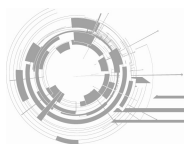


第三章 识别创业机会



学习目标

理解创业机会的内涵
掌握创业机会的来源
理解创业机会的识别过程与影响因素
掌握创业机会识别方法
掌握创业机会评价方法



开篇案例

俞敏洪：新东方为什么选择从出国考试入手

离开北大以后，我很自然地要开始自己的事业，继续着手创办培训班。因为我当时已经考过了托福、GRE，对这两个考试非常熟悉，所以就决定从托福和 GRE 的培训开始做起。

除此之外，我发现尽管国内出现了学习英语的热潮，学习英语的人数也越来越多，但是更多学生学习英语的目的是希望自己能够通过考托福和 GRE 出国。这就意味着，参加英语考试的生源比纯粹学习英语的生源更加充足，所以我最终决定，从出国考试开始做。后来我发现，这一决定十分英明，因为我要是只从英语培训开始做的话，到最后，我的培训班可能就只是一个小型的英语培训机构。正是由于我当时隐约地感觉到了出国考试培训将会变成中国的一个热门培训，并且出国人数每年都会越来越多，所以才有了这样一个想法，觉得从托福、GRE 考试培训入手应该是最好的选择。

而且，这两个考试在当时被认为是比较难的，尤其是 GRE。坦率地说，连北大的老师也没有几个愿意去教 GRE 的，因为教 GRE 的基本要求是你的词汇量得在两万左右。那时，没有几个人会背两万个词汇在那“放着”，而我恰恰就是这样

一个人。因为上大学时得肺结核病住院一年，我一边读书一边背了很多单词。所以在大学毕业的时候，我其实已经掌握了接近两万的词汇。后来，我在北大又当了六年多的老师，英语水平有很大的提升。不夸张地说，我是北京 GRE 词汇第一老师。

就这样，我教授的这两个考试课程实际上有了一个比较高的门槛。也就是说，我不会遇到别的跟我教得同样好甚至比我教得更好的老师。由于我参加过这两个考试，再加上自己的不断钻研，我对这两个考试的教学有了比较大的把握。

此外，还有一个原因是，我招收的学生与我的教学水平和内容较为契合。我离开北大以后招的大多数学生都来自北大、清华，中国的出国热就是从北大、清华开始并蔓延的。因为国外很多学校、研究生院都知道北大、清华是中国最好的大学，所以只要北大、清华的学生申请，基本都有希望被录取。紧接着跟进的，就是复旦、同济、武大、浙大、南开、南京大学等高校的学生。为了更高的托福、GRE 分数，这些名牌大学、准备出国的学生就变成了我培训班里的学生。

这些学生自身的基础非常不错，所以很容易被教出高分。一旦他们被教出高分，会反过来对我培训班发展有很好甚至非常重要的影响。当时，我个人还希望通过这样的教学进一步提高自己的水平，能够出国读书。

从这个意义上来说，我也非常愿意跟我的学生打交道，因为这样我可以认识一些非常聪明、有才华的人，未来到了国外也可以跟他们变成朋友。这就是尽管那时英语学习在中国也还算火，但是我要从这两个出国考试入手的重要原因。

资料来源：俞敏洪. 我曾走在崩溃的边缘[M]. 北京：中信出版集团，2019：8-10.

有创业的想法、具有明确的创业意愿只是创业行动的第一步。如果希望将创业想法落地，需要创业者发现合适的创业机会。新东方的起步源于俞敏洪发现了出国培训的趋势与市场空白，但是苹果手机、优步打车软件、余额宝等的出现又不完全在于创业者发现了市场空缺。那么，什么是创业机会、如何识别创业机会、在发现创业机会后应如何行动，对于这些问题的理解与思考有助于创业者顺利开启创业旅程。

第一节 创业机会的内涵

一、什么是创业机会

机会指进行某项活动时的有利环境和恰当的时机。一般来说，创业活动因机会而存在，创业者识别机会，进而将其转化为企业。一些创业者因受到外部的激

励而决定创业，接着搜索并识别机会，然后创建一个新企业。而另一些创业者受到内部激励的作用，先识别出现实或未满足的需求即机会缺口，然后通过创业来填补它们。对机会的识别是一个难题，许多创业者常常将机会与创意混淆，创意是一种新的想法或思想，具有新颖性与创造性，但并非所有的创意都能发展成机会。许多创业者都认为自己有很好的想法和创意，对创业充满信心，从而选择一个他们认为新奇可行的产品或服务来创造企业进入市场，但却忽略了对机会识别的关键是选择满足顾客需求的产品和服务，结果导致创业失败。

到底什么是创业机会？本书中我们将创业机会定义为：未明确的市场需求或未得到充分利用的资源或能力，是一组有利于创造新产品、新服务或新需求的环境因素，是可以通过创造性的资源组合来满足市场需求并创造价值的可能性。满足顾客的需求、解决顾客现有的或潜在的问题是创业机会的目标，这也是产生价值的根本来源。

二、创业机会的特征

创业机会的特点在于发现或创造出新的目的—手段关系来实现创业价值，这对于产品、服务或组织方式进行了极大的革新，而且提升了效率。有价值的创业机会主要有以下四个特征：

(1) 具有吸引力。吸引力主要是针对潜在顾客而言的，表明顾客想要或渴望的一种未来的状态，即识别人们存在的需求和想要购买的产品或服务。例如，2018年受到消费者追捧的故宫口红，就是抓住了消费者的心理需求。现在年轻的消费者正在寻找与众不同的新事物，易于被设计和时尚所吸引，这样带有中国复古图案（唇膏外壳上有皇家刺绣、古董家具和仙鹤等图案）的与中国传统文化相结合的故宫口红一下子就征服了无数的消费者。

(2) 具备持续性。持续性是指创业机会可以持续一定的时间，从而使创业者有可能去发现、评价和开发利用这个机会。持续性从另一方面反映了创业机会的实用价值，简单地说，就是使创业者能够开发出可以把握机会的产品或服务，而且市场上存在对产品或服务的真实需求，或可以找到让潜在消费者接受产品或服务的方法。

(3) 具有实时性。实时性是指创业机会必须在机会窗口存续期内加以开发利用。机会窗口是企业实际进入新市场的时间期限。随着新产品市场的建立，机会窗口就随之打开；随着市场成长，企业进入市场并设法建立市场地位；在某个时点，市场成熟，机会窗口就会关闭。拿快递行业来说，从第一家从事快递业的民营企业“快客达”（现已不存在）进入市场，随后有顺丰速运、申通快递、韵达快递、圆通快递、中通快递等其他快递迅速加入市场，快递行业越来越成熟，机会

窗口实质上已经关闭，因为现在再创建一家新的快递公司并且想要成功已经非常困难。

(4) 依附于为买者或终端用户创造或增加价值的产品、服务或业务。创业机会的价值特征是根本，好的创业机会要能给消费者或用户带来真正的价值。

三、创业机会的来源

创业机会主要来源于市场趋势、问题和市场细分三个方面，理解每个方面的重要性以及学会利用这些来源能够有效帮助创业者识别创业机会，找到理想的创业机会。

1. 趋势

创业机会的第一种来源是趋势的助推作用，创业者通过观察发现趋势、关注趋势并研究趋势从而寻找到自己的创业机会。观察各个行业或市场的变化及趋势对创业者十分重要，优秀的创业者必须具备敏锐的观察力和判断力，在日常生活中发掘出新的有创造力的机会，进而开发出相关的产品和服务。技术进步、经济因素、社会因素、政治和制度变革等往往体现了重要的发展趋势。

(1) 技术进步。由于新技术的产生而形成的技术变革能够给创业者带来许多创业机会，新技术给企业带来了新的生产过程、新产品、新市场甚至是新的资源组合。例如，人工智能技术的产生催生了许多教育类 APP，其利用 AI 技术进行在线辅导与咨询。技术进步可以帮助人们简化事务流程，更方便地完成以前很难或需花费很多时间和精力才能做到的事情。以前人们买车票必须到售票点窗口排队等候，现在你想要买一张从武汉到上海的机票，只需要打开携程或者艺龙旅行等软件，输入出发地和目的地，系统会自动显示现有的航次、时间及金额，还能为你配备接机酒店等服务。由此可见，技术的进步还能帮助企业更好地参与竞争。

(2) 经济因素。经济发展趋势对市场和消费者有很大的影响。当经济发展处于上升阶段时，人们倾向于购买质量更高更有价值的产品和服务，提高生活水平；当经济发展处于下降阶段时，人们则倾向于购买低廉实用的产品和服务甚至不愿消费，尽量降低自己的生活水平。理解和研究经济趋势有助于创业者找到正确的创业机会，减小失败的风险。比如在经济低迷的时期，在写字楼旁边创建一家具有良好环境和氛围的咖啡馆显得不够理智，而在新一轮的消费降级趋势下，一些能够帮助消费者降低成本开销的创业公司可能会获得比较优势。

(3) 社会因素。社会趋势的变化改变了人们以往的习惯和生活方式，从而有利于新产品或新服务的开发。人口老龄化的趋势为老年人提供健康医疗、休闲娱乐的产品和服务的生产制造创造了机会。例如“舞林大汇”，这是一个服务于广场

舞、健身操人群的在线服务平台，产品通过梳理舞队脉络和目标人群为中心的以兴趣为纽带的社交关系，使用户在娱乐、健身的过程中获得更好的体验，“舞林大汇”的目标客户群体主要为45~60岁的退休中老年人。随着人们生活水平的提高，社会对健康的关注度越来越高，这为保健和健身运动领域创造了机会。类似的社会趋势还包括：社交网络日益发达、智能设备使用增加、对绿色和环保的重视加强等。

(4) 政治和制度变革。政治和制度变革也为创业者提供了新的创业机会。如一些新的法律法规的出台为创业者提供了创业机会。20世纪90年代的住房制度改革，催生了大量的房地产行业及相关装修、建筑行业的发展；2003年国家对于太阳能产业大力支持，大量关于太阳能的新材料、新能源类的创业公司纷纷诞生。还有一些政策的出台本身就鼓励了创业者进行创业活动。例如对科技企业孵化器、大学科技园、众创空间等有关税收政策的变化。近年来，国家对文化创意产业提供的一系列政策支持，给一些文化创意、动漫产业的发展带来了机会。还比如，环境保护和治理要求标准的不断提高给一些关于保护环境、监测污染的软件或产品提供了机会。

面对不断变化的外部环境，创业者应该去发掘并研究趋势，从而在众多趋势中找到自己的创业机会。

2. 问题

创业机会的第二个来源是“问题”。即发现现存的“问题”然后寻找解决办法而产生的机会。发现问题有很多方式，有可能是通过观察趋势，也有可能是意外的发现或直觉。有些问题在日常生活中很常见，比如来自亲朋好友的烦恼、顾客的抱怨、投诉等。每个问题都可能是一个潜在的商业机会，关键取决于创业者怎么看待它。

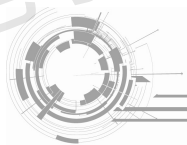
很多公司的建立都是为了解决问题。比如现在流行的英语流利说，其创业的起因就是源自同事的苦恼。英语流利说的创始人王翌在谈及创业的初衷时说：“身边的同事经常问我如何学好英语，对我们这种在国外上过学的人来说，英语不是问题。但是对于很多在国内学习和工作的人，英语依然是困扰，很多人报了很昂贵的英语培训班却发现效果很不理想。很多人花几万元报的班只去了几次，时间上难以协调，也有的人去了以后觉得效果不理想而放弃。但随着中国企业参与国际化的程度越来越深，大量的员工都需要掌握流利的英文沟通技能，所以说这一需求是存在的。”王翌发现周围的朋友已经很习惯于在微信上聊天，在唱吧上唱歌，观察到此，他觉得推出在线练口语是可行的。英语流利说目前是一款深受大众喜爱的练习英语口语的应用软件，大家在流利说的平台上跟着学习软件练习口语，而且学员之间可以交流、分享和相互帮助。

3. 市场细分

市场细分是创业机会的第三种来源。市场细分在概念上是指按照消费者的欲望与需求把规模过大而导致企业难以服务的总体市场划分成若干个具有共同特征子市场。通过市场细分寻找缺口可以为创业者带来创业机会。比如各种特色服装精品店的存在，大型购物商场虽然提供的服饰种类多，价格实惠，但是为了满足大多数人的需求，往往普遍缺乏特色，而精品店更好的满足了人们的特殊需求，如个性化及定制化服务。

市场细分往往有利于发现潜在的商业机会。例如奇瑞汽车公司发现，轿车已越来越多地进入大众家庭，但是微型车在汽车市场上一向是低端的形象。对于如何抓住这个细分市场，奇瑞公司意识到应突出微型轿车年轻时尚的特征与轿车的高档配置结合，在众多的消费群体中进行细分，有效地锁定目标客户，以全新的营销方式和优良的性能价格比吸引客户。由此，奇瑞公司推出了“奇瑞 QQ”轿车，目标客户是收入不高但有知识有品位的年轻人，同时也兼顾有一定事业基础，心态年轻、追求时尚的中年人。再比如市场上缺少向特殊体型人群销售流行服装的服装店，为弥补这个缺口，Fashions to Figure 公司应运而生，这家公司专门销售特殊体型人群的流行服装，包括针对高、矮个子人群和超大尺寸的衣服。

创业者需要注意的是，不论是通过趋势、问题还是市场细分方式寻找到商业机会，一定要明确这些机会是否真的能够形成一个成功的企业。



创新创业·新知

关于创业机会的来源，著名管理大师彼得·德鲁克认为创业机会是可以被创造的，他认为创业机会的来源主要在以下几个方面：

- 意料之外的事件，包括意外的成功、意外的失败、意外的外在事件等。
- 不一致的状况，即实际状况与预期状况的不一致。
- 基于程序需要的创造。
- 基于产业或市场结构的变化。
- 人口的变化。
- 认知、情绪及意义上的变化。
- 新知识，包括科学的与非科学的知识。

第二节 机会识别过程影响因素与方法

一、创业机会识别过程

对于个体创业者来说，创业机会的识别可以分为五个阶段。如果创业者在某个阶段停顿下来或者没有足够的信息能够继续识别下去，他最明智的做法是重新返回到准备阶段，以便在继续前进之前获得更多的知识和经验。

(1) 准备阶段 (Preparation)，指知识和技能的准备，这些知识和技能可能来自创业者的个人背景、工作或学习经历、爱好及社会网络，创业者需要经验来识别机会。

(2) 孵化阶段 (Incubation)，是指创业者的创新构思活动，仔细思考创意或问题的阶段。这一过程有时是有意识的解决问题或系统分析，有时只是对各种可能和选择的无意识考虑。

(3) 洞察阶段 (Insight)，是指创意从潜意识中迸发出来，或经他人提点，被创业者所意识，这类类似于问题解决的领悟阶段，可以用“豁然开朗”来形容。但有时，这种意识促使人返回到准备阶段，因为创业者可能意识到在追求机会之前需要更多的知识技能和考虑。

(4) 评估阶段 (Evaluation)，即有意识的对创意的价值和可行性进行评定和判断，评估的方式包括初步的市场调查、与他人进行交流以及对商业前景的考察。

(5) 精炼阶段 (Elaboration)，是指对创意进一步的细化和精确，使创意得以实现。细节已经构思出来，并且将创意变为有价值的东西，如新产品、服务或商业概念。

图 3-1 所示阐明了创业者机会识别的过程。从图中可以看出，对创业机会的识别是创业者与创业机会的来源进行互动的一个过程。创业机会识别首先是依赖一定的环境和市场发展状况，更多的是和创业者的自身素质和经历有关，有时候需要两种因素结合起来综合决定创业机会识别的因素。创业者通过自己的经验、社交网络等渠道和方法获得关于环境变化的信息，从而捕捉到现存的世界中产品、服务、原材料和组织方式方面存在的缺陷或缺口，找到改进或创造“目的一手段”关系的可能性，最终识别出可能带来新产品、新服务、新原料和新组织方式的创业机会。

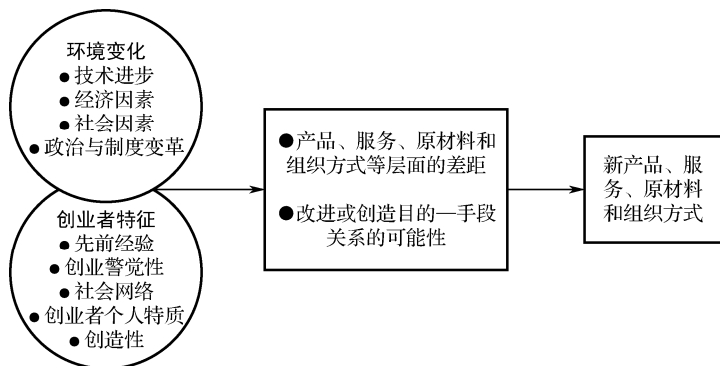


图 3-1 创业机会识别过程

二、影响创业机会识别的因素

创业机会识别对于创业者来说十分重要，也有利于提高社会发展运营效率。那么是什么影响了创业机会的识别，为什么有些人可以较为轻松地识别出创业机会，而其他人则不能识别出创业机会？下面，主要讨论几个影响创业机会识别的影响因素。

1. 先前经验

在特定产业中的先前经验有助于创业者识别机会。一方面，具有先前经验的创业者可能会遇到之前已经遇到过的问题，从而比较容易解决这些问题，与其他创业者相比能更容易识别创业机会。另一方面，在某个产业工作的人更了解这个产业相关的知识，也倾向于注意他们已经知道的信息以及相关的内容，从而能够发现还未被开发或未得到满足的市场或机会。例如蒙牛乳业集团的创始人牛根生在创办蒙牛公司之前曾是伊利集团的副总裁，1998年他在伊利被免职之后，于1999年自己创办了蒙牛公司，凭借自己在伊利工作多年累积的经验和发现的问题发展壮大蒙牛公司，短短几年，蒙牛公司被他打造为全球液态奶和中国乳业的双料冠军。

2. 创业警觉性

创业警觉性是指一种持续关注未被发觉的机会的能力。创业警觉性是创业者与非创业者之间的一个非常显著的差别，许多人认为他们能够识别创业机会的一个重要原因就是他们比其他人更加警觉。创业者必须能够时刻关注市场的变化，对于他人忽视的情形他们能敏锐地发现机会，对外部环境保持敏锐的感官。创业者如果具有高度的敏感性，对创业机会的感知能力强，就越有可能发

现创业机会。这种警觉性能力一方面是创业者本身的能力，除了创业者自身的天赋和工作经验，对于创业者来说，其实还可以通过自身不断地学习和后天的培养锻炼出来。创业者先是通过学习提升自己的知识水平，通过一定的工作阅历增加自己的经验，最终提高其对创业机会识别的能力。比如，长期在证券交易所上班的金融分析师比一名教师对金融行业的信息和机会就会更加敏感和警觉。

3. 社会网络

创业者的社会网络对机会识别至关重要。拥有大规模社会网络的人比拥有小规模网络的人更容易获得机会，创业者的社交网络规模越大，创业创意得到识别的机会就越多。由于信息的不完全和不对称，未被发现或很少被利用的信息和资源中蕴含着大量的创业机会。创业者的社会网络一方面有利于创业者获取潜在的信息和资源，从而识别机会，另一方面创业者的人脉和资源也能在创业机会出现时给创业者提供参考和建议。

值得注意的是，社会网络有强弱之分，且联系的强弱对创业机会识别的作用也存在差异。强联系主要是指家人、亲戚朋友间的联系，其交流频繁密切，充满了信任与支持，而弱联系主要是偶然遇见的人或通过合作等产生的联系，其特点是交流频率较低。根据对社会关系网络的研究表明，弱联系会比强联系带给创业者更多的信息资源，从而为创业者带来更多的创业机会和创意。因为强联系形成于具有相近或相似特征的个体或组织之间，很难突破和改变自己已有的思想观念，成员相似度高从而提供的信息或资源的异质性低，而弱联系常常发生在不熟悉或偶然认识的个体或组织之间，各个特征的差异性较大从而某个人带来的信息更能给其他人带来不一样的体验，激发创业者的创意和思想。另外，由于大多数人拥有更多的弱联系，偶然的认识可能比亲戚朋友更能提供独特的信息和见解。

4. 创业者个人特质

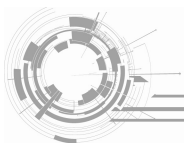
创业者的个人特质是创业者体现的个性特质，不同创业者之间人格特征的差异形成了创业者特质，这些个体特质对创业的成功与否起到关键作用，且这些个体特质是比较稳定的。根据研究表明，两项特质与成功的机会识别有关。第一是企业家的乐观精神。在感知所承担的高风险时，乐观主义在确定的环境和背景下更容易看到机会而不是威胁。第二种个人特质是创新。成功的创业者可以发现他人看不到的商业机会。

人们认为创业者与普通人的不同是，创业者具有创新精神和发散性思维，他们乐于挑战现有的状态，能够很好地承担相应的风险，他们更愿意在一种动态的环境中寻找自己的发展机遇。他们的这种性格有一定的稳定性，不会因为社会或

个人的发展而产生很大的变化。

5. 创造性

创造性是产生新奇或有用创意的过程。从某种程度上讲，机会识别是一个创造过程，是对现实需求的发现与想象。在日常生活中的奇闻趣事以及很多产品、服务和业务的形成过程中都能够看到创造性的具体体现。



创新创业·实践

忘了“现实世界”

“这在现实世界中完全行不通。”当你向人们介绍一个新创意时，人们总是这么说。

这个“现实世界”听起来如此令人沮丧，貌似所有的新创意、新提案以及外来概念总会在“现实世界”中碰壁。在这里，能够立于不败之地的都是那些人们耳熟能详、习以为常的事物，即使这些东西已经漏洞百出或陈腐低效。

撕开这个“现实世界”的遮盖布后，你会发现，栖居其中的人们都充满着悲观和绝望的情绪。他们期待看到新概念被斩落于马下，他们认为这个社会还没有准备好迎接变革，也无力引发变革。

更糟的是，他们想给其他人灌迷魂汤，让人们也陷进他们的坟墓里。如果你对未来充满期待并野心勃勃，他们就会试图说服你不要为不可能实现的想法去浪费时间。

不要相信他们。这个世界对于他们来说可能是“现实”的，但并不意味着你也要生活在这样的“现实”世界中。

我们了解这一点，因为我们的公司在很多方面就没有通过“现实世界”的测评。在“现实世界”中，你不可能让十几个员工分散在两个大洲的8个不同城市办公；在“现实世界”中，你不可能不靠任何销售人员或广告投放就赢得上百万的客户；在“现实世界”中，你不能将自己的成功秘诀透露给其他人。问题是这些我们都干了，并且干得轰轰烈烈。

“现实世界”并不存在，那只是个借口，只是某些人为了开脱自己的无所作为的借口，跟你一点关系也没有。

资料来源：贾森·弗里德，戴维·海涅迈尔·汉森. 重来[M]. 李瑜偲，译. 北京：中信出版社，2010: 11.

三、机会识别的发现观与建构观

对创业机会识别的方法主要分为两类，一类是通过调查分析发现创业机会，主要包括新眼光调查法、系统分析法、问题导向分析法及顾客建议法。另一类是通过主观创造来构建创业机会，如需求创造法、头脑风暴法。

(1) 新眼光调查法。新眼光调查法要求注重二级市场调查，即当你在阅读某人出版的作品或“发现”时，利用互联网搜索你需要的信息数据，阅读报纸、杂志、文章等进行调查。开展初级调查是通过与顾客、供应商、销售商的交谈和采访，直接与这个世界互动，了解正在发生什么以及将要发生什么。其次，要记录自己的想法。在这些调查中要学会问问题，通过获取的大量信息提高自己的敏锐度，从而获得许多看问题的新方法。

(2) 系统分析法。事实上很多机会都可以通过系统分析得到“发现”。人们可以从企业的宏观环境（政治、法律、技术、人口等）和微观环境（顾客、竞争对手、供应商等）的变化中发现机会。也可以分析人们生活态度的变化、价值观念的变化、道德观的变化等，这些也会对创业的市场需求产生影响，特别是那些与健康或环境质量等有密切关系的产品或服务。借助市场调研，从环境变化中发现机会，是机会发现的一般规律。

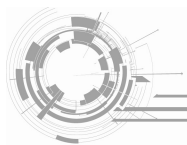
(3) 问题导向分析法。问题导向分析法即寻找个体或组织的需求和他们所面临的问题。需求和问题需要创业者自己去发现和识别，有些问题和需求可能很明确，但有些也可能很模糊。寻找能够有效满足需求和解决问题的办法有利于创业者发现机会。比如，以前的很多插排都存在这种问题，明明是五个相邻的五孔插座，插上一个插头之后，想插第二个就难了，偏偏就差这么几毫米。虽然面板上有一个两插和一个三插，理论上完全可以同时使用，但在现实中，同一时间只能用一个。针对这一问题，现在已经出现了用错开方式排列的插座。

(4) 顾客建议法。顾客建议法即从顾客的各种建议中发现机会。顾客的建议多种多样，他们常常能够发现产品或服务的缺陷，从而提出一些能够更好完善产品和服务的建议。一个新的机会可能会由顾客识别出来，因为他们知道自己想要什么。留意顾客的反馈，有助于你发现创业机会。

(5) 需求创造法。这种方法在新技术行业中最常见，它可能始于明显未满足的市场需求，从而积极探索相应的新技术和新知识，也可能始于一项新的技术发明，创业者进而积极探索新技术的商业价值。通过创造获得机会比其他任何方式的难度都大，风险也更高。但是如果能够成功，其回报也更大。这种情况下所产生的创新在对人类具有重大影响创新中，居于压倒性的主导地位。索尼公司开发随身听（Walkman）就是一个很好的例子。索尼公司觉察到人们希望随身携

带一个听音乐的设备，并利用公司微缩技术的核心能力从事项目研究，最终开发出划时代的产品——随身听，并取得了巨大的成功。

(6) 头脑风暴法。头脑风暴法即通过无限制的自由联想和讨论，产生大量的新观念或激发创新设想。进行头脑风暴的方法很多，可以是几个人即兴的讨论，也可以是有主持人引导的正式的头脑风暴会议。进行头脑风暴的目的就是使参与者畅所欲言，互相启发和激励，因此在进行头脑风暴会议时要遵守以下规则：禁止批评和评论；目标集中，追求提出设想的数量，越多越好；鼓励巧妙利用和完善他人的设想；主张独立思考，不允许私下交谈；提倡自由发言，畅所欲言，任意思考。在头脑风暴会议中得到的创意可以使创业者获得有效的创业机会。



创新创业·新知

创业机会的发现与建构

学术界对创业机会的起源与产生过程一直存在着不同的观点。大多数学者认为，创业机会存在于客观环境中，是被创业者发现出来的 (Shane, 2012)。创业机会的发现可以用来填补市场空白 (Kirzner, 1978)，达到市场的均衡 (Miller, 2007)。但也有学者认为，创业机会并非客观存在，也非先于创业者的意识，而是被创业者构建出来的。甚至有学者认为，创业机会的发现是机会构建的一个特例，而与之对立的学者则认为创业机会构建是机会发现的一个特例 (Alvarez et al., 2013)。

► 机会发现观

机会发现观认为，创业机会先于创业者的意识存在于客观环境中，由独具慧眼的创业者发现 (Shane, 2012)。例如，微软就是在大型计算机统治的时代识别与发现了小型机的市场机会。研究者认为，机会发现是基于客观存在论逻辑的，即创业者所经历的客观环境，都会在创业者身上留下创业印迹，而印迹会影响创业者在未来识别创业机会的能力。创业者发现创业机会的感知差异来自创业者所经历的环境。印迹赋予某些创业者发现他人忽略的创业机会的特殊想法和感知，因而造就了他们的想法与机会的连接。

► 机会建构观

机会建构观认为，并非所有的创业机会都是客观存在的，创业机会的出现不可能不依赖于创业者 (Alvarez & Barney, 2007)。创业机会出现的根本原因不是因为环境的外生性，而是由于创业者不断提高的实践能力以及创业者创造性想象的能力 (Sarason et al., 2006; Suddaby, Bruton & Si, 2015)。这体现出创业机会产生的“众迹”过程。研究者认为，创业机会并非一定预先存在并等待被发现，创业机会

可以通过创业者对社会环境、顾客和市场的迭代思考与理解来构建。例如，阿里巴巴通过“双11”购物节构建出的创业机会。

► 发现+构建观点

部分研究者认为，部分创业机会的产生兼有“发现”与“构建”两者的特征。在创业实践中，很多创业机会是被发现出来的，也是构建出来的，两者是相互作用的。例如，滴滴打车软件是发现了出租车市场存在尚未满足居民出行需求的创业机会，是借助移动互联网技术并结合市场特点与顾客需求构建出来的机会，来满足打车人群的需求以取得创业绩效的。

资料来源：斯晓夫，吴晓波，陈凌，邬爱其. 创业管理[M]. 杭州：浙江大学出版社，2016：76-79.

第三节 评价创业机会

一、基于创业者的评价

对于创业者来说，尽管发现了创业机会，但这并不意味着他要进行创业，因为机会并非适合每一个人，创业者在发现了创业机会之后首先要问自己的就是：这个机会是否适合自己，为什么是自己而不是其他人来开发这个机会。某些机会是有价值的，但是创业者可能因为自己的知识储备、资源、关系、技能等不足而放弃。

并非所有的机会都有足够大的价值潜力来填补为把握机会所付出的成本。为了把握机会，你可能需要放弃现有的工作机会，付出时间、精力以及与机会开发活动相关的成本。研究发现，创业活动的机会成本越高，所把握的创业机会的价值创造潜力也就越大，所创办的新企业成长潜力也越高。

创业活动是创业者与创业机会的结合，一方面是创业者识别并开发创业机会；另一方面，创业机会也在选择创业者。只有创业者与创业机会之间存在着合适的匹配关系时，创业活动才有可能发生，也更可能获得成功。

创业者需要对创业机会进行评价。创业者对机会的评价首先来自他们的初始判断，带有很大程度上的主观性，他们只是简单地进行假设与估计，这个过程可能非常短暂，但却非常重要，这是创业者发现创业机会之后是否做出创业决策的重要依据。有价值的创业机会往往具备吸引力、持续性、实时性的特征，并且会依附于为买者或终端用户创造或增加价值的产品、服务或业务。如果对每一个创业机会都进行全面的市场调查或研究，创业者有时很难把握住机会，因为有时机会稍纵即逝或已被其他创业者所利用。当然，在初始判断之后，进一步的创业行动还需要进行调查研究，从而对创业机会进行更深层次的评价。

二、基于系统分析的评价

系统分析评价类似于项目的可行性分析，可以帮助创业者分析其创意是否有继续发展成为一个企业的实际价值。但值得注意的是，创业者不可能按照框架中的所有指标对机会一一评价，因为创业活动本身就具有很高的不确定性，创业者往往只会选取其中的某些要素来判断创业机会的价值。

1. 蒂蒙斯创业机会评价指标体系

蒂蒙斯的创业机会评价框架，涉及行业和市场、经济因素、收获条件、竞争优势、管理团队、致命缺陷问题、个人标准、理想与现实的战略差异等八个方面的 53 项指标（见表 3-1）。通过定性或量化的方式，创业者可以利用这个体系模型对行业和市场问题、竞争优势、财务指标、管理团队和致命缺陷等做出判断，来评价一个创业机会的潜在价值。

表 3-1 蒂蒙斯创业机会评价指标体系

评价要素	评价指标
行业和市场	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场容易识别，可以带来持续收入 2. 顾客可以接受产品或服务，愿意为此付费 3. 产品的附加价值高 4. 产品对市场的影响力大 5. 将要开发的产品生命长久 6. 项目所在的行业是新兴行业，竞争不完善 7. 市场规模大，销售潜力达到 1000 万~10 亿元 8. 市场成长率在 30%~50%甚至更高 9. 现有厂商的生产能力几乎完全饱和 10. 在五年内能占据市场的领导地位，达到 20%以上 11. 拥有低成本的供货商，具有成本优势
经济因素	<ol style="list-style-type: none"> 1. 达到盈亏平衡点所需要的时间在 1.5~2 年 2. 盈亏平衡点不会逐渐提高 3. 投资回报率在 25%以上 4. 项目对资金的要求不是很大，能够获得融资 5. 销售额的年增长率高于 15% 6. 有良好的现金流量，能占到销售额的 20%~30% 7. 能获得持久的毛利，毛利率要达到 40%以上

续表

评价要素	评价指标
经济因素	<ol style="list-style-type: none"> 8. 能获得持久的税后利润, 税后利润率要超过 10% 9. 资产集中程度低 10. 运营资金不多, 需求量是逐渐增加的 11. 研究开发工作对资金的要求不高
收获条件	<ol style="list-style-type: none"> 1. 项目带来的附加价值具有较高的战略意义 2. 存在现有的或可预料的退出方式 3. 资本市场环境有利, 可以实现资本的流动
竞争优势	<ol style="list-style-type: none"> 1. 固定成本和可变成本低 2. 对成本、价格和销售的控制较高 3. 已经获得或可以获得对专利所有权的保护 4. 竞争对手尚未觉醒, 竞争较弱 5. 拥有专利或具有某种独占性 6. 拥有发展良好的网络关系, 容易获得合同 7. 拥有杰出的关键人员和管理团队
管理团队	<ol style="list-style-type: none"> 1. 创业者团队是一个优秀管理者的组合 2. 行业和技术经验达到了本行业内的最高水平 3. 管理团队的正直廉洁程度能达到最高水平 4. 管理团队知道自己缺乏哪方面的知识
致命缺陷问题	不存在任何致命的缺陷和问题
个人标准	<ol style="list-style-type: none"> 1. 个人目标与创业活动相符合 2. 创业家可以做到在有限的风险下实现成功 3. 创业家能接受薪水减少等损失 4. 创业家渴望进行创业这种生活方式, 而不只是为了赚大钱 5. 创业家可以承受适当的风险 6. 创业家在压力下状态依然良好
理性与现实的战略差异	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理想与现实的情况相吻合 2. 管理团队已经是最好的 3. 在客户服务管理方面有很好的服务理念 4. 所创办的事业顺应时代潮流 5. 所采取的技术具有突破性, 不存在许多替代品或竞争对手 6. 具备灵活的适应能力, 能快速地进行取舍 7. 始终在寻找新的机会

续表

评价要素	评价指标
理性与现实的战略差异	8. 定价与市场领先者几乎持平 9. 能够获得销售渠道, 或已经拥有现成的网络 10. 能够允许失败

在测试中, 两个基础假设需要被验证: 一是价值假设, 即测试产品或服务是否真的能够在消费者使用时向消费者传递价值; 二是成长假设, 即测试新的消费者如何发现一种产品或服务。目的是为了找到一个可重复和可升级的模型, 最为核心的环节在于成型制作以及对消费者接受度和产品可行性的现场检测。

2. 创业机会评价的定性原则

定性分析评价侧重于考虑该市场机会所必须具备的成功条件, 创业者拥有的优势以及机会是否符合创业者的方向和目标。创业机会定性评价有 5 个基本问题:

(1) 机会的大小、存在的时间跨度和随时间成长的速度。

(2) 潜在的利润是否足够弥补资本、时间和机会成本的投资而带来令人满意的收益。

(3) 机会是否开辟了额外的扩张、多样化或综合的商业机会选择。

(4) 在可能的障碍面前, 收益是否会持久。

(5) 产品或服务是否真正满足了顾客真实的需求。

创业机会定性评价通常依据这五项基本标准:

(1) 机会对产品有明确界定的市场需求, 推出的时机也是恰当的。

(2) 投资的项目必须能够维持持久的竞争优势。

(3) 投资必须具有一定程度的高回报, 从而允许一些投资中的失误。

(4) 创业者和机会之间必须互相合适。

(5) 机会中不存在致命的缺陷。

创业机会定性评价, 通常可分为以下 5 个环节:

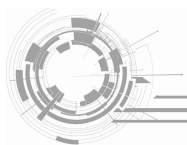
(1) 判断新产品或服务将如何为购买者创造价值, 判断新产品或服务使用的潜在障碍, 如何克服这些障碍, 根据对产品和市场认可度的分析, 得出新产品的潜在需求、早期使用者的行为特征、产品达到创造收益的预期时间。

(2) 分析产品在目标市场投放的技术风险、财务风险和竞争风险, 进行机会窗口分析。

(3) 在产品的制造过程中是否能保证足够的生产批量和可以接受的产品质量。

(4) 估算新产品项目的初始投资额, 以及使用何种融资渠道。

(5) 在更大的范围内考虑风险的程度, 以及如何控制和管理那些风险因素。



创新创业·实践

增强机会识别的实践技能

现有研究指出，存在一些有益于增强机会识别的实践技能。主要包括以下几个方面：

➤ 构建深厚的知识基础

识别机会的能力如同创造力一样，在很大程度上依赖于你在管理中需要多少信息（知识）。拥有的信息越多，就越有可能先于别人识别构成机会的联结点 and 模式。无论什么时候，学习你能学到的任何事，结果将是机会识别能力的提高。

➤ 将知识组织起来

组织起来的知识比没有组织起来的知识更 useful。这也就是说，当我们获得了新知识，就应该积极地去寻找与之相关的原有知识。这样新旧知识的联系就清晰地成为了焦点。以这种方式联系和组织的信息比那些没有组织的信息要更易记忆和利用。

➤ 拓宽获取信息的渠道

一般情况下，接受的与潜在机会相关的信息越多，就越有可能在机会刚刚出现时就发现它们。你可以通过从事“前沿”的工作（例如研发和市场营销工作），或者构建一个巨大的社交网络，或者通过拥有丰富多样的工作和生活经历来获取信息。

➤ 在已有知识中创造联系

研究结果显示，知识结构的内在联系越多，其中的信息就越容易结合起来发展出新模式。这表明，将存储在记忆中的信息同其他认知系统建立联系是有用的策略。建立这种联系的是一种被称为深度处理的方法——积极思考信息及相互间的联系。这点很容易做到，其结果可能会提高识别未来机会的能力。

➤ 训练你的实践技能

创业者有时候被人批评为“梦想家”——想得太多而脱离现实的人。事实上，情况并非如此，他们通常都是实践技能很强的人，具有解决日常生活中各种问题的能力。实践技能绝不是固定不变的，它可以培养。提高实践技能最好的方法就是：不要接受按思维定式想出的问题解决方案。这样会使实践技能得到提高，进而提高识别机会的能力。

➤ 用对错误警觉的担忧，缓和对“命中目标”的渴望

很久以来，创业者就被认为是乐观主义者，他们比其他人遭受了更多因乐观偏见造成的痛苦（例如，即使在没有预期的合理根据时，他们依然相信好结果会出现）。事实上，这种观点也有好的一面。这意味着创业者不仅要关注由“命中

目标”（识别到真正存在的创业机会）带来的潜在收益，也要关注由于错误警觉（实际上不存在的机会）形成的毁灭性代价。换句话说，如果想成为成功的创业者，在识别机会时，就必须同乐观偏见作斗争，避免潜在的危险陷阱——虚假的机会。

资料来源：罗伯特 A·巴隆，斯科特 A·谢恩. 创业管理基于过程的观点[M]. 张玉利，谭新生，陈立新，译. 北京：机械工业出版社，2007: 46

本章小结

创业机会是未明确的市场需求或未得到充分利用的资源或能力，是一组有利于创造新产品、新服务或新需求的环境因素，是可以通过创造性的资源组合满足市场需求并创造价值的可能性。有价值的创业机会常常具备四个特征：具有吸引力、持续性、实时性和依附于为买者或终端用户创造或增加价值的产品、服务或业务。创业者可以从环境变化（如政治经济社会等）中观察趋势，获得创业机会，也可以从发现现存问题并寻找解决办法或进一步的市场细分中发掘机会。

创业机会识别可以分为准备、孵化、洞察、评估及精炼五个阶段。创业者的先前经验、创业警觉性、社会网络、个人特质以及信息资源处理能力都会影响到其对创业机会的识别。

对于创业者来说，尽管发现了创业机会，但并不一定要进行创业活动，因为机会并非适合每一个人，并非所有的机会都有足够大的价值潜力来填补为把握机会所付出的成本。创业活动是创业者与创业机会的结合，一方面创业者识别并开发创业机会；另一方面创业机会也在选择创业者。创业者在对创业机会进行初始判断之后，还需要进行调查进行研究进行系统的分析评价。

关键概念

创业机会 机会窗口 机会识别 创业警觉性 机会评价

复习思考题

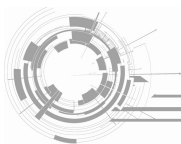
1. 机会与创意存在什么区别？
2. 有价值的创业机会具有哪些特征？
3. 人们一般可通过哪些方式发现创业机会？
4. 哪些因素会影响识别创业机会？
5. 哪些个性特征有助于创业者识别创业机会？

6. 创业机会适合每一个人吗？如何评价创业机会？

实践训练

1. 请选择一个你熟悉或感兴趣的活动及场景，基于问题分析与活动及场景相关的问题，在此基础上提出 1~2 个创业机会。

2. 以小组为单位，列出 2~3 个值得关注的趋势。针对每一个趋势，请至少提出两个已经出现的、与之相关的新产品创意。在此基础上针对每一个趋势提出 1~2 个创业机会，并分析这些趋势将如何继续影响创业机会形成、新产品创意开发。



扩展阅读

创造力

“心流”理论提出者、积极心理学奠基人、创造力（Creativity）研究专家米哈里·希斯赞特米哈伊（Mihaly Csikszentmihalyi）认为，创造力是人类生活意义的核心来源。人类生活中大多数有趣的、重要的、人性化的事情都是由创造力引发的结果。当人们深入创造性活动中时，会觉得比其他时候过得更充实。在《创造力》一书中，米哈里指出，将创造力视为某些特殊人物头脑中产生的洞见是具有误导性的想法。创造力来自其构成系统的三个要素之间的互动：包含符号规则的文化，给某个领域带来创新的人，该领域中被认可、能证实创新能力的专家。这里的“包含符号规则的文化”可以视为包括一套符号规则和程序的某个特定领域，如数学、音乐等，这些领域存在于我们所说的文化中，即特定团体或整个人类所共享的符号知识。创造力的发生过程是这样的：一个人使用某个领域（例如音乐、工程、商业或数学）的已有知识，产生了一个新观念或看到了一种新形式，而这种创新被该领域的专家接受、认可，成为该领域的新知识。按照这一逻辑，米哈里提出，创造力是指改变现有领域或将创造一个新领域的任何观念、行动或事物。富有创造力的人就是指其思想或行为改变了一个领域或创建了一个新领域的人。

1. 富有创造力人士的 10 对明显对立的性格

基于一项持续 5 年、对 91 位富有创造力的人士调查基础上，米哈里指出，复杂是创新者的特性。富有创造力的人士身上存在着 10 对明显对立的性格。

➤ 富有创造力的个体通常体力充沛，但也会经常沉默不语、静止不动。

- 富有创造力的人很聪明事故，但有时也很天真。
- 富有创造力的人是玩乐与守纪律或负责与不负责的结合。
- 富有创造力的个体可以在想象、幻想与牢固的现实感之间转换。
- 富有创造力的人似乎兼容了内向与外向这两种相反的性格倾向。
- 富有创造力的个体非常谦逊，同时又很骄傲。
- 富有创造力的个体具有双性性格倾向。研究结果显示，富有创造力的女孩比其他女孩更坚强、更有影响力，而富有创造力的男孩比其他男孩更敏感、更少侵略性。
- 富有创造力的人通常被认为是反叛的、独立的。
- 大多数富有创造力的人对自己的工作充满了热情，但他们同样会非常客观地看待工作。
- 富有创造力的人的坦率与敏感使他们既感到痛苦煎熬，又享受着巨大的喜悦。

2. 提升个体创造力的几个方法

米哈里提出，提升个体创造力可以从以下几个方面着手。

(1) 获得创造性能量

从有创造性地使用心智能量的角度看，人与人之间最基本的不同也许在于他们把多少可以自由支配的注意力留给了创新。在大多数情况下，人们被外部必须要做的事情限制了注意力。我们不能指望一个打两份工的男性或一位有孩子的职业女性能留出很多心智能量来学习某个领域的知识，更不要说在该领域中做出创新了。

① 好奇心与兴趣

走向更富创造力的生活的第一步是培养好奇心和兴趣。

- 每天都设法为什么事情而感到惊奇；
- 每天设法让至少一个人感到吃惊；
- 把每天让你感到吃惊的事情和你让他人感到吃惊的方式都写下来；
- 当某件事点燃了你的兴趣火花时，一定要跟住它。

② 发掘日常生活中的心流

除非我们学会享受好奇，否则好奇心的重生不会持续很长时间。当我们学会使用潜在的创造性能量，由它产生出自身内在的力量，以保持注意力的集中时，我们不仅能避免沮丧，而且能提高我们关注世界的能力。

- 每天早上怀着明确的目标醒来；
- 如果某件事情你做得很好，那么它会变得有趣；
- 为了能够持续感到乐趣，你需要增加事情的复杂性。

③ 习惯的力量

当创造性能量被唤醒后，我们必须保护它，防止分心，以及外界的诱惑与干扰。

我们可以根据自己的优势，利用组织时间、空间及行为的技术来对抗生活的损耗。这意味着我们要做出节省时间的日程安排，避免分心；安排好周围环境，集中注意力；削减没有意义的义务，汲取心理能量，将其投入到你真正在意的事情上。

(2) 内在特点

在学会释放出令人惊叹与敬畏的创造性能量，然后学会通过管理时间、空间和活动来保护它之后，接下来的步骤是尽可能多地将这些支持性的结构内化到你的人格中。

每一个想充分实现自己潜能的人、每一个想参与意识进化的人，都可以把更复杂的人格作为自己的目标。为了这样做，我们需要以对生命奇迹的好奇与敬畏为背景，探索并加强目前自身所缺乏的特点，学会从开放转变为封闭。复杂的理念可以让我们更深入地理解为什么实现这一目标很重要。通过充分表达我们能够表达的想法，我们便能获得创造未来的能量。

(3) 运用创造性能量

3. 以新颖方式解决日常生活中的问题

我们要思考什么类型的心智操作能够促进人们以新颖方式解决日常生活领域中的问题。

(1) 发现问题

在日常生活中，发现问题很重要，因为它有助于我们去关注会影响到我们体验的问题，否则这些问题就会不了了之。

- 换一种方式来表达令你感动的事情；
- 从尽可能多的视角来看问题；
- 找出问题的含义；
- 实施解决方案。

(2) 使用发散性思维

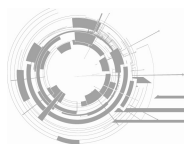
发散性思维对创造力很重要。头脑风暴是激发发散性思维的常用方法。

- 想出尽可能多的点子；
- 尽可能多地想出不同的点子；
- 试着提出看上去不太可能实现的点子。

(3) 选择特殊的领域

几乎没有人事先就知道我们和哪些领域特别有缘。尝试尽可能多的领域很重要。从你喜欢的事情开始，然后转移到相关的领域。最终你会找到一个或多个符合你兴趣的领域，以及一件或多件你喜欢做并能拓展你的生活的事情。当学习在一个领域中从事活动时，你的生活当然会变得更富创造力。

资料来源：米哈里·西斯赞特米哈伊. 创造力[M]. 黄珏苹, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2015.



章后案例

映客直播的创立与发展

1997年，奉佑生毕业后的第一份工作是在湖南做公务员。一段时间之后，他发现，这并非是他想要的生活，于是他最终选择了离开。但是，这短短的公务员工作经历，却给他此后的创业带来了许多经验。

2000年，他前往广州创业，在创业这条道路上，奉佑生一直在不断地探索和尝试。他先是做ERP系统开发，后又辗转到了A8音乐，他先后做出了开心听和多米音乐等互联网产品。做了几年的音乐软件，奉佑生也没有等来真正的付费音乐时代，他意识到是时候换个方向了。

2014年，奉佑生意识到直播软件的巨大潜力，在多米音乐内部孵化出了第一个音频直播产品——蜜live。那时，奉佑生从视频直播社交中看到了价值。当时的他面临两种选择：一种是从蜜live的音频直播软件中修改而来，另一种则是直接做直播。最终他选择了后者，这就相当于是白手起家。但奉佑生敢于冒险，他希望做出来的产品纯粹、简单，没有历史包袱。在开始做移动端直播时，他本人坦言，直播概念的爆发是因为王思聪一条置顶在17软件（某直播应用软件）上的微博，后来，17软件因为管理问题下架，在大众需要另一个直播出口时，映客的存在无疑吸收了许多17软件留下来的“红利”。奉佑生从一开始就避免出现涉黄问题，这也成为映客在强监管中坚挺的原因，他对此解释道：“我当过公务员，跟政府机关打交道比较久，我知道政策的底线。”

2015年，映客——一款全新的实时直播媒体上线，该应用最明显的两个特色就是全民直播和绿色直播。映客主打素人直播理念，开创“全民直播”的先河。用户只需拿出手机，打开映客即可一键直播，让全平台的用户随时随地观看，点赞聊天，开启直播社交新模式。更可以通过分享到朋友圈、微博、微信来邀请好友观看直播，尽情释放属于自己的精彩。奉佑生提到，自己是湖南人，湖南人最擅于设计社交产品。“湖南属于山区，很多人从小都是在深山里出生、在泥巴里打滚长大，深山里的人没见过世面，很多时候都在独自品尝孤独。”他说自己是一个比较宅、不善社交的人，但越宅的人，越有可能做出好的社交产品，因为他最懂什么是孤独，而越是“社交大王”，越可能做不出好的社交产品。其次，映客直播始终坚持创新、绿色、健康、时尚的运营理念，始终为加强平台规范而努力，严守法律法规，遵守安全底线。映客平台积极配合国家相关部门的行业监管，自觉维护行业声誉，抵制行业不正当竞争，并实现互帮互助、共通有无，将直播产业

做大，使整个直播行业向健康有序、良性可持续发展的方向发展。

得益于此，映客在众多的移动直播平台中杀出重围，用户量大增，还多次在 App store（应用商店）畅销榜和免费榜上冲至榜首，并获得了投资量第一的好成绩，仅用了不到一年的时间，用户量便高达一亿，获得了“直播之王”的美誉。2018年7月12日，映客直播正式登陆港股，成为了港股的娱乐直播第一股。

关于未来，奉佑生表示，在未来的三到五年，中国会有一个大的社会形态的变化，也就是城市群的变化，省会城市的人口是在净流入的，而且都是年轻人净流入，净流入的人都是县级和市级的年轻人，也包括北上广深部分人回流到省会城市。奉佑生也谈到人是情感性动物，更需要情感上的陪伴和交流，映客通过直播这种产品，主要是解决陪伴问题：无论你身在地球上的任何地方，总有一个人在陪伴你。奉佑生相信视频直播会改变中国社交的格局，“所谓的娱乐和消费都在手机上，现在看来视频社交可以更好地满足“90”后群体的社交诉求。我希望映客直播可以成为继微博、微信后的第三代社交平台。”奉佑生如是说。

【讨论题】

1. 结合案例，你认为映客的创始人奉佑生是如何识别到创业机会的？
2. 哪些因素影响了奉佑生对于机会的选择？
3. 结合案例，你认为未来的中国将会有有什么变化趋势？可能存在哪些创业机会？