

大学生

创新
创业

基础教程

BASIC COURSE OF
INNOVATION AND
ENTREPRENEURSHIP FOR
COLLEGE STUDENT

主编：陈永奎



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

西北民族大学2014年“创业教育课程建设”成果

大学生

创新 创业

基础教程

BASIC COURSE OF
INNOVATION AND
ENTREPRENEURSHIP FOR
COLLEGE STUDENT

主审：李正元

主编：陈永奎

编委：张平 果建华 才让尕吉
陕立勤 蔡刚樊 胜利
李秀芬 谢建勋 万劭琨



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

大学生创新创业基础教程/陈永奎主编. —北京: 经济管理出版社, 2015. 2
ISBN 978 - 7 - 5096 - 3632 - 9

I. ①大… II. ①陈… III. ①大学生—职业选择—高等学校—教材 IV. ①G647. 38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 039467 号

组稿编辑: 王光艳
责任编辑: 许 兵
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: 北京银祥印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 23.25

字 数: 431 千字

版 次: 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 3632 - 9

定 价: 59.80 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

前 言

《教育部办公厅关于印发〈普通本科学校创业教育教学基本要求（试行）〉的通知》（教高厅〔2012〕4号）文件要求各地各高校结合本地、本校实际，精心组织开展创业教育教学活动，增强创业教育的针对性和实效性。按照文件要求，“创业基础”课程应当是面向全体高校学生开展创业教育的核心课程，要纳入学校教学计划，不少于32学时、不低于2学分。为此，教育部统一编写了《“创业基础”课程教学大纲（试行）》。“创业基础”课程教学在各高校的实际开展情况，也将成为教育部高校评估的重要内容之一。为了落实教育部文件要求，西北民族大学结合自身实际情况，拟定了《“创业基础”系列课程实施方案》，建立了由“创业基础”必修课、“创业知识”系列选修课和“创业实训”课构成的具有西北民族大学特色的三阶段创业教育课程体系，并于2014年开始面向全校本科生开设“创业基础”必修课程。《大学生创新创业基础教程》一书正是在这一背景下精心编写而成的。

本书在编写过程中，围绕着三个方面进行了阐述：一是严格遵循教育部规定的教学大纲的要求，来确定全书的整体框架；二是力求知识点全面，案例典型，实训内容具有可操作性；三是体现西北民族大学近年来在创新创业教育方面的理论和实践成果。

本书共分为八章，由西北民族大学创业教育教研室的老师合作编写，各章的编写分工如下：第一章由张平编写；第二章由果建华编写；第三章由才让尕吉编写；第四章由陕立勤编写；第五章由蔡刚编写；第六章由樊胜利编写；第七章由多人合作编写；第八章由李秀芬编写。谢建勋和万劭琨两位老师提供了西北民族大学大学生创新中心的相关资料。陈永奎和张平完成了最终的统稿工作。李正元审阅了全书。

在编写过程中，编写组老师参阅了大量的相关资料，借鉴了近年来在大学生创业方面的最新成果，并在宏观布局、中观架构和微观表述上进行了探索。全书涉及面较广、普适性强，是高等院校开设创业教育相关课程的理想



教材。

尽管编写组已经竭尽全力，但由于水平及时间所限，疏漏之处在所难免。如有不足之处，恳请广大读者批评指正，以便再版时予以完善。

言 前

编者

2015年1月于西北民族大学

（以下内容为模糊文字，无法准确识别，推测为前言正文内容）

目 录

第一章 创新赢得未来	1
第一节 创新概论	1
一、创新的含义	2
二、创新的特性	2
三、创新的类型	4
第二节 创新意识	5
一、创新意识的内涵	5
二、创新意识的价值	5
三、创新意识的类型	6
第三节 创新能力	9
一、发现问题的能力	9
二、流畅的思维能力	10
三、变通的能力	10
四、独立创新的能力	11
五、制订方案的能力	12
六、评价的能力	12
第四节 创新方法	13
一、头脑风暴法	14
二、综摄法	15
三、形态分析法	16
四、信息交合法	17
五、“5W2H”法	18
六、奥斯本检核表法	19
七、发明问题解决理论 (TRIZ)	20



八、六顶思考帽法	22
第五节 创新思维	23
一、创新思维的概念	23
二、创新思维的特征	24
三、创新思维模式	26
第六节 创新型人才培养	27
一、由“中国制造”到“中国创造”	27
二、大学生是创新的中坚力量	28
三、创新型人才的内涵与特征	29
第七节 创新思维训练	32
一、逆向思维训练	32
二、横向思维训练	34
三、换位思维训练	35
四、求同思维训练	37
五、求异思维训练	38
六、迂回思维训练	39
七、头脑风暴式思维训练	40
八、分析列举式思维训练	41
第二章 创新创业训练项目	48
第一节 创新创业训练项目简介	48
一、国家级大学生创新创业训练计划	50
二、“挑战杯”全国大学生系列科技学术竞赛 (简称“挑战杯”)	51
三、全国大学生数学建模竞赛	52
四、全国大学生节能减排社会实践与科技竞赛	53
五、全国大学生工程训练综合能力竞赛	53
六、全国大学生电子设计竞赛	54
七、全国大学生智能汽车竞赛	54
八、“蓝桥杯”全国软件和信息技术专业人才大赛	55
九、中国大学生计算机设计大赛	56
十、全国大学生广告艺术大赛	56
十一、全国信息技术应用水平大赛	57
十二、“外研社杯”全国英语系列竞赛	57



十三、全国口译大赛 (英语)	58
十四、“未来伙伴杯”智能机器人大赛	59
十五、科研类全国航空航天模型锦标赛	59
十六、全国大学生电工数学建模竞赛	60
十七、“好丽友杯”大学生公益梦想实践大赛	60
十八、中国大学生数学竞赛	61
十九、全国大学生网络商务创新应用大赛	61
二十、美国大学生数学建模竞赛 (MCM/ICM)	62
二十一、国际大学生程序设计竞赛 (ACM/ICPC)	62
二十二、全国大学生电子商务“创新创业”挑战赛	63
二十三、“Revit”杯全国大学生可持续建筑设计竞赛	64
二十四、全国大学生英语竞赛	64
二十五、全国三维数字化创新设计大赛	65
二十六、全国大学生结构设计竞赛	65
二十七、全国大学生机械创新大赛	66
二十八、全国周培源大学生力学竞赛	66
二十九、全国计算机仿真大赛	67
三十、全国大学生化学实验邀请赛	67
三十一、中国动漫金龙奖 (CACC)	68
三十二、中国国际动漫节金猴奖大赛简介	68
三十三、中国大学生广告艺术节	68
三十四、IDEA - XJTU 国际英语辩论赛	69
三十五、全国大学生“用友杯”沙盘模拟经营大赛	69
三十六、全国大学生化工设计竞赛	70
三十七、甘肃省大学生创新创业系列竞赛	70
第二节 创新创业项目竞赛指导	72
一、大学生参加活动应注意的问题	73
二、“挑战杯”竞赛选题指导	75
三、数学建模竞赛指导	76
四、网络大赛竞赛指导	77
第三章 创业者与创业团队	80
第一节 创业与自我认识	80
一、你是谁	80



二、你要成为谁	81
三、如何拉近你与心中目标的距离	82
四、清理你的通讯录	83
五、创业前的心理准备	84
第二节 成为创业者	87
一、创业者特质	87
二、蒂蒙斯 (Jeff A. Timmons) 模型	93
第三节 创业团队理论	96
一、创业团队的内涵	97
二、创业团队的类型	100
三、团队发展过程理论	102
四、团队职能分析	103
第四节 创业团队组建	104
一、创业团队的组建原则	104
二、创业团队的人员选择	105
第五节 创业团队管理	105
一、团队目标管理	106
二、领导与执行	109
三、内部沟通	112
四、激励	113
五、绩效考核	115
第四章 识别创业机会	124
第一节 产生创业想法	124
一、什么是创业想法	124
二、为什么要产生创业想法	126
三、创业想法的资源	127
第二节 识别创业机会	135
一、什么是创业机会?	135
二、选择创业项目的基本步骤	136
三、识别创业机会的一般过程	137
四、识别创业机会的行为技巧	140
第三节 创业机会评价	146
一、有价值的创业机会的基本特征	146

二、评估创业机会的内容	146
三、创业机会的评价准则	148
四、个人与创业机会的匹配	150
五、创业机会评价的技巧和策略	151
第四节 撰写创业计划书	152
一、创业计划书的内容	153
二、市场调查的内容和方法	153
三、分析创业可能遇到的问题和困难	157
四、把创业构想变成文字方案	158
五、创业计划书的撰写和展示	160
六、创业计划书的展示技巧	161
第五章 筹集创业资本	166
第一节 企业融资基础	166
一、企业融资的概念	166
二、企业融资的方式	166
三、中小企业融资的特点	167
四、中小企业融资的改善对策	167
第二节 创业企业融资渠道	170
一、银行贷款	170
二、寻求内部资金资源	170
三、合伙经营	172
四、应收账款质押融资	172
五、私募股权融资	172
六、保险融资	173
七、民间资本	173
八、融资租赁	175
九、加入孵化计划/赢取创业基金	176
十、众筹募资	176
十一、向投资人“要钱”——风险投资	177
十二、其他渠道	177
第三节 企业资本结构的确定	178
一、企业资本结构的意义	178
二、资本结构与资产结构的关系	179



三、确定企业最优资本结构的标准	179
四、影响资本结构的因素	179
五、确定最佳资本结构的方法	180
六、资本结构的“标准参照值”	181
七、资本结构的相对合理性	182
八、资本结构的良性循环	185
第四节 风险投资	188
一、什么是风险投资	188
二、如何引起风险投资的关注	193
三、如何获得风险投资	195
第五节 创业贷款	199
一、创业贷款的种类	199
二、贷款银行的选择	204
三、借款筹资的基本程序	206
四、银行借款筹资的优缺点	208
第六章 开办新创企业	211
第一节 创业政策	211
一、创业活动与创业政策	211
二、我国创业政策类型	212
三、国家主要创业政策	214
四、教育部推进高等学校创新创业教育和大学生自主创业的政策	216
第二节 企业法律形式	219
一、个体工商户	219
二、个人独资企业	220
三、合伙企业	221
四、公司制企业	222
五、新创企业法律形式比较与选择	226
第三节 小微企业	227
一、小微企业的概念与特征	227
二、我国小微企业的界定与划分标准	228
三、我国小微企业发展的困境及其原因	230
四、扶持我国小微企业发展的对策	233
第四节 设计经营模式	238



一、企业经营模式概念解释	238
二、新创企业经营模式的特点	239
三、新创企业经营模式设计	240
四、新创企业常见经营模式选择	245
第七章 新创企业管理	250
第一节 战略管理	250
一、新创企业的战略演变轨迹	251
二、新创企业战略体系	253
三、新创企业总体战略选择	254
四、新创企业竞争战略选择	259
五、新创企业战略实施与控制	262
第二节 人力资源管理	270
一、人力资源计划	270
二、组织设计	270
三、岗位分析	271
四、员工招聘	272
五、管理员工	273
六、寻找企业顾问	273
第三节 现金流量控制	275
一、基本概念	275
二、现金流量控制的作用	277
三、现金流的功能	278
四、现金流的要素	278
五、新创企业现金流控制常见的问题	279
六、现金流的控制	281
七、现金流控制常用参考指标	282
第四节 财务分析	284
一、偿债能力分析	286
二、营运能力分析	293
三、盈利能力分析	297
四、现金流量分析	300
五、财务综合分析	304
第五节 法律保护	306
一、法律对新创企业生产经营的重要作用	306



二、	国家对新创企业中各种法律关系的保护	307
三、	新创企业进行法制化管理中的自我保护	310
第八章	新创企业成长	315
第一节	成长融资	315
一、	制约新创企业成长的资金瓶颈	315
二、	创业各阶段的资本需求	317
第二节	特许经营	319
一、	什么是特许经营	319
二、	特许经营的优势	321
三、	特许经营企业开放流程	323
四、	特许经营的原则	326
第三节	收购	327
一、	什么是收购	329
二、	收购的优越性	329
三、	收购的不利影响	330
四、	收购价格的确定	331
五、	成功的收购策略	332
第四节	公开上市	334
一、	什么是公开上市	334
二、	公开上市的优缺点	335
三、	公开上市的时机和承销商的选择	336
四、	创业板上市	338
第五节	“第二曲线”理论	342
一、	第二曲线理论的内涵	342
二、	内外部环境和影响因素	344
三、	对新创企业成长的启示	345
四、	新创企业战略业务转型	346
第六节	战略业务退出	348
一、	影响因素	348
二、	退出时机分析	350
三、	新创企业退出问题	352
参考文献	355

第一章 创新赢得未来

学习目标

1. 掌握创新、创新意识、创新能力、创新方法、创新思维的相关概念
2. 理解创新型人才的内涵与特征
3. 熟悉创新思维训练方法

在人类社会的发展过程中，创新始终是人类进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力。它推动着人类不断地去探寻解决问题的好创意、新方法。回顾人类历史就会发现，在长达 5000 多年的历史进程中，人类社会大部分时间处于农牧社会的缓慢发展中，只是到了最近二三百年来，尤其在最近的几十年，才得以迅猛发展，并在极短的时间里创造出令人惊叹的成就。归根结底，这都是源于创新推动了科学技术和社会经济的进步和繁荣。

创新是推动科技、经济进步，促进社会发展的重要因素。火的发现，使人类脱离了茹毛饮血的野蛮时代；文字的创造，使人类将自己的智慧结晶永久传承；蒸汽机的发明，将人类从繁重的体力劳动中解放出来；计算机的诞生，给人类智慧插上了理想的翅膀。创新，引发了科学技术的高速发展，科技革命最终导致产业变革，推动了社会进步。因此，从某种意义上说，人类社会的发展史就是一部不断创新的历史。同样，创新也是中华民族寻求伟大复兴、赢得未来的关键所在。

第一节 创新概论

创新（Innovation）一词起源于拉丁语。它原有三层含义：一是更新；二是



创造新东西；三是改变。

一、创新的含义

创新是指人们根据一定目的，针对所研究对象，运用新的知识与方法或引入新事物，产生出某种新颖、有社会或个人价值成果的活动。这里的成果，是指以某种形式存在的创新成果，它既可以是一种新概念、新设想、新理论，又可以是一项新技术、新工艺、新产品，还可以是一个新制度、新市场、新组织。这一定义是根据成果来判别创新性的。判别标准有两个：一是成果是否新颖，是否有社会或个人价值。“新颖”主要是指对现有的东西进行变革，使其更新，成为新的东西，即破旧布新，不墨守成规。二是“有社会价值”，是指对人类、国家和社会的进步具有重要意义，如重大的知识创新、技术创新和产品创新等。“有个人价值”则强调了对于个体发展的意义。

二、创新的特性

创新的特性具有目的性、新颖性、价值性、先进性、变革性、发展性、再创造和层次性等。

1. 目的性

创新是有目的的，其目的就是不断地满足人类自身生存发展的需要。具体来讲，创新总是为了解决某一问题，围绕着解决一定的问题而进行的，它总是与完成某个任务相联系的。所以，创新是一种有目的的认识世界和改造世界的实践活动。

2. 新颖性

就创新的特性来看，创新是把新的或重新组合和再次发现的知识引入到所研究对象系统的过程，是引入新概念、新东西和革新的过程。因而其成果必然是新颖的，与过去相比具有新的因素或成分。唯其“新”，才能具有优势，才能战胜旧事物。原有事物的内容和形式正是由于增加了新的因素而得以更新、发展和突破。“求新”是其灵魂，没有“求新”的变革，称不上创新。

3. 价值性

从创新成果的效果来看，创新具有明显、具体的价值，也就是具有一定的社会和经济效益。创新是各种社会事物进步与发展的共同因素。它能够满足人们的某种需要，促使企业获得成功，国家经济活力得到增强，社会取得进步。若没有价值，创新也就失去了意义。创新成果的价值可以分为社会价值、经济价值和学术价值。

4. 先进性

先进性就是与旧事物相比具有相对优势而言的。创新在多大程度上优于已有



的和现存的事物，这是人们是否愿意采纳创新成果的关键。如一个创新产品的先进性主要体现在：结构更合理、功能更齐全、效率进一步提高等。一个创新的管理方法相对优势表现在：提高了经济利润，降低了成本，调动了人的积极性，提高了管理效率等。如果不具有先进性，新事物就不可能替代旧事物，创新就失去了意义。另外，创新的先进性还体现在代表了事物的发展规律和趋势。

5. 变革性

就创新的实质来看，都是变革旧事物，使其更新，成为新的东西。“穷则变，变则通，通则久”。当遇到难以解决的问题时，就应该采用“变”的方式，如改变思考角度、方式、方法、结构、功能等；变了，问题就解决了，即“通”了。这个由“变”到“通”的过程，就是创新的过程。故步自封，安于现状，不想变革，就没有创新。

6. 发展性

创新是一个不断发展的过程。创新发展是创造新知识、应用新知识并不断发展知识的过程。知识是创新之源，通过知识创新推动科技创新、文化创新、管理创新以及其他各方面的创新。创新使知识生生不息，没有知识的不断更新，创新的源泉就会干涸。对知识的创造、应用、再创造、再应用，这种形式循环往复，以至无穷，而每一循环创造和应用的内容，都进入到了高一级的程度。这是人类创新永无止境、无限发展的客观规律。

7. 再创造

再创造就是对原有事物、现有知识和已有创新成果的再次发现和重新组合，既包括使知识达到新的深度和广度，又包括修正错误和更新知识；既包括从研究新情况、新问题中获得新知识和新成果，又包括从研究老情况、老问题中获得新知识和新成果。

8. 层次性

根据人们解决问题的新颖、独特程度不同，可以将创新划分为以下三个层次：第一层次为高级创新，是指经过长期的研究、艰巨的探索，所产生的科学发现，它是一项从无到有、填补空白的创新活动，因此，有可能为国家、社会和人类做出巨大贡献，甚至形成某一领域划时代的局面，如爱因斯坦的“相对论”。第二层次为中级创新，主要是指经过改革或发明，在原有知识和经验的基础上重组材料，研制出有一定社会价值的产品的技术革新。这一层次创新已成为社会文化、科学和生产力发展的巨大力量。第三层次为初级创新，主要是指在别人率先创新的基础上，通过引进技术和购买专利等方式，消化、吸收而进行的一种创新。这是以跟踪当前国际先进水平并加以模仿为主的创新思路。以跟踪和模仿为主的创新也是工业后进国家缩短同发达国家差距的一条捷径，是实现跨越式发展



和后发优势，尽快步入自主创新的必由之路。

三、创新的类型

创新虽有大小、层次之分，但无领域、范围之限。从不同角度可以对创新做出各种不同的类型划分。根据创新的性质可将其划分为三种类型：原始创新、跟随创新和集成创新。

1. 原始创新

原始创新是指重大科学发现、技术发明、原理性主导技术等原始性创新活动。原始性创新成果通常具备以下三大特征：

(1) 首创性，研究开发成果前所未有的。只有具备首创性的原始创新才有可能发展成为核心竞争优势。首创性的最高层次是文化和标准的首创性：文化的首创性最终沉淀为经典，科技的首创性最终转化为标准和法规。

(2) 突破性，在原理、技术、方法等某个或多个方面实现重大变革。创新既是在前人成果基础上的思维，又是打破前人成果的思维。对已经过多年实践考验的前人成果，必须学习和继承；而对未成定论的、有争议的、新兴的、边缘的学科或产业领域，则应积极开展原始创新活动。

(3) 带动性，原始创新在对科技自身发展产生重大牵引作用的同时，也给经济结构和产业形态带来重大变革。例如，晶体管、集成电路的发明以及半导体和存储器、互联网和移动通信等原始创新成果的出现，对于解放生产力起到了革命性的推动作用，对于提高人们的生产、生活质量提供了必要的物质基础。

2. 跟随创新

跟随创新是指在已有成熟技术的基础之上，沿着已经明确的技术道路进行技术创新，如在原有技术之上将技术更加完善，开发出新的功能，等等。当年微软公司正是采取在学习网景浏览器的基础上进行创新的方式打败了网景。微软这种被称为“跟随创新”的创新方式，被形容为“等竞争对手出现，马上复制，然后赶超”。理论上讲，技术所有的独特用途都是可以复制的。随着技术复制周期越来越短，对新技术的早期投资能真正得到回报的可能性越来越低了，因而，巨大的研发投资，也就是所谓的领先创新，并不一定会为自己带来优势。“只有当风险比较低时，创新才可以获得回报。”这种看法已获得多数人的认同。

3. 集成创新

集成创新是利用各种信息技术、管理技术与工具等，对各个创新要素和创新内容进行选择、集成和优化，形成优势互补的有机整体的动态创新过程。“苹果”现象就是集成创新的典范，一部苹果手机 = 手机 + 电脑 + DV + MP3 + PSP + ……