

第一章 创新与创业

【内容提要】

什么是创新？创新的意义何在？什么是创业？创业有哪些类型？创业的要素和过程是怎样的？创业能为个人发展带来什么好处？当今创业的时代背景是怎样的？这些都是我们在确定创业之前必须认真思考的问题。本章正是从这些问题入手，为您开启创业之门，并为后续的创业学习奠定基础。

【引导案例】

“驴妈妈”：把自助游的流量导向景点

“驴妈妈”是洪清华的第三次创业。他的生意始终未离开过“旅游”二字。第一次创业是在北京，他跟朋友创办了达沃斯巅峰旅游景观设计中心，如今这家公司已经成为具备全国旅游规划甲级资质的单位。第二次创业是2004年他在上海创办奇创旅游规划设计机构（以下简称“奇创”）。该机构曾为三亚、漓江、千岛湖等旅游地做过规划。但是，真正让洪清华声名在外的，还是面向大众的B2C网站“驴妈妈”。

向抱怨要商机

洪清华一直认为，抱怨最多的地方必然存在巨大商机。游客对旅行社意见很大。他们反感所有的门票被打包，厌恶被带到指定商店买高价的劣质商品。景区对旅行社是又爱又恨：爱的是旅行社能带来门票收入，而恨的是旅行社不能带动周边消费。那个时候的市场是从观光游向休闲游过渡的时期，有大量的休闲设施建成。

洪清华判断，“未来一定是自驾游、自助游的游客激活景点的周边消费”。买一张门票游玩之后，游客还要住下来，晚上喝点咖啡，品尝一下景点周边的特色餐饮，悠哉地待上两三天。洪清华坚持认为，景区门票一定要打折，让“驴友”过来之后产生综合消费、二次消费的价值远远大于一次性购买门票的价值。

其实，洪清华的这个想法诞生于2005年，但他真正付诸行动是在2008年。为什么要推迟3年才行动？很重要的原因是，他在等待自助游市场的爆发。

2008年电子商务慢慢热起来。在旅游行业摸爬滚打多年的洪清华感觉“散客潮”的时代即将来临，将“电子商务潮”和“散客潮”两股热潮整合起来，一定能产生很好的商业模式。洪清华没选择跟团游，也没选择机票、酒店作为切入口，而是大胆地选择了从来无人涉足的自助游市场进入。

“领先一步可能是先烈，领先半步就是先锋”。作为第一个“吃螃蟹”的人，洪清华坚持通过电子商务平台向全国各地的自助游旅客卖门票。这也成为“驴妈妈”跟途牛、悠哉等众多旅游网站最大的区别。洪清华解释说，“驴妈妈”尽管是一家综合性旅游网站，但80%的业务是卖自助游产品，比如当季主打产品、“开心驴行”等，而其余的20%是卖跟团游产品。洪清华坚信：“我们的核心业务一定是自助游和门票。”

起步阶段的确艰难。景点服务商接受电商模式和打折门票需要一个循序渐进的过程。好在“驴妈妈”有先发优势，还有在奇创旅游规划咨询机构（简称“奇创”）做景区规划时结识的一些景区服务商。洪清华以免费的形式鼓励服务商到“驴妈妈”平台上做尝试，派市场人员苦口婆心地一遍遍沟通，做思想工作。“先有产品，然后再拿产品吸引游客，而且少量的产品是没有用的，起码得有1 000家供应商。”这是洪清华当时说服景点服务商的理由。

与传统区域性门票代理商不同，“驴妈妈”是面向全国的分销平台。经过一年时间的市场培育，“驴妈妈”的票务分销平台签了1 000多家代理商。这时的“驴妈妈”迎来了首轮融资。为了让更多“驴友”知道“驴妈妈”，洪清华开始大力推广网站。

B2B2C 全三角

2010年年初，当网站有四五千家景点之后，“驴妈妈”已经具备不小的知名度。一个“黄金周”能为某些景点输送游客几万人次。当营业额和订购数量开始形成规模后，“驴妈妈”仅向游客输送门票产品的模式显得越来越单薄。“游客抱怨餐饮不好，抱怨没有导游，抱怨旅游时在当地人生地不熟，等等。这些都是商机。”这时，洪清华开始不断丰富电商平台产品，为驴友提供度假酒店、餐饮、娱乐、租车、导游等自助游产品。他们还在三亚、黄山、厦门等旅游目的地开设分公司，服务当地游客。

业务发展过程中，洪清华发现，在中国的旅游产业链上，景区运营水平参差不齐，管理水平有很大提升空间。这时，洪清华的几大业务板块逐步显现。他通过成立景城国际旅游运营集团打通了旅游产业链。集团旗下景城旅游发展有限公司专做景区运营管理，而景城旅游营销有限公司负责景区营销服务。他还创办了“帐篷客”，在景区开设连锁酒店。再加上“奇创”的业务，洪清华在旅游市场可谓“无孔不入”，用他的话来说，形成一个“B2B2C全三角”。

洪清华一边通过“驴妈妈”为自助游游客提供服务，一边帮景区做营销和规划设计等服务。“当为景区做规划设计的时候，景区看到我们的服务很专业，可能就会把相应的资源嫁接过来。‘驴妈妈’获取门票等资源后，又可以为游客提供更好、更丰富的产品。所有好的商业价值，一定是实现二次、三次的价值。就像苹果手机，光卖硬件只能赚一部分钱，硬件使用后的服务又能赚大量的钱。”洪清华的道理很简单，不是单纯将“驴妈妈”打造成电子商务公司，而是要将其打造成一家服务型公司。

洪清华首先通过网站把游客送到景区,提取佣金。输送完游客后,再通过旅游营销和规划产生二次价值。“卖服务的收入,已经超过了佣金收入”。这就是洪清华真正的商业模式。

2011年,洪清华明显感觉到了中国自助游市场的蓬勃发展。当时国家旅游局统计数据显示,中国全年出游人数约26亿,大概只有8.2%是跟团游,而剩下的91.8%都是自助游。“今年的‘十一’黄金周,30%的游客选择自助游。自助游旅客更多。”洪清华终于等到了“驴妈妈”业务的爆发。

目前,“驴妈妈”已经有了7000多家打折景点的门票,打折幅度一般在二到八折。他们前前后后得到了江南资本、红杉、鼎晖等机构的三轮投资。今天,在出境旅游还是以跟团游为主流的情况下,洪清华又开始推出出境“自由行”产品。据透露,2013年他们将大力开展全球门票业务。“我要瞄准下一个主流。难点在于市场的成熟和对产品的接受度。”

洪清华的下一个目标是希望再花3~4年的时间,将“驴妈妈”打造成集攻略、点评、公共服务、旅游景点等于一体的电子商务社区。“自助游天下,就找‘驴妈妈’”。这是他们的诉求。

(资料来源:创业邦.2012-12.封面故事.编者进行了整理和删减)

思考: ▶▶▶▶▶

1. 你认为洪清华的创业属于什么类型的创业,经历了哪些过程?
2. 洪清华的成功创业取决于哪些要素?
3. 洪清华的哪些创业精神值得我们学习?
4. 洪清华的创业与传统的创业模式有哪些差异,体现了哪些时代背景?

创业是人类最基本的实践活动。从某种意义上说,人类社会发展的历史,就是一部不断创业的历史。通过各个时代人们不断的创业,人类不断地创造新的物质财富和精神财富,来满足自身物质和精神的需要,从而推动社会不断进步,使社会逐步走向文明、昌盛、富强。

1.1 创新的概念与意义

1.1.1 创新的概念

创新是指以现有的思维方式提出区别于常规或常人思路的见解为导向,利用现有知识和物质,在特定环境下,本着理想化需要或为满足社会的需求,而改进或创造新的事物、方法、元素、路径、环境,并且能够获得一定有益效果的行为。

创新是以新思维、新发明和新描述为特征的一种概念化过程。它起源于拉丁语。其原意

有3层含义,即更新、创造新的东西和改变。创新,是人类特有的认知能力和实践能力,是人类主观能动性的高级表现形式,是推动民族进步和社会发展的不竭动力。一个民族要想走在时代前列,就一刻也不能没有理论思维,一刻也不能停止理论创新。创新在经济、商业、技术、社会学以及建筑学等领域的研究中都有着举足轻重的分量。在我国,经常用“创新”一词表示改革的结果。改革被视为经济发展的主要推动力,促进创新的因素也被视为至关重要的条件。对于创新概念的理解一般有狭义和广义两个层次。狭义的创新概念立足于把技术和经济结合起来,即创新是一个从新思想的产生到产品设计、试制、生产、营销和市场化的一系列活动。广义的创新概念力求将科学、技术、教育等与经济融汇起来,即创新表现为不同参与者和机构(包括企业、政府、学校、科研机构等)之间交互作用的网络。在这个网络中,任何一个节点都可能成为创新行为实现的特定空间。创新行为因而可以表现在技术、体制或知识等不同层面。

阅读材料

“创新”的定义及其沿革

“创新”一词早在《南宋·后妃传·上·宋世祖殷淑仪》中就被提到,意为创立或创造新的东西。《韦氏词典》对“创新”下的定义为:引入新概念、新东西和革新。也就是说,“革故鼎新”(前所未有)与“引入”(并非前所未有)都属于创新。

在国际上,奥地利经济学家约瑟夫·熊彼特是创新理论的奠基人。他最早在1911年出版的德文版《经济发展理论》一书中,就论述了关于经济增长并非均衡变化的思想。此书在1934年被译成英文时,使用了“创新”(innovation)一词。1928年,熊彼特在首篇英文版论文《资本主义的非稳定性》(*Instability of Capitalism*)中首次提出了创新是一个过程的概念,并于1939年出版的《商业周期》(*Business Cycles*)一书中比较全面地提出了创新理论。按照熊彼特的观点,所谓“创新”,就是建立一种新的生产函数。也就是说,把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系。在熊彼特看来,作为资本主义“灵魂”的“企业家”的职能就是实现“创新”,引入“新组合”。所谓“经济发展”,也是针对整个资本主义社会不断地实现这种“新组合”而言的。熊彼特所说的“创新”“新组合”或“经济发展”,包括以下5种情况:第一,引进新产品;第二,引用新技术,即新的生产方法;第三,开辟新市场;第四,控制原材料的新供应来源;第五,实现企业的新组织。自20世纪60年代起,管理学家们开始将创新引入管理领域。现代管理大师彼得·德鲁克在《动荡年代的管理》一书中发展了创新理论。他认为,创新的含义是有系统地抛弃昨天,有系统地寻求创新机会,在市场薄弱的地方寻找机会,在新知识萌芽时期寻找机会,在市场需求和短缺中寻找机会。创新是赋予资源以新的创造财富能力的行为。任何使现有资源的财富创造潜力发生改变的行为,都可被称为创新。他还在《创新与创业精神》一书中提到,创新是企业家的特定工具。他们利用创新改变事实,作为开创其他不同企业或服务项目的机遇。

1.1.2 创新的类型

创新并非少数天才的专利。创新是创业的源泉、本质和灵魂。创新能力是进行创业最重要的资本。创新的类型主要包括：

(1) 盈利模式创新

盈利模式创新是指公司寻找全新的方式，将产品和其他有价值的资源转变为现金。这种创新常常会挑战一个行业关于生产什么产品，确定怎样的价格，如何实现收入等问题的传统观念。溢价和竞拍是盈利模式创新的典型例子。

(2) 网络创新

在当今高低互联的世界里，没有哪家公司能够独自完成所有事情。网络创新让公司可以充分利用其他公司的流程、技术、产品、渠道和品牌。悬赏或众包等开放式创新方式是网络创新的典型例子。

(3) 结构创新

结构创新是通过采用独特的方式组织公司的资产（包括硬件、人力或无形资产）来创造价值。它可能涉及从人才管理系统到固定设备重新配置等方方面面。结构创新的例子包括建立激励机制，鼓励员工朝某个特定目标努力，实现资产标准化，以降低运营成本和复杂性，甚至创建企业大学，以提供持续的高端培训。

(4) 流程创新

流程创新涉及公司主要产品或服务的各项生产活动和运营。这类创新需要彻底改变以往的业务经营方式，使公司具备独特的能力，高效运转，迅速适应新环境，并获得领先市场的利润率。流程创新常常是一个企业核心竞争力的重要组成部分。

(5) 产品性能创新

产品性能创新是指公司在产品或服务的价值、特性和质量方面进行的创新。这类创新既涉及全新的产品，也包括能带来巨大增值的产品升级和产品线延伸。产品性能创新常常是竞争对手最容易效仿的一类。

(6) 产品系统创新

产品系统创新是将单个产品和服务联系或捆绑起来创造出一个可扩展的强大系统。产品系统创新可以帮助公司建立一个能够吸引、取悦顾客的生态环境，抵御竞争者的侵袭。

(7) 服务创新

服务创新保证并提高了产品的功用、性能和价值。它能使一个产品更容易被试用和享用；它为顾客展现了他们可能会忽视的产品特性和功用；它能够解决顾客遇到的问题，并弥补产品体验中的不愉快。

(8) 渠道创新

渠道创新是指将产品与顾客和用户联系在一起的所有手段。虽然电子商务在近年来成了主导力量，但实体店等传统渠道还是很重要，特别是在创造身临其境的体验方面。这方面的创新老手常常能发掘出多种互补方式，将他们的产品和服务呈现给顾客。

(9) 品牌创新

品牌创新有助于顾客和用户识别、记住你的产品，并在面对你和竞争对手的产品或替代

品时选择你的产品。好的品牌创新能够提炼一种“承诺”，吸引买主并传递一种与众不同的身份感。

(10) 顾客契合创新

顾客契合创新是要理解顾客和用户的深层愿望，并利用这些了解来发展顾客与公司之间富有意义的联系。顾客契合创新开辟了广阔的探索空间，可以帮助人们找到合适的方式把自己生活的一部分变得更加难忘，富有成效，并充满喜悦。

只选择一两种创新类型的简单创新不足以获得持久的成功，尤其是单纯的产品性能创新，很容易被模仿、超越。创新主体只有综合应用上述多种创新类型，才能打造可持续的竞争优势。

1.2 创业的定义与类型

1.2.1 创业的定义

创业的原意是“创立基业”或者“建功立业”。《辞海》对创业的解释就是“开创基业”。“创业”一词最早出现于《孟子·梁惠王下》，即“君子创业垂统，为可继也”，将创建功业与一脉相承、流传后世联系起来。创业一词由“创”和“业”组成。“创”一般指创建、创新、创立、创造、创意，而“业”一般是指学业、业务、工作，专业、就业、转业、事业，财产、家业等。由此可以看出，创业有丰富的内涵，不单单是创办企业。

对于创业，不同的学者从不同的角度出发有着不同的解释。有人认为，创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。还有人认为，创业是一种劳动方式，是一种需要创业者运营、组织、运用服务、技术、器物进行思考、推理和判断的行为。全球创业研究和创业教育的开拓者杰夫里·蒂蒙斯教授认为：“创业是一种思考、推理和行为方式。这种行为方式是机会驱动、方法注重和与领导相平衡。创业导致价值的产生、增加、实现和更新，不只是为所有者，也为所有参与者和利益相关者。”当代管理大师彼得·德鲁克认为：“任何敢于面对决策的人，都可能通过学习成为一个创业者并具有创业精神。创业是一种行为，而不是个人的性格特征。”创业是一种可以组织并且是需要组织的系统性工作。

借鉴以上各种定义，并结合现实创业实践内容，在这里，我们将开创新事业，或扩大现有的生产规模，或改变现有的经营模式都归结为创业。

1.2.2 创业类型

随着创业活动的日益广泛，创业活动的类型也呈现出多样化的趋势。了解创业类型，比较不同类型创业活动的特点，有助于我们更好地理解、开展创业活动。创业类型的划分方式有很多，所依据的标准也不尽相同。在这里，我们从不同的维度出发，以全面的视角看待创业，对创业的类型进行划分。

(1) 依创业目的可将其分为机会型创业和生存型创业

机会型创业是指创业的出发点并非谋生,而是为了抓住、利用市场机遇。它以市场机会为目标,以创造新的需要或满足潜在需求为目标,因而会带动新产业发展。生存型创业是指为了谋生而自觉或被迫地创业,大多偏于尾随和模仿,因而往往会加剧市场竞争。

(2) 依创业起点可将其分为创建新企业和既有组织内创业

创建新企业是指创业者从无到有地创建全新企业的过程。这个过程充满机遇和刺激,但风险和难度也大。创业者往往缺乏足够的资源、经验和支持。既有组织内创业是指在现有组织内的有目的的创新过程。以企业组织为例,可指公司由于产品、营销以及组织管理体系等方面的原因,在企业内进行重新创建的过程。

(3) 依创业者数量可将其分为独立创业和合伙创业

独立创业是指创业者独自创办自己的企业。其特点在于产权归创业者个人所有,而且企业由创业者自由掌控,决策迅速;但创业者要独自承担风险,创业资源整合比较困难,并且受个人才能限制。合伙企业是指与他人共同创办企业。其优势和劣势正好与独立创业相反。

(4) 依创业项目性质可将其分为传统技能型、高新技术型和知识服务型创业

传统技能型创业是指使用传统技术、工艺的创业项目,如酿酒、饮料、中药、工艺美术片等。这些独特的传统技能项目在市场上表现出经久不衰的竞争力。高新技术型创业是指知识密集度高,带有前沿性和研究开发性质的新技术、新产品创业项目。例如,将航天等高新技术领域的成果实现产业化,形成新产品。微波炉进入千家万户就是最好的例子。知识服务型创业是指为人们提供知识、信息等内容的创业项目。当今社会,会计师事务所、工程咨询公司等各类知识性咨询服务机构不断细化并增加。这类项目投资少,见效快,竞争也日渐激烈。

(5) 依创业方向和风险可将其分为依附型、尾随型、独创型和对抗型创业

依附型创业可分为两种情况:一是依附于大企业或产业链而生存,在产业链中明确自己的角色,为大企业提供配套服务。二是特许经营权的使用。例如,利用知名品牌效应和成熟的经营管理模式,通过连锁、加盟等方式进行创业。尾随型创业,即模仿他人创业。行业内已经有同类企业或类似经营项目。新创企业尾随他人之后,学着别人做。独创型企业是指提供的产品和服务能够填补市场空白,大到独创商品,小到商品的某种技术,如环保洗衣粉等。对抗型创业是指进入其他企业已经形成垄断地位的某个市场,与之对抗较量。

(6) 依创业方式可将其分为复制型创业、模仿型创业、安定型创业和冒险型创业

依创业方式可分为4种情况:复制型创业是在现有经营模式的基础上进行简单复制的过程。例如,某人原本在一家化工品制造企业担任生产部经理,后来离职创立一家与原化工品制造企业相似的新企业,且生产的产品和销售渠道与离职前的那家企业相似。模仿型创业是一种在借鉴现有成功企业经验基础上进行的重复性创业。这种创业虽然很少给顾客带来新创造的价值,创新的成分也很低,但对创业者自身命运的改变还是较大的。例如,某软件工程师辞职后,模仿别人开一家饮食店。这种形式的创业具有较高的不确定性,学习过程长,犯错误的机会多,试错成本也较高。不过,创业者如果具有较高的素质,那么只要他得到专门的系统培训,注意把握市场进入契机,创业成功的可能性也比较大。安定型创业是一种在比较熟悉的领域所进行的不确定因素较小的创业。例如,企业内的研发团队在开发完成一项新产品之后,继续在该企业内开发另一款新的产品。这种创业形式强调的是个人创业精神的最

大限度的实现，而不是对原有组织结构进行设计和调整。冒险型创业是一种在不熟悉的领域进行的不确定性较大的创业。这种创业除了对创业者具有较大的挑战，并给其带来很大的改变外，其个人前途的不确定性也很高。通常情况下，那些以创新的方式为人们提供具有自主知识产权的新产品、新服务的创业活动，便属于这种类型的创业。

(7) 依创业主体可将其分为个体创业和公司创业

根据创业活动主体的不同，创业可划分为个体创业和公司创业。个体创业主要指不依赖于某一特定组织而开展的创业活动。公司创业主要指在已有组织内部发起的创业活动。这种创业活动既可以由组织自上而下发动，也可以由员工自下而上推动，但无论推动者是谁，公司内的员工都有机会通过主观努力参与其中，并在这种创业中获得报酬，得到锻炼。从创业本质来看，个体创业与公司创业有许多共同点，但是由于创业主体在资源、禀赋、组织形态和战略目标等方面各不相同，因而两者在创业的风险承担、成果收获、创业环境、创业成长等方面存在较大差异。两者的主要差异见表 1-1。

表 1-1 个体创业和公司创业的主要差异

个体创业	公司创业
● 创业者承担风险 ● 创业者拥有商业概念 ● 创业者拥有全部或者大部分事业 ● 从理论上说，创业者的潜在回报是无限的 ● 个体的一次失误可能意味着整个创业失败 ● 受外部环境波动的影响较大 ● 创业者具有相对独立性 ● 在过程、试验和方向的改变上具有灵活性 ● 决策迅速 ● 低保障 ● 缺乏安全网 ● 在创业主意上，可以沟通的人较少 ● 至少在创业初期，存在有限的规模经济和范围经济 ● 严重的资源局限性	● 公司承担风险，而不是与个体相关的生涯风险 ● 公司拥有概念，特别是与商业概念有关的知识产权 ● 创业者或许拥有公司的权益，但可能只是一小部分 ● 在公司内，创业者所能获得的潜在回报是有限的 ● 公司拥有更多的容错空间，能够吸纳失败 ● 受外部环境波动的影响较小 ● 公司内部的创业者更多受团队的牵制 ● 公司内部的规划、程序和官僚体系会阻碍创业者的策略调整 ● 决策周期长 ● 高保障 ● 有一系列安全网 ● 在创业主意上，可以沟通的人较多 ● 能够很快实现规模经济和范围经济 ● 在各种资源的占有上都有优势

(资料来源: Morris M., Kuratko D. *Corporate Entrepreneurship*. Harcourt College Publishers, 2002)

1.3 创业的过程与阶段

一般而言，创建新企业是一个充满挑战，甚至非常痛苦的过程。在未知的不确定的情况

下投入自己的积累,对创业者来说,其面临的压力可想而知,付出的心智和汗水将不计其数。创业过程涉及许多活动和行为,但最重要的环节在于企业与它最佳的市场机会相适应。换言之,创业过程主要是企业为实现其任务和目标而发现、分析、选择并利用市场机会的管理过程。按照时间顺序,创业过程可分为分析市场机会、选择目标市场、设计市场营销组合,以及管理创业活动4个阶段,如图1-1所示。

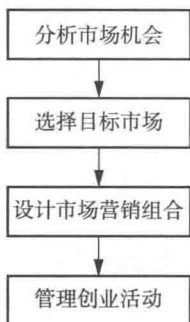


图1-1 创业的过程

(1) 分析市场机会

分析市场机会既是创业过程的核心,也是创业管理的关键环节。通俗地说,市场机会是指未满足的需要。哪里有未满足的需要,哪里就有市场机会。分析市场机会包括寻找发现市场机会和评估市场营销机会两个方面的活动。

寻找发现市场机会是企业分析市场机会的必要前提。寻找发现市场机会包括以下3种方式:第一,分析企业的营销环境,找出有利和不利因素。企业要学会从宏观和微观的营销环境中及时识别市场机会,发觉其中的有利和不利因素。第二,广泛收集市场信息。建立完善的市场营销信息系统,开展经常性的调查研究工作,是企业收集信息的重要途径。通过市场调研寻找发现未满足的需要。第三,制造机会。制造营销机会在于能对营销环境变化做出敏捷的反应,善于在许多寻常事物中迸发灵感,巧于利用技术优势开发出新产品。

评估市场营销机会是企业分析市场机会的重要基础。市场营销机会是指对企业的营销具有吸引力的、企业在此能享有竞争优势和差别利益的环境机会。市场机会能否成为企业的营销机会要具备3个条件:一,它是否与企业的任务和目标一致;二,它是否符合企业的资源条件;三,企业利用该机会是否能享有更大的差别利益。

(2) 选择目标市场

选择目标市场是企业创业过程中面临的一个重要问题。任何企业都没有足够的人力资源和资金满足整个市场或追求过分大的目标。只有扬长避短,找到有利于发挥本企业现有的人、财、物优势的目标市场,才不至于在庞大的市场上瞎撞乱碰。

选择目标市场主要包括以下4个步骤:第一,预测市场需求量。市场需求预测是在市场调研的基础上,运用科学的理论和方法,对未来一定时期的市场需求量及影响需求诸多因素进行分析研究,寻找市场需求发展变化的规律。一般采用定性预测和定量预测两种方法。第二,市场细分化。通过市场调研,依据消费者的需要和欲望、购买行为和购买习惯等方面的差异,把某一产品的市场整体划分为若干消费者群的市场分类过程。每一个消费者群就是一个细分市场,而每一个细分市场都是具有类似需求倾向的消费者构成的群体。第三,市场目



标化。在评估完各个细分市场后,选择合适的细分市场作为目标市场。第四,市场定位。根据市场的竞争情况和企业的条件,确定企业产品在目标市场上的竞争地位。具体地说,就是在目标顾客的心目中为产品创造一定的特色,赋予一定的形象,以适应顾客一定的需要和偏好。

(3) 设计市场营销组合

营销组合是企业的综合营销方案,即企业根据目标市场的需要和自己的市场定位,对自己可控制的各种营销因素(产品、价格、渠道、促销等)和优化组合进行综合运用。设计市场营销组合主要以4P营销理论为依据。

4P营销理论被归结为4个基本策略的组合,即产品策略,主要是指企业以向目标市场提供各种适合消费者需求的有形和无形产品的方式吸引消费者的方式;价格策略,是企业以按照市场规律制定价格和变动价格等方式更好地影响企业的销售量,从而获得最大利润的策略;渠道策略,主要是指企业以合理选择分销渠道和组织商品实体流通的方式实现其营销目标;促销策略,主要是指企业以利用各种信息传播手段刺激消费者的购买欲望,以促进产品销售的方式实现其利润增长的手段。

(4) 管理创业活动

管理创业活动包括计划、组织、执行和控制营销工作等一系列过程。计划是指制订支持创业的计划。组织是指协调所有创业人员的工作,同其他部门密切配合,组织创业资源的使用。执行和控制是指执行营销计划,利用控制系统控制意想不到的事发生,以实现创业的目标。

1.4 创业的要素

创业是一项非常艰苦的事业,亦是一个复杂和复合的系统。创业需要多种条件、资源和要素。通常来说,创业的关键包括3个要素,即机会、团队和资源。

1.4.1 创业要素的内容

(1) 创业机会

创业机会往往是新的市场需求,或者是需求大于供给的市场需求,或者是可以开辟新产品的市场需求。这样的市场需求并非只有创业者认识到了,其他的竞争者也许也会很快加入竞争的行列。因此,并不是每一个创业者都需要付出行动去满足它。

(2) 创业团队

创业团队并不是一群人的简单组合,而是一个特殊的群体。它要求团队成员能力互补,拥有共同的愿景和价值观,通过相互信任、自觉合作、积极努力而凝聚在一起,并且团队成员愿意为共同的目标奉献自己,发挥自己最大的潜能。

(3) 创业资源

创业资源是指初创企业在创造价值的过程中需要的特定资产,其中包括有形与无形的资产。它是新创企业创立和运营的必要条件,主要形式表现为人才、资本、机会、技术和管

理等。

1.4.2 要素之间的关系

有着“创业教育之父”美誉的杰弗里·蒂蒙斯（Jeffrey A. Timmons）在长期研究的基础上，提出了创业要素模型——蒂蒙斯模型，见图1-2。

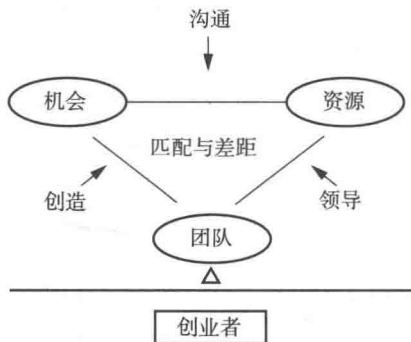


图1-2 蒂蒙斯模型

蒂蒙斯模型在创业领域有着深远的影响。首先，该模型简洁明了，提炼出创业的关键要素：机会、创业者及其创业团队、资源。这3个要素是任何创业活动都不可或缺的。若没有机会，创业活动就成了盲目的行动，根本谈不上创造价值；机会普遍存在，但若没有创业者识别和开发机会，创业活动也不可能发生；合适的创业者把握住合适的机会，还需要有资源。若没有资源，机会就无法被开发利用。

其次，该模型突出了要素之间匹配的思想。这对创业来说十分重要。蒂蒙斯认为，在创业活动中，不论是机会，还是团队，抑或是资源，都没有好和差之分。重要的是匹配和平衡。这里说的匹配，既包括机会与创业者之间的匹配，也包括机会与资源之间的匹配。机会、创业者、资源之间的平衡和协调，是创业成功的基本保证。蒂蒙斯说的这些道理虽然很简单，但对创业活动而言非常重要，而且要真正做到也不是一件很容易的事情。

再次，该模型具有动态特征。创业的3个要素很重要，但不是静止不变的。随着创业过程的开展，其重点也会相应地发生变化。创业过程实际上是创业的3个要素相互作用，由不平衡向平衡方向发展的过程。成功的创业活动，不仅要将会、创业者及其创业团队、资源做出最适当的搭配，而且要使其在事业发展过程中始终处于动态的平衡状态。

1.5 创业精神与人生发展

创业精神既是以创新、变革为核心的个性品质，也是推动社会经济变革，促进社会经济发展的重要力量。它既体现在创业者个体在创业实践活动中所表现出来的独特的市场判断能力，与众不同的行为方式，以及敢于冒险、敢于担当、百折不挠的意志品质等方面，也体现在一个国家或一个企业的技术创新、经营模式创新、管理制度创新、产业创新等方面。它既

对个体的人生追求和事业发展具有重要影响，也对企业发展、民族兴旺和国家繁荣具有重要影响。

1.5.1 创业精神

(1) 创业精神的概念

创业精神这个概念出现于18世纪。多年来，其含义在不断变化着。综合已有的创业精神的定义，我们这样界定创业精神：创业精神是创业者在创业过程中的重要行为特征的高度凝结。这种精神主要表现为敢于创新、勇担风险、团结协作、坚持不懈等。创业精神的基本内涵可以从哲学、心理学、行为学3个层面加以理解。从哲学层面看，创业精神是人们对创业行为在思想观念上的理性认识；而从心理学层面看，创业精神是人们在创业过程中体现的创业意志和创业个性的心理基础；从行为学层面看，创业精神是人们在创业时所表现出的创业品质和创业素质的行为模式。

创业精神是创业者各种素质的综合体现。它集冒险精神、风险意识、效益观念和科学精神于一体，体现了创业者具有开创性的观念、思想和个性，以及积极进取、不惧失败、敢于承担等优秀品质。创业精神不但是一种抽象的品质，而且是推动创业者创业实践的重要力量。这具体表现在以下3个方面：第一，创业精神能让创业者发现别人注意不到的趋势和变化，看到别人看不到的市场前景；第二，创业精神能让创业者在新事物、新环境、新技术、新需求、新动向面前具有较强的吸纳力和转化力；第三，创业精神能让创业者不断地寻找机遇，不断地追求创新，不断地推出新的产品和新的经营方式。

(2) 创业精神的来源

创业精神的形成与发展受相应文化环境、产业环境、生存环境等的影响。

①文化环境。创业本身是一种学习。创业者离不开现实文化环境。作为学习者，其所生活区域的文化就是学习的重要内容之一。因此，在一个商业文化氛围浓厚的地方，潜在的创业行动者容易培养创业精神。以温州为例，温州十分发达的商业文化传统孕育了当今温州商人的创业精神。

②产业环境。不同的产业环境会对创业精神产生影响。对于垄断行业而言，企业缺少竞争，就容易抑制创业精神的产生。在一个完全竞争的市场结构中，由于企业间优胜劣汰，竞争激烈，更有可能形成创业精神。

③生存环境。常言道：“穷则思变。”从生存环境来看，资源贫瘠、条件恶劣的区域往往能激发人的斗志。从创业视角分析，在资源贫瘠的地方，人们为了改善生存状况而寻求发展机会，整合外界资源，进而催生创业念头，激发创业精神。

(3) 创业精神的特征

经济学家熊彼特专门研究了创业者创新和追求进步的积极性所导致的动荡和变化，将创业精神看作一种具有创造性和破坏性的力量。这是因为创业者创造的“新组合”使旧产业遭到淘汰，原有的经营方式被全新的、更好的方式破坏。管理学家德鲁克将这一理念更推进了一步。他将创业者称作主动寻求变化，对变化做出反应并将变化视为机会的人。

综观各个学派、各方人士对创业精神的理解，通过对古今中外创业者的创业活动和人格特征的深入分析，我们将创业精神的特征概括为以下几个方面：

①综合性。创业精神,是由很多精神特质综合作用而产生的。比如创新精神、拼搏精神、专一精神、进取精神、合作精神等,都是创业精神的重要特质。

②整体性。创业精神,是由哲学层面的创业观念、心理学层面的创业意志,以及行为学层面的创业品质构成的整体。缺少其中任何一个层面,都无法构成创业精神。

③先进性。创业精神,体现在立志开创前无古人的事业,所以它必然具有超越历史的先进性,想前人之未曾想,做前人之未曾做。

④时代性。不同时代的人,面对不同的物质生活条件和精神生活条件,创业精神的物质基础和精神营养自然有所不同,创业精神的内容也就各不相同。

⑤地域性。创业精神还明显地带有地域特色。例如,作为改革开放前沿的广东,其创业精神明显带有“敢为天下先”“务实求真”“开放兼容”和“独立自主”等特性。

(4) 创业精神的相关因素

①创业精神与学历高低无关。创业精神与一个人学历的高低无关:无论是中学生、本科生,还是博士生,只要其拥有创业精神,这种精神就不会因为学历的差距而有任何不同。

②创业精神与企业大小无关。需要说明的是,创业精神与企业大小也没有关系:不论是大型企业的老板,还是便利店的老板,在开办企业时,所需要拥有的创业精神都是一样的,并不会因为所创企业的大小不同,使创业精神的本质有丝毫的区别。

(5) 创业精神的作用

创业精神能激起人们进行创业实践的欲望,是一种心理上的内在动力机制。创业精神在很大程度上决定着一个人是否敢于投身创业实践。它支配着人们对创业实践活动的行为和态度,并影响行为和态度的方向及强度。

创业精神能够渗透到3个广阔的领域产生作用:个人成就的取得(个人如何成功地创建自己的企业)、大企业的成长(大公司如何使其整个组织重新焕发创业精神,以具有更强的竞争力并创造高成长),以及国家的经济发展(帮助人民变得富强)。创业精神的力量能够帮助个人、企业,乃至整个国家或地区在面对21世纪的竞争时走向成功和繁荣。当前,世界产业结构正经历着彻底转变,而创业精神定会在我国发挥更大的作用。它有利于加快转变经济发展方式,促使经济社会又好又快发展。

(6) 创业精神的培育

①培育创业人格。个性特征对个体创业来说是极其重要的,尤其是“独立性”“敢为性”“坚持性”等特征。所以,人格的教育与创业精神的培养是相辅相成的。高校要根据大学生的心理特点,有针对性地教授心理健康方面的知识,引导大学生树立心理健康意识,强化心理素质,增强心理调节能力和对于社会的适应能力,自觉培养坚韧不拔的意志品质和艰苦奋斗的内在精神,提高承受挫折和解决问题的能力。此外,还可以采用创业案例剖析创业者的人格特征,进行心理训练等,让学生了解形成良好心理素质与优秀人格特征的途径。

②培养创新能力。创新能力是创业精神的核心。高校必须突出对学生创新能力的培养。一定要尊重学生的个性发展,爱护和培养学生的的好奇心,为学生潜能的充分开发营造一种宽松的氛围。鼓励学生勇于突破,有针对性地突破前人、突破书本、突破老师。通过开设创新创造类课程,举办主题知识技能竞赛,让学生感受、理解创新的产生和发展过程,培养学生的创新思维和科学精神。

③宣扬创业文化。校园文化是学生成才的外部环境。对于学生来说,它具有陶冶、激励

和导向功能。高校应将创业精神有机地融入学科、科技等活动中,以培养学生的创业精神;具体讲,可经常邀请成功的企业家或成功的校友来学校作报告,利用他们的激情感染学生,利用他们的榜样力量鼓励学生,增强大学生对于创业的信心。

④强化创业实践。鼓励学生在课余时间参加一些创业模拟和社会实践活动,增强学生对企业的了解以及对社会的适应能力,比如在校内外开展创业竞赛活动,与外部企业联合开展大学生实习见习等。“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行”。让学生在实践中磨炼自己,形成正确的创业认知,孕育创业精神,增强解决问题的能力。

1.5.2 创业精神对个人生涯发展的影响

创业精神并不是与生俱来的,而在于后天的学习、思考和实践。创业精神一旦形成,就会对人的一生产生重要的影响。这种影响不仅体现在创业者创业准备和创业活动的始终,还体现在日常的工作、学习和生活中。从某种意义上说,创业精神不但决定个人生涯发展的态度,而且决定个人生涯发展的高度和速度。

(1) 创业精神决定个人生涯发展的态度

作为一个社会人,其生涯发展必然要受到各种社会因素的影响,但是不同的人由于其生涯发展的态度不同,所以在面临各种各样的发展机遇时,其选择也不相同。创业精神作为一种思想观念、个性心理特征和行为模式的综合体,必然会对其生涯发展态度具有重要影响。例如,创业精神中思想观念的开放性、开创性,容易让人接受新思想、新事物,形成开放的态度,敢于开风气之先,从而想他人之未曾想,做他人之不敢做,成为事业上的领跑者。再如,创业精神中的创新精神、拼搏精神、进取精神、合作精神等,能使人树立积极的生活态度,在顺境中居安思危,不懈奋进,在逆境中不消沉萎靡,排除万难,励精图治,重新找到生涯发展的方向。有道是“态度决定一切”。在相同的个人天赋和社会环境下,有创业精神的人有着比其他人更加积极的人生态度,所以更有可能发现机会、把握机会,就更有可能看到别人不能看到的风景。

(2) 创业精神决定个人生涯发展的高度

创业精神是一个人核心素质的集中体现。它不仅决定了一个人在机遇面前的选择,而且决定了一个人的生涯目标和事业追求。具有创业精神的人,无论是创办自己的企业,还是在各种各样的企、事业单位就业,都会志存高远、目光远大、心胸宽广。这样的人不但在事业上会取得更大的成绩,在个人品德和修为上也会达到更高的境界。

随着国家经济、政治、文化、社会、生态“五位一体”的深入改革,社会结构将发生重大调整,各行各业将在变革中重新达到利益均衡。这既为个人的发展提供了更多的机会,也给它带来了更大的挑战。在这种背景下,大学生如果能够有意识地培养自己的创业精神,让个人理想与社会发展的趋势和节奏相吻合,就有可能使自己的事业发展,达到计划经济时期无法想象的高度;但是,大学生如果在个人生涯发展上仍然沿袭计划经济时期的思维模式,不主动规划自己的生涯发展,一切等着家长、学校和政府安排,一心想找个安稳、轻闲的“铁饭碗”,就很有可能一辈子也找不到理想的工作,甚至毕业就“失业”。

(3) 创业精神决定个人生涯发展的速度

创业精神是一种主动精神和创造精神。这种精神能让人积极主动、优质、高效地做好自

已承担的每一份工作，从而在平凡的岗位上做出不平凡的奉献。实践证明，具有创业精神的人，不管在什么岗位，不管从事什么职业，其强烈的成就动机，其追求增长、追求效率的欲望，都将转化为内心强劲追求事业成功的动力。在这种动力驱使下，人们会将眼前的工作作为未来事业发展的起点，把握好生命中的每一次机会，做好自己所从事的每一项工作。创业精神也是一种求真务实的精神。这种精神的本质，就是实事求是、讲求实效，就是实干苦干、反对浮夸、反对空谈。在人类社会的发展史上，许多企业家正是凭借这种精神，创造了从白手起家到富可敌国的财富神话；许多科学家、思想家、政治家、教育家和劳动模范，也正是凭借这种精神，从一个普通学子成长为举世瞩目的业界精英。当前，我国正处于改革开放的攻坚时期。改革是一条从未有人涉足过的路。所以，既不能在书本中找到答案，也无法从前人的经验中寻找固定的模式，更不能靠空想和辩论解决出路问题。在这种背景下，富于创业精神的人，敢于靠自己的实践探索，“摸着石头过河”，会接受更多的挑战，完成更多的任务，取得更大的业绩，因而会取得更快的发展。

1.6 当今创业的时代背景

这是一个风起云涌的时代。一二十年之后，当我们回首这段历史，我们会为自己的胆怯而感到遗憾。这是一个风云变幻的时代。改革是我们成长过程的主要基调。传统的社会关系、思想观念、道德伦理、价值体系开始瓦解，而取代传统的，是一个多元化的世界。所有的一切，无时无刻不在变化；所有的一切，都有可能被打破。这一切，需要你我重新定义。

1.6.1 互联网与创业

(1) 世界经济步入大数据时代

2012年开始，大数据以及大数据时代等概念进入人们的生活，成为备受关注的经济话题。

所谓大数据时代，是指随着互联网的发展和云计算的产生，数据渗透到当今世界的每一个行业和业务职能领域，已经成为重要的生产要素。哈佛大学教授加里·金曾经说过，庞大的数据资源使不同的领域开始了量化进程。无论是学术界、商界，还是政府机关，几乎所有领域都开始了这一进程。人们对海量数据的挖掘和应用，预示着新一波生产率增长和消费者盈余浪潮的到来。大数据时代给创业造成哪些影响呢？

首先，数据挖掘和应用本身就成为创业的重要领域。如阿里巴巴集团在经营淘宝、天猫等网络交易平台，支持众多中小企业完成网上交易的过程中，也积累了大量消费者信息数据。对这些数据的挖掘成为重要的新型商业领域。为此，阿里巴巴集团于2012年7月宣布设立首席数据官，专职负责推进数据平台分享战略。

其次，重视商业数据的积累成为创业企业获得核心竞争优势的重要内容。由于数据成为重要的生产要素，现代经济的很多规律均体现在庞大的商业数据之中。如果不掌握这些数据，那么最终将难以获得核心技术知识，进而失去核心竞争力。如汽车行业，关于汽车设计的相关数据等都会凝聚在一定数字化平台上。如果一个汽车企业只进行汽车生产制造，而不

做产品研发设计,就不可能聚集数字化平台数据,最终将锁定在制造领域。因而,未来国际创业环境中具有决定性作用的不是生产什么产品、提供什么样的服务,而是有关生产与服务的数据集聚在哪里。因而,飞机、汽车等装备制造领域的开发试验工具系统、制药领域的化合物筛选装备及模型,以及网络交易系统数据集聚载体,将成为当代创业国际环境中重要的创业平台。

(2) 互联网成为创业国际环境中最重要的物理支撑

网络应用于社会近 20 年的时间,对人类社会的生产及生活方式产生了重大影响,而且这种影响还远远没有结束。特别是随着移动互联网的快速发展,网络化仍然以飞快的速度向更多经济领域拓展,成为影响创业的重要因素。首先,网络在实体经济领域的拓展性应用,成为当今创业的重要领域。除了我们已经熟知的网络销售、网络书店等业务外,一些传统服务领域辅之以网络也实现了升级和发展。如上海寺冈有限公司借助互联网平台,从一个平台制造企业成功转型为一个云计算服务型企业。其次,网络技术本身的不断发展和升级,开辟了许多新的创业空间,如基于移动互联网的飞信、基于网络的小米宝盒等。可以预期,互联网,特别是移动互联网将成为当代创业国际环境中重要的物理支撑。哪里网络发达,哪里就将成为创业最为肥沃的土壤,哪里就将孕育更多的企业。

1.6.2 知识与创业

如今的经济是世界经济一体化条件下的经济,是以知识决策为导向的经济。它促使我们对身边发生的一切事物重新审视与认识。知识经济形态是科学技术与经济运行日益密切结合的必然结果,是经济形态更人性化的表现。

(1) 知识经济的概念

知识经济就是以知识运营为经济增长方式,知识产业为龙头产业,知识经济成为新的经济形态的人类社会经济增长方式与经济发展模式。

知识经济,也被称作智能经济,指的是建立在知识和信息的生产、分配和使用基础上的经济。它是和农业经济、工业经济相对应的一个概念。

这里的以知识为基础,是相对于现行的“以物质为基础的经济”而言的。现行的工业经济和农业经济,虽然也需要用到知识,但是这些经济的增长主要取决于能源、原材料和劳动力,是以物质为基础的经济。

知识经济是以人类的知识,特别是科学技术知识累积到一定程度,以及知识在经济发展中发挥的作用增加到一定比重的历史产物,同时也是信息革命导致知识共享,高效地产生新知识的时代产物。

(2) 知识经济的特点

知识经济理论形成于 20 世纪 80 年代初。美国加州大学的教授保罗·罗默于 1983 年提出了“新经济增长理论”。他认为知识是一个重要的生产因素,可以提高投资的收益。该理论的提出标志着知识经济形成了初步的理论基础。知识经济作为一种新的经济形态,是对经历了 200 余年发展的工业经济的超越与创新,具有一系列崭新的特点。

第一,知识经济是以新科技革命为依托的信息化经济。以往工业经济的发展和繁荣直接取决于资本、资源,硬件技术的数量、规模和增量,片面追求产品技术的极致和单一商品生

产规模的最大化；而知识经济直接依赖于知识或有效信息的积累和利用，将知识作为追求发展的内在驱动力，强调产品的数字化、网络化和智能化。

第二，知识经济是以高科技人才为核心的人才经济。现代国际竞争是综合国力的竞争。其关键是科学技术，特别是高科技领域的竞争，而其中起决定作用的核心因素是人才的竞争。近年来，国内外一些高科技企业，无论是美国著名的微软公司，还是中国著名的阿里巴巴、腾讯、百度，之所以都能够异军突起，高科技优秀人才起了至关重要的作用。

第三，知识经济是一种创新经济。这种创新绝非传统工业技术的简单创新，而是建立在最高科技成果基础上的，在一系列新兴领域的开拓与创造。这些领域具体包括信息科学技术、新材料科学技术、空间科学技术、海洋科学技术，以及有益于环境的高新科学技术等高新技术产业。

第四，知识经济是真正意义上的全球一体化经济。全球信息网络的开通及其进一步发展，不仅使全球信息资源共享成为可能，而且随着信息技术的发展，必将为整个人类社会充分利用和共享信息资源提供更为快捷的手段和更为广阔的空间。

（3）知识经济时代创业活动的功能

知识经济时代的创业具有增加就业、促进创新、创造价值等功能，同时也是解决社会问题的有效途径之一。

①创业是科技创新的扩容器。知识经济只是在一定程度上改变了就业的方向和结构，而不可能自动解决就业问题。事实上，新创企业可以通过提供岗位、服务社会带动就业。创业型中小企业更是发挥了重要作用，创造了大部分就业机会。尤其是当大企业裁员时，中小企业能在稳定就业方面起到越来越重要的作用。2014年10月21日，国家统计局发布的前3季度经济数据显示：我国就业形势相当不错，尽管GDP增速放缓至第三季度的7.3%，但新增就业1000万人的目标还能提前实现，为下一步深化改革提供了较大的回旋余地。其中，中小企业成了就业的主渠道。大学生创业一方面解决了自身的就业问题，另一方面也解决了社会人员的就业问题。全社会广泛的创业活动，有利于解决社会就业问题，促进和谐社会的建立。

②创业是科技创新的加速器。知识经济时代的创业更可以实现先进技术的转化，推动新产品或新服务的不断出现，创造出新的市场需求，进一步推动并深化科技创新，从而提高企业或是整个国家的创新能力，推动经济的增长。创业是新理论、新技术、新知识、新制度形成现实生产力的转化器。新建立的企业要想在激烈的市场竞争中站住脚，就要使用先进的生产技术，采用科学的技术手段。因此，创业可以加速科技的创新。美国国家科学基金会和美国商业部等机构在20世纪80年代和90年代发表的报告表明，第二次世界大战以后，美国创业型企业的创新占美国全部创新的一半以上，占重大创新的95%。

③创业是经济发展的原动力。在知识经济时代，不论是在发达国家，如美国、英国，还是在发展中国家，如中国，创业都是一个国家经济发展中最具活力的部分，是国家经济发展的原动力。“全球创业观察”（GEM）在2007年对42个国家的创业状况进行的研究发现，在主要的7大工业国中，创业活动的水平与该国的年经济增长是高度正相关的。因此，从全球视角来看，创业对一国经济发展起着至关重要的作用。在过去的30年里，美国出现了“创业革命”。高新技术与创业精神的结合成了美国保持世界经济领先地位的“秘密武器”。我国改革开放以后，国家实行市场经济，积极支持个人投资兴办企业。新创办的中小企业成