

Mc
Graw
Hill
Education

Technology Ventures

From Idea to Enterprise

4th edition

技术创业

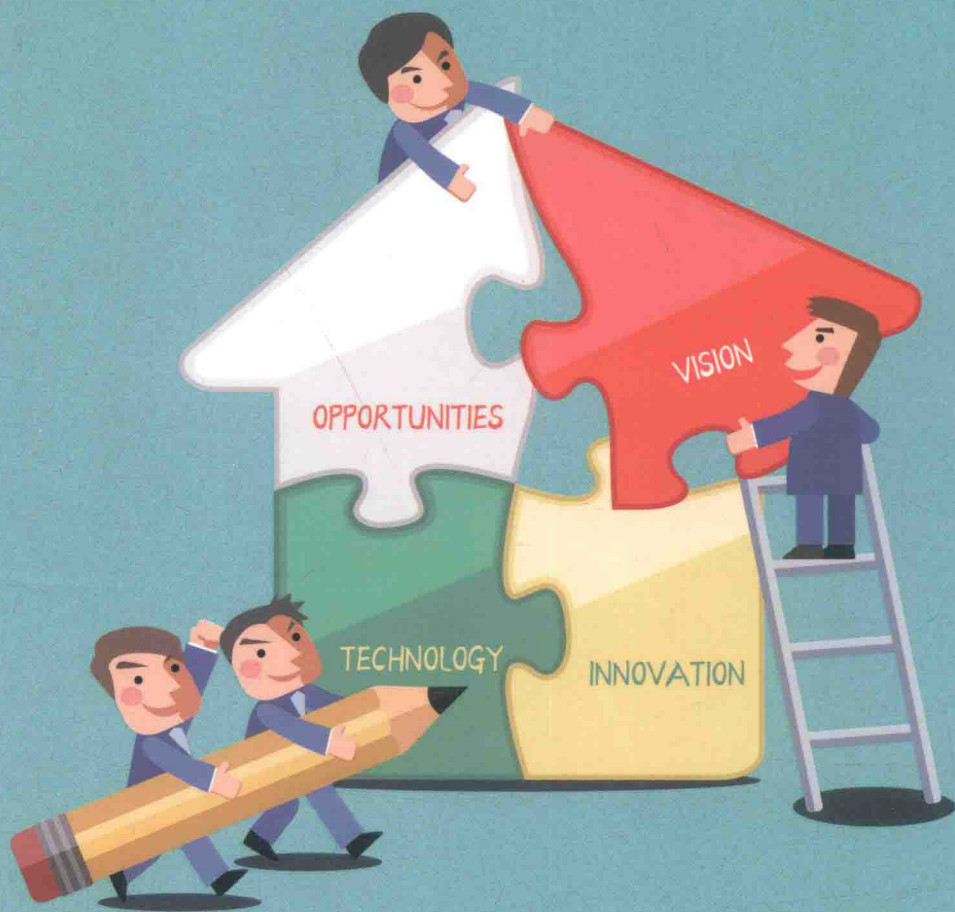
从创意到企业 (第4版)

托马斯·H.拜尔斯 (Thomas H. Byers)

理查德·C.多尔夫 (Richard C. Dorf) ©著

安德鲁·J.尼尔森 (Andrew J. Nelson)

陈 劲 李纪珍©译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

技术创业

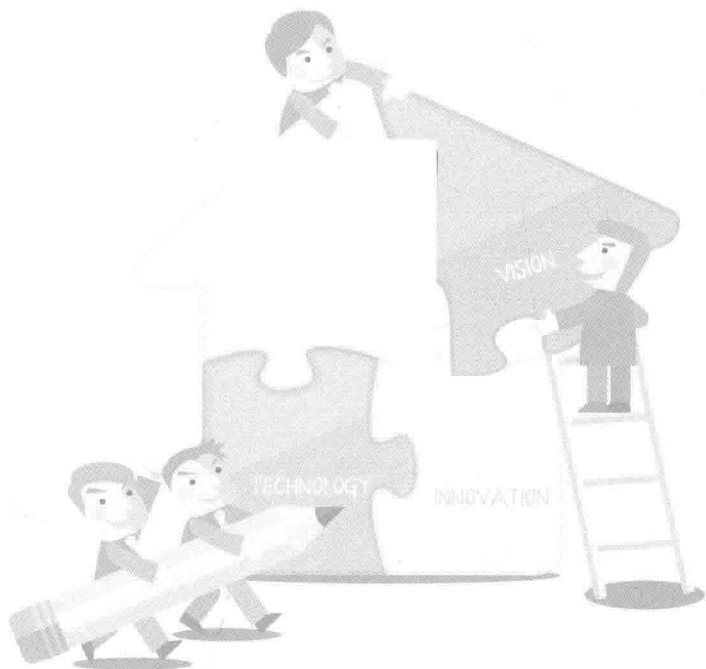
从创意到企业 (第4版)

托马斯·H.拜尔斯(Thomas H. Byers)

美·理查德·C.多尔夫(Richard C. Dorf)◎著

安德鲁·J.尼尔森(Andrew J. Nelson)

陈 劲 李纪珍◎译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记号图字：01-2014-3767

图书在版编目(CIP)数据

技术创业：从创意到企业：第4版 / (美)托马斯·H.拜尔斯, (美)理查德·C.多尔夫, (美)安德鲁·J.尼尔森著; 陈劲, 李纪珍译. —北京: 北京大学出版社, 2017.7
ISBN 978-7-301-28503-9

I. ①技… II. ①托… ②理… ③安… ④陈… ⑤李… III. ①企业管理 IV. ①F272

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第149283号

Thomas H. Byers, Richard C. Dorf, Andrew J. Nelson

Technology Ventures: From Idea to Enterprise, Fourth Edition

ISBN 978-0-073-52342-2

Copyright © 2015 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education and Peking University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan. Copyright © 2017 by McGraw-Hill Education and Peking University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由北京大学出版社和麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)销售。

版权 © 2017 由北京大学出版社和麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

- | | |
|-------|---|
| 书 名 | 技术创业：从创意到企业（第4版）
JISHU CHUANGYE: CONG CHUANGYI DAO QIYE |
| 著作责任者 | (美)托马斯·H.拜尔斯 (美)理查德·C.多尔夫 (美)安德鲁·J.尼尔森 著
陈劲 李纪珍 译 |
| 责任编辑 | 徐 冰 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-28503-9 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路 205 号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn |
| 电子信箱 | em@pup.cn |
| 新浪微博 | @北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书 |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 |
| 印 刷 者 | 北京大学印刷厂 |
| 经 销 者 | 新华书店
787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 28.75 印张 685 千字
2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷 |
| 印 数 | 1—4000 册 |
| 定 价 | 68.00 元 |

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题, 请与出版部联系, 电话: 010-62756370

技术创业成功的 20 个原则 >>>

➤ 原则 1

创业者需以为包括投资者、消费者、供应商、雇员和创业者自己在内的所有参与者创造财富、带来成功为动机，通过智力资本和创业过程的结合促进公司发展。

➤ 原则 2

当发现了一个能孕育出优秀企业的好机会时，创业者应该知道如何识别、选择并和别人描述、交流这一机会。

➤ 原则 3

把愿景、使命、价值主张和商业模式都体现在公司的业务设计中，可以引导企业获得成功。

➤ 原则 4

初创企业清晰的发展路线图或战略应指出企业该如何以对社会负责任的方式实现目标并获得可持续竞争优势。

➤ 原则 5

创新战略应建立在创意、发明和技术的基础之上，以价值网络为依托，不断地把新产品和服务进行有效的商业化。

➤ 原则 6

创业者能够习得创办新企业的过程，用撰写故事和商业计划书的形式来表达自己的意图和目的。

➤ 原则 7

创业者努力管控风险，追求规模经济、范围经济与网络效应，同时试图实现企业的可扩展性。

➤ 原则 8

获得、分享和使用知识是建立学习型组织的必备要素，是设计创新型产品、保持高增长率的重要途径。

➤ 原则 9

完善的市场营销和销售计划能使新创企业有效地识别目标客户、设定市场营销目标、销售产品及建立可靠的客户关系。

➤ 原则 10

提供适当的独立性、资源及人员，能够催生现有大型企业产生新企业。

➤ 原则 11

知识产权和公司名字可以成为引领企业走向成功的市场竞争优势。

➤ 原则 12

有效的领导者,加上良好的组织计划、合作的绩效文化、健全的薪酬方案可以使组织上下的目标相一致。

➤ 原则 13

高效的新创企业会使用说服技巧、信誉和区位优势获得所需的资源,并以此建立一个协同合作的外包和内部功能的组合体。

➤ 原则 14

高效、实时的生产、物流和业务流程的设计和管理,可以成为新创企业的可持续竞争优势。

➤ 原则 15

一个明确的收购和全球战略对于所有的新技术企业都是很重要的,需制定好这样一个战略。

➤ 原则 16

一个具备强有力的收入和盈利机制的新公司可以实现强劲且可控的增长,并为它的所有者带来良好的收益。

➤ 原则 17

可靠的财务计划基于最精确和可靠的假设,因此能展现新创公司发展和盈利的潜力。

➤ 原则 18

对新创企业和发展中的公司来说,存在多样的投资资金来源,要对各种来源进行详细的比较并小心地应用。

➤ 原则 19

展示吸引人的创业故事、与投资者达成交易的谈判技巧,对所有新创企业来说都至关重要。

➤ 原则 20

持续并符合道德规范地执行商业计划和根据变化调整计划的能力有利于企业取得长期的成功。

>>> 作者简介

托马斯·H. 拜尔斯 (Thomas H. Byers)：斯坦福大学管理科学与工程系教授，斯坦福大学技术创业项目 (Stanford Technology Ventures Program, STVP) 的发起人，该项目致力于推进全球技术创业教育的发展。他是斯坦福大学工程学院的首位创业教授，以及英国巴斯大学的本科教学委员会成员。同时，他还是美国国家科学基金会工程创新中心主任和首席研究员，这一中心致力于在全美本科学学生中推广创新创业教育。从加利福尼亚大学伯克利分校获得了学士、MBA 和博士学位后，拜尔斯教授多年来在包括 Symantec 在内的多家技术公司担任领导职位。在教学方面，他也斩获不少奖项，包括斯坦福大学最高荣誉戈尔奖和美国国家工程院戈登奖。

理查德·C. 多尔夫 (Richard C. Dorf)：加州大学戴维斯分校电子计算机工程系教授、管理系教授，同时他还是美国工程教育协会 (ASEE)、电气与电子工程师协会 (IEEE) 的会员，并著有多本电子工程领域的畅销著作。此外，他还是一位创业者，参与创立了七家技术企业。

安德鲁·J. 尼尔森 (Andrew J. Nelson)：俄勒冈大学商学院助理教授，创新创业与可持续发展中心研究员。他拥有斯坦福大学的双本科和博士学位及牛津大学的硕士学位。尼尔森还获得了许多学术领域的奖项，包括考夫曼基金、运筹学和管理学研究协会 (INFORMS)、美国大学生发明者和创新者联盟 (NCIIA) 和行业研究协会奖等。在俄勒冈大学，他曾四次夺得 MBA 杰出教学奖和商学院顾问委员会的本科教学奖。

译者序 FOREWORD >>>

托马斯·H.拜尔斯、理查德·C.多尔夫和安德鲁·J.尼尔森这三位作者在技术创业领域有着极大的影响力，他们卓越的洞察力指引着全球技术创业教育的方向。此次对他们的著作——《技术创业：从创意到企业》——的翻译，我们感到非常荣幸，这使得我们能有机会再次与他们进行深入的沟通与交流。

在过去的很长一段时间中，我们与“斯坦福技术创业项目”有着密切的联系，多次到斯坦福大学访问交流。比如作为翻译者的李纪珍发表在《战略管理期刊》(*Strategic Management Journal*)上的论文就是与“斯坦福技术创业项目”的著名学者艾森哈特(Kathleen M. Eisenhardt)教授等合作完成的。

《技术创业：从创意到企业》是托马斯·拜尔斯等三位学者近些年研究成果的集大成之作，第4版相较于之前版本有了诸多改进。最新版吸纳了来自学术期刊、商业杂志、新媒体等的创业领域的新近学术理论与学者观点，特别关注了商业模式的开发和测量、精益创业、设计思维、知识产权和营销等方面的内容，融合了技术创业领域的最新发展。

本书初稿翻译由清华大学经济管理学院的学生们完成，他们是段勇倩、张佳敏、龙凌波、柯曦、王晓雪、杨静悦、胡潇婷、李晓华和王悦亨，之后主要由张初晴和李论两位博士生进行了全面的校订，增强了译文的可读性。其中，博士生王悦亨作为国家留学基金委支持的联合培养博士生，于2015年前往斯坦福大学交换学习一年，依托“斯坦福技术创业项目”开展了技术创业领域的相关研究，对本书的内容亦深有体会。同时也要感谢北京大学出版社的徐冰编辑，因为她的努力，本书得以最终面世。

正如三位原书作者所言，“创业者重组现有的想法和概念而实现创新”，本书通过整合全球技术创新领域的知名学者最富价值和最新的理论来系统总结技术创业过程中的基本知识，并一定程度上提供了来自硅谷的最新的创业视角，生动、系统地展现了商业化的创新。为此，我们诚恳地向读者们推荐这本既饱含理论知识、又富有实践经验的书，它值得我们从头至尾细细品读。特别是对那些希望从西方技术创业的理论与实践中获得中国技术创业启发的读者，本书非常具有学习价值。

在当今“大众创业、万众创新”的时代背景下，人工智能等新兴技术为创业注入了新的动力，本书的出版恰逢其时，相信中文翻译版的问世对技术创业教育在中国的发展有着积极的促进作用，对中国企业家们的技术创业实践也提供一定的指导。作为“大时代”的亲历者，愿我们不忘初心，勇于开拓，共同迎接技术创业充满活力的未来。

陈劲 李纪珍

2017年于清华大学技术创新研究中心

FOREWORD >>> 序

斯坦福大学校长
约翰·L. 汉尼斯
(John L. Hennessy)

我很高兴能够为拜尔斯、多尔夫和尼尔森教授合著的这本《技术创业：从创意到企业》作序。在推动全球经济发展的过程中，新技术及高速成长的新创企业扮演着关键角色，为很多年轻的创业者提供了实现梦想的机会。

然而可惜的是，很少有书籍全面、深入地分析探讨过技术创业的相关问题。具有多年执教经验与创业经历的拜尔斯、多尔夫和尼尔森教授合作完成本书，正是为了弥补这一空白。不论是对已经壮大的技术企业，如 Facebook、Genentech，还是对正在开发第一代产品的新创公司，三位教授都有着非常深入的体验，这为本书更多地增添了可信度，也增强了现实的代入感。

本书全面地讨论了技术创业历程中可能面临的各种挑战，令人印象深刻。本书的第一部分主要讲述了创业动机、创业愿景与创业成功的关键要素，如竞争优势的树立和维持、市场时机的把握等。历史经验表明，这些关键原则在创业实践过程中很容易被忽视。尽管技术趋势一直在变化，但只要持续不懈地专注、深耕于自己擅长的领域，树立起可持续的优势和行业准入门槛，并且把握住市场和技术发展的契机，创业者就容易获得成功。这几章的内容可以帮助创业者和投资人更好地响应市场并采取行动。

全书的第二部分对创业企业的战略决策进行了分析，包括如何平衡风险与收益，使用何种公司组织架构，以及如何为目标客户研发新的产品和服务，等等。事实上，技术主导的创业公司很少关注销售和市场方面的问题，他们常常会这样自信地说：“我们有一流的技术，客户自然而然会被吸引过来，其他的都不重要！”但是，没有销量，就没有收益；而且没有营销，销量就很难提升。创业企业要想成功，每一个方面都很关键。上述这些问题是任何一家新创企业都会面临的，新创企业管理者需要予以重视。

第三部分主要涉及技术创业企业可能面临的运营和组织层面的问题。创业过程中的知识产权问题、兼并收购问题及日常运营都很关键。作为一名创业者，如果你不能解决这些问题，再好的技术也没有办法发挥作用。

最后，本书第四部分关注的是各类财务计划与融资战略问题。它们同样十分关键。在诸多

创业学书籍中，它们往往占据大量篇幅。尽管融资和投资人的选择非常值得关注，但如果前文所述的问题没有得到解决，即使某家新创企业获得了投资，最终也不一定能够成功。

读罢《技术创业：从创意到企业》这本书，我的第一反应就是：“要是在我成立自己的第一家公司^①之前就能读到这样的书该多好啊！”然而，当时我却没有那么幸运，只能从现实的一次次挫败与尝试中学习书中所讲到的这些知识。依照我自己的经验，本书前几章中所讨论的那些挑战都是真实创业历程的写照。通过阅读《技术创业》，我相信读者将可以学会如何与他人谈判，如何调整自己的融资结构，甚至你的员工也能因此获得更多的财富和资产。然而，如果你没能建立起持久的竞争优势或缺少一套完善的营销计划，员工就算握有公司的股权也分文不值。

工作在斯坦福、生活在硅谷的我们身处技术创业的的心脏地带。我们亲眼看到世界上最富有创造力的一批技术创业者们是如何在这片土地上施展着他们的才能、坚守着他们的梦想的。通过这本书，更多人也将有机会体验到创业的澎湃热情。凭借着自已对于技术创业领域的广博见识和深入思考，拜尔斯、多尔夫和尼尔森教授希望能够帮助更多富有潜力的创业企业和创业者们获得成功。

^① MIPS Technologies, Inc. 是一家美国纳斯达克上市公司 (NASDAQ:MIPS)，成立于1984年，总部位于美国加州，主要研发 MIPS 架构的处理器。约翰·L·汉尼斯是公司最主要的技术创始人。——译者注

PREFACE >>> 前言

创业活动是推动社会进步的重要动力之一，在别人看来无法逾越的障碍面前，创业者们总是能看到无限机会。在过去的一个世纪中，很多新创企业如雨后春笋般成立，它们持续地增加着就业机会，完善着产品和服务，推动着经济发展，提升着生活质量。在如今的城市化过程中，我们的社会往往面临着很多诸如健康、通信、安全、基础设施建设、教育、能源和环境等方面的问题，创业活动在解决这些问题的过程中扮演着重要角色。

之前已经有过很多讲授创业之道的书籍，而我们这本书则是第一本介绍有关“技术创业”这一全球现象的书籍。技术创业要求创业者能够将科技成果与商业机会对接，整合人才和资金资源，并通过严密的决策过程来管理公司的高速成长与控制风险，可以说技术创业是商业领导力的高层次体现。技术创业企业利用科学和技术中的突破性进步来为用户开发出更好的产品和服务，技术创业者拥有极强的专注度、极高的热情和不竭的成功意愿。

为什么技术如此重要？因为在每一个工业化国家中，技术都是经济发展的支柱。美国超过三分之一的国内生产总值和近半数的私营投资均和技术紧密相关。显然，不论是在美国还是在全球范围内，经济增长都和技术健康发展水平与程度紧密相关。

现代社会，技术无处不在。过去20年间，智能手机、个人电脑、平板电脑和互联网的蓬勃发展深深地影响了人们的日常生活。本书提及的“技术创业”概念包含信息技术行业、生物科技和医药行业、新型能源与可持续材料行业，以及其他各类将技术视为最核心竞争力的行业。21世纪初，许多技术都已经或正在实现突破性的进展，例如计算机软件与硬件、移动通信、传感器、互联网、医疗器械、生物技术、人工智能、机器人、3D打印、纳米技术及清洁能源等。这些领域的交叉应用也许会具有更为广阔的市场前景。

很多人认为当前正是技术创业爆发式增长的时代，这让人们开始更深入地了解、探寻技术创业。经济周期的剧烈震荡使得人们创业的意愿在积极与消极之间快速转变，然而一些最为成功的技术企业往往成立于经济衰退时期，例如Intel、Cisco和Amgen公司。但是，不论处于何种经济环境中，本书提出的这些理论都很适用。

引言

正如创业者通过将已有的创意和概念重组来进行创新，我们将世界知名学者的最有价值的创业学和管理学理论进行整合，创造出了一个全新视角来看待技术创业。通过案例、习题和列表，本书向读者提供了行动导向的方法。本书理论和实践并重，我们希望每一位读者都能在这两方面有所收获。

本书介绍的是创办与经营技术型企业所必需的理论、工具和方法，并向读者揭示理论和真实的商业机会之间的差异。本书整合了一系列案例、商业计划书和学习资源来帮助读者收获更多。

本书通过案例来阐述相关概念，并思考这些企业为何能有如此良好的表现和长久的生命力。本书探讨了很多技术型公司的早期阶段，如 Apple、Google、Genentech 等，以及使用技术获得新发展的传统企业，如 FedEx、Wal-Mart 等。事实上，本书的主要原则可以应用到任何增长型的、具有潜力的新创企业上，包括像盖茨基金会（Gates Foundation）和保护国际组织（Conservation International）这样的具有社会影响力的非营利机构。

致读者

本书受众范围包含在校大学生、来自业界和公共部门的在职人士，以及任何希望学习技术创业相关知识的人们。同时，本书没有任何的先修要求，不过一些基本的会计学知识将对学习有所帮助。

以前创业只是作为商科学生的必修课程；而今随着创业教育在各个专业的普及，我们写下了这本适合不同专业和不同年龄阶段阅读的技术创业书籍。最初，本书定位于针对理工科专业学生开设的创新创业类课程，但本书对于商科学生和那些对高成长的新创企业感兴趣的人同样富有价值。

举个例子，在斯坦福大学、俄勒冈大学和加州大学戴维斯分校，基于本教材开设的课堂通常吸引了来自计算机科学、产品设计、政治学、经济学、医学、电子工程、历史、生物和商科等不同专业的学生。尽管本书的主题是技术创业，但学生们发现书中的理论和方法能够运用到各种各样的情境中。创业教育能够有效地提升人们的领导力，让人们更好、更快地适应外部多变的环境，包括让人们学会如何进行团队合作以更好地实现自身的价值。任何人都可以学习技术创业的思维方式和领导技巧。如果课程中同学们需要进行团队合作并完成小组作业，我们十分鼓励老师们选择本书作为参考教材。

版本更新

基于读者的反馈和技术创业领域的最近进展，本书的第4版改进了很多。来自学术期刊、商业杂志、博客等各类媒体上的创业领域的最新学术理论和学者观点很多都被吸收进这本书中。本书特别关注商业模式的开发和度量、精益创业、设计思维、知识产权和营销等方面的内容。在第4版中，本书所有的案例和练习都进行了更新，以便更好地追踪目前全球最热门的技术创业活动。

相比第3版，本书的第1章和第2章更好地介绍了创业艺术和入门之道。第3章包含了最新的商业模式开发和精益创业的方法。在第二部分的第6章中，商业计划书和创业故事素材和工具也进行了完善和更新。类似的，第8章更新并扩展了产品开发和创新的相关内容。第11章则只关注知识产权这一重要话题。第12章展示了团队组建和组织学习中所需的所有关键要素。附录中还加入了两个与技术和可持续发展相关的案例。每章中原有的AgraQuest案例被相关的企业范例取代。此外，一些章节内容也因此做了微调。

本版特色

本书以模块化的形式组织内容，以便读者更好地进行系统化学习、更轻松地获取资料，从而更好地满足读者学会如何创建一家成功的技术企业的需求。关注商业计划书和商业模式开发的读者可以优先看第3、6、9、11、12、17、18和19章。如果没有明确的学习目标，本书也可以作为便捷的参考工具来使用。我们使用以下一系列方法来达成这一目标，也欢迎每一位读者的反馈和建议：

- 原则和章节预览——本书定义了20条基本原则，如本书前页所列。每一章从一个关键问题开始，以此来引导整章的内容和主题。

- 范例和练习——使用前沿科技公司的例子来阐述很多与黑匣子一样难懂的概念。因为同学们大多熟悉信息技术这类产品和服务，因此信息技术相关的例子在本书出现了多次。每章最后的练习则用来测试读者是否全面理解了这些概念。

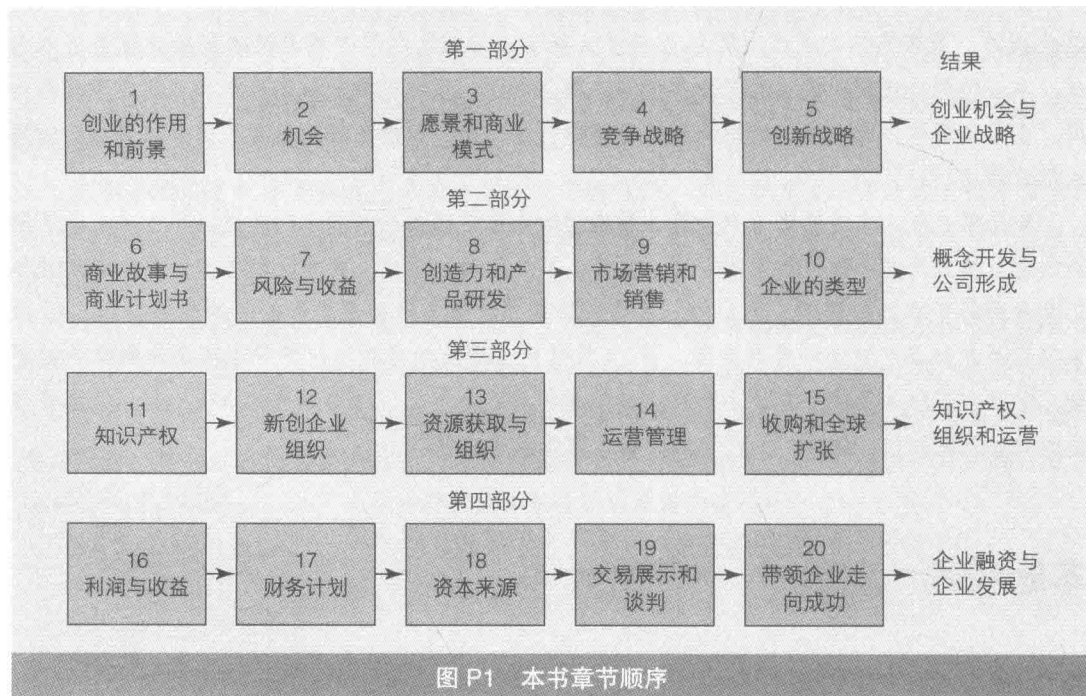
- 系列案例与案例聚焦——“创业挑战”这一特殊的练习形式将引导读者按照每章的重点逐步了解建立企业的过程。每章最后还会讨论一个成功的企业案例。

- 商业计划——开发商业计划的方法和工具集合在一章中，包含完整的内容注释。附录A提供了一份商业计划书范例。

- 案例——附录B包含8个完整的企业案例。

- 参考文献和词汇表：参考文献在括号中标注出来，比如[Smith, 2001]，并且在本书的最后被完整地罗列出来。

● 章节顺序——我们尽最大努力去合理地安排章节顺序，以满足多种创业课程的需求。如图 P1 所示，章节被分为四大部分。关注商业计划和商业模式的课程可以重点关注第 3、6、9、11、12、17、18 和 19 章。



音像资料

有关全球著名创业者、投资人和课程的视频均在每章最末列出，并可在教材网站上观看。

托马斯·H. 拜尔斯, tbyers@stanford.edu

理查德·C. 多尔夫, rcdorff@ucdavis.com

安德鲁·J. 尼尔森, ajnelson@uoregon.edu

第一部分 创业机会与企业战略

第1章 创业的作用和前景 /003

➤ 什么驱动了全球创业? /003

1.1 大背景下的创业浪潮 /003

1.2 宏观经济和企业 /006

1.3 创造性破坏 /010

1.4 创新与技术 /011

1.5 技术创业者 /013

1.6 聚焦 Facebook /017

1.7 小结 /017

1.8 练习 /018

☞ 创业挑战 /019

第2章 机会 /020

➤ 创业者如何识别并选择一个有价值的机会? /020

2.1 机会的类型 /020

2.2 市场参与和设计思维 /025

2.3 创新的类型和来源 /028

2.4 趋势和趋同性 /031

2.5 创业机会的评估 /033

2.6 聚焦 Solazyme /038

2.7 小结 /038

2.8 练习 /039

☞ 创业挑战 /040

第3章 愿景和商业模式 /041

➤ 成功的创业者如何为企业设计有竞争力的商业模式? /041

3.1 愿景 /041

3.2 使命 /043

3.3 价值主张 /044

3.4 商业模式 /047

3.5 挑战性市场中的商业模式创新 /051

3.6 聚焦 Stratasys /052

3.7 小结 /052

3.8 练习 /053

☞ 创业挑战 /053

第4章 竞争战略 /054

➤ 为迎合新的商业机遇,公司应制定怎样的战略? /054

4.1 公司战略 /054

- 4.2 核心竞争力 /057
- 4.3 行业环境和宏观环境 /057
- 4.4 SWOT 分析 /060
- 4.5 进入壁垒 /061
- 4.6 获得可持续的竞争优势 /063
- 4.7 联盟 /066
- 4.8 战略与市场相匹配 /069
- 4.9 有社会责任感的公司 /072
- 4.10 聚焦 Google /075
- 4.11 小结 /076
- 4.12 练习 /076
- 创业挑战 /077

第5章 创新战略 /078

- 什么样的创新战略对技术型企业是有益的? /078
 - 5.1 领先者 vs. 跟随者 /078
 - 5.2 模仿 /083
 - 5.3 技术和创新战略 /084
 - 5.4 新技术企业 /088
 - 5.5 聚焦 AgraQuest /090
 - 5.6 小结 /090
 - 5.7 练习 /091
- 创业挑战 /091

第二部分 概念开发与企业形成

第6章 商业故事与商业计划书 /095

- 企业是如何组建的? 商业故事与商业计划书有什么作用? /095
 - 6.1 创办新企业 /095
 - 6.2 理念概述和创业故事 /097
 - 6.3 商业计划书 /099
 - 6.4 电梯演讲 /102
 - 6.5 内容注释表 /103
 - 6.6 聚焦 Amazon /106
 - 6.7 小结 /107
 - 6.8 练习 /107
- 创业挑战 /108

第7章 风险与收益 /109

- 随着规模的不断扩大, 企业该如何管控种种不确定性和风险? /109
 - 7.1 风险和不确定性 /109
 - 7.2 规模和范围 /116
 - 7.3 网络效应与收益递增 /119
 - 7.4 风险与回报 /122
 - 7.5 风险管控 /123
 - 7.6 聚焦 Dropbox /124
 - 7.7 小结 /124
 - 7.8 练习 /125
- 创业挑战 /125

第8章 创造力和产品研发 /126

- 基于连续性和及时性，组织如何构建促进产品 / 服务研发的环境？ /126
- 8.1 创造力和发明 /126
- 8.2 产品设计和研发 /130
- 8.3 产品原型 /134
- 8.4 情景 /136
- 8.5 聚焦 Teva Pharmaceuticals /138
- 8.6 小结 /138
- 8.7 练习 /139
- 创业挑战 /139

第9章 市场营销和销售 /140

- 吸引顾客、提供服务并留住顾客的最佳方式是什么？ /140
- 9.1 市场营销 /140
- 9.2 营销目标和目标客户群细分 /141
- 9.3 产品和产品供应 /143
- 9.4 品牌价值 /144
- 9.5 市场营销组合 /145
- 9.6 社交媒体和市场营销分析 /150
- 9.7 客户关系管理 /151

- 9.9 跨越鸿沟 /155
- 9.10 个人销售和销售团队 /158
- 9.11 聚焦 DirecTV /160
- 9.12 小结 /160
- 9.13 练习 /161
- 创业挑战 /162

第10章 企业的类型 /163

- 新创企业的形式有哪些？什么是企业创业？ /163
- 10.1 企业的法律形式 /164
- 10.2 独立企业与公司内创企业 /167
- 10.3 非营利性社会企业 /168
- 10.4 公司内创企业 /171
- 10.5 创新者困境 /175
- 10.6 公司内部的创业激励 /176
- 10.7 创建与管理公司内创企业 /177
- 10.8 聚焦 Twitter /183
- 10.9 小结 /183
- 10.10 练习 /184
- 创业挑战 /184

第三部分 知识产权、组织和运营

第11章 知识产权 /187

- 创业者应该如何保护新公司的知识产权？ /187

- 11.1 知识产权保护 /187
- 11.2 商业机密 /189
- 11.3 专利 /190
- 11.4 商标与公司命名 /192

- 11.5 版权 /193
- 11.6 授权与大学技术转移 /194
- 11.7 聚焦 Apple /195
- 11.8 小结 /195
- 11.9 练习 /196
- ☛ 创业挑战 /197

第 12 章 新创企业组织 /198

- 创业者如何组织、奖励带领企业走向成功的员工? /198
- 12.1 创业团队 /198
- 12.2 组织结构设计 /202
- 12.3 领导力 /204
- 12.4 企业管理 /207
- 12.5 人才招聘及留存 /209
- 12.6 企业文化与社会资本 /211
- 12.7 管理知识资产 /215
- 12.8 学习型组织 /217
- 12.9 聚焦 Zntuit /220
- 12.10 小结 /220
- 12.11 练习 /221
- ☛ 创业挑战 /221

第 13 章 资源获取与组织 /222

- 创业者该如何有效地获取并管理创立企业所必需的资源? /222
- 13.1 获取资源和能力 /222
- 13.2 影响力和说服力 /224
- 13.3 地理位置和动态集群 /225
- 13.4 垂直整合和外包 /228

- 13.5 创新与虚拟组织 /230
- 13.6 获取技术与知识 /231
- 13.7 聚焦 Netflix /233
- 13.8 小结 /233
- 13.9 练习 /233
- ☛ 创业挑战 /234

第 14 章 运营管理 /235

- 新创公司如何建立一套用于创造、生产、供给产品的运营流程? /235
- 14.1 价值链 /235
- 14.2 流程和运营管理 /238
- 14.3 价值网络 /242
- 14.4 互联网和运营 /244
- 14.5 战略管控与运营 /245
- 14.6 聚焦 Clean Harbors /248
- 14.7 小结 /248
- 14.8 练习 /249
- ☛ 创业挑战 /249

第 15 章 收购和全球扩张 /250

- 创业者如何通过收购和进入新地区的市场来进行扩张? /250
- 15.1 收购并追求协同效益 /250
- 15.2 作为成长型战略的收购 /252
- 15.3 全球贸易 /255
- 15.4 聚焦阿里巴巴 /260
- 15.5 小结 /261
- 15.6 练习 /261
- ☛ 创业挑战 /262