

6 经营故事 Business Story

2002 年,王君开始创办飞歌,其系国内首家集研发、生产、销售为一体的微电影制作系统公司。历经 15 年的专业技术研发沉淀及市场建设,飞歌不但让产品技术紧贴百姓需求,更让公司的品牌深入人心。飞歌已经成为中国微电影制作系统第一品牌、微电影行业领军企业,王君也由此成为优秀的企业家代表。

王君：飞歌打造微电影行业航母

■ 申丹丹

他是草根明星的梦工厂，他是时尚创业的新动向，他是专业影棚的微缩版。王君带着他的飞歌电子横跨京广，致力于打造全球微电影设备第一品牌，用科技塑造新商机。

在创立之初，飞歌不过是一个面积才几十平方米、员工只有十几人的小公司，但随着公司的不断发展壮大，15 年的积累勃发，如今的飞歌已经发展成为一个集研发、生产、销售为一体，在北京、广州、香港都设有分公司的集团公司，自主研发的产品更是远销至美国、澳大利亚、迪拜、新加坡、菲律宾、日本等 20 多个国家和地区，连续 15 年全国销量第一。从黑白到彩色，从胶片到数码，从静态到动态，从明星大腕儿的专利到寻常百姓家，影像行业的快速发展带给人们超乎想象的惊喜，想唱就唱、想秀就秀，拍个人 MV、拍微电影已经不再是明星们的特权，全民娱乐时代已经到来。

今年 42 岁的王君，是湖北省广水市人，任飞歌集团董事长、中国微影协会副会长。

毕业于湖北大学中文专业，当过教师，2000 年王君与合作伙伴潘小平开创专业现场制作个人 MTV 的机构——“激之唱”影音工作室，从而揭开中国现场制作个人 MTV 的行业序幕。2002 年，王君开始创办飞歌，其系国内首家集研发、生产、销售为一体的微电影制作系统公司。历经 15 年的专业技术研发沉淀及市场建设，飞歌不但让产品技术紧贴百姓需求，更让公司的品牌深入人心。飞歌已经成为中国微电影制作系统第一品牌、微电影行业领军企业，王君也由此成为优秀的企业家代表。随着高科技的快速发展，影视制作正面临着一场新与旧、现代与传统之间深刻而广泛的革命。放眼望去，无论是好莱坞大片所创造的梦幻世界，还是电视新闻所关注的现实生活，再到形形色色的

宣传广告，影视拟像技术无一不深刻地影响着我们的生活，影视媒体已经迈进了一个全新的数字化时代。

飞歌的大众化消费趋势

清楚地知道如家崛起密码的王君，开始为自己所经营的飞歌电子谋出路。经过调查，王君发现随着时代发展，人们的审美观念不断提高，平面的静态影像已不能满足大众需求，越来越多的人渴望能录制自己的电影短片。人们喜欢用高科技保留自己最珍贵的记忆，渴望用先进的设备展现想像中的形态，所以手机上会有摄像机，现代的照相机中会有摄像功能，甚至产生了专业的摄像机。虽然这些设备都能满足人们的基本需求，但在现代这个讲究品位、注重品质的社会，它多少还是过于简单，不够专业、不够庄重，不能充分表达出人们内心的梦想，也不能满足现代人对视听效果的要求。如果找影视公司类的专门摄影机构，其昂贵的价格又令多数大众消费者望而却步。

中间的市场空缺，被飞歌电子的王君看在眼里，最终催发了“飞歌电影影像馆”的问世。飞歌电影影像馆是一种仅需几十到几百元就可拍摄个人 MTV、个人电影的系统，集点歌、演唱、摄像、刻录于一体。同时，附带了演唱现场制作的个人 DVD 专辑、专业卡拉 OK 新变字幕、动感背景和震撼音响以及个人 MTV 的录制。结果，这种几十块钱就可以让普通大众消费者实现歌星梦想的方式，现在似乎正有成为大众化消费趋势的迹象。微电影，是近几年兴起的热门。虽火爆，但对于普通人而言，往往只有看的份儿，却没有体验的机会。这是因为一部微电影需要由很多工作人员共同完成烦琐的程序才能问世，例如需要摄影师、灯光师、音响师、导演等人员的工作。

几百块钱到几千块钱就能拍摄的一部微

电影，会产生多大的影响力，前途是否无量，飞歌电子的王君无法给出准确的说法。但让普通群众体验得起微电影，在他这里却提前完成了。具体到实际操作中，飞歌电影影像馆是把每个镜头、动作都流程化、规范化，一般非专业人士经过 2~3 天的培训，就能熟练掌握拍摄技巧。相对于传统电影拍摄，既节约时间成本，又节约物质资源。

结果，此系统一经推出，一方面，满足了普通大众的消费需求；另一方面，较低成本的投入也降低了创业风险，保障了投资者的根本利益，吸引了很多普通大众成为加盟的投资者。

一直以来，飞歌集团都坚持“以技术为根本，以服务铸辉煌”的发展理念，研发出 F3s、F4s、F5s、F6s、F8、飞歌飞游机等一系列飞歌微电影制作系统，这些高科技产品颠覆传统、引导潮流，让影视平民化成为可能！与传统影视设备相比，飞歌设备实现了实时抠图抠像、背景添加与合成、音视频剪切等功能，1 小时快拍微电影，5 分钟拍 MV，具有拍摄成本低、操作简单快捷等特点，被广大投资创业者所看好。飞歌设备不仅可以给终端客户提供婚纱摄影微电影、艺术微电影、儿童微电影、广告宣传片拍摄和制作，还可以拍摄 MV、写真照片以及制作电子相册等。

产品连续 15 年全国销量第一，远销至美国、澳大利亚、迪拜、新加坡、菲律宾、日本等 20 多个国家和地区，被广泛应用于娱乐城、卡拉 OK 厅、公园、游乐园、酒店、旅游景点、影楼、美容院、校园电视台、个人工作室、录音棚等各种场所。朝阳产业，潜力无限！傻瓜式操作，30 分钟拍电影，2 分钟拍 MV，让每个人都可以拥有属于个人的微电影。“定制所需，开创未来”，飞歌集团始终坚持对产品技术的不断提高与品质把控，竭诚为客户提供定制化、专业化的服务。而除了为客户提供专业产品以外，飞歌集团还为客户打造优势平台，目



前，飞歌集团已经与北京电视台《午夜星歌榜》《中国童星榜》《中国民间春晚》达成战略合作，三大优势平台助力企业品牌成长，得到广大客户的一致青睐与好评。

业内人士曾说，无论什么样的产品，只要能服务于大众，就会有市场；无论哪家公司，只要能解决老百姓的需求，就会有受众。而飞歌正在解决大众对影视的需求，对此，王君信心满满，一方面，他相信自己公司优质的产品；另一方面，他相信良好的经营模式和售后服务会为飞歌电子以及加盟者带来发展的良机。勤于专，行愈远！相信飞歌的专注与专业，一定可以使其不断超越自我，成为百年国际品牌，让中国的个人影视行业领航世界！

在经营模式中，飞歌电子是两条腿走路。一条是满足受众的需求，为受众提供方便、快捷的电子类消费产品。例如，婚纱电影，就是用影视作品展现相识、相知、相爱的过程，记录爱的语言和生活。这种让普通大众也可以拥有个人影视艺术作品的形式，被越来越多的情侣所喜爱。再比如，作为展示企业文化的重要平台，飞歌电子设备可以很好地代替传统的文字表述，进而声情并茂地传递企业文化精髓。

另外一条是代理商加盟。作为电子设备

公司，王君从一开始就立足于为代理商提供最优质的服务和支撑。体现在行动上就是：派专业人员上门指导，帮助他们解决在设备操作过程中出现的问题；雇用国际顶级的策划团队，时刻关注着国际娱乐时尚的发展动向，不断研发新产品，在第一时间将新产品送至销售市场，为加盟商提供持续不断的后续支持。

荣誉和收获

凭借着集团强大的技术实力与非凡的科研水平，飞歌集团迅速打开了影视专业设备民用化市场，飞歌影像馆智能快拍微电影不仅颠覆了传统影视的拍摄方法，更让影视平民化成为可能。飞歌集团先后多次被评为国家高新技术企业，中国最具投资潜力品牌、十大连锁品牌、年度网络推广诚信企业，并受到 CCTV-7、中国教育电视台、北京电视台、网易、新浪等多家权威媒体的报道与专访！飞歌集团历经 15 年的发展壮大，目前已经成为拥有技术研发中心、营销公司、影视传媒等多家子机构的集团公司。从研发微电影设备到开发影视模板，飞歌集团不仅开创了一个全新的行业，更引领着人们迈入崭新的个人微电影时代！

“朋友圈”中演绎“发展大计”

目前，无“微”不至的“微”时代已普及到各行各业，这不仅改变了人们的沟通方式，也改变了大家的工作模式。西北油田采油三厂同样借助“微朋友圈”，采用线下线上一体模式，服务员工，力促两学一做，助力队伍廉洁公开，传播正能量，激发队伍活力，演绎企业发展“的大计”。

微服务，获全厂员工点赞

不用填写职工意见，只需在微平台上留言，就能解决所有生活中的困难，这种快捷方便的服务，如今，在采油三厂已蔚然成风。

“前些天，我洗衣机坏了，上午在微平台上留言，仅 3 个小时，便修好了，这种服务真好！”每当说起“零距离服务微平台”时，职工谢峰不禁竖起大拇指。

不久前，该厂开通了“零距离服务微平台”，只要职工在生活上有任何困难，无论大小，在平台留言，都会得到落实。此外，他们每天都会将菜品拍照、发布在平台上，接受职工监督，根据职工满意度及建议，更新食谱。

“微服务平台，打通了我们服务员工的最后‘一厘米’，真正实现了按照职工的需求办实事、解难事、做好事。”厂长办公室主任李亮杰介绍说，“每次投票，职工满意度均为 96% 以上。”

“微廉洁”，让正气风盛行

自主选择喜欢的廉洁文化，这对采油三厂广大员工来说真是“大年初一翻黄历——头一回”，同时也让大家耳目一新。

“‘明德修身，静心守节’，这句话说的，就选它了。”5 月 2 日，与纪检专干刘勇一样，全厂员工在微信平台上，对自己喜欢的廉洁文化进行了投票。最终，这句话以 48% 的票率确定为该厂的廉洁文化。

小猪短租开启“乡村美宿”计划

5 月 20 日，国内分享经济住宿互联网平台小猪短租启动“乡村美宿”计划，宣布将联合优秀设计师团队打造“新乡村桃花源”，助力可持续旅游。当天，由上海“设计丰收”团队建设、曾获国际工业设计协会颁发的世界设计影响力奖的崇明岛可持续社区正式上线小猪。

目前，“设计丰收”旗下名为“花觅”、“田埂”、“禾井”的三间民宿 18 个房间已经登陆小猪。记者从小猪 app 上看到，这些民宿既可以整租也可以分租，性价比最高的房间 468 元一晚，最高的是价格 6000 元的三层民宿“花觅”。

小猪短租 CEO 陈驰表示，分享经济的精髓在于实现社会资源最大化利用。设计师将崇明岛闲置民居改建成新型乡村可持续社

(陈妍)

网酒网 CEO 李锐：做葡萄酒行业的领跑者



“酒业处于深度整合期，传统 B2C、O2O 的产品搬运工模式已无法满足用户多元化、场景化、体验化需求，无法解决用户痛点，中国葡萄酒消费市场急需一场史无前例的变革。”乐视控股副董事长、网酒网 CEO 李锐在接受采访时表示。

5 月 16 日，继 A 轮融资及新三板上市计划后，乐视旗下生态酒商网酒网在新一轮资本动作取得重要进展，获花儿影视导演郑晓龙、总裁敦勇二人 7200 万人民币的战略投资。4 个月前，网酒网获得工银国际、建银国际旗下境内资产管理平台所受托管理的私募股权投资基金等近 2 亿人民币投资。并于 4 月底，发布了新三板招股说明书。

在网酒网 CEO 李锐看来，7200 万元背后不仅是二人对网酒网商业价值的肯定，更将推动花儿影视与网酒网生态价值链的进一步融合、化反，助力“酒生活生态世界”战略开枝散叶。一个强大的“泛生态 IP 产品群+全景化生态运营+IP 变现升值”的新盈利模式浮出水面。

李锐表示，当前，国内葡萄酒用户超过了 3800 万，未来增长会非常快，葡萄酒消费群体向年轻化和理性化的趋势发展，未来 3-5 年会迎来一个爆发增长节点，中低端的葡萄酒将迎来历史机遇。当前由于澳大利亚和智利的葡萄酒产品口味好、价格低，在中国市场发展非常快，也阻碍了中国葡萄酒的发展。

竞争中突围与乐视的生态协同

在李锐看来，价格战无赢家，自有品牌才是核心竞争力。“企业要清晰地看到产品品质和消费体验在现在市场竞争中的重要价值。未来要打造品牌竞争力，除了产品品质之外，更重要的是考虑消费者的市场需求，与世界一流企业看齐。”

李锐介绍称，网酒网现在正在打造一个酒产业的生态圈，这样才能够为下一步海外发展打下基础；背靠乐视，与乐视的生态协同，可以实现流量入口的打通、生态营销打通、内容 IP 打通，构建完整的生态圈，增强竞争力。