

## 带你走进 IT 创业

IT 是信息技术(information technology)的简称,包含现代计算机、网络、通信等信息领域的技术。IT 历经一个多世纪的发展,已经发展成为一个巨大的产业集群,成为主导国民经济的基础性、支柱性和战略性产业。IT 产业巨大的市场中蕴藏着无限的商机,为大学生提供了众多的创业机会。

### 1.1 IT 发展阶段

IT 行业是个年轻的行业,发展到现在只有 60 多年的时间,其发展过程大致可分为硬件、软件、互联网、移动互联网、物联网几个阶段,每一个阶段都有一批新公司出现,并且迅速超越前面的公司,财富也随之转移到这些“新贵”手中。

#### 1. 硬件时代

时间:20 世纪 80 年代中期至 90 年代末期。

代表公司:IBM、HP、DELL、Apple、联想、东芝、索尼。

代表产品:服务器、台式计算机、笔记本电脑。

机会:刚开始由于价格不透明,做产品代理的公司赚了“大钱”,做系统集成的公司也获得了利益。

盈利模式:产品差价。

#### 2. 软件时代

时间:20 世纪 80 年代末期至 90 年代末期。

## IT 创业实务

代表公司：微软、Oracle、Adobe、Sybase、用友、金蝶、金山。

代表产品：Windows、Oracle、Office、财务软件、金山词霸。

机会：刚开始软件公司不多，客户对价格也不清楚，利润较高。

盈利模式：卖产品或软件定制开发（按模块、工作量来收费）。

### 3. 互联网时代

时间：20 世纪 90 年代中后期至 2010 年。

代表公司：Yahoo、亚马逊、Google、Facebook、Twitter、Groupon、新浪、搜狐、网易、阿里、腾讯、百度、人人网。

代表产品：三大门户网站、百度搜索、QQ、人人网、淘宝、天猫、京东、盛大游戏。

机会：做得早、做得好的公司会在短时间内获得大量用户，但刚开始获取用户时只有投入，没有收入。

盈利模式：基础服务免费，增值服务收费（一般收入来源有广告、游戏虚拟道具收费、电商技术服务费及产品差价）。

### 4. 移动互联网时代

时间：2007 年年末至今。

代表公司：腾讯、字节跳动、美图科技。

代表产品：微信、今日头条、口袋购物、滴滴打车、快的打车、美图秀秀、墨迹天气、课程格子、高德地图。

机会：因为手机具有定位功能，所以基于位置的应用“火”起来，如现在比较流行的 O2O，把线下吃喝玩乐的商家全部整合到互联网上，用户在互联网上查找商家服务，支付下单，网下到店消费，互联网公司再定时与商家结算。

盈利模式：与互联网的盈利模式差不多，也是基础服务免费，增值服务收费（一般收入来源有广告、游戏虚拟道具收费、商户服务费及抽成）。

### 5. 物联网时代

未来 10 年可能是物联网的时代，像现在的智能硬件（智能手环、Google 眼镜等）只是物联网的一部分，以后家里的电视、冰箱、洗衣机、汽车、实时路况、空的车位都将连上互联网，我们可以实时查看、远程控制。互联网将真正实现连接人与信息、人与人（社交）、人与商品（电商）、人与服务（O2O）、物与物（物联网），互联网将连接一切！这里面将蕴藏着许多商业机会，等着人们去发掘。

## 1.2 IT 行业现状与发展趋势

在信息化的大时代背景下，IT 行业的发展速度是极为惊人的。近年来，我国 IT 市场

每年都以 20% 以上的速度迅速扩张,IT 产业已经融入人们生活的方方面面。电子信息制造业增速放缓,但仍高于我国 GDP 增速。软件产业也加快了向服务化、网络化、融合化等方向发展,“互联网+”更是创造了很多新的模式,让一切都走向智能化、简便化。

### 1.2.1 IT 行业现状

中国 IT 产业完成了从要素驱动向效率驱动的过渡,目前正在由效率驱动向创新驱动发展。2017 年 4 月 2 日,数字中国联合会发布了《中国 IT 产业发展报告》。该报告中指出,中国整体的产业由大向强,稳步向前发展,与国际差距缩小,整体得分比 2016 年增加 2 分,达到 67.5 分,排名第六;产业内生动力强劲,新业态不断涌现,产业规模保持稳定增长,电子制造业 2016 年整体业务收入超过 12 万亿,增速 8.4%,软件和信息技术服务业收入 4.9 万亿,增速 14.9%;生态体系创新成为产业核心的驱动要素;产业环境逐渐完善,工控成为社会重点关注的领域;融合发展越发深入,国际影响力稳步提升;产业集聚区域特色明显,北京、深圳、上海位于第一梯队。

### 1.2.2 IT 重点领域进展

(1)集成电路、基础软件、网络安全等基础领域发展迅速,对 IT 产业和社会经济发展的支撑作用不断增强。国家集成电路和基础软件 2014 年取得了长足的进步,标志是 28 nm 芯片实现规模量产,先进设计能力已经达到 16 nm 和 14 nm。

(2)互联网上升到国家战略,激发了各行业、各领域的创新活力。以 BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)为代表的大企业,从各自优势出发,以资本、技术、用户等为纽带,向出行、餐饮、本地生活、旅游、教育医疗等“互联网+各个领域”全方位布局。

(3)移动互联网全面渗透到社会生活的各个领域,新应用新模式不断涌现。《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2016 年 12 月,我国网民规模达 7.31 亿,全年共计新增网民 4 299 万人。互联网普及率为 53.2%,较 2015 年年底提升了 2.9 个百分点。预计 2017 年我国网民规模将达 7.72 亿,互联网普及率将达 55.9%。移动互联网发展推动消费模式共享化、设备智能化和场景多元化。首先,移动互联网发展为共享经济提供了平台支持,网约车、共享单车和在线短租等共享模式的出现,进一步减少了交易成本,提高了资源利用效率;其次,智能可穿戴设备、智能家居、智能工业等行业的快速发展,推动智能硬件通过移动互联网互联互通,“万物互联”时代到来;最后,移动互联网用户工作场景、消费场景向多元化发展,线上线下不断融合,推动不同使用场景细化,同时推动服务范围向更深更广扩散。

(4)物联网产业发展迎来重要机遇期,我国物联网标准建设滞后的短板正在逐步得到有效弥补,国家物联网的标准已经初成体系。2015 年,我国主导的窄带物联网标准和物联网安全关键技术标准被纳入国际标准,牵头完成《物联网功能框架与能力》国际标

准。科技巨头纷纷布局物联网。

(5)云计算技术已广泛应用于制造业、电子商务、金融等众多领域,成为推动互联网创新的主要信息基础设施。随着互联网计算越来越呈现出网络化、泛在化和智能化趋势,人类社会、信息系统和物理世界正逐渐走向“人一机一物”三元融合,这需要新型计算模式和计算平台的支撑,而云计算无疑将成为最具代表性的新型计算平台。《2016 年度中国云服务及云存储市场分析报告》中的数据显示,2016 年中国云服务市场规模超过 500 亿元,达到 516.6 亿元。预计 2017 年中国云计算市场规模将达到 690 亿元以上。从趋势来看,金融云、视频云、工业云、政务云都有很大的市场潜力。

(6)国家密集出台的大数据相关政策文件,多领域实现落地应用。现在我国大数据产业已经初步具有了比较体系化的整体构架,数据资源还有产业产品技术相关领域的市场规模也会达到千亿元。

(7)智慧城市建设全面展开,通过智慧城市物联网和云计算中心,集成整个城市所涉及的社会综合管理与社会公共服务资源,通过物联化、互联化、智能化方式,让城市中各个功能彼此协调运作,以更透彻的感知、更全面的互联互通、更深入智能化,实现以智慧技术高度集成、智慧产业高端发展、智慧服务高效便民为主要特征的中国特色智慧城市发展新模式。中国特色智慧城市建设将带来诸多好处:电子政务促进政府管理创新;智能化提升城市现代化管理水平;智慧城市推动社会民生服务;以信息化促进智慧产业发展。

(8)生产性服务业加速制造业高端化。2014 年,国务院发布了《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》。2015 年,国务院出台了《中国制造 2025》,将积极发展服务型制造业和生产性服务业作为九大战略任务之一。一些重点领域涌现出利用信息化实现生产组织方式和服务模式创新的案例。

### 1.2.3 IT 发展趋势

#### 1. 信息消费成为新常态下经济发展的提振器

国内外高度关注信息消费对经济发展的支撑促进作用。美国先进制造业战略、欧洲 2020 战略、德国 2020 高科技战略等国家级战略都特别重视新一轮技术革命下信息技术对经济形态变化的影响,致力于培育和提升信息消费需求。今后,信息消费的战略地位将进一步提升,对消费结构升级和信息技术产业转型的作用将进一步增强,将助力我国经济向数字化、智能化、高端化、绿色化迈进,成为新常态下经济发展的重要引擎。同时,信息消费通过互联网传导到企业,倒逼企业加速信息化进程,推进供给侧改革,进而加速数字经济的发展。

#### 2. “互联网+”成为推动产业融合的加速器

我国已拥有世界一流的互联网产业,阿里、腾讯、百度、京东位居全球前十大互联网



企业之列。互联网必然要与传统产业相融合,催生新的发展空间。“互联网+”的概念已被赋予新的更丰富的内涵,互联网正加速从生活工具向生产要素转变,“互联网+”模式与传统产业的结合更加紧密,以互联网为基础的新兴业态更加密集涌现,这必将引发互联网产业、信息技术产业乃至整体经济发展的加速创新与发展。

### 3. 智能制造成为产业转型升级新方向

智能制造是我国推动“两化”(信息化和工业化)深度融合的重要抓手。工业企业的智能化生产与管理需求,将推动工业软件、管理软件提速发展;工业企业的市场预测、创新研发、生产线分析、供应链优化等需求,将促进云计算、大数据产品与服务创新加速;工业企业提高生产率、增强灵活性等需求,将加大工业互联网的研发投入,推动软硬件、网络等多种信息技术的有机融合和协同发展。相关政策文件和地方配套方案的密集出台,使智能制造模式创新需求和智能制造应用需求进一步旺盛,为信息技术产业发展带来巨大的发展前景和市场助力。

### 4. 云计算、大数据、物联网将实现务实发展

IPV6 的推进、5G 研发部署、空天地一体化网络发展等,将加速推动网络基础设施进入升级换代期。IT 产业的基础设施将从传统的硬件、网络及系统,向软硬结合、与场景应用结合的云计算平台、大数据平台等方向发展。预计云计算、大数据、物联网将在政务领域、公共服务行业和企业级市场实现产业化、规模化发展,并开始与个人消费应用相结合。有价值的实践案例显著增多,其重要作用将清晰展现。

### 5. IT 先进产能合作将成“一带一路”倡议布局重点

2017 年“一带一路”国际合作高峰论坛的召开,将加快我国与沿线国家在 IT 产业等先进产能领域的合作,推动 IT 产业国际分工与重组。IT 产业国际合作模式将从单一的生产、销售模式向品牌、标准、检测、投融资等多元合作拓展,从产业合作向人才培养、基础研究、公共设施、政府服务等产业生态环境合作延伸。

### 6. 自主信息技术产品成为信息安全的重要保障

随着全球范围的信息安全事件多发,我国通信网络核心基础设施和金融、交通、能源、电力等关系国计民生重要领域的信息系统被渗透、被控制的安全风险持续加大,对安全可控的要求不断升级。近年来,国家层面针对信息安全领域的各种政策密集出台,信息安全问题已上升为国家战略。2015 年,以自主核心芯片和国产操作系统平台为核心,我国在信息安全影响巨大的计算机整机、工业控制、网络设备等关键领域实现重要突破,自主信息技术产品和信息系统在重点行业实现大规模应用,成为其信息安全的重要保障。

### 7. 人工智能将加速改变经济社会的发展形态

云计算、大数据、人工智能将构成未来 IT 产业创新发展的三大支柱,并将彻底改变

全球消费者、企业和政府的交互模式,各领域对人工智能应用的需求将越来越多。同时,人工智能不仅仅是技术、产业领域的进步,在社会伦理、配套环境等方面也要予以更多的关注。

### 8. 集成电路、智能硬件、新能源成并购投资热点

信息技术产业一直是并购投资的最热门领域之一,特别是在移动互联网加速发展和产业加快跨界融合的背景下,近年来并购投资热潮持续发酵。预计信息技术产业并购投资将主要围绕集成电路、智能硬件、新能源等领域展开,集成电路企业将在国家和地方集成电路产业基金引导下加快兼并重组,可穿戴设备、智能家居、智能汽车等领域致力于新技术新产品新业态的并购投资,太阳能光伏和锂电池领域则有望在光伏产业兼并重组、新能源汽车财政补贴政策带动下实现整合和提质。

### 9. 需求驱动集成应用创新,实现“换道超车”

当前,人工智能、区块链、VR/AR、新型计算、量子通信等技术快速突破,企业供给侧改革深入推进,大量 IT 应用场景、需求被释放。围绕生态体系构建、针对应用场景的集成创新,将成为 IT 领域“换道超车”的重要推动力。

## 1.3 IT 产业的产业链

IT 产业已从传统的单一式发展转变为今天的链式发展。IT 产业链按产业属性大致可以分为以下几类。

### 1. IT 制造业

IT 制造业主要利用微电子技术、计算机技术、通信技术、多媒体技术等相关技术生产制造电子信息设备和器件,主要产品为进行信息处理的基础设备,如计算机系统硬件、外设、微电子、芯片、网络设备和通信设备等。

### 2. IT 软件业

IT 软件业主要从事计算机软件的研究、设计、分析、程序编制、测试和咨询等,主要产品为计算机软件(计算机程序及其有关文档),如针对一般用户的基础软件和针对专业领域的应用软件。

### 3. IT 服务业

IT 服务业主要利用信息技术及其设备从事信息资源的采集、加工、存储、传输、整理和管理或提供研究咨询、开发利用等服务,涵盖信息生产(市场信息、新闻情报、社会调查等)、信息传输(广播、电视、电话、网络等)和信息服务(电子出版、系统集成、网络增值服务、咨询服务等)等领域。

与此同时,电子商务、汽车电子、银行电子、数控、动画漫画等与 IT 产业相关联的新兴产业不断涌现。

对 IT 制造业、软件业、服务业基本构成的分析见表 1-1。

表 1-1 对 IT 制造业、软件业、服务业基本构成的分析

类别	一级分类	二级分类
制造业	通信设备制造业	移动通信产品、光通信产品、程控交换机、卫星通信产品
	家用视听及日用产品设备制造业	彩色电视机、激光视盘机、音响产品、数字摄录一体机、可转可录小型数字唱盘机、数码相机等
	广播电视设备制造业	数字广播接收机、卫生广播接收机解码器、电缆电视机顶盒等
	电子计算机制造业	主机、外设及配件、网络设备、应用产品等
	电子元件、器件制造业	集成电路、新型显示器件、新型元器件、新型基础材料等
	电子信息设备修理业	通信设备修理、家用视听及日用产品设备修理、广播电视设备修理、计算机修理、电子元件和器件修理等
软件业	系统软件/平台软件	操作系统、数据库管理系统、其他系统软件或平台软件等
	中间件	基础中间件、应用集成中间件、其他中间件
	应用软件	决策支持型应用系统、管理型应用系统、控制型和生产型应用系统、集成开发或管理工具、工具类软件、安全类软件、其他应用软件
服务业	内容产业(信息内容产品的挖掘、制作、传播和销售)	创意设计、动漫创作、网络游戏、教育内容、网络出版、数字传媒、影音应用、信息处理、竞争情报、知识服务、移动内容
	营运服务(设备资源、处理资源或信息资源运营管理)	互联网接入和托管服务、运营维护、ASP 服务/应用运营服务、专业型运营服务、电子支付、安全认证
	系统集成(通过附加劳务和知识,形成有形产品的服务网)	弱电工程集成、网络集成、应用集成、专业性解决方案
	专业服务(其他软性服务)	咨询服务、认证、评测、教育和培训、3S(GIS、GPS、RS)服务、呼叫中心

## 1.4 IT 类专业创业现状

受全国“大众创业,万众创新”热潮的影响,许多人开始了解创业并且接受创业,这种思想也影响到了当代的大学生。政府为创业者提供的良好的政策支持与帮扶、投资环境的繁荣、社会整体对创业的积极态度,都为创业者,尤其是大学生创业者提供了良好的环境。

### 1.4.1 大学生创业主要实践途径

#### 1. 大学生科技创业园

在“大众创业,万众创新”的时代背景下,很多地方都开设有 IT 创业园,如软件园、IT 服务外包创业园等。这些创业园,有的是由政府或社会力量创办的,有的是由地方政府和高校共同创办的。由大学生开发的有市场潜力的 IT 项目可以在这些创业园内得到孵化,直至推广。为培养大学生的创新创业意识、创业素质和创业能力,很多高校开设有大学生创新创业园,学生在有余力的基础上可以以个人或团队的方式通过申报项目的方式加入创业园。学生可以从项目实战训练中学到更多的知识和掌握更多的技能技巧,积累一定的项目开发经验,培养一种独立思考、分析与解决问题的能力,激发学生创新创业的思想火花,最大限度地发挥团队协作精神。

#### 2. 创新创业比赛

为推动大学生创新创业,培养学生的创业意识,树立创业精神,提高创业能力,提升创业竞争力,国家各级层面和高校每年都会举办很多创新创业大赛。创业大赛已成为青年大学生创业的一个不可忽视的途径。国际层面的创业大赛有国际大学生 iCAN 创新创业大赛;国家层面的创业大赛有“创青春”全国大学生创业大赛、挑战杯、全国智能制造(中国制造 2025)创新创业大赛、创翼大赛等;IT 类的创新创业大赛有中国创新创业大赛——电子信息行业大赛、互联网及移动互联网大赛、全国大学生网络创新创业大赛、“互联网+”大学生创新创业大赛等。另外,还有省、市(地、州)及各高校举办的各类创业比赛。通过这一平台,学生能够全面熟悉和掌握从市场调研、制作创业计划书、参与答辩到项目实施的创业全过程。通过竞赛胜出的项目,部分直接进入创业园进行孵化,成为创业成功的典范。

#### 3. 创业实践协会

目前,很多高校都成立了大学生创新实践协会,它是由学生中的创业爱好者组成的学生社团,通常由学校团委领导。创业实践协会邀请社会上的企业家、学者做创业演讲,

提供创业经验和建议；在校园内举办具有创业性质的实践活动，如 IT 创业大赛、创业项目计划书的撰写等；利用寒暑假和双休日开展创业实践活动；联系企业为会员提供培训、实践、实习、考察的机会及兼职等。创业实践协会在引导学生树立正确的择业观、就业观、职业观和创业观的同时，带领学生逐步认识、了解社会和适应社会，提高学生的综合素质，学习创业理论，确立正确的创业观念，为学生在校创业或毕业后就业、创业奠定坚实的基础。

## 1.4.2 IT 类创业意向与创业现状

### 1. IT 行业创业受青睐

国家统计局北京调查总队、北京市统计局于 2015 年 6 月至 7 月对北京地区 24 所高校 5 000 余名大学生进行调查后发现，77.2% 的受访大学生表示对创新创业有兴趣，其中很有兴趣的占 31.0%，有创业实践的占 13.4%，有创业计划的占 60.2%。调查显示，大学生创新创业领域呈现多样化、服务化的特点。其中，信息产业最受创业者青睐，选择“信息传输、软件、互联网服务”的被访者比重为 21.6%；选择“文化、体育、传媒”和“批发零售”的被访者比重均在 10% 以上。此外，随着政府对高校学生创新创业支持力度的加大，创新创业环境正在逐步得到改善。受访的创业实践者对目前创业环境的满意率为 65.8%。

### 2. IT 类毕业生的创业意向

成都天府软件园人力资源研究所发布的《成都市 2016 届 IT 毕业生就业趋势及起薪报告》采样于电子科技大学、四川大学、西南财经大学等 18 所高校，共收到有效问卷 5 977 份，历时 3 个月，经过逻辑查错而形成了最终数据库，分析出了成都市 2016 届毕业生的就业趋势、对待创业的看法、对起薪的要求及求职行为和态度等内容。该报告显示，一方面，成都市 2016 届毕业生并不再热衷跻身于北、上、广、深等一线城市，而生活节奏缓慢、压力相对较小成了他们考量首选城市的重要参考条件；另一方面，在“创新创业”热潮的驱动下，八成大学生都想创业，但最终有好项目的却不足一成，并且还有很多学生选择创业是因为“没有好的就业机会”。

超过七成的成都市 2016 届 IT 专业毕业生愿意考虑加入创业企业，近 15% 的 IT 专业毕业生选择自主创业，如图 1-1 所示。与前两届相比，2016 届选择“就业”的学生比例降至最低，而选择“创业”的学生的比例大幅度提升。在众多的大学毕业生中，超过 80% 的学生选择愿意考虑加入创业企业，但在分析大学生创业行为时发现，仅有 7.8% 的大学生手头有好的创业项目，其余选择创业的理由依次为：实现自己的理想、兴趣所在、挣钱、自由、没找到合适的工作。

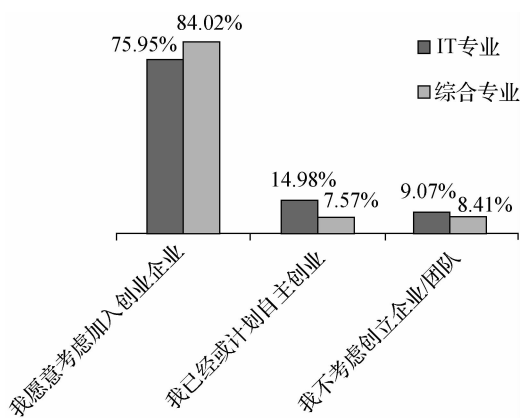


图 1-1 成都市 2016 届毕业生创业意愿及创业现状

### 3. IT 类专业的创业现状

2013 年 12 月,国家人力资源和社会保障部首次向社会发布的《网络创业促进就业研究报告》指出,我国网络创业就业已累计制造岗位 1 000 万个,有力地缓解了近几年的就业压力。2014 年 5 月,国家人力资源和社会保障部下发的《人力资源与社会保障厅等九部门关于实施大学生创业引领计划的通知》中明确指出,2014—2017 年要实现引领 80 万大学生创业的预期目标。

随着互联网的快速发展和电子商务的蓬勃兴起,IT 创业以其起点低、风险小、来得快、能力匹配等优势,加上宽松的政策环境,成为大学生创业的新选择、新趋势。虽然往往 90% 的创业会失败,但创业公司可以立刻换方向,东山再起。

目前,大学生创业主要集中在在线教育、移动互联网公司、游戏、电子商务网站、App 等领域。近年来,移动互联网的快速崛起,使得很多行业领域的创业者也纷纷投入其中。其中,59% 的创业者出身于 IT 及互联网领域。特别是蓬勃发展的 App 产业正日益成为青年创业的热土,App 成为当下流行的创业方向。据不完全统计,仅 2014 年下半年,国内 App 便增加了 10 万个。从开发和推广主体来看,超过 80% 的大学生手机 App 开发者主修的是计算机编程或相关专业。

## 1.4.3 IT 类大学生创业存在的问题

### 1. IT 类大学生创业人数还有待提高

一方面,IT 类大学生同样面临其他专业大学生创业的困惑。因为目前国家各层面出台的创业扶持政策尚处于起步阶段,一些扶持政策的配套措施还无法满足大学生创业工作的实际需要,不能很好地调动在校 IT 类大学生创业的热情。同时,因为项目的选择、资金的局限、学校工作发展的不平衡等因素,我国 IT 类大学生自主创业的人数还有待提高,发展空间较大。另一方面,IT 类大学生的创业还要面临其他非 IT 类大学生创业的竞



争,挤压创业空间。

## 2. IT 创业目标定位不准,创业成功率低

随着国家、社会和学校政策越来越健全,大学生参与创业的积极性不断提高。一部分大学生积极投身创业实践,有很高的创业热情和激情,但是因为受到视野、阅历、知识能力及市场了解程度等因素的影响,很多大学生创业领域有很大的局限性,创业盲目性较大,创业项目容易重复、跟风和扎堆,在创业赚钱上关注得较多,而对自身的创业精神、创业意识的培养和创新创业能力的提高等方面重视不够,对创业的目标定位模糊不清,缺乏长远发展规划。同时,IT 创业在大学里缺乏有针对性的培训和教育,很多学生对 IT 在社会各领域、行业和本专业方面的应用缺乏一定的认识和了解,创业时,往往不能有效发现、利用 IT 行业领域的商机和信息,所以,很多 IT 类大学生的创业成功率较低。

## 3. 高校 IT 类创业教育与实践滞后

高校 IT 类创业教育与实践滞后突出表现在高校课程设置体系不够完善。

(1) 专业课程的设置不能较好地对接区域产业的需要,未打破传统意义上的课程体系设置框架,如企业急需 Android、iOS 等技术,但 IT 类毕业生却还在大谈 C++。高校课程设置的不合理,将会引起 IT 行业市场的供需不平衡,这是非常值得在校大学生和各大高校关注的问题。

(2) 未能将创新创业教育课程纳入课程体系建设,致使学生的创新意识不强,更谈不上创业能力。教育部规定从 2016 年起各高校应开设创新创业类课程。

(3) 未建立有效的学生创新创业实践途径,学生创业意识的养成、创业能力的培养和提高没有平台。

# 1.5 IT 市场创业潜力

IT 的发展潜力大,发展空间广,社会需求大,创业机会多,创业成本低。IT 的迅猛发展引爆了许多产业,孕育出许多千亿级公司,同时也衍生出许多新兴领域:移动互联网、云计算、大数据、互联网金融等,处处蕴藏着创业商机。

## 1.5.1 透过时代发展要求看 IT 市场创业潜力

在 2015 年的政府工作报告中,国务院总理李克强首次提出制订“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业的结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。

2015 年 7 月,国务院在《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》中明确指出,到 2018 年,互联网与经济社会各领域的融合发展将进一步深化,基于互联网的新业态将成

## IT 创业实务

为新的经济增长动力,互联网支撑“大众创业,万众创新”的作用将进一步增强,互联网将成为提供公共服务的重要手段,网络经济与实体经济协同互动的发展格局将基本形成;到 2025 年,网络化、智能化、服务化、协同化的“互联网+”产业生态体系将基本完善,“互联网+”新经济形态将初步形成,“互联网+”将成为经济社会创新发展的重要驱动力量。

大学生是推动“大众创业,万众创新”的生力军。目前,欧美发达国家大学生的创业率接近 20%,而我国大学生的创业率只有 1%。不过,在我国一系列创新创业政策的支持下,大学生创业潜力空间巨大,IT 行业创业更是如此。

### 1.5.2 透过产业链看 IT 市场创业潜力

IT 服务业是 IT 产业链中的一个分支,正成为 IT 行业的基础行业。作为信息化的先锋和服务业的形态,我国的 IT 服务产业正逐渐被各级政府重视,尤其是在服务外包领域。2006 年,商务部出台的“千百十工程”正是推动中国 IT 服务产业发展的重要举措。2008 年 3 月 20 日,《国务院办公厅关于加快发展服务业若干政策措施的实施意见》正式发布,该意见为 IT 服务业在政策环境、财税优惠及创业门槛等方面带来了诸多利好。

中国产业调研网发布的《中国 IT 服务行业现状分析与发展趋势研究报告(2016 版)》显示,与欧美国家相比,我国的 IT 服务业尚有极大的发展潜力。目前,我国 IT 服务业的产值占 GDP 的 0.2%,而在美国,这一数字为 1.5%。此外,美国还有外包给印度、菲律宾等的 IT 服务业未包括在这 1.5%内,若将这些计算在内,则美国的 IT 服务业在 GDP 中的份额应在 2%以上。也就是说,未来 5~10 年,我国 IT 服务业的发展速度必须大于 GDP 的增长速度,才有可能达到一个较为均衡的状态。快速发展的 IT 服务业必然催生出巨大的创业商机。

### 1.5.3 透过移动互联网看 IT 市场创业潜力

毋庸置疑,移动互联网已经处在一个变革的节点上。从 2012 年至今,短短 5 年时间里移动互联网迅速成长。依托于智能手机的普及,人们开始通过使用手机来享受各种服务,移动互联网创业也由此喷发。

互联网数据中心(Internet Data Center, IDC)最新发布的报告显示,2016 年智能手机市场持有量达到 15 亿,而且移动用户有年轻化的趋向。相关数据显示,移动网民群体中“90 后”(1990—1999 年出生的人)与“00 后”(2000—2009 年出生的人)的整体份额已经超过 1/3,且比例还在持续上升,这种变化也体现在对移动互联网内容的喜好上。已经有部分创业者尝试在年轻人身上找创业点,领域则是社交、二次元视频或音频。

调查发现,国民在移动互联网上的时间分配正逐渐由游戏转向更多分散的功能服务类应用,即国民逐渐适应和习惯在手机上完成一些日常刚需,如金融理财、教育阅读、健康医疗等。也就是说,垂直类 App 正在“入侵”国民的手机。而现阶段市场反馈的结果

是,一些真正的刚需更容易获得用户,如移动教育。数据显示,在 12.8 亿移动互联网用户中,移动教育的用户规模就达到 4.8 亿。而其他领域,如移动医疗,正步入一个高速发展阶段,像预约挂号、医药服务等是移动医疗的高频功能。这并不是一个偶然的现象,移动互联网已经从早期的工具时代、娱乐时代转为现在的消费时代和服务时代。以移动电商为主的消费时代已经成为常态,服务时代如大众点评、滴滴出行等是当下最典型的代表。

#### 1.5.4 大学生要善于把握 IT 创业机遇

IT 行业非常适合创业,小到网站开发、微店营销,大到城市智能、网络安全,身边随处迸发着创业的机遇与思路。大学生要敢想敢干,冲破原有思想的束缚和周围环境的约束,在新的互联网时代中迈出第一步,实现个人心中的创业梦想。时代赋予了机遇,走出去,拼一下,搏一次,立足现在,转换思路,把握机遇,勇敢挑战,相信每一位 IT 类专业的大学生都会在以后的人生道路上走得更稳,更辉煌。

#### 思考与练习

1. IT 行业的发展可以分为哪几个阶段?
2. 简要叙述 IT 行业的发展现状及发展趋势。
3. IT 产业链主要包括哪些内容?
4. 大学生创业成功率低的原因是什么?
5. 如何把握住 IT 市场所带来的创业机遇?

## IT 创业必备知识

成功创业的首要就是了解创业的必备知识,对 IT 创业尤其如此,包括对政策的了解,对法律法规的了解,对行业创业模式的了解,等等。

### 2.1 大学生创业政策

#### 2.1.1 政府对大学生创业的政策扶持

##### 1. 政策出台背景

自 1999 年高校扩招以来,大学生的入学门槛和毕业门槛普遍降低,越来越多的学生相继涌入高校,高等教育开始向大众化教育方向发展。2003 年是高校扩招以来的第一个就业高峰期,2003 年以后,高校毕业生的数量逐年递增,高校毕业生的就业压力迅速增大。

随着金融危机的爆发和国际经济的持续低迷,中国的经济也受到冲击,企业间的竞争愈发激烈,人力资本不断上涨,导致部分行业的就业需求下降。在这种情况下,创业成为大学生实现就业的一个重要出路。

##### 2. 大学生创业的政策扶持

党的十八大明确提出,要加大创新创业人才培养支持力度。习近平总书记多次做出重要指示,要求加快教育体制改革,注重培养学生创新精神,造就规模宏大、富有创新精神、敢于承担风险的创新创业人才队伍。李克强总理多次强调,“大众创业,万众创新”的

核心在于激发人的创造力,尤其在于激发青年的创造力。

国务院办公厅 2015 年 3 月发布的《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》指出,推进实施大学生创业引领计划,鼓励高校开发开设创新创业教育课程,建立健全大学生创业指导服务专门机构,加强大学生创业培训,整合发展国家和省级高校毕业生就业创业基金,为大学生创业提供场所、公共服务和资金支持,以创业带动就业,鼓励骨干企业和科研项目单位吸纳与稳定高校毕业生就业。为支持大学生创业,国家和各级政府出台了许多优惠政策,涉及融资、开业、税收、创业培训、创业指导等诸多方面。

2016 年 12 月 16 日,教育部公布了新修订的《普通高等学校学生管理规定》(以下简称《规定》),并自 2017 年 9 月 1 日起施行。《规定》要求学生应履行恪守学术道德,坚守学术诚信的义务。此外,针对近年来兴起的大学生创业潮,《规定》也给予了支持,明确大学生创新创业可折算成学分。

### 3. IT 行业的政策支持

2013 年 4 月,发展和改革委员会发布《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》,要求统筹推进电子商务发展环境建设。

2014 年 5 月,发展和改革委员会办公厅、中国人民银行办公厅联合发布了《关于开展移动电子商务金融科技服务创新试点工作的通知》,通知要求各地推动移动金融安全可信公共服务平台建设,开展国家电子商务示范城市移动电子商务金融科技服务创新试点工作。

2015 年 5 月,国务院发布的《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》涵盖了降低准入门槛、税收优惠、便利投融资、物流建设、线上/线下 O2O、农村电商、互联网金融、跨境电商、供应链 C2B、信用体系、质量监督等内容。

2016 年 3 月,商务部办公厅发布的《2016 年电子商务和信息化工作要点》中提到,2016 年电子商务和信息化工作要按中央经济工作会议要求和全国商务工作会议部署,贯彻落实《政府工作报告》和《国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》,深入推进“互联网+流通”行动计划,创新政策举措,提升公共服务,加快构建资源融合、协同共享的电子商务产业链和电子政务应用体系。

《2016 年国务院政府工作报告》中指出,聚焦提质增效,推动产业创新升级;制定实施创新驱动发展战略纲要和意见,出台推动“大众创业,万众创新”政策举措,落实“互联网+”行动计划,增强经济发展新动力。

#### 2.1.2 大学生创业的具体优惠政策

对于那些初出校门怀揣创业梦想的年轻人来说,创业该怎样开始? 国家为他们创业制定了哪些优惠政策和创业扶持政策呢?

### 1. 大学生创业税收优惠

持人社部门核发的就业创业证(注明“毕业年度内自主创业税收政策”)的高校毕业生在毕业年度内(毕业所在自然年,即1月1日至12月31日)创办个体工商户、个人独资企业的,3年内按每户每年8000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、教育费附加和个人所得税。对高校毕业生创办的小型微利企业,按国家规定享受相关税收支持政策。

### 2. 创业担保贷款和贴息

符合条件的自主创业的大学生可在创业地按规定申请创业担保贷款,贷款额度为10万元。鼓励金融机构参照贷款基础利率,结合风险分担情况,合理确定贷款利率水平。对个人发放的创业担保贷款,在贷款基础利率基础上上浮3个百分点以内的,由财政给予贴息。

### 3. 免收有关行政事业性收费

对毕业2年以内的从事个体经营(除国家限制的行业外)的普通高校学生,自其在工商部门首次注册登记之日起3年内,免收管理类、登记类和证照类等有关行政事业性收费。

### 4. 享受培训补贴

对大学生创办的小微企业新招用毕业年度高校毕业生,签订1年以上劳动合同并缴纳社会保险费的,给予1年社会保险补贴。对在毕业学年(从毕业前一年7月1日起的12个月)内参加创业培训的大学生,根据其获得的创业培训合格证书或就业、创业情况,按规定给予培训补贴。

### 5. 免费创业服务

有创业意愿的大学生,可免费获得公共就业和人才服务机构提供的创业指导服务,包括政策咨询、信息服务、项目开发、风险评估、开业指导、融资服务、跟踪扶持等“一条龙”创业服务。

### 6. 取消高校毕业生落户限制

高校毕业生可在创业地办理落户手续(直辖市按有关规定执行)。

### 7. 创新人才培养

创业大学生可享受各地各高校实施的系列“卓越计划”、科教结合协同育人行动计划等,同时享受跨学科专业开设的交叉课程、创新创业教育实验班等,以及探索建立的跨院系、跨学科、跨专业交叉培养创新创业人才的新机制。

### 8. 开设创新创业教育课程

自主创业大学生可享受各高校挖掘和充实的各类专业课程及创新创业教育资源,以



及面向全体学生开发开设的研究方法、学科前沿、创业基础、就业创业指导等方面的必修课和选修课；同时享受各地区、各高校推出的资源共享慕课(MOOC)、视频公开课等在线开放课程，以及在线开放课程学习认证和学分认定制度。

### 9. 强化创新创业实践

自主创业大学生可共享学校面向全体学生开放的大学科技园、创业园、创业孵化基地、教育部工程研究中心、各类实验室、教学仪器设备等科技创新资源和实验教学平台。参加全国大学生创新创业大赛、全国高职院校技能大赛和各类科技创新、创意设计、创业计划等专题竞赛，以及高校学生成立的创新创业协会、创业俱乐部等社团，提升创新创业实践能力。

### 10. 改革教学制度

自主创业大学生可享受各高校建立的自主创业大学生创新创业学分累计与转换制度，可将学生开展创新实验、发表论文、获得专利和自主创业等情况折算为学分，将学生参与课题研究、项目实验等活动认定为课堂学习的新探索。同时也享受为有意愿有潜质的学生制订的创新创业能力培养计划，以及创新创业档案和成绩单等系列客观记录并量化评价学生开展创新创业活动情况的教学实践活动。优先支持参与创业的学生转入相关专业学习。

### 11. 完善学籍管理规定

有自主创业意愿的大学生，可享受高校实施的弹性学制，放宽学生修业年限，允许调整学业进程、保留学籍休学创新创业。

### 12. 享受大学生创业指导服务

自主创业大学生可享受各地各高校对自主创业学生实行的持续帮扶、全程指导、一站式服务及地方、高校两级信息服务平台为学生实时提供的国家政策、市场动向等信息，以及和创业项目对接、知识产权交易等服务；可享受各地在充分发挥各类创业孵化基地作用的基础上因地制宜建设的大学生创业孵化基地，以及相关培训、指导服务等扶持政策。

## 2.1.3 部分省市的大学生创业优惠政策

目前，我国许多城市分别出台创业新规，鼓励劳动者自主创业，通过创业带动整体就业。

### 1. 天津鼓励自主创业，大学生开公司可零首付注册

天津市制定的创业政策优惠力度大，惠及范围广。比如，对高校毕业生、留学回国人员注册资本50万元以下的公司可零首付注册，开辟“绿色通道”支持自主创业。

### 2. 杭州出台新政力挺大学生自主创业，大学生创业可获资助20万元

杭州加大对大学生创业企业的资助力度是《关于鼓励和扶持大学生在杭自主创业的

若干意见》中的最大亮点。在“优化创业资助政策”中将现有的创业资助政策的适用范围由毕业大学生创业项目扩大到大学生在校接受孵化并在杭落地转化的创业项目,使在校大学生也可以享受资助政策。对大学生创业项目申请无偿创业资助的,资助金额的额度从原来的最高 10 万元提高到 20 万元。

### 3. 上海大学生创业优惠多

根据国家和上海市政府的有关规定,上海地区应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培训、无偿贷款担保及部分税费减免四项优惠政策,具体包括:高校毕业生(含大学专科、大学本科、研究生)从事个体经营的,自批准经营日起,1 年内免交个体工商户登记注册费、个体工商户管理费、经济合同示范文本工本费等。

### 4. 北京待业大学生创业可申请小额贷款

从 2006 年 5 月起,除拥有北京再就业优惠证的人员外,持有北京户口的未就业大学毕业生想要从事个体经营或自主、合伙创办小企业自筹资金不足的,也可申请小额担保贷款。大学生毕业后有创业要求的,只需带着自己的学历证明和北京市户口,到户口或经营所在地的社保所申请即可。

### 5. 重庆采取五项优惠政策鼓励大学生创业和就业

大学毕业生从事个体经营,1 年内可以免缴行政事业性收费;凡自愿到重庆市工作的毕业生,只要与用人单位签订就业合同,不受学校、专业、学历和生源的限制;半年以上未就业有固定户口的大学毕业生可在其户口所在地居委会登记,申请 3 000~4 000 元人民币的银行抵押和担保贷款;自谋职业的毕业生,根据本人意愿,可将户口和人事档案暂存就读学校 2 年或由市大中专毕业生就业指导中心存管 2 年,存管期间免收档案管理费;加强毕业生就业指导,引导大学生转变择业观念。

### 6. 江西促进青年创业的若干措施

从 2015 年 10 月 1 日起到 2017 年年底,依法将减半征收企业所得税的小微企业范围,由年应纳税所得额 20 万元以内(含 20 万元)扩大到 30 万元以内(含 30 万元)。将月销售额 2 万至 3 万元的小微企业、个体工商户和其他个人免征增值税、营业税的优惠政策执行期限,由 2015 年年底延长至 2017 年年底;省级财政每年注入一定资金,充实江西青年创业就业基金,使其每年保持 1 000 万元的总量,对符合条件的青年创业提供免息担保贷款等资金扶持。

### 7. 兰州大中专毕业生创业可申请小额担保贷款

兰州市将扩大贷款对象范围,下岗失业人员、城镇复员转业退役军人、城镇其他登记失业人员、自愿创业的大中专院校毕业生从事个体经营或合伙经营、组织起来就业,自筹资金不足的,均可分别凭再就业优惠证、军人退出现役的有效证件、自谋职业证、毕业证明等,经劳动保障部门审核,担保机构承诺担保,向商业银行申请小额担保贷款。

### 8. 郑州大学生自主创业可获贷款

为扶持更多的人走上创业路,2017年郑州市计划投入10亿元小额担保贷款,凡符合条件的自主创业者和小企业皆可申请。按照规定,小额担保贷款按对象分为四种类型:一是个人自主创业,二是合伙经营,三是组织起来就业(组织就业),四是劳动密集型小微企业(小微企业)。

### 9. 广州大学生创业减免42项费用

2015年下发的《广东省人民政府关于进一步促进创业带动就业的意见》令广州进一步加大创业带动就业的扶持力度。在广州市内具有创业要求和培训意愿并具备一定创业条件的城乡各类劳动者(含港澳台学生)到市人力资源和社会保障行政部门认定创业培训定点机构参加SIYB创业培训和创业模拟实训,并取得合格证书的,给予SIYB创业培训补贴1000元和创业模拟实训补贴800元;在本市领取工商营业执照或其他法定注册登记手续(本人为法定代表人或主要负责人),正常经营6个月以上的,每户给予一次性创业资助5000元。

### 10. 青岛对大学生创业优惠政策

对毕业5年内的高校毕业生、驻青高校毕业学年在校生(从毕业前一年7月1日起的12个月)在青岛市行政区域内从事个体经营、创办企业(含民办非企业单位),符合相应条件的,可申领5000元的一次性创业补贴;自2014年1月1日起,对首次领取营业执照并正常经营1年以上的小微企业,符合相应条件的,补贴标准提升至1万元。

## 2.2 IT 创业法律法规

### 2.2.1 IT 公司创立的法律程序

#### 1. 成立 IT 公司的准备

(1)确定公司的名字和经营范围。例如,公司名字:××网络科技有限责任公司;经营范围:计算机技术研究,网络交易。

(2)发起人和股东。新的公司法规定:自2006年1月起,允许只有一个自然人股东或者一个法人股东注册有限责任公司,这种特殊的有限责任公司又称为一人有限责任公司(但公司名称中不会有“一人”字样,执照上会注明“自然人独资”)。

(3)注册资金。一人有限责任公司的最低注册资金为10万元。

#### 2. 注册公司的步骤

##### 1)核名

创业者到工商局领取一张企业(字号)名称预先核准申请表,填写准备取的公司名

称,由工商局上网(工商局内部网)检索是否有重名,如果没有重名,就可以使用这个名称,工商局会核发一张企业(字号)名称预先核准通知书。

### 2)租房

创业者可以去专门的写字楼租一间办公室,有些地方不允许在居民楼里办公。租房后要签订租房合同,并让房东提供房产证的复印件。签订好租房合同后,还要到税务局购买印花税,按年租金的千分之一的税率购买。例如,每年的房租是1万元,那就要买10元钱的印花税,贴在房租合同的首页,后面凡是需要用到房租合同的地方,都需要贴有印花税的合同复印件。

### 3)编写公司章程

在编写公司章程时,创业者可以从工商局网站上下载公司章程的样本进行修改。章程的最后由所有股东签名。

### 4)到会计师事务所领取银行询征函

创业者应联系一家会计师事务所,领取一张银行询征函(必须是原件,会计师事务所盖鲜章)。

### 5)到银行开立公司验资户

所有股东带上自己入股的那一部分资金到银行,带上公司章程、工商局发的核名通知、法人代表私章、身份证、用于验资的钱、空白询征函表格,到银行开立公司账户。开立好公司账户后,各个股东按照自己的出资额向公司账户中存入相应的资金。银行会发给每个股东缴款单,并在询征函上盖银行的章。

### 6)办理验资报告

创业者拿着银行出具的股东缴款单、银行盖章后的询征函,以及公司章程、核名通知、房租合同、房产证复印件,到会计师事务所办理验资报告。

### 7)注册公司

创业者到工商局领取公司设立登记的各种表格,包括设立登记申请表、股东(发起人)名单、董事经理监事情况、法人代表登记表、指定代表或委托代理人登记表。填好后,连同核名通知、公司章程、房租合同、房产证复印件、验资报告一起交给工商局。大概三个工作日后可领取营业执照。

### 8)刻章

凭营业执照到公安局指定的刻章社去刻公章和财务章。在后面的步骤中均需要用到公章或财务章。

### 9)办理企业组织机构代码证

凭营业执照到技术监督局办理组织机构代码证。办证需要半个月,技术监督局会首先发一个预先受理代码证明文件,凭这个文件就可以办理税务登记证和银行基本户开户手续了。

#### 10) 去银行开立基本账号

凭营业执照和组织机构代码证去银行开立基本账号。开立基本账号需要的材料包括营业执照正本原件、身份证、组织机构代码证、公财章、法人章。

#### 11) 办理税务登记

领取营业执照后的30日内到当地税务局申请领取税务登记证。办理税务登记证时必须有一名会计,因为在税务局要求提交的资料中有一项是会计资格证和身份证。

#### 12) 申请领购发票

如果公司是销售商品或提供服务的,应该到国税去申请增值税发票。每个月应按时向税务局申报税,即使没有开展业务不需要缴税,也要进行零申报,否则会被罚款。

### 3. 大学生成立 IT 公司的政策优惠

#### 1) 创业资本

各地商业银行、股份制银行、城市商业银行和有条件的城市信用社要为自主创业的毕业生提供小额贷款,并简化程序,提供开户和结算便利,贷款额度在2万元左右。贷款期限最长为2年,到期确定需延长的,可申请延期一次。贷款利息按照中国人民银行公布的贷款利率确定,担保最高限额为担保基金的5倍,期限与贷款期限相同。

#### 2) 注册资金

大学毕业生在毕业后2年内自主创业,到创业实体所在地的工商部门办理营业执照,注册资金(本)在50万元以下的,资金允许分期到位,首期到位资金不低于注册资金的10%(出资额不低于3万元),1年内实缴注册资金追加到50%以上,余款可在3年内分期到位。

#### 3) 招聘员工

政府人事行政部门所属的人才中介服务机构免费为自主创业毕业生保管人事档案(包括代办社保、职称、档案工资等有关手续)2年;提供免费查询人才、劳动力供求信息,免费发布招聘广告等服务;适当减免参加人才集市或人才劳务交流活动的费用;优惠为创办企业的员工提供一次培训、测评服务。

#### 4) 税收

大学毕业生新办咨询业、信息业、技术服务业的企业或经营单位,经税务部门批准,免征企业所得税两年;新办从事交通运输、邮电通信的企业或经营单位,经税务部门批准,第一年免征企业所得税,第二年减半征收企业所得税;新办从事公用事业、商业、物资业、对外贸易业、旅游业、物流业、仓储业、居民服务业、饮食业、教育文化事业、卫生事业的企业或经营单位,经税务部门批准,免征企业所得税一年。

## 2.2.2 IT 创业相关的法律法规

### 1. 合同

#### 1) 合同的作用

实行合同制可使公民通过各种合同取得自己需要的商品和服务,也可使各种经济主体明确自己对消费者的责任。依法订立的合同受法律的保护,公民可据此防止不法交易,维护自己的合法权益。

合同是当事人之间明确民事权利义务的协议,因此,当事人在订立合同时遵循平等自愿、协商一致的原则,并要求当事人诚实、守信,不得弄虚作假,欺骗对方。

#### 2) 合同的订立

通常,订立合同可以采用口头、书面、鉴证、公证等形式;但为了避免发生纠纷,以及发生纠纷后有据可依,订立合同宜采用书面形式。

订立合同一般要经过要约和承诺两个阶段。要约即发出缔结合同建议的行为,承诺是对提议人的建议予以答复的行为。

(1) 要约。要约是希望和他人订立合同的意思表示。

- ① 要约的内容必须具体、明确。
- ② 要约必须是特定人所为的意思表示。
- ③ 要约必须向相对人发出。
- ④ 表明经受要约人承诺,要约人即受该意思表示约束。
- ⑤ 要约送达受要约人时生效。

(2) 承诺。承诺是受要约人同意要约的意思表示。

- ① 承诺必须由受要约人做出。
- ② 承诺必须向要约人做出。
- ③ 承诺的内容必须与要约的内容一致。
- ④ 承诺必须在有效期限内做出。
- ⑤ 承诺应当以通知的方式做出,通知的方式可以是口头的,也可以是书面的。
- ⑥ 承诺通知到达要约人时生效。
- ⑦ 承诺可以撤回。撤回承诺的通知应当在承诺通知到达要约人之前或者与承诺通知同时到达要约人。
- ⑧ 受要约人对要约的内容做出实质性变更的,为新要约。

### 2. 知识产权

#### 1) 知识产权的定义

知识产权是指人们就其智力活动所创造的成果和经营管理活动中的标记、信誉依



法享有的权利。知识产权是一种无形财产权,它与房屋、汽车等有形财产一样,都受到国家法律的保护,都具有价值和使用价值。

## 2) 知识产权的内容

(1) 专利权。专利权与专利保护是指一项发明创造向国家专利局提出专利申请,经依法审查合格后,向专利申请人授予的在规定时间内对该项发明创造享有的专有权。我国专利法中所称的发明创造是指发明、实用新型和外观设计。

(2) 商标权。商标权是指商标主管机关依法授予商标所有人对其注册商标受国家法律保护的专有权。商标是用以区别商品和服务不同来源的商业性标志,由文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合或者上述要素的组合构成。

(3) 著作权。著作权又称版权,由自然科学、社会科学及文学、音乐、戏剧、绘画、雕塑、摄影和电影摄影等方面的作品组成。版权是法律上规定的某一单位或个人对某项著作享有印刷出版和销售的权利。任何人要复制、翻译、改编或演出等均需要得到版权所有人的许可,否则就是对他人权利的侵权行为。

## 3) IT 领域知识产权的特点

(1) 知识产权的无形性更加明显。知识产权的客体是智力成果,是无形的精神财富。传统知识产权客体的载体是有形的。在知识产权的确认、授权、处分、转移、保护等诸多环节中,这些有形载体发挥了重要的作用。但在 IT 领域,知识产权的载体表现为数字信息,人们可感知的只是数据和影像。如果说知识产权客体的无形性已经给知识产权侵权的认定与保护带来了较有形财产权复杂得多的问题,那么在网络时代,这些资源的无形性和不确定性更增加了知识产权的保护难度。

(2) 知识产权的地域性受到冲击。传统知识产权保护具有明显的地域性。知识产权在空间上的效力不是无限的,它只在被依法确认的国家或地区中受该地域法律的保护。如果需要某国或某几个国家对其知识产权进行保护,就必须按这些国家的法律去申请。但在 IT 领域中,智力成果能以极快的速度在全球范围内传播,国与国之间的界限被模糊和淡化,智力成果更容易被不同法律环境中的主体接受和使用。

(3) 知识产权的专有性更难实现。知识产权的私权性质决定了知识产权的专有性,即知识产权所有人对知识产权的垄断受到法律的严格保护。但在 IT 领域中,知识产权专有性的实现难度较大。各国知识产权立法、权利保护期限的差异及信息流跨国高效率传输等特点,尤其是网络环境知识产权载体的无形性,都给知识产权的确认、有偿使用、侵权监测及实施保护带来困难。在 IT 领域中,信息一旦上网就变成公开、公知或公取的信息,而且信息的传播不再依赖传统物理载体,很难被权利人控制。

## 3. 网络交易

### 1) 网络交易的概念

网络交易是指发生在企业(或其他组织机构)之间(business to business, B2B)、企业

(或其他组织机构)与消费者之间(business to consumer, B2C)、消费者之间(consumer to consumer, C2C),通过网络手段缔结的商品或服务交易。

### 2) 网络交易的基本要求

(1) 遵守国家法律法规及相关部门的规章标准。网络交易方、网络交易平台提供商、网络支付平台提供商和网络交易辅助服务提供商应遵守国家有关法律法规及相关部门的规章标准。

(2) 遵守网络技术规范和安全规范。网络交易以网络技术为基础,网络交易方、网络交易平台提供商、网络支付平台提供商和网络交易辅助服务提供商应遵守相关的网络技术规范和安全规范。

(3) 遵循诚信自律的原则。网络交易方、网络交易平台提供商、网络支付平台提供商和网络交易辅助服务提供商应遵循诚信自律的原则。

(4) 保护知识产权。网络交易方、网络交易平台提供商、网络支付平台提供商和网络交易辅助服务提供商应遵守国家有关知识产权的法律法规,不得侵害他人的专利权、商标权、著作权等,并有权利和义务保护相关知识产权。

(5) 严格禁止国家法律法规等规定的违法行为。严格禁止通过网络从事法律法规和国家其他有关规定禁止的违法犯罪行为,如赌博、洗钱、传销,以及贩卖枪支、毒品、禁药、盗版软件、淫秽商品和服务等。

### 3) 网络交易服务规范

(1) 具备合法的主体资格。网络交易方应使用真实身份和真实信息,同时还需在网上提供相应的资质证明,如营业执照、税务登记证、特殊业务许可证(如涉及特殊业务)及真实的实体经营地址和联系方式等,以便核准查询。

(2) 保证商品或服务信息发布准确。卖方应在网络交易平台上如实发布商品或服务信息,并对商品或服务的内容进行必要和明确的说明。

(3) 严格按照订单或合同提供商品或服务。卖方应严格按照订单或合同提供商品或服务,并保证所销售商品或服务的质量,不得提供假冒伪劣的商品或服务,并积极为买方提供完善的售前、售中和售后服务。

(4) 选择安全的支付方式。网络交易方可以根据实际情况选择支付方式,如网上支付、货到付款或款到发货等,提高防风险意识。在进行网上支付时,应注意账户和密码的保密。

(5) 注重权益保护。未经交易方同意,网络交易平台提供商、网络支付平台提供商和网络交易辅助服务提供商不得向第三方披露、转让或出售交易当事人名单、交易记录等涉及用户隐私或商业秘密的数据,但通过正常途径已经为公众获知的资料或法律法规另有规定的不在此列。

(6)妥善处理交易纠纷。当网络交易双方发生交易纠纷时,网络交易平台提供商、网络支付平台提供商及网络交易辅助服务提供商应积极协助取证和协调解决纠纷。

### 2.2.3 IT 创业的法律保障

#### 1. 聘请律师

在创业过程中,大学生会遇到很多法律问题,有些问题可以自己解决,但效果不好,或者做出错误的选择,以致产生更多的问题,因此有必要聘请律师帮助解决。聘请律师通常有两种方式:一是聘请常年法律顾问,建立长期联系,让律师帮助处理日常法律事务;二是聘请律师处理单项法律事务。在决定聘请律师前,需要注意以下几点。

(1)聘请了解 IT 行业的专业律师。当遇到不同领域、不同性质的案件时,建议对症下药,找了解 IT 行业的专业律师,以最大限度地维护自己的合法利益。

(2)律师要有长期的经验及良好的职业素质。选择律师事务所时,应注意查看其是否有由省级司法行政机关颁发的律师事务所执业许可证。

(3)聘请律师要及时。这样做,律师既可以根据案情需要及时收集和固定对当事人有利的证据,又能迅速采取有效的应对措施,维护当事人的合法权益。

#### 2. 保护知识产权

(1)IT 企业在管理方面应重视和建立知识产权内部管理制度,保障企业对创新成果的占有和使用权。企业内部的知识产权管理制度包括知识产权保护的专业团队以及知识产权信息管理需要信息的采集和平台的搭建。只有公司内部形成良好的知识产权环境,才有利于知识产权的创造、使用和保护。

(2)及时进行知识产权的申请、登记、注册等工作,密切关注本企业可能存在的侵犯知识产权风险。IT 企业最重要的知识产权的保护方式为著作权和专利权,只有有了自己独特的技术武器才能在中立于不败之地。

(3)当企业发现侵权违法行为时,应及时联系相关执法部门。注意搜集有效固定证据用以维权,结合企业具体情况,有效选择合理的知识产权保障机制。

#### 3. 保护商业秘密

商业秘密是指不为公众所知、能为用人单位带来经济利益、具有实用性并经用人单位采取保密措施的技术信息和经营信息。保密措施包括订立保密协议,建立保密制度及其他合理的措施。技术信息和经营信息包括设计、程序、产品配方、制作工艺、制作方法、管理诀窍、客户名单、货源情报、产销策略、招投标中的标底及标书内容等信息。

## 2.3 IT 行业创业模式

### 2.3.1 商业模式概述

#### 1. 商业模式的概念

商业模式是创业者的创意,商业创意又来自于机会的丰富和逻辑化,并有可能最终演变为商业模式。通用的商业模式是指为实现客户价值最大化,把能使企业运行的内外各要素整合起来,形成一个完整的、高效率的、具有独特核心竞争力的运行系统,并通过最优实现形式满足客户需求、实现客户价值,同时使系统实现持续盈利目标的整体解决方案。

简而言之,商业模式就是公司通过什么途径或方式来盈利。比如,汽车公司如何通过卖车来赚钱,食品公司如何通过卖食品来赚钱,快递公司如何通过送快递来赚钱,网络公司如何通过关注度和相关消费来赚钱,通信公司如何通过收话费赚钱,超市如何通过平台和仓储来赚钱,等等。只要有潜在或直接的盈利环节,就有商业模式存在。

商业模式是一个由客户价值、企业资源和能力、盈利方式构成的三维立体模式。有一个好的商业模式,成功就有了一半的保证。

#### 2. 商业模式的组成元素

商业模式是一个企业满足消费者需求的系统。这个系统通过组织和管理企业的各种资源(资金、原材料、人力资源、作业方式、销售方式、信息、品牌和知识产权、企业所处的环境、创新力,又称输入变量),形成能够提供消费者无法自力而必须购买的产品和服务(输出变量),因而具有自己能复制但不被别人复制的特性。

一个好的商业模式至少要包含以下 9 个基本元素。

##### 1) 价值定位

创业公司所要填补的需求是什么或者说要解决什么样的问题?价值定位必须清楚地定义目标客户、客户的问题和痛点、独特的解决方案,以及从客户的角度来看,这种解决方案的净效益。

##### 2) 目标市场

目标市场是创业公司打算通过营销来吸引的客户群,并向他们出售产品或服务。这个细分市场应该有具体的人数统计及购买产品的方式。

##### 3) 销售和营销

如何接触到客户?口头演讲和营销是目前最流行的方式,但是用其来启动一项新业

务还是远远不够的。创业公司在销售渠道和营销提案上要做得具体一些。

#### 4) 生产

创业公司是如何做产品或服务的？常规的做法包括家庭制作、外包或直接购买现成的部件。这里的关键问题是进入市场的时间和成本。

#### 5) 分销

创业公司如何销售产品或服务？有些产品和服务可以在网上销售，有些产品需要多层次的分销商、合作伙伴或增值零售商。创业公司要规划好自己的产品是只在当地销售还是在全球范围内销售。

#### 6) 收入模式

如何赚钱？关键要向自己和投资人解释清楚如何定价，收入现金流是否会满足所有的花费，包括日常开支和售后支持费用，然后还有很好的回报。

#### 7) 成本结构

创业公司的成本有哪些？新手创业者往往只关注直接成本，低估了营销和销售成本、日常开支和售后成本。在计算成本时，可以把预估的成本与同类公司发布出来的报告对比一下。

#### 8) 竞争

创业公司面临多少竞争者？没有竞争者很可能意味着没有市场，有 10 个以上的竞争者表明市场已经饱和。

#### 9) 市场大小、增长情况和份额

创业公司产品的市场有多大？是在扩大还是在缩小？能获得多少份额？风险投资(venture capital, VC)寻找的项目所在的市场每年要有两位数的增长率，市场容量在 10 亿美元以上，创业公司要有 10% 以上市场占有率的计划。

### 3. 成功商业模式的特征

一个可行、有投资价值的商业模式是创业者需要在商业计划书中强调的首要内容之一。事实上，没有成功的商业模式，创业就只是一个梦想。

成功的商业模式应具有以下两个特征。

#### 1) 能提供独特价值

有时候这个独特的价值可能是新的思想；而更多的时候，它往往是产品和服务独特性的组合。这种组合要么可以向客户提供额外的价值；要么使得客户能用更低的价格获得同样的利益，或者用同样的价格获得更多的利益。

#### 2) 难以模仿

企业通过确立自己的与众不同，如对客户的悉心照顾、无与伦比的实施能力等，来提高行业的进入门槛，从而保证利润来源不受侵犯。例如，直销模式（仅凭“直销”一点，还不能称其为一个商业模式），人人都知道其如何运作，也都知道戴尔公司是直销的标杆，

但很难复制戴尔的模式,原因在于直销的背后是一整套完整的、极难复制的资源和生产流程。

### 2.3.2 创业常用的商业模式

创业常用的商业模式主要有以下几种。

#### 1. 网络创业

网络创业就是有效利用现成的网络资源进行创业。网络创业主要有以下两种形式。

(1)网上开店,在网上注册成立网络商店。

(2)网上加盟,以某个电子商务网站门店的形式经营,利用母体网站的货源和销售渠道。

#### 2. 加盟创业

加盟创业即分享品牌金矿,分享经营诀窍,分享资源支持,一般采用直营、委托加盟、特许加盟等形式进行连锁加盟;投资金额根据商品种类、店铺要求、加盟方式、技术设备的不同而不同。

#### 3. 兼职创业

兼职创业即在工作之余再创业,如教师、培训师可选择兼职培训顾问,业务员可兼职代理其他产品的销售,设计师可以自己开设工作室,编辑、撰稿人可朝媒体、创作方面发展,会计、财务顾问可代理做账理财,翻译可兼职口译、笔译,律师可兼职法律顾问和事务所,策划师可兼职广告、品牌、营销、公关等咨询;当然,创业者还可以选择特许经营加盟、顾客奖励计划等。

#### 4. 团队创业

团队创业即具有互补性或者有共同兴趣的成员组成团队进行创业。如今,创业已非纯粹追求个人英雄主义的行为,团队创业成功的概率要远高于个人独自创业。一个由研发、技术、市场融资等各方面组成,优势互补的创业团队,是创业成功的法宝,对高科技创业企业来说更是如此。

#### 5. 大赛创业

大赛创业即利用各种商业创业大赛,获得资金提供平台。

#### 6. 概念创业

概念创业即凭借创意、点子、想法创业。当然,这些创业概念必须标新立异,至少在打算进入的行业或领域中是个创举,只有这样,才能抢占市场先机,才能吸引风险投资商的眼球。同时,这些超常规的想法还必须具有可操作性,而非天方夜谭。

#### 7. 内部创业

内部创业是指一些有创业意向的员工在企业的支持下,承担企业内部某些业务或项



目,并与企业分享成果的创业模式。内部创业由于具有“大树底下好乘凉”的优势,创业者无须投资即可获得丰富的创业资源,因此受到越来越多创业者的关注。

### 2.3.3 “互联网+”环境下的大学生创业商业模式

在“互联网+”的时代背景下,互联网技术已渗透到社会经济的各个领域,并不断焕发出新的生机,而互联网的创新成果也同样为大学生的自主创业提供了新机遇。2015年两会期间,李克强总理在《政府工作报告》中正式将“互联网+”纳入国家战略层面。基于“互联网+”的大环境,大学生自主创业也迎来了更多的转型机遇。“互联网+”环境下的大学生创业商业模式主要有以下四种。

#### 1. 软件开发设计类商业模式

大学生经营的软件开发设计类商业模式,目前是指以客户需求为驱动,提供定制的软件开发服务,并围绕其产品提供完整的周边产品开发及后续维护服务的一类经营模式。随着“互联网+”的普及,软件开发设计行业的市场前景广阔,且前期投入成本较低,运营模式较为简单,可以成为拥有计算机软件技术的人员未来发展的道路之一。

相较于大型软件开发公司,大学生创业公司往往针对某一细分市场,如物流系统、教学教务系统等来提供个性化服务,在产品个性化和成本价格上都具有一定的优势。其产品生产方式主要分为两类:一类基于企业级软件开发平台,根据用户需求设计行业解决方案,研发软件产品,提供系统集成和服务;另一类是直接针对已经较为完善的企业系统或产品,根据客户的具体要求对其功能、细节做出优化。总体来说,其产品均带有“定制”性特点。在盈利模式上,对于初创软件公司,主要是定制项目模式,即软件公司与客户签订合同,开发客户需要的项目,根据项目完成情况收取报酬及后期维护费用。个性化产品虽然能提高大学生创业公司的竞争力,但产品价值不能得到充分利用,因此在资金和技术条件满足的情况下,通用型产品开发是大学生创业公司的未来发展方向。

大学生软件开发设计公司的目标客户主要集中在中小型企业及个人,其需要的产品技术难度较低,合作门槛低,需求量小但基数大,是初创型企业赖以生存的客户群体。在产品宣传推广上,口碑宣传和互联网推广是两种主要方式。前者指依靠老客户关系链得到“熟人”项目;后者是在互联网上投放广告,链接到自己公司网站而获取点击率。与此同时,在产品推广上会面临另一个问题,许多新客户对其缺乏信任,认为其生存时间短,风险大,无法保障软件、系统后期管理维护服务,因此部分大学生创业公司选择搬离高校创业园,或挂靠其他企业,以摆脱初期创业者形象。

#### 2. 电子商务类商业模式

电子商务是依托于信息技术,通过网络平台等媒介进行的商务交易活动,也是时下大学生在创业过程中主要使用的商业模式。当下电子商务平台提供的商品与服务

种类繁多,在各个环节中都创造了盈利机制。下面按照产品来源将其分为三类分别进行叙述。

### 1) 网上售卖实体物品

网上售卖实体物品是最热门的网络创业方式,要强调的是,这里的实体物品并不是自主开发设计的,店家只是扮演了中间商的角色。其中,网上开店是首选,这是一种成本低、风险小、传播广的经营模式,且对技术要求较低。其次,利用社交媒体平台也是近几年兴起的方式,它提高了传播经营效率。不过,此类依托型经营平台自主性弱,而其总体局限性在于实体物品大都由厂家或零售商提供,经营者依靠赚取差价的方式盈利,形式比较单一。

### 2) 网络自主开发经营产品

自主开发经营的核心在于自主生产,通过多种网络售卖方式,打通上游生产链和下游营销链,成本低廉、自主性强成为其优势所在。在此基础上,网络众筹成为新的盈利模式。通过网络平台连接发起者与支持者,公司在获得众筹资金后生产产品,极大地减少了前期产品资金的投入,减轻了后期营销的压力。信息化网络时代,互联网充分发挥着资源整合的功能,并渗透到产业链的各个环节中。把握更长的产业链才会拥有核心竞争力,这是未来发展的主要趋势之一。

### 3) 通过网络平台进行其他自由创业

该类别是通过传统电子商务平台进行的自由创造活动,如网络代销、网络撰稿人等,是未来大学生开拓的一种新型电子商务模式。对于时间、精力有限的大学生群体,网上自由职业的适应性强,灵活度大,同时也可以为下一步自主创业打下基础。

电子商务经由网络平台运营,主要使用电子媒介宣传方式。由于许多大学生电子商务创业团体以学生的需求为出发点进行运营设计,又考虑到当代大学生网络媒体社交平台的使用度较高,因此在实际网络宣传过程中,QQ空间、微博、微信朋友圈等社交媒介成了重要的信息扩散地,这也是大学生创业宣传中不同于大公司企业在电视、网页、视频网站等处投放广告进行宣传之处。在人才需求方面,电子商务中最基本的网上售卖技术性要求较低,其经营建立在完善的网络交易平台之上,只需掌握基本的操作,技术准入门槛低,适合普通大学生创业。但在未来的发展中,仍然需要技术型人才来完善和维护网络经营中介平台,以提供更好的购物体验。

## 3. 媒体设计类商业模式

媒体设计类公司的内涵很广,包括广告公司、宣传公司、多媒体开发公司、市场营销策划公司及影视、画册策划公司等。媒体设计类公司主要是通过互联网技术和平台为第三人打造互联网产品,或者推广第三人产品的产业。这类公司的产品也都源于自主创造。随着定制化潮流的出现,类似于专业拍摄毕业画册、个人写真,承接社团、晚会等视频制作的大学生创业团队在增多,并已经发展成一种趋势。同时,相较于传统的媒体设

计类的产品投放渠道,如电视、广告牌、视频网站等,新兴的公司大多把投放渠道定位于网络。这类公司通常采取团队合作运营模式,团队成员优势互补,且对有创意或者有技术的人才的需求量很大,技术员工尤其稀缺。

“互联网+”给媒体设计类公司带来的转变从生产方式上看,网络文化的兴起对需要随着市场潮流设计广告、营销方案的公司提出了更高的要求,它们需要有敏锐的眼光发现热点、制造热点,因此这类公司的员工大多是网络平台的活跃分子,以适应快节奏下产品文案周期短、无固定发布时间的特点。从公司自身的营销来看,传统的媒体设计类公司通常采取的是口碑营销、熟人营销的策略,随着互联网的普及,越来越多的媒体设计类公司乐于把自己的产品公布到网上,年轻活跃网民和产品直接投放区域的部分群体网民是主要的受众,这种免费的宣传平台往往也会取得不错的效果。

这种商业模式有很多种盈利模式,最常见的是受客户委托,用自己的产成品换取利润。在互联网环境下,产生了更多的收益计算方式,如客户可以与公司约定以转发、点赞或者浏览量计算报酬,互联网的发展似乎给出了一种更科学的计酬方式,降低了客户的风险。

#### 4. 互联网平台类商业模式

通过建立互联网平台进行创业营收的企业,因其具有方便、快捷、高效、有助于产品推广、不受时空限制等优势,而受到越来越多的创业者青睐。这类公司往往通过建立网站或微信公众号来进行网络创业,互联网平台的多样性也使得创业方式有了更多选择。消费者不再只是一个单纯的服务和产品接受者,也开始更多地参与到价值创造中来。

利用互联网平台创业的公司更多的是通过销售网络产品服务(开发服务性微信号、App等或者收取客户服务费用,如会员费用等)来盈利。大学生创新创业团队对于新事物有着较高的敏感度,在盈利模式上有一定的创造与发展,利用互联网思维大大提升了营收效率。因而,在推广营销上主要是依靠大众媒体,尤其是社交媒体,将产品搬到网络上,通过落地式活动推广与网络病毒式营销的结合,让用户和消费者都成为潜在的传播伙伴,为企业提供一个可在很大程度上实现规模化的营销模式。例如,通过比赛、投票、抽奖、分享等来让用户广泛传播。

由于互联网平台类的开发是互联网技术与个人创作的有机结合,平台系统的质量保证体系是团队整体运营成为可控制过程的基础,也是用户与用户进行交流的基础和依据,因此需要不断地充实技术团队,需要大量的互联网人才来保证运营的可持续性。通过互联网平台为用户提供产品与服务体验前景可期,但是也面临一些挑战,如在货币支付、信息保密性等方面的法律法规还不完善,难以吸引用户等。在社会化网络时代,成熟的开放平台应当是包含了身份认证、通信能力、安全体系等一系列基础服务的系统,只有将多种业务进行有效的优化整合,互联网平台的意义才能真正显现,才会改造传统企业,创造出全新的消费市场。

毫无疑问,未来商业具有很开阔的想象空间,科技发展也将孕育出全新的创业商业

模式。“互联网+”指引着经济发展的新模式、新业态、新亮点,该背景下的创新创业商业模式也更多的是以互联网为媒介,整合传统商业类型进行运作。“互联网+”推动了移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代互联网技术与各行各业的结合,促进了电子商务、互联网平台、软件设计、媒体设计等商业模式的新突破,为其带来了新的机遇,提供了广阔的发展空间。对于“互联网+”的创新创业者而言,创业本身是一个极具社会化的过程,受到诸如政府政策、市场行情等外在环境因素波动的影响十分强烈。因此,首先应该着眼于时代背景,更新自己的观念,对行业发展有一定的见解与预判,以便更好地根据市场与国家政策的变动调整产品模式;其次需要不断地学习相关专业知识与法律法规,充分利用网络、微信、微博等新媒体传播途径,正确评估创业项目的价值,多方探索发展渠道。总之,选择适合自己的商业模式并不断创新,才能真正体现创业价值。

## 2.4 IT 创业计划书

创业计划书是创业者叩响投资者大门的敲门砖,一份优秀的创业计划书往往会使创业者事半功倍。

### 2.4.1 创业计划书及其撰写

#### 1. 创业计划

什么是创业计划?怎样撰写创业计划书呢?

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摘,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,是为创业项目制定的一个完整、具体、深入的行动指南。

创业计划是创业的行动导向和路线图,它既为创业者的行动提供指导和规划,促使创业团队及雇员团结一心地工作,又为创业者与外界沟通提供基本依据。

创业实际上是按照创业目标和创业计划付诸行动的一种实践活动。创业计划按照不同的标准可分为不同的种类。

1)以时间为标准进行分类

以时间为标准,创业计划可分为长期计划、中期计划和短期计划。

(1)长期计划。长期计划也称为战略计划,它是对创业活动的一种整体设计,具有系统性和完整性。长期计划主要包括为实现长期目标而预先拟定的一些重要活动步骤、分期目标和重大举措。

(2)中期计划。中期计划在创业的时间安排、创业活动的内容及创业的实施步骤等方面,都体现得相对简短而具体。

(3)短期计划。短期计划更能体现阶段性的特点,在时间的安排、活动内容的确定及要达到的效果等方面都有较明确的规定,内容清晰,便于实施。

#### 2)以创业的内容为标准进行分类

以创业的内容为标准,创业计划可分为经营性计划和创建计划。

(1)经营性计划。经营性计划是根据创业目标和内容的要求,明确要干什么,怎样干,如何干好。它涉及企业营运实务的所有方面,用于指导创业者的日常工作,以实现创业的具体目标。

(2)创建计划。创建计划是指实施创建自己的事业,把创业构想变成现实企业,并按照经营计划正常运营。

## 2. 创业计划书的作用

创业计划书的撰写可以迫使创业者系统地思考新创企业的各个因素,促使创业团队定期沟通和讨论将要从从事的工作。

#### 1)帮助创业者自我评价,理清思路

在创业融资之前,创业计划书首先应该是给创业者自己看的。办企业不是“过家家”,创业者应该以认真的态度对自己所有的资源、已知的市场情况和初步的竞争策略做尽可能详尽的分析,并提出一个初步的行动计划,通过编写创业计划书做到心中有数。另外,编写创业计划书还是创业资金准备和风险分析的必要手段。对初创的风险企业来说,创业计划书的作用尤为重要。一个酝酿中的项目往往很模糊,通过撰写创业计划书,把正反理由都列出来,然后逐条推敲,创业者就能对这一项目有更加清晰的认识。

#### 2)帮助创业者凝聚人心,有效管理

一份完美的创业计划书可以增强创业者的自信,使创业者明显感到对企业更容易控制、对经营更有把握。因为创业计划书不仅描绘了企业全部的现状和未来发展的方向,而且为企业提供了良好的效益评价体系和管理监控指标。创业计划书使得创业者在创业实践中有章可循。

创业计划书通过描绘新创企业的发展前景和成长潜力,使管理层和员工对企业及个人的未来充满信心,并明确要从事什么项目和活动,从而使大家了解将要充当什么角色,完成什么工作,以及自己是否胜任这些工作。因此,创业计划书对于创业者吸引所需要的人力资源和凝聚人心,具有重要作用。

#### 3)帮助创业者对外宣传,获得融资

创业计划书作为一份全方位的项目计划,既对将要开展的创业项目进行可行性分析,又要向风险投资商、银行、客户和供应商宣传拟建的企业及其经营方式,包括企业的产品、营销、市场及人员、制度、管理等各个方面。它在一定程度上也是拟建企业对外进



行宣传和包装的文件。

一份完美的创业计划书不但会增强创业者自己的信心,也会增强风险投资家、合作伙伴、员工、供应商、分销商对创业者的信心。而这些信心,正是企业走向创业成功的基础。

一份制作规范、专业的创业计划书就等于你的第一张创业名片。它会告诉你的资金支持者这不仅是一个浓缩的商业计划,同时你也将是一个未来的有信誉、有实力的企业家,创业者在创业初期获得的信任就从这里开始。

### 3. 创业计划书的内容

创业计划书通常没有固定的格式,但一定要包括创业者的创业目的、对创业企业和环境的描述、创业团队的组成、创业项目的风险和回报分析等重要内容。创业计划书可以为潜在投资者描绘一个完整的创业企业的蓝图,并帮助创业者进一步深化对创业企业经营思考。

在具体撰写创业计划书时,创业者可以根据自己的创业内容,选择合适自己的创业计划书的格式。创业计划书一般包括以下 11 个方面的内容。

(1)封面。封面设计要美观。一个好的封面能给阅读者留下良好的第一印象,使阅读者产生最初的好感。

(2)计划摘要。计划摘要是创业计划书的精华部分。计划摘要展示了创业计划的要点及灵魂,使阅读者一目了然,便于阅读者在最短的时间内评审计划并做出判断。

(3)产品(或服务)介绍。产品(或服务)介绍包括产品的概念、性能及特性,主要产品介绍,产品市场竞争力,产品的研发过程,发展新产品的计划和成本分析,产品的市场前景预测,产品的品牌和专利等。在产品(或服务)介绍部分要对产品(或服务)做出详细而准确的说明,使非专业的投资者也能明白。一般情况下,产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

(4)企业介绍。企业介绍的重点是企业(或公司)的经营理念 and 战略目标。

(5)行业分析。在进行行业分析时,应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况及未来的发展趋势等内容。以下是关于行业分析的典型问题。

- ①该行业的发展程度如何? 现在的发展动态如何?
- ②创新和技术进步在该行业中扮演着一个怎样的角色?
- ③该行业的总销售额有多少? 总收入为多少? 发展趋势如何?
- ④价格趋势如何?
- ⑤社会经济发展对该行业的影响程度如何? 政府是如何影响该行业的?
- ⑥是什么因素决定着该行业的发展?
- ⑦竞争的本质是什么? 你将采取什么样的战略?
- ⑧进入该行业的障碍是什么? 你将如何克服? 该行业典型的回报率是多少?



(6)人员及机构组织。企业的管理人员应该是互补型的,而且要具有团队精神。一个企业必须具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。在创业计划书中必须对主要管理人员加以阐述,介绍他们所具有的能力,他们在本企业中担任的职务和所承担的责任,他们的详细经历及背景等。同时,还应对公司的组织结构做出简要介绍。

(7)市场预测。市场预测应包括市场现状综述、竞争对手概览、目标顾客人群及目标市场定位、市场价格特征等。值得注意的是,市场预测不是凭空想象出来的,对市场错误的认识是企业经营失败的主要原因之一。

(8)营销策略。营销是企业经营中最富有挑战性的环节。营销策略应包括市场机构和营销渠道的选择、营销队伍和管理人员、促销计划和广告策略、价格决策。

对初创企业来说,由于产品和企业的知名度低,企业不得不暂时采取高成本低收益的营销策略。对发展中的企业来说,既可以利用原来的销售渠道,也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

(9)制订计划。创业计划书中的生产计划应包括产品制造和技术设备现状、新产品投产计划、技术提升和设备更新的要求、质量控制和质量改进计划等。

(10)财务规划。财务规划需要花费较多的精力来完成。财务规划主要包括现金流量表、资产负债表及损益表的制备。

(11)风险与风险管理。风险与风险管理主要包括以下内容。

- ①你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险?
- ②你准备怎样应对这些风险?
- ③你的公司有哪些附加机会?
- ④在你的资本基础上如何进行扩展?
- ⑤在最好和最坏的情形下,你的五年计划表现如何?

#### 4. 创业计划书的撰写原则

一份好的创业计划书必须体现竞争优势和投资者的利益,同时也要具体可行,并提出尽可能多的客观数据来加以佐证。创业计划书在撰写过程中应遵守以下原则。

##### 1)循序渐进

创业计划不是一个简单的计划,它是指导企业运行的管理工具。在创业时期,计划的主要功能是吸引投资者和雇员,但并不是说只要吸引到投资者和雇员就行了,还应该在计划中确定企业的目标和里程碑,以指导企业未来的工作。创业计划书的内容非常繁多,写作时应该注意逻辑性,要循序渐进,避免杂乱无章。

##### 2)开门见山

创业计划书中应该避免出现与主题无关的内容,要开门见山,直切主题。开门见山的写法较容易引起风险投资者的注意和兴趣,有利于提高融资成功的可能性。

### 3)清晰明了

创业计划书应该清晰、明了地把观点表述出来,因为这些观点既是创业者深入的自我认知,也是未来创业活动的发展方向。

### 4)实事求是

创业计划书中的所有内容都必须实事求是,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分析。

### 5)通俗易懂

在创业计划书中应该尽量避免使用专业性很强的术语。过多的专业术语会影响阅读者的阅读兴趣,让阅读者望而却步。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。

### 6)前后一致

创业计划书的内容复杂繁多,容易出现前后不一、自相矛盾的情况。如果出现这种情况,会让阅读者很难明白,甚至对计划产生怀疑。所以,创业计划书中列出的数据和事实一定要前后一致,避免互相之间发生冲突。

### 7)突出卖点

应该突出卖点。这就需要在创业计划书中体现竞争优势、创业者强烈的企图、创业者非凡的经营能力和目标一致的管理团队、独一无二的技术优势、对市场的清晰认识等,但同时也应该说明可能遇到的风险或威胁。

### 8)市场导向

利润来自市场的需求,没有对市场进行深入的调查和分析,所撰写的创业计划书将是空洞无物的。创业计划书应从市场导向的观点出发进行撰写,并充分展示对市场现状的掌握和对未来发展的预测。

## 5. 撰写创业计划书的注意事项

### 1)明确创业计划书的用途

写一份创业计划书就像做一次演讲。一位好的演讲者应该讲听众想听的和感兴趣的内容,这样才会吸引听众的注意力。创业计划书的切入点不同,可能不会对创业者的行为产生影响,但往往会直接影响创业的结果。

技术型的创业者往往缺乏营销经验,更没有建立、维持企业竞争优势的经验。有先进技术的创业者只能说明其拥有某种优势,但如何将这种传势转化为胜势,还要看创业者采取了什么样的营销策略。如何建立和维持企业的竞争优势,采取何种营销策略,这些都是投资者非常关注的问题。创业计划书不应该千篇一律,应力争做到个性化。

创业计划书应尽可能迎合投资者的口味,而不能采用灌输、说服的方式。通过创业计划书,创业者应该把自己的创业信心和对未来的把握传递给投资者。

## 2) 重视创业计划书的作用

一份完整的创业计划书通常应该包括与项目有关的技术、管理、营销等各个环节的策略、计划等。当投资者决定投资一个项目时,就是这个项目“万事俱备,只欠东风”的时候,也就是只缺钱的时候。所以,创业者不但要将策略、计划写在纸上,而且要把那些不需要投资就能解决的问题在融资前全部解决。投资者绝对不愿意看到投资后企业还有与钱无关的、未解决的问题。

在撰写创业计划书的时候,最好进行换位思考,站在投资者的角度去审视创业计划书。

## 3) 对撰写过程的要求

创业计划书往往由创业者和几位同事共同起草。参加起草的人员可以按照分工承担不同的部分,进行必要的研究,写出初稿。在起草的过程中应该注意信息的沟通,以确保所有的人都向同一方向努力,没有遗忘任何重要的内容。

完成创业计划书的初稿后,应该与一些相关人士讨论一下,他们会从不同的角度对这份创业计划书的长处和弱点提出自己的看法,这样会使计划书更趋于完美。

最后一步就是文字编辑工作。撰写人需要对语法、用词等仔细检查,确保计划的简洁、正确、清晰、完整且篇幅不过长。

## 4) 准备口头的创业计划书

任何一个向企业投资的投资者都会要求与创办企业的人面谈,听创业者对经营计划的介绍和答辩。面对这些有充分准备且难以应付的潜在投资者,创业者必须事先做好准备,尤其是准备一份口头的创业计划书。创业者可以运用视觉工具,也可以适当地做一些辩护。要表现出应有的礼貌,要诚恳地接受别人的意见。如果可能,可以展示企业的产品或安排潜在投资者参观现场。

## 6. 创业计划书的样例

创业计划书最好根据创业公司的特点来编制。下面给出创业计划书的样例(适用于服务型企业)以供参考。

### 创业计划书(样例)

#### 1. 执行总述(对创业计划书进行概括性描述,起摘要作用)

- (1) 公司概况。
- (2) 市场机会和竞争优势。
- (3) 产品(服务)前景。
- (4) 公司所处的环境及创业背景。
- (5) 创业立项的重要性及必要性分析。
- (6) 创业公司经营业务及内容。

(7)创业公司设立程序及其日程表。

(8)预计资本金。

## 2. 产品(服务)介绍

(1)产品服务描述(特征、主要客户对象等)。

(2)产品服务优势。

## 3. 市场调查和分析

(1)市场容量估算。

(2)预计市场份额。

(3)市场组织结构。

## 4. 公司战略

(1)SWOT(优势, strength; 劣势, weakness; 机会, opportunity; 风险, threats)分析报告。

(2)公司总体战略。

## 5. 营销策略

(1)目标市场。

(2)产品和服务。

(3)价格的确定。

(4)分销渠道。

(5)权利和公共关系。

(6)营销政策。

## 6. 产品制作管理

(1)工作流程图及生产工艺流程图。

(2)生产设备及要求。

(3)质量管理措施及方法。

## 7. 管理体系

(1)公司性质及组织形式。

(2)部门职能。

(3)管理理念及公司文化。

(4)团队成员任职及责任。

## 8. 投资分析

(1)股本结构与规模。

(2)资金来源与运用。

(3)投资收益与风险分析(对报酬率、回收净值、回收期等的计算)。

(4)可以引入的其他资本。

9. 财务分析

- (1) 财务预算的编制依据分析。
- (2) 未来三年的预计会计报表。
- (3) 财务数据分析(主要财务指标分析、敏感分析和盈亏分析等)。

10. 机遇与风险

- (1) 机遇风险。
- (2) 外部风险分析。
- (3) 内部风险分析。
- (4) 解决方案和应对措施。

11. 风险资本的退出

- (1) 撤出方式。
- (2) 撤出时间。

12. 附录(补充资料)

## 2.4.2 IT 创业计划书的案例分析

### IT 创意广告公司创业计划书

公司名称:IT 创意广告公司

【主联系人】

【职 务】

【电话号码】

【传真号码】

【电子邮件】

【地 址】

【邮政编码】

【日 期】

### 目 录

第一章 前言

第二章 公司描述

(一) 公司名称

(二) 公司性质

(三) 公司宗旨

(四) 公司目标

(五) 创业理念

(六) 公司服务

第三章 市场分析

(一) 市场描述

(二) 目标市场

(三) 目标客户

(四) 建设进度

(五) 市场发展战略分析

第四章 公司经营

(一) 公司业务

(二) 经营策略

(三) 成本核算

(四) 经营障碍

第五章 公司管理

(一) 组织结构

(二) 人力资源

(三) 风险分析

(四) 合理性和可实现性

第六章 财务分析

(一) 资金来源

(二) 方案及回报

(三) 投资风险

(四) 计划费用

(五) 公司收入

(六) 财务报表

第七章 创业团队

(一) 创业团队简述

(二) 创业计划表述

第一章 前 言

随着国内经济的发展,针对 IT 行业的广告业务也在不断扩大和完善,我们创办 IT 创意广告公司的重点在于业务、经营手法的创新,这是其与众不同之处。

首先,我们的广告公司既向市场推出广告类服务,又为对广告业有兴趣的学院在校大学生提供实践和操作的平台。我们把创意广告公司投入商业运作,并不以盈利多少为唯一创业目的,而是希望在社会实践中有所收获。

其次,我们拟与当地其他大中型广告公司合伙组建 IT 创意广告公司,共同受益,共



同承担风险。我们将与合伙的广告公司签订广告人才长期推荐合同。合伙公司需要哪一方面的人才,需要这个人才具备哪一方面的技能,我们就在广告公司运营中着重训练学生这方面的素质和能力,使我们的学生在素质和能力方面达到合伙广告公司要求的标准。这个训练过程,学生在校阶段就可以完成,学生毕业后就可以直接到合伙广告公司工作。

IT创意广告公司的发展策略,一方面增强了我们的技术力量,为实现市场效益创造了条件;另一方面公司的市场行为可以丰富学校的教学资源,它所产生的社会效应也将在一定程度上提高学院的知名度,从而形成良好的互动,促进学院有关学科的发展。

我们将不断努力进取,为把IT创意广告公司创办成一个代表学院大学生创业成果的窗口形象而努力。

## 第二章 公司描述

### (一)公司名称

IT创意广告公司。

### (二)公司性质

集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的服务于IT行业的媒介性合资广告公司。

### (三)公司宗旨

以帮助客户获取经济效益和社会效益为己任,旨在通过公司科学、专业、真诚的服务来建立客户与市场的最佳沟通渠道,对客户有限的资金进行最经济的策划和设计,让客户以最低的广告成本达到最佳的传播效果。

### (四)公司目标

打造代表学院大学生创业成果的窗口形象。

### (五)创业理念

IT创意广告公司目前虽然处于调查研究和起步的阶段,但是我们达成了一个共识,即在起步之初积极探索发展模式和方向,走一条有自己特色的路,通过有效的资本运作,以各种方式联合或兼并其他小公司,在当地形成强有力的广告集团。从最初吸引小客户做起,以精益求精的务实态度与客户建立良好的、长期的合作伙伴关系,逐步积累自己的经验和扩大名气,一点一点扩大属于我们的“势力范围”。

我们将努力在每个细节中体现出一丝不苟的敬业精神,通过各种渠道分析广告发展的动态和趋势,从研究受众及市场出发,为我们的每位客户提供科学化、专业化的服务。不断进取,不断超越自己,这是创意广告公司发展的关键。

### (六)公司服务

#### 1. 专业化的广告服务

(1)为我们的客户提供详细准确的行业咨询服务,包括数据调查资料、分析结论,从

而使得客户的投资更科学、合理,全方位与消费者沟通。

(2)成立内部的研究机构,逐渐建立自己的理论架构和知识体系,打造自身文化内涵。

(3)与媒体成为战略伙伴,代理及完全买断媒介的大量广告版面和时间,由我们单方面对广告主进行广告媒介的推销和贩卖。

### 2. 个性化的业务服务

(1)创意广告公司是当地第一家专门为 IT 行业服务的公司。

(2)为客户提供开业、节庆、产品促销、大型活动的策划,以及向客户出租活动中必需的大型升空气球、充气拱门、卡通人等宣传造势工具。

(3)代理联系举行活动所需的礼仪人员。

### 3. 为客户提供准确、科学的市场调查

客户不必东奔西跑,我们为客户提供完善的效果测定服务。

### 4. 其他

用户利益:我们因自身特点具有业务成本上的优势,能把客户所需的广告预算降到最低,做到真正的质优价廉。

## 第三章 市场分析

### (一)市场描述

广告是通过一定媒体向用户推销产品或招徕、承揽服务以达到增加了解和信任以至扩大销售目的的一种促销形式。近几年来,我国的广告业进入一个空前活跃期,无论是广告公司的数量、从业人数,还是广告营业额,都呈现迅速增长的态势。据相关资料显示,广告是最大、最快、最广泛的信息传递媒介。中国已成为全球第二大广告市场,经营额突破 5 000 亿元,经营单位达到 45 万家,从业人员超过 200 万人。随着国民经济的快速发展和消费市场地位的日渐提升,广告市场的规模将持续扩大,我国广告行业的发展潜力巨大。我国西部地区的经济及广告与东部相比差距仍然很大,这一点在短期内不会有大的变化。

本市是 IT 商品和服务集散中心,商品交易活跃,商业网点密集。全市现有各类电子产品批发市场十几个,商业及饮食服务网点 1 万多个,从业人员 4 万多人。据相关资料显示,在全部企业法人单位中,从业人员在 100 人以上的单位有 400 多家,占 9% 以上;从业人员在 100 人以下的单位有 3 900 多家,约占 91%,其中又以 30 人以下的小企业为主,占全部企业的 70% 左右。可见,私营个体经济的特点主要是企业规模小、数量多、分布广。广告客户多为中小规模企业或商铺业主,现代广告行业起步晚、发展快,广告行业在当地将拥有更广阔的市场前景。

### (二)目标市场

我们把创业初期的目标市场按地域特点分为三类:学院校内市场、学院周边市场和

市区市场,远期的目标市场为各地市场。

学院校内市场的主要表现是学院方对外宣传的广告需求、学院各个学生社团活动的广告需求,以及学院内举行各类活动和比赛的广告需求。

学院周边市场的主要表现是现代物流园区的各商铺、门面的广告需求,尤其需要注意的是学院附近各门面和商铺的更新速度很快。

市区市场的主要表现是为商场或企业、事业单位提供市场调查,公关活动策划,举行促销活动所需的广告服务,以及各小商铺的门面广告、招牌制作、户外广告等。

### (三)目标客户

目标客户初期主要定位为学院及市区各企业、商铺、经营生产门面业主。

### (四)建设进度

IT创意广告公司由筹建、准备到实施预计将花费3个月的时间。其中第一个月将与各地广告公司进行联系及商务谈判,建立初步的合伙人关系。从第二个月开始,我们将用两个月的时间,同时从硬件与软件两方面建设公司。到最后一个月,在完善公司建设的同时,将联络地方商务网站与一些广告装潢公司,以及目标顾客群相对集中的广告装潢门面,争取与它们建立商业伙伴关系。

### (五)市场发展战略分析

#### 1. 创业初期阶段

(1)创业初期阶段(第一年)的发展模式可以考虑以下两种方案。

方案1:与我市一些广告装潢公司联系,谋求建立广告联合体。这是因为这些公司自身都存在规模小、孤立发展的特点,有的公司具有媒体代理优势,有的拥有客户资源,有的具备区域优势。我们通过资本运作,实行横向联合,整合资源,优势互补,降低成本,风险共担。集团化是中国广告业进一步发展的必然选择,通过各种方式联合形成强有力的广告区域集团,通过规模化经营、优势互补降低经营成本,有助于摆脱各小公司单独发展的重复和徘徊状态,从而提升整体服务水平。这也对我们公司初期的发展有相当大的帮助。

方案2:如果联合不成功,我们初期只能立足学院周边,抢占附近各类广告业务。我们以设计制作广告招牌为主,辅之进行一些有一定规模和影响的公关策划活动,吃掉大型广告公司所无暇顾及的零散业务,逐步打响名气。在发展中拓展长线业务。珍视同客户的关系,建立良好的客户关系,让今天的广告客户成为明天IT创意广告公司的义务宣传员。也可以尝试邀请客户参股,共同发展。

(2)联络各商铺、门面业主,向其宣传介绍创意广告公司。

(3)游说学院社团,将创意广告公司作为社团的广告代理。

(4)寻找广告制作耗材供应商,确保进货渠道的服务与质量。

(5)与地方商务网站建立友情链接,在网上宣传介绍创意广告公司。

(6)开通电话业务咨询及建立公司网站,提供网上咨询服务。

### 2. 创业发展阶段

IT 创意广告公司在发展初期的规范运营中积累了相当的经验,在市场中具有一定的名气,被越来越多的客户认同,同时公司人员的技术水平、制作设备随着发展上了一个台阶,那么创业发展阶段(第二、三年)的目标是进一步树立学院创意广告公司的品牌形象,进一步推广市场,把我们的广告业务目标发展到大中企业。

(1)在所属区主要街道捐赠价值数以万元计的户外广告牌,其中一部分广告牌用于向民众输送公共服务信息。无形中使广告牌不再被视为“道路污染”,而是对社会有所贡献。另一部分广告牌可以用于广告出租,获取收益。

(2)初步建立一个稳定的客户群。能够在本市的主流媒体上做广告宣传,使其影响力开始向整个市区覆盖。

(3)把创意广告公司向各地推广,公司利润将趋于稳定化。

## 第四章 公司经营

### (一)公司业务

#### 1. 初期的业务内容

(1)市场服务:市场调查、客户服务。

(2)设计制作:广告平面设计、商铺招牌制作、广告喷绘、产品包装设计、展示制作。

(3)企业咨询:为客户提供广告策划、公关活动策划。

(4)广告摄影:产品摄影、工业摄影、科技摄影、外景拍摄等。

(5)客户出租:庆典活动的大型升空气球、充气拱门、卡通人等宣传造势工具。

#### 2. 成熟期的业务内容

(1)推出数字广告业务,发展互联网广告。我国网民规模已超过7亿,它标志着以新技术为基础的互联网作为新兴的主流媒体已经走入普通中国人生活,并将以我们难以预估的速度继续增长,前景广阔。

(2)大力推广和发展户外广告,引进高新技术的广告制作项目。

(3)婚礼策划和营造婚礼气氛。

### (二)经营策略

(1)对公司的管理。维持经营效率是公司的主要管理课题,管理者需要致力于管理上的改良、业务系统的整合,强调综合绩效以改善经营效率。

(2)加强公司形象,提高知名度,吸引客户,同时借助形象的提升,增强市场竞争力,以此为策略的基本方向,让客户对公司有认同感,提高客户的满意程度。

(3)创造区域优势。其主要的策略是以区域型经营方式不断扩大经营规模,在区域内取得较高的竞争地位,求得生存的空间,奠定获利的基础,再求经营范围的扩大。

(4)善于从投资设备中挖掘隐藏的利润增长点。

### (三)成本核算

俗话说:不打无准备之仗。在投资前充分做好各项前期准备工作可减小后期运作中出现意外状况的概率。资金、人力、场地这三个环节中任何一个出现问题都将直接影响到公司的发展。例如,初期的成本核算为:投入资金为9万元,公司人员经过竞争选拔定为8~10人,场地面积为50 m<sup>2</sup>左右。

### (四)经营障碍

(1)资金不足导致公司基础建设落后。

(2)作为新兴的广告公司,处于资金投入期和市场开拓初始起步期,是获得利润十分困难的主要原因。

(3)公司团队的整体实力需要做进一步提升。

(4)知名度不高。

## 第五章 公司管理

### (一)组织结构

IT创意广告公司属于知识比资本更重要的智力行业,它的建立和发展需要合理调动整个学院各方面的优势资源。

(1)管理部:负责公司内部管理、进度调配,制定公司发展规划。

(2)技术部:负责广告平面设计、商铺招牌制作、广告喷绘、产品包装、设计、展示制作。

(3)市场部:负责公司的对外广告宣传、形象策划,提高公司在社会的知名度,进行市场调查和分析研究。

(4)信息部:负责与市场外围信息源联系,获取创意公司所需的广告业务信息;并采取与其签订协议的方式组成较稳定的公司资源;建立公司网站为公司的网上业务咨询服务、远程传播等奠定基础。

(5)财务部:负责公司的财政支出、收入业务,负责规划和建立完善的财务系统。

(6)培训部:负责对公司内部人员的技术和业务方面的培训。

(7)摄影部:负责公司对外广告摄影业务。

(8)人力资源部:负责完善公司的人事制度。

### (二)人力资源

学院是文、理、经济、管理、教育等学科兼有的市属院校,现有30几个专业,已面向多省(自治区)招生,现有全日制在校学生近万人,人力资源充足。公司在学生中择优选拔,保证人力资源的素质。

### (三)风险分析

#### 1. 外部风险

(1)有限的资金资源。建立一个公司所需的资金量较大,同时也需要维持它运转的

资金。一旦资金资源不足,无法按照预定计划到位,那么公司将无法运转建设。所以在资金管理方面务必警惕。

(2)某些主要设备价格的不确定性。这既包括二手设备来源和价格的不确定性,也包括原材料配送网络的不确定性。

### 2. 市场风险

(1)市场的巨大变化。激烈竞争所带来的后果就是市场的高度细分,个性化消费正在取代大众消费成为市场的主流。面对高度分化的市场,对广告业来说,广告越来越难做了;而对企业而言,则是广告在企业与消费者沟通方面的作用降低了。随着新科技不断涌现,广告的模式和设计也日新月异,最基本的广告牌底材也千变万化。

(2)市场的不确定性。一开始,目标客户可能还存在信任与习惯的障碍,因而要让目标客户在短期内接受并委托创意广告公司为之服务,困难还是比较大的。

(3)寻求与其他大中型广告公司合伙的不确定性。市区其他大中型广告公司能否接受我们的合伙计划,并为我们创意广告公司提供技术、管理、资金等方面支持的困难较大。

### (四)合理性和可实现性

选择广告行业为创业项目,首先是因为所学专业的优势(具备一定的人力资源和技术优势)为公司提供了较有力的后盾,这是其他广告公司所不具备的。其次,广告业是一个社会效益和经济收益都非常高的行业,而广告业的发展并不规范、完善,竞争程度较低。

## 第六章 财务分析

### (一)资金来源及形式

资金来源:项目总投资9万元人民币,其中自筹资金6万元,拟融资3万元,建设期一个月。

形式:

(1)中短期融资,限期偿还本金加分红。

(2)合资、合作、股份制。

### (二)方案及回报

(1)内部收益率为40%,投资回收期2年。

(2)以学院出面融资(也可以以公司名义),投资方不参与公司的建设、管理和运作,融资方确保投资方固定回报率,并以固定资产做担保。投资回报方式:按国内商业银行同期贷款利率上浮20%结算,两年内还本付息(不计复息)。每年还本付息50%,每年结算一次。

### (三)投资风险

投资方的投资风险小,有以下几个保证。

(1)基础设施全面配套后,公司将会招引一大批业务项目,是投资方获得回报的主要途径。



(2)公司低成本高收益的业务运作会给融资方带来丰厚的收益,是保证还本付息的可靠来源。

(3)学院是永恒的,财政担保,信用高,无风险。

(4)融资金额较小,为3万元左右,还本付息资金有保障。

中介人员由融资方付给一定的手续费,标准面议。

(四)计划费用

计划费用见表2-1。

表2-1 计划费用

费用类型		金额/元
固定投资	公司租赁费用(每年)	10 000
	二手广告喷绘机	30 000
	刻字机	6 000
	扫描仪、打印机、复印机	3 000
	电脑3台	10 000
	活动庆典广告装饰用品	10 000
	公司装修费用	5 000
	对外宣传广告费	2 000
	日常经费	10 000
	其他	4 000
合计		90 000
每月开销	工资(按当月营业收入提成)	1 000~3 000
	电费、电话费	500
	税金	500
	设备维护及修理费	200
	业务经费	300
	员工培训费用	300
合计		2 800~4 800

(五)公司收入

公司初期收入将来自如下几个方面。

1. 广告喷绘收入

(1)成本分析。

①底材单价:灯箱布2.8~4元/m<sup>2</sup>,不干胶(车身贴)4~7元/m<sup>2</sup>。

②墨水单价:0.06~0.08元/mL。

③耗墨量:12 mL/m<sup>2</sup>、0.72~0.96 元/m<sup>2</sup>,只有喷头损耗 0.5~0.8 元/m<sup>2</sup>。

(2)合计:4.02~5.76 元/m<sup>2</sup>×(1+20%)(留白、误操作等损耗按 20%计算)。

(3)总计:4.824~6.912 元/m<sup>2</sup>。

目前市场上灯箱布的喷绘价格普遍为 15 元/m<sup>2</sup>(同行价。车身贴的价格更高,在 20 元/m<sup>2</sup>以上),按此价格减去喷绘制作的 4.824~6.912 元/m<sup>2</sup>的成本,可得毛利润为 8.088~10.176 元/m<sup>2</sup>(折中按 9.132 元/m<sup>2</sup>计算)。我们购买的二手广告喷绘机如果按每月 20 天工作业务量计算,鉴于市场容量和市场竞争等因素,在此打个折扣,业务量按每月喷绘 500 m<sup>2</sup>进行计算(大广告公司月喷绘在 3 000 m<sup>2</sup>左右,小公司也有 1 000 m<sup>2</sup>左右),则利润为 500×9.132=4 566 元/月。

### 2. 出租广告庆典气模产品

出租包括彩虹拱门、实物气模、吉祥物(卡通)气模、电子迎宾礼炮等广告庆典产品。出租广告庆典气模产品的成本与收益见表 2-2。

表 2-2 出租广告庆典气模产品的成本与收益

出租项目	成本费用	出租费用
电子迎宾礼炮	一门礼炮	120 元
	炮弹成本 5~10 元	20~30 元/炮
彩虹拱门	150~300 元/天	300~700 元
其他气模	100~200 元/天	300 元

假设举办一次庆典活动需要礼炮 8~20 发,彩虹拱门 1 件,其他气模 2~3 件,那么单出租就可以收取出租费用最低 510 元,最高 1 500 元,两到三次活动就可收回成本。

### 3. 招牌、灯箱、路牌广告设计制作费

一般县级城市每年新增户外广告灯箱在 500 台以上,地级城市在 2 000 台以上,省会城市在万台以上。若按普通型每台最低售价 2 000 元计算,仅每年新增户外广告灯箱一项,每县(市)即蕴含着 100 万元的年销售量。招牌、灯箱、路牌广告设计制作具体费用见表 2-3。

表 2-3 招牌、灯箱、路牌广告设计制作具体费用

项 目	设计制作成本	供货价
小招牌(宽 100 cm,高 60 cm)	378 元	400 元以上
形象海报(宽 100 cm,高 180 cm,高光相纸)	117 元	130 元以上
形象灯箱海报(宽 100 cm,高 180 cm,灯箱胶片)	144 元	160 元以上
双面展示架(长 50 cm,宽 50 cm,高 180 cm)	300 元	350 元以上
立体艺术图像灯箱广告	400~1 200 元/m <sup>2</sup>	1 300~3 200 元/m <sup>2</sup>

## 4. 提供打字、复印、图像扫描等业务

在学院向学生提供此类服务,月收益可达3 000元以上。

## 5. 平面设计

平面设计费用见表2-4。

表2-4 平面设计费用

类 型	项 目	报 价	备 注
广告插画类	户外广告	50元/h	此报价的电子文件规格为:30 MB以下,A4幅面,300 dpi,每增加10 MB加收100元
包装、海报、杂志广告		50元/h	此报价的电子文件规格为:30 MB以下,A4幅面,300 dpi,每增加10 MB加收200元
车体广告	POP	40元/h	
公司介绍、户内广告、出版物插画、挂历		50元/h	

注1:以上报价为制作费,不包含创意费,创意费另计。

注2:所有作品的著作权归属创意广告公司,包括发表权、署名权、修改权、保护作品完整权,以及使用权和获得报酬权,具体收费标准根据客户的要求另议。

注3:以上报价不包含税金,插画费最终付费金额应在以上报价的基础上加收6%的营业税金。

## (六) 财务报表

财务报表示例见表2-5。

表2-5 财务报表示例

编制单位:创意广告公司 时间:\_\_\_年—\_\_\_年 单位:万元(亏损以“—”表示)

项目	年份	主营业务收入		主营业务利润			利润总额 减:所得税	净利润
		减:业务成本	业务税金	加:其他业务利润	减:营业费用	管理费用		
	第一年							
	第二年							
	第三年							
	第四年							
	累计							

### 第七章 创业团队

#### (一) 创业团队简述

项目建议人等对所述广告策划及广告传媒有深入研究,相关团队人员经过了实验性运作实践并坚持了较深入的业务研究。

#### (二) 创业计划表述

这份公司的创业计划书大致描述了创业者的经营理念,今后,我们的一切决策将来自高层之间的互相启发。我们正进行公司前期的准备工作,我们将进行技术和管理方面的储备。

希望呈现给大家的是一份完整而清晰的商业计划。由于个人水平有限,疏漏之处在所难免,恳望指正。

### 实训

#### 编制创业计划书

##### 【实训目的】

掌握创业计划书的编制方法。

##### 【实训组织】

- (1) 学生对自己的创业项目进行市场调查与可行性分析。
- (2) 选择适合自己的创业商业模式。
- (3) 提交创业计划书,教师进行点评。

##### 【实训要求】

学生根据所学专业,选择适合自己的创业项目及商业模式,编制一份完整的创业计划书。

### 思考与练习

1. 2016年4月,舒正义和同学、朋友等8人筹资7.8万元,开始创办自己的公司,这家公司主营域名注册、网站建设开发等项目,并成为一种环保防水手电筒的陕西总代理。

公司先后招聘了20多名员工,而且大多数都是在校大学生,他们也在不断地拓宽所代理产品的市场。但是经营公司和上学完全是两回事,仅几天时间,舒正义就感到了压力,而且当初承诺办理公司注册手续的代理公司在拿了他1万元后杳无音信,一时资金短缺成了这家刚刚起步公司的绊脚石。

4月29日,公司刚运营短短9天就陷入困境。舒正义一天没有吃饭,他拖着疲惫的身体跑学校、跑银行,但是没贷来款,原因很简单,没有房子、汽车做抵押,也没公司做担保。

在这个困境中,舒正义没能跳出来,只好做出一个决定,通知媒体,召开记者招待会让公司“破产”。其实,由于注册一直没办下来,从严格意义上来讲,舒正义的公司还未成立便告夭折。

请问:舒正义在公司建立的过程中犯了哪些错误?

2. 秦亮在上海大学读大四时,通过熟人与中国联通上海分公司一级代理商上海美天通信工程设备有限公司(以下简称“美天”)取得联系,并得知“美天”正准备推广 CDMA 校园卡业务。秦亮认为可以发动老师、同学购买,盈利几乎唾手可得。

由于“美天”要求必须以公司为主体来签协议,因此秦亮和几个同学在家长的帮助下注册了上海想云科技咨询有限公司(以下简称“想云”),以该公司的名义与“美天”签署了 CDMA 校园卡集团用户销售协议书。在同学和老师的宣传下,秦亮的生意很红火,一共发展了 4 196 名用户。秦亮和“想云”可从“美天”获得 10 余万元的回报。

但是“美天”给秦亮支付了 2 万元后,联通公司发现“想云”递交的客户资料中有几百份是虚假的,有一部分根本不是校园用户,有的是冒用别人的身份证,最终形成了大量欠费。“美天”为此得赔偿联通 442 户不良用户的欠费 52 万余元,联通还扣减“美天”406 部虚假用户和不良用户的手机补贴款 36 万余元。

“美天”将“想云”及秦亮起诉到法院,要求“想云”及秦亮承担上述赔偿款项,另赔偿“美天”406 部虚假、不良用户手机的补贴差价 6 万余元,未归还的手机价款 15 万余元和卡款 5 100 元,总计 100 万元左右。

请问:秦亮和“想云”应不应该承担法律责任?理由是什么?秦亮缺乏哪方面的法律知识?

3. 2009 年 5 月,临近毕业的小捷和几名低年级同学共同投资 2 万元创办了一家免费电影网站。然而,他怎么也想不到等待他的竟是一场官司。电影网站被杭州某影视公司以版权侵权起诉,对方索赔 60 万元。小捷说:“我们网站上的电影都是通过迅雷下载过来的,但并不知道其中几部电影是杭州那家公司代理的,60 万的赔偿对我们刚创业的大学生是一个沉重的打击。”大学生创业既缺乏经验又缺乏创业资本,无意中触碰到法律高压线往往在所难免,但这样的索赔数额对于他们来说无疑是个天价。

目前高校的创业教育大部分精力都放在培养大学生突破知识、经验、心态、创新、资金等众多限制因素的能力上,而很少关注创业过程中的法律问题。创业作为一种社会实践是可行的,但创业过程中的诸多风险并不会因为大学生的特殊身份而自动“让路”。

请问:小捷和他的同学触犯了哪方面的法规?如何提前规避,保障自己的权益?

4. 什么是商业模式?

5. 成功的商业模式具有怎样的特征?

6. 什么是创业计划书?创业计划书有什么作用?

7. 创业计划书主要包含哪些部分?

8. 如何才能写出一份好的创业计划书?

## IT 创业新热点

IT 产业是一个变化很快的产业,无论是理念,还是技术,都在不断地更新。掌握 IT 创业的新热点,对于 IT 创业有着十分重要的作用。

### 3.1 “互联网+”概述

#### 3.1.1 “互联网+”的含义与特征

##### 1. 基本内涵

“互联网+”是两化融合的升级版,将互联网作为当前信息化发展的核心特征提取出来,并与工业、商业、金融业等服务业全面融合。这其中的关键就是创新,只有创新才能让这个“+”真正有价值、有意义。正因为如此,“互联网+”被认为是创新 2.0 下的互联网发展新形态、新业态,是知识社会创新 2.0 推动下的经济社会发展新形态的演进。

通俗来说,“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”,但这并不是简单的两者相加,而是利用信息通信技术和互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态。

“互联网+”代表一种新的经济形态,即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中,提升实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

“互联网+”行动计划将重点促进以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术



与现代制造业、生产性服务业等的融合创新,发展壮大新兴业态,打造新的产业增长点,为“大众创业,万众创新”提供环境,为产业智能化提供支撑,增强新的经济发展动力,促进国民经济提质增效升级。

2015年3月5日,李克强总理在十二届全国人大三次会议上做政府工作报告时首次提出了“互联网+”行动计划,即制订“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。

2015年7月4日,经李克强总理签批,国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》,这是推动互联网由消费领域向生产领域拓展,加速提升产业发展水平,增强各行业创新能力,构筑经济社会发展新优势和新动能的重要举措。

2015年12月16日,第二届世界互联网大会在浙江乌镇开幕。在“互联网+”的论坛上,中国互联网发展基金会联合百度、阿里巴巴、腾讯共同发起倡议,成立“中国互联网+联盟”。

2017年,李克强总理在政府工作报告中指出的深入推进“互联网+”行动和国家大数据战略,全面实施《中国制造2025》,落实和完善“双创”政策措施,更进一步将互联网+与国家产业政策紧密地结合在一起。

## 2. 主要特征

“互联网+”有如下六大特征。

(1) 跨界融合。“+”就是跨界,就是变革,就是开放,就是重塑融合。敢于跨界了,创新的基础就更坚实;融合协同了,群体智能才会实现,从研发到产业化的路径才会更垂直。融合本身也指代身份的融合,客户消费转化为投资,伙伴参与创新,等等,不一而足。

(2) 创新驱动。我国粗放的资源驱动型增长方式早就难以为继,必须转变到创新驱动发展这条正确的道路上来。这正是互联网的特质,用所谓的互联网思维来求变、自我革命,也更能发挥创新的力量。

(3) 重塑结构。信息革命、全球化、互联网业已打破了原有的社会结构、经济结构、地缘结构、文化结构。权力、议事规则、话语权不断地发生变化。“互联网+”社会治理、虚拟社会治理会有很大的不同。

(4) 尊重人性。人性的光辉是推动科技进步、经济增长、社会进步、文化繁荣的最根本的力量,互联网的力量之强大最本地也来源于对人性的最大限度的尊重、对人体验的敬畏、对人的创造性发挥的重视,如用户原创内容(user generated content, UGC)、卷入式营销、分享经济。

(5) 开放生态。关于“互联网+”,生态是非常重要的特征,而生态的本身就是开放的。我们推进“互联网+”,其中一个重要的方向就是要把过去制约创新的环节化解掉,把孤岛式创新连接起来,让研发由人性决定的市场驱动,让创业者有机会实现价值。

(6)连接一切。连接是有层次的,连接性是有差异的,连接的价值是相差很大的,但是连接一切是“互联网+”的目标。

### 3.1.2 “互联网+”的发展现状与趋势

#### 1.“互联网+”的发展现状

从现状来看,“互联网+”还处于初级阶段,处于都在热谈但是没有落实的理论阶段。各领域针对“互联网+”都会做一定的论证与探索,但是大部分商家仍旧处于观望的阶段。从探索与实践的层面上看,互联网商家会比传统企业主动,毕竟这些商家从诞生开始就不断用“互联网+”去改变更多的行业,他们有足够的经验可循,可以复制改造经验的模式去探索另外的区域,继而不断地融合更多的领域,持续扩大自己的生态。

“互联网+”真正难以改造的是那些非常传统的行业,但是这并不意味着传统企业不做互联网化的尝试。很多传统企业都在过去几年就开始尝试营销的互联网化,多是借助B2B、B2C等电商平台来实现网络渠道的扩建。更多的线下企业还停留在信息推广与宣传的阶段,甚至不会、不敢或者不能尝试网络交易方面的营销,因为他们找不到合适的方案来解决线下渠道与线上渠道的冲突问题。还有一些商家自搭商城,但是成功的不多。但是自创品牌,通过电商平台销售经营的服装及零食等商家已经摸索出了一条电商之路。

与传统企业相反的是,在当前“全民创业”时代的常态下,与互联网相结合的项目越来越多,这些项目从诞生开始就是“互联网+”的形态,因此它们不需要再像传统企业一样转型和升级。“互联网+”可以促进更多的互联网创业项目的诞生,而无须再耗费人力、物力和财力去研究与实施工业转型。可以说,每一个社会及商业阶段都有一个常态和发展趋势,“互联网+”提出之前的常态是千万企业需要转型升级的大背景,后面的发展趋势则是大量“互联网+”模式的爆发及传统企业的“破与立”。

#### 2.“互联网+”的发展趋势

##### 1)政府推动“互联网+”落实

“互联网+”是全国性的,各地政府都会提出建设主方案,然后通过招标或者外包的形式给能够帮助企业做转型的服务型企业去具体执行。在今后长期的“互联网+”实施过程中,政府将扮演的是一个引领者和推动者的角色。

(1)发现那些符合政策并且做得好的企业,将他们立为标杆,以起到模范带头作用。

(2)挖掘那些有潜力、将来能够发展成为“互联网+”型的企业,并作为案例。

(3)结合各地实际情况,建立更新、更接地气的“互联网+”产业园及孵化器,融合当地资源打造一批具备互联网思维的企业。

(4)引进“互联网+”技术,包括定期邀请相关人员为当地企业培训互联网常识,以及

对在职员工进行再培训等。

(5)资源对接,与各大互联网企业建立长期的资讯、帮扶、人才交流等关系,在交流中让互联网企业与传统企业相互交流,便于进一步合作。

#### 2)“互联网+”服务商崛起

接下来会出现一大批处于政府与企业之间的第三方服务企业,这些企业可能会以互联网企业为主,但不排除部分传统企业也会“逆袭”成为“互联网+”服务商。其实从服务角度来看,传统企业转型为“互联网+”服务商也是一种转型。这是一种类似于中介的角色,他们本身不会从事“互联网+”传统企业的生产、制造及运营工作,但是他们会帮助线上及线下双方的协作。更多的是做双方的对接工作,盈利方式则是双方对接成功后的服务费用及各种增值服务费用。

这些增值服务可能是培训、招聘、资源寻找、方案设计、设备引进、车间改造等。初期的“互联网+”服务商是单体经营,后期则会发展成为复合体,不排除后期会发展成为纯互联网模式的平台型企业。第三方服务的涉及领域有大数据、云系统、电商平台、O2O服务商、客户关系管理(customer relationship management, CRM)等软件服务商、智能设备商、机器人、3D打印等。

#### 3)第一个热门职业是“互联网+”技术

转型红利期的第一个热门职业会是“互联网+”技术。社会及行业的需要会催生大量的专业技术从业者。这个职业群体由成熟的技术人员和运营人员构成。从事“互联网+”服务商的工作,要求每一个人都有整体规划性思路,他们能够根据“互联网+整体解决方案”做事,然后有一个具体而擅长的领域,如运营及技术等,通过不断地向下延伸而匹配到线下的传统企业中。甚至,“互联网+”服务商要为每个企业配备数个服务代表,工作人员“驻商”或者“驻岗”,为企业提供一对一的服务。

#### 4)“互联网+”职业培训兴起

政府及企业也需要更多懂“互联网+”的人才,关于“互联网+”的培训及特训的职业线上线下教育会爆发。在线教育领域、职业教育一直是很热门的教育类型,同时所占市场份额也比较大,每年都会有很大的提升。在“互联网+”这一轮热潮中,针对“互联网+”的职业教育会兴起,可以具体细分到每个工作岗位的具体工作。传统企业想改变企业架构,需要配备更多的专业技能职工。“互联网+”职业培训面向两个群体,一是传统企业的在职员工,二是想从事该行业的人员。

#### 5)平台(生态)型电商再受热捧

在电商方面,平台型电商及生态型电商广受关注,包括大型平台及地方平台,无论是淘宝、京东还是某地的小型商城,将会有更多的传统企业与其接洽。甚至这些平台会专门成立独立的“互联网+”服务公司,深入到企业内部。对于传统企业而言,在初期的转型实操上,更多的企业会选择加入一个平台或生态系统,一来可以从平台或生态系统中积

累部分资源并学习其运营模式,二来可以避免自搭平台运营失败的情况出现。加入平台或生态系统,也能更好地认知自身的资源优势与不足,通过与其他商家合作,了解整体产业链布局,建立格局观。

这有利于传统企业找到转型突破点,以后才能以点代面,企业自身也有可能发展成为一个生态系统。当然,平台或生态系统不只是线上的,线下的资源整合到一定程度,也能催生出平台。更多的平台或生态系统出现以后,“互联网+”要做的只是生态系统与平台的连接,以有利于行业的整体升级。

### 6) 供应链平台更受重视

供应链平台会成为重中之重,专门设计和研究供应链的商家会成为构成传统企业新商业模式主架构部分的服务者,这是每一个接受“互联网+”的企业应该遵循的。企业及行业转型的根本是供应链的互联网化,也是供应链的优化与升级。对于一个传统企业来说,人员架构可以变得像传统企业一样扁平,技术人员也都可以配齐,考核制度也可以效仿互联网企业,但是更底层的供应链改造是个非常困难的问题。

供应链涉及物流、现金流等各种维持企业运营的重要因素,很多传统企业在现在看来根本是无法改造的。传统供应链模式的效率相对低下,互联网化以后的传统企业必定会受其拖累。因此,“互联网+”要求有一部分专门研究供应链设计及改造的专业人才站出来,为广大需要转型升级的企业服务。

### 7) O2O 会成为“互联网+”企业首选

O2O 将大受重视。O2O 已经成为当前商业都在探讨的话题,只是 O2O 不算商业模式,只是一种形式,广大传统企业可以借用这种形式来进一步改造原有的商业模式。同时,作为连接线上、线下的新商业形式,O2O 会成为当前广大传统企业的首选。与 O2O 相关的资讯公司及研究单位会受到重视及热捧。在“互联网+”被提出以后,很多人认为在线上线下产业相融合的大趋势下,O2O 已经没有位置了。

作为专业研究线上线下相连接的一种商业形式,目前很多传统企业尤其是从事手工业的企业已经从中找到了适合企业发展的模式,这种模式正是“互联网+”模式需要借鉴的。大量 O2O 企业的案例可以为传统企业转型提供经验,也可以为互联网企业融合传统企业提供思路。接下来,O2O 会是每个传统企业的必修课,也是线上企业必须研究的课题。

### 8) 创业生态及孵化器深耕“互联网+”

目前,全国的孵化器已经超过 1 200 个,2015 年是孵化器的整合元年。孵化器在接下来的发展中将主推“互联网+”,传统企业融合“互联网+”的新模式企业将会与高新产业一样受到孵化器的重视。“互联网+”被作为政策推出来的另一个原因是在当前全面创业的时代,大部分创业项目或多或少都与移动互联网相关。智能硬件、在线教育、O2O 等领域创业项目的火热,间接推动了新材料、传感器、集成电路、软件服务等行业的兴起,这

些领域同样也会出现足够多的创业项目。

当前,围绕互联网的创业项目已经形成了一个生态系统,创业项目的关联性形成一条脉络,这条脉络可以梳理与整合某些行业的全产业链;物联网是另一条脉络,这条线把智能硬件、可穿戴、生物医疗等领域连接起来。整个创业生态系统都围绕着移动互联网,政府牵头推出“互联网+”政策,正是为了推动更多的互联网创业项目产生。在政策的激励下,会有更多的互联网创业项目出现,传统的创业项目也会越来越好,以此来解决行业的升级问题。所以,接下来各地的孵化器将会主推“互联网+”项目。

#### 9) 加速传统企业的并购与收购

互联网企业投资持股传统企业已经屡见不鲜,事实上传统企业投资或者收购互联网企业的案例也不在少数。在以往的传统企业转型研究中,一般认为入股与并购是传统企业互联网化最简单、最快捷的方式。这比传统企业高薪挖电商运营团队或者引入高科技人才更直接有效。引进团队及人才后需要花很长的时间与企业原有的结构和运营模式磨合,也不是所有企业都适合直接转变运维模式。直接收购互联网企业,企业的全部业务与传统企业对接,相当于互联网业务外包但又是内部的公司,双方的业务及职工不冲突,可谓一举多得。

大量的民间资本长期累积,过去这些资本都投银行、能源等传统行业,近几年来随着实体行业的萧条与不景气,这些手握大量资本的企业开始着眼互联网,很多专注互联网投资的基金都有传统企业的身影。线下资本投入线上,有利于民间资本的优化及再分配,“钱生钱”的投资模式如今已经走向病态,以 P2P 等巧立名目的非法集资还在与日俱增。如果这部分钱能够转投创业项目,将会更好地促进社会的整体转型。

#### 10) 促进部分互联网企业快速落地

“互联网+”虽然更多的是传统企业利用互联网转型升级,但是其实很多互联网企业也在寻求切入传统市场,这些企业也需要转型。最鲜明的例子是当前数以万计的手机应用,这些 App 肢解了 PC 互联网的市场,短时间内积累了超过千万甚至上亿的用户,但是缺乏更好的商业模式,简单地说,就是找不到挣钱的来路。可能用户很多,活跃度也很高,但就是无法直接变现,或者用户的消费能力太差。基本上每一个 App 都是某个行业或者其细分领域的代表,当在线上无法解决盈利问题时,这些商家都有落地线下的趋势。例如,唱吧在尝试自己做 KTV 及与线下 KTV 合作;墨迹天气开始做硬件,与商家合作开发空气检测及空气净化的硬件。

### 3.1.3 “互联网+”时代的创业机会与挑战

当“大众创业,万众创新”遇到了“互联网+”,互联网就变成了“大众创业,万众创新”的工具。“互联网+”时代的“大众创业,万众创新”,就是要在传统的创业创新与互联网新技术之间建立连接,利用互联网信息技术对传统创业创新模式进行改造,使传统的创业



创新模式互联网化。

“互联网+”很火,创业创新很热。在“互联网+”时代进行创业创新,势必为新一代的创业者带来前所未有的机遇,同时也给创业者带来各种挑战。

### 1.“互联网+”给“大众创业,万众创新”带来的机遇

#### 1) 国家政策的支持

“大众创业,万众创新”和“互联网+”行动计划已写入 2017 年政府工作报告,这就意味着“大众创业,万众创新”在我国当前的发展阶段,是能让中国经济继续腾飞的一个重要的战略措施;“互联网+”作为一项战略性新兴产业,将成为国家战略,迎来新的发展机遇。李克强总理在参加首届世界互联网大会时表示,推动“大众创业,万众创新”既可以扩大就业、增加居民收入,又有利于促进社会纵向流动和公平正义。他在北京中关村创业大街调研时强调,推动“大众创业,万众创新”是充分激发亿万群众智慧和创造力的重大改革举措,是实现国家强盛、人民富裕的重要途径。要坚决消除各种束缚和桎梏,让创业创新成为时代潮流,汇聚起经济社会发展的强大新动能。

李克强总理在会见出席首届世界互联网大会的中外代表时指出,互联网是“大众创业,万众创新”的新工具。只要“一机在手”“人在线上”,实现“电脑+人脑”的融合,就可以通过“创客”“众筹”“众包”等方式获取大量的知识信息,对接众多创业投资,引爆无限创意创造。

互联网正在引领着社会生产力不断突破和飞跃,日益成为驱动经济社会发展的重要引擎。这就需要我们互联网作为创新发展的重要领域,以信息化培育新动能,以新动能厚植发展新优势,助力世界经济实现强劲、可持续、平衡、包容增长。

可以说,2015 年开启了“大众创业,万众创新”与“互联网+”产业融合,从中央到地方,已迎来了一个前所未有的创新创业、促进产业转型升级的大好时代。创业者要抓住国家对创业创新和互联网的政策机遇,借力“互联网+”进行技术创新,通过“互联网+”创新提升企业和产业的信息化程度,不断变革,跟上时代的步伐。

#### 2) 经济转型的需要

2008 年金融危机以来,传统经济增长下行压力增大,经济增长的动力转换和经济结构的深层调整成为当前中国经济的重要特征。如何应对经济下行压力? 互联网、大数据、云计算、工业 4.0、3D 打印等技术创新成了拉动经济增长的新引擎。

当前经济发展面临环境容量压力巨大、土地资源紧缺、转型升级艰难等制约,党的十八大提出推动工业化和信息化深度融合,以信息化带动工业化是实现经济转型升级的必由之路。如今,工业化和信息化深度融合成了最具活力的创新领域,成了“大众创业,万众创新”的热土,成了企业转型升级的一个重要方向。

将互联网技术与创新创业需求相结合,不仅是新常态经济发展的驱动力,也是创新



驱动发展的新特征。互联网加速了知识和信息的自由流动,极大地降低了创业成本和门槛。互联网对传统行业的渗透与融合,正深刻改变着各行业的生产组织方式、要素配置方式、产品形态和商业服务模式。互联网与其他行业企业的跨界融合催生了大量新技术、新业态和经济新增长点,推动了产业迈向中高端,带动了创新创业,促进了整个社会经济的转型升级。

### 3)制度和技术创新的驱动

在“互联网+”的大众创业浪潮中,最重要的创新是一系列制度创新,这些制度创新真正在释放金融能量和制度能量。例如,正在逐步推进的工商登记制度改革的主要内容是按照便捷高效、规范统一、宽进严管的原则,放宽注册资本登记条件,将企业年检制度改为年度报告制度,放宽市场主体住所登记条件,大力推进企业诚信制度建设,推进注册资本由实缴登记制改为认缴登记制,加速建立诚信、公平、有序的市场秩序。工商登记制度改革使得公司的注册门槛和创业成本最大限度地降低,有利于激发民众的创业热情,给社会经济发展注入活力和动力。

“互联网+”时代是技术创新的时代,云计算、移动互联、大数据、3D打印等新的技术和概念层出不穷。以移动互联为例,我国已经是全球互联网网民数量第一的国家,手机上网的人数和流量已经超过了计算机。在这样的大市场前景下,互联网创业、移动互联网创业早已不是新鲜话题。移动互联正在改变着我们的生活,吃饭用大众点评、看电影用猫眼、旅游用携程、打车用滴滴,这些手机客户端已经逐步深入我们的生活,成为我们生活的必需品。网速的提升和费用的下降,不仅降低了移动互联网领域创业公司的成本,而且拉动了相关消费。在巨头未全面渗入或还不够重视的移动互联网版图里,尚未形成垂直细分领域,在发展初期竞争相对不太激烈,不需要太多的资源支持,只需要凭借优秀的产品创意就很可能抢得先机,赢得市场。

### 4)创业成本的降低

“互联网+”创业的低门槛已经成为共识。当下,在国家政策的大力支持下,年轻人进行互联网创业越来越容易,创业的速度也越来越快。在“大众创业,万众创新”的大背景下,“互联网+”已成为大学生创业的有利条件,大学生已成为创业创新的生力军。互联网的飞速发展给无经验、无资金、无人脉的大学生提供了广阔的舞台,只要有好的思路和项目,加上好的导师和好的机会,大学生创业就有成功的可能。随着社会经济的发展和互联网的普及,大学生选择互联网作为创业的平台已成为一种经济和社会现象。经济发展进入新常态,作为创业的活跃群体,大学生可以根据自己的长处投身创业大潮。

### 5)创业机会均等

“互联网+”已然成为创新创业最热门的抓手,互联网就是一个打破垄断、再制造一个垄断的过程。在“互联网+”时代,创业者有了无限的创业机遇,每天都有大量接

触商业平台的机会。对于没有雄厚资本的年轻人来说,只要有一个极具创意的点子,就有可能通过自己的激情和思维做出一番事业,这正是“互联网+”创业的魅力。过去创业是谋生的手段,现在创业是生活的方式;过去创新是个人的爱好,现在创新是大众的分

享。以正在蓬勃发展的在线教育行业为例,外语和职业教育是目前最火热、竞争相对激烈的两大细分领域。而其中的沪江网是老牌的在线教育平台,借助这波“互联网+”的热潮一下子成为行业的“弄潮儿”,成功地登上外语学习的宝座。而在职业教育领域中,新兴创业平台——极客学院作为IT职业在线教育的第一品牌,无疑让无数的老品牌都望尘莫及。所以,每个行业每个细分领域的创业公司都有自己的机会。一般来说,创业者的创业项目的切入点最好避开与大公司直接竞争,做一个相对来说垂直和细分的行业,这样更容易成功。

### 6) 传统产业创新的倒逼

“互联网+”时代的到来,使得传统产业面临巨大的挑战,如果不主动创新,对接互联网,势必会被时代淘汰。无论是传统的国企还是新兴的民企,甚至是农业,都通过互联网让传统产业创造了新的服务方式、获得新的发展机会。

互联网已日益成为当前创新驱动发展的先导力量。在传统产业的创新过程中,充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合到传统产业的各个环节中,提升传统产业的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

例如,苏州东山的枇杷、茶叶和杨梅是传统的农业产品。近年来,一些农民通过网络平台开始销售茶叶、枇杷等自家农产品。通过网络销售,足不出户也能赚钱。部分大学生发现这一商机后,成立了网上销售公司,收购乡邻的农产品,不仅解决了农产品的销路问题,而且解决了大学生的就业问题。在东山,近一半的当地果农都开始通过网络平台推广销售枇杷等农产品,宣传太湖农耕文化和旅游产品。同时,他们还与一些成熟的社区网络配送平台合作,把枇杷等农产品快捷、安全地销往全国各地。

## 2. “互联网+”给“大众创业,万众创新”带来的挑战

### 1) “互联网+”的“+”是什么

互联网时代的创业者都想利用“互联网+”的概念进行创业,但很多人根本不知道“+”是什么。“+”可以是一些新兴行业,可以利用云计算进行在线基因数据分析,但是这些领域的创业需要比较深厚的专业背景。

对于广大“草根”创业者而言,更多的创业机会是传统行业与互联网的结合。用互联网改造传统行业确实机会很大,但许多传统行业具有较强的专业性和复杂性,如果没有对行业的深刻理解,盲目去“+”,等待创业者的只有一个接一个的“火坑”。因此,利用“互联网+”进行创业的团队中既要有互联网经验的大牛,更要有懂传统行业的行家。

## 2)怎么“+”

“互联网+创业”“互联网+创新”，到底怎么“+”，是最难解决的问题。如今在互联网之风的劲吹下，各行各业都在掀起革命，互联网金融、互联网农业、互联网医疗等遍地开花。青年创业者对互联网技术的敏感度毋庸置疑，但对于怎么“+”往往还是不甚了解。互联网创业的低门槛似乎已经成为共识，但是在低门槛的背后，是不足10%的创业成功率。而低成功率的背后，往往是天马行空的想法多，好不容易选择了一个方向又不知道怎么去“+”，能落到实处的更是凤毛麟角。有人指出，其原因就在于不少创业者对传统行业了解得不够彻底，提出的很多设想都不切实际。

在追求互联网时代“天下武功，唯快不破”的同时，也应当脚踏实地地向传统行业学习经验，学习传统行业创业和发展的思路，借助互联网这一工具来进行创业和创新。

## 3)难在哪里

部分创业者尤其是大学生创业者有较好的创意，但是很容易出现的问题是把困难想得太过简单，对市场的预估不够，导致很多项目不接地气，项目内容假大空。从之前的互联网创业潮中人们得到了一个启示：人们往往盯住了成功的少数，而忽略了“躺在沙滩上”的多数。“互联网+”创业公司最常遇到的问题有：对行业了解不够全面，注意力没有放到核心问题上，预期过于乐观，等等。

互联网领域从来不缺少好的创新，缺少的是将创新一步步变成一个能被市场接纳并且长期葆有用户黏性的产品的执行力。当然，还会面临融资难、推广难、维护难等诸多问题，需要逐一克服才能取得最后的成功。

## 4)创新是革命吗

通过互联网进行创新是否就是颠覆传统的产业运行模式？显然不是。互联网就是帮助传统产业插上腾飞的翅膀，而腾飞的主体仍是产业本身。传统的产业模式相对比较成熟和稳定，“互联网+”时代创业者们的幸运之处就在于，他们并不需要通过革命的方式去构建新的社会秩序或商业秩序，只要找准自己的位置，利用互联网去提升传统产业的价值，就是一种巨大的创新，从而最终改变一个行业。

所有所谓成功“颠覆”的背后都是顺“势”而为，所谓“势”就是未来的、潜在的用户或市场需求。“颠覆”是局外人看到的表象，而本质是提前发现或挖掘了用户需求，并找到最佳路径或解决方案给予满足。无论是“互联网+”，还是“+”互联网，都是整个社会经济变革中的又一重大历史机遇。作为创业者，想法可以天马行空，但做事一定要脚踏实地。

## 3.2 云计算

### 3.2.1 云计算概述

云计算这一概念由全球最大的搜索引擎服务提供商 Google 在 2007 年首先提出,当时的主要目的是充分利用已有投资,以虚拟化技术作为 IT 资源的整合手段。也许谁也没有料到,这样一个“新瓶装旧酒”的技术会在一夜之间掀起第三次 IT 革命浪潮。

#### 1. 云计算的破坏性创新表现

云计算是一种电信的破坏性创新,它利用技术进步效应,从 IT 产业不断高涨的成本投入和运营商的薄弱环节切入,重构传统的 IT 市场结构,创新或优化 IT 产品和服务。这种破坏性创新主要表现在以下三个方面。

(1)云计算技术和服务模式的应用使 IT 应用、产品或服务的获取和使用变得更为简便。在云计算的应用环境中,用户只需一台有浏览器的终端,能够连上网络,即可使用云计算服务。云计算服务使计算资源、开发平台及软件应用的获取和使用变得更为简便。

(2)云计算技术的引入使得 IT 应用、产品、服务的成本显著降低。虽然云计算暂时难以达到与本地计算模式同样的稳定性、时效性和私密性,但是依靠成本上的优势仍然可以吸引大量的中小企业及部分大型企业的关注,逐渐扩大其影响力,为市场所接受。

(3)云计算对传统 IT 产业链会产生破坏性的冲击。云计算使 IT 产业格局发生了变化,一方面使旧的 IT 产业链加速整合,另一方面给传统 IT 产业链中的企业带来了颠覆性的挑战,新的重量级参与者加入了产业链的竞争。

在如今迅猛演变的商业世界里,通过破坏性创新创建的新业务的成功概率比通过传统的维持性创新创建的新业务的成功概率高 10 倍以上。换句话说,云计算已不仅局限于技术革命,它在未来 10 年左右将颠覆现有的产业格局,创造新的产业链和更大的产业体系,不断开创新的商业模式,并革新传统的 IT 运营体系。

#### 2. 云计算的特征

狭义的云计算是指 IT 基础设施的交付和使用模式,指通过网络以按需、易扩展的方式获得所需的资源(硬件、平台、软件)。提供资源的网络被称为“云”。“云”中的资源在使用者看来是可以无限扩展的,并且可以随时获取,按需使用,随时扩展,按使用付费。这种特性经常被称为像水电一样使用的 IT 基础设施。

广义的云计算是指服务的交付和使用模式,指通过网络以按需、易扩展的方式获得所需的服务。这种服务可以是与 IT 和软件、互联网相关的,也可以是任意其他的服务。

无论是广义的云计算,还是狭义的云计算,对于最终用户而言,均具有如下特征。

(1)通过互联网提供自助式服务。以前很多服务都是通过实体门店供客户参观、沟通、购买的,也有越来越多的服务商意识到网络的宣传作用,通过互联网网站在网上宣传自己的产品,一些小的服务也能通过网络进行付费购买。但在这些服务的提供过程中,人工参与的程度仍相当高。通过互联网提供自助式服务,是要让常规的人力活动变成通过网络的自助式交互,这要求供应商提高业务的自动化水平和产品的标准化水平,甚至还需要提高产品价格的透明度。

(2)快速部署资源或获得服务。资源和服务应在用户提出请求后的很短时间内提供给用户,这就需要供应商进一步改善服务的供应和管理水平,甚至需要超额部署一些资源。

(3)按需扩展和使用。具有了快速提供资源和服务的能力,并不一定就能让用户按需扩展和使用。快速提供资源和服务是针对单次资源和服务请求而言的,限制的是请求的响应时间。按需扩展和使用针对的是多次连续或不连续请求响应的灵活性,涉及资源和服务划分的粒度。用户可以根据需求的变化,随时购买或释放资源和服务。

(4)按使用量付费。这是指用户按实际使用的资源和服务付费。在合理的资源和服务划分粒度的支持下,以及在服务商的精确监控和计费条件下,才能做到按使用量付费。

### 3. 对云计算的不同解读

云计算变革尚处于初期,各种社会团体和利益集团对其有着不同的解读,同时也被不同的社会团体和利益集团拿来为自己的利益服务。在这种处于襁褓状态的变革初期,大量的关注必然伴随着大量的混乱。

云计算是什么呢?云计算是一场 IT 变革,是一场提高社会生产力的 IT 变革,是一场推动社会整体信息化的 IT 变革,是一系列具有相同核心特征的商业模式集合。

云计算不是什么呢?云计算不是一种商业模式,不是一种付费模式,不是一种 IT 技术,不是一类 IT 产品,不是面向服务的架构(service oriented architecture, SOA),不是虚拟化或虚拟化软件,不是简单地将购买变为租赁,不是分布式计算,不是高性能计算,不是网格计算,不是软件即服务。云计算不是这些概念,是说云计算不等同于这些概念或其扩展和延伸,但云计算并不排斥这些概念。

## 3.2.2 云计算的应用现状与发展趋势

### 1. 云计算的应用现状

#### 1) 从云计算龙头看行业发展

在全球云计算浪潮的席卷下,我们从全球公有云计算龙头亚马逊 AWS、国内云计算



领导者阿里云的爆发式增长看到,目前国内整体产业正在步入远高于全球市场的快速爆发阶段。

亚马逊 AWS 作为全球最大的公有云服务提供商,正在进入营收和利润放量,以及整体产品迭代、客户拓展、营收增长互为驱动的良好状态。

从亚马逊 AWS 2015 年一季度开始披露旗下“亚马逊 AWS 云服务”的营收数据以来,整体业绩表现强劲。2016 年一季度,亚马逊 AWS 云服务共实现 25.7 亿美元营收,运营利润为 6.04 亿美元,分别同比增长 64%、128%,运营利润同比提升 6.6 个百分点。2016 年一季度运营利润为 10.71 亿美元,其中有 56.4%来自亚马逊 AWS 云服务。自 2015 年二季度以来,亚马逊 AWS 的营收均保持了 60%以上的增长,运营利润保持在 20%以上。

国内阿里云整体营收增速远超亚马逊 AWS 平台,已经连续 4 个季度同比增长超 100%,其中 2016 年一季度同比增长 175%,而同期亚马逊 AWS 同比增速为 64%。

从营收的体量来看,阿里云整体营收规模显著小于亚马逊 AWS。亚马逊 AWS 在 2016 年一季度的营收为 25.7 亿美元,运营利润为 6.04 亿美元,而同期的阿里云营收为 10.7 亿元人民币。

国内云计算的产业,特别是公有云领域,尚处于前期的爆发阶段,整体市场在政策、产业、资本的互相驱动中正快速发展和进步。国内云计算服务提供商在产品成熟度、合作伙伴生态构建、全球化部署等方面,正在快速地追赶全球顶尖的企业,在未来 3~5 年内,行业内各个公司将迎来新一轮的业绩爆发。

### 2) 上云的客户结构发生显著变化

在产业、资本、政策的三重驱动下,国内云计算领域的客户得到了长足、迅猛的发展,经历了客户培育阶段、快速发展普及阶段、客户爆发阶段。

(1)2011—2013 年是客户培育阶段。当时,国内基础云计算提供商特别是公有云,主要还是阿里云和盛大云,受限于国内整体云计算发展尚处于客户培育阶段,公有云产品还不是特别完善,这一阶段选择云计算的主要还是电商、游戏、移动 App、视频等一类互联网公司,这些公司的主要特点是对基础云资源消耗大且业务量变化波动大,选择公有云服务具有很好的成本优势。

(2)2014—2015 年是快速发展普及阶段。整体的云计算业务开始进入快速发展普及阶段,亚马逊 AWS 也于 2013 年 12 月正式进入中国,并提供有限的预览服务,此时开始陆续有国内省政府、中石油等大型政企选择云计算服务,但其中大部分的客户还是互联网客户。

(3)2016 年之后是客户爆发阶段。2016 年之后,云计算的需求慢慢开始爆发,银行、保险、制造业、政企等传统领域客户慢慢开始尝试上云,对云计算的接受程度显著提高。

云计算正在逐步从互联网领域客户向传统产业领域渗透;在国家产业政策的驱动



下,各个国家部委、省政府、垂直性的行业协会、大型央企,正在逐步将一类非敏感性的业务系统搬迁到公有云上,并优选私有云作为整个 IT 架构转型和业务升级的载体。在过去的一年中,国内所有的省份都启动了区域性的云计算建设项目;众多传统行业,诸如银行、保险、制造业等均选择云计算作为未来战略转型升级的重要支撑载体,一改过去主要以互联网客户为主的局面。

### 3) 云计算是客户战略发展的长期选择

为什么会有如此多的客户将云计算作为业务战略发展的长期选择?全球亚马逊 AWS 上付费用户数已经突破百万,国内阿里云上的付费用户数已经突破 50 万。

(1)从客户自身的业务运营角度看。显著的成本优势、全球化业务部署需求、大数据等创新业务、是否有渠道等业务层面合作等,是客户选择使用云计算的核心考虑因素。

①考虑成本的需要。上云按需付费或按时间付费的商业模式,整体资源的利用率更高,从而降低用户使用的成本。

②全球化业务部署的需要。在企业全球化业务布局的浪潮下,越来越多的企业会面向全球用户或海外特定区域用户提供服务,而在当地部署相应的业务,可以更好、更快地为特定海外用户提供服务。

③自身业务创新的需要。云计算的价值不仅仅是提供按需付费的弹性资源服务,更应关注的是云计算构建的新商业形态带来的全新价值。数据上云并在云上开展大数据相关业务,成为一部分企业的刚性需求。

④开拓渠道等合作的需要。用户与云计算服务提供商不仅仅是在底层 IT 资源上进行合作,伴随着云平台产品和商业模式的不断完善,更多在业务层面的合作将会得到进一步的开发和利用,这也是一部分企业级用户选择上云的重要因素之一。

(2)从技术架构角度来看。安全专题、更强大的开发环境(如 PaaS 平台)、敏捷运维工具及服务,是客户考虑选择云计算的重要因素。

(3)从政策驱动来看。国内政府积极推行云计算产业政策,正在鼓励和引导一大批政企客户选择使用云计算服务,国内政府自 2010 年以来出台了一系列鼓励云计算发展的产业政策。通过整理发现,2015 年以来,政府企事业单位、大型央企等纷纷选择构建政务云平台,以私有云或者混合云模式来代替原有的传统 IT 构建交付模式。

### 4) 对比全球,云计算的国内市场潜力巨大

根据 Gartner 的数据,2014 年全球云计算服务市场规模达到 1 528 亿美元,同比增长 17%,2015 年市场规模超过 1 800 亿美元。与全球云计算市场相比,中国云计算市场规模尚小,占比不足 5%。可见我国云计算市场面临极大的机遇和挑战,美国云计算市场的发展具有一定的参考价值。

云计算领域分为公有云和私有云。根据中国信息通信研究院发布的《2015 年中国公