

草根创业生存术：摆正心态

草根创业型企业大多没有强大的资金实力,没有清晰的管理模式,想要生存下去,首先要确定自己独特的赢利模式。要注意的是,这里所说的是赢利模式而不是商业模式。必须要赚钱,不赚钱一切都是空谈。很多时候,商场比战场更残酷,战场上你投降了也许可免一死,但是在商场上,不能打贏就只有死路一条。

在考虑初期的赢利模式时,不要想得太高,一定要做到短期之内就能赢利,在没有任何融资的情况下也要能够活得很好,从而保证自己的生存。周鸿祎说要进行颠覆性创新,这是一个好想法,但并不是所有企业都可以做到。大部分中小企业,生存还是主要课题,这时候就要踏踏实实赚钱,保证自己的现金流顺畅,只有生存下去才可能产生创新。

对创业型企业来说,创始团队也很重要,核心团队一定要同心同德、统一思想,大家都要清楚,企业的核心诉求是什么,赢利模式怎样,然后围绕这个模式聚焦产生合力,集中兵力打歼灭战,一步一步实现目标。我见过很多企业,还没有构建好团队就整天去找投资,其实这是不对的,在投资人考察企业的时候,创始团队也是很重要的环。也有一些创业者跟我说,他们没有钱就没法吸引优秀的人才,没有人才就没法构建健康的团队,进而陷入了一个恶性循环。其实这是初期赢利模式不清晰造成的,优秀的人才不会计较一时的得失,能够看到你赢利模式的前景,他们不仅会投入进来,甚至会带一部分资金。

对于草根创业企业来说,融资是一大难关,获得融资可以保证企业一段时间的健康生长,单纯从财务来说,也要宽松得多。但也有部分草根企业面临融资难的问题,尤其一些出身乡野的创业者,他们因为之前的知识积累并不能将企业模式分析得很清晰,也会错过很多融资的好时机,这时就需要创业者自身持续“充电”。一定要培养自己的学习能力,不仅仅在吸引投资时,创业并不是一个单纯的释放能量的过程,也要时刻“充电”,保证自己适应企业的发展。

在融资的时候,草根创业型企业往往并没有一个详细的规划,我也见过不少企业,初期融资没有设计好股权结构,进而在一两轮融资过后,发现已经没有后续融资的能力了。股权结构是一个企业的基因,基因不好,对企业发展影响重大。在投资时,投资方和企业方的信息是不对等的,这就造成了投资机构与创业者对企业估值的矛盾,也会出现创业者自身“贱卖”的情况,这在技术型创业企业中很常见。

总而言之,草根型企业创业,是一个很艰难的过程,需要很多方面从无到有、从小到大的培养,其中,赢利模式、团队培养是核心。

(李默涵)

创业典范 ChangyeDianfan



郑林月官出身于屏东书香门第,毕业于日本相模女子大学家事科,并获得日本文部省师范、中学、高等学校家事科教员免許状,也曾在日本山下料理学院进修。

在女子无才便是德的年代,郑林月官虽然拥有显赫的学历,但回台后依然步上一般女人在家相夫教子之路,成为天天在厨房打转的家庭煮妇,日日备受油烟之苦,最后气管炎和肺炎缠身,

虽说人生 70 才开始,但 80 岁才创业的成功案例,就屈指可数了。蜜雅科技公司董事长郑林月官现年 90 岁,当了一辈子家庭“煮”妇的她,在 80 岁那年成功开发了“蜜雅小烧卖”健康环保电锅系列产品,证明了创新点子就在生活中,而创业也不是年轻人的专利。

80 岁创业演绎传奇 家庭“煮”妇巧打环保创业牌

郑林月官表示,她的创业纯属偶然,缘起有一天子女送了一台三明治调理机给她,因为无油烟让她非常爱用,但三明治调理机的功能单一,她心想这部机器如果可以用来煮饭、煎鱼、烧肉、下水饺,那该有多好。

内心的渴望,让她动念改装三明治调理机,她首先把调理机上的区隔盘拿掉,改装上平底锅,并加装定时开关,以解决烧菜时一定要在旁边等候的麻烦,另外还添加了过滤网和小风扇,把锅内的油烟净化之后,变成干净的空气排出。

这些创意都来自于她的自身之苦,当“创新之作”被儿孙称赞后,她有了好东西要和大家分享的念头,于

是决定自行创业,希望家庭煮妇从此不受烟害,银发族和小朋友也能安心操作,单身的人也不用老是外食。

当她兴致勃勃跟朋友说要创业时,却被大浇冷水,有人说这么老了,怎么还这么“歹命”。有朋友说这个点子太新,市场不会接受,让她一度灰心。

郑林月官说,当时她看到一位罗马诗人写道“只要活着,就要抱持梦想活下去”,以及“有退去怯懦的勇气和除掉安逸的心,就是青春。只要抱着希望燃烧热情,即使高龄也是青春”,这几句话鼓舞了她。

因此她在 80 高龄创立蜜雅科技公司,蜜雅就是她的日文名字。在产品开发、寻找代工和通路时,郑林月

官说她也遭遇很多挫折,但挫折让产品不断精进,现在除了第 3 代的蜜雅小烧卖之外,蜜雅健康随意煲和蜜雅汤锅,也在市场贩售并受到好评。

郑林月官不轻易向环境低头的性格,从她年轻时就可以看得出来。她说二战后,台湾舞厅林立,很多做先生的人下班就泡舞厅,有的还包个舞小姐当二奶,造成很大的社会问题。

为此她找到一本日文社交舞教学书籍,在家自学跳舞,然后成为台南第 1 位陪着先生上舞厅的家庭主妇。当时这项“壮举”,受到舞厅的异样眼光,但她觉得为了家庭圆满“Its OK”!不久之后,很多家庭主妇也效法她,陪着先生出现在华丽的舞池。

郑林月官说,只要是对的事情,一定要勇敢地做下去,就像她的蜜雅健康环保锅系列,省电、无油烟是标准的绿色家电,还可以煮饭、煎鱼、煎肉、炒蛋、炒菜,甚至连热剩菜都可以,且不管大人小孩都能安全使用,这是一件对的事情,不管几岁她都要坚持做下去。

现年 90 岁的郑林月官,至今仍精神矍铄、耳聪目明,看起来只有 70 多岁,外表年轻得让人惊讶。她说只要有目标人就不会老,想到要将健康和环保推广给大家,她就充满活力。不只创业精神让人钦佩,郑林月官就连生命态度,都值得大家学习。

(潘俊琳)

大学生开发手机远程取号应用 融资或达 150 万美元

“再也忍受不了干什么都要排队了!”为解决“吃”这个“民生”大问题,上海财经大学的 9 名学生设计开发了一款名为“排队无忧”的手机应用程序,通过实时更新各餐饮商家“已排队人数”,让顾客直接通过手机软件预订餐位来实现“远程取号”。人们可以不用急匆匆地赶到饭店门口去凑热闹,只要出门前掏出手机取个号,再慢悠悠地走到饭店“吃现成的”。

银行排队排出的创意

在日前举办的第七届“挑战杯”上海市大学生创业计划大赛颁奖典礼上,上海财经大学“排队无忧网络技术服务有限责任公司”团队进行的项目展示,引起了现场观众的极大兴趣。

来自上海财经大学金融工程专业的王瑞丰是这个团队的负责人,他向记者讲述了自己与同伴儿的“创业”过程。一开始,他们只是准备参加“挑战杯”创业计划大赛,但参赛作品必须要能够解决现实问题。他们也曾设计过很多种方案,但不是风险太大,就是受众不够。有一次讨论的时候,一位团队成员无意的几句抱怨,倒成了团队灵感来源。“那位同学去银行办个简单业务,却排了特别长时间的队。我们就想,能不能做一个解决排队问题的方案”。王瑞丰说。

提议一出,便获得众多团队成员的支持,因为大家都“深受其害”。同学们认为,有需求就会有市场。于是大家一致通过,给这个“以解决排队问题为宗旨”的公司取名为“排队无忧”。

想法是从银行排队产生的,可真要解决银行排队问题,首先面对的是大量数据难以收集。

“排队无忧”决定从简单的开始,先解决吃饭排队的问题。但网上订餐早已不是什么新鲜事,“点餐网”、“外卖网”早就进入了人们的生活。

但负责“排队无忧”软件架构设计的孟文博认为,看似竞争对手的“点餐网”“实际上跟我们没有太大冲突”。与传统点餐网络“进入商家页面——选定菜品——下单”不同的是,在“排队无忧”的每一个商家页面上,还会显示“正在排队人数”,顾客可以直接在网上“排队”。“我们的亮点是提供网上排队特殊功能,而要排队的话必须收入商家信息,所以点餐可能是一项附带的普通功能。”

利用实时数据更新技术与无线终端的结合,“排队无忧”团队给用户提供的,其实是对“等候时间”的掌控。王瑞丰告诉记者:“如果用户叫的是外卖,我们还可以用实时显示的方式告诉你外卖小弟已经把小摩托开到什么位置了。”他们打算在外卖小弟的必经之路上设置一些感应点,当小弟的摩托呼啸而过时,感应点将信号联网上传,“吃货”们就可以知道美食在如何一步一步接近自己。

第一轮融资或达 150 万美元

城市饭店的数目庞大,无论是签订商户、获取数据,还是数据录入,都需要付出很多人力。王瑞丰说:“即使大部分餐饮方面的商户数据通过大众点评网可以获得,但我们的软件还提供模糊的定位功能,用户可以查询外卖送达的大概方位,所以还是有

多商户需要我们一家一家去协商。”一位负责数据录入的团队成员告诉中国青年报记者,平台上的所有数据都是靠他们自己一个一个输入的,“是个花时间又费精力的体力活儿,我们毕竟都还是学生,学业与排队冲突的时候也确实很伤脑筋”。

但团队成员仍然对这件作品充满希望。创业前期他们曾进行过一次市场调查,“仅以上海为例,年龄在 18 岁至 30 岁的常住人口大约有 738 万”,通过对 2000 份左右有效问卷进行简单的数据处理,他们最终认定,“保守估计,在上海将会有 100 万潜在顾客使用我们的软件”。这个群体就是“排队无忧”想要努力争取的目标群体,“应该说这个方向还是很有市场的”。

“预计再有一个月,我们的软件就能做出来了。”孟文博告诉记者,从“挑战杯”立项起,他们就已经开始着手进行软件开发,六七个同学花了一年多时间反复修改,“希望在手机客户端这头给用户带来更好的体验”。

软件竣工在即,团队成员商量决定,先联系几个商家做试运行。王瑞丰说:“目前我们已经与三四个商家达成了合作协议,将在这几家商户门口设立类似银行取号机的商家客户端。这个终端的功能比较单一,它只负责把顾客的取号信息实时联网上传,而使用移动设备的顾客通过排队无忧的手机客户端,既可以看到实时



排队人数进行网上排队,还可以订餐和查询排队进度。”

同时负责投资者关系的孟文博表示,真正投入实施后资金仍将是个大问题,他在风投公司的实习为团队获取风投资金提供了许多便利,“很多风投公司的人跟我关系都不错,我们现在已经与三四家风险投资公司取得了联系”。但他也表示,现在合作正处在“窗口期”双向选择阶段,“他们希望先看看平台试运营的效果,效果不错的话,预计一年内我们会完成第一轮融资,资金金额大约为 150 万美元”。而目前,“挑战杯”学校资金支持的结余以及从团队成员处募集的资金还能够维持一段时间,“排队无忧”团队还不着急获得融资,孟文博说:“风投等我们真的缺钱了再说。”王瑞丰则表示,就算没能拿到风投,他们也还是准备从自己内部融资做起来,“只是成长可能会慢一些”。

(中国青年报)

深圳：海归创业最高可获补助 50 万元

到深圳创业的海归,无论深户与否,最高可获 50 万元的前期创业补助。为吸引和扶持留学人员来深创业,市人力资源与社会保障局 10 月 31 日发布《深圳市出国留学人员创业前期费用补贴资金管理办法》(简称《办法》)。《办法》11 月 2 日开始施行,有效期为 5 年。

《办法》规定,补贴资金的申请主体定位于来深创业的留学人员,不设户籍限制。一个企业有两名以上留学人员的,可以团队形式申请。创业资助申请须在申请人所在企业注册成立的 6 至 36 个月内提出。补贴资金资助范围包括留学人员来深创业资助以及留学人员企业创新发展环境建设资助。资助标准分为一等资助 50 万元、二等资助 25 万元、三等资助 15 万元 3 个级别。补贴资金的 80%以上应用于创业资助,且原则上用于一等资助的补贴资金不低于创业资助资金总额的 50%。

《办法》提醒,创业资助每年申报评审一次,具体申报时间由市人力资源保障部门在其官方网站 (<http://www.szhrss.gov.cn>) 和深圳市国际人才网(<http://tal-entssz.gov.cn>) 通过发布年度申报指南中予以公布。

据市外国专家局发布数据显示,截至去年 2 月,深圳引进的海归总数已突破 4 万大关。据市人社局统计,深圳海归数量在全国各城市位居前列,越来越多的海归把深圳作为回国工作创业的首选城市之一,75%留学人员是受鼓励政策和资金资助吸引而选择扎根深圳。

(张西陆 刘芳)

胖女孩张婧薇的生意经

2010 年,胖女孩张婧薇厌倦了在淘宝销售外贸服装的生意,怀揣 20 万元,南下尝试更为“高深的买卖”。由于自身长期的苦恼,她看到了大码女装的广阔市场,创立“MS·SHE”品牌,并在 2011 年年底占据淘宝平台大码女装 20%的销量。“也有一些自私的成分吧”,张婧薇对选择这个产品门类如是解读。

最开始,张婧薇对于如何创业只有一个模糊的概念,甚至到哪里创立自己的公司都源于“道听途说”。一位朋友对她说番禺有很多服装代工厂,她便一个人拉着行李箱从北京杀到广州,在调查当地代工资源后,顶门开张,将总部落于此。

设计师、版师、车版工,团队逐渐壮大后,张婧薇推出了自己的第一代产品,50 余款 3000 余件大码女装很快销售一空。但张婧薇很快发现了一个此后长期困扰她的问题:“胖人的身材更为复杂,有人是 S 型的胖,有人

是肚子大”。为了解决这个问题,“MS·SHE”曾经历了三代设计师的更替,甚至张婧薇自己上阵也没有取得实质性突破。

直到今年年初,新设计师的上任,才让她在这个问题上松了一口气。但目前,“MS·SHE”还只能针对胸围设计尺码,而不能为不同身材的客户提供更精细的尺码服务。未来,张婧薇希望通过客户身材尺寸的积累实现基于大数据归纳的款式区隔,并已经实现了近 10 万客户数据的积累。

“淘宝数据”显示,在“MS·SHE”品牌成交的客户中,超过 70%的客户集中在 25-35 岁之间的女性,中等消费以上的客户份额则超过 95%。“在淘宝客单价(当日应除以当日消费客户数)140 元,其中女装客单价 220 元的大环境下,我们可以做到客单价 320 元。”可见,在淘宝平台上,其品牌溢价已经初露端倪。张婧薇预计,这也是未来更为现实的利润增长点。

服装行业,由于设计成本与生产成本的巨大差异,通常会采用提高翻单(重复订单)次数及价格的方式做生意。对此“MS·SHE”也在积极地进行客户培育,每季推出高端单品,并逐渐通过选用更好的材料提升单品价值,借此实现产品本身的整体升级。

目前,“MS·SHE”主要集中在线上销售,其推广也主要通过淘宝活动、聚划算及社交媒体营销,社交媒体,是“MS·SHE”主要推广手段。从开店伊始的 QQ 群情感营销,到现在的微博推广。这也许稍显稚嫩,但对于缺少人缺的初创型企业却具有很高的性价比。

“其实在推广方面,我们并没有投



入太多的精力。”张婧薇说。她担心短时间大规模的客源增量会给运营团队带来太大的压力,“很大程度上,也是由于现在的供应链无法支持”。

供应链整合,是“MS·SHE”最重的负担。“MS·SHE”大多数产品需要代工,由于高定位带来对工艺的高要

求,目前与其合作的厂家大多是一二线服装品牌的代工厂,而这部分工厂已经习惯了一到两个月的交货期,很难满足张婧薇 15 天的实际交货需求。对于生产厂家来说,由于“MS·SHE”多选择高端面料,这些面料的订货期很长,与淘宝店快销售快反应的也模式难以衔接。

今年为其代工羽绒服的一家澳门工厂,拥有代工国际一线产品的工艺实力,4 月签约,生产排期却已经排到了 9 月。“对于这些产品,我们根本无法翻单。”张婧薇毫不掩饰自己面临的困难。

“线下一定要”,张婧薇对未来的发展布局更倾向于线下发展。现在,“MS·SHE”的产品单价已经接近线上价格的瓶颈,线下渠道也承载了其创造更大赢利空间的诉求。在她的规划里,未来将在重点城市采用沙龙店的模式,在高端写字楼里开设体验馆,为客户提供一个更为私密的购物环境,不断提升品牌形象,未来可能发展的定制业务也将以此为依托。

(李默涵)