

ELECTRONIC BUSINESS
ENTREPRENEURSHIP

电商创业

基础、案例与方法

O2O 创新版


陈晓鸣 ◆ 著

拓宽电商创业视野 系统介绍电商创业理论与方法、启发电商创业思路

汇聚丰富典型案例 极富洞察力地解析 70 多个中外电商创业案例

图书 O2O 全新尝试 扫描二维码观看丰富的线上视频（含作者授课视频）

电商、创业教育名家 陈德人教授、贾少华教授联袂推荐

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS




ELECTRONIC BUSINESS
ENTREPRENEURSHIP

电商创业

基础、案例与方法

O2O 创新版

陈晓鸣◆著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

电商创业：基础、案例与方法：O2O创新版 / 陈晓鸣著. — 北京：人民邮电出版社，2016.7
ISBN 978-7-115-42151-7

I. ①电… II. ①陈… III. ①电子商务—商业经营
IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第122410号

内 容 提 要

在电子商务行业飞速发展的背景下，电子商务专业日趋成熟，电商创业走向常态，学习电商创业的理论与方法也成为了一种需要。本书对电商创业进行了系统性解析，以电商创业的实用案例和经典案例为载体，介绍电商创业理论，分析电商创业方法，启发电商创业思路，既有理论高度，也有实践深度。

全书介绍了创业基础与电商创业、电商的发展与前景，讨论了电商创业的方法与规律，解析了电商模式的跨界与整合、电商产品的开发与营销、特色电商的定位与机会、电商创业的切入与突破这4个方面的典型案例，并简述了风险投资。本书还在图书可视性方面进行了创新，进行了图书O2O的全新尝试，读者通过扫描二维码可以观看相关内容的18个视频(其中10个视频为作者的授课视频)。

本书既可以作为电商培训机构、大中专院校进行电商培训与创业教育的教材，也可以作为广大电商从业者的参考用书。

-
- ◆ 著 陈晓鸣
责任编辑 刘琦
执行编辑 朱海昀
责任印制 焦志炜
- ◆ 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>
固安县铭成印刷有限公司印刷
- ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：12.25 2016年7月第1版
字数：201千字 2016年7月河北第1次印刷
-

定价：32.00元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316
反盗版热线：(010)81055315

陈德人
浙江大学教授

这几年微信、优酷等互联网圈里有一个“电商陈教授”很是风光，那不是我，是温州科技职业学院的陈晓鸣老师。我虽然没有和他进行深入交流，但知道他在电商教育方面有很多创新。2009年，他获得了全国首届大学生电子商务“创新 创意 创业”挑战赛的优秀指导教师称号；2014年，他在优酷开设了“电商陈教授”的视频自频道；2016年，他又在喜马拉雅开设了“陈教授讲电商”的音频节目。

我几十年来一直在浙江大学从事计算机应用技术的教育科研工作。2000年从IBM华生研究中心担任完高级访问学者回国后，我开始积极推动电子商务这一新兴领域，鼓励大学生投身到电子商务的网络创新创业潮流中。2011年，我著有国内第一本全面反映大学生网络创业现状与动态的案例型创业教材——《大学生网络创业：理论、案例、平台》。随着时间的推移与技术的进步，大学生网络创业的形式与内容都发生了很大的改变，需要进行新的梳理、总结和更新。

这个时代是一个“大众创业、万众创新”最好的时代，其中以电商创业和服务创新尤为热门。国内外电商创业者不断将创新与创意融入自己的创业活动，使得电子商务创业的成功案例层出不穷。但是与此同时，大量的电商创业案例也使得电商学习者与电商创业者无所适从、不知从何学起。此时，陈晓鸣老师适时推出《电商创业：基础、案例与方法（O2O创新版）》，可谓恰逢其时！

我推荐本书的理由有4点。

第一是系统性。本书在介绍创业基础、电商理论与网络经济的基础上，选取国内外70多个电商创业案例进行剖析，力求总结电商创业的规律，给出电商创业的方法。在理论基础介绍案例，在案例分析中讲解方法，可谓自成体系。

第二是新颖性。本书不同于大部分“电商创业”类图书以“网上开店”或“网店运营”为核心，而是以“案例解析”为核心统领全篇。立足宏观看电商、落到微处谈创业，可谓形式新颖。

推荐序一

第三是时效性。本书的创作基于作者对于大量电商案例的观察和多次电商会议的思考，大部分均为国内外电商创业的典型案例。案例选取范围囊括了母婴、跨境、旅游、生鲜、医药、手机游戏等热门电商创业领域的最新案例，可谓颇具时效。

第四是创新性。本书通过扫描二维码可以观看部分内容的相关视频，其中还有作者的原创授课视频，可以说是进行了图书O2O（线下到线上）的全新尝试。文字之间有图片，文字之外有视频，图文并茂，可谓创新是也。

在此，希望读者可以通过此书学习电商、领会创业、获得启发，在电商创业路上少走弯路，多走正道，越走越顺！



2016年6月

贾少华

义乌工商职业技术学院教授

“勤奋好学、学以致用”是我们职业教育圈内对陈晓鸣的普遍印象。我们是多年前在义乌工商职业技术学院举办的一次“创业教育研讨会”上认识的，当时他来学习、我在讲课。说实话，我对他的第一印象并不深刻。后来有一次我去温州讲学，他也在现场听课，给我留下的印象深了一点。2014年起，每年4月义乌都会举办世界电商大会，他几乎每届会议都来参加，每场论坛都做笔记，这给我留下了深刻的印象。此外，我还听说他近几年每年都参加商派组织的电商大会、中国服务贸易协会电子商务委员会组织的电商年会等活动，可以说是“行程千里向企业学电商”。他是我们国内职业教育界中少有的经常参加企业会议的教师，因此积累了大量前沿的电商创业案例。他还将上述电商创业案例带回课堂，授课内容生动、形象，深受学生欢迎，也因此获得了温州科技职业学院首届“教坛新秀”的冠军。我也经常邀请他来我校讲课，他每次都能带来新案例、新观点。

大家可能都知道，我校的创业教育，特别是电商创业，开展得比较早，出过许多学生电商创业的典型，有个案例还入选了本书。陈晓鸣老师到义乌工商职业技术学院、浙江工商职业技术学院参观交流之后，综合了上述两校创业教育的成功经验，在温州科技职业学院推行了“厂商校师生”（指生产厂家、电商代运营企业、学校、教师、学生）校内电商创业教育模式。他主导设计并实践的该模式是将电商项目引入校内，学生只投入人力、不投入资金，没有底薪、只拿提成，从而在校内实现无风险电商创业。这种培养模式的最大意义在于可以使学生在校期间积累创业经验、提高未来创业的成功率；对生产厂家的销售、电商代运营企业的成长、学校创业教育的推进、教师的成长也都都不无裨益。陈晓鸣既懂理论知识，又有实践经验；既做教育，也带创业。在当今高校这样的教师是少之又少，实属难能可贵。

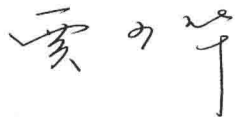
陈晓鸣有过企业经历（曾在企业从事进出口业务），从事职业教育，还带

推荐序二

学生创业。他的工作跨越了教育与创业，结合了电商与创业，可以说是一种跨界。他常年参加电商企业圈的各种会议，接触大量电商创业案例，为行业、企业与专业搭建了一座沟通的桥梁。本书所选电商创业案例涉及多屏、社交、分众、互联网理财等最新且热门的电商创业领域，可以说是与时俱进，迭代迅速。当前，大部分的图书都是采用图文并茂的方式，本书除图文结合以外，读者还可扫描二维码观看 18 个视频，可谓“有图有真相、有频有趣味”！

“跨界、桥梁、迭代、趣味”是我推荐本书的理由。本书或许可以为专业更新一些学习内容，为企业传播一些创业经验，为行业培养一些后续力量。

最后，祝愿读者可以通过本书的学习更懂电商，更会创业！



2016 年 6 月

据国家统计局数据，截至 2015 年年底，我国网民规模达到 6.9 亿人，互联网普及率从 42.1% 提高到 50.3%。2015 年，全国网上零售额为 3.8773 万亿元，同比增长 33.3%；其中实物商品网上零售额为 3.2424 万亿元，增长 31.6%，超过社会消费品零售总额的 10%。据商务部测算，2015 年我国电子商务交易额已经超过 20 万亿元。2016 年 3 月 21 日，阿里巴巴集团宣布 2016 财年（2015 年 4 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日）阿里中国零售平台（包括淘宝、天猫、聚划算）电商交易额超过 3 万亿元。这意味着阿里巴巴已经超越沃尔玛，成为全球最大的零售平台。

在电子商务行业高速发展的背景下，全国高校普遍开设了电子商务专业，同时全国各地的电商创业活动也正在掀起一轮又一轮的高潮。学习电商专业的学生与从事电商创业的人员急需系统地学习电商创业的理论与方法，但是市场上的“电商创业”类图书大都围绕“网上开店流程”“网络营销方法”“主流平台操作”等内容提供微观实践层面的指导，缺乏理论高度和实践深度的指引。本书对电商创业进行了系统性解析，通过电商创业案例介绍理论、分析方法、开拓视野、启迪思维。

本书来源于作者多年来对于数百个电商案例的连续观察和数十次电商会议的现场记录，选取中美两国 70 多个电商创业案例进行深度解析，努力给读者呈现出一个“电商创业”的大格局，使读者形成“电商创业”的大视野。本书以电商创业案例为载体，介绍电商创业理论，分析电商创业方法，启发电商创业思路。同时，本书还在可视性方面进行了创新，通过扫描二维码可以观看相关内容的 18 个视频（其中 10 个为作者的授课视频），进行了图书 O2O 的全新尝试。全书以创业基础与电商创业开篇，以电子商务的发展与前景作为铺垫，引出电商创业的方法与规律；核心部分包括电商模式的跨界与整合、电商产品的开发与营销、

特色电商的定位与机会、电商创业的切入与突破 4 个部分典型案例的深度解析；最后以风险投资的概述与案例结束。每章均包含概述、要点、引例、正文、讨论、思考这几个组成部分，思考题均设计为开放性的问题。

本书适合电商创业者、电商从业者与电商专业学生。如果选用本书作为教学用书，建议学时为 36 学时，建议采用理论讲授与案例讨论相结合的教学模式，鼓励采用头脑风暴法进行开放式的思考与学习，各章节学时建议详见以下学时分配表。

学时分配表

章节	课程内容	学时
第 1 章	创业基础与电商创业	4
第 2 章	电子商务的发展与前景	4
第 3 章	电商创业的方法与规律	4
第 4 章	电商模式的跨界与整合	4
第 5 章	电商产品的开发与营销	4
第 6 章	特色电商的定位与机会	4
第 7 章	电商创业的切入与突破	4
第 8 章	风险投资的概述与案例	4
	复习或其他安排	2~4
学时总计		34~36

本书由温州科技职业学院的陈晓鸣独著完成。作者在本书创作过程中，得到了浙江大学陈德人教授、义乌工商职业技术学院贾少华教授、浙江商业职业技术学院沈凤池教授的大力支持和热情帮助，在此对他们深表感谢。

由于作者水平和经验有限，加之电商行业发展日新月异，书中难免有欠妥和错误之处，恳请广大读者批评指正。

陈晓鸣

2016年6月

第1章

创业基础与电商创业 / 1

概述 / 1

要点 / 1

引例 / 2

1.1 创业基础 / 3

1.1.1 就业与创业 / 3

1.1.2 创业的内涵与类型 / 6

1.1.3 创业的意义与意识 / 8

1.2 电商创业 / 11

1.2.1 创业行业选择 / 12

1.2.2 电商创业的形式 / 12

1.2.3 电商创业的风险 / 15

思考 / 16

第2章

电子商务的发展与前景 / 17

概述 / 17

要点 / 17

引例 / 18

2.1 电子商务的发展创新 / 19

2.1.1 电商发展 / 19

2.1.2 电商巨头 / 21

2.1.3 电商创新 / 23

2.2 电子商务的理论实践 / 24

2.2.1 电商框架 / 24

2.2.2 电商类型 / 27

2.2.3 电商应用 / 28

2.3 电子商务的应用前景 / 29

2.3.1 电商路径 / 29

2.3.2 电商案例 / 31

2.3.3 电商领域 / 36

思考 / 38

第3章

电商创业的方法与规律 / 39

概述 / 39

要点 / 39

引例 / 40

3.1 电商创业的形势与机会 / 41

3.1.1 “大众创业、万众创新”的大好形势 / 41

3.1.2 “互联网+”带来的电商创业机会 / 42

3.2 创业者的素质要求与电商创业的SWOT分析 / 47

3.2.1 创业者的素质要求 / 47

3.2.2 电商创业的SWOT分析 / 49

3.3 用互联网思维做电商 / 51

3.3.1 互联网时代与互联网工具 / 51

3.3.2 互联网思维及其应用法则 / 54

3.4 网络经济的定律与特征 / 59

3.4.1 网络经济四大定律 / 60

3.4.2 网络经济的七大特征 / 61

思考 / 65

第4章

电商模式的跨界与整合 / 66

概述 / 66

要点 / 66

引例 / 67

4.1 当代电商的跨界模式 / 69

4.1.1 多屏电商之乐视 / 69

4.1.2 跨境电商之海翼 / 73

4.1.3 社交电商之美丽说与蘑菇街 / 74

4.1.4 互联网理财之铜板街与挖财 / 77

4.2 分享经济的整合模式 / 80

4.2.1 众筹之娱乐宝 / 80

4.2.2 众包之猪八戒网 / 82

4.2.3 O2O之e袋洗 / 83

4.2.4 Uber与Airbnb / 85

思考 / 89

第5章

电商产品的开发与营销 / 90

概述 / 90

要点 / 90

引例 / 91

5.1 开发特色鲜明的电商产品 / 92

5.1.1 本来生活之褚橙 / 93

5.1.2 大朴之无甲醛棉品 / 98

5.1.3 酒仙网之三人炫 / 101

5.1.4 同程旅游之“一元玩景点” / 103

5.2 引发广泛传播的网络营销 / 105

5.2.1 凡客诚品之凡客体 / 105

5.2.2 珍品网之小珍课堂 / 108

5.2.3 逻辑思维之真爱月饼 / 109

5.2.4 铁血网之龙牙战术装备 / 112

思考 / 114

第6章

特色电商的定位与机会 / 115

概述 / 115

要点 / 115

引例 / 116

6.1 微分市场的隐形强者 / 117

- 6.1.1 女装电商之欧莎、韩都衣舍、茵曼、裂帛 / 117
- 6.1.2 母婴电商之蜜芽与贝贝网 / 121
- 6.1.3 家居电商之美乐乐与尚品宅配 / 124
- 6.1.4 医药电商之药房网与壹药网 / 128

6.2 特色电商的逆袭机会 / 131

- 6.2.1 “赶海的螃蟹”之三亚旅游 / 131
- 6.2.2 崔大宝之姨妈枣 / 133
- 6.2.3 顺丰优选之“从枝头到舌头” / 136
- 6.2.4 天天果园之水果电商 / 137

思考 / 139

第7章

电商创业的切入与突破 / 140

概述 / 140

要点 / 140

引例 / 141

7.1 研判市场觅商机 / 143

- 7.1.1 杨梅酒之吴酒 / 143
- 7.1.2 信物之roseonly / 147
- 7.1.3 女包之Mansur Gavriel / 149

- 7.1.4 微创新之C&A Marketing / 153

7.2 激烈竞争求突破 / 154

- 7.2.1 品牌特卖之唯品会 / 154
- 7.2.2 潮流商品之有货 / 156
- 7.2.3 手机游戏之Supercell / 157
- 7.2.4 商业模式之川航免费巴士 / 159

思考 / 161

第8章

风险投资的概述与案例 / 162

概述 / 162

要点 / 162

引例 / 163

8.1 风险投资概述 / 166

- 8.1.1 风险投资的概念 / 166
- 8.1.2 风险投资的发展 / 167
- 8.1.3 风险投资的运作 / 169

8.2 风投案例解析 / 170

- 8.2.1 真格基金之聚美优品 / 171
- 8.2.2 今日资本之京东 / 173
- 8.2.3 软银之阿里巴巴 / 176

思考 / 179

附录 参考案例索引 / 180

参考文献 / 183

CHAPTER 1

第1章

创业基础与电商创业

概述

本章从就业与创业切入，引出创业的内涵与类型，介绍创业的意义与意识，为读者夯实创业基础；从创业行业选择、电商创业的形式、电商创业的风险3个方面概述电商创业。

要点

1. 就业的含义与形势、创业的含义与形势
2. 创业者与创业精神
3. 复制型、模仿型、安定型和冒险型 4 种创业类型
4. 创业的四大意义，创业意识的四大要素和五大内容
5. 电商的广义与狭义定义、电商创业的含义
6. 有形商品的批发、零售和网上拍卖 3 种电商创业形式
7. 无形商品的网上订阅、付费浏览、广告支持、网上赠与和专业服务 5 种电商创业形式
8. 收入、法律、推广、物流和人工等方面的电商创业风险



俞敏洪反对“一毕业就创业”

2010 年的两会期间，全国政协委员、新东方创始人俞敏洪的“鼓励大学生毕业后去创业是一个误导”的言论引起了很大争论。2010 年 4 月，北京青年报记者采访了俞敏洪先生，他依然坚持自己的观点。

俞敏洪先生表示，如果一个人一辈子没有一次创业经历的话，那是一件非常遗憾的事情。但由于现今大学生多数是独生子女，人与人之间的相处、对于行业的了解、容忍度等都尚不成熟，在面对极其复杂的创业环境时，会给创业增添几分风险。因此，在面对大学生就业难的大背景下，社会鼓励大学生毕业后去创业，实际上是一个误导。

他说自己研究过一些国家的教育体制，仅有美国在鼓励大学生毕业后去创业。“我们讲创业就会谈到比尔·盖茨，为什么呢？毕竟像比尔·盖茨这样具有天赋的人屈指可数。”俞敏洪说，大学是大学生认真研究、学习的地方，而现在中国的大学中却有这样一种时尚，大学生在大学一二年级便开始琢磨如何去做生意，把大学四年应该认真学习、积累知识的使命给忽略了。因此，鼓励大学生在校期间或毕业后就去创业会带来诸多不利因素，同时，这也是对大学教育的严重冲击。

“如果说鼓励大学生在校创业的话，请问我们有几个老师有过在校创业的经历？我们的老师会理解大学生创业的艰辛吗？”他说，“每次谈到鼓励让大学生在校期间或毕业后就去创业这个话题，我都会泼凉水，请大家不要一毕业就创业，除非你是比尔·盖茨！”

俞敏洪指出，大学生在校期间或毕业后就创业成功的例子非常少，因为一旦创业失败，首先会给学生带来心态上的问题。在创业中遇到困难或挫折时，通常情况下年轻的大学生不会自我反思，找出真正失败的原因以积累经验再次创业；他们只会怨社会太黑暗、极不公平，认为社会资源高度集中于少数人手中。另外，他们还会怨恨人心，比如创业初期约定与几个同学合作，但当遇到问题时便会推卸责任，把问题归结于创业团队的懒惰、贪婪、不合作，从而对创业团队和社会失去信心。

一个年轻人一旦对社会失去信心、对周围的人失去信心，他对未来的学习、工作就会没有激情。只要认真观察就会发现，一些大学生毕业后就直接创业，

由于初期创业的诸多因素而失败，便会对未来缺乏信心。因此，俞敏洪认为大学生毕业应该先工作，即便是在你父母的单位工作，毕竟现在很多父母本身就是创业者。他说，“比如我的孩子长大了，我就会鼓励他到我这里来实习，通过我言传身教，告诉他如何应对各种困难，如何对社会、对人保持信心与激情。这样一来，不仅可以积累丰富的工作经验，还可以观察老板如何工作，学会如何与同事相处，尤其是在权衡利益与权力的人群社会之中，变成令大家折服的人。”

（注：本文引自 2010 年 4 月 20 日《北京青年报》相关报道）



讨论

“我是去就业，还是去创业？”类似的争论从来就没有停止过。结合自身情况，对“毕业后先就业”或“毕业后就创业”展开讨论，并说明支持上述观点的理由。当然，也可以只选择“就业”或者“创业”，同样请说明理由。

1.1 创业基础

1.1.1 就业与创业

（1）就业的含义

就业是指在法定年龄内的有劳动能力和劳动愿望的人们所从事的为获取报酬或经营收入进行的活动。

如果再进一步分析，则需要对就业从 3 个方面进行界定：

- 一是就业条件，指在法定劳动年龄内，有劳动能力和劳动愿望；
- 二是收入条件，指获得一定的劳动报酬或经营收入；
- 三是时间条件，即每周工作时间的长度。

（2）就业的形势

近些年来，几乎每年媒体都会惊呼“史上最难就业季”，可见当前大学毕业生就业形势之严峻。全国高校 2013 届毕业生生约为 699 万人，2014 届高校毕业生

约为 727 万人，2015 届高校毕业生约为 749 万人。虽然大学应届毕业生人数屡创新高，但大学应届毕业生的期望起薪却屡创新低。2015 届大学毕业生期望起薪降至 2500 元，创 5 年来新低。

麦可思研究院 2015 年的调查显示，2014 届中国大学毕业生半年后的平均月收入为 3487 元，比 2013 届（3250 元）增长了 237 元，比 2012 届（3048 元）增长了 439 元，三届增幅为 14.4%。值得注意的是，2011 届大学生毕业三年后平均月收入为 5484 元（本科为 6155 元，高职高专为 4812 元），与其毕业时相比月收入涨幅比例为 98%。由此可见，大学毕业生的教育回报不是一毕业就能体现的，但在 3 年后的回报是明显的。

据不完全统计，2016 年全国高校毕业生约 770 万，再加上出国留学回国的约 30 万海归，以及之前没有找到工作的往届毕业生，预计将有 1000 万大学生同时竞争各类岗位。与此同时，我国经济下行压力增大，将对就业产生较大影响。就业和经济增长是高度相关的，GDP 每增长 1 个百分点能拉动 150 万人就业，经济下行势必会影响到就业。我国目前处于结构调整的重要时期，传统行业面临困境，第三产业将成为就业岗位增长的支柱。近年高校毕业生人数如图 1-1 所示。

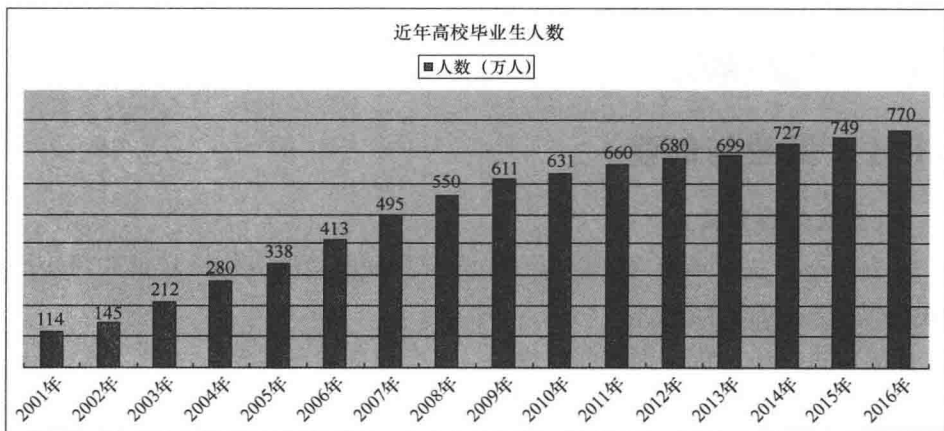


图 1-1 近年高校毕业生人数

（3）创业的含义

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。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》（New Venture Creation）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。科尔（Cole，1965）把创业定义为发起、维持和发展以利润为导向的企业的有目的性的行为。

创业是一个人发现了一个商机并加以实际行动转化为具体的社会形态，获得利益，实现价值。创业作为一个商业领域，致力于理解创造新事物（新产品、新市场、新生产过程、新的原材料或组织现有技术的新方法）的机会，如何出现并被特定个体发现或创造，这些人如何运用各种方法去利用和开发它们，然后产生各种结果。

（4）创业的形势

根据麦可思研究院发布的《2015年中国大学生就业报告》显示，我国大学毕业生自主创业比例持续上升。2014届大学毕业生自主创业比例为2.9%，比2013届高0.6%，比2012届高0.9%。其中，应届本科毕业生创业比例为2.0%，高职高专毕业生创业比例为3.8%。从近三届的趋势可以看出，大学毕业生自主创业的比例呈现持续和较大的上升趋势。2014届大学生中约有19.1万人选择了创业，行业主要集中在销售职业类，其中2014届本科毕业生自主创业最集中的前两位行业类是教育业和零售商业，而高职高专毕业生自主创业最集中的前两位行业类是零售商业和建筑业。

大学毕业生创业的主要动因是“理想就是成为创业者”“有好的创业项目”，这种机会型创业的毕业生占创业总体的85%，培养创业意识是提升大学毕业生自主创业的有效途径。报告发现，2011届大学生毕业半年后有1.6%的人自主创业，3年后有5.5%的人自主创业，与毕业时相比提升了2.4倍，说明有更多的毕业生在毕业3年后选择了自主创业。2011届本科生毕业3年后自主创业人群的月收入为9040元，比2010届高7%，比2011届本科生毕业3年后平均月收入（6155元）高47%。高职高专生毕业3年后自主创业人群月收入为7292元，比2010届该指标高10%，比2011届高职高专生毕业3年后平均月收入（4812元）高52%。

2015年中国大学毕业生就业报告图解如图1-2所示。