

创业基础

◎ 主 编 李 燕



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

创业基础

主 编 李 燕

副主编 朱芳阳 乔鹏亮 张新美

刘少坤 黄桂媛 黄伟新

占金刚



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书遵循教育部2012年8月初颁布的《普通本科学校创业教育教学基本要求》中的“创业基础”教学大纲(试行),系统地阐述了开展创业活动所需要的基本知识,包括创业的基础知识和基本理论、创业的基本流程和基本方法、创业的法律法规和相关政策,同时让学生在虚拟商业社会中完成企业注册、创建、运营、管理等所有环节。通过本课程的学习,可以激发学生的创业意识,增强学生的社会责任感,促进学生全面发展,提升学生的就业与创业能力。

本书可作为高等院校创业教育课程教材,也可作为正在创业或者准备创业人士以及相关研究、管理人员的参考用书,还可作为大学生创业计划大赛和各种创业培训项目的培训教材。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

创业基础/李燕主编. —北京:北京理工大学出版社, 2018. 1

ISBN 978 - 7 - 5682 - 5203 - 4

I. ①创… II. ①李… III. ①大学生 - 创业 - 高等学校 - 教材 IV. ①G647. 38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 009352 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京紫瑞利印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 12

字 数 / 282 千字

版 次 / 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 54.00 元

责任编辑 / 陆世立

文案编辑 / 赵 轩

责任校对 / 黄拾三

责任印制 / 施胜娟

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

2016年5月国务院办公厅印发了《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》和《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》(以下简称《意见》),教育部为了积极落实《意见》,在各高校积极提倡“大众创业、万众创新”精神,并组织开展相关培训、实践等活动,掀起了一股“大众创业、万众创新”的浪潮。

21世纪是创业的时代,时代呼唤创业精神。创业教育的目的不是教大学生如何开公司,而是为了让大学生拥有创业精神、创新意识和创业能力。面对大学生目前就业难的形势和创业与生俱来的风险性这样的双重背景,加强对高校大学生的创业教育势在必行。希望本书可以给读者带来创业精神的思考,使读者认识到创新意识的巨大力量,并在培养和提升自身创业能力上有所助益。

本书根据教育部“创业基础”课程大纲(试行)要求编写而成,系统地阐述了开展创业活动所需要的基本知识,包括创业的基础知识和基本理论,创业的基本流程和基本方法,创业的法律法规和相关政策,同时让学生在虚拟商业社会中完成企业注册、创建、运营、管理等所有环节。通过本课程的学习,可以激发学生的创业意识,增强学生的社会责任感,促进学生全面发展,提升学生的就业与创业能力。

本书在编写过程中,参考借鉴了大量同仁的研究成果,并广泛参阅了近年国内外创业领域的研究成果,在此表示深深的感谢。

由于编写时间仓促,加之编者水平有限,书中不足之处在所难免,敬请广大读者批评指正,并提出宝贵意见,以便我们更好地修订和完善。

目 录

第1章 创业思考与行动	(1)
1.1 感知创业意义	(2)
1.1.1 大学生创业	(2)
1.1.2 大学生创业的意义	(3)
1.1.3 大学生职业生涯与创业就业的关系	(3)
1.2 感知创业内涵	(5)
1.2.1 创业的概念	(5)
1.2.2 创业概念的内涵	(5)
1.2.3 创业者及其分类	(5)
1.3 感知创业方法	(7)
1.3.1 创业方法与步骤	(7)
1.3.2 创业时应特别注意的问题	(9)
第2章 认知创业素质	(13)
2.1 创业意愿	(15)
2.1.1 创业意愿的含义	(15)
2.1.2 影响创业意愿的因素	(15)
2.2 创业特质	(15)
2.2.1 创业特质的定义	(15)
2.2.2 创业特质的构成	(16)
2.3 创业精神	(17)
2.3.1 创业精神的定义	(17)
2.3.2 创业精神的核心维度	(17)
2.3.3 创业精神的衡量	(19)
2.3.4 创业者如何弘扬创业精神	(19)

2.4 创业知识	(20)
2.4.1 创业知识的含义及类型	(20)
2.4.2 创业知识的获取	(20)
2.5 创业能力	(23)
2.5.1 创业能力的内涵	(23)
2.5.2 创业能力的维度	(23)
第3章 创业项目选择	(29)
3.1 项目提出	(30)
3.1.1 创业机会的基本概念	(32)
3.1.2 创业机会的来源与时机	(32)
3.1.3 创业机会的发现	(32)
3.2 项目分类	(34)
3.2.1 基于创业初始条件的分类	(34)
3.2.2 基于价值创造的分类	(35)
3.2.3 基于创业效果的分类	(36)
3.2.4 基于创业主体的分类	(36)
3.3 项目选择	(37)
3.3.1 创业项目分类	(37)
3.3.2 在市场中寻找创业项目	(38)
第4章 创业团队组建	(41)
4.1 团队组建	(42)
4.1.1 创业团队的内涵及其重要性	(42)
4.1.2 创业团队的优劣势	(42)
4.1.3 创业团队成员及其职责	(44)
4.1.4 组建创业团队的策略	(46)
4.1.5 创业团队的管理技巧和策略	(49)
4.2 团队文化设计	(51)
4.2.1 团队文化设计的定义	(51)
4.2.2 团队文化管理的三个原则	(52)
4.2.3 团队文化设计的意义	(52)
4.2.4 如何设计企业团队文化	(52)
第5章 创业项目分析	(55)
5.1 创业项目的宏观市场环境分析	(57)
5.1.1 人口环境	(57)
5.1.2 经济环境	(57)

5.1.3	自然环境	(57)
5.1.4	技术环境	(57)
5.1.5	政治和法律环境	(57)
5.1.6	社会和文化环境	(58)
5.2	创业项目吸引力分析	(58)
5.2.1	供应商的议价能力	(59)
5.2.2	购买者的议价能力	(59)
5.2.3	潜在竞争者进入的能力	(59)
5.2.4	替代品的替代能力	(60)
5.2.5	行业现有竞争者的竞争能力	(60)
5.3	创业项目微观分析	(61)
5.3.1	供应商分析	(62)
5.3.2	企业内部分析	(62)
5.3.3	营销中介分析	(63)
5.3.4	顾客分析	(63)
5.3.5	社会公众分析	(64)
5.3.6	竞争者分析	(64)
第6章	市场调研	(68)
6.1	市场调研概述	(69)
6.1.1	市场调查的功能与作用	(69)
6.1.2	市场调查的内容	(69)
6.1.3	市场调查的方法	(71)
6.1.4	市场调查的步骤	(72)
6.2	设计调查问卷	(73)
6.2.1	调查问卷的设计原则	(73)
6.2.2	调查问卷的结构	(74)
6.2.3	调查问卷设计的基本要求和步骤	(74)
6.3	调查问卷分析	(75)
6.3.1	调查数据的整理	(75)
6.3.2	调查数据的研究分析	(76)
第7章	产品开发与设计	(78)
7.1	产品创新	(78)
7.1.1	产品创新的内涵	(79)
7.1.2	产品创新的类型	(79)
7.1.3	产品创新的基本模式	(79)
7.1.4	产品创新与发明的区别	(80)

7.2 产品开发	(81)
7.2.1 产品开发的内涵	(81)
7.2.2 产品开发的影响因素	(81)
7.2.3 产品开发的基本流程	(81)
7.3 产品设计	(82)
7.3.1 产品设计的概念	(82)
7.3.2 产品设计的要求	(83)
7.3.3 产品设计的流程	(84)
7.3.4 产品设计的方法	(84)
7.4 知识产权	(85)
7.4.1 知识产权的概念	(85)
7.4.2 知识产权的分类	(86)
7.4.3 知识产权保护	(86)
第8章 商业模式设计	(88)
8.1 商业模式概述	(88)
8.1.1 商业模式的概念	(89)
8.1.2 商业模式的构成要素	(89)
8.1.3 商业模式的基本特征	(89)
8.2 商业模式类型	(90)
8.2.1 多边平台式商业模式	(90)
8.2.2 长尾式商业模式	(91)
8.2.3 免费式商业模式	(92)
8.2.4 非绑定式商业模式	(92)
8.3 商业模式设计方法与工具	(93)
8.3.1 商业模式设计的核心原则	(93)
8.3.2 商业模式设计的基本方法	(94)
8.3.3 商业模式设计工具——商业模式画布	(97)
第9章 市场营销	(100)
9.1 市场营销概述	(102)
9.1.1 市场营销的概念	(102)
9.1.2 市场营销的研究内容	(102)
9.1.3 市场营销的策略与方法	(103)
9.1.4 市场营销的重要性	(105)
9.2 市场营销策划方案	(105)
9.2.1 营销策划方案的概念	(105)
9.2.2 营销策划方案的具体内容	(105)

9.2.3	营销策划方案结构框架	(105)
9.2.4	营销策划方案撰写步骤	(106)
9.2.5	营销策划方案撰写技巧	(106)
第10章	创业融资	(111)
10.1	创业融资财务报表与指标	(113)
10.1.1	利润表	(113)
10.1.2	净现金流量	(114)
10.1.3	投资回收期	(115)
10.1.4	净现值	(115)
10.1.5	投资收益率	(116)
10.2	商业计划书	(116)
10.2.1	撰写商业计划书的注意事项	(116)
10.2.2	撰写商业计划书的一般步骤	(117)
10.3	创业融资路演案例	(120)
10.3.1	关于路演 PPT	(121)
10.3.2	关于路演视频	(122)
10.3.3	融资路演的方法与技巧	(122)
第11章	创业实训	(126)
11.1	创业测评	(126)
11.1.1	测评内容	(128)
11.1.2	测评注意事项	(128)
11.1.3	测评步骤	(129)
11.1.4	创业素质模拟测评	(129)
11.2	创业计划书	(137)
11.2.1	创业计划书概述	(137)
11.2.2	创业计划书的基本内容	(138)
11.2.3	撰写创业计划书的基本准则	(142)
11.2.4	创业计划书的编写	(144)
11.2.5	创业计划书的范例	(146)
11.3	创业准备	(150)
11.3.1	实训内容	(151)
11.3.2	实训步骤	(151)
11.3.3	实训报告	(158)
11.4	创业管理	(159)
11.4.1	企业管理相关知识	(160)
11.4.2	初创企业生产管理	(163)

11.4.3 企业模拟运营	(167)
11.4.4 企业管理模拟实训	(170)
11.4.5 查询分析功能操作指南	(177)
11.4.6 实训报告	(180)
参考文献	(181)

创业思考与行动

★学习目标

1. 掌握创业对学生职业生涯的重要性。
2. 熟知创业的定义与内涵。
3. 了解创业的一般过程。

★导入案例

创业英雄谱

(一)

1995年4月，马云成立“海博网络”，并启动了中国黄页项目，不到三年，获利500万元。

1997年，马云和他的团队在北京开发了外经贸部官方网站、网上中国商品交易市场、中国招商、网上广交会和中国外经贸等一系列国家级网站。

1999年3月，马云以50万元人民币开发阿里巴巴网站，并意识到互联网产业界应重视和优先发展企业与企业间电子商务(B2B)。

1999年10月和2000年1月，阿里巴巴两次共获得国际风险资金2500万美元，随后马云全力开拓国际市场，培育国内电子商务市场，为国内中小企业迎接“入世”挑战构建一个完善的电子商务平台。

(二)

1991年李彦宏毕业于北京大学信息管理专业，后获美国布法罗纽约州立大学计算机科学硕士学位。

1999年底，李彦宏回国创办百度。目前百度已经成为中国人最常使用的中文网站、全球最大的中文搜索引擎和全球最大的中文网站。

2005年8月,百度在美国纳斯达克成功上市,成为全球资本市场最受关注的上市公司之一,也是首家进入纳斯达克成分股的中国公司。

截至2008年,百度成为全球跨国公司最多寻求合作的中国公司。

(三)

1995年王传福与表哥吕向阳一起创立比亚迪,1996年即取代三洋成为台湾无绳电话制造商大霸的电池供应商。

1997年王传福开始了镍氢电池的研发,2000年开始锂电池的研发,并成为摩托罗拉的第一个中国锂电池供应商。

2003年8月比亚迪与西安高新技术产业开发区、陕西省投资集团签订合资组建比亚迪电动汽车生产线合同,投资20亿元人民币。

2004年1月,深圳市200辆比亚迪制造的锂离子纯电动汽车投入出租运营,成为全国第一家电动车示范区,真正实现尾气零排放。

2006年,比亚迪电动车正式开始商业运营。

(四)

16岁时陈欧留学新加坡南洋理工大学。大学期间,创办在线游戏平台 Garena。

26岁时获得美国斯坦福大学 MBA 学位,同时卖掉了 Garena 股权,毕业后第3天回国创业。

彼时,“百团大战”狼烟四起,陈欧把目光锁定在了当时的冷门垂直领域——化妆品团购。

最初,聚美优品采用每日一件产品的团购,后来由每日一件改为每日多件。同时,采用买断模式,并注重采购、物流、仓库等提升用户体验的元素。

2011年3月,聚美优品获得红杉资本千万美元级别投资。

2011年5月,聚美优品转型成 B2C 网站,产品线仍集中在美妆领域。7月聚美优品商城频道上线,是从团购转型化妆品 B2C 的标志。

案例思考:以上四个创业案例给了你什么启示?

1.1 感知创业意义

1.1.1 大学生创业

随着我国“大众创业、万众创新”浪潮的掀起,大学生的创新、创业的意识也被唤醒。大学生是创业者中极具潜力的群体,年轻而富有活力,具有较为丰富的知识储备,富有想象力和创造力,并拥有不甘落后、勇于挑战的信念,逐渐成为创业大军中的生力军。

大学生是指我国全日制在校大学生,包括专科生、本科生、硕士研究生和博士研究生。大学生创业是指大学生结合自身的专业知识和较强的创新能力,通过资源和生产要素的整合,创办企业、创造产品、提供服务,实现企业的经济价值、社会价值和自身价值的实践过

程。大学生自主创业是指大学生毕业后不通过传统的就业渠道谋取职业，而是依靠自身掌握的资源，通过独立或与他人合伙开办公司、创办企业等形式开展自己的事业。

1.1.2 大学生创业的意义

首先，有利于缓解大学生就业压力。大学生参与创业有利于解决大学生就业难的问题。当前，大学生的就业观念正在悄悄地发生改变，一个鼓励创业、保护创业、崇拜创业的大环境正在逐步形成。原先由政府包揽的就业和创业活动逐渐被市场取代，产业结构调整带来的巨大创业机会以及政府出台“双创”的号召，促使大学生创业潜流涌动，通过自主创业活动来增加就业岗位，以缓解社会的就业压力。

其次，有利于大学生实现自我价值，满足自我精神追求。大学毕业生通过自主创业，可以把自己的兴趣与职业紧密结合，做自己认为最值得做的事情，最大限度地发挥自己的才能。当前社会鼓励大学生创业，虽然出发点在于化解就业难，但从大学生自身来说，其创业的主要原动力则在于实现自我价值及满足自我的精神追求。

最后，有利于培养大学生的创新精神。创新是一个民族的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力。大学生作为中国最具活力的群体，积极参与创新创业活动，有利于培养开拓创新的精神，把就业压力转化为创业动力。中国的未来在于大学生，中华民族的精神永恒则在于大学生旺盛的创造力与创新追求。

1.1.3 大学生职业生涯与创业就业的关系

大学生职业生涯与创业就业的关系如图 1-1 所示。

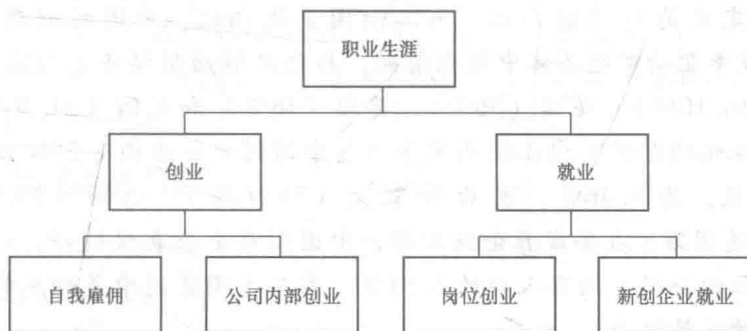


图 1-1 大学生职业生涯与创业就业的关系

★ 知识链接

全球创业观察

根据清华经管学院中国创业研究中心发布的《全球创业观察 2015/2016 中国报告》，中国创业活动的主体是青年，占创业者总体比例的 41.67%，创业动机以机会型创业为主，64.29% 的创业者为机会型创业者。

报告显示，中国创业活动在二十国集团中处于比较活跃的状态。中国早期创业活动指数为 12.84%，比大多数创新驱动国家，如美国（11.88%）、英国（6.93%）、德国（4.70%）和日本（3.83%）更活跃。中国创业活动的主体是青年，占创业者总体比

例的41.67%，创业动机以机会型创业为主，64.29%的创业者为机会型创业者，与十年前（53.2%，2005）和五年前（57.47%，2010）相比，机会型创业者的比重不断提高。

报告显示，中国创业活动主要集中在客户服务业，高附加值产业创业比例较低。中国客户服务业（如批发、零售等）创业比例占有所有行业的69.79%，而高附加值的商业服务业（如信息通信、金融、专业服务等）创业比例为8.2%。发达国家的商业服务业创业比例更高，如英国（35.49%）、美国（32.79%）、法国（31.42%）、德国（26.89%）。

报告显示，二十国集团中创新驱动经济体的创业企业更容易成长为成熟企业。中国早期创业（不超过42个月的企业）比率为12.84%，而已有企业（运营超过42个月的企业）比率为3.12%。创新驱动国家这两个数值更为接近，日本（早期创业率3.83%，已有企业率7.18%）和德国（早期创业率4.70%，已有企业率4.82%）的已有企业比率高于早期创业比率。

报告显示，中国创业生态环境总体表现良好。创业生态环境在市场开放程度和政府政策方面表现较为突出，但商务环境和教育培训等方面亟须改善。与去年相比，政府政策方面得分显著提高，金融支持和政府项目方面有所提升，这些改进与国家大众创业、万众创新的政策实施有直接关系。具体而言，中国在银行贷款、政府扶持创业项目数量、中小学创业教育、中小企业新技术获取、专业的商业金融服务和市场进入壁垒等方面表现较差，需要大力改善。

报告显示，中国创业活动的创新能力和国际导向有待提高，创业带动就业能力较好。该报告将顾客认为创业企业提供的产品或服务是新颖的且企业在市场上没有或只有较少竞争对手的企业定义为创新型企业。与二十国集团相比，中国的创新型企业比例为（25.80%），在效率驱动型经济体中排在前列，与创新驱动型经济体相比还有一定差距，落后于加拿大（36.10%）、美国（36%）、英国（36%）和德国（34.20%）。我国创业企业的产品在全球化的背景下仍需提高竞争力。中国创业企业拥有25%以上海外客户的比例也相对较低，为5.46%，落后加拿大（27.93%）、德国（25.13%）和美国（11.67%）等发达国家。在高成长企业方面，中国创业企业表现较好，5年内能创造20个及以上就业岗位的公司占调查人口的3.51%，在二十国集团中是领先的，创业带动就业方面具有很大的发展潜力。

二十国集团创业调查数据显示，创业数量和质量负相关，创业活动活跃的国家，其产品和市场创新能力相对较差。中国创业既要重视数量，更要重视质量。我国创业企业中应用新技术的比例近年来有所提高，在效率驱动型经济体中处于前列，但技术创业的比例仍然较低，明显低于创新驱动型经济体。

中国创业者资金来源于自有资金（比例为91.3%），主要渠道是家庭、银行和朋友，银行贷款、风险投资、政府项目和众筹也是创业资金的来源，但比例仍然低于大多数创新驱动型经济体。中国创业者创办企业平均所需资金为16 263美元（约合人民币11.3万元），美国为17 500美元（约合人民币12.2万元）。机会型创业者所需资金高于生存型创业者。高成长、有创新性和具有国际导向的创业企业需要的资金也相对更多。

1.2 感知创业内涵

1.2.1 创业的概念

关于创业的概念,目前主要有以下几种学说。

- (1) 机会价值说。创业是识别并捕捉商业机会,从而实现潜在价值及创造价值的过程。
- (2) 核心要素说。创业是通过利用人力、资本、机会、资源等要素来进行经营管理的活动。
- (3) 财富目的说。创业是通过开展商业活动进行有偿经营而实现盈利目的的经济活动。
- (4) 风险管理说。创业是一种高风险的创新活动,因此要合理地进行风险防范和管理,从而规避和化解风险。

- (5) 组织创新说。创业是创建新企业、新团队,并通过组织创新而实现新业务的过程。

《辞海》和《现代汉语词典》中对“创业”这个名词的解释都简单明了,分别是“创立基业”和“创办事业”。在英文中,“venture”和“entrepreneurship”都可以表示创业,前者的原意是风险,后者的原意为企业精神,两者都不是创业的意思,而创业的意思是随着时代发展不断延伸扩充而来的,而企业精神和风险也恰恰是创业不可或缺的因素。

根据杰夫里·提蒙斯(Jeffrey A. Timmons)所著的创业教育领域的经典教科书《创业创造》的定义:创业是一种思考、推理结合运气的行为方式,它为运气带来的机会所驱动,需要在方法上全盘考虑并拥有和谐的领导能力。

目前,对于“创业”概念的界定,国内外学术界学者们见仁见智。国内普遍认同复旦大学郁义鸿教授等人的定义:创业是一个发现和捕捉机会并由此创造出新颖的产品、服务或实现其潜在价值的过程。

1.2.2 创业概念的内涵

- (1) 创业的本意在于对机会的捕捉利用不受当前资源条件的限制,代表一种以创新为基础的做事方式与思考方式。

- (2) 创业需要发掘机会,并组织资源建立新公司或开展新事业,进而提供市场新的价值。

- (3) 创业活动突出表现在机会导向、创新的强度、创造价值的程度以及对社会的贡献方面。

创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对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。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、器物作业的思考、推理和判断的行为。作为一个商业领域,创业致力于发现和创造新事物(新产品、新市场、新生产过程或组织现有技术的新方法)。

1.2.3 创业者及其分类

在欧美学术界和企业界,创业者被定义为组织、管理一个生意或企业并承担其风险的

人。创业者的对应英文单词是 entrepreneur。entrepreneur 有两个基本含义：一是指企业家，即在现有企业中负责经营和决策的领导人；二是指创始人，通常理解为即将创办新企业或者刚刚创办新企业的领导人。熊彼特被认为是最早提出创业者概念的学者。他认为，创业者总是尝试着通过创造与发明进行产品革新，或利用新技术生产新产品，对旧产品采用新生产方式，创业者必须具备一定的能力倾向。

随着经济的发展，投身创业的人越来越多。《科学投资》的调查研究表明，国内创业者基本可以分成以下类型：

1. 生存型创业者

生存型创业者大多为下岗工人，失去土地或因为种种原因不愿困守乡村的农民，以及刚刚毕业找不到工作的大学生。这是中国数量最大的创业人群。清华大学的调查报告指出，这一类型的创业者占中国创业者总数的 90%。其中许多人是被“逼上梁山”，为了谋生混口饭吃。

一般创业范围均局限于商业贸易，少量从事实业，即使从事实业也基本是小型的加工业。当然，其中也有因为机遇成长为大中型企业的，但数量极少。如今这个时代，用句俗话说就是狼多肉少，仅想依靠机遇成就大业，早已是不切实际的幻想了。

2. 主动型创业者

主动型创业者又可以分为两种，一种是盲动型创业者，一种是冷静型创业者。盲动型创业者大多极为自信，做事冲动。这种类型的创业者，大多是博彩爱好者，喜欢买彩票，喜欢赌，而不太喜欢检讨成功概率。这样的创业者很容易失败，但一旦成功，往往能成就一番大事业。冷静型创业者是创业者中的精华，其特点是谋定而后动，不打无准备之仗，或是掌握资源，或是拥有技术，一旦行动，成功概率通常很高。

3. 赚钱型创业者

赚钱型创业者除了赚钱，没有什么明确的目标。他们就是喜欢创业，喜欢做老板的感觉。他们不计较自己能做什么，会做什么。他们可能今天做的事和明天做的事完全不相干。甚至其中有一些人，连对赚钱都没有明显的兴趣，也从来不考虑自己创业的成败得失。奇怪的是，这一类创业者中赚钱的并不少，创业失败的概率也并不比那些兢兢业业、勤勤恳恳的创业者高。而且，这类创业者大多过得很快乐。

4. 创意创新创业型创业者

创意创新创业模式对创业者的个人素质要求很高，创业成功往往形成独角兽企业，有时形成新的业态。创业者首先要处理好创意、创新、创业三者的关系：常规思维及创新思维产生创意，创意是创新的基础，创意是创业的动力源之一，创新与创业的结合形成新的生产方式，良好的创新创业氛围更易激发人们的创意，创意创新创业完美组合的链条是推动各业发展、社会繁荣的重要源泉；其次是能够配置资源。

5. 迭代创业型创业者

互联网时代认知迭代、产品迭代、组织迭代、营销迭代，造就了不断迭代的创业模式。互联网迭代创业的认知标准是打造超 IP。企业要在细分市场建立一个高维度富有想象力的认知，让大市场明白你到底是什么，让用户知道你是先进的还是落后的，你的认知能力是否提升到可以布局未来。认知迭代就是企业 IP 面向未来的旗帜。

★应用案例

博弈游戏

游戏内容：现在每个人有100元现金，如果你认为你有把握在与其他人的博弈中获胜，那么你就去说服其他人，把钱投资给你。当钱在500元以上，则可以获得对赌资格。在博弈期间，如果你赢了，所有给你投资的人包括你自己，金钱翻一倍；如果输了，你及你的投资人将倾家荡产。你可以选择将钱投资给你信任的人，或者你可以选择不投资。

游戏规则：一副扑克牌，两人以猜拳的方式决定谁先拿牌，每次只能拿1~4张牌，谁拿到了最后一张牌，谁就输。

游戏示意图如图1-2所示。



图 1-2 博弈游戏示意图

案例思考：

1. 通过博弈游戏，感受什么是创业资源，如何进行资本融资，如何进行产品设计。
2. 通过博弈游戏，思考有哪些创业方法。

1.3 感知创业方法

1.3.1 创业方法与步骤

1. 选择行业

人人都可以创业，但是，并不是人人都可以创业成功。其间有着许许多多成功创业的小秘诀，而这些秘诀并非都来自创业成功个案的经验，很多是从失败的例子中反省、领悟而来。综合这些经验之谈，创业者首先必须做的便是决定要从事哪一种行业，哪一类项目。创