

拓展创新价值 追求创业成功

羅斌

2020年7月



羅斌 简介

- Three times founding/running startups 三次创业 (2004, 2013, 2017)
- ~10 years Corporate VC background in Asia 10年风险投资
- ~25 years with top MNCs (HP, Novell, Intel, Microsoft...) in US and Asia 25 年跨国公司
- Met > 4000 startups and mentor 156 alumni
- Honors to work for great leaders (JAY, EES, ASG, CRB, MRS...)
- Graduated from Nankai University in 1986
- 五年“体制内”央企研究院工作经验

Startup 新创

a temporary organization
designed to search
for a repeatable and scalable
business model



- Steve Blank

Startup 新创

a **temporary** organization
designed to **search**
for a **repeatable** and **scalable**
business model

创新创业加速器

- 具备实体办公空间
- 整批整期运营
- 提供导师指导、专业技术支持和其他相关知识培训
- 对接重点客户、政府关系、投资人和组织路演展示
- 针对所有**创新**创业团队
- 入选竞争高度激烈

微软加速器

- 2012年7月在北京中关村成立
- 一年2次海选，4-6个月的项目，终身校友制
- 针对颠覆性创新的创业团队，只选取最好的团队
- 在创业者中“难于进哈佛”的口碑，<2%的录取率
- 在中国5600个孵化器/加速器中，连续五年获“中国最好孵化器/众创空间”

全方位助力初创企业发展

资源支持



位于微软亚太研发集团的优越设施



免费的云计算资源



客户和市场资源对接



4-6个月加速周期，终生校友服务

能力培养



商业模式、产品创新
先进技术引入应用



研发体系、产品定位
渠道建设、运营管理



团队建设、市场营销、
知识产权、融资经验、
演讲技能



不要求任何股份回报，
完全免费

服务平台



资本市场创投对接



早期用户 合作伙伴对接



招聘、人力与法务
市场与公关支持



与卓越校友
同行

微软加速器校友的成就

- 5年, 9期, **156家** (till July 2017)
- 云计算、大数据、人工智能、机器学习为**技术竞争力**的团队占**80%**以上
- **4家**上市, **15家**被收购
- **90%**获得资本市场的新一轮融资
- 其余校友企业整体估值超**500亿**人民币
- 加速团队产品服务覆盖**5亿**人群, **超百万家**企业用户
- 公司估值增长率达**400% - 600%**

微软加速器成功经验

1. 明确、坚持“主攻方向”
2. 不遗余力发现和挖掘最优秀创业创新团队
3. 提供适宜创业企业发展阶段的系统化培训辅导
4. 以先进严格的管理确保创业企业战略及目标按时达成
5. 整合各关键利益相关伙伴, 提供全面支持

内容提要

- 创新创业的发展特点
- 创业者成功的基本素质
- 生态与战略
- 呼吁支持

内容提要

- 创新创业的发展特点
- 创业者成功的基本素质
- 生态与战略
- 呼吁支持

创业的源动力

- 改变现有环境
- 更广泛的交流
- 体现个人价值
- 改变产业和世界

致力做中国最好的加速器



<http://tv.cctv.com/2016/05/30/VIDE060530.shtml>



http://bjrb.bjd.com.cn/html/2016-05/24/content_36607.htm

大树一定云诞生一批像脸书、优步一样的具有全球影响力的创新公司。”

32岁的汪冠春所创办的“来也”，就是罗斌眼中的“未来全球顶尖企业”。“来也”通过机器学习技术的发掘，打造人工智能的“私人助理”，帮助用户快速连接各类商业服务。在该领域，“来也”是首家。

“像我们这样的初创团队，也曾遇到太多困难，”汪冠春说，“人不好招，第一批‘天使用户’哪里找？”

进驻微软创投加速器后，这些困难随之而解。“应聘者一听是在微软的大楼工作，都愿意来了。加速器还帮我们找到了第一批用户，去年7月上线，第一个月用户就达到了1万，3个月后到了10万，现在达到百万。”

微软加速器校友 – 智擎信息



毫秒震动数据及处理措施推荐

微软加速器校友 – 科百宏业



科百农业物联网系统

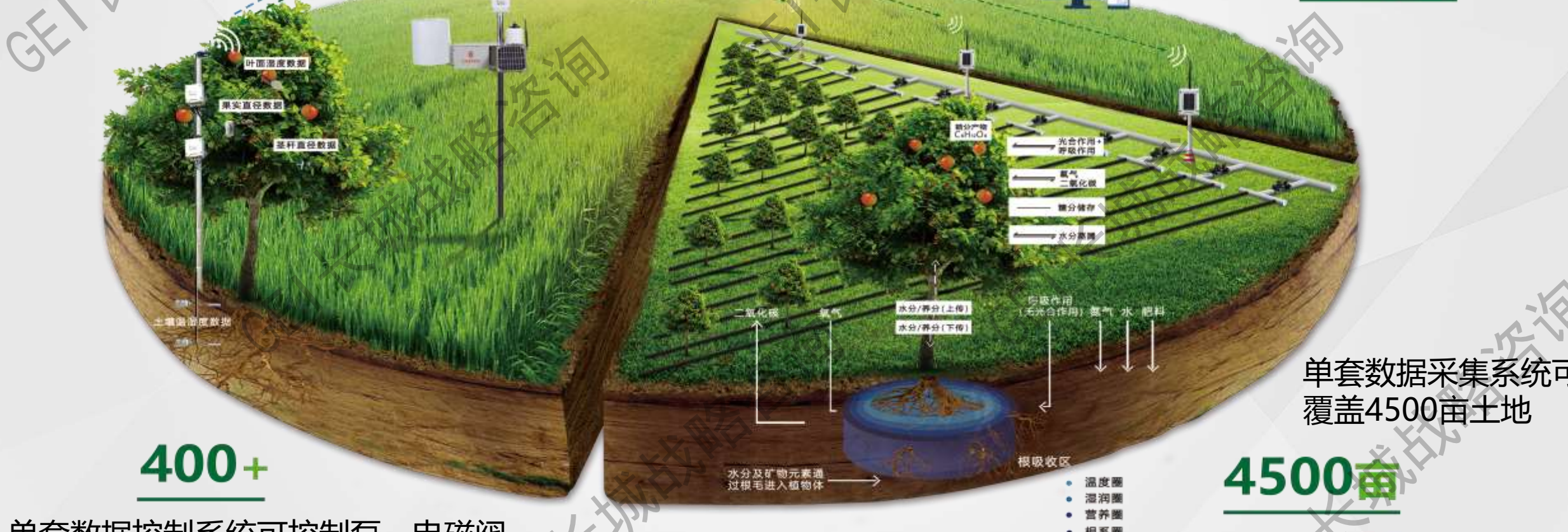
科百云数据与科百大数据模型
为机器自主学习提供基础依托

自组网780MHz无线
传输距离1-3Km

1-3Km

单套数据采集系统可
接入1000多种传感器

1000+



400+

单套数据控制系统可控制泵、电磁阀、
卷帘、风机等400多个设备

单套数据采集系统可
覆盖4500亩土地

4500亩

科百农业物联网及大数据收益



节约水

50%-80%



节约人工

90%



节约药

50%



节约肥料

30%-60%



热害冷害防护

50%-100%



促进
农业可持续发展



物联网系统

提高数据采集效率
500% 以上

数据力引导节约生产原料

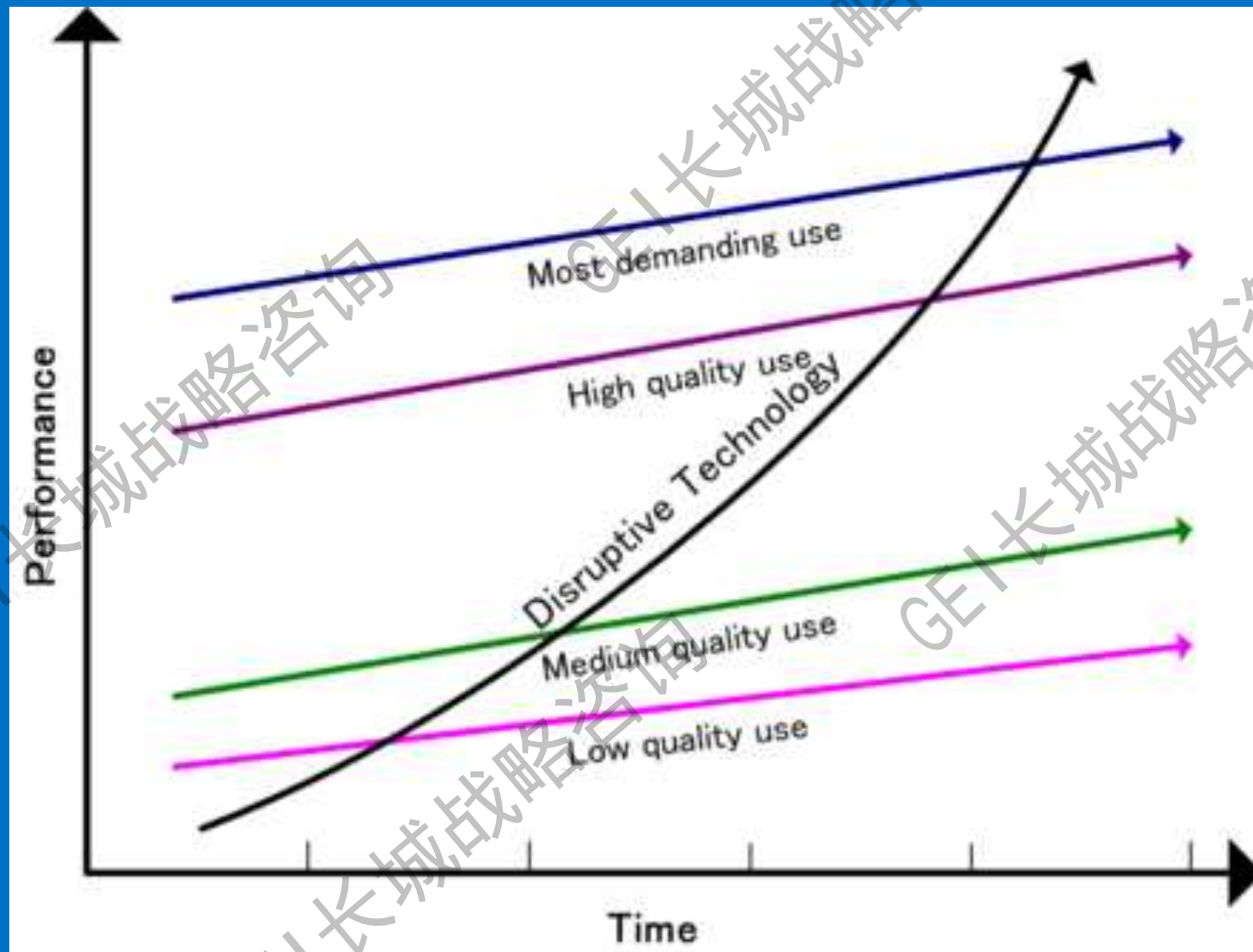
数据力引导产量、品质提升

社会效应

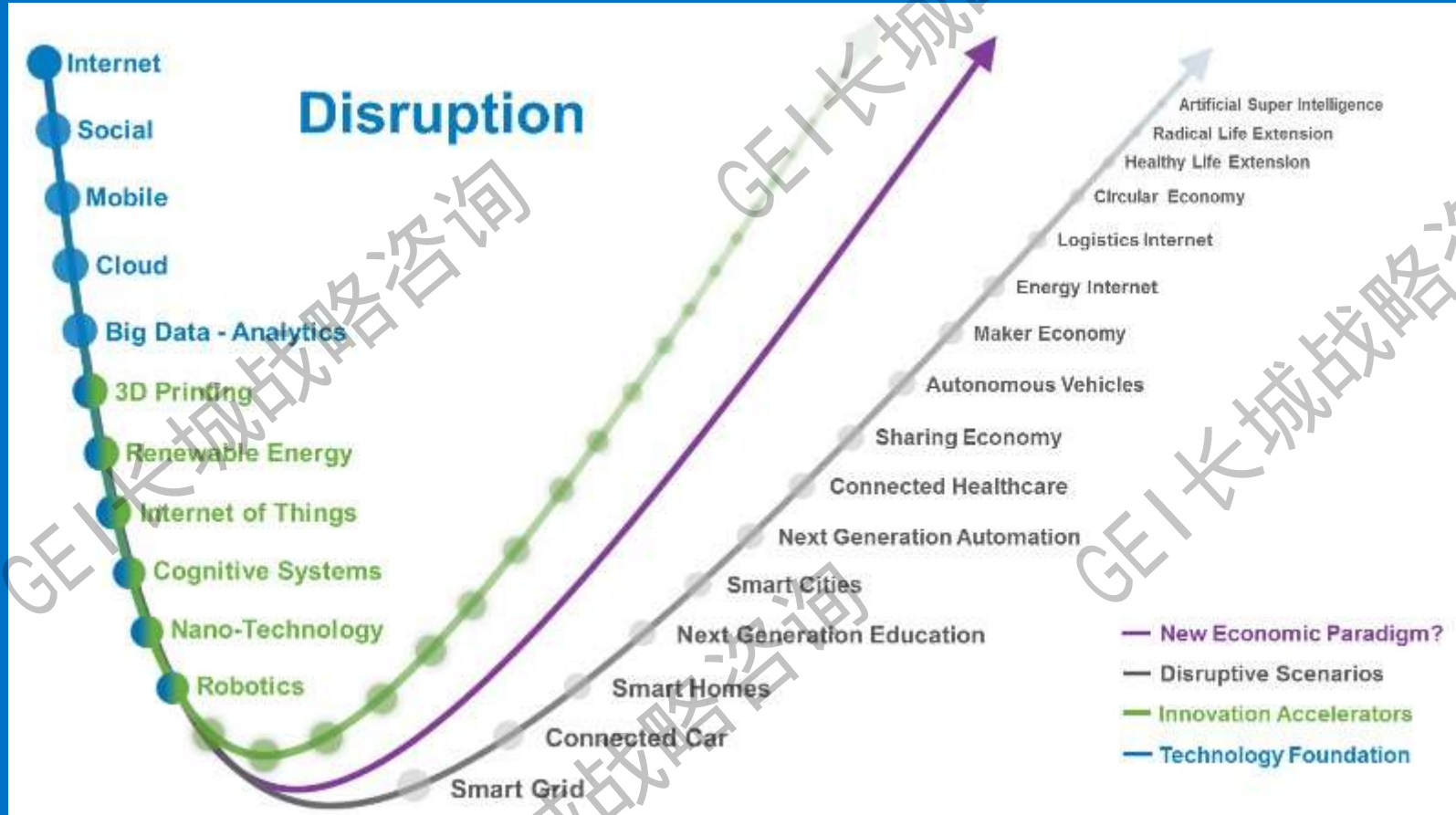
微软加速器校友 – 亿航无人机



“颠覆性”创新



“颠覆性”创新



创业成功的衡量

- 明显改变现有环境
- 更广泛的影响力
- 激发更多个人和团队的潜能
- 开创或明显提升产业格局
- 产生社会价值

“Only” Two Things to Get Right 确保创业成功两大因素

People 人

Business Model 商业模式



内容提要

- 创新创业的发展特点
- 创业者成功的基本素质
- 生态与战略
- 呼吁支持

创业者成功的基本素质

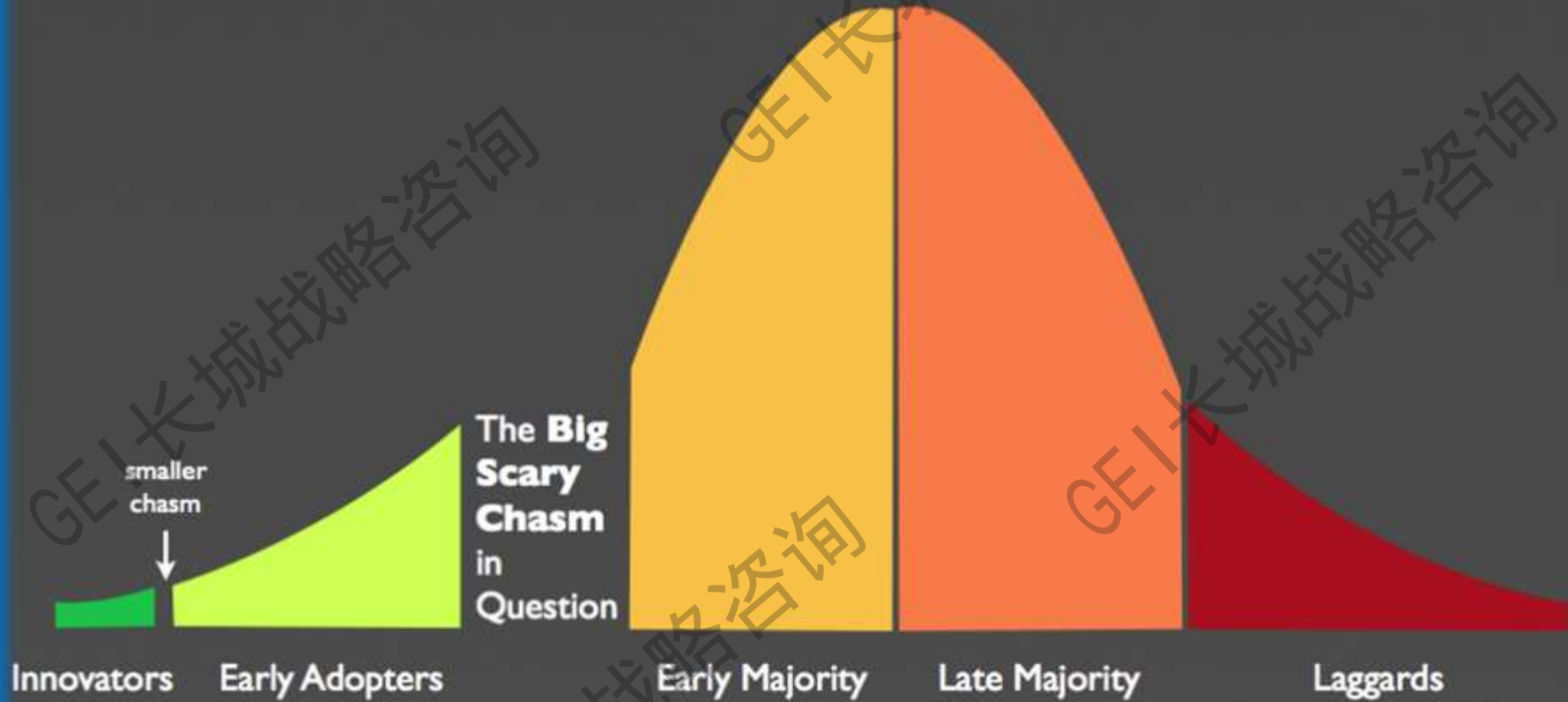
- 清晰明确的表达能力
- 解决问题的能力
- 纪律性和团队协作能力
- 制定战略和实施的能力

内容提要

- 创新创业的发展特点
- 创业者成功的基本素质
- 生态与战略
- 呼吁支持

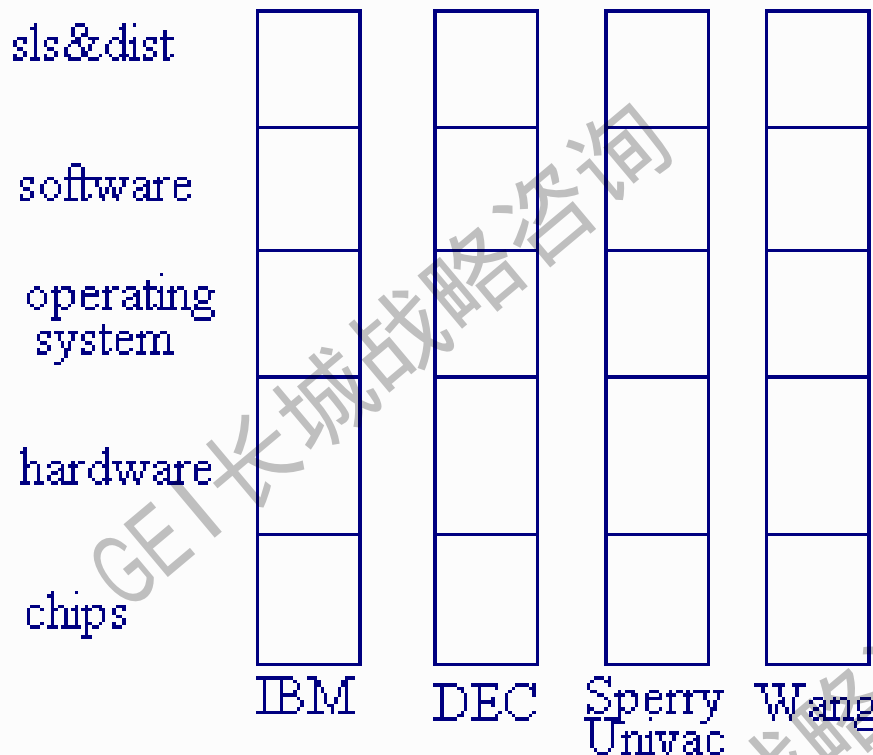
Crossing the Chasm

Geoffrey Moore - 1991

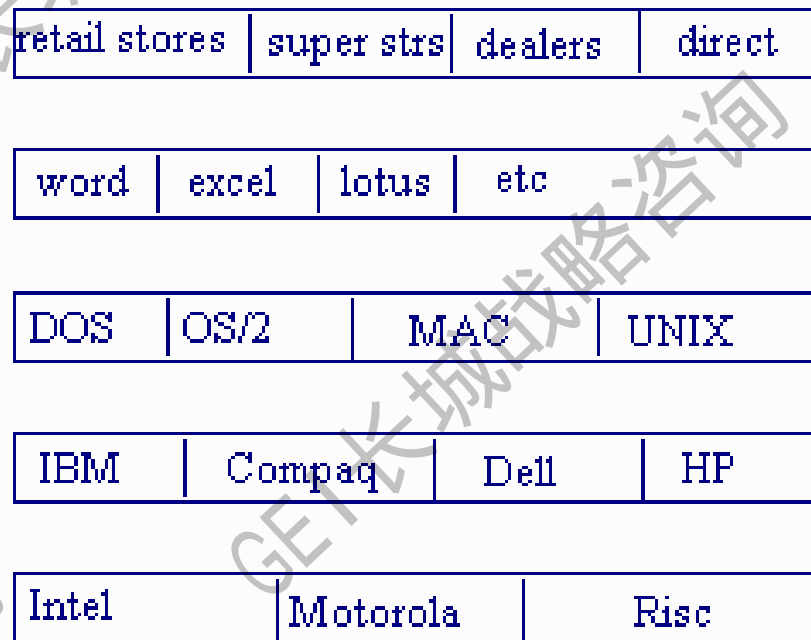


计算技术的演变

The vertical computer industry
– Circa 1980



The horizontal computer industry
– Circa 1995



Source: Andrew S. Grove, *Only the Paranoid Survive* (New York, Doubleday, 1999) Page 44

安迪·格鲁夫“只有偏执狂才能生存” 1999

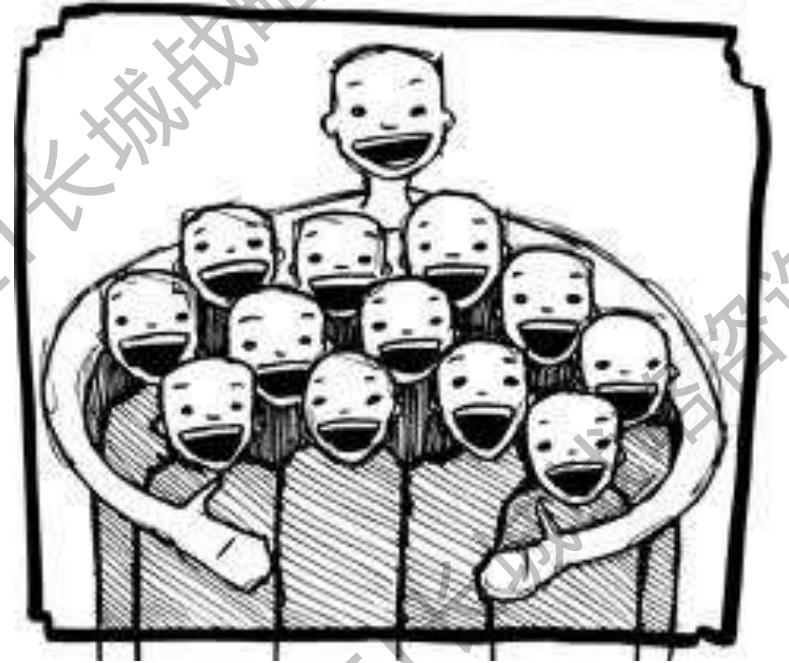
Stakeholder Development

开拓利益相关群体



主要生态构成

- Customers 用户
- Suppliers 供应商
- Advisors 顾问
- Other entrepreneurs 其他类似企业
- Competitors 竞争对手
- Investors 投资人












BUSINESS MODEL CANVAS

商业模式模板

<p>Key Partners</p> <p>Who are our key partners? Who are our key suppliers? Which key resources are we acquiring from our partners? Which key activities do partners perform?</p>	<p>Key Activities</p> <p>What key activities do our value propositions require? Our distribution channels? Customer relationships? Revenue streams?</p>	<p>Value Propositions</p> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customers' problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each segment? Which customer needs are we satisfying? What is the minimum viable product?</p>	<p>Customer Relationship</p> <p>How do we get, keep, and grow customers? Which customer relationships have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p>	<p>Customer SEGMENTS</p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers? What are the customer archetypes?</p>
	<p>Key Resources</p> <p>What key resources do our value propositions require? Our distribution channels? Customer relationships? Revenue streams?</p>		<p>Channels</p> <p>Through which channels do our customer segments want to be reached? How do other companies reach them now? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p>	
<p>Cost structure</p> <p>What are the most important costs inherent to our business model? Which key resources are most expensive? Which key activities are most expensive?</p>			<p>Revenue streams</p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? What is the revenue model? What are the pricing tactics?</p>	

创业公司中短期商业模式与计划

 <p>KEY PARTNERS</p> <p><< list your partners here>></p>	 <p>KEY ACTIVITIES</p> <p><< describe your key activities here>></p>	 <p>VALUE PROPOSITIONS</p> <p><< insert your value proposition here>></p>	 <p>CUSTOMER RELATIONSHIPS</p> <p><describe how you plan to establish and manage the relationship between the customer and your brand here>></p>	 <p>CUSTOMER SEGMENTS</p> <p><< describe your target customer segment here>></p>
	 <p>KEY RESOURCES</p> <p><< list the key resources available to you here>></p>		 <p>CHANNELS</p> <p><< describe 1) how you plan to acquire customers, 2) how you plan to deliver your value proposition to them and 3) how you plan to communicate with your customers >></p>	
 <p>COST STRUCTURE</p> <p><< Describe your cost structure here>></p>		 <p>REVENUE STREAMS</p> <p><< describe your revenue streams here>></p>		

其他要素

- 运营计划与进度评审
 - 财务、税务、薪酬和股权激励
 - 知识产权及法务
 - 产品定位、市场形象、路演、大客户销售
 - 融资

呼吁合作

- 努力发掘顶尖创新企业
- 用先进的方法支持创新团队的成长与市场开拓
- 帮助整合和争取更多政府、社会资源与支持

Question & Answer

敬请联络

罗斌

luobin@kebaiiot.com