

互聯網創業的 葵花寶典



一個朋友，在一家軟件的大企業做了十年的軟件研發，想出來創業，問我要注意什麼。我開玩笑說，要想成功，必須學習互聯網創業的“葵花寶典”，第一條就是“揮刀自宮”。

大的軟件公司有很多資源，研發能力不錯，各種推廣資源也非常優越，但很少開發出來優秀的互聯網產品。初步看上去，原因很多，比如很難調動個人的積極性、內部管理協調非常困難等。我認為還有一個重要的原因，就是方法不得當。大公司資源多，一個互聯網創新項目，投入大量資源後，公司期望值高，考慮的問題自然多了，反而不容易做好。

從大公司離職出來創業，首先要“揮刀自宮”，干掉大公司這套做法，控制成本盡量少花錢，集中精力和資源解決核心的一兩個問題就足夠了。

不要想太多，不做太長時間的計劃，尤其是計劃不能太複雜！創業成功需要的是發現機會和快速突破的能力，再加一點運氣。大公司的工作經驗太多，有時候反而會限制自己的做法。互聯網創業，越簡單越單純，越容易成功！

1. 專注：解決用戶一個迫切的需求，解決的問題一句話就可以說清楚。

(1) 一個明確而且用戶迫切需要的產品，很容易找到明確的用戶群。這樣，產品研發出來後，不容易走偏。(2) 選擇的用戶需求要有一定的普遍性，這點決定這個產品的未來市場前景。(3) 解決的問題少，開發速度快，也容易控制初期的研發成本和風險。(4) 解決明確問題的產品，容易給用戶說清楚，推廣也會相對簡單。

2. 極致：要在這個功能點上做到所有同類產品的極致，做到最好才能贏。

(1) 極致是互聯網產品的核心，只要極致才能超出用戶的口碑，形成口碑相傳的效應，給後期的推廣帶來了很大的便利。(2) 專注才能做到極致，做到極致才能擊敗競爭對手。

3. 快：開發周期一定要控制在三到六個月的時間，一定要快。

(1) 互聯網時代，用戶需求變化比較快，而且競爭也比較激烈。快速的開發，容易適應整個市場的節奏，並且節約成本。(2) 用戶試用過程中，如果發現問題，反應速度也要快，盡快改善盡快更新。初期，我認為要保持在兩週的更新速度。

4. 口碑：初期市場營銷堅持少花錢甚至不花錢，才能看出產品對用戶真正的吸引力。

(1) 產品完成後，不要著急，先堅持在一個小規模的用戶群中試用，聽聽用戶反饋。(2) 大規模的推廣會帶來如下的兩個問題：一、投入大量市場費用後，用戶期望值很高，如果產品不完善，很容易引起負面的口碑，為以後的推廣留下了隱患。二、大規模市場推廣得到的測試效果不準確。如果產品不完善，甚至需求選擇有問題，會被數字掩蓋。當推廣費用停止後，用戶量不增長甚至下滑，再改就來不及了。過去幾年成功的互聯網創業公司，其實在市場營銷上花的錢都非常少，但這些公司在市場營銷上花的精力並不少。(3) 剛開始最重要的推廣技巧是搜索引擎優化和病毒式營銷。

互聯網創業的葵花寶典就是“專注”、“極致”、“快”和“口碑”！

一次完美的互聯網創業，最好是技術、產品高手搭配的兩三人創業，三到六個月內完成產品，再用半年到一年的時間測試完善產品，達成初步成功的門檻，再尋求融資，摸索成功的商業模式，然後投入大量的市場資源推廣，形成規模化業務。

初步成功的標準，不同的業務要求不同。我有一個簡單的標準供大家參考，就是產品推出半年到一年時間，網站頁面過一百萬PV，或者客戶端產品日淨增安裝量1萬次，而且用戶數還在持續增長。達成這個目標之後，需要琢磨的事情，就是在保持增長速度的同時，如何探索好的商業模式。

源自：雷軍博客

八大消費新趨勢 暗藏創業商機

中國市場的變化令人目不暇接。對一部分市場營銷者而言，這些變化給予他們發揮競爭優勢的機會，而對另一部分而言，如何應對這些變化所帶來的影響則成為了需要面對的一大挑戰。

毫無疑問，隨著這些變化在全國範圍內的加速升溫，若稍有疏忽就會錯失良機。因此，了解新的一年存在的新的消費趨勢，對於市場營銷者更好地滿足消費者需求尤為重要，對於創業者則更能把握創業方向。

網購消費 足不出戶買大牌

天氣、停車，這些再也不能影響中國消費者的購物計劃。對新一代的消費者而言，鼠標已然成為他們的“代步工具”，小到油鹽醬醋，大到幾十萬的奢侈品。網購用戶近年來保持快速增長，預計2011年網購用戶在網民中的滲透率將突破32%。而對三四線城市消費者進行的調查中，我們發現由於其商店與商品的選擇性仍顯匱乏，它網購的比例比其省會城市（二線城市）更高，相信這些市場將是網購消費的最大推動力。

節儉消費 怎一個“拼”字悠哉

金融危機雖沒有大幅影響到中國消費者，但他們也意識到：“不能這麼大手大腳下去了！”作為對嚴峻經濟形勢的回應以及在某些領域過度消費的必然結果，“新節儉主義”來勢洶洶。不是不花錢，而是花到刀刃上。做一個“精打細算”之人，在這個時代，更是件值得驕傲的事。“眼客”“拼客”“扣扣族”“抄號族”“試穿族”，這些各式標籤的出現表明“節儉一族”陣勢之日益壯大。

奢侈品平民化 秀大牌不是夢
奢侈品不再是國王貴族的私有物，走在今日的中國大街

上，攜帶大牌奢侈品的人也能見不少，背LV擠公交也早已不是什麼令人瞠目結舌的新聞了。加上全民軍反時代的到來，入門級產品的大受歡迎等，可見人們對奢侈品的接受度與偏愛度日漸提高，奢侈品平民化似乎已近在眼前。

小眾化消費 享受時尚就要與眾不同

因特網在中國的普及使中國消費者日益渴求個性化，但一貫浸潤的中庸之道又使其不願過於凸顯自我，“槍打出頭鳥”這句俗語仍制約著眾多中國人，因此“小眾化”就成為其當下追求個性的表現方式。這是在大眾化與個性化之間的過渡期：擁有個性，不隨大流，但又希望找到同道中人，獲得歸屬感。這是一個逐漸個性化國家的必經之路，而中國正走在這條路上。像豆瓣網之類的垂直式網站的盛行就是最好的例證，它們將有著共同愛好或特征的群體集合起來，為他們提供交流分享的場所，也幫助他們找到同類。

從眾消費 “大家好才是真的好”

在霍夫斯泰德(Hofstede)的文化維度中，中國



人在個體性上排名偏後，他們更願意結成群體。中國人的普遍觀念就是：如果大家都在做的事，那就一定是正確的。從眾消費在市場上越來越普遍，其中一例子是梅賽德斯-奔馳在今年9月舉行的團購活動，200輛SMART僅僅在3.5個小時內就被搶購一空。有一位消費者稱：“本來不想買的，但看到這麼多人買，不知怎麼就下手了。”

租賃消費 花小錢也能擁有時尚

追求安定是大部分中國人的特點，過去的中國人不喜歡借貸，這解釋了為什麼數以萬計的中國人拼死拼活要買一套房。但是在物質快速更替、物價飛漲的年代，租賃消費成爲了一種選擇。“哈租族”的壯大使租車、租奢侈品，甚至租人都變得稀鬆平常。以相對低廉的價格獲得一種“擁有感”，這越來越成爲現代人的消費觀。

低碳消費 奢侈品創新有新意

低碳消費，成爲了一種環保的生活方式的代名詞。不僅是減少二氧化碳排放，更是強調節約能源、保護環境。73%的消費者願意以實際行動來支持低碳生活；82%的消費者表示即使價錢貴一點，也願意購買環保節能的產品。從2010年1-6月的銷售數據看，小排量豪華車開始大量增長，人們不再以購買“大”車爲榮。

虛擬消費 時尚要的就是瞬息萬變

傳統觀念認爲中國人是一個追求實際的民族，覺得抓在手裡的最牢靠，這就是爲什麼大件商品在中國風靡一時，因爲它代表著穩固。但當下種種跡象告訴我們，並不是一定要實體的物質才能吸引消費者了，雲計算的出現使虛擬消費終於也得到了國人的信任，開始發展起來。以後生活在“雲端”的人們的觀念就是：我們實體擁有的只是一個“外殼”，一切都可以在虛擬世界實現。

源自：創業中國

顛覆傳統 聯合工作模式漸流行

宋女士和她的先生爲他們的漢語學習諮詢公司辦公室找了很多的辦公地方，由於不想在家上班(SOHO)，再加上是“夫妻”店，也沒必要單租租賃辦公室，最終他們選擇租用定西路創意工場的兩張辦公桌，和其他人一起“聯合”辦公。

租用一張簡單的辦公桌，最高每月支付2000元，職業各異的人，聚在同一間辦公室裡工作……這種顛覆傳統的創意社區“聯合工作”模式在滬上悄然出現，也日漸流行。

以辦公桌爲單位出租

定西路727號映巷創意工場4號樓4樓C座的“新單位”就是這樣一家很特別的“單位”。單位的“領導”把其定義爲聯合辦公社群，將傳統辦公環境與網絡平台和創意空間結合起來，用會員制和定期活動的方式，爲小規模創業者 and 自由職業者等提供聯合工作的平台。

跟傳統的辦公空間不同，“新單位”將老廠房加以利用，在兩間教室大小的空間內，玻璃牆隔出三個房間，沒有前台接待，沒有一個個的“小格子”，視線之內，是大大的黑板，橫七豎八的粉筆字信息，大小、形狀、款式不一的靠背沙發和椅子，尺寸不同的辦公桌、會議桌。

“與傳統的寫字間爲單位出租不同，我們是以辦公桌爲單位出租，有免費的寬帶平台、打印機等辦公設備，還有免費的茶水。除有一部分按月收取租金費用外，還把一天中的時間分成若干段，臨時出租給那些偶爾需要固定場所開會、洽談的自由職業者，甚至是需要集體完成項目的學生們和臨時聚會的朋友。”

新單位的創辦人之一、從事創意產業的80後海歸陳敘向記者介紹，“在這裡辦公的人們來自不同國家，擁有不同專業背景，這樣開放和寬容的環境，讓每個人都可以交流、共享與協作。這就是聯合辦公的概念。”

有助於提高效率
“我的朋友Mike在網上看到這個地方，他們正好有個免費一小時的活動，一個人去可以免費使用一小時，兩個人就是兩小時，依此類推。”曾經臨時租用“新單位”辦公桌的網絡工作者陳先生說，“於是我們倆一起去那裡用了免費的兩小時，不過後來又付費使用了更長的時間。發現自己很喜歡這樣的環境，工作效率比在家裡高多了。”

“工作效率高多了”是在“聯合辦公室”裡辦公的很多人普遍的反映，“和不同職業背景的人一起工作，還讓我們和平常沒有交集的設計師成爲朋友，也爲我們爭取了更多的客戶。”將自己的漢語學習諮詢公司入駐“新單位”的宋女士很興奮地告訴記者。

荷蘭巴可管理中心上海分公司是“新單位”的固定會員之一，兩個漂亮的荷蘭女孩就在這裡的兩張辦公桌前完成每周五天的實習工作。“在這樣的工作環境裡工作很開心，中午時段，大家都會坐在同一張大桌上用餐、閒聊，誰上周末去看了場很棒的音樂會，誰又見了一個很特別的客戶，沒有‘格子間’的禁錮，沒有行業的限制，社交和工作輕鬆結合，很棒。”

規模擴大不得不搬走
在新單位的“聯合辦公室”裡，記者注意到，工作氛圍非常寬鬆和

有助於提高效率
“我的朋友Mike在網上看到這個地方，他們正好有個免費一小時的活動，一個人去可以免費使用一小時，兩個人就是兩小時，依此類推。”曾經臨時租用“新單位”辦公桌的網絡工作者陳先生說，“於是我們倆一起去那裡用了免費的兩小時，不過後來又付費使用了更長的時間。發現自己很喜歡這樣的環境，工作效率比在家裡高多了。”

“工作效率高多了”是在“聯合辦公室”裡辦公的很多人普遍的反映，“和不同職業背景的人一起工作，還讓我們和平常沒有交集的設計師成爲朋友，也爲我們爭取了更多的客戶。”將自己的漢語學習諮詢公司入駐“新單位”的宋女士很興奮地告訴記者。

荷蘭巴可管理中心上海分公司是“新單位”的固定會員之一，兩個漂亮的荷蘭女孩就在這裡的兩張辦公桌前完成每周五天的實習工作。“在這樣的工作環境裡工作很開心，中午時段，大家都會坐在同一張大桌上用餐、閒聊，誰上周末去看了場很棒的音樂會，誰又見了一個很特別的客戶，沒有‘格子間’的禁錮，沒有行業的限制，社交和工作輕鬆結合，很棒。”

規模擴大不得不搬走
在新單位的“聯合辦公室”裡，記者注意到，工作氛圍非常寬鬆和

語，三五個人散落地坐在自己的辦公桌前，忙著手中的活，時而在打印機前停留，時而小坐在沙發上，漫不經心地端杯咖啡與旁人交談，乍看跟休閒類的咖啡吧、茶吧或書吧，似乎沒有太多區別。

“其實這樣的場所與咖啡吧和書吧區別很大。”宋女士的美國老公John告訴記者，“去咖啡吧的人並非都以工作爲主，會比較嘈雜，不利於長期辦公接待客戶和洽談業務。”

當然，這種工作空間的提供對於企業的規模有所限制，宋女士說：“對僅限於保持現規模的微型企業和辦事處來說，這是很符合要求的辦公環境，但對於有擴大創業規模的人來說，這種工作模式到後期會不能滿足需要。”宋女士表示，等公司發展了，員工擴招，就搬出“聯合辦公室”。

聯合辦公源於美國
聯合辦公的概念最初起源於美國，或者是自由設計師，或者是電腦程序員或作家，或者是正在寫畢業論文的大學生，他們原本可以舒舒服服地穿著拖鞋和睡衣在家裡干活，但又厭倦了與世隔絕、孤獨一人的工作方式，租張辦公桌“聯合工作”的模式應運而生。在美國的硅谷、西雅圖、芝加哥等地就有很多類似的“辦公吧”，頗受小型創業者的喜愛。

源自：創業家

40歲以後創業投資成功幾率會更高

全球創新創業思想領袖、考夫曼基金會主席兼首席執行官卡爾·施拉姆前天在復旦大學與大學生創業團隊進行座談，並就當代全球大學生創業現狀發表了演講。

施拉姆表示，大學的文化氛圍對學生的創業意識有著不可低估的作用。學校教育在促進研究成果商業化上，可以起到很大的作用。大學不應該忽視對創業家潛質的培訓和教育，而不是說服大學生一畢業就以創業爲目標。

施拉姆以美國的相關調查爲例。他說，約有70%的美國大學生有過創業的想法和希望，但是

現在500個成長最快的創業型企業，並不是由大學剛剛畢業或者畢業沒幾年的年輕人創立的，而是創業者到40歲左右才創立的。這說明那些成功的、發展很快的公司並不是創業者第一次創業就成功的，很可能是他們從20歲開始，不斷地創業、不斷地失敗，到了40歲時就積累了足夠的經驗，或者已經在其它企業有過比較長的就業經歷。調查發現，大多數創業者都是在經歷了失敗後轉而開始在大公司打工積累經驗，然後再次出來打拚天下。因此，大學對於創業的教育，不應該只強調訓練學生的技巧，而

是更需要培養他們的創業者氣質。

源自：文匯報



聯繫電話：中文 (626) 456-3463 英文 (626) 456-3358
http://www.lasvegasespressbus.com

豐運巴士賭城特快 Las Vegas Express

天天出發 迅速便捷

賭城 (Las Vegas) 賭城特快巴士
天天出發，沿途停靠
中國城、聖蓋博、蒙市、羅蘭崗，
讓您的旅遊最迅速方便。

洛杉磯豐運巴士公司
(W & H Trade Inc.)
提供華人最便捷服務，單程\$30-\$35，
來回\$45-\$55，歡迎多多利用。

皇朝客運公司 Santa Ana: 714-839-3500
San Jose: 408-729-7885
Toll Free: 1-888-834-9336

目的地	時間	票價
ABC Expressway, Downtown (17th St. & University Ave.)	1:00PM	\$1.99
San Jose Downtown (17th St. & University Ave.)	1:00PM	\$1.99
San Jose Downtown (17th St. & University Ave.)	1:00PM	\$1.99
San Jose Downtown (17th St. & University Ave.)	1:00PM	\$1.99

• Email: info@lowfarebus.com • 網站: http://www.lowfarebus.com