



21st CENTURY
实用规划教材

21世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材

中小企业管理

主 编 吕宏程

副主编 董仕华 许 明



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



中国农业大学出版社
CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材

中小企业管理

主 编 吕宏程
副主编 董仕华 许 明
参 编 赵国忻 陈杏头 钱 程
吴小妹 谢彩香



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



中国农业大学出版社
CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书主要是面向高职高专经管类专业学生及其他致力于创业或中小企业管理的社会人员而编写的教材。全书分为“企业的创立”、“中小企业的组织与管理”和“中小企业的市场营销”三大模块,以中小企业创立、经营过程为主线,围绕着中小企业的特点,着重阐述了创业机会的寻找、创业计划书的制定、中小企业组织结构的设计、经营地点的选择以及在经营过程中遇到的财务、营销等诸多方面问题。与同类教材相比,本书具有适用对象明确、内容新颖全面、实践操作性强等特点,突出了实用性和实践性,加入了大量的案例,并在每章后面安排了实训项目,便于启发学生的思维,培养应用知识分析解决实际问题的能力。

本书可作为高等职业教育技能型人才培养的教材,也可作为相关人员的培训教材或中小企业管理人员的业务参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

中小企业管理/吕宏程主编. —北京:中国农业大学出版社;北京大学出版社, 2008.8

(21世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-81117-529-5

I. 中… II. 吕… III. 中小企业—企业管理—高等学校:技术学校—教材 IV. F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 107477 号

书 名: 中小企业管理

著作责任者: 吕宏程 主编

总 策 划: 第六事业部

执行策划: 吴 迪

责任编辑: 吴 迪 赵玉琴

标准书号: ISBN 978-7-81117-529-5

出 版 者: 北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路 205 号 邮编: 100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

中国农业大学出版社(地址:北京市海淀区圆明园西路 2 号 邮编: 100193)

网址: <http://www.cau.edu.cn/caup> E-mail: cbsszs@cau.edu.cn

电话: 编辑部 62732617 营销中心 62731190 读者服务部 62732336

印 刷 者: 北京飞达印刷有限责任公司

发 行 者: 北京大学出版社 中国农业大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×980 毫米 16 开本 22 印张 435 千字

2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材

专家编审委员会

主 任 刘诗白

副 主 任 (按拼音顺序排名)

曹志平 方凤玲 冯泽锋 高建宁 侯旭华

吉文丽 季 辉 金绍珍 李世宗 刘晓玉

张美清

委 员 (按拼音顺序排名)

程敏然 陈兆芳 丁增稳 范银屏 付丽红

何惠珍 计桂贤 靳 生 李华翔 李 洁

李克桥 李 哲 刘春朝 刘建民 吕 玲

彭 杰 沈 萍 孙希月 万久玲 王庆春

王 潇 宣国萍 杨丽娜 杨印山 姚 伟

姚 旭 周仁贵 田朝阳 银加峰 黄 浩

法律顾问 杨士富

丛书总序

随着我国改革开放的持续深化,社会主义市场经济对高等职业技能型人才的需求迅猛增加。2002年,随着《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》(国发[2002]16号)的颁布,揭开了我国高等职业教育发展的新篇章。为贯彻落实《国务院关于大力发展职业教育的决定》,“十一五”期间,教育部、财政部决定实施国家示范性高等职业院校建设计划,通过重点建设100所国家示范性高职院校,带动全国高职院校深化改革,提升高等职业教育的整体水平。国家启动示范性高等职业院校建设计划,标志着我国高等职业教育进入了一个追求内涵发展的新的历史阶段,这是科学发展观在我国高等教育领域的具体体现,对促进我国高等职业教育更好、更快地发展具有巨大的战略意义。

财经管理类专业是我国高职高专教育极其重要的组成部分。2005年,全国高职高专院校在校生427万,其中财经管理类专业在校生超过80万,占18.8%。高职高专财经管理类专业主要着眼于培养社会主义市场经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才,要求具有较强的职业技能和较好的创新精神以及实践能力。

在当前开拓新型工业化道路,推进全面小康社会建设的新时期,进一步加强经济管理人才的培养,注重经济理论的系统化学习,特别是现代经济管理理论的学习,提高学生的专业理论素质和应用实践能力,培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才,越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。这就要求高职高专财经管理类专业教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容;要求财经管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流;要求财经管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展;要求财经管理类专业教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。要完成上述任务,高职高专院校需要进行深入的教学改革和创新。特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。

出版社的领导和编辑通过对国内高职高专院校财经管理学科教材使用情况的调研,在与各院校的专家学者讨论的基础上,决定组织编写和出版《21世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材》,这是一项有利于促进高职高专院校教学改革发展的措施。

本系列教材是按照高职高专院校经济类和管理类学科专业规范、培养方案,以及课程教学大纲的要求,合理定位,由长期在教学第一线从事教学工作的教师立足于21世纪经济管理类专业发展的需要,深入分析经济管理类专业学生现状及存在的问题,探索经济管理类专业学生综合素质培养的途径,以科学性、先进性、系统性和实用性为目标,其编写的特色主要体现在以下几个方面:

(1) 关注经济管理学科发展的大背景,在掌握必要的理论知识基础上,着眼于增强教学内容的联系实际和应用性,突出创造能力和创新意识。

(2) 体系完整、严密。系列涵盖经济类、管理类相关专业,并把握相关课程之间的关系,整个系列丛书形成一套完整、严密的知识结构体系。

(3) 内容新颖。借鉴国内外最新的教材,融会当前有关经济管理学科的最新理论和实践经验,用最新知识充实教材内容。

(4) 合作交流的成果。本系列教材是由全国上百所高职高专院校教师共同编写而成,在相互进行学术交流、经验借鉴、取长补短、集思广益的基础上,形成编写大纲。最终融合了各地特点,具有较强的适应性。

(5) 案例教学。教材具备大量案例研究分析,让学生在学习过程中理论联系实际,特别列举了我国经济管理工作中的大量实际案例,这可大大增强学生的实际操作能力。

(6) 注重能力培养。力求做到不断强化自我学习能力、思维能力、创造性解决问题的能力以及不断自我更新知识的能力,促进学生向着富有鲜明个性的方向发展。

(7) 配套产品种类丰富。每本教材除了有电子课件方便老师备课以外,还提供有教材习题答案、考试题库,为使用本系列教材的老师提供了方便。

作为高要求,高职高专财经管理类教材应在基本理论上做到以马克思主义为指导,结合我国财经工作的新实践,充分汲取中华民族优秀文化和西方科学管理思想,形成具有中国作风、气派和特色的创新教材。这一目标不可能一蹴而就,需要作者通过长期艰苦的学术劳动和不断地进行教材内容的更新才能达成。我们希望这一系列教材的编写,将是我国拥有较高质量的高职高专财经管理学科教材建设工程的新尝试和新起点。

我们要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因,本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我们相信,在各位老师的关心和帮助下,本系列教材一定能不断地改进和完善,并在我国高职高专财经管理类学科专业的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

《21 世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材》

专家编审委员会

2007 年 8 月

前 言

改革开放以来,以民营企业为主体的各类中小企业迅速崛起,并不断发展壮大,成为社会经济生活中最引人注目的现象之一。它们从拾遗补缺的地位逐渐成长为促进社会生产力发展的重要力量,对我国社会的稳定与经济持续快速的发展做出了突出贡献。同时,由于全球化的进一步发展、消费者理念逐步成熟、高新技术突飞猛进,中小企业面临空前挑战。

与此同时,具有中国特色的中小企业管理理论和技能也在逐步发展和完善。为了适应高职高专教育以职业能力为本位的教学思想,本书明确了每章的学习目标,尤其是采用案例教学和项目教学的模式,并配备了实训项目,充分体现了高职高专教育理论够用、重视技能提高的特点。

本书广泛吸取了国内外关于中小企业管理的最新成果,研究了中小企业管理的客观规律。适合高职高专经管类专业的教学和学习,也适合对中小企业管理有兴趣的读者阅读和学习。

本书建议学时为 72 学时,各章参考学时如下。

章	内 容	参考学时
第 1 章	创业者的素质	2
第 2 章	寻找创业机会	4
第 3 章	制定创业计划书	4
第 4 章	选择企业创建的方式	2
第 5 章	选择企业创建的组织形式	2
第 6 章	企业登记注册	2
第 7 章	企业经营地点的选择	2
第 8 章	中小企业组织结构设计	4
第 9 章	中小企业的环境和发展战略	4
第 10 章	中小企业的人力资源管理	4
第 11 章	中小企业文化建设	2
第 12 章	中小企业的财务管理	4
第 13 章	中小企业风险管理	2
第 14 章	中小企业的产品策略	2

续表

章	内 容	参考学时
第 15 章	中小企业的定价策略	2
第 16 章	中小企业的分销策略	2
第 17 章	中小企业的促销策略	2
第 18 章	中小企业的品牌管理	4
第 19 章	中小企业的 CIS 设计	4
第 20 章	中小企业的顾客忠诚管理	4
第 21 章	中小企业公共关系	4
第 22 章	制定市场营销计划	4
其他	机动	4
	综合考核	2

本书由吕宏程担任主编，董仕华、许明担任副主编，具体编写分工如下：

吕宏程编写第 4 章、第 7 章、第 22 章；

董仕华编写第 1 章、第 2 章、第 19 章、第 21 章；

许明编写第 12 章、第 17 章；

赵国忻编写第 3 章、第 8 章、第 13 章；

陈杏头编写第 5 章、第 6 章、第 11 章；

钱程编写第 9 章、第 10 章、第 18 章；

吴小妹编写第 14 章、第 15 章、第 16 章；

谢彩香编写第 20 章。

由于编写时间仓促，加之编者水平有限，书中缺点和不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编 者

2008 年 5 月于杭州

21 世纪全国高职高专财经管理系列实用规划教材(已出版)

序号	标准书号	书 名	主 编	出版时间
1	ISBN 978-7-5038-4836-0	统计学原理与实务	姜长文、简家进	2007 年 8 月
2	ISBN 978-7-5038-4846-9	经济法原理与实务	孙晓平、邓敬才	2007 年 8 月
3	ISBN 978-7-5038-4835-3	现代公共关系原理与实务	张美清	2007 年 8 月
4	ISBN 978-7-5038-4847-6	广告原理与实务	郑小兰、谢 璐	2007 年 8 月
5	ISBN 978-7-5038-4841-4	管理学原理	季 辉、冯开红	2007 年 8 月
6	ISBN 978-7-5038-4858-2	企业管理	张 亚、周巧英	2007 年 8 月
7	ISBN 978-7-5038-4851-3	人力资源管理	李蔚田、傅 航	2007 年 11 月
8	ISBN 978-7-5038-4859-9	市场营销学	李世宗、李建峰	2007 年 8 月
9	ISBN 978-7-5038-4845-2	基础会计教程与实训	李 洁、王美玲	2007 年 8 月
10	ISBN 978-7-5038-4849-0	基础会计原理与实务	侯旭华、缙宇英	2007 年 8 月
11	ISBN 978-7-5038-4843-8	审计学原理与实务	马西牛、杨印山	2007 年 8 月
12	ISBN 978-7-5038-4860-5	财务会计	李 哲、孙晓平	2007 年 8 月
13	ISBN 978-7-5038-4848-3	税务会计实用教程	李克桥、郭 华	2007 年 8 月
14	ISBN 978-7-5038-4837-7	财务管理教程与实训	张 红、景云霞	2007 年 8 月
15	ISBN 978-7-5038-4853-7	会计电算化实用教程	张耀武、卢云峰	2007 年 11 月
16	ISBN 978-7-5038-4839-1	国际金融基础与实务	冷丽莲、刘金波	2007 年 8 月
17	ISBN 978-7-5038-4852-0	国际贸易理论与实务	程敏然、贺亚茹	2007 年 8 月
18	ISBN 978-7-5038-4838-4	货币银行学	曹 艺、卞桂英	2007 年 8 月
19	ISBN 978-7-5038-4842-1	进出口贸易实务	周学明、金 敏	2007 年 8 月
20	ISBN 978-7-5038-4840-7	财政基础与实务	才凤玲、张云莺	2007 年 8 月
21	ISBN 978-7-5038-4856-8	财政与金融	谢利人、郝巧亮	2007 年 8 月
22	ISBN 978-7-5038-4844-5	国际结算	徐新伟	2007 年 8 月
23	ISBN 978-7-5038-4855-1	商品学概论	方凤玲、杨 丽	2007 年 8 月
24	ISBN 978-7-5038-4850-6	商务谈判	范银萍、刘 青	2007 年 8 月
25	ISBN 978-7-5038-4854-4	现代物流管理	沈 默、李承霖	2007 年 8 月
26	ISBN 978-7-5038-4857-5	仓储与配送管理实务	郭曙光	2008 年 2 月
27	ISBN 978-7-301-11632-6	电子商务实务	胡华江、余诗建	2007 年 2 月
28	ISBN 978-7-301-09440-6	会计电算化实用教程(第 2 版)	刘东辉	2008 年 5 月
29	ISBN 978-7-5038-5012-7	会计英语	杨 洪	2008 年 2 月
30	ISBN 978-7-5038-5017-2	基础会计实训教程	王桂梅	2008 年 3 月

序号	标准书号	书 名	主 编	出版时间
31	ISBN 978-7-5038-5027-1	财务会计实用教程	丁增稳、高 丛	2008 年 5 月
32	ISBN 978-7-81117-529-5	中小企业管理	吕宏程	2008 年 8 月
33	ISBN 978-7-81117-532-5	国际商务谈判	卞桂英、刘金波	2008 年 8 月
34	ISBN 978-7-81117-537-0	金融英语	刘 娣	2008 年 8 月
35	ISBN 978-7-81117-542-4	成本会计实训教程	贺英莲	2008 年 8 月
36	ISBN 978-7-81117-541-7	营销策划技术	方志坚	2008 年 8 月

电子书(PDF 版)、电子课件和相关教学资源下载地址: <http://www.pup6.com/ebook.htm>, 欢迎下载。

欢迎免费索取样书, 请填写并通过 E-mail 提交教师调查表, 下载地址:
<http://www.pup6.com/down/教师信息调查表 excel 版.xls>, 欢迎订购。

联系方式: 010-62750667, wudi1979@163.com, linzhangbo@126.com, 欢迎来电来信。

1	ISBN 978-7-5038-4842-2	财务会计实用教程	丁增稳、高丛	2008 年 5 月
2	ISBN 978-7-5038-4843-9	中小企业管理	吕宏程	2008 年 8 月
3	ISBN 978-7-5038-4844-6	国际商务谈判	卞桂英、刘金波	2008 年 8 月
4	ISBN 978-7-5038-4845-3	金融英语	刘娣	2008 年 8 月
5	ISBN 978-7-5038-4846-0	成本会计实训教程	贺英莲	2008 年 8 月
6	ISBN 978-7-5038-4847-7	营销策划技术	方志坚	2008 年 8 月
7	ISBN 978-7-5038-4848-4	财务会计实用教程	丁增稳、高丛	2008 年 5 月
8	ISBN 978-7-5038-4849-1	中小企业管理	吕宏程	2008 年 8 月
9	ISBN 978-7-5038-4850-8	国际商务谈判	卞桂英、刘金波	2008 年 8 月
10	ISBN 978-7-5038-4851-5	金融英语	刘娣	2008 年 8 月
11	ISBN 978-7-5038-4852-2	成本会计实训教程	贺英莲	2008 年 8 月
12	ISBN 978-7-5038-4853-9	营销策划技术	方志坚	2008 年 8 月
13	ISBN 978-7-5038-4854-6	财务会计实用教程	丁增稳、高丛	2008 年 5 月
14	ISBN 978-7-5038-4855-3	中小企业管理	吕宏程	2008 年 8 月
15	ISBN 978-7-5038-4856-0	国际商务谈判	卞桂英、刘金波	2008 年 8 月
16	ISBN 978-7-5038-4857-7	金融英语	刘娣	2008 年 8 月
17	ISBN 978-7-5038-4858-4	成本会计实训教程	贺英莲	2008 年 8 月
18	ISBN 978-7-5038-4859-1	营销策划技术	方志坚	2008 年 8 月
19	ISBN 978-7-5038-4860-8	财务会计实用教程	丁增稳、高丛	2008 年 5 月
20	ISBN 978-7-5038-4861-5	中小企业管理	吕宏程	2008 年 8 月
21	ISBN 978-7-5038-4862-2	国际商务谈判	卞桂英、刘金波	2008 年 8 月
22	ISBN 978-7-5038-4863-9	金融英语	刘娣	2008 年 8 月
23	ISBN 978-7-5038-4864-6	成本会计实训教程	贺英莲	2008 年 8 月
24	ISBN 978-7-5038-4865-3	营销策划技术	方志坚	2008 年 8 月
25	ISBN 978-7-5038-4866-0	财务会计实用教程	丁增稳、高丛	2008 年 5 月
26	ISBN 978-7-5038-4867-7	中小企业管理	吕宏程	2008 年 8 月
27	ISBN 978-7-5038-4868-4	国际商务谈判	卞桂英、刘金波	2008 年 8 月
28	ISBN 978-7-5038-4869-1	金融英语	刘娣	2008 年 8 月
29	ISBN 978-7-5038-4870-8	成本会计实训教程	贺英莲	2008 年 8 月
30	ISBN 978-7-5038-4871-5	营销策划技术	方志坚	2008 年 8 月

目 录

第一模块 企业的创立	1
第1章 创业者的素质	1
1.1 创业者的定义及类型	3
1.2 创业者的必备素质	4
1.3 创业失败的原因	9
本章知识要点	13
思考题	13
自测游戏	14
第2章 寻找创业机会	15
2.1 寻找和发现创业的市场机会	16
2.2 如何选择创业商机	22
本章知识要点	23
思考题	23
实训项目	23
第3章 制定创业计划书	24
3.1 制定创业计划书的目的	25
3.2 创业计划书的基本格式	27
3.3 创业计划书的内容与要点	28
3.4 创业计划书的完善	33
3.5 编制创业计划书的注意事项	34
本章知识要点	36
思考题	36
实训项目	36
第4章 选择企业创建的方式	37
4.1 独立自创家族企业	38
4.2 特许加盟	40

4.3 经销和代理	43
4.4 购买现成企业	47
4.5 购买技术和专利	50
4.6 合作创业	50
4.7 其他创业模式	51
本章知识要点	52
思考题	52
实训项目	52
第5章 选择企业创建的组织形式	53
5.1 企业类型	54
5.2 可供选择的各类企业组织形式	57
本章知识要点	74
思考题	74
实训项目	74
第6章 企业登记注册	76
6.1 有限责任公司设立登记程序	77
6.2 个人独资企业设立登记程序	84
6.3 合伙企业设立登记程序	85
本章知识要点	89
思考题	89
实训项目	89
第7章 企业经营地点的选择	94
7.1 影响选址的主要因素	95
7.2 选址的步骤	98
7.3 不同行业的选址	100
本章知识要点	104
思考题	104
实训项目	104

第二模块 中小企业的组织与管理 105

第 8 章 中小企业组织结构设计 105

8.1 组织结构设计的基本原理 107

8.2 中小企业组织结构设计中的
存在的问题 111

8.3 中小企业组织结构设计的方法与技巧 113

8.4 根据企业发展变化及时进行
组织结构创新 118

本章知识要点 121

思考题 122

实训项目 122

第 9 章 中小企业的环境和发展战略 123

9.1 中小企业的环境分析 124

9.2 中小企业的愿景规划 128

9.3 中小企业战略的选择 130

本章知识要点 131

思考题 132

实训项目 132

第 10 章 中小企业的人力资源管理 133

10.1 中小企业人力资源管理概述 137

10.2 中小企业人力资源规划 139

10.3 中小企业人员招聘与选拔 142

10.4 中小企业绩效与薪酬 146

本章知识要点 153

思考题 154

实训项目 154

第 11 章 中小企业文化建设 155

11.1 企业文化及其构成 158

11.2 企业文化的功能 160

11.3 企业文化建设的步骤 161

本章知识要点 168

思考题 169

实训项目 169

自我认识练习 171

第 12 章 中小企业的财务管理 172

12.1 财务管理概述 173

12.2 建立良好的财务制度 174

12.3 筹措经营需要的资金 175

12.4 降低成本的艺术 176

12.5 学习财务基础知识 177

12.6 会计报表的阅读与分析 181

本章知识要点 186

思考题 186

实训项目 186

小组活动 186

第 13 章 中小企业风险管理 187

13.1 中小企业风险管理的概念、
作用和程序 188

13.2 中小企业风险管理的基本方法 191

13.3 中小企业纯粹风险的管理
方法与技巧 195

13.4 中小企业经营管理风险的
管理方法与技巧 197

本章知识要点 203

思考题 203

实训项目 204

第三模块 中小企业的市场营销 205

第 14 章 中小企业的产品策略 205

14.1 产品的概念 207

14.2 产品组合 208

14.3 新产品开发 211

14.4 产品生命周期.....	215	18.1 品牌化决策.....	262
本章知识要点.....	218	18.2 家族品牌决策.....	263
思考题.....	218	18.3 品牌延伸决策.....	264
实训项目.....	218	18.4 多品牌决策.....	264
第 15 章 中小企业的定价策略.....	220	18.5 品牌重新定位决策.....	265
15.1 影响价格的主要因素.....	222	18.6 合作品牌决策.....	265
15.2 定价的程序.....	222	18.7 名牌化决策.....	265
15.3 定价方法.....	223	本章知识要点.....	267
15.4 价格策略.....	226	思考题.....	268
本章知识要点.....	229	实训项目.....	268
思考题.....	229	第 19 章 中小企业的 CIS 设计.....	269
实训项目.....	229	19.1 CIS 设计的概念及功能.....	271
第 16 章 中小企业的分销策略.....	230	19.2 CIS 具体内容及其关系.....	272
16.1 分销渠道的概念与分销渠道的 结构.....	232	19.3 CIS 设计的程序及方法.....	273
16.2 分销渠道的类型.....	233	本章知识要点.....	279
16.3 影响中小企业分销渠道选择的 因素.....	235	思考题.....	279
16.4 实体分配.....	239	实训项目.....	279
本章知识要点.....	241	第 20 章 中小企业的顾客忠诚管理.....	280
思考题.....	241	20.1 关于顾客忠诚.....	282
实训项目.....	241	20.2 满意顾客与忠诚顾客.....	284
第 17 章 中小企业的促销策略.....	242	20.3 提高顾客忠诚的途径.....	285
17.1 认识促销.....	243	本章知识要点.....	295
17.2 促销是可以策划的.....	245	思考题.....	296
17.3 常用促销技巧大盘点.....	252	实训项目.....	296
本章知识要点.....	258	第 21 章 中小企业公共关系.....	297
思考题.....	259	21.1 公共关系的含义及其功能.....	299
实训项目.....	259	21.2 公共关系实施的步骤.....	301
小组活动.....	259	21.3 公共关系专题活动的实施方法.....	306
第 18 章 中小企业的品牌管理.....	260	本章知识要点.....	314
		思考题.....	314
		实训项目.....	315

第 22 章 制定市场营销计划	316
22.1 市场营销计划的作用和特点	318
22.2 制定企业营销计划的一般原则	319
22.3 市场营销计划制定的步骤	320
22.4 市场营销计划书的主要内容	321
本章知识要点	326
思考题	327
实训项目	327

附录 A 公司设立登记申请书	328
附录 B 指定代表或者共同委托 代理人的证明	333
附录 C 确认书	334
参考文献	336

第一模块 企业的创立

第1章

创业者的素质

学习目标

1. 了解创业者需要具备的素质和能力。
2. 了解创业者提高素质的途径。
3. 分析自己是否具备创业的基本素质。



【案例 1-1】网络搜索的传奇英雄——李彦宏

在互联网高速发达的今天，在拥有 9000 多万网民的中国，不知道百度搜索的几乎寥寥无几。中国权威的互联网调查公司 iResearch 发布的《2004 中国搜索引擎研究报告》中的调查数据显示，2004 年中国搜索引擎市场中百度(www.baidu.com)依旧处于领导者地位，网民认可度高达 85.3%。紧随其后的分别为谷歌、雅虎和一搜、网易、新浪、搜狐等。而缔造这一传奇的创业英雄就是百度总裁李彦宏。

出生于山西省阳泉市的李彦宏曾就读于晋东化工厂子弟学校，当时几乎没有人认为子弟学校的学生可以考上阳泉一中，然而在初中三年级的时候，李彦宏一心想上大学，所以他盯上了阳泉一中。那所中学 80% 的高中生可以考上大学，是山西省有名的“高考大户”。最后，经过两个月的“临时抱佛脚”，李彦宏居然以较高的分数考上了阳泉一中。他曾经回忆这段人生最初的抉择时说，“我小时候有很强的不服输心理，越是大家不看好的事，我越是要做成。”

正是这种挑战和坚韧性，贯穿于他的学业和事业，支撑他一步一步走向了成功。1987 年，李彦宏考上北京大学图书情报系。在北大，图书情报专业跟他理想中的太不一样了，整日里接触的都是文献和目录，枯燥而乏味。为改变自己不经意选错专业的命运，他又为自己设定了条出国留学之路。1991 年圣诞节来临的时候，李彦宏踏上了去美国纽约布法罗大学攻读计算机博士学位的旅程。

思索人生难忘岁月，李彦宏必然会提到他在美国的一个重大抉择，1994 年他决定放弃博士学业，到道琼斯属下的一家专门分析财经数据的金融信息公司做“高级顾问”。是互联网浪潮的推动？还是遇见了伯乐？或是工作的热情使然？无论如何，李彦宏放弃了原来抱有的学术领域“博士—教授—权威”的人生理想。

1997 年夏天，在 Infoseek 的 CTO 威廉·张的盛情邀请下，李彦宏离开工作了三年半的金融信息公司，从新泽西州踏上了去硅谷的路。在 Infoseek，李彦宏最先创建了 ESP 技术，并将它成功地应用于 Infoseek/go.com 的搜索引擎中。每天看着数百万人在使用自己设计的东西，他的心里有着说不出的满足感。然而，1998 年 4 月，Infoseek 发生了一件大事：迪斯尼宣布购买 Infoseek 40% 的股份。迪斯尼典型的“排排坐”作风，对像李彦宏这样习惯了硅谷自由之风的年轻人来讲，无疑是个沉重的打击，正在去留两可间，大洋彼岸的祖国吹起了互联网之风。

1999 年 10 月，中国政府邀请了一批海外留学生回国参加“国庆典礼”，李彦宏有幸在受邀之列。这次中国之行，从根本上坚定了他回国创业的决心。创业的冲动犹如即将迸发的岩浆，灼烧着李彦宏的心。回美国之后，他就去找了好朋友徐勇——现在百度的执行副总裁，共商创业大计。

1999年底,百度在他们共同的筹划下成立于美国硅谷。百度的起名,来自于“众里寻她千百度”的灵感,它寄托着百度公司对自身技术的信心。另一层含义是突破“事儿做到九十九度就是做到头”的西方说法,百度想要力争做到一百度,做到顶上开花的境界。

谈到回国创业的初始动机,李彦宏说:“过去的十几年我一直在做搜索,1999年年底的时候国内互联网已经开始形成了一定的规模,上网变成一种时髦,许多网站已经为人所知,但背后的搜索技术却非常薄弱。我感到机会来了,一方面我懂搜索,另一方面中国的市场已逐渐形成,但同时又缺搜索引擎,很自然,我决定回国做中文搜索引擎。”真可谓时势造英雄。

2000年1月,百度公司在中国成立了她全资子公司——百度网络技术(北京)有限公司。至此,李彦宏正式返回大陆。经过组建创业团队,争取创业融资,物色公司员工,开发搜索技术等一系列准备工作之后,在2000年5月,百度正式推出了自己的第一版中文搜索引擎。随后2000年6月,百度一举拿下了新浪、搜狐、网易、TOM等门户网站搜索技术的委托大单,初步奠定了百度此后快速成长的基础。

在今天,百度的成功为我们打开了互联网搜索的一片天空。而李彦宏的成功也告诉我们,知识可以成为创业的资本。

(资料来源:何首清,能飞.创业英豪.北京:科学出版社,2004.)

思考与讨论:成功的创业者具有哪些特点?成功创业需要具备什么素质?

1.1 创业者的定义及类型

1.1.1 创业者的定义

美国《时代周刊》评论曾经有这样一段话,“在21世纪,改变你命运的只有你自己,别期盼有人会来帮助你。从现在开始,“学习、改变、创业”是通往新世界的唯一道路”。

所谓创业者,通常是指参与了企业的创立,或是新企业(创立不超过42个月的企业)的所有者和管理者。

1.1.2 创业者的类型

依照创业动机的不同,创业者可以划分为生存型创业和机会型创业两种类型。学生休学创业、“海归”回国创业均是因为发现工作有吸引力,更能实现自我价值,发挥自我能力,属于机会型创业。调查表明,在我国这类人约占40%。而另外约60%的创业者是因为没有其他适合的工作,为了生存而进行创业活动,属于生存型创业,换句话说,这些创业人仅仅是为了生计奔波。