



盛世新管理书架  
SS New Management Bookshelf

# 路演

互联网+资本黄金时代  
懂路演者成就未来资本帝国

江远涛◎著

从零开始，解密路演融资，打造  
路演独角兽，成功拿下资本市场！

没有做不好的项目，只有做不好的路演  
没有不会路演的人，只有没做好准备的人

# 中国



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS



盛世新管理书架  
SS New Management Bookshelf

# 路演

互联网+资本黄金时代  
懂路演者成就未来资本帝国

江远涛◎著

# 中国

人民邮电出版社

北京

## 图书在版编目(CIP)数据

路演中国：互联网+资本黄金时代，懂路演者成就未来资本帝国 / 江远涛著. — 北京：人民邮电出版社，2016. 10

(盛世新管理书架)

ISBN 978-7-115-43187-5

I. ①路… II. ①江… III. ①企业管理—销售管理  
IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第172163号

## 内 容 提 要

本书用通俗易懂的语言阐述了路演含义、形成、演变、重要作用、落地策略、实用案例，以及各种不同路演的运作方法，较为系统地论述了路演实况、路演细节和误区，帮助企业以充足准备和顶层设计迎战创意现场，最终让路演落地，高效展示其产品和服务，有效提高营销效率并迅速创造业绩，最终能够帮助企业吸引资本，获得融资。本书适合有各种融资路演需求的中小微企业董事长、总经理、财务总监阅读。

- 
- ◆ 著 江远涛
  - 责任编辑 冯欣
  - 责任印制 彭志环
  - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号  
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
  - ◆ 开本：720×960 1/16  
印张：18.5 2016年10月第1版  
字数：229千字 2016年10月北京第1次印刷

---

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055488 印装质量热线：(010)81055316  
反盗版热线：(010)81055315

## 序言

# 路演不是你想玩就能玩

在“大众创业、万众创新”的时代浪潮里，从来不缺少动听的创业故事。“创业”一词已然成为当下中国人尤其是年轻人的梦想。

实现创业梦，资本无疑是关键一环，而吸引资本则需要路演助力。

在创业故事不绝于耳、创业项目漫天飞舞的当下，投资人凭什么看中你的项目？如何选项目？你的项目对投资方而言有什么“非投不可”的价值？种种项目中的问题、优势或弊端，投资方都能透过路演看清创业的世相、乱象和真相。

如此说来，路演不像拍电影那般，品质参差不齐中掺杂“玩票”性质，往往“雷声大，雨点小”，只是披上了“看上去很美”的华丽外衣。路演绝不是你想玩就能玩的小孩子游戏。想撬动资本市场的杠杆，突破资本大佬心中的“马奇诺防线”，没有较强实力的你很可能满盘皆输，与梦想擦肩。

创业形势利好，路演硝烟四起

2015年7月31日晚，上海市陆家嘴国金中心大厦里就刮起了路演之风。一场由哈佛校友会与哈佛中心联合举办的投融资交流大会拉开了帷幕。

这一天，共有6个创业项目获得了路演机会。根据规定，每个创业项目有



10 分钟介绍时间及 10 分钟投资人提问时间。一秒都不允许超时。

一名年轻的路演者，站在会场中央最低处，饶有兴致地解释自己的创业项目。

言语举止中暴露了他的紧张，他恨不得把自己“笨重”的身体全部塞进西装里。

路演者紧张到有些结巴，他们想创立一个第三方众筹平台，由于团队 CEO 临时有事不能到场，他代为讲解。

路演者不知道，当他说出开场白的一瞬间，台下的投资人就已对他心存疑惑。

10 分钟、15 分钟……主持人反复提醒：“介绍用时过长，投资人提问环节只剩下 5 分钟。”

话音刚落，投资人不断对他发起“猛攻”。

一名投资人问：“你究竟做平台还是做运营，想清楚了没有？”

路演者支支吾吾地表示，商机不等人，有时等想清楚了模式，往往就错过了机会，想不清楚更好。

另一名投资人问：“众筹涉及一些法律问题，弄不好就涉嫌非法集资，这一块你们想过没有？”

路演者彻底招架不住了，竟然这样回答：“坦白说，有些行为可能真的违法……”

短短几分钟里，投资人各种强势“炮轰”，令路演者汗如雨下，现场火药味也越发浓烈。

第二名路演者带来的是一个大学生创业项目，主攻大学生旅游。

路演者以漂亮的 PPT 作为开场，一上台就连发三问。

一问旅行前，需要大量复杂的准备；

二问旅行中，一路盲目地奔波；

三问旅行后，只剩照片来回忆。

而他们的模式，似乎能解决传统旅行的 3 个弊病。

不出意外，这名路演者的介绍也超时，提问环节只剩下 5 分钟。但精明的投

资人依然没有停止“炮轰”，接连问了许多“数学题”，如每次大学生当“导游”的酬劳只有几百元，而网站又不收取任何费用，如何赢利为继？市场的天花板一算即知，一对一的带队模式，一年下来业务量是非常有限的，怎么解决业务量问题？

路演者退场时，至少没有上一位表情那样苍白……

路演环节结束后，也是主办方之一的资深投资人不留情面地这样总结道：

“今天，这6个项目的表现普遍糟糕，大部分严重超时……我还要点名的是大学生组。你们不能一上来就否定其他同行来肯定自己的思路。其他同行不做，或许有一些原因，同行都不是傻瓜。更重要的是，在座的说不定就有一些投资人，正巧投了你们鄙视的那些同行。”<sup>1</sup>

此时，在场嘉宾的目光纷纷投向了第一排座位的一名投资人，这人不好意思地连连挥手致意，全场大笑。

这场会议的组织者之一、投融资的主持人说道：“这6个项目是我们经过精挑细选的，高于市场平均水平，不会有哪个项目特别差。可能每个人在现场的表现会有差异。”

由于对项目感兴趣的投资人甚少，只好让对个别项目感兴趣的投资人，会后再私下找路演者对话。于是，后来会场讨论的主题基本与创业无关。此次交流会准时结束，没拖堂，一秒也没浪费。

唯独几个项目的路演者，白白浪费了大好的商机。

判断一个创业项目是否有投资价值，投资人当然有自己的一套标准。例如，项目能否解决某一个痛点，是否具备核心竞争力，有没有太大的短板，财务、营销、技术、渠道能否面面俱到，总之，哪个方面都不能差。

而这些只是基本公式。

硝烟四起的场面，你若玩不好、玩不转就别去路演现场丢人了。

<sup>1</sup> 来源：哈佛中心上海董事黄晶生会议总结词。



路演，玩不好就只剩丢人现眼

几年前，还没有多少中国人真正懂得路演的含义。大多还停留在“路边演出”“上市之前的圈钱手段”“销售演讲”这一层面，大家更多地认为路演只是靠嘴上功夫。

客观地讲，在2010年以前，我国不乏一些教人锻炼口才的培训课程。企业家熟练掌握演讲技巧就可以练好口才，反复练习、背诵就能成为演说家。路演不同，除了练习和背诵，还要有清晰的头脑和商业逻辑。尤其是企业家，逻辑越清晰，路演就越容易被接受；反之，玩不好就只剩丢人现眼，一片唏嘘。

如今，中国企业要崛起，中国的企业家要走向世界，就有必要像马云、乔布斯那样，不仅成为一名有影响力的企业家，更要成为一名有商业逻辑的路演者。

美国总统奥巴马就职演说，苹果公司每年一度的产品发布大会，无不是成功路演的另一种体现形式。有人说，美国的成功，不如说是每一次路演的成功。从竞选总统到吸引投资，美国人总是活在路演的世界里。

4

其实，中国也需要一大批具备商业逻辑和人文精神的路演者，路演自己的项目，也路演这个时代，成为时代的代言人。

今天，路演也卸下陌生的面具，成为了一个使用频率较高的词。

而这一新型宣传、推广创业项目的模式，也得到了上市公司、投资者、创业者的青睐，引起了企业家的广泛关注和浓厚兴趣。许多路演者开始选择这一方式来宣传、推广企业的产品或项目，时下“路演”正盛行。

经过多年来的渗透、发展与实践，路演让我国的商业环境有了自己独特的气质和性格。

路演不仅被企业和个人成功地移用，其内涵也正渐渐改变和延伸，如其应用领域已经延伸至新闻发布会、电影发布会、产品发布会、产品试用、产品展示、以旧换新、优惠热卖、现场咨询、填表抽奖、有奖问答、礼品派送、文艺表演和游戏比赛等。

摆在眼前的现实问题是，传统的路演模式已满足不了现代企业与个人竞争的需要。

作为一种全新的项目、市场推广手段，我们也应该跟上“大众创业、万众创新”的时代步伐，与时俱进。

为了更好、更系统地论述路演实况，诠释路演细节和误区，以完全的准备和顶层设计迎战创意现场，并以法为道让路演落地，本书应运而生。本书用通俗易懂的语言阐述了路演含义、形成、演变、重要作用、落地策略、实用案例等各种不同路演的运作方法。相信本书将成为决定你社会地位，决定你如何呈现项目价值、自我价值与企业价值的重要法典。

没有做不好的项目，只有做不好的路演。

没有不会路演的人，只有没准备好的人。

当我们信心十足地把创业项目灌注得光鲜照人、汁液饱满，恰恰是因为我们坚信，时光的河流终会涤荡出奔腾而自由的、透亮而瑰丽的本色。

若以正确的方式进行路演，未来一切都将豁然开朗，如月色倾城。



# 目录

## PART 1 路演中国：决胜资本帝国的最佳方式

- 路演伴随企业成功、成长，它不只是资本家的专属游戏 // 3
- 阿里巴巴路演：从“小企业的英雄”到“美国最大 IPO” // 3
- 万达路演：铸就“世界第二大纯商业地产王国” // 12
- 欢聚时代（YY）路演：用激情与技术缔造“全球最大的团队语音提供商” // 17
- Twitter 路演：在 140 个字符之内交流想法的“简洁”经验 // 21
- 路演的正确实现方式：不只是演讲和销售 // 27
- 路演，不只是演讲和销售 // 27
- 精神图腾：路演见证了企业成长 // 30
- 路演本质：用仪式、故事与能量谱写十年磨一剑的序曲 // 34
- 三大派别：没有最好，只有最合适 // 40

别逞强，你只是一个刚刚上路的“小白” // 45

创新之翼：微时代的路演，你准备好了吗 // 49

## PART 2 修炼准备：正式路演前与“相关问题” 进行一场自发的对话

一问自己：成为一名优秀路演人必须思考的问题 // 57

你能迅速融入角色吗（你的能量场在哪里） // 57

梦想与信念足够坚定吗（你的核力支点是什么） // 62

二问投资人：找到听众（投资方）对路演的关注点 // 73

关注点 1 讲给谁听（投资方、消费者还是代理商） // 73

关注点 2 路演目标是什么（是不是投资人想要的结果） // 76

关注点 3 有什么核心优势（让投资人看到你的竞争力） // 80

关注点 4 企业要有商业精神，企业家要有路演精神（投资人也看重情怀） // 82

三问产品/项目/创意：别等到被提问时才“万万没想到” // 87

为什么是这个产品/项目/创意 // 87

为什么你的产品/项目/创意是最好的（凭什么打动听众） // 90

## PART 3 细节制胜：拿什么吸引你面前的资本家

有一种路演逻辑，投资人说好才是真的好 // 99

开局逻辑：找对目标才能击中靶心 // 99

- 布局逻辑：一颗走对了路线的棋子 // 101
- 呈现逻辑：不是越复杂就越高大上 // 104
- 拿什么吸引资本的目光 // 109
- 细节 1 戳中客户痛点 // 109
- 细节 2 提供解决方案 // 111
- 细节 3 分析增长空间 // 113
- 细节 4 介绍创始团队 // 115
- 细节 5 执行计划落地 // 116

## PART 4 跳出误区：这些高频次发生在路演中的事， 你是否招招被“被打脸”

3

- 思维误区：路演前拆掉思维的 3 面高墙 // 121
- 误区 1 主次不分，认知困难 // 121
- 误区 2 产品偏离，市场需求 // 123
- 误区 3 蓝海红海，投资“小白” // 125
- 行为误区：别让 3 种病耽误追梦计划 // 129
- 误区 1 舞台形象，实在不佳 // 129
- 误区 2 平白无奇，“坐等挨喷” // 133
- 误区 3 形体语言，满场“忽悠” // 135
- 工具误区：善其术者得其道 // 137
- 误区 1 但求完全，面面俱到 // 137



误区 2 繁文缛节，众包天下 // 139

误区 3 大排档里，贩卖宝石 // 141

语言误区：败给自己也不能败给投资人的“忽悠” // 145

误区 1 那先这样，保持联系 // 145

误区 2 我还有事，我先走了 // 146

误区 3 内部研讨，尚未通过 // 148

误区 4 有人领投，我就跟投 // 149

误区 5 看重团队，真正实力 // 151

误区 6 好的项目，投过很多 // 152

误区 7 能为企业，提供帮助 // 154

误区 8 标准条款，必须遵守 // 155

误区 9 估值过高，没有好处 // 157

误区 10 投资过后，便是一家 // 158

## PART 5 顶层设计：一场成功的路演不只是自娱自乐

成功路演的 8 种基本类型 // 163

类型 1 众筹路演 // 163

类型 2 产品路演 // 167

类型 3 融资路演 // 170

类型 4 财经路演 // 173

类型 5 招聘路演 // 175

- 类型 6 IT 路演 // 178
- 类型 7 公关路演 // 180
- 类型 8 其他路演 // 182
- 这些关键时刻你怎么办 // 185
- 恐惧不只一点点怎么办 // 185
- 听众不感兴趣怎么办 // 187
- 忘词卡壳怎么办 // 188
- 时间太多 / 太少怎么办 // 190
- 干扰纷至沓来怎么办 // 191
- 成功概率不高怎么办 // 192
- 谈判事项“三不知”怎么办 // 194
- 不知道不投资的原因怎么办 // 195
- 梳理出一幅成功路演地图 // 199
- 商业逻辑图 // 199
- 文化能量图 // 202
- 价值体系图 // 204

## PART 6 创意现场：赋予路演更多商业价值和影响力

- 让现场更有气氛 // 209
- 有影响力的现场才有说服力 // 209
- 震撼现场的价值和步骤 // 212

用“气场”征服现场，提高领袖魅力 // 215

让创意更有黏性 // 219

可信：所举事例真实可信，莫要凭空滥造 // 219

情感：杜绝冷冰冰的数据，要有温度热情 // 222

意外：打破原有认知想法，惊喜就是最美 // 227

具体：细节描述详细到位，让人轻松记住 // 230

故事：观点落脚传播载体，好故事动人心 // 233

## PART 7 以法为道：用实力让路演落地， 用结果撬动资本市场

6

演绎成功路演的4个路径 // 241

路径1 植入画面 // 241

路径2 数据转换 // 243

路径3 定义语言 // 246

路径4 PPT的正确逻辑 // 248

路演评估：看的人不买，买的人不看，费用只能打水漂 // 251

评估1 方法与原则 // 251

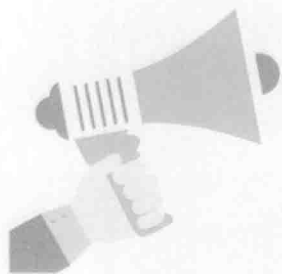
评估2 成本分析 // 253

评估3 目标管理 // 256

成功有道：距路演“千里之外”的3个世界成就了未来资本帝国 // 259

第一世界：网络空间 // 259

第二世界：企划部门	// 261
第三世界：移动平台	// 263
后记 去路演吧，就像从未失败过一样	// 267
附录 1 路演 PPT 中经常出现的问题	// 275
附录 2 路演商业计划书的基本流程	// 277



PART 1

# 路演中国： 决胜资本帝国的最佳方式

今天，品牌和资本市场竞争日益激烈，得路演者得天下。

路演已经成为每位企业家的必修课！

尽管每家企业都有自己的特点，但是，能够运用路演的力量四两拨千斤的成功企业却是最不可复制的。

当路演者做好准备，成功就会出现。



