



创业教育专题

名校名企碰撞“催熟”创业大学生

实习生 程盟超
本报记者 王聪聪

“高校究竟怎样扶持‘双创’？奖励一万元或者建巨大的场地就足够了么？”在10月22日的“清华-微软创新创业联合分享会”上，清华大学党委副书记史宗恺反思，当前创业教育的一些手段已跟不上时代要求，“比如，创业大赛很火爆，但仅靠大赛无法推动同学们走向创业”。

他认为，高校必须更主动地为“未来的伟大创业者”匹配稀缺资源。这不仅要要求学校对学生有全面深刻的认识——知道他们需要什么，更需要决策者和教师先实现自我突破。

教学改革、课程重构首当其冲。清华大学基础工业训练中心主任李双寿介绍，

清华大学正在实行的40条教学改革计划，将全方位重构课程体系，“未来会更注重跨学科和团队合作创新。面向本科生开设技术类创新创业辅修专业”。

清华-华大全球创新学院中方院长史元春对跨学科教学充满期待。清华2009年开始设立的信息艺术设计交叉学科硕士就是三大专业合办的，毕业生能力突出，在很多方面胜过于单一学科专业的学生。有先前成功的案例，她不怀疑新模式将对大学生把技术转换为商业产生帮助，“过去在实验室做得很好但停留在‘纸上’的技术数不胜数，如果没有针对创业的教育这些成果将无法为产业发展和社会进步带来效益”。

大学校园里确有因专业局限而对创业前景感到困扰的学生。清华大学外国语言文学系的一位大二学生发问：“清华大

学理工科、制造方面的双创氛围浓厚。我们这些人文社科的学生该如何找到自己的位置呢？”

微软创投加速器中国CEO高欣欣坦言：“我也是不懂技术的文科生。技术只是创业的手段，最重要的是解决问题，这源自于对用户心理的理解、对事情的观察判断。优秀产品最核心的是对人性的挖掘，这恰恰是你们擅长的。”

微软全球副总裁陈实也认为，跳出专业和行业的局限会给人发展带来意料之外的惊喜，“美国人有一个玩笑说数学博士毕业除了到大学做教授，去纽约开出租车也是很好的，因为专业知识会帮你优化选择。人在寻找最优的过程中要有跳跃的思维才能从局部优化到全局优化。”他觉得，这是高校和大学生在下一阶段的“双

创”教育中应该重视的。

与企业进行更多合作被看作更大的突破。史宗恺表示，清华正在创造新机制和社会资源结合起来帮助学生创新创业，最直接的好处在于企业所拥有的资金、技术资源将直接“催熟”尚在创客阶段的学生。

史宗恺举例，陈实在2010年担任通用汽车中国副总裁时，帮助清华成立的未来汽车兴趣团队现在已经演化出了智能电单车和3D打印两家创业公司，“尽管只是一个兴趣团队，但有了大企业的研发优势和物质支持，可以让同学深入了解某一成果，萌发自有的想法”。现在清华已有20多支兴趣团队得到微软这样的大企业的支持，匹配学校无法提供的资源。

陈实提出，除了提供资金、技术和经验，大企业支持下的创新是更加平台性、

基础性的，能实现更多可能性，“在微软的平台上，跨行业、跨区域、跨国界的创新者可以共同研究全球性问题。以医学攻关、能源环境、可持续发展等宏大问题为例，创业者有了我们给予的系统以及数据支持可以更加如鱼得水，这是‘单枪匹马’无法做到的”。

史宗恺指出：“好的教育理念应该让每一个同学都找到自己的创新潜质，而不是急功近利一味鼓励创业。我们指导的兴趣团队从没跟任何一个学生说将来一定要拿这东西去创业，现在仍有很多同学安心地在校园里打磨自己的产品。未来，他们有的人会成为企业家，有的人会靠这一研究成为科学家。我们不想把创新和创业直接关联起来，在大学环境里创造无所不在，方向也是多元的，绝对不是单一的创业”。

KAB创业俱乐部
微信号

www.kab.org.cn
KAB创业教育全国推广办公室
微信号: KABClub
电话: 010-64098510



睿点击

英国创业教育 不考核创办企业成功率

汪忠

2013年9月，我以访问学者身份到英国社会创业教育排名第一的北安普顿大学进行为期一年访学工作，对英国的创业教育的科学和先进深有感触。

20世纪80年代以来，英国高校创业教育逐渐超越传统、实现变革。1998年，英国政府发表《高等教育机构和商务机构》和《竞争力》白皮书支持大学科技园以及产业集群发展。牛津大学、剑桥大学等久负盛誉的学府积极发展大学科技园。2008年，英国出台了《创新国家》战略白皮书，英国高校创业教育被直接纳入国家创新战略。

英国的创业教育目标是高远而非功利的。例如，牛津大学MBA创业课程关注的是影响全人类生活的气候变化、能源、教育、失业等全球性社会问题，通过社会企业解决各种挑战。每年4月，牛津大学举行斯科尔社会创业世界论坛，应邀出席该论坛的有来自社会、金融、公共和私营部门的近1000名重要代表，共同交流信息、见解和创意，为解决社会和经济挑战制定创业解决方案。

英国创业教育目标突出体现在对社会创业教育的重视和支持上。牛津大学社会创业研究中心认为，社会企业既专门针对传统的竞争市场，但又另外拓宽“市场”的概念，超越了新自由主义的私有市场交换价值，嵌入了公益性和社会性。

社会创业在英国参与渗透到各个领域。在过去的20年间，英国建立了涵盖法律、政府采购政策、金融产品、众多智库、中介组织机构的生态体系，来支持其发展壮大。社会创业影响力已远远超出了英国的边界，英国文化协会发起了一项全球性的社会创业项目。2014年，英国首相卡梅伦借英国主持八国集团峰会之际，向全球宣传推广社会创业。

北安普顿大学社会创业教育核心价值观是“社会价值导向，使用市场效率原则规则，实现社会的结果”。他们给学生提供独特的机会，以发展其就业和创业技能。不管学生未来决定做什么，目的是帮助其在职业生涯中脱颖而出。

我国创业教育应该学习借鉴英国创业教育，杜绝为了考核在校大学生创办企业比率以及创办企业成功率的短期功利性目标。

为了促成中英大学生创业教育国际合作项目，我参与了很多会议，发了很多邮件，简直可以用“文山会海”来形容。文化、组织结构、沟通方式以及决策流程差异，让我感到非常惊讶。

客观分析英国文化背景下创业教育决策流程虽然缓慢，但是论证过程非常周密，很少犯大错误，而是在缓慢地不断进步。我全程参与旁听了低年组到老年组乃至研究生创业课堂教学过程，课程论证严谨科学，计划周密。中国创业教育不能头脑发热，浮躁冲动，克服表面文章和形式主义。我们要把创新创业教育改革作为突破口，改革人才培养模式，面向全体学生，结合专业教育，在人才培养的全过程融入创新创业教育理念，提高人才培养质量。

我参加过英国社会创业培训，比如《Teach First》社会创业培训，研究生MBA培训，如《The MBA in a day》，英国社会创业培训内容形式、组织安排等等精细严谨科学设计，这些都给我留下深刻印象。

中国创业教育要学习英国同行科学严谨的决策精神与细致周密决策流程，设计出精细严谨的创业教育项目。在中国创业教育政策设计、课程论证以及创业实践环节，要精细严谨科学，计划周密。中国创业教育不能头脑发热，浮躁冲动，克服表面文章和形式主义。我们要把创新创业教育改革作为突破口，改革人才培养模式，面向全体学生，结合专业教育，在人才培养的全过程融入创新创业教育理念，提高人才培养质量。

（作者为湖南大学中国公益创业（社会创业）研究中心副主任、KAB创业教育讲师）

本报记者 王聪聪

“如果你只失败一次就放弃了，其实你是不敢冒险，不敢冒险就不可能获得成功。”美国前国务卿、斯坦福大学教授康多莉扎·赖斯，近日在“中国创业教育研讨会”上表示，创业是应该也是可以教授的，关键就在于创造激励“创新、尝试、失败、再次尝试”的环境。

此次研讨会由中国与全球化智库、劳瑞德国际教育集团举办，来自国内外的政府代表、学者、商界人士共同研讨国内创业教育发展方向。

麦可思研究院发布的报告显示，2008年-2014年，我国大学生自主创业比例从1%上升到2.9%。大学生毕业3年后更多人投入了创业，约为一毕业就创业的人数的3倍。但是，与欧美发达国家创业率相比，我国仍存在很大差距。

国务院发展研究中心研究员方晋列举了一个数字：64%的企业失败是因为人的问题没有处理好。当前一些创业教育和培训的效果并不明显，一个很重要的原因，就是只传授创业知识，忽略了创业成功所需要的一些外部支持的因素，比如人际网络、资金获取等。

“不能仅仅从技能的角度教授创业。”哈佛大学肯尼迪学院艾什中心的前执行主任张伯康指出，创业教育一是整合性和综合性的，是跨部门和跨学科的工作；二是要允许学生去尝试失败，“我们提供一个基础培育创新精神”，比如哈佛大学有很多不同的创业俱乐部，本科生和研究生都可以参加并进行比赛；三是一些生态系统非常重要，能在学界、商界和政府部门之间有效沟通。

当前国内创业教育的一大难题是师资。德国商业与信息技术大学校长Stefan

介绍，学校90%的创业教育老师都有过创业经历，教授更是要求有5年实践经验，“他们会以亲身经历指导学生把知识实践到真正生活中”。

实践在Stefan看来尤为重要，“我们在整个市场中寻求合作伙伴给学生提供学习和实践锻炼的机会，一些基金会和大公司提供了支持，公司的中高层管理者在学生写论文阶段也给予建议”。

“创业教育可以让学生熟悉基本规则，培养创业精神，但并不是说每个人最终会成为创业者。”康多莉扎·赖斯指出，在大学里营造创意学习的氛围非常重要，“并不是每天都要教什么主题，而是让大家有可能接触到竞争，要给他们机会和更多的可能性”。

她举例斯坦福大学设计学院，“不是一个普通的学院，而只是一个项目。很多学生都被鼓励参加这个项目，形成各种不

同的小组，学生们有各种想法，不一定是很好的创业点子，他们共同努力来解决一些问题。但是，如果发现一个人有了创业想法，而且有激情想要找到解决方案，然后进行商业化，就可以帮助他创建公司”。

康多莉扎·赖斯认为，创业教育要在年轻人中“开展一种解决问题的模式”。美国学生从中学起就接触各种创业竞赛，他们有很好的体验和经历，比如数学动力竞赛、发明飞机或者汽车的竞赛。

“创业教育必须很好理解人。”康多莉扎·赖斯觉得，人的伤痛、喜悦、文化、历史等，都是非常重要的元素，这样才能使科技成为社会中可运行的一种力量，“所以，我们不用科技来主导人类的活动，而是人类利用科技，这不能反了。我们在教育孩子的时候，都会重视人文方面”。

不仅是学生需要创业教育，不同阶段

融资困难 烧钱难继续 用户忠诚度低

多家企业裁员 O2O行业将现离职潮?

本报记者 陈璐

10月22日上午，“摩卡爱车”的技师张海睿刚接到公司，就接到人事部门的劝退通知。当天和他一样接到通知的技师约有50位，“有传言称这次要裁掉30%的人”。另一家上门洗车公司“e洗车”也大幅度裁员并停止多项业务，甚至传出倒闭消息。

和裁员同时而来的是，多家平台爆出技师申诉和维权。涉及的O2O公司包括：58到家、嘟嘟美甲、功夫熊、白鹭美等。很多用户也发现，不少外卖O2O公司不断降低补贴或者下架一些优惠活动。

BAT作为不少创业公司的融资来源和流量入口，也在收紧招聘。阿里巴巴2016年校招从原来计划的3000多人锐减到400人，百度宣布停止社会招聘，腾讯宣布停止外包招聘。创业公司期待拥抱的“大粗腿”变细，也引发悲观猜测。

寒冬似乎已来。互联网招聘平台“拉勾网”创始人马德龙称，根据拉勾网的后台显示，因为公司结构性裁员和创业公司倒闭，找工作的人在增加。

烧钱带来的无效用户

6个月前，张海睿辞去了在一家4S店的工作，加入“摩卡爱车”。他在4S店坐着等顾客变成了开着车上门找顾客提供洗车服务，工作时间不固定了，收入每月7000元。促使他投身O2O更重要的原因是“这是新型的服务方式”。

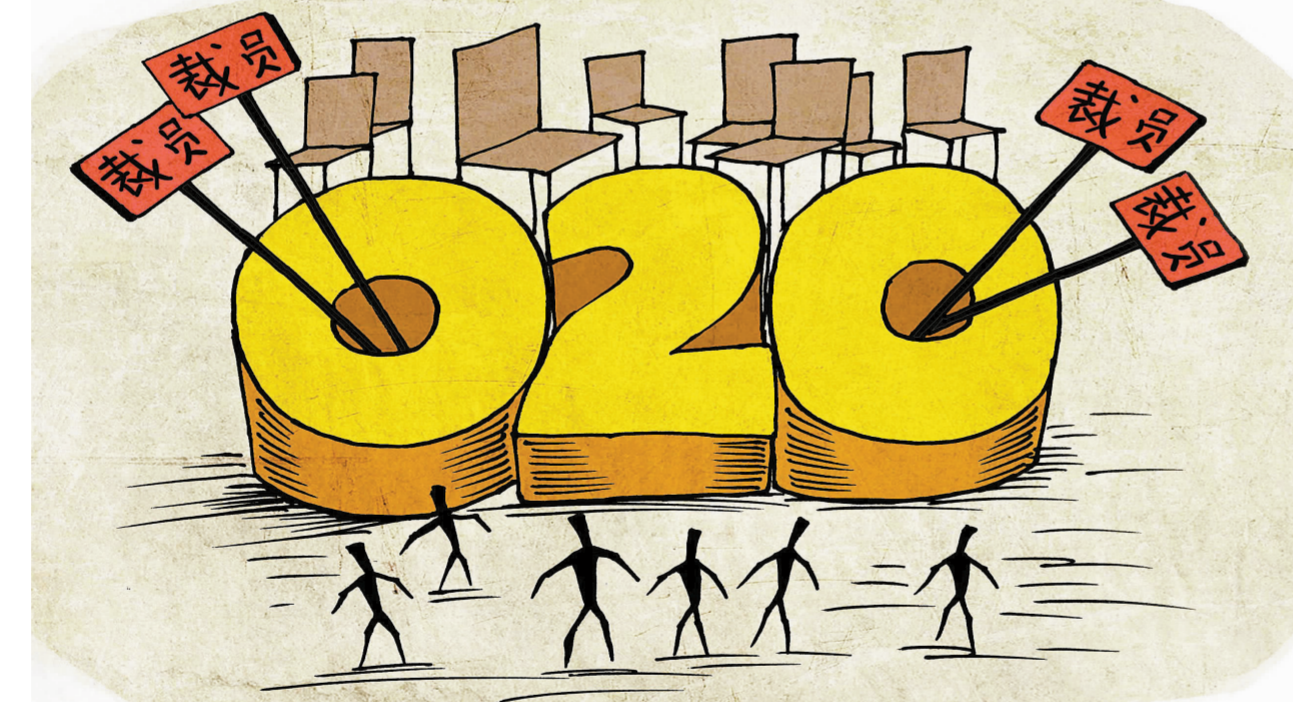
“摩卡爱车”是一家典型的O2O汽车后场创业公司，今年2月完成1000万美元的A轮融资。博湃养车、携车网、卡拉丁、易保养都是两年内出现的业务相近的创业公司，服务区域各有侧重，基本上都拿到了A轮融资。

曾经投身新行业的一腔热血变成如今被裁员，张海睿很伤心。公司给出的理由是他的晒单率低、投诉率高，他觉得“冤”是因为自己唯一一单的投诉是顾客对公司平台的不满，而不是否定他的服务。他再三要求，但公司并不出具详细数据。

“钱烧不动了，下一轮融资又困难，所以先裁员，另外内部运营也不符合O2O发展形势。”“摩卡爱车”一位辞职的高管李斐告诉中国青年报记者，以上门保养发动机为例，每一单的用料成本为150元，再加上人工成本，以及每两位员工配备的一辆车（月成本3500元），算下来每一次服务的成本是200元。

“公司的推广方法基本上是免费服务。”李斐说，最好的时候，日订单量达到2500单，但90%均为免费单，10%为收费单。其他上门保养公司也曾推出过一块钱保养、一毛钱洗车等服务，可换来的用户往往都是“谁家便宜用谁家”。

即便是这样不计成本的烧钱，以提成为主要收入的技师团队也不稳定，公司必须保证高客单量才能给技师带来高收入，



O2O大裁员秘密背后：资本寒冬下最早跌下风口的猪？

CFP供图

技师收入要“明显”高于其在4S店、修理厂的收入。此外，摩卡爱车扩张了11个城市，每一个城市的落地费用都不是小数字。

上门养车服务是新鲜服务，的确需要培养市场和用户。投资方也要求“摩卡爱车”，迅速增加用户量占领市场。

“留住顾客的不是免费，投资方要的也不是无效用户。”李斐提醒管理团队，汽车保养不是高频服务，市场氛围和群体都不同，必须通过做好成本控制和每一单服务留住顾客。

但这个建议并没有被采纳。这也是促使李斐离职的重要原因，领导者缺乏互联网基因，“别人说什么是什么，不知道自己想要什么”。

没有永远补贴的O2O行业

“烧钱换用户”并不只在汽车后场行业，打车、外卖、美甲美妆等行业几乎都走过疯狂补贴的道路，为的是培养用户，迅速占领市场份额。

在2014年资本充裕的时候，初创企业融资容易，投资人热情高涨，市场上频频爆出高额融资新闻。似乎每一个传统行业只要戴上“O2O”的帽子，就可以获得融资。

如今，在腾讯科技的不完全统计中，餐饮外卖、出行、汽车、美妆、旅游、教育已成为倒闭的重灾区。不完全统计显示，关闭的餐饮外卖项目达20余个，近10个社区O2O项目宣布倒闭，汽车、出

行领域死掉的创业项目近20个。今年上半年拿到B轮融资的企业也仅有1/4。

残酷的市场竞争之后，O2O倒闭企业越来越多，C轮融资的传言正在验证，在行业内一些企业开始抱团取暖，例如滴滴快的、58赶集、大众点评美团合并。还在培育市场或打价格战行业中的创业公司必须在资本寒冬中寻找出路。

冷静者极为罕见。很多美甲平台用一分钱美甲吸引用户，接单量增长非常快，甚至不惜给给保安、快递员都做了美甲。河狸家创始人雕爷孟醒的选择是坚持不降价。

雕爷当时用最简单的方法计算一名美甲师每天能够做几单，多少收入能够满足美甲师的要求。他发现，美甲是一

其次是“品牌知名度”（52.7%）。其他因素还包括：价格（50.7%）、红包补贴（22.9%）、用户点评及推荐（21.4%）等。

上门美容用户对上门美容App表示“非常满意”的占比为33.5%，“比较满意”的25.9%，使用满意度最高的是“河狸家”。

调查发现，白领阶层是上门美容的主力消费人群，占比达到53.7%。“河狸家”相关负责人表示，这一群体具备较强的消费能力，并非属于价格敏感型消费者，而是属于服务敏感型和性价比敏感型消费者。美

“宅经济”下上门美容竞争格局初现

本报记者 王聪聪

易观智库近日发布《中国上门美容市场专题研究报告2015》。报告发现，随着我国居民购买力提升和互联网背景下“宅经济”的发展，消费者对于高效的上门美容需求日益增长。80后中高收入人群成为上门美容的主要受众。美容师服务质量和品牌知名度成为消费者选择上门美容服务的两大重要原因。

调查显示，在上门美容的用户中，26~35岁的用户占62.7%，18~25岁用户占

31.5%。47.9%的用户月收入在5000元以上，37.8%的用户月收入在3001~5000元。200元内美容服务项目受到消费者偏爱。上门美容用户整体使用频次主要为每周到一个月，占比达43.7%。

伴随着上门美容市场的快速发展，“河狸家”成为上门美容用户最常用的上门美容App（50.2%），接下来依次为：小美到家（17.2%）、美容总监（15.1%）、美道家（8.1%）、容么么（3.7%）、白鹭美（3.6%）等。

在上门美容用户主要决策因素上，68.1%的受访者首选“美容师服务质量”，

容服务作为非标服务，如同美甲、化妆造型一样，是手艺人根据自己的经验、手艺、审美，通过心灵和双手为用户提供的服务。

报告认为，目前上门美容市场竞争格局基本形成，开始出现领先企业。上门美容市场处于用户培养阶段，根据用户规模及订单量等数据来看，上门美容市场垂直领域厂商竞争格局已形成梯队。目前，上门美容市场差异化小，市场规模有限，行业资源不稳定等，还存在竞争的空间。

易观智库分析，上门美容是特殊的市场，并且涉及到家政服务，消费者对于隐私和安全问题十分敏感。上门美容市场未来趋势是趋于用户消费群体做小而美的纵深，在目前已经提供的服务基础上，纵深开拓市场，提供多样化服务内容，如医疗美容和健康领域，能有效提高频次。