

互聯網創業模式大解密 (上)

互聯網創業最需要的不是錢而是盈利模式

互聯網創業最需要什么？如果問這些創業者們，相信多數人的回答是一個字：“錢！”的確，互聯網創業沒有錢絕對不行，甚至可以用說互聯網創業成功很大程度上依賴於大量的錢。

不過風投這裏給出了這樣一個數據：互聯網投資成功率只有10%左右，也就是說他們投資十個，九個是失敗的。被投資的十個有了錢，但還是失敗了，可見互聯網創業最需要的不是錢。

首先，必須是看錢的能力，也就是模式。然後是用錢的能力，隨後才是賺錢。

1、網易：我什麼都有 (www.163.com)

網易今天已經牢牢佔據了中國幾大綜合用戶中的一把交椅。無論從哪方面來說，丁磊和他的網易都取得了巨大的成功。綜合用戶今天聽起來是一個巨大的概念，對於互聯網創業者來說這是一個佈局的觀念。因為它已經遠不可及。綜合用戶的思想是“我什麼都有”，放到現在看，這確實已經算不上什麼創意。但在丁磊先生創業的那個時代，互聯網完全還處在草莽階

段。無論什麼東西對於網民來講，都是新奇的，一個大、多、快、全的信息網站無疑是廣大網民的最愛。所以網易能在短時間內抓住大量的用戶，這也是它日後成功的基礎。

有人在分析網站粘度的時候，在講到技術粘度的時候說網易是典型的技術粘度。這種粘度的特點是：*技術實現，誰的內容多、及時、快速，就能拉來大批用戶。如果出現一個技術更強的網站使用信息更快更新更多，就馬上把它比下去了。這是有道理的，華軍雷諾就是個典型。但放在網易身上，我看都不一定。我們不能忽略了網民的感性問題，中國的網民見多了和網易一長大的，一同經歷了興衰苦樂。那是一種說不出以後情和依附度。前段時間我聽見兩個朋友辯論，小李是網易的忠實用戶，小王是另外一個網站的粉絲。小王就說網易不好，勸小李去他喜歡的網站看看。小李很高興，但口才不好。最後急了，小季說：“老子就是喜歡網易！”小王插嘴。

建議：不要再想著去搞什麼綜合門戶，再造網易，難度有點大。

2、百度：培養用戶的上網習慣 (www.baidu.com)

你今天“搜”了嗎？你今天“百度”了嗎？“搜商”正變成一個越來越流行的詞眼，“百度”也被人們當成動詞來使用。如果你遇到一個難題，請問你第一步做什麼？如果有上網條件卻先去查字典，問旁人的話，就說明一個問題：你搜商還沒養成。還不能說你搜商低，因為搜商低是說你這樣的一件事是去搜你不知道怎麼搜。當然如果你問別人，別人或許這樣回答你：“你百度一下不就知道了嗎？”可見百度對我們的生活影響有多大。搜商，對於商家而言，就是把他們的產品最快最直接的呈現給了有需求的客戶。而對於我們來說甜言蜜語在線上，就是我們提供了一條最快最直接的獲得信息、答案的渠道。它把社會上全網的資源集中起來給一個人使用。這在它的優勢，但它成功的原因在於：培養了網民的一個網絡使用習慣——搜索。準確的說是培養了廣大網民使用百度進行搜索的習慣。當百度搜索成為網民上網的一種必做，一種習慣的時候，百度想不成功都難。

為什麼他搜索引擎做不過百度呢？是因為技術不好？應該不是，雅虎、google、愛問、搜狗等搜索引擎都是不錯的，甚至都有他們獨到之處。我想就在於網民的搜索習慣不是他們培養起來的，或者說網民養成不是使用它們進行搜索的習慣。例如陳沛生先生和他領導的中搜，據說技術是領先於百度的，風投的錢也花了幾個億了，但為什麼總去搞去就是搞不起來？因為大家不習慣於使用它。此前有一個做雜誌的朋友對中搜很是上心，對它進行了大量的報道並預言以後中國的搜索市場是中搜的天下。這使我專門去嘗試使用了一下中搜和它的1G。老實講，我不喜歡，也沒看出來它比百度好多少。中搜1G到還可能，但使用起來太麻煩。用搜索的目的就是快速獲得答案。如果太複雜，就違背了它獲得了。說白了，就是我不習慣使用了。中搜提供的服務遠遠沒有達到我放棄使用百度的遷移成本。前幾天我女朋友去吃火鍋，正趕上店家做活動，就是銷路語中獎。朋友們拿著服務小姐送的題目抓耳撓腮，冥思苦想。我過去拿了一把題目回來，馬上打電話給一個同事，讓

他在百度上給我搜答案，幾分鐘以後，同事把答案全告訴了我。結果我一個人中得幾十分獎品，雖不值什麼錢，心裏還是開心的很。

建議：努力開發一種產品，培養起用戶對這種產品的使用習慣，成功指日可待。

3、阿裏巴巴：帶領“窮人”鬧革命 (www.alibaba.com.cn)

這個窮人實際並不窮，指的是廣大中小企業。1999年馬雲投身電子商務的時候，全球互聯網所處的電子商務，基本上是為全球頂尖的15%大企業服務。但馬雲生長在私營中小企業發達的浙江，從最底層的市民階級過來。深知中小企業的痛苦。他毅然作出決斷——“棄鯨魚而抓蝦米，放棄那15%大企業，只做85%中小企業生意。”“如果把企業也分成富人窮人，那麼互聯網就是窮人的世界。因為大企業沒有自己專門的信息渠道，有巨額廣告費，小企業什麼都沒有，他們才是最需要互聯網的。而我就是要領導窮人起來鬧革命。”正是這個創意，使馬雲獲得了今天的成功。馬雲先生不愧是個精明的人，當別人還在想著靠網民來看信息、資訊的時候，他就想到了如何讓網民通過互聯網來賺錢。這樣的創意，即便沒成功我們也會支持，當然確切的說是支持馬

雲先生想讓我們通過網絡發財的想法。這也切中了廣大中小企業的要害和他們的心理。我想不是所有企業上阿裏巴巴都能掙到錢的甜蜜，但以利潤為命、銷售渠道為主要困難的中小企業豈會放棄這樣一個可能的機會？哪怕不行，總也要試試的。當大家都上來試一試的時候，市場也就形成了。

“中國電子商務產業格局將產生巨變，一個新的互聯網應用人群正在形成主流，互聯網將由‘網民’和‘網友’時代進入‘網商’時代。”我很認同馬雲先生這話。常常想：如果互聯網只用來看資訊和娛樂還不太浪費了。事實上不光是中小企業，一些個體用戶在逐步進入電子商務。一些有網絡條件的上班族也開始利用電子商務做業務的生意，甚至出現了大批門戶以開網店做電子商務為生的網民。很多網站開始轉向做電子商務，能否成功，開始超越阿裏巴巴亦未可知。但筆者認為正確難以超越阿裏巴巴的是馬雲先生的商業精神他在電子商務領域最前沿的見識和思想。

建議：電子商務大有可為，但先拜馬雲先生為師，學他個三五之後再起事。(待續)

源自：中國經濟網

好創意 = 能賺錢的生意嗎？

剛起步的企業家的另一個通病在於“高估他們的創意”

無論你多麼勤快地給 Sam 清洗，你的那隻 90 磅重的金毛獵犬仍然會發出臭味。於是一種能讓你狗的腦海中油然而生：狗用香水！你迅速在網上進行了搜索，發現美國 500 個狗主人每年共在他們的愛犬身上花費 430 億美元。Sam 不會是唯一一隻有臭味的狗，因此你的想法肯定錯了。你甚至為它取個名字：Furry Fragrances 或者是 Eau de Puppe。

我們都聽過這種情況：正當我們喝著早餐咖啡，讀著商業版新聞，為我們的愛犬洗澡的時候，一個關於將改變世界的新發明新服務的想法突然閃過腦際。回頭想想你真正想做的這個“好生意”是能真正轉變為一筆賺錢的生意。

你需要考慮的第一個問題是：你的價值主張是否具有吸引力？有一點是亙古不變的：只有當你能說服別人高於你的價格為你的產品或服務付錢的時候，你的想法才能成爲一番事業。你認為這個世界需要新的狗用香水並不意味著其他所有人都這麼想。即便他們認同你的想法，那也需要他們願意出於高於你所需成本的價格購買才行。你不必制訂一份 90 頁的商業計畫來證明你的價值主張。事實上，你應該能夠用簡短的幾句話將其表達出來。如果連你自己都說不出你的產品好在哪里，那更不要說你的消費者了。

哈佛商學院 (Harvard Business School) 企業管理學教授 Toby

Stuart 說，剛起步的企業家的另一個通病在於“高估他們的創意”。換言之：如果你想到了好點子，那麼其他人可能也已經想到了。

下一個問題是：你的新產品或服務有足夠大的市場嗎？專業的投資者 (如風險資本家) 不希望發覺潛力有限的公司身上投資，即便這樣的公司有可能盈利。此外，永遠不要寄希望於創造一個全新的市場，因為這個市場之所以不存在是因為它的道理。

但反過來講，要選擇存專大市場中“一小塊蛋糕”帶來的誘惑。寵物用品 430 億美元的市場總起來似乎大有可為，但這並不代表著人們在狗用香水上投的金錢足以支撐一家獨立企業的生存發展。Oaktree Ventures 行政總裁 John De Puy 建議，創業者應當將限於爭取到市場 25% 至 40% 的份額，而不是在巨大的全球市場中爭奪 1% 至 2% 的份額。“界定與爭取”，他說。“這正是秘訣所在。”

在你能夠支配市場之前，你必須擁有足夠的發展資金。“大多數企業未能做到這一點是因為它們缺少資本。” De Puy 說。這裏的關鍵是誠實：無論你認為需要多少資金才能將你的產品推向市場，都應該留有一個緩衝餘地。對於你來說——估計將需要更長時間調整的技術含量高的產品，則留有的餘地更大。

如果你無法獲得充分的資金開

發和推廣資金——這在如今的經濟環境下絕非易事——市場或許會給你“上一課”。

斯坦福大學商學院 (Stanford Graduate School of Business) 創業研究中心 (Center for Entrepreneurial Studies) 主任 Charles Hollosway 表示：“在你努力獲得資金之前，你無法真正知道你是否擁有創業機會。”

但千萬不要在雛形階段停止分析。經久不衰的企業需要可持續的競爭優勢。你的企業有什麼競爭優勢呢？如果是技術，你能夠獨得專嗎？如果是一種產品，你能夠為它打響名號嗎？當然，你可以將你初具雛形的技術出售或者對難題進行授權，把如何從中獲利的難題交給其他人，但你願意下這個賭注嗎？如果你仍然對你掌握著真正正確的創業機會深信不疑，那麼問自己最後一個問題：你願意為此付出多少努力？美國勞動統計局 (Bureau of Labor Statistics) 的最新資料顯示，僅三分之一的新企業的維持時間達到了兩年，而只有 44% 持續了四年——這僅僅是維持生存而已，並非獲得成功。

最重要的是：如果你還未準備好為了你絕妙的創想付出一切（並且隨後真的付出一部分），Sam 的氣味如何或許就不那麼重要了。

源自：富比士

10大在家創業商機

你也在尋找在家裏創業的商業機會嗎？下面是現在和將來最熱門的在家創業的商業機會，也許就是你所尋找的

相反，隨著人們年齡的增長，更多的人願意投入一些資金，去讓自己的長期生活的家更舒適。長期來看最好的房屋修繕服務應該關注什麼？答案是：浴池。我這裏說“浴池”是指這些機會並不適合那些尋找“賺錢機器”、“在睡覺時就掉錢”或者持有類似想法的人。

這裏提到的商業機會，同樣也不合適於那些期望投一點錢，就希望看到錢源源不斷流入的人。成功的家庭生意，都是真正的生意。要讓想在家創業的機會真正能夠成功，你需要做好各方面準備，並且具備這些生意的知識和技巧。先把你這些提議列出來，下面就是我最感興趣的一些在家創業的市場。說這些機會好，是因為不單單在未來有潛力，而且這些產品和服務在今後幾年裏的需求，都會不斷的增大。

1. 房屋修繕服務

房屋修繕服務非常非常之火而且，沒有跡象表明這種趨勢會衰退。

2. 寵物相關的產品

愛寵物的主人們，為了他們心愛的寵物，難道還有什麼東西不捨得買嗎？如果你能為你家的貓狗找到一個合適的產品，那麼你就很有可能成爲一個家庭創業的成功者。從寵物服裝設計到有機動物食品。這塊的蛋糕沒有極限。

3. 餐飲送服務

吃飯是個老問題。餐飲配送，不單單是送餐，更多的是服務。餐飲配送服務不再只是大型聚會時才需要的。職場的小夫妻，社交的機會很多，也有這樣的需

求。忙碌的家庭，對於每次都要出去去吃吃飯問題感到疲憊，更願意把食物帶回家吃。如果你有一個小吃店，可以策劃和提供既營養又好吃的食物，而且適合外帶，那麼，對你來說：這絕對是一個很好的在家創業的機會。

4. 保險服務

同樣地，對於保險服務，現在的需求也將旺盛。而且這個需求將來是只增不減。如果你很擅長組織，也想運營這樣的業務，你很有機會把這樣的一次家庭創業做大。

5. 防摔產品

你知道嗎？年長的加拿大人所發生的導致重傷的原因，首要的就是摔傷。你知不知道？僅僅在加拿大，每年用於因老年摔傷而花費的醫療費用就超過 10 億美元之多。想想看，如果你能發明或者代理一種產品，能夠幫助老年人防止摔傷的話，那會怎樣？這個市場潛力巨大！

6. 婚慶諮詢/策劃服務

想結婚的人越多，也就意味著越多的人可能需要婚慶諮詢服務。不管美國的法律如何的修改，不管是否傳統的婚姻，還是同性戀的婚姻，對於婚慶服務的需求，都是持續不斷的在增長。

7. 健康飲食諮詢服務

另外一個需求趨勢只增不減的市場，就是對於健康飲食提供建議的需求。人們越來越關心吃到的肚子的食物，越來越重視飲食習慣與健康的密切關係，而且也越來越能接受個性化的健康飲食諮詢和建議方面的服務支付費用。

8. 門戶的美容服務

這一基於家庭的創業機會包含以下兩方面的趨勢：人們對於於去更完美年輕的需求永遠都不會完全滿足。而且人們希望這需求能夠夠上門的服務正在增加。讓那些服務人員上門幫幫你去卸妝清潔面部美容化妝，是絕佳的享受，為什麼不呢？

9. 縫紉和服裝修改服務

隨著人們發現自己的時間越來越少，縫紉也正在成爲一種日漸消失的技能。但是，正因為不是每個人都出自一個縫紉，這方面的需求也在增加。如果你確實有這項技術，裁縫也是另外一個可以在家開展的生意機會。

10. 生活/商業指導服務

生活指導這一行業已經火了一段時間了，但是我認爲這一新興行業將會繼續增長。記住，什麼時候每個人都或者想學一個私人的健康顧問呢？現在，每個人都或者想學一個私人的顧問。如果你有某方面的技能，和相關的個人的必要技術，這將是一個非常好的家庭創業的商業機會，因為你可以遠程服務，也可以面對面服務。

最後的一點提示：這裏提到的大多數的商業機會都需要專業的的能力或技術。如果你不擁有某一領域的專業技能和水準去開展基於家庭的生意，你仍然可以成爲其中的一個部分。找到合適的家庭創業者，然後給他一個他適合去一部分資金。做一個直接投資者，可能從很多方面獲益。

作者：Susan Ward
翻譯：非刀

房屋拍賣 · 造成搶購

拍賣可吸引眾多有錢買家競標搶購，在指定之時間以最高價賣出，不必裝修，也不必付佣金。好過一般上市，凡急於出售房產者，請即電626-277-7168洽詢(歡迎Agent介紹其滯銷之Listing 佣金照付)

地產拍賣專家
Broker / Auctioneer
林亞柏
626.277.7168

房地產以拍賣方式成交仍當前趨勢
歡迎有眼光之地產經紀加入行列，免費培訓



David Lin (林)
802 E Mission Rd., San Gabriel, CA 91776

25年專業經驗

專業, 誠信, 負責

倉庫租售

電話: (626) 252-4248
傳真: (626) 285-8081

802 E Mission Rd., San Gabriel, CA 91776