

创业学

原理与实践

(第2版)

林 嵩 / 编著



清华大学出版社

创业学

原理与实践

(第2版)

林 嵩 / 编著

清华大学出版社
北 京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

创业学:原理与实践/林嵩编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2015
ISBN 978-7-302-38938-5

I. ①创… II. ①林… III. ①企业管理 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 005683 号

责任编辑:刘美玉
封面设计:傅瑞学
责任校对:宋玉莲
责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市漂源装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:24

字 数:466 千字

版 次:2008 年 10 月第 1 版

2015 年 1 月第 2 版

印 次:2015 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~3500

定 价:39.00 元

产品编号:060014-01

再 版 序

从广义上说,创业实践的发展历史非常悠久,在人类活动的历史记录中,商人事实上就是早期的创业者。不过在现代管理学科体系中,创业管理方向的出现时间实际上很晚,但是很快在全世界范围内迅速发展。在美国,针对创业的学术研究已经成为管理研究的热点领域,创业教育在各个层次的院校都得到普及。在中国,虽然创业教育和创业研究的起步时间较晚,不过其发展速度并不落后于国外发达国家,而且在很短时间内就在整个社会范围内形成了非常显著的影响力。

长期以来,中央财经大学在创业教育方面投入了较大的人力和物力,相关的成果非常丰富。中央财经大学商学院的创业教育基地被教育部、财政部联合授予“普通高校人才培养模式创新实验区”(2008),并获得国家级教学成果二等奖(2009),创业教育团队被评为北京市“优秀教学团队”(2010)。与此同时,中央财经大学的创业研究也取得了非常丰富的成果,获得了多项国家级和省部级课题资助,在国外SS-CI杂志以及国内重要中文核心期刊上发表大量研究论文。

作者作为中央财经大学创业教育和创业研究团队的成员近年来一直承担创业方面的课程讲授工作。《创业学:原理与实践》(第1版)就是作者前期的研究成果之一。自本书第1版出版以来,市场反响非常好,被很多大学作为创业课程的教材或辅导书,短短几年内数次印刷。不过,在近年来的教学实践中,作者也发现了该书的一些缺点,例如书中涉及的创业案例较为陈旧,涉及的数据资料的及时性也不够,与当前创业热点相关的论述和案例资料都较为缺乏。这激发了我们修订第1版的想法。

与上一版相比,本书第2版的改进主要体现在如下几个方面:

首先,强调创业机会在整个创业过程中的重要角色。我们在不同的章节中都添加了相应的文字,以强调创业机会对于获取创业资源、组建创业团队、营造商业模式、制定创业战略、实施创业营销、推进创业人力资源管理等活动的主导性作用。事实上,这一点在创业学术研究中已经成为共识。不过,在现有创业教材中,有关创业机会的强调还远远不够。本书将在此进行初步的探索。

其次,更新了本书中的大部分案例资料,更新率达到80%以上。管理类教材不同于理工科教材,案例是授课过程中的重要工具。在上一版中,我们就附上大量的案例资料,这一点受到了使用者的好评。不过随着时间的推移,特别是随着国内创业环境的飞速发展,新的事件、热点的不断涌现,创业案例的更新势在必行。本书选取大量反映当前创业热点的案例,替换了原书中的案例。这些案例能够为创业学课程讲授提供有力的帮助。

最后,本书将第1版的第1章第3节——创业研究的最新进展替换为创业实践领域的前沿内容——精益创业。这一方面是因为随着近年来国内外创业研究的迅速推进,原来的内容已经相对陈旧,不足以反映创业研究前沿;同时,由于本书的定位是课程教材,学术性的论述内容也许不适用于课程教学。相对而言,精益创业本身属于实践范畴,对它的介绍有助于读者了解创业实践活动的最新发展。不过,由于它是一个新兴事物,其部分观点与传统创业学的体系和框架不完全吻合。在阅读的同时,需要注意这一点。

感谢中央财经大学商学院工商管理专业的李淑垚同学在案例资料收集方面的辛勤工作,使得本书的再版工作得以顺利进行。

由于作者才疏学浅,书中疏漏之处在所难免,恳请创业教育和创业研究领域的专家学者、有志于创业的实践人员以及其他各类型的学生给予积极意见。

林 嵩
2014年夏

序

新世纪以来,在经济发展以及科技创新的推动下,世界范围内的创业活动浪潮正在涌动。从上一波的互联网泡沫中苏醒的网络商业模式又成为投资者们竞相追逐的热点。在一些新的技术领域,更多的创业者在迅速成长。在这一大的背景之下,国内的创业活动也在飞速发展之中,并且成为社会各界人士共同关注的领域。

成功的创业活动对社会发展产生巨大的推动作用。创业活动能够充分推动技术领域的创新活动,实现高新技术的产业化,使经济增长建立在科技创新的基础之上;创业活动能够调整旧有的产业和经济结构,提高生产技术含量,减少资源依赖,从而在结构调整中实现较快发展;创业活动能够破解社会就业压力,综观世界各国产业结构和劳动力就业规律,创业型企业在吸纳就业人口方面的作用是最显著的,在创业活动的带动下,能够有力缓解现阶段我国的就业人口压力;创业活动还能够造就社会公平,对创业活动的鼓励和支持,能够在全社会范围内营造积极向上的竞争精神,使创业者在参与竞争、利用资源、教育培训、获得信息等方面都享有平等机会,形成更深层次的社会公平。

伴随着创业活动的蓬勃发展,国内的创业教育也在不断积极地探索和发展之中。由于市场条件、经济结构、社会文化等因素的不同,国内创业活动的发展特点与国外存在一定的差异。在创业教育中,不仅要积极吸收国外的研究成果,同时更需要紧密结合国内创业活动的特点,开发适用于国内实践的创业教育体系和教学方式。这正是国内创业教育的一个难点。

目前,国内关于创业方面的教材已经非常繁多,同这些书籍相比,本书的特色主要体现在以下几个方面:

首先,在内容编排方面,本书充分注重完备性和独特性的结合。作为一项独特的管理活动,创业活动所囊括的内容较一般的企业管理更为复杂。机会识别、团队组建、战略规划、市场营销、文化建设等方面的问题,都是创业者在实施创业活动中会遇到的。因此,创业学教材的编撰,需要针对创业活动的复杂性,构建完备的体系框架,这样,对于创业者所提供的参考也更为全面。本书在介绍这些内容的时候,基本上是从创业的独特性方面入手分析适用于创业活动的管理框架,而不是简单套用一般管理理论和法则,从而有利于读者更好地掌握创业的独特内涵。

其次,在创业案例的选取方面,本书充分注重本土性和实践性的结合。针对国内相关教材普遍存在的理论性强、本土案例较少等问题,本书在各章内容论述过程中尽可能地采用国内的实际创业案例来支持和补充本书的观点,在各章的篇末综合案例上,则全部采用本土创业案例,供学生进行创业实践演习。采用本土创业案例的优点是可以充分揭示国内的创业者在选择创业机会、进行创业成长规划时的考虑因素和经营特点,因此对读者更具参考价值。

最后,在内容撰写方面,本书注重学术性和通俗性的结合。作为一本创业学方面的基础教材,本书在内容的深入浅出方面进行了一定探索。在深入方面,本书提供了大量的研究线索和参考资料,有兴趣在创业研究领域开拓的读者完全可以从本书出发,进一步搜集研究资料,进行定性或定量研究;在浅出方面,本书尽可能做到内容通俗易懂,并且注重可操作化的介绍,因此,本书对于那些有志成为创业者的读者也具备很强的借鉴意义。

创业教育的推动和发展需要更多学者和创业实践者的参与和开拓。在国内众多有识之士的共同努力之下,相信未来国内的创业研究和创业教育一定能取得更多的成果。

姜彦福 清华大学中国创业研究中心主任、教授、博士生导师

2007年8月于清华园

目 录

第1篇 创业学纵览

第1章 创业活动与创业教育	3
1.1 创业活动的发展——从硅谷的发展谈起	4
1.1.1 硅谷的发展历程	4
1.1.2 硅谷的经济成就	9
1.1.3 硅谷发展的原因分析	10
1.2 国内的创业活动	13
1.2.1 国内创业活动的发展过程	13
1.2.2 国内创业活动的现状	16
1.2.3 创业活动的社会影响	18
1.3 创业教育	20
1.3.1 美国创业教育的发展	21
1.3.2 国内创业教育发展状况	23
1.4 本书结构	25
1.5 本章总结	26
第2章 创业过程	28
2.1 创业的概念内涵	29
2.1.1 创业的概念辨析	29
2.1.2 创业的分类	34
2.2 创业过程分析	38
2.2.1 创业过程的概念理解	38
2.2.2 创业过程的关键要素	43

2.2.3 创业过程的阶段划分	49
2.3 精益创业	53
2.3.1 精益创业——相左于传统创业方法的新观点	53
2.3.2 精益创业的核心——学习	55
2.3.3 精益创业的实施过程	56
2.4 本章总结	58

第2篇 新企业创立

第3章 创业机会识别	65
3.1 创业机会的概念内涵	66
3.1.1 创业机会的概念分析	66
3.1.2 创业机会的来源	70
3.1.3 创业机会的类型	73
3.2 创业机会评价指标	76
3.2.1 创业机会的核心特征	76
3.2.2 创业机会的外围特征	83
3.3 创业机会识别过程	87
3.3.1 创业机会的识别	87
3.3.2 创业机会的评价	90
3.4 本章总结	93
第4章 创业团队组建	99
4.1 创业者	100
4.1.1 创业者与创业活动	100
4.1.2 创业者的客观特征	102
4.1.3 创业者的主观特征	105
4.2 创业团队	111
4.2.1 创业团队的概念理解	111
4.2.2 创业团队的分工	115
4.3 创业团队的组建和发展	117
4.3.1 创业团队组建过程	117
4.3.2 创业团队相关问题	120

4.4 本章总结	125
第5章 商业模式开发	131
5.1 商业模式概念内涵	132
5.1.1 商业模式的概念理解	132
5.1.2 商业模式的特征	135
5.2 商业模式的构建	138
5.2.1 商业模式的构建过程	138
5.2.2 商业模式的演进和改造	142
5.2.3 商业模式的误区	144
5.3 商业模式与其他管理要素	147
5.3.1 商业模式与盈利模式	147
5.3.2 商业模式与价值链	149
5.3.3 商业模式与战略规划	151
5.4 本章总结	155
第6章 商业计划书撰写	159
6.1 商业计划书基本概念	160
6.1.1 商业计划书的概念理解	160
6.1.2 商业计划书的分类	162
6.2 商业计划书的注意事项	164
6.2.1 商业计划书的构成要素	164
6.2.2 商业计划书特征	165
6.2.3 商业计划书的撰写原则	167
6.3 商业计划书的撰写	169
6.3.1 摘要	169
6.3.2 企业简介	171
6.3.3 市场分析	171
6.3.4 产品(服务)说明	173
6.3.5 创业团队/管理团队	174
6.3.6 营销计划	175
6.3.7 生产经营计划	177
6.3.8 研究与开发计划	178
6.3.9 财务分析与融资需求	179

6.3.10	风险分析	181
6.3.11	投资者的退出方式	182
6.4	本章总结	183
	商业计划书附录	184

第3篇 创业成长管理

第7章	新创企业融资	205
7.1	新创企业融资难的成因	206
7.1.1	新创企业资金资源的重要性	206
7.1.2	新创企业融资难原因分析	208
7.2	新创企业融资途径分析	210
7.2.1	债务性融资方式	210
7.2.2	股权性融资方式	213
7.2.3	其他融资方式	218
7.3	风险投资	225
7.3.1	风险投资的基本概念	225
7.3.2	风险投资过程	231
7.4	本章总结	236
第8章	新创企业战略规划	242
8.1	新创企业战略规划的概念分析	243
8.1.1	新创企业战略规划必要性	243
8.1.2	新创企业战略规划的特征	245
8.2	新创企业战略模式	248
8.2.1	新创企业战略构成分析	248
8.2.2	新创企业战略模式	258
8.2.3	新创企业战略制订方案	259
8.3	战略控制和调整	262
8.3.1	新创企业战略控制原则	262
8.3.2	新创企业战略控制过程	264
8.4	本章总结	266

第 9 章 新创企业市场营销规划	271
9.1 创业营销相关概念分析	272
9.1.1 创业营销的概念内涵	272
9.1.2 创业营销过程	275
9.2 营销定位	277
9.2.1 市场层面分析——市场细分	277
9.2.2 产品层面分析——层次设定	280
9.3 渠道构建	282
9.3.1 创业营销中的渠道机构	282
9.3.2 渠道构建过程	284
9.4 促销策略	288
9.4.1 促销策略影响因素	288
9.4.2 促销策略选择	289
9.5 营销定价	292
9.5.1 营销定价目标	292
9.5.2 企业定价方法	294
9.6 本章总结	297
第 10 章 新创企业人力资源管理	301
10.1 新创企业人力资源管理的独特内涵	302
10.1.1 新创企业人力资源管理的独特环境	302
10.1.2 新创企业人力资源管理的构成	304
10.1.3 新创企业人力资源管理的特点	308
10.2 高层管理团队管理	310
10.2.1 影响高层管理团队管理的因素分析	310
10.2.2 高层管理团队的管理方案	312
10.3 一般员工管理	315
10.3.1 新创企业人力资源管理框架	315
10.3.2 新创企业人力资源管理流程	317
10.4 本章总结	328

第4篇 公司创业

第11章 公司创业	335
11.1 公司创业概述	336
11.1.1 公司创业的概念内涵	336
11.1.2 公司创业的产生来源	339
11.1.3 公司创业与个体创业	340
11.2 公司创业过程	345
11.2.1 公司创业过程阶段划分	345
11.2.2 公司创业活动的障碍	348
11.3 公司创业战略	353
11.3.1 公司创业战略概念	353
11.3.2 公司创业战略管理过程	356
11.3.3 公司创业战略的支持要素	358
11.4 本章总结	361
参考文献	366

第 1 篇 创业学纵览

第 1 章 创业活动与创业教育

第 2 章 创业过程

创业活动与创业教育

2014 年 5 月 8 日拉开序幕的国内最高规格的创新创业赛事——第三届中国创新创业大赛正在紧张地进行中国赛区、硅谷赛区和港澳台赛区同步报名。

6 月 12 日,中关村创业大街开街,全球路演中心正式启动,在硅谷举办的“创启未来”国际青年科技创业大赛通过中美视频连线,让中国观众同步观看了美国本土项目路演并实时交流。

“中关村国家自主创新示范区是全国创新创业最为活跃的区域,在中关村和硅谷两地同时举办创新创业大赛,是为了沟通两国创新文化,构建跨区域跨区域创新合作典范,以全新的模式对接两地创业资本、人才和市场,同时搭建两地创业精英交流平台,在大赛中展示风采、激发灵感、广结良友,寻找潜在战略合作伙伴。”中关村管委会创业服务处处长杨彦茹介绍,继 2012 年中关村到英国以创业赛优选项目、2013 年举办首届中关村—硅谷创新创业大赛之后,今年中关村海淀园又同北京大学国家大学科技园共同主办了“创启未来”国际青年科技创业大赛,引领全球新一轮创新创业趋势,为雾霾天气治理、大气环境改善、全球水资源利用等寻找更多先进技术,同时为创业者提供创意和项目展示平台、交流平台和持续成长环境,打造全球最具吸引力的创新创意聚集区。

“创业大赛国际化的趋势,让创业者和投资人都收获了机遇。”担任本届黑马大赛总决赛直通车(复活赛)评委的汉能投资集团董事总经理王春辉认为,与以往的国内赛相比,国际创业大赛可以让投资人视野更开阔,在本土项目和海外项目的对决中领略到相关技术的领先与商业模式的独特,从而为今后考量项目提供经验。对于他们所关注的创业团队来说,这样的国际比赛不

仅让创业者接触到更广泛的投资机构,也让创业者从国内外投资人、创业导师的点评中,了解自己的项目究竟有多少投资机会,从而对业务国际化、上市通道国际化以及被海外公司并购的国际化做到“心中有数”,能与投资人和创业导师有更多的“共同语言”。

资料来源:郭涛.全球摆擂台 国内创业大赛接轨国际.中国高新技术产业导报,2014.6.30.

本章学习目的

1. 了解硅谷创业活动的发展过程及特征。
2. 了解国内创业活动的发展以及现状。
3. 了解国内外创业教育现状以及未来发展方向。

如果从更广泛的视角来看创业活动的话,人类的创业活动应当是伴随着企业这种经济形态的出现而诞生。最初的创业活动是一种原生态的人类行为,它没有包含时下一些诸如商业模式、创业机会等创业方面耳熟能详的词,却实实在在反映了人们对财富的诉求。伴随着企业这种经济组织的不断演进,创业活动也在逐渐演化,成为影响力深远的一种社会现象。特别是20世纪中叶以来,发源于美国硅谷地区的新经济所引发的创业浪潮,很快就席卷了全球,带动了新一轮的世界范围内创新和创业活动的兴起。

1.1 创业活动的发展——从硅谷的发展谈起

硅谷位于美国加利福尼亚州的旧金山南部地区,北起圣马特奥(San Mateo)南至圣克拉拉(Santa Clara)的近50公里的一条狭长地带,是美国重要的电子工业基地,也是世界范围内最为知名的电子工业集中地之一。硅谷的发展是随着二战之后,微电子技术高速发展而逐步形成的。在其发展过程中,周边的一些具有雄厚科研力量的大学如斯坦福、伯克利和加州理工等,以及企业服务机构、投资者与创业者形成了良好的互动。伴随着互联网浪潮的兴起,硅谷更是成为新闻媒体关注的焦点,众多的研究人员纷纷从各个不同的角度探讨硅谷成功发展的原因,取得了丰富的研究成果。

1.1.1 硅谷的发展历程

硅谷的发展事实上应当追溯到19世纪中叶的淘金浪潮。尽管在很多资料中,这一点常常被忽略。在1846年以前,加州周边大部分土地还是一片荒漠,到处都是流动沙丘。由于偶然的机,当地的工人在河道中挖掘时发现了金砂,这一地区的面貌在很短时间内发生了翻天覆地的变化。成千上万的淘金者从美国的各个地区,甚至世界各个角落涌入加州。这