



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《商业模式与融资路演》教案

(2025-2026 学年第 2 学期)

教师姓名：孙爽

所授专业：电子商务、移动商
务、网络营销与直播
电商

授课班级：2024 级

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 1-2 课时

第 1 章 “互联网+”创新创业的时代召唤	第 1 章 “互联网+”创新创业的时代召唤
教学内容	一、创新创业的意义和背景 二、大学生创业 三、大学生创新创业大赛
教学要求	【知识目标】 1. 理解创新创业的时代意义与背景 2. 掌握大学生创业的政策支持与必备条件 3. 了解大学生创业面临的主要困难 4. 熟悉全国性大学生创新创业大赛的赛制与要求
教学重点	1. 创新创业的时代背景与意义 2. 大学生创业的政策支持体系 3. “互联网+”大学生创新创业大赛赛制解析
教学难点	1. 大学生创业必备条件的自我评估 2. 创新创业大赛项目的选题与准备
教学方法	讲授法、案例法、讨论法
课时数	2 课时
教学内容	第一节 创新创业的意义和背景 一、创新创业的意义 1. 推动经济高质量发展的核心动力 2. 促进就业与社会进步的重要途径 3. 实现个人价值与社会价值的统一 4. 提升国家创新能力与国际竞争力 二、创新创业的背景 1. “互联网+”行动计划的全面实施 2. 数字经济与实体经济深度融合 3. 国家创新驱动发展战略的推进 4. 大众创业、万众创新的社会氛围形成

	<p>第二节 大学生创业</p> <p>一、大学生创业的政策</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 税收优惠政策 2. 创业担保贷款政策 3. 创业补贴政策 4. 场地支持政策 5. 创业培训政策 <p>二、大学生创业应具备的条件</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 创新意识与创新能力 2. 商业思维与市场洞察力 3. 团队协作与领导能力 4. 风险意识与抗压能力 5. 专业知识与实践经验 <p>三、大学生创业的主要困难</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 资金短缺问题 2. 经验不足问题 3. 市场认知不足问题 4. 团队建设问题 5. 技术转化问题 <p>第三节 大学生创新创业大赛</p> <p>一、中国“互联网+”大学生创新创业大赛</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 大赛发展历程与宗旨 2. 大赛赛道设置（高教主赛道、“青年红色筑梦之旅”赛道、产业命题赛道等） 3. 参赛项目要求与评审标准 4. 大赛流程与时间安排 5. 优秀获奖项目案例分析 <p>二、“创青春”全国大学生创业大赛</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 大赛基本情况与特色 2. 竞赛类别（创业计划竞赛、创业实践挑战赛、公益创业赛） 3. 参赛要求与评审规则 4. 大赛对大学生创业的促进作用
<p>归纳与提高</p>	<p>通过本章的学习，我们认识了“互联网+”时代创新创业的重要意义和时代背景，了解了大学生创业的政策支持、必备条件和面临的主要困难，掌握了全国性大学生创新创业大赛的赛制与要求。</p>

	<p>在数字经济蓬勃发展的今天，创新创业已成为时代的主旋律。大学生作为最具创新活力的群体，应当抓住历史机遇，培养创新精神和创业能力，积极投身创新创业实践，在实现个人价值的同时为国家经济社会发展贡献力量。</p>
--	---

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 3-4 课时

第 2 章 商业模式与商业计划书	第 2 章 商业模式与商业计划书
教学内容	<ul style="list-style-type: none"> 一、商业模式 二、商业计划书
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 理解商业模式的概念与核心要素 2. 掌握商业模式的设计与创新方法 3. 了解商业计划书的作用与基本格式 4. 掌握商业计划书的撰写原则与流程
教学重点	<ul style="list-style-type: none"> 1. 商业模式的核心要素 2. 商业模式的设计与创新 3. 商业计划书的核心内容撰写
教学难点	<ul style="list-style-type: none"> 1. 商业模式的创新思维培养 2. 商业计划书的逻辑构建与表达
教学方法	讲授法、案例法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 商业模式</p> <ul style="list-style-type: none"> 一、商业模式概述 <ul style="list-style-type: none"> 1. 商业模式的定义 2. 商业模式的本质：价值创造、价值传递、价值获取

3. 商业模式的发展历程

二、商业模式的要素

1. 价值主张：为客户创造什么价值
2. 客户细分：目标客户群体是谁
3. 渠道通路：如何接触客户
4. 客户关系：如何建立和维护客户关系
5. 收入来源：如何获取收入
6. 核心资源：需要哪些核心资源
7. 关键业务：需要开展哪些关键业务
8. 重要伙伴：需要哪些合作伙伴
9. 成本结构：成本构成是怎样的

三、商业模式的设计与创新

1. 商业模式设计的基本原则
2. 商业模式设计的常用工具（商业模式画布）
3. 商业模式创新的类型（产品创新、服务创新、渠道创新、盈利模式创新等）
4. 商业模式创新的案例分析

第二节 商业计划书

一、商业计划书的作用

1. 梳理创业思路，明确创业方向
2. 吸引投资，获得资金支持
3. 指导企业运营，规范企业管理
4. 展示企业价值，促进合作交流

二、商业计划书的基本格式

1. 封面
2. 目录
3. 执行摘要
4. 公司概述
5. 产品与服务
6. 市场分析
7. 营销策略
8. 运营计划
9. 管理团队
10. 财务计划
11. 融资计划
12. 风险分析与应对
13. 附录

三、商业计划书的撰写原则

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 真实性原则 2. 简洁明了原则 3. 逻辑清晰原则 4. 突出优势原则 5. 数据支撑原则 <p>四、商业计划书的撰写流程</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 前期准备：市场调研、数据收集 2. 框架搭建：确定商业计划书的结构 3. 内容撰写：分模块撰写详细内容 4. 修改完善：反复修改，优化表达 5. 排版设计：美化版式，提升可读性 <p>五、商业计划书撰写的注意事项</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 避免夸大其词，实事求是 2. 避免内容空洞，用数据说话 3. 避免逻辑混乱，条理清晰 4. 避免忽视风险，全面分析 5. 避免千篇一律，突出特色 <p>六、商业计划书的内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 执行摘要的撰写要点 2. 产品与服务部分的撰写要点 3. 市场分析部分的撰写要点 4. 财务计划部分的撰写要点 5. 融资计划部分的撰写要点
<p>归纳与提高</p>	<p>通过本章的学习，我们认识了商业模式的概念与核心要素，掌握了商业模式的设计与创新方法，了解了商业计划书的作用、基本格式和撰写原则与流程。</p> <p>商业模式是企业生存和发展的核心，一个好的商业模式能够帮助企业创造价值、获取利润。商业计划书则是创业者与投资者沟通的桥梁，一份优秀的商业计划书能够清晰地展示企业的价值和发展潜力，吸引投资者的关注和投资。在创业过程中，创业者应当重视商业模式的设计与创新，认真撰写商业计划书，为企业的成功奠定坚实的基础。</p>

第3章 “互联网+”商业模式案例库（一）	第3章 “互联网+”商业模式案例库（一）
教学内容	一、“小红书”案例分析 二、“脉脉”案例分析
教学要求	【知识目标】 1. 掌握小红书的商业模式核心要素与盈利模式 2. 理解脉脉的职场社交商业模式特点 3. 学会运用商业模式画布分析互联网企业 4. 总结社交电商与职场社交平台的成功经验
教学重点	1. 小红书的内容社区+电商商业模式 2. 脉脉的职场社交生态构建 3. 案例分析的方法与思路
教学难点	1. 小红书的社区生态与商业变现平衡 2. 脉脉的用户增长与商业化路径
教学方法	案例分析法、小组讨论法、商业模式画布工具应用
课时数	2 课时
教学内容	第一节 “小红书”案例分析 一、背景介绍 1. 小红书的发展历程 2. 小红书的市场定位与用户画像 3. 小红书的发展现状与行业地位 二、产品与服务 1. 内容社区服务：UGC 内容创作与分享 2. 电商服务：小红书商城 3. 广告服务：品牌合作与推广 4. 其他增值服务 三、盈利模式 1. 广告收入：信息流广告、开屏广告、品牌合作 2. 电商收入：自营电商、第三方商家佣金 3. 直播带货收入：佣金与坑位费 4. 其他收入：会员服务等

	<p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 行业发展趋势：内容电商的崛起 2. 竞争格局分析：与其他电商平台、内容平台的竞争 3. 市场机会与挑战 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 小红书的未来发展战略 2. 行业发展趋势对小红书的影响 3. 小红书面临的机遇与挑战 <p>第二节 “脉脉”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 脉脉的发展历程 2. 脉脉的市场定位与用户画像 3. 职场社交行业的发展现状 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 职场社交服务：人脉拓展、职场交流 2. 招聘服务：企业招聘、人才求职 3. 职场资讯服务：行业动态、职场经验分享 4. 企业服务：企业品牌推广、人才管理 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 招聘服务收入：企业会员费、职位发布费 2. 广告收入：品牌广告、信息流广告 3. 企业服务收入：人才测评、培训服务等 4. 会员服务收入：个人会员增值服务 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 职场社交市场规模与增长趋势 2. 竞争格局分析：与 LinkedIn 等平台的对比 3. 目标市场需求分析 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 脉脉的未来发展方向 2. 职场社交行业的发展趋势 3. 脉脉面临的机遇与挑战
<p>归纳与 提高</p>	<p>通过本章对小红书和脉脉两个案例的分析，我们深入了解了内容电商和职场社交两种不同的商业模式。小红书通过“内容社区+电商”的模式，成功将用户的兴趣转化为消费行为；脉脉则通过构建职场社交生态，实现了社交与招聘、企业服务的有机结合。</p>

	<p>在分析互联网企业商业模式时，我们可以运用商业模式画布工具，从价值主张、客户细分、收入来源等多个维度进行全面分析，总结企业的成功经验和存在的问题，为我们自己的创业实践提供借鉴。</p>
--	--

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 7-8 课时

第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（二）	第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（二）
教学内容	<p>一、“即刻”案例分析</p> <p>二、“微信”案例分析</p>
教学要求	<p>【知识目标】</p> <p>1. 理解即刻的兴趣社交商业模式特点</p> <p>2. 掌握微信的生态化商业模式核心</p> <p>3. 分析社交平台的用户粘性与商业变现关系</p> <p>4. 总结超级 APP 的生态构建经验</p>
教学重点	<p>1. 即刻的兴趣社区运营模式</p> <p>2. 微信的生态系统构建与多元化盈利</p> <p>3. 社交平台的商业化路径选择</p>
教学难点	<p>1. 即刻的用户增长与商业化平衡</p> <p>2. 微信生态的协同效应与价值创造</p>
教学方法	案例分析法、对比分析法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 “即刻”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <p>1. 即刻的发展历程</p> <p>2. 即刻的市场定位与用户画像</p>

3. 兴趣社交行业的发展现状

二、产品与服务

1. 兴趣订阅服务：基于兴趣的内容推送
2. 社区互动服务：话题讨论、动态分享
3. 即时通讯服务：好友聊天、群组交流
4. 其他特色服务

三、盈利模式

1. 广告收入：信息流广告、品牌合作
2. 会员服务收入：高级会员增值服务
3. 电商收入：兴趣商品推荐与销售
4. 其他收入来源

四、市场分析

1. 兴趣社交市场规模与发展趋势
2. 竞争格局分析：与其他兴趣社区的对比
3. 用户需求分析与市场机会

五、发展前景

1. 即刻的未来发展战略
2. 兴趣社交行业的发展趋势
3. 即刻面临的机遇与挑战

第二节 “微信”案例分析

一、背景介绍

1. 微信的发展历程
2. 微信的市场定位与用户规模
3. 即时通讯行业的发展变革

二、产品与服务

1. 基础通讯服务：聊天、语音、视频通话
2. 社交服务：朋友圈、公众号、视频号
3. 支付服务：微信支付、理财通
4. 生活服务：小程序、城市服务、出行服务
5. 企业服务：企业微信

三、盈利模式

1. 社交广告收入：朋友圈广告、公众号广告、视频号广告
2. 支付服务收入：交易手续费、金融服务收入
3. 企业服务收入：企业微信增值服务
4. 其他收入：游戏分发、电商佣金等

	<p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 即时通讯市场的垄断格局 2. 微信生态的竞争优势分析 3. 微信面临的市场挑战 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 微信的未来生态布局 2. 数字化转型对微信的影响 3. 微信的国际化发展前景
归纳与提高	<p>通过对即刻和微信两个案例的分析，我们看到了不同规模社交平台的商业模式差异。即刻作为垂直兴趣社交平台，通过精准的用户定位和特色的内容服务，在细分市场获得了成功；微信则通过构建庞大的生态系统，将社交与支付、生活服务、企业服务等多个领域深度融合，成为了超级 APP。</p> <p>社交平台的核心竞争力在于用户粘性，而商业变现则需要在不损害用户体验的前提下进行。无论是垂直社交平台还是综合社交平台，都需要不断创新产品和服务，满足用户的多样化需求，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 9-10 课时

第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（三）	第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（三）
教学内容	<p>一、“今日头条”案例分析</p> <p>二、“虎扑”案例分析</p>
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握今日头条的算法推荐商业模式 2. 理解虎扑的体育社区商业模式特点 3. 分析内容平台的流量变现方式 4. 总结垂直社区与综合内容平台的发展策略
教学重点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 今日头条的智能推荐算法与内容生态 2. 虎扑的体育社区文化与商业变现 3. 内容平台的多元化盈利模式

教学难点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 算法推荐对内容生态的影响 2. 垂直社区的用户忠诚度与商业化平衡
教学方法	案例分析法、数据分析法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 “今日头条”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 今日头条的发展历程 2. 今日头条的市场定位与用户画像 3. 资讯分发行业的发展变革 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 资讯分发服务：基于算法的个性化推荐 2. 短视频服务：抖音、西瓜视频 3. 直播服务：直播带货、娱乐直播 4. 其他服务：搜索、问答、小说等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 广告收入：信息流广告、开屏广告、搜索广告 2. 直播带货收入：佣金与坑位费 3. 内容付费收入：付费专栏、付费小说 4. 其他收入：企业服务、游戏分发等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 资讯分发市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与腾讯新闻、百度等平台的对比 3. 算法推荐技术的市场影响 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 今日头条的未来发展战略 2. 人工智能技术对内容行业的影响 3. 今日头条面临的机遇与挑战 <p>第二节 “虎扑”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 虎扑的发展历程 2. 虎扑的市场定位与用户画像

	<p>3. 体育产业与体育社区的发展现状</p> <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 体育资讯服务：赛事报道、新闻资讯 2. 社区互动服务：论坛讨论、话题交流 3. 电商服务：识货、得物 APP 4. 赛事服务：线下赛事举办、体育营销 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 广告收入：品牌广告、信息流广告 2. 电商收入：得物平台交易佣金、自营电商 3. 体育营销收入：赛事赞助、品牌合作 4. 其他收入：会员服务、游戏联运等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 体育社区市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与其他体育平台的对比 3. 体育消费市场的需求分析 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 虎扑的未来发展方向 2. 体育产业数字化转型的机遇 3. 虎扑面临的机遇与挑战
<p>归纳与提高</p>	<p>通过对今日头条和虎扑两个案例的分析，我们了解了综合内容平台和垂直体育社区的商业模式。今日头条凭借强大的算法推荐技术，构建了多元化的内容生态，实现了高效的流量变现；虎扑则通过深耕体育领域，打造了独特的社区文化，并成功将社区流量转化为电商和体育营销收入。</p> <p>内容平台的发展离不开优质的内容和良好的用户体验。综合内容平台需要不断优化算法推荐，提升内容质量；垂直社区则需要深耕细分领域，强化社区文化，提高用户忠诚度。只有这样，才能在激烈的市场竞争中保持优势。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 11-12 课时

<p>第 3 章 “互联网+”商业模式</p>	<p>第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（四）</p>
-------------------------	-------------------------------

案例库（四）	
教学内容	一、“抖音”案例分析 二、“唱吧”案例分析
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握抖音的短视频+直播商业模式 2. 理解唱吧的音乐社交商业模式特点 3. 分析短视频行业的发展趋势与竞争格局 4. 总结音乐社交平台的发展经验与教训
教学重点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 抖音的内容生态与商业变现体系 2. 唱吧的产品演变与商业模式转型 3. 短视频平台的流量运营与变现策略
教学难点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 抖音的算法推荐与内容生态平衡 2. 唱吧在激烈竞争中的生存与发展
教学方法	案例分析法、对比分析法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 “抖音”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 抖音的发展历程 2. 抖音的市场定位与用户画像 3. 短视频行业的发展现状与趋势 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 短视频创作与分享服务 2. 直播服务：娱乐直播、电商直播 3. 电商服务：抖音小店、精选联盟 4. 本地生活服务：团购、探店 5. 其他服务：搜索、社交、游戏等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 广告收入：信息流广告、开屏广告、品牌挑战赛 2. 直播收入：打赏收入、直播带货佣金与坑位费 3. 电商收入：抖音小店交易佣金、自营电商 4. 本地生活服务收入：团购佣金 5. 其他收入：会员服务、企业服务等

	<p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 短视频市场规模与增长趋势 2. 竞争格局分析：与快手、视频号的对比 3. 短视频行业的发展趋势 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 抖音的未来发展战略 2. 短视频与其他行业的融合发展 3. 抖音面临的机遇与挑战 <p>第二节 “唱吧”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 唱吧的发展历程 2. 唱吧的市场定位与用户画像 3. 音乐社交行业的发展现状 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. K歌服务：在线K歌、合唱、录歌 2. 社交服务：好友互动、社区分享 3. 直播服务：音乐直播、才艺直播 4. 硬件产品：唱吧麦克风、K歌宝等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 会员服务收入：VIP会员、超级会员 2. 虚拟礼物收入：直播打赏 3. 硬件产品销售收入 4. 广告收入：品牌广告、信息流广告 5. 其他收入：音乐版权合作等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 音乐社交市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与全民K歌等平台的对比 3. 用户需求分析与市场机会 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 唱吧的未来发展方向 2. 音乐社交行业的发展趋势 3. 唱吧面临的机遇与挑战
<p>归纳与提高</p>	<p>通过对抖音和唱吧两个案例的分析，我们看到了短视频和音乐社交两个不同领域的商业模式。抖音凭借短视频的爆发式增长，构建了涵盖广告、直播、电商、本地生活等多个领域的商业生态，成为了行业巨头；唱吧则在音乐社交领域深耕多年，</p>

	<p>通过产品创新和商业模式转型，在激烈的市场竞争中保持了一定的市场份额。</p> <p>互联网行业的发展日新月异，只有不断创新，才能跟上时代的步伐。无论是短视频平台还是音乐社交平台，都需要密切关注用户需求的变化，不断优化产品和服务，探索新的商业模式，才能在激烈的市场竞争中持续发展。</p>
--	--

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 13-14 课时

第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（五）	第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（五）
教学内容	<p>一、“Keep”案例分析</p> <p>二、“超级课程表”案例分析</p>
教学要求	<p>【知识目标】</p> <p>1. 掌握 Keep 的运动科技商业模式</p> <p>2. 理解超级课程表的校园社交商业模式特点</p> <p>3. 分析垂直领域互联网产品的发展路径</p> <p>4. 总结校园创业项目的成功经验与失败教训</p>
教学重点	<p>1. Keep 的“内容+硬件+服务”商业模式</p> <p>2. 超级课程表的产品演变与商业化探索</p> <p>3. 垂直领域产品的用户增长与变现策略</p>
教学难点	<p>1. Keep 的线上线下融合发展</p> <p>2. 校园社交产品的商业化困境</p>
教学方法	案例分析法、小组讨论法、创业经验分享
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 “Keep”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p>

1. Keep 的发展历程
2. Keep 的市场定位与用户画像
3. 健身行业与运动科技的发展现状

二、产品与服务

1. 线上健身内容服务：健身课程、训练计划
2. 智能硬件产品：智能手环、跑步机、运动装备
3. 线下健身服务：Keep 线下健身房
4. 健康管理服务：饮食指导、睡眠监测

三、盈利模式

1. 会员服务收入：普通会员、高级会员
2. 智能硬件销售收入
3. 线下健身服务收入
4. 广告收入：品牌合作、信息流广告
5. 其他收入：健康食品销售等

四、市场分析

1. 运动科技市场规模与发展趋势
2. 竞争格局分析：与其他健身 APP 的对比
3. 健身消费市场的需求分析

五、发展前景

1. Keep 的未来发展战略
2. 运动科技行业的发展趋势
3. Keep 面临的机遇与挑战

第二节 “超级课程表”案例分析

一、背景介绍

1. 超级课程表的发展历程
2. 超级课程表的市场定位与用户画像
3. 校园互联网产品的发展现状

二、产品与服务

1. 课程表服务：一键导入课程、课程提醒
2. 校园社交服务：校园论坛、同学互动
3. 校园生活服务：成绩查询、空教室查询
4. 兼职实习服务：校园兼职、实习推荐

三、盈利模式

1. 广告收入：校园广告、品牌推广
2. 兼职实习服务收入：企业服务费
3. 电商收入：校园商品销售

	<p>4. 其他收入：会员服务等等</p> <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 校园互联网市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与其他校园 APP 的对比 3. 大学生用户需求分析 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 超级课程表的未来发展方向 2. 校园互联网产品的发展趋势 3. 超级课程表面临的机遇与挑战
归纳与提高	<p>通过对 Keep 和超级课程表两个案例的分析，我们了解了运动科技和校园社交两个垂直领域的商业模式。Keep 通过“内容+硬件+服务”的模式，成功打造了运动科技生态，实现了多元化盈利；超级课程表则从课程表工具切入，尝试向校园社交和生活服务拓展，但在商业化过程中遇到了一些困难。</p> <p>垂直领域互联网产品的发展需要精准的用户定位和清晰的商业模式。在创业过程中，创业者应当深入了解目标用户的需求，打造有价值的产品和服务，同时积极探索适合自己的商业化路径，才能实现可持续发展。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 15-16 课时

第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（六）	第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（六）
教学内容	<ol style="list-style-type: none"> 一、“作业帮”案例分析 二、“拼多多”案例分析
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握作业帮的在线教育商业模式 2. 理解拼多多的社交电商商业模式特点 3. 分析在线教育行业的发展趋势与政策影响 4. 总结社交电商的创新模式与发展经验
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 作业帮的“工具+内容+服务”教育生态

教学重点	<ul style="list-style-type: none"> 2. 拼多多的拼团模式与下沉市场策略 3. 在线教育与电商行业的商业模式创新
教学难点	<ul style="list-style-type: none"> 1. 在线教育行业的政策监管与转型发展 2. 拼多多的低价策略与品质提升平衡
教学方法	案例分析法、政策分析法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 “作业帮”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 作业帮的发展历程 2. 作业帮的市场定位与用户画像 3. 在线教育行业的发展现状与政策环境 <p>二、产品与服务</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 工具类服务：拍照搜题、作业批改 2. 内容类服务：同步课程、专题课程 3. 辅导类服务：一对一辅导、小班课 4. 其他服务：学习工具、家庭教育指导 <p>三、盈利模式</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 课程服务收入：直播课、录播课学费 2. 会员服务收入：VIP 会员、超级会员 3. 硬件产品销售收入：学习平板、打印机等 4. 其他收入：广告收入等 <p>四、市场分析</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 在线教育市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与猿辅导、学而思等平台的对比 3. “双减”政策对在线教育行业的影响 <p>五、发展前景</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 作业帮的转型发展战略 2. 在线教育行业的未来发展方向 3. 作业帮面临的机遇与挑战 <p>第二节 “拼多多”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 拼多多的发展历程 2. 拼多多的市场定位与用户画像 3. 电商行业的发展现状与竞争格局 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 电商交易服务：拼团购物、百亿补贴 2. 农产品上行服务：助农直播、产地直供 3. 品牌升级服务：品牌馆、百亿补贴品牌 4. 其他服务：多多买菜、多多视频 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 广告收入：搜索广告、展示广告、品牌广告 2. 交易服务收入：平台佣金、支付手续费 3. 其他收入：金融服务、云服务等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 社交电商市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与淘宝、京东的对比 3. 下沉市场与农产品电商的发展机会 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 拼多多的未来发展战略 2. 电商行业的发展趋势 3. 拼多多面临的机遇与挑战
<p>归纳与提高</p>	<p>通过对作业帮和拼多多两个案例的分析，我们了解了在线教育和社交电商两个热门行业的商业模式。作业帮从拍照搜题工具切入，逐步构建了“工具+内容+服务”的教育生态，但在“双减”政策下面临着转型的压力；拼多多则通过创新的拼团模式和下沉市场策略，在电商巨头的夹缝中迅速崛起，成为了中国电商行业的重要力量。</p> <p>互联网行业的发展受到政策、市场、技术等多种因素的影响。创业者在创业过程中，应当密切关注政策变化和市场趋势，及时调整企业的发展战略，同时不断创新商业模式，才能在复杂多变的市场环境中生存和发展。</p>

第3章 “互联网+”商业模式案例库（七）	第3章 “互联网+”商业模式案例库（七）
教学内容	一、“闲鱼”案例分析 二、“美团”案例分析
教学要求	【知识目标】 1. 掌握闲鱼的二手交易商业模式 2. 理解美团的本地生活服务平台商业模式 3. 分析共享经济与本地生活服务行业的发展趋势 4. 总结平台型企业的生态构建经验
教学重点	1. 闲鱼的社区化二手交易生态 2. 美团的“吃喝玩乐”一站式服务平台 3. 平台型企业的商业模式与竞争策略
教学难点	1. 二手交易平台的信任机制构建 2. 美团的多元化业务协同与管理
教学方法	案例分析法、系统分析法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	第一节 “闲鱼”案例分析 一、背景介绍 1. 闲鱼的发展历程 2. 闲鱼的市场定位与用户画像 3. 二手交易行业的发展现状与趋势 二、产品与服务 1. 二手交易服务：闲置物品买卖 2. 社区互动服务：鱼塘、话题讨论 3. 特色服务：闲鱼优品、闲鱼直播、回收服务 4. 其他服务：租房、二手车等 三、盈利模式 1. 广告收入：信息流广告、品牌合作 2. 服务费用：闲鱼优品服务费、回收服务费 3. 其他收入：金融服务、保险服务等 四、市场分析

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 二手交易市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与转转等平台的对比 3. 二手交易市场的用户需求分析 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 闲鱼的未来发展战略 2. 共享经济与循环经济的发展机遇 3. 闲鱼面临的机遇与挑战 <p>第二节 “美团”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 美团的发展历程 2. 美团的市场定位与用户画像 3. 本地生活服务行业的发展现状 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 餐饮外卖服务：美团外卖 2. 到店服务：餐饮、酒店、休闲娱乐 3. 出行服务：美团打车、共享单车 4. 零售服务：美团优选、美团买菜 5. 其他服务：电影票、旅游、医美等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 佣金收入：外卖佣金、到店服务佣金 2. 广告收入：商家推广、信息流广告 3. 配送服务收入：外卖配送费 4. 其他收入：金融服务、云服务等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 本地生活服务市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与饿了么、抖音的对比 3. 本地生活服务行业的数字化转型趋势 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 美团的未来发展战略 2. 本地生活服务行业的发展趋势 3. 美团面临的机遇与挑战
<p>归纳与提高</p>	<p>通过对闲鱼和美团两个案例的分析，我们了解了二手交易和本地生活服务两个平台型企业的商业模式。闲鱼通过社区化的运营方式，构建了活跃的二手交易生态，推动了闲置资源的循环利用；美团则通过“吃喝玩乐”一站式服务平台，满足了用户多样化的本地生活需求，成为了本地生活服务行业的领导者。</p>

	平台型企业的核心价值在于连接供需双方，提高交易效率。在构建平台生态的过程中，企业需要不断优化平台规则，提升用户体验，同时拓展业务边界，实现多元化发展。只有这样，才能在激烈的市场竞争中保持领先地位。
--	--

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 19-20 课时

第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（八）	第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（八）
教学内容	一、“盒马鲜生”案例分析 二、“滴滴出行”案例分析
教学要求	【知识目标】 1. 掌握盒马鲜生的新零售商业模式 2. 理解滴滴出行的共享出行商业模式 3. 分析新零售与共享出行行业的发展趋势 4. 总结传统行业数字化转型的经验
教学重点	1. 盒马鲜生的“线上+线下”融合模式 2. 滴滴出行的平台化运营与生态构建 3. 传统行业与互联网融合的商业模式创新
教学难点	1. 新零售的供应链管理与门店运营 2. 共享出行行业的监管与合规问题
教学方法	案例分析法、实地考察法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	第一节 “盒马鲜生”案例分析 一、背景介绍 1. 盒马鲜生的发展历程 2. 盒马鲜生的市场定位与用户画像

3. 新零售行业的发展现状与趋势

二、产品与服务

1. 生鲜零售服务：新鲜食材、海鲜加工
2. 餐饮服务：堂食、外卖
3. 线上配送服务：30 分钟送达
4. 其他服务：生活超市、鲜花、药品等

三、盈利模式

1. 商品销售收入：生鲜、食品、日用品等
2. 餐饮服务收入：堂食、外卖
3. 配送服务收入：线上订单配送费
4. 其他收入：会员服务、广告收入等

四、市场分析

1. 新零售市场规模与发展趋势
2. 竞争格局分析：与永辉超市、京东七鲜等的对比
3. 生鲜电商市场的需求分析

五、发展前景

1. 盒马鲜生的未来发展战略
2. 新零售行业的发展趋势
3. 盒马鲜生面临的机遇与挑战

第二节 “滴滴出行”案例分析

一、背景介绍

1. 滴滴出行的发展历程
2. 滴滴出行的市场定位与用户画像
3. 共享出行行业的发展现状与政策环境

二、产品与服务

1. 快车服务：即时出行
2. 专车服务：高端出行
3. 出租车服务：线上叫车
4. 其他服务：代驾、顺风车、企业用车等

三、盈利模式

1. 平台佣金收入：每笔订单的抽成
2. 广告收入：开屏广告、信息流广告
3. 金融服务收入：汽车金融、保险服务
4. 其他收入：企业服务、数据服务等

四、市场分析

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 共享出行市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与高德打车、T3 出行等的对比 3. 共享出行行业的监管政策影响 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 滴滴出行的未来发展战略 2. 共享出行行业的发展趋势 3. 滴滴出行面临的机遇与挑战
归纳与提高	<p>通过对盒马鲜生和滴滴出行两个案例的分析，我们了解了新零售和共享出行两个传统行业与互联网融合的商业模式。盒马鲜生通过“线上+线下”融合的模式，重构了生鲜零售的人、货、场，为消费者提供了全新的购物体验；滴滴出行则通过互联网平台，整合了闲置的车辆资源，提高了出行效率，改变了人们的出行方式。</p> <p>传统行业的数字化转型是未来的发展趋势。在转型过程中，企业需要充分利用互联网技术，优化业务流程，提升用户体验，同时创新商业模式，才能在激烈的市场竞争中获得新的发展机遇。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 21-22 课时

第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（九）	第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（九）
教学内容	<ol style="list-style-type: none"> 一、“穷游”案例分析 二、“去哪儿”案例分析
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握穷游的旅游社区商业模式 2. 理解去哪儿的在线旅游平台商业模式 3. 分析在线旅游行业的发展趋势与竞争格局 4. 总结旅游互联网企业的发展经验
教学重点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 穷游的“内容+交易”旅游生态 2. 去哪儿的比价搜索与平台化运营 3. 在线旅游行业的商业模式创新

教学难点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 旅游社区的商业变现路径 2. 在线旅游平台的供应链整合
教学方法	案例分析法、对比分析法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 “穷游”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 穷游的发展历程 2. 穷游的市场定位与用户画像 3. 在线旅游行业的发展现状 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 内容服务：旅游攻略、游记、问答 2. 交易服务：机票、酒店、签证、旅游产品预订 3. 社区服务：穷游论坛、小组、活动 4. 其他服务：保险、租车等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 交易佣金收入：机票、酒店、旅游产品预订佣金 2. 广告收入：品牌广告、信息流广告 3. 会员服务收入：穷游会员 4. 其他收入：保险代理、签证服务费等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在线旅游市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与马蜂窝、携程等的对比 3. 自由行市场的需求分析 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 穷游的未来发展战略 2. 在线旅游行业的发展趋势 3. 穷游面临的机遇与挑战 <p>第二节 “去哪儿”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 去哪儿的发展历程 2. 去哪儿的市场定位与用户画像

	<p>3. 在线旅游行业的发展变革</p> <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 比价搜索服务：机票、酒店、火车票比价 2. 预订服务：机票、酒店、旅游产品预订 3. 其他服务：团购、门票、租车等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 交易佣金收入：机票、酒店预订佣金 2. 广告收入：搜索广告、展示广告 3. 其他收入：保险代理、金融服务等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在线旅游比价市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与携程、飞猪的对比 3. 在线旅游行业的整合趋势 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 去哪儿的未来发展方向 2. 在线旅游行业的发展趋势 3. 去哪儿面临的机遇与挑战
<p>归纳与提高</p>	<p>通过对穷游和去哪儿两个案例的分析，我们了解了旅游社区和在线旅游比价平台两种不同的商业模式。穷游通过优质的旅游内容吸引用户，然后将用户流量转化为交易收入；去哪儿则通过比价搜索技术，为用户提供便捷的旅游产品预订服务，从中获取佣金和广告收入。</p> <p>在线旅游行业的发展已经进入了成熟期，市场竞争日益激烈。旅游互联网企业需要不断创新产品和服务，提升用户体验，同时加强供应链整合，提高运营效率，才能在激烈的市场竞争中保持优势。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 23-24 课时

<p>第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（十）</p>	<p>第 3 章 “互联网+”商业模式案例库（十）</p>
-------------------------------	-------------------------------

教学内容	<p>一、“小猪短租”案例分析</p> <p>二、“收钱吧”案例分析</p>
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握小猪短租的共享住宿商业模式 2. 理解收钱吧的聚合支付商业模式 3. 分析共享经济与支付行业的发展趋势 4. 总结细分领域互联网企业的成功经验
教学重点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小猪短租的 C2C 共享住宿模式 2. 收钱吧的线下商户聚合支付服务 3. 细分市场的商业模式创新与竞争策略
教学难点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 共享住宿行业的信任机制与监管问题 2. 聚合支付行业的盈利模式与竞争格局
教学方法	案例分析法、行业分析法、小组讨论法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 “小猪短租”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 小猪短租的发展历程 2. 小猪短租的市场定位与用户画像 3. 共享住宿行业的发展现状与政策环境 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 短租预订服务：民宿、公寓、别墅预订 2. 房东服务：房源发布、运营指导、保洁维修 3. 房客服务：入住保障、客服支持 4. 其他服务：长租、团建、商旅等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 平台佣金收入：房东佣金、房客服务费 2. 增值服务收入：保洁费、维修费、保险费 3. 其他收入：广告收入、企业服务收入等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 共享住宿市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与 Airbnb、途家的对比 3. 共享住宿市场的用户需求分析

	<p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 小猪短租的未来发展战略 2. 共享住宿行业的发展趋势 3. 小猪短租面临的机遇与挑战 <p>第二节 “收钱吧”案例分析</p> <p>一、背景介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 收钱吧的发展历程 2. 收钱吧的市场定位与用户画像 3. 聚合支付行业的发展现状 <p>二、产品与服务</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 聚合支付服务：微信、支付宝、云闪付等多码合一 2. 硬件产品：收款码牌、扫码王、智能 POS 机 3. 增值服务：记账对账、门店管理、营销工具 4. 其他服务：金融服务、供应链服务等 <p>三、盈利模式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 交易手续费收入：支付交易分润 2. 硬件产品销售收入 3. 增值服务收入：会员费、营销工具费 4. 其他收入：金融服务收入等 <p>四、市场分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 聚合支付市场规模与发展趋势 2. 竞争格局分析：与其他聚合支付服务商的对比 3. 线下商户的支付需求分析 <p>五、发展前景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 收钱吧的未来发展方向 2. 聚合支付行业的发展趋势 3. 收钱吧面临的机遇与挑战
<p>归纳与 提高</p>	<p>通过对小猪短租和收钱吧两个案例的分析，我们了解了共享住宿和聚合支付两个细分领域的商业模式。小猪短租通过 C2C 模式，连接了房东和房客，为用户提供了个性化的住宿体验；收钱吧则通过聚合支付技术，为线下商户提供了便捷的收款服务，同时拓展了多种增值服务。</p> <p>在互联网行业的细分领域，仍然存在着很多创业机会。创业者只要能够发现用户的痛点需求，提供有价值的产品和服务，并且探索出适合自己的商业模式，就能够在细分市场获得成功。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 25-26 课时

第 4 章 商业模式分析常用模型（一）	第 4 章 商业模式分析常用模型（一）
教学内容	一、SWOT 模型 二、TOWS 模型
教学要求	【知识目标】 1. 理解 SWOT 模型的概念与分析维度 2. 掌握 SWOT 模型的分析方法与应用 3. 理解 TOWS 模型与 SWOT 模型的关系 4. 掌握 TOWS 矩阵的构建与应用
教学重点	1. SWOT 模型的四个分析维度 2. SWOT 分析的步骤与注意事项 3. TOWS 矩阵的构建方法 4. SWOT 与 TOWS 模型在商业模式分析中的应用
教学难点	1. SWOT 分析的客观性与准确性 2. TOWS 矩阵的战略匹配与制定
教学方法	讲授法、案例分析法、小组练习法
课时数	2 课时
教学内容	第一节 SWOT 模型 一、SWOT 模型概述 1. SWOT 模型的定义 2. SWOT 模型的起源与发展 3. SWOT 模型的核心思想 二、SWOT 模型的分析维度 1. 优势（Strengths）：企业内部的有利因素 2. 劣势（Weaknesses）：企业内部的不利因素 3. 机会（Opportunities）：企业外部的有利因素

	<p>4. 威胁（Threats）：企业外部的不利因素</p> <p>三、SWOT 分析的步骤</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 收集与分析企业内外部信息 2. 确定企业的优势与劣势 3. 识别企业面临的机会与威胁 4. 构建 SWOT 矩阵 5. 制定战略方案 <p>四、SWOT 分析的注意事项</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 保持分析的客观性 2. 区分主次因素 3. 关注动态变化 4. 与其他分析方法结合使用 <p>五、SWOT 模型的应用案例</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 小红书的 SWOT 分析 2. 拼多多的 SWOT 分析 <p>第二节 TOWS 模型</p> <p>一、TOWS 模型概述</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. TOWS 模型的定义 2. TOWS 模型与 SWOT 模型的关系 3. TOWS 模型的核心思想 <p>二、TOWS 矩阵的构建</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SO 战略：优势-机会战略（发挥优势，利用机会） 2. WO 战略：劣势-机会战略（利用机会，克服劣势） 3. ST 战略：优势-威胁战略（发挥优势，规避威胁） 4. WT 战略：劣势-威胁战略（减少劣势，规避威胁） <p>三、TOWS 模型的应用步骤</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完成 SWOT 分析 2. 构建 TOWS 矩阵 3. 分析各战略组合的可行性 4. 选择最优战略方案 <p>四、TOWS 模型的应用案例</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 美团的 TOWS 分析 2. 滴滴出行的 TOWS 分析
归纳与	<p>通过本章的学习，我们掌握了 SWOT 模型和 TOWS 模型这两个常用的商业模式分析工具。SWOT 模型通过分析企业的优势、劣</p>

提高	<p>势、机会和威胁，帮助企业了解自身的内外部环境；TOWS 模型则在 SWOT 分析的基础上，通过战略匹配，为企业制定具体的发展战略。</p> <p>在商业模式分析和创业实践中，我们可以运用 SWOT 和 TOWS 模型，全面分析企业的内外部环境，制定科学合理的发展战略，提高企业的竞争力和抗风险能力。</p>
----	--

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 27-28 课时

第 4 章 商业模式分析常用模型（二）	第 4 章 商业模式分析常用模型（二）
教学内容	<p>一、STP 模型</p> <p>二、波特五力模型</p>
教学要求	<p>【知识目标】</p> <p>1. 理解 STP 模型的概念与核心步骤</p> <p>2. 掌握市场细分、目标市场选择和市场定位的方法</p> <p>3. 理解波特五力模型的概念与五种竞争力</p> <p>4. 掌握波特五力模型的分析方法与应用</p>
教学重点	<p>1. STP 模型三个核心步骤</p> <p>2. 市场细分的标准与方法</p> <p>3. 波特五力模型的五种竞争力分析</p> <p>4. STP 与波特五力模型在商业模式分析中的应用</p>
教学难点	<p>1. 市场定位的差异化策略</p> <p>2. 波特五力模型的行业分析与竞争战略制定</p>
教学方法	讲授法、案例分析法、小组练习法
课时数	2 课时
教学内容	第一节 STP 模型

一、STP 模型概述

1. STP 模型的定义
2. STP 模型的起源与发展
3. STP 模型的核心思想

二、市场细分 (Segmentation)

1. 市场细分的概念与意义
2. 市场细分的标准
 - (1) 地理细分
 - (2) 人口细分
 - (3) 心理细分
 - (4) 行为细分
3. 市场细分的方法
4. 市场细分的注意事项

三、目标市场选择 (Targeting)

1. 目标市场的概念
2. 目标市场选择的标准
3. 目标市场选择的策略
 - (1) 无差异营销策略
 - (2) 差异化营销策略
 - (3) 集中化营销策略

四、市场定位 (Positioning)

1. 市场定位的概念与意义
2. 市场定位的步骤
3. 市场定位的策略
 - (1) 差异化定位
 - (2) 比附定位
 - (3) 补缺定位
 - (4) 重新定位

五、STP 模型的应用案例

1. 抖音的 STP 分析
2. Keep 的 STP 分析

第二节 波特五力模型

一、波特五力模型概述

1. 波特五力模型的定义
2. 波特五力模型的起源与发展
3. 波特五力模型的核心思想

二、五种竞争力分析

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 现有竞争者之间的竞争程度 2. 潜在进入者的威胁 3. 替代品的威胁 4. 供应商的议价能力 5. 购买者的议价能力 <p>三、波特五力模型的分析步骤</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 确定分析的行业范围 2. 分析五种竞争力的影响因素 3. 评估每种竞争力的强弱程度 4. 分析行业的整体竞争格局 5. 制定相应的竞争战略 <p>四、波特五力模型的应用案例</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 电商行业的波特五力分析 2. 在线教育行业的波特五力分析
归纳与提高	<p>通过本章的学习，我们掌握了 STP 模型和波特五力模型这两个重要的商业模式分析工具。STP 模型帮助企业进行市场细分、选择目标市场和进行市场定位，是企业制定营销策略的基础；波特五力模型则帮助企业分析行业的竞争格局，评估行业的吸引力，为企业制定竞争战略提供依据。</p> <p>在商业模式设计和创业实践中，我们应当充分运用 STP 和波特五力模型，深入了解市场和行业，明确企业的目标客户和竞争优势，制定科学合理的商业模式和发展战略。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 29-30 课时

第 4 章 商业模式分析常用模型（三）	第 4 章 商业模式分析常用模型（三）
教学内容	<ol style="list-style-type: none"> 一、PEST 模型 二、商业模式画布模型
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解 PEST 模型的概念与分析维度 2. 掌握 PEST 模型的分析方法与应用

	<ul style="list-style-type: none"> 3. 理解商业模式画布的概念与九个构造块 4. 掌握商业模式画布的绘制与应用
教学重点	<ul style="list-style-type: none"> 1. PEST 模型的四个分析维度 2. PEST 分析的步骤与注意事项 3. 商业模式画布的九个构造块 4. 商业模式画布在商业模式设计与分析中的应用
教学难点	<ul style="list-style-type: none"> 1. PEST 分析的宏观环境因素识别与影响评估 2. 商业模式画布的整体构建与逻辑关系
教学方法	讲授法、案例分析法、小组练习法
课时数	2 课时
教学内容	<p>第一节 PEST 模型</p> <p>一、PEST 模型概述</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. PEST 模型的定义 2. PEST 模型的起源与发展 3. PEST 模型的核心思想 <p>二、PEST 模型的分析维度</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 政治环境 (Political) <ul style="list-style-type: none"> (1) 政治制度与政策 (2) 法律法规 (3) 政府管制 (4) 政治稳定性 2. 经济环境 (Economic) <ul style="list-style-type: none"> (1) 经济增长速度 (2) 通货膨胀率 (3) 利率与汇率 (4) 居民收入水平 (5) 消费结构 3. 社会环境 (Social) <ul style="list-style-type: none"> (1) 人口结构 (2) 文化传统 (3) 价值观念 (4) 生活方式 (5) 教育水平 4. 技术环境 (Technological) <ul style="list-style-type: none"> (1) 技术发展水平

- (2) 技术创新能力
- (3) 技术政策
- (4) 技术对行业的影响

三、PEST 分析的步骤

1. 确定分析的范围和时间跨度
2. 收集各维度的相关信息
3. 分析各因素对企业的影响
4. 评估各因素的重要性
5. 制定相应的应对策略

四、PEST 模型的应用案例

1. 共享出行行业的 PEST 分析
2. 在线教育行业的 PEST 分析

第二节 商业模式画布模型

一、商业模式画布概述

1. 商业模式画布的定义
2. 商业模式画布的起源与发展
3. 商业模式画布的核心思想

二、商业模式画布的九个构造块

1. 客户细分 (Customer Segments)
2. 价值主张 (Value Propositions)
3. 渠道通路 (Channels)
4. 客户关系 (Customer Relationships)
5. 收入来源 (Revenue Streams)
6. 核心资源 (Key Resources)
7. 关键业务 (Key Activities)
8. 重要伙伴 (Key Partnerships)
9. 成本结构 (Cost Structure)

三、商业模式画布的绘制步骤

1. 确定目标客户
2. 明确价值主张
3. 设计渠道通路和客户关系
4. 规划收入来源
5. 识别核心资源和关键业务
6. 寻找重要伙伴
7. 分析成本结构
8. 整体优化与调整

四、商业模式画布的应用案例

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 微信的商业模式画布分析 2. 盒马鲜生的商业模式画布分析
归纳与提高	<p>通过本章的学习，我们掌握了 PEST 模型和商业模式画布模型这两个实用的商业模式分析工具。PEST 模型帮助企业分析宏观环境对企业的影响，是企业进行战略规划的重要工具；商业模式画布则通过九个构造块，全面、清晰地展示了企业的商业模式，是商业模式设计和分析的有力工具。</p> <p>在创业过程中，我们可以运用 PEST 模型分析宏观环境，识别市场机会和威胁；运用商业模式画布设计和优化企业的商业模式，确保企业的商业模式具有可行性和竞争力。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 31-32 课时

第 5 章 融资路演基础	第 5 章 融资路演基础
教学内容	<ol style="list-style-type: none"> 一、融资概述 二、创业企业融资阶段 三、融资路演的概念与意义
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 理解融资的概念与类型 2. 掌握创业企业不同发展阶段的融资特点 3. 理解融资路演的概念与重要意义 4. 了解融资路演的类型与流程
教学重点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 创业企业的融资阶段与融资方式 2. 融资路演的类型与流程 3. 融资路演的准备工作
教学难点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 不同融资阶段的估值方法 2. 融资路演的核心要点把握
教学方法	讲授法、案例分析法、视频观摩法
课时数	2 课时

教学内容

第一节 融资概述

一、融资的概念

1. 融资的定义
2. 融资的本质：资金的融通与配置
3. 融资的重要性

二、融资的类型

1. 股权融资
 - (1) 天使投资
 - (2) 风险投资 (VC)
 - (3) 私募股权投资 (PE)
 - (4) 首次公开募股 (IPO)
2. 债权融资
 - (1) 银行贷款
 - (2) 债券融资
 - (3) 融资租赁
3. 其他融资方式
 - (1) 政府扶持资金
 - (2) 众筹融资
 - (3) 供应链金融

三、股权融资与债权融资的对比

1. 风险与收益对比
2. 控制权对比
3. 融资成本对比
4. 适用阶段对比

第二节 创业企业融资阶段

一、种子轮融资

1. 融资阶段特点
2. 资金来源
3. 融资用途
4. 估值方法

二、天使轮融资

1. 融资阶段特点
2. 资金来源
3. 融资用途
4. 估值方法

三、A轮融资

1. 融资阶段特点

2. 资金来源
3. 融资用途
4. 估值方法

四、B 轮及以后融资

1. 融资阶段特点
2. 资金来源
3. 融资用途
4. 估值方法

五、IPO 上市

1. 上市的条件与要求
2. 上市流程
3. 上市的利弊分析

第三节 融资路演的概念与意义

一、融资路演的概念

1. 融资路演的定义
2. 融资路演的本质：创业者与投资者的沟通
3. 融资路演的类型
 - (1) 线下路演
 - (2) 线上路演
 - (3) 一对一路演
 - (4) 公开路演

二、融资路演的重要意义

1. 展示企业价值，吸引投资者关注
2. 与投资者建立联系，获得投资机会
3. 提升企业知名度和品牌形象
4. 获取行业资源和专业建议

三、融资路演的流程

1. 路演前准备
2. 路演现场展示
3. 问答环节
4. 后续跟进与沟通

四、融资路演的准备工作

1. 商业计划书的准备
2. 路演 PPT 的制作
3. 演讲内容的准备与演练
4. 团队的准备与分工

归纳与提高	<p>通过本章的学习，我们了解了融资的概念与类型，掌握了创业企业不同发展阶段的融资特点，理解了融资路演的概念、意义和流程。</p> <p>融资是创业企业发展过程中的重要环节，而融资路演则是创业者与投资者沟通的重要桥梁。创业者应当根据企业的发展阶段，选择合适的融资方式，同时认真准备融资路演，清晰地展示企业的价值和潜力，提高融资的成功率。</p>
-------	--

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 33-34 课时

第 5 章 融资路演实务	第 5 章 融资路演实务
教学内容	<ul style="list-style-type: none"> 一、融资路演 PPT 制作 二、融资路演演讲技巧 三、融资路演问答环节应对
教学要求	<p>【知识目标】</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 掌握融资路演 PPT 的结构与制作要点 2. 掌握融资路演的演讲技巧与注意事项 3. 了解投资者常见的问题类型 4. 掌握融资路演问答环节的应对策略
教学重点	<ul style="list-style-type: none"> 1. 融资路演 PPT 的核心内容制作 2. 融资路演的演讲技巧 3. 投资者常见问题的回答思路
教学难点	<ul style="list-style-type: none"> 1. 融资路演 PPT 的逻辑构建与视觉呈现 2. 问答环节的临场应变能力
教学方法	讲授法、案例分析法、模拟演练法
课时数	2 课时
教学内容	第一节 融资路演 PPT 制作

一、融资路演 PPT 的基本原则

1. 简洁明了，突出重点
2. 逻辑清晰，层次分明
3. 数据支撑，真实可信
4. 视觉美观，易于阅读
5. 符合投资者的阅读习惯

二、融资路演 PPT 的基本结构

1. 封面：项目名称、团队、联系方式
2. 问题：市场痛点与需求
3. 解决方案：产品与服务
4. 市场分析：市场规模、竞争格局
5. 商业模式：盈利模式、运营模式
6. 团队介绍：核心团队成员
7. 发展规划：短期、中期、长期目标
8. 融资计划：融资金额、用途、估值
9. 财务预测：未来 3-5 年财务数据
10. 风险分析与应对
11. 封底：感谢与联系方式

三、各部分内容的制作要点

1. 问题部分：用数据和案例说明痛点
2. 解决方案部分：突出产品的核心优势
3. 市场分析部分：用权威数据支撑市场规模
4. 商业模式部分：清晰展示盈利逻辑
5. 团队介绍部分：突出团队的相关经验和能力
6. 融资计划部分：明确融资金额和用途

四、融资路演 PPT 的常见误区

1. 内容过多，重点不突出
2. 逻辑混乱，条理不清
3. 缺乏数据，空洞无物
4. 过于追求视觉效果，忽视内容
5. 夸大其词，不切实际

第二节 融资路演演讲技巧

一、演讲前的准备

1. 熟悉演讲内容，反复演练
2. 控制演讲时间，一般为 8-15 分钟
3. 了解听众，针对性调整演讲内容
4. 准备好演讲所需的设备和材料

二、演讲中的技巧

1. 开场技巧：吸引听众注意力
2. 语言表达：清晰、流畅、有感染力
3. 肢体语言：自然、自信、得体
4. 眼神交流：与听众建立互动
5. 节奏控制：快慢适中，重点突出

三、演讲中的注意事项

1. 避免照本宣科
2. 避免使用过于专业的术语
3. 避免过度紧张
4. 注意时间控制
5. 保持积极的态度

第三节 融资路演问答环节应对

一、投资者常见的问题类型

1. 产品与服务类问题
2. 市场与竞争类问题
3. 商业模式类问题
4. 团队类问题
5. 财务与融资类问题
6. 风险类问题

二、问答环节的应对原则

1. 诚实可信，实事求是
2. 简洁明了，直击要点
3. 逻辑清晰，条理分明
4. 保持冷静，从容应对
5. 积极互动，引导话题

三、常见问题的回答思路

1. “你的产品有什么核心优势？”
2. “你的市场规模有多大？”
3. “你的盈利模式是什么？”
4. “你的团队有什么优势？”
5. “你如何应对竞争对手的挑战？”
6. “你需要多少钱？用来做什么？”

四、问答环节的注意事项

1. 认真倾听问题，不要打断投资者
2. 不要回避问题，坦诚回答
3. 不要与投资者争论
4. 对于不知道的问题，如实说明

	5. 感谢投资者的提问
归纳与提高	<p>通过本章的学习，我们掌握了融资路演 PPT 的制作方法、演讲技巧和问答环节的应对策略。</p> <p>融资路演是一个系统工程，需要创业者在 PPT 制作、演讲表达和问答应对等多个方面做好充分准备。只有清晰地展示企业的价值，自信地与投资者沟通，才能获得投资者的认可和投资。在创业过程中，创业者应当不断练习和提升自己的融资路演能力，为企业的发展争取更多的资金支持。</p>

《商业模式与融资路演》课教案

总计第 35-36 课时

第 6 章 综合案例分析与课程总结	第 6 章 综合案例分析与课程总结
教学内容	<p>一、综合案例分析：优秀创业项目融资路演案例</p> <p>二、课程总结与回顾</p> <p>三、创业经验分享与交流</p>
教学要求	<p>【知识目标】</p> <p>1. 综合运用所学知识分析创业项目的商业模式</p> <p>2. 学习优秀融资路演案例的成功经验</p> <p>3. 系统回顾本课程的核心内容</p> <p>4. 了解创业过程中的常见问题与应对方法</p>
教学重点	<p>1. 综合案例的商业模式分析</p> <p>2. 优秀融资路演案例的经验总结</p> <p>3. 课程核心内容的系统梳理</p>
教学难点	<p>1. 综合运用多种分析工具进行案例分析</p> <p>2. 将理论知识应用于创业实践</p>
教学方法	案例分析法、小组讨论法、经验分享法
课时数	2 课时

教学内容

第一节 综合案例分析：优秀创业项目融资路演案例

一、案例选择与介绍

1. 选择 1-2 个近期成功获得融资的创业项目
2. 项目背景与发展历程介绍
3. 项目融资情况介绍

二、商业模式分析

1. 运用商业模式画布分析项目的商业模式
2. 运用 SWOT、PEST 等模型分析项目的内外部环境
3. 分析项目的核心竞争力与竞争优势

三、融资路演分析

1. 分析项目融资路演 PPT 的优点与不足
2. 分析项目路演演讲的技巧与亮点
3. 分析项目如何回答投资者的问题

四、案例总结与启示

1. 总结项目的成功经验
2. 分析项目存在的问题与挑战
3. 对我们创业实践的启示

第二节 课程总结与回顾

一、课程核心内容回顾

1. “互联网+”创新创业的时代背景
2. 商业模式的概念、要素与设计方法
3. “互联网+”商业模式典型案例分析
4. 商业模式分析常用模型
5. 融资路演的基础与实务

二、知识体系梳理

1. 构建“商业模式+融资路演”的知识框架
2. 理解各知识点之间的逻辑关系
3. 掌握理论知识与实践应用的结合方法

三、学习成果检验

1. 回顾课程作业与实践活动
2. 总结学习过程中的收获与不足
3. 明确后续学习与实践的方向

第三节 创业经验分享与交流

一、创业经验分享

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 邀请成功创业者或投资人分享创业经验 2. 分享创业过程中的酸甜苦辣与心得体会 3. 分享融资过程中的经验与教训 <p>二、互动交流与答疑</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生提问，创业者或投资人解答 2. 学生之间交流创业想法与困惑 3. 教师总结与点评 <p>三、课程结语</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 鼓励学生勇于创新，敢于创业 2. 提醒学生创业有风险，需谨慎对待 3. 祝愿学生在创业道路上取得成功
<p>归纳与提高</p>	<p>通过本章的综合案例分析和课程总结，我们系统回顾了本课程的核心内容，综合运用所学知识分析了优秀创业项目的商业模式和融资路演案例，同时分享了创业经验。</p> <p>《商业模式与融资路演》课程为我们打开了创新创业的大门，让我们了解了商业模式的设计与分析方法，掌握了融资路演的基本技能。但创业是一个复杂而漫长的过程，需要我们不断学习、不断实践、不断探索。希望同学们能够将所学知识应用于实践，在创新创业的道路上勇敢前行，实现自己的创业梦想。</p>