



高职高专“十三五”创新创业规划教材

大学生 创业基础

DAXUESHENG CHUANGYE JICHU



延凤宇 孙艳丽 © 主 编

王 慧 王 玮 商 巍 © 副主编

国家行政学院出版社

高职高专“十三五”创新创业规划教材

大学生创业基础

主 编 延凤宇 孙艳丽

副主编 王 慧 王 玮 商 巍

国家行政学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

大学生创业基础 / 延凤宇, 孙艳丽主编. -- 北京 :
国家行政学院出版社, 2017.2
ISBN 978-7-5150-1933-8

I. ①大… II. ①延… ②孙… III. ①大学生—创业—
—高等职业教育—教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 034796 号

书 名 大学生创业基础
作 者 延凤宇 孙艳丽
责任编辑 杨逢仪
出版发行 国家行政学院出版社
(北京海淀区长春桥路 6 号 100089)
电 话 (010) 68920640 68929037
编 辑 部 (010) 68928761 68929009
网 址 <http://cbs.nsa.gov.cn>
经 销 新华书店
印 刷 北京长阳汇文印刷厂
版 次 2017 年 2 月第 1 版
印 次 2017 年 2 月第 1 次印刷
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 19.5
字 数 462 千字
书 号 ISBN 978-7-5150-1933-8
定 价 38.00 元

前 言

/ FOREWORD /

我们正处在一个“大众创业、万众创新”的时代。创业的核心是创业者，高校创业教育担负着培养高层次创业人才的责任。2012年8月3日，教育部颁发了《普通本科学校创业教育教学基本要求（试行）》，并提出“在普通高等学校开展创业教育，是服务国家加快转变经济发展方式、建设创新型国家和人力资源强国的战略举措，是深化高等教育教学改革、提高人才培养质量、促进大学生全面发展的重要途径，是落实以创业带动就业，促进高校毕业生充分就业的重要措施”。这标志着我国大学生创业教育课程建设进入了有明确规范可依的发展阶段。近年来，在教育部和高校、社会各界的推动下，我国高校的创业教育已卓有成效：大学生的创业意愿日渐高涨，大学生创业者不断涌现，大学生新创企业数量也愈来愈多，并且涉及的创业领域和行业更加广泛。

著名管理学家德鲁克曾经指出，目前世界的经济已由“管理型经济”转变为“创业型经济”，可以预见，在不久的将来，一个蓬勃发展的创业时代即将来临，创业型经济在未来社会经济发展中将占有非常重要的地位，创业教育也将成为我国高等教育的一个重要领域。

本教材以教育部《创业基础》课程大纲为指导，结合高职院校的教学特点，以创业知识为基础、创业能力为关键、创业精神为核心，突出强调转变学生思维方式，提高学生创业意识，增强学生创业能力的高职教育理念而建构。

全书共分为六个模块，包括创业、创业精神与人生发展，创业者与创业团队，创业机会与创业风险，创业资源，创业计划以及新企业开办。在编写体例和学习设计上，遵从教、学、做一体化的思路，以知识梳理归纳学习要点，以课堂任务启发思维创新归因理论分析，以实训项目掌握创业基本流程和基本方法，并为此设置了案例分享、拓展阅读、知识加油站、素质测评、课堂任务和思考与训练等板块。

本书由延凤宇、孙艳丽担任主编，王慧、王玮、商巍担任副主编。延凤宇、孙艳丽负责全书结构设计，书稿完成后，由延凤宇负责统筹定稿。各模块编写分工是：延凤宇、王玮、孙艳丽负责模块一“创业、创业精神与人生发展”编写；延凤宇、商巍负责模块二“创业者与创业团队”编写；孙艳丽负责模块三“创业机会与创业风险”编写；王慧负责模块四“创业资源”编写；王玮负责模块五“创业计划”编写；商巍负责第六模块“新企业开办”编写。

本书的编写过程中，参考、引用了许多专家、学者和培训机构的研究成果、文献资料及优秀教材，借鉴和吸收了许多理论和观点，在此我们表示衷心的感谢！

由于本书编写时间较为仓促，加之编者水平有限，疏漏和不当之处敬请读者批评、指正，以便我们进一步修改完善。

编者

2017年1月

目 录

/ Contents /

模块一 创业、创业精神与人生发展	1
学习单元一 创业与创业精神	1
一、创业的定义与功能	2
二、创业的要素与类型	4
三、创业的过程与阶段	11
四、创业精神与发展的关系	15
学习单元二 知识经济发展与创业	25
一、经济转型与创业热潮的关系	26
二、知识经济时代创业活动的功能与意义	32
学习单元三 创业与职业生涯发展	37
一、狭义创业与广义创业	37
二、创新性人才的素质要求	39
三、创业与职业生涯发展的关系	40
模块二 创业者与创业团队	51
学习单元一 创业者	51
一、创业者	52
二、创业者的素质与能力	55
三、创业者的培养	59
学习单元二 创业团队	72
一、创业团队	72
二、创业团队的组建	77



三、创业团队的管理	82
四、创业团队的社会责任	85
模块三 创业机会与创业风险	90
学习单元一 创业机会概述	90
一、创意与创业机会	91
二、创业机会的分类	95
三、创业机会的来源	96
学习单元二 创业机会的识别与评价	102
一、创业机会的识别	102
二、创业机会的评价	111
学习单元三 创业风险的识别与管理	117
一、创业风险的定义和特征	117
二、创业风险的主要类型	119
三、创业风险管理	123
四、创业风险管理策略	126
学习单元四 商业模式开发	131
一、商业模式的定义、特征和核心要素	132
二、商业模式开发过程和工具	135
三、设计商业模式的思路	137
四、商业模式创新	143
模块四 创业资源	151
学习单元一 创业资源概述	151
一、创业资源的内涵	152
二、创业资源的类型	152
三、不同类型创业活动的资源需求	156
四、创业资源与一般商业资源的异同	158
五、专业人才、技术、资金、社会资本在创业中的作用	159
六、影响创业资源获取的因素	159
七、创业资源获取的途径与技能	162
学习单元二 创业融资	167
一、创业融资分析	167
二、创业所需资金的测算	170
三、创业融资渠道	177
四、创业融资的选择策略	183

学习单元三 创业资源管理	189
一、创业资源的识别	190
二、创业资源的开发	190
三、创业资源的创造性利用	195
四、创业资源的整合	197
模块五 创业计划	206
学习单元一 创业计划的准备	206
一、创业计划	207
二、创业计划的内容	210
三、创业计划书的基本结构	211
四、创业计划中的信息收集	215
五、市场调查的内容和方法	219
学习单元二 创业计划书的撰写和展示技巧	233
一、研讨创业构想	234
二、分析创业可能遇到的问题和困难	235
三、凝练创业计划执行概要	236
四、把创业构想变成文字方案	237
五、创业计划书的撰写和展示技巧	248
六、创业计划书常见问题及对策	254
模块六 新企业的开办	262
学习单元一 成立新企业	262
一、选择企业的组织形式	263
二、确定企业名称	268
三、选择创业地址	270
四、企业注册流程	274
五、企业注册相关文件的编写	276
六、注册企业必须考虑的法律与伦理问题	278
七、新企业的社会认同	280
学习单元二 新企业的生存管理	284
一、新企业管理的特殊性	285
二、新企业的管理策略	287
三、新企业的风险控制	291
参考文献	301

模块一 创业、创业精神与人生发展

内容提要

通过对本模块的学习，了解创业的概念、创业与创业精神的关系、创业与人生发展的关系，及创业和创业精神在当今时代背景下的意义和价值，正确认识并理性对待创业。

学习重点与难点

【重点】创业概念、创业精神和创业能力。

【难点】创业与人生发展的关系。

学习单元一 创业与创业精神



学习目标与要求

通过本学习单元的学习，学生应达到如下要求：

1. 了解创业的概念、要素和类型。
2. 认识创业过程的特征。
3. 掌握创业和创业精神之间的辩证关系。
4. 强化对创业精神需要培育并可培育的理性认识。



学习知识点

1. 创业是不拘泥于当前资源约束，寻求机会进行价值创造的行为过程。
2. 创业的关键要素包括机会、团队和资源。



3. 创业大致分为机会识别、资源整合、创办新企业、新企业生存和成长四个主要阶段。

4. 创业精神主要表现为勇于创新、敢担风险、团结合作、坚持不懈等。创业精神将在新时期发挥更大的作用,有利于加快转变经济发展方式,促进经济社会又好又快发展。



课堂寄语

创业就应该是做一件天塌下来都能够赚钱的事情。

——李嘉诚



知识梳理

2013年11月8日,习近平总书记在致2013年全球创业周中国站活动组委会的贺信中指出:“青年是国家和民族的希望,创新是社会进步的灵魂,创业是推动经济社会发展、改善民生的重要途径。青年学生富有想象力和创造力,是创新创业的有生力量。希望广大青年学生把自己的人生追求同国家发展进步、人民伟大实践紧密结合起来,刻苦学习,脚踏实地,锐意进取,在创新创业中展示才华、服务社会。”“你们这次活动,以‘创业梦、中国梦’为主题,传播创业文化,分享创业经验,弘扬创业精神,有利于激励更多青年特别是青年学生开启创业理想、开展创业活动,为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献力量。”他希望“全社会都要重视和支持青年创新创业,提供更有利的条件,搭建更广阔的舞台,让广大青年在创新创业中焕发出更加夺目的青春光彩。”

一、创业的定义与功能

(一) 创业的定义

关于创业,不同的学者从不同的角度做出过各种解释。例如,有的学者从创业过程角度定义创业,有的学者从识别机会的能力角度去解释创业,有的学者从企业家个性与心理、创业机会、创建新组织等方面为创业下定义。

综合上述定义和教育部大纲的要求,我们将创业定义为“不拘泥于当前资源约束,寻求机会,进行价值创造的行为过程”。

创业作为一个过程,通常具有三个要点:

第一,创业者“不拘泥于当前资源约束”,主要指创业者不甘于资源供给的现状,努力突破资源束缚,通过资源整合来达到创业目标。创业者在创业初期大都会经历资源缺乏、从无到有的过程。

第二,创业者善于“寻求机会”,主要指创业者在创业前要努力识别商业机会,发现了商业机会,就会有进一步整合资源的动力。因此,寻求机会是产生创业活动的重要一环。

第三,创业者能够“进行价值创造”,主要指创业应该伴随新价值的产生。通常是通过以产品和服务的方式满足消费者,创造商业价值和社会价值。

(二) 创业的功能

目前,创业在世界范围内已经形成一种新的经济形态,这种经济形态突出强调创新创

业对社会经济发展的重要作用，即通过创新和创业发现市场空白，丰富市场供需，引领人们的消费，更好地满足多样性和深层次的需求。

从某种程度上来讲，21世纪已经进入了一个全新的“创业时代”，创业正在改变社会，改变人们的生活。一方面，利用科学技术、思想观念创新的创业活动能够促进物质生产、生活方式的变革；另一方面，创业推动着社会经济的转型和不断升级，进而为整个社会不断提供新鲜的养分，提高整个国家的经济水平，推动经济的增长。正是借助创业型经济的优势，许多发达国家占得了全球市场的先机。

总体来说，创业的功能主要为：

1. 创业具有促进科技进步和繁荣市场的功能

创业往往伴随着新技术、新产品、新工艺、新方法产生，伴随着大量科研成果转化型企业的诞生，因此，创业可以促进技术进步，推动经济结构升级。创办科研成果转化型企业，可以较快促进社会科技进步，促进我国整体科技水平提高和综合国力提升。例如，华为技术有限公司是一家生产销售通信设备的民营通信科技公司，它的产品和解决方案已经应用于全球170多个国家，服务全球运营商50强中的45家及全球1/3的人口。2016年8月25日，全国工商联发布“2016中国民营企业500强”榜单，华为投资控股有限公司以3950.09亿元的年营业收入，成为500强榜首。2016年11月22日，华为首次成为全球利润最高的Android智能机厂商。

目前，我国技术创新水平总体不高，市场开发还不够充分，在国际竞争中优势不大。要改变这种被动状态，就要发展创业型经济，而发展创业型经济的根本，取决于拥有创新创业人才的状况。大学生是社会未来的精英，培养更多的大学生创业者，或者使更多的大学生拥有创新和创业的技能，是我国实现发展创业型经济的最重要途径，将为我国创业型经济发展提供根本性支撑。

2. 创业具有增加就业机会的功能

作为世界第一人口大国，我国有着庞大的就业人群。在我国推进城镇化和经济结构转型升级的过程中，必然伴随着诸多就业矛盾的产生。这些年，我国的就业人数持续增加，就业总量压力不断增大，相当数量的农业富余劳动力需要转移就业。另外，就业的结构性矛盾更加突出：一方面，传统行业出现大批下岗失业人员，许多人再就业困难；另一方面，新兴产业、行业和技术型职业所需素质较高的人员又供不应求，不同地区、不同行业劳动力供求的不平衡性加剧，劳动力素质与岗位需求不能适应的矛盾变得更加突出。

特别是随着高等教育的扩张，大学毕业生的就业问题也日渐突出。据教育部统计，我国应届高校毕业生人数多年持续增长，不断创历史新高，就业形势十分严峻，因此，培育大学生创业精神和创业技能，提倡和鼓励大学生自主创业，能够有效地解决大学生就业问题。实际结果表明：一个大学生的创业成功，往往可以带动几个甚至一批大学生或社会待业人员的就业。如果社会上形成了大学生创业的良好氛围，将会有利于缓解大学毕业生的就业压力。

3. 创业具有调节社会资源配置的功能

创业企业要能够生存并获得持续发展，必须具备一定的竞争力。从行业发展来看，创



业企业的成功将会影响行业已有的经营格局，加剧行业经营的竞争，形成优胜劣汰局面，激发市场的活力，有利于资源向经营良好、效率更高的企业流动，促使社会资源合理配置，产生更高的社会效益。

4. 创业具有帮助创业者实现人生价值的功能

随着社会进步发展，智力已经成为比土地、资金、劳动更有意义的关键性生产要素，知识、技术和管理已成为重要的生产要素并参与增值和分配。创办企业越来越需要创业者具有较高的知识水平和技术能力，因此，创业有利于知识、创新成果的产业化转化，资本借助知识又能发挥更强大的作用，从而推动整个社会生产力水平的提高。拥有专业知识和具有人力资本的大学生更有能力通过创业实现价值创造。大学生借助知识和创意去创建企业的梦想随时都有可能变为现实。创业为每个人创造了发展的机会和增加个人财富的可能性，对许许多多梦想着开创自己事业的人而言，创业不但是一种充分实现自我的机会，更是发挥个人潜能的舞台。例如，阿里巴巴创始人马云于2016年4月成为亚洲新首富；2016年5月，获得2016年新财富500富人榜第三位。

二、创业的元素与类型

(一) 创业的元素

创业的元素包括机会、团队和资源。

创业是一个复杂的系统工程，这个系统由许多相互联系、相互作用的元素构成。那么，在创业中，核心元素包括哪些呢？彼此之间如何作用？不同的学者对此有不同的观点见表1-1。

表1-1 创业核心元素一览表^①

学者	创业元素
加纳	创业者、组织、环境、创业过程
内亚威利和福格尔	机会、创业能力、创业倾向
韦翰	机会、资源、创业者、组织
萨尔曼	机会、人和资源、外部环境、交易行为
蒂蒙斯	机会、资源、团队（创业者）
克里斯蒂安	创业者、新事业的创立、创业流程管理及外部环境网络

在这些观点中，蒂蒙斯的观点最具代表性并易于理解。蒂蒙斯是全球最具影响力的创业学者，有着“创业教育之父”之称，他提出了一个著名的创业元素模型——蒂蒙斯模型

^① 陈高生. 创业核心元素理论模型评述[J]. 中国青年科技, 2007 (12): 49-54; 葛宝山, 王立志, 等. 经典创业模型比较研究[J]. 管理现代化, 2008 (1): 10-12.

(见图1-1)。他提炼出创业的关键要素——机会、资源、创业团队，认为创业是一个高度的动态过程，三大核心要素决定了创业的发展方向。

该模型所表达的创业逻辑在于：在机会的驱使下，创业者在控制有限的资源和组建团队之后，商业计划得以展开。创业者的主要任务就是在动态的创业过程中，努力实现机会、资源和创业团队三个关键要素的匹配和平衡。在创业过程中，由于机会的模糊性、环境的不确定、资本市场的动荡等影响因素，创业的过程充满了各种风险，因此，团队要具备并发挥其创造力、领导力与沟通能力来分析差距，反复调整机会、资源和创业团队三个因素的组合，使之处于动态的平衡状态。

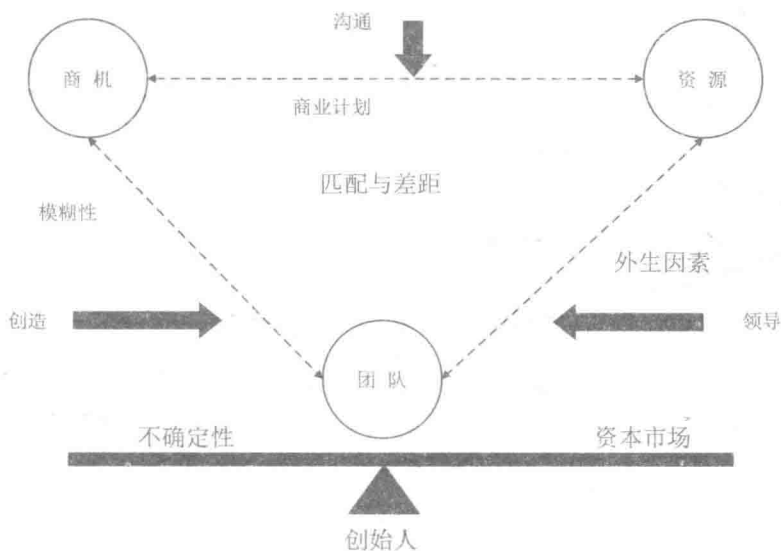


图1-1 蒂蒙斯的“创业要素”模型^①

1. 创业机会

创业机会是指创业者可以利用的商业机会。从创业过程角度来说，机会是创业的起点，创业过程就是围绕着机会进行识别、开发、利用的过程。

2. 创业团队

创业团队指在创业初期（包括企业成立前和成立早期）。创业团队是由一群才能互补、责任共担、愿为共同的创业目标而奋斗的人所组成的特殊群体。

3. 创业资源

创业资源指新创企业在创造价值的过程中需要的特定资产。创业资源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，主要表现为创业人才、创业资本、创业技术和创业管理等。

在创业活动中，这三个要素都是不可或缺的。没有机会，创业活动就成了盲目的行动，很难实际创造价值；机会虽然普遍存在，但如果没有创业团队去识别开发，创业活动也不可能发生；创业团队不仅要会把握合适的机会，还需要资源，否则机会将无法被开发

^① 蒂蒙斯，斯皮内里，创业学[M]，周伟民，吕长春，译，北京：人民邮电出版社，2005：31。



和利用。

（二）创业的类型

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 and 开展创业活动。

1. 机会型创业与生存型创业

基于创业动机的不同，创业分为机会型创业和生存型创业。

2001年，全球创业观察（GEM）报告的撰写者雷若兹等依据创业者的创业动机最先提出了机会型创业和生存型创业的概念，并逐年对其进行丰富。在GEM报告（2003）中雷若兹等人提出，生存型创业是创业者为了生存，没有其他更好的选择而无奈进行的创业，显示出创业的被动性。机会型创业是创业者为抓住现有机会而进行的创业活动，虽然创业者还有其他的选择，但他们由于个体偏好而选择创业，是自动自发地开创自己的事业。

生存型创业往往是创业者受生活所迫、面对现有市场较为被动的选择，由于创业资源贫乏，因此从事的行业门槛较低，以消费者服务业为主。机会型创业则是创业者为追求更大的发展空间，通过发现或创造新的市场机会而进行的创业形态，具有创业起点高、创新性强、对经济发展有积极的影响等特征。两者的比较见表1-2。

表1-2 生存型创业与机会型创业的特征比较^①

创业条件	生存型创业	机会型创业
创业动机	生活所迫	职业选择
成长愿望	满足现状，小富即安	把握机会，做大做强
行业偏好	消费者服务业：零售、餐饮、家政服务 服务等	商业服务业：金融、保险、咨询等
资金状况	以独资为主，缺乏资金	以多种方式融资，资金充足
创业者受教育程度	初等或中等教育，少数高等教育	多数高等教育
创业者承担风险意愿	规避风险	勇于承担风险
创业所处阶段	初始创业阶段	二次创业，连续创业

2. 个体创业与公司创业

根据创业主体不同的分类，创业活动可以分为个体创业和公司创业。

个体创业主要指与原有组织实体不相关的个体或团体的创业行为，而公司创业主要指由已有组织发起的组织的创造、更新与创业活动。个体创业与公司创业同属创业活动，因此具有一些共同的特征，如机会导向、资源整合、价值创造、创新精神等，但是由于资源

^① 赵伊川，马鹤丹，赵宇哲. 创业基础[M]. 大连：东北财经大学出版社，2013.8：16.

禀赋、组织形态、战略目标等方面的不同，两种创业形态在创业的风险承担、成果收获、创业环境、创业成长等方面也有很大的差异见表1-3。

表1-3 个体企业与公司企业的特征比较^①

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

3. 独立创业和合伙创业

基于创业者数量不同的分类，创业活动可分为独立创业和合伙创业。

独立创业是指创业者独立创办自己的企业。其特点在于产权归创业者个人所有，企业由创业者自由掌控，决策迅速，但创业者要独立承担风险，创业资源整合比较困难，并且受个人才能限制。合伙创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. 传统技能型创业、高新技术型创业和知识服务型创业

基于创业项目性质不同的分类，创业活动可分为传统技能型创业、高新技术型创业和知识服务型创业。

① Morris M, Kuratko D. Corporate Entrepreneurship[M]. New York: Harcourt College Publishers, 2002:63.



传统技能型创业是指使用传统技术、工艺的创业项目。比如生产饮料、中药、工艺美术品、服装与食品加工等。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、研究开发性质的新技术、新产品创业项目。知识服务型创业是指为人们提供知识、信息的创业项目。当今社会,各类知识型咨询服务机构不断细化和增加,这类项目中有不少投资快、见效快、市场前景广阔。

5. 依附型创业、尾随型创业、独创型创业和对抗型创业

基于创业方向或风险不同的分类,创业活动可分为依附型创业、尾随型创业、独创型创业和对抗型创业。

依附型创业可以是依附于大企业和产业链而生存,在产业链中确定自己的角色,为大企业提供配套服务,也可以是特许经营权的使用,如利用某些品牌效应和成熟的经营管理模式进行创业。尾随型创业指模仿他人所开办的企业和经营项目,一般是行业内已经有许多同类企业,创业者尾随他人,学着别人做。独创型创业是指提供的产品和服务能够填补市场空白,大到商品完全独创,小到商品的某个技术独创。对抗型创业是指进入其他企业已形成垄断地位的某个市场,与之对抗较量。如针对20世纪90年代初外商在中国市场上大量销售合成饲料的局面,希望集团建立了西南最大的饲料研究所,定位于与外国饲料争市场,最终取得了成功。

6. 产品创新的创业、基于营销模式创新的创业和基于组织管理体系创新的创业

基于创新内容不同的分类,创业活动可分为基于产品创新的创业、基于营销模式创新的创业和基于组织管理体系创新的创业。

基于产品创新的创业是指基于技术创新或工艺创新的成果,产生了新的消费者群体,从而导致创业行为的发生。基于营销模式创新的创业是指采取了一种有别于其他厂商的市场营销模式,因而可能给消费者带来更高的满足感。基于管理体系创新的创业是指采取一种有别于其他厂商的企业组织管理体系,因而能更有效地实现产品的商业化和产业化。

7. 创建新企业和企业内创业

基于创业起点的不同,创业活动可分为创建新企业和企业内创业。

创建新企业是指创业者或团队从无到有地创建全新的企业组织。这个过程充满机遇,但风险和难度也很大。企业内创业是指在以后公司或企业内进行创新创建的过程。例如,企业流程再造。正是通过二次、三次乃至连续不断地创新创业,企业的生命周期才能不断地在循环中延伸。



案例分享

故宫淘宝

2016年7月,一个《穿越时空来看你》的H5火爆朋友圈,一个皇帝从画中走来,唱着Rap,宫女戴着VR,发着QQ表情,刷着朋友圈……这是“腾讯NEXT IDEA×故宫QQ表情创作大赛”的宣传,在这流行的节奏中,一脸萌贱的“皇帝”让全民嗨起来!

其实，我们不是因为这个H5知道故宫的，当然故宫给我们的记忆点却与今天这个会卖萌的皇帝完全不同，权威、庄严、文化、皇家、辉煌等形容词中不会有一个跟“有趣”相关，但是这两年一个“故宫淘宝”让我们眼前一亮，这个“很不故宫”的产物，却成了爆款！

截至2015年12月，故宫博物院共计研发文创产品8683种，包括服饰、陶器、瓷器、书画等系列，产品涉及首饰、钥匙扣、雨伞、箱包、领带等，2015年营业额也超过了10亿元，2015年8月，故宫淘宝在网上促销，第一个小时，1500个手机座宣布售罄，一天内成交1.6万单。目前故宫淘宝的微信公众号，那些有趣的“广告文”也是篇篇“10万+”。

为什么故宫淘宝可以如此火爆？他们是如何打造这个爆款IP的呢？

从品牌、产品到用户，这三角关系之间需要有趣的连接，不同时期的用户在不断变化，对产品喜好、对产品传递信息的认知也有所不同，对故宫淘宝如何火爆，下图将三者关系从“故宫博物院”到“故宫淘宝”进行分析，产品的娱乐化和用户的年轻化是驱动故宫文创产品火爆的核心。

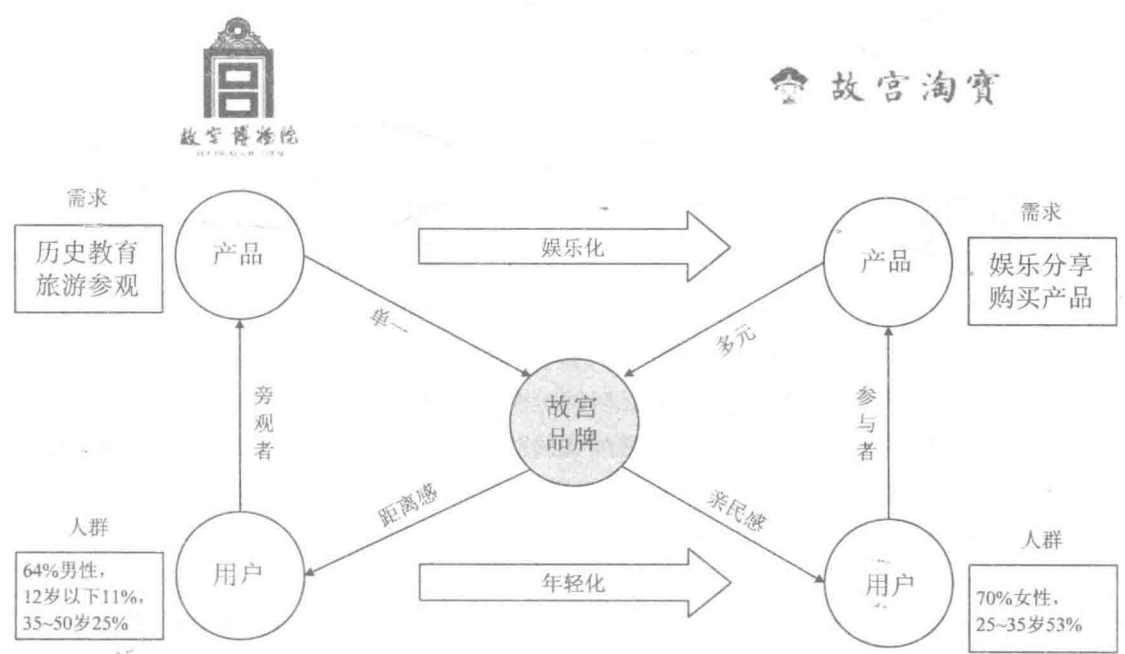


图1-2 故宫品牌分析

具体分析如下：

一、品牌亲民化

故宫是来北京旅游者的必到之处，除了旅游的参观，更多是对故宫历史的教育学习，在游览的背景下，故宫更多传递给用户的都是历史故事，与用户之间形成的连接是有距离感的。然而“故宫淘宝”出现之后这个距离感在迅速缩短，从故宫博物院用户数据中看，12岁以下的青少年是一部分重要人群，在就是25~50岁中间人群是主流，而故宫淘宝，恰恰在中间25~34岁人群非常突出，这部分年轻人正式“85后”“90后”人群，刚刚从事工作，对新鲜事物、热门话题、互联网化语言及潮流产品十分推崇。