

卖一杯 互联网精神

3W咖啡的创业梦想孵化手册

3W创业生态=咖啡馆+创新传媒+拉勾网+孵化器+种子基金

丁昊峰◎著



互联网+
落地第一读本



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

卖一杯 互联网精神

3W咖啡的创业梦想孵化手册

丁昊峰◎著



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

卖一杯互联网精神: 3W咖啡的创业梦想孵化手册 / 丁昊峰著.
—北京: 新世界出版社, 2016.2
ISBN 978-7-5104-5598-8

I. ①卖… II. ①丁… III. ①电子商务-商业经营-中国
IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第027905号

卖一杯互联网精神: 3W咖啡的创业梦想孵化手册

作 者: 丁昊峰

策划编辑: 冀 晖

责任编辑: 张杰楠 周 帆

责任校对: 宣 慧

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街24号(100037)

发行部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8705 (传真)

总编室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.nwp.com.cn>

版权部: +86 10 6899 6306

版权部电子信箱: nwpcd@sina.com

印 刷: 三河市骏杰印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 710mm*1000mm 1/16

字 数: 190千字 印张: 15.5

版 次: 2016年3月第1版 2016年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5104-5598-8

定 价: 36.80元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

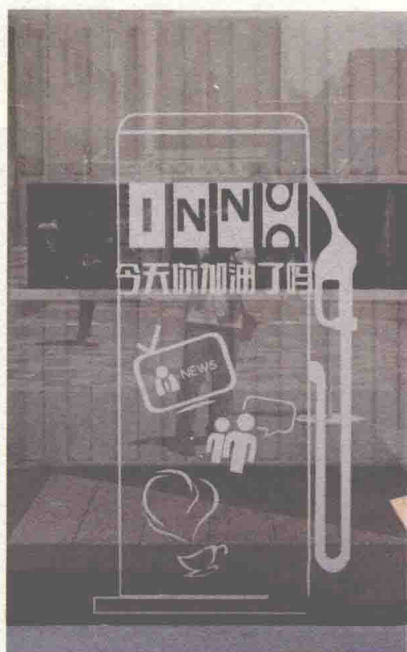
客服电话: (010) 6899 8638



▶ 在这条不长但吸引着创投人士目光的大街上，矗立着几个很有科技感的方向标



服务创业者的会客厅、车库咖啡、窗上的 inno way 标志、言又几书店



▶ 这些随处可见的名字、创意文案，展示着满满的互联网正能量

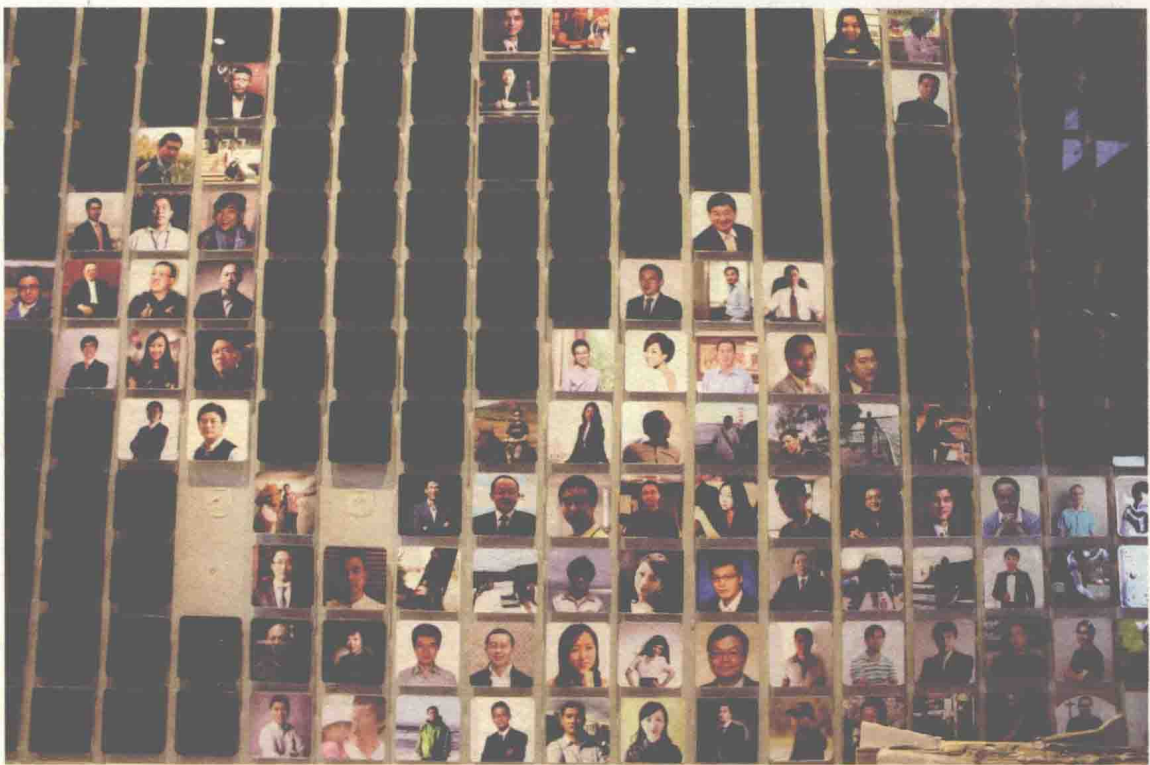
▷ 拍摄当天人并不多，有些人是慕名而来





▷ 谁还关注咖啡好不好喝





▶ 墙上照片中这些人如果认识不超过 8 个，你就 out 了。这里时常有互联网大咖出没，他们不只是“上墙”



► 创业大街（部分）





► 西少爷肉夹馍的文案就像另一个世界的沟通语。从南 inno way 标志处进入，走到头，就是传说中的京东智能奶茶馆

3W 咖啡众筹股东名单（部分）

- 杨向阳 深圳市源政投资发展有限公司董事长
- 曾李青 德迅投资创始人、腾讯联合创始人
- 叶 滨 清科创投董事总经理，并兼任集团执行副总裁
- 殷建波 谷歌中国战略合作总监
- 曾 玉 枫树（北京）投资管理顾问有限公司创始人
- 张 伟 博雅互动 CEO
- 庄辰超 去哪儿网 CEO
- 吴世春 乐呵互动 COO，前酷讯网创始人
- 黄 劲 走秀网联合创始人，首席战略官
- 袁 疆 也买酒董事长
- 倪正东 清科集团董事长
- 詹 川 深圳市华澳资本管理有限公司创始合伙人
- 胡世辉 太美行动文化传播董事长
- 厉 伟 深港产学研创业投资有限公司董事长，松禾成长关爱基金会理事长
- 李 静 著名主持人、制片人，东方风行传媒集团创始人
- 彭志坚 腾讯产业共赢基金董事总经理
- 郝建军 高德软件副总裁
- 沈南鹏 红杉资本中国基金创始及执行合伙人
- 孙陶然 拉卡拉支付有限公司创始人，董事长兼总裁
- 赖霖枫 广东一一五科技有限公司董事长兼 CEO
- 徐易容 美丽说创始人 CEO

柯细兴 亿玛公司总裁
林嘉喜 国金投资 CEO
李日学 寺库中国总裁，全国寄卖工作委员会执行会长
吴哲飞 北京蓝色光标公共关系机构高级副总裁
董安民 百度行政总监、工程建设总监
张逸龙 东方弘道投资管理有限责任公司执行董事
杨正宏 东方弘道投资管理有限责任公司总经理
王 迅 锐嘉科科技集团董事长
张 涛 大众点评网 CEO
龚世海 大众点评网技术副总裁
王欣磊 1 号店产品设计副总裁，前沃尔玛电子商务产品副总裁
纪学锋 巨人网络副总裁
杨炯纬 聚胜万合 MediaV CEO
杨文斌 好买基金执行董事、CEO
王志琦 前土豆网 CFO

.....



早在 2012 年,《新闻联播》就报道了北京中关村创业大街上的创业咖啡馆“车库咖啡”。一时间关于创业咖啡馆的讨论铺天盖地,许多人看准了创业大潮带来的机遇,也加入到开办创业咖啡馆的行列。大浪淘沙后,一家名叫“3W 咖啡”的创业咖啡馆发展势头最猛。如今,衍生出企业孵化器、互联网垂直招聘网站拉勾网等业务的 3W 咖啡估值已经达到几亿美元。与这样的高估值“不相称”的是,它才成立短短 4 年。

3W 咖啡馆最早进入人们的视野是因为它的成立方式——众筹。它被称作“中国第一众筹咖啡馆”,其众筹模式为这种新的融资方式在中国落地生根提供了绝佳的案例,可它带给我们的启发远不止于此。

互联网代表当今最为先进的生产工具,人们对它有许多想象,其中最美好的一点已经实现——世界以它为媒介连接在一起。这种连接形成了互联网的生态圈。

美国著名人类学家、文化人格学派代表人物拉尔夫·林顿(Ralph Linton)教授曾对人类的圈子即社群进行过深入研究。根据研究结果,他认为,一个有活力的社群的特征是:相似的文化背景、频繁的互动、共同的利益。

相似的文化背景,其实是指一类人的格调或者调性,最新的说法叫作“价值观契合”。人群会因为有着相类似的追求与理想而聚集到一起。

频繁的互动能够把有相似气质的人聚集在一起,让社群保持活力。没有互动,用户依然“散落在天涯”,互动就是“诱使”用户参与。



共同的利益这一点最好理解，当利益相关时，同一生态圈的人更有切身的感受。

在 3W 咖啡馆里发生的一切，正是互联网生态圈里随处可见的景象——那些最新的想法、那些已经被实践的技术、那些求知若渴或是求贤若渴的人、那些愿意通过这个平台构建更广泛人脉网络的人，在这里都被连接在了一起。

在这个过程中，企业中的个人变成了经济活动的最小单位。企业放弃了“宫殿”式的结构，把自己变成一片“森林”，更加开放灵活，让“森林”中的每一个人与用户进行连接。这就好像企业调动了自己的全部末梢神经去和用户接触。腾讯 CEO 马化腾曾断言，未来如果一家企业不能做到细胞级连接，“就会像一个神经末梢麻木、肢体脱节的生命体一样，失去生存优势”。

3W 咖啡自身作为互联网生态圈的入口，3 个创始人本身就是“根正苗红”的互联网人，因此对于这种“细胞级”连接十分重视，具体的表现就是，他们设计出来的每一件产品都以极大地贴近用户需求为目标。

互联网时代，人性化的要求上升到新的高度，工业 1.0 时代冰冷的标准化不再适用。马化腾曾经将人性视作“连接的归宿”，任何一款产品甚至一个平台，都需要基于人性去思考、开发和设计运营。

任何行业的转型都需要从最基础的人性化开始。海尔 CEO 张瑞敏总结道：“互联网 + 企业绝不是简单的‘油 + 水’。油漂在水上闪闪发光，很好看，但水和油是分离的。利用互联网技术和手段，与用户零距离接触，才能真正达到水乳交融。我们称之为‘用户复兴’。”互联网时代的用户复兴，就是把选择的权利还给用户。这是互联网带来的信息极大丰富和信息对称的必然结果，个性化也只有在这种情况下才能实现。

由于每一个人都被连接，个性需要得到最大的尊重，因此世界变得更加自由和开放，“跨界”成为这个时代的另一主题。“互联网 +”本身正是跨界思维的表达。

3W 咖啡通过互联网与传统行业的跨界，实现了开放与融合。它带来的最显著变化是从智慧创意到商业化的路径更加垂直。

跨界要求的开放与融合最终可以让系统成为一个开放的生态圈。创新也正是在开放的生态圈中得到孕育和发展。创新带来的是一种生产力结构的变化，它让用户更多地参与到产品的创造与传播中。股东们通过互联网集合在一起，每一个品牌的创造都有无数的个体共同参与，每一个人都可以参与到他们所擅长或是希望的环节当中。

3W 咖啡的发展体现的正是这种生产结构变化的趋势——创客化。

“创客”源于英文单词“Maker”，他们多集中在艺术和制造领域，通常被认为是“硬件再发明”的科技达人，但也不限于此——软件开发、艺术家、设计师等，只要坚持创新、持续实践，也可以被称作创客。创客空间就是创客们的集中地，国外已经有很多这种创客空间在运营。

比如在美国，有一位名叫卡瓦尔康蒂（Gui Cavalcanti）的创客几年前成立了一个创客空间——工匠避难所。卡瓦尔康蒂成立创客空间的初衷很简单，比许单单想开一家咖啡馆的初衷复杂不了多少：他想制造一个巨型机器人，这需要一个数十人的团队，还需要一个不小的实验空间。基于此，卡瓦尔康蒂租下一家旧工厂约 800 平方米的场地作为“创客空间”，召集了志同道合的人在这里落脚，互相交流。

现在，“工匠避难所”已经名声在外，这里的创客除了拥有自己的工作场地之外，还可以得到各种专业的设备、工具，尤其是一些难以获得的先进工具。最重要的是，这里有各种新鲜的想法和新奇的创意，大家聚在一起就会有更多的灵感迸发。“工匠避难所”因此也专门开辟了供创客交流的空间。

创客在创客空间研发自己的产品，并制成模型，然后寻找工厂批量生产。至于资金，有些创客通过众筹网站获得，有一些工作室类型的创客团队则会通过开设一些培训课程获得。有一些创客加入创客空间完全是出于自身兴趣，他们本身



有正式职业，并不为生计发愁；然而也有不少创客是为了自己热爱的项目而辞职的自由职业者。

创客当然并不仅止于个人的创新，它也包括企业结构的创客化。创客化的企业结构是将企业内部的部门边界打破，比如海尔转型时倡导的“人人都是CEO”，通过组织机制和结构的细胞化，实现个人创造力最大限度的发挥。无论是个人创客还是企业公司的创客化，最终目标都是通过一种简单直接的方法释放所有人的潜力。

“互联网+”代表了连接和创新。互联网在其中的作用并不是要取代加号后面的传统企业，而是要作为一种创新的驱动力注入传统企业的基因当中。因此，加号后的传统企业应该是基础和母体，但是在实践的过程中，很多人只注重加号前的“互联网”而忽视了加号后的“传统”。

这是许多期待用互联网基因改造行业的人最容易犯的错误。尤其是互联网出身的人，更容易在跨界时跌倒，其主观上的原因是骄傲。许单单曾经总结自己创业时走过的弯路：“以为用互联网思维改造一个咖啡馆还不是小case，就跟《三体》里说的降维攻击一样。”但事实上，他根本不了解这个行业，同样用《三体》里的话来说：“弱小和无知不是生存的障碍，傲慢才是。”这种傲慢让他差点毁了自己的咖啡馆。

所以，互联网人看似天生带着互联网的基因，但他们在实践“互联网+”时总是带着对传统行业的“天真幻想”，于是发现坎坷不断，问题总是从意想不到的地方钻出来。所以，要想实现互联网与传统行业的跨界整合，需要对传统行业心存敬畏，也要先在传统行业落脚，奠定基石。3W咖啡花了太长时间看天，忘记了脚下的路。现在坐在3W咖啡馆里的创业者们，又有多少只是一味地谈论理想或是“妄想”？

互联网改变了许多人的生活甚至思维方式，但无论商业的形式如何变化，创