

(内部绝密资料)

穷 G 的自我救赎

-----财富思维创造术

在同一条商业赛道跑出冠军的局势！

目录

前言： 我不是教你使诈-----	1---3
起篇： 你是不是寒门贵子-----	4---10
第一章： 代换思维改变你的身份-----	11—36
第二章： 绝密赚钱思维-----	37--50
第三章： 打造寒门人的商业帝国-----	51--114
第四章： 寒门子弟更会管理企业-----	115—120
第五章： 对抗社会灾难-----	121---130

前言

在这个变化如此之快的社会，没当你反应过来的时候，其实已经成为了别人的韭菜，任人宰割，当然内卷时代的来临，你觉得你为了规避这些风险，选择躺平，安然无事，那你才是大错特错，你要知道在烧烤界中有一种食材叫做烤韭菜，即使你躺平了，你照样会被收割，在此，举个简单的现实单点循环案例，有一部分年轻人买不起房子，那就选择躺平，这样觉得自己不会被收割，可是其恰恰相反，总觉得不管房价上涨多高，都跟自己没关系，可是你要知道，活着的时候，住的是房子，死了的时候，住的是坟墓，房子不断上涨，就意味着地价上涨，地价上涨，墓地还会便宜吗？这下你应该懂得了吧，躺平也会被拔的一毛不剩，让你走的干干净净，在书中将会用通俗易懂的案例和解说，让你体验一把转换自己思维的风暴，思维变现的密码。带你踏入新的认知圈子和境界，让你拥有新的思维模式和密码，解锁你的新人生，开启你的新命门。

你是不是寒门人贵子

寒门出贵子，是多少从古到今底层社会的人翻身的心灵鸡汤，然而随着时代的变化，却成为了毒鸡汤，在现实社会的逼迫下，每一个底层社会的寒门子弟不得不咽下这碗毒鸡汤，最终毒药穿肠，头破血流的死在了攀越阶层的路上，一个底层的娃子要想进入更加高贵的圈子，只有三种途径：资本、金融、教育。可是我们深知，作为最底层的穷人，哪里有资本来进行博弈？哪里有金融杠杆来撬动财富的倾斜，唯一有机会的就是古代科举制的传承，通过教育走出大山的高考。然而帮助底层的人翻越阶层的皇帝却被某些人传唱成了昏君，这个秘密，你思考过吗？这也是高考为什么如此重要！然而社会的现实逐渐会让你知道，这条路已经离你渐行渐远，教育进行多次改革，你以为改的是什么？

天时地利人和总是惊人的互补，现在社会处于知识经济的笼罩之下，互联网资源共享的高度发达之下，最底层的人必须把握住机遇，当然，要想运作这些模式，那当然是离不开你思考媒介的方式，因此为了帮助咱们底层的人跳跃阶

层。

一个人如果想要得到别人实打实的认可，唯有两个字才能征服别人，那就是成功！如果说还有比这个更厉害的字眼，那就是四个字：绝对成功！当然能否守得住这几个字伴随自己的一生，那是需要很多权谋和为人处世的做派。

一个人要想获得成功究竟该靠什么呢？是靠自己主观的意念，还是客观存在的规律？既然是寒门，那么我们肯定是站的底，看的近，如此条件之下，如何绝地逢生？那就是改变环境的方式，也就是把同等条件进行排列，选出最优的组合，在这个过程中，我们称之为：思维运作。很多人也许会觉得现在已经有很多成功的人士，我们直接复制他们，不就行了吗？如果真的可以，为什么这个世界只有一个马云，一个马化腾，一个刘强东，很多人都去尝试过复制，但是为什么都失败了？或者没有达到这些世界佼佼者的脚步呢？是因为他们没有足够的财富吗？还是因为他们没有足够的权力？还是因为他们没有强大的策划团队？其实道理很简单，即使你们是相同的团队，即使你们是相同的商业模式，

即使你们是相同的合作伙伴，那也未必能够扭转乾坤，那是因为你们有一个简单的不同：那就是脑袋！所以复制的那些人只是徒有其表，当然真正有能力的企业肯定也会有所小成，这个我不否认。但是他的脑袋你没有复制过去。脑袋里面是什么？是大家对待同一个问题思考的方式和推演。然后大家根据自己的头脑演算推演出不同的结局，运行不同的手段，当然也离不开好高骛远！万丈高楼平地起，没有铁打扎实的基础，没有身经百战的经验，没有观人无数的阅历，哪里有成熟的思维，那里有思维的养成，哪里会有思维高超的运转？那么我们首先要知道究竟有哪些思维呢？

大家要知道中国的文字精神和含蕴博大精深，首先我们利用拆字法将思维拆为思和维，大家可以看到思字分为心和田，田字方方正正四通发达，结合心字来解析就是心上所想之事要考虑到各个方面和角度，维字就是维度的意思，那思维是不是就可以简单的理解为心里面想啥事情的时候既要考虑到各个方面，又要考虑到这个事情的维度。那么究竟思维是什么？又分为什么呢？接下来先看看让人睡觉的哲学

上专业术语吧哈哈！

1、按思维的方式来分类：有感性思维与理性思维之分；感性思维是指建立在感觉基础上的认识，是以意识片段为形式的客观世界描述，感性认识描述的只是断裂和受限的事物现象从而获得有限的认知，并且是多意识的分离结论。对客观世界的认识处在无法定义和理解的认识搜集阶段。

理性思维则是一种有明确的思维方向，有充分的思维依据，能对事物或问题进行观察、比较、分析、综合、抽象与概括的一种思维。说得简单些理性思维就是一种建立在证据和逻辑推理基础上的思维方式。

举例：感性思维就是你看见一个人夏天还穿着棉袄，觉得这个人神经兮兮，理性思维就是分析到这个是不是有什么病需要每天穿着厚厚的衣服。

升级版的感性思维和理性思维区分：大家都知道瞎子什么都不看见，但是晚上瞎子走路都会点灯照路，这个时候感性思维可能会说到这个人不仅是瞎子还是个傻子！瞎子点灯白费蜡！可是理性思维看到的瞎子根本不是为自己点灯，

为的是在黑夜，让别人能够看到自己，从而自己不会发生危险，这样你明白了吗？

2、按思维的形式来分类：有抽象思维与形象思维之分；抽象思维是人们在认识活动中运用概念、判断、推理等思维形式，对客观现实进行间接的、概括的反映的过程。形象思维是指人们在认识世界的过程中，对事物表象进行取舍时形成的，是只要用直观形象的表象，解决问题的思维方法。形象思维是对形象信息传递的客观形象体系进行感受、储存的基础上，结合主观的认识和情感进行识别（包括审美判断和科学判断等），并用一定的形式、手段和工具（包括文学语言、绘画线条色彩、音响节奏旋律及操作工具等）创造和描述形象（包括艺术形象和科学形象）的一种基本的思维形式。

3、按思维的层次来分类：有系统性思维与片面性思维之分；系统思维性就是把认识对象作为系统，从系统和要素、要素和要素、系统和环境的相互联系、相互作用中综合地考察认识对象的一种思维方法。系统思维以系统论为思维基本模式的思维形态，它不同于创造思维或形象思维等本能思维

形态。系统思维能极大地简化人们对事物的认知，给我们带来整体观。

片面性思维是指对事物和矛盾不作全面考察的形而上学思想方法。表现为只看矛盾的一方，不看矛盾的另一方；只知事物的过去，不知事物的现在和将来；只了解局部，不了解全局；只肯定或否定一切，不作具体分析。是主观性的表现。

解析：这个大家可能比较容易理解，系统思维和片面思维其实字眼上已经告诉了我们答案，当然上述的片面思维解释有点哲学的味道，没错，在哲学上隶属于唯物辩证法的对立面。举个案例那就是：一叶障目不见泰山明白了吗？当然与之相对应的就是全面的观点也就是系统性思维！唯物辩证法主要分为：联系的观点、矛盾的观点、发展的观点、否定之否定的观点，当然毕业好多年了哲学也都忘得差不多了。不管那些吧，哲学的唯物辩证法其实就是告诉我们思考一个问题和事情的要从各个角度和维度，前因和后果等分析透彻。

但是只有逆向思维、抽象思维、线性思维、形象思维、

直觉思维、定向思维、创新思维、分析思维、辐射思维、聚合思维、习惯性思维。才是常用的思维！但是我们这次来讲一些这些里面没有的，但是我们又经常听到的，但是任何人或者大师未曾提起的思维，并且可以在工作中指导你的思维，因此我们就是要解开比这些思维还要厉害的思维密码！

作为新晋的寒门创业者，我还是要拿出点真本事的，要不给大家看笑话对吧！当然也许下面的阐述不是太专业，不是太深刻，但是一定是最浅显易懂，案例和想法相互结合，并且随时都在互动，让你学习不再那么枯燥乏味！结合时政热点，结合实际贴身生活，轻而易举的了解到商业思维和商业模式的潜在本质。接下来，就开启你我的学习之旅吧！期待我们都会有一个不错的收获吧！加油吧！寒门！说给自己听，也是说给你们听！各位寒门：唯有努力，不可放弃！

第一章 代换思维改变你的身份

一、等量代换思维

每当我们提起等量代换想必大家首先想到是做数学题的解题方法吧，反正我是一个学渣，忘了是做几何证明题还是二次函数会用到了，这个时候我们要明白一个哲学辩证法：矛盾论，矛盾论告诉我们矛盾之间可以相互转化，毕竟社会在不断的发展和变化，当然我们在此不谈论哲学，等有机会我会专门出一本关于唯物辩证法和商业思维的运用关系。

那么这个时候就会有人说了，等量代换在商业思维上是个什么鬼呢？我也可以这么说，等量代换思维用来商业模式，应该还没有人讲过，那我这个小可爱算不算原创商业思维：等量代换呢？那么接下来，我们娓娓道来，等量代换我们用拆字法可以得到：等量、代换（替换），那就是把等量的东西在别的东西上替换掉。如果还没有明白，那我直接上案例：

案例一： 大家都知道曹冲称象，有一次，吴国孙权送给曹操一只大象，曹操十分高兴。大象运到许昌那天，曹操带领文武百官和小儿子曹冲，一同去看。

曹操的人都没有见过大象。这大象又高又大，光说腿就有大殿的柱子那么粗，人走近去比一比，还够不到它的肚子。曹操对大家说："这只大象真是大，可是到底有多重呢？你们哪个有办法称它一称？" 嘿！这么大个家伙，可怎么称呢！大臣们都纷纷议论开了。

一个说："只有造一杆顶大的秤来称。"

而另一个说："这可要造多大一杆秤呀！再说，大象是活的，也没办法称呀！我看只有把它宰了，切成块儿称。"

他的话刚说完，所有的人都哈哈大笑起来。有人说："你这个办法可不行啊，为了称重量，就把大象活活地宰了，不可惜吗？"

大臣们想了许多办法，一个个都行不通。可真叫人为难呀。

这时，从人群里走出一个小孩，对曹操说："父亲，我有个法儿，可以称大象。"

曹操一看，正是他最心爱的儿子曹冲，就笑着说："你小小年纪，有什么法子？你倒说说，看有没有道理。"

曹冲趴在曹操耳边，轻声地讲了起来。曹操一听连连叫好，吩咐左右立刻准备称象，然后对大臣们说："走！咱们到河边看称象去！"

众大臣跟随曹操来到河边。河里停着一只大船，曹冲叫人把象牵到船上，等船身稳定了，在船舷上齐水面的地方，刻了一条道道。再叫人把象牵到岸上来，把大大小小的石头，一块一块地往船上装，船身就一点儿一点儿往下沉。等船身沉到刚才刻的那条道道和水面一样齐了，曹冲就叫人停止装石头。

大臣们睁大了眼睛，起先还摸不清是怎么回事，看到这里不由得连声称赞："好办法！好办法！"现在谁都明白，只要把船里的石头都称一下，把重量加起来，就知道象有多重了。

曹操自然更加高兴了。他眯起眼睛看着儿子，又得意洋洋地望望大臣们，好像心里在说："你们还不如我的这个小儿子聪明呢!"

案例解析：同等重量物体空间位置代换

案例二：接下来我们再举一个例子来加深印象：美国大发明家爱迪生有一位数学基础相当好的助手叫阿普顿。有一次，爱迪生把一只电灯泡的玻璃壳交给阿普顿，要他计算一下灯泡的容积。阿普顿看着梨形的灯泡壳，思索了好久之后，画出了灯泡壳的剖视图、立体图，画出了一条条复杂的曲线，测量了一个个数据，列出了一道道算式。经过几个小时的紧张计算，还未得出结果。爱迪生看后很不满意。只见爱迪生在灯泡壳里装满水，再把水倒进量杯，不到一分钟，就把灯泡的容积"算"出来了。这里，爱迪生用倒入量杯里的水的体积代替了灯泡壳的容积，用的也是等量替换法。如果这个时候你能联想到初中物理题计算小木块沉入水中浮力的等量代换，那么你已经成功的 get 到了等量代换精髓了。

当然等量代换即使你已经掌握，对于你来说只是空间代换，那么我们商业思维等量代换是什么代换？当然是升级版思维代换！换句话说来说就是我们宁可要等量代换思维的草，不要等量代换空间的苗！

那么商业中等量代换会运用到哪些具体方面呢？其实我们每个人都想成为马云那样的商业帝国和伟人，那么等量代换来了！要想成为马云一样成就的商业位置，你必须代换掉他成功的所有条件，那么等量代换真的有用吗？我直接告诉你结果：拼多多创始人孙彤宇想必大家未必熟知，但是拼多多现在的地位和规模已经到了可以跟淘宝一论高下的重量级对手了！那么拼多多能够成功代换了什么？那就是淘宝的创始人之一孙彤宇呀！

蚂蚁金服集团董事长彭蕾的丈夫孙彤宇，在阿里巴巴历史有着举足轻重的作用，不仅因为他曾是仅次于马云的二号人物，他也是淘宝网的创始人。孙彤宇在阿里巴巴的工号是"2",马云的是"1",孙彤宇在阿里的花名是"财神".马云一直都是

对孙彤宇超强的执行能力赞口不绝。阿里巴巴最早盈利也是在孙彤宇的销售团队实现的。

这下大家知道了吧！等量代换商业思维是可行的！但是对于我们最底层的人来说，或者企业规模还比较小的总裁来说，这样的替换会成功吗？答案是否定的！如果万无一失那么等量代换思维就会代换成资本较量！

我们小规模企业需要注意的是：等量代换思维运用需要从下而上的代换。具体来说，以等量代换阿里巴巴为例：我们首先需要代换的最底层的团队和部门，那就是销售团队和后勤团队，代换成像阿里巴巴一样具有狼性执行力的团队，具有 996 工作思维的团队，而不是上班期间还在不断的刷抖音和美颜的懒人！接下来我们需要代换掉的是部门中层主管，当底层的优秀人才引进来，如果你还不替换掉原来的懒散主管，想必就会形成死海效应！那就是新鲜血液流不进来，有毒的血液出不去，形成死海效应的企业！

拓展：

死海效应：是指好员工像死海的水一样蒸发掉，然后死海盐度就变得很高，正常生物不容易存活。

公司发展到一定阶段，能力强的员工容易离职，因为对公司内愚蠢的行为的容忍度不高，也容易找到好工作；能力差的员工倾向于留着不走，也不太好找工作，年头久了就变中高层了，这种现象叫做死海效应。

替换掉主管以后，这个时候我们才迎来了重点，那就是引进高水平的管理层和总经理！这样你会发现引进来的管理层和经理即将管理的是优秀的员工，执行力肯定不会差！但是如果我们把顺序逆向替换，你就会发现，高水平的管理层和总经理管理的是差等员工，你觉得能留得住优秀人员吗？那些低水平员工会听从他们的安排和指挥吗？答案是肯定不会！当然接下来，你觉得还有什么等量代换？那就是办公楼！你要知道如果你前面已经顺利代换的话，你肯定已经有了小的成功，有了资金的积累，这个时候你可以选择跟员工利益共享，但是你要高水平人员需要的是高质量工作环境，这也是为什么苹果公司建造了自己的办公大楼！阿里巴巴、腾

讯、京东都有属于自己的智能大楼！此时此刻我想插一个额外的话题，刚刚同事之间谈论起某些优秀的人才被别的公司提前抢走，然后说我们要提前给员工上住房公积金以及给更多的优待待遇。一个企业要想成功一定是有一群狼性的人，也就是具备狼性团队的特点，这个时候可能有人要问如何搭建自己的狼性团队呢？或者说为什么没有虎性团队？豹性团队呢？那么就有我给你解说，为什么把战斗力和执行力强的团队叫狼性团队。因为狼是遇肉吃肉，遇屎吃屎！还有一句古话是：视金钱如粪土！因此狼吃的是金钱，这么一说，你懂得如何搭建自己的狼性团队了吗？那就是金钱的促动力！

二、偷梁换柱思维

偷梁换柱，指用偷换的办法，暗中改换事物的本质和内容，以达蒙混欺骗的目的。"偷天换日"、"偷龙换凤"、"调包计"，都是同样的意思。在军事上，联合对敌作战时，反复变动敌军阵线，借以调换其兵力，等待敌军一败涂地、有机可乘之时，将其全部控制。

此计归于第五套"并战计"中，本意是乘敌军作战不利，借机兼并他的主力为己方所用。此计中包含尔虞我诈、乘机控制别人的权术，所以也往往用于政治谋略和外交谋略。秦始皇称帝，自以为江山一统，是子孙万代的家业了。但是，他自以为身体还不错，一直没有去立太子，指定接班人，宫廷内，存在两个实力强大的政治集团。一个是长子扶苏、蒙恬集团，一个是幼子胡亥、赵高集团。扶苏恭顺好仁，为人正派，在全国有很高的声誉。秦始皇本意欲立扶苏为太子，为了锻炼他，派他到著名将领蒙恬驻守的北线为监军。幼子胡亥，早被娇宠坏了，在宦官赵高教唆下，只知吃喝玩乐。

案例一：偷梁换柱之计

公元前 210 年，秦始皇第五次南巡，到达平原津(今山东平原县附近)，突然一病不起。此时，秦始皇也知道自己的大限将至。于是，连忙召丞相李斯，要李斯传达秘诏，立扶苏为太子。当时掌管玉玺和起草诏书的是宦官头儿赵高。赵高早

有野心，看准了这是一次难得的机会，故意扣压秘诏，等待时机。

几天后，秦始皇在沙丘平召(今河北广宗县境)驾崩。李斯怕太子回来之前，政局动荡，所以秘不发丧。赵高特此去找李斯，告诉他，皇上赐给扶苏的信，还扣在我这里。现在，立谁为太子，我和你就可以决定。狡猾的赵高又对李斯讲明利害，说，如果扶苏做了皇帝，一定会重用蒙恬，到那个时候，宰相的位置你能坐得稳吗？一席话，说得李斯果然心动，二人合谋，制造假诏书，赐死扶苏，杀了蒙恬。

赵高未用一兵一卒，只用偷梁换柱的手段，就把昏庸无能的胡亥扶为秦二世，为自己今后的专权打下基础，也为秦朝的灭亡埋下了祸根。

偷梁换柱思维在商业思维中如何巧妙运用呢？那么与偷梁换柱对撞的思维是移花接木思维。

这个移花接木思维其实在商业中应用我们就把他等同于复制模式！这个时候我们举一个例子，比如说你看到一个同行

业的爆款产品，这个时候你就可以移花接木，制造同等的外貌商品，这个时候你就会发现现在你们拼的只剩下价格战了！因为前期爆款已经做够了营销活动和方案，已经形成了稳定的意向客户和定型客户标签，接下来如何提高生产效率和提高服务质量就成了不二选择了！

偷梁换柱思维主要应用在产品的形成和制作过程中，当然有形式上和内容上不同的思维，如果你是一个自媒体运营者，那么偷梁换柱就是一个白手起家最快的方式和途径了。举个案例：比如你现在做一个自媒体百家号，类型的话就是教育方面吧，那么接下来只要我们创建好账号，就可以开始偷梁换柱了，那我怎么操作呢？当然是去偷梁吧！偷谁的？当然是你未来想要做成什么地步的目前代表者呀！那就是去寻找教育行业现在的大咖，复制他们的文章，复制他们的热点问题，毕竟热点问题你肯定把握不是很准。这个时候你就接下来按照大佬每天更新的内容和热点自己进行改编和加工，形成自己的思维和观点，难道你离大佬还会远吗？

偷梁换柱思维最重要的就是改编技术，如果仅仅是简单

的复制，那成功的人岂不是一大片？

三、对撞逆推思维

到底什么是逆推思维？我们首先具体举一些实际例子来帮助我们理解：

鄙人作为北漂一族，飘荡在这个虽然有很多窗户，但是没有一扇窗户为你而开的大城市！因此北漂的人们很多选择了郊区生活居住，那就是燕郊，也就有了通勤车和地铁，那么逆推思维来了：

同样很多人在东直门等待地铁，去前往下一站，但是你会发现现在人数众多的情况，有的人可以轻而易举的坐上地铁，有的人却要等很久，那么逆推思维怎么运用呢？

其实我们每一个都知道大家为了能够更快的挤上地铁一定是离得火车进站最近的一段，当然上一站的人也是这么想的！你应该明白了吧？只要你去最远的地铁门一定是最快上地铁的！因此地铁速度很快，即使上一站的乘客去移动，也未必很快到达，还有就是中国人有一个特性那就是懒！已经劳累一天了，那里还有心思去找座位去？

同样，给大家再举例一个坐公交的例子：

每次从北京市市区回到密云区的时候，都需要乘坐 980 快车，但是在周末尤其是周五下午的时候，980 快车起始站就会排起长队，这个时候大家排队上车，造成排队的原因无非有两种：人多和车辆调配不足。假设在车辆调度充足的情况下，我们如何利用逆推思维呢？那就是不排队！坐地铁 2 号线去三元桥等待 980 快车！在车辆充足的情况很多人是因为上车没有理想的座位，但是大家要知道公交车在半路是需要承载乘客的，所以都会保留几个座位就会发车！所以利用逆推思维，我们在三元桥静静的等待那几个空位子吧！

接下来，我们再看两个例子加深印象：

一个生活中常见的现象，比如在高层写字楼，中午午饭时间，或者在医院高峰时间段，一楼会有很多人排队等电梯，经常有人要等十多分钟，但为什么有些人只用一分钟就能上了电梯？

在一楼排了十几米的队等电梯的时候，懂得逆推思维的人会悄悄上二楼，做上下行的电梯轻易的获得一个上楼的位置。

逆推思维解析：逆推思维就是由反到正，由终点到起点的思考问题模式，这个案例告诉我们上楼就是由 1 层到更高的楼层，很多人都会静静的处于最底层，因此我们必须超前一步，逆推到电梯会到二层，我们只要在二层或者更高，就会轻易的坐上电梯！当然有的杠神可能会说万一电梯满了，二层不让上了怎么办？那么我这个杠精可以负责人的告诉你：万一二楼有人下电梯呢！

看看下面的这个例子，农民与教授在火车上相对而坐，无聊之际教授说：我出一道题，你若不知给我五元，如果你出一道题，我若不知给你 500 如何？

农民同意，教授问：月亮距地球多远？

农民一言不发递给教授 5 元

农民问：上山三条腿，下山四条腿，是什么动物？

教授苦思无解，无奈给农民 500 元，农民接过钱准备睡觉，
教授追问:上山三条腿，下山四条腿究竟是什么动物？

农民一言不发递给教授 5 元钱，然后睡觉！

这个例子告诉我们，即使你是教授，也未必能够上知天文下知地理，更别说是别人脑袋里面千变万化的思维！更加不可估量的众多思维串联整合的思维模式。因此我们要知道学历的高低不重要，掌握思维才是真正重要的！因此这个世界也才有了白手起家，也才有了低学历成功者。

那么何为逆推思维？那就是反其道而行之！

我们都知道电视剧《亮剑》中的李云龙，粗人一个，没有经过黄埔军校的专业培养，更别说接触过国外先进的军事理念和军事策略，反而他可以轻松歼灭众多日本国高端军官！当然我们肯定要晒干电视剧的一些水分。那么这个逆推思维能否再次升级呢？那就是逆推思维和顺向思维的对撞火花！大家要知道某位知名老先生曾经建议过我们如果想要占领世界高地，一定要先发展对撞机，就目前来说，我们好像优先发展的是超导？因为资金的厚度我们只能在对撞机和超

导之间二选一！成年人才不做选择题！毕竟我们还是处于社会主义初级阶段的小孩子，没办法。

那么逆推思维和顺向思维怎么对撞火花呢？正如东北人所说：才华的我，上案例！

例一：

如果你说一个女大学生，晚上去夜总会陪酒，听起来就不太好，但是如果你说一个夜总会小姐，白天坚持去大学听课，就满满的正能量了。

这难道不正是一个人干了一辈子坏事，临死之前，干了一件好事，不管是见义勇为还是揭发队友吧，都会被人歌颂，传承为浪子回头金不换！

如果一个人干了一辈子好事，临死前，做了一件坏事，比如说这个村庄要修建高速公路，正好这个好人的墓地在规划线上，茶余饭后肯定会谈起他都死了还不干一件好事，这虽然是一个例子，难道不会是一个现实吗？

例二:如果你说你是一个学者，开了一个公司，会被鄙视，认为你俗只是斯文败类。可是你说你是一个商人，经商之余还专研学术，别人会素然起敬，尊称你为儒商，所以无论说话还是写文章的时候，顺序特别重要。

这难道不就是有些土匪抢了富人的金银分发给穷人，在穷人的世界里，他们当然不是土匪，是好朋友！所以逆推思维不是你对谁好，而是他觉得你对他好就足够。怎么感觉有种说谈恋爱的感觉哈哈。

例三:

你想要竞标一个项目，肯定要求过路人，当然得有 1 万的门票，那么你是事成之后给？还是分为三个阶段呢？事前给 2 千，中间给 3 千，事成给 5 千。或者事成直接给 1 万？我们要明白，任何事的成功与否都需要成本，让别人帮你做事之前，难道不应该给予别人的辎重吗？

其实大家都明白先给小费和后给小费，都是给，但先后顺序不同效果完全不一样，先夸赞对方和后夸赞对方，都是

夸赞，顺序不同，效果完全不一样，有朋友会问，这种思维模式到底能落地吗，能变现吗？你要知道很多大佬都是分为阶段来走的，当然这些不是什么能说的，你如果在一个企业或者家庭生活中应该能够体会到这些现实的无奈。当然这个时候你可以结合送礼思维来学习，当然送礼也是一门技术，所以送礼也是有思维的哈哈，可以说中国人把送礼思维发挥到极致！在这里我们就不过多阐述，你可以自己想想，如何将逆推思维和送礼思维相结合。那么这个思维的具体变现我们将在 5%不为人知的项目中讲解，留个悬念给大家。

如果按照:术 → 法 → 道，这样的顺序来学习，会很辛苦，会走很多弯路，这是绝大多数人在摸索中走的程序。

如果按照:道 → 法 → 术，这样的顺序来学，你会比其他的人走的更快，更远，这是少数人走的路。

有道无术，术尚可求；有术无道，止于术。

古人云：得道升天，名不虚传，你懂的嘛？

实际上说起来一种思维模式是非常简单的，因为非常简单，简单到不能再简单。

如果现在让你掏出一万块给我你肯定后悔，但如果这些思维在未来给你带来巨大收益，能够让你成为成功人士，能够快速的赚到自己的第一个 100 万，第一个 1000 万，你难道不会主动给我一踏踏的百元大钞？！

寒门·宋请你们切记这个现金流的顺序：

任何时候，有资金的追着有项目的人跑，而有项目的人追着有思想的人跑。这个世界不缺钱，不缺项目，只缺思想。在现在这个各行各业高度山寨的情况下，唯有创新才是唯一的出路，然而想要创新必须有高超的思维，因此你能够成功不成功，不取决你的金钱和资本，也不取决你的手里资源，只取决你的思维模式！

现金流公式：资金 → 项目 → 思想 → 思维

百货公司的香水，95%都是水，只有 5%不同，那是各家秘方，秘方其实就是沉甸甸的思维！

人也是这样，95%的东西相似，差别就是其中关键性的5%。包括人的思维、格局、眼界、见地，这些都是脑袋里面的东西。

逆推思维就是不要去研究我们现在手里面有什么条件和资本，能够达到什么的高度和目标，而是我们为了达到什么的目标和高度需要什么的条件！

翠花上案例：作为一个撑杆跳运动员，你手里面有一个2米的撑杆，顺向思维就是那我最多可以挑战一下2米多点的高度，但是如果你想成为佼佼者，那么我们运用逆推思维来推演一下，我要成为世界纪录者，就需要跳过5米高度，那么我就需要找到一个5米的撑杆，然后和5米撑杆成为合伙人，去实现自己的任务和目标。

我们一定要明白财富的分配方式和比例：

97%的人按照“顺序”来赚钱！

这种方式你虽然可以赚到钱，却是小钱。

2.9%的人按照“逆推”来赚钱！

这种方式可以赚到让你衣食无忧的钱。

0.1%的人把大多数人颠倒的真相再颠倒回来赚钱！

这种方式可以让你赚到千秋外代的钱哈哈！

但是有两个字不能体现那就是：作死！

大家仔细想想某些大佬就知道了啊，只可意会不可言传，所以这种钱要守规矩，有规矩，懂规矩！

结果是.....3%的人赚了 97%的人累计赚到的钱！

这就是为什么存在二八原则的原因！

那 0.1%的人除了赚到钱，还有名利，成就，这就是所谓的明白人！

如果我们把这个模式倒金字塔化，难道财富不是离你很近吗？从结构学上来说，这个分配比例难道跟公务员系统的配比不相似吗？你明白了吗？这难道不是阶层的划线吗？

所谓的明白人，就是看破了事物表象后面的本质，道法自然，得道生钱！

比如，无论你现在年收入是多少，你想提升到每年收入 30 万，50 万，100 万等等，这其中任何一种都是你要达成的明确结果。这个时候我们利用分解法和逆推思维就可以将目标四分五裂，从而化整为零。以前苏引华在讲总裁商业思维了举例过这个例子，当然我是上大学的时候看的哈哈！那就是企业制定了 1000 万目标，然后分为员工和客户，这是苏引华的讲解方式，我们来看一下：

第一种方法：

如果有 100 个客户，那么我们只要把客户的单价做到每个 10 万的业绩就可以完成任务。

第二种方法：

如果我们有 20 名员工，每名员工只需要做 50 万，如果每名员工有 10 名客户。那么每位客户只需要完成 5 万就可达成目标。

第三种方法：

如果我们有 100 名员工，我们有 100 名客户，那么我们可以直接计算得到每位客户需要做到单价 10 万元，但是这个时候我们可以开始将条件增量，你明白了吗？那就是增加员工和增加客户！从而达到一个双倍递增！这个是苏引华以前讲解过的一种方法其实就是分解法，当然他是从员工、客户、企业三者为一体，相互制约。相辅相成来解析的，也是值得我们学习的。

就像电影中要夺掉一个阵地一样，不惜任何代价要完成任务，那就用逆推的方式帮你达成，无论你学到的是思路还是具体步骤，必须马上能够套用，一切为你所用，否则你学习再多顶级的思维和技术都没用。

有人说互联网带给我们很多方便，互联网上什么都有，我们总是梦想着打开笔记本，坐在图书馆或者咖啡厅畅游在知识的海洋里面，可是现实却是畅游在抖音，快手，手游的修仙画面中。在这种天然的氛围之下，纵使有超高的思维和思维整合模式，你也难成大器！因为有的时候你的脑子已经不能够用洗衣粉洗干净了哈哈！

实际上很简单，只要我们把这些浪费时间的所有行为分解成一个动作即可解决，你把学习的内容放在桌面上或者一个指定的文件夹，然后把网线拔了，你就没干扰了，打开电脑只能学习了！当然这个时候也会有二哈说我可以玩单机游戏呀！我可以负责的告诉你，你不仅可以玩，还可以圆滑的滚开！这也是稻和盛夫和马云为什么喜欢静夜思了！当然上面写到的这句话我是利用了联系的观点，等量代换的思维。要想获得理想的思维，准确的思维判定，一定是一个人在安静的环境中，静谧的思考和推演！

关于商业思维目前我们就先展开等量代换思维和偷梁换柱思维以及逆推思维，当然前两个思维容易混绕，其实没有必要分的那么清楚，在哲学唯物辩证法上，任何事物之间都是必然普遍联系的，也都是相辅相成的，没有孤立的事物，所以这也是创建团队的重要性呀！就连皇帝都称自己为孤，这个时候我就在想你孤个毛线呀！最起码大殿上还有一群人听你瞎白活呢，咱们寒门呢？咱们出生寒门，只有自己相信自己！只有自己依靠自己！当然我们后期还需要解读更多的商业思维密码，例如：顶级思维、高级思维、终极思维、代入思维、换算思维等等，当然看似这些思维很类似，其实万物本质皆源于悟心，也就是心有所思，所以思维肯定类比。我们开篇曾经说过。万事万物在相同条件下却造就出了不同的结构或者结果，是每个人思维出现了不同的排列，只是这个社会对大家的效果进行了优化组合，所以一龙生九子，九子各不同，但是都是同一个龙妈！是不是同一个爸爸，后期影响不影响孩子们的思维，这个我还真不知道哈哈！

大家要知道，同一个理论 100 个人执行，也许只有一个人成功，那就是看谁把各个思维相互融合到极致了！也许看到这里大家觉得这都说个啥呀！可能也没有什么印象，但是我要告诉你的是用最通俗的语言告诉你，用幽默搞笑的语言引领你，用大白话解析最深的思维，这难道不香吗？真正的专业书籍和术语，你也许都看不到这里哈哈！开玩笑，还是希望大家多提宝贵意见。

第二章

绝密赚钱思维

大家都知道现在是遍地都是黄金的时代，但是又有多少人能够把握住这个机会，回想起曾经，自己也是首先涉猎了网赚这一块儿，首先是 app 手赚，相比大家也有尝试过的，就是每次下载 1 个 app 平台会给你 1.5 元到 2 元的佣金，起初我也是傻傻的做这个下载任务，但是后期你会发现根本没有那么多任务会让你去下载了，所以你也不可能有那么多钱去赚了，但是后期主要还是师徒制赚钱，这个时候我就想起了当时刚刚兴起的微信号，搭建了各个 app 手赚的链接和邀请码，就这样自己开始琢磨，第一天就有了第一桶小小金，别提多么的开心，就这样微信公众号如何运营和操作也开始涉猎了，想当初每天晚上都要钻研和研究到晚上凌晨 2 三点，因为我知道，只有靠自己，毕竟当时微信公众号是个新事物，根本没有经验作为参考，但是一个新事物的兴起，一定会早就一大批富翁，那么我们分几个类目开始谈一下。第一种人

就是利用微信公众号进行融资和裂变，从而形成自己的资本驻地，还有一种人就是利用微信公众号宣传自己的企业，进行广告营销，还有一种人就是把自己微信公众号做大后，接广告盈利，最后还有目前长久盈利的就是码农，自媒体写文章，当然这个分为流量主和广告主，不过对于一个最底层的人来说，只要自己坚持下去，每天上百元的收入还是很客观的，更何况那种 10 万+ 的阅读量，更是收益爆棚！当然随着自媒体的盛行，诞生了另一批人，这批人就是利用了咱们前期所说的逆推思维和等量代换思维，那就是自媒体培训！既然很多人想学习自媒体和通过自媒体赚钱，那我就开培训班和课程来教你怎么赚钱！这个时候你会发现不管你最后有没有挣钱，他是首先挣到了你的学费，当然如果后期你成功了，那你交的只是学费，如果后期失败了，那你就是被割韭菜了！自媒体到底能不能挣钱？答案是肯定可以！那么就看你如何利用思维来整合自媒体，当然自媒体并不是简单的就是写文章！平台直播也是呀！抖音直播大神更是一场直播受益上万，抖音带货直播更是一场直播销售量上亿！当然这个结

果的过程我们还是不知道都用了什么手段和营销策略，当然很多很多，在此不一一解释！做好自媒体首先要选对行业，有的人是恶搞，有的人是娱乐，有的人是游戏等等，不管怎么样，一定是自己擅长的行业。因为后期自媒体靠的是内容垂直度！当然很多技巧也是我们必须学习的，比如怎么打造爆款，怎么设置标题，怎么参加活动，怎么紧跟热点等等，这都是需要自己一步一步琢磨和探索！说这么多只有一个核心那就是：时刻紧跟新事物，时刻拥有一个赚钱的心态，时刻都要坚持下去！

那么在这个实业低落的情况，如何通过虚业创收呢？当然在此是说明下，这个低落主要是力量比较薄弱的个体工商户、小微企业、小规模企业等。那些国企你觉得会低落吗？高铁、房地产、军工企业等等不可能低落！那么对于我们寒门来说，处于社会最底层，究竟能够通过什么方式来赚取自己的资本累积呢？那么我们就一一道来直接上干货：

一、搞培训！赚想学习者的钱！这个时候用到的是偷梁换柱思维的升级版！那就是赚想赚钱的钱！目前尤其是自媒体的盛行，包括大平台有百度百家号，今日头条的头条号，还有一点资讯的一点号，还有淘宝的大鱼号等等，当然还有一些小号自媒体就不一样列举了，这个时候你就可以开始搞培训那就是如何运行这些号，并且形成自媒体矩阵，从起点如何注册，如何上传资料，如何编辑资料，如何编写文章等等开始讲课培训，当然最重要的就是你要教会他们如何形成自己的标签和打造爆文！这些章节展开就可以十天也学习不完，这个时候你就可以进行多阶段收费，比如一次性收费 99 元，然后第二种就是可以购买月卡 199 元一个月可以多次咨询和几次的策划方案等等，第三种就是半年卡 666 元每月提供多少篇文章等等，当然年卡假设是 1299 元，可以提供 12 次爆文设计，365 篇文章热点等等，写到这个时候我的灵感来了，岂不是我也可以移花接木思维，寒门也可以开展这样的营销方案呢？一本书 99 元，一个月缴费 199 元可以每周获得一本书，一年缴费 999 元可以获得 24 本书，可以每月免费获

得一个高价值书籍等，这下子你明白了吧！这么做的原因并不是为了前期赚钱，而是为了形成自己长久的流量池！当池塘里面有了足够的鱼那么你想开展更多的业务和培训，金钱岂不是手到擒来！当然要想赚钱不可能这么简单，要不每个人都是亿万富翁了，首先你的找到适合自己培训的项目，并且是当下热门项目。这个很简单，那就是大佬在做什么，你就跟风去做什么，这里我们再用下偷梁换柱思维那就是李嘉诚司机根本不缺钱，因此李嘉诚投资什么他就跟投什么，等量代换思维继续跟上，那就是把司机代换成你。把大佬的项目代换成你！大佬前期为了开拓市场，这个项目的广告早已经为你打的响亮了！这个最深刻的就是一个抖音大佬推荐了一本书籍，然后我就开始上货这本书籍，当天直接爆单 500 单！可以说对于自己来说简直是发不完的货，回复不过来的客户！正是因为大佬为你打了广告，但是大佬的产品有广告成本，你没有，所以一部分想要低价获取这本书的人，就找上了我哈哈！

当然，三个好汉三个帮，等自己有本事了一定要有自己的团队，有本事，有团队了，就弄一个自己的品牌在网络上推广，推广的多了，你的牌子大了，流量大了，成交率也会变得很高。现代社会，都是走别人的路，最后上别人无路可走。大家关心赚钱，我就写赚钱，关心寒门最底层的人创业，我就写寒门创业，我是为了大家活着的，这个是做网络培训赚钱的核心，如果只按照自己的喜好活着，这样的人，注定做不起来，即便是做起来了，也只能赚小钱。时刻记住，客户才是我们的爷爷，毕竟，客户出钱养我们。没事，就在起点中文网，天涯，各大牛 B 的软文高手聚集地看他们的帖子，记住，只看那些年收入破亿的超级写手的帖子。对于年收入过百万的写手，我是没兴趣多看的。我始终相信，你关注什么级别的软文写手，培训高手，你就会成为什么样的人。这也是我们所说的偷梁换柱思维，说简单了就是高对标！高目标呀！你明白了吗？我是收集了上万个这样的案例，没事了，我会在晚上的自己慢慢从各个角度来研究他们的写作手法和观点。

二：自媒体做广告赚钱法，自媒体很火，很多人都不知道如何赚钱。如果想要通过这个做广告赚钱，那么前期自己已经成为了一个中等的自媒体人，毕竟做广告需要更高的流量和粉丝数量，。由于我们天天都在搞自媒体爆贴，我们做任何项目，都需要大量的流量。当然如果你想获得百万流量，就去找别人爆了几百万浏览量的帖子，天天模仿别人的图片，模仿别人的写作风格。最终就找了 100 多个爆贴，就开始研究，模仿别人的标题，图片，内容。以及如果留品牌，联系方式等等。模仿了半个月，每天也能写出来几百万浏览量的爆贴一两个了。当你的流量越来越大，当你的粉丝越来越多，别人也会用偷梁换柱思维来割你的粉丝韭菜！这下你的粉丝不是粉丝，而是人民币呀！三、复制赚钱法，复制这两个字，其实是赚钱的核心。只是很多人一辈子都不懂，不干，也不愿意干，也不敢干。

如何算是复制？比如，你看到我写书赚钱，我网络上有很多软文，你就复制过去，把这些软文变成你自己的。留上你的支付宝，微信号，就有人给你付费了。你看我做什么服务，

你就做什么服务就行了。当然，很多小孩子没本事自己做服务。就把人扔给我了。我呢，收取他们 10% 的服务费。其实，这个业务，我本来不想做的。我自己做，赚的更多。但是我想呢，既然是我的朋友，我能帮就帮一帮。最赚钱的领域是那些？最风骚的复制，是复制谁？1、社群营销，2、金融领域。3、培训领域、4 软文领域。也就是，你想靠着复制赚大钱，最好选择虚拟的行业，实体行业没必要复制，你可能复制出来都是亏本的。这个时候可能有人会问为什么复制实体行业会失败！那么我来告诉你，既然我们是寒门，那也就意味着我们现在没有什么大的作为，没有什么资金和本钱，当然更没有高效的机械设备，你来告诉我你拿什么跟别人竞争？但是虚拟行业就不一样了啦，没有成本呀！不能说一点没有，无非就是一部手机和一台电脑，当然你要是为了加快速度，那就买一台好的电脑！虚拟行业就是这样，一个你啥也不需要！唯一需要的就是脑子！所以说脑子是个好东西呀！如何干起来？1、买一个微信+QQ。直接复制能赚钱的人，比如我吧，有很多兄弟就是这样干的，直接复制我的 QQ+微

信。2、招聘兼职推广人员，在各个自媒体平台上推广。日日夜夜的推广，给推广人员拿提成 这里我说一句，推广人员是最重要的。推广人员拿走 90%的利润都是可以的。因为你一点成本没有！所以利益共享，你的人员越多，你的受益越大，这就叫利滚利！3、要学会改编别人的东西。如果只知道一味的复制，势必只能赚小钱。要学会改编，打造自己的品牌。当然提到这里改编技术那就是李大庆总裁的绝密技术了，有兴趣的可以学习学习改编技术！现在小编也正在学习改编技术，当然这本书也是改编技术的实际应用哈哈！你体会到核心技术了吗？想一起学习和研究的可以联系小编寒门！比如，你看到一个教育行业的文案，你能不能通过竞价，通过贴吧、通过天涯。通过公众号找到 100 个文案。然后试着用自己的话语讲一词，形成新的文案。然后，贴上自己的姓名。自己的品牌。这样，你就可以形成品牌优势，你连续做这个项目三年。年收入破千万还是没什么问题的。4、必须学会与人合作。也就是你必须招聘 20 个人，跟着干。一个人的力量有限，分工合作，改编软文的改变软文，搞推

广的搞推广。搞客服的搞客服，搞售后的搞售后。只有如此，你才能赚到更多的钱。5、开始只复制一个微信，后来开始复制 QQ，再后来复制微博。再后来复制合伙人，再后来复制别人员工模式，再后来复制别人公司模式，再后来复制别人的集团模式，再后来复制别人的生态圈。你复制到什么境界，就做什么样的大佬。想要靠复制赚钱的，想要跟我合作的，直接加入咱们寒门就行了。踏踏实实把复制两个字研究透彻，人生就是复制。你复制我的商品，我收取你的复制费，大家都有钱可赚，当然不能复制多了，不仅仅自己眼花缭乱，自己的脑袋也乱了。都乱了就不知道做那个项目了，最后就不赚钱!

写到这里突然想根据时政热点来说几句话，现在大家都知道河南省部分市区迎来了百年一遇的特大暴雨的极端天气，城市内涝，库坝决堤，很多人也因灾返贫！车辆游走在河水之中，损坏严重，甚至有的离山地较近的地方居住楼房出现坍塌情况，一夜之间连家都没有了！说到这里蹭热点的思维模式，也就是偷梁换柱思维如何运用呢？大家都知道在

灾难面前一定是团结和正能量为导向！那么这个时候你就会看到京东集团首先作出反应，那就是运送物资第一时间达到现场，那么这个效应，相比大家都是有目共睹的！这个时候吴亦凡迎来了人设崩塌，但是这个时候其他明星利用逆推思维，直接捐款！形成反差，这样的反应，难道粉丝不会为他们高兴和值得鼓励吗？当然这个时候也有一部分利用伪科学的逆推思维，说是中国的洪水是美国人造成的，美帝亡我之心不死呀哈哈！在科学上逆推思维其实还是可以的，那就是蝴蝶效应和拉尼娜现象，导致我国洪水频发，并且越来越靠北！难道不应该引起我们的警觉吗？通过这件事大家应该反思什么呢？人类在大自然面前简直就是一只小蚂蚁，即使高科技再发达，也无法改变自然！只能说把损失减少到最小！当然利用逆推思维，你不犯我，我不犯你，那就是自然界的反噬！这就意味着大家再向我们发出警告！雨水来自于什么？也许有人会说了傻子都知道，当然是水了！没错！水来自于冰！冰变成水需要热量，那就是全球变暖！全球变暖需要过量的二氧化碳，那就是工业废气！这也是为什么国家开

始提倡碳中和的原因！这是双方利用了双向逆推思维吗！你明白思维的综合运用了？那就是可以融合，可以交叉，可以反向！

现在都说创业不容易，但是每年还是会有很多新手加入到创业大军中，其实没有谁天生就会创业，都是从新手开始的，如果你对于自己创业不是很自信的话，可以从一些容易的创业项目做起，这里分享几个。

四、家装建材店，目前，我国的住宅装饰装修业已经成为国民经济发展的支柱产业，每年家庭装修消费和装饰用品消费都是非常庞大的数字。家装行业开展连锁经营正式从2001年开始。目前，我国家装行业的连锁经营还没有形成完整意义上的规范，整个家装市场还处于一个相对滞后、混乱的市场格局。并且现在房地产势头虽然已经发展减缓，但是购房的人才越来越多！家装未来必是蓝海！

五、儿童用品，婴幼儿早期教育受到全球各国的普遍重视，在中国也被越来越多的家庭关注，拥有广阔的市场前景。统

计数据显示，我国 0-6 岁的婴幼儿达到 1.4 亿，其中城镇该年龄段婴幼儿为 5200 万左右。现在三胎政策已经全面放开，围绕儿童开展的商业活动，难道不是一个机遇吗？随着 80 后，90 后这帮妈妈们的崛起，对孩子的重视程度和呵护程度，在孩子身上花的钱可以说是舍得呀！大把大把的花钱呀！当然你要是为了能够做大做强，那你可以把儿童行业做成一个垂直度系统服务。

六、汽车养护店，据统计，汽车的销售利润在整个汽车利润的构成中仅占 20%，零部件供应的利润占 20%，而 50%到 60%的利润是从汽车服务业中产生的，尤其是在汽车养护业。在国内，全国私人汽车的保有量已占汽车总量的 1/3 以上，在北京等大城市私人汽车拥有量还在大幅度地增加。

所以，汽车养护业作为我国的一种新兴行业发展势头日趋迅猛，而对于投资者来说，投资这个行业也是一个不错的选择。但是，值得注意的是，汽车养护用品目前还没有一个统一的国家标准，市场上的产品鱼龙混杂，因此，投资者事先要对总部进行正确的评估和挑选。

七、化妆品店，现在大家都知道女人爱美，并且现在仪式感越来越强，现在孩子和女人的钱最好挣，你懂得了吗？当然如果说是做现在传统的化妆品店已经落后了，当然是要结合营销和策划，社群营销来驱动传统手段的店铺获得生机！在此呢，就不过多的阐述如何营销和策划了。

不过即使这些创业项目容易，但是相比于上班，它们也是困难的多，所以你追求安逸的话，那么不建议你去创业，创业路上肯定会遇到很多困难，这时候就是磨砺自己的时候，即使创业失败也能让你受益匪浅。

第三章 打造寒门人商业帝国

即使再牛 b 的思维也需要顶级的商业模式来运作，在商业模式运作之下，把各个思维发挥到极致！从而达到最佳的赚钱效果！那么究竟什么商业模式呢？说的比较理论一些就是合伙人、免费模式、CTC、CTB、BTC 等等。但是不管怎么变换模式，你要知道在某一个环节金钱的支出和收入是固定，那么就看谁能够利用别人的资源来给自己赚钱，说白了就是在一条线上，如何利用别人的资源来降低自己的成本，那么当然挣的钱多！别人的成本增加当然挣得钱少！这下你明白了吗？商业模式就是怎么采用什么模式让自己在这条链条中如何获得最大化的受益和利益！有的人你可能会说你说的不对，说的也不够专业，那我来问你，一些人每天费力八叉的研究这个商业模式，研究那个商业模式，为的是什么呢？不就是为了怎么赚更多的钱吗！

一、商业模式的本质

最近几年，商业模式创新风起云涌，任何新的做法都与商业模式有关。比如：共享经济、共享单车、农村电商、社区服

务、降维攻击等。共享经济是一种很新的商业模式，它也代表了未来的趋势：当然共享经济成功的案例和失败的案例还是很多的，共享单车小黄车、共享雨伞等等！但是这个共享模式真正挣得是什么钱呢？我往后再说！

那么共享经济背后的实质又是什么呢？那么我们就用滴滴打车来做案例分析吧！那就是技术呀！开发技术！也就是开发一个技术共享平台，帮助大家一起挣钱呀，你这个时候利用等量代换思维，会不会发现这不就是淘宝吗？一个是让天下没有难做的生意！一个是让天下没有难打的车呀！

不管是滴滴还是现在的共享单车，它们都具备了强大的信息系统。其应用里的许多资产：汽车、司机以及乘客，你会发现，司机并不是滴滴自己的，全都是由系统来接触的；我们和司机也不熟，也都是由系统来匹配的。现在滴滴成为了风口浪尖上的一支羽毛，为什么？不就是强大的系统计算和汇总能力吗？可怕的相当吓人呀！

那么除了技术以外，还有什么呢？那就是共需呀！你的需要也就是我的需要！这就叫双向逆推思维！

我们以前买一辆车，是自己的资产。而现在，像共享单车是当你需要用时才来用车。这也是一种新的商业模式。

尽管大家对这些现象耳熟能详，也听过很多商业模式的课，但是对于商业模式还是既熟悉又陌生。因为当我们的企业在探讨、应用商业模式时，容易掉进坑里，这主要是由于大家对商业模式背后的一些核心问题、逻辑并不了解。对于商业模式为什么这么做？商业模式为什么好？它跟企业有什么关联？这些都不是很了解。其实，对于商业模式，我们要关注以下问题：

1. 商业模式是什么？
2. 商业模式能帮企业解决什么问题？任何一个好方法，一定是能帮企业解决问题的。但是，不同的方法，能解决的问题不一样。

3. 如何描述企业商业模式？

4. 企业商业模式好不好？怎么看一个企业商业模式的优劣？

5. 如何优化和设计企业商业模式？

6. 企业商业模式与企业定位、股权、文化有什么关系？

这些都是关于商业模式我们需要了解的内容。

案例一：与可口可乐竞争的爱情情仇

可口可乐是美国梦的代表，我们中国也希望能打败可口可乐。过去好几年都涌现了许多可乐企业，比如：非常可乐、纷煌可乐等。但最终总体来说没有一个做得很成功的。并不是我们的资本不够，也并不是我们的人员不够，也并不是我们的政策支持不够，我们这里直接揭晓答案：中国的这些想打败可口可乐的企业只是简单的复制可口可乐，也就是偷梁换柱思维，当然也有等量代换思维在里面，压根就是在模仿可口可乐的一举一动，当然肯定会有一定的效果，但是静下

心我们想想，你能干得过原版吗？答案肯定是不能的，因为你只是潜在的模仿外表，其本质你是捉摸不透的！所以这个世界只有一个王健林，也只有一个马云呀！所以说各个程序都是简单复制的，很容易崩塌！这也就是为什么会失败的原因所在了！

然而，在可口可乐本土美国，有一家以色列公司 Soda Stream 把可口可乐打得很难受。接下来我们来解开这个神秘的面纱，究竟他做了那些不逊常规的事情！

这家企业这样做：弄来一台机器，旁边有个水瓶，还有苏打粉。当需要做汽水的时候，按一个按钮，苏打粉就会和水发生化学反应变成汽水。每个人喝汽水的口味都不一样，有的喜欢柠檬味，有的喜欢草莓味。这台机器里还有浓缩液，能够根据你的需求个性化定制，调成不同的味道。这家公司做得很成功，后来在美国纳斯达克上市了。

解析：通过这个过程，你想到了什么？那就是等量代换思维呀！把制作可口可乐的员工替换成了客户！让客户来更

加直观的看到产品生产过程，还有就是多了一种选择！说白了是什么呢？那就是仪式感呀！中国人现在也特别注重仪式感，因此才有了各种各样的情人节，男人只有一个清明节呀！所以说你让女人过不好情人节，男人就得过清明节哈哈！开个玩笑了！包括现在很多手工制作等等。并且你会发现既让客户有了仪式感，你也省去了人工费呀！说白了，在商业模式里面简单的可以称之为：师徒制！这下你明白了吗？难道不就像中国饭店里面的学徒吗？

我们话接上回，随后这企业一上市就抢了可口可乐不少份额，可口可乐的高层已经开始关注它了。觉得这个企业不简单呀，后来这家企业还做了一个广告，在一面墙上放了许多瓶瓶罐罐，而在另一面则放着它一台机器。广告词写着：一个家庭 5 年时间，需要消耗 1 万多个瓶瓶罐罐。如果是个环保人士，看着这则广告就会想要买台机器取代瓶子，而不是消耗那么多瓶瓶罐罐污染环境。

解析：通过这则广告我们要意识到这个广告看似满满的正能量呀！保护环境人人有责呀！这是什么？这是大爱无疆呀！哈哈当然还没有跨国界！然后呢就开始让你买机器，这就转变了商业模式升级版！不让你买产品，而是买制造产品的机器，我们透过现象看本质，你有一台机器放在家里，不就是一个小小的加工产吗？你听懂了吗？你既然是加工产就需要很多的原材料和技术支持呀！这个钱谁赚？你到这里懂了吗？

我们书接上回，后来可口可乐开始研究这则广告，试图找些疏漏来打败这个竞争对手。通过各种方式来羞辱这个对手，最终可口可乐的人发现，广告上把可口可乐的商标露了出来，这就构成了侵权，属于不正当竞争。于是可口可乐就起诉这家企业，结果这家企业竟然还股票大涨。

这是因为小企业原本是在小范围出名，可口可乐这样的大公司一起诉，就成了大家茶余饭后的谈资。后来大家试用了产品，觉得还不错，就更加出名了。

解析：这波广告宣传可谓是千古绝唱呀！说白了就是不管是什么原因和事情，这个行业的龙头老大跟我打官司，潜台词不就是说我是第二吗？看懂了吗？这一下子地位不就立马上升了吗？地位上升了，其他的还会隐藏吗？

可口可乐只好不起诉了，改成私下收购，然而这家企业不接受收购。这个消息一经传出，企业的名气更大了，股票又是大涨。

这又给了我们一些很好地思维启示：

1、中国各种饮料（如：凉茶、绿茶、）都做得不错，但是唯独可乐做不起来。这是因为中国做的可乐在与可口可乐竞争时，使用的都是一样的商业模式。说白了就是看着一样，但是就是有色差！就是有口味差！

一样的商业模式，意味着接触的都是同样的利益相关方。当你还是小企业，用大公司最熟悉、最擅长的套路来竞争是很难赢的。毕竟你替换的只是商业模式，而不是我们前期所说

的等量代换思维和移花接木思维一定是从最基层开始自下而上的整体大换血和改革！

2、以色列公司 Soda Stream 用的是与可口可乐不一样的商业模式。当它卖了它的机器后，它还能够持续卖苏打粉、浓缩液等耗材。也就是我们所说的逆推思维，把商业模式倒过来做！双向逆推思维的绝对执行者！在这条生产线上的什么东西我都卖哈哈！

因此我们可以明白了当两个企业当它的商业模式不一样，意味着接触的利益相关方都与可口可乐不同。原先可口可乐在电视上、渠道上所积累的优势，面对这家小企业，优势也就不存在了。因为可口可乐的优势是基于自己的商业模式所形成的。当两者商业模式不一样时，优势就无效化了。这也是通过商业模式设计可以达到的效果。

3、这种商业模式在可乐这个行业，称得上创新，但是放宽到整个商业范围，这种技术在咖啡行业比比皆是。这就是

种跨界打击，把其它行业做得非常好的方式应用到本行业。

所以说打败你的有时候并不是你的竞争对手！

所以，在研究商业模式时，不妨多看看外面的世界，多借鉴其它行业，多尝试跨界，将竞争对手优势无效化。

案例二：唱吧（降维攻击）

有一款 APP 叫唱吧，前两年融了几个亿，现在在线下开实体店。实体店最大的成本和难度在于选址。但是对于唱吧来说，选址几乎是零成本的。

这是因为唱吧有定位功能，大家使用唱吧 APP，唱吧公司只要打开后台，就能知道大家在什么地方经常用唱吧 APP 唱歌。这些地方就是喜欢唱歌人的聚集地，一旦在这聚集地附近开店，这个地方的人流量就会很大。

对于实体店而言，临街店面的租金会比较昂贵。但是唱吧不需要选择临街店面，租金比较便宜，因为它可以实现定向引流。此外，很多用户在唱吧 APP 上唱了很多年，所以唱

吧对这些人的喜好特别清晰。因此唱吧在线下开 KTV 的时候，它能设计你最想要的服务和体验。

这就是通过移动互联网的技术加上商业模式的设计形成了降维攻击。互联网时代的商业模式，使用很简单的移动互联网技术，这两者结合产生的效果是很不错的。好比现在的唱吧，能够开一个 KTV 当月就能实现盈利。

现在的企业竞争，全是商业模式的竞争。Soda Stream 打败可口可乐，用的就是与可口可乐不一样的商业模式；唱吧在线下开 KTV，也与传统企业开 KTV 不一样，它通过海量的 APP 用户，加上对数据的挖掘，就能知道喜欢唱歌的人群聚集地。

所以从商业模式的本质上来说，唱吧是以交易结构为切入点，解决企业可持续盈利的问题。

不管是成功的 Soda Stream，还是唱吧，利益相关方都不同，实现的价值也不一样，盈利的方式全都跟传统不一样，这就是商业模式创新导致的结果。

二、商业模式的交易结构

大家要深知好的商业模式，交易结构很重要。

商业模式交易一般有以下两个特征：

一是企业自身很强大，焦点企业具备可持续盈利的能力；

二是与企业合作的利益相关者实力都很强。

上述两个特征看到了你会想到什么？当然是最强对标呀！
发展要找优秀于自己的合伙人，垃圾合伙人只会给你带来有害垃圾哈哈！直接给你垃圾分类！

同时，商业模式的创新会带来两个结果：

一是带来指数级增长，增长速度会更快；就是陡增！

二是黑洞效应。能把原来旧模式里的利益相关者都吸引到新的模式。比如：当滴滴兴起了，以前的黑车司机就不存在了，当滴滴兴起了，打车呼叫团队没有了。印象最深刻的就是我在北京市怀柔区的时候，那个时候出门打车的话，是需要给

6元车队打电话，然后他们会给你呼叫司机，然后再打电话告诉你车牌号等等，现在这个团队已经没有了！被新模式转化了。滴滴最初开始做推广的时候，有的司机真是没少赚呀！中国人最喜欢干薅羊毛的事情哈哈！你还知道那个漏洞吗？新的模式能够对旧模式实现替代。整个连接在一起，就能实现行业的升级。

因此，商业模式，就是通过设计焦点企业与利益相关者的交易结构，实现价值提升、成本节约、增长加速三个方向。每个人在设计商业模式时是有路径的。评价一个商业模式好不好，就是在改正的过程中，你所修改的动作能不能让价值提升，成本节约，增长加速。

好的商业模式是能实现以上三个方向的，不是为了创新而创新。我们真正要做的是，促进企业发展升级的商业模式创新。改动不等于改革！这个时候就要啰嗦几句中国的教育改革了哈哈！中高考那是年年改呀！

商业模式交易结构具体包括以下几点：

1. 跟谁交易？也就是利益相关者是谁？包括客户、伙伴、竞争对手等。
2. 交易什么？你的活动环节和资源能力是什么？
3. 怎么交易？责、权、利配置。
4. 如何定价？收入、支出、时点。

当我们在看企业商业模式时，基本是这么一个框架：

原有的模式如何走向新的模式？

在转换中，一般是为了实现价值提升、成本节约、增长加速这 3 个目标点。同时，任何企业的变化不止是自己企业的变化，还要带动一群合作伙伴的变化。此外，当你进行转变时，你也会做出许多投入。当你转变时，你的合作伙伴会评估机会成本，只有选择最优，才会与你的企业一起走向新模式。

案例：

这几年数字影院代表着未来，但是在前几年，数字影院还不够普及。这是因为原有的影院要走向数据影院，需要投入高昂的设备和各种装修。后来一些大院线万达、中影等一起弄了一个基金会，将资金拿来投资设备，并把这些设备投入到这些影院帮忙改造，然后只收租金。这对于一些小影院来说，投入大大下降，也顺利把旧模式转换成新模式。

所以当我们在做技术革新时，我们更要考虑、评估，当人们使用这项技术时，人们需要哪些变化？变化的成本会不会太高？如果能降低人们的成本，就能把企业的模式往前推进。当然这里我解释下：上过初高中的应该知道这个成本多少取决于什么呢？取决于社会必要劳动时间！

对于企业来说寻找杠杆资产也很重要，就是要找到能为你企业赋能的大企业。很多大企业其实很喜欢和小企业互动。如果能利用到杠杆资产，能与大企业有合作关系，可能就会产生一分投入，十倍产出的效果。

另外，寻找赋能对象也很重要。也就是你给谁赋能？你的用户通过你的系统能解决什么问题？比如滴滴，不管是司机还是乘客，通过这个系统都能大大降低成本。

说到赋能，我们简单来举个例子，这个事情谁最爱干呢？当然是娱乐圈呢！那就是某某和某某恋爱了，拉手手了，还有的就是在同一所酒店一夜未归了，其中一个人一定是名气要小的，这个时候热度和知名度就会平起平坐！还有就是随着直播行业和自媒体的发展，现在一些网红最喜欢干这个技术，天天去拍大衣哥呀，天天去拍拉面哥呀，天天去拍徽州宴呀！这一天天的，你以为人家咸吃萝卜呀！无非就是让他们为自己的流量赋能。

三、商业模式大变革

商业模式有大变革，也有微设计。其实对于商业模式来说，不需要追求太大的变化，有可能只需要通过一个点就能产生巨大的好处。说白了你得会画龙点睛之笔呀！

商业模式大变革，主要涉及交易结构的两个问题：

跟谁交易（交易主体）？交易什么（交易内容）？

改变利益相关者、活动环节和资源能力，都属于商业模式大变革的内容。

1、利益相关者

针对利益相关者，我们可以通过增加/减少/拆分/聚合/选择/改变利益相关者，实现我们的商业模式变化。

在利益相关者里，又有一类叫“关键利益相关者”，就是能实现战略目标，能使商业模式实现质的飞跃的人。对于这一类利益相关者，在商业模式设计里，需要重点关注。

虽然我们不提倡英雄论，在哲学里面时代创造英雄，而不是英雄创造时代，主客观体你要分清楚！可是在一个阶段总有那么一个人可以力挽狂澜！回想起武汉疫情爆发，钟南山院士被大家深深爱戴！在抗击疫情里面，他的确是一个英雄，今年离我们远去的袁隆平爷爷，在这个世界的人不在忍饥挨饿，这都是英雄！

2、活动环节

活动环节包括切割重组、碎片聚合、去中间化再中间化等过程。有些行业它的渠道、链条很多，这是可以通过商业模式加技术制造来缩短的。由信息系统驱动去掉某些环节，效率就能得到提高。

3、资源能力

资源能力可以通过新的商业模式来设计，让企业的资源能力创造更大价值。这也就是资源结构如何最大化！

案例：万科“小股操盘”

万科以前在一、二线城市发展，近几年也将目光转移到二、三线城市。它主要的动作就是“小股操盘”——付出很少的股份，但是能操作整个盘，将其做起来，获得更多的价值回报。

万科强的地方在于开发能力，而在二、三线城市的开发商，他们一般只拥有资金和土地，但开发能力却一般。在传

统的角色定义上，他们是万科的“竞争对手”，但在小股操盘模式中，他们却是万科的“合作伙伴”。

万科出小部分资金，占小股份；小开发商出土地和大部分资金；万科投入团队负责操盘开发，获得项目管理费用、股份分红、项目溢价收益等。万科与二、三线城市开发商建立了的创新交易结构，这就是万科的“小股操盘”模式。

对于很多小企业，其实可以盯着大企业，不是为了竞争，而是为了洞悉他们下一步做什么，为了琢磨他们的商业模式。如果有大企业的短板恰恰是自己企业的长处，不妨可以合作，从竞争对手转变为合作伙伴。

小企业发展到一定程度时，最好的成长方式就是和大企业共舞。这样才能充分借用大企业杠杆资产来发展自己。很多小企业在发展成大企业之时，都是在关键节点上利用了大企业的杠杆资产，借势发展。这个时候你想到之前的可口可乐公司那个案例了吗？

琢磨商业模式不止是看自己的商业模式，还要琢磨别家企业的商业模式。小企业是可以去琢磨大企业的，甚至可以为他们设计商业模式，让大企业里有自己的一部分。这就是等量代换思维和移花接木思维呀！但是你要主要这里说的是局部而不是全部，同等的商业模式，你什么也不是。你明白了吗？

当我们在设计商业模式时，如果是做大变革，利益相关者、活动环节、资源能力这三个方面的推演一定要去分析，有可能会产生新的价值。让你获得不一样的期待。

四、商业模式微设计

在商业模式上，一些微小的设计，尤其是针对企业瓶颈做的小设计，也能创造出巨大的价值。一般通过交易方式（怎么交易）、交易定价（如何定价）来切入商业模式的微设计。

案例一：飞贷

飞贷是深圳的一家移动信贷公司。它的商业模式变化经历了三级跳：

第一阶段：信贷工厂。

解决贷款人/企业难以向银行贷款的问题。它的做法是先搜集贷款人/企业的资料,然后通过筛选,再把用户推荐给银行,用户就能获得银行贷款。缺点：需要大量人工,赚钱效率低,规模受限制。

第二阶段：将信贷移动互联网化。

它的做法是研发了飞贷 app。由于现在都是采用实名制,有许多信用记录。它通过信用记录以及自己的技术,就能判断一个人是什么行为,能不能贷款。

第三阶段：靠技术赚钱, 专注金融科技。

它的做法是找了一个全国性的担保公司。担保公司虽然也是放贷的,但是他们对用户的了解相对还不够,技术相对也薄弱些。引入这家公司,就能为担保公司提供技术支持,

飞贷也就实现了靠技术赚钱。这时候，规模和资金就不再是飞贷的瓶颈。

所以，在设计商业模式时针对企业瓶颈来做的微设计，尽管动作很小，但是价值很大。这家公司之所以转变，主要就是技术创新和商业模式创新两者的结合。

技术创新包括：将所有内容数字化；数据实现在线共享；智能化（交互反馈、深度学习、人工智能等）。

而商业模式创新，有三个特点：

一是社交化，顺从人性；

二是即需即供，根据使用权定价；

比如以前买车是一次花费几十万的资产，而现在使用滴滴，一次交易花一次钱。

三是充分利用杠杆资产与赋能。

比如万科的“小股操盘”，与二、三线城市的开发商合作，将自己的开发模式复制出去，同时也获取巨大收益。对于二、三线城市的开发商而言，获得了万科大企业的赋能，最后也能收获丰厚的收益。在交易定价上，也可以实现微设计。

案例二：利乐

早期的利乐在进入中国之初主要业务是销售包装纸和包装设备。但由于利乐设备价格昂贵，一般要数百万元，所以一时难以打开市场。

利乐包装

后来利乐做了个动作，修改定价。原来是需要一次性付清几百万来买下设备，现在是改用“80/20”的设备投资方案。客户只要付百分之二十的款，就可以安装设备，此后4年，只要每年订购一定量的利乐包装材料，就可以免交其余的设备款。单单修改了一个定价，就让利乐打开了市场，并占据中国90%以上的乳业包装市场。

随着竞争的进一步加剧，企业为了节约成本，拿出财务报表才发现：最大的一块成本支出竟然是利乐的包装材料。当有些企业试图更换包装材料时，却发现无法更换了。因为，利乐通过“条形码灌装机”的专利，使其他品牌的“包装材料”无法在利乐的设备上使用。

那么更换设备呢？成本更加高昂。此时，牛奶成套灌装设备已经涨价到数千万，如果更换全部设备，乳业企业就要面临破产清算的风险。没办法，中国的乳业企业们只能继续使用利乐的包装材料，源源不断地为利乐创造利润。

当然，利乐也给客户提供很多有价值的增值服务。比如：“生产过程追踪模型”技术。

“生产过程追踪模型”可以实现产品追溯功能。如果顾客从超市买回去的一盒牛奶出现问题，根据产品所存储的信息，可以将它的生产过程重新检查一遍，就能知道是哪一环出了差错，实现了生产过程可视化。

与此同时，生产企业可以快速而准确地界定差错产品的责任环节以及产品范围，从而有针对性地召回差错产品。这项技术不仅为企业节约了成本，也以最快的速度消除了产品对消费者的潜在危害。

对于定价，主要是以下几个关键点：

1. 降低一次性投入，大大节约谈判成本；
2. 新产品的定价，如果太高，难以打开市场。如果太低，难以为利益相关者带来收益；
3. “80/20”方案其实也是剃须刀-刀片模式，设备是剃须刀，包装纸是刀片，两者形成一种绑定。

所以，应用任何一种商业模式时，需要理解商业模式背后的逻辑。善于用理性思维来思考这个商业模式。

五、商业模式的三个时代驱动力量

商业模式与时代有关，商业模式的改变背后有着时代驱动的力量。不同时代，商业模式也不相同。比如餐饮业的商

业模式，一直随着时代而改变。餐饮最早都是单店模式，没有杠杆效应，价值很有限。后来餐饮出现了相对有杠杆效应的“连锁”。

所有的连锁，都需要具备两个核心竞争力：一是前端标准化；二是后台能力。

这个时候插一句，现在卧龙老师出了万能电商连锁模式和万能单店盈利模式，所以说这些个模式还是值得我们去学习和思考，并不代表可以摒弃了。

前端标准化是说一家企业的复制能力有多强，开店的时间能否足够短。复制能力与后台统一化有关。要知道，当你拥有许多家连锁店，你的好处会得到扩散，坏处也会得到放大。这就是成也萧何败也萧何！优胜教育想必在疫情期间大家都知道，宣布倒闭了！

餐饮业最忙也是最好的时候，在于饭点，堂食时间。当太忙时，我们需要考虑是否加入工作人员，这会加大人力投入。但是当不在饭点时间，餐饮企业就相对悠闲了。每一个

餐饮企业都遇到过这样的问题，这是种行业问题，也是一个行业机会。如何解决“忙——闲”这一两难问题？

案例一：北京餐饮企业金百万

金百万的定位是“社区百姓的中央厨房”，他们创造了一种新品类，叫做“准成品”。它是介于成品和半成品之间的一种餐饮外卖，由金百万开发出菜品，备齐原材料和调料，用户直接按顺序放入锅内即可完成。

很多人不喜欢炒菜煮饭，主要原因在于在炒菜前的一系列准备动作：买菜、洗菜、切菜.....金百万的这一模式，能让用户只做最后一道工序：简单的翻炒一下，大大节省了用户的时间成本，也让用户在家里就能享受到自己做的饭。

金百万的“准成品”正是由其它餐厅准备的。在饭点之间，比如早餐和午餐之间的上午，午餐和晚餐之间的下午，餐厅的厨房都属于闲时，属于产能富余，正好帮忙准备准成品——解决买菜、洗菜、切菜的问题。

越是传统的行业，越有机会实现迭代。驱使他们迭代的力量，主要有：

- 消费升级；
- 资本推动；

现在好的商业模式一出来，就会有很多资本扑上去。所以现在你想起来了咱们之前讲过的资金流向公式了吗？最后演变到企业之间的拼杀，他们的背后都是有资本的力量在驱动的。

- 技术变革。

很多行业都被技术所改变了，比如外卖的出现，就来自于移动互联网的普及。移动互联网的普及主要有两点：一是定位，二是移动支付。

很多企业不一定要研究很深的技术，但是要去了解技术的发展，与行业有关的技术有哪些。现在的技术门槛越来越

低，有很多云端技术是大家都可以用的，只是企业比较少关注而已。

由于消费升级、资本力量、技术变革这三个力量的推动，一个好的商业模式，用不了几年又得进行改变。单一的模式，容易被这几个力量所制约，所以，对模式进行进化迭代很重要。

每一个模式都有自己的特点，难以直接套用到自己的企业，但是，我们是可以去理解整个商业模式背后的逻辑的。综合考虑外部的环境、内部的结构、技术等，才能把一个商业模式看得透彻些，不至于掉进坑里。

所以说，不管怎么样，不管怎么操作商业模式，都不要成为最底层的韭菜！所以越是顶级的商业模式，越不容易成为韭菜！这就是我们寒门人需要学习的！知道为什么要学习更加高级的商业模式了吧！那就是我不想成为韭菜！被割的时候多么的生疼！

著名的管理学大师德鲁克讲过，“未来商业的竞争，不再是产品的竞争，而是商业模式的竞争。”商业模式对一个企业的重要性不言而喻，如果你的企业没有成型的商业模式，那么在市场竞争中，你还没有开始就被秒杀了。

很多企业家抱怨，自己的生意越来越难做了，怪外部环境不好。不是生意越来越难做了，而是专业的人越来越多了，越来越多的人懂得用商业模式去赚钱。各种免费模式，倒贴模式层出不穷。你再靠着赚产品差价的日子，一去不返了。有些时候大家觉得一个商品 9.9 还包邮，觉得这个商家是在挣差价，你如果这么想，那就是大错特错了！当然他究竟靠什么盈利呢？当然是引流后期盈利了！

那么一个企业究竟要做到那几点才能让自己处于不败之地呢？我们来一下：

【1】客户定位

客户定位，定位的是什么呢？定位的是顾客的核心需求，即你企业要为顾客解决什么问题。能够生存的企业，都是能够满足客户某种需求的企业。如果你的企业只能够满足顾客的一些小需求，那么你的企业只能够维持生存。如果你的企业能够满足客户的核心需求，那么你的企业就有快速发展的潜力。你的企业能为顾客解决多大的问题，你的企业就有多大的发展空间。

所以说，你想吃什么，你的有好牙口呀！

【2】盈利模式

企业再确定自己能为客户解决什么问题之后，还可能确定自己的盈利模式。题要解决顾客的问题，以哪种服务？哪种产品解决？在解决顾客问题的哪个阶段，用哪种方式可以更好的盈利。如今的商业社会不再是简单的钱货两清收费模式就可以做好的，在收费的时候，还必须要考虑到这种收费是否可持续，这样收费顾客是否有黏性，这个阶段收费是否可以利益最大化，什么样的收费方式可以做到利益的最大化，

这个利益是资本的看得见的利益还是品牌的，影响力的看不见的利益，能否有效规避竞争对手，这些都是你需要考虑和权衡的。

【3】 成本控制

一家企业能够盈利的根本原因，只有两个，一个是创造了新的社会价值，如原来没有的可以满足社会需要的产品的出现，如汽车的出现。另一个是降低了社会需要的产品的成本，如共享汽车的出现。

这里的成本控制，不是简单地说企业通过管理来降低自己的些许成本。这里的降低是指革命性的降低，颠覆式地降低。仍以汽车为例，社会上有大量用车的需求，一辆汽车的成本从 10 万元降低到 8 万元，是有可能通过管理来实现的。但一个人自己使用汽车仍然需要花数以万计的钱，因为他花钱自己买了一辆，平时使用还要额外的开支。而共享汽车，你只需要很低的成本就可以使用，还有如滴滴等打车公司，

用有车人的车赚钱，也客观上实现了一辆车多人使用，这就大大降低了满足社会上用车需求所需要的成本。

【4】裂变模式

任何一个企业，任何商业模式都会遇到扩张的瓶颈。一家企业，一个商业模式，不能做到“可自我复制”，就很难突破自身发展的瓶颈。等企业遇到了天花板再去突破，是很不明智的。在设计一个商业模式时，是可以提前预料到企业会遇到什么样的瓶颈，可以通过商业模式的设计和规划，提前规避和突破可能要遇到的瓶颈。

【5】核心竞争力

很多企业是没有自己的核心竞争力的，这样的企业的商业模式即使完成了自己的商业闭环，也很难保证自己的商业模式不会被复制。因此在设计你的商业模式之时，一定要考虑到你的企业的核心竞争力是什么，被人复制的难度大不大，能不能掌握到定价权，让企业拥有可持续的高额利润。

如果你的企业还没有核心竞争力，可以自己设计。比如从产品上，从品牌上，从商业模式上。

前期我们说了这么多商业模式，怎么设计商业模式，一个好的商业模式需要执行力来验证，是骡子是马拉出来溜溜！

一、如何落实商业模式呢？落实商业模式的五个阶段：

商业模式主要是关于价值的系统，包括如何创造和传递客户价值和公司价值。商业模式不只是盈利模式，它还包括客户价值主张、关键资源和关键流程。

那么选定了一个好的商业模式，在公司中也要逐步的去落地，我们可以有这五个过程：动员、理解、设计、实施、管理：

1. 动员——为一个成功的商业模式设计项目做好准备工作。

主要活动是确定目标、测试初始想法、规划项目计划、组建设计团队。

关键成功因素：合适的人员、经验和知识。

主要风险：高估了初始想法的价值。要设定一个够一够就能摘到桃子的目标，难道不甜吗？

2. 理解——研究和分析商业模式设计所需的元素。

主要活动是环境分析、研究潜在客户、采访行业专家、研究前人的做法、收集想法和观点。

关键成功因素：对潜在目标市场的深入了解、超越定义传统目标市场。

主要风险：研究过度：研究和目标之间脱节。

此阶段需要对商业模式所在环境做一个细致彻底的了解，否则很容易受到预先某个想法的影响，导致研究结果不客观。

3. 设计——构建和测试可行的商业模式可选方案，并挑选最佳。

主要活动是头脑风暴、制作原型、测试、选择。

关键成功因素：与来自公司不同部门的员工一起设计；
透过现状看本质的能力；投入时间，探索多种商业模式。

主要风险：低估或者打压大胆想法、过快 " 钟情 " 于某个想法。

主要的挑战是要保持设计大胆新颖模式的决心。

4. 实施——在实际环境中实施商业模式原型。

主要活动是交流和参与、执行。

关键成功因素：最佳项目管理、快速调整商业模式的能力和意愿、平衡好旧模式和新模式。

主要风险——积极性降低、减弱。

一旦确定了商业模式，就要开始着手如何实施的工作。
包括确定所有项目，制定各个阶段的里程碑，节点等。

5. 管理——结合市场反馈来调整和修改商业模式。

主要活动是分析环境、持续的评估你的商业模式、换一角度思考你的商业模式、调整商业模式、配合公司整体战略、处理模式间的协同效应和冲突问题。

关键成功因素：目光长远、积极主动、商业模式的管理。

主要风险——成为成功的牺牲品，满足于现状而未能及时作出调整。

管理阶段意味着需要不断评估模式、审视环境，来理解这种模式在未来长远阶段会受到外部因素怎样的影响。

作为出身寒门的我们，在掌握了一定思维和一定的商业模式之后，究竟能够开展什么样的创业呢？

创业是复杂的又是灵活的，选项目就该选能承担风险又具有创造性的，创业者必备的基本素质就是把握创业的机遇，创业是自身价值的实现，同时又是需要投入必要的时间和精力。那么当今情况下，都有哪些创业方式呢？哪些创业方式比较适合自己呢？接下来我们细细道来：

一是：网络创业

有效利用现成的网络资源，网络创业主要有两种形式：
网上开店，在网上注册成立网络商店;网上加盟，以某个电子商务网站门店的形式经营，利用母体网站的货源和销售渠道。
当然还有自媒体创业、知识付费等等这个面太广太广啦，网络遍地是黄金呀！

二是：加盟创业

分享品牌金矿，分享经营诀窍，分享资源支持，采取直营、委托加盟、特许加盟等形式连锁加盟，投资金额根据商品种类、店铺要求、加盟方式、技术设备的不同而不同。当然现在大家加盟之前一定要考察和研究，在这多说几句，现在这帮人已经利用双向逆推思我来挣加盟商的钱了，那就是我排队给你看哈哈！你秒懂了吗？

三是：兼职创业

即在工作之余再创业，业务员可兼职代理其它产品售;设计师可自己开设工作室;编辑、撰稿人可朝媒体、创作方面发展;会计、财务顾问可代理作帐理财翻译可兼职口译、笔译;律师可兼职法律顾问和事务所;策划师可兼职广告、品牌、营销、公关等咨询;当然，你还可以选择特许经营加盟;顾客奖励计划等等。现在这个社会副业真的是太多太多，但是微商需谨慎，小心被收割呀！

四是：团队创业

具有互补性或者有共同兴趣的成员组成团队进行创业。如今，创业已非纯粹追求个人英雄主义的行为，团队创业成功的几率要远高于个人独自创业。一个由研发、技术、市场融资等各方面组成，优势互补的创业团队，是创业成功的法宝，对高科技创业企业来说更是如此。

五是：大赛创业

即利用各种商业创业大赛,获得资金提供平台,如Yahoo、Netscape 等企业都是从商业竞赛中脱颖而出的,因此也被形象地称为创业孵化器。如清华大学王科、邱虹云等组建的视美乐公司、上海交大罗水权、王虎等创建的上海捷鹏等。

六是：概念创业

即凭借创意、点子、想法创业。当然,这些创业概念必须标新立异,至少在打算进入的行业或领域是个创举,只有这样,才能抢占市场先机,才能吸引风险投资商的眼球。同时,这些超常规的想法还必须具有可操作性,而非天方夜谭。这个时候我看了看帅气的自己哈哈!

七是：内部创业

内部创业指的就是在企业公司的支持下,有创业想法的员工承担公司内部的部分项目或业务,并且和企业共同分享劳动成果的过程。这种创业模式的优势就是创业者无需投资就可获得很广的资源,这种树大好乘凉的优势成为很多创业

者的青睐方式。这也是合伙人的雏形，不过这个模式还是不长久的额，这里面到处都是人情世故哈哈。

一、什么是轻创业？

简单来说，轻创业就是利用低成本进行创业，压力小。对于轻创业，目前还没有具体的描述来定义它，但是一般都是借助互联网去创业。那么轻创业模式有哪些优势呢？

二、轻创业模式的优势

1. 投资低

如今的轻创业可以从某个领域上的一个细分点来进行创业，和以往需要向亲朋好友借钱的创业方式截然不同。最开始有轻创业这个概念是通过兼职产生的。像是知识分销、淘宝客、小说分享等模式，通过分享的方式来创业。

2. 零库存

轻创业也意味着零库存。虽然说轻创业是按照需制作来调拨产品，但是在背后却有着强大的分工和大合作。有时

候仅仅是创业者提出的一个小小的思路，就会引来众多投资人的投资，再加上网络营销的宣传和推广，进行着催化的作用。当然，轻创业绝对不止互联网+其他领域的潮流，还会有更多专业的细分和投资大环境哦。

3. 微创新

轻创业的团队十分灵活，团队走走散散是很正常的事情。现在，事物变得多样化，人们对于一件事物的腻味期越来越短，所以很多平台都在不断地更新和完善，这样才能保持人们对它的新鲜感，吸引人群继续使用或者是花钱去购买。我们经常所说的爆款，其实算是轻创业时代的产物，爆款一般周期短，但是在段时间内能够快速地流行起来，时间到了就会被其他的产品所取代。

轻创业模式靠谱吗?这个问题还是要因人而异，很多人用一冲动，没有真正的专业知识，也不去学习，对于这类人来说当然是不适合的。不管是做什么项目，要是想创业的话，

就一定要考虑清楚，结合自己的实际情况出发，把它作为你的副业进行操作，然后慢慢推进。

那么适合我们寒门创业的商业模式有哪些呢？

个人商业模式：

个人最高级的商业模式满足以下几点：

- 满足消费者以为的刚需
- 把个人的时间卖出很多份
- 买下别人的时间帮助自己省下时间
- 把省下来的时间投资自己的成长

消费者以为的刚需：

市场上的任何产品，都是符合这个条件，才能不断发展壮大！

这里面，有个关键的形容词“以为的”，为什么不是真正的刚需，而是满足以为的刚需呢？

这不是治根不治本吗？

确实，但那不是消费要的

我们来看看现在生意非常火爆的各大行业：

在小说、漫画、电影、连续剧中，爱情故事永远是最大的品位，永远畅销！因为对于大部分人来说，这就是他们以为的刚需，而实际上对于大部分人来说，学习成长才是他们真正的刚需，但是很多人没有这个意识。如果我们是教育者，有必要纠正他们的错误观念，但是作为商人，我们要满足市场的需要

在现在火爆的大健康行业，沐足店、按摩店、喝多了会中毒的何首乌洗发水和汤药，都是生意非常火爆，利润非常高，甚至科学研究没有太大效果的一些肾宝片，市场和利润都可以大到支撑一个中国公司上市！

有基本知识的都知道，人体的健康本质上在于饮食、运动和睡眠，其他的辅助占不到 1%！甚至只要吃好、睡好、保持日常行动，身体都会非常棒！

但是大众以为的刚需是：不要我动、不要我改变什么、吃一些东西就能健康

所以我们能看到，很多所谓的“健康行业”莫名其妙地发展起来！

在广州，一个做细分品类的“祛痘”公司，都能在公交车持续打广告 6 个月以上，广告费至少也要 5000 元，那么毛利润必然很高！我一位男性朋友在这类公司，两个月消费都能超过 3 万元！关于祛痘，我以前深入了解过保健品的，也见过很多人改变生活方式就能改善健康，早睡早起，保持日常运动，这样身体皮肤都能改善 50%以上！

但是了解过一两年，我感触最深的其实是：你要改变消费者的思维，难度非常大！

消费者宁愿选择对于他们来说更简单、更无须改变的产品！比如说祛痘就比保持日常运动、早睡早起要容易得多！

在格局工作的这几年里，我们能够深刻感觉到中国人的财商知识严重缺乏，钱不是赚的少，而是亏的多，根本原因还是因为被教育地少，学习的少！

但是大众不这么认为，他们普遍认为，我就是差一只牛股、一只妖股、一套房子、一个成功的传销生意，就能让我更有钱，甚至穷人翻身！

所以虽然格局蓬勃发展，在努力改正消费者错误的认知，进行多次“识别金融诈骗”，市场上仍然有 80%的人被骗，而那些行业，则是蓬勃发展，荐股公司都发达了，传销头头都发达了，靠卖房子的也发达了！

可见，顾客脑中的刚需，是多么难以改变，而其中的刚需市场，利润是多么大！

如果你是个教育者，你可以努力去改变消费者脑中错误的观点！

如果你是个商人，你必须通过“满足消费者以为的刚需”来获取利润，而不是通过“真正的刚需”！

当然，如果你是个教育者和商人，你可以既教育人，又满足人的刚需！

李笑来很明显就是这样的人，在新东方做名师的时候，他上作文课从来不教范文，因为写作本质上是思考和创意，

如果让学生模仿范文，是在扼杀他们的创意，降低他们的思考能力。但是在学员不这么认为，他们以为的刚需，解决作文分数问题的根本，就是背作文范文！于是李笑来在课外就写了一本《托福高分作文》，来满足学员的刚需，并且，在课上继续教自己的思考课！

这本《托福高分作文》卖了十多年，销量一直在增加，其中获取的稿费，足以让一个在北京生活的人财富自由！

2：把个人时间出售很多次

我们之前就提到每个人都是在买卖自己的时间，有的人时间卖的贵，卖的次数多，自然而然就能赚很多钱。

可以从之前 4 篇文章进行深度了解

努力赚钱和投资就能财富自由吗？

财富自由的三条路径

离财富自由最近的两种高级策略

你热爱的三个坑，正让你越来越穷

那么对于个人，提高自己的时间售价有两种方式：

- 把一份时间卖的更贵

- 把一份时间出售很多次

把时间卖的更贵，是大部分人一生的策略，考证、升级、升职、学习多项技能，都是为了提高个人竞争力，以便拿到更高的工资！但是这种方式很快就会有天花板！

因为本质上，每个人的时间都是有限的，1 个人 1 天工作 8 小时，1 小时能卖 100，1 个月也能到两三万，但是 1 个小时能卖 1000，基本上靠提高个人工资，或者是提高个人咨询费，说实话，非常难！

所以说，对于服务行业，不是我们最好的选择，因为一份时间只能卖出一份，而且卖出的价格永远会有天花板！

但是通过把时间卖出很多份的策略，对于大部分人，还是可以实现！

把时间卖出很多份有以下做法：

- 写作，包括小说、科学书籍、专业书籍等
- 演讲，包括在线直播、录播视频
- 产品，包括无形和有型产品
- 专利

- 在 App store 上的程序
- 创意制作：漫画、唱片等

在“一块听听”“千聊”上面讲课的人，也有很多知识量一般的人，1 小时只需要收费 10 元，100 人参与，就可以获取 1000 元！

专家的个人咨询，收费 1 小时也就两三千，一个普通人通过买卖时间的高级策略，竟然也能做到和专家一样的地步？

而且把时间卖出很多份没有天花板，中国最不缺的就是人，8 亿网民，我们只需要卖出 1000 份，每个人赚 1000 元，都有 100 万利润

- 如果你写书、出教程、出漫画、编个程序放 APP store 上，每天都有人买，在你睡觉的时候都有收入，这才是真正的“睡后收入”

- 网络小说作家“唐家三少”税后收入上亿，童话大王郑渊洁税后收入 5000 万，现在腾讯漫画出现一大批中国原创漫画，也为腾讯的收入提供了巨额的利润！

• 中国最牛产品之一当属老干妈，陶碧华女士这家公司无需上市，无需融资，正常纳税，老干妈平均每天卖 20 万瓶以上，国内外畅销，即使是老外不小心吃过，回到国还在拼命高价找代购！在陶碧华女士晚上休息的时候，老干妈在全国各地不断卖出，她的账户余额不断增加！这才是最高级的“睡后收入”

当然，最佳的策略是，把一份时间卖的又贵，又能卖的更多，这样的人，必然离财富自由越来越近！

那么试想一下，你现在的工作和未来的规划，这是希望通过提高个人专业，来提高个人收入吗？

在遇到天花板之前，有没有办法把自己的时间卖出很多份呢？

3：买下别人的时间为自己服务

成功投资人和创业者是世界上最顶尖的一批人，创业者是买下员工的时间为自己服务，投资人则是买下创业者一部分时间来为自己服务。

一个公司，有 100 名程序员和 10 名销售，每天工作至少 8 小时，这个创业者如果是单干，时间一天顶多干 16 小时，但是通过购买员工的时间，创业者一天的时间变成了 $200 \times 8 = 1600$ 小时，大大提高了自己创造财富和贡献社会的能力！

时间的稀缺和不可再生，哪里是金钱能衡量的

而投资人买下公司的股份，无需经营，进而分取公司的利润，这不正是买下了投资人的时间，在休息的时候，都可以赚钱！

但是，投资人和创业者毕竟只是少数！

那么对于我们有什么参考意见？

答案是买下别人的时间，来帮助自己省下时间！

我们每天除去睡眠，也就只有 16 小时，这 16 小时，我们需要吃饭、工作、学习，但是还是会有很多零碎的事情，会打断我们的工作和学习状态

有个程序员朋友家里偶尔需要清洁，但是清洁需要两个小时，夫妻工作其实也很忙，周末清洁的话双方都会想着多

花点时间休闲或者是学习，所以必须清洁的两个小时偶尔还会引起争执。程序员朋友想清楚时间和家庭和谐的重要性，在每次需要清洁的时候，都会请保洁阿姨来做专业的清洁，每次 300 元，既省下时间让自己专注，又保障家庭和谐，而且清洁的很干净，这些好处，都不是 300 元能买得到的！

很多人为了省钱，即使赶时间也会坐公交车、挤地铁，匆匆忙忙赶到还是迟到了，而且路上的状态非常糟糕，也无法集中精力思考后续的工作安排，或者无法在路上静心学习！事后想清楚，赶时间可以打的，在车上有空调而且安静，非常适合学习，既不会迟到，还充分利用了时间学习！甚至，如果不赶时间，早点出发，坐公交也许比地铁还好，因为有座位，只要戴上耳机，世界与我们无关，集中精力学习！

当然，开车的话是需要集中注意力，即使听音频也是无法集中的，从时间利用的角度，坐车是比自己开车更胜一筹的！

甚至在解决问题、提高技能等专业的方面，付费找专家，比起在百度花几天找了无效的解决方案，明显是更加省时间和更能解决问题了！

这一点，很多人只有在“寻医问药”的时候，才会执行这个标准，找肿瘤科、心血管等方面最专业的医生，钱都不是事，只要能把病解决！

然而在个人成长和学习的过程的中，却从来都不执行这样的标准

买下别人的 2 个小时，就相当于自己多出了 2 个小时，这样的生意，简直不能再划算！

时间可是命，流失了就没了，能用钱给自己增加寿命，这不是世界上最划算的事吗？

4：省下时间投资自己的成长

只要有一些钱，加上买时间的观念，做到买下别人的时间，其实并不难，难的是，我们如何把这份省下来的时间，更好地利用起来？

很多人闲的发慌，于是找各种游戏、小说、漫画、闲聊来消遣自己，在英文中，消遣这个词的翻译是“kill time”，杀掉时间，时间可是不可再生的，浪费掉，不正是把时间给杀掉了？

时间可是我们的，杀掉的还是我们自己的时间，自己的寿命！

那么省下来的时间，最好的利用，当然是用在投资自己的成长上

对于成长，最好的方式当然是学习！

在上面，我提到的例子，都是如何通过买下别人的时间和服务，来给自己创造学习的环境，以及家庭和睦的环境

毕竟对于我们来说，家庭和谐、个人成长到足以财富自由，不正是大部分的愿想吗？

人与人的区别，甚至可以大到种族之间的区别，就如同猿猴和人类的智力区别！

有一部分人，小学毕业就不学习了。又有一部分人，中学毕业就不学习了，还有一部分人，高中毕业也不学习了，

甚至还有一部分人，本科毕业后，还没分清上学和学习的区别。

那么中国究竟有哪些成功的商业模式值得我们去学习和参考呢，那就来了解一下：

三、中国十大成功商业模式

成功商业模式的主要特征 包括如下三个方面： 首先，成功的商业模式是基于产业价值链的分解所形成的。其次，成功的商业模式有独特的、持久的盈利模式。最后，成功的商业模式应该具有一定的原创性或较强的创新性。

中国十大成功商业模式： 腾讯

从产业价值链定位来看，腾讯抓住互联网对人们生活方式的改变形成新的业态为机遇，通过建立中国规模最大的网络社区“为用户提供一站式在线生活服务”，通过影响人们的生活方式嵌入主营业务。从盈利模式来看，腾讯在一个巨大的便捷沟通平台上影响和改变了数以亿计网民的沟通方式和生活习惯，并借助这种影响嵌入各类增值服务，如开展了

以移动 QQ 为中心的无线短信服务、以腾讯 QQ 为中心的个性化增值业务、商用即时通信软件业务、基于腾讯 QQ 品牌的广告服务与品牌授权业务等。从创新性来看，该商业模式创新之处在于腾讯借互联网对人们生活方式改变之力切入市场，通过免费的方式提供基础服务而将增值服务作为价值输出和盈利来源的实现方式。

中国十大成功商业模式：阿里巴巴

从产业价值链定位来看，阿里巴巴抓住互联网与企业营销相结合的机遇，将电子商务业务主要集中于 B2B 的信息流，为全球所有人创造便捷的网上交易渠道。从盈利模式来看，阿里巴巴通过在自己的网站上向国内外供应商提供展示空间以换取固定报酬，将展示空间的信息流转变为强大的收入流并强调增值服务。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于阿里巴巴敏锐地看到了中国中小企业对国内外买家渠道和更广客户群的巨大需求，通过互联网向客户提供接触买家的渠道和接触到范围更广的客户群的机会，使中小企业降低对市场中占主导地位的客户依赖，减少了这些企业因

参加各种贸易展会、推介会所需花费的成本，并从互联网中打开获益的渠道。

中国十大成功商业模式：携程

从产业价值链定位来看，携程抓住互联网与传统旅游行业相结合的机遇，力求扮演航空公司和酒店之间“渠道商”角色，以发放会员卡吸纳目标商务客户、依赖庞大的电话呼叫中心作预定服务等方式将机票、酒店预订、度假预订、商旅管理、特约商户及旅游资讯在内的全方位旅行服务作为核心业务。从盈利模式来看，携程通过与全国各地和众多酒店、各大航空公司合作，以规模采购从上游大量降低成本——让其把空置的客房按一个极低的折扣价交由携程处理或拿到比大众低的折扣机票，同时通过下游消费者在携程网上订客房、订机票积累不断增长的客流。随着客流的逐渐增多，携程同酒店和航空公司的议价能力越强其成本就越低，客流进而会继续增长，最终形成良性发展的盈利模式。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于携程立足于传统旅行服务公司的盈利模式，主要是通过“互联网+呼叫中心”完成一个中介

的任务，用 IT 和互联网技术将盈利水平无限放大，成为“鼠标+水泥”模式的典范。

中国十大成功商业模式：招商银行

从产业价值链定位来看，招商银行抓住信息技术与传统金融业相结合的机遇，以“金融电子化”建立服务品牌，先后推出国内第一张基于客户号管理的银行借记卡“一卡通”、国内第一家网上银行“一网通”、国内第一张符合国际标准的双币信用卡、国内首个面向高端客户理财产品的金葵花理财、率先在国内推出私人银行服务及跨银行现金管理等业务。从盈利模式及盈利能力来看，招商银行通过扩大服务面、延伸服务线取得多方面的利息收入与增值收入。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于，招商银行将信息技术引入金融业的发展，并以“创新、领先、因你而变”不断推出新服务，引领金融业的发展。

中国十大成功商业模式：苏宁电器

从产业价值链定位来看，苏宁电器以家电连锁的方式加强对市场后端的控制，同时加强与全球近 10000 家知名家电供应商的合作，打造价值共创、利益共享的高效供应链，强化自身在整个产业价值链中的主导地位。从盈利模式来看，苏宁电器基于 SAP 系统与 B2B 供应链项目，通过降低整个供应链体系运营成本，库存储备并为客户提高更好的服务这一“节流+开源”的方式实现营收。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于，苏宁电器以家电连锁的方式加强对市场后端的控制力，并以此为基础加强向上游制造环节的渗透，使零售与制造以业务伙伴方式合作从而提高整个供应链的效率，进而打通整个产业价值链以谋求更高价值回报。

中国十大成功商业模式：百度

从产业价值链定位来看，百度力求“让人们最便捷地获取信息，找到所求”，为网民提供基于搜索引擎的系列产品与服务，如以网络搜索为主的功能性搜索、以贴吧为主的社区搜索、针对各区域及行业所需的垂直搜索、Mp3 搜索，以及门户频道等，全面覆盖了中文网络世界所有的搜索需求。从盈

利模式来看，百度采用以效果付费的网络推广方式(竞价排名：推广信息出现在搜索结果靠前的按点击付费，如果没有被用户点击则不收取推广费)实现营收。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于百度借助超大流量的平台优势，联合所有优质的各类网站建立了世界上最大的网络联盟，使各类企业的搜索推广、品牌营销的价值、覆盖面均大面积提升，从中获得并扩大盈利来源。

中国十大成功商业模式 :华为

从产业价值链定位来看，华为以客户需求为驱动，将自己定位为通讯设备领域的系统集成服务商与量产型公司(而非技术创新型公司)，为客户提供有竞争力的端到端通信解决方案，并围绕通讯设备领域的整个产品生命周期形成完整的产品线。从盈利模式来看，华为主要依靠整个通讯产品的生命周期赚钱。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于凭借通讯设备领域整个产品生命周期上完整的产品线的营收，以牺牲暂时的亏损为代价将投入市场的新产品就两三年后量产的模型来定价，利用企业规模效益、低耗与高效的供应

链管理、非核心环节的外包、流程优化等方法挖掘出的成本上优势挤垮或有效扼制国内竞争对手，并利用研发低成本优势快速抢夺国际市场份额，打压在成本上处于劣势的西方竞争对手，形成著名的“华为优势”。

中国十大成功商业模式：巨人

从产业价值链定位来看，巨人集团紧紧抓住企业价值链上“营”与“销”的环节，通过颠覆式的“营”定义新的产品或服务，通过“地毯式”与“侧翼进攻”的“销”加强对市场后端的控制力。从盈利模式来看，尽管在表面上“脑白金”、“黄金搭档”、“黄金酒”用的是传统的盈利模式而“征途”游戏采用“基础服务免费+道具收费”的模式，但实质上巨人是通过营销创新形成的产品服务新概念实现营收。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于巨人集团紧紧围绕消费者的消费习惯(如广告导向)、消费决策处境(如不知该买什么送礼)、消费心理(如追求爽快的娱乐感觉)、消费心态(如攀比)等实际需求，用全新的“营”与“销”的方式将实际品质不高的产品或服务赋予全新的概念，

并以较短的销售渠道、较宽的销售网络从侧翼迅速介入市场。

中国十大成功商业模式 :比亚迪

从产业价值链定位来看，比亚迪依托某一产业领域的技术优势，在相关产业转型或兴起的背景下，将其产业优势向这一领域进行逆向的产业转移，形成跨领域的、稳步攀升的产业扩张。从盈利模式来看，比亚迪在产业转移与扩张的过程中，通过改变产业景框、设定新的游戏规则、合并细分市场、整合顾客需求进行价值创新，以蓝海战略实现营收。从创新性来看，该商业模式的创新之处在于，比亚迪基于电池领域的绝对竞争优势与产业优势，在已有商业领域取得成功 after，以较强的复制能力、稳定性、技术创新等，集中利用内部资源、整合各业务群中的优势元素塑造向新兴领域或转型产业进行产业布局的转移与调整，像袋鼠一样繁衍一个又一个新业务，实现塑造蓝海、产业扩张与价值创造的统一。

中国十大成功商业模式 :联想

从产业价值链定位来看，联想依托强大的销售网络，以“贸工技”向“创新驱动”的路径，围绕国际计算机及信息服务产业价值链，从加工代销的低端环节向重研发、重服务的高端环节与高级业态攀升与演化。从盈利模式来看，联想在产业升级的过程中，逐步由以往的大规模低成本制造作为盈利源开始向以服务增值作为盈利增长点方向转变。从创新性来看，该商业模式在缺乏、甚至一度弱化自主知识产权的“弯路”下，依托庞大的国内市场与政府支持，利用民族情结建立起庞大的营销体系、服务网络与市场优势，据此逐步以产业后端(市场)的控制力提高对产业终端(资本)的控制力，进而以产业中端(资本)的控制力提升对产业前端(技术)的控制力。

第四章 寒门子弟更会管理企业

作为寒门，起初只有自己，那么我们如何来搭戏台子唱戏呢？

1、 如何搭建自己团队

创业可以自己单干，也可以寻找创业团队，和别人一起合伙。一个人单干往往没有一个团队合作那么有创建性，因为一个人的力量毕竟是有限的，而一个团队则可以干出更大的业绩来。下面，我们来看看如何组建一个创业团队。

求令人信服的创业项目。创建团队，首先必须有一个令人折服的项目，哪怕短期内无法盈利，但从长期来看还是不错的项目，否则，谈何创业？

寻求志同道合的合伙人。只有找到愿意跟你一起创业的合伙人，才能让团队有绵绵不断的动力，遇到困难能够一起面对，一起分析，一起解决，不断完善工作体系。

确定团队的领导核心。群龙不能无首，再好的团队都必须要有有一个领头羊，一个具备睿智与敏锐洞察力的领导者，这样才能让团队在努力过程中不至于跑偏方向。

成员各有所长。要想成功组建一个创业团队，最好是要要求各成员能各有所长，各有优势和长处，能做到优势互补，相辅相成。成员认可自己。要想成功组建一个创业团队，各成员都应该有激情，有自信，坚信自己可以做到，可以成功，只有大家均能认可自己，才会有成功的机会。大家分工明确。一个好的团队，必须是一个分工明确的团队，每个人都有用处，每个人都能发光，所以要想成功组建一个创业团队，就必须要进行好人员工作分工，让大家都有事干。

明确团队的奋斗目标。做任何事情，都必须要有明确的目标，不能碌碌无为，更不能迷失努力奋斗的方向，明确的目标，是整个团队凝聚在一起的基础，不可缺少。

端正团队的工作态度。工作就是工作，必须要有认真工作的态度，由于创业初期，体制还不够完善，端正态度就显得尤为重要，不可三天打鱼两天晒网。

签订合同。既然是创业，就必须尽快做到扭亏为盈，让团队每个人都能从努力工作中得到应有的回报，那么，签订合同，确定股份，分红等等就需要在合同上体现，这才是整个团队运作下去的根本。

组建创业团队首先要有一个让人觉得可行的创业的内容，其次要寻找和自己有着相同目标的人，并且一定要确定谁是这个团队的领导人，大家以这个领导人的意见为主要指导意见，一起围绕着他的要求和目标来做事，才可以凝聚成团，不会像一盘散沙。

2、如何管理好员工

在任何公司中都会有管理者，他们可以引导基层员工更好的协调工作等，但是管理者自己没有做好的话，容易导致

下面的员工出现异心，实际上，管理本来就是一门艺术，这里来说说该如何管理好员工吧。

1.任何时候及场合，皆不能有“我认为...”、“我想...”、“我感觉...”等而予以乱猜、乱疑，应有事就有事、无事就无事。

2. 任何评价也都应有事例为证，杜绝“大概”、“好像”、“可能是...”等主观臆测性思维与习惯!

3.只要出发点是为了自己变好，就不能在乎别人对自己说话的语气、甚至声音的大小等。(不能“抓住”别人说话语气太重、或声音太大等“理由”而产生不良情绪。应将同事间善意的批评与指导等视为一种“相互促进”来虚心接受!

4. 工作进程中，当有同事(含上级)询问时，应将此询问视为一种“关心”而愉快地以实情相告(不能视为“啰嗦”、或“多管闲事”而心生不满)!

5. 将他人不同的意见视为一种“补充与完善”而予以尊重、并充分考量(不能视为他人是“不支持”、甚至认为他人在于自己“唱对台戏”、或“好表现”等)!

6. 意见不同时，各自站到对方角度上去重新思考

(即“换位思考”)!

7. “换位思考”还不能取得共识时，即心平气和地报请上级裁决!

8. 对上级的裁决一时还不能理解与接受的，非安全原因则应先执行，事后可再予申诉(含向更上一级报告);

9. 切实以“我们是一家人——是共一个‘父母’的...”观念来予以工作(含日常沟通与协调)!(这“共同的父母”就是“公司”!)

10. 接受任务时最好复述一篇，以明确自己是否全部理解和领悟(当别人要求你复述时，是为了避免你出错，故更应愉快地述说)!

11. 自己有好办法可谓“好”，没有时能诚心按别人说的去做也是一种“好”！

以上就是一些管理员工的建议和经验分享了，其实在管理员工的时候，除了要遵循一些公司规章制度外，也需要通一点人情，这样会更服众一点，就像执法者一样，会酌情考虑一些其他情况来定罚。

企业管理这方面我们不作为重点，毕竟寒门的自己来谈啥企业管理呀！首先要管理好自己呀，企业管理太精髓的东西还是主要长篇大论的，一个小的企业还是人情占大多数，制度之外不乏人情呀！

第五章 对抗社会灾难

对于大多数上班的人而言，春节假期延后，让我们工作后难得的过了个寒假。宅在家里看看电视剧，打打游戏就过去了。然而对于很多创业者而言，这个春节真的特别难熬...不能上班，公司没有了收入不说;员工的工资，得照发;场地的房租，得照交吧;银行的贷款利息，得照还吧。不少人都在盘算，自己的公司到底能撑 1 个月还是能撑 3 个月。

特别是培训和旅游行业：除了员工工资和场地租金以外，客户的退款有可能会是压垮这些中小企业的最后一根稻草。

对于制造业而言，很多小的企业主一个月的开支就在 100 多万。客户没有订单，工人不来上班，这些开支可是一分都少不了。当然大家都觉得生产口罩的要挣钱，那是你不知道原材料有多贵！你敢下那么大的赌注吗？

餐饮行业就更不用说了。这个领域很多人都是拿 10 年的积蓄，赌上了全家人的希望。

对于房产投资者，春节前装修好了，等着过年赚它一笔，结果没想到不仅没赚反而亏了，年后大概率只能背上自己的

行囊出去打工。不仅是餐饮、培训、旅游这几个行业，其他行业也都有或多或少的影响。在这次疫情面前，没有谁可以置身事外，不受影响。

疫情来袭，中小企业和创业者该如何应对？

第一，现金流是最重要的生命线。

创始人和一般的职业经理人最大的差异，并非技术能力，而是对企业经营的那种“节奏感”的把控，创始人更需要“知进退”。优秀的企业家就是能够把一手烂牌在好节奏中打赢，而有些人却把一手好牌打输。无论是商业经营中的经营性现金流，还是融资性现金流的补充，各位创业者都必须时刻有现金流思维，不要只盯着利润表，而是需要经常盯着现金流。2019 年出现的大量爆雷的“独角兽”们，其实原因也非常简单，就是创业者的“欲望和能力之间的不匹配”而已。一旦出现极端情景，对公司和组织而言，尽快回笼一切可以回笼的现金、减少一切非必要的支出，保证在最差的情况下持续生存的能力。

第二、极端情景模拟分析，建立“剩者”的危机意识，以活下去为目标的长期风险观。

企业和生命体非常相似，本质上生命都是在求存，而不是求真。活下去并不是一个想当然可以达到的最低目标，而是长期的绝对目标。越大越复杂的企业体也同样是在求生存，甚至比小企业更容易崩溃倒下。从足够长期往回看，活得长比一时赚得多更重要。做企业和人生一样都是在长跑。越基础的行业越是反脆弱的，越流行的行业往往是脆弱的。在危机来临初期，我们需要以最快的速度做情景模拟分析，看下最危险的变量发生时，我们的体系要如何调整 and 应对。在未来我们也需要一种“免死金牌”思维模式。在资源和资金充裕的时候，给自己模拟一种极端的情景和变量，比如灭顶之灾前可以去寻找帮助的某个人或可以紧急动用的某一笔钱。生死存亡之际还有预留的后手。

第三、增加企业的冗余能力，主动理性试错，提升整体安全边际。

从风险管理的角度看，做企业有时不能算得“太精细”，越是精细有时抗风险能力越是弱，容易出系统性问题。因为我们假设所有要素都是能够理想化地按照规则运转。企业家不要追求自我想象的“最优解”，而要寻找基于底线思维的“基本解”，这也是增加企业冗余能力的概念。其实很多超级企业的现金储备比我们想象的大得多，比如据日本研究人员介绍，日本京瓷公司现金储备原则是在没有收入的情况下，可以支撑员工发三年工资。二级市场通常认为现金储备过多是缺乏投资能力的表现，但这是通常逻辑，从风险控制角度我们需要增加冗余能力，提升整体安全边际。此外，这几年有一种思维模型叫“第二曲线理论”，即选择在正面黑天鹅的领域中，理性积极地试错，控制损失成本。用最小试错的方式，不断增加自己在不确定性事件发生时获益的概率。试错本身也是一种冗余能力。在企业现金流充裕的前提下，用一小部分资金去验证几个全新的发展逻辑或赛道。一旦能够证明其商业模式，可以再投入大资金押注。巴菲特说：永远在自己的投资中保持对高风险的小额追逐。让自己避免出现在负面黑天

鹅的事件中，同时又要想办法把自己挤到正面黑天鹅的收益当中。

正合之道：也就是说把 80% 的资源投入到最安全的领域。

奇胜之道：而把 20% 的资源投入到那些损失可能很低，但是带来的收益却无限的不对称性的事件当中，从而让我们能够对不确定性有更多的应对能力，甚至从中受益。

第四、反思最核心能力和资源，计算重置能力。

危机有时反而可以让我们快速看清楚事物更本质的东西，从而改变我们的认知，也是改变模式最佳的时机。平时大部分企业很难做“自杀式”模式转换，但极端现金流压力让我们可以反思最核心的竞争力和资源到底在哪里，如何维护住这些核心能力。重置能力和重置成本一般是我们大家不会去思考的维度，但在危机中恰恰是一个非常重要的思考点。在企业估值逻辑中，大部分时间我们用可比法以及 DCF 现金流折现法，不要忘记重置成本法也是非常重要的一种估值思维。过去数年中投资人所提倡的独角兽概念，都是从所谓市值的

角度去描述企业的价值，但市值观念其实是非常有局限性的。价值往往只是共识机制的阶段性的结果而已。而缺乏连续的有效定价产生的“估值”更加缺乏经济意义。去年很多创业者出现暴雷事件，某种程度上也是被泡沫式的市值观念给“危害了”。而重置思维能让创业者更加清晰地重新审视自己的底色，真正创造价值的是哪些要素和资源。

第五、君子不立于危岩之下的思维模式。

企业家应该避免那些低收益却暴露在巨大不确定性风险中的事情。如和不靠谱的企业互相担保就是一种情景。减少不利因素来降低脆弱性，是指减少自己暴露在致命风险当中的概率。在生活中避免暴露在负面黑天鹅事件当中，也就是尽量不让自己陷入到可能收益是有限的，但是付出的代价是非常高的领域当中。对于个人而言，尽量避免从事容易出大事的高危行业。对于企业而言，避免会导致覆灭的极大冒险，保证危机来时可以活下去。芒格曾说：要避免三种等价的危险，不要吸毒染上艾滋病、不要离婚和不要乱穿马路等。大

多数长期投资者取得的长期结果将更多地取决于致命败笔的数量及其程度，而不是制胜投资的伟大。反过来思考，我们应该增加对选择权的商业逻辑，即整体思路是确保下行风险的足额保护，增加上行的收益可能。这是我们发展的一种重要判断。

一、注重现金流留存前提下的全面营销驱动增长，除非明确融资成功，烧钱获得的增长不可能持续。

二、彻底节约费用，包括结构性的节约，树立全员成本控制意识。很多平台企业获得巨大融资后的结果往往是内部控制的彻底缺乏，企业内部腐败横行，完全缺乏成本控制意识。企业应该建立内控和内审机制。

三、回归到战略思考，未来增长的来源到底是哪些因素，如重视投入战略资源到开发长期竞争力的新产品。

四、建立上下游价值链和供应链的更紧密的战略关系，维护好整体价值链的生产效率和数据化，实现价值链数据共享和资源控制。可以预见到未来的企业竞争更加是供应链的竞争，而不是简单的产品竞争。

五、目标愿景价值观的重新树立，重构长期的企业文化。文化和组织是走长路的核心要素，他们决定了长期主义的成长路径。

任何一次萧条经济和危机，都是自我发展，超越对手的好机会。长期成功的企业更容易长于危机之中。

危机越是严重，我们越是要坚忍不拔，无论如何也要闯过这道难关，重要的是要认识到“危机往往也是成长的机会”。优秀的企业就是常常通过危机和萧条这样一种逆境来谋取更大的发展。70年代的石油危机，80年代的日元升值危机，90年代的泡沫破裂的危机，2000年代IT泡沫破裂的危机，2008年的全球金融危机，我们已经经历了各种各样的经济危机。

其实越是在迷茫的时候，情绪波动的时候，我们需要拨开迷雾，思考如何更长期的价值“锚定”。优秀的企业家也可以通过本次大调整，重新思考核心价值，积极调整商业模式，不受各种浮躁价值观的影响，坚定的通过长期奋斗成就价值创造。

这次疫病危机对未来消费商业会带来哪些可能的变局？

上次“非典”促使“实体商品”交易上翻 B2C 模式成功，而这次很可能使得“服务交易”进一步上翻到线上。阿里一定会整合集团内部支付、外卖和电商业务，形成更多交易场景、更高效流量分发。阿里和美团的服务在线化大战还需要静观其变。

从品类方面看，清洁日化品类进一步需求提升，并且出现耗材产品的硬件化机会，增加消费者体验。

养生保健类会迎来新机遇外，一些 ready to cook 的“半自助”品类会大大增加需求，这里跑出新品牌的概率很大。

场景端的直播电商会成为商家运营标配。淘宝直播会致力于用户数增长，扶持商家自播，抖音则会从知识付费、在线娱乐(囧妈)找到突破。

线下区域生鲜商超零售商其实都是地方政府的“宝贝”，在极端市场情况下，只有依靠支持本地零售商才能够真正解决民生需求问题。

过去高度依赖于购物中心红利的餐饮品牌们，经过本次灭顶之灾后，大家可能都会重新思考街店和社区模型店...

万物之中，能够代表未来希望的事物往往是最美的。在《肖申克的救赎》有一句经典台词：“不要忘了，这个世界穿透一切高墙的东西，它就在我们的内心深处，那就是希望。”

疫情不可怕，可怕的是我们把一切失败的原因归结于疫情，建造房屋可以抵御狼的入侵，但是抵御不了地震的破坏，所以这个世界上任何事物都不是完美的，同样思维密码和商业模式一样，都是时代更替的产物，同样小编也是这万事万物中的一粒尘埃！写到这里这本书籍也要给大家说再见了！整体来看，就是想用通俗易懂的解说来让大家明白一些道理和事物本质，但是不到位的地方或者未能全面剖析还请谅解！当然这本书也感谢前辈们提供的思路和商业思维以及给予我的启迪！

最后祝愿每一个出身寒门的人实现质的飞跃！