



KAB创业教育（中国）项目与
MM百万青年创业计划项目合作成果

刘帆◎主编

大学生 KAB 创业精讲

教育部《创业基础》大纲内容全覆盖



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位



KAB创业教育（中国）项目与
MM百万青年创业计划项目合作成果

刘帆◎主编

大学生 KAB 创业精讲

教育部《创业基础》大纲内容全覆盖



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

内容提要

本书遵循《大学生 KAB 创业基础》核心结构,并结合 2012 年 8 月教育部颁布的《普通本科学校创业教育教学基本要求》中的“创业基础”教学大纲要求,为 KAB 创业教育(中国)项目高校开发的“创业基础”教材。本教材包括七个模块的内容,分别为如何成为创业者?如何确定创业机会?如何组建一家新企业?如何经营一家新建企业?如何移动互联网创业?如何进行社会创业?以及如何撰写商业计划书?

本书作为 KAB 创业教育(中国)项目高校教材,也可用作高等院校《创业基础》课程教材;还可作为创业相关研究、教学人员的参考用书,也可作为大学生创业计划大赛和各种创业培训项目的培训教材。

责任编辑:许波

责任出版:卢运霞

图书在版编目(CIP)数据

大学生 KAB 创业精讲/刘帆主编. —北京:知识产权出版社, 2013. 4

ISBN 978-7-5130-2028-2

I. ①大… II. ①刘… III. ①大学生—职业选择—高等学校—教材 IV. ①DG647. 38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 080021 号



大学生 KAB 创业精讲

DAXUESHENG KAB CHUANGYE JINGJIANG

刘 帆 主 编

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

责编电话: 010-82000860 转 8380

印 刷: 保定市中画美凯印刷有限公司

开 本: 720mm × 960mm 1/16

版 次: 2013 年 5 月第 1 版

字 数: 346 千字

ISBN 978-7-5130-2028-2

邮 编: 100088

邮 箱: bjb@cnipr.com

传 真: 010-82005070/82000893

责编邮箱: xbsun@163.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 20.5

印 次: 2013 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

教材指导单位

中华全国青年联合会

中国共产主义青年团中央委员会学校部

中国共产主义青年团中央委员会国际联络部

国际劳工组织北京局

KAB 创业教育（中国）研究所

中国移动互联网基地

KAB 全国推广办公室

教材编写人员

邓汉慧	王艳茹	孙 娟	李 涛	赵 伟
韩 威	张 林	钱 堃	黄敬宝	涂德虎
施永川	徐颖云	张项民	刘玉峰	许 明
李 俊	杨 娟	代岩岩	李 猛	杜 静
魏 军	丁维娜	张红芹	韦国兵	毛英勇
陈 亮	刘晓羲	钱 浩	宋 舸	李 果
王乐乐				

编写说明

为适应创新创造的时代要求，满足青年就业的现实需要，培养青年的创业意识和创业能力，共青团中央、全国青联与国际劳工组织合作，自 2005 年 8 月起在中国大学中开展 KAB 创业教育（中国）项目（Know About Business，简称“KAB 项目”）。这是共青团中央、全国青联通过国际合作推进中国创业教育发展的一项尝试，旨在吸收借鉴国际经验的基础上，探索出一条具有中国特色的创业教育之路。

KAB 创业教育项目目前已在全球 50 多个国家开展。其核心内容是国际劳工组织为培养大中学校学生的创业意识和创业能力而专门开发的课程体系，与已经在各国广泛实施的“创办和改善你的企业”项目（SIYB 项目）共同构成一个完整的创业培训体系。KAB 项目的定位是培养企业家精神的基础课程，目的是传承创业的基本原理与方法，培养大学生的企业家素质，使大学生能像企业家一样行为，具备将来从事职业所需的知识、技能和特质。

截至 2013 年 5 月，KAB 创业教育（中国）项目已培训来自 1140 所高校近 5000 名师资，在近 300 所高校创设大学生 KAB 创业俱乐部，50 多万名大学生参加了学习实践。在清华大学、中国青年政治学院、浙江大学等 600 多所高校开设了《大学生 KAB 创业基础》课程，建立了课程建设、师资培训、质量控制、交流推广四大体系，受到师生的广泛欢迎。

为了更好地满足高校教学的实际需要，在吸收国际先进经验的基础上，我们编写了《大学生 KAB 创业精讲》，特点如下：

一、定位为 KAB 项目高校教材

2007 年出版的《大学生 KAB 创业基础》分为教师用书和学生用书，教师用书一直作为 KAB 讲师培训的参考用书，学生用书是跟 KAB 教师用书配套的学生习题集。起初，国际劳工组织开发的 KAB 课程共 144 学时，8 个模块，38 个主题；但是，国内高校一般安排 32 学时，选讲精讲教学内容是必然的选择。

因为受学时限制,2007年出版的教师用书和学生用书不大符合高校教材的实际应用,很多高校开设KAB课程实际上没有学生教材。鉴于此,遵循《大学生KAB创业基础》的核心结构,并结合2012年8月教育部出台的《创业基础教学大纲》要求,专门为KAB项目高校开发《大学生KAB创业精讲》教材;为了方便使用《大学生KAB创业精讲》的老师授课,KAB创业教育(中国)研究所将配套教师使用手册和课程PPT,更好地帮助授课教师减轻开课负担,提升教学效果。

二、教材结构模块化设计

模块化的概念源于计算机信息系统的开发,其基本思想是用系统的思想和系统工程的方法,按照“用户至上”的原则,结构化地对信息系统进行分析与设计。每个教学模块包含若干主题,相对独立和完整;模块之间彼此联系,有机统一于课程总体系。这样的结构设计有利于教学安排的灵活性和选择性,教师可以根据授课对象、授课学时的不同,尽量做到“因材施教”和“因时施教”。《大学生KAB创业精讲》基本涵盖了2007年《大学生KAB创业基础》(教师用书)的模块内容,体现教育部《创业基础》大纲内容,并根据目前兴起的创业实践,增加了“移动互联网创业”和“社会创业”两个模块,做到教材内容与时俱进。

三、案例的本土化改编

国际劳工组织开发的KAB教材案例取材于肯尼亚、斯里兰卡这样的发展中小国,移植到中国不大符合中国国情,案例的代表性不足,借鉴价值也不大。基于移动互联网创业的新兴实践和大学生群体的特点,从国内权威创业期刊和网站收集代表性突出、时效性好、说服力强的一些案例,适度改编植入教材,增强培养学生分析和解决实际创业问题的能力。

四、学院派和实践派结合的编写团队

主编为刘帆博士。从2005年开始,作为核心专家,一直参与国际劳工组织的KAB(Know About Business)创业教育项目的师资培训、教材改编和修订;其他参编者(见编委会)来自KAB项目培训师团队和中国移动MM(Mobile Market)移动互联网基地。前者属于学院派团队,具有丰富的学生教学和师资培训的基层经验,后者属于实践派团队,具有丰富的移动互联网行业实践经验。两者的结合有利于优势互补,学院派团队优势是教学规律和方法的掌握,实践派团队优势是教学内容把握的精准性,两者结合优势互补,有利于编

写一本“说的是理，有理能说清”的《创业基础》教材。

《大学生 KAB 创业精讲》教材出版之际，首先要特别感谢共青团中央学校部、共青团中央国际部以及国际劳工组织北京局对于项目一贯的领导和支持，其次要特别感谢合作伙伴中国移动互联网基地提供的编写参与和资助，最后还要感谢知识产权出版社的许波编辑，她的辛勤劳动，使得教材如期与 KAB 学生见面。教材编写的过程中，我们更忘不了那些影响我们教学教研思考的学界前辈，衷心感谢他们在创业教育中获得的先期研究成果，使得我们的编写工作如虎添翼，更具价值。

开发具有大学生特色的创业教育模式，积累中国创业教育的本土经验，是一个长期的过程。我们相信，在广大 KAB 院校和师生的支持下，《大学生 KAB 创业精讲》将日臻完善，大学生 KAB 创业教育也将越来越好。由于编者水平有限，书中难免有疏漏和不足之处，恳请各位专家批评指正，以期共同促进高校创业教育这一伟大事业的蓬勃发展。

目 录

模块一 如何成为创业者？	1
主题 1 创业概述	1
教学点 1 创业的定义	2
教学点 2 创业的阶段过程	4
主题 2 创业者	5
教学点 1 创业者的定义	6
教学点 2 创业者的能力结构	6
教学点 3 创业动机	11
主题 3 创业决定	14
教学点 1 就业 VS 创业	15
教学点 2 创业决定的影响因素	16
模块二 如何确定创业机会？	26
主题 1 创意与创业机会概述	26
教学点 1 创意	27
教学点 2 创业机会	34
主题 2 识别创业机会	47
教学点 1 影响创业机会识别的因素	47
教学点 2 识别创业机会的一般过程	49
教学点 3 识别创业机会的常见方法	50
主题 3 评估创业机会	51
教学点 1 马林斯的机会评估模型	52
教学点 2 创业测试	60
教学点 3 市场测试	69

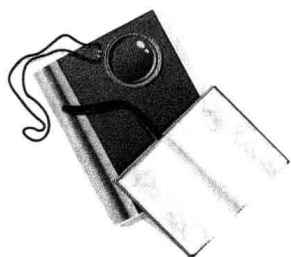


模块三 如何组建一家新企业？	74
主题1 创业资源	75
教学点1 资源的内涵	75
教学点2 利用资源的方法	77
教学点3 整合外部资源	78
主题2 创业团队	81
教学点1 创业团队的界定	81
教学点2 创业团队的重要性	83
教学点3 创业团队的优劣势分析	85
教学点4 组建创业团队的策略	86
教学点5 创业团队的管理技巧	89
主题3 创业融资	93
教学点1 创业资金的分类	93
教学点2 创业所需资金的测算	95
教学点3 创业融资渠道	100
教学点4 创业融资的选择策略	103
主题4 企业的法律形式	105
教学点1 企业组织形式	105
教学点2 新企业考虑的法律与伦理问题	116
模块四 如何经营一家新建企业？	120
主题1 员工招聘与管理	121
教学点1 员工招聘及录用	121
教学点2 员工管理的主要职能	123
主题2 营销组合	128
教学点1 市场营销组合	128
教学点2 市场营销组合的应用	134
主题3 财务成本管理	141
教学点1 企业支出的分类	142
教学点2 成本费用的计算和预测	145
教学点3 现金预算	148
教学点4 会计账簿	149

主题4 财务报表的编制	154
教学点1 财务报表的作用和报表信息的需求者	154
教学点2 利润表的原理及其编制	155
教学点3 资产负债表的编制原理和编制方法	159
主题5 风险管理	164
教学点1 风险的界定	164
教学点2 风险分析	165
教学点3 风险处理	168
模块五 如何移动互联网创业?	171
主题1 决定成为移动互联网创业者	171
教学点1 移动互联网创业	172
教学点2 移动互联网创业者	177
教学点3 移动互联网创业决定	184
主题2 移动互联网创业的商机	190
教学点1 移动互联网的发展历程	191
教学点2 移动互联网和移动终端的发展状况	194
教学点3 创意的来源	198
教学点4 移动互联网商业机会	207
主题3 移动互联网创业的途径	211
教学点1 移动互联网创业的孵化模式	212
教学点2 移动互联网创业的新建模式	216
教学点3 移动互联网创业的并购模式	220
模块六 如何进行社会创业?	226
主题1 社会创业的内涵	227
教学点1 社会创业者的界定	227
教学点2 社会创业的内涵	232
教学点3 社会企业愿景与使命	239
主题2 社会创业机会	242
教学点1 社会创业机会来源	242
教学点2 社会创业机会与商业创业机会区别	244
教学点3 社会创业机会识别过程	247



教学点 4 社会创业机会评估与开发	249
主题 3 社会企业组织形式	256
教学点 1 国外社会企业的组织形式	256
教学点 2 中国社会企业组织形式	260
主题 4 社会企业营销	266
教学点 1 社会企业收益来源	267
教学点 2 识别目标市场	270
教学点 3 社会创业营销的三大策略	275
模块七 如何撰写商业计划书?	283
主题 1 商业计划书的基本要求与核心内容	283
教学点 1 商业计划书的基本要求	284
教学点 2 商业计划书的核心内容	285
主题 2 商业计划书的编写原则和技巧	291
教学点 1 商业计划书的编写原则	291
教学点 2 编写技巧	294
教学点 3 商业计划书的框架结构	296
附件: Mobile Market 移动互联网创业实践项目操作指导手册	300
1. 开发者注册	301
2. 作品上线流程	302
3. 应用上传所需资源表重点流程	302
4. 填写基本资料	303
5. 上传资源	306
参考文献	312



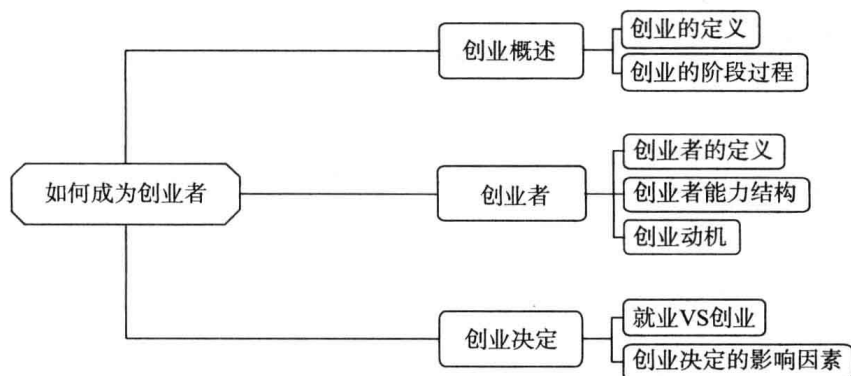
模块一

如何成为创业者？

【教学目的】

了解创业相关知识，帮助学生识别成功创业者所需具备的素质，并做出理性的创业决定。

【模块结构】



主题 1 创业概述

【教学目的】

使学生了解创业的类型及定义，了解创业活动的特殊性，理解创业的阶段过程。

【教学点】

1. 创业的定义；
2. 创业的阶段过程。

教学点 1 创业的定义

1.1 新创企业的类型

企业是指从事生产、流通或服务等活动，为满足社会需要进行的自主经营、自负盈亏、实行独立核算，具有法人资格的基本经济单位。一般分为公司制企业 and 非公司制企业，后者有合伙制企业、个人独资企业、个体工商户等。

2011 年 7 月在工业和信息化部网站上公布的《关于中小企业划型标准的规定（送审稿）》中，首次增加了微型企业标准，将中小企业的类型划分为中型、小型和微型三种类型。同时，此次标准修订还将个体工商户纳入了参照执行的范围。

根据创业的动机及结果，新创企业一般有三种类型：生活方式型企业、薪水替代型企业及创业型企业（表 1-1）。

表 1-1 新创企业的类型

生活方式型企业	薪水替代型企业	创业型企业
为公司管理者提供在谋生的同时追求特别生活方式的机会	为企业所有者提供与在其他普通企业中工作相仿的收入水平	创造并抓住机遇，为市场带去新产品、新服务，不考虑现有资源

生活方式型企业能够为企业所有者提供追求特殊生活方式的机会，同时提供的回报也足以维持企业所有者的生活。这些企业的所有者一般可以是健身教练、导游及专栏作家等。这些企业一般不能够快速地成长起来，并且这些企业一般都属于特定体育活动、特长爱好或者娱乐活动等领域。

薪水替代型企业能够提供企业所有者与在其他普通企业中工作相仿的收入水平，包括干洗店、生活便利店、小餐馆、发型设计沙龙等的主人，成立企业的目的一般都是为了替代普通薪水，维持生计。这些企业向顾客提供的仅是一般的 product 或服务，没有特别创新之处。

创业型企业是指那些创造并抓住机会，将新的产品或服务引入市场而成立的新企业。这类企业创造具有价值并且对顾客有重要影响的产品或服务。这种企业极具创新性，同时也具有发展的空间，包括电子商务、互联网和移动互联网等领域的创业。

这三者也不是截然分开的，有些创业企业既是生活方式型企业又是创业型企业，甚至创业本身就是创业者的生活方式。

1.2 创业的概念

狭义的创业概念为“创建一个新企业的过程”。广义的创业概念是“通过企业创造事业的过程”，包括创建新企业 and 企业内部创业两方面。这里的组织形式泛指营利性组织和非营利性组织，组织性质一般是私营的，也不排斥公营的；既包括大型的事业，也包括小规模的事业。

可见，创业是创业者不拘泥于当前资源约束，整合资源去追求机会并最终实现价值创造的行为过程。^①

1.3 创业活动的特殊性

创业至少有两层含义：一层含义是行为，主要指创业者及其团队为孕育和创建新企业或新事业而采取的行为（图1-1）；另一层含义是精神，主要指创业者及其团队在开展创业活动中所表现出来的特质组合。与大企业的工商管理行为相比，创业活动的特殊性表现为以下三方面。

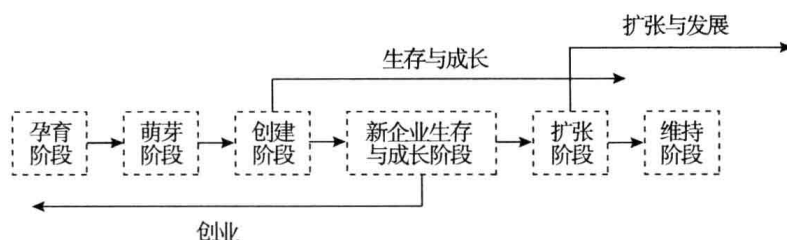


图 1-1 创业生命周期前端的创业活动

1.3.1 创业行为高度依赖创始人及创业团队的能力

工商管理的研究对象主要是组织活动，大公司和相对规范的经营管理工作需要靠组织的力量来完成。创业活动则不同，特别是初期的创业活动更多地依靠个人的力量和智慧，创业成败主要取决于创业者个人的禀赋，这基本成为共识。

1.3.2 创业行为常常面临资源的限制和约束

大多数创业者都经历了“白手起家”的过程，如果一个人拥有丰富的资源，也许就失去了创业的动力。其实，从区域情况看，创业活动活跃的地区往往不是资源丰富、交通便捷的地区。如创业活跃的温州恰恰资源匮乏、交通不便。

^① Steveson H., “The Heart of Entrepreneurship”, *Harvard Business Review*, 1985, March - April, pp. 85 - 94.

1.3.3 创业行为是在高度不确定的环境中开展的商业活动

高度的不确定性伴随着创业行为。正是因为这种不确定性，才给敢于冒险的创业者以机会，获取意想不到的利润。开始于1978年的“改革开放”本身就是典型的创业活动，改革历程常常是“摸着石头过河”，似乎“关关难过”，结果却是“关关过”。

教学点2 创业的阶段过程

创业过程包含的活动和行为较多，从阶段性活动来看，可分为机会识别和机会开发两大阶段，并可进一步细分为以下五个步骤^❶（图1-2）。

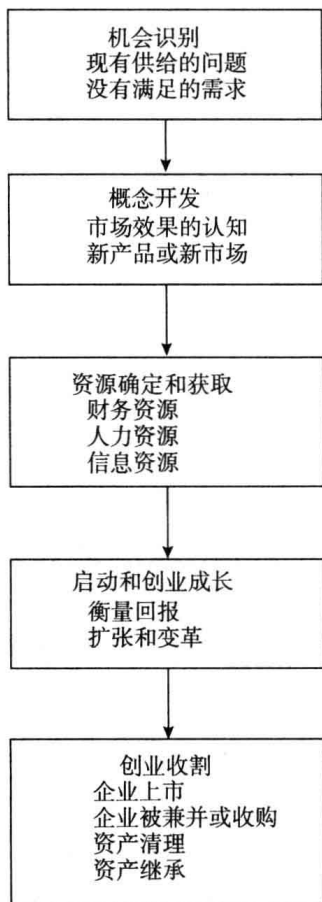


图 1-2 创业的阶段过程

❶ 关于“六个步骤”的具体内容，为避免重复，随后的章节会具体解读。

2.1 机会识别

创业始于对创造机会的识别。例如，一位创业者可能根据人口统计上的变化、消费者偏好的变化、一项新的公共政策或是未被满足的需求中认识到一个机会。

2.2 概念开发

一个机会如果不能转化为商业概念是不会产生有价值的创业的。例如，消费者偏好的改变，可能会给适合变化的新产品或是现有技术的改进提供新空间，但未必能找产生实际的商业价值。可见，机会与商业概念（盈利或其他）不是同一个概念。

2.3 资源确定和获取

如果一个创业者形成了一种商业概念，下一步就是如何确定和获取足够的资源。这些资源不仅仅局限于财务方面。创业者也需要信息和人力资源。例如，决定开办一家企业需要资金去应付初期的各种开支，利用各种信息去了解市场，从而决定企业进入问题，而且也需要人去执行这个计划。

2.4 启动和创业成长

经过机会识别和资源获取之后，创业项目就可以启动了。然后，创业者通过回报最大化的方式推动企业成长。这些通常意味着继续投资，形成一个更庞大的企业战略，保持（与获取不同）人力资源，处理不可避免的矛盾冲突。

2.5 创业收割

最终，创业者会从新事业中退出，最理想的方式是将其收益最大化。退出可能意味着使企业上市，或将企业卖给其他企业，或进行资产清理，或将企业传给继承人。



主题2 创业者

【教学目的】

1. 理解创业者要想创业成功，必须具备知识、技能和特质；
2. 学会评估创业潜力。

【教学点】

1. 创业者的定义；



2. 创业者的能力结构;
3. 创业动机。

教学点 1 创业者的定义

企业家最早由康替龙 (R. Cantillon) 1755 年引入经济学的, 企业家就是承担风险以及可能正当的分配利润的人。按照熊彼特 (Schumpeter) 的说法, 企业家是经济发展的带头人, 其作用在于创新, 或“实现新的组合”。哈耶克和柯兹纳强调企业家在获取和使用信息方面的作用, 企业家对利益机会很敏感, 并且随时准备通过套利性的经营活动来利用这些机会, 这就使他成为“市场过程”中的关键因素。利本斯坦 (Leibenstein) 认为, 企业家就是避免别人或他们所属的组织易于出现的低效率, 从而取得成功的人。奈特 (Knight) 认为企业家是在极不确定的环境中做出决策的人, 并必须承担决策的全部后果。卡森 (Carson) 把企业家定义为专门就稀缺资源的配置做出判断性决策的人。^①

综上, 创业者就是创造性地将商业机会转变为经济实体, 并扮演经济实体中组织、管理、控制、协调等关键角色的个人。

教学点 2 创业者的能力结构

成功的创业者所必需的主要能力包括: 知识、技能和特质。

2.1 知识

知识是由一系列能够在适当的时候回忆起来的信息储备组成的。比如, 创业所需的商业知识包括商业机会、市场竞争、行业结构、消费者、市场营销等方面的知识。

2.2 技能

只阅读和学习飞行、驾驶和游泳知识, 是不会使你具备驾驶飞机、汽车和游泳的能力的。同样的道理, 成功创办和管理一个小企业, 仅仅明白熟悉商业知识是不够的。

技能是指能够应用知识的能力, 商业技能包括技术上和管理上的技能。比

^① 约翰·伊特韦尔. 新帕尔格雷夫经济学大辞典 [M]. 北京: 经济科学出版社, 1992, 第 162 - 163 页。