



蔬菜的另类网上革命

尽管成立的时间不过一年，但找上门来的风投已有不下四五十家。吕基富的态度是，“不着急”，他是广州田鲜蔬菜革命网的创始人。

同样是上线一年，北京小伙赵翼的有机茶网站乡土乡亲，也被风投青睐，获得了知名天使投资人何伯权的天使投资。

风投对新农业的持续关注，似乎正印证着投资大鳄罗杰斯近期在中国的论坛对农业毫不吝惜的溢美之词，“假如我现在 20 岁，肯定放弃金融，去学习农业，因为在未来几十年中，农业酝酿着宏大的机遇。”

- ◎创业者:吕基富
- ◎创业地点:广州
- ◎创业时间:2011 年 8 月
- ◎商业模式:直供供港或出口蔬菜,在福建、宁夏等设置蔬菜种植基地,运送广州仓库,线上线下销售

广州餐桌上的蔬菜，可以来自千里之外的山沟沟，比如香格里拉、云南以及宁夏。但是，街边菜场举手便可得的蔬菜，从地里到餐桌还要“走”那么远，有必要吗？吕基富的回答很肯定，有必要！他说，正如他创办的田鲜蔬菜革命网，就是要革蔬菜的命。

这家口气不小的新公司，虽成立不久，却已吸引了四五十家风投前来登门接触。那么，它究竟怎样革蔬菜的命？

花椰菜来自香格里拉，油菜来自宁夏，三红胡萝卜的“家乡”是福建……当然，它们的价格也比市面普通的蔬菜贵。在吕基富看来，田鲜走的就是高端路线，将直接供港或出口的蔬菜，直接摆到中产阶级的菜篮里。

抛弃常见的“公司+农户”模式，田鲜是与大型生产基地合作。在西南、西北以及东北的偏远地区，设置了 65 个生产基地，这些基地是传统的蔬菜出口基地，对地理位置、气候、土壤、水源等把控严格。

与生产基地的合作，田鲜已处于从最初的拿货采购向现在的 OEM 过渡。“比如生产基地有 1000 亩地，我们要 100 亩，土地、工人都是对方的，但质量标准、技术人员、流程管控都是我们的，种子、肥料也是自己选择。”吕基富说，OEM 的比重会逐步加大，目

的是自主掌控质量。

轻资产的思路在田鲜下游链条上也得到了延续。

由于成立时间不长，目前田鲜的客户主打广州区域。因此，种植基地的蔬菜主要是通过冷链运送到广州的冷冻库进行包装加工。在吕基富的计划中，一旦广州市场运营成熟，田鲜会在深圳、上海、京津等沿海 10 个城市扩张，与当地企业以 OEM 形式设置仓储基地，“到最后，田鲜就是品牌运营商，其他环节交给第三方，自己管控质量、技术指导、仓库等。”从仓库到市场终端用户，田鲜的渠道主要有三个。

第一个是 B2C 平台，吕基富坦承，“用户对生鲜的网购意识仍需培养”；第二个是门店，目前田鲜在广州市区有 16 家门店，主要布局在高端楼盘生活区；最后一个企业客户，包括礼品、员工福利，以及供货给幼儿园、高管饭堂、高端超市等等。

“现在门店和企业客户的礼品市场，是田鲜主要的销售业绩点。”吕基富调侃说，刚过去的国庆长假里，他和高管们都充当起了送货的“搬运工”。

不过，田鲜也遭遇了成长的烦恼。

比如，从分散的种植基地到终端用户，其间远距离的冷链运输、蔬菜生命周期固有的损耗、面向客户的冷链配送以及冷库、驻生产基地技术人员等高昂的成本都是挑战。对此，吕基富的想法是，规模扩张是出路，“量增大了，自然损耗的比例自然降低，种子、肥料等种植成本也会降低，其他成本总的来说也会相应摊薄。”

其实，最让吕基富担忧的并不是成本，而是用户的信任度。

“你说香格里拉运过来的蔬菜，那么远运过来还绿绿的，谁信你啊？”他说，田鲜的广告策略很简单，就是试吃，16 家门店的定位是体验店，而对于企业客户也一样，“做个套餐、沙拉、榨汁拿上去试吃，国庆那段时间跟企业谈礼品配送就是这样敲定的。”

虽然还是一家新公司，但吕基富透露，“要改变人们认为菜市场水滴滴的蔬菜才新鲜的这种观念，很难，我们还是成长型企业，需要坚持。”

（摘自《南方都市报》）

张根福：做实业，我有一颗“义乌心”

张根福，义乌市政协委员。浙江华帅印染有限公司、义乌市国发市场开发有限公司、义乌市南北小商品进出口有限公司董事长。现任浙商全国市场联合会常务副会长、浙江市场协会常务理事、义乌市纺织行业协会常务副会长。

初涉商海起步顺利

和一些义乌商人从挑货担、摆地摊起家有所不同，我的事业可以用顺风顺水来形容。

1981 年，改革开放伊始，这一年，我 14 周岁。就在同龄人还在上学时，我已顶职初涉商海，成了上溪镇供销社里年龄最小的一名营业员。走在村里，别人总会羡慕地说，“你看，还是根福最有出息”。

工作后的第一个月，我领到工资，一数，25 元，正好是做施工员的好友小楼月工资的 5 倍。毫无疑问，我当时的工作是令人羡慕的“铁饭碗”。

从上世纪 80 年代开始，供销社开始尝试多种经营，副食品、针棉制品、日用百货、五金电器等都可以经营了，供销社还办起了纺织厂，生产当时十

分流行的华达呢面料和丝绸被面。作为供销社纺织厂“主外”的经理，我就开始在外闯荡，要把原料买进来，还要把产品卖出去。

南至海南、北到哈尔滨、西至乌鲁木齐，我走遍了全国各地。那时候，每年 365 天，我将近 260 天都奔波在大江南北。

走南闯北积累经验

奔走，这一个看起来辛苦的字眼，对那时候的我来说根本不算什么。因为心中有份信念：要让供销社赚到钱，要把义乌人不怕苦的精神带出去。

毫无疑问，义乌商人把生意做大，少不了朋友的帮助。1987 年，我前往重庆、四川销货。在火车上，我认识了一位台州椒江人，由于是半个老乡，一路我们俩就聊到了重庆。从生意到商道，从理想到人生，我们可以说是无话不谈。在火车站我们分别后，互留了联系方式，但没想到后来还能再遇见他。

在四川内江，我找到了一笔生意，内江百货大楼一下订购了 5000 条被面。当我满心欢喜地签完合同后，突然发现原本放在柜台上的提包不见

了——里面不仅有换洗的衣物，还有 1000 多元现金，以及一张义乌市政府开具的乘飞机的介绍信——原本想着签下单子就试试第一次坐飞机的感觉。这时候，手里凭空拿着一张订货单，却没有回家的路费，内心的煎熬可想而知。

我想到了那位身在重庆的椒江老乡。让人没想到的是，他二话没说，就给我送来 500 块钱。

商贸不断蜕变中腾飞

1992 年，新政策出台，供销社员工可承包一个部门，自负盈亏。我认为这是一个机遇，于是在篁园路上创办了一家缝纫设备店，成为知名品牌蝴蝶牌、标准牌、飞人牌等缝纫设备的总代理商——从此，我迈出了创业的第一步。

如果说，以前背靠供销社创业，有时可以坐等生意上门，是“坐商”，那么这时，我完完全全是一名“行商”了。

靠着供销社多年工作积累的经验和人脉，1994 年，我又在稠州路上创办了电器商行，主营音响、VCD 等产品批发——当时的义乌，已建造成规

模的第二代市场，这让义乌一跃成为国内知名的商品集散地——不仅是小商品、电器、手表、缝纫机等“大件”商品也在义乌中转。这家名为“同声”的家电批发商行，生意好得出奇，也让我赚到了人生的“第一桶金”。

1998 年，我在义乌经济开发区创办了浙江华帅印染有限公司。优良的设备和先进的生产工艺，为产品质量提供了保证；汇聚了一批具有专业水平的染整工程师和高级管理人才为技术创新提供了条件。公司经营和染整的产品共计 50 余个品种，成为义乌同行业的领军者之一。

进入 21 世纪后，我还尝试多种经营。就如同把鸡蛋放到多个篮子里一样，多种经营能有效地防范风险。我创办的美巢家居用品有限公司，目前已经开出两家分店，经营规模在我市家具市场名列前茅。

从卖缝纫机设备，到家用电器，再到办印染厂、家具公司，我走上了创业道路。做每个行业，都是兢兢业业，力求做到最好。从进货到加工再到销售，我总会跑在第一线。

（摘自《浙中新报》沈超／文）

硅谷最火的 13 家创业公司

的用途在于帮助朋友们在聚会时更方便地支付。

■Exec：帮助解决初创企业零活儿

■成立时间:2012

■业务:众包任务

特色：与其花大量的钱雇佣一个全新的办公室经理还不如通过 Exec 雇佣一个专业的人。对企业来说，这个人能很快进入角色并完成所有办公室经理需要做的事情。

Exec 是 JustinKan 创立的第三个公司，之前他曾创办过 JustinTV。招聘时需要通过各种求职网站筛选所需的应聘者，当然你还不能保证你招来的人就百分之百地能胜任，那么为何不选择 Exec 为你推荐的专业人员呢？

■Vayable:将改变你的旅行方式

■成立时间:2011

■业务:旅游

特色：目前，要组织一次旅游花费的时间还是太长了。Vayable 的创始人告诉我们，基本上你得花费 30 个小时左右的时间来组织一次旅游，这太浪费时间了。

而 Vayable 能帮你把这准备的过程缩短在 5 分钟内解决。你只需要购买一次经验，就可以了解这次旅游所有需要注意的细节，让你享受一次完美的旅游。

■Stripe:一种新型的企业支付方式

■成立时间:2010

■业务:支付

特色：我们现在的支付方式还大多停留在使用一大堆信用卡、银行卡或者一些新兴支付商们提供的支付方式，而通过 Stripe，只需要你在网上输入几行密码就可以支付。

■Postmates：让快递当天到达成为现实

■成立:2011

■业务:快递

特色：Postmates 接入现存的快递

员网络，在这之前，这些快递员为了提高效率，只能使用 Craigslist 网站。

现在，Postmates 推出一款新的应用“GetItNow”，确保人们一小时之内收到快递。现在有更多的企业也想进入这个“当日到达”的业务，但 Postmates 是少数企业中做得最好的。

■Getaround：刚刚获得一大笔融资

■成立时间:2011

■业务:汽车租赁

特色：或许没人想到过人们会愿意出租自己的汽车，但 Getaround 做到了。目前，Getaround 刚刚完成它第一轮融资，融资金额为 1390 万美元。这个初创企业不仅满足了一个刚需，也在内部搭建硬件。

■Klout:人们仍旧一直在查看他们的 Klout 分数

■成立时间:2008

■业务:在线名气评分

特色：即便人们是爱恨交加，但还是忍不住到 Klout 网站上查看自己的名气排行。而最近，Klout 也刚刚完成了他们网站改版，使网站朝着更专业、更权威的“社会影响力排行”发展。

■Path：让马克扎克伯格担心的应用

■成立时间:2010

■业务:社交网络

特色：如果你为你 Facebook 拥有成千上万的好友而感到头疼，你可以选择 Path。Path 是一款更私人化的应用，帮助你与你更亲密的朋友保持联系。Path 在 iphone 和 android 设备上的 UI 设计非常漂亮，它被认为未来将替代 Facebook 的产品。

■Square:将支付变得更感性

■成立时间:2009

■业务:支付

特色：Square 最近刚刚发布一个新的收费方案，这将让企业在支付过程中不再需要支付每次刷卡的费用，取而代之的是月租。由 twitter 的联合

创始人 JackDorsey 创办的 Square，现在已经逐渐成为一种针对小企业主的支付提供商。

■Kixeye:它的存在证明了 Facebook 上的游戏并没有全部死掉

■成立时间:2007

■业务:社交游戏

特色：Facebook 平台上的游戏的外处境现在是越来越糟糕，Kixeye 却是一个例外。Kixeye 是专注于传统游戏发烧友市场的游戏开发商，尽管在用户数量上，Kixeye 并不像 Zynga 的玩家那么多，但它赚的利润却更多。

■Twitch.TV：数据显示它正在成长为主流趋势

■成立时间:2006

■业务:视频流

Twitch.TV 公司最初叫做 Justin.tv，致力于操作直播视频流的初创公司。之后，该公司决定专注于体育比赛直播视频。

现在，Twitch.TV 的用户正呈现爆发式增长，今年 2 月时已经拥有 1600 万用户，现在它的用户数应该更高。

■Box:下一个企业级公司的超级明星

■成立时间:2006

■业务:云存储

目前，Box 仅融资 1.25 亿美元，然而估值却达到 10 亿美元。Box 也向创业者们证明了，世界上不仅只有 Instagram 这一家案例，你也有机会创建一个价值 10 亿美元的公司。

■Uber:汽车出租服务

■成立时间:2009

■业务:汽车出租

Uber 刚刚发布了新应用，Uberx，将扩大其业务范围。尽管你需要支付比普通出租车更高的费用，但它提供的服务更具有竞争力。

Uber 已经成为旧金山最主要的租车方式，目前，正在向其他城市扩张。

（摘自《创业邦》）

留学产业利润曝光：毛利润超过 50%

国内的留学产业利润很高，如果做得好，毛利润有 50%到 60%。例如做一个澳大利亚留学中介业务，每个学生能收 8000 元的服务费，另外学校还会给 1 万多元的返点佣金。

作为小学毕业礼物，卢静为儿子安排了一次长达 14 天的奢侈美国游，单人 23900 元的团费加上当地费用，这次“亲子”游要 5 万多元，大约相当于她 3 个月的薪水。这是为了让儿子去美国读高中所做的铺垫。卢静代表的是一群越来越庞大的群体，相比以前，留学生在大学毕业后才出国深造的传统，家长们倾向于在低龄时就送孩子出国。

美国国土安全部的统计数据显示，2006 年中国仅有 65 名赴美中学生，2011 年赴美中学生人数增长 100 倍，达到 6725 人。2010 年中国出国留学学生中，高中及以下学历学生占 19.8%，而 2011 年仅高中生出境学习人数就占中国总留学人数的 22.6%。需求背后，一个低龄留学产业正被迅速催熟。

烧钱的美国入学考试

在美国读高中需 35 万~40 万元人民币/年，而读本科只需 25 万~30 万元人民币/年。对许多家长来说，越早送孩子出去意味着要花更多的钱，

但他们仍然觉得非常值得。

上海的高三学生邵琪(化名)从高一开始准备 SAT(Scholastic Assessment Test,学术能力评估测试,即美国的高考)考试,除了学习英语参加托福考试外,她还参加美国高中化学、物理等课程的培训班。SAT 在中国大陆没有考场，内地学生必须飞赴香港参加考试。这已是一笔不小的花费。

中国教育部的统计数据则显示，2009 年高考弃考人数达 84 万，2010 年近 100 万人，其中因出国留学而选择弃考者达 21.1%。2010 年以来，北上广深等大城市中放弃高考选择出国留学的学生以每年 20%左右的速度递增。

想通过 SSAT (Secondary School Admission Test,美国中学入学考试)也不是件轻松的事。卢静已经为刚上初一的儿子报了两个培训班，未来还需要参加更多的培训班。“钱已经流水般地花了出去。”卢静说。

工作室“联盟”渐壮大

在中国日趋低龄化的留学服务中,除了大型留学中介机构之外,小型工作室及其联盟也逐渐壮大,并形成一个特殊的链条。

许薇是国内最早开设留学工作室的一批人之一。工作室只有一两个人，每年服务 100 多个学生。但这样的规



模在同行中已经算不小了。

许薇的工作是辅导这些高中生的 SAT 课程,包括高中物理和化学。而招生的方式主要是靠口碑相传，学生带学生

刘芳艳也经营着一个“留学咨询”的工作室。“一年只要做到 100 个学生，就能赚大概 50 万。”刘芳艳说。

（摘自《新华网》）