续发展之间建立一个更好的平衡。

本书还介绍了俄罗斯劝阻民众减少饮用伏特加的营销案例。伏特加依赖症会导致打架斗殴、婚姻破裂、伤害和死亡事件频发。营销4Ps模式被俄罗斯政府和非政府组织作为一个营销框架来使用,用以减少伏特加消费。比如,在产品方面,政府下令降低伏特加产量,同时限制消费者购买,每人一周只能买一夸脱。在价格方面,政府大幅提高伏特加的价格。在渠道上,政府会限制售卖伏特加终端的数量,让消费者难以或是不便于购买。在促销上,政府会投放广告,进行舆论引导,宣传过度饮用伏特加对个人和家庭的危害。

可见,营销策略不仅仅是企业需要用到,社会组织以及政府也需要。对个人而言,人应该学会改变自己。

许多人一生都是最开始的那个样子。他们如果开心,就不想要改变。他们如果不开心,就可能去看心理医生、寻找刺激或是找伙伴。他们也可以通过努力减肥,也可以通过旅行、换工作或者是其他行动来获得让自己更加满意的人生。

科特勒写道:“我对于那些竭力想改变自己的人很感兴趣。他们如此努力想要成为一个更好的自己。他们寻找的不仅是一些新的体验,而且是‘转变’。”在科特勒看来,营销不仅仅是卖东西,它还关乎社会的和谐,关乎个体的人生选择。他的视角以至于上升到哲学思辨的高度。

而实际上,科特勒在读大学时就沉醉于哲学家们的思想世界,他表示,通过大量的阅读,拥有了批判性思考的能力,并且对于“如何建设一个更美好的社会”产生了终生的兴趣。“如今,在互联网时代,年轻人往往对于创业、创新、技术更感兴趣,然而我一直坚信,历史上的伟大思想能够赋予人们灵感与创意,也能激励我们为建设一个更美好的世界而努力奋斗。”

硅谷帝国

作者:〔美〕露西·格林
出版社:中信出版集团
内容简介:

本书揭露了硅谷帝国的潜在危险性,科技公司正在变得比政府更强大,并越来越多地按照自己的方式塑造世界。作者以无与伦比的视角审视了大技术的参与者的影响力和潜在问题。

作者简介:
露西·格林,她是Campaign杂志的思想领域专栏作家,也曾为《纽约时报》《商业周刊》《卫报》《女装日报》《今日美国》《泰晤士报》《金融时报》等出版物撰写专栏文章,讨论不同生活方式领域的未来趋势。

投资最重要的事

作者:〔美〕霍华德·马克斯
出版社:中信出版集团
内容简介:

本书除了饱含作者本人的投资智慧外,还融入了其他4位知名投资专家、教育家的评论、看法和不同意见。他们共同就“第二层次思维”、价格与价值的关系、耐心等待机会、防御性投资等概念发表了真知灼见。

作者简介:
霍华德·马克斯,总部位于洛杉矶的橡树资本管理有限公司主席与共同创始人,管理着800亿美元的投资公司资产,沃顿商学院金融学士,芝加哥大学会计与市场营销专业MBA。

繁荣与衰退

作者:〔美〕艾伦·格林斯潘
出版社:中信出版集团
内容简介:

本书沿着美国经济发展的时间脉络,用精彩凝练的语言讲述了每个历史时期推动经济发展的最重要的社会因素。论述了美国经济史中的重要话题,无论是内战爆发前南方奴隶制发挥的作用,还是罗斯福新政带来的实际效应,甚至是全球化及其影响给民众带来的剧烈冲击,都给读者带来强烈的震撼。

作者简介:
艾伦·格林斯潘,1974—1977年任总统经济顾问委员会主席。1987年,里根总统任命他为联邦储备委员会主席,直到2006年退休。

作者:〔美〕彭慕兰、史蒂文·托皮克
出版社:上海人民出版社
内容简介:

本书以贸易为线索,通过市场准则形成、运输、致瘾食品的经济文化、暴力经济学、如何打造现代市场、工业化与去工业化等主题,将世界体系分析与地方研究的观点结合起来,展现了600年来世界经济的发展与变化,以及21世纪人类所面临的困境与挑战。

作者简介:
彭慕兰,著名历史学家,曾任美国历史学会会长,“加州学派”代表人物。史蒂文·托皮克,美国加州大学尔湾分校历史学系教授,研究方向有:拉美史、世界贸易史、咖啡经济史等。

为什么

作者:〔美〕朱迪亚·珀尔等
出版社:中信出版集团
内容简介:

在本书中,人工智能领域的权威专家朱迪亚·珀尔及其同事领导的因果关系革命突破多年的迷雾,厘清了知识的本质,确立了因果关系研究在科学探索中的核心地位。

作者简介:
朱迪亚·珀尔,现加州大学洛杉矶分校计算机科学教授,贝叶斯网络之父,2011年因创立因果推理演算法获得图灵奖,同时也是美国国家科学院院士,IEEE智能系统名人堂第一批10位入选者之一。

大趋势:中国下一步

作者:郑永年
出版社:东方出版社
内容简介:

今后中国经济发展一定要靠技术、附加值高的产业,这条路可能越走越难,至少不会像前面几十年那么容易了,我们不能掉以轻心。通过竞争才能做出自己的原创性的东西,必须靠自己的梯子爬上去,否则永远要跟在人家后面。

作者简介:
郑永年,浙江余姚人。中国政治、社会问题与国际关系专家,现任新加坡国立大学东亚研究所所长,《国际中国研究杂志》《国际社会科学核心期刊》和《东亚政策》主编。