

普通高等教育“十三五”创新创业教育系列教材

大学生创新创业指导

主编 / 李子毅 刘佩



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

普通高等教育“十三五”创新创业教育系列教材

大学生创新创业指导

主 编 李子毅 刘 佩
副主编 汪友仁 彭进香 李 娅
黄 文 王华荣
参 编 陈 慧 李 皓 张 玲
李 波 刘治国

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

内 容 简 介

本书牢牢把握时代脉搏,深入分析当前背景,结合大学生群体的特点,对大学生的创业环境进行了深入分析,从大学生创新与创业概述、创新思维与创新源泉等方面展开叙述,并侧重讲解创新的方法、技术创新、产品设计与创新、创业素质认知、创业项目与资源分析、创业团队的组建、商业模式、创业融资等。

本书注重对大学生创业的具体指导,具有很强的可操作性,是一部集理论性、实践性与科学性于一体的大学生创业教科书,希望从理论到实践为广大青年学子在创业上提供借鉴。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

大学生创新创业指导/李子毅,刘佩主编.—北京:北京理工大学出版社,2019.8

ISBN 978-7-5682-7438-8

I. ①大… II. ①李… ②刘… 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178152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)

82562903(教材售后服务热线)

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/北京国马印刷厂

开 本/787毫米×1092毫米 1/16

印 张/11.5

字 数/274千字

版 次/2019年8月第1版 2019年8月第1次印刷

定 价/36.00元

责任编辑/高 芳

文案编辑/赵 轩

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

在校大学生既是国家建设与发展的宝贵人才资源，也是创新创业的主力军，在当今社会高举“大众创业，万众创新”的旗帜下，在国家创新创业驱动发展战略下，提高大学生创新创业能力成为高等教育的重要职责。湖南省高度重视大学生创新创业指导教育工作，教学制度的改革和师资队伍的建设都卓有成效。我国正处于经济社会转型的重要时期，调结构、转方式、促升级是供给改革的重要途径，是保持经济可持续发展的有力武器。通过推进大学生创新创业教育，使更多有创业梦想的大学生参与创业，以创新支持创业，以创业带动就业。与其他创业群体相比，大学生有着较为丰富的知识储备，但创造力有待提高，如何更好地培养这群人是教育工作者当下最主要的任务。

目前，市面上的创业教材多种多样，对创业实践起到了很好的促进作用，但缺少把理论更好地运用到实践中的方法，这也是我们组织创新创业教师共同探讨编写本书的缘由。通过对有关创新创业教材的深入探究和分析总结，以及多年的教学实践发现，编写一本实用性强的教材很有必要，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阐述不够深入；二是现有教材知识面宽泛，具体实践方法欠缺；三是创业案例的选择一般是知名企业家的创业经历，对大学生的初创实践活动和创业能力提升借鉴意义不大。

基于以上认识，在充分考虑不同学生的特点和大学生创业需求的基础上，我们组织长期从事创新创业教学的一线老师与“SIYB 创业培训讲师”团队编写了《大学生创新创业指导》。本书的特点有：

第一，立足理念介绍。本书着力于创业先进理念的介绍，将创新思维、企业管理、市场营销、融资来源相结合，实现了新理论、新理念进教材的目标。

第二，突出方法指导。本书在强调创业理念的同时，也注重创业方法的介绍，不仅详细描述了创业基础所需要的市场调研、产品设计、商业模式制定、营销组合构建的方法，而且介绍了创业计划书写作、财务融资的来源，并对创业案例进行了剖析。

第三，面向实践使用。本书注重对实践的指导，通过案例分析、行业分析等强化理念和方法的实践应用，选取湖南应用技术学院等高校学生创业的真实案例进行分析并应用于教学之中（书中案例涉及的人名均为化名），突出适用性、实用性和新颖性。

第四，强调系统整合。本教材以“理念-方法-实践”为主线，以学生身边的创业故事为案例进行创业引导，实现了理论与实践的结合。

笔者自1996年3月从事教育教学工作以来，曾在学校的多个岗位上任职。2006年开始分管学校成人学历与非学历教育全面工作，2009年以来兼任大学生SIYB培训项目的负责人，每年组织近千名大学生参加SIYB创新创业培训，培养了大量创业成功的大学生。在创业教育的研究和教学过程的信息反馈中，笔者一直在思索一个问题：创新创业作为一项实践性较强的活动究竟能不能教？如果能教，应该怎么教？经过多年的教学实践和跟踪调查，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。

将教材优质化、本土化、特色化既符合因材施教的教育理念，又兼顾国家对高等教育的要求。衷心希望本教材能成为大学生创新创业的有效工具，帮助大学生成才，在时代大潮中建功立业，实现自己的人生价值。

在编写过程中，编者借鉴了国内外创新创业教育的研究成果和创业者的实践经验，在此表示衷心的感谢！

由于作者们水平所限，书中难免存在疏漏和不足之处，恳请专家和广大读者批评指正。

编者

2019年5月



第 1 章 大学生创新与创业概述	(1)
1.1 创新与创业	(1)
1.1.1 创新概述	(1)
1.1.2 创业概述	(3)
1.2 创业的过程	(6)
1.3 创业的要素	(8)
1.4 创业精神	(9)
1.5 当今创业的时代背景	(13)
1.5.1 互联网与创业	(13)
1.5.2 知识与创业	(14)
第 2 章 创新思维与创业调研方案设计	(18)
2.1 创新思维	(18)
2.1.1 创新思维的定义	(18)
2.1.2 创新思维的特征	(19)
2.1.3 创新思维的作用	(21)
2.1.4 创新思维的分类	(21)
2.1.5 创新思维与实践	(23)
2.2 创业调研方案设计	(25)
2.2.1 创业调研方案设计的概念	(25)
2.2.2 创业调研方案设计的重要性	(25)
2.2.3 创业调研方案设计的主要内容	(26)
第 3 章 创新的方法	(31)
3.1 “头脑风暴”法	(31)
3.1.1 “头脑风暴”法的概念	(32)
3.1.2 “头脑风暴”法的基本规则	(32)

3.1.3	“头脑风暴”法的小组成员	(33)
3.1.4	“头脑风暴”法的实施	(34)
3.2	综摄法	(36)
3.2.1	综摄法的概念	(37)
3.2.2	综摄法的基本假定	(37)
3.2.3	综摄法的基本原则	(37)
3.2.4	综摄法的模拟技巧	(38)
3.2.5	综摄法的操作步骤	(38)
3.3	信息交合法	(38)
3.3.1	信息交合法的概念	(39)
3.3.2	信息交合法的实施	(39)
3.3.3	信息交合法的运用	(39)
3.3.4	信息交合法的原则	(40)
3.4	“5W2H”分析法	(40)
3.4.1	“5W2H”分析法的概念	(40)
3.4.2	“5W2H”分析法的应用	(40)
3.5	奥斯本检核表法	(41)
3.5.1	奥斯本检核表法的定义	(41)
3.5.2	奥斯本检核表法的优势	(42)
3.5.3	奥斯本检核表法的步骤	(42)
3.6	“六顶思考帽”法	(42)
3.6.1	“六顶思考帽”法的概念	(42)
3.6.2	“六顶思考帽”法的基本思维模式	(43)
3.6.3	“六顶思考帽”法的应用	(43)
第4章	技术创新	(45)
4.1	技术创新概述	(45)
4.1.1	技术创新的概念和相关理论	(46)
4.1.2	技术创新的类型	(48)
4.1.3	技术创新过程的模型	(49)
4.2	技术创新管理	(50)
4.2.1	技术创新管理体系	(51)
4.2.2	技术创新管理的重要性	(53)
第5章	产品设计与创新	(56)
5.1	新产品开发概述	(56)
5.2	产品设计	(57)

5.2.1	设计创意的产生	(57)
5.2.2	产生设计创意的方法	(58)
5.2.3	资料收集	(59)
5.3	构建产品概念	(60)
5.3.1	产品概念	(61)
5.3.2	构建产品概念的流程	(62)
5.4	产品评估	(64)
5.4.1	客户群体	(64)
5.4.2	客户需求	(64)
第6章	创业素质	(68)
6.1	创业者概述	(68)
6.2	创业者素质	(72)
6.2.1	创业者素质的概念	(72)
6.2.2	创业者素质的构成	(72)
6.2.3	创业者素质的自我认知与判断	(74)
6.3	创业者的能力	(75)
6.4	创业者的价值观	(77)
第7章	创业项目与资源分析	(79)
7.1	创业项目的识别	(79)
7.1.1	创业项目与创业机会	(79)
7.1.2	创业机会的特征与类型	(80)
7.1.3	创业项目机会的识别	(80)
7.1.4	创业项目的评估	(81)
7.2	创业项目的风险分析	(83)
7.2.1	创业项目风险的构成与分类	(83)
7.2.2	创业项目的风险规避途径	(85)
7.3	创业项目的资源需求分析	(86)
7.3.1	创业项目资源概述	(86)
7.3.2	创业资源的作用	(89)
7.3.3	创业资源的获取方式	(90)
7.4	创业资源的整合	(91)
7.4.1	创业资源整合的原则	(91)
7.4.2	创业资源整合的途径	(91)
7.5	创业资源的创造性利用	(93)

第 8 章 创业团队的组建	(95)
8.1 创业团队类型	(95)
8.2 创业团队的组建程序	(97)
8.3 创业团队的管理	(99)
8.4 创业团队常见问题与解决方法	(100)
8.4.1 创业团队常见的问题	(100)
8.4.2 创业团队常见问题的解决方案	(101)
第 9 章 商业模式	(103)
9.1 商业模式的概念	(103)
9.1.1 商业模式的定义	(103)
9.1.2 商业模式与企业战略、管理模式的关系	(104)
9.2 企业常见的商业模式	(104)
9.3 商业模式的构成	(109)
9.4 商业模式“画布”	(113)
9.5 商业模式创意应用设计	(114)
9.5.1 创意思想的描述	(114)
9.5.2 商业模式的要素	(116)
9.5.3 商业模式的描述	(117)
9.5.4 商业模式的检验	(119)
9.6 创业计划与商业计划书撰写	(120)
9.6.1 创业计划的概念、特点与作用	(120)
9.6.2 商业计划书的内容	(121)
第 10 章 创业融资	(131)
10.1 大学生创业融资的现状	(131)
10.2 创业融资机理及模式	(132)
10.2.1 创业融资机理	(132)
10.2.2 创业融资模式	(133)
10.3 创业融资渠道及探索	(136)
10.4 创业融资风险及管理	(140)
10.4.1 创业融资风险	(140)
10.4.2 创业融资风险管理及规避	(141)
10.5 创业融资瓶颈及原因	(142)
10.5.1 创业成本规模	(142)
10.5.2 找不到融资出资方	(143)

第 11 章 新创企业的管理	(145)
11.1 新成立企业	(145)
11.1.1 企业法律形式的选择	(145)
11.1.2 企业的工商、税务登记	(147)
11.2 企业的内部管理	(148)
11.2.1 组织结构的选择	(148)
11.2.2 薪酬体系的构建	(150)
11.2.3 企业文化的构建	(152)
11.3 企业的风险管理	(155)
11.3.1 创业风险的构成与分类	(155)
11.3.2 风险防范的途径	(157)
11.3.3 创业者风险承担能力的评估	(158)
11.4 企业的成长管理	(159)
11.5 企业管理创新	(162)
附录 1 MBTI 性格类型测试问卷	(165)
附录 2 职业价值观测评	(169)
参考文献	(172)

大学生创新与创业概述

内容提要

创业是人类基本的实践活动，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。创新能够驱动发展，带动新技术、新产业、新模式的出现。通过各个时代人们不断地创业，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。

学习目标

- 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。

1.1 创新与创业

1.1.1 创新概述

1. 创新的定义

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，利用现有知识和物质，在特定环境下，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，并且能够获得一定效果的行为。

创新是以新思维、新发明和新描述为特征的概念化过程，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，就一刻也不能没有理论思维，一刻也不能停止理论创新。创新在经济、商业、技术、社会等领域的研究中有着举足轻重的作用。

在我国，经常用“创新”一词表示改革的成果。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、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。

2. 创新的类型

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化为现金的创新活动。这种创新常常会挑战一个行业关于生产产品类别、价格确定、收入实现等问题的传统观念。溢价和竞拍是盈利模式创新的典型案例。

(2) 网络创新

在当今网络互联的世界里，没有哪家公司能够不依靠互联网完成所有工作。开放式创新方式是网络创新的重要手段。

(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，可能涉及人才管理系统、重新固定设备配置等方面。结构创新包括建立激励机制，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。

(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。产品性能创新常常最容易被竞争对手模仿或超越。

(6) 产品系统创新

产品系统创新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，帮助公司建立一个能够吸引和取悦顾客的生态环境，应对竞争对手。

(7) 服务创新

为了保证并提高产品的性能和价值,企业应不断地进行服务创新,使一个产品更容易被试用和享用,为顾客展现他们可能忽视的产品特性和功用,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。例如电子商务在近年来成为销售渠道的主导力量,但实体店等传统渠道依旧发挥着作用,特别是在创造身临其境的体验方面。这方面有经验的创新者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、记住产品,并在面对和竞争对手的产品或替代品时选择本公司的产品。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

顾客契合创新要理解顾客和用户的深层愿望,发展顾客与公司之间富有意义的联系。顾客契合创新开辟了广阔的探索空间,可以帮助人们找到合适的方式把自己生活的一部分变得更加难忘、富有成效并充满喜悦。

创新主体需要综合应用上述多种创新类型,才能打造可持续的竞争优势。

案例 1.1

上海某机械公司近年来坚持走“技术创新,加强科技投入”的道路,依靠新技术、新产品走天下。在“新千年首次订货会”上,签订合同金额达400多万元,用户来自浙江、江苏、内蒙古、四川、广西、福建、山东、湖南等17个省,销售形势十分看好。该公司当年一直沿着简单模仿其他厂家的机械的老路子,销售一直打不开局面,公司领导决定走创新之路,先后开发成功热风循环快速纸箱烘干机、全自动平台模切机、大规格纸箱成型机等新产品,用户想到的,他们千方百计去做好;用户没想到的,他们也想尽办法去做好。“想用户所想,急用户所急”成为公司的宗旨。扬州某纸制品公司看到该公司2600×1800大型平台自动模切机爱不释手,在订货会上立即拍板,当场提货;浙江省某服装生产集团买走了该公司的模切机、纸箱成型机、分纸压线两用机、双色水性印刷开槽机等十多台大型设备;黑龙江某家具公司看了国内二十多家纸箱机械厂家,最后还是看中了该公司的设备。

1.1.2 创业概述

1. 创业的定义

对于创业,不同的学者从不同的角度出发有着不同的解释。有人认为,创业是创业者对

自己拥有的资源或通过努力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。还有人认为，创业是一种劳动方式，是一种需要创业者运用组织、服务、技术进行思考、推理和判断的行为。全球创业研究和创业教育的开拓者杰弗里·蒂蒙斯教授认为：“创业是一种思考、推理和行为方式，这种行为方式是机会驱动、注重方法和与领导相平衡。创业导致价值的产生、增加、实现和更新，不只是为所有者，也为所有参与者和利益相关者。”当代管理大师彼得·德鲁克认为：“任何敢于面对决策的人，都可能通过学习成为一个创业者并具有创业精神。创业是一种行为，而不是个人的性格特征。”创业是一种可以组织，并且需要组织的系统性工作。

借鉴以上定义，并结合现实创业实践内容，人们将开创新事业、扩大现有的生产规模、改变现有的经营模式都归结为创业。

2. 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。创业类型的划分方式很多，所依据的标准也不尽相同。下文从不同的维度出发对创业的类型进行划分。

1) 依创业目的可分为机会型创业和生存型创业。

机会型创业的目标是抓住并利用市场机遇，创造新的需要或满足潜在需求，常常会带动新产业发展。生存型创业是为了谋生而自觉或被迫地创业，大多偏于尾随和模仿，常常会加剧市场竞争。

2) 依创业起点可分为创建新企业和既有组织内创业。

创建新企业是指创业者从无到有地创建全新企业的过程，这个过程充满机遇和挑战，风险和难度较大，创业者需要具备足够的资源、经验和支持。既有组织内创业是指在现有组织内进行有目的的创新，例如公司由于产品、营销及组织管理体系等方面的原因，在企业内进行重新创建。

3) 依创业者数量可分为独立创业和合伙创业。

独立创业是指创业者独自创办企业，产权归创业者个人所有，企业由创业者自由掌控，决策迅速，但创业者要独自承担风险，创业资源整合比较困难，企业发展受个人才能限制。合伙企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) 依创业项目性质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。

传统技能型创业是指使用传统技术或工艺的创业项目，如酿酒、饮料、中药、工艺美术片等。高新技术型创业是指知识密集度高、带有前沿性和研究开发性质的新技术，新产品创业项目，例如将航天技术领域的成果实现产业化，形成新产品。知识服务型创业是指为人们提供知识、信息等的创业项目，例如会计师事务所、工程咨询公司等各类知识性咨询服务机构，这类项目投资少、见效快，但竞争日渐激烈。

5) 依创业方向和风险可分为依附型创业、尾随型创业、独创型创业和对抗型创业。

依附型创业可分为两种情况：一是依附于大企业或产业链而生存，在产业链中明确自己

的角色，为大企业提供配套服务；二是特许经营权的使用，例如利用知名品牌效应和成熟的经营管理模式，通过连锁、加盟等方式进行创业。尾随型创业是模仿行业内已有的同类企业或类似经营项目进行创业。独创性企业是指提供的产品和服务能够填补市场空白，大到独创商品，小到商品的某种技术，如环保洗衣粉等。对抗型创业是指进入其他企业已经形成垄断地位的某个市场，与之对抗、较量。

6) 依创业方式可分为复制型创业、模仿型创业、安定型创业和冒险型创业。

复制型创业是在现有经营模式的基础上进行简单复制的过程，例如某人原本在一家化工产品制造企业担任生产部经理，后来离职创立一家与原化工产品制造企业相似的新企业，且生产的产品和销售渠道与离职前的那家企业相似。模仿型创业是一种在借鉴现有成功经验基础上进行的重复性创业，具有较高的不确定性，学习过程长，犯错误的机会多，试错成本高。如果创业者素质较高，接受过系统培训，市场进入契机把握好，创业成功的可能性也比较大。这种创业虽然很少给顾客带来新创造的价值，创新的成分也很低，但对创业者自身命运的改变较大。例如，某软件工程师辞职后，模仿别人开一家饮食店。安定型创业是一种在比较熟悉的领域所进行的不确定因素较小的创业，强调个人创业精神的实现，而不是对原有组织结构进行设计和调整。例如，企业内的研发团队在完成一项新产品开发之后，继续在该企业内开发另一款新的产品。冒险型创业是在不熟悉的领域进行的不确定性较大的创业。这种创业对创业者具有较大的挑战，能够为其带来很大的改变，但个人前途的不确定性也很高，以创新的方式为人们提供具有自主知识产权的新产品、新服务的创业活动，便属于这种类型的创业。

7) 依创业主体可分为个体创业和公司创业。

个体创业指不依附于某一特定组织而开展的创业活动。公司创业指在已有组织内部发起的创业活动，这种创业活动可以由组织自上而下地发动，也可以由员工自下而上地推动，无论推动者是谁，公司内的员工都有机会通过主观努力参与其中，在创业中获得报酬并得到锻炼。从创业本质来看，个体创业与公司创业有许多共同点，但是由于创业主体在资源、组织形态和战略目标等方面各不相同，因而二者在创业的风险承担、成果收获、创业环境、创业成长等方面存在较大差异，见表1-1。

表1-1 个体创业和公司创业的主要差异

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	公司拥有与商业概念有关的知识产权
创业者拥有全部或者大部分事业	创业者或许拥有公司的权益，但可能只是一小部分
创业者的潜在回报是无限的	创业者在公司内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整个创业失败	公司拥有更多的容错空间，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

个体创业	公司创业
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制
在过程、试验和方向的改变上具有灵活性	公司内部的规划、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, 缺乏安全网	高保障, 有一系列安全网
在创业主意上, 可以沟通的人较少	在创业主意上, 可以沟通的人较多
在创业初期, 规模经济和范围经济有限	能够很快实现规模经济和范围经济
严重的资源局限性	在各种资源的占有上都有优势

1.2 创业的过程

创业过程是企业为实现其任务和目标而发现、分析、选择和利用市场机会的管理过程, 按照时间顺序可以分为分析市场机会、选择目标市场、设计市场营销组合和管理创业活动四个阶段, 如图 1-1 所示。

1. 分析市场机会

分析市场机会是创业过程的核心, 也是创业管理的关键环节。市场机会是指未被满足的需要。分析市场机会包括寻找、发现市场机会和评估市场营销机会两个方面的活动。

(1) 寻找、发现市场机会

寻找、发现市场机会是企业分析市场机会的必要前提, 它包括以下三种方式: 1) 分析企业的营销环境, 从宏观和微观的营销环境中及时识别市场机会, 发现其中的有利因素和不利因素; 2) 广泛收集市场信息, 建立完善的市场营销信息系统, 开展调查研究工作, 通过市场调研来寻找、发现未被满足的需要; 3) 制造机会, 能够对营销环境变化做出敏捷的反应, 善于在寻常事物中发现机会, 并利用技术优势开发出新产品。

(2) 评估市场营销机会

评估市场营销机会是企业分析市场机会的重要基础。市场营销机会是指对企业的营销具有吸引力的、企业能获得竞争优势和差别利益的市场机会。市场机会成为企业的营销机会要具备三个条件: 1) 与企业的任务和目标一致; 2) 符合企业的资源条件; 3) 企业利用该机会能获得更大的利益。

2. 选择目标市场

选择目标市场是企业创业过程中面临的一个重要问题。很多企业没有足够的人力资源和

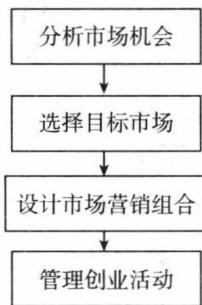


图 1-1 创业的过程

资金满足整个市场或追求过大的目标,只有扬长避短,找到有利于发挥本企业现有的人、财、物优势的目标市场,才不至于在庞大的市场上盲目选择。

选择目标市场主要包括市场需求预测、市场细分、市场目标化和市场定位四个步骤。

1) 市场需求预测是在市场调研的基础上,运用科学的理论和方法,对未来一定时期的市场需求量及影响需求的因素进行分析研究,寻找市场需求发展变化的规律。

2) 市场细分是通过市场调研,依据消费者的需要、购买行为和购买习惯等方面的差异,把某一产品的市场整体划分为若干消费者群的市场分类过程。每一个消费者群就是一个细分市场,每一个细分市场都是具有类似需求倾向的消费者构成的群体。

3) 市场目标化是在评估各个细分市场后,选择合适的细分市场作为目标市场。

4) 市场定位是根据市场的竞争情况和企业的条件,确定企业产品在目标市场上的竞争地位。具体地说,就是在目标顾客的心目中为产品创造特色,赋予一定的形象,以适应顾客的某种需要和偏好。

3. 设计市场营销组合

营销组合是企业的综合营销方案,即企业根据目标市场的需要和企业的市场定位,对产品、价格、渠道、促销等策略的优化组合和综合运用,使之协调配合,扬长避短,发挥优势,以便更好地实现营销目标。

1) 产品策略。企业以向目标市场提供各种适合消费者需求的有形和无形产品的方式来吸引消费者。

2) 价格策略。企业按照市场规律制定价格和变动价格,从而增加企业的销售量,获得最大利润。

3) 渠道策略。企业合理地选择分销渠道并组织商品实体流通,从而实现其营销目标。

4) 促销策略。企业利用各种信息传播手段刺激消费者的购买欲望,从而促进产品销售,实现利润增长。

4. 管理创业活动

管理创业活动包括计划、组织、执行和控制等一系列过程。计划是指制订支持创业的计划。组织是指协调所有创业人员的工作,同其他部门密切配合,组织创业资源的使用。执行和控制是指执行营销计划,利用控制系统控制意想不到的事发生,实现创业的目标。

案例 1.2

毕业于湖南某高校环境设计专业的杨某最大的理想就是创业。

他参加了第十四届中国大学生广告艺术节、2016年常德市旅游乡村创客大赛、第十五届中国大学生广告艺术节、2016年“建行杯”“互联网+”创新创业大赛,2017年常德市创新创业大赛且成绩非凡。通过参加各种活动,他积累了大量的实战和路演经验,同时得到了很多评委专家的指导与帮助,认识了很多志同道合的“创友”。这些经历与收获为他的创业之路打下了坚实的基础。

读书期间,杨某发现:大学里的打印是“刚需”,每个同学每个学期都会有很多的作业和