



# 创业计划制订

## 学习目标

创业计划书是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”。对于正在寻求资金的风险企业来说，创业计划书就是企业的电话通话卡片。

——张小强（《今天，你创业了吗？》）

### 知识目标

- (1) 掌握创业计划的概念、特征和作用
- (2) 掌握创业计划的要素构成
- (3) 掌握创业计划制订流程

### 能力目标

- (1) 掌握创业计划制订的原则
- (2) 掌握创业计划制订的技巧

### 素质目标

- (1) 树立创业意识
- (2) 树立规划意识





## 引导案例

### ——张华的创业计划

张华毕业于某名牌大学，经过多年的业余研究，他在室内环境污染治理方面取得了一项重要突破，这项技术如果在实际中得到应用，前景非常广阔。于是张华便辞去原来的工作，准备自己创业。但由于多年的积蓄都用在了室内环境污染治理的研究上，在七拼八凑注册了一家公司后，他已经无力再招聘员工、实验试验材料了。

无奈之下，张华想到了风险投资基金，希望通过引入合作伙伴的方式解决困境。为此，他多次与一些风险投资机构或个人投资者接洽商谈，虽然张华反复强调他的技术多么先进，应用前景多好，并拍着胸脯保证投资他的公司回报绝对低不了，但总是难以令对方相信，而且他对于投资人问到的多数数据也没有办法提供，如市场需求量具体有多少？一年可以有多大的销售量？投资后年回报率有多高？就连招聘一些技术骨干也比较困难，这些人也总是对公司的前景缺乏信心。

这时，曾经在张华注册公司时帮助过他的一位做管理咨询的朋友一句话点醒了他，“你的那些技术有几个投资者搞得懂？你连一份像样的创业计划书都没有，怎么让别人相信你？投资者凭什么相信你？”于是，在向相关专家请教咨询后，张华又查阅了大量的资料，然后静下心来，从公司的经营宗旨、战略目标出发，对公司的技术、产品、市场销售、资金需求、财务指标、投资收益、投资者的退出等方面进行了分析和论证，当然在这个过程中，他还得不时搞一些市场方面的调查。

一个月后就拿出了一份创业计划书初稿，经过几位相关专家的指点，又再次进行了修改和完善。凭着这份创业计划书，张华不久就与一家风险投资公司达成了投资协议，有了风险投资的支持，员工招聘问题也迎刃而解。

现在，张华的公司经营得红红火火，年销售利润已达到500万元。回想往事，张华感慨地说：“创业计划书的编制与我搞的环境污染治理材料要求差不多，绝不是随便写一篇文章的事。编制计划书的过程就是我不断理清自己思路的过程。只有自己思路清楚了，才有可能让投资人、员工相信你。”

#### 【思考与讨论】

1. 为什么张华开始时拍着胸脯的保证无法令投资者相信，甚至连招聘技术骨干都很困难？
2. 创业计划书对张华的创业成功起到了什么作用？

#### 案例点评：

上述案例主要说明创业计划书的重要性及其作用。从案例中不难看出，一个再好的想法，将可能让投资者听得云里雾绕，投资者是要看效益的，用市场、用消费者、用利润率量化的东西让投资者看到，看到那些你分析的数据，经过他们的判断之后，如果好他们就会投钱给你。虽然想法比较抽象，但是数据不会抽象，它是实实在在的东西，可以衡量



的。所以一份好的创业计划书是撬开投资者金库一把利剑。

对于一位创业者来说，如何将自己的产品和技术向公众推介，如何吸引风险投资家们的眼球，主要取决于创业计划的成败。创业计划就是一个企业的真实缩影，就像画家画画一样，看到了想画的事物，就会在脑海里形成的形象，通过一定的工具将他描绘出来，想象的东西永远都是充满着抽象，只有通过工具把他具体下来才是最重要的。当创业者选定了项目、组建了团队，进行了市场分析及竞争分析，仍然不能说明创业者已经做好了创业的准备。创业者还需要冷静地思考，检查之前走过的每一步是否有遗漏或考虑不够周全的地方，进一步验证商业模式，制订出一份切实可行的创业计划。所以张华的创业计划书就是他将想法通过各种方法，按照一定的思路将它具体地描绘出来，最终获得了投资者的青睐。

## 9.1 创业计划书概述

### 9.1.1 创业计划的概念

创业计划，又称商业计划，是对创业项目有关的所有事项进行全方位安排的一份书面文稿，用以描述创办一个企业时所有相关的外部及内部要素，包括商业前景的展望、人员、资金、物质等各种资源的整合，以及经营思想、战略的确定等，是为创业项目制订的一份完整、具体、深入的行动指南。创业计划类似于一幅公司发展的路线图，用来回答这样的问题：我们现在在哪里？我们要去哪里？我们如何到达那里？

创业计划是企业指导运营、寻求合作、开展融资的必备工具，不仅可以帮助创业者提炼和梳理创业思路、分析市场和用户、找到合适的定位和切入点，明确产品的逻辑和业务走向、规划发展路径、搭建团队、指定资金规划等，还是创业者进行融资的“敲门砖”。

### 9.1.2 创业计划的作用

一份完善的创业计划书，既是与外部投资者沟通的桥梁和媒介，也是指导新创企业走向成功的路标。美国有关研究表明：美国快速成长的企业中 68% 从创业计划书开始；有创业计划书的企业与没有创业计划书的企业相比，从快速获得收入来看，其成功率提高了 69%；考夫曼创业领导中心调查获年度奖的创业家的结果表明：制订了创业计划的企业与没有制订创业计划的企业相比，有 50% 的企业销售额更高，有 12% 的企业获得更高的利润。从以上数据可以看出，在创业前，做一份较为完善的计划对于创业者有着十分重要的作用。既为创业者的行动提供指导和规划，促进创业团队及雇员团结一心地工作，也为创业者与外界沟通提供基本依据。创业计划书具体有以下几方面的作用。

#### (1) 帮助创业者理清思路，降低风险

著名投资家克雷那（Eugene Kleiner）说：“如果你想踏踏实实地做一份工作的话，写一份创业计划，它能迫使你进行系统的思考。有些创意可能听起来很棒，但是当你把所有



细节和数据写下来的时候，它自己就崩溃了。”可能许多创业者在刚开始投入一项事业中的时候，凭借的仅仅是一腔热情，然而当真正着手去做一些事情的时候，才会发现需要考虑的地方何止一处两处。

我们知道，国家对任何一个重大项目的上马都要进行相当长一段时间的计划与论证，其目的是为了提高项目成功的系数，而将风险避免或减小到最低限度。同样，创办一家企业对于创业者的重要性来说，不亚于一个重大项目对国家经济建设的影响，这就充分说明创业计划对创业者的重要性。在创业之初，各种生产要素都是分散的，信息是凌乱的，任务是互补衔接的。通过制订创业计划，帮助创业者梳理思路，整合资源，形成最佳的要素组合，并时刻提醒创业者应该注意什么问题，规避什么风险。

### (2) 帮助创业者对外宣传，获得融资

除了要使创业者了解自己要做的事情外，创业计划更多的还是给别人看，尤其是给那些能给创业者提供一定资金帮助的人看。美国的一位著名投资家曾说过：“风险企业邀人投资或加盟，就像向离过婚的女士求婚一样，而不像和女孩子初恋，双方各有打算，仅靠空口许诺是无济于事的。”对于正在寻求资金的企业来说，创业计划的优劣往往决定了融资的成败。创业计划的另外一个重要作用就是帮助创业者把计划中的企业推销给风险投资家。因此，创业计划必须要将投资者非常关注的一些问题阐述清楚：如创办企业的目的——为什么要冒风险、花精力、时间、资源、资金去创办风险企业？创办企业需要多少资金？为什么要这么多钱？为什么投资人值得为此注入资金？更重要的是，它可以使企业的出资者以及供应商、销售商等了解企业的经营状况和经营目标，说服出资者为企业的进一步发展提供资金。

### (3) 帮助创业者科学规划，有效管理

创业活动是一个纷繁复杂的过程，创业计划可以帮助创业者明确创业的方向和目标，勾画发展蓝图。创业计划既可以在市场定位、目标市场开拓、投资回报等战略规划方面提供依据，又可以指导创业者制订翔实的运营计划，安排周密的创业行动。同时，也能够向潜在合伙人、现有员工、资助组织、服务商等传播和沟通企业的愿景和使命，激励他们为共同的目标而努力。

## 9.3 制订创业计划的基本原则

创业计划必须呈现竞争优势和投资者的利益，内容要具体，措施要可行，并能用真实、客观的数据加以证明。创业计划的制订需要遵循以下原则。

### 9.3.1 逻辑严谨

创业计划的内容繁多，容易出现前后不一、自相矛盾的现象。逻辑性原则是指在创业计划中的前后基本假设或预测，给出的数据和事实要相互呼应和一致，也就是说前后逻辑要合理。要给投资者充足的理由，说明投资是可行的；解释创业及投资成功的可操作性、



告诉投资者项目的可营利性、阐述项目的可持续性要合乎逻辑。

### 9.3.2 真实客观

创业计划不是为创业者及其团队和企业唱赞歌，而是体现项目的真实情况，这要求创业计划中所有内容必须实事求是，即使是财务规划，也不应该是凭空想象出来的，必须事先进行大量的调查和科学的分析。创业计划要明确指出企业的市场机会、竞争威胁、潜在风险，并尽量以具体资料为依据。还要分析并清晰阐述可能的解决办法。创业计划的论据、假设及内容要合理，有理有据，务必真实。

### 9.3.3 简洁明了

创业计划中应避免一些与主题无关的内容，要开门见山地直接切入主题，突出重点；语言应该简洁、精练。风险投资者没有时间、也不愿意花过多的时间阅读一些对他来说毫无意义的东西。开门见山的写法较容易引起风险投资者的注意和兴趣，从而可以提高融资成功的把握。一般情况下，要着重强调企业的优势和持续盈利的原因，比如市场分析、生产制造规划、竞争分析、营销方案、成本预算、风险分析与应对策略等，而企业基本情况、人员基本情况、企业前景和目标等内容要相对略写，交代清楚即可。

### 9.3.4 完整规范

创业计划已成为一种国际惯例，结构是相对固定的。要素要齐全，内容要充实。主要内容涉及计划摘要、产品与服务、团队与管理、市场预测、营销策略、生产计划、财务规划、风险分析等。一些创业计划由于缺乏财务预估、市场状况及竞争对手的数据分析，会影响投资者对方案的评估速度，甚至导致融资失败。因此，创业计划结构要完整，各部分内容的叙述要清晰流畅，格式安排要严谨周密。

### 9.3.5 市场导向

利润来自市场需求，没有对市场进行深入调查和分析，所制订的创业计划将是空泛的。创业计划应该以市场导向的观点来写，比如对于融资创业项目来说，项目的独特优势，市场机会与切入点分析，问题及其对策，投入、产出及盈利预测，如何保持可持续发展的竞争战略，风险应变策略等问题是投资人最关心的问题，则应重点突出。

### 9.3.6 通俗易懂

在制订创业计划时，要尽量运用平实准确、通俗易懂的文字来表述，表达一定要贴切，避免歧义。虽然有的项目有一定的技术含量，对项目的分析不仅需要用到一些专业知识，而且也需要用到一些专业术语，但在制订创业计划时，应尽量避免技术性很强的专业术语，要求计划制订者尽量深入浅出，用通俗易懂的文字表述。即使不得已要使用专业术语，也应该在附录中加以解释和说明。一份好的创业计划，应该使一些不懂该项目的人也



能明白这是一个好的、可行的投资项目。为了收到理想的信息传递效果，创业计划可适当配以图表，以图文并茂的形式将内容形象、直观地呈现给读者。

### 9.3.7 优势突出

突出优势也就是突出创业计划的卖点。优秀的创业计划一定要有一个明确的目标，能够呈现项目的具体优势。优势不能面面俱到，要抓住核心。需要在创业计划中突出产品或服务的核心价值，让投资者相信产品或服务的发展空间；要呈现目标市场的规模，让投资者看到预期发展前景；要体现竞争优势，让投资者相信该企业是同行中的有力竞争者并有能力成为某领域领先者的潜力；要阐明企业愿景、管理团队、运营模式和营利途径，让投资者对风险的担心降到最低，并对企业未来发展充满信心。同时还要说明可能遇到的风险或威胁，不能只强调优势和机会而忽略不足和风险。

## 9.4 创业计划的基本结构

创业计划通常有许多现成的通用模板，但不同企业的创业计划形式和内容不尽相同，这通常取决于创业项目的类型、创业者的偏好特征、计划书的阅读对象等。创业者在制订创业计划过程中要注意研究不同的创业计划书阅读者所关心的问题 and 期望，动态调整计划的内容，突出重点和优势，吸引读者注意和关注。通常，一份结构完整的创业计划包含引言、摘要、行业分析、创业企业描述、生产计划、营销计划、组织计划、财务计划、风险管理及附录 10 个部分，如下表所示。

创业计划书框架

引言	(1) 企业名称和地址 (2) 负责人姓名和地址 (3) 企业性质 (4) 对融资要求的陈述 (5) 报告机密性陈述	营销计划	(1) 定价 (2) 分销 (3) 促销 (4) 产品预测 (5) 控制
摘要	简要说明整个计划的主要内容	人员与组织结构	(1) 管理人员 (2) 组织结构 (3) 组织成员的角色和责任
行业分析	(1) 未来趋势和展望 (2) 竞争者分析 (3) 市场分析 (4) 行业预测	财务计划	(1) 现金的来源和运用 (2) 预计损益表 (3) 现金流预测 (4) 预计资产负债表 (5) 盈亏平衡分析 (6) 预计投资回收期



续表

创业企业描述	(1) 产品或服务 (2) 企业规模 (3) 办公设备和人员配备 (4) 创业者背景	风险管理	(1) 企业弱势分析 (2) 新技术 (3) 应急计划
生产计划	(1) 生产过程 (2) 厂址选择 (3) 质量保证 (4) 库存管理 (5) 设备管理 (6) 原材料供应商情况	附录	(1) 信件 (2) 市场研究数据 (3) 租约和合同 (4) 供应商报价单

## 9.5 创业计划的内容

下面对创业计划的基本结构中每部分的具体内容做简要介绍。

### (1) 导言

该部分是整份创业计划的封面页，该页对创业计划的全部内容做了一个简练的概括。导言部分一般包括公司名称、地址、创业者姓名、联系电话、公司及其经营特点描述、所需筹措资金数量、有关报告的保密性的陈述。

也有很多创业计划没有导言，而是将导言部分的内容分别安插在封面、附件等部分里。

封面的设计要有审美观和艺术性，一个好的封面会使阅读者产生最初的好感，形成良好的第一印象。

### (2) 摘要

摘要是创业计划中最重要的一个独立部分，是浓缩了的创业计划的精华。摘要涵盖了创业计划的要点，以求一目了然，以便阅读者能在最短的时间内评审创业计划内容并做出判断。

在某些情况下，投资者可能会向企业索要创业计划的摘要。在摘要有足够的说服力时，他才会要求阅读详细的创业计划。如果摘要未能激发投资者的兴趣，那么，创业计划后面的内容写得再好、项目本身吸引力再强，都有可能无缘与投资者见面了。毋庸置疑，摘要是创业计划中最重要的部分。

摘要一般重点突出以下内容。

① 企业简介。主要介绍企业的基本情况，包括是否已成立公司、公司名称、公司法律形式、注册资本、主要股东、股份比例、经营范围等。

② 产品/服务描述。包括产品/服务的介绍，产品开发情况，产品的特点和优势，产品的创新性和独特性等。

③ 竞争优势。描述相关市场的竞争情况，指明企业的创新产品有哪些优势、分析企



业能够在竞争中取胜的原因。

④ 目标市场和预测。解释要进入的目标市场以及选择这一目标市场的原因、市场发展趋势、细分市场的大小及增长率，预测销售数量和总额，预测市场份额，最好能够提供市场调查和研究分析的结果。

⑤ 营销策略。说明如何进入目标市场，在价格、促销、建立销售网络等方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制等。

⑥ 盈利能力和收益能力。概述企业的毛利和经营利润，期望盈利率和盈利的持续时间，实现盈亏平衡点和正现金流产生的大致时间表，关键财务开支预测、预期投资回报等。

⑦ 管理团队。说明创业团队及每个成员的背景、经验和能力，特别是企业创始人和主要决策人的情况。

⑧ 企业需求描述。简要说明企业所需的债务融资额度。

在写作摘要时应注意如下内容。

摘要虽然位于创业计划的最前面，但一般应在其他部分完成后再撰写，只有这样，才能完成对整个创业计划的准确、清楚、精炼、具有说服力地概括。

创业计划应该按适当的商务格式编排。即创业计划应该带有封皮、目录、摘要、主要内容、附录。整个创业计划应该看上去是一份精心准备的商务文件。

摘要部分要有针对性。不同的投资者具有不同的兴趣和背景，他们看摘要的侧重点也不同。因此，要在摘要部分突出投资者最感兴趣的方面。

### (3) 行业分析

在行业分析中，应该正确评价所处行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

关于行业分析，一般应该回答这些经典问题：该行业发展程度如何？现在的发展动态如何？创新和技术进步在该行业扮演着一个怎样的角色？该行业的总销售额有多少？总收入为多少？发展趋势怎样？价格趋向如何？经济发展对该行业的营销程度如何？政府是如何影响该行业的？是什么因素决定着它的发展？该行业竞争的形式是什么？将采取什么样的应对策略？进入该行业的障碍是什么？将如何克服？该行业平均回报率有多少？

### (4) 创业企业描述

这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个摘要，而是对创业公司的介绍，让投资者了解公司概况。在很多情况下，创业者还没有建立实际的企业，创业者也应当尽可能地对自己的创业设想和企业未来的发展做介绍。如果企业已建立，应当向投资者尽可能简明扼要而又全面地介绍企业的发展历史和经营现状，主要对产品、服务和运营情况进行整体描述，以帮助投资者明确企业的规模和经营范围。首先，要说明创办新企业的思路、新思想形成过程以及企业的目标和发展战略。其次，要介绍企业的现状，包括是否已成立公司、公司名称、公司法律形式、注册资本、主要股东、股份比例、经营范围等。最后，还要介绍一下创业者自己的背景、经历、经验和特长等。创业者的素质对企业的成



绩往往起关键性的作用，在这里，应该尽量突出创业者的优点，表现强烈的进取精神，给投资者留下好印象。

这部分内容主要从以下几个方面加以阐述。

① 企业概述。主要阐明创业背景和发展的立足点。包括企业定位、企业战略及企业制胜因素。清晰明了地提出企业的全盘战略目标，提出作为创业企业的最终营利目的，使投资人能充分了解并信任其所投资的创业公司。

② 企业的主要业务，产品或服务的具体描述。产品或服务是创业计划的具体承载物，是投资最终能否得到回报的关键。对产品或服务的介绍内容包括：产品或服务的概念及特征、市场竞争力、市场前景预测、研发情况、品牌和专利等，尤其要注重产品的新颖性、先进性和独特性。进行产品或服务介绍时，语言表述要准确、通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。

③ 办公设备和人员配备。创业者要对企业硬件条件做出说明：办公场所是新的还是旧的？需要改造吗？如果需要，要列出成本。办公场所是租赁的还是自己买的？为什么该建筑物或地点适合创业企业？企业需要什么办公设备？这些设备是租赁的还是购买的？企业运营还需要哪些额外的技能和人员？

④ 行业和市场。如果企业准备推出新的产品或服务，或者开拓新市场，首先要对准备进入的行业及市场进行分析和预测。创业者要对需求进行预测：市场是否存在这种产品或服务的需求？需求的大小能够足以给企业带来利润？需求未来的发展趋势如何？影响需求的因素有哪些？其次，创业者需要对市场竞争情况进行分析：竞争对手有那几家？他们的实力如何？他们的竞争优势何在？本企业未来能达到市场占有率是多少？本企业的进入对竞争会带来什么变化？企业有没有应对措施？

⑤ 企业的组织结构设置，要对主要管理人员加以阐明，所具有的能力，他们在本企业中的职责和责任，他们过去的详细经历及背景等。还要对公司结构做简要介绍，包括公司的组织机构图和各部门的功能与职责。企业中的管理人员应该是互补型的，具有团队凝聚力，具备负责产品设计开发、市场营销、生产作业管理、企业财务管理等各方面的专门人才。

⑥ 创业者的商务背景、管理经验、教育程度、年龄、特长以及兴趣、参与这个企业的原因等。

### (5) 生产计划

如果新创办的企业属于制造业，那么计划中必须要制订生产计划。对于关心企业的人和投资者或其他人来说，除了想了解企业产品在技术上的优势和对未来市场的占有情况外，他们也关心这样的产品创造者究竟打算怎样去生产出来，也就是创业计划书中生产制造计划部分需要描述的内容。一件产品的制造过程一般包括很多工序或工艺，当中部分工序或工艺由企业自己完成，另一部分则分包给企业来完成（要么因为成本低，要么自己没有这项技术）。如果出现分包，则应说明分包的相应情况，如分包商的名称、地点、合同、分包的原因等。对于自己完成的工序或工艺，则应该说明厂房的布局、需要的机器设备、



需要的技术条件、生产程序的设计和生产的步骤、生产周期标准和生产作业计划的制订、所需的原材料及其供应商、生产成本、质量监控和改进计划等。

在寻求资金的过程中，未来增大企业在投资前的评估价值，创业者应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。一般情况下，生产计划应回答这些关键问题：你将负责全部还是部分制造工序？企业生产制造所需的厂房、设备情况如何？如果某些制造工序被分包，谁将成为分包者？为什么选择这些分包者？分包部分的制造成本是多少？生产过程的布局如何？产品的制造需要什么原材料？原材料的供应商是谁？相应的成本如何？产品制造的成本是多少？企业未来所需要的固定资产投资是多少？

如果新创企业不属于制造业，而属于零售业或服务业，则不需要制订生产计划，应该制订相应的“经商计划”。其内容相对简单，主要包括货物从哪里采购、存储控制系统的建立、库存需求等。

#### （6）营销计划

营销是一个涉及从产品或服务的创意产生到实现销售到售后服务全过程的管理职能，也可以理解为在创业者、创业团队有创业动机时就有了初步的营销意向。营销计划是创业计划的重要组成部分，它主要描述企业的产品或服务将如何进行分销、定价和促销。营销计划的制订是创业计划中最富有挑战性的环节。制订营销计划应该考的因素主要有消费者的类型及特点、相关产品或服务的种类的特性、企业自己的实际情况、外部环境因素等。营销计划主要包含以下内容。

① 总体营销规划。主要描述新创企业的特定营销理念和战略，包括对市场细分、目标客户群的描述，客户识别和接触的方法；强调产品或服务的哪些特征可增加销售额、创新的营销理念和商务模式对销售能力的开发和提升；设想产品或服务进入新市场的前提条件和时机，说明未来的销售拓展计划。

② 价格策略。对于新企业来说，这些工作非常重要，尤其是价格策略，不仅关系到能否打开市场，而且关系到企业能否盈利及盈利的多少。创业初期，企业往往采取低价格、高投入的营销战略，比如花大量金钱做广告、搞促销、向批发商和零售商提供更多的返利，以求尽快打入市场。在这一阶段，企业不应该指望有太多的汇报，而应该做好亏钱的准备。只要企业能够坚持下去，而且不断地扩大销售，总会等到赚钱的那一天。

③ 销售策略。说明销售和分销产品或服务拟采用的方法，如建立自己的销售团队、现存的销售组织、网上销售、利用分销商等。为销售队伍制订短期和长期的计划，讨论给予批发商、分销商、零售商和销售人员的利润以及有关销售折扣、独家代理权等销售政策，编制销售人员的销售计划，设计销售人员的绩效薪酬机制。

④ 促销策略。说明新创企业如何通过人员销售、广告、公共关系和营业推广等各种促销方式，向消费者或用户传递产品信息，引起他们的注意和兴趣，激发他们的购买欲望和购买行为，以达到建立产品形象、维护市场份额、巩固市场地位等目的；这一部分内容最好列出广告和促销的计划和成本预算，设定广告和促销的销售目标和预期收益。一般来说，如果企业的顾客主要是个人消费，那么促销计划应该注重广告和营业推广；如果顾客



主要是企业，那么促销策略应该注重使用人员推销的方式。

⑤ 分销策略。说明拟采用的分销方式和分销渠道。说明当前的销售渠道构成以及实现方案；销售队伍配置以及管理方法；销售渠道建设中可能遇到的问题以及解决方案；销售渠道发展方向和各阶段目标；物流成本占销售价格的比例大小等。

### （7）人员与组织结构

研究指出，许多投资人一般首先阅读创业计划的这一部分。甚至有投资人说，宁愿投资具有二流创意的一流团队，也不愿投资具有一流创意的二流团队。从中可以看出在投资人考察企业时，人是非常重要的因素。

企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小，而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，管理团队是投资者非常看重的。企业的管理人员应该是互补型的，而且要有团队精神。一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业财务等方面的专门人才。在创业计划书中，要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力、他们在本企业中的职务和责任、他们过去的相关经历及背景等，向投资者展现企业管理团队的结构、管理水平和能力，职业道德与素质，使投资者了解管理团队的能力，增强投资信心。

此外，还应对公司组织结构做简要介绍，包括：公司的组织机构图，各部门的功能与责任，各部门的负责人及主要成员、公司的主要股东及他们的股权结构，股东名单、董事成员，公司的报酬体系，等等。这部分应让投资者认识到，创业者具有与众不同的凝聚力和团结战斗精神，管理团队人才济济且结构合理，在产品设计与开发、财务管理、市场营销等各方面均具有独当一面的能力，足以保证公司以后发展的需要。

### （8）财务计划

对于创业企业筹集到的资金，创业者打算怎样来支配？这恐怕也是投资者和其他合作方关心的问题，他们要了解创业者会有怎样的财务计划：这些钱会用在哪儿？他们什么时候会以什么方式收回投资？只有这样，投资者才敢把资金交给创业者去经营。所以，提供清晰明了的财务报表是对创业者最基本的要求。创业者应对资金需求额度具备足够的认识，必要时还要请教专业人士。一般来说，为了满足外部投资者的要求，财务计划需要列出企业头三年的预估财务数据，而且需要其中的第一年的月度数据。通常包括以下内容。

① 资金的来源和使用。说明未来3~5年内企业的资金需求、来源和使用。

② 预计现金流量表。现金流量表是反映企业一定期间内现金及现金等价物流入和流出信息的财务报表。通过现金流向表，可以评价企业的支付能力、偿债能力、周转能力，可以了解企业未来的现金流量，有助于分析企业收益质量及影响现金净流量的因素。这些信息对外部投资者来说非常重要，因为现金流量影响到银行贷款能否顺利抵收回，风险投资者的资金能否及时地退出。有一些企业损益表上有大量的盈利，却无力偿还到期债务，就是现金流出现了问题。

这部分的分析应详细说明预期现金流的流出及流入金额和时间，预测必要的额外银行



贷款融资和时间，并指出营运资金需要的高峰期，指出如何通过股权融资或银行贷款等方式获得额外融资，以及获得的条件和偿还方法，讨论现金流对各种企业因素假设的敏感程度。

③ 预计资产负债表。资产负债表是反映企业在某一特定日期财务状况的报表，通过资产负债表，可以了解企业资产和负债的总额及构成情况，可以了解所有者所拥有的权益。企业未来的每一笔经济业务都会影响到资产负债表。资产 = 负债 + 所有者权益，资产负债表就是根据这一关系，按照一定的分类标准和顺序，把企业一定日期的资产、负债和所有者权益各项目予以适当排列。创业者至少应该给出创业企业开始的3~5年的预计财务报表，以便对企业的长期经营有一个全面的估计和认识。

④ 损益预估表。损益预估表是反映企业一定期间内经营成果的财务报表，主要提供有关经营成果方面的信息，包括收入、成本和费用、利润等。利用这些信息，可以了解这个期间收入实现情况和费用耗费情况，了解生产经营活动的成果，了解企业的赢利能力和变化趋势。

用销售预测和随之产生的生产或运营成本准备至少最初3年的预计损益表。首先，应该按月估计销售收入。销售收入的估计应立足于市场研究、行业销售状况及一些试销经验。其次，要按月估计经营开支。每一笔支出都不可遗漏，应仔细评估，以保证每一笔开支尽可能地符合实际。

⑤ 盈亏平衡分析。创业者自己应该清楚未来的企业何时才开始获利，并需要反映在计划中，企业刚开始由于产量较小，一般都处于亏损状态，但随着产销量的增加，企业将出现既不盈利也不亏损情况，这就是盈亏平衡点。这时的销售量成为盈亏平衡点销售量，这是的销售额成为盈亏平衡点销售额。如果销售单价低于或等于产品的单位可变成本，企业永远无法实现盈利。只有销售单价高于产品的单位可变成本，随着产销量的增长，才会出现盈亏平衡点，随着产销量的进一步扩大，企业才会开始盈利。通过盈亏平衡分析，可以预测到为实现既定的利润目标，企业的产销量及销售额应该达到什么样的规模。

在制订财务计划时，坚持谨慎原则最为重要，以保守的估计，赢得理性的收益，将为新创企业的成功奠定信用基础。

### (9) 风险管理

新企业的创办会面临很多的风险，其中关键风险取决于其产业和特定环境。

这部分内容主要是向投资者分析企业可能面临的各种风险隐患，风险的大小以及融资者将采取何种措施来降低或防范风险、增加收益等。主要包括：企业自身各方面的限制，如资源限制、管理经验的限制和生产条件的限制等。创业者自身的不足，包括技术上的、经验上的或者管理能力上的欠缺等。市场的不确定性，技术产品开发的不确定性，财务收益的不确定性，针对企业存在的每一种风险，企业进行风险控制与防范的对策或措施。

企业可能面临的各种风险，融资者最好采取客观、实事求是的态度，不能因为其产生的可能性小而忽略不计，也不能为了增大获得投资的机会而故意缩小、隐瞒风险因素，而



应该对企业所面临的各种风险都认真地加以分析，并针对每一种可能发生的风险做出相应的防范措施，这样才能取得投资者的信任，也有利于引入投资后双方的合作。

### （10）附录

创业计划一般应该有附录，附录是对主体部分的补充，包含了不宜放入创业计划书正文的所有支持上述信息的材料。附录主要包括主要人员简历、专业技术的证明文件、相关资料的来源和说明、协议与合同、专业术语的阐释、供应商的资料等。

## 9.6 制订创业计划的基本步骤

如果一份创业计划不能让阅读者看到你的热情和信心，那么不要指望有更多的人去阅读。创业计划的制订，设计内容较多，因而制订创业计划前必须进行周密安排。

### 9.6.1 准备阶段

（1）经验学习。尤其对首次制订创业计划的团队来说，多看看别人比较完美的创业计划和咨询相关专家是非常重要的，可以少走弯路，提高效率。

（2）将创业计划构想细化。创业者应当对创业活动进行总体的规划，明确企业的市场、竞争情况、潜在客户、技术的进步等。

（3）制订创业计划的编写计划，明确创业计划的总体框架。

（4）确定创业计划编写小组，并制订编写的日常安排和人员分工。

### 9.6.2 资料搜集

以创业计划总体框架为指导，针对创业目的与宗旨，搜集内部与外部资料。

（1）进行市场调研。创业团队需要对企业所处的行业、环境和政策进行调查分析。对竞争对手情况进行细致的研究，还应该对消费者进行调查。

（2）进行营销方案的策划。主要指竞争对手信息、同类企业组织机构状况、营销方案的大致构思等。

（3）进行财务分析。主要指行业同类企业财务报表、企业财务报表、融资计划等。

### 9.6.3 创业计划的形成

创业计划的形成阶段主要完成以下几项任务。

（1）拟定创业计划的执行纲要。主要是制订出创业计划各模块的写作提纲。

（2）草拟初步创业计划。依据创业执行纲要，对创业企业的市场竞争及销售、组织与管理、技术与工艺、财务计划、融资方案以及风险分析等内容进行全面编写、初步形成较为完整的创业计划方案。

（3）修改检查与完善阶段。创业计划小组在这一阶段对创业计划进行广泛调查并征求多方意见，进而提出一份较为满意的创业计划方案。其次，检查确认内容无错误，否则，



别人对你做事是否严谨有所怀疑。

(4) 创业计划定稿。设计一个漂亮的封面，编写目录与页码，然后打印、装订成正式创业计划文本。

## 9.7 创业计划书及摘要撰写技巧

### 9.7.1 创业计划书撰写技巧

写好创业计划书重点要抓住6个要素，即重点回答6C，其他的可以一笔带过。

第一个C是concept，即概念。概念指的就是：要让别人可以很快知道新创企业要卖什么。

第二个C是customers，即顾客。有了卖的东西后，接下来就是要卖给谁，谁是顾客。顾客的范围在哪里要很明确，是用年龄还是收入来细分，分得越细越好。

第三个C是competitors，即竞争者。东西有没有人卖过？如果有人卖过，他们是在哪里卖的？有没有其他的东西可以取代？竞争者强不强？你和竞争者如何争夺市场？

第四个C是capabilities，即能力。要卖的东西自己会不会、懂不懂？capital是资本。资本可能是现金也可以是资产，是可以换成现金的东西。资本在哪里，有多少，自己拥有多少，还需借贷多少，要很清楚。

第六个C是continuation，即永续经营。当事业做得顺利，将来的计划是什么？

### 9.7.2 创业计划书摘要的编写要点

创业计划书摘要的撰写，是创业计划书的重要组成部分，可以使一个完整可行的创业计划简明扼要地跃然于纸上。成为创业企业的行动指南和吸引投资的“敲门砖”。计划书摘要部分是关键。编写创业计划书摘要可从以下10个方面考虑。

#### (1) 你准备解决顾客的什么问题

你正在解决的顾客的什么问题？

满足顾客的什么需求？

给顾客创造怎样的价值？

你正在瞄准的市场机会是什么？

#### (2) 怎样解决，解决方案是什么

你如何解决这个问题或者如何抓住机遇？

#### (3) 商业模式

谁是你的客户？

顾客如何细分？

你如何赚钱？



### (4) 潜在的竞争优势

你的公司如何做到与众不同？  
有哪些关键资源和关键业务？

### (5) 营销和销售战略

你切入市场的战略是什么？

### (6) 竞争分析

你跟谁竞争？  
你与竞争对手各自的优势何在？

### (7) 预测

未来三年你的财务预测是怎样的？  
实现这些预测的假定条件有哪些？

### (8) 团队

你的团队包括哪些人？  
他们各自有什么特长？  
团队的综合能力，管理、技术、财务能力最好都能体现。

### (9) 现状和未来安排

企业现在的发展情况如何？  
近期将达到哪些重要目标？  
具体实施计划要点。

### (10) 如何应对风险

可能的存在的风险有哪些？  
怎样有效进行风险控制？

## 本章小结

虽然良好的商业创意并不能保证创业成功，但在创业之前做适当的计划是必要的。创业计划是对创业项目有关的所有事项进行总体安排。它能够为企业活动提供行动指南、科学规划和安排创业活动，获得创业融资的支持。因此，一份优秀的创业计划，必须认真分析创业项目带给消费者的价值，必须清楚应该做什么和不该做什么。

创业计划内容一般包括：导言、摘要、行业分析、创业企业描述、生产计划、营销计划、组织计划、财务计划、风险管理、附录等内容。

创业计划的写作过程包括准备阶段、草拟阶段、完善阶段和定稿阶段。编写计划书是应该坚持以鲜明性吸引读者，以条理性引导投资者，以客观性打动投资者，以严密性取信投资者，以可行性说服投资者。



## 拓展阅读

### 1. 创业计划的检查

创业计划书写完之后，创业者最好再对计划书检查一遍，看一下该计划书是否能够准确回答投资者的问题，争取投资者对本企业的信任。通常，可以从以下几个方面对计划书进行检查。

(1) 创业计划书是否显示出企业家自己或团队具有管理公司的经验。

(2) 创业计划书是否显示了有能力偿还贷款。要保证给投资者提供一份完整的回报分析表。

(3) 创业计划书是否显示出已进行过完整的市场分析。要让投资者坚信在计划书中阐明的产品需求量预测是可行的。

(4) 创业计划书是否容易被投资者所领会。创业计划书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。此外，还要保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

(5) 创业计划书是否在文法上全部正确。如果不能保证，那么最好请人检查一下。计划书的拼写错误和排印错误，能很快使创业者失去获得风险投资的机会。

### 2. 创业计划制订常见问题

风险投资者在很短时间内，评估一份创业者花了数星期甚至几个月才准备的文件。因此，无论创业计划书的其他部分有多好，必须避免那些使计划书注定被拒绝的错误。大体内容如下。

(1) 创业计划书准备不充分，看上去很不专业，这很容易导致投资者认为“在和一群业余的人打交道”。

(2) 创业计划书太花哨，导致投资者认为“在表面文章背后，他们在试图隐瞒什么”。

(3) 摘要太长而且松散，未能说明要点。

(4) 不清楚产品处于什么阶段，是否可以被容易地制造出来。

(5) 没有明确回答消费者为什么会选择你的产品或服务。

(6) 没有对管理团队的资格给予清晰的陈述。

(7) 不理解市场的进入壁垒和夺取客户所需的成本。

(8) 没有陈述预测报表建立的依据。

(9) 对产品和服务的渠道选择，销售人员和销售模式的定位不清。

(10) 财务计划在很大程度上不准确、不清晰。

## 课后练习：

### 一、思考与讨论

1. 什么是创业计划，创业计划有何作用？



2. 撰写创业计划之前应该搜集哪些信息？
3. 一份完整的创业计划应该包括哪些内容？

### 二、实训练习

1. 假定有人愿意提供 200 万元人民币的投资支持你创办公司，你将如何选择行业进入？把你的创业构想，制作成一份漂亮的创业计划，并与你的同学或朋友进行交流，如果有可能就尝试着进行创业融资。
2. 分析一下不同的行业在创业计划中应该侧重于写哪些方面，比如高科技企业、传统制造业、零售业、餐饮业、服装批发业等。



# 电子商务创业

## 学习目标

### 能力目标

- ① 了解并掌握电子商务创业的类型和发展趋势。
- ② 熟悉并学会如何对电子商务创业机会进行识别。
- ③ 通过创业案例评析，使创业者学会电子商务创业的策略。

### 知识目标

熟悉电子商务创业有关的知识。

### 素质目标

承担电子商务创业风险的意识。

培养电子商务创业定位选择和商机切入。





## 引导案例

### ——陈欧创业故事

在外人眼中，他是幸运儿，创业仅仅4年的聚美优品已经在纽交所成功上市，年纪轻轻的他一夜之间就成了亿万富豪。他却是这样总结自己的创业之路：要想成功，先要迈过失败那道坎。他叫陈欧，是“我为自己代言”的聚美优品CEO。

在南洋理工大学读书期间，他第一次尝到失败的滋味。大四那年，仅仅凭着一台笔记本电脑，他就创立了一个在线游戏平台，迅速风靡世界，短时间内吸引了数量庞大的游戏玩家。当游戏平台发展得不错时，陈欧要去斯坦福读MBA，他找来一个职业经理人打理公司，还从90%的占股比例中分文未取地自愿让出40%给对方。随着职业经理人引进其他天使投资人，对方所控制的股权比例已经超过50%，而陈欧只剩30%多，而且他发现公司已经改了名称。在毫不知情的情况下，他失去了对公司的控制，也失去了话语权。做了两三年的企业白白送人之后，连名字都被改了，这个跟头栽得有点大。

失败是痛苦的，但认输更加痛苦，陈欧显然不想做这个痛苦的人。

第二次创业，陈欧选择的还是游戏行业，成立了公司，创业项目是在社交游戏中内置广告。当时这个东西在美国很火，但他很快发现，他们搬来的国外模式在中国行不通。当初意气风发的年轻人被现实泼了一桶冰水，剩下的是无助和焦虑。折腾数月之后，陈欧发现方向、资源、团队这些创业的基本要素他几乎一无所有，转型的方向亦不明确，他再次尝到了失败的滋味。

第三次创业，2010年3月，陈欧、戴雨森联合创立聚美优品，以团购模式切入化妆品电商行业。生意火得一塌糊涂，但很快遭遇了“301”滑铁卢。所谓的“301”就是聚美的三周年大促，在团队欢庆的时刻，2013年3月1日凌晨时分，网站出现了崩盘迹象，凌晨2点，聚美网站还是处于崩溃状态。早上6点潮水般的用户冲向聚美，新一轮大瘫痪再次上演，无奈之下，技术人员开始往外踢用户。随后，坏消息接踵而至，真正压垮陈欧和聚美的不是服务器崩掉，而是严重的爆仓。堆积成山的货品发不出去，客服电话被打爆，几十万用户十天收不到货，也联系不到聚美客服。陈欧被网民谩骂，连微博都不敢发。公司面临严重的信任危机，品牌受到极大的伤害。从云端直接跌进谷底，这更是极大的挫折。

聚美遭遇“301”滑铁卢，让他认识到网站崩盘意味着技术的系统架构、代码质量存在问题，至于爆仓，则是发单能力远落后预期。于是，他冷静下来，正视公司发展中的拔苗助长的问题，开始重视整个团队的发展。

现在，聚美优品已经成为中国最大的化妆品限时折扣网站，于2014年5月16日在纽交所成功上市，市值超过35亿美元。陈欧也成了人人羡慕的亿万富豪。在聚美优品的广告中，陈欧为自己代言，他一番励志的话语激励了更多正在创业的年轻人。

#### 讨论与思考：

- ① 陈欧三次创业有什么不同？



- ② 你了解哪些电子商务创业类型？
- ③ 你倾向于哪种电商类型，为什么？

### 案例点评：

第一次创业，陈欧明白了一个公司没有健康的股权组织架构，只是凭借对人单纯的信任感，很难保证未来不出问题，于是，他选择了重新开始。

第二次创业，他认识到单纯照搬国外的模式是不行的，于是他积极转型，开始调研国内化妆品市场。

第三次创业，“互联网+”时代，大众创业、万众创新时代，电子商务创业恰逢其时。

## 10.1 电子商务发展历程及类型

### 10.1.1 电子商务

电子商务是以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，也可理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。电子商务分为：ABC、B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A（即B2G）、C2A（即C2G）、O2O等。

同时网络营销也是电子商务的一种产物，而且对于网络营销来说，在做之前要先做好网络营销方案，那样才有利于计划的实施。

### 10.1.2 电子商务发展阶段

#### （1）从世界范围看

第一阶段：电子邮件阶段。这个阶段可以认为是从20世纪70年代开始，平均的通信量以每年几倍的速度增长。

第二阶段：信息发布阶段。从1995年起，以Web技术为代表的信息发布系统，爆炸式地成长起来，成为Internet的主要应用。中小企业如何把握好从“粗放型”到“精准型”营销时代的电子商务。

第三阶段：EC（Electronic Commerce），即电子商务阶段。EC在美国也才刚刚开始，之所以把EC列为一个划时代的东西，是因为Internet的最终主要商业用途，就是电子商



务。同时反过来也可以说，若干年后的商业信息，主要是通过 Internet 传递。Internet 即将成为我们这个商业信息社会的神经系统。1997 年年底，在加拿大温哥华举行的“第五次亚太经合组织非正式首脑会议”（APEC）上美国总统克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案，其引起了全球首脑的关注，IBM、HP 和 Sun 等国际著名的信息技术厂商已经宣布 1998 年为电子商务年。

第四阶段：全程电子商务阶段。随着 SaaS（Software as a Service）软件服务模式的出现，软件纷纷登录互联网，延长了电子商务链条，形成了当下最新的“全程电子商务”概念模式。

第五阶段：智慧阶段。2011 年，互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟，主动互联网营销模式出现，i-Commerce（individual Commerce）顺势而出，电子商务摆脱传统销售模式生搬硬套上互联网的现状，以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。其中以 IZP 科技集团提出的 ICE 最具有代表性。

## （2）从国内范围看

回顾一下国内电商的发展历史，从马云创立淘宝到成立天猫商城，到后来出现京东商城、唯品会，到现在跨境平台频出，蘑菇街、小红书等内容电商火爆，到微商的崛起，再到 2017 年的新零售，我们可以发现电商演变的逻辑。

### ① 第一阶段：电子商务新奇阶段（1.0）

从纯线下购物到电商发展初期，淘宝平台的建立使得来自全国各地的商品都能放在网上叫卖，这个时期的用户犹如从一个荒草丛生的农村突然到了车水马龙的大都市，通过网购就能买到线下见都见不到的东西，我把这个时期定义为新奇阶段。用户在淘宝上不断地淘到一些新奇的东西，激发了购物的欲望，平台的商品不断的供给满足了不断增长的消费需求，同时这个时期也是从事电商的最佳窗口期，用户不断增长，竞争对手相对较少。

### ② 第二阶段：电子商务比较阶段（2.0）

随着电商平台的不断发展，从事电商的商家越来越多，商品也越来越丰富，很多线下的商品也纷纷搬到线上来，商品极大地丰富了。同时用户对于网购的接受度也随着市场的教育不断地提升，网购用户呈爆发式增长，因为通过互联网直接铺货的形式，削减了传统中间经销商的抽成，商品的价格也比线下的要便宜得多，所以这个时期的用户越来越依赖于网上购物，很多家庭用品，除了对于新鲜度要求较高的蔬菜、瓜果，其他的商品都会选择网购。

因为商品极大丰富，所以用户在平台上购买商品时就会花大量的时间去挑选，去比较，去比价，对于价格的敏感度较高。

在平台方面，因为聚集了大量的流量，衍生出流量分发等基础的产品，比如直通车、首焦、钻展、豆腐块等，在运营方面，更加精细化，开始区分类目、标类、非标类等精细化的不同策略的运营方式。因为消费者的选择障碍，衍生出以导购为核心的电商网站，比如蘑菇街、美丽说等。

### ③ 第三阶段：电子商务品质阶段（3.0）

随着网购的比例越来越大，一些问题也逐渐暴露出来，比如说快递时效问题，假货



问题，真实商品和宣传图片偏差较大的问题，等等，这个时期用户的增长减缓，但是商品的增长还是不断加快，从某种程度上来说，供给大于需求。一二线城市的消费者因为有了更多的选择，开始有选择地追求有品质的、服务较好的商品，对于价格的敏感度越来越低了。

比较有代表的就是京东，京东就是以消费者对于3C商品的服务品质担忧问题为切入点，在消费者心里植入京东正品的印象，花大量资金建设自己的物流配送体系，提升配送体验。这些都是商品品质的一部分。

### ④ 第四阶段：电子商务内容阶段（4.0）

这个阶段也是我们马上要进入的阶段。未来的电商发展趋势就是品质化、内容化，原来可以靠流量、低价，促销引导消费者下单，现在逐渐变成靠货真价实的内容了。换句话说，就是套路的東西会越来越不管用，真诚的东西越来越受到欢迎。

所以在新的阶段，电商的内容化更多地在于串联整个导购交易过程，从售前、售中、售后、关系维护、用户关怀等各个方面进行拓展，心贴心服务客户。

## 10.1.3 电子商务类型

电商企业按其经营形式或商品主要分为虚拟柜台、虚实结合和无形商品3种类型；传统电商按其经营方式主要分为C2C、B2C、B2B3种模式。

### （1）虚拟柜台

虚拟柜台指的是无实体店鋪的电商经营形式。比如亚马逊在很长的时间里坚持只有仓库没有店鋪的经营形式。早年其创始人贝佐斯参加某书展期间打出招牌——“世界最大书店”！有一个出版商很感兴趣，就问他：“你说的世界最大书店开在哪里？”他回答道：“在网上！”当时很多人都不相信世界上最大的书店是没有柜台的，时至今日，已经不用怀疑虚拟柜台依然可以成为世界上最大的网上书店。这种虚拟柜台是目前大部分电商所采用的经营形式，也是主流的电商类型。

### （2）虚实结合

虚实结合就是既采用实体店鋪又采用虚拟柜台的经营形式，现在流行的讲法叫O2O（Online to Offline，从线上到线下）。比如星巴克推出的移动订单和支付功能，美国消费者可以在抵达任意一家星巴克门店前先通过App（移动客户端）下单点咖啡并进行支付，然后到店领取，不用排队等候。目前，星巴克在美国每个月处理的移动订单已经超过500万份，并且这个数字还在迅速增加。事实上，星巴克已经成为最成功、最庞大的O2O应用案例之一。

### （3）无形商品

无形商品是指电商交易的是虚拟商品，如点卡、充值卡等无须物流配送的商品，这类商品天然在很大程度上无须店鋪经营。比如我国互联网三巨头——BAT（Baidu 百度、Alibaba 阿里巴巴和Tencent 腾讯）没有一家是售卖有形商品的。

具体地讲，它们3家的主打产品分别是信息搜索、商业信息和信息通信。从经济学角



度来看，它们都是通过占用大量信息继而用于出售来获利的。

电商企业的类型大致分为上述3种，但传统电商模式则分为以下3种：第一种电商模式为C2C（Consumer to Consumer），即消费者对消费者的电子商务，俗称个人对个人，例如淘宝；第二种电商模式为B2C（Business to Consumer），即企业对消费者的电子商务，俗称企业对个人，例如天猫；第三种电商模式为B2B（Business to Business），即企业与企业之间的电子商务，俗称企业对企业，例如阿里巴巴。

## 10.2 电子商务创业新模式和趋势

### 10.2.1 电子商务创业新模式

下面我们通过对几个电商创业案例的讨论与评析，让大学生对电商创业模式有一个基本的认知和了解，进而对电子商务创业发展趋势有全面的了解。

#### （1）微博电商——海底捞：口碑传播

“昨天在海底捞，无意中跟朋友抱怨京东抢的奈良美智大画册怎么还没到货，结果服务员结账的时候问了我京东会员账户，今天一早三本大画册都送来了！”

这条微博转发了35 000多次。可能是一个无心之举，也有可能是推手为之。不过很明显的是，海底捞抓住了这个机遇，经过一定程度的传播后，看到机会，很快有更专业的公司介入了传播。甚至打造了“人类已经无法阻挡海底捞”的广告语，乃至出现了海底捞体。

“海底捞体”的基本模板是：某天我在某海底捞吃火锅，席间我无意间说了一句……（包括但不限于愿望、情绪、抱怨、看法），在我结账时……（愿望成真，安抚情绪，例如送亲制玉米饼、送贺卡文字祝福、送礼物、免单等）。

网民自发参与制造段子，在更多程度上传播了海底捞的品牌，这恐怕是海底捞没有想到的。

与此相仿的是凡客当年创造的凡客体，也是极大地点燃了用户的创作热情，从而带来了极大的品牌传播效应。

#### （2）工业品电商——互联网手机的先锋：小米成吉尼斯纪录创造者

小米近两年的口碑如日中天，原因在于2015年之后，小米没再犯过大的错误，而是逐渐沉淀下来，重新赢得了信任，还建起了生态链，让消费者看到了小米作为一个科技公司长久发展的希望。2015年，小米网的米粉节促销活动，实现12小时销售211万台手机，创造了“单一网上平台24小时销售手机最多”的吉尼斯世界纪录。2016年的“双11”，小米是京东平台的销量冠军。今年“双11”，京东预售排行榜上，小米手机领跑整个行业，在绝大部分省市都是销量第一的品牌，而且销量是后面9名的销量总和。而“饥饿营销”成了小米电商运营成功的最大秘诀，当然品牌的质量与口碑也是至关重要的。



### (3) 微信电商——南航：服务式营销策略方案

在国内运输市场上，铁路提速、高速公路的迅速发展形成对航空运输的强大竞争压力；在国际市场上，已有相当经营规模、经历了成熟市场经济竞争的跨国航空运输企业也对我国民航业构成另一种威胁；同行业之间，航空产品的差别越来越小，旅客面对众多的产品，选择度越来越大，这种反差对航空运输企业的市场占有率极为不利。

南航从服务式营销入手，创新营销策略。早在2013年1月30日，南航微信发布第一个版本，就在国内首创推出微信值机服务。随着功能的不断开发完善，机票预订、办理登机牌、航班动态查询、里程查询与兑换、出行指南、城市天气查询、机票验真等，这些通过其他渠道能够享受到的服务，用户都可通过与南航微信公众平台互动来实现。

对于微信的看法，中国南方航空公司总信息师胡臣杰曾表示：“在南航看来，微信承载着沟通的使命，而非营销策略方案……对今天的南航而言，微信的重要程度，等同于15年前南航做网站！”也正是由于对微信的重视，如今微信已经跟网站、短信、手机App、呼叫中心一并成为南航五大服务平台。

### (4) 社区电商——盒马鲜生新零售

社区电子商务（ESN）是针对具有社区属性的用户、在社区网站进行的交易行为，对用户而言，提供了一种更为便捷的社区在线销售方式，具有快速、高效、低成本等特点。在社区O2O中，社区电商是很重要的组成部分，但在实际市场上，社区电商的作用有限。新零售作为社区O2O电商零售就是表现形式之一，呈现出新的活力。新零售不是颠覆传统零售，本质依然是顺应消费升级的需求，提升消费者的生活品质。这才是新零售变革的核心内容！

2017年被媒体称为中国“新零售元年”。当前，实体零售与电子商务正在趋于融合，覆盖实体店、电商、移动端和社交媒体的全渠道零售体系正在孕育。业内人士认为，新零售模式正成为传统产业升级的风向标。2016年1月，阿里巴巴的自营生鲜类商超“盒马鲜生”在上海开设了第一家门店，在随后的一年多时间里，上海的门店数量迅速增至7家，并已经成功扩张至宁波和北京。2017年6月开业以来，北京市朝阳区十里堡的“盒马鲜生”火了。与传统连锁卖场、生鲜电商不同，“盒马鲜生”构建了“生鲜超市+餐饮+电商+物流配送”的多业态融合体，成为新零售的典型代表和“试验田”。盒马鲜生（以下简称“盒马”）的出现，不仅震动了传统零售业——官方宣传中所提及的“线上线下双通道结合”“来自全球103个国家超过3000种生鲜类商品”“自带餐厅、即买即烹”“5公里内30分钟送达”“全程无现金操作”——对连带的仓储、收银、点餐、销售管理等每一个环节都是一次革命性的考验。盒马模式的核心——商业的本质，依然是不断满足顾客的消费需求。

在“盒马鲜生”，进店前需安装App成为会员，只接受App电子支付。在现场可以看到，水池里张牙舞爪的面包蟹、澳洲大龙虾吸引了顾客争相购买，生鲜旁边的“电子支付收银台”和“烹饪区”排了长长的队伍。“盒马鲜生”成为当前中国生鲜电商探索新零售的一种模式，而快速配送是其最大特点之一。事实上，除了“盒马鲜生”，永辉超市、京东到家、天天果园等也都在积极探索新零售形态。



### (5) 达人电商

#### ——文昌“90后”电商达人直播“帮农民卖水果”1年售出150万千克

南海网、南海网客户端文昌10月24日消息（南海网记者陈丽娜）核心提示：文昌市委组织部组织开展“讲述平凡党员不平凡的故事”系列活动，自8月份启动以来，把镜头聚焦基层平凡党员，大力挖掘宣传平凡党员的先进事迹，形成“把简单事做好就是不简单，把平凡事干好就是不平凡”的鲜明导向，激发出全市党员干部干事创业的激情和力量。

同时，南海网推出文昌“讲述平凡党员的不平凡故事”系列报道，展示文昌基层党员在建设美好新海南中的模范作用和奉献精神。近日，南海网记者和田家炳中学“红色采访团成员”走进文昌，寻找这位赶上“大众创业”新浪潮、“帮农民卖水果”的“90后”小伙，如何把农业“玩”得风生水起。

他叫周华龙，1992年出生，文昌人，海南大学应用化学系毕业。两年前，他在淘宝上开启电商创业，卖起家乡热带水果，如今一年能卖掉150万千克水果，年营业额达到2000多万元。给文昌东路镇永丰村的家乡父老打开了一片农产品特产销售的新视野。

今年网络直播兴起后，他又紧跟潮流，直播村民种植、采摘水果全程，还和网友互动畅聊“水果的一生”。周华龙说：“作为一名从农村出来的孩子，我希望能够转变村民的经营观念，走电商创业的道路，和村民们一起走上致富路。”

## 10.2.2 电子商务创业宏观趋势

电商的发展可以说在一定程度上改变了人们的生活方式，同时他也将实体营销带入电子营销的时代。但随着时代的变化，电商要想持续发展，就必须了解当下的宏观趋势。

### (1) 电商PC端向移动端倾斜

手机电商不容忽视的发展依托于快捷的互联网，也就是我们所说的电脑。但随着智能手机的发展，电脑端的用户逐渐向移动端倾斜，这不得不让电商们觉醒。赖以生存的电商现在以不能仅仅抓住电脑端不放，移动端的用户增长开始出现井喷趋势。要把主要的精力控制在移动设备上，不然很多用户就会在这上面白白丢失。对于电商创业者来说，要在创业初期看到手机移动端的广大空间，避免丢了西瓜，捡了芝麻。

### (2) 提供无缝用户体验，以服务养客户

早在电商发展初期，广告被作为最直截了当的营销手段。随着电商的发展，广大消费者早已练就了一双火眼金睛，广告的传播效用逐年下降。这对于微商发展来说，营销方式要另择他法。在市场调查与研究的过程中，我们发现，相比广告，用户更注重产品所能带来的用户体验，也就是消费者最希望从经营者这里得到的。因此对于微商创业者来说，提升平台以及产品的用户体验，是电商应该着重去做的事情。

### (3) 社交媒体引领营销风暴好口碑，大家有目共睹

社交媒体近年来发展火爆，也是众多潜在消费者聚集的地方。传播速度之快、之广，令人咋舌。电商的发展要想获得一定的空间，社交媒体这块肥肉自然不能错过。在社交媒体



中，用户的产品体验和真实的评价，对于电商的口碑和信誉度来说非常重要。也就是广告不是电商自己做的，而是靠社交媒体中的人体验出来的，这样的推广真实，可信度高。

### (4) 线上服务升级，方便用户购物

随着支付方式的不断升级，线上购物的消费者可以获得更多的便利。从早期的网上银行付款，到现在的第三方支付，还有最近比较火的刷脸支付，都在不断进行着用户支付方式的升级，以求让消费者的购物更加信息化、快捷化。同时不少电商还将用户体验做到线下，让消费者线上购物，线下也能享受到实惠。

### (5) “互联网+”升级到共享经济

2012年11月，易观国际于扬提出“互联网+”，2016年5月31日，从教育部、国家语委在京发布《中国语言生活状况报告（2016）》开始，“互联网+”就莫名其妙地入选了十大新词和十个流行语，并在各行各业中以不可阻挡的趋势发酵，像“互联网+旅游”“互联网+智慧城市”，种类数不胜数。目前，已经发展到共享经济，涉及领域与平台主要有交通出行、共享充电宝共享物流、共享餐饮、共享住宿、共享雨伞、上门服务、二手共享、知识技能、共享医疗等。

## 10.3 电子商务创业策略

### 10.3.1 电子商务创业基本理念

#### (1) 内容是一切的核心

电子商务是现代营销形式和工具，而产品和服务才是真正的内容。形式以内容为中心。如果产品或服务的畅销仅仅因为营销能力，则必不会持久。

#### (2) 社群是活跃的基础

互联网帮助找到了喜欢我的人，喜欢我的人也能找到我，之前形成了互动关系，这些喜欢和喜欢的人之间又形成了互动关系，你只要有好的持续的供给的话，他们就变得很活跃。

#### (3) 电商是运营的重点

每一家电商，基于它的价值观和它的逻辑关系，会有很多意想不到的套现模型。2016年，对所有的自媒体来讲，对中国一线、二线的自媒体来讲，都面临电商化的实验，所以2016年是自媒体的电商年，都需要通过电商化的方式来完成一次套现模型，至少到今天中国99.9%的自媒体的营利模式是不清晰的，如果电商模型在2016年探索完成的话，自媒体的估值会大幅度提高，但在这个过程中很多自媒体会挂掉，这个事情就跟今天在实体经济中看到的景象一样。

#### (4) 蜂窝式竞争的模式

单一自媒体的竞争模式非常弱，在全国做的矩阵化的模式可以给大家做一个参考，要去打正面战场，但你要把它变成一个比较大的模型的话，矩阵化是一个可以探索的事情，像大象融媒现在做的就是矩阵模型，它一定是建立在新型的蜂窝失控前提下的。



### (5) 试错是唯一的途径

可能做的每一件事都是错的，但错了没有关系，历史上犯了很多错误。过去一段时间做错了，就再做一些新的事。互联网的特点就是小步、迭代、试错、快跑。你不要希望一步就登天，持续的迭代、快跑、试错，这是互联网基本的特点。

## 10.3.2 电子商务创业定位选择

电子商务 = 电子 + 商务，电子——占据流量入口的能力，商务——传统商业运营产品和供应链的能力。电子商务其实就是能够占据有效的流量入口并将产品转化为现金，一个成功的电商团队能够运用这两种能力构筑自己的竞争优势。

事实上，很多企业都觉得自己是在做电商，但并不是每个企业都很清楚自己的发展方向，就是没有清晰地理解电子商务的本质，没有把握自己创业和发展的定位。

电子——渠道、平台：阿里、速卖通、ebay、AMAZON、FACEBOOK、社区、博客、搜索。

商务——商业、实务：行业、供应链、产品研发设计、细分市场选择、竞争对手选择、品牌差异化价值建设、客户数据库、市场占有率。

### ◎ 案例

A 先生做女性产品，在线下做了两年，规模平平，于是重金在阿里巴巴上投入，三年内每年投入 60 万~100 万不等的费用，获得了快速成长。但是随着开放式平台的竞争日趋激烈，自己的款式大多是仿款，上升遇到了瓶颈，而阿里渠道的广告成本在增加。于是 A 先生回去重新参加展会，但是无法挡往下滑的颓势。

其实 A 先生的企业是通过渠道创新起家的，在自己所在行业里积极开拓了阿里的渠道。在阿里上升空间受阻竞争激烈的时候，应该积极开拓创新的渠道，如速卖通、AMAZON，或者转向搜索、社交，公司规模小的时候挑选抓住一个门槛较高数据封闭的新渠道培养渠道团队以及研究自己独立新款。而不是走回头路，因为回头路上对手更多。所以 A 先生是通过做电商发展的，但是因为不清楚电商是什么，迷失了后面的方向选择。

大多数中小电商企业，在供应链不占主导，又没有自主研发的技术门槛。如果卖的产品有 10 种以上的人都能拿货去卖，其实赚的就是渠道的钱，在其他供应链，比你优势的卖家没有进入这个渠道的时候，你进入了，而该渠道里没有特别比你强的，那么发展方向主要有三个。

(1) 深挖该渠道的优势构筑壁垒。一个开放的平台，构筑壁垒是徒劳的。

(2) 向下走寻找开发更新的渠道强化自己的渠道运营能力和自主品牌。因为赚的是渠道的钱，所以要开发新的渠道。网络平台越来越多，实现引流的作用，这是比较可取的。

(3) 向上走强化自己的供应链优势，控制供应链。向上强化供应链不是做生产，而是把整个批发市场的供应链搬到网上，整个网站的产品数量都是几万到十几万种，这种强供应链，再结合做渠道的能力，发展就很迅速。因为品类覆盖面大，过来的流量转化的概率也高。深圳这类企业很多，因为深圳的供应链资源特别发达。



### 10.3.3 电子商务创业商机切入点

电子商务创业机会的选择，即商机的发现。商机无论大小，从经济意义上讲一定是能由此产生利润的机会。商机表现为在需求的产生与满足的方式上在时间、地点、成本、数量、对象上的不平衡状态。旧的商机消失后，新的商机又会出现。没有商机，就不会有“交易”活动。

商机发展至今，在大部分的市场细分领域，竞争已经相当激烈，难以找到切入点与突破口。但是，市场总是处于不断变化之中，商机也在上述变化中若隐若现。如今，但凡成功的创业者大多是依靠严密的思考研判商机，而不是像以往那样靠运气、凭经验进行创业。电商创业者还可以借助大数据进行研判，更是增加了研判的科学性和严谨性。

巨大的市场是电商创业对未来的愿景，而狭窄的小市场才是创业者应该找到的切入点，达到狭窄领域的垄断以后，再逐渐去扩张，才是互联网领域最好的创业机会。因此，微分市场和量身定做是大学生电子商务创业的发展方向，也是新的创业机会。所谓的细分市场指营销者通过市场调研，依据消费者的需要和欲望、购买行为和购买习惯等方面的差异，把某一产品的市场整体划分为若干消费者群的市场分类过程。细分市场策略实际是销售上满足市场需求策略和降低成本策略的妥协。企业要增强市场竞争力就必须进入细分市场，而进入细分市场则意味着生产和销售成本的提高，如果某个细分市场的进入成本不能满足公司的利润目标，那么公司将会放弃这个市场。而这个微分市场一般都是被大公司放弃的市场，它是新型电子商务创业的隐形机会、生存之地和前途所在。

进入细分市场，提供更加细致的符合客户需求的、更有个性的产品和服务，甚至干脆就是量身定做，才是正确的网络销售策略。站长们会问，这样势必会增加成本，与大公司的产品和服务相比没有价格优势。是的，但你的产品也会由于比大公司的产品和服务更加符合客户的需求，而使得客户愿意付出相对的高价。如此，你的利润就来了。等赚了钱，你就可以做一些和大公司一样的事情了。

那么，怎样才能找到那个微分市场呢？一个很有效的办法是使用 SEO 的长尾关键词。网站的关键词所涵盖的市场大约相当于细分市场，而这个关键词所延伸出来的长尾关键词则相当于微分市场。比如“婴儿食品”这个关键词，是个细分市场关键词，在这个关键词的搜索结果中，前几名有效排名都被大的电商企业占据，新创电商企业根本没有机会。而由“婴儿食品”延伸出来的“有机婴儿食品”“婴儿辅助食品”“婴儿食品品牌”“婴儿补钙食品”“进口婴儿米粉”“婴儿配方食品”这些长尾关键词所代表的需求市场，则竞争程度就比较小，每个都可以发展成为一个微分市场。你甚至还可以让市场更细，只要通过分析可以为你带来满意的效益。

## 10.4 吉林省“互联网+”网络创新创业 教育培训课程介绍

自 2012 年教育部办公厅印发关于《普通本科学校创业教育教学基本要求（试行）》（〔2012〕4 号）的通知以来，政府对大学生的创新创业教育非常重视。在李克强总理提出



的“大众创业，万众创新”引领下，国家把对大学生的创新创业教育提升到战略层面。根据《教育部关于做好2016届全国普通高校毕业生就业创业工作的通知》（〔2015〕12号）的要求，2016年各高校必须开设创新创业教育课程，2017年教育部检查。

为了进一步推动大众创业、万众创新，落实国家创新驱动战略，吉林省人社厅推出了针对“互联网+”网络创新创业教育政府公益培训项目，对唤醒大学生创新创业意识，培养创业精神，提高大学生的创业能力和职业素质具有极大地帮助。

省人社厅“互联网+”网络创新创业教育公益培训项目共安排了一周的教学课程，教学内容如下：

1. 开班课程导入——网络创业趋势，网络创业项目介绍，破冰分组
2. 开店准备——开店流程，模拟商城上货，网店规则，网店注册
3. 网创模式（上）——跨境电商，农村电商
4. 图片美工——制图软件使用，装修素材制作，模拟商城装修
5. 网创模式（下）——O2O电商，移动电商
6. 商品管理——商品标题，商品描述，商品定价
7. 网创基础（上）——项目选择，市场分析
8. 店铺管理——客服管理，交易管理，评价管理
9. 网创基础（下）——团队建设，财务管理
10. 货源管理——寻找货源，ERP绑定与下单，交易安全
11. 网店装修——店铺装修，店铺设置，无线店铺装修
12. 网店推广——推广原理，免费推广，付费推广
13. 网店优化——网店优化维度，数据诊断，实践成果提交
14. 结班考核——理论考试，创业扶持

通过对该公益培训项目的培训学习，学生能够学会从网络店铺注册→模拟店铺装修实践训练→商品管理→市场分析与验证→客服管理→店铺交易管理→团队建设→店铺财务管理→货源管理→网店推广→网店优化等的系统学习，基本掌握网络创业的全部流程。该培训以实训为主，符合我院行动导向教学理念。结合笔者所在学院高职生实际情况，将“互联网+”网络创新创业教育列入我院选修课程，对我院大三学生进行“互联网+”网络创新创业教育公益培训。理由如下。

第一，通过培训，学生的创新创业能力和综合素质获得了较大提升，有利于帮助学生充分就业，从而提高学生的就业率。

第二，网络创业具有创业转就业弹性大、成本小、门槛低、无地域限制、风险小、人员组成简单、营业时间灵活、利润高等优点。

第三，培训学生如果有创业想法，实现创业梦想，在创业过程需要资金支持相对容易获得政府扶持。（相关政策附后）

第四，作为政府公益培训项目学生和学院不承担如何费用，学生只需要自带笔记本电脑进行实训操作。



### 参加网创培训课程的高校毕业生培训合格颁发证书 及所享受的相关创业就业政策

#### 一、颁发证书

经培训合格后颁发《创业培训合格证》。

#### 二、持有合格证书的毕业生作为创业者享有的福利政策

##### 1. 大学生初创企业补贴

(1) 按申请日计算, 领取营业执照或其他经营资质6个月以上, 24个月以内, 有正常经营活动, 带动2人或以上就业(不含法人), 签订正式劳动合同, 缴纳社会保险费并按规定纳税的企业, 由企业法人携带《创业培训合格证》向当地人社部门申请, 合格后, 一次性给予5 000元创业补贴。

##### (2) 高校毕业生回乡自主创业政策

高校毕业生毕业2年内回户籍所在县(市、区)自主创业(以工商部门注册登记时间为准), 正常经营6个月以上, 依法缴纳并按规定缴纳社会保险费的, 给予3 000元的一次性创业补贴; 所创办企业具有省级以上专利的, 给予1万元的一次性创业补贴。

##### 2. 税额减免及优惠

(1) 取得《创业培训合格证》的大学生毕业后自主成立企业, 年应纳税额在50万以上的, 企业所得税采取先缴后返的方式进行返还, 返还金额依照当地税务机关相关规定执行。从事个体工商经营的, 按期纳税的起征点上调到月营业额20 000元, 按次纳税的起征点上调到每次(日)营业额500元。

(2) 高校毕业生从事个体经营的, 在3年内按每户每年9 600元为限额依次扣减其当年实际应缴纳的营业税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加和个人所得税。

(3) 高校毕业生创办的年应纳税所得额低于10万元(含10万元)的小型微利企业, 其所得减按50%计入应纳税所得额, 按20%的税率缴纳企业所得税。

##### 3. 贷款优惠

(1) 毕业2年以内符合规定的大学毕业生自主创业, 可在创业地申请小额担保贷款, 申请额度最高20万元, 政府负责全额贴息。

(2) 从事微利项目的, 可享受最高不超过15万元贷款额度的财政贴息扶持。

##### 4. 养老、失业优惠

(1) 对经培训合格后大学生创办的小微企业, 3年内可比照个体工商户缴纳养老、失业保险费。缴费基数按当地工资的60%~300%自主选择。

(2) 高校毕业生自谋职业或自主创业的, 可参照灵活就业困难人员享受不超过3年的社会保险补贴。

(3) 自主创业并参加社会保险的困难高校毕业生, 按照其当年实际缴纳社会保险费数额的50%给予社会保险补贴。

(4) 对持《就业失业登记证》的离校未就业高校毕业生实现灵活就业, 并按规定缴纳社会保险费的, 给予最长不超过2年的社会保险补贴。社会保险补贴标准按个人实际缴纳基本社会保险费的50%计算。



### 5. 场所费用补贴

大学生经培训取得证书后,进驻大学生创业园区或省内认定的孵化基地自主创业的,园区对场地租赁费、水电费、采暖费、物业费等实行不低于50%的减免,由所在园区进行申报减免。

### 6. 优惠人事政策

(1) 自主创业的高校毕业生,参加基本养老保险的,招录或招聘到国家机关、事业单位或国有企业工作,其缴费年限可合并计算为工龄。

(2) 自主创业的高校毕业生,在专业技术职称评定、科研项目经费申请、科研成果或荣誉称号申报等方面,享受与国有企事业单位同类人员同等待遇。

### 7. 档案保管

按照国家的有关规定,申请自主创业的高校毕业生,可以将自己的档案免费放在自己入学前户口所在地的政府所属人才交流机构或省内任何一家政府所属的人才交流机构托管。

高校毕业生档案存放在人才服务机构可享受以下服务:

- (1) 负责人事档案关系接转相关手续;
- (2) 为毕业生办理转正定级;
- (3) 档案工资的晋升;
- (4) 专业技术职务任职资格的申报;
- (5) 办理落户手续;
- (6) 接转党组织关系,办理预备党员转正,培养发展新党员;
- (7) 出具落户证明、购房工龄证明、计划生育证明、出国政审等;
- (8) 代收代缴五险一金;
- (9) 为暂未就业毕业生推荐就业。

## 三、持有合格证书的毕业大学生就业者享有的福利政策

### 1. 重点

用人企业与大学生签订3年以上合同,并用工6个月以上,企业可持《创业培训合格证》到当地社会保险部门申请社保先缴后返政策,三年内有效。用人单位(高新技术企业,科研科技型企业)可到当地税务机关申请企业所得税先缴后返,最高不超过50%的规定,三年内有效。

### 2. 到中小微企业就业优惠政策

(1) 高校毕业生到中小微企业就业的,在专业技术职称评定、科研项目经费申请、科研成果或荣誉称号申报等方面,享受与国有企事业单位同类人员同等待遇。

(2) 到非公有制单位就业的高校毕业生,参加了基本养老保险的,招录或招聘到国家机关、事业单位或国有企业工作,其缴费年限可合并计算为工龄。

(3) 中小微企业吸收高校毕业生可享受关税减免优惠,在3年内按实际招用毕业生人数予以定额减税优惠,定额标准为每人每年5200元。

(4) 中小微企业每吸纳1名符合条件的高校毕业生,政府给予中小微企业一次性3000元岗位培训补贴。



(5) 小微企业新招用毕业年度高校毕业生，签订1年以上劳动合同并按时足额缴纳社会保险费的，给予1年的社会保险补贴。

(6) 招收高校毕业生达到一定数量的中小企业，可按规定申请小额担保贷款，并享受财政贴息补助。

### 3. 应征入伍服义务兵役政策

高校毕业生应征入伍服义务兵役，除享有优先报名应征、优先体检政审、优先审批定兵及其他优待安置政策外，还享受优先选拔使用、考学升学就业优惠、补偿学费或代偿国家助学贷款等优惠政策。

### 4. 参与科研项目优惠政策

国家鼓励高校、科研机构和企业，在所承担的民口科技重大专项、973计划、863计划、科技支撑计划项目以及国家自然科学基金的重大重点项目实施过程中，聘用高校毕业生作为研究助理或辅助人员参与研究工作，并根据国家有关规定签订服务协议，明确双方的权利、责任和义务，高校以及有学位授予权的科研机构培养的优秀应届博士研究生、硕士研究生和本科生均可参加。

高校毕业生参与项目研究期间，其户口、档案可存放在项目承担单位所在地或入学前家庭所在地人才交流中心。聘用期满，根据工作需要可以续聘或到其他岗位就业，就业后工龄与参与研究期间的工作时间合并计算，社会保险缴费年限合并计算。

### 5. 参加就业见习可享受优惠政策

毕业3年以内离校未就业并且在吉林省进行实名制登记的高校毕业生均可申请参加就业见习。

毕业生见习期间的基本生活补助费由所在地政府财政部门从就业专项资金中按不低于当地最低工资标准的100%支付；见习单位按照不低于当地最低工资标准的60%支付见习补贴；并为见习生办理意外伤害险。

### 6. 参加技能培训可享受优惠政策

高校毕业生在毕业学年内参加职业技能培训的，根据其取得职业资格证书情况，按规定给予培训补贴。对高校毕业生在毕业学年内通过初次职业技能鉴定并取得职业资格证书或专项职业能力证书的，按规定给予一次性职业技能鉴定补贴。对企业新招收毕业年度高校毕业生，在6个月之内开展岗前培训的，按规定给予企业职业培训补贴。

### 7. 企业吸纳困难高校毕业生有哪些优惠政策

企业吸纳困难高校毕业生（毕业3年以内，享受城乡居民最低生活保障且连续失业1年以上高校毕业生、“零就业家庭”高校毕业生或残疾高校毕业生），给予用人单位一次性岗位培训补贴和社会保险补贴。

(1) 企业每吸纳1名符合条件的高校毕业生（签订3年以上劳动合同，工作满1年以上，并参加社会保险），给予用人单位一次性5000元岗位培训补贴，所需资金从当地就业专项资金中支出。

(2) 企业每吸纳1名符合条件的高校毕业生（签订3年以上劳动合同，工作满1年以上，并参加社会保险），按照企业为困难高校毕业生应缴基本养老保险费、基本医疗保险费和失业保险费的50%给予补贴。根据劳动合同期限，社会保险补贴期限最长不超过3



年。所需资金从当地就业专项资金中支出。

#### 8. 一次性求职创业补贴

吉林省内各普通高等院校，毕业年度内有就业意愿并积极求职的享受城乡居民最低生活保障家庭的高校毕业生、残疾高校毕业生、享受助学贷款的高校毕业生在毕业前求职期间政府按1500元/人的标准一次性发放求职创业补贴。

## 本章小结

电子商务创业是创业的新途径、新契机，但电子商务还是一种工具，关键是“内容为王”，创业者必须要有足够的重视，正确地把握电子商务创业的实质，把握发展趋势，通过细分市场，发现机会，实现特色切入和突破。

## 技能训练

1. 模拟电子商务创业过程完善创业项目相关信息，完成下列表格所描述内容。

### 我的电子商务创业项目和企业类型

企业（机构）类型：

生产制造     零售     批发     服务     农业

新型产业     传统产业     互联网     其他

我的定位是平台还是商务：

我的顾客将是：

我将满足顾客的哪些需要：

我所具备的经营这类企业的技能、知识和经验：

我选择经营这个企业是因为：



创业项目信息收集表

企业想法
需要查明的情况
我要与谁交谈
我还有哪些问题

2. 结合自身情况，就自己的电商创业项目进行 SWOT 分析，至少在优势、劣势、机会和威胁各项列出 4 条以上，并针对利用机会和优势，克服劣势和威胁等方面的问题提出具体的想法。

SWOT 分析

优势 S	劣势 W
机会 O	威胁 T

如何应对劣势和威胁：

---

---

---

### 思考与练习

1. 从电商创业成功实践中得到哪些启发。
2. 从“互联网+”角度，探讨一下传统产业的升级换代。
3. 通过微分市场，重新界定电商创业定位和实现市场竞争的突破。

### 课程延伸与推荐阅读

1. 阅读电商创业书籍。
2. 去创业数字图书馆学习有关电商创业的知识。
3. 去相关的创业网站或论坛了解学习电商创业知识。