



工业和信息化部
“十三五”规划教材立项项目

全国创新创业教育
“十三五”规划教材

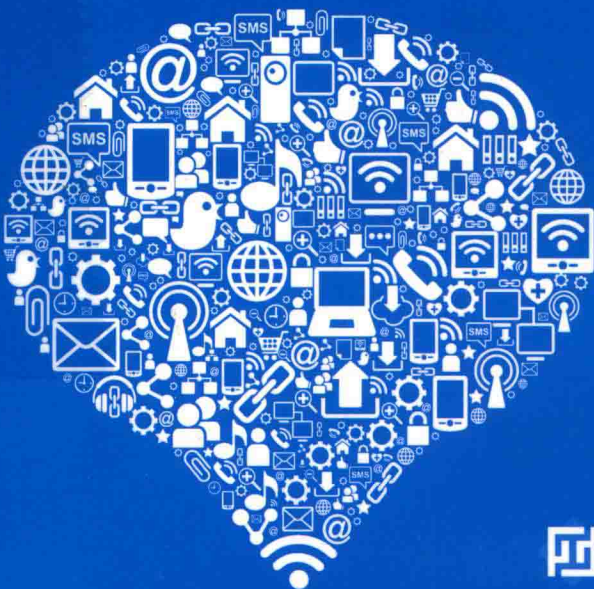
ENTREPRENEURSHIP
MANAGEMENT

创业管理

理论、方法与实践

秦勇 陈爽 ◎ 主编

张黎 万晓文 ◎ 副主编



中国工信出版集团

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



工业和信息化部普通高等教育
“十三五”规划教材立项项目

全国创新创业教育
“十三五”规划教材

ENTREPRENEURSHIP
EMANAGEMENT

创业管理

理论、方法与实践

秦勇 陈爽 © 主编
张黎 万晓文 副主编

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

创业管理：理论、方法与实践 / 秦勇，陈爽主编

— 北京：人民邮电出版社，2019.2

ISBN 978-7-115-50142-4

I. ①创… II. ①秦… ②陈… III. ①创业—研究

IV. ①F241.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第264444号

内 容 提 要

本书以提高读者的创业综合素质为编写宗旨，以帮助创业者解决创业过程中的关键问题为目标，注重理论知识的系统性，强调案例内容的新颖性和实用性。全书内容包括创业导论、企业与企业管理基础、创业环境分析、创业者与创业团队、创业企业类型与创业模式、创业机会、商业模式选择、创业风险、创业计划、创业资源与创业融资、大学生创业、互联网创业以及典型创业案例分析等。

本书适合作为高等院校本专科及各类成人高等教育“创业管理和创业教育”的授课教材，同时也可作为广大创业者的学习参考用书。

创业管理

理论、方法与实践

◆ 主 编 秦 勇 陈 爽

副 主 编 张 黎 万晓文

责任编辑 刘向荣

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>

三河市祥达印刷包装有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：15.75

2019 年 2 月第 1 版

字数：390 千字

2019 年 2 月河北第 1 次印刷

定价：46.00 元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

前言

FOREWORD

每一个成功的创业企业都要经历从无到有、从小到大、从弱到强的艰辛发展历程，这其中无不凝聚着创业者的智慧和心血，可以说一部创业企业的发展史就是创业者的辛酸史、血泪史和奋斗史。就创业者个人而言，创业是追求理想和财富自由的重大人生规划；而对整个社会来说，创业则是推动经济发展的动力和源泉。因此，尽管创业活动风险极高，未来发展之路布满荆棘与坎坷，但仍无法浇灭人们高涨的创业热情。

创新精神和创业能力是稀缺的社会资源，也是推动国家经济增长、促进经济活力的重要支撑。在当前我国经济步入新常态，经济增长从高速转为中高速，从规模速度型粗放增长转向质量效率型集约增长，从要素投资驱动转向创新驱动的背景下，通过创新和创业推动我国经济转型和可持续发展具有积极的现实意义。

近年来,我国政府对创业活动高度重视,并提供了大力的政策支持,对创业者而言可谓是难得的机遇。但同时我们也应清醒地认识到,在当前网络知识经济兴起、创新商业模式不断涌现、科学技术日新月异的复杂环境下,创业者尤其是缺乏社会历练和创业经验的大学生创业者,要实现创业梦想并非易事。根据《中国经济周刊》2017年10月的报道,目前我国大学生的创业成功率还很低,全国平均2%左右,即便在创业环境较好的浙江省,大学生创业的成功率也仅为4.6%。研究表明,缺乏创业经验和相关的创业教育培训是导致大学生创业失败的主要原因。因此,开设创业管理课程,教授大学生掌握系统的创业理论和知识,并通过案例教学帮助大学生探寻解决创业活动中的实际难题和困惑之道,对于提高大学生的创业成功率具有积极的意义。

创业管理是一门实践性很强的学科,单纯的理论知识学习存在很大的局限性。为解决理论与实践脱节的问题,本书在系统阐述创业理论的同时,精选了大量的创业实战案例和阅读资料,以此引导学生进行案例分析,加深他们对创业实践活动规律的理解和认知。

本书以提高读者的创业综合素质为目标,以解决创业过程中的关键问题为主线,注重理论知识的系统性,强调案例内容的新颖性,并紧密结合我国本土的创业实践,突出内容的实用性。全书共13章,分别为创业导论、企业与企业管理基础、创业环境分析、创业者与创业团队、创业企业类型与创业模式、创业机会、商业模式选择、创业风险、创业计划、创业资源与创业融资、大学生创业、互联网创业以及典型创业案例分析等。其中,企业与企业管理基础为选学内容,专为非管理类读者而编写。授课教师选用本书时,可根据教学对象的实际情况对教学内容做出取舍。

本书由南开大学秦勇和陈爽任主编,潍坊医学院张黎、江西中医药大学万晓文任副主编,刘建华、闫键、张喆、梁丽军、王力、郑军、朴杰和李莹任编委。本书编写分工如下:秦勇和陈爽编写第1章,秦勇和刘建华编写第2章,张黎编写第3章、第4章,张喆编写第5章、第7章,梁丽军编写第6章,万晓文编写第8章,王力编写第9章,郑军和朴杰编写第10章,李莹编写第11章,闫键编写第12章、第13章。初稿完成

之后由主编最终定稿。

本书为南开大学现代远程教育学院教材建设成果之一。我们要特别感谢为本书出版提供大力支持的南开大学现代远程教育学院的各位领导和同人！

在编写过程中，我们参考和借鉴了众多学者们的研究成果，在此深表谢意！尽管我们非常努力，但鉴于学识有限，书中难免存在不足之处，敬请各位老师和读者批评指正，我们一定虚心接受。

再一次感谢为本书出版提供帮助的每一位良师益友！

秦勇 陈爽

2018年10月于南开园

目录

CONTENTS

第1章 创业导论 1

开篇引例 农民工返乡创业 卖山货
闯致富路 2

1.1 创业及创业活动的特点 2

1.1.1 创业的含义 3

1.1.2 创业活动的基本特点 4

1.2 创业的基本要素 5

1.2.1 创业者 5

1.2.2 创业机会 6

1.2.3 创业资源 8

1.2.4 创业方式 9

1.3 创业的过程 9

1.3.1 创业过程的概念 9

1.3.2 创业过程的不同阶段及
任务 10

本章习题 11

案例讨论 雷士照明大败局：一代枭雄
没落 12

第2章 企业与企业管理基础 15

开篇引例 京东公司的发展之道 16

2.1 企业概述 17

2.1.1 企业的概念 17

2.1.2 企业的特征 17

2.1.3 企业的分类 18

2.1.4 企业的产生与发展历程 21

2.1.5 企业的社会责任 22

2.2 企业管理概述 23

2.2.1 管理及企业管理的定义 23

2.2.2 企业管理者 25

2.2.3 企业管理者应具备的
技能 26

2.3 企业的管理职能 27

2.3.1 计划与决策职能 27

2.3.2 组织职能 28

2.3.3 领导和激励职能 28

2.3.4 控制职能 28

本章习题 29

案例讨论 升任公司总裁后的思考 30

第3章 创业环境分析 32

开篇引例 遂昌成为绿色企业“创业
追逐地” 33

3.1 创业环境概述 33

3.1.1 创业环境的含义 34

3.1.2 创业环境的类型 35

3.1.3 环境对创业的影响 36

3.2 创业环境评价 38

3.2.1 GEM 创业环境评价 38

3.2.2 创业环境要素分析 40

3.2.3 松树模型分析 41

3.3 企业孵化器 43

3.3.1 企业孵化器的概念 43

3.3.2 企业孵化器的服务内容 43

3.3.3 企业孵化器的类型 44

3.3.4 我国的企业孵化器 45

本章习题 47

案例讨论 2年逃离4万人，为什么
硅谷留不住创业者？ 49

第4章 创业者与创业团队 51

开篇引例 腾讯创业五兄弟：团队

创造奇迹 52

4.1 创业者 53

4.1.1 创业者概述 53

4.1.2 创业者的素质与能力 54

4.1.3 创业者的创业动机 61

4.2 创业团队 62

4.2.1 创业团队的概念及要素 63

4.2.2 创业团队的组建与管理 64

4.2.3 创业团队的社会责任 69

本章习题 72

案例讨论 富士通的内部创业 73

第5章 创业企业类型与创业模式 75

开篇引例 顺丰的成功历程 76

5.1 创业企业类型 77

5.1.1 独立创业 77

5.1.2 家族创业 80

5.1.3 合伙创业 89

5.1.4 团队创业 92

5.2 创业模式 93

5.2.1 创业模式概述 93

5.2.2 创业模式设计 94

5.2.3 创业模式选择 96

本章习题 99

案例讨论 阿里巴巴创始人马云的

创业历程 100

第6章 创业机会 103

开篇引例 牛仔裤诞生的启示 104

6.1 创业机会概述 104

6.1.1 创业机会的含义与

来源 104

6.1.2 创业机会的类型 106

6.2 创业机会的识别 108

6.2.1 创业机会识别的影响

因素 108

6.2.2 创业机会识别的过程 109

6.2.3 创业机会识别的方法 110

6.2.4 创业机会的筛选方法 113

本章习题 116

案例讨论 李嘉诚对创业机会的

把握 118

第7章 商业模式选择 120

开篇引例 瀛海威 121

7.1 商业模式的内涵与构成要素 122

7.1.1 商业模式的内涵 122

7.1.2 商业模式的构成要素 124

7.2 商业模式的设计 125

7.2.1 商业模式设计的主要

原则 125

7.2.2 商业模式设计的步骤 127

7.2.3 商业模式设计的方法 128

7.3 商业模式的创新 133

7.3.1 商业模式创新的内涵 133

7.3.2 商业模式创新的特点 134

7.3.3 商业模式创新的要点 135

本章习题 137

案例讨论 阿里巴巴的电子商务模式

创新 138

第8章 创业风险 141

开篇引例 “百信”鞋业神话缘何

破灭 142

8.1 创业风险概述 143

8.1.1 创业风险的含义 143

8.1.2 创业风险的基本特征 143

8.1.3 创业风险的构成与

来源 144

8.2 创业风险的类型	146	9.3.3 成功的创业计划陈述	171
8.2.1 按照风险的来源划分	147	本章习题	173
8.2.2 按照风险的内容划分	147	案例讨论 “即食泡菜”项目商业计划书	174
8.2.3 按照风险是否可以通过 保险转嫁划分	148		
8.2.4 按照对创业资金的影响 程度划分	148		
8.2.5 按照创业活动的过程 划分	149		
8.2.6 按照创业与市场和技术 的关系划分	149		
8.3 创业风险的防范	149		
8.3.1 创业风险防范的 重要性	150		
8.3.2 创业风险防范的途径	150		
本章习题	155		
案例讨论 史玉柱的两次创业	156		
第9章 创业计划	158		
开篇引例 一页纸的创业计划书	159		
9.1 创业计划概述	159		
9.1.1 创业计划的内涵	160		
9.1.2 创业计划的意义	160		
9.1.3 创业计划与风险投资	161		
9.2 创业计划撰写	161		
9.2.1 创业计划撰写的原则	161		
9.2.2 创业计划撰写的基本 内容	161		
9.2.3 创业计划撰写的步骤与 方法	167		
9.2.4 创业计划撰写的注意 事项	168		
9.2.5 创业计划撰写的实践	169		
9.3 创业计划陈述	170		
9.3.1 创业计划陈述的 重要性	170		
9.3.2 创业计划陈述的程序	170		
		第10章 创业资源与创业 融资	177
		开篇引例 找钢网：撬开 B2B 电商 风口	178
		10.1 创业资源	178
		10.1.1 创业资源概述	178
		10.1.2 创业资源的类型	180
		10.2 创业资源获取	181
		10.2.1 创业资源获取的途径	181
		10.2.2 创业资源获取的技能	182
		10.2.3 创业资源整合与拼凑	183
		10.3 创业融资	185
		10.3.1 创业融资概述	185
		10.3.2 创业融资渠道	185
		10.3.3 创业融资规划	188
		10.3.4 创业融资的困难和 风险	189
		10.3.5 对创业融资的建议	189
		本章习题	190
		案例讨论 牛根生的创业资源整合与 融资	191
		第11章 大学生创业	193
		开篇引例 刘思源：“90后”掘金 阿拉迪小切糕	194
		11.1 大学生就业与创业现状	195
		11.1.1 大学生就业现状	195
		11.1.2 大学生创业现状	196
		11.2 大学生创业的优势与劣势 分析	197
		11.2.1 大学生创业的优势 分析	197

11.2.2	大学生创业的劣势分析	199
11.3	大学生创业项目	200
11.3.1	创业项目的含义与特征	200
11.3.2	创业项目选择的基本要求	202
11.3.3	适合大学生创业的常见项目	202
11.4	大学生创业的前期准备	204
11.4.1	创业准备的定义	204
11.4.2	大学生创业的前期准备	204
	本章习题	208
	案例讨论 李响：瑞杰珑云夹让近视者“看清”光明世界	210

第12章 互联网创业 212

开篇引例	互联网家装创业记：一位女性创业者的十年写照	213
12.1	互联网创业概述	214
12.1.1	我国互联网发展现状	214
12.1.2	互联网创业的特点和优势	215
12.2	互联网创业的主要模式	218
12.2.1	传统电子商务创业模式	219
12.2.2	“互联网+传统产业”创业模式	220

12.2.3	基于物联网技术的创业模式	221
12.3	互联网创业实例分析	221
12.3.1	凯叔讲故事	221
12.3.2	“西少爷”肉夹馍	224
12.3.3	南开大学“90后”创客郭鑫	225
	本章习题	226
	案例讨论 车发发：创立互联网养车新时代	228

第13章 典型创业案例分析 231

13.1	百年老字号李锦记的创业故事	232
13.1.1	案例材料	232
13.1.2	案例分析与点评	234
13.2	新东方俞敏洪的创业团队	235
13.2.1	案例材料	235
13.2.2	案例分析与点评	236
13.3	“老干妈”陶华碧的创业史	237
13.3.1	案例材料	237
13.3.2	案例分析与点评	238
13.4	张一鸣：意料之外的创业之路	239
13.4.1	案例材料	239
13.4.2	案例分析与点评	241
	本章习题	242

参考文献 243

第1章 创业导论

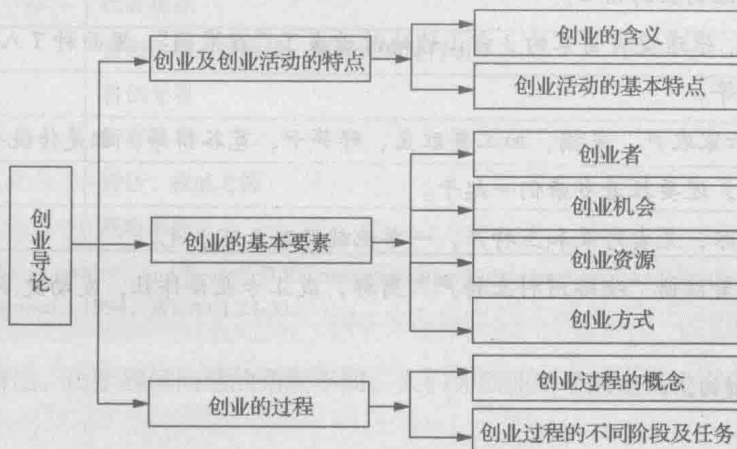


本章导读

创业活动始于创业者与创业机会的匹配，是创业者对资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。所有的企业都要经历从无到有的过程。这个过程凝聚着创业者的智慧与心血。就个人而言，创业是人生的重要选择，是实现理想和价值的重要途径；而对整个社会来说，创业则是推动经济发展的源泉和动力。本章主要讲述创业的含义、创业的要素、创业的过程及新创企业管理等内容。通过对本章的学习，能使我们对创业有一个全面的了解和认识，从而为后继章节的学习奠定基础。



知识结构图



开篇引例

农民工返乡创业 卖山货闯致富路

农历八月，正是野果八月炸成熟收获的季节，保康县马良镇峡峪河村四组村民张道虎，每天都会到自己打造的“百果园”里，查看八月炸的长势。丰收在望，他总是满脸堆笑。

八月炸，一种深山野果，学名叫预知子，可入药，因外形呈肾状，又被称为“中华肾果”或“土香蕉”，可直接食用，味美香甜。

9月底，八月炸将全面采摘，但是，尚未到9月底，就已有20多名客商通过微信向张道虎预订。“装果子的纸箱我已经从网上买回来了，就等果子落地，装箱邮寄了。”

峡峪河村距离马良镇中心有十几公里远，全是盘山弯道。每次邮寄水果，张道虎骑着摩托车，前往镇上的快递网点，一个来回需要3个小时。

“客商都是熟人介绍的，大家主要通过QQ和微信联系，有广东、福建的，还有新疆的，天南海北都有。”张道虎说，八月炸基本都是野生的，季节性强，所以很抢手。今年预计收获三四百千克，纯收入五六千元不成问题。

聊起为啥卖野果，张道虎说，瞅准了未来的健康养生产业。

张道虎因为家境贫寒，勉强读了高中就辍学了。2000年春，他前往广东打工，先后在玩具厂、五金厂、服装厂当工人。张道虎结识了五湖四海的工友，每年回家探亲，他总会带老家的茶叶、木耳、香菇、熏腊肉、炸胡椒、苞谷饼等土特产回广东，与工友们分享。不少工友觉得东西很好吃，就出钱买，让他从老家邮寄过来。

转眼到了2016年春，张道虎的孩子要上学，他决定回乡创业，既增加收入，又照顾亲人。

“既然野果和土特产受欢迎，而且是纯天然的绿色食品，能养生，就搞网上销售吧！”2016年秋，张道虎辞工回家，开始在山林里穿梭，采摘成熟的八月炸。两个月时间卖出250千克果子，收入4000多元。这更加坚定了他创业的信心。

经过一年的打拼，张道虎将自家的3亩山坡地改造成了“百果园”，里面种了八月炸、枣子、柿子、野葡萄、辣椒、魔芋等。

“我还发展了五六家农户，采摘、加工臭豇豆、野笋干、苞谷饼等，都是传统手工制作。”张道虎说，一家致富不算富，还要拉着乡亲们一起干。

张道虎算了一笔账，光卖野果和土特产，一年他就能赚3万多元。

现在，他又琢磨着注册“峡峪河村土特产”商标，成立专业合作社，发动更多农户加入其中，把深山美味推向全国。

资料来源：襄阳党建网。

1.1 创业及创业活动的特点

在当前网络和知识经济兴起、国家大力倡导全民创业的大环境下，创业者面临着极大的挑战和机

遇。因此，在创业的道路上，提前学习和了解必要的创业知识，认识创业的本质以及在创业过程中可能遇到的各种风险、困难和挑战，对于创业者而言具有非常重要的意义。

1.1.1 创业的含义

“创业”一词由来已久。《孟子·梁惠王下》中就有：“君子创业垂统，为可继也” 诸葛亮在著名的《出师表》一文中写到“先帝创业未半而中道崩殒”。这里所指的创业与现代社会中我们所普遍理解的创业的含义有着较大的区别，多是指“事业的基础、根基”，如《辞海》对其的解释就是“创立基业”。

如今，创业被普遍用于描述开创某项新事业的活动，与其联系最多的词汇往往是“开始、创建、创造；新事业、新企业、新产品、新市场”等。此外，与之相联系的还有“追逐机会、风险承担、追逐利润、创造价值等”，如表 1-1 所示。

表 1-1 创业定义中包含的关键词

序号	对创业定义的不同理解
1	开始、创建、创造
2	新事业、新企业
3	创新、新产品、新市场
4	追逐机会
5	风险承担、风险管理、不确定性
6	追逐利润、个人获利
7	资源或是生产方式的新组合
8	管理
9	统帅资源
10	价值创造
11	追求成长
12	活动过程
13	已有企业
14	首创活动，做事情、超前认知与行动
15	首创变革
16	所有权
17	责任、权威之源
18	战略形成

资料来源：Morris M, Lewis P, and Sexton D.Reconceptualizing Eutreprenurship:an Input-output perspective[J].SAM Advanced Management Journal, 1994, Winter 1:21-31.

由表 1-1 不难看出，由于理解问题的角度不同，人们为创业所下的定义也有较大的差异。常见的有以下几种定义。

“创业是一个发现和捕捉机会并由此创造出新颖的产品或服务 and 实现其潜在价值的过程。”

“创业是一种无中生有的过程，是创业者依自己的想法及努力工作来开创一个新公司，包括公司的

创立、组织中新单位的成立，以及提供新产品或者新服务，以实现创业者的理想。”

“创业是创业者通过发现和识别商业机会，组织各种资源，提供产品和服务，以创造价值的过程。”

“创业是一种创建企业的过程，或者说是创建企业的活动。”

“个人或群体为了改变现状、造福后人，依靠自己的力量创造财富的艰苦奋斗过程。”

“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、注意方法和领导平衡。创业导致价值的产生、增加、实现和更新，不只是为所有者，也是为所有的参与者和利益相关者。”

“创业是不拘泥于当前资源条件的限制而对机会的追寻，将不同的资源组合以利用和开发机会并创造价值的过程。”

.....

尽管上述创业的定义描述各异，但归纳起来，可概括为以下几点：

首先，创业是一个创造价值的过程；其次，创业是一项创新的过程；再次，创业是一种承担风险的过程；最后，创业还是一个创造财富的过程。

综合以上观点，本书将创业定义为：创业者为追求人生理想和财富，通过投入各种资源要素，组建新组织，提供新产品或新服务，从而开创新事业的成长过程。

1.1.2 创业活动的基本特点

创业活动不同于一般的商务或管理活动，有着自身的特点。南开大学张玉利教授（2005）通过对众多创业活动的研究，总结归纳出创业活动具有以下几个基本特点。

1. 机会导向

创业活动的显著特点是机会导向。机会的最初状态是未精确界定的市场需求，或者未得到利用或充分利用的资源和能力。创业活动的机会导向进一步决定了创业活动的顾客导向，这也是创业与发明、创新不同的重要环节。要识别创业机会，就必须深入理解顾客需求，对顾客的需求做细致入微的研究分析，这不同于简单的市场细分，而是要把握顾客的本质需求。有调查显示，大多数成功的创业者往往是那些对顾客有深入了解的人，他们创建的新事业往往是对原来工作的升华，是在原来工作基础上的创新，他们对顾客需求的感知是在长期工作中的认真思考。

2. 创造性地整合资源

创业的本质是资源整合。创业活动强调在资源不足的情况下把握机会，这并不等同于不重视资源；相反，这样的定义恰恰是在提醒创业者必须有创造性地整合资源。对于创业者来说，资源的种类很多，自身所具备的知识、社会关系网络、专长、组织领导才能、沟通能力、对市场和顾客需求的洞察能力等都可能成为有助于其创业成功的重要资源。资源流动是经济全球化的重要特征，资源整合可以突破空间、组织和制度等方面的限制，而在更加广阔的范围内开展，这也是创业活动活跃的重要原因。要成功地整合资源，创业者必须有创新的思维，要兼顾各方利益相关者的利益，达到多赢、共赢。

3. 价值创造

创业活动的机会导向和顾客导向的实质是创造价值。价值创造首先意味着要向顾客提供有价值的产品和服务，透过产品和服务使消费者的需求得到实质性的满足。改革开放以来，不少人利用消费者购买

力增强、生活质量要求提高、商品知识不足等特点,做虚假广告,诱导顾客购买,尽管也获得了很可观的经济收益,但却无法做到持续经营和健康发展。其次,价值创造强调的是对社会和经济发展的贡献,强调对人们物质和精神生活的丰富,只有突出价值创造的创业活动才有生命力。

4. 超前行动

创业活动的机会导向特征决定了创业活动必须突出速度,并做到超前行动。机会都具有时效性,甚至可能稍纵即逝,持续存在的事件往往不是机会,至少是创业者无法在短期内把握的机会。现实生活中,创业者一旦有了创业的想法,往往会在比较短的时间里快速付诸实施,他们在实践中不断摸索、改进,寻求发展。在许多情况下,进行周密的市场调查,制定严密的工作计划和严格的预算等,是大企业的做法,并不适合创业者创业。

5. 创新和变革

创业的本质是创新,是变革。现实生活中,我们身边大多数的创业行为,往往都是在做别人已经做过的事情。海尔不是第一家生产冰箱的企业,正大集团早在希望之前就在生产和销售饲料,联想销售计算机之前许多中国人已经使用计算机,巨人推出脑黄金的时候人们早就知道保健品是什么。这些企业把平凡的事情做成了不平凡的业绩。这些企业取得成绩的背后是创新,这其中有技术创新,更有制度创新和管理创新。对于创业者来说,光有创新是不够的,而没有创新的创业活动就难以生存和发展。同时,创新与变革紧密关联。创业者不改变自己长期形成的思维模式,难以识别创业机会,也无法做到创新。对于创业者及其所创建的企业来说,创业与发展的过程永远是不不断变革的过程。

1.2 创业的基本要素

创业是一项艰苦的事业,也是一个复杂和复合的系统,需要很多的前提、条件、资源和要素。创业需要在充分发挥创业者个人素质和能力、集合团队人力资本的智慧、有足够的资金支撑和人脉关系的基础上,通过创业目标的指引,才能完成的过程。可以说,创业者、创业机会、创业资源和创业方式构成了创业的基本要素。^①下面就从这四个方面展开进行介绍。

1.2.1 创业者

创业者是创业的主体要素,是创业活动的发起者,也是创业目标的制定者、创业过程的组织者和创业结果的承担者。1880年,法国经济学家萨伊(Say)即首次给出了创业者的定义。萨伊将创业者描述为将经济资源从生产率较低的区域转移到生产率较高区域的人,并认为创业者是经济活动过程中的代理人。当前,国内外学者将创业者的定义分为狭义和广义两种。狭义的创业者是指参与创业活动的核心人员,广义的创业者是指参与创业活动的全部人员。在创业过程中,狭义的创业者将比广义的创业者承担更多的风险,也有可能获得更多的收益。

创业是一项极具风险性的活动,其成功与否不仅与创业环境密切相关,而且还与创业者本身的素

① 刘志阳,李斌,任荣伟等.创业管理.上海:上海财经大学出版社,2016.

质有着最为直接的关系。创业活动的成败在很大程度上取决于创业者的个人素质。这其中，心理素质、身体素质、知识素质和能力素质是创业者应该具备的最为关键的基本素质。

阅读资料 1-1 科大讯飞刘庆峰：熬了 17 年终于等来风口¹

1999 年，26 岁的中国科技大学博士二年级学生刘庆峰带领十几名同学创立科大讯飞。他们当时创业的初衷很简单，就是让机器设备像人一样能听会说。

创立科大讯飞的第一年，他们几乎颗粒无收。“我们到底要不要做语音？”团队中很多人提出疑问，有人说刘庆峰的团队不如做语音里面的服务器，甚至有人说不如做房地产。

刘庆峰却非常固执，科大讯飞只做他们喜欢而且能做的事情——中国乃至全球语音产业的龙头。2008 年，科大讯飞在深交所上市，成为中国在校大学生创业的第一家上市公司。

截至 2017 年年底，在中国移动语音领域，科大讯飞已经占据 70% 的市场份额，总市值超过 360 亿元，成为国内绝对的行业领头羊。面对外企和中国互联网企业的潜在竞争，科大讯飞也在积极寻求转型，在 2B（to Business，面向企业）和 2C（to Consumer，面向消费者）中摸索前行。

目前，在 2B 领域，科大讯飞在教育、医疗、汽车、客服四个领域已经有不少积累和优势。刘庆峰认为，人工智能将不仅仅是替代简单重复的劳动，未来越来越多复杂的高级脑力活动也可以被人工智能替代。

资料来源：极客网。

创业活动可以由个人发起，也可由团队发起，所以对创业团队的研究也不能忽视。相对于个人创业来说，团队创业往往拥有更多的创业资源和社会网络，能够实现单个创业者难以达成的创业目标。因此，团队创业越来越受到人们的重视和关注。

1.2.2 创业机会

创业的成功或许有一些偶然的因素，但不能将这些偶然因素归结为所谓的运气。事实上，只有那些勇于冒险并善于把握机遇的创业者才会成为最后的胜利者。

1. 创业机会的定义

创业机会属于广义商业机会的范畴，但又不同于一般的商业机会。创业机会在于能经由重新组合资源来创造一种新的目的与手段（服务什么以及如何服务）间的关系。有关创业机会的定义很多，如美国百森商学院的杰弗里·迪蒙斯（Jeffrey A. Timmons）教授认为，创业机会是可以为购买者或者使用者创造价值或增加价值的产品或服务，它具有吸引力、持久性和适时性。英国雷丁大学的卡森教授则认为，创业机会是可以引入新产品、新服务、新原材料和新组织方式，并能以高于成本价出售的情况。

相比较而言，纽约大学伊斯雷尔·柯兹纳（Israel M. Kirzner）教授的定义则要更为全面一些。柯兹纳认为，创业机会是未明确市场需求或未充分使用的资源或能力，它不同于有利可图的商业机会，其特点是发现甚至创造新的：“方法—目的关系”来实现创业价值，对于“产品、服务、原材料或组织方式”有极大的革新和效率的提高。

2. 创业机会的分类

创业机会的分类方法很多,下面简要介绍下按照创业机会来源和“目的—手段关系”两种标准进行的创业分类。

(1) 根据创业机会的来源分类

按照创业机会的来源进行分类,可将创业分为问题型机会、趋势型机会和组合型机会三种。

问题型机会是指现实中存在的未被解决的问题所产生的一类机会。如罗红创办好利来蛋糕店就是源于此。1990年,身在四川雅安的罗红为了给妈妈过生日,寻遍了整个城市也没能买到生日蛋糕,由此萌生了开一家蛋糕店的想法。

趋势型机会是指在变化中看到未来发展的方向,预测将来的潜力和机会。^①这种机会一般容易产生在环境动荡的时期,如经济变革、政治变革、人口变化、社会制度变革、文化习俗变革等。美国米勒啤酒公司就是基于对消费者饮用啤酒习惯变化的前瞻性预测,率先成功推出了口味清淡的啤酒,一举占领了全国市场。

组合型机会是指将现有的两项以上的技术、产品、服务等因素组合起来,通过实现新的用途和价值而获得的创业机会,如风靡全球的芭比娃娃就是一个典型的成功案例。

(2) 根据目的—手段关系的明确程度分类^②

根据目的—手段关系的明确程度,可以将创业机会划分为识别型(目的—手段关系明确)、发现型(目的—手段关系有一方不明确)和创造型(目的—手段均不明确)三种类型,如表1-2所示。

表 1-2

创业机会类型

手段 \ 目标	目标	明确	不明确
	明确	识别型机会	发现型机会
	不明确	发现型机会	创造型机会

识别型机会是指当市场中的目的—手段关系十分明显时,创业者可以通过目的—手段关系的连接来识别机会。例如,当供求之间出现矛盾或冲突,供给不能有效地满足需求或者根本无法实现需求时,创业者简易识别出这其中存在的新的机会。常见的机会类型大都属于这一类型。

发现型机会指目的或手段任意一方的状况未知,等待创业者去发现机会。而创造型机会指的是,目的和手段皆不明确,因此创业者要比他人更具先见之明,才能创造出更有价值的市场机会。

在商业实践中,这三种类型的创业机会有可能同时存在。一般来说,识别型机会多处于供需尚未平衡的市场,创新程度较低,这类机会并不需要太繁杂的识别过程,只要拥有较多的资源就可以进入市场获利。而创造型机会的把握非常困难,它依赖于新的目的—手段关系。创业者拥有的专业技术、信息、资源规模往往都相当有限,因此需要创业者具有创造性资源整合能力和敏锐的洞察力,同时还需要承担巨大的风险。而发现型机会最为常见,也是目前大多数创业研究的对象。

3. 识别创业机会的常见方法

创业机会无处不在,但很少有人能够真正抓住它。因为这不仅需要我们有一双发现机会的慧眼,

① 约翰·W. 马修斯. 创业测试. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.

② 张玉利. 创业管理. 北京: 机械工业出版社, 2010.

而且还需要我们在发现机会时有能够迅速采取正确行动的能力。正如马克·吐温所说的：“我极少能够看到机会，往往在我看到机会时，它已不再是机会了。”由此可见，成功的创业者的确在某些方面具有常人所不具有的一些禀赋。随着研究的不断深入，人们发现其实创业机会的识别是有一定的规律和技巧的，掌握一些必要的有关创业机会的知识，虽然不能保证发现创业机会，但却能给人们的行动提供有益的思路和指导。

识别创业机会的方法很多，如通过调查发现机会、通过系统分析发现机会、从顾客建议中发现机会以及通过创造获得机会等。本书将在后续章节中专门讲述创业机会，在此不做详述。

阅读资料 1-2 迪士尼的卡通创意

当年，年轻的美术设计师迪士尼因为经济拮据，与太太租在一间破漏的屋子里。无论白天黑夜，都有成群结队的老鼠在房间里上蹿下跳，疲于奔命的迪士尼夫妇也常借着老鼠滑稽的动作慰藉心情。

一天，因付不起房租，他们被房东赶了出来。穷困潦倒的年轻夫妇只好来到公园，坐在长椅上暂度时光。太阳开始西沉，夜幕即将来临，迪士尼夫妇几乎感到穷途末路。这时，从迪士尼的行李包里忽然伸出一个小脑袋，原来那是他平时最喜欢逗玩的一只老鼠，想不到一只小老鼠也有点儿人情味，跟着他们一起离开了公寓。迪士尼望着老鼠那滑稽的面孔，脑海里忽然冒出一个前所未有的创意，他惊喜地叫了起来：“对啦，世上像我们这样的穷人一定不少，他们也得有自己的快乐，让可爱的老鼠逗他们开心吧。”

第二天，迪士尼便开始了别出心裁的创作，不久，一个可爱的“米老鼠”（Mickey Mouse）卡通形象来到人间，一家公司老板慧眼识珠，特邀迪士尼合作制作米老鼠卡通连环画和电影。

迪士尼靠“米老鼠”开始了自己的创业生涯。

1.2.3 创业资源

创业资源是指创业活动所需的各种要素和支撑条件。在创业过程中，创业者不仅要广泛地获取资源，更要善于利用这些资源。根据林嵩（2007）的观点，创业资源可分为间接资源（间接支持创业企业发展的资源）和直接资源（直接参与生产过程的资源）两大类。其中间接资源又可细分为政策资源、信息资源和科技资源；直接资源可划分为资金资源、管理资源和人才资源，如图 1-1 所示。

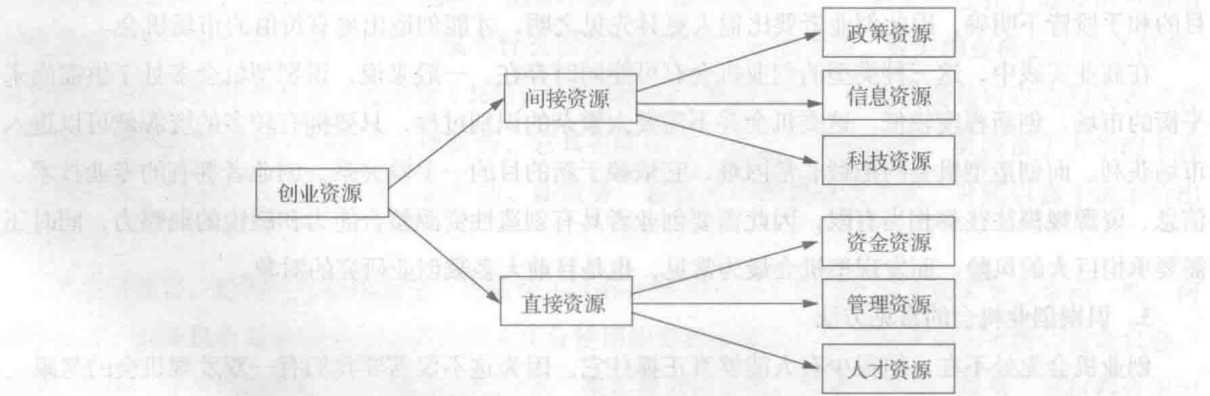


图 1-1 创业资源划分

资料来源：林嵩. 创业资源的获取与整合——创业过程的一个解读视角. 经济问题探索, 2007（6）: 166-169.