

徐小平:创业者生死与资本寒冬无关



9月8日,寻找中国创客导师、真格创始人徐小平,在南京报举办的“O2O的风口与陷阱”主题论坛上发表主题演讲。他表示,创业者不必太过关心资本寒冬,踏踏实实做产品、踏踏实实做服务的人,最终才会胜出。此外,他还呼吁创业者要在寒冬期内提高“内功”。

电线杆广告就是最早的 O2O

在徐小平看来,O2O 虽然是一种古老的东西,但从商业文明的角度来说,它才刚刚开始,风还没有刮起来。

“满大街电线杆上贴的办假证、治疗性病的广告就是最早的 O2O,贴在电线杆上就上线了,你一找他们 O2O 就完成了。”

徐小平调侃说,假如谁把北京所有的电线杆上的这些人信息搜集起来,做一个 APP,那每一个商家都不会去贴电线杆了,而且交易更安全,更隐蔽了。“当然,不能不合法。”

“今天大家所看到的 O2O,就是把以前电线杆上的广告,现在变成是在应用上和网上贴广告。”在他看来,如今的 O2O 只不过是把传播、分享的这个环节,多加了一个维度,有了一个手段而已,从商业文明的角度来说,O2O 才刚刚开始,风还没有起来。

对于中国古语“酒香不怕巷子深”,徐小平认为,其实每一个卖酒的都想多卖一点,哪怕是通過自我表现的形式让更多的人来品尝你的美酒,来享受你的服务和产品。只是当时没有比较好的传播信息和分享手段而已。

徐小平说,任何事情都会有摸索,有试错,而且任何问题只能在新测试中来解决,最终找到最有效的方法来完成最终的商业的传播和信息的分享。

此外,徐小平认为创业者能看到社会有缺陷、低效不足的地方,然后去想办法解决这个问题。“虽然最后总是绝望而去,但至少每一次我们总是有巨大的希望。”

资本寒冬催生更成熟的创业环境

对于资本遭遇寒冬,徐小平认为与创业者关系不大,他呼吁创业者要苦练“内功”,只要产品好、服务好,生意接近商业的本质,再寒冷的时候也能找到钱。

“泡沫和冬天挤去了华而不实的、虚幻的东西,留下的是坚实的创业者。”徐小平指出,资本的寒冬让人们重新思考商业的本质,实际上是巨大的好事,它迎来的必将是中国创业环境更加成熟,创业思维更加真实,最终让创业者们能够更加有把握地、有信心地、有依

据地踏上自己的创业之路。

他认为,在寒冬之后,创业者的素质会更加健壮,会给创业者每个人产生一种作为创业家的能力的提升。

“最伟大的营销、最伟大的推广就是踏踏实实地把产品和服务做好,这是一个最根本的价值观,跟资本冬天还是夏天没有什么关系,这是你自己一如既往地做人的一个季节,做人的一种温度或者是节奏。”徐小平说。

在互动环节中,有创业者问到:“融资的冬天即将到来,这种大规模烧钱的公司会有多少熬过去?”

对此,徐小平表示,没必要为融资成功的公司担忧,“反正出钱的人都是有钱的,应该让他们烧,这也是用另外一种方法解决贫富的问题。”

控制不了刷单就只能死亡

对于时下中国市场上普遍存在的 O2O 刷单作弊现象,徐小平表示,他个人强烈谴责刷单行为,“刷单这件事当然不好,它对谁都没有利,包括刷单的人,最终损害的是所有人的利益,所以我觉得创业者要发明一种办法防止刷单。”

“如果创业者控制不了刷单行为,那就只能死亡。”徐小平讲述了自己的经历:“在国外,一个很帅的 Uber 司机很神秘地和我说说我帮他刷单,我说不,我是一个光荣的投资人,我不能允许员工来淘汰公司。”

徐小平表示他鄙视任何一个创业者说不能兑现的话,说夸大的话和名不副实的话,“我们作为一个基金,常告诉我们投的项目,也告诉所有的创业者,没必要作假,作假不好,而且这对你后续的融资、招人都没什么好的影响。”

在演讲中,徐小平呼吁创业者面对外部世界的时候,心中可以把目标设得很高很高,可以想象未来像喜马拉雅山一样高,蓝天一样宽广,但应该坚持做了多少就是多少。他认为这是最基本的一种价值观的传播。

“我曾经说过一句话,做事可以失败,做人不能失败。很多的项目创业者认真地做事,资金流周转不过来,只要不是因为做人的品格导致的,我们总是会支持他。”徐小平说。

(徐意)

关公坊酒业荣获“食品安全诚信等级 A 级单位”称号



9月21日下午,宜昌市夷陵区食品药品监督管理局食品安全科孙少华一行5人对关公坊酒业食品安全诚信管理情况进行了审查,并现场授予关公坊酒业宜昌市“食品安全诚信等级 A 级(示范守信)单位”荣誉称号。

资料评审现场,食药局工作组首先听取了公司技术部部长余建国“关于关公坊酒业食品安全情况汇报”,并对生产、技术、质检等部门的抽检巡查记录进行了资料审查。随后,食药局工作组一行对关公坊酒业洗瓶车间、灌装车间、辅料库等地进行了实地查看,结合《宜昌市食品生产单位食品安全诚信等级评定表》对原辅材料采购进货情况、生产过程控制情况、出厂检验落实情况等方面进行了考评打分。

审核过程中,工作组充分肯定了关公坊酒业在食品安全方面取得了显著成效,他希望关公坊酒业不断完善食品安全诚信体系。同时针对洗瓶区和灌装区之间的缝隙需要密闭等提出了有效改进建议。

据悉,关公坊酒业作为食品安全诚信等级 A 级(示范守信)单位,多年来始终坚持多形式、多渠道,广泛深入地宣传食品质量安全重要性,通过宣传栏、电子屏等方式在公司范围内大力普及食品安全知识,定期开展食品安全培训、技术培训等各类以食品安全为主题的活动,提高全体员工员工的食品安全意识,提高食品质量安全,强化企业社会形象和社会责任感。

(张美航)

政策推动洗牌 互联网众筹呈现马太效应

近期中国人民银行等 10 部委联合发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》,将股权众筹定位为多层次资本市场的有机组成部分,其中规定股权众筹将仅指“通过互联网形式进行公开小额股权融资的活动”。在外界看来,《指导意见》的提出对互联网众筹领域可谓是戴上了紧箍咒,然而随着政策带来的威慑效应不断加深,互联网众筹行业洗牌也开始加速,马太效应逐步呈现。

然而,众筹市场还有巨大潜力价值未被挖掘,市场教育还待完善。京东产品众筹事业部总经理高洪德认为,当前为众筹下一个完整定义还为时过早,众筹其实是一种思维。通过众筹形式的演变,未来众筹将成为中国新消费升级时代下的重要生活入口,这个市场规模高达千亿元。

千亿元规模近在眼前,吸引成千上万创业企业关注众筹市场,俨然成为下个互联网市场的风口。据统计 2015 上半年众筹平台数量已近 200 家,大玩家小玩家,综合类垂直类众筹呈现万千之象。

众筹市场千亿金矿待挖

众筹虽起源于国外,但经过 2014 年众筹元年的培育,当前正在快车道上猛烈前行。据零壹财经报告显示,2015 年上半年中国商品众筹市场的筹资规模达到 8 亿,股权众筹整体成交额至少在 35 亿元以上。这意味着,整个众筹市场已渐入繁荣期,快速发展已成当前现状。

蛋糕越做越大,分食者也越来越多,据互联网金融咨询机构盈灿咨询发布的数据显示,截至 2015 年 7 月底,全国共有正常运营众筹平台 224 家。而股权众筹平台毫无意外成为助力发展的中坚力量,从平台类型看,股权众筹数量最多。截至 7 月底,全国股权众筹平台共 107 家。然而大量的平台涌现的同时,对行业的监管也变得越来越紧迫。有业内人士表示,《指导意见》的出台,从某种程度上是对行业的一种规范和洗牌,但同时也是给予行业从业者更大的发展信心。

据了解,随着监管的逐渐明确,无论是大型互联网企业还是垂直类网站都纷纷在众筹落子,不落人后的同时也利用自身企业特色打造众筹优势玩法。其中背靠京东集团的京东众筹在众筹行业虽不是第一家入局,但在 2015 年上半年中,京东产品众筹在市场中的占比已近 60%,稳居行业首席,京东股权众筹自今年 3 月底上线以来,目前总融资额已高达 5.5 亿,发展速度快。

创业者或将借众筹“过冬”

对于创业企业而言,无论是人才、运营、品牌还是资金、客服等等都需要大量成本投入以维系正常运转。今年资本寒冬的到来,导致部分创业企业选择在各个不同环节削减成本,裁员、运营策略调整等都会成为企业度过寒冬的手段,更有甚者将面临资金链断裂的危险。能否顺利解决痛点寻求资金及相应资源成为这一时期创业企业需要思考的难题。

相对传统投资机构,众筹的融资作用在此时可起到补充作用,令难以被资本青睐的中小企业看到丝丝曙光。无论是产品众筹还是股权众筹,筹资作用都可以帮助企业进行资金储备,而众筹平台所带来的生态增值服务也成为助力创业企业解决发展痛点的有力武器。

此外,越来越多的重量级产品也借助众筹来实现传播的效应。据了解,包括乐视 TV 超级电视、奇酷手机等互联网产品,也都纷纷加入到了众筹的行列,而在最新登录众筹平台的“直订网”项目更是得到了 58 同城 CEO 姚劲波的青睐进行领投。有业内人士表示,对于类似乐视和奇酷这样的巨头级互联网企业而言,借助众筹的方式未必是希望获得资金,更多的则是要筹人筹智筹资源,这成为帮助创业企业应对寒冬的取暖必备。

(丛文)

追求永无止境 ——访内蒙古骏然食品有限责任公司总经理潘超

■ 高彦庆

内蒙古骏然食品有限责任公司坐落在美丽神奇的克什克腾世界地质公园“腹地”经棚镇,是一家集专业研发、生产、收购、销售于一体的具有民族特色的食品生产加工企业。公司主要生产加工“骏然”牌山野菜、野生蘑菇,“蒙乡傻子王”牌风干肉,“经棚”牌奶食品等自主品牌三大系列产品。近日,我们采访到了该公司总经理潘超,她介绍了企业的发展情况。



色、健康”,生产销售前卫、营养系列食品。

记者:你公司是如何建设企业文化的

潘超:高起点、高要求、高标准、高效益是我公司的奋斗目标,为实现这一目标,公司积极与科研单位合作,研发出一系列产品,投入市场后深受广大消费者的喜爱,引领了该地区该行业的消费时尚。面对新形势、新要求,注重企业文化和企业管理创新、制度创新相结合,把企业精神、经营理念与核心价值观转化为广大员工的动力和自觉行动,渗透到管理过程的细节之中。开展各种文化活动,

为员工营造和谐向上的环境,教育和引导员工树立正确的人生观、价值观,调动和激励员工为实现共同理想目标而努力奋斗,为铸造“常青骏然”奠定文化基石。为此企业还制定科学、务实、严谨的一系列独特的企业文化建设规划,坚持人性化管理,完善制度文化、健全科学管理体系,从美化生活环境到创建学习型组织,从加强企业形象建设到开展丰富多彩的文化活动,活跃员工生活,陶冶员工情操。现在企业已形成自己的价值观“尊重、服务、卓越、自信”。



轻装上阵,为爱旅行 ——2015 红豆·轻西服写意

简约而休闲活泼,着装体面而轻快。一件西服,一场革命。红豆轻西服重量仅有普通西服的 1/3,重量轻,舒适穿,易搭配(色彩多,时尚百搭,休闲、潮流、绅士样样都有),好打理(搓、挤、卷、揉……都可以,最后依然平整无皱;可水洗、可机洗,易晾干),便携带(免费提供收纳袋,收纳后体积小,公文包里都能放)。红豆轻西服告别了传统西服的厚重、单调、易皱和携带的不方便,让男士们从此摆脱束缚,轻松搭配,轻松打理,轻松出行,轻享自由。

2015 红豆轻西服,在继承去年的轻、舒适、轻、打理、轻、搭配、轻、出行、轻、生活特点的基础上,加以细节创新,为你的旅途增添了一份舒适、自由。

内部细节包边缝制的全覆盖。2015 红豆轻西服采用新式缝制工艺,抛弃传统西服的垫肩、胸衬,并打破西服正装设计,抛却束缚陈旧的缝制工艺,让西服更为休闲化、自由化。精致的内部细节,让男士们彻底感受轻西服带来的舒适感,让休闲来得低调而不自信。

一件简单的轻西服如何能奏起现代轻生活的节奏,让生活平静下来,生活压力放下来,踏实做好“减法”呢?设计师们苦思冥想,决定从“轻舒适、轻打理、轻搭配、轻出行、轻生活”五个设计角度,突破传统,突破束缚,用舒适与自由追求极致的“轻”。

怎样做到轻舒适?设计师们通过反复试

验,彻底丢掉传统西服的垫肩,并打破西服正装设计,使轻西服的重量仅是传统西服的 1/3,让男士们彻底感受轻西服带来的舒适感。

怎样做到轻打理?设计师们通过面料洗、磨、烫、整等一系列环节的试验,在 500 多次失败之后,终于试验成功。红豆轻西服做到了让消费者再也不用为紧张的会议、短暂的旅程准备行装而烦恼,一件轻西服,随身带,随时穿。

怎样做到轻搭配?设计师们选择了 100 多种色彩,让模特试穿、搭配,并邀请消费者代表现场提建议,同时听取市场一线反馈,融正装、休闲、运动于一体,让消费者轻松搭

配,百变造型。

怎样做到轻出行?这里的关键点,就是让轻西服的面料“轻”到极致,这样轻西服携带时才能占用行李箱的最小空间。为了达到这一效果,设计师与面料厂的研发人员反复试验了 300 多次,最终呈现在消费者面前的轻西服,长 27 公分的小包装袋,不需层层防尘布,不需专制西服衣架。

怎样做到平生活?赋予红豆轻西服简单、时尚、轻便、百搭的产品特性,定位“平实、平和、平民、平价”,让一件西服与大众社会生活相融。设计师们做到了,一款西服,抛却繁重与束缚,让男士们轻松生活,与众不同。

(小可)