

# 6 经营故事 Business Story

正是为世界 500 强企业提供咨询的经历,安士辉发现了企业数据的价值。在云像数字 CEO 安士辉看来,在互联网时代,任何一家企业都存在数据,都需要数据,数据在企业中的价值越来越大,并将在未来成为企业的核心资产。

## 安士辉:争当企业数据价值“掘金客”

作为一名创业者,怎样从学生时代的青葱岁月中“萌芽”出创业思维?怎样从平淡无奇的咨询生涯中发现产业发展的新动向?面对自己看好的创业方向,又该如何把握和布局这一机遇?瑞金麟集团联合创始人、云像数字 CEO 安士辉接受记者采访,为我们展现了一名企业数据价值“掘金客”的创业故事和他所践行的“数字连接商业”的创业理念。

### 萌芽:第一桶金 第一把火

初见安士辉,给记者的第一印象就是年轻干练,虽然 80 后的创业者现在已不鲜见,但还是难以想像,眼前的安士辉已经是成立 7 年、员工达 800 多人的瑞金麟集团的联合创始人,云像数字公司 CEO。

谈及创业人生的起点和萌芽,安士辉如数家珍。

安士辉回忆到,“我的创业经历要从 2005 年谈起,2005 年我在南开大学读研究生,在校期间就和几个同学投资创学英语报社大学事业部并成立《学英语报》大学版,我们组建了采编队伍,铺设销售渠道,规划报纸的定位和发展方向,研究生 2 年时间将这份报纸做到全国英语辅导类报纸前三名。”

就是这次短暂的在校创业经历,让安士辉萌发了创业的念头,并收获了人生的“第一桶金”:该项投资获得了几十倍的回报,个人资产也累积到上百万元。

2007 年,从南开大学研究生毕业后,安士辉并未直接融入创业的潮流,而是被国内顶级咨询公司录用,26 岁即任正略钧策资深项目经理,成为公司历史上最年轻的项目经理之一,为多家世界 500 强企业提供服务。

为了尽快在陌生的领域成为专家型人才,并为企业提供专业的咨询服务,安士辉每天十几个小时都沉浸在工作中——阅读行业研究报告、分析行业瓶颈和发展趋势,并为企业发展提供可行性拓展方案。

安士辉称,“要想在短期内登堂入室,成为陌生领域的专家必须要比别人付出更多的努力。”

安士辉表示,“在这里我主要负责研究科技和能源行业,2008 年时,我就接触到车联网、智慧城市、无线射频技术、3G 门户等国外领先技术,还为世界 500 强企业韩国 SK 电讯公司做过咨询,做出如何布局中国市场的战略方案。”

管理咨询的工作让安士辉进步迅速,他不仅很快认识到世界产业发展的潮流,而且提高了自身的抗压能力、沟通能力、宏观及前瞻的产业发展视角。

就是在为这类科技企业提供咨询服务的过程中,安士辉把握住创业的“第一把火”——互联网时代企业的核心价值,并照亮了自己转型创业的目标和方向。

“2007~2009 年是自己创业基础的打造



阶段,通过做管理咨询,在这里洞悉到世界产业发展变迁的脉搏,并确立了在互联网潮流下创业的目标。”安士辉称。

### 挖掘:企业数据价值“掘金客”

正是为世界 500 强企业提供咨询的经历,安士辉发现了企业数据的价值。

在安士辉看来,在互联网时代,任何一家企业都存在数据,都需要数据,数据在企业中的价值越来越大,并将在未来成为企业的核心资产。

安士辉认为,互联网时代的到来,正在彻底颠覆传统企业的发展和扩张模式:2000~2010 年间,企业扩张的核心是线下渠道,像国美、格力电器等企业的竞争主要在于线下门店的铺设;自 2010 年以来,由于互联网的飞速发展,消费的线上化、碎片化、场景化越来越突出,企业的扩张也逐渐转移到线上。

安士辉称,“消费者在哪里,企业的生意就应该在哪里。”

随着自媒体、电子商务的发展,当前的消费者分散在移动端、PC 端,依托于自媒体、网络、视频、电视、微信、微博、电商、智能硬件等,并根据这些接触点在做出消费决策。

“打通这些数据接触点就是我们为企业提供数据化服务的核心。”安士辉称,“云像数字就是通过数据的搜集、分析,研发、整理,达到品牌传播、产品定制、产品交互、O2O 运营,并与线上的应用场景相融合的方式,满足企业的数据需求。”

谈及对企业“数据需求”的理解,安士辉表示,在互联网时代,企业的核心竞争力将由“产品+渠道”过渡到“产品+数据”,消费者数据将是企业最核心的资产。企业对数据的需求也将是“全消费者需求”,云像数字为企业提供的服务也将是“基于消费

者资产的数字全服务”。

### 未来布局:行业线 + 数据产品线

在安士辉看来,数字化有三个阶段,数据、算法和智能化。企业在互联网时代的核心是数字化,而数字化的核心是数据,基于数据可以演化出算法、智能化等数字化高级阶段。

从近日谷歌的阿尔法狗上演的“人机大战”来看,美国的数字化技术已经达到了人工智能的阶段,而国内的数字化尚处于积累数据的初级发展阶段。

“数字化市场非常广阔,国内尚处于起步阶段。”安士辉称,“如果将数据纳入应用,我预计未来 10 年内,国内还会产生 100 家百亿美元的公司,至少面对万亿美元的广阔市场,在这样的产业汪洋大海里,我们还有很多可以做的。”

谈及如何布局这一市场,安士辉称,我们从行业线和数据产品线来布局这一行业。

从行业线上看,瑞金麟集团和云像数字提供数据服务涵盖了大健康、汽车、母婴、零售、美容等行业,并针对行业的特点制定了行业的全面成熟的方案,让数据在这些行业率先应用。

从数据产品线上来看,一是通过技术

手段进行数据的获取和储存;二是布局各类消费应用场景,通过移动、顾客笔记或在线记录等方式,将消费及其意向数据嵌入到具体的应用场景中;三是打造行业的大数据平台,并通过行业及其相关业态的信息分享,实现垂直行业的数据生态链建设。

安士辉解释说,“比如,我们可以将几万家美容院的数据搜集起来,将与美容院直接相关的美妆用品数据相结合,再通过利益分享的机制,不仅为企业带来更多的线下顾客,还可以增加行业的增值服务。”

借助“互联网+”的风口,瑞金麟集团实现了快速发展,2015 年底,国家又提出“供给侧改革”的发展路径,这在安士辉看来,供给侧改革与“互联网+”也是一脉相承的。

安士辉称,瑞金麟集团定位为“数字技术和商业解决方案领导者”,基于这样的业务洞察和经验,他认为传统企业要想实现“互联网+”,第一步就是企业的数据化改造,在此基础上才有可能完成数据的运算、精准和智能,让企业的经营与消费者需求相匹配。而数据化改造的核心是解决效率问题,通过数据分析可以让企业和消费者精准匹配,并更好地整合线上、线下渠道,更好地研究出适合消费者的产品,更好地进行组织和资源的匹配,进而让企业降低库存,提升效率。

(李树超)



### “小积分·大梦想”助农村留守儿童健康成长

3 月 23 日,农业银行河北省分行团委及农行河北承德分行团委与河北省青少年发展基金会联手,在承德市滦平县第三实验小学开展了“小积分·大梦想”公益活动。这次“小积分·大梦想”公益活动,农行河北省分行团委向该校 20 名家庭经济困难留守儿童捐赠 1 学年生活补助费 20000 元,向留守儿童捐赠“爱心书包”80 个。此项公益活动由农业银行总行团委发起,积极倡导农行广大团员青年及农行信用卡持卡人捐赠信用卡积分,并搭建农行积分捐赠平台,用积分变现,实施“留守儿童健康成长”项目。在活动中,农行广大团员青年踊跃参与并宣传“小积分·大梦想”公益行动,带动农行信用卡客户捐赠积分,打造农行团员青年志愿公益品牌,彰显农行承担社会责任的良好形象。

图为农行河北省分行团委向滦平县第三实验小学 20 名家庭经济困难留守儿童捐赠 1 学年生活补助费 20000 元。

于绍礼

## 优生活云连锁:风口上的引领

的有机融合;与中泽资本联手参股 25 万体量量的中部(湖南)进出口商品展示中心,为“西班牙优生活云连锁”项目的可持续发展创造了良好的运营生态,同时,项目的提出也让西班牙国际从之前的商贸型企业转向了平台型企业。身边的人问金家瑞:都到现在这个年纪了,怎么就还有这么多精力去折腾呢?金家瑞回答道,可能是派驻西欧的经历,在目前国内市场并不完善的机制中,我希望给人们带来健康安全的葡萄酒和优雅优雅的生活理念,而“优生活云连锁”跨境电商除了是一个全新的商业模式外,它也积极响应了国家提出的“大众创业,万众创新”号召,为大学生等就业群体就业提供了“微创业”的平台。“与其借风,不如造风”。该项目自 2015 年正式启动以来,以其强烈的社会责任、创新的商业模式、独有的运营优势以及迅猛的发展态势,被评为“2015 年度中国媒体最受关注的创新品牌”。

### 无休猛将,落地突击兄弟连

“年中无休”,很多人立马会想到 24 小时便利店,在这里我们却是用来形容猛将胡军伟及他的兄弟连团队。“10 天时间开出一家面积 2000 平方米的保税直营店”?在大家看来,这几乎是不可能的事情,因为一个正常的店面从设计、装修到陈列都需要花掉一个月的时间。

在如此紧迫的时间内开出一家店,公司上下所承担的压力可见一斑。因为货源采购、物流配送、仓库卸货、顺利上架,看似简单,却又环环相扣、紧密相连。为确保保税直营商品的顺利上架,采购部负责人带领电商部成员连夜在仓库清点货品。负责仓库盘点的员工说,加班确实辛苦,但是为了公司优生活云连锁项目的落地,心里也会觉得累得高兴。

在猛将胡军伟的带领下,团队的兄弟姐妹们顶着在气温低至零度的寒冷中连夜

奋战,10 天的通宵达旦,2000 平方米的“优生活云连锁”跨境保税直营店硬是从空荡荡的毛坯房变成了现在琳琅满目的购物空间。“优生活云连锁”跨境保税直营旗舰店的顺利开业犹如一支强劲的兴奋剂,给团队注入了满满的能量。在各种困难和挑战面前,似乎还能看到猛将胡军伟和队员们身上流淌在骨子里的热血青春和斗志昂扬;同时,“优生活云连锁”跨境电商抢先切入了消费新风口,延伸至海量条码进口健康食品和生活用品,并借助云技术实现大数据精准制导营销和动态实时即返模式吸引了各地客商络绎不绝地前往公司进行考察。

最忙的时候,胡君伟带着助手连续 20 个小时与客户洽谈,并对“优生活云连锁”的商业模型进行反复宣讲。胡总说,当我看到“优生活云连锁”的经营模式得到越来越多的经销商们的响应和认可时,心底的自豪感油然而生。目前,“优生活云连锁”即将突破 50 家店,并将扩展到各地级市,最大面积达 5000 平米,可见风口魔力,不容小觑!除此之外,优生活云连锁”的品牌布局一定是在全国范围内,优化西班牙和各路同行资源将让健康、时尚、优雅的生活方式影响到更多的经营者和消费者。人们常说:理想很丰满,现实很骨感。可有人说:梦想还是要有的,万一实现了呢?

### 智能老炮,“蓝海”行道测绘手

有了好的上游资源,还需要能够推动项目稳步向前发展的智囊团。记者了解到:“优生活云连锁”商业模型的设计者金炜可是营销界的资深老炮儿。他曾担任过三个上市公司的高管,建立过包括杉服服装特许经营体系和刚挂新三板的名品世家酒业等多个全国性连锁体系。“优生活云连锁”这个商业模型到底拥有什么样的魔力让他们如此力推呢?

记者获悉,金炜在不同的企业都会构

建不同的商业模型,因为每个企业的实际情况都不一样。“优生活云连锁”是倡导优质和优雅的健康生活方式,以诠释生活理念的主题沙龙店、跨境商品直营店以及保税直营店为线下体验空间,深度推介按生活方式原则设计的组合型产品,并以云技术融入生活,让每一位经营者和消费者感受到头顶这片云彩每时每刻都在为自己提供服务。一个好的商业模型就像是一个作品,西班牙国际投资控股有很多独特的核心竞争优势是其他企业所不具备的。金炜认为,生活需要设计感。“优生活云连锁”的商业模型恰恰从不同店的类型折射出了不同类型的生活方式。我需要的是要将它传递给更多向往优生活,喜欢优生活的群体。

当然,有了落地的商业模型,也需要线上云技术平台做支撑。因为“优生活云连锁”不仅仅是一个实体购物店铺,云技术支撑的虚拟货架已远远突破物理空间的局限,海量条码商品的陈列展示以及选购预定都需要靠云系统去完成。这便需要智囊团中的另一位年轻老炮儿,成功设计了云厨、汽车之链等互联网系统的罗琨老师。基于云连锁系统所有渠道和终端的大数据分析以及“优生活云连锁”特定门店运营数据分析,有效聚焦和锁定区域市场,通过微信和 APP 推送等手段实现制导式商品信息推送,精准备货,精准营销。未来的消费主力一定会是我们的年轻一代,而在年轻群体的消费观念中,网购的比例在急剧上涨。作为国际化的企业,我们应该紧跟趋势,以消费者的需求和习惯为导向,用好互联网这个工具,为项目带来效益。

金炜及罗琨都表示:未来是一个大数据的时代,无论是“优生活云连锁”下面的中心店、基准店、微终端,它都需要一个站在一个被大众所熟知的风口,做好消费者对产品的针对性分析,给更多的消费者朋友提供“优生活云连锁”的服务平台。

## 贝贝网张良伦:核心是要拿到好货

两年前,张良伦每天开车从杭州到温州淘货,跑了两个月,只签下了不到四十个品牌。陷入窘境张良伦本打算“没把童装童鞋做起来,就不做什么母婴垂直平台”,但他没想到,网购平台的发展比想像中快太多。

张良伦是贝贝网创始人兼 CEO,这家母婴购物平台在创办不到一年的时间里就完成了 C 轮融资,得到高榕、今日 IDG 等近 1 亿美金的投资。而张良伦在做,的还是淘货,他有自己的一套商业逻辑,“销量要起来,没那么复杂,核心是要拿到好货”。

在贝贝网创立之初,为了签下品牌童装,向厂家承诺“一分钱不赚,免费帮你卖”,即便如此,签下的企业并不多。而在 2016 年之前,这家创业企业还处在搭建平台的烧钱阶段。

“拿到最好的货”和“成为最好的母婴购物平台”之间,很难说孰先孰后,在贝贝网获得“中国最值得信赖的母婴电商品牌”的荣誉之后,3 月 22 日,贝贝网终于拿到了帮宝适全链产品的品牌授权,并成为帮宝适紫帮的预售首发平台。紫帮是宝洁帮宝适在日本广受高端用户欢迎的纸尿裤产品,与宝洁帮宝适的合作,在张良伦看来,就是拿到了纸尿裤品类中最好的货。

然而这并不是一个能赚到钱的品类,张良伦说,“奶粉纸尿裤品类,价格透明,消费者对价格也很敏感,今后五年都很难在这种品类上赚到钱,而且打价格战要符合一定游戏规则,不能和品牌商对着来。”

为了抢占母婴市场,电商之间的价格战并未熄火。曾凭借价格比跑赢几大电商巨头的贝贝,并不打算一味陷入价格战。张良伦表示,“我们和大品牌合作时是采购价,采购价和返点保证了我们一般会比别的平台便宜,这事只能自己做才能把成本降下去,但我们不会破坏原有的价格体系,否则炒得过热对品牌本身也是一种伤害,而我们是希望为品牌创造持续的价值。”

目前,贝贝网共拥有六个保税仓,堆放着来自世界各地的母婴产品,以满足国内母婴市场对进口产品的需求。有市场人士担心,跨境电商的税改将会对行业带来冲击。3 月 24 日,财政部、海关总署、国家税务总局联合发布《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》,明确跨境电子商务零售进口税收政策有关事项,跨境电商即将告别免税时代。张良伦认为,税改会让品类更丰富,但一线城市用户购买国外产品需求不可逆,受到的影响会非常有限。

不过,跨境产品并非贝贝网的主攻方向,张良伦说,“跨境产品在贝贝网的绝对值虽然大,但相对值并不大,只有 30% 左右,而现在国内的消费升级对贝贝来说是极大的机会,中国工厂如果能抓住这一次消费升级的机会,一定能带来大量品牌,贝贝网如果能够跟随品牌的成长,这些扶持起来的品牌将成为贝贝的核心力量。”(余寒)

## 毛大庆:将赋予桌子更大的附加值

刚完成 2 亿元 A+轮融资,优客工场服务平台的搭建又按下了快进键。近日,优客工场牵手优和维尔健康产业投资管理(北京)有限公司,首次试水健康医疗产业。

去年 3 月,毛大庆辞去万科高级副总裁之职,经过对国内外共享经济市场考察后决定做创业服务企业。当时,在创业服务业已有 SOHO3Q、3W 咖啡孵化器、36 氦空间、车库咖啡、创客空间等平台。SOHO 中国董事长潘石屹还曾笑言,“毛大庆是在 SOHO3Q 创办优客工场的。”

2015 年国家大力推进“大众创业,万众创新”,创业公司成几何级数量增长,共享办公成为不少人眼中新兴的“蓝海”产业。目前,全国各类共享办公应该已超过 2300 家,加上已有的 146 个国家高新技术产业开发区、11 个国家级自主创新示范区以及 2500 多家科技企业孵化器、加速器。业内担忧,同质化严重的国内孵化器已经泛滥,他们自身的生存都成了问题。

不过,在毛大庆的设想里,优客工场绝不简单地是“二房东”,而是共享经济中联合办公领域的探索,其基础和阿里巴巴一样在于“平台思维和平台建设”,“我们的最终目标还是做加速器,现在优客工场已经聚集了几十个中国最好的天使投资,初步具备了作为加速器的条件。不过目前,我们距离加速器还有距离,在目前优客工场的生意逻辑中,联合办公占 80% 的份额,加速器占 20%。在 2017 年预计开设的 50 个优客工场里,加速器可能只有 5 个。”

加速器与联合办公不同在于,其需要有复合能力、空间管理能力、辅导项目能力和科技成果转化能力。“来优客工场办公的,是需要用到这里的资源,而不仅仅是张桌子,我们将赋予桌子更大的附加值。”毛大庆如此表示。

经过不到一年时间的发展,2015 年优客工场已经有 7 个项目开业,分布在 4 个城市,面积约 2 万平方米,提供了 3000 个工位,与海尔、中国工程院、X Plus 等机构联合打造主题众创空间。

(杨爽)



■ 欧娟

只有找准风口的企业,才能在互联网时代乘风而上飞龙在天。只有成为行业的引领者,才能够领略“早起的鸟儿有食吃”的境界。西班牙国际投资控股(湖南)有限公司(以下简称西班牙国际)正是因为找准了跨境电商的风口,推出“优生活云连锁”的发展新模式,迅速成为行业及资本界关注的焦点。

### 仗剑主帅,总是追风少年心

在 2016 年葡萄酒国际领袖产区质量大赛授勋仪式的现场,一位既已年过花甲却又拥有一颗追风少年心的低调绅士作为行业顶级葡萄酒专家授勋委员会成员登台亮相。是什么样的人会让大家对他有如此之评价呢?他便是西班牙国际的“仗剑主帅”——金家瑞。由于金家瑞的大舅当年与西班牙国王是同学,有着广泛的人脉关系,金家瑞奉命从一名森林警察成为了派驻西欧沟通经济往来的使者。然而就是因为这样一次派驻,却让葡萄酒成为了金家瑞生活里不可或缺的一部分,藏于心底的那颗少年心也踏上了追风的旅途。恰逢中国刚刚完成 WTO 谈判,金家瑞也被葡萄酒的魅力所吸引,在经历全球集采葡萄酒、啤酒,以及橄榄油等进口食品领域积淀十年后,金家瑞再一次做起了追风少年。而这一次,他把目光转移到了一个新的跨境电商体验营销项目——“优生活云连锁”。

“优生活”宣示了项目的经营宗旨和理念,“云连锁”则标志着互联网的前沿思维及技术与国际上经久不衰的先进商业形态