

经济新闻 | 商学院

“虽然国内的创业环境不太好,但潜在机会还是非常多的。除了生活方式型和成长型企业,社会型企业对中国的创业也很有参考价值。”在日前举行的“2013年长江青年投资人论坛”上,长江商学院副院长廖建文教授告诉记者,创业者可以将创业和社会问题结合起来思考。

对话长江商学院副院长廖建文： 创业机会都在哪儿？

观点一

煎饼果子店“黄太吉”就是很好的例子。创始人来自互联网行业,辞职后才接触传统餐饮业,通过微博、微信等社会化媒体平台,使一家10多平方米的煎饼店在一年内实现了500万的流水。

观点二

创业本身是一种思维方式,是一种技能,在企业内部也可以创业,拥有将想法变成实物的执行力,这种创业精神才是最重要的。“Google走了15年到今天仍然面临创业的问题,不是吗? Google需要把内部的人推向市场,创造价值。创业思维方式是你未来走得很远非常重要的一环,无论是自主创业还是公司内部创业。”

创业机会何处寻？

市场经济改革多年以来,社会环境问题严重滞后,这不仅是政府和NGO的责任,也需要靠企业家和创业者用商业模式来解决这些问题。廖建文认为,目前国内潜力巨大的是社会创新型企业:用商业运作的模式来解决社会环境问题。

汤姆布鞋创始人的创业动机,是为了让光着脚的孩子有鞋可穿,但他创造了一种新的商业模式:顾客买一双,企业捐一双。“一般的思维是,通过组织去捐钱,捐完钱以后再来解决没鞋穿的问题。但这只是少部分有爱心的人帮助了少部分很幸运的人,是一次性的行为。而现在的模式是持续地去解决问题。”

新趋势:想法来自用户

新经济正在持续地改变传统经济,从网络到社会网络到移动互联网,很多传统行业正在发生变化,也为创业者提供了更多的可能性。

煎饼果子店“黄太吉”就是很好的例子。创始人来自互联网行业,辞职后才接触传统餐饮业,通过微博、微信等社会化媒体平台,使一家10多平方米的煎饼店在一年内实现了500万的流水。

廖建文认为,对任何一个行业,都要看需求会发生哪些变化,企业的价值链会发生哪些变化。移动互联网时代,需求从滞后变为及时,从个体的变为社会的,也不再受空间局限。

与此同时,产品的设计、制造、运营、营销、服务,价值创造的这个过程发生的变化也

■ 视点

创新谷创始人朱波:养姑娘还是养儿子？

创业者在不具备将企业做大做强的资源和优势时,可以调整创业目标:不一定要养“儿子”防老,也可以选择养“姑娘”嫁人。

在创业之初要对自己的目标非常清晰:是养姑娘,还是养儿子? 如果是姑娘,18岁赶紧嫁掉,养到30岁就麻烦了,如果是儿子可以慢慢长大,走IPO的道路。第二种创业必须有非常清晰的商业模式。想养伟人,你的产品有伟大的增长空间,又有天时地利人和,就可以往这个方向走。

在美国,60%~70%的公司被卖掉,成为大

廖建文告诉记者。

创业如果能从解决社会问题的角度出发,优势之一在于可以降低运作成本,撬动更多的社会资源。2006年诺贝尔和平奖获得者尤努斯博士开设的格莱珉银行,向贫困人群提供小额贷款,不仅颠覆了传统银行的经营模式,更赢得社会各界资源的支持。

然而类似的案例在国内却很少见到,廖建文认为,这是由于中美的认知差异:在国内,人们往往把社会环境问题和企业分成两类,前者完全是政府的问题。创业机会不仅仅在市场需求,如何用企业化的运作解决社会环境问题,这背后蕴藏着巨大的商机。

是颠覆性的。廖建文告诉记者:“比如做玩具的,原来是设计师埋头苦想,有了移动互联网以后,小孩子可以参与到玩具的创造中来,很容易将小孩子的想法变成设计师的想法。”价值创造的模式改变了,价值创造的成效也有了惊人的增长。

对于创业条件暂不成熟的创业者,廖建文认为,创业本身是一种思维方式,是一种技能,在企业内部也可以创业,拥有将想法变成实物的执行力,这种创业精神才是最重要的。“Google走了15年到今天仍然面临创业的问题,不是吗? Google需要把内部的人推向市场,创造价值。创业思维方式是你未来走得很远非常重要的一环,无论是自主创业还是公司内部创业。”

型企业内部的一部分。由于大型企业内部的滚动创新能力非常弱,我们鼓励年轻人外部创业。有些在思科工作,在战略规划部,知道思科未来3年做什么事,先出来做,等思科2年以后把这个东西买进去。中国对未来这种类型的创业要极大地鼓励。

创业者不要只看未来。未来3~5年你是撬不动的,回过头看身边的刚需:身边什么事情不方便? 身边什么事情让你很烦躁? 身边什么事情解决不了? 身边的不方便就是创业的机会。

■ 业界观点

云峰基金董事总经理朱艺凯:好的创业团队有几个要素

好的创业团队有如下几个要素:第一,协同性,团队互助互补性。第二,基本的专业背景,大家都是一样的,都是为了一个目标。第三,最好有相同的创业背景或者有一段共同经验,团队互相了解。移动互联网这波大潮来了

以后,整个行业当中真正发挥效率的只有10%,在增加人和资源投资不大的情况下可以提高90%左右。“这靠什么? 就要靠新经济、新的移动互联网和商业模式,使得传统产业进行了非常深刻的变化,能够大幅度提高生产力。”

Green China Lab创始人包宇:中国稳定的企业家有共同特点

中国稳定的企业家柳传志、任正非、王石,他们有一个特点,都在比较严谨的体制内机构有几十年的经历,他们再出来的时候有机会去避免很多别人可能犯的错误。再加上

有企业家冲动,他们相对是走得最远的。中国不是完全的市场经济国家,如果投入比较大的研发类的要慎重。

南都供稿 余玥



江商学院副院长廖建文教授

看腾讯如何持续创新(外一篇)

互联网行业的人习惯戏谑自己过的是“狗年”——人长一岁,它要长7岁。衰老的速度即是对创新速度的要求,只有“快”才能跟上行业的变化。在这个不断有人退场而后来者不断追赶的行业里,腾讯QQ已经积累8.5亿月活跃用户,而微信在3年时间内就拥有超过3亿用户。马化腾希望腾讯能够像小公司那样灵活地存在,但腾讯经过15年的高速增长已经变成“大象”。大象要如何继续跳舞?

“每一个腾讯人都有很强的危机感”

“在很多人看来,腾讯已经很成功了,但我们不这么认为。”腾讯公关部助理总经理张军说,“不到20年的时间,雅虎就已经不是主流的互联网企业了,在它之后崛起的谷歌与亚马逊纷纷超越了它,现在Facebook和Twitter的势头正劲。你永远不知道下一个增长点在哪里,哪个新企业会出现? 这就是互联网行业的魅力。相反,对已经存在的企业来说,它就像一个“诅咒”,你永远不知道你明天是否依然存在。所以,每一个腾讯人都有很强的危机感,我们每天都在思考下一步该怎么走。”

现在,移动互联网带来的挑战将腾讯带进了另一个阶段。2010年,当时有好几个部门同时在做与微信同类的产品,包括QQ通讯录和Q信,内部的竞争使得产品不断演化创新,公司则通过对用户反应和使用端习惯的洞察而决定向哪个产品投入最多资源,最终微信团队,这支大部分成员来自QQ邮箱的团队在这场竞赛中胜出。

张军认为,有限度地浪费才能保证出现成功的、真正符合用户需求的产品。同时,各个团队之间的资源分配和支持度,实际上也是与他们做出的产品相关。

“做好产品是一种信仰”

在组织内,起作用的往往是一些没有明文规定的潜在规则。腾讯研发管理部副总经理王巨宏说,在腾讯,能够做出出人意料产品的团队会得到更多的空间和资源,她将这种规则称之为“信用度”,信用度越高,管理层给团队的信任越多,大家得到的支持也就越多。在腾讯,这是人人心里都有数的事情。

“做好产品是一种信仰。我们不是为了KPI在创新。”王巨宏说,“在腾讯内部有这样一种文化,大家觉得你带着几十人甚至几百人的团队做产品,总要有点新东西出来,如果别人问起你最近在做什么,说不出来新鲜的东西是很不好意思的,这就是文化的力量。”
据《商学院》