孵化器的创业辅导体系主要包括培训辅导体系和咨询辅导体系，前者主要针对创业企业普遍存在的共性的问题，通过系列化的知识与技能培训进行赋能；后者则针对创业企业个体存在的共性问题进行深度的挖掘问题根源并提供解决方案，二者相辅相成互为补充。

据统计，中国每年新增的各类创业主体超过了700万户，而全国在统的众创空间加起来也才8000多家，单纯从数字上看，众创空间远远没有满足创业者的需求.那问题到底出在哪里，相信看完这段视频就会有答案，尤其最后一句话，一定要牢牢记住。

现有的孵化器全部都是有物理空间，也就是孵化场地作为基础条件，在这个基础条件上为在孵企业提供物业服务、公共服务、专业技术服务和其他孵化服务。近年来，随着新一代信息技术的发展使得虚拟孵化成为可能，所谓虚拟孵化是指不提供物理空间和办公场所，不以收取场地创新租金为商业模式，由专业的管理和服务团队将智力、技术、金融、产业等创新创业的要素资源整合起来搭建全方位的线上服务平台为科技企业提供发展所需的支持及服务，目前可以实现的虚拟孵化模式是在现有物理孵化器的基础上建立一个虚拟孵化服务平台，并以这个平台为依托向孵化器以外的企业，尤其是异地较远距离的孵化器提供远程孵化服务，比如有的企业想要享受某个孵化器提供的服务和优惠政策，但是由于种种原因，不能入驻这个孵化器，那就可以利用虚拟孵化平台来解决问题。

科技企业孵化器的创建和发展要着眼于区域产业、植根于区域产业、服务于区域产业，要从服务创新创业向服务区域产业转型升级，要从聚集科技型中小企业向培育战略新型产业源头企业的更高层次去延展，要面向产业发展的需要聚集整合政策、科技、人才、资金市场、上下游配套等产业资源，促进资源高效汇聚，深度挖掘整合利用，向孵化企业聚能，实现资源的增值服务，使科技企业孵化器在调整区域产业结构、创造区域经济新的增长点，促进产业集群发展等方面起到引导辐射和带动的重要作用。

创业动机：创业动机分为主动与被动两种，你是哪种呢？主动创业又叫机会型创业，是创业者因为意识到市场上有机会，从而抓住机遇去创业。主动创业者又分为四种类型，包括商机拉动型，精神主导型、事业驱动型和创新驱动型。

被动创业又叫生存型创业，是创业者因为找不到工作或是没有更好的工作机会，而不得不去创业

什么是产业生态图谱招商？

最近大家都说产业生态图谱招商，那么到底究竟什么是产业生态图谱招商呢？

产业生态图谱招商是在产业链分析的基础上，从补链、强链、延链的角度围绕一个产业的主导产品以及已知配套的原材料、辅料、零部件和包装件等产品的生产企业来开展招商引资的一种方式。换句话说，产业生态图谱招商是从建立产业生态打造产业集群的角度出发，通过寻找和弥补产业链的薄弱环节、缺失环节来确定目标企业，从而有目的性、针对性的进行产业招商。

到底是人才跟着产业走还是产业跟着人才走呢？过去都是人才跟着产业走

什么是产业生态系统?

产业生态体系是在产业领域内各种产业群落之间以及产业环境之间通过物质流、能量流、信息流的了解传导形成共生竞合动态演化的开放和谐的生态经济系统。通俗来讲第一产业生态系统的构成要素是产业群落和产业环境，（产业群落包括高校、科研院所、企业和政府部门；产业环境分为基础环境和支撑环境）基础环境包括经济环境、政策环境、社会环境、资源环境和设施环境，支撑环境包括金融服务机构、科技中介机构、人才服务机构等相关服务机构

第二产业生态构建的关键要素是人才、技术和资本

第三各个产业要素之间的关系的本质是相互依赖，和谐共生。

最后强调一点，区域政府或者产业园区在产业生态系统构建的过程中不能缺位要起到引导、管理、培育和交互的关键职能

如何给你的客户一个可以预期的未来？

那么应该怎样进行客户细分呢？一般分为四个步骤

客户细分的四个步骤：

第一步是按照客户的特征进行细分。客户的需求主要是由他社会和经济背景决定的，因此客户的细分就要对其社会和经济背景所关联的要素进行细分，一是地理，比如居住地、行政区域、区域规模等；二是社会，比如年龄范围、性别、经济收入、工作行业、职位、受教育的程度、宗教信仰、家庭成员等等；三是心理：比如说个性、生活形态等等；四是消费行为：比如职业的情况、购买动机、品牌忠诚度，对产品的态度等相关要素。

第二步是按照客户的价值区间进行区分，比如大客户、重要客户、普通客户、小客户；主要考虑的变量包括了客户的响应力、销售收入、利润贡献、忠诚度以及推荐的成交量等等。

第三步是对客户的共同需求进行细分，根据前两步客户特征细分和客户价值细分选定最有价值的客户细分作为目标客户细分提炼他们的共同需求，以他们客户的共同需求为导向，精确定义企业的产品和业务流程为每个细分的客户市场提供差异化的产品组合，

第四步是对细分的结果进行评估，在完成以上的三步后呢，会得到多个细分的客户群体，但是并不是得到的每个细分都是有效的，所以还要对细分的结果进行评估看看是否符合业务发展的方向，是否容易特征化，基数是否足够大，是否能够针对性的开发出独特的产品

产业地产做产业还是做地产

关于产业地产必须弄清楚一个看似简单却又极其关键的战略性问题，那就是产业地产做产业还是做地业，顾名思义，产业地产可以理解为产业+地产也就是说产业地产包含产业和地产两个层面的内容那么这两个层面孰重孰轻？孰主孰次明确两者之间的关系，非常重要，因为这直接决定了项目的招商进度和市场前景，我们知道每一个产业地产项目都是由三方共同参与的，一是政府方，他负责出让建设用地，同时期望获得产业的发展并带动税收和就业的增长；二是企业方，他出资购买或者租赁房产同时期望获得良好的办公生产环境以及能够让企业良性高效运转的产业配套环境和政商环境；三是开发商，他负责项目的建设和运营同时期望获得房地产租售的收益，那么如果开发商想要让自己的利益最大化就需要让政府以更低的价格出让土地同时让企业以更高的价格购买房产而想要做到这一点，他就必须同时满足政府方和企业方各自的诉求，而政府方和企业方共同的诉求点还主要是依托产业的发展来实现的而产业绝不是通过地产发展起来的他是通过产业的服务运营体系发展起来的所以一个产业地产项目的核心能力还是在于产业运营能力，产业是核，地产是壳，这一点一定要搞清楚。

公共技术服务平台建设的关键点

公共技术服务平台是很多产业园和孵化器的标配，今天咱们就来聊聊公共技术服务平台

公共技术服务平台是在产业集中较高或者具有一定产业优势的区域，由政府、企业、高校、行业组织和产业园、孵化器等多元化的主体进行投入采用市场化机制运作以专业化、开放式的技术服务为特色面向社会开放帮助中小企业解决技术创新中的共性技术问题和关键技术问题，降低企业的研发成本，提升技术创新能力的技术支持平台。

公共技术服务平台有几个关键点需要注意，第一公共技术服务平台不包括一般意义上的技术转移与成果转化服务平台、创业辅导服务平台、知识产权服务平台、投融资服务平台还有人力资源服务平台等。它是通过购置或者租赁专业的仪器设备、软件搭建共享实验室、小试中试技术平台、分析检测技术平台等专业设施并配备专业的技术服务团队为中小企业提供研发设计、试验验证、数据分析检测认证和技术指导等专业服务。第二：公共技术服务平台的建设要具备普适性和市场性，也就是说，这个公共技术平台的服务对象是面向区域内所有特定产业的中小企业而不是少数几个特定的企业，另外平台的运营要具备自我造血功能，也就是说平台的营业收入至少能够维持平台的正常运营和可持续发展。第三：公共技术服务平台的建设要聚焦企业对公性技术的现实需求，也就是在平台建设之前要认真做好市场需求的调研，只有做好了市场调研才能让平台的服务具有更强的针对性和有效性。

另外呢，只有足够多的市场需求才能保障平台的正向营收。

基础服务、增值服务和专项服务

产业园孵化器的企业服务可以分为三大类：基础服务、增值服务和专项服务

基础服务属于标注化的服务产品包括工商法税的代办服务、人员招聘服务、展览展示服务、文化娱乐服务、会务配套服务、商务配套服务、餐饮配套服务、交通配套服务、宽带接入服务等等。

增值服务也属于标准化的服务产品包括政策申报服务、公共技术平台服务、技术转移服务、知识产权服务、媒体宣传服务、融资对接服务、培训服务等等

专项服务是针对企业个性化需求的定制化服务产品包括产业资源的对接服务、融资辅导服务、市场推广和品牌策划服务、财务顾问服务、管理咨询服务等等

细说8个主流的园区招商渠道

到哪去找客户呢？我相信这个问题几乎困扰着每一个招商人员要解决这个问题我们首先要搞清楚谁手里有我们所需要的客户资源，然后建立合作关系就好了这就是我们所说的招商渠道的建设能否建立畅通高效的招商渠道，对于扩大招商流量提高招商效果至关重要那么今天就给大家推荐几个主流且优质的招商渠道

一是政府渠道，每个地方政府都会有自己的产业发展和招商部门，比如发改局、工信局、科技局和招商局，那么这些部门本身就掌握这大量的优质企业资源，招商局更是地方招商引资的主导部门，产业园区作为产业落地的载体可以和这些部门合作借助政府的渠道进行招商。

二是行业协会渠道，我们知道行业协会、商会和产业联盟这些社团组织一般都是企业界汇集的地方是我们应该重点合作的资源渠道，同时呢，行业协会对于市场、资本、商品，技术、人才等信息都有很高的敏感度，我们跟行业协会的合作不仅仅限于招商还可以共同对他们的会员企业开展企业服务通过服务去建立企业粘性树立园区口碑，这对于园区的招商引资能够起到很大的促进作用。

三是房产中介机构，大部分产业园区都在利用房产中介机构进行招商，这些机构也能够为产业园区提供一定的招商资源，但是要注意一点房产中介通常以地产思维为核心的卖点，对产业的了解不够深入，所以产业园区对于房产中介推荐的项目一般都需要作进一步的筛选。

四是专业的招商服务机构，这些市场化的招商服务机构一般都具备比较专业的资源整合能力和专业化的服务能力能够快速整合产业链上下游企业及相关资源将产业链相关企业的合作效应发挥到最大，所以产业园区可采用整体委托或者合作代理的形式开展招商工作。

五是企业咨询服务机构，比如工商法税服务机构、知识产权服务机构和政策申报服务机构等等，这些机构不仅掌握了很多企业资源而且对企业也有较为充分的了解所以园区要加强跟这些机构的合作，不仅在招商方面合作还可以在企业服务方面进行合作。

六是校友会渠道几乎每个高校都有校友会，校友会聚集了一定数量的企业家校友，园区可以跟校友会建立合作关系，发动校友的力量进行招商。

七是行业展会，产业园区的招商人员应该定期参加行业会议、论坛、展会等专业的会议，在这样的场合能够更容易的接触到企业的负责人，跟他建立关系定期回访，当然也可以直接跟组委会合作获取参会企业的名录和联系方式。

八是某个行业的专家和学者，园区可以聘任一些高校、科研院所和投资机构里的行业专家和学者招商顾问，利用他们的人脉资源和项目资源进行招商，同时还可以获得这些专家在企业服务方面的指导。

优秀的招商人员

在人海茫茫的城市里有一群人他们在陌生的街道里奔波、寻觅，用自己在的双脚丈量城市的每一寸土地不管是烈日炎炎还是寒风凛冽他们永不疲惫的往返在拜访客户的路上，这群人有个共同的名字叫招商人员，千万不要小看任何一个招商人员，招商人员只是他的一个工作身份而已，实际上他有可能是情报专家、社交专家、政策专家，还有可能是行业专家和谈判专家，而且还是可以在多种角色中自由切换的多面手专家。

招商人员首先是一个情报专家，信息收集和信息分析能力是招商人员的基本能力他们每天都要想方设法去寻找新的招商线索，他们在互联网上疯狂的搜索利用各种网站和平台的公开信息查找跟招商有关的蛛丝马迹，他们游走于各种行业展会和产业论坛希望通过拓展更多的人脉资源来获取独家的项目信息，他们还要对海量的项目信息进行筛选从中找到有用的信息继续跟进，

招商人员也是社交专家，他们言语谈吐专业，心理素质过硬、临场反应迅速，即使在不熟悉的地方，也能迅速建立起一张社交网络上至某个片区的企业要搬迁，下至哪个绿灯只有15秒，城市的规划、产业的布局，他们聊起来简直是无所不知、如数家珍教科书式的相见恨晚，那更是招商人员的独门绝技。

招商人员还是政策专家，税收政策、土地政策、产业政策、人才补贴等各种优惠政策，他们不仅能设身处地，替客户考虑得面面俱到而且还要点头哈腰的去协调各个部门，把政策落实到位，招商人员都是行业专家，他们把产业链条、产业配套，供应链体系和市场机遇等各种问题都分析地头头是道，有理有据，用他们的话来讲，这叫跟企业家同频，只有跟企业家用同一种语言体系去对话，才能够获得企业家的认同和信任。

招商人员一定是谈判专家，招商谈判技能是招商人员的一项必备技能，怎样才能让一项摇摆的客户成交，怎样才能让意向明确的客户马上成交，这都需要他们在谈判之前做足功课、考虑细节，敲定谈判策略，分析谈判筹码，规划谈判路径，在谈判过程中，他们还要随时保持例行、展现专业性，随机应变，避免谈判进入僵局。

总而言之，招商工作是一项艰苦而又充满挑战性的工作，招商人员必须时刻保持压力感、紧迫感，不断提升自己的知识储备，加强自身的能力建设，保持永不言败的精神，只有这样，才能把自己从一个招商小白变成百变达人。

产业园区的广告怎么打

产业园区要不要打广告，这个问题让很多招商人员感到困扰，在实际工作中，我们往往可以看到两种截然不同的处理方式，有的园区非常低调基本看不到任何广告甚至想在网上搜他的基本信息资料都很困难而另外一些园区呢而又完全不同报纸、网站、公交、电视、户外、道旗铺天盖地满城皆知，老百姓那是无人不知无人不晓，那么那种方式对呢？那种方式好呢，说实话我们没有办法进行简单的对或错的评判，但是我们可以明确一点，那就是产业园区的招商紧靠广告来吸引客户是不行的因为产业园区跟住宅地产那种以坐销为主的方式不一样，只要保证了客户的上门流量剩下的仅靠着销售员的一张嘴，好好坏坏总能搞定，而产业园区的招商要搞定的是一个企业的投资决策，“广告+嘴”的坐销方式，显然是行不通的，即便是铺天盖地的硬广告，也很难挠到企业决策人的痒痒，那么产业园区的广告应该怎么做呢？

我觉得有两方面一定要注意：首先是，广告的针对性一定要强也就是要做到精准投放，切记住宅地产那种撒大网式的混个脸熟的广告方式，产业园区的广告要注意以下几点啊：第一广告的目标人群要明确也就是要针对企业的投资决策人或者是具体执行人来进行广告的设计和投放。

第二是根据目标人群的信息获取途径来有针对性的设计广告的发布渠道，第三是根据目标人群的关注点有针对性的进行广告内容的设计比如园区的运营理念，园区对于产业聚集的思考，园区可以提供哪些服务等等，这些关系到企业入驻后的有关生产、发展的相关问题，另外呢要注意一方面呢，就是广告的形式尽量采用软植入而非硬广告。我们的目标客群就是那些企业家，他们本身都是很牛的营销专家，对于广告的免疫力是超强的，那些消费者的非理性行为，在他们这里几乎是不存在的，那么如何吸引企业家的眼球并让他对项目产生兴趣呢，这就需要采用一些软植入的广告形式，通常的方式呢是组织活动，比如某某产业论坛、某某产业发展峰会、某某研讨会、或者是企业家沙龙、热点政策解读讲座等等。这些活动呢一般都会邀请政府官员、专家、学者、还有龙头企业的企业家等相关人员参与到活动当中就大家普遍关心的某个问题、某项政策、某个观点等话题进行解读分析评论甚至是辩论与企业家产生共鸣，想之所想，忧其所忧，在展现专业度的同时，顺便将园区的解决方案展示出来，只有这样，才能让企业家对你的园区产生兴趣，进而有了深入了解的想法。所以我们说优秀的产业园区广告是润物细无声精准+专业才是产业园区招商广告的核心。

龙头企业领办或合办专业化孵化器是目前专业化孵化器建设的主要模式之一，龙头企业参与建设专业孵化器，具有得天独厚的优势。首先，龙头企业具备品牌优势和产业链优势对初创企业具有很强的吸引力，因此招商或者引进项目就相对比较容易而且由于备选项目多，就能够对项目进行择优筛选。第二，龙头企业的产业资源成熟，产业配套完善，能为初创企业和团队提供技术、生产和供应链等关键资源的帮助，真正解决企业生产经营过程中的核心痛点问题。第三，龙头企业具备明确的创新需求，可以指导初创企业的项目发展方向等到项目成熟后，还可以纳入龙头企业自身的产业链或者是产品线。第四，龙头企业具有较强的品牌效应，能够帮助初创企业获取更多的外部资源，并帮助初创企业打开市场。综上所述，龙头企业参与孵化器建设可以让产业资源在创业孵化的体系中更为顺畅地流通。从而实现大中小企业融通发展的新模式，而推动龙头企业参与孵化器建设需要政府主管部门、龙头企业、孵化载体以及行业智库等多方力量的共同参与。

中国产业园区“1.0”到“4.0”演变

中国的产业园区从深圳蛇口工业区诞生开始到各地开发区、高新区，如雨后春笋般涌现再到孵化器建设如火如荼再到产业新城，产城一体的产业地产发展新模式先后经历了从1.0到4.0的演变第一代产业园区是典型的劳动密集型园区是中国早起改革开放的产物，基本是上都是政府主导建设主要分布在沿海开放城市，园区的建筑基本上都是单一的工业产房，几乎没有什么配套设施，产业起点低，以“三来一补”的形式承接中国香港、中国台湾、日本和韩国的外来加工业务，在这些园区里，曾经涌现出大量的“打工仔”、“外来妹”成为那个是到的典型印记。第二代产业园区是在“科技是第一生产力”，这一理念的感召下产生的科技创新性园区，这一代园区开始重视技术消化、技术革新，不在停留在技术含量较低的加工生产层面，在这个时代，各地高新区、科技园的建设如火如荼，一些科技创业服务中心和大学科技园等多种形式的孵化器也悄然诞生，国家和地方均出台了一系列科技产业扶植政策，同时加大对科技成果转化工作的支持力度，有意识的解决产学研合作和高新技术产业化问题，与阿奴前建筑已经不只是火柴盒式的简单产房，建筑外延与内部装潢日趋讲究，满足科技研发、中介咨询、服务贸易等各类企业的多元需求，园区也开始注重配套设施的建设、餐饮、酒店、公寓等，商业业态在园区逐渐落地。随着中国经济从粗放式发展步入集约式发展阶段，产业结构调整、产业升级换代，成为时代的主旋律。

第三代产业聚集型园区也应运而生，很多园区开始有意识的打造产业链力争形成产业聚集效应，园区的主导产业更多偏向高技术含量、高附加值、高产业带动性的战略新兴产业，同时，很多园区的运营主体也认识到公共服务平台的重要作用。它不仅仅是入驻企业赖以成长的基础平台也是园区运营实力的集中象征，各个园区大力加强公共服务平台建设，力求为企业提供技术、市场、管理、金融等专业领域的系统化服务。第四代产业园区是产业生态型园区，这一代园区除了具有明确的产业定位和产业链条外，更加注重产业生态和跨界要素的链接，园区内聚集企业发展需要的资本、政府、科研机构等各类生态要素，形成一个各主体深度链接，相生互动的平台生态网络。在园区建设运营中实施规划、建设、招商、运营的一体化操盘，有意识、有计划地建设园区发达的社会网络组织和发达的专业化服务分工机制，通过产业关联打造一个类似生物有机体的产业群落和产业生态链

截止2021年底，全省共有298家孵化器，668家众创空间，其中国家级孵化器44家（含3家国家大学科技园），省级孵化器140家，省级以上孵化器184家；专业孵化器49家，综合孵化器249家。国家备案众创空间106家，省级备案众创空间199家。

目前中国的中小企业正在从加工制造型企业向科技创新型企业转型升级，而科技创新型企业的典型特征就是拥有自主知识产权，不管是科技型中小企业还是高新技术企业都要求企业要拥有自主知识产权，所以知识产权的培育工作是我们服务企业的重要抓手对于那些具备自主研发能力的企业，我们积极对接知识产权的服务机构协助企业开展知识产权的规划和申报工作，对于研发能力较弱的企业，我们主要是跟高校和科研院所合作。一方面是收集高校、科研院所的科技成果和专利技术对接给企业促进科技成果的转移、转化，另一方面是组织技术专家协助企业开展技术创新，实现企业从加工制造型向科技创新型转变。

产业链招商是当前最重要也是最有效的招商方法之一，而产业链招商的关键点是做好一图一表。一图是指产业链全景图，一表指的是目标企业清单，比如威海高新区为了引进占有全球打印机市场份额40%的头部企业惠普公司生生就把一台惠普激光打印机拆解成了八千多个零件，不是大卸八块是大卸八千块，然后一个零件一个零件的去查找相关的配套生产企业，从而绘制了一张非常详细的产业链全景图，让招商人员对产业链上中下游的相关材料供应商，零部件供应商和服务配套商，有了一个清晰的认知，然后根据这个全景图又筛选出30多家核心配套企业，形成了目标企业清单先后170多次走访这些核心配套企业去招商引资，最终在威海高新区集聚了120多家供应商企业覆盖了打印机所有核心单元形成

1991年6月河北省的第一家科技企业孵化器诞生了叫做石家庄高新技术创业服务中心，从此河北省的科技企业孵化事业开始逐渐蓬勃发展起来到今天已经整整走过了31个年头，截止目前全省的科技企业孵化器和众创空间数量达到966家，其中科技企业孵化器是298家，总数位列全国第5名，众创空间是668家，总数位列全国第4名，在这些孵化载体中入驻的科技企业和创业团队一共有2万6千多家，这些企业拥有的有效知识产权有2万8千5百件，年产值达到了246亿元，并且提供了18万个就业岗位。2021年全省孵化载体共聘请专兼职创业导师13600人，签约专业服务机构2160个举办各类创新创业活动1万3千场，有142个孵化器通过多种途径建立了孵化基金，基金总额接近15亿元，有1200个在孵企业和创业团队获得了投融资支持，融资总额达到9亿8千万元，30年来全省创业孵化载体在聚集人才、技术、资金等创新要素促进研发、投资和产业培育等方面进行了大胆的探索和实践成为培育新业态，释放新动能的重要动力源泉。

现在有很多地方政府通过自建或者租赁生产经营用房来建设孵化器并委托给第三方机构运营，那么怎么才能够运营好政府主导的孵化器呢，我们首先要从政府设立孵化器的初衷说起，政府为什么要设立孵化器？说白了就是为了挣面子、拿牌子、带招商、增税收、造氛围，首先说挣面子，根据我们的统计，政府最喜欢的是引进一线城市的大品牌孵化器作为运营团队而且越是345线城市的政府，对于这种大品牌的执念就越是强烈，因为这些大品牌写进工作报告，感觉是倍儿有面子，正所谓你给我面子我就给你票子，再说拿牌子，运营政府主导的孵化器一定要拿到各种牌子包括但不限于科技口的市级省级国家级孵化器，工信口的小型微型企业，创业创新示范基地以及发改口的双创示范基地等等，牌子拿的越多也就意味着地方政府在面对上级考核时加分项就越多。三是带招商，现在各个地方政府都特别重视招商工作，孵化器更是区域招商的桥头堡。所以，要想运营好政府主导的孵化器招商，尤其是外地企业的招商一定是重中之重，四是增税收，政府建设孵化器的主要目的是什么，是培育企业，那培育企业的最终目的又是什么呢，是涵养税源，所以说税收才是设立孵化器的终极目标，那么我们在招募入驻企业的时候，除了要招那些初创的小微型企业还要招引一批能够带动税收的大中型企业，否则政府又给你免费的场地，又给你运营补贴，他图什么呢。五是营造氛围，一个孵化器经常性的组织开展各种行业论坛、投融资路演、科技成果对接、产学研合作峰会等等高规格的双创活动，一定是地方政府非常喜闻乐见的，因为你带动了当地的创新创业的氛围，营造了良好的创新创业环境，那么政府也会在这方面给予你一定的支持和奖励

我们首先要从政府设立孵化器的初衷说起，政府为什么要设立孵化器，说白了就是为了挣面子、拿牌子、带招商、增税收、造氛围。

一是挣面子。根据我们的统计，政府最喜欢的是引进一线城市的大品牌孵化器，作为运营团队而且越是345线城市的政府对于这种大品牌的执念就越是强烈，因为这些大品牌写进工作报告，感觉是倍儿有面子，正所谓你给我面子我就给你票子。

二是拿牌子。运营政府主导的孵化器一定要拿到各种牌子，包括但不限于科技口的市级省级国家级孵化器、工信口的小型微型企业、创业创新示范基地以及发改口的双创示范基地等等。

三是带招商。现在各个地方政府都特别重视招商工作，孵化器更是区域招商的桥头堡。所以，要想运营好政府主导的孵化器——招商，尤其是外地企业的招商一定是重中之重。

四是增税收。政府建设孵化器的主要目的是培育企业，培育企业的最终目的是涵养税源，所以税收才是设立孵化器的终极目标。那么我们在招募入驻企业的时候，除了要招那些初创的小微型企业还要引进一批能够带动税收的大中型企业。

五是营造氛围。一个孵化器经常性的组织开展各种行业论坛、投融资路演、科技成果对接、产学研合作峰会等高规格的双创活动，一定是地方政府非常喜闻乐见的。因为你带动了当地的创新创业的氛围，营造了良好的创新创业环境，那么政府也会在这方面给予你一定的支持和奖励。