

我党在么

[illegible]

创业

我们创什么

《财经天下》周刊 编著

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社
· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

创业：我们创什么 / 《财经天下》周刊主编. —广州：广东人民出版社，2016.2

ISBN 978-7-218-10627-4

I. ①创… II. ①财… III. ①企业管理 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第296952号

CHUANGYE: WOMEN CHUANGSHENME

创业：我们创什么

《财经天下》周刊主编

版权所有 翻印必究

出版人：曾莹

出版策划：肖风华

责任编辑：林小玲 梁茵 廖志芬 骆妮

封面设计：立里

责任技编：周杰 黎碧霞

出版发行：广东人民出版社

地址：广州市大沙头四马路10号（邮政编码：510102）

电话：（020）83798714（总编室）

传真：（020）83780199

网址：<http://www.gdpph.com>

印刷：广东信源彩色印务有限公司

开本：789mm×1092mm 1/16

印张：16 字数：230千

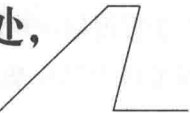
版次：2016年2月第1版 2016年2月第1次印刷

定价：36.00元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与出版社（020-83795749）联系调换。

售书热线：（020）83795240

杂志或曰传统的动人之处， 以及我们要做什么



只有在负责实际的操作时，一个编辑才能够意识到，杂志产业，或者我们所说的传统印刷媒体，已经老迈到了何种程度。比如说，专栏作者在把文章交给我至少一周之后，他/她才能看到自己的文字被印刷出来。再比如说，在这个过程中，编辑和设计师之间要产生不下一次关于删减字数的交流。而这个关于时间和空间的困扰，对于互联网来说全都不存在。无需等待，也无需争论字数多少。在互联网上，任何一个写作者都可以享受到杂志最大牌作家的待遇：不可增删一字。

杂志已经无可挽回地失去了它在速度和灵活性上的优势。不相信这一点的人可以再回顾一下文章姚笛偷拍事件。在杂志还要矜持地“周一见”时，社交网络和门户网站已经在拼命发布各种相关讯息。而且，更加致命的是，这种信息发布激发了更多信息的产生，比如当事人文章发布的致歉声明。已经送下印厂的杂志绝不可能再对这些信息进行进一步的编辑。

当然，杂志有它的动人之处。在它缓慢的制作流程中，有一些环节是无法被简单替代的：前期对于选题的讨论、中间对于信息的收集以及后期落在纸面上时编辑和设计师的推敲与争辩。只是这个流程需要对互联网的冲击做出调适：前期确定选题时就应该有意识地避免可能被速度淘汰的题材；中间在信息采集环节要更加深入——互联网的自发生成内容在呈现信息时足够多元，但在大多数情况下会失之简单；而在后期制作时要更加精良和讲究。换言之，它需要经过更加好的

编辑。

只是和世间万事一样，这些事情也是“知易行难”。有一段时间我最爱开的玩笑是：我在杂志上最大的雄心就是要做一本“不填版的杂志”。村上春树在《碎片，令人怀念的1980年代》中回忆他读美国杂志的经历，感叹说那个时候的esquire编辑得如此精良，以至于显得每一块内容都不多余。也是在说，这真是一本不填版的杂志啊！后来慢慢发现大部分杂志人的想法是，只要能做到每一期都能有个打动人的东西就已经谢天谢地。杂志的优势也是它最脆弱的地方——制作流程，而这个制作流程已经被长久以来的惰性和惯性绑架。

美版GQ的主编Jim Nelson曾这样论述杂志的动人之处：“杂志可以舒缓情绪，驱散忧愁（除了对制作杂志的人之外），还可以解决一些文化顽疾……运转顺利的杂志社能做的，不仅仅是提供信息，娱乐大众以及浪费诸位宝贵的时间，他们还能创造社区。它指的是人们在阅读有关大地和生命的优秀文章时，思想与情感融为一体，在不断汲取养料的情况下，犹如形成一个关系紧密的部落，进而产生一种对待作品的忠诚。”这本杂志在过去15年间曾四次获得美国出版业协会的年度杂志大奖。和所有杂志一样，它也总是在不断提及幽默感、服务性和情感共鸣。这些目标都需要编辑通过完善的制作流程来让所谓“创意”更好地得以呈现。我们需要做到的是，让读者拿在手中的是一个具有智力含量和审美含量的产品。唯有这样的产品才能打动人心。

接下来我需要回答的另一个问题是，我们现在要做的是一个什么样的产品。我能想到的答案是，我们还是想做一本为主流商业人群服务的杂志。这意味着它必须要关心主流的公司、组织和商业参与者。和大多数产品一样，它希望能够兼顾幽默感、服务性或实用性以及唤起情感共鸣。

同时，我还希望能够将代表“时代精神”的变化加入到这本杂志中。历史上所有成功的杂志都和“时代精神”互动。比如《时代》杂志迎合的是“美国世纪”的精神，如它的创办人亨利·卢斯在同名文章中所写的那样，《滚石》则呼应着二十世纪六十年代非主流文化的大爆炸。

因此，至少在一段时间内，这本杂志需要重点关注商业世界的以下六个

领域：

- 跨国公司在中国的境遇变化（开放）
- 发生在各领域的破坏性创造过程（零售、媒体、传统家电等）
- 包括BAT在内的科技公司格局变化
- 创业热潮
- 传统大亨的境遇（传承、转型）
- 文化娱乐产业的兴盛

我希望能够最终凭借这本杂志捕捉到“时代精神”的一面。尽管要做到这一点是众所周知的难。

你能看到的这一系列图书是我和我的同事们在过去两年内顽固地捕捉时代精神的努力。它可能并不尽如人意，但我相信，阅读这些文字，还是能让你一窥这个迅速变化的年代里某些碎片风景。

《财经天下》周刊主编 李翔

目录/contents

第一篇 抢夺风口

002

争夺“机场+”入口

在订票、去机场、候机、登机、接机等消费场景中，机场商业连锁店可以成为一个中间服务端口，嵌入机场 O2O。到时，驻店入口价值将会最大限度提炼出来。

009

“超市搬运工”的生意能做多大？

50 岁的邵元元，三年前创办社区 001，自称“超市搬运工”。如何对接超市的动态商品库以及如何真正走进社区，是这款社区 O2O 产品当下的难题。

014

李志活在互联网上

在唱片式微、数字音乐崛起的行业巨变中，不混音乐圈、不签约唱片公司、不参加电视选秀、不接受媒体采访的李志，一直在探索独立音乐人的生存方式。如今，这名被称作“逼哥”的创作歌手正在经营着一支小而精的互联网团队，成为了独立音乐人发展的标杆。

023

一起作业网：要么火，要么死

他们还处在大举融资、积极卡位和不断打磨免费产品的圈地阶段，但圈住用户，距离成功“变现”还有多远？



028

摩登天空：不仅是中国公司，它还会成为一家全球公司

沈黎晖自认颠覆、叛逆、创新，这几个特质也体现在摩登天空的发展布局中。在这位创始人看来，摩登天空很像一株夜晚发光的生命体，什么是摩登天空，什么又不是，已经很模糊。

036

做题机器

中学生需要掌握的知识点不多，却平均要做 37000 道题迎接高考，以题海战术上的勤奋掩盖思考上的懒惰。为了给他们提供另一种选择，在线题库、搜题 App 公司之间拼杀到了产品细枝末节的程度，而新公司还在不断进入这一领域。

045

找钢网：让钢飞起来

B2B 行业正在经历从信息平台到交易平台的过渡，找钢网估值接近 10 亿美元，B2B 电商的春天正在到来。

054

携车网：解决洗车痛点到你家

在汽车售后领域的互联化创业红海中，“携程网+大众点评网”的平台模式有流量和数据库优势，但从 4S 店、快修店延伸到车主的家门口，携车网能否承受 O2O 之重？



061

“一元洗车”杀入汽车后市场

“我们的战略方向非常清晰，第一步从洗车切进去获得车主用户。第二步，从洗车服务到非洗车服务，这一步正在实现过程中，很快会看到效果。第三步，通过洗车、非洗车实现商业价值。”

066

短租行业仍像蜗牛在爬

对于小猪短租来说，寻找更多的种子用户是当下最重要的事。

071

“开桌”试图打通 O2O 最后一公里

从提供饭补到金融服务，“开桌”想抓住城市白领的午餐需求，聚拢起中小商户。

078

触“电”的小龙虾

互联网让食客以新形式尝试小龙虾，一些创业者抓住了这个机会，同时也改变了传统餐饮行业。

088

LinkedIn 中国再创业

众多国外互联网公司在华遭遇“本土化魔咒”之后，LinkedIn 设计一种新方式，以创业公司模式进入中国市场。



097 | 口袋通，微信电商刚起步

微信电商崛起，依赖流量存活的网店店主们是否有了新选择？

101 | 寻网秦记

摆在网秦面前的选择是：转型或关门。而网秦选择踏入全新的领域，做一个开荒者。

110 | 饿了么想做餐饮业“天猫”

这家创立于大学宿舍的公司正雄心勃勃想建立一个淘宝级的电子购餐平台，但物流配送和餐馆选定或将成为其发展的掣肘。

115 | 疯狂的煎饼

路边摊传统小吃 + 互联网思维，备受争议的黄太吉创始人赫畅是在吹一个大泡泡，还是真能颠覆餐饮业？



第二篇 娱乐至上

130

十万笑话，冷极必火

短短5年，从最初的漫画，历经动漫、动漫电影，到最近的游戏，《十冷》穿越不同内容领域，构造了一个现象级IP。

143

“坏孩子”的新时代

电竞的兴起曾为那些过早离开校园的少年提供新的职业选择，而电商时代的来临则为他们带来更丰富的商业想象。

155

活在视频网站

他们在几亿人的网络世界里，把控着大众的笑点。



第三篇 为人民服务

166

离开腾讯的日子

“不管怎样，这都是中国互联网界最有价值的一批人。”

173

二手市场的好生意

这并不是一个轻巧的商业模式，业务的重点在于渠道开拓。

177

重新定义租房

新派公寓将在国外被广泛应用于房屋租赁市场的 REITs 模式进行了中国化改良，希望能够引领都市白领的新型居住方式。

181

你能买到什么？买手决定一切

设计师想花 80% 的羊毛在西装上，买手则纠正他们说，只能花 40% 的羊毛，但看起来要像 80%。

189

2000 元，像组装电脑一样定制西装

一家“裁缝店”将戴尔电脑的模块化引入到服装定制领域，把消费者 DIY 的服装快速地生产出来。



第四篇 智能“入侵”

196 多听掘金“车听宝”

他决定另辟蹊径，将整个战略重心转移到车载智能硬件上来。

203 果壳：极客精神开道

只有拥有了与网络独立对话的能力，智能手表才有机会去开发属于自己的功能。

209 再见，现实！

虚拟现实会是继个人电脑和移动设备后第三个改变生活的重要领域吗？

214 落地创意文化传播 CEO 杨博智：3D“打”出新生意

这是一个非常初级的行业，很多人将精力用在制造设备上。而杨博智则从使用体验入手，加入设计和营销，产生出一门新生意。



第五篇 酷炫的应用

220 酷划，做本土化的 Cashslide

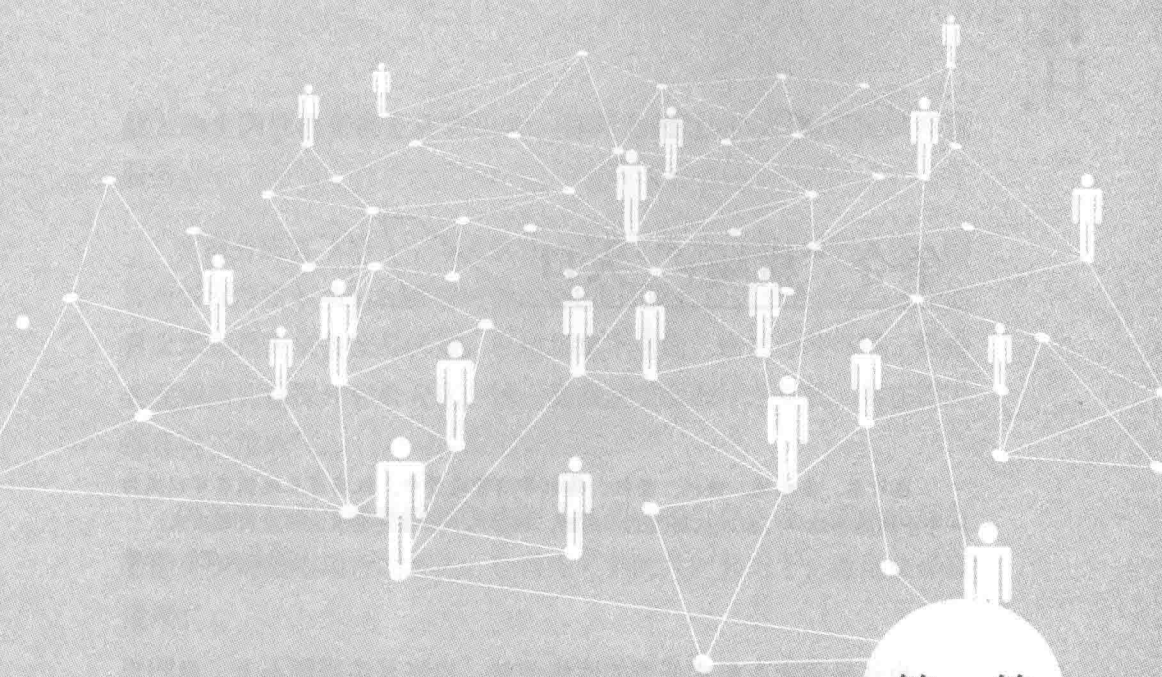
师承于韩国第一大锁屏广告应用 Cashslide 的酷划，如何在中国市场找到自己的路？

225 手机上的声音生意

电台这种传统的媒介形式，正在借助智能手机的普及迎来新生。问题是，在市场并未成熟、盈利模式并不清晰的当下，这些一拥而上的创业者们，能坚持多久？

237 把私人医生请到你的手机里

“春雨医生”开启了移动互联时代的典型医疗模式：将全国各大医院的好医生请出院外，常驻云端与患者实时交流。



第一篇

抢夺风口

争夺“机场+”人口

在订票、去机场、候机、登机、接机等消费场景中，机场商业连锁店可以成为一个中间服务端口，嵌入机场O2O。到时，驻店入口价值将会最大限度提炼出来。

《财经天下》/陈默

也许是闽南人务实低调的性格使然，也许是忙得顾不上，肖昭恩说公司什么时候挣到第一个100万、1000万没有太大的印象。他能记得的，是逸臣发展速度几乎同步于中国民航近20年的飞升态势。10年前，逸臣刚进驻广州白云机场的时候，年客流量为两三千万人次，现在已经增加到五六千万人次。

“爸爸天天打飞的。”肖昭恩的孩子如此评价他。

1973年出生的肖昭恩在福建安溪西坪的老茶园里长大，身边是屹立了600多年的土墙房子。过着安静乡村生活的他从来没有想过，长大后会在某一天里跑遍广州、上海、郑州和北京四个城市的机场。

这一切始于他随着哥哥一起，在厦门飞机场附近开了第一家小餐厅，那大概是在1995年。从一家餐厅开始，肖昭恩的生意扩展到土特产、餐饮、图书和便利店。地域上，也从厦门机场，蔓延到福州、广州、乌鲁木齐、北京、香港、上海等城市的机场，店面超过200家，经营面积达2万平方米。

现在，肖昭恩担任总经理的广州逸臣，已经成为国内经营规模

最大的全国性机场商业连锁公司，每年为超过5800万旅客提供商业服务。

在商务旅客飞增，中国民航业大发展、各地开建机场的时候，国外有着深厚资本实力和管理经验的SSP集团看到商机杀奔而来。SSP的看家本领是聚集各家品牌商，在机场拿下店面，通过合理布局，最终实现销售业绩提升和最大化。这一套做法在欧洲行之有效，但在国内却显得不接地气。

但逸臣公司在经营探索中找到了在国内的生存之道。国内机场有着国外机场难望项背的客流。在肖氏兄弟的共同努力下，逸臣获得高速增长。

“当初确实也没有什么很宏大的战略，只是觉得这个市场很有发展潜力，只想专注下来用心做好一件事，近20年我们确实也一直在努力做好这件事。”肖昭恩告诉《财经天下》周刊。

第一桶金

1995年的时候，坐飞机还是一件奢侈行为，坐飞机的都是有钱人，消费能力也很强。那时候商品不如现在这么发达，航空公司为吸引乘客，甚至会赠送飞机模型等礼物。就是在这样的环境中，肖昭恩兄弟的经商之旅开始划出一条向上的弧线。

不过，第一桶金的到来有着极大的运气成分。在1996年，厦门机场建成了一个新候机楼，肖昭恩兄弟去投标，以特许经营许可方式拿到一个100多平方米的店铺，开了一个小咖啡厅，就在5号登机口边上。本来预计要靠慢慢经营积累的口碑和业务量，却因为台湾的飞弹而急剧增加。