

图书在版编目(CIP)数据

创业学/杨艳萍编著. —长沙:湖南大学出版社,2004.2

ISBN 7—81053—723—7

I. 创… II. 杨… III. 企业管理—高等学校—教材

IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 006686 号

创 业 学

Chuangye Xue

杨艳萍 编著

-
- 责任编辑 李 由
 特约编辑 冯 灵 李 申
 封面设计 吴颖辉
 出版发行 湖南大学出版社
社址 长沙市岳麓山 邮码 410082
电话 0731—8821691 0731—8821315
- 经 销 湖南省新华书店
 印 装 国防科学技术大学印刷厂

-
- 开本 720×960 16 开 印张 18.5 字数 363 千
 版次 2004 年 2 月第 1 版 2004 年 2 月第 1 次印刷
 印数 1—5 000 册
 书号 ISBN 7—81053—723—7/C·59
 定价 26.00 元
-

(湖南大学版图书凡有印装差错,请向承印厂调换)

目 次

前言 成就中国新的创业一代.....	1
--------------------	---

上篇 创业理念

1 创业与创业教育	3
1.1 创业与创业过程 /3	
1.2 创业的社会经济意义 /14	
1.3 创业教育 /18	
1.4 创业学课程研究 /22	
2 创业者	33
2.1 创业者的产生 /33	
2.2 创业心理 /41	
2.3 创业能力 /46	
2.4 创业团队/56	
3 创业环境	63
3.1 创业环境概述 /63	
3.2 创业的宏观环境 /68	
3.3 创业的地区与行业环境/72	

中篇 创业实践

4 创业新思维	83
4.1 商机的基本概念 /83	
4.2 创造商机的思维特点 /88	
4.3 创造商机的思维方法/91	
5 商机创造技法	103
5.1 列举商机 /103	
5.2 循理商机 /108	

5.3	分合商机 /114	
5.4	变异商机/121	
6	知本创业	132
6.1	知本创业及其特点 /132	
6.2	科技创业 /136	
6.3	服务创业 /138	
6.4	文教创业/149	

下篇 创业实务

7	商业计划	159
7.1	商业计划的功能与制定原则 /159	
7.2	商业计划的内容 /166	
7.3	商业计划的制定 /176	
7.4	商业计划的演示/182	
8	创业融资	188
8.1	创业融资概述 /188	
8.2	天使融资 /200	
8.3	风险资本市场 /203	
8.4	融资协议 /210	
8.5	融资方式的比较案例/214	
9	创业管理	223
9.1	创业管理的特点 /223	
9.2	人力资源管理 /227	
9.3	营销管理 /234	
9.4	财务管理/240	
10	创业中的法律问题	247
10.1	企业的法律形式 /247	
10.2	工商企业注册登记 /252	
10.3	知识产权保护 /273	
10.4	依法经营 /279	
10.5	依法纳税/284	

参考文献.....	288
------------------	------------

成就中国新的创业一代

研究美国科技经济发展的专家指出，在过去的 30 年里，美国已经培养出了自 1776 年建国以来最具革命性的一代人——新的创业一代，他们彻底改变了美国乃至世界的经济和社会结构，它将比其他任何一种推动力量更能决定美国和整个世界的生活工作和学习方式，并将继续成为新世纪科技经济发展的主导力量。

历史的经验值得借鉴。我国要想在 21 世纪成为世界科技经济发展的一支主导力量，也应当像美国那样在培养新的创业一代方面下功夫。

如何培养和造就一大批高素质的创业人才？这是 21 世纪教育创新必须回答的一个问题。当前，社会主义市场经济体制的建立，为创业人才的脱颖而出提供了宏观环境。高等教育体制改革的不断深化，使大学生的就业观念发生了新的变化，自主创业或在岗位上实现创业的理想与愿望也在学校里突显出来。以培养创业意识与创业能力为基本价值取向的创业教育也成为大学教育创新的一个亮点。

创业教育是一种新的教育理念和教育改革实践。开展创业教育可以有多种途径和方法，其中开设创业学新课程，以对学生进行较系统的创业理论与方法的教育，培养适应未来生活的创业素质，也是一种有益的尝试。

创业学是一门揭示人类创业活动规律，阐述创业理论与方法的新兴学科。学习和应用创业学的理论与方法，对培养创业素质，开发人的创业能力具有积极的意义。

创业学研究的课程化尚处探索之中。本书考虑到当前大学开展创业教育的需要，侧重对创业的基本概念和创业活动中需要解决的一些重要问题进行阐述。因

此，从本书的内容体系上看，它具有应用创业学或创业工程学的特点。

本书可供大专院校开设创业学或相近课程选作教材之用。教学时数建议为24~32学时，教师可以根据实际情况进行内容取舍。本书还可作为社会各行各业就业和创业培训教材。此外，本书对科技创新人员和科技创新管理干部也有参考价值。

本书由中南大学杨艳萍副教授编著，肖云龙教授主审。本书在写作过程中，得到中南大学政治与行政管理学院及高等教育科学研究所的领导老师的关心和鼓励，尤其是肖云龙教授对本书的结构和内容安排提出了宝贵的意见，并花费了大量的心血对书稿进行了审定；湖南大学出版社的李由老师为此书的编辑出版付出了辛勤的劳动，笔者在此对他们一并深表谢意。

由于创业教育在我国是一种新概念，编写符合国情与教育规律的创业学教材尚属一种开创性的工作，因此，本书无论在结构方面还是在内容方面，都难免存在许多不足之处，衷心希望读者提出宝贵意见。

编著者

2004年1月于中南大学

上 篇

创业理念

①

创业与创业教育

21 世纪是所有务实性企业的新纪元，
新千年将把我们领入一个崭新的创业时代。

—— [美] 创业学家 杰弗里·蒂蒙斯

当今社会，创业是极具诱惑力的字眼，是极具时代特征的活动。创业学是一门阐述创业活动一般规律的学问。在学习创业理论与方法之前，我们先来了解有关创业的基本概念与创业教育的基本知识。

1.1 创业与创业过程

1.1.1 创业实例

创业是人类的一项实践活动，在任何时候和任何地方，都可以发现创业者和他们的创业事迹。下面是几个有关创业的实例，通过阅读这些创业实例，我们会对创业与创业过程有一个感性的认识。

案例

方便面的开发

20 世纪 50 年代末期，有一位名叫安藤百福的日本青年，每天去一家食品店

帮别人打工，但心里老想着将来自己创业当老板。有一天，他乘电车返回住地。在车站，他看见许多人在饭店前排队等吃热面条。看着这一情景，早就不安于现状的安藤灵机一动：“好，我就去搞面条！”

当时，美国在日本市场上倾销面粉，日本政府为了增加销售，曾鼓励人们吃面食。但是，安藤不愿意跟在别人后面开面包房加工面包，总想开发某种新的食品。他在观察中发现人们喜欢吃热面条，便凭直觉感到搞面条生产一定不愁销路。而且面粉比较容易搞到手，加工面条不愁没有原料。不过，他也不愿意去加工普通面条。“能否在面条上搞点新名堂呢？”安藤冥思苦想开发新食品的点子，当他回想起人们排队等面吃，又担心上班迟到的情景时，一个创意从脑海中跳了出来：“我为何不开发一种速食方便面呢？”按照他的想法，这是一种“只要开水一冲即可食用”的面条。

这种方便面是否有市场呢？安藤认为，战后日本正处在经济恢复期，人们的生活节奏加快，流动人口剧增，搞方便面一定大有作为。

当安藤兴高采烈地将创意告诉他的好朋友时，大概是他们看不起面条业的原因，得到的反应却很冷淡。朋友们都劝他不必在面条上枉费心机，并建议加工生产洋面包会更有前途。

坚信方便面一定是新时代食品宠物的安藤，不顾朋友们的反对，想方设法筹措了一些资金，搭起一间简易工棚，买回了一台轧面机，在众人的怀疑眼光下开始了新食品的试制。

要想制作只用开水一冲就能吃的面条，就应当往面粉里加调料，然后轧成面条，蒸熟烘干，这是安藤首先想到的制作方法。他一边想一边干，不知为什么，轧出来的并不是一根一根的面条，而是一块块像米饭一样的面团。安藤百福这才感到，创意虽然简单，但实施起来并不容易。

轧不出面条，原因在哪里呢？他先认为是面粉缺乏弹性，于是和面时又加进了鸡蛋，结果情况更糟。是不是肉汤里的肉末颗粒太粗了呢？他又把肉汤过滤后再试，结果还是轧不出面条。

经过几次失败，他放弃了将调料加进面粉里的想法，决定采用另外添加调料的方式。他把面粉轧成普通面条，蒸熟后再浸到酱汤里，使面条吸进咸味，从而解决了轧面和加味的问题。接着，他着手解决面条烘干保存的问题。他想到过太阳能的利用，也曾考虑过用热风吹干的方法。但是，这两种办法都太浪费时间，不适合于工厂的大规模生产。后来，他想到了用油炸的方法。这样，可以很快把面条炸干，而且，被炸后面条上出现好多细孔，这些细孔在热水浸泡时能起吸水作用，可以使面条很快变软。此外，油炸后的面条味道更好。

不过，这种方法也有问题。为了调味把面条浸在酱汤里，会使面条表面多少有些溶解，再用油一炸，溶解部分起了粘接剂的作用，使面条粘在一起。用开水

把它冲开时，面条即使变软了，也不是一根根的，仍会成为面团。面对新的问题，安藤百福再次冥思苦想，终于找到了解决的办法，即进行预备性干燥，然后放进一个特制的“模具”里，经油炸后就得到成形的面条。

经过不断的努力，安藤百福的“鸡肉方便面”终于开发成功，并获得了制造方便面的专利权。在鸡肉方便面的基础上，他又开发出外添加调料式方便面，方便炒面，盒（杯）式方便面等新产品。这些适应快节奏生活的方便面在市场上亮相，马上成为热门货。这时，安藤开始有了较充足的资金和扩大生产规模的条件。在此基础上，安藤成立了方便食品公司，实现了创业当老板的愿望。不仅如此，几年后，安藤百福一跃成为日本食品业的一颗耀眼的创业明星。

案例

刘文汉与他的假发事业

刘文汉是香港一位知名度较高的企业家。他的创业，也带有传奇色彩。有一次，刘文汉到国外旅行。他与两个美国商人共进午餐，席间谈到什么商品有可能在美国风靡一时，一个美国商人脱口说了一句：“假发啊！”

刘文汉略一思索，指着自己的头发问：“你是说假发套？”

“当然！”那个美国商人肯定地答道。接着，他拉开公文包取出一副黑色的长假发给大家看。他解释说，现在假发在美国开始成为“抢手货”，不知什么原因许多人争着买，但生产的厂家却不多。他还表示，如能找到合适的货源，他愿意购进 13 种不同颜色和式样的假发。

机会往往像流星，稍纵即逝。但是，刘文汉却敏锐地抓住了这次交谈带来的信息。虽然他那时对于假发制造的知识还几乎等于零，但他已精明地估计到，“假发”制造业可能会大有发展前途。

刘文汉经过一番详细的市场调查，证实那个美国商人说得一点不假，美国市场上对假发的需求量的确十分可观。

当时美国国内的反越运动如火如荼，美国黑人争取平等自由，反对种族歧视的斗争此起彼伏。在动荡不安的美国社会中，出现了一批以长发披肩为标志的被称为“嬉皮士”的颓废青年。他们用标新立异的装束和玩世不恭的态度，来发泄自己对社会的不满情绪。你说男人应当留短发吧，他们偏要反其道而行之，披起女人式的长发来。可是，短发哪能一夜之间长成披肩发呢？于是，戴假发就成了他们的一种时髦，并很快形成为一股浪潮。

从美国回到香港后，刘文汉进一步了解到，香港市场上也有人用印尼、印度等地进口的廉价真发，制成假发套出售，主要是为了满足演员和少数脱发者的需要，生产成本很低，每个不过一二百港元，但却可以卖到四五百港元，利润是很

可观的。但是，香港原来生产的假发，质量不高，根本无法与法国出口的名牌货相比，而且式样、颜色也不符合美国人的要求。

尽管广阔的市场、充足的原料和高额的利润都令人神往，但刘文汉在香港却找不到制造假发的行家，甚至连比较满意的样品也找不到，这使他十分焦急。

刘文汉继续研究和探索着。他感到，假发原料没有问题，成本不高，但做起来相当费工，是劳动力比较密集的商品，只有在香港这样劳动力便宜、税收低的地方生产，才有竞争力。只要能找到本地的能工巧匠，加上自己的销售经验，一定可以打开销路。于是，他把精力集中在寻找会做假发的人才上了。

正当刘文汉搜寻人才不获而陷入苦闷之际，一个朋友在闲谈中提到，在油麻地后街有个老师傅，是专门为演员制作假发须道具的，但具体地址不详。随后几天，刘文汉在茫茫人海中，走访千家万户，来回奔波，已是劳累不堪了，但终于在一个小巷里找到这个制作假发的老师傅，刘文汉欣喜异常。

这个假发师傅听完刘文汉陈述的设想后，还没有弄清楚他到底要做多大的生意，于是问道：“我不清楚你说的销往美国的生意能赚多少钱？你1个月究竟想要卖几副假发？”

“至少500副”。刘文汉毫不犹豫地说。原来他根据美国市场的需求量和假发的利润，早已进行过计算：假发每副利润为200港元，以每月100副计算，1年不过24万港元，只是个小生意，没有什么发展前途。如果每月能生产出500副，那情况就会大为不同了。

但是，每月500副的数字却使假发师傅大吃一惊。他简直不敢相信：“刘先生，你没有搞错吧？做假发可不是做螺丝钉。每一个假发都要一针一线地编织，要精工细做，差不多花3个月时间才能做成。1个月哪能做500副啊！”

刘文汉早已胸有成竹，笑着说：“真有那么复杂吗？我倒要看看你怎么做的。”于是，他仔细地观察假发制作的全过程，每一道工序都认真地看了一遍。边看边问，心里还暗暗地琢磨着，窍门终于被他发现了。

刘文汉对机械和现代化工业生产相当内行。他参观了手工制作假发的小工厂后，发现有些工序还比较简单，但有几道工序十分复杂，颇费时间和人工。怎样才能加快生产速度呢？这个问题马上在他的脑海中转开了。

他在岭南大学经济系学习过“木桶理论”：一只木桶盛水多少取决于构成木桶的那些木板长度，而关键在于那些短木板。也就是说，只要把那些短木板加长，就能多盛水了。同样，决定假发制造速度的是那几道费时间的慢工序，只要改进慢工序，提高工效，就可以大大加快速度，提高假发的制作量。要改进慢工序，就要靠现代科学，靠机械化生产和新技术，还要尽可能地采用新材料。

刘文汉很快设计和制造了生产假发的专用机器。他还从假发师傅的小工厂里雇请了一位女工，由她来亲自培训用机械试制假发。不到3个月的时间，已有几

十名工人掌握了机器操作，学会了新式的假发生产方法。刚开始，机械生产出来的假发并不理想，但刘文汉并不灰心，他从世界各地购进了各种名牌假发作为样品，悉心研究，不断改进，终于用他设计的机器生产出了合格的假发。

为了验证一下自己的假发能否打进市场，刘文汉带着第一批假发样品，去香港连卡佛公司推销。这家公司的高级经理仔细地检查了送去的样品，认为质地优良，即问刘文汉假发的产地在哪里。刘文汉回答说：“这是香港本地产品。”那位经理根本不相信，以为刘文汉是在与他开玩笑。他摆出行家的口吻问道：“刘先生，你大概搞错了吧。据我所知，这样的高级假发只有欧洲能够生产，香港根本就没有一家现代化的假发制造厂。”

“过去的确没有，但现在已经有了这样的工厂。”刘文汉响亮地回答道。

连卡佛公司对刘文汉提供的假发质地十分满意，很快就签订了订购合同：每月100副，每副价格500港元，价格仅为法国同类产品的1/3。刘文汉首战告捷。没过多久，又签订了上千份的订货合同。

从此，刘文汉制造的假发源源不断地从香港销往美国和世界其他国家和地区，成为与法国名牌假发并驾齐驱的畅销品。

刘文汉的创业理想终于如愿以偿。

除了社会上不断产生出创业者外，大学校园里也有冒出创业者的情况，尤其是在一些开展了大学生创业计划大赛的学校，学生创业成为近年来我国高等学校里的一道亮丽风景。

案例

大学生创业——FanSo 互联网公司

北京易得方舟信息技术有限公司（FanSo.com）是由清华大学学生于1999年9月3日创建的，它是国内第一家由在校大学生吸引风险投资创办的互联网公司。FanSo作为ICP（因特网内容提供商）公司开辟了“新闻在线”、“环球影视”、“啸林书院”、“打开音乐”、“游戏辞海”和“我的家”等频道，FanSo还提出了一套全新的“Campus Age 中国高校电子校园解决方案”，为加快中国校园电子化建设进程服务。FanSo已经从一个不到10人的创业团队发展成为拥有60余名员工的粗具规模的商业公司，2000年1月再次成功融资660万人次，其页面浏览量已经突破了250万，在4个月内就成长为教育网内最大的站点。

FanSo的创业理念就是源于校园、服务学生，其业务内容跟大学生的生活息息相关。FanSo的创业模式和创业的切入点可以说是很有特色的：

一是它抓住了互联网发展的契机。互联网是一个新生事物，它是一种载体和工具，理论和实践同时表明ICP是一种重要的基于互联网的经营模式，创业者

作为在校大学生对互联网有灵敏的感悟，他们既认识到了互联网的发展方向，又发挥了自己的长处，是利用新经济机遇的一种典型的表现形式；二是它以学生和校园为服务对象，以大学为业务背景。这是创业者更主要的长项，他们本身作为在校大学生对大学生的需求和心理有着深刻的感受和理解，又具有年轻人特有的朝气、灵感和想象力，同时他们利用了丰富的学校资源，FanSo 已与多家高校开展了各种形式的合作；三是 FanSo 引进了风险投资。风险投资在我国还是一个比较新鲜的事物，但它对于初始创业的公司尤其是 ICP 公司来说其重要性是显而易见的。

案例

大学生创业——视美乐科技发展有限公司

视美乐科技发展有限公司成立于 1999 年 5 月，主要创业者为清华大学的学生王科和邱虹云。“视美乐”是以多媒体超大屏幕投影电视为核心技术的高技术企业，这项技术由邱虹云发明并曾获“第二届清华创业计划大赛”一等奖及“首届全国大学生创业计划大赛”一等奖。“视美乐”于 1999 年 7 月获上海市第一百货商店股份有限公司 5250 万元的风险投资，首期到位 250 万元，主要用于投影电视新产品开发的尝试。在技术攻关过程中，产品技术得到进一步研发和完善，企业的管理也逐渐规范化，队伍不断壮大，目前该公司已拥有近 30 人的技术开发队伍。2000 年 3 月，公司取得了生产许可证。同年 4 月 25 日在二期融资方面又获重大进展，澳柯玛集团以 3000 万元的价格购买“视美乐”多媒体超大屏幕投影电视的全部知识产权，并且由澳柯玛集团和视美乐公司各出资 1500 万元组建澳柯玛集团——视美乐信息技术有限公司，从事该产品的生产和推广。

“视美乐”作为学生创业公司具有典型意义，它是典型的以技术创业、创业者优化组合的案例。其核心技术发明者邱虹云素来擅长发明创新，他精通电子、光学、机械等专业技术，曾在清华大学“挑战杯”课外科技作品比赛中获得过一次特等奖、两次一等奖，被誉为“清华爱迪生”，投影电视被专家称为“具有革命意义的产品”。总经理王科具有比较丰富的社会工作经验和经济金融知识，曾就职于巴黎国民银行、麦肯锡咨询公司等外资企业，并曾担任新东方学校的 GRE 教师。邱虹云和王科的组合恰恰是优势互补。

“视美乐”的典型意义的另一个层面是其融资方式。1999 年上海一百的风险投资是我国第一例本土化的风险投资案例，而且是第一例上市公司参与的风险投资，这意味着我国上市公司迈开了资本运作和科技成果产业化新模式的步伐。风险投资对于科技成果的产业化具有重要的意义，风险投资与科技成果的关系是值得创业公司研究和重视的问题。

案例

大学生创业——北大天正科技发展有限公司

北京北大天正科技发展有限公司成立于1999年11月,是由黄斌、张明和戚文敏三位北大毕业生或在校生发起,与北京大学共同组建的一家互联网企业。北大天正的主营业务是计算机网络应用技术的开发,其主导产品POPOST电子邮箱系统是建立在通用的网络平台上的系统协议性新产品。北大天正已于2000年2月完成了首期融资计划。

北大天正的特点就在于其产品POPOST电子邮箱系统利用现有的开发技术解决了实际应用中非常有意义而且有市场的问题。电子邮件已成为信息化社会不可或缺的交流工具,但现有的EMAIL等系统容量小,传输速度慢,严重制约着电子邮件作用的发挥,而POPOST电子邮箱系统具有容量大、传输速度快、支持断点续传、过滤垃圾邮件及安全性高的特点,是很好的解决方案。北大天正的启示意义就在于对现时代的创业机遇和社会需求的把握。在知识经济初见端倪之时,新的社会需求不断涌现而且不断发展,创业的成功不在于恢宏的计划,而在于一个好的切入点。

1.1.2 创业的定义

通过上面的案例,我们可以模糊地感到什么是创业。如果查阅《辞海》,可以知道创业的含义是“创立基业”。在《现代汉语成语辞典》中,对“业”有多种解释:学业;业务、工作;专业、就业、转业、事业;财产、家业等等。可见“业”的内涵极为丰富。从性质上看,可以是学业、专业、业务,也可以是家业、产业,甚至是工作、事业;从类别上看,有各行各业、各种职业和岗位,即所谓的“三百六十行”;从范围大小看,有个人的小业、家业,有集体的产业、企业、大业,有国家和社会的各项事业;从过程看,“业”有草创阶段、发展阶段、成就阶段和持续发展阶段等。因此,“创业”的内涵也极其丰富,有性质、类别、范围和过程阶段等方面的区别和差异。

广义地讲,创业泛指在各个领域开创事业并且在特定领域内造成较大的影响,一般强调关系到国计民生的事业。在中国传统文化当中,创业往往有经世济民的期望。目前在高等学校开设的创业学课程中所论及的创业,虽然强调创业的广义性,但在教学内容上偏重创业的经济性,即创业的经济学涵义。它既具备广义创业的一般特征和意义,又具备经济学意义上的特殊内涵。本书所说的创业,在基本概念上也是如此。

基于这种认识，学者们在创业学中给创业下定义时，往往带有经济学的视角。下面是几个比较有代表性的定义。

杰弗里·蒂蒙斯（Jeffrey Timmons）在《New Venture Creation》（Irwin McGraw—Hill, 1999）中指出：“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的，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，也为所有的参与者和利益相关者。”

郁义鸿、李志能在《创业学》（复旦大学出版社，2000年3月第1版）中指出：“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，实现其潜在价值的过程。”

雷霖、江永亨在《大学生创业指南》（中南大学出版社，2001年版）中认为：“创业，是指通过利用各种资源包括人力和资本来创造价值，以产品或服务的形式贡献给消费者，同时自身获取利润并取得发展的过程。”

宋克勤在《创业成功学》（经济管理出版社，2002年版）中对创业的定义是：“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。”

目前，要给创业一个公认的统一定义是困难的。一个概念愈是普遍，愈是频繁出现在人们的语言中，下统一定义就更加困难。我们认为，研究创业活动的一般规律与方法，并不一定要有一个公认的统一定义。定义是有必要的，但更重要的是理解创业过程的本质，这一点我们将在下面进行阐述。

1.1.3 创业的类型

从创业的概念可以看出，人们的创业活动是多种多样的，对创业进行分类也是比较复杂的。如果认为创业的目标是要创建新企业，那么这种创业可以分为三种类型：自主创业、脱胎创业和二次创业。

1.1.3.1 自主创业

自主创业又称独立创业，是指创业者个人或创业团队白手起家进行创业。自主创业可能基于各种原因，如自己有了发明创造成果并发现它的商业价值；独立性强不愿为别人打工而又有条件创业；失去工作或找不到工作后抓住了创业机会；受其他人自主创业成功的影响，等等。自主创业获得成功的例子不胜枚举，一些赫赫有名的创新企业家都是白手起家发展起来的。

对创业者来说，选择自主创业的道路是充满挑战和刺激的事情。在创业过程中，创业者的智商、情商和财商可以得到最大限度的发挥，而不会受到单位或他人的压制和摧残，也不会有人对你指手画脚和发号施令；创业者可以接触各类人物，从事各类工作，经历各种感受，而不是固定地日复一日地从事单调乏味的工

作；创业成功可以获得大量的财富，实现更高的需求，而不是在就业和择业的循环中消磨人生。独立创业的魅力使许多创业者趋之若鹜。

但是，自主创业的难度和风险较大，因为创业者往往缺乏足够的资源、经验和支 持。资源需要费尽周折地去筹集，经验需要在成功与失败的实践中积累，来自各方面的支持十分有限。在自主独立创业的企业中，有一部分成功了，带来了成功的喜悦和成就感的满足，而另一部分却夭折了或增长缓慢，带来失败的打击和挫折感。

创业失败既有外部原因，如经济衰退、竞争加剧等，也有内部原因，包括财务负担过重、没有足够的现金流、缺乏经验、创业者团队的矛盾与冲突、陷入法律纠纷等。创业失败的一个普遍原因是对自己开发的新产品或服务以及进入的新领域缺乏了解，准备不足，一旦遇到挫折和打击就束手无策，停滞不前。或者一开始很容易的成功使得创业者盲目乐观，变得自高自大和过于自信，认为自己无所不能，使得企业迅速扩张，超出创业者的管理能力，导致管理失控，产品和服务的质量下降，亏损加大，企业陷入危机之中。

自主独立创业的风险是多方面的。首先，创业者可能发现自己开办企业并不如想象得那么容易和顺利。与在大公司工作不同，创业者必须每日为企业的产品寻找出路来维持企业生存，否则很快就会被市场所淘汰。其次，小企业比较脆弱，当市场竞争变得激烈时，小企业首当其冲受到冲击；产品和服务难找出路，融资变得十分困难甚至不可能；企业员工纷纷流失；企业时刻面临被兼并的危险。2001年，随着互联网泡沫的破灭，众多中小网站纷纷倒闭或被兼并，剩下的则在苦苦挣扎。这一现象就是小企业实力脆弱、难堪一击的真实写照。

从创业者自身的原因来看，自主创业失败的风险可以归为创业者死亡、授权不足、资金滥用和计划与控制失调。创业者的死亡往往使企业陷入困境，除非企业已经上市或对权力继承问题做出了妥善的安排，否则企业难以为继。创业者往往喜欢大权在握，绝对的集权使得一旦决策失误就会给企业带来灭顶之灾。一些曾经显赫一时的企业失败的悲剧与公司创始人的权力过大，失去制衡，使得多元化投资失误有密切关系。在资金利用上，创业者常犯的错误是资金投向错误或资金控制力度不够，表现为搞多元化投资、兴建或购买豪华的办公楼、花巨资做广告宣传等等，结果还没有等到企业开始盈利时，钱就用完了。一些互联网企业

的“烧钱”是其走向破产的主要原因之一。创业者在创业伊始往往都有创业计划，但在创业过程中经常出现意料不到的事情发生，或者创业活动偏离了原来的计划，如果不及时发现加以调整和控制，就会留下隐患，一旦危机爆发再想弥补为时已晚。

1.1.3.2 脱胎创业

脱胎创业是公司内部的管理者从公司中脱离出来，新成立一个独立企业的创

业活动。脱胎创业又称母体脱离创业。这种创业者拥有创业所需的专业知识、经验和关系网络，生产同原公司相近的产品或提供类似的服务。出现脱胎创业现象的原因，可能是创业者与原管理层不和从而分离出来，或者是创业者发现了商业机会但原管理层不认同或不重视。

脱胎创业的频繁程度与产品所处的生命周期和行业类型有关。脱胎创业更多地发生在产品生命周期的早期阶段和新兴行业。因为这时产品供不应求，竞争还不激烈，市场空间很大，预示着巨大的商业机会。美国硅谷和北京中关村的发展就是典型的由一家公司裂变为两家，两家裂变为四家甚至更多的例子。

非新兴行业但进入障碍小的行业也容易发生脱胎创业。例如餐饮业中一个手艺好的厨师离开老板自己开业，咨询业中一个优秀的咨询专家积累了丰富的经验和客户后另起炉灶等，都是十分普遍的现象。

脱胎创业的成功与否与创业者的筹集资金和组建团队的能力密切相关。寻求资金支持是脱胎创业的创业者面临的巨大挑战之一，因为离开资金支持，创业活动难以起步和展开，创业者必须在筹集资金以及运用资金方面具有创造力。因为母体脱离的创业者往往只是某一个方面的专家，最常见的是技术专家或营销高手，他们欠缺其他方面的管理技能，这就需要组建一个高效的创业团队，来各尽其职、各显其能地进行创业活动。团队成员往往来自以前共事的同一个企业，基于以前建立的友谊、对商业机会的共识或对原组织的不满。

1.1.3.3 二次创业

二次创业是指企业内的创业。现在的大企业已经不是创业热潮中的旁观者和被动的应对者，甚至一些知名的大公司也在积极地寻找和追逐新的、有利可图的创意和商业机会，在这种情况下，就会出现所谓的二次创业。

1.1.4 创业过程的本质

为了真正地理解创业，除了知道创业的基本概念和它的基本类型外，更重要的是理解创业过程的本质。

1.1.4.1 创业是一种发展性的生产活动

创业是一种生产活动，它以提供产品或服务作为活动的直接结果。创业区别于一般的生产活动，在于它的发展特性。就创业本身来讲，既可以从无到有的创造，也可以是在现有基础上的革新。但不论是创造还是革新，独立地考察创业的内涵都是一个从无到有、从弱到强、从幼稚到成熟的过程，发展是创业的最重要的特性，成功的创业都是快速、稳健的发展过程，维持创业企业的健康发展是创业重要而基本的任务。

创业的发展性还在于它的增值效果。增值是生产的必然属性，没有增值生产

就没有意义；利润是市场法则，没有利润企业就不能生存。在市场环境下，利润和增值是事物的现象和本质，是形式和内容的关系，但又往往不是一致的。利润必须以增值为基础才有可能长久存在和发展，增值必须通过利润来体现才能生存。创业需要相关资源，资源是创业的基础；创业的直接结果是产出，产出可以是产品也可以是服务，但都必须是有用的或者说是具有使用价值的；创业必须增值；作为市场行为，创业必须获取利润。创业的直接目的是增值，没有增值过程就没有意义，也不可能存活。

创造价值是创业的主要目的。创业者创业的个人动机不尽一致，但成功的创业者主要是为了创造价值，将商业机会转变为社会需要的产品和服务。因此，那些盲目地、纯粹是以个人利益为目的创业的人，往往最后是以失败而告终。大量的研究和事实证明，成功的创业者往往是为了成就一番事业而创业，那些追逐权力和金钱的人，很难保持长久的成功，往往成为昙花一现式的人物。

1.1.4.2 创业是一种复杂的系统活动

创业的实现是一个复杂的活动过程。创业者创立的企业是一个投入产出系统，即投入资源产出产品与服务，创业的过程就是不断地投入资源以连续地提供产品与服务的过程。能否以最小的资源获得最大的产出，使得企业具有竞争力并盈利，是衡量创业活动成效的标准之一。

在创业过程中，一般包括以下步骤：识别和评价创业机会、拟订创业计划、确定和获取创业资源和管理成长中的企业，以收获创业价值。创业过程的每一阶段之中又可能同时蕴涵着其他阶段的内容，各阶段相辅相成，不可分割。有机集成的创业阶段才是有效的和成功的创业过程。

创业是一个系统工程，它由多个创业要素组成的复杂系统。在蒂蒙斯描述的创业模型（图 1-1）中，包括有商机、工作团队和资源等三大要素。

蒂蒙斯创业模型包括有三个要点：

(1) 创业是由商机驱动、工作团队和资源保证的。创业过程始于商机，而不是钱、战略、网络、团队或商业计划。在一开始，真正的商机要比团队的才干和能力或适宜的资源重要。创业团体的作用就是利用自己的创造力在模糊、不确切的环境中发现商机或者创造商机，并利用资本市场环境、外生因素等组织资源，领导企业来实现商机的价值。在这个过程中，资源与商机是适合、差距再到适合的动态

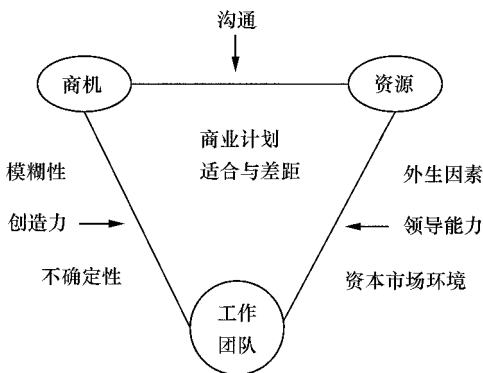


图 1-1 蒂蒙斯创业过程模型