

# 第3章 新型创业



## 学习目标

知识目标：理解企业、数字创业、“互联网+”创业、公益创业的概念，掌握数字时代的变革逻辑、“互联网+”商业模式、大学生公益创业具体形态。

能力目标：能在数字创业、“互联网+”创业趋势中把握创新创业机会，能综合运用互联网思维，提升创新商业模式的能力及新型创业的能力。

素养目标：具备数字时代的前瞻性和公益创业意识，增强新型创业过程中的社会责任感。



## 开章案例

### 新型创新创业

数字创业的领域非常广泛，涵盖了互联网、软件开发、电子商务、人工智能等多个方面。越来越多的大学生或年轻人利用数字技术在不同创业领域努力创新，并取得了一定成果。

#### 一、数字康养项目

唐明瑜，曾就读于南京某高校国际经济与贸易专业，其在校期间创办的南京华致网络科技有限公司于2023年荣获“国家级科技型中小企业”称号，并带动了十余名大学生就业。

说起公司目前正在从事的数字康养项目，唐明瑜如数家珍。“真正锁定康养产业，走数字经济这条路源于学校老师的推荐。大二暑假，学校推荐我参加江苏省科学技术协会主办的‘海峡两岸暨港澳青年创新创业训练营’。在那里，我们的‘数字技术赋能网络快速生命通道’项目不仅收获了创业大赛二等奖，而且得到了导师们的肯定。目前我们公司的数字康养业务主要是运用数据库和AI技术，为康养产业提供数据分析服务和AI智能康养平台。简单来说，该业务就是通过软件系统采集并监测老人们的智能床垫、手环等硬件设备的数据。如果数据异常，我们会及时反馈给养老院的工作人员，起到健康预警作用。我们还运用AI技术收集老人们的病史、体检报告等数据，在分析后推荐给营养师、护理师，大大提升了康养护理人员的诊断效率，降低了误诊率。”

据悉，该项目已成功落地江苏一家大型高端养老院，并获得授权实用新型专利2项和软件著作权14项。唐明瑜对公司未来的发展充满信心，他将努力运用AI智能康养平台为传统康养行业提供“更快、更准、更智能”的数据分析服务。

#### 二、工业边缘网关项目

李思莹，曾就读于浙江某高校网络与新媒体专业，是“工业魔合”项目的负责人，新型工

业边缘网关正是她和团队研发出来的产品。从大一开始关注到正式研发，在不到三年的时间里，李思莹及其团队便成立了杭州魔合数字技术有限公司，搭建了数字孪生平台并升级了相关算法。他们的项目在开展市场推广时，得到了海康威视部分产线的验证和试用，同时获得了业界的高度评价。

受家庭影响和自身兴趣引导，李思莹在高中时期就为自己的故事埋下了伏笔。上大学后，随着知识储备的丰富与经验的积累，李思莹发现中国数字孪生市场规模随工业网关市场规模一起扩大，其发展前景广阔。与此同时，当时仪器仪表行业存在采集效率低、数据安全性差、用户体验感差等问题，于是李思莹萌生了利用数字孪生平台打造一个新型工业边缘网关来解决目前行业问题的想法。李思莹成立项目小组并建立校企实践合作实训基地，潜心研发“工业魔合”项目。其团队实地走访了50余家知名企业、实验室，收集了200多条产品需求反馈，优化改良了2种算法，绘制了2000余幅垂直行业SVG图。其采用特定算法提高了访问效率并减少了产线负担，还首创了弯道二维碰撞测算法，实现了降本、提质、增效，配置了丰富的矢量图源和模型。2023年，李思莹的“工业魔合”项目得到了多家企业严格的市场验证，并获得天使投资300万元。同年，李思莹及其团队创立了杭州魔合数字技术有限公司。为了能更好地拓宽市场并发挥产品的功能，李思莹及其团队将工业网关应用于化工危害废料回收线生产监控，助力“数字孪生+自动机械臂”独立操作，实现高危企业自主可控，保障国家安全。

据悉，李思莹及其团队以数字孪生平台搭建的工业网关项目已获专利2项、软著3项，并发表论文3篇，其成立的公司已与多家公司达成合作意向。谈到对“工业魔合”项目未来的发展，李思莹表示希望在短中期发展中完善数字孪生产业体系。“我们致力于扎根行业，赋能数字经济，使其安全可控！”李思莹坚定地表示。

（资料来源：网络资料）

#### 请思考：

数字创业通常需要跨学科的综合能力，请你结合案例和自身实际，谈谈如何开展数字创业。

## 3.1 认识企业

### 3.1.1 企业含义

企业的英文是 Enterprise。在其广义概念里，Enterprise 是一个被转化为计划并实施的想法或主意；在其狭义概念里，它是指冒险的生意活动。事实上，从广义上说，任何项目或事业，只要有“想法”“计划”“执行”“活动”“回报”这五个步骤，就可以被称为 Enterprise。

在生活中，无论在什么时候、做什么事情，或处理什么问题，只要系统地遵循了以上五个步骤，那就可以成长为一个有企业精神（Enterprising）的人。在理解上述概念后，就会明白很多人都可以是富有企业精神，可以创办自己的企业的。一个富有企业精神的人，任何时候都能够以积极的态度面对和处理在日常生活中遇到的挑战和问题。一个人是否具有企业精神，

关键看他（她）对待问题时的态度和处理问题时的方法。

一般来说，企业精神可以给人带来很多好处，有助于一个人成为家庭、团队、工作及社交、生活圈子里有价值 and 较重要的人物。可以肯定地说，企业精神可以使人获得很多东西，如积极的态度和处理问题时系统、有条理的方法，容易使人变得与众不同。积极进取的态度和方法使人无论身处何种环境，都明白应该做什么和应该怎么做。这种态度和方法会使人变得勇于面对生活中的困难和挑战，并能够把它们转化为积极的成果。

企业包括以下含义。

### 1. 精力

在创业过程中，努力工作（当然，要用聪明的方式工作）是至关重要的。为了成功地实现计划，为面临的挑战和问题寻找解决办法，创业者必须付出大量的体力和脑力。创业者保持旺盛的精力，需要刺激大脑及与视觉、听觉、触觉、嗅觉和味觉等对应的各感觉器官，让它们始终保持敏锐的状态，以保证创业者在任何情况下都能确切地知道应该做什么。创业者还需要有健康的身体和正常的体重，这可以通过适当的节食和运动来实现。

### 2. 完成任务的需求

创业者要有获得成功的欲望和完成任务的决心。无论做什么事情，积极的态度和对任务的把握都有利于取得比较满意的结果，它们会使创业者更加努力工作。

### 3. 任务导向

创业者要相信只有很好地执行并按时完成任务，才会获得满意的回报。要想顺利完成任务，创业者必须注意工作效率，并且要管理好时间。对结果的关注有助于创业者把精力集中在要做的事情上。

### 4. 换位思考

创业者要进行换位思考，体会他人的感受，还要善于站在他人的立场上思考和分析问题。创业者如果身在企业中，就要善于体会潜在顾客的感受和想法。

### 5. 足智多谋

创业者要能领导好团队，在工作中为他人提供必要的指导，这是企业管理者必须具备的素质。创业者要善于把握问题，动员并有效利用完成任务所需的各类资源，这些在任何事业中都是非常重要的。

### 6. 计划

创业者有必要做一个书面的计划，回答为什么建立这个企业、需要做什么事情及如何做、谁来做、何时完成等问题，以便把握整体情况。这样做有助于进一步明确形势，做出正确决策。企业能否盈利、是否会亏损，都要通过计划才能知道。

### 7. 承担风险

无论干什么事情、开展什么活动，创业者都必须承担相应的风险。有企业精神的人会在调查研究之后根据风险做出决策，因此他们通常会取得最终的成功并得到回报。

## 8. 创新

创新能力是企业精神的重要体现，拥有创新能力的人往往能在创业过程中另辟蹊径。无论身处何种环境，个人的积极性、想象力、直觉和洞察力总能改变一些事情，也总能找出做事情的方法。信息是创新的基础，有企业精神的人都非常重视各类信息，他们对信息非常敏感，并擅长进行信息搜集、整理和研究工作。

## 9. 技能

具有企业精神的人都有执行并完成任务的技能。创业者要善于评估自己的技能水平，并分析怎样才能更好地将技能应用于工作之中。

## 10. 坚持

创办一个企业面临许许多多的困难和挑战。面对前进道路上的诸多挑战，为了所创办的企业获得其期望的回报，创业者需要做到持之以恒。为了应对各种可能遇到的挑战，创业者必须具备忍耐、坚持和自信等品质。

### 3.1.2 企业类型

企业是指一切从事生产流通或服务性活动的营利性经济组织，是为满足社会需要，进行自主经营、自负盈亏，实行独立核算并具有法人资格的基本经济单位，也是国民经济的基本单位。目前，因划分企业的标准不同，我国企业的类型有所不同，具体如下。

(1) 按照企业财产组织方式划分，有独资企业、合伙企业、公司企业。

(2) 按照企业组织形式划分，有公司企业和非公司企业。公司企业又分为有限责任公司和股份有限公司，其中有限责任公司包括独资公司，股份有限公司包括上市公司和非上市公司。

(3) 按照企业所有制形式划分，有全民所有制企业、集体所有制企业、外商投资企业（包括中外合资经营企业、中外合作经营企业和外商独资企业）及私营企业。

(4) 按照企业再生产过程中的职能划分，有工业企业、商业企业、建筑企业、金融企业等。

在公司企业登记过程中，企业类型是按照资本构成和责任形式划分的，即按组织形式划分；在非公司企业登记过程中，企业类型是按经济性质划分的。

2011年7月，工业和信息化部网站上公布了《关于中小企业划型标准的规定（送审稿）》，首次增加了微型企业标准，将中小企业划分为中型、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。2017年12月，国家统计局印发了《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》（国统字〔2017〕213号）。

### 3.1.3 小微企业内涵

#### 1. 小微企业的概念及特点

小微企业是小型企业、微型企业、家庭作坊式企业的统称，具有规模较小、经营灵活、

创新性强和分布广泛的特点。小微企业是国民经济的重要组成部分，它们通常具有以下四个特点。

(1) 规模较小。与大型企业相比，小微企业的员工数量、资产规模和营业收入都相对处于劣势。

(2) 灵活经营。小微企业能够快速适应市场变化，具有较强的灵活性和适应性。

(3) 创新性强。由于规模较小，小微企业更容易进行创新尝试，具有较强的创新潜力。

(4) 分布广泛。小微企业涵盖了各行业和领域，具有很强的地域性。

此外，在统计和政策适用中，个体工商户参照小微企业标准管理，法律上不属于企业。个体工商户通常不具有独立的法人资格，但它们在促进就业、推动经济增长和社会发展方面发挥着重要作用。政府通过实施小微企业、个体工商户起征点政策及小型微利企业所得税减半征收政策等措施，为它们的发展提供政策支持，减轻它们的税收负担，促进其健康发展。

### 2. 小微企业的优势和劣势

小微企业的优势主要表现在如下几点。

(1) 个别接触。消费者通常为人性化服务支付额外的费用。事实上，在许多行业，产品和价格方面的差别很小，人的因素已经成为主要的竞争优势。

(2) 较强动力。小微企业成败的关键通常在于企业主本人，他们工作比较努力、工作时间长，投入的个人精力较多。与薪金和红利对大企业员工的意义相比，小微企业的盈亏对于企业主的意义要大得多。

(3) 较强灵活性。小微企业的一个主要竞争优势是机动灵活。面对竞争环境的变化，小微企业能快速做出反应。小微企业的沟通路径短，产品线单一，工厂和仓库就在市场附近，因此可以迅速发现问题、抓住机会并做出适当的调整和实践。

(4) 较少官僚性。对于大企业的管理者来说，把握企业全局较为困难，这就是所谓的“管理短视”。“管理短视”会造成多余的行为产生，并导致管理失效。在小微企业里，了解全部的问题相对比较容易，企业主可以快速做出决策，而且容易核查执行情况。

(5) 不招摇。由于不太引人注目，小微企业在尝试新的销售策略或推出新产品时，不会引起过多的不良反应甚至反对声音，而大企业要持续不断地面对控制权争斗、反托拉斯法和政策规定等，因而大企业的变化和调整比较困难。

小微企业的劣势主要体现在如下几点。

(1) 资金局限。小微企业常常会遇到资金问题，尤其是在扩张的时候更是如此。在向银行申请贷款时，大企业往往因其规模和实力受到优待，小微企业却并非如此。小微企业一般很难拥有实力雄厚的大企业所具有的信用评级。另外，等待市场接受企业产品的过程，通常是小企业要度过的艰难时期。

(2) 员工激励问题。对于相同的职位，小微企业能为员工提供的工资、福利、机会及地位，通常无法与大公司相比，因此小微企业对优秀员工的吸引力较差。小微企业经营者由于必须集中精力应对企业的日常事务，往往没有足够的时间去考虑企业的发展目标等重要问题。

(3) 直接成本较高。由于小微企业在进货时很难享受到与大企业一样的优惠价格，且没有大企业的规模经济效益，所以其产品的单位成本通常较高（其间接成本有时或许能低一些）。

(4) 所有的鸡蛋都放在一个篮子里。一个多元化的大公司在某类业务失败后，仍然可以屹立不倒。然而，产品线单一的小微企业却并非如此。新产品的不对路、某个市场的突然受挫或者某个老产品过时，都可能会使小微企业遭受重大打击。

(5) 缺少信誉。公众接受大企业的产品是因为其品牌令人信服。而小微企业每推出一个新产品或进入一个新的市场都必须做出巨大的努力去证明其品牌信誉，它的声誉和以往的成功很难发挥重要作用。

## 3.2 数字创业

### 3.2.1 数字创业理解

党的二十大报告强调，要加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。党的二十届三中全会对数字经济做出了一系列重要部署。

#### 1. 世界各国的数字化路径

世界各国高度重视数字化进程。美国在信息技术领域的基础性研究、应用型专利、技术的商业转化能力等全球领先；德国、日本在工业互联网、物联网产品开发和应用领域具有领先优势；中国、印度等新兴市场国家的数字消费和数字化应用日渐普及且发展迅猛。整体上看，中国的东海岸和美国的西海岸，集聚了全球知名数字领先企业，引领着传统产业的重构，成为数字世界的重心。

由顶尖企业支持并成立的美国工业互联网联盟（Industrial Internet Consortium, IIC），促进了各行业互联网应用水平的提升。德国和日本制造业的顶尖企业纷纷加入 IIC。另外，日本成立的神户航空宇宙产业集群、东京都町工厂高度化项目、柏崎 NII DOCOMO 引领推动的智能工业城市建设等都是推动数字化进程的试点试验。

日本政府连续几年发布振兴战略，推动数字连接，努力推进制造业服务化和智能化进程。德国和日本签署《汉诺威宣言》，旨在推动两国在安全、技术标准、数据自由、企业合作、共享研发、人才培养、汽车及通信等领域的广泛合作。

#### 2. 引领全球的新零售实践

中国是全世界最具代表性的新零售创新国家，拥有超过 6 亿的数字化消费者。中国零售业在经历了电商时代之后逐步进入新零售时代。数字化手段和大数据工具将研发、设计、制造等环节卷入数字化进程，推动消费者各类消费过程场景化，形成一系列强关系的场景数据；推动电商时代的零售、物流等流量人口和服务环节的竞争步入全产业链竞争；推动资源配置的状态优化和效率提升。

以阿里巴巴、京东等为代表的数字原生企业围绕商品、品牌、营销、销售等建设线上线下场景，推出天天特卖、天猫小区、淘鲜达等线上新场景，开设盒马鲜生、京东超市、京东小店等线下新场景。同时，对接 6 亿消费者的大数据和数字智能技术形成淘宝企业服务平台、客服云 SaaS 交易管理平台、天猫新品创新中心、天猫小黑盒、阿里仿真系统等智能产品和服务，

帮助 B 端商户提高服务消费者的能力和效率。

同时，数字原生企业与品牌商家开展广泛合作，帮助商家开展 C2B（消费者到企业）定制服务，开发自有品牌，实施多种形式的品牌计划，提供品牌所需的各种工具和解决方案，助力商家打造爆品，壮大品牌商自有流量池，沉淀品牌数字资产。上述服务都类似于阿里巴巴提出的推动生产要素在线化和数字化的商业操作系统。这个系统至少包括品牌、商品、销售、营销、渠道、制造、服务、金融、物流供应链、组织、信息技术等商业要素。

传统企业陆续被卷入数字化进程。传统零售企业是数字化转型的急先锋，苏宁、国美、永辉等零售企业纷纷进入新零售 2.0 或 3.0 时代，根据线上数据优化线下场景，构建统一的底层数据库体系。传统制造业企业围绕营销推广、渠道升级、品牌建设、生产制造、研发设计等对接数据银行，开展消费洞察、销售仿真、品牌升级、C2B 研发、数字化生产等活动，推动产业结构渐进升级。

### 3.2.2 数字时代变革逻辑

硬件提供商、数字化产品运营商、数据平台、媒体都是数据生产要素的建构者。数据生产要素的作用发挥需要形成“任意对象和信息的数字化”“任意信息的普遍连接”“海量信息的存储和计算”的一般性生产技术条件；需要把规律、模型、算法、代码、软件结合起来，用数字世界连接物理世界和意识世界。

#### 1. 数据生产要素重构资源配置的逻辑

高流动性数据生产要素重构资源配置存在如下三个逻辑。

一是赢家通吃。声誉、口碑、信用等数据生产要素具有高流动性，其广泛传播、持续积累的零边际成本，使得赢家不断从一个胜利走向另一个胜利。传统的工业经济范式下的规模经济、范围经济受制于硬件设施、厂房设备、地理空间等，并且随着企业规模扩大，其边际成本快速增加，形成确定性规模空间。数据生产要素整合资源的过程符合赢家通吃的逻辑，有限的要素可以指导生产、销售、零售、物流等环节，推动智慧生产、智慧营销、智慧零售、智慧供应链等的发展。

二是跨界竞争。场景化有助于形成一系列强关系的多维数据，但同样的数据更需要多维度解读。一系列强关系的多维数据有助于消费者画像、产业链素描和生态系统全景鸟瞰。新零售数据比消费者更了解消费者，可以帮助卖场建构消费场景，也可以帮助零售商开展精准的营销推广、品牌形象设计和塑造。全景数字化的建构有助于加快工业 4.0 的步伐。

三是长尾市场。数字化消费者市场的快速发展，尤其是商家与客户的实时互动、消费者权利的提高，以及围绕消费者的各种技术创新，推动了 C2B 快速发展。C2B 对传统工业时代的颠覆使商业网络从传统的供应链走向网络系统。

#### 2. 大数据时代的资源配置

在数据生产要素重构资源配置的赢家通吃、跨界竞争、长尾市场的逻辑下，隐含着个体消费者、个体厂商和中间组织的专业化发展，暗示着实体多维空间的场景化改进，推动着漫无边际的平台化进程，具体如图 3-1 所示。

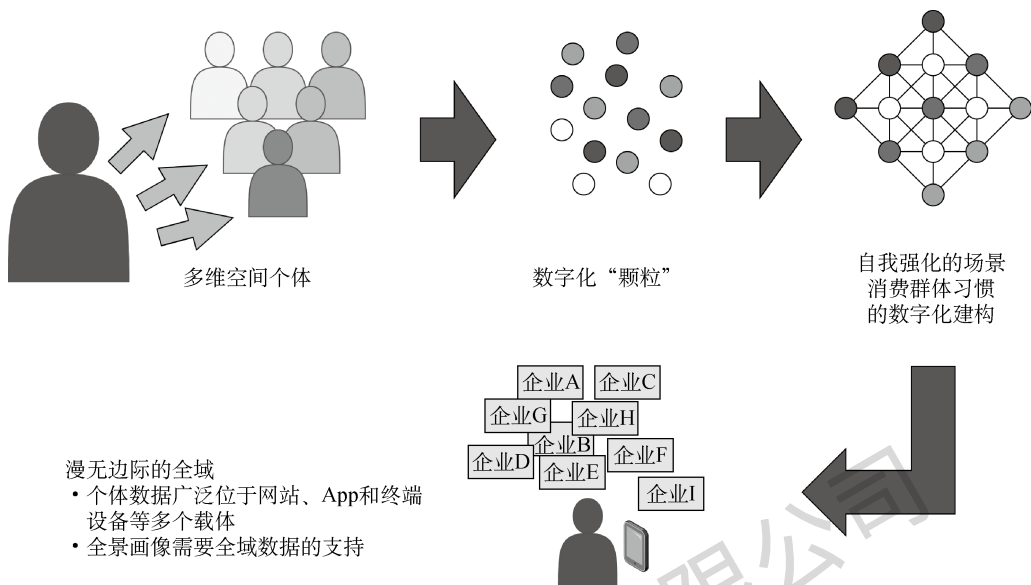


图 3-1 个体消费者、个体厂商和中间组织的专业化发展

(1) 多维空间个体。个体成为多维数字化描述的“颗粒”，每个个体都出现在多维空间、多维场景中。

(2) 自我强化的场景。场景获取的是微空间的强关系数据。场景化的核心是消费群体习惯的数字化建构。

(3) 漫无边际的全域。个体数据广泛位于网站、App 和终端设备等多个载体。全景画像需要全域数据的支持。

多维空间个体既可以利用全媒体，逐步累积专业级、场景化的微空间反馈，形成注意力经济、网红经济，也可以利用各类平台成为专业液态组织中的颗粒。

场景化是在实体空间与虚拟意识之间的信息和数据建构，新零售将购物、餐饮、休闲、娱乐、出行等各类服务带入场景中，并将继续向产业上游传导，形成一系列数字化流量入口。

多维空间的个体和自我增强的场景漩涡陆续将个体、组织甚至整个社会卷入数字时代，形成促进社会运行的数字孪生。

数字孪生将分化成为一系列基于云的数据银行、场景平台、粉丝团体、专业社区等，衍生出一系列基于数据的新产品、新服务，形成一系列新组织、新模式。实体空间也会随着数字孪生持续优化，由场景取代功能、动态供应网络取代静态供应链，推动资源配置从工业经济时代步入数字经济时代。

### 3. 全面数字化蓄势待发

当前，几乎所有企业都已认识到数字化进程的大势所趋。以阿里巴巴、拼多多、小米等为代表的数字原生企业通过内部创业、创新服务和产品研发提高了服务能力；以鞋服类为代表的消费者驱动行业努力寻求合作，创设数字生态系统；大量技术驱动的制造业企业通过并购和投资，从创业公司和新技术中获取数字化能力，但制造业数字化的进展仍处于萌芽状态。

波士顿咨询公司的研究表明，中国正迎来由物联网、信息物理系统和自动化控制等引领的工业 4.0 时代，一些企业已经开始使用工业 4.0 和服务 4.0 等新兴技术提高生产力，优化核

心业务。例如，自 2015 年起，美的在 5 个国家完成了至少 5 笔收购交易，以充实其技术基础并提升竞争力。通过收购德国库卡，美的成功进军日新月异的机器人领域；通过收购 Servotronics，并借助该公司在运动控制方面的领先技术，美的进一步实现了自动化生产。

虽然各行业领军企业已加快数字化步伐，但大多数制造业企业尚未步入数字化阶段，它们与行业领军企业相比，差距较大。例如，土耳其科奇财团是工业 4.0 技术的领军者，该集团的电器制造商 Arcelik 的数字工厂已经应用了先进的自动化工具、人工智能、数字孪生体、图像处理、移动技术及协作机器人。

### 3.2.3 数字创业展望

#### 1. 数字经济的前景

在数字经济时代，数据作为一种生产要素介入产业体系，并凭借其高流动性来优化资源配置，表现为对产业环节数字化进程的自我强化。数据的多栖性特点催生了多流量入口的相互竞争，表现为各类数据平台的迅速崛起。从微观个体来看，这种介入必将整合低流动性资源，意味着企业核心竞争力的进一步凸显和竞争力体系的重构。从整个产业体系来看，这种介入打破了集聚效应的空间限制，推动着数字化产业的数字孪生和活动仿真，并基于上下游关系逐渐将各环节卷入数字化进程。

中国拥有全球最大的数字化消费者群体，形成了阿里巴巴、百度、腾讯、小米等具有全球影响力的消费者大数据企业。这些企业基于大数据开展的一系列创新和应用活动推动了大数据产业发展，也助推了消费者驱动的产业快速应用大数据，并服务于消费者。当然，各行业及其龙头企业受制于产品特征、消费特点、产业特性等，其数字化进程明显不同。但从长远看，数字化势在必行，只是哪些环节先介入数字化、哪些环节后被动数字化、哪些功能作为核心竞争力体系的一部分、哪些功能应该考虑资源利用的效率而选择外包，需要企业认真思考。

个体、组织、关系、产业链条、产业体系的解构不可避免。个体成为产消者，是动态细胞式生产的一部分，系统在物联网的支持下实现横向集成，C2B 和动态细胞式生产相互促进。组织会围绕具有核心竞争力的功能形成一系列强关系的数字化场景，包括物联网连接的智能工厂、智慧组织、工业城市、文化小镇、场景活动等。组织之间也会基于不同场景的相关性形成一系列弱关系。产业链条、产业体系正是基于这些以弱关系相关联的强关系场景进行重组的。数据的应用日益广泛、累积不断升级、产品化和工具化趋势显著，价值陆续呈现。当然，这个过程仍然充满挑战。

#### 2. 数字创新创业

数字创新创业是在移动通信、大数据、物联网技术的发展下提出的一种新型创新创业模式。传统创新创业模式主要瞄准工业时代的各种创业问题，而数字创新创业借助互联网的强互动性、无边界性及开放性的优势，极大地丰富、拓展了创业活动的内容。以大数据技术为例，新兴的创业公司可以通过出售数据和服务，提供更专业的解决方案，这种创新创业模式正成为数字经济时代的重要商业模式。

相较于传统创新创业，数字创新创业节省了创业机会识别、前期操作检验的宝贵时间。同时，在数字创新创业中，创业者利用数字化技术来交流、沟通，具有高度网络化、虚拟化的特征。数字创新创业在数字技术的嵌入下降低了创业门槛。云计算等数字技术产生的信息与通信

技术服务更有效地支撑中小企业创业,为中小企业提供了进入全球市场和增加合作创新的机会。

在数字化技术的支持下,数字创新创业可以实现低成本、快速传播,数字创新创业团队不局限在本地,全球各地的组织、机构、个体都可以通过网络来建立交流关系。因此,地理因素、文化差异不再是人才进入的障碍。在产品与服务上,数字创新创业可以根据创业者、用户的反馈来降低成本、改进产品与服务,具体表现在以下五个特征(见表3-1)。

表 3-1 数字创新创业的特征

特征	说明
资源整合	数字创新创业往往是多层次化的,有以大公司为主导的创业模式,也有以数字平台、直播平台、社交媒体为基础的个体创业模式,创业主体、创业对象可以以网络为基础来整合各类资源
动态识别	在数字创新创业中,创业机会是碎片化、动态性的,其创业内容比传统创新创业模式的内容更广泛; 要实现成功创业,创业者需要在互动过程中挖掘新机会,满足用户个性化、碎片化的需求
成本低廉	数字创新创业应用成本低廉的信息资源,减少了中间环节,通过整合线上线下资源,突破了传统创新创业实体的限制,降低了资源获取和沟通成本; 众筹平台、互联网金融平台等渠道为数字创业的融资提供了极大便利,让资金获取简单易行
门槛较低	数字创新创业可以将各类信号精准匹配至每个创业者,使创业者、需求方之间的信息交换更便利,即便没有资金,创业者也能够参与数字创新创业; 通过电子商务平台,产品和服务的获取成本更低,非常适合大学生群体
新型市场导向	海量数据的分析让数字创新创业服务、产品定位更精准,为创业者提供了多元化的创业机会;数字化渠道、开放性创新创业模式提高了创业效率和质量,进一步降低了创新创业风险;创业者利用外部资源、外界知识来完善创新创业模式,形成了全新的市场导向

数字化技术对创业过程的影响见表3-2。

表 3-2 数字化技术对创业过程的影响

创业阶段	影响过程	影响特点
创业起步阶段	创业机会识别 数字技术平台搭建 数字组件架构重构	创业机会的识别是创业者、用户和市场不断交互的过程; 数字技术平台推动了异质性创业团体的形成、创业思想的产生和发展; 数字组件架构重构改变了产品、服务和已有创业机会的边界
创业实施阶段	数字创新创业的优势 创业机构与主体 创业时空分布	创业试错速度更快; 交易费用、管理成本、机会成本降低; 创业机构与主体动态有机重组,共创价值; 创业阶段划分灵活,突破时空界限
创业产出阶段	服务边界模糊的改变 创业产出更具灵活性	产品和服务的范围、特征和价值通过数字组件架构的改动而持续演变; 产品和服务具有自生长性,其功能、内容与传播媒介分离

在未来，数字创新创业将是创新创业资源、创新创业平台、创新创业主体、市场和环境、用户与创新创业服务机构等多方参与和交互的过程。发展以数字基础设施治理、数字用户群体、数字市场和数字创业为核心的数字创业生态将是未来的重点。我们需要从国家、区域、产业和企业等多个层面，探索构建软硬件开源平台、云计算和大数据计算能力平台、众筹和创客等创新创业平台以提升创业主体的核心能力，并探索和完善数字创业服务相关政策，鼓励创业者、投资人、用户、企业、创新创业服务机构和科研机构等数字创业主体形成良性互动机制，实现区域、地区创业平台与创业供需方之间的对接，为我国数字创新创业提供全方位支撑。

## 3.3 “互联网+” 创业

### 3.3.1 互联网思维

#### 1. 基于实业界的理解

互联网时代，传统企业遇到的最大挑战是基于互联网的颠覆性挑战。为了应对这种挑战，传统企业首先要做的是改变思想观念和商业理念。中国互联网元老、宽带资本董事长田溯宁说过，未来企业要互联网化，每家企业都要有互联网思维。在未来，企业不用互联网思维来思考问题，就没办法在市场中展开竞争。最早提出互联网思维的是百度创始人李彦宏。在百度的一个大型活动上，李彦宏与传统产业的老板、企业家探讨发展问题时，首次提到“互联网思维”这个概念，他认为企业家今后要有互联网思维，即使做的事情不涉及互联网，也要逐渐用互联网思维去想问题。

目前，互联网思维在实业界存在工具论和现象论两种理论。

一是工具论。互联网是人们日常生活工作的“基础设施”，是开始每天工作、学习和生活的前提条件。就像所有企业都要接通电源一样，今天所有企业都要连接互联网。互联网被当作“器”，它包括大数据、云计算、可穿戴式智能终端设备等。用比较流行的话来说就是，“每个企业都有一朵‘云’，每个人也都有一朵‘云’”。

二是现象论。

(1) 小米公司创始人雷军结合小米自身的发展，在多次公开演讲中强调了“雷七诀”：专注、极致、口碑、快、效率、生态链、互联网思维。

(2) 腾讯公司创始人马化腾在多次公开演讲中阐述了“连接一切、互联网+传统行业=创新、开放式协作、消费者参与决策、数据成为资源、顺应潮流的勇气、连接一切风险”的七大原则。

(3) 和君集团合伙人赵大伟提出八大思维：用户思维、简约思维、迭代思维、流量思维、社会化思维、大数据思维、平台思维、跨界思维。

#### 2. 基于学术界的理解

互联网思维在学术界尚没有明确的定义。百度百科对“互联网思维”的定义为：互联网思维是指在“（移动）互联网+”、大数据和云计算等不断发展的背景下，人们对市场、用户、产品、企业价值链乃至整个商业生态进行重新审视的思考方式。可见，互联网思维已经不再局限于互联网，现在已然扩散开，对整个大时代造成深远的影响。互联网思维实质上是一种

思维方式、一种生活方式、一种哲学理论，它具体包括互联网精神、互联网理念和互联网经济三个方面。

(1) 互联网精神。互联网精神包括开放、平等、协作和共享。

开放是指互联互通。企业面向社会、面向全球，充分利用外部资源，实现企业从有边界发展到无边界发展的突破。

平等是指去中心化、去权威化、去等级化。企业内部服务关系是中高层为中层服务、中层为基层服务、基层为用户服务的关系。企业之间由竞争转向合作再转向共建商业生态。企业和员工由被管理者转向自管理者再转向自创业者。用户由产品购买者转向产品制造者、产品定价者和产品传播者再转向产品创意者。

协作是指实现从“公司时代”转向“社会时代”，从“公司生产”转向“社会生产”。

共享包括分享、免费、普惠。在互联网背景下，产品生产几近于零的边际成本，使得分享成为可能；大量使用“虚拟资源”不需要交纳任何费用，使得免费成为可能。在分享和免费的基础上，普惠成为互联网精神的又一重要内容。

(2) 互联网理念。互联网理念包括虚拟实体打通、时空约束打破、一切极致化、一切模块化、个人“帝国主义”、利用大众力量、免费赚钱和用户本位主义。

虚拟实体打通，指实体空间和虚拟空间在各自内部互联互通，且实体空间和虚拟空间互联互通。其具体包括：产品经营创造价值与资本经营创造价值打通、有形资产创造价值与无形资产创造价值打通、企业内部创造价值与企业外部创造价值打通、线上创造价值与线下创造价值打通。

时空约束打破，指移动互联网用户使用的数字化信息要求即时化，人与人之间的时空约束被打破，彼此联系不再受限。其具体包括：用户之间交流的时空约束被打破、个人与企业交互的时空约束被打破、企业所在的供应链时空约束被打破。例如，O2O 消除线上和线下的距离，C2B 消除用户和企业的距离，P2P 消灭用户和用户的距离。

一切极致化，指以用户为中心开展经营活动，用户需要什么，企业就研制、生产什么，而且需要把产品异质化做到极致。产品极致化需要提升产品设计理念、营销理念和消费理念。

一切模块化。模块化是极致化分工与极致化合作的结果。模块化来自产品供应链的分工组合及企业经营环节的分工组合。

个人“帝国主义”。身处移动互联网时代的个人是一个具有能力、知识、思想和资源的集成系统，个人与企业具有平等的市场地位、具有功能相当的工具和自由环境。个人自由、个人力量和个人价值被无限放大，社会进入个人“帝国主义”时代。具体表现在人人都是自企业、人人都是自媒体、人人都是自结社、人人都是自金融。它主张去中心化（人人成为中心）、去权威化、去等级化，把员工做成公司，把员工做成经理，把员工做成老板，即“创客运动”，也就是“企业即人，人即企业”。

利用大众力量。互联网时代的信息和资源掌握在大多数人手里，他们可能是专家，也可能是业余爱好者。企业发挥普通员工力量能够聚沙成塔、滴水成海，企业利用大众力量能够拓展资源范围、实现自我激励、实现开放经营。

免费赚钱。在互联网时代，既要免费又要赚钱，免费与赚钱之间的关系是统一的。其基本商业模式是免费，免费成为常态。企业通过和用户建立情感连接、产生更多的需求来赚钱或者通过和用户的交互产生数据，用数据来赚钱。商品免费是符合互联网经济的基本规律的。

免费赚钱在现实中存在以下几种模式：一是“交叉补贴”模式，即通过一种商品服务捆绑销售另一种商品服务，包括常规产品免费、升级产品收费，单个产品免费、关联产品收费，硬件产品免费、软件服务收费，社交服务免费、游戏娱乐收费，搜索服务免费、广告客户收费等；二是“三方市场”模式，即针对产品生产者和使用者之外的第三方收费，例如，任何人都可以免费注册互联网门户网站去浏览信息，实际上页面中的广告就为用户浏览信息付费了；三是“版本划分”模式，包括产品初级功能免费、产品升级功能收费，基础服务免费、增值服务收费，前期服务免费、后期服务收费，前端产品免费、后端服务收费，个人用户免费、企业用户收费等；四是“数据服务”模式，数据服务是价值链中利润最高的部分，例如，阿里巴巴掌握着数以万计经济运行的核心数据、成千上万企业的经营数据、几亿用户的消费行为数据，其利润可谓无限之大。

用户本位主义。从企业经营层面看，设计、标准、生产、内容、推广、销售、体验和评价都来自用户。

(3) 互联网经济。互联网经济包括交易技术层面、交易结构层面和交易绩效层面的内容。

交易技术层面——长尾理论。互联网时代没有难做的生意。互联网工具促使实体与实体打通、虚拟与虚拟打通、虚拟与实体打通。在此背景下，互联网降低了生产者和消费者的搜寻成本、产品供需双方的匹配成本和信任成本，进而降低了生产者和消费者的交易成本，使得交易零时间、零距离和零成本进行。互联网解决了消费者和生产者之间信息不对称的问题，使企业实现精准营销、定向推送，使产品实现点对点、端到端的流动，实现消费者和生产者的双赢、全赢、多赢、共赢。

交易结构层面——市场均衡理论。互联网经济使市场均衡理论从理想变成现实，使市场交易双方具有规模经济效应和范围经济效应。互联网经济改变了市场交易双方力量的对比，促使新的势力格局出现。消费者之间的团体化、生产者之间的组织化实现了交易双方的地位平等，解决了市场势力不对称、不均衡和不平等问题，交易双方都实现了规模经济和范围经济，创造了市场交易的新格局：由供给创造需求到需求引导供给，由生产主导消费到消费主导生产。

交易绩效层面——消费者主权。在互联网经济的市场交易中，消费者在交易谈判中的力量开始超过生产者并获得支配地位，进而大大提升消费者在企业生产经营中的地位，形成消费者主权论。消费者主权论主要体现在如下方面：消费者对产品和服务具有定价权、选择权、评价权；消费者对产品设计和生产具有参与权、主导权、引领权；消费者在产品全价值链活动中具有话语权，即消费者的消费、生产一体化、消费者的营销行为媒体化、消费者交易行为的团体化和消费者市场地位的中心化。

互联网改变的是人与人、人与组织、组织与组织之间的关系，这必然要求企业进行一场结构性大革命，即用互联网思维重构企业的运营模式，以此打造“智慧型组织”，旨在通过自主学习、自适应、自协调、自进化，实现柔性、轻型发展，动态适应外部不稳定性、未来不确定性、高环境复杂性，并在适应过程中进行整合和创新。

### 3.3.2 互联网融合创新创业趋势

“互联网+”促进以移动互联网、云计算、大数据、物联网为代表的新一代信息技术与制造、能源、服务、农业等领域的融合创新，发展壮大新兴业态，打造新的产业增长点。当前，

我国已形成“政府促进创新创业、市场驱动创新创业、学校助推创新创业、社会扶持创新创业、个人自主创新创业”的生动局面。以互联网为依托的创新平台、创业途径和就业模式正在持续打破时空限制，网店、微客等新兴群体正在不断参与公平竞争，踏上成功创业之路。

### 1. “互联网+”新技术革命

#### (1) 工业革命以来的五次技术革命。

技术创新可以分为渐进式创新和激进式创新。前者是基于既有技术轨迹的改良，而后者是对既有技术轨迹的颠覆。相互关联的通用技术领域相继出现激进式创新和突破，并逐步形成主导技术体系或技术革命。20世纪80年代末以来，弗里曼、佩雷兹等新熊彼特主义经济学家对工业革命以来的技术创新进行了系统的考察和梳理，并划分出五次技术革命。

第一次技术革命：18世纪60至70年代，以“斯密顿水车”“珍妮纺纱机”“阿克赖特水力织布机”等为标志的技术创新开启了第一次技术革命的序幕。

第二次技术革命：18世纪末至19世纪30年代，以“瓦特蒸汽机”的广泛应用和“利物浦-曼彻斯特”铁路线开通为标志的技术创新将人类社会带入蒸汽和铁路时代。

第三次技术革命：19世纪70年代，以钢铁、电力及重型机械为代表的技术创新将人类社会带入钢铁和电气时代。

第四次技术革命：20世纪初，以石油化学、汽车制造为代表的技术创新开启了石油与汽车时代。

第五次技术革命：20世纪60至70年代，以英特尔（Intel）公司微处理器发布为标志的技术创新宣告了信息时代的到来。

目前，以新一代信息通信技术为核心的通用目的技术（General Purpose Technology, GPT）正在引发新一轮技术革命。“互联网+”正是新一轮技术革命的产物，它代表了一种新的技术经济范式。

#### (2) “互联网+”时代的新技术革命。

作为“互联网+”概念的首创者，马化腾认为，“互联网+”是以互联网平台为基础，利用信息通信技术与各行业跨界融合，推动产业转型升级，并不断创造出新产品、新业务与新模式，构建连接一切的新生态。“互联网+”背后的支撑技术是以移动互联（物联网、互联网）、云计算、大数据及人工智能等为代表的新一代信息与通信技术。信息与通信技术属于典型的通用技术，能够广泛应用于各行各业，并能够渗透生产、流通、消费各环节；而移动互联（物联网、互联网）、云计算、大数据及人工智能等技术，相对于传统的固定电话、个人计算机、单机运算等技术可以说是一种颠覆性技术。

与此同时，在与之关联的其他通用技术领域，一系列创新成果正不断涌现。在新材料领域，石墨烯已在超级电容、环境治理等方面展现出超凡的应用前景，高强度纳米纤维、纳米管计算机、纳米隐身材料和纳米环境材料等层出不穷；在能源领域，风能、太阳能、生物能等可再生能源已日臻成熟并实现大规模商业化应用；在交通运输领域，先进的汽车、飞机、轨道交通工具都取得重大突破。可以说，以移动互联网、云计算、大数据及人工智能等新一代信息通信技术为核心，加上新材料、新能源、先进交通运输，以及基因编辑等前沿技术所形成的新技术体系，正逐步构建新的主流技术体系，并催生新一轮技术革命。

新一轮技术革命在某种意义上可以看作继电子计算机、芯片、个人计算机出现后的又一次信息技术革命，促使人类在数据信息处理方面的能力实现了跨越式的提升。在以新一代信

息通信技术为核心的技术体系的影响下，数据的收集、存储、处理、传播、展示等发生了全方位的革命性变化。移动互联、传感器+RFID+物联网、云存储、大数据分析等技术使数据的生成和处理成本极大降低。以支付宝为例，支付宝在2014年完成一笔支付业务的成本已降到两分钱，并且成本呈继续下降趋势。新技术体系带来的零边际成本效应，使得数据成为新的关键要素。围绕数据这一新的关键要素，新技术经济范式正在形成。“互联网+”现代农业、工业4.0、互联网金融、能源互联网等，都是基于新一代信息通信技术衍生出的新型产业模式，其核心支撑就在于网络平台和低成本的数据收集、存储、处理、传播、展示等。

在“互联网+”行动实施之前，经济社会运行实践中的新技术经济范式的特征已经初显端倪，并大致表现为分布式、网络化、智能化、集成化、产业融合、跨界融合、线上线下融合、大规模、低成本、个性化和定制化等。“互联网+”行动的实施，将加快新一代信息通信技术在经济社会各领域的广泛应用和渗透，推动技术经济范式的转换。

### 2. “互联网+”重点行动

“互联网+”重点行动旨在把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合，推动技术进步、效率提升和组织变革，提升实体经济创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态。2015年7月，《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》（国发〔2015〕40号）明确了未来3年及10年的发展目标。早期目标是到2018年，互联网与经济社会各领域的融合发展进一步深化，基于互联网的新业态成为新的经济增长动力等；中期目标是到2025年，网络化、智能化、服务化、协同化的“互联网+”产业生态体系基本完善，“互联网+”新经济形态初步形成等。该意见还明确了11项重点行动。

#### （1）“互联网+”创业创新。

充分发挥互联网的创新驱动作用，以促进创业创新为重点，推动各类要素资源聚集、开放和共享，大力发展众创空间、开放式创新等，引导和推动全社会形成大众创业、万众创新的浓厚氛围，打造经济发展新引擎。

#### （2）“互联网+”协同制造。

推动互联网与制造业融合，提升制造业数字化、网络化、智能化水平，加强产业链协作，发展基于互联网的协同制造新模式。在重点领域推进智能制造、大规模个性化定制、网络化协同制造和服务型制造，打造一批网络化协同制造公共服务平台，加快形成制造业网络化产业生态体系。具体措施包括大力发展智能制造、发展大规模个性化定制、提升网络化协同制造水平和加速制造业服务化转型等。

#### （3）“互联网+”现代农业。

利用互联网提升农业生产、经营、管理和服务水平，培育一批网络化、智能化、精细化的现代“种养加”生态农业新模式，形成示范带动效应，加快完善新型农业生产经营体系，培育多样化农业互联网管理服务模式，逐步建立农副产品、农资质量安全追溯体系，促进农业现代化水平明显提升。

#### （4）“互联网+”智慧能源。

通过互联网促进能源系统扁平化，推进能源生产与消费模式革命，提高能源利用效率，推动节能减排。加强分布式能源网络建设，提高可再生能源占比，促进能源利用结构优化。加快发电设施、用电设施和电网智能化改造，提高电力系统的安全性、稳定性和可靠性。

#### (5) “互联网+”普惠金融。

促进互联网金融健康发展，全面提升互联网金融服务能力和普惠水平，鼓励互联网与银行、证券、保险、基金的融合创新，为大众提供丰富、安全、便捷的金融产品和服务，更好地满足不同层次实体经济的投融资需求，培育一批具有行业影响力的互联网金融创新型企业。

#### (6) “互联网+”益民服务。

充分发挥互联网的高效、便捷优势，提高资源利用效率，降低服务消费成本。大力发展以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费，加快发展基于互联网的医疗、健康、养老、教育、旅游和社会保障等新兴服务，创新政府服务模式，提升政府科学决策能力和管理水平。

#### (7) “互联网+”高效物流。

加快建设跨行业、跨区域的物流信息服务平台，提高物流供需信息的对接和使用效率。鼓励大数据、云计算在物流领域的应用，建设智能仓储体系，优化物流运作流程，提升物流仓储的自动化、智能化水平和运转效率，降低物流成本。

#### (8) “互联网+”电子商务。

巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展农村电商、行业电商和跨境电商，进一步扩大电子商务发展空间。电子商务与其他产业的融合不断深化，网络化生产、流通、消费更加普及，标准规范、公共服务等支撑环境基本完善。

#### (9) “互联网+”便捷交通。

加快互联网与交通运输领域的深度融合，通过基础设施、运输工具、运行信息等互联网化，推进基于互联网平台的便捷化交通运输服务发展，显著提高交通运输资源利用效率和管理精细化水平，全面提升交通运输行业服务品质和科学治理能力。

#### (10) “互联网+”绿色生态。

推动互联网与生态文明建设深度融合，完善污染物监测及信息发布系统，形成覆盖主要生态要素的资源环境承载能力动态监测网络，实现生态环境数据互联互通和开放共享。充分发挥互联网在逆向物流回收体系中的平台作用，促进再生资源交易利用便捷化、互动化、透明化，促进生产生活方式绿色化。

#### (11) “互联网+”人工智能。

依托互联网平台提供人工智能公共创新服务，加快人工智能核心技术突破，促进人工智能在智能家居、智能终端、智能汽车、机器人等领域的推广应用，培育若干引领全球人工智能发展的骨干企业和创新团队，形成创新活跃、开放合作和协同发展的产业生态。

### 3. “互联网+”创新创业机遇

实施“互联网+”行动是顺应新一轮技术革命和技术经济范式转换要求的重大举措，它将加速新一代信息与通信技术在经济社会各领域的广泛应用和渗透，对于推进工业化与信息化深度融合、实现经济转型升级具有重要意义。历史经验表明，每一次新技术体系的推广渗透和技术经济范式的转换都会伴随各种新经济、新业态、新模式的大量涌现，产生各种新的投资消费需求，推动“互联网+”创新创业浪潮，为创新创业的发展提供巨大的空间。

(1) “互联网+”有利于传统产业改造，我们可以利用物联网、大数据等手段，促进工业互联网发展，实现传统产业的结构调整与转型升级。“互联网+”可为产业升级提供技术上的支持和思维上的革新，在产业结构调整、加快传统产业转型升级中发挥巨大作用。为了避免经济出现“硬着陆”，我们必须以“双引擎”驱动经济发展：一是要打造新引擎，通过推动大

众创业、万众创新，释放民智民力；二是要改造传统引擎，特别是用信息化改造传统产业，使传统增长点焕发新活力。

(2) “互联网+”有利于催生新兴产业和新兴业态，培育新的经济增长点，打造稳定中国经济增长的“新引擎”。“互联网+”在发展新业态及新兴产业、培育新的经济增长点中发挥着重要作用。互联网与制造业、生活服务业及农业等领域的联系日益紧密，各产业间的深度融合促使更多新业态的出现。“互联网+”加速了产业间的融合，其经济潜力巨大。同时，“互联网+”有助于促进现代服务业及战略性新兴产业的发展。

(3) “互联网+”有利于促进商品生产、流通、消费各环节的变革，使产品及服务更加贴近用户。随着消费互联网的建设发展，现有的消费习惯与消费方式逐渐发生改变，网上消费已成为新的潮流。贴近用户是促进商品生产、流通、消费各环节发生变革的重要动力。在生产环节，“互联网+”使生产者得以直接与消费者进行衔接，生产方式逐渐由大规模、单一品种的刚性生产向小规模、个性化定制的柔性生产转变；在流通环节，“互联网+”通过构建扁平化的营销渠道等，简化流通环节，降低交易成本；在消费环节，“互联网+”使消费模式发生颠覆性变革。

(4) “互联网+”有利于促进商业模式的革新，通过平台模式的发展和平台效应的发挥，实现资源要素的跨界整合及其效率提升。平台模式与平台效应是“互联网+”的重要特征。“互联网+”催生了一系列新的平台模式，电子商务平台、众筹平台及在线教育平台等屡见不鲜。与传统平台模式不同，基于互联网的平台模式有利于集聚不同类型的消费者群体与生产者群体，促进交叉网络外部性的发挥。这种模式有利于提高企业的生产经营效率，减少信息不对称问题，促进资源要素的跨界整合与合理配置，提高经济效益。同时，“互联网+”也带动了公司治理模式的变革，推进企业边界模糊化、层级扁平化，实现企业运行效率的提升。

(5) “互联网+”有利于个人思维模式的变革，通过树立新的互联网思维理念，带动和推进中国社会更深层次的变革。当今时代，互联网已经成为一种促进全民共知、共享及共赢的生活方式，个人在工作、学习和生活中将更多地把互联网纳入其中，思维模式也会因此发生变化。相比于传统的思维模式，融入互联网“基因”的个人思维模式将更好地帮助个体释放潜能、实现个体发展。

(6) “互联网+”有利于降低创业门槛和创业成本，创建更公平的创业环境，扩大创业投资的范围，促进创业浪潮发展，推动经济发展走上创新驱动的轨道，具体表现在以下几方面。

一是“互联网+”时代的创业环境更公平。互联网平等地赋予每个人获取信息、交流沟通、言论表达、互动交易等的机会，使创业环境相对透明和公平、行业竞争更加良性。

二是“互联网+”时代的创业产业链广、衍生性强，其与传统产业相比有更广阔的合作空间。

三是“互联网+”具有轻资产特征，大大减少了该领域创业的初期投入，互联网创业者只要有创新性项目就可以通过互联网去寻找人才、资金等，大幅降低创业成本。

“互联网+”时代使天使投资、风险投资、私募股权投资等更加活跃，使创业、创新与创投的“铁三角”联系更为紧密。天使投资、风险投资等具有筛选、产业培育、风险分散等功能，对互联网创新创业有重要意义。

#### 4. “互联网+”创新创业挑战

##### (1) 创新创业实践中的误区与偏差。

首先，很多创业者，特别是缺乏社会经验的大学生创业者，对“互联网+”创新创业的残

酷性往往没有充分认识和准备。事实上，创业公司存续期短、成功率偏低历来都是无法回避的现实。从欧美的调查数据来看，50%以上的创业公司存活时间不足5年。“互联网+”虽然降低了创新创业门槛，但比起传统的创新创业更具残酷性。根植于移动互联网之中的各种新业态、新模式的网络特性所带来的先发优势和用户黏性，更容易形成行业垄断（或寡头垄断）局面。在细分领域中，当行业第一和第二之间的竞争进入胶着和白热化状态后，行业第三应声倒下的案例屡见不鲜。据估算，中国有近70%的大学生创业行为集中在互联网外卖上，其模式单一、趋同。在“饿了么”“美团”已经占据大部分市场的情况下，此类“互联网+”创业既没有新意，也很难有太大的生存概率。如果任由类似的盲目创业现象蔓延，大量创新创业资源就会不断被浪费。

其次，创业者过分追求“互联网+”概念的炒作，追求形式上的创新，而忽略创新的本质，以及核心技术、产品质量、服务品质的提升。国内某智能手机公司创始人借助自身媒体从业经验，通过炒作博得了不少眼球，但在其旗舰手机发布后，15个月的累计出货量不足30万台。相比之下，华为依托自身技术优势，厚积薄发，其旗舰手机Mate70发布仅半年，出货量便高达400万台，Mate 60 Pro在发布6周内就有了160万台的出货量。

最后，传统行业的很多企业，对“互联网+”大潮的到来反应相对迟钝，尚未确立拥抱“互联网+”的积极心态。其根本原因在于，传统行业企业在新旧技术体系交替和技术经济范式转换的过程中，对新技术的接纳通常会表现出一定惰性，具体体现为：因袭原有的信息化老路，对云计算、大数据等基础设施服务缺乏必要的了解和应用，也没有适应消费者作为主导的商业格局的转变。

#### （2）基础性支撑条件有待改善。

首先，核心技术不足是一个突出问题。虽然“互联网+”降低了创新创业门槛，但新业态、新模式的成长和发展最终需要依靠核心技术。我国在互联网应用方面取得了巨大成就，但在核心技术领域，如芯片、操作系统、数据库等方面，仍然依赖进口，缺乏自主创新能力。这不仅制约了我国“互联网+”产业的发展，也给创新创业带来了风险。例如，在国际形势变化的情况下，行业企业可能面临技术封锁和供应链中断的风险，影响其生存和发展。即便是华为、中兴等以创新能力突出的领军企业，依然存在无法掌握部分核心技术的情况。

其次，知识产权保护力度不够。在“互联网+”时代，创新成果的传播速度快、范围广，知识产权保护难度加大。一些创业者的创新成果容易被抄袭和模仿，导致创新积极性受到打击。此外，知识产权纠纷的解决成本高、周期长，给创业者带来了很大的困扰。

再次，人才短缺也是一个重要挑战。“互联网+”创新创业需要既懂互联网技术，又懂传统产业的复合型人才。然而，对于“互联网+”之类的新兴事物，现行教育体系尚未建立起系统的人才培养机制。目前，我国相关人才的供给远远不能满足需求。高校的人才培养模式与市场需求存在一定的脱节，这导致毕业生的实践能力和创新能力不足。

最后，难以满足“互联网+”创新创业融资需求的问题依然存在。中国的资本市场发展已有40余年，总市值规模一度接近80万亿元，为创新创业提供了一定的资金支持。但在各种因素的共同作用下，资本市场满足融资需求的核心功能并未得到有效发挥。对于多数“互联网+”创业者来说，融资仍然是一个难题，尤其是在创新创业初期，他们很难获得银行贷款和风险投资。此外，融资渠道单一、融资成本高也制约了“互联网+”创新创业的发展。

#### （3）行业标准与规制监管相对滞后。

一方面，行业标准制定缓慢、覆盖不全且更新不及时。“互联网+”是一种新兴的经济形

态，融合了多个行业和领域，发展速度极快。虽然许多新的商业模式、技术应用不断涌现，但在行业标准制定前需要时间进行研究、论证和协商，因而导致其滞后于行业发展。一些“互联网+”细分领域的行业标准尚未建立或不完善。例如，在“互联网+医疗”领域，远程医疗的诊断标准、数据安全标准等还处于探索阶段；在“互联网+教育”领域，在线教育的课程质量标准、教学评价标准等也不够明确。特别是那些以个人体验为特征的服务业，如家政、理发、美容、汽车保养等，其行业标准的制定本身就具有较大难度，在植入“互联网+”元素后，短暂但大面积的行业标准缺失或滞后，往往导致其在实际运行过程中乱象丛生。虽然随着技术的不断进步和市场的不断变化，“互联网+”行业的发展在不断演进，但行业标准的更新往往跟不上行业发展的速度，这就导致一些旧的行业标准无法适应新的情况。例如，在移动互联网技术快速发展的背景下，一些关于移动应用程序的信息安全标准、隐私保护标准等行业标准的更新滞后于技术的发展，给用户的信息安全和隐私保护带来了隐患。

另一方面，行业主管部门的规制监管滞后成为“互联网+”新业态、新模式快速发展的羁绊之一。“互联网+”的发展带来了许多新的法律问题，现有的法律法规在很多方面无法完全适应“互联网+”行业的特点和需求。例如，在“互联网+金融”领域，虽然我国已经出台了一些相关的法律法规，但在数字货币、网络借贷的监管规则等细节之处仍然存在法律空白或模糊地带。“互联网+”行业的跨界融合特性使监管主体的界定变得困难，这容易导致多头监管或监管空白的情况。例如，在“互联网+物流”领域，物流业务的监管涉及交通运输部门、互联网平台的监管涉及工信部门等，不同部门之间的协调和沟通成本较高。

### 3.3.3 “互联网+”商业模式

互联网企业急需寻求新的市场，而传统企业急需寻找转型升级的路径，两者具有相交的需求点。互联网是传统企业的转型升级路径，而传统企业正好是互联网企业的新市场，于是“互联网+”便成为两者贯通的重要桥梁。目前，互联网正在从面向网民个人的消费互联网向面向企业的产业互联网延伸。德国提出了工业4.0战略，美国部署产业互联网的发展，我国制订“互联网+”行动计划。“互联网+”的重点是推动信息化与工业化的深度融合（两化融合），特别是打造制造业的升级版，以及深化消费互联网的应用。

在“互联网+”时代，企业之间的核心竞争不再是产品竞争，而是商业模式竞争。企业拥有核心竞争力的关键是实现商业模式（Business Model）的互联网化，利用互联网精神来颠覆和重构商业价值链。商业模式是企业的生命力，是经济社会运行的基本单元，是大学生在创新创业过程中进行企业运营的核心，它决定着大学生创立的创新企业能否在激烈的市场竞争中生存、能否盈利、能否持续发展。创新企业的商业模式成为大学生创业的必然选择。在传统商业生态里，商业模式是固定的，营销模式、生产模式、管理模式是变化的。而“互联网+”时代的商业模式在产品内容、营销推广、人才需求方面都有新的变化。

#### 1. “互联网+”商业模式的基本形态

商业模式是企业的经营中围绕如何使其收益高于其投资而设计的、跟它的内外部利益相关者形成的一个交易结构。任何商业模式都是由客户价值、企业资源、能力与盈利方式及外部效应构成的四维立体模式。商业模式的本质就是一群利益相关者把自己的资源和能力投进来，形成一个交易结构。这个交易结构持续运行，创造出新的价值，每一方都按照一定的盈

利方式去分配这些价值。如果每一方分到的价值都超过其投入资源和能力的成本，这个交易结构就会越来越稳固。

在“互联网+”时代，商业模式需要通过互联网的力量来获得资源并展开经营活动。也就是说，“互联网+”商业模式就是通过利用互联网来使企业获得利润的经营运作方式，其基本形态包括“口”模式（“圈”模式、“台”模式、“线”模式）、“网”模式（“大数据”模式及“云计算”模式），具体如图3-2所示。

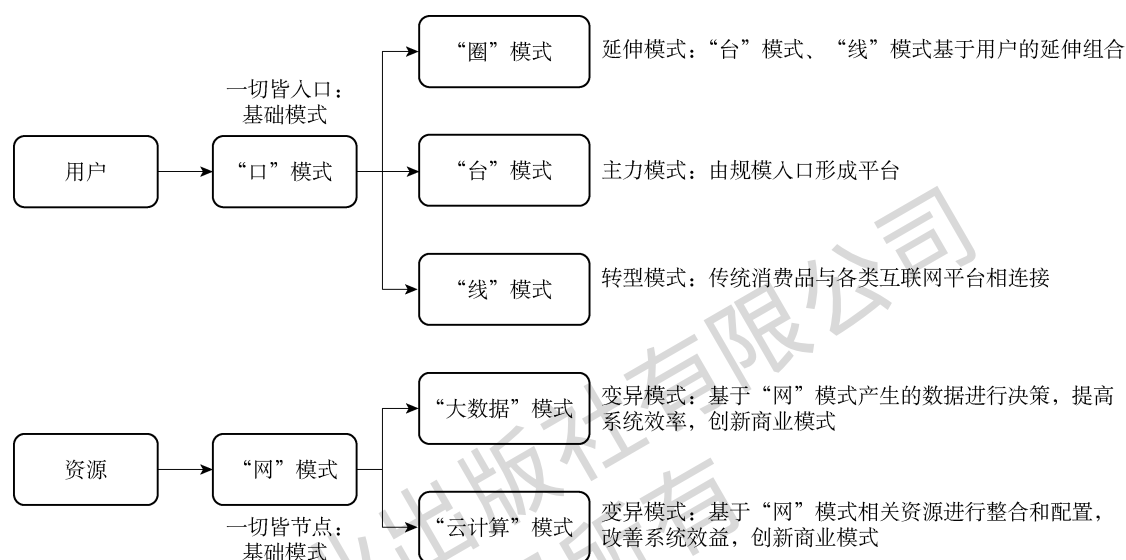


图3-2 “互联网+”商业模式的基本形态

(1) “口”模式：通过互联网将每个人、每个物体连接起来的节点就是入口，基于这种入口形成的模式就是“口”模式。

(2) “线”模式：“线”模式是将传统产业和互联网相结合的主要模式，即将传统产品与互联网入口相结合。

(3) “台”模式：通过同一个入口卖的不是一个产品，而是一堆产品。例如，淘宝、京东采用的就是“台”模式。

(4) “圈”模式：可以通过入口演化为“线”模式和“台”模式，在形成强有力的入口后，还可以围绕入口的规模用户，去整合其他的产品，形成基于用户的生态圈模式，即“圈”模式。

(5) “网”模式：互联网通过一个有中心的端口或没有中心的端口将人和物连接成一张网。

(6) “大数据”模式：人借助大数据技术对网络信息进行实时、动态的分析并用于决策。

(7) “云计算”模式：把所有的节点连接起来，节点可能是资源，从而形成资源池，也可能是端口，中间连接的是管。从某种角度讲，银行和淘宝都形成了云计算模式，但主动权并不在“云”，而在“管”。各个银行中存储的资金是“云”，淘宝通过支付宝和余额宝形成一个管道，把银行中存储的资金源源不断地吸过来，从而控制整个生态网络。

“口”模式都围绕用户展开，离不开入口，没有入口一切都不用谈了，即“一切皆入口”。“网”模式都基于资源，所有的资源都通过互联网连接在一起，即“一切皆节点”，这些节点不是用户，而是信息节点。例如，滴滴打车、快的打车把大量车都整合在一起，每一辆车就是一个节点。“互联网+”时代正是通过“信息边际成本趋于零，信息渠道距离趋于零，线状信息到网状信

息，万物皆信息节点”，从而产生“极低、极快、极广又极多”的机理来改变世界。

## 2. “互联网+”商业模式的构成

“互联网+”商业模式的构成包括价值主张、盈利模式、资源能力和外部效应四个部分，每个部分又包含两个具体的要素，具体如图 3-3 所示。

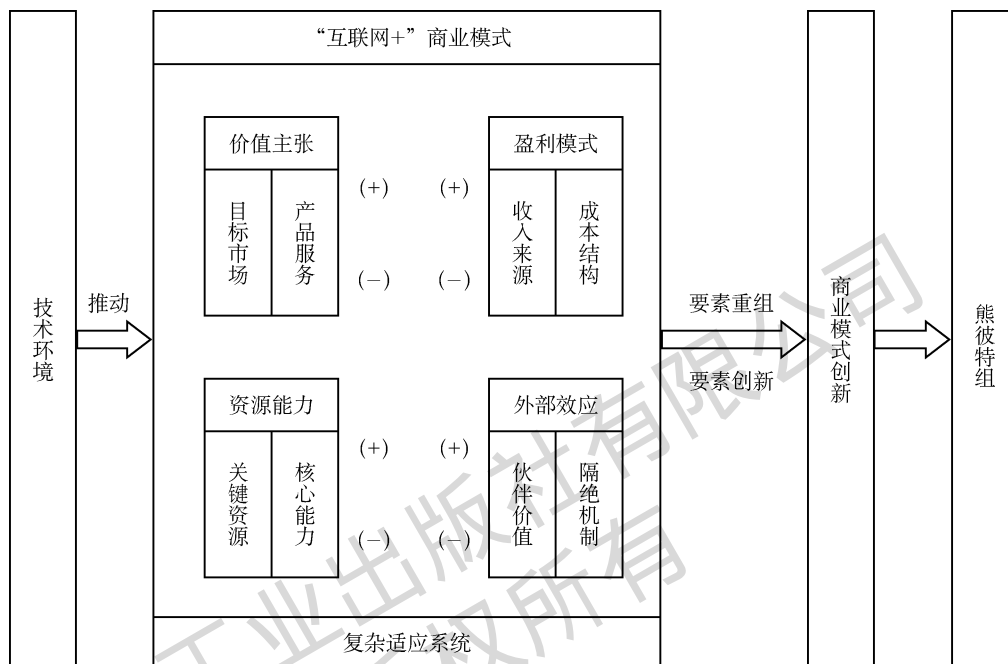


图 3-3 “互联网+”商业模式的构成

(1) 价值主张是“互联网+”商业模式构成的首要部分，主要说明企业向顾客提供何种价值。价值主张包括目标市场和产品服务两个要素。其中，目标市场是企业提供价值服务的对象，包括市场和顾客群体两个部分；产品服务是企业提供价值的内容，企业通过产品服务来向顾客提供价值。

(2) 盈利模式是“互联网+”商业模式构成的关键因素，主要说明企业如何通过向顾客提供价值进而实现企业价值。投资者和企业最关心的因素之一就是盈利模式。盈利模式由成本结构和收入来源两个要素构成。其中，成本结构是企业为获取价值所消耗的成本；收入来源是企业获得收入的手段和方式。“互联网+”商业模式实现盈利的前提是获得的收入要大于其消耗的成本。

(3) 资源能力是企业与其“互联网+”商业模式相适应的保障，主要说明企业依赖什么来支撑它的价值主张。资源能力包括关键资源和核心能力两个要素。其中，关键资源是企业拥有而其他企业难以模仿的异质性战略资源；核心能力是企业的经营过程中获得的特殊能力。“互联网+”商业模式的成败取决于企业拥有的异质性战略资源能力的稀缺性及难以模仿性。

(4) 外部效应是“互联网+”商业模式具有可持续性的关键因素，主要说明企业为实现其价值主张进行的维护。外部效应由隔绝机制和伙伴价值两个要素构成。其中，隔绝机制是指为避免“互联网+”商业模式遭受竞争对手的模仿或破坏而建立的机制；伙伴价值是指“互联网+”商业模式给产业链的合作企业带来的价值。“互联网+”商业模式的外部效应由隔绝机

制和伙伴价值提供，隔绝机制和伙伴价值是“互联网+”商业模式可持续性的保证。

### 3. “互联网+”商业模式的种类

“互联网+”带来的优势，为创新创业带来众多的机遇。构建“互联网+”商业模式，需思考如何进行跨界和融合、传统产业如何与互联网结合以创造新的商业价值、如何推出新的商业业态等。下面详细介绍“互联网+”商业模式的种类。

(1) 跨界商业模式。跨界商业模式是指通过“互联网+”实现的一种变革，是创新的基础，是一种通过融合而进行的重塑。例如，一个从来没有从事过某行业的创业者，从其他行业跨界过来整合、改造、颠覆该行业，经过激烈的市场竞争最终成为该行业的领导者。跨界商业模式是“互联网+”颠覆传统产业的主要商业模式之一。

跨界商业模式就是利用高效率产业整合低效率产业，实现传统产业核心要素的再分配，通过重构生产关系来提升整体系统效率。该模式通过跨界减少中间环节，减少渠道和损耗，降低成本，最终实现“1+1>2”的效果。在“互联网+”时代，一个跨界企业可以用很短的时间占领一个新行业。在跨界进入其他行业时，企业会将原来传统的行业链条利益分配模式打破，进行重新洗牌，即打破原来的利益分配格局，导致原来获利最多的一方受损最严重。不同部门之间可以通过“互联网+”实现跨界融合，发挥不同群体的智慧。例如，苹果公司从软件行业跨界到手机制造行业，在5年内成为行业的“老大”；小米公司从风投行业跨界到手机制造行业，在2年内基本垄断手机市场；乐视网从视频行业跨界到电视行业，在2个月内实现销售量第一名。

(2) 免费商业模式。免费商业模式是指将传统产业销售模式打破，企业发展由原来依靠收费生存变为依靠边际收益发展，将传统收费模式变为免费的。免费商业模式的免费方式包括纯免费、直接交叉补贴、免费加收费、第三方市场四种。“互联网+”时代的免费并不是不挣一分钱，而是通过免费方式将用户的注意力吸引过来。免费商业模式可以挤垮当前市场，也可以统摄未来市场。

“互联网+”时代下的“用户注意力”成为稀缺资源，是互联网创业者争夺的核心资源。互联网经济就是以吸引大众注意力为基础，去创造价值并盈利。例如，在杀毒软件行业，奇虎360首先利用免费商业模式，在全世界开创杀毒软件行业的免费先河，从而打破瑞星杀毒和金山毒霸对中国杀毒软件行业的垄断。奇虎360利用免费商业模式，通过打造免费杀毒平台来发展搜索平台，利用边际服务和广告收费，一统中国杀毒软件行业。

(3) 平台商业模式。平台商业模式是指利用互联网打造足够大的平台，进行产品闭环设计，重视用户体验，提供多样化产品。

## 3.4 公益创业

### 3.4.1 公益创业理解

#### 1. 公益创业的含义

公益创业，也称“社会创新”“社会创业”或“公益创新”。公益创业作为解决社会问题的新方法，已表现出巨大潜力。目前，国内外对公益创业的定义很多，下面主要从公益创业双重性、公益创业活动性质、公益创业运作方式的角度来定义公益创业。

(1) 基于公益创业双重性的定义：公益创业是旨在追求社会价值和商业价值并重的创业活动，它不仅涵盖了非营利性机构的创业活动，还包含了营利性机构践行社会责任的活动。

(2) 基于公益创业活动性质的定义：公益创业是突破当前资源稀缺的约束、追求新的机会、创造社会价值的活动。公益创业能够产生社会价值，促进社会公共利益的发展。

(3) 基于公益创业运作方式的定义：公益创业组织的运作形式既可以是企业形式，也可以是非营利组织形式。

我们在理解公益创业的内涵时，需把握以下三个方面。

(1) 公益创业是弥补市场职能和政府职能的手段之一，它以社会责任为导向，解决社会问题。

(2) 公益创业受社会价值驱动。公益创业通过创新手段创造社会价值；社会价值是公益创业追求的目标，兼顾社会效益和经济效益。

(3) 公益创业往往借助而非抵制市场力量。公益创业倡导借助市场力量，实现自我“造血”，而非仅仅局限于依靠“输血”。

### 2. 公益创业的特点

从公益创业的含义可知，公益创业是对传统商业创业的扬弃，主要有以下特点。

(1) 社会性。公益创业的首要特点是社会性，它具有明确的社会目的和使命。公益创业的主要目标是解决社会问题，实现社会目标。公益创业是为大众公共利益服务的创业，其特征之一就是不以营利为最终目的，即不以追求利润的最大化作为根本目标。公益创业的要求是，在创业过程中不能损害社会利益。但公益创业并非不涉及经济与商业利益，相反地，公益创业必须遵循市场原则，社会性与商业性二者并不矛盾。正如亚当·斯密在《国富论》中所述：在“看不见的手”的自由市场机制的作用下，在追逐个人财富的过程中，社会财富在源源不断地被创造出来。

(2) 创新性。公益创业同传统的商业创业一样，其本质是创新。公益创业的“创新性”意味着新思想的产生和新模式的创建。公益创业的创新性体现在三个方面：新产品和新服务；现存产品和服务的更多社会效应及新用途；构造社会问题的新标准、新定义和提出新的解决方案。创业者在进行公益创业时，要把握机会，应用更好的产品、工序、观念和组织等，要表现出创新性。

(3) 价值性。公益创业具有价值性。公益创业是为了抓住创新机遇、创造价值。通过公益创业，新的产品、服务、交易、方法、资源、技术和市场被创造出来，从而贡献社会价值。公益创业追求社会价值优先于追求经济利益，公益创业过程涉及个人、组织、社会、国家乃至全人类的价值利益。公益创业应该遵循价值性原则，努力达到互补和兼顾的目的。

(4) 过程性。公益创业是创造社会价值的过程，包括从创业伊始，到组织或活动的经营管理等各类决策或行动。公益创业解决社会问题，社会环境变化影响公益创业。公益创业是一个不断变化的过程。

## 3.4.2 公益创业的关键和类型

### 1. 公益创业的关键

公益创业与普通创业基本上是相同和相通的。只不过公益创业强调的是公益性，不以营利为目的。公益创业的关键在于找到公益与商业的结合点、构建公益品牌、创新公益模式，

以及吸引投资和合作伙伴。

公益创业的首要任务是找到公益和商业的结合点，这要求创业者具备敏锐的市场洞察力，能够发现社会痛点，并通过创新的商业模式解决问题。例如，创业者可以通过开发公益产品、提供公益服务、搭建公益平台等方式，将商业资源引入公益创业中，实现可持续发展。

构建公益品牌是至关重要的，一个具有影响力和美誉度的公益品牌能够吸引更多的关注和支持，从而推动公益创业的发展。创业者可以通过精心策划的品牌形象、独特的品牌故事、高质量的品牌服务等，打造具有辨识度和吸引力的公益品牌。

创新公益模式是公益创业的关键之一，创业者需要不断尝试新的公益模式，以满足不断变化的社会需求。例如，创业者可以探索“互联网+公益”模式，利用互联网技术的优势，提高公益活动的参与度和透明度；也可以尝试“公益众筹”模式，通过众筹平台筹集资金和资源，支持公益创业的发展。

此外，吸引投资和合作伙伴为公益创业提供必要的支持也是关键的一步。创业者可以通过吸引投资、寻求合作伙伴等方式，为公益创业提供必要的支持。同时，创业者与政府部门、企业、媒体等各方建立良好的合作关系，也能够为公益创业提供更多的机会和资源。

总之，公益创业是一个充满挑战和机遇的领域，通过找到公益与商业的结合点、构建公益品牌、创新公益模式，以及吸引投资和合作伙伴，可以有效推动公益创业的发展。

## 2. 公益创业的类型

公益创业必须以满足社会需要为己任，服务于社会利益。按照公益创业组织实践的主体或者服务领域，公益创业可分为兼顾社会利益的营利组织（社会企业）、兼顾社会利益的非营利组织、志愿公益活动 and 生态网络混合型公益创业生态系统四类（见表 3-3）。

表 3-3 公益创业的类型

类型	特点	实例
兼顾社会利益的 营利组织 (社会企业)	是公益创业的典型运作模式，旨在以商业化运作模式提供社会公共服务或解决某些社会问题，取得盈利并用于组织的循环投资，扩大公共服务的受益面	深圳市残友集团、四川省旭平兔业有限公司
兼顾社会利益的 非营利组织	即非营利组织，不以营利为目的，旨在为社会公众提供服务，具有组织性、民间性、非营利性、自治性、志愿性及公共性 6 个基本特征	瀛公益基金会、友成企业家扶贫基金会
志愿公益活动	主要有 2 类：①营利企业开展社会福利性质的活动，或基于提高企业形象和承担社会责任开展的社会活动；②高校中的各种协会、社团开展的志愿服务活动	青年恒好公益创业行动、KAB 创业项目
生态网络混合型 公益创业生态 系统	政府、企业和高校及科研院所等非营利组织合作，构建生态网络混合型公益创业生态系统	英国北安普顿大学构建教学、研究和实践有机融合公益创业生态体系

(1) 兼顾社会利益的营利组织（社会企业）。社会企业是为实现自身社会价值目标而在市场中进行商业活动的特定组织，是以促进社会进步或对公共财政有所贡献为目标的连续体组织，是介于纯慈善（非营利组织）与纯营利（商业企业）间的连续体。

(2) 兼顾社会利益的非营利组织。兼顾社会利益的非营利组织是指由各种社会力量或个人自愿组成的、以社会公益为目的的、依法成立的、不以营利为目的的社会组织。

(3) 志愿公益活动。志愿公益活动是指志愿者在不获得任何物质报酬的情况下，自愿贡献个人的时间、精力、金钱等，从事社会公益和社会服务事业，为改进社会并推动社会进步而开展的服务活动。

(4) 生态网络混合型公益创业生态系统。生态网络混合型公益创业生态系统主要由社会企业、高校和科研院所等非营利组织组成，在公益创业过程中相互合作、配合，既有物质资本投入和产出，也有智力资本、人、机构的优势互补，从而形成一种社会公益性协同的生态系统。

### 3.4.3 大学生公益创业

说到公益，很多人都认为公益是一种免费的服务，其实大学生一般会根据市场的需求进行一些相关的公益创业来积累创业经验。那么大学生公益创业有哪些类型呢？

(1) 社会服务创业。社会服务创业是大学生公益创业的重要组成部分，包括帮助弱势群体改善现状，也包括参加一些社会服务来积累个人的创业经验，如开设服务类网站帮助更多的人。

(2) 教育创业。教育创业是大学生公益创业中最常见的一种，它可以改善社会的教育水平，帮助更多的孩子们获得更好的教育资源，也可以帮助更多的贫困孩子接受教育。

(3) 慈善创业。慈善创业是通过帮助弱势群体来改善社会现状的一个重要举措，大学生可以参加的慈善项目很多，如捐款活动，或者帮助贫困家庭，又或者参与慈善类网站的开发等。

(4) 环保创业。环保创业就是减少环境污染，它跟社会环境有着密切的联系，能够保护环境，提高人们的环保意识。一些环保创业项目，如种树、种草及垃圾分类等都可以提升人们的环保意识。

(5) 养老服务创业。我国老龄化进程不断加快，大学生参与养老服务创业是公益创业的一种。养老服务创业可以为老年人提供优质的服务，让更多的老年人享受当下优质环境。

此外，大学生公益创业涉及团队成员的能力供给和团队的持续性扶持，可以通过“三步走”的运作策略实现对优秀大学生公益创业团队的全方位支持，包括筛选有公益理想的大学生组织、提供启动阶段的直接支持（资金、培训、指导等），以及后续发展的阶段性支持，帮助这些组织实现社会化生存。



#### 翻转课堂

#### 猜企业小游戏

将学生们随机分为4~5个组，根据课上介绍的企业基本知识，进行猜企业小游戏。

(1) 每组选出1名代表上台，在其背后写上公司名称，本人不能看到。

(2) 讲台上的代表负责提问，台下的本组学生只能回答“是”或“不是”，其他小组负责监督。

- (3) 统计猜中时代表一共提问了几个问题，如果放弃或超过 20 个问题，按 20 个计算。
- (4) 可以玩 2~3 轮小游戏，根据每组提问的问题总数排序，提问总数最少的小组获胜。

### 新型创业大漫谈

(1) 教师需准备若干创新创业的微课视频或阅读材料（数字化创业、绿色创业、社交电商创业等）。

(2) 教师将学生们随机分为 4~5 个组，每组选择一个创新创业案例或项目进行深入研究。

(3) 各小组分享所选的案例或项目，包括案例或项目的背景、创新点、面临的挑战及解决方案等。

(4) 教师与学生们一起总结创新创业领域的动态和关键问题。



### 课外实践

结合本章内容，对表 3-4 中企业进行分类，写出具体企业类别、实例，并判断其是否为营利性企业。

表 3-4 企业分类表

序号	企业	类别	实例	营利性或非营利性
1	医院			
2	电力公司			
3	保险公司			
4	IT 公司			
5	幼儿园			
6	大学			
7	建筑公司			
8	石油化工企业			
9	饭店			
10	汽车维修部			
11	超市			
12	银行			
13	物流公司			
14	出版社			
15	旅游公司			

## 参考文献

- [1] 王强, 陈姚. 创新创业基础: 案例教学与情境模拟[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2021.
- [2] 刘玉奇, 王强. 数字化视角下的数据生产要素与资源配置重构研究——新零售与数字化转型[J]. 商业经济研究, 2019(16): 5-7.
- [3] 叶明全, 陈付龙. “互联网+”大学生创新创业基础与实践[M]. 北京: 科学出版社, 2017.
- [4] 赵大伟. 互联网思维独孤九剑[M]. 北京: 机械工业出版社, 2014.
- [5] 陈光峰. 互联网思维: 商业颠覆与重构[M]. 北京: 机械工业出版社, 2014.
- [6] 余江, 孟庆时, 张越, 等. 数字创业: 数字化时代创业理论和实践的新趋势[J]. 科学学研究, 2018(10):8.
- [7] 邓翔. 数字化时代高校数字创新创业模式创新研究[J]. 中国管理信息化, 2019(10): 209-210.
- [8] 孙杰, 周来, 漆晚霞, 等. 蓝灯行动: 高校志愿服务创新与公益创业研究[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2021.
- [9] 张新梅, 徐建, 王家曦. 善满家园卷: 公益助残扶贫[M]. 长春: 吉林人民出版社, 2020.
- [10] 共青团中央, 中华全国青年联合会, 国际劳工组织. 大学生 KAB 创业基础[M]. 北京: 高等教育出版社, 2015.