



第二讲：创新与创业

主讲人：顾礼华

顾礼华 May Gu

- 锴一资本合伙人
- 铨铄咨询创始人
- 上海市大学生科技创业基金会专家
- “互联网+” “创青春”等国家级大赛国赛评委
- 复旦大学创业与创业投资研究中心专家
- 上海市科委专家
- 参与投资及服务过百家企业

投资案例

- 轻流：企业流程模块化搭建系统，2018年投资，后续获2轮近千万融资，目前正在洽谈A轮融资。19年销售额已破千万。
- 市场易：大企业数字营销软件系统，2018年投资，后续获2轮千万融资。19年销售已近千万。
- Brownie：摄影艺术版权艺术空间，2018年投资，获香港上市公司1500万战略融资。
- 巨匠生物科技：生物检测聚合酶，2018年投资，目前工厂已经建立，开始生产销售。



创新概述

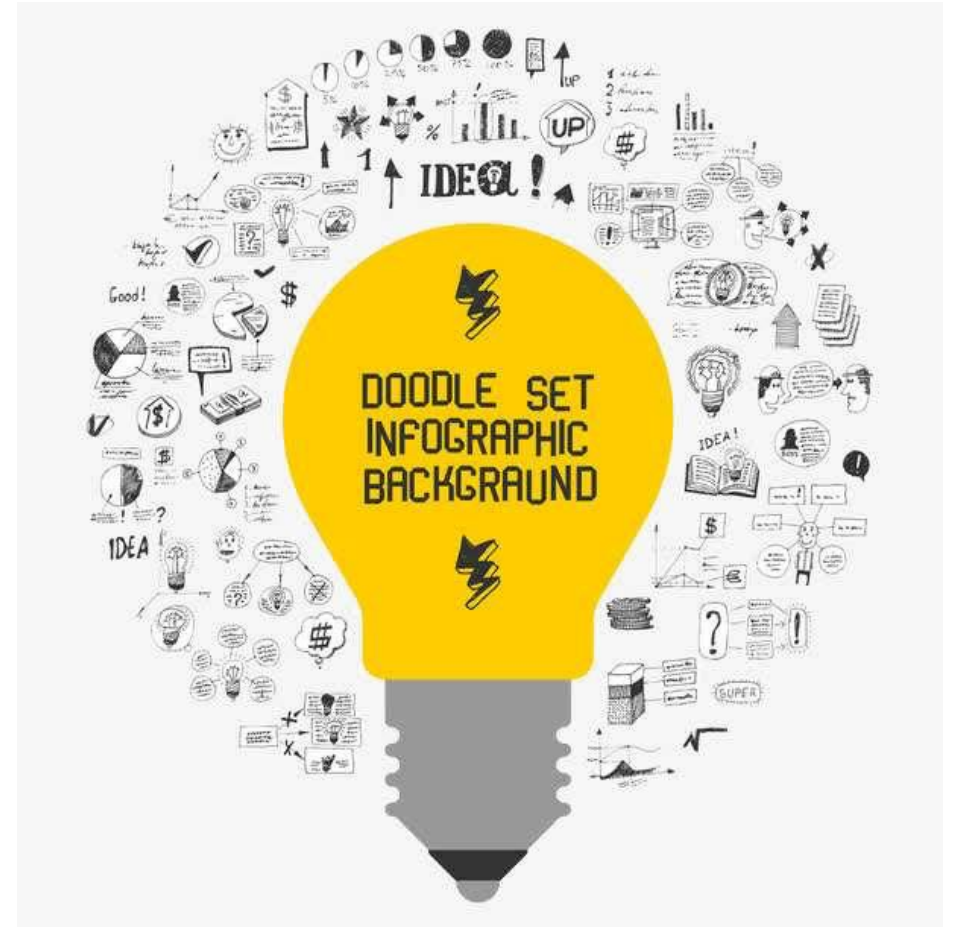
01



什么是创新？

创新的定义

创新是指以现有的思维模式提出有别于常规或常人思路的见解为导向，利用现有的知识和物质，在特定的环境中，本着理想化需要或为满足社会需求，而改进或创造新的事物、方法、元素、路径、环境，并能获得一定有益效果的行为。



创新的要点

一：更新

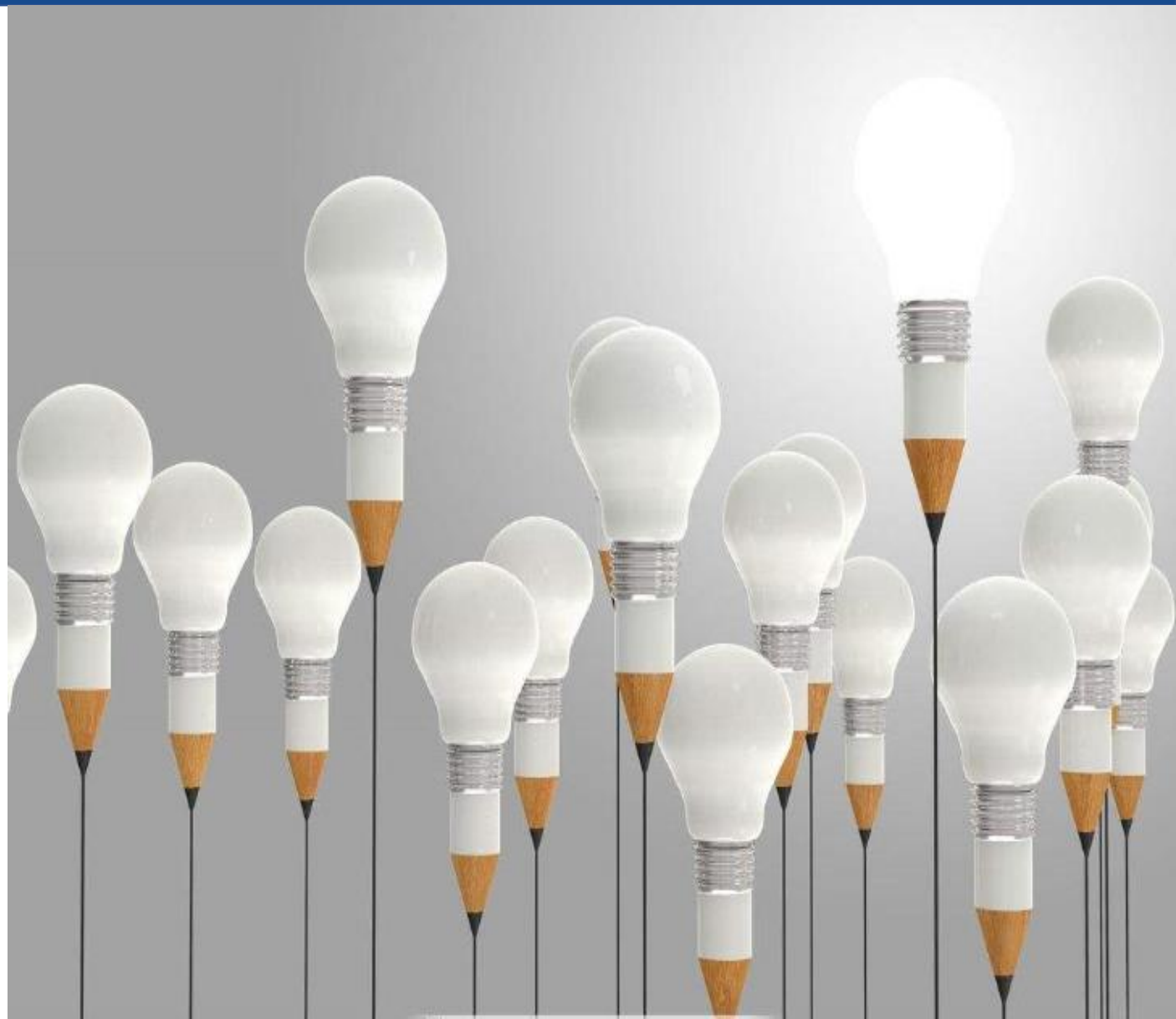
二：改变

创新



创新的原则

- 遵守科学原理原则
- 市场评价原则
- 相对较优原则
- 机理简单原则
- 构思独特原则
- 不轻易否定，不简单比较原则



创新的误区

- 创新就是从无到有
- 只有天才才可以创新

活着，
就是为了改变世界。

——Steve Jobs (1957-2011)

史蒂夫·乔布斯——苹果公司创始人、前CEO
iPhone、iPad、iPod、iTouch、Mac的缔造者

1976年 与伙伴共同创立苹果公司

1997年 与公司一道经历涅槃重新盈利

2001年 推出iPod为代表的数码产品

2003年 查出患有胰腺癌

2011年 在推出iPad2之后辞去职务

2011年10月5日 因病与世长辞



创新的能力

一：发现问题

- 突破常规而发现问题
- 通过主动改变情景而发现问题
- 通过主动变换思考角度而发现问题
- 思考：观察你的钱包，发现哪些问题需要改进完善？

二：构思创意

- 设计思考的能力（后续3堂课详细介绍）

三：解决问题

- 分析问题
- 解决问题



创业概述

02



什么是创业？

创业的定义

- 创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。创业是一种需要创业者组织经营管理、运用服务、技术、器物作业的思考、推理和判断的行为。
- 根据杰夫里·提蒙斯（Jeffrey A. Timmons）所著的创业教育领域的经典教科书《创业创造》（New Venture Creation）的定义：创业是一种思考、品行素质，杰出才干的行为方式，需要在方法上全盘考虑并拥有和谐的领导能力。

创业的要点

一：优化

二：整合



创业的特征

- 自觉性：是创业者自觉做出的选择，是其能动性的反映。
- 风险性：创业有各种风险，如：政策风险，决策风险，市场风险，扩张风险，人事风险。
- 利益性：创业以盈利为目的，没有利益的驱动，不会有人能够承受创业所面临的风险。
- 曲折性：创业过程中九九八十一难，只有不屈不挠，才能笑到最后。

创业的一般过程

- 产生创业动机
- 识别创业机会
- 整合有效资源
- 创建创业项目/企业
- 提供市场价值
- 收获创业回报



创新与创业的区别

03

创新与创业的区别

- 创新 不等于 创业， 创业需要一定的创新
- 创新 不一定 产生经济价值， 而创业一定产生经济价值。
- 创新更侧重于思维方式， 而创业更多侧重于资源整合。

课堂讨论

- 请同学们仔细观察并思考大学校园内有哪些创业机会，记录下来，通过头脑风暴的方式进行小组讨论，分享彼此的思考成果。
- 在上诉的创业想法中，对你而言，最可能成功的一个想法是什么？为什么？

课堂分享

每组选派一名代表，用5分钟的时间，介绍

- 团队成员的特点
- 团队名称
- 团队的创业项目及选择这个创业项目的理由

案例分享-非洲机王

04

单位：百万部

排名	厂商	2018年出货量	2018年市场占有率	2017年出货量	2017年市场占有率	2016年出货量	2016年市场占有率
1	三星	324.14	17.14%	369.29	18.67%	364.24	18.48%
2	苹果	208.80	11.04%	215.78	10.91%	215.40	10.93%
3	华为	206.01	10.89%	154.28	7.80%	139.61	7.08%
4	传音控股	133.11	7.04%	129.28	6.54%	77.90	3.95%
5	小米	122.51	6.48%	92.72	4.69%	53.04	2.69%
6	OPPO	113.31	5.99%	111.70	5.65%	99.78	5.06%
7	vivo	101.13	5.35%	87.62	4.43%	77.25	3.92%
8	HMD	84.94	4.49%	69.28	3.50%	-	0.00%
9	Lyf	65.54	3.47%	14.79	0.75%	7.75	0.39%
10	LG	41.65	2.20%	62.58	3.16%	65.06	3.30%
11	Lenovo	40.89	2.16%	50.48	2.55%	51.18	2.60%
12	TCL	37.08	1.96%	42.14	2.13%	59.41	3.01%
13	Lava	19.58	1.04%	18.31	0.93%	28.11	1.43%
14	Micromax	13.42	0.71%	23.87	1.21%	29.92	1.52%
15	ZTE	12.86	0.68%	39.28	1.99%	55.22	2.80%
16	Symphony	9.37	0.50%	10.37	0.52%	10.47	0.53%
17	ASUS	9.24	0.49%	12.75	0.64%	16.16	0.82%
18	Sony	8.11	0.43%	13.77	0.70%	14.88	0.76%
19	OnePlus	6.73	0.36%	3.99	0.20%	2.49	0.13%
20	Wiko	6.48	0.34%	7.22	0.37%	7.27	0.37%

数据来源：IDC。（注：上表传音控股数据源自IDC各期统计的出货量数据，市场占有率数据源自IDC统计数据；以上各厂商出货量数据系IDC根据其自身独立的研究方法、标准体系和市场模型，并通过其在全球范围内的数据库和市场调研情况等，最终分析、测算得出，相关出货量数据可能与各手机厂商的实际销售数据存在差异。截至本招股说明书签署日，IDC未公布2019年上半年手机出货量数据。下同）

排名	厂商	2018 年市场占有率	2017 年市场占有率	2016 年市场占有率
1	传音控股	48.71%	45.12%	33.73%
2	三星	10.27%	12.85%	16.29%
3	HMD	6.78%	3.96%	0.00%
4	华为	4.05%	2.69%	4.02%
5	TCL	3.75%	4.22%	4.24%
6	Condor Electronics	2.42%	2.61%	2.11%
7	Mobicel	2.25%	1.70%	1.73%
8	X-Tigi	1.65%	1.23%	2.00%
9	Starlight	0.93%	0.00%	0.00%
10	Stylo	0.89%	0.46%	0.02%

年销售1.24亿部

= 36.4万部 / 天

智能机均价455元

功能机均价66元

为什么传音手机在非洲卖的这么好？







看 这就是手机拍出来的我

特点一：产品设计本土化、差异化

创新点

照相功能 **适合非洲人**

大功率手电筒 **非洲夜晚黑，照明设施不完善**

超长待机 **非常经常性停电**

双卡双待 **不同运营商之间通话价格极高**

大功率功放 **非洲人民喜爱歌舞**

价格 **接地气**

特点二：销售方式本土化

TECNO



TECNO
SPARK 2
LIGHT UP +
BIGGER VIEW

TECNO

TECNO

TECNO

TECNO

TECNO

TECNO

TECNO

TECNO



TECNO | mobile

TECNO | mobile

TECNO | mobile

NOKIA 107

SHARP

LG

**一位通信行业记者曾经形容在东非商品大市场卡里亚库（Kariakoo）
看到的情景**

**“我看到了铺天盖地、从近到远、密密麻麻、让我永远不会忘记的
Tecno。全世界都是Tecno……”**

只要有墙的地方，就有传音的广告

本土化、差异化就够了吗？

一定能占领市场吗？

全球手机品牌厂商出货量在印度市场的市场占有率排名情况具体如下：

排名	厂商	2018年市场占有率	2017年市场占有率	2016年市场占有率
1	Lyf	20.25%	5.13%	3.12%
2	三星	17.29%	22.28%	23.89%
3	小米	12.71%	9.00%	2.90%
4	传音控股	6.72%	9.03%	3.40%
5	HMD	5.46%	4.07%	0.00%
6	Lava	5.11%	5.28%	8.85%
7	vivo	4.40%	4.06%	1.95%
8	Micromax	3.43%	6.78%	9.92%
9	OPPO	3.15%	3.22%	2.35%
10	Karbons	1.86%	3.47%	5.19%

数据来源：IDC

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售费用 (万元)	117,170.36	225,403.12	194,494.68	93,346.31
营业收入 (万元)	1,050,416.88	2,264,588.12	2,004,362.63	1,163,675.75
销售费用占比	11.15%	9.95%	9.70%	8.02%
销售人员 (人)	5,024	4,936	5,810	4,750
公司总人数 (人)	15,157	14,317	14,139	9,926
销售人员占比	33.15%	34.48%	41.09%	47.85%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入 (万元)	1,050,416.88	2,264,588.12	2,004,362.63	1,163,675.75
研发费用 (万元)	34,866.52	71,179.14	59,834.67	38,537.57
研发费用占比	3.32%	3.14%	2.99%	3.31%
研发人员 (人)	1,559	1,517	1,392	923
公司总人数 (人)	15,157	14,317	14,139	9,926
研发人员占比	10.29%	10.60%	9.85%	9.30%



顾礼华

THANKS