



华夏智库

华夏智库·新经济丛书

SHANGZHAN
LUYAN

李浩源◎著

商战路演

——企业获取资本的「秀」之道

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



华夏智库
CHINA THINK TANK

华夏智库·新经济丛书

SHANGZHAN
LUYAN

李浩源◎著

商战路演

——企业获取资本的「秀」之道



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

商战路演：企业获取资本的秀之道/李浩源著. —北京：经济管理出版社，2017.6
ISBN 978-7-5096-5118-6

I. ①商… II. ①李… III. ①企业经营管理 IV. ①F272.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 101833 号

组稿编辑：张莉琼

责任编辑：张 艳 张莉琼

责任印制：黄章平

责任校对：超 凡

出版发行：经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址：www.E-mp.com.cn

电 话：(010) 51915602

印 刷：玉田县昊达印刷有限公司

经 销：新华书店

开 本：720mm × 1000mm/16

印 张：11.25

字 数：143 千字

版 次：2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5096-5118-6

定 价：39.80 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。

联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010) 68022974 邮编：100836

序 言

路演：资本时代的企业家必修课

当今时代，地球在变小，舌头在延长。再香的“酒”，如果你不懂推广、不懂宣传、不懂路演，那它的“香味”也会大打折扣。换言之，如果你想让你的企业及产品品牌超常规增长，就必须有能力站上路演的舞台，面对 VC、面对股东、面对客户进行路演，以表达项目，成交产品，融得资金。事实上，企业要想获取资本的支持，从创意诞生到 VC 引进、从新品发布到渠道招商等，路演无疑是每时每刻都需要做好的一项重要工作。而在品牌和资本竞争日益激烈的今天，企业路演也已经变成了每位企业家的必修课。

事实上，公司路演对于投资者来说是非常重要的信息来源；同时，对于正在计划路演的公司来说，重要的不仅是说了什么，还包括由谁说以及说得有多好。一个合格的 CEO 不仅仅要扮演自己的个人角色，而是要在自己身上寻找角色特点：当你站在路演的舞台上时，要了解自己，做自己，展示给众人到底谁是老板。这才是投资者来这里想看到的。

路演相当于企业获取资本的一次面试，在这个过程中，企业家不经意间的眼神交换，犹如一场短兵相接；哪怕只是举手投足，都能决定战局输赢。那么，企业家在前言后语环环相扣、无招有招险象环生的路演现场，如何才

能接住明枪暗箭，将分寸拿捏得恰到好处？其实，作为资本时代的企业家，路演不是讲话，更不是秀口才。企业家做路演，必须懂得路演的理由、概念、类型、要素，更需要拥有一套专属的路演设计方案来清理思路。

为此，本书设置以下三个模块来展开：第一模块“不可不知的路演策略”，强调21世纪的企业家不可不知的路演活动，这一模块对路演的理由、概念、类型、要素进行了全方位解读，并辅以案例阐释；第二模块“直指人心的路演设计”，主要讲路演设计的五个步骤，即细分听众、谋势、取势、明道和优术，这五个步骤构成了一个完善的路演设计路线图；第三模块“引爆听众的路演呈现”，给出了路演呈现的六个步骤，即做好准备、文字修辞、语音语调、肢体表达、应对突发和反思改进，并注重把握过程中每一个环节的要点。

本书以实战为主，提供了很多具体的操作方法，并分析解读了大量案例，教你操作路演活动。掌握本书所提供的路演知识，无论是对个人还是企业，都可以更好、更有力量地应对这个变幻莫测的世界！

目 录

第一模块 不可不知的路演策略

21 世纪，填满资本市场的已不再只是大企业，路演活动正在打破常规市场、瓦解资本潜规则，让巨大的资本市场变成无数个中小企业的沙龙。尽管任何一家企业都有其独特性，但能够以路演之力四两拨千斤则是不可复制的。因此，21 世纪的企业家不可不知路演策略。为此，本书第一模块对路演的理由、概念、类型、要素进行了全方位解读，并辅以案例阐释，以帮助企业家掌握这套全新的市场推广工具和有效的产品促销途径。

第一章 路演的理由	3
有风投无路演，风投流失	3
有项目无资金，项目流产	5
有产品无成交，经营惨淡	6
第二章 路演的概念	9
路演的本质：做仪式、讲故事、传能量	9
路演的功能：宣传、销售	11

路演的目的：获得资金，实施项目	16
第三章 路演的类型	19
营销路演——卖产品	19
融资路演——卖项目	22
招商路演——卖企业	25
第四章 路演的要素	29
选择好路演的时间和地点	29
营造路演活动的现场气氛	32
把产品巧妙融合到活动中	33
周到考虑现场的活动细节	34

第二模块 直指人心的路演设计

《孙子兵法·始计》中云：“多算胜，少算不胜，而况于无算乎！”大意是说，筹划周密就能取胜，筹划疏漏就会失败，但是不做筹划就毫无取胜的可能。可见事前筹划的谋略在战争中是何等重要。做路演也是一样，在真正见到投资人之前，应做到“准备充分、全力以赴”。要想路演成功，先做路演设计。这一模块主要讲路演设计的五个步骤，即细分听众、谋势、取势、明道和优术。一个完善的路演设计，这五个步骤必不可少。

第一章 路演设计之第一步：细分听众	39
听众是谁——对象定位	39
听众关心什么——“最”字当头	42

路演的核心——成功打动投资人	47
第二章 路演设计之第二步：谋势	49
像设计师一样思考	49
路演前要弄清楚的几个重要信息	53
寻找灵感，发现突破点	56
第三章 路演设计之第三步：取势	61
产品演示：有效的产品演示5分钟就够了	61
战略定位：描述公司需“微辞原理”和数据支撑	62
市场规模：用户数、转换率和区域覆盖率	66
商业模式：简单而有效的运作流程和盈利模式	67
第四章 路演设计之第四步：明道	69
自主创新：创新为先，在创意中前进	69
增长策略：亮出通向未来的增长策略路线图	72
管理团队：描述团队所向披靡的战斗力的	75
股权结构：明确股权结构，传递共赢精神	76
财务亮点：需要说明的八项财务内容	79
第五章 路演设计之第五步：优术	81
竞争分析：全面分析市场，明确竞争优势	81
营销策略：讲解自己“该做的”事情	84
盈利能力：通过财务指标来评价项目	87
融资方案：玩转资本，玩转融资	90

第三模块 引爆听众的路演呈现

设计+呈现=路演成功。路演呈现是路演设计的最终展现，科学合理的路演设计加上精彩的呈现，才算一个成功的路演。事实上，一个精彩的路演呈现必须完成以下六个步骤：做好准备、文字修辞、语音语调、肢体表达、应对突发、反思改进。只有按照这六个步骤来操作，并且把握好过程中每一个环节的要点，才能使路演活动真正收到引爆听众的效果。

第一章 路演呈现之第一步：做好准备	95
调整路演心态，克服恐惧心理	95
确定路演内容，力求有说服力	98
多做模拟预演，判断是否调整	101
确定彩排的物料、场地和费用	106
路演 PPT 设计技巧和宣传片制作	107
第二章 路演呈现之第二步：文字修辞	111
写逐字稿：打造一场精彩的登台演讲	111
三语鼎立：表述语、提神语和说服语	119
故事演绎：讲一个有逻辑、带感情的故事	121
第三章 路演呈现之第三步：语音语调	126
气：气发丹田才能持久有力	126
声：声情并茂、声若洪钟	131
音：把握音量、控制节奏	133

第四章 路演呈现之第四步：肢体表达	137
走姿：展现你的动态美	137
站姿：塑造你的静态美	138
手势：增加你的感染力	140
表情：体现你的情商高	143
眼神：反映你的素质好	147
第五章 路演呈现之第五步：应对突发	149
路演现场应急预案主要内容	149
路演突发事件类型及处理	153
路演演讲中必须知道的小技巧	156
第六章 路演呈现之第六步：反思改进	160
评估准备工作，提供策划借鉴	160
评估执行过程，看细节看费用	162
评估路演效果，总结经验教训	163
反思问题原因，提出改进建议	165
参考文献	167
后 记	169

第一模块

不可不知的路演策略

21 世纪，填满资本市场的已不再只是大企业，路演活动正在打破常规市场、瓦解资本潜规则，让巨大的资本市场变成无数个中小企业的沙龙。尽管任何一家企业都有其独特性，但能够以路演之力四两拨千斤则是不可复制的。因此，21 世纪的企业家不可不知路演策略。为此，本书第一模块对路演的理由、概念、类型、要素进行了全方位解读，并辅以案例阐释，以帮助企业家掌握这套全新的市场推广工具和有效的产品促销途径。

第一章 路演的理由

路演最直接的理由是为了获得融资，获得融资的企业有更多机会获得下一轮的融资，提升企业的成长速度。而路演更深层的意义在于投资机构给企业带来的除资金以外的价值。事实上，投资方的价值不仅是提供资金，还可以为企业带来商业模式梳理，以及市场资源、人力资源、资本资源的对接等增值服务，这对企业的经营无疑是具有重大价值的。

有风投无路演，风投流失

要想让你的项目打动风险投资人，一场路演必不可少。从投资人角度来说，投资者怎么看你的项目？怎么看创业者？为什么选择投你？从创业者角度来说，你的创业团队是否有能力干成这件事？你的战略宏图是否能构建好？这些都是需要明确的。其实，双方与其相互猜疑，不如开诚布公地聊一聊！下面，就让我们来看看启赋资本第四象限孵化器是如何做的。

2016年7月28日下午，启赋第四象限组织的投资人与创业者面对面路演活动成功举行，此次活动的主题是“如何快速拿到投资”。这次活动是启赋第四象限的路演大升级，各大机构风险投资者到场。现场邀请业内相关风

投资机构投资者进行项目点评。每个项目 15 分钟，其中 8 分钟自述，7 分钟点评；此次路演活动通过 IPTV 进行网络播出，优秀创业者、创业团队还有机会获得广东卫视《创投+》的专访报道，更有机会直通《创投+》。

第四象限孵化器是由国内知名投资机构——深圳启赋资本与广州众创五号空间联合运营的创业服务平台。该平台立足于启赋资本强大的投资能力，依托五号空间完整的创业生态环境，将孵化器与创业学院合二为一，为创业者带来基金投资、场地支持、创业辅导、打磨优化等全面创业成长服务。同时依托互联网及视频会议技术，与合作孵化器开展联合项目孵化、项目路演、项目投资等创业服务。该平台的项目路演一个月一次，包括优秀项目路演、投资人面对面、深度聊项目等，以扶持更多高成长企业。第四象限孵化器定期组织创业项目路演、创业面对面等品牌大会，在轻松愉快的氛围中找投资、找合作，找到两者之间的利益增值空间。

事实上，第四象限孵化器不只是一个创客沙龙、创业下午茶、行业大咖分享、培训学习等常规活动交流的地方，更是一群年轻人聚到一起“玩耍”的空间。为此，第四象限孵化器持续发力打造一个创新创业的明星地带，持续不断地开展创新创业大赛等丰富多彩的活动，并通过各类媒体的新闻宣传和策划推广，报道一批创新创业先进事迹，梳理一批创新创业典型人物，让“大众创业、万众创新”的精神在社会上推陈出新。有人对第四象限孵化器如是评价：在这里，有脑洞大开的思维风暴，创业者的想法可以信马由缰，最大可能地付诸实践；在这里，创业者将与各领域成功人士零距离交流创业经验与心得，找到创业“奔跑”的方向；在这里，只要你有优质的项目，就可实现资金与项目的无缝对接。

每一次路演，都是创业者重塑思维、深刻自省的最佳平台。并不是每一个和风投接触的创业者最后都能获得投资，因此需要创业者做好时间管理、

现场互动、活动细节等准备。创业者只有干好路演这件事，才能吸引到投资者，为项目、为企业注入资金动力，从而实现新的发展。即使单从这个意义上说，路演就已经具备了足够的理由！

有项目无资金，项目流产

有项目无资金是企业中普遍存在的问题。很多人都认为自己的项目很好，自己也是该项目执行的最好人选，但就是因为没有资金而致使项目最后流产。所谓“酒香也怕巷子深”，再优秀的项目，接收不到市场的反馈，也是闭门造车，再好的产品，不去推介，就很难在众多项目当中脱颖而出。推介项目可以有很多形式，而在短时间内迅速了解一个项目，路演无疑是最直观、最快捷的方式，不仅节约了投资人的宝贵时间，也给项目和投资人提供了一对一交流的机会。

作为解决项目资金问题的重要一环，路演的作用无疑是不可小觑的。来看下面这个案例。

案例：

2016年11月11日，一场名为“资本相亲会——挂牌企业项目路演”的活动在余杭经济技术开发区（钱江经济开发区）举行。此次路演活动由余杭经济技术开发区主办，邀请了杭州马斯汀医疗器材股份有限公司、杭州格临检测股份有限公司、浙江乐恒动力科技股份有限公司、浙江四通化纤股份有限公司、浙江联运环境功臣股份有限公司这5家新三板挂牌企业进行项目路演，吸引了工商银行、杭州银行、浙商证券等多家银行以及投资机构。路演

活动旨在为资本与项目搭建一个有助于双方结合的平台，帮助更多细分领域中的“单打冠军”找到合适的资本，让开发区内的优质企业借助投资者独到的眼光和雄厚的资金实现跨越发展。对于新三板企业来说，路演就像“相亲会”，企业在这个平台不仅展示了自己，重新梳理了企业发展策略，投资方独到的眼光和雄厚的资金支持更可以帮助其实现跨越发展；对于投资者来说，不仅可以了解开发区，了解这些新三板挂牌企业，更能找到合适的投资项目。路演现场，评委犀利点评，气氛紧张刺激。活动中有多家投资机构与企业进行了对接。

余杭经济技术开发区的这次路演不仅是企业展现风采的舞台，更是企业直接融资的平台，与资本方进行沟通交流后，其建设性的建议对于企业的未来发展方向也是一个很好的指引。

不少创业者有了好项目，却苦于融资渠道不畅通，好项目经常会“流产”，因此必须通过路演来对话资本。打铁还需自身硬，创业者做项目路演一定要想办法把自己的优势都表达出来，成功的路演对项目而言没有“资本寒冬”一说。

有产品无成交，经营惨淡

路演不仅要获得风投的资金来启动项目，而且对企业经营更具现实意义。现实中，很多企业之所以有产品无成交，常常是因为经营不善，没有一个好的模式去对接客户；而企业服务机构在企业经营方面则能够发挥出重要作用。

重庆七之莲经营了7年，专业做家居围裙产业，远销40多个国家，互联网销售行业第一，估值2亿多元，想更好地发展打造民族品牌，但是融资渠

道不通，路演也不顺畅。专业化的企业品牌推广策划机构众赏国际团队应邀与七之莲进行了多次沟通，协助七之莲策划了一场“感恩招商路演”。众赏国际专业团队从招商前调研、招商定位、招商邀约、招商方案定制、招商运营、招商演说、招商成交、招商后服务等方面进行了一系列细节梳理，为七之莲制订了一套完整的策划实施方案，取得了显著成效。所以一场完美的招商路演，必须要有一个对应的模式与其相匹配。像亚洲轻奢女装领先品牌 DJ 服饰、中国企联、中国乙连、九尾猫集团、澳娱滋控股集团、微商品牌微美人、华莱健黑茶、香港时代华人、上海昊澳实业、北京天星兄弟影视传媒等企业，众赏国际根据它们行业、规模不同，所采取的品牌推广和路演方式也各异。下面来看中山科技的一个案例。

案例：

2016年6月2日，在中山科技企业投融资常态化路演（第三期）的活动现场，参加路演的科技企业代表和专业投资机构的专家讨论得非常热烈，针对项目盈利情况和未来战略展开现场“舌战”，点评和回应都颇为“犀利”。在这次路演活动中，关于设备生产商拓展智能领域的问题引起了争议。比如有投资机构专家说：“请你用大概30秒说说你们下一步的运营计划和策略。”企业代表则回答道：“微信和支付宝生态圈越来越强大，而APP的研发成本越来越低，如果APP无法保证用户的留存率，企业不如集中力量做好自己的公众号……”

广东金鼎光学技术股份有限公司（以下简称金鼎光学）是期望进入区域股权交易平台的一家企业，也是参与这次路演的唯一一家机械设备制造企业。该公司在路演现场做介绍时称，目前企业专注于新产品的研发，每年稳定新增专利项目3~5个，在智能家居产品领域，已经研发出360度无限旋转智能网络摄像机，而智能家居领域将是企业重点发展方向，此次融资的主要用途