

大学生创新创业项目探索与实践

——以“麦思饮品”孵化为例

耿率琛

山东理工大学 山东 淄博 255000

【摘要】：笔者利用疫情所带来的机遇，对所负责的创新创业项目进行孵化，通过不断的探索与实践，克服其中困难，使创新创业思想得到更正，对职业素质与人际关系有了重新认识，成为高校创新创业教育下的受益者。

【关键词】：大众创业；万众创新；大学生

前言：

在“大众创业，万众创新”的背景下，作为一名大学生，响应国家号召，积极投入到创新创业项目的实践中。笔者带领团队，创办“麦思饮品”，通过学院提供的创业平台，笔者对所创办的“麦思饮品”进行孵化，经过亲身的实践体验，逐步克服实践过程中出现的种种困难，作为经验分享，希望能正在筹划创新创业的大学生提供参考，也希望创业项目处于上升期的大学生向我提出宝贵建议，以此增加朋辈交流的机会。

1. 背景

1.1 大学生创业背景分析

近年来，国内经济呈现出蓬勃发展的态势，但是经济发展过快会导致与传统社会生产机制不符的现象。对此，国家为使经济发展放缓，国内企业采取一定措施来延缓经济发展过快，很多企业采取减员增效的方式来维持自身发展。同时，大学不断扩招，因此人才过剩现象随之出现。当下，大学生将会承担更多的就业风险和就业压力。

1.2 高校创新创业教育

当下大学教育不仅仅注重学生的理论知识水平，对于学生的综合职业技能培养也高度关注。国家实施创新驱动发展战略，促进经济发展，推进高等教育综合改革。目前来看，高校创新创业教育不断增强，这是顺应时代发展的必然趋势。

1.3 国家扶持

在“大众创业，万众创新”的号召下，大学生成为其中主干力量。国家对大学生创业提出一系列支持政策，为大学生创业提供机遇，扫清障碍。

2. 创新创业项目孵化实施过程

2.1 “麦思饮品”项目简介

“麦思饮品”项目于2020年9月份正式实施，为顾客提供店内堂食与外卖服务。产品分为奶茶、果茶两系列。本项目以“诚信为本，创新为先”为经营理念。在产品制作上，笔者带领团队外出调研，初步建立奶茶系列产品。在经营上，团队成员结合专业知识与个人能力，在校内承办各类活动、同时与校外店家对接，推销产品，互惠共赢，逐步占领市场。

2.2 前期探索阶段

2.2.1 市场分析

“麦思饮品”项目实施的首要工作是对产品进行市场分析，2020年上半年国内出现疫情，校园处于封闭状态，学校周边经济受到遏制。学生在校外的消费能力大大下降，同时受疫情影响，外卖员无法进入校园配送，校园配送体系且尚未建立。其次，对于大学生来说，奶茶是学生生活中不可缺少的物质文化之一，目前大学校园处于封闭状态，学生不能外出购买奶茶，但是对奶茶的需求仍未减弱。结合当下疫情形势与大学生对物质文化的需求，“麦思饮品”项目应会取得一定效益。

2.2.2 饮品配方的选取

“麦思饮品”项目在正式运营前，奶茶的原料、配方应当是该项目组急需面对的问题，项目组成立后，始终以诚信为主，在原材料的选购上精益求精。为紧紧抓住原料选取工作。项目组在校区附近寻找原料供货商，在建立合作前，对企业进行深入了解，在了解其产品质量后，进行首次小规模合作。通过短期运营，与校外原料供货商建立长期合作。

2.3 中期探索阶段

2.3.1 产品市场营销

由于“麦思饮品”起步较晚，在校内未占据有利地位，

为更好的将产品市场打开，线上通过微信公众号进行宣传、线下与学生组织对接，项目组将战线拉长，把盈利点放于后期。在营业前期，我们举办“开业免费喝”，“充值500送500”的活动。显然，在该活动实施下，使项目组收取了第一批固定资金，同时也牵制顾客消费。在营业一月后进行财务清点，此时项目组已负债近两万元，为此项目组内部不断反思，查出如下原因：1.产品成本过高，超出原价格的二分之一，使得我们每卖给充值顾客一杯产品，便赔付一定金额。2.员工操作不当，造成原料的浪费。3.员工人数设置过多，从而导致发放给员工的工资增加，双员工的岗位设置并没有为项目组带来更大的收益，而是无意间增加了工资支出。

2.3.2 产品包装

产品的包装往往是顾客的第一印象，产品包装设计决定了销售的成败。“麦思饮品”项目组入驻本校数学与统计学院创新创业空间——数创空间。因此，“麦思饮品”的产品包装要具有数学特色。在店名“麦思”上，我们与数学英文Math相联系，在产品logo上，我们以淡绿色为基色，主体为一棵茁壮成长的树苗，其中数与树谐音，暗喻本项目组具有顽强的生命力，可以茁壮成长。在logo设置完成后，我们定制磨砂材质的饮品杯，以此增加产品在顾客手中的质感。

2.4 后期探索阶段

大学生在创业初期没有雄厚的资金，也没有较强的人际关系。为此，学院为项目组提供巨大的支持，为“麦思饮品”项目组在教学楼内提供了短期项目用地。与此同时，营销策略也是本项目实践中极为重要的部分。

2.4.1 线上营销实践

为更好的进行项目实施，项目组与数创空间其他项目组共同搭建起微信公众号，通过微信公众号辅助线上营销的实施，公众号取名为“创造齐稷”，奇迹与齐稷谐音。在打造“麦思饮品”的同时，我们在“创造齐稷”公众号上建起挑战杯、数学建模等板块来吸引消费。在创业初期，我们没有额外的人力、财力搭建网上点单平台，暂时借助美团app辅助实施，同时建立起外卖配送体系，若在后期出现大金额盈利后，我们重新搭建符合自身特色的网上点单平台。

参考文献：

- [1] 章刘成.普通本科高校开展创新创业教育的探索与实践——以哈尔滨商业大学为例[J].新经济.2015(5).36-37.
- [2] 夏云清.基于“双创”背景的大学生创业机制探究[A].牡丹江大学学报.2020(10).111-114.
- [3] 陈婕,陆玉婷,陆江宇,骆家珍,卓 燊.基于“互联网+”成果转化的大创项目探索与实践——以大创项目“神仙果奶茶”的成果转化为例[B].海峡药学.2017.249-251.

2.4.2 线下营销实践

项目组成员设计了传单、贴纸、易拉宝与新生优惠券，在宿舍区、教学楼展示产品的易拉宝，在食堂门口发放传单，在产品杯子上贴上贴纸，通过带班学长、学生组织发放新生优惠券。“麦思饮品”项目的优势是占据240平方米的店面，具备多媒体、音响等设备，可以承办活动，开展会议。为尽大程度的利用场地资源，我们与校内各大学生组织对接，在圆满完成了活动，也为项目组宣传了产品，打开了市场。

无论是线上营销，还是线下营销，每隔一个时间段便会发放调查问卷，以此得到消费者的反馈，为尽可能地保证调查问卷的质量，我们给填写问卷的同学发放优惠卡，使项目组不断改进，不断提升，能够在创新创业的夹缝中生存下来。

3. “麦思饮品”项目实践感悟

3.1 创新创业能力培养

高校不光要开展创新创业课程，同时还要重视创新创业项目的实践过程。在项目落地后，要有专门的负责老师进行指导，不断地优化，不断地反思，在“互联网+”，“挑战杯”等比赛来临时，积极带好转化后的项目投入到比赛中，以此激发大学生对创新创业的热情，也不断给大学生无限的自我提升空间。

3.2 创业过程中存在的问题

大学生是创新创业的主力军，但大学生长期生活于安逸的校园生活，对社会概况一无所知，在创业和社会经验不足的情况下，即便机遇来临，即便国家对此有优惠政策，即便学校大力支持，学生也会碰到诸多阻碍。对此，高校应建立起众创空间，将有想法、有能力、肯吃苦、肯攻坚的同学集结起来，集中学习，集中培训，相互交流想法，多渠道、大范围的进行项目实施，互惠互利。

4. 结语

学生应提高自身的主观能动性、创造性，提早步入社会，积累经验。高校应开展创新创业人才培养计划，培养创新创业人才，国家应提高创业补助政策，使创新创业人才不断涌现，使服务于创新创业工作的人前仆后继，后继有人。