

盘点 80 后身家过亿的创业者

80 后涌现出了一批成功的创业先锋、青年企业家。他们有怎样的创业故事，他们成功的秘籍是什么，我们将为您讲述。



李想



舒义



茅侃侃



戴志康



高燃

■李想:1981 年出生,石家庄人,2000 年创业,泡泡网首席执行官。在发布的“中国 40 位 40 岁以下商界精英”榜单中,排在第 27 位的李想是排名最靠前的 80 后企业家。

1999 年,18 岁的石家庄高三学生李想决定放弃高考去创业,老师连劝都没劝就同意了,因为“差生”李想的退出,有利于提高学校升学率。6 年后的 2005 年,当李想的高中同学们刚刚大学毕业,李想创立的泡泡网年营收已达 2000 万元,利润 50%,按通行的市场收购标准,即以 20 倍的市场市盈率来计算,占公司绝对股份的李想,身家已过亿。

“创业最好的方式还是要选择属于自己的、自己喜欢的那份事业。”李想说。他的亲身经历忠实无误地执行了这句话。

汽车是李想于电脑之外的另一爱好。于是,他将第二次创业锁定在了汽车上。2005 年,李想从 IT 产品向汽车业扩张,创建汽车之家网站。汽车之家现已成为全国访问量最大的汽车网站,截至 2011 年 2 月,每天的独立用户访问量超过 500 万,每天页面访问量超过 1 亿。

■舒义:2006 年夏天,22 岁的四川大学生舒义上了报纸,报上的他是一个另类的 80 后少年:虽然他是在读大学生,但已经一年没上课,因为他同时在三家 IT 公司担任重要职务。报章的字里行间是一个意气风发的少年和他身后为之发愁的母亲。

5 年后,舒义的名字再度见报,这一次是出现在“中国 40 位 40 岁以下商界精英”榜单上,作为力美互动广告有限公司总经理的舒义排在最末一位,生于 1984 年的他,也是榜单中最年轻的一位。这次见报,舒义的母亲应该不再有 5 年前的担忧。

2008 年,舒义创办的力美互动广告有限公司走上轨道,他去武汉建立分公司,生平第一次坐上飞机。2009 年,舒义果断进军大 Wap 站,只花了一年就做到无线广告业绩第一,力美公司完成了北京和广州的布局 and 资本运营,而舒义投资的几家公司发展也不错,股权升值平均 10 倍以上,作为舒义个人,身家已经上亿。

■茅侃侃:2011 年 3 月 11 日,茅侃侃成为一则微博爱情故事的主角。凌晨 3 点多,他在微博宣布与女友分手,并叹息对方是“惟一一个会给我买衣服的女孩”。

不单单是感情,目前只有初中文凭的“财富新贵”茅侃侃看上去什么都喜欢往微博上晒。在“中国 40 位 40 岁以下的商界精英”榜单上,“玩主”茅侃侃位居第 28 位。“通过玩,我一直在磨合,直到找到了属于我的发展方向。”茅侃侃说,“我是以娱乐的心态在做着泛娱乐的事情。”

2006 年,茅侃侃出任时代美兆数字科技有限公司首席架构师兼首席运营官,他将 Majoy 游戏定位为真人版的大富翁游戏。此后的 5 年间,茅侃侃由 IT 打工者变成了“80 后财富新贵”。

茅侃侃的新身份是中澳凯尔健康创始合伙人,COO。他在微博中说自己“以前做技术,现在做健康管理和医疗”。

■戴志康:戴志康是康盛创想年轻的 CEO。2005 年 12 月,康盛创想实施社区软件开源免费策略,宣布从软件销售模式向服务模式转型,从而成为中国互联网社区软件领域第一家宣传免费及开源的企业。

经过七年的发展,康盛创想已成为中国规模最大的社区平台和服务提供商。截至 2009 年 9 月,康盛创想的社区平台已覆盖了超过 56 万个独立网站,Discuz! 等产品已成为中国互联网社区网站的应用标准,引领着中国互联网的社区化、社交化潮流。

■高燃:2005 年 2 月,高燃遇

到了当年的清华同学邓迪,两个人合并了公司,创立 MySee.com;12 个月融进了 1000 万美元的风险投资。可以预见,高燃将是最成功的 80 后之一,他的 P2P 商业模式,被认为将来市盈率可能超过 Google 公司,公司的 P2P 流媒体技术在国内乃至国际都居于领先地位。

■欧阳学君:一位极富传奇色彩的 80 后年青小伙,在市场经济的起伏浪潮中,凭着冒险的精神和成就民族品牌的理想追求,启动美迪特十年的蓝海战略(2 年+3 年+5 年),以敏锐的战略触觉,未通过任何融资快速打造出其商业帝国——美迪特集团

经过四年多的发展,已经形成了与发展需求相匹配的产业链,所涉及领域包括电子行业、五金行业、高新科研行业,所经营业务类型包括消费类、安防类、教育类等,致力于数字家庭多媒体中心、多媒体电子教育平台、数码电子消费类产品的研发、生产和销售。销售市场分布于欧美、东南亚等 35 个国家近 1200 多家客户,客户包括 HP、SIEMENS、Sony Ericsson、HITACHI、TOSHIBA、BestBuy 等国际 500 强企业,58%的产品通过直接或间接的渠道进入沃尔玛、家乐福等国际知名零售商场。

■陈曦:14 岁考入大学的天才少年,上海东方卫视《创智赢家》节目里面的最年轻选手。为了创业三进三出大学,发誓要让“前浪死在沙滩上”。

2004 年,陈曦和两名从英国伯明翰回来的 MBA 投资 100 万人民币在上海联合创立畅网科技。创办公司的过程中,陈曦号称“见过了中国所有的 VC”。而这次他们选择的一个项目是手机网络游戏,通过类似于 WAP 的技术让任意两个手机用户可以进行互动游戏。年轻的陈曦每天都要工作 16~18 个小时,他最近的目标就是年底之前完成行业并购。

■龚浩:上海京城高新技术开发有限公司(华师京城)总经理。2000 年大学二年级开学不久,即退学创业,这一点上很像微软的创始人比尔盖茨。从 50 万元起家,不断通过产品和营销模式的创新,使自己经营的产品成为行业内的领先品牌,一次次使企业完成跨越式发展。

■达贝妮:28 岁,Pcpie 视频搜索引擎 CEO,拥有技术、传媒及管理整合背景,多次获得全国物理及数学大赛前三名,以工科优异成绩考入上海交通大学,获传媒和法律双学位,后于中国政法大学攻读法学硕士,目前为网络经济方向博士在读。

在加入 Pcpie 前,曾独立发行并运作国内第一本消费娱乐 DM 杂志。2005 年年底,投资并组建了 Pcpie 视频搜索引擎,担任 CEO。

■张嘉蓉:29 岁,担任上海东方魅力集团的总裁。该集团是由众多大牌港星投资和入股的集团公司,涉及餐饮、娱乐、服装和传媒。张嘉蓉就在这个公司里做着 29 岁的副老板,忙碌并且快乐。

■曾继桂:兴国热线总经理曾继桂是江西赣州市兴国县人,其所经营的网站除兴国热线之外,还有更为人们所熟知的中国第一钢琴门户网站、乐器行业唯一入围全球 500 强中文网站——星夜钢琴网。

2003 年,他帮助一位做琴行的朋友联系星夜钢琴网,并最终促成了该朋友在星夜投放广告的一次合作,因此也结识了星夜钢琴网的创始人陈楠。

2005 年陈楠主动提出希望曾继桂可以加盟共同经营星夜钢琴网。2006 年,曾继桂正式加盟星夜钢琴网并担任总经理职务,成为网站专职的运营管理者之一。

(摘自《中国青年网》)



欧阳学君



陈曦



龚浩



达贝妮



张嘉蓉



曾继桂



社交网络：敢问盈利在何方？

微博会进入收费时代吗？对企业来说，未来将能通过社交网络使用哪些增值服务？移动广告市场何时才能真正“造血”？

微博进入收费时代？

一顶小皇冠正在赋予一些新浪微博用户以新的身份：“微博会员”。6 月 18 日,新浪微博开始尝试收费会员制,加在微博 ID 后面的这顶小皇冠就是付费会员的身份标志。按照新浪的说法,每月支付 10 元,就可以获得包括“无上限添加关注”等特权功能。

按照一项有 6548 人参与投票的调查显示,其中有 2.5%愿意花钱成为新浪微博会员。以此计算,新浪微博公布的注册用户为 3.24 亿,付费会员将达到 810 万人,这将为新浪每月带来超过 8000 万元的收入。单凭此一项,新浪就可以大幅度缩减亏损程度。

“微博控”们关心的,则是另一个问题:微博是否将进入收费时代?

竞争对手们暂时并不打算跟进,而是将目光聚焦在用户体验上。继搜狐公司产品副总裁方刚高调地表示“搜狐微博永不收费”后,一周来,搜狐微博连续推出了“创意模板每周推新”、“微博换行功能”、“动态头像免费”等多项全新功能,与竞争对手的会员服务功能争夺用户。

截至 3 月注册用户超过 4.24 亿的腾讯微博,则将更多精力投入移动端,发布了苹果和安卓系统的两大手机客户端新版。在新版中,腾讯推出了被称为“吹一吹”的新奇功能,只需要轻轻对着话筒吹一吹,用户可以随机看到世界各地的资讯,以图片图谱流的形式展现出来。

此外,和微信结合,腾讯微博还拥有语言等私信功能,语音短消息和图片私信功能,随时随地对着手机讲几句,就能直接评论朋友们的微博信息。

“新浪微博做增值服务没有问题,但现在给微博会员提供的服务来看,在会员的服务项目和用户的需求对接上有所偏差。”市场研究机构易观国际分析师董旭如此表示,微平台们想要赚钱,并非只有向用户要钱一条路,比较成熟的模式是借助用户积累开发增值服务。比如通过社交网站推出游戏,然后通过游戏付费分成盈利;或者利用用户的差异化心态推出个性化服务,收取用户维护虚拟形象的费用。

企业服务多元化

中国万网、新浪微博、中国互联网络信息中心三方日前宣布,联合推出针对中小企业的微

博应用“万网微站”。

据介绍,作为“微站”用户的中小企业,可以将微博的图片、文字自动生成网站,而微站内容与微博始终保持同步,并支持多种终端的移动访问。相比传统网站,“微站”不用专门维护、不用自备主机,建站成本仅为 88 元每年的管理费。

市场研究机构正望咨询总裁兼首席分析师吕伯望认为,如何让微博有收益是新浪必须考虑的问题,和万网合作,新浪微博可以从中分得利润。据万网提供的数据,其代理的 40 万家中小企业客户中,80%使用微博进行营销。

和开挖个人用户的潜在价值相比,企业用户显然是社交网络们商业化的更佳尝试方向。在新浪,目前已有超过 13 万家的企业开通新浪企业微博,除了中小企业,还有世界 500 强 29%和中国 500 强 41%的大企业。

移动互联网新“钱途”

“我们将经历一场重大变革,这一变革就是发展移动互联网业务。尽管目前人人公司移动广告利润不如在线广告那么可观,但我们将通过吸引新用户,和寻找移动业务新的利润渠道来缓和这一情况,比如游戏和社交商务。”陈一舟今年第一次出现在戛纳广告节的舞台上,和渴望了解中国新媒体的广告主们展开对话。移动互联网成为他眼中社交网络未来掘金的一大方向。

支持陈一舟作出这样判断的,是我国智能手机市场的飞速发展。根据市场研究机构艾瑞咨询的统计,2011 年中国智能手机用户数为 2.23 亿,保守估计 2012 年中国智能手机的保有量会超过 3.36 亿。

脸谱网站去年 31 亿美元的广告收入,这正是其中重要的来源之一。数据显示,脸谱移动版广告点击率是全部脸谱桌面广告的 13.7 倍,每千次展示费用也为全部脸谱桌面广告的 11.2 倍。

但实际上,我国移动互联网网民目前对广告主习惯投放的“活动类”广告点击率并不高,市场研究机构艾瑞表示,这还需要广告主在策划时,考虑到用户的使用习惯,同时采用更加具有创意和新颖的广告形式,以提高用户的参与兴趣。

(摘自《第一财经网》)