



上篇 融资规划



第1章

基本面分析：融资前 先把“底”摸清

基本面分析是对市场、行业、公司的分析，如市场机会分析、市场竞争格局分析、公司所处发展阶段分析等。在融资前，创业者需要做好基本面分析，这项工作有助于创业者了解市场、行业、公司的当下情况及未来发展情况，同时也会影响投资者的投资决策。

1.1

了解市场，为公司做宏观分析

投资者在投资时会评估公司所处行业是否有前景，所以如果想顺利完成融资，创业者就应该先于投资者了解市场，为公司做宏观分析。更重要的是，这样也可以使公司生产出满足市场需求的产品，进一步完善经营与管理策略，从而提高经济效益。

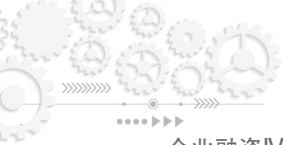
1.1.1 行业发展的主要驱动因素

行业发展是公司转型升级的基础，也是公司获得盈利的重要前提。对于那些身处夕阳行业的公司，投资者通常是不会费心关注的。当然，如果公司有特别强的综合实力，那就另当别论了。为了判断几年后行业可能发生的变化是否会对公司产生影响，也为了更好地打消投资者的疑虑，创业者需要借助PEST模型了解行业发展的主要驱动因素。

1. 政策（Policy）

政策代表着行业所处的大环境，有政策扶持的行业通常发展前景会比较好。因此，创业者应该选择有政策优势的行业，例如战略性新兴行业、绿色能源行业等。





2. 经济 (Economy)

一些与经济相关的指标可以反映市场现在和未来是否景气，而且很多行业的发展是相互影响的。智研咨询提供的数据显示，2021年我国房地产开发投资额为147602亿元，比2020年多了6159亿元，同比增长4.35%。家居装饰行业作为房地产行业的下游，市场景气度与房地产行业密切相关，其发展状况在很大程度上是由房地产行业决定的。2021年房地产行业的经济情况有所好转，家居装饰行业也随之获得了发展。

3. 社会 (Society)

社会结构和流动性变化影响行业发展。例如，当出生率下降时，婴儿用品行业的增长速度会逐渐放缓，行业竞争格局会发生变化；当老龄化问题比较严重时，养老服务及其相关硬件产品会广受欢迎，该行业将得到新一轮发展。

4. 技术 (Technology)

在数字化时代，以云计算、大数据、人工智能、物联网等为代表的技术，正在对很多行业产生影响，并不断冲击着这些行业的价值链。越来越多的公司在重构自身商业模式和业务模式，以应对行业变革。当然，这些公司也是促进商业发展的重要推动力。

除了上述四个因素，行业规模也非常重要。通常行业规模越大，行业的扩展度越广，公司的业务越不会局限于某些地区，创业者的成功概率也会更高。在实际操作时，创业者可以通过目标群体数量看出行业规模，例如那些可以为大众服务的行业，规模往往比较大，而服务于某一类用户的行业，规模则比较小。

需要注意的是，创业者很难准确预测一个行业的未来发展情况，只能进行趋势和方向上的判断。

1.1.2 识别市场机会：“蛋糕”是否够大

很多创业者可能听过这样的话：“有问题，就意味着有机会，二者相当于

‘硬币’的正反面。”换言之，当问题出现了，市场机会也就随之而来，创业者可以从中控掘巨大的商业价值和发展空间。在创业过程中，创业者要善于对市场机会进行识别。

1. 创业者要明确业务范围

明确业务范围可以帮助创业者了解用户类型，分析自己的产品可以满足哪些用户的哪些需求，以及公司能够通过哪些方法满足这些需求等。另外，创业者如果发现公司发展战略需要调整，那一定要保证调整后的战略与业务范围的变化是有连贯性的。

2. 创业者要进行市场分析

创业者应该对市场进行分析，以便更精准地判断产品是否满足了用户的需求，以及用户还有没有尚未被满足的需求。这样创业者才能找到更多市场机会，从而使公司获得更好的发展。但创业者必须知道，不是所有市场机会都适合公司。这就要求创业者分析市场机会与公司的匹配度，例如判断市场机会与营销渠道、品牌定位、主营业务等是否一致。

3. 创业者要进行 SWOT 分析

在 SWOT 分析中，“S”是 Strength，指公司自身优势；“W”是 Weakness，指公司自身劣势；“O”是 Opportunity，指市场机会的外部有利要素；“T”是 Threat，指市场机会的外部威胁。创业者可以借助 SWOT 分析评估公司目前面临的市场机会。如果公司自身劣势过多，而且面临很严重的外部威胁，那就很难挖掘出市场机会，也无法获得投资者的青睐。

4. 创业者要分析市场容量

市场容量大，通常意味着公司可以盈利，创业者可以挖掘出比较不错的市场机会。与市场容量相关的指标有三个：愿意消费且有购买能力的用户数量；潜在消费者的购买频率；公司能够生产出的产品数量。小米公司每年都





会推出新手机来吸引用户，同时会通过一些营销策略让已有用户成为新消费力量，这是其非常有优势的一个竞争点。

5. 创业者要判断市场机会是否符合公司实际情况

判断市场机会是否符合公司实际情况是一个非常重要的环节。例如，公司只有具备与市场机会相匹配的能力，才可以将市场机会转化为真正的收益，从而吸引投资者投资。

1.1.3 市场竞争格局分析

投（融）资界有一个不争的事实——竞争不会提升公司的价值。通常来说，更多的竞争意味着更多的用户选择和更少的盈利。投资者往往不愿意为处在竞争中尤其是处在激烈竞争中的公司投资。创业者要想了解公司面临的竞争情况，需要进行竞争格局分析，如图 1-1 所示。



图 1-1 竞争格局分析

1. 谁是竞争对手

在进行竞争格局分析前，创业者首先要找到一个合适的竞争对手。如何找到合适的竞争对手？第一步，选择竞争领域，对市场进行深入了解，确定自己定位的细分领域，与此同时，将竞争对手也锁定在这个细分领域中；第二步，选择竞争目标，明确公司对未来发展的预期，决定奋斗方向。在大多数情况下，阻碍或者推动公司不断进步、与公司有相同目标的同行业公司就可以作为竞争对手。

2. 是否有巨头竞争

必须首先关注巨头的发展情况，想一想公司所处行业是否有巨头，是不是有多家巨头。如果有巨头，甚至有多家巨头，那就必须谨慎。但是，如果各巨头之间存在相互竞争，无暇顾及小公司，创业者就应该抓住机会。

从业务层面看，创业者要尽可能避免与巨头的业务重合。对于投资者来说，如果公司的业务与巨头的上下游业务相关，那就可能与巨头形成竞争关系。以电商为例，创业者仅突出品类上的差异远远不够，因为巨头有充足的资金调整团队结构、业务方向和提高产品质量。

创业者如果选择将巨头作为竞争对手，试图在市场中分得一杯羹，那么创业风险会非常大。

3. 优势 / 壁垒和劣势有哪些

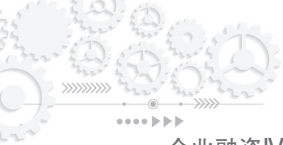
对优势 / 壁垒和劣势的分析可以让创业者对自己和竞争对手有一个清醒的认识，这不仅有利于公司在竞争中处于主动地位，还能给投资者留下深刻印象，有助于成功获得投资。在分析时，创业者通常需要注意两个方面：产品 / 服务、经营。

公司之间的竞争通常是在产品和服务层面展开的，但大多数投资者似乎更关注产品层面。因此，创业者在进行竞争分析时，应当重点关注产品的定位、市场、成本及价格、广告投入、发展趋势等方面。

此外，优势 / 壁垒和劣势分析还可以在经营层面展开。例如，创业者可以通过营销战略、推广渠道、关键财务数据、人力资源政策等的对比体现公司的竞争优势。

从理论上讲，竞争对手当然越少越好。如果竞争对手太多或者太强大，创业者就要先思考怎样将项目做下去，然后再用自己的资源让项目突出重围，从而说服投资者。





1.2

围绕五大问题深入了解公司

正所谓“知己知彼，百战不殆”，创业者在融资前应该把公司的基本情况熟记于心，如公司目前处于哪个阶段、盈利点在哪里、核心目标群体是谁等。创业者对公司有更深刻的认识，更有利于提升投资者的信任感。

1.2.1 公司目前处于哪个阶段

在融资过程中，大多数公司的生命周期都包括三个阶段，即启动阶段、发展阶段、扩张阶段。了解公司目前处于哪个阶段可以帮助创业者制订合适的融资方案，使公司顺利获得投资者的青睐。图 1-2 是公司分阶段融资的过程。

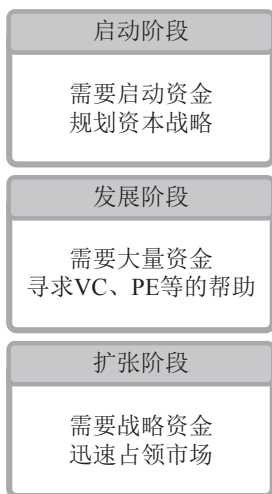


图 1-2 公司分阶段融资的过程

根据图 1-2 可知，在启动阶段，公司需要启动资金，创业者应该提前规划资本战略；在发展阶段，公司需要大量资金，这时就应该寻求 VC、PE 等的帮

助；在扩张阶段，战略资金是公司最大的需求，该需求一旦被满足，创业者就拥有了占领市场的能力。

公司所处阶段不同，融资的目的和作用通常也不同。

在创业初期，百度获得了来自 Integrity Partners 和 Peninsula Capital Fund 两家 VC 高达 120 万美元（双方各 60 万美元）的投资，这笔钱成了百度起航的第一批“燃料”。百度用这笔钱打造了自己的搜索引擎，为以后“商业大厦”的建成打下了牢固基础。

随后，在第二轮融资中，百度获得了 Integrity Partners、Peninsula Capital Fund，以及美国知名风险投资机构 DFJ 和 IDG 的青睐，顺利拿到了 1000 万美元投资。此时百度仍然处于创业初期，其搜索引擎还在进一步完善中，但这笔钱帮助其顺利度过了技术攻坚期。

接下来就是百度上市前的第三轮融资。此时百度已是大家熟知的品牌公司，搜索引擎已经非常成熟。在这轮融资中，百度面临的问题是选择谁作为自己的战略投资者。只有和足够优秀的战略投资者合作，百度才能巩固来之不易的成就，从而获得更长远的发展。百度最终选择了谷歌作为战略投资者，对此，李彦宏表示，谷歌的加入有利于提升百度的知名度和影响力，百度不会辜负谷歌的信任。因为谷歌只拥有百度极少的股权，不足以影响百度的发展策略，所以百度仍然是一家独立运营的公司。

综上，百度根据不同阶段的需求，通过三轮融资，获得了相应的资金，建立了自己在搜索引擎领域的领导者地位，最终在全国乃至全球范围内“站稳了脚跟”，积累了大量用户。可以说，是投资者给予的充足“燃料”帮助百度成为搜索引擎领域一支迅速上升的“火箭”。

1.2.2 你知道公司如何赚钱吗

互联网时代的盈利模式多种多样，即使公司的盈利模式还没有成形，创业者也需要对此进行分析，因为投资者很可能会根据盈利模式的可行性做出投





资决策。下面归纳了五类常见的盈利模式，创业者要弄清楚自己的盈利模式属于哪一种。

1. 实物产品模式

实物产品模式是指产品为某种实物，用户可以直接购买和使用这一实物。实物产品模式非常简单，分为以下四种情况：一是自己生产、自己销售，即自己负责产品的生产和销售；二是外包生产、自己销售，即把产品的生产环节外包出去，自己仅负责将产品销售给用户；三是只生产不销售，即自己仅负责产品生产，由分销商负责产品销售；四是不生产只销售，即自己作为分销商负责产品的销售，或者为产品销售提供交易市场。

2. 广告模式

自从成为谷歌的主要盈利渠道以后，广告就成为互联网行业首选的盈利模式。广告模式主要有卖推广位和一对一换量两种。

(1) 卖推广位。一位用户刚刚结束了一局游戏，在即将进行下一局游戏时，突然跳出一个广告。如果用户下载了广告推荐的 App，就能得到一定数额的奖励。这个工作不是游戏公司自己做的，而是第三方移动广告平台策划实施的。第三方移动广告平台全盘负责广告业务，按期结算，通过分成获取利润，也可以按照广告展示次数或者用户点击次数收费。

(2) 一对一换量。用户量不是很多，但资源丰富的公司，会通过一对一换量模式变现。例如，美图秀秀内置的推荐版块常常推荐几十款甚至上百款 App，就像一个小型应用商店，而这些 App 里也有美图秀秀的下载方式。双方“志同道合”，愿意一起进行规模对等的用户导入。如果用户量差别较大，那就需要用钱来弥补差价。

3. 交易平台模式

交易平台模式包括三种，分别为实物交易平台模式、服务交易平台模式、资金沉淀模式。实物交易平台模式是指为用户进行产品交易提供平台，平台方从中收取佣金，如阿里巴巴等；服务交易平台模式是指为用户提供获取服务的

平台，平台方从中收取佣金，如58同城、滴滴出行等；资金沉淀模式是指通过为用户保管资金而赚取利差收益的模式，如支付宝等。

4. 直接向用户收费模式

直接向用户收费模式包括定期付费模式和按需付费模式两种。定期付费模式是指用户付钱后获得一定时间段的服务；按需付费模式是指用户在实际购买服务时支付相应的费用，例如用户在爱奇艺里看一部付费电影需要花费5元，这5元就是按需付费模式的收益。

5. 免费模式

免费模式是指通过免费的产品或服务吸引用户，然后再通过增值服务等方式获取收益。免费模式具体分为多种模式，比如产品免费、附件收费、产品免费、增值服务收费等。

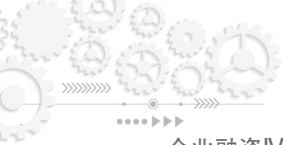
以上是比较常见的盈利模式。盈利模式是成功融资的关键，对公司来说尤其重要。任何公司都是在不断认识自我、改善自我的过程中发展起来的。无论是哪种盈利模式，公司都要将其用得恰到好处，向投资者充分证明自己具有打入市场的无限可能性。

1.2.3 公司面对的核心目标群体是谁

亚马逊前首席财务官托马斯·司库塔（Thomas Szkutak）曾经表示，“用户至上”是亚马逊为投资者创造持久价值的关键途径之一。用户的重要性决定了创业者必须精准地找到公司面对的核心用户，并对这些用户进行细分，从而更好地将产品销售出去。要做好这项工作，创业者需要考虑的因素有很多，如图1-3所示。



图 1-3 用户细分考虑因素



1. 人口信息

创业者在细分用户时，首先要统计人口信息，包括性别、年龄、消费结构、婚姻状况等。例如，一位男士基本不会对化妆品和护肤品感兴趣；没有孩子的男女应该不会主动去逛婴儿用品店；老年人对新型智能产品没有太大需求；富二代大概不会去购买促销产品。

对人口信息的调查会在很大程度上帮助创业者更精准地找到优质用户和潜在用户，从而避免浪费精力和资源去开发那些不太可能成交的用户。

2. 用户类型

用户类型可以细分为常驻用户群体、临时用户群体、偶然用户群体。例如，北京有名的“六必居”是一家销售咸菜的老字号，常驻用户群体自然是那些住在北京且比较喜欢吃咸菜的家庭，他们距离店铺比较近，购买方便，每年的需求量也很大。在他们看来，不吃点咸菜可能这顿饭就会没味道，感觉像是缺点什么。

临时用户群体感觉咸菜可有可无，如果路过可能会顺便买一些，需求不大。偶然用户群体大多是去北京旅游的人，他们可能知道这个品牌，也可能不知道这个品牌，到了六必居他们会凑热闹买一些咸菜尝尝味道，一旦离开北京后，便不太可能再买六必居的咸菜。

3. 用户意愿

用户意愿是指用户选择产品的类型、价位、支付方式等。例如，每个家庭都需要用到的香皂，用户可能选择舒肤佳或者玉兰油；可能选择新上市的产品或打折的旧款；可能会选择现金、刷卡支付或者用支付宝、微信支付等。对于用户意愿的调查与分析可以帮助创业者更好地明确用户类型与各类用户的具体数量。

PayPal 是国际贸易支付工具，即时支付与到账，为公司开拓海外业务和解决外贸收款问题提供了强有力的帮助。PayPal 的创业团队对用户进行了细分，发现优步（Uber）的用户并不是他们唯一的目标群体。同时根据数据搜集与研究分析，PayPal 发现很多用户都要处理与亲朋好友之间的小额资金问题，

如出游账单、外出就餐、费用租金等。鉴于此，PayPal 拓宽了自己的用户范围，确保自己的服务可以适用于各类不同的用户。

用户细分可以帮助创业者锁定有价值的目标群体，从而提供更适合目标群体的产品或者服务。在与投资者沟通时，创业者可以结合上述案例，参考细分用户应该考虑的要素，根据自身实际需求，向投资者展示用户情况，以激发投资者的投资欲望。

1.2.4 手上有没有牢靠的竞争壁垒

创业很难。创业者做得不好，公司生存不下去；创业者做得好，创业成果可能会被别人窃取，特别是遭遇综合实力非常强的巨头，有可能瞬间被置于死地。但是，如果公司有了自己的竞争壁垒，局面就不一样了，大多数投资者也更乐于为这样的公司投资。

竞争壁垒可以分为技术、学术、产品、服务等硬性竞争壁垒，以及业务方向、数据积累能力、策略和执行力等柔性竞争壁垒。

华为之所以在智能手机领域取得成功，一定有自主研发芯片的功劳；OPPO 以“充电 5 分钟，通话两小时”的 slogan（标语、口号）将产品特性印在用户脑海中；海底捞依靠极致服务在几乎趋于饱和的火锅市场上异军突起，受到了很多消费者的喜爱；脸书（Facebook，现改为 Meta）建立用户信息保护机制，积累大量数据，在移动互联网时代得以生存和发展；谷歌注册新公司，在美国境内寻找成本低、资源丰富的数据中心，进一步提升自身搜索能力。

上述公司借助坚固的竞争壁垒成为行业佼佼者，获得了投资者的青睐。但不得不说，很多初创公司并没有足够的资源和能力打造竞争壁垒。这种情况下，我们可以采取“降维打击”战略。例如，360 公司将杀毒软件免费提供给用户使用，从瑞星、金山、卡巴斯基等公司中脱颖而出，接着又通过广告、游戏等增值业务实现盈利，成功在杀毒市场上站稳了脚跟。

大多数投资者都非常看重公司的竞争壁垒。投资者通常会从以下两个方面评估公司的竞争壁垒，从而判断自己是否应该为公司投资。





(1) 赶上竞争对手的时间。投资者想知道，如果竞争对手有竞争壁垒，公司大概需要多长时间能够赶上竞争对手，同时分析公司能否有所进步。通常公司用3~6个月的时间赶上竞争对手或形成自己的竞争壁垒是比较理想的状态，公司可以在这段时间布局市场，吸引更多用户。

(2) 竞争壁垒的持续发展性。如果公司有竞争壁垒，投资者会关心这个竞争壁垒是否可以进一步强化，让竞争对手无法超越。竞争壁垒不是一成不变的，它需要不断构建。对于投资者来说，如果公司的竞争壁垒可以持续发展，那么将非常有吸引力。

需要注意的是，竞争壁垒有两面性。过于坚固的竞争壁垒，除了会阻碍竞争对手挤进来以外，有时也会阻碍公司走出去，影响公司的发展进度。例如，在功能机时代，诺基亚是一个非常成功的品牌，其易用性、质量都很有保障，比较低的生产成本更是为其铸就了坚固的竞争壁垒，导致其感受不到市场形势的变化，也疏于对产品进行迭代升级。

iPhone刚推出时，诺基亚根本不知道智能手机时代已经来临，依然觉得自己在功能机领域的竞争壁垒十分坚固，结果被苹果公司抢占了先机。

时代在发展，如果有竞争壁垒的公司沉湎于过去的成功，很容易落后于同类公司，也无法获得投资者的青睐。就像新浪等互联网信息门户网站，就是因为对移动互联网市场的变化缺乏敏感性，结果被今日头条这个新势力抓住机会迅速发展起来。可见，创业者要牢牢把握市场形势，及时更新自己的数据库，让公司的竞争壁垒随着时代的发展不断升级。

1.2.5 运营过程中面临的风险有哪些

20世纪80年代中期，国外有关风险管理的理论进入我国。至此，风险管理研究与应用在我国起步，并逐渐受到了创业者的重视。与此同时，投资者在投资时也会关注公司的风险情况，并拒绝投资风险特别高的项目。

为了更好地“避雷”，创业者要了解公司在运营过程中可能面临的风险。通常公司会面临的风险主要包括以下六种。

(1) 战略风险：新品研发风险、来自竞争对手的风险、政策变化风险、

转变行业方向的风险、公司收购与合并的风险等。

(2) 财务风险：债务和利息金额巨大、收益分配不合理形成的风险等。

(3) 商业风险：信用风险、市场风险、法律风险、技术风险等。

(4) 执行风险：信息系统安全风险、供应链风险、产品质量控制风险等。

(5) 政策风险：政策调整风险、违规风险等。

(6) 不可预见风险：创业者几乎无法识别，甚至根本不会意识到其存在的风险。

公司如果出现上述风险，往往会有促使其爆发的事件，而这个事件则是投资者比较关心的。有时促使风险爆发的事件不止一个，比如利率上调、公司财务预期失误、收益分配不合理等都可能引发公司的财务风险，让公司陷入财务危机等。

创业者应该考虑好将哪个事件定为风险事件。例如，公司的财务没有太大问题，只有利率是一个不能确定的因素，那么创业者就可以将利率上调定为风险事件。与此同时，创业者也应该对风险事件进行识别与规避，做到：有则改之，无则加勉。

正所谓“居安思危”，公司即使处在一个安全的环境中，也要时刻提防风险的来临，要提前想好规避方案。创业者要采取各种措施和方法，减少风险事件发生的可能性，或严格控制风险事件对公司造成的不利影响。

现在很多公司越来越重视风险管理，也会谨慎应对风险事件，甚至还会设立专门的风控部门，建立完善的风险管理与规避体系，意图很好地控制风险，并从风险中发现商机，从而获得投资者的喜爱。

1.3

评估增长机会，感受公司发展前景

在投（融）资界，巴菲特凭借敏锐的眼光，投资了苹果、可口可乐、美国运通等多家独角兽公司，被冠以“股神”称号。他之所以取得如此骄人的成





绩，主要原因之一就是他可以对标的公司发展前景进行精准评估，并据此做出投资决策。

创业者在做基本面分析时，也应该像巴菲特那样判断公司是否有发展前景。如果公司确实有发展前景，那创业者就要向投资者充分展示，以吸引投资者为公司投资。

1.3.1 用户增长是否可以持续下去

随着移动互联网的不断发展，流量思维越来越盛行。谁拥有流量入口，谁就可以吸引更多用户，从而成为最后赢家。但近几年，人口红利逐渐消失，获客成本越来越高，越来越多的公司不再盲目追求流量规模，而更加关注起流量的精准度。

也正是因为如此，超级用户思维闪亮登场，成为公司追捧的“主角”。

无论是以流量思维为先，还是以超级用户思维为先，用户增长都是一个不可忽视的重点。现在很多公司都设置了用户增长经理一职，让其负责实现公司用户数量的稳步增长。

投资者也希望看到公司的用户增长趋势，从而更精准地判断公司的发展潜力。用户增长通常包括两个过程，即用户获取和用户深耕。

1. 用户获取：从各种渠道获取用户

在移动互联网环境下，用来获取用户的流量渠道属于营销的一种新形态。用户获取通常不是一步就可以完成的，而是要借助多个渠道，与用户进行多次互动才会最终实现。在这个过程中，公司可以通过以下方法实现用户增长。

- (1) 开发更多流量，即拓展更多用户获取渠道。
- (2) 做好推广宣传，增加产品和品牌的曝光度。
- (3) 运营好流量池，让更多流量进入流量池并进一步提升转化率。

2. 用户深耕：通过精细化运营提升用户的生命周期价值

用户的生命周期价值与其留存情况和活跃情况息息相关，而留存和活跃

则是相互增强的关系，二者构成了彼此赋能的链条。因此，公司要想做好用户深耕，首先得从提升用户留存率和活跃率入手，采取组织线上/线下活动、建立用户社群等各种措施。

下面以电商公司为例，分析其用户增长情况。电商行业已经发展了 20 多年，未来的用户增长点将在私域电商领域。根据腾讯营销洞察（TMI）和波士顿咨询（BCG）提供的数据，2021 年，有 75% 以上的用户曾经在私域电商领域消费，还有 80% 的用户表示愿意在私域电商领域消费。2022 年，私域电商领域会吸引越来越多的用户，从而实现大规模用户增长。

创业者可以向投资者展示公司和整个行业的用户增长情况，并制订合理的用户增长方案。但需要注意的是，聪明的投资者会谨慎审核公司提供的信息，判断用户是真正增长还是虚假增长，从而做出更为精准的投资决策。

1.3.2 公司获取知识产权的情况

很多公司，尤其是中小型公司只关注如何推广自己的产品，以及如何获得更多收益，忽视了极具价值和竞争力的知识产权。知识产权涉及的范围非常广，所有公司都需要对知识产权的保护有足够的重视。当然，知识产权也可以彰显公司的实力，使公司更容易获得投资者的资金和资源支持。那么，知识产权具体会给公司带来哪些好处呢？

（1）知识产权可以帮助公司保护产品。以专利为例，竞争对手是不可模仿和复制公司专利产品的，这样可以提高专利产品的市场份额，避免公司陷入激烈竞争。

（2）知识产权有防御作用。公司要保护自己的知识产权不被侵犯，同时还要确保不侵犯其他公司的知识产权。掌握了知识产权，公司就可以在与其它公司发生纠纷时用法律武器维护自己的利益。

（3）知识产权是无形资产，是经过创造性劳动得到的成果，可以充分激发公司的创新积极性，提高公司的综合实力，为公司创造巨大的经济效益。这种无形资产的价值往往比有形资产更高，例如技术专利、商标等蕴含的价值通常是不可估量的。





(4) 知识产权是公司创新能力的证明。一家公司的创新能力，与其知识产权保有量息息相关。知识产权可以帮助公司树立良好的品牌形象，帮助公司获取投资者的更大信任。

(5) 知识产权可以为公司带来额外收益，如许可其他公司使用知识产权的许可费、获取政府的资金支持等。

现在市场竞争已经达到了白热化阶段，各大公司都希望通过知识产权形成自己的优势，苹果公司在这方面就做得非常好。

众所周知，在智能手机市场中，苹果公司独占鳌头，市场份额长时间保持领先地位。虽然苹果公司的产品有 60% 是由富士康生产的，但富士康只能拿到大约 2% 的利润，其他大部分利润则归属于苹果公司。苹果公司之所以能够拿到大部分利润，主要是因为其拥有的知识产权，包括商标、技术专利、软件著作权等，为其带来了巨大的无形价值。

在当今经济迅速发展的时代，知识产权已经成为公司发展的重要推动力，可以让公司保持技术领先地位，获得更多收益。而且，知识产权还是公司独有的财富，这笔财富是其他公司偷不走也抢不走的。所以，创业者不妨将公司获取知识产权的情况展示出来，以彰显公司的实力和背后隐藏的巨大增长机会。

1.3.3 未来，公司的盈利能力如何

“公司的盈利能力越强，价值越大，回报越丰厚”，这是很多投资者的共识。创业者需要分析公司的盈利能力，并将其展示给投资者，以获得投资者的青睐。可以反映盈利能力的指标有很多，主要包括销售毛利率、销售净利率、总资产报酬率、总资产净利率、净资产收益率、资本保值增值率、项目变现难度等。

以项目变现难度为例，通常那些容易变现的项目可以为公司带来更多收益，也更容易吸引投资者。项目变现难度是由四个要素共同决定的，即项目自身情况、市场情况、营销策略、经济环境。投资者会根据这四个要素对项目变现难度进行判断。如果项目变现难度较低，那么公司就较容易获得融资；反之，则需要通过展示其他优势来吸引投资者。

除了上述提到的四个要素以外，公司能否持续盈利在投资者眼中也很重

要。投资者为公司投资是为了获得利润，如果只在前期利润可观，后期盈利处于停滞状态，甚至是负增长状态，就会导致投资者不仅得不到收益，而且可能连成本都收不回来。

所以，为了自身利益考虑，投资者往往不会为无法持续盈利的公司投资。这就要求创业者要向投资者展示公司盈利的可持续性。一般盈利的可持续性表现在以下几个方面。

(1) 公司最近几年一直保持着持续盈利的状态，没有出现利润负增长情况。

(2) 公司的盈利模式和利润来源比较稳定，没有过度依赖股东、实际控制人。

(3) 公司当前的主要业务、产品或服务的发展前景广阔，能够实现可持续发展。

(4) 公司的管理和经营模式稳定，基本不会发生不利于项目顺利进行的变动。

(5) 管理层核心人员和技术型人才相对稳定，短期不会发生调动或离职。

(6) 公司的主要资产、核心技术或其他重大权益都是合理合法的，且能够持续利用。

(7) 没有对公司持续经营产生巨大影响的担保、仲裁、诉讼或其他变动因素。

投资者在投资时会根据上述几个方面判断盈利的可持续性，创业者应该及时向投资者介绍与之相关的内容。

另外，为了资金保值和收益最大化，有些公司会选择将资金用于投资理财，这样也有利于提升盈利的可持续性。但创业者应注意的是，投资理财很可能会降低资金的流动性，遇到特殊情况如果无法及时变现，可能会影响公司现金流的稳定性。

收益最大化和盈利可持续是投资者投资公司的根本动力，也是公司获得更多盈利的关键。具备强大盈利能力的公司可以进一步提升自身的市场竞争力，帮助投资者获得更丰厚的回报。创业者要从多项指标入手，结合行业实际情况分析公司的盈利能力，给投资者吃下“定心丸”。





章末总结

1. 促使某个行业获得发展的因素很多，但真正算得上驱动因素的通常有3~4个，如政策、经济、技术等。创业者必须对这些驱动因素进行辨别，从中筛选出最重要的驱动因素，并将关注的重点集中在这些因素上。

2. 市场机会中隐藏着目前存在但未被满足的需求，即客观上已经存在或即将形成，却未被其他公司挖掘出来的需求。对于创业者来说，识别市场机会是一项重要工作，要做好这项工作，一是应该深入调查市场现状；二是应该准确把握市场规律，预测未来趋势。

3. 有些创业者在面临竞争时无所适从，甚至会刻意躲避。其实不是所有的竞争都会给公司带来伤害，适度的竞争反而能够促进公司的发展。所以，当公司面临竞争时，创业者要做的不是躲避竞争，而是正视竞争、分析竞争。只有敢于竞争，才有赢得更多的机会。

4. 根据笔者的从业经验，即使是同一个行业的公司，实际情况也是千差万别的，更不要说各行各业的不同公司了。因此，所有打算融资的创业者都应该修炼一种能力——快速了解公司的能力。在融资过程中，这是投资者非常看重的一项很有价值的可迁移能力。

5. 要了解公司，创业者可以从所处阶段、盈利模式、目标群体、竞争壁垒、风险等方面入手。这几个方面与公司的发展息息相关，是投资者非常看重的部分。

6. 投资者投资一家公司，本质上是在满足自己的盈利需求。为了确保这个需求可以被满足，投资者会十分关注公司的增长情况，即发展前景。在融资前，创业者应该评估公司的增长持续性、知识产权现状、盈利能力，以便后期可以向投资者展示一家有发展前景的公司。