

# 大学生创新创业教程

主 编 薛永基

副主编 刘丽萍 孟祥刚

版权专有 侵权必究

---

图书在版编目 (CIP) 数据

大学生创新创业教程/薛永基主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2017. 7

ISBN 978 - 7 - 5682 - 4422 - 0

I. ①大… II. ①薛… 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 (2017) 第 178733 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 / 北京富达印务有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 15.5

字 数 / 367 千字

版 次 / 2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

定 价 / 39.80 元

责任编辑 / 李慧智

文案编辑 / 李慧智

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

---

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

自2010年7月在大学任教以来,我每年指导大学生创新创业计划作品近百件,辅导大学生开创企业多家。在这个过程中,我一直在思索一个问题,作为一项实践性很强的活动,创业能不能教?答案越来越清晰,创业教不了,但创业所涉及的知识和方法是可以教的。目前,市面上的创业教材不下百种,对大学生创业能力的提升起到了很好的促进作用,也构成了本书写作的知识基础。但是,在教学实践中,我还是认为有必要再编写一本该类教材,原因有三:一是现有教材在商业模式和市场营销等创业关键环节上体现不够,指导不深入。二是现有教材知识讲解充分,但方法给出方面普遍欠缺,大学生感到无所适从。三是创业案例的选择多是选择知名企业和著名企业家的创业经历,对大学生的创业实践活动和创业能力提升借鉴意义不大。

基于以上认识,在同行鼓励、大学生要求、出版社促动下,我们编写了这本《大学生创新创业教程》。本书的特点有:

第一,立足理念介绍。本书着力于先进创业理念的介绍,并将创业与企业管理、市场营销等相结合,实现了把近年来该领域的新理论、新理念引入的目标。本书多次强调,拥有正确的创业理念是做好创业基础学习的关键。

第二,突出方法指导。本书在着重强调理念的同时,注重创业所需方法的介绍。一方面,详细分析了创业基础所需要的市场调研、产品设计、商业模式制定、营销组合构建等方法的应用;另一方面,对大学生比较关心的创业计划书写作、财务融资的来源、创业案例剖析等也做了系统回答。

第三,面向实践使用。本书注重对实践的指导,通过案例分析、行业分析等强化了理念和方法的实践应用,可以直接辅助创业活动的开展和相应的管理。尤其在主要案例分析上,本书选取了北京林业大学两个真实的案例。这两个案例都具有“互联网”“众筹”等时代特征,是主编作为指导老师全程指导的创业案例。

第四,强调系统整合。“理念—方法—实践”是主编写作教科书的一贯主张,且在其他教科书中较为成功的应用。为切实做到这一点,在“理念”介绍之后,“方法”的引入是为了“理论”的实现,而“实践”的引入是“理论”和“方法”的具体运用。这样,三者构成一个有机系统,涵盖了创业活动的多个层面和所有活动。

本书是集体智慧的结晶，是北京林业大学国家级虚拟仿真实验教学中心、北京市经济管理实验教学示范中心、北京市高等学校示范性创新实践基地、创新创业基地多年的教学积累和总结。本书由薛永基（北京林业大学）主编，副主编由刘丽萍、孟祥刚担任。在分工上，薛永基制定编写架构，并撰写或指导撰写了第1章、第3章、第6章、第7章、第8章、第10章、第11章。刘丽萍撰写了第6章和第8章；陈凯撰写了第2章；徐博函撰写了第10章。刘颂雅、林方升执笔撰写了第1章，严伟辉执笔撰写了第2章，赵羽翎执笔撰写了第3章，吕丹龙阳执笔撰写了第4章，田朝执行撰写了第5章，孙超凡执笔撰写了第6章，林娟、冯潇执笔撰写了第9章，徐博函执笔撰写了第10章，孙怡、魏畅执笔撰写了第11章，王一如、张寒玥执笔撰写了第12章。

本书出版得益于致力于创业教育有识之士的有力推动。感谢北京林业大学经济管理学院院长、农林业经营管理国家级虚拟仿真实验教学中心主任陈建成教授，北京大学教授、教育部国家级实验教学示范中心联席会首席技术专家郝永胜教授，北京工商大学原文科实践中心主任秦艳梅教授等的鼓励和支持；感谢河北地质大学创新创业学院执行院长朱燕空副教授、北京航空航天大学经济管理实验中心韩小汀副教授等的影响和支持；感谢北京理工大学出版社副社长张文峰先生的策划和支持；感谢新道科技股份有限公司高级副总裁周前进先生、副总裁宋健先生、北京分公司副总经理牟芹芹女士从企业视角的分享和支持。同时，本书在写作中参考了李家华、雷家骅、张玉利等国内外专家学者的著作。在此，一并表示感谢。

由于水平所限，缺点和不足在所难免，恳请有识之士和学术同仁批评指正。

薛永基

2017年5月

<b>第1章 大学生创新与创业</b> .....	1
1.1 创新的概念与类型 .....	3
1.1.1 创新的概念 .....	3
1.1.2 创新的类型 .....	4
1.2 创业的定义与类型 .....	6
1.2.1 创业的定义 .....	6
1.2.2 创业类型 .....	6
1.3 创业的过程与阶段 .....	9
1.4 创业的元素 .....	10
1.4.1 创业元素的内容 .....	10
1.4.2 元素之间的关系 .....	11
1.5 创业精神与人生发展 .....	11
1.5.1 创业精神 .....	12
1.5.2 创业精神对个人生涯发展的影响 .....	14
1.6 当今创业的时代背景 .....	16
1.6.1 互联网与创业 .....	16
1.6.2 知识与创业 .....	17
1.6.3 消费群体的个性需求 .....	20
1.6.4 大众创业氛围形成 .....	21
本章要点回顾 .....	22
习题 .....	22
课后拓展 .....	22

<b>第2章 创新思维与创新源泉</b> .....	23
2.1 创新思维 .....	25
2.1.1 创新思维的定义 .....	25
2.1.2 创新思维的特征 .....	25
2.1.3 创新思维的作用 .....	28
2.1.4 创新思维的分类 .....	29
2.2 创新思维的模式 .....	32
2.3 创新创业调研方案的设计 .....	33
2.3.1 创新创业调研方案设计的概念 .....	33
2.3.2 创新创业调研方案设计的重要性 .....	34
2.3.3 创新创业调研方案设计的主要内容 .....	34
本章要点回顾 .....	39
习题 .....	40
课后拓展 .....	40
<b>第3章 创新的方法</b> .....	41
3.1 头脑风暴法 .....	42
3.1.1 头脑风暴法的组织 .....	42
3.1.2 头脑风暴法的基本规则 .....	43
3.1.3 头脑风暴小组成员 .....	44
3.1.4 头脑风暴法的实施 .....	45
3.2 综摄法 .....	47
3.2.1 综摄法的概念 .....	47
3.2.2 综摄法的5个基本假定 .....	47
3.2.3 综摄法的操作步骤 .....	48
3.3 形态分析法 .....	49
3.3.1 背景起源 .....	49
3.3.2 形态分析法概念 .....	49
3.3.3 形态分析法的主要特点 .....	49
3.3.4 形态分析法的步骤 .....	49
3.4 信息交合法 .....	50
3.4.1 信息交合法概念 .....	50
3.4.2 公理定理 .....	50
3.4.3 三原则 .....	51
3.4.4 优点 .....	51
3.4.5 运用 .....	51

3.4.6	信息交合法在申论考试中的运用	51
3.5	5W2H法	52
3.5.1	背景起源	52
3.5.2	5W2H分析法内涵	52
3.5.3	5W2H法的应用程序	52
3.6	奥斯本检核表法	53
3.6.1	检核表法的概念	53
3.6.2	奥斯本检核表法的定义	54
3.6.3	奥斯本检核表法的优势	54
3.6.4	奥斯本检核表法的过程	54
3.6.5	实施步骤	55
3.6.6	过程注意	55
3.6.7	存在的问题	55
3.7	TRIZ——发明问题解决理论	57
3.7.1	TRIZ理论的起源背景	58
3.7.2	TRIZ理论的主要内容	59
3.7.3	TRIZ理论的作用	60
3.8	六顶思考帽法	62
3.8.1	六顶思考帽法的概念	62
3.8.2	六顶思考帽法的应用	62
3.8.3	案例分析	65
3.8.4	应用步骤	67
	本章要点回顾	67
	习题	67
	课后拓展	68
<b>第4章</b>	<b>技术创新与创业</b>	<b>69</b>
4.1	技术创新的原理与方法	70
4.1.1	技术创新的概念和相关理论	70
4.1.2	技术创新的类型	72
4.2	技术创新的过程	74
4.3	技术创新及其管理的概念和体系	75
4.3.1	技术创新管理概念综述	76
4.3.2	企业技术创新管理方法体系	78
4.3.3	技术创新管理体系的目标	80
4.4	技术创新管理的重要性和必要性	81
4.4.1	技术管理的重要性	81

4.4.2 技术创新的复杂性 .....	82
4.4.3 技术创新管理的必要性 .....	83
4.5 TRIZ 法在技术创新中的应用 .....	84
4.5.1 TRIZ 法的概念 .....	84
4.5.2 现实应用 .....	85
本章要点回顾 .....	86
习题 .....	86
课后拓展 .....	86
<b>第5章 产品设计与创新 .....</b>	<b>87</b>
5.1 新产品开发流程分析 .....	89
5.1.1 新产品的概念 .....	89
5.1.2 新产品开发的背景 .....	90
5.1.3 新产品开发的流程分析 .....	90
5.2 设计创意的产生 .....	91
5.2.1 内容提要 .....	91
5.2.2 创意产生过程 .....	92
5.3 构建产品概念 .....	93
5.3.1 构建产品概念的背景 .....	93
5.3.2 产品概念 .....	93
5.3.3 构建产品概念的流程 .....	95
本章要点回顾 .....	98
习题 .....	98
课后拓展 .....	99
<b>第6章 创业素质认知 .....</b>	<b>100</b>
6.1 创业者 .....	101
6.1.1 创业者概述 .....	101
6.2 创业者素质 .....	107
6.2.1 创业者素质的概念 .....	107
6.2.2 创业者素质的构成 .....	108
6.2.3 哪些人不适合创业 .....	109
6.2.4 创业者素质的自我认知与判断 .....	110
6.3 创业者的能力 .....	111
6.3.1 机会识别能力 .....	111
6.3.2 风险决策能力 .....	112
6.3.3 战略管理能力 .....	112



6.3.4	开拓创新能力 .....	112
6.3.5	创业网络构建能力 .....	112
6.3.6	组织管理能力 .....	112
6.4	创业者价值观 .....	113
6.4.1	概念 .....	113
6.4.2	职业价值观测评 .....	113
	本章要点回顾 .....	116
	习题 .....	117
	课后拓展 .....	117
<b>第7章</b>	<b>创业项目与资源分析 .....</b>	<b>118</b>
7.1	创业项目的识别 .....	119
7.1.1	创业项目与创业机会 .....	119
7.1.2	创业机会的特征与类型 .....	120
7.1.3	创业项目的识别 .....	121
7.1.4	创业项目的评估 .....	122
7.2	创业项目的风险分析 .....	124
7.2.1	创业项目风险的构成与分类 .....	124
7.2.2	创业项目的风险规避途径 .....	126
7.2.3	创业者风险承担能力的估计 .....	128
7.2.4	基于机会风险的创业收益预测 .....	128
7.3	创业项目的资源需求分析 .....	129
7.3.1	创业项目资源概述与分类 .....	129
7.3.2	创业资源的作用 .....	132
7.3.3	创业项目资源的获取方式 .....	133
7.4	创业项目资源的整合 .....	133
7.4.1	创业资源整合的原则 .....	134
7.4.2	创业资源整合的途径 .....	135
7.5	创业项目资源的创造性利用 .....	135
	本章要点回顾 .....	136
	习题 .....	136
	课后拓展 .....	137
<b>第8章</b>	<b>创业团队的组建 .....</b>	<b>138</b>
8.1	创业团队的概念 .....	139
8.1.1	创业团队的定义 .....	139
8.1.2	创业团队的类型 .....	140

8.2	创业团队的组建程序	141
8.3	创业团队的管理技巧和策略	142
8.4	创业团队常见问题与解决方法	143
8.4.1	创业团队常见的问题	143
8.4.2	创业团队常见问题的解决方案	144
	本章要点回顾	145
	习题	145
	课后拓展	145
<b>第9章</b>	<b>商业模式设计</b>	<b>146</b>
9.1	商业模式的概念	149
9.1.1	商业模式的定义	149
9.1.2	商业模式与企业战略、管理模式的关系	150
9.2	企业常见的商业模式	152
9.3	商业模式的构成	158
9.3.1	客户细分	158
9.3.2	价值主张	159
9.3.3	渠道通路	159
9.3.4	客户关系	160
9.3.5	收入来源	160
9.3.6	核心资源	161
9.3.7	关键业务	162
9.3.8	重要合作	162
9.3.9	成本结构	162
9.4	商业模式分析工具——画布	163
9.4.1	什么是商业模式画布	163
9.4.2	商业模式画布的4个视角	163
9.4.3	商业模式画布的实际应用价值	164
9.5	商业模式分析应用设计	164
9.5.1	创意想法的描述	164
9.5.2	商业模式要素的描述	166
9.5.3	商业模式的描述	167
9.5.4	商业模式的检验	169
	本章要点回顾	170
	习题	171
	课后拓展	171

<b>第10章 创业融资</b> .....	172
10.1 大学生创业融资的现状 .....	173
10.2 创业融资机理及模式 .....	173
10.2.1 创业融资机理 .....	173
10.2.2 创业融资模式 .....	174
10.3 创业融资渠道及探索 .....	178
10.3.1 政府基金 .....	178
10.3.2 自筹资金 .....	178
10.3.3 天使投资 .....	179
10.3.4 合作融资 .....	180
10.3.5 银行贷款 .....	180
10.3.6 风险融资 .....	181
10.3.7 网络借贷平台 .....	182
10.3.8 典当融资 .....	182
10.3.9 融资租赁 .....	182
10.3.10 众筹融资 .....	183
10.4 创业融资风险及管理 .....	183
10.4.1 创业融资风险 .....	183
10.4.2 创业融资风险管理及规避 .....	187
本章要点回顾 .....	187
习题 .....	188
课后拓展 .....	188
<b>第11章 新创企业管理</b> .....	189
11.1 新成立企业 .....	190
11.1.1 企业法律形式的选择 .....	190
11.1.2 企业的工商、税务登记 .....	192
11.1.3 创办企业应注意的伦理问题 .....	193
11.2 企业的内部管理 .....	195
11.2.1 组织结构的选择 .....	195
11.2.2 薪酬体系的构建 .....	197
11.2.3 企业文化的构建 .....	199
11.3 企业的风险管理 .....	202
11.3.1 创业风险的构成与分类 .....	202
11.3.2 风险防范的可能途径 .....	204
11.3.3 创业者风险承担能力的估计 .....	205

11.4 企业的成长管理 .....	207
11.4.1 创业企业的生命周期理论 .....	207
11.4.2 创业企业的阶段管理 .....	207
11.5 企业管理创新 .....	210
11.5.1 管理创新的内涵 .....	210
11.5.2 管理创新的策略 .....	211
本章要点回顾 .....	212
习题 .....	213
课后拓展 .....	213
<b>第12章 创业计划与商业计划书撰写 .....</b>	<b>214</b>
12.1 创业计划 .....	215
12.1.1 创业计划的概念与特点 .....	215
12.1.2 创业计划的作用 .....	216
12.2 商业计划书的内容 .....	216
12.2.1 商业计划书的概念 .....	216
12.2.2 商业计划书内容的选择原则 .....	216
12.2.3 商业计划书的主要内容 .....	217
本章要点回顾 .....	233
习题 .....	233
课后拓展 .....	233
<b>参考文献 .....</b>	<b>234</b>
<b>缩写后记 .....</b>	<b>236</b>

# 第 1 章

## 大学生创新与创业



### 内容提要

创业是人类最基本的实践活动，从某种意义上说，人类社会发展的历史，就是一部不断创业的历史。通过创业，人类不断地创造新的物质财富和精神财富，来满足自身物质和精神的需要，从而推动社会不断进步，使社会逐步走向文明、昌盛、富强。

学习完本章后，希望同学们做到：

- ①了解创新与创业的概念与类型。
- ②掌握创业的要素和过程。
- ③理解创业精神及其对个人发展的影响。
- ④了解当今创业的时代背景。



### 导入案例

#### “驴妈妈”：把自助游的流量导向景点

“驴妈妈”是洪清华的第三次创业，他的生意始终未离开过“旅游”二字。第一次创业是在北京，他跟朋友创办了达沃斯巅峰旅游景观设计中心，如今这家公司已经成为具备全国旅游规划甲级资质的单位。第二次创业是2004年，他在上海创办奇创旅游规划设计机构（以下简称“奇创”），该机构曾为三亚、漓江、千岛湖等旅游地做过规划。但是，真正让洪清华声名在外的，还是面向大众的B2C网站“驴妈妈”。

#### 向抱怨要商机

洪清华一直认为，抱怨最多的地方必然存在巨大商机。游客对旅行社意见很大，他们反感所有的门票被打包，厌恶被带到指定商店买高价的劣质商品。景区对旅行社

则是又爱又恨：爱的是旅行社能带来门票收入，恨的是旅行社不能带动周边消费。那个时候的市场是从观光游向休闲游过渡的时期，有大量的休闲设施建成。

洪清华判断，“未来一定是由自驾游、自助游的游客激活景点的周边消费”。买一张门票游玩之后，游客还要住下来，晚上喝点咖啡，品尝下景点周边的特色餐饮，悠哉地待上两三天。洪清华坚持认为，景区门票一定要打折，让“驴友”过来之后产生综合消费、二次消费的价值远远大于一次性购买门票的价值。

其实，洪清华的这个想法诞生于2005年，但他真正付诸行动是在2008年。为什么要推迟3年才行动？很重要的原因是，他在等待自助游市场的爆发。

2008年电子商务慢慢热起来，在旅游行业摸爬滚打多年的洪清华感觉“散客潮”的时代即将来临，将“电子商务潮”和“散客潮”两股热潮整合起来，一定能产生很好的商业模式。不抢跟团游，也没选择机票、酒店作为切入口，洪清华大胆地选择了无人涉足的自助游市场进入。

“领先一步可能是先烈，领先半步就是先锋。”作为第一个“吃螃蟹”的人，洪清华坚持通过电子商务平台向全国各地的自助游旅客卖门票，这也成为“驴妈妈”跟途牛、悠哉等众多旅游网站最大的区别。洪清华解释说，“驴妈妈”尽管是一家综合性旅游网站，但80%的业务是卖自助游产品，比如，当季主打产品、“开心驴行”等，其余的20%是卖跟团游产品，洪清华坚信：“我们的核心业务一定是自助游和门票。”

起步阶段的确艰难，景点服务商接受电商模式和打折门票需要一个循序渐进的过程。好在“驴妈妈”有先发优势，还有在奇创旅游规划咨询机构（简称“奇创”）做景区规划时结识的一些景区服务商。洪清华以免费的形式鼓励服务商到“驴妈妈”平台上做尝试，派市场人员苦口婆心地一遍遍沟通，做思想工作。“先有产品，然后再拿产品吸引游客，而且少量的产品是没有用的，起码得有1000家供应商。”这是洪清华当时说服景点服务商的理由。

与传统区域性门票代理商不同，“驴妈妈”是面向全国的分销平台。经过一年时间的市场培育，“驴妈妈”的票务分销平台签了1000多家代理商。这时的“驴妈妈”迎来了首轮融资。为了让更多“驴友”知道“驴妈妈”，洪清华开始大力推广网站。

### **B2B2C 全三角**

2010年初，当网站有四五千家景点之后，“驴妈妈”已经具备了不小的知名度，一个“黄金周”能为某些景点输送游客几万人次。当营业额和订购数量开始形成规模后，“驴妈妈”仅向游客输送门票产品的模式显得越来越单薄。“游客抱怨餐饮不好，抱怨没有导游，抱怨旅游时在当地人生地不熟，等等，这些都是商机。”这时，洪清华开始不断丰富电商平台产品，为驴友提供度假酒店、餐饮、娱乐、租车、导游等自助游产品。他们还在三亚、黄山、厦门等旅游目的地开设分公司，服务当地游客。

业务发展过程中，洪清华发现，在中国的旅游产业链上，景区运营水平参差不齐，管理水平有很大提升空间。这时，洪清华的几大业务板块逐步显现。他通过成立景城国际旅游运营集团打通了旅游产业链，集团旗下景城旅游发展有限公司专做景区运营管理，景城旅游营销有限公司负责景区营销服务。他还创办了“帐篷客”，在景区开设

连锁酒店。再加上“奇创”的业务，洪清华在旅游市场可谓“无孔不入”，用他的话来说，形成了一个“B2B2C全三角”。

洪清华一边通过“驴妈妈”为自助游游客提供服务，一边帮景区做营销和规划设计等服务。“当为景区做规划设计的时候，景区看到我们的服务很专业，可能就会把相应的资源嫁接过来。‘驴妈妈’获取门票等资源后，又可以为游客提供更好、更丰富的产品。所有好的商业价值，一定是实现二次、三次的价值。就像苹果手机，光卖硬件只能赚一部分钱，硬件使用后的服务又能赚大量的钱。”洪清华的道理很简单，不是单纯将“驴妈妈”打造成电子商务公司，而是要将其打造成一家服务型公司。

洪清华首先通过网站把游客送到景区，提取佣金，输送完游客后，再通过旅游营销和规划产生二次价值，“卖服务的收入，已经超过了佣金收入”，这就是洪清华真正的商业模式。

2011年，洪清华明显感觉到了中国自助游市场的蓬勃发展。当时国家旅游局统计数据显示，中国全年出游人数约26亿，大概只有8.2%是跟团游，剩下的91.8%都是自助游。洪清华终于等到了“驴妈妈”业务的爆发。

目前，“驴妈妈”已经有了7000多家折扣景点的门票，折扣幅度一般在2到8折。他们前前后后得到了江南资本、红杉、鼎晖等机构的3轮投资。今天，在出境旅游还是以跟团游为主流的情况下，洪清华又开始推出出境“自由行”产品。据透露，2013年他们将大力开展全球门票业务。“我要瞄准下一个主流。难点在于市场的成熟和对产品的接受度。”

洪清华的下一个目标是希望再花三到四年的时间，将“驴妈妈”打造成集攻略、点评、公共服务、旅游景点等为一体的电子商务社区。“自助游天下，就找‘驴妈妈’”，这是他们的诉求。

(资料来源：创业邦.2012-12.封面故事.编者进行了整理和删减。)

## 1.1 创新的概念与类型

### 1.1.1 创新的概念

创新是指以现有的思维方式提出区别于常规或常人思路的见解为导向，利用现有知识和物质，在特定环境下，本着理想化需要或为满足社会的需求，而改进或创造新的事物、方法、元素、路径、环境，并且能够获得一定有益效果的行为。

创新是以新思维、新发明和新描述为特征的一种概念化过程。它起源于拉丁语，其原意有3层含义，即更新、创造新的东西和改变。创新，是人类特有的认知能力和实践能力，是人类主观能动性的高级表现形式，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，不能没有理论思维，不能停止理论创新。创新在经济、商业、技术、社会学以及建筑学等领域的研究中都有着举足轻重的分量。在我国，经常用“创新”一词表示改革的结果。改革被视为经济发展的主要推动力，促进创新

的因素也被视为至关重要的条件。对于创新概念的理解一般有狭义和广义两个层次。狭义的创新概念立足于把技术和经济结合起来，即创新是一个从新思想的产生到产品设计、试制、生产、营销和市场化的一系列活动。广义的创新概念力求将科学、技术、教育等与经济融汇起来，即创新表现为不同参与者和机构（包括企业、政府、学校、科研机构等）之间交互作用的网络。在这个网络中，任何一个节点都可能成为创新行为实现的特定空间。创新行为因而可以表现在技术、体制或知识等不同层面。

“创新”一词早在《南宋·后妃传上·宋世祖殷淑仪》中就曾提到，意为创立或创造新的东西。《韦氏词典》对“创新”下的定义为：引入新概念、新东西和革新。也就是说，“革故鼎新”（前所未有）与“引入”（并非前所未有）都属于创新。

在国际上，奥地利经济学家约瑟夫·熊彼特是创新理论的奠基人。他最早在1911年出版的德文版《经济发展理论》一书中，就论述了关于经济增长并非均衡变化的思想。此书在1934年被译成英文时，使用了“创新”（innovation）一词。1928年，熊彼特在首篇英文版论文《资本主义的非稳定性》（*Instability of Capitalism*）中首次提出了创新是一个过程的概念，并于1939年出版的《商业周期》（*Business Cycles*）一书中比较全面地提出了创新理论。按照熊彼特的观点，所谓“创新”，就是建立一种新的生产函数。也就是说，把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系。在熊彼特看来，作为资本主义“灵魂”的“企业家”的职能就是实现“创新”，引入“新组合”。所谓“经济发展”，也是针对整个资本主义社会不断地实现这种“新组合”而言的。熊彼特所说的“创新”“新组合”或“经济发展”，包括以下5种情况：①引进新产品。②引用新技术，即新的生产方法。③开辟新市场。④控制原材料的新供应来源。⑤实现企业的新组织。自20世纪60年代起，管理学家们开始将创新引入管理领域。现代管理大师彼得·德鲁克在《动荡年代的管理》一书中发展了创新理论。他认为，创新的含义是有系统地抛弃昨天，有系统地寻求创新机会，在市场薄弱的地方寻找机会，在新知识萌芽时期寻找机会，在市场需求和短缺中寻找机会。创新是赋予资源以新的创造财富能力的行为。任何使现有资源的财富创造潜力发生改变的行为，都可以称为创新。他还在《创新与创业精神》一书中提到，创新是企业家的特定工具，他们利用创新改变事实，作为开创其他不同企业或服务项目的机遇。

### 1.1.2 创新的类型

创新并非少数天才的专利，创新是创业的源泉、本质和灵魂。创新能力是进行创业最重要的资本。创新的类型主要包括：

#### 1. 盈利模式创新

盈利模式创新是指公司寻找全新的方式将产品和其他有价值的资源转变为现金。这种创新常常会挑战一个行业关于生产什么产品、确定怎样的价格、如何实现收入等问题的传统观念。溢价和竞拍是盈利模式创新的典型例子。

#### 2. 网络创新

在当今互联的世界里，没有哪家公司能够独自完成所有事情。网络创新让公司可



以充分利用其他公司的流程、技术、产品、渠道和品牌。悬赏或众包等开放式创新方式是网络创新的典型例子。

### 3. 结构创新

结构创新是通过采用独特的方式组织公司的资产（包括硬件、人力或无形资产）来创造价值。它可能涉及从人才管理系统到重新进行固定设备配置等方方面面。结构创新的例子包括建立激励机制，鼓励员工朝某个特定目标努力，实现资产标准化以降低运营成本和复杂性，甚至创建企业大学以提供持续的高端培训。

### 4. 流程创新

流程创新涉及公司主要产品或服务的各项生产活动和运营。这类创新需要彻底改变以往的业务经营方式，使公司具备独特的能力，高效运转，迅速适应新环境，并获得领先市场的利润率。流程创新常常是一个企业核心竞争力的重要组成部分。

### 5. 产品性能创新

产品性能创新是指公司在产品或服务的价值、特性和质量方面进行的创新。这类创新既涉及全新的产品，也包括能带来巨大增值的产品升级和产品线延伸。产品性能创新常常是竞争对手最容易效仿的一类。

### 6. 产品系统创新

产品系统创新是将单个产品和服务联系或捆绑起来创造出一个可扩展的强大系统。产品系统创新可以帮助公司建立一个能够吸引和取悦顾客的生态环境，抵御竞争者的侵袭。

### 7. 服务创新

服务创新保证并提高了产品的功用、性能和价值。它能使一个产品更容易被试用和享用；它为顾客展现了他们可能会忽视的产品特性和功用；它能够解决顾客遇到的问题并弥补产品体验中的不愉快。

### 8. 渠道创新

渠道创新是指将产品与顾客和用户联系在一起的所有手段。虽然电子商务在近年来成为主导力量，但实体店等传统渠道还是很重要，特别是在创造身临其境的体验方面。这方面的创新老手常常能发掘出多种互补方式，将他们的产品和服务呈现给顾客。

### 9. 品牌创新

品牌创新有助于顾客和用户识别、记住你的产品，并在面对你和竞争对手的产品或替代品时选择你的产品。好的品牌创新能够提炼一种“承诺”，吸引买主并传递一种与众不同的身份感。

### 10. 顾客契合创新

顾客契合创新是要了解顾客和用户的深层愿望，并利用这些了解来发展顾客与公