

创

大学生创新创业基础

◎ 李贺 王畅 主编

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

大学生创新创业基础

主 编 李 贺 王 畅

副主编 罗刚毅

参 编 张金锁 徐 振 朱 涛 宋 娜 刘 硕



版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

大学生创新创业基础/李贺,王畅主编. —北京:北京理工大学出版社, 2019.2

ISBN 978 - 7 - 5682 - 6727 - 4

I. ①大… II. ①李… ②王… 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 (2019) 第 028516 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 /

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 17.25

字 数 / 428 千字

版 次 / 2019 年 2 月第 1 版 2019 年 2 月第 1 次印刷

定 价 / 75.00 元

责任编辑 / 徐艳君

文案编辑 / 徐艳君

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李 洋

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

前言

2015年5月国务院办公厅印发《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》，明确提出了“健全创新创业教育课程体系”的改革任务。创新创业教育包含了“创新”与“创业”两个方面。在高校大力开展创新创业教育，推动创新创业，激发全社会的创新动力，有助于为社会培养创新创业人才。高校在创新的基础上进行创业教育，创新与创业结合，创业融合创新，为大学生构建良好的创新创业平台，鼓励大学生结合自己所学专业，开拓创新，积极实现创新创业。

为了更好地培养大学生创新创业能力，我们组织编写了面向高等院校的创新创业教材。本书结合高等院校教学实际，以项目导向、任务驱动模式为编写主线，努力打造理论为基础、技能为主线、实践为目标的精品教材。本书在任务实施、案例分析、项目实训等环节上力求紧密结合大学生的特点，有较强的实用性，有助于提高大学生的创业实践能力。

本书的编写遵循以下几个特点：

1. 内容丰富，案例灵活

本书在案例的选择上侧重身边的大学生创业案例。创新创业理论介绍都旨在通过案例引发学生创新创业思考，增强他们的创新创业意识，让他们认识和掌握创新创业的相关内容，充分提升他们创新创业的综合素质。

2. 环节设计多样，选材实用

本书在编排上注重理论与实践相结合，分别设置了创业者格言、创业者故事等内容，通过任务导入、任务分析引出相关知识，丰富鲜活的教学案例可以供学生自学，案例与理论结合更有利于学生掌握创业相关理论。每个任务后有复习思考、情景模拟以及项目实训环节，构成了完整的知识和实践体系。

3. 注重实践指导，应用性强

本书在实践指导方面，除了培养学生的创新创业意识外，更重要的是指导学生如何进行创业，在关于创业的前期准备、日常管理、运营指导等方面具体指导学生了解创业、模拟实践创业，以便学生能够从思想及行动中提升创业能力。

全书共有九个项目，模拟创业步骤与教学相融。具体编写分工为：项目一中的任务一由王畅编写；项目一中的任务二、项目二由李贺编写；项目三、项目四、项目五由朱涛编写；项目六由罗刚毅编写；项目七由张金锁编写；项目八中的任务一由刘硕编写；项目八中的任务二、任务三由宋娜编写；项目九由徐振编写。全书由李贺、罗刚毅统稿。

在本书编写过程中借鉴、参考了大量的创新创业方面的文献资料以及相关的大学生创新创业方面的教材。由于编者水平有限，书中难免存在疏漏与不妥之处，敬请广大读者批评指正，以便更好地完善此书。

编者

目 录

项目一 如何认识创新创业	(1)
任务一 认识创新	(3)
任务二 理解创业与创业精神	(11)
项目二 创业需要哪些能力	(22)
任务一 创业者的基本素质	(23)
任务二 创业者的基本能力	(28)
任务三 创业团队	(36)
项目三 如何把握与识别创业机会	(44)
任务一 寻找创业机会	(45)
任务二 筛选创业项目	(58)
项目四 企业如何进行市场营销	(72)
任务一 寻找市场	(73)
任务二 选择营销策略	(89)
项目五 如何构建企业结构和企业文化	(107)
任务一 设计企业的组织结构	(108)
任务二 塑造企业文化	(116)
项目六 如何设计与创新商业模式	(133)
任务一 设计商业模式	(134)
任务二 创新商业模式	(157)
项目七 如何进行创业财务管理与创业融资	(166)
任务一 预测启动资金需求	(167)
任务二 制订利润计划	(173)
任务三 创业融资	(189)
项目八 如何创办与管理企业	(203)
任务一 选择企业的法律形态	(205)

2 大学生创新创业基础

任务二 新创企业的日常管理	(212)
任务三 新创企业的风险防范与管理	(227)
项目九 如何撰写创业计划书	(240)
任务一 认识创业计划书	(241)
任务二 撰写创业计划书	(256)
参考文献	(266)

如何认识创新创业

课前热身

创业者格言

这个时代给了我们这一代人前所未有的机会。我们要抓住这个机会，要有梦想。但是，这个梦想要从做开始。

——张朝阳

创业者故事

“90后”大学生刘永杰创业 两年公司估值5000万元

2014年，华南理工大学大三学生刘永杰同7个小伙伴通过校园众筹招股的方式，募集100万元，开始了创业之路。如今，他们所创办的比逗餐厅，已有11家门店，遍及北京、上海、广州、山东等地。2015年5月，当公司拿到风险投资的天使轮融资时，估值已超5000万元。

读书不安分的“学霸”

16岁时，刘永杰考入了海南省最好的高中，学习成绩一直名列前茅。只是，读书以外，刘永杰并没有安分下来的意思，他迷恋网络游戏《星际争霸》，几乎每周都到校外网吧“厮混”。

2011年，刘永杰考上了华南理工大学土木工程学院。刚开始，他也希望延续自己的“学霸”生涯，每天上课都坐在第一排，积极回答老师提出的问题。为了出国深造，他不分昼夜地学习英语，“应该说，大三以前，我的成绩确实还算是‘学霸’”。

渐渐地，刘永杰发现自己对商业产生了浓厚的兴趣。促使他转变的，是大一时他偶然进入的海南商会；另外，加入华南理工大学的社团联合会（简称社联）形象设计部，也为他打开了从象牙塔通往世界的大门。

创业小屁孩进入成人“斗兽场”

2014年3月，刘永杰决定在换届选举离开社联前，组织玩得最好的一帮人，干成一件大学里最难忘的事情。

这件难忘的事就是集资创业。刘永杰的核心团队一共有7人，其中5人来自社联，他们大多是大二、大三的学生。刘永杰的想法是，在学校五山附近经营一家以咖啡为主的餐饮店，通过众筹招募华南理工大学、华南农业大学的学生成为咖啡店股东。

2014年5月，刘永杰创办了公司的公众号，并开始在线上募股。在募股的同时，刘永杰开始紧锣密鼓地挑店址。他在五山附近反复寻觅，最终选择了一个心仪的地方。之后的3个月，对于刘永杰的团队几乎可以用“忙碌到崩溃”来形容：“吃饭、睡觉，每时每刻都在想这些事情，完全没一刻清闲。”

刘永杰永远无法忘记，他是如何去各个“衙门”办证的。无论是街道办阿姨惊诧的眼神，还是工商局里同来办证老板们的不屑目光，都让他深感自己像是一个突然闯入成人“斗兽场”里的小屁孩。

走红：所有的股东都是推手

2014年9月，度过了令人崩溃的4个月后，刘永杰团队的第一家咖啡店在五山正式营业，店名“比逗”。刘永杰说，新店试营业时反响一般，为此他们很快改良了餐厅产品。而真正让餐厅爆红的原因，是100多位学生股东的疯狂转发推广。由此可见通过朋友圈转发所造成的精准广告效应之强大。另外，学生都是股东，为了创业能得到回报，他们转发和推广的热情尤为高涨。很快，餐厅的公众号在一周之内暴涨15万粉丝，而餐厅的营业额也比前一周增长了100%。

在创业一开始，刘永杰成立了比逗网络科技有限公司及比逗餐饮管理有限公司，并担任两家公司的CEO（首席执行官），前者关注的是大学生网络众筹平台的建设，后者则负责为比逗的分店提供餐品，培训全职店长、服务员、厨师等。

2015年5月，刘永杰寻找到天使投资人，并很快通过了天使轮融资的审核，得到了600万元的融资。在天使投资人评估公司时，他们给出的公司估值是5000万元。如今，公司在全国已有11家分店，这些分店大多扎根在学校附近。

忠告：自称“无知者无畏”

有时，刘永杰也想，如果当初不创业，自己现在的生活会怎样，“创业也让我在大学里舍弃了很多宝贵的东西，选择什么职业并没有好坏之分，我很尊重人的多样性。”

尚在象牙塔中的大学生，社会经验犹如一张白纸，要想创业成功，必然不可能如那些世故老成的大Boss一般，按套路出牌。真诚、谦卑和努力才是大学生创业者接触社会并取得成功的关键武器。值得庆幸的是，如今的创业大学生正处在移动互联网蓬勃兴起的“互联网+”时代，它蕴含着无限的创业机会！

同时，各种新的筹资模式也给一穷二白的大学生提供了创业可能，社会也渐渐以宽容的态度对待这些创业的“非常”大学生。

只是在创业前，大学生更应该认清自己，了解自己的风险承受能力，自己的个性与弱点，自己的点子是否靠谱，一旦创业开始，就应该勇往直前，努力将事业做大、做强，绝不轻言放弃。

（资料来源：摘自修改自 <http://www.cyegushi.com/3416.html>）

目标规划

一、知识目标

- 了解创新与创业的含义，理解创新的实质与特征。

- 创新与创业的关系。

二、能力目标

- 能够合理地运用创新理念理解创业。
- 能够运用创新意识开展创业活动。

三、素质目标

- 培养学生的创新意识。
- 使学生获得创新创业的基本技能。

任务一 认识创新

【任务导入】

华为式创新实践

华为的创新实践之一：技术创新

从1992年开始，华为就坚持至少将每年销售额的10%用于研发。2013年，华为在研发上的投入达到53亿美元，过去10年的研发投入累计超过200亿美元。华为在全球有16个研发中心，2011年又成立了面向基础科学研究为主的实验室，这可以说是华为的秘密武器。

华为在欧洲等发达国家市场的成功，得益于两大架构式的颠覆性产品创新，华为的竞争对手们也企图对其进行模仿创新，但至今未有实质性突破，因为这种多制式的技术融合，背后有着复杂无比的数学运算，并非简单的积木拼装。

华为的创新实践之二：“工者有其股”的制度创新

这应该是华为最大的颠覆性创新，是华为创造奇迹的根本所在，也是任正非对当代管理学研究带有填补空白性质的重大贡献——如何在互联网、全球化的时代对知识劳动者进行管理，在过去一百年一直是管理学研究的薄弱环节。从常理上讲，任正非完全可以拥有华为的控股权，但创新一定是反常理的。从华为创立的第一天起，任正非就给知识劳动者的智慧——这些非货币、非实物的无形资产进行定价，让“知本家”作为核心资产，成为华为的股东和大大小小的老板。

到2016年，华为有将近8万名股东。最新的股权创新方案是，外籍员工也将大批量地成为公司股东，从而实现完全意义上的“工者有其股”。这无疑是人类有商业史以来未上市公司中员工持股人数最多的企业，无疑是一种创举，既体现着创始领袖的奉献精神，也考验着管理者的把控能力：如何在如此分散的股权结构下，实现企业的长期使命和中长期战略，满足股东阶层、劳动者阶层、管理阶层的不同利益，从而达成多种不同诉求的内外部平衡，其实是极富挑战的。从这一意义上看，这种颠覆性创新具有独特的标本性质。

华为的创新实践之三：市场与研发的组织创新

市场组织创新，即所谓的“一点两面三三制”。什么叫“一点两面”呢？尖刀队先在“华尔街的城墙”（任正非语）撕开口子，两翼的部队蜂拥而上，把这个口子从两边快速拉开，然后“华尔街就是你的了”。“三三制”指的是组织形态。“一点两面三三制”作为华

为公司的一种市场作战方式、一线组织的组织建设原则在全公司广泛推开，这是受中国军队的启示，华为在市场组织建设上的一种模仿式创新，对其 20 多年的市场成功助益甚多，至今仍然被市场一线的指挥官们奉为经典。

研发体制创新。比如固定网络部门用工业的流程搞研发，创造了一种模块式组织——把一个研发产品分解成不同的功能模块，在此基础上成立不同的模块组织，每个组织由四五个精干的专家组成，分头进行技术攻关，各自实现突破后再进行模块集成。这种研发体制的优势在于：第一，大大提高了研发速度；第二，每一模块的人员都由精英构成，所以每个功能模块的错误率很低，集成的时候相对来说失误率也低。华为的 400G 路由器的研发就是以这样的组织方式进行的，领先思科公司 12 个月以上，已在全球多个国家布局并进入成熟应用。

华为的创新实践之四：决策体制的创新

轮值首席运营官（COO）是华为独特的决策体制创新，即 7 位常务副总裁轮流担任 COO，每半年轮值一次。轮值 COO 制度进行了 8 年，结果是什么呢？

首先，任正非远离经营，甚至远离管理，变成一个头脑越来越发达，“四肢越来越萎缩”的领袖。真正的大企业领袖在企业进入相对成熟阶段时一定是“畸形”的人，头脑极其发达，聚焦于思想和文化，以及企业观念层面的建设；“四肢要萎缩”，四肢不萎缩，就会时常指手画脚，下面的人就会无所适从。

其次，避免了山头问题。华为的轮值 COO 制度及由它促成的轮值 CEO 制度，从体制上制约了山头文化的做大，为公司包容、积淀了很多来自五湖四海的杰出人才。同时，这种创新体制也使整个公司的决策过程越来越科学化和民主化。华为已经从早年的高度集权演变到今天的适度民主加适度集权这么一个组织决策体制。

（资料来源：摘选修改自 <http://www.201980.com>）

【任务分析】

创业是一个充满诱惑的字眼，因为它意味着成功、财富、地位和名望；创业也是一个让人恐惧的字眼，因为它也意味着失败、艰辛、落魄和名誉扫地。这个让人充满期待又犹豫不决的字眼，吸引着越来越多的人义无反顾地走上创业之路，收获着披荆斩棘后令人羡慕的果实。

杰弗里·蒂蒙斯曾说：“我们正处在一场静悄悄的大变革中——它是人类创造力和创业精神的胜利。我相信它对 21 世纪的影响将超过 19 世纪和 20 世纪的工业革命。”21 世纪，人类进入了全球化时代，我们的企业开始走出国门，走向世界，我们的市场开始让世界瞩目。面对着前所未有的机遇和挑战，中国的创业革命已经到来。

【相关知识】

一、创新是什么

创新是以在现有的思维模式下提出有别于常规或常人思路的见解为导向，利用现有的知识和物质，在特定的环境中，本着理想化需要或为满足社会需求，而改进或创造新的事物、方法、元素、路径、环境，并能获得一定有益效果的行为。它是以新思维、新发明和新描述

为特征的一种概念化过程。创新一词起源于拉丁语，有三层含义：第一，更新；第二，创造新的东西；第三，改变。作为人类特有的主观能动性的高级表现，创新是推动民族进步和社会发展的不竭动力：一个民族要想走在时代前列，就一刻也不能没有创新思维，一刻也不能停止各种创新。

过去，人们一提起创新，总认为它指创造发明之类的较大的新思想与结果的产生。为此，直到20世纪前半叶，创新思维还被认为是天才专有的神秘天赋。到20世纪60年代以后，人们才逐渐形成一种较为实际的观点，才认识到创新思维是每个正常人都拥有的思维形式，一个人只要会选择不同寻常的行走路线，就已经会创新了。

创新的定义包括狭义和广义的两种。

狭义的创新是，相对于其他人或全人类而言，你是第一，是首创。狭义的创新是真正具有推动社会进步意义的，比如爱因斯坦发现相对论，爱迪生发明电灯，等等。

广义的创新是，虽然相对于其他人我们不是第一个，但相对于我们个人而言，是第一，是首创。广义的创新比较简单，容易学习和掌握，比如单位搞了一场与往年不同的新年联欢会、推行了新的工作方法、进行了某些方面的改进等。

一个成功的创新始于对机遇有目标、有系统的分析，而不仅是一个又一个聪明的创意；成功的创新都是从小事做起，围绕某一特定事物展开，而不是一开始就规模庞大，或一次开始多种创新；成功的创新是为现在而创新，目的在于取得市场的领导地位，而不是为未来而创新。除此之外，成功的创新还需要勤奋、毅力和奉献；创新必须接近市场，以市场为中心展开；为赢得创新的成功，创新者必须充分发挥自身的长处。

案例学习 1-1

米老鼠的诞生

美国的迪士尼曾一度从事美术设计，后来他失业了。原本他和妻子住在一间老鼠横行的公寓里，但失业后，因付不起房租，夫妇俩被迫搬出了公寓。这真是连遭不测，他们不知该去哪里。

一天，两人呆坐在公园的长椅上，正当他们一筹莫展时，突然从迪士尼的行李包中钻出一只小老鼠。望着小老鼠机灵滑稽的面孔，夫妻俩感到非常有趣，心情一下子就变得愉快了，忘记了烦恼和苦闷。

这时，迪士尼头脑中突然闪过一个念头，他对妻子惊喜地大声说道：“好了！我想到好主意了！世界上有很多人像我们一样穷困潦倒，他们肯定都很苦闷。我要把小老鼠可爱的面孔画成漫画，让千千万万的人从小老鼠的形象中得到安慰和愉快。”风行世界数十年之久的“米老鼠”就这样诞生了。

在失业前，迪士尼一直住在公寓里，每天从早到晚都同老鼠生活在一起，却并没有产生这样的设想，而在穷途末路、面临绝境的时候出现了这样的灵感，原因何在？其实，米老鼠就是触发了灵感的产物。他说：“米老鼠带给我的最大礼物，并非金钱和名誉，而是启示我陷入穷途末路时的构想是多么伟大！还有，它告诉我倒霉到极点时，正是捕捉灵感的绝好机会。”

发现灵感思考法，指在对问题已进行较长时间思考的执着探索过程中，需随时留心 and 警觉，在同某些相关与不相关的事物接触时，有可能在头脑中突然闪现所思考问题的某种答案或启示。就像迪士尼因小老鼠触发灵感一样，许多意想不到的事物都可以成为触发灵感的媒介物。

分析：由此可见，创新思维是在常规思维的基础上发展起来的，是思维活动中最积极、最有价值的形式，是思维的高级形式，是人类探索事物的本质，获得新知识、新能力的有效手段。德国物理学家普朗克说：“思考可以构成一座桥，让我们通向新知识。”他这里的思考，特指创新思维。

二、创新的内涵

1. 创新是一种实践

创新是一种创造性实践行为，这种实践为的是增加利益总量，需要对事物和已有的发现进行利用和再创造，特别是对物质世界矛盾的利用和再创造。人类通过对物质世界的利用和再创造，制造出新的矛盾关系，形成新的物质形态。创新活动是个体在实践层面的新颖、独特、灵活的问题解决方式，创新活动是创新思维的发展与归宿，经不起实践检验的思维是无价值的。经验性的研究也表明：具有创新活动能力的人常常通过实践活动经历了丰富的人生，也经受过大量实践问题的考验；他们乐于动手设计与制作，有把想法或理论变成现实的强烈愿望；不受现实的束缚，不断尝试错误、不断反思、不断纠正；愿意参加形式多样的活动，乐于求新、求奇，乐于创造新鲜事物等。这些都是创新思维的外显行为。

2. 创新是一种思维状态

创新精神是主体创新的人格特征，是主体创新的内部态度，它包括创新意识、创新情感和创新意志三大方面。

创新意识是个体追求新知的内部心理倾向，这种倾向一旦稳定化，就成为个体的精神与文化。经验性的研究表明：具有创新意识的人常常是不满足于现实的，有强烈的批判态度；不满足于自己，有持续的超越精神；不满足于以往，有积极的反思能力；不满足于成绩，有旺盛的开拓进取精神；不怕困难，有冒险献身的精神；不怕变化，有探索求真的精神；不怕挑战，有竞争合作的精神；有强烈的好奇心、旺盛的求知欲、丰富的想象力和广泛的兴趣等。

创新情感是个体追求新知的内部心理体验，这种体验的不断强化，就会转化为个体的动机与理想。经验性研究也表明：有创新情感的人常常情感细腻丰富，外界微小的变化都能引起强烈的内心体验；人生态度乐观、豁达、宽容，能比较长时间地保持平和、松弛的心态；学习和工作态度认真、严肃、一丝不苟，有强烈的成就感，工作的条理性强；对所有的生命形态都具有同情心和责任感，愿意为改善他们的生存状态而尽心尽力。

创新意志是个体追求新知的自觉能动状态，这种状态的持久保持，就会成为个体的习惯与性格。经验性的研究表明：有创新意志的人常常能排除外界的各种干扰，长时间专注于自己的活动；工作勤奋，行为果断，对自我要求较高，对工作要求较严；善于沟通与协调，组织能力强，有较强的灵活性，为达到目的愿意变换工作的途径和方法；有较强的独立性和自制力，在没有充分的证据和理由之前，不轻易放弃自己的主张，能容忍别人的观点甚至错误。

创新思维是个体在观念层面新颖、独特、灵活的问题解决方式，是创新实践的前提与基础，如果想不到是不可能做得到的。研究表明：具有创新思维的人常常感觉敏锐，思维灵活，能发现常人视而不见的问题并能多角度地考虑解决办法；理解深刻，认识新颖，能洞察事物本质并能进行开创性的思考；思维辩证，实事求是，能合理运用发散与辐合、逻辑与直觉、正向与逆向等思维方式，不走极端，能把握事物的中间状态等。

案例学习 1-2

苹果的创新模式

2010年5月26日,美国发生了一件大事。那一天,苹果公司以2 213.6亿美元的市值,超越微软公司,成为全球最具价值的科技公司。截止到当年7月30日,苹果公司的市值又上涨了5%,达到2 350亿美元,和微软公司的市值差距进一步拉大。而以过去5年的市值增长趋势来看,苹果公司在一年内成为全球市值最大的公司,并非不可能,当时,全球市值最高的公司是埃克森美孚公司,市值2 800亿美元,而且它在过去一年中的市值持续下跌。

实际上,仅仅在2003年年初,苹果公司的市值也不过60亿美元左右。一家大公司,在短短7年之内,市值增加了近40倍,如果说这是一个企业史上的奇迹,估计没人会反对这一观点。或许正是由于这一原因,全球顶尖的财经媒体都不约而同地为苹果公司和苹果公司的CEO乔布斯高唱赞歌。而在《哈佛商业周刊》第一次推出的全球最伟大的CEO排行榜中,乔布斯当仁不让地排名第一。

为什么苹果公司的市值会猛增?

1. 设计创新

手机的外观是给消费者的第一感觉,如果消费者的第一感觉就不是很好,那么可以确定他们对这款手机的兴趣度就会大打折扣。而苹果手机的外观就让人不能不提:流畅的线条,轻薄的手感,华丽的外观,一眼就令人产生“高大上”的感觉。可以说,苹果手机有着圆角矩形的专利设计,外形大小适中,四角圆润流畅,简约舒适的商标,无不给顾客以最大的舒适感。

2. 技术创新

华丽的外观只会暂时性地吸引顾客的眼球,接下来就要看手机的配置。事实上,如果没有技术作为支持,那么再好看的外观也不过是徒有其表,理性的消费者并不会因此买账。苹果手机的技术创新使之成为现代智能手机的引领者,它率先应用了多点触屏、重力感应器、光线传感器、三轴陀螺等200多项技术,并把这些技术的作用发挥到了极致。

3. 营销创新

创新的最根本在营销,在获得市场的认可上。一个完美的创新要经得起市场的检验,获得消费者的青睐,与营销密不可分。在这一点上,苹果的营销策略尤其值得借鉴:①绝对性的保密消息。在产品发布之前,苹果公司将新产品的最新消息保守如瓶,使得外界对产品充满了期待,在发布之前选择性地将消息一点一点地透露出来的策略,着实吊足了消费者的胃口。②产品价格随时间递减策略。完美的手机总会令人不惜金钱获得,手机作为一种快速消费品,再好也有其保质期,所以需要不停地更新换代,于是在下一款产品出来后,之前的版本总会降价,这就使得普通消费者持续买入。一代代的使用再加上产品本身的完美设计使得手机获得了良好的口碑,从而打响了品牌,这就是苹果手机能够连续不衰的源泉。

4. 商业模式的创新

苹果不仅在设计、多媒体功能应用等方面开创了智能手机的新潮流,更重要的是它开创了一种新型的商业模式——iTunes Store。iTunes Store是一个出售手机各种软件的应用商店。软件是手机的灵魂,华丽的外观,良好的配置,再加上各式各样的应用软件,这才是一款令人满意的手机标配。苹果手机上的网上商城有着各式各样的软件,种类多,下载量大,为苹果公司创造巨额的利润的同时,也吸引了相当多的消费者。

分析：手机行业是一个高竞争、高淘汰的行业，只有不断地创新、不断地鞭策，才能获得持久生存下去的动力。而创新就要立足消费者的角度，以消费者的眼光看待自己的产品。只有树立这样的创新意识才能引领消费者。也许消费者也不清楚自己到底需要一种什么样的产品，那么就需要以创新意识去引导市场的需求。不仅如此，还需要以开放式的创新来管理，不断汲取外部的力量充实自己，获得新的血液。如此一来，一种产品、一个企业才能获得源源不断的动力。

三、大学生创新意识和创新能力的重要性

1. 创新意识和创新能力是大学生素质教育的核心

创新意识和创新能力是人的综合能力的外在表现，它是以深厚的文化底蕴、高度综合化的知识、个性化的思想和崇高的精神境界为基础的。心理学领域的最新研究表明，创新意识和创新能力是一种认知、人格、社会层面的综合体，涉及人的心理、生理、智力、思想、人格等诸多方面，并且和这些方面相辅相成。创新意识和创新能力能巩固和丰富人的综合素质。

2. 创新意识和创新能力是大学生获取知识的关键

在知识经济时代，知识的增长率加快，知识的陈旧周期不断缩短，知识转化的速度猛增。在这种情形下，知识的接受变得并不重要，重要的是知识的选择、整合、转换和操作。大学生最需要掌握的是那些涉及面广、迁移性强、概括程度高的“核心”知识，而这些知识并非靠言语所能“传授”的，它只能通过大学生主动地“构建”和“再创造”而获得。这就需要大学生的创新意识和创新能力在其中主动发挥作用。

3. 创新意识和创新能力是大学生终身学习的保证

随着高等教育规模的不断扩大，高等教育职能正在由精英教育向素质教育转化，学习也正由阶段教育向终身教育转化，学习将成为个人生存、竞争、发展和完善的第一需要。在知识无限膨胀，陈旧周期迅速缩短的情况下，大学生的社会职业将变得更加不稳定。在创新意识和创新能力的指引下，大学生有能力在毕业之后，利用各种有利条件，根据所从事的工作不断完善自身的知识和能力结构，更好地达到完善自我和适应社会的目的，从而为终身教育打下坚实的基础。

案例学习 1-3

杨远峰“点叶成金”

让一张张树叶变成一幅画、一张照片、一件叶产品或者一张树叶书签工艺品，这是杨远峰用了6年时间才摸索出来的。

杨远峰是地地道道的农家子弟，父亲因病去世后，家徒四壁的他只好向亲戚借来200元钱开始创业。1996年，杨远峰偶然在杂志上看到将树叶制成叶脉书签的方法，于是在上山砍柴时找了几百张漂亮的叶子制成叶脉书签，拿到附近的学校去卖，没想到很快就被学生们抢购一空。一位学生还说，要是在书签上能看到图画就更好了。这句话给杨远峰带来了灵感，他从此开始钻研制作叶画的技术，并将其当成了自己的事业。经历了无数次失败和挫折，2002年，他终于成功地把画绘制到了树叶上。之后，又经过不断摸索，他发明了利用树叶制作树叶照片、叶脉仿真花、植物叶标本、叶艺广告礼品等十多种树叶产品，并注册了“叶之语”商标。

就这样，杨远峰将树叶产品加工做成了一项文化创意产业。与此同时，与树叶结下不解之缘的杨远峰，也因树叶成名、成功，先后获得国家专利近 30 项。2010 年，他的“传统叶画技艺”入选浙江省衢州市衢江区第四批非物质文化遗产。2011 年，“一种植物彩叶数码艺术相片的制作方法”荣获“衢州市 115 人才专利发明奖”。

在某一行业的某一类别里，选择某一个自己最感兴趣和最擅长的“点”，“孜孜以求，深化创新”，正是杨远峰追求的“狭中求狭创新法”。

(资料来源: 摘选修改自 http://news.xinhuanet.com/hr/2013-03/25/c_124498336.htm)

【知识链接】国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见



复习思考

1. 创新的内涵是什么?
2. 如何将一个 5 元钱的苹果卖到 50 万元甚至 500 万元的价格?

情景模拟

一个食品店一次接到一个刁钻古怪的顾客的订货单，订货单上面写道：“定做 9 块蛋糕，但要装在 4 个盒子里，而且每个盒子里至少要装 3 块蛋糕。”这位顾客傲慢地说：“贵店不是以讲信誉闻名远近吗？如果连这点小事都办不了，今后还是把招牌砸掉算了！”

如果你是食品店的店员，你能想出办法来吗？

项目实训

一分钟自我推销

1. 演练内容

(1) 问候。

(2) 我是谁（包括姓名、来自哪里、个人兴趣特长、对专业的理解、对课程学习的认识和期望、介绍家乡特产或旅游风景名胜等）。

(3) 目的：一是便于教师尽快掌握全班学生情况，以便于以后有针对性地上课提问和组织开展实训活动；二是加深学生的相互了解；三是锻炼学生上台发言的胆量和口头表达能力。

2. 实训要求和步骤

(1) 每位同学精心写一份一分钟自我推销介绍词，利用课余时间反复演练，达到内容熟练、神态自然。

(2) 地点、参加人员：本班教室，全班同学。

(3) 具体步骤：

第一步，上台问候。跑步上台，站稳后向所有人问好。注意要面带微笑，展现热情。

第二步，正式内容演练。自我推销介绍，注意音量、站姿、介绍顺序、肢体动作等。

第三步，致谢回座。对全体同学说“谢谢”以后，按照教师的示意回到座位。

3. 评分基本标准

(1) 由班委组成评委,对每个同学进行评分,最后取平均分。

(2) 评分具体要求:

①上讲台自我推销的神态、举止(55分),其中声音大小10分,热情展现7分,面带微笑10分,站姿8分,肢体语言5分,语言表达10分,服装得体5分。

②自我介绍词内容新颖、独特、顺序自然(35分)。

③时间掌控(10分)。每位同学自我介绍时间控制在60~90秒,少于45秒或超过100秒此项不得分。

4. 注意事项

(1) 每位同学要精心准备,反复演练。特别是学生干部要带头上台。

(2) 带头学生演练完成后,按学号顺序上台演练,一个接一个进行。第一位同学上台后,后一位同学在指定位置等候。

(3) 上台前要向教师举手示意,并喊话报告:“××号学生准备完毕,请指示。”听到教师“开始”的指令后跑步上台。听到教师“时间到,停”的指令后,要向所有同学说“谢谢”,然后按照教师的示意,回到座位。

(4) 注意课堂纪律,控制笑声,确保自我推销能自然顺利地进行。一位同学介绍完毕致谢后,所有同学应鼓掌回应。

(5) 实训过程中,教师准备好以下话语:

自我介绍开始!

停,未跑步上台,重来一次!

停,激情不够,重新开始!

不要紧张,重新开始。

时间到,掌声鼓励。

案例分析

张瑞敏:时代变迁,非创客难以生存

2015年,海尔集团的发展主题是“引爆引领”。“引爆是质的突破,而非对原结构的修补。引爆的目标是引领,即实现从0到1,而非原有的从1到N。引爆创造的是用户流量,而非无法交互的顾客销量。”张瑞敏说。

2013年、2014年海尔连续两年裁员,同时启动了鼓励员工内部创业的小微公司模式,喊出了“人人都是创客”的口号。在张瑞敏看来,人人创客,是引爆引领的必要条件,也是海尔集团变革的一个重要方向。整个企业要从管控型组织变成投资平台,每个人都不再是执行者,而是创业者,整个组织要从原来的传统组织变成互联网组织。

引爆的前提是人人创客,人人创客的前提是搭建起两个平台,即投资驱动平台和用户付薪平台。投资驱动,也就是所有的创客创造出的价值由谁来认可,有没有风投,风投进来后一定要求人的市场化。如果人根本不行,就必须换人,人才市场化就意味着薪酬市场化。这个投资者和市场的投资者结合在一起驱动人创造价值。而用户付薪平台使创客必须永远和用户连接在一起,因为创客的薪酬是用户给的,如果能创造价值,用户就付酬,创造不了价值就没有薪酬。

张瑞敏说，海尔集团原来的考核很简单，就是销量是多少，利润是多少，增长率是多少，根据这些数字来拿工资；现在不行了，海尔的导向是，从顾客销量到用户流量，现在要根据用户的流量来考核。

关于用户流量，张瑞敏举出海尔集团近期制造创客取得成效的一个例子。比如雷神，2013年12月，它的粉丝量只有3万，到2014年6月，半年的时间粉丝量飙升至49万。当粉丝量在3万的时候，其销售游戏本500台，在网上销售了4天；而当它拥有49万粉丝的时候，同样是500台的游戏本，在网上1秒钟即刻被抢光。4天和1秒，4天对应的是3万粉丝，1秒对应的是49万粉丝。“引爆”改变了过去新产品上市的做法，将要引爆的是用户流量，是从产品的销量转变为用户的流量。张瑞敏说，用户流量还不是最终目的，最后要变成“引领”。比如，电商就把原来传统的销售完全颠覆了，互联网金融把传统的银行也颠覆了，这才是真正的引领。

在张瑞敏看来，互联网时代并不是“我做什么、怎么让顾客来了解和接受”，而是用户和企业必须融为一体，互联网最重要的是零距离、去中心化、分布式。企业必须和用户融为一体，满足用户最佳体验。张瑞敏说：“自主创业主要是两点：第一，从集团的角度，把管控组织变成投资平台后，决策权、分配权、用人权‘三权’要彻底让渡。一个企业如果有了这三项权力，就一定是一个独立的企业。第二，从员工的角度，要自我突破，每个人都是独一无二的，都有不可限量的潜力。”

（资料来源：庞丽静，《张瑞敏：时代变迁，非创客难以生存》，《经济观察报》2015年3月1日）

问题：海尔集团在哪些方面体现了创新？

任务二 理解创业与创业精神

【任务导入】

美图秀秀蔡文胜的创业励志故事

他摆过地摊，还跑到东南亚卖衣服、卖水泥，最后因为投资域名生意，抢注十多万个互联网域名赚得盆满钵满，之后进入投资领域，相继投资美图秀秀、58同城，暴风集团等重量级公司，在2016胡润IT富豪榜中，他以105亿元排名第35位。

2013年，蔡文胜出任美图秀秀董事长，2016年12月15日，美图秀秀正式登陆港交所，整体市值近46亿美元，成为继2004年腾讯上市后10年来香港股市最大规模的科技IPO。蔡文胜持有美图公司38.32%的股份，价值约120亿元人民币。此外，蔡文胜共投资了58同城、暴风集团等数十家企业，综合计算，美图公司上市后，蔡文胜本人或将成为厦门新首富。

蔡文胜于1970年出生于泉州。1985年，15岁的蔡文胜弃学，在素有商业历史气息的泉州和几个同学摆起了地摊。若不算八九岁时卖冰棒的经历，这是他人生第一次正式下海。

蔡文胜的地摊生意从兜售一些小物件开始，如计算器，以8元钱进货，10元钱卖出。