

目 录

contents

车萝卜：让驾驶更安全舒适 / 001

医视频：构建全产业医学服务体系 / 007

Instreet：一切源自热爱 / 013

君舍文化：君临天下，舍我其谁 / 018

八度美家 VR：让家装简单快乐 / 024

爱享文化：新文艺复兴下的骑士精神 / 030

美科科技：助力青年学子尝鲜创客路 / 038

饭饭男友：用年轻人的方式影响他们 / 044

空气洗手：空气，能用来洗手？ / 050

互联星梦：VR 游戏帝国梦 / 056

作書：个性化定制留住时光留住爱 / 062

快感飞车：擎起中国家庭健身大旗 / 068

大脑天宫：打造影视项目全产业链 / 075

容艺教育：影视文化教育孵化新生态 / 081

君立天地：孵化一个“百老汇”式演艺集群 / 089

动画量产：不忘初心，走向未来 / 096

DD 翻译官：我们只是在等，全世界的掌声 / 102

宝宝加油：打造儿童知识服务第一品牌 / 109

朝羽文化：互联网 + 动漫的先行者 / 115

盒而特：用“盒子”改变世界 / 121

麻糖小课：四个女人一台好戏 / 129

满满学院：将学习游戏化 / 136

票房快结宝：中国电影梦 / 142

时尚京剧：让国粹艺术重新风靡全球 / 148

世界多美丽：看得见的旅行最美丽 / 154

威尔帝：从婚礼主持到技术创新者 / 159

稀客地图：“稀客”在手，说走就走 / 164

小白世纪：玩出新高度 / 169

攸行文化：《行者》无疆，《野心》无涯 / 175

筑趣工坊：帮孩子“筑梦” / 181

文创大赛厚积薄发 《创意中国》应运而生 / 187

后记 / 201

车萝卜

让驾驶更安全舒适

“萝卜，导航去朝阳公园。”“全程 10.5 千米，大约需要 30 分钟。”

“躲避拥堵。”“全程 11.5 千米，大约需要 25 分钟。”

“不走高速。”……

这个名为“车萝卜”的机器人可以实现人机多轮对话，完成道路导航。只需提前与手机蓝牙连接，之后不需任何提前设置，也不需任何手动，只用语音，就可以完成所有操作，而且可以随时更改指令，重新规划路线。

更为神奇的是，这个小机器通过一块长 20 厘米、宽 10 厘米的透明屏幕，将路线在语音播报的同时，在屏幕上同步显示出来。屏幕在驾驶员面前六七十厘米处，而看到的效果是在 2 米以外。

这是将战斗机上用的全息投影抬头显示技术应用到了汽车里，可以将图像的成像位置延伸到前挡玻璃外的路面上。驾驶

时看到的图像就像是悬浮在前方路面上那样。这样开车的时候不用再低头看手机或车内屏幕，看路的同时即可方便安全地看到信息。

“车萝卜”的“主人”，北京乐驾科技有限公司 CEO 马斌斌说道：“我们开车的时候，如果眼睛看导航的屏幕，在面前六七十厘米，看完再把眼睛的焦距聚在车外 20 至 30 米的前方道路时，所需要的变焦时间是 0.8 秒；而用‘车萝卜’的屏幕，从两米到二三十米的变焦时间是 0.3 秒。”

“不要小瞧这 0.5 秒，可以大大减少事故发生。在车速每小时 80 千米的时候，0.5 秒可以行驶 20 米。”

马斌斌曾在高德公司担任产品副总裁，对交通领域的安全



格外关注，“2011年至2015年，全国道路交通死亡80万人，其中38%是由于开车看手机的违章行为造成的。而同期，酒驾造成的死亡率不到10%。”

截至2016年年底，我国机动车保有量达2.29亿辆，机动车驾驶员3.1亿人。预计2017年年底将达到3亿辆，车主每天开车的时间至少半小时以上，汽车空间已经成为很多人生活空间的一部分。同时，移动互联网用户接近8亿人，新闻、社交、视频、游戏……这些都让低头族越来越多，甚至在开车时，手机也离不开人们的视线。

如何让手机退出驾驶，这确实是马斌斌创业的一个方向，他选择了用语音加“抬头显示”提高人们驾驶的安全性。

“车萝卜”不光有语音导航的本事，还能听得懂主人的多种指令。现在很多汽车自带的操作设备都能通过连接手机接听电话，但还不能做到与其他社交平台连接。如今，“车萝卜”实现了这一操作。只要说一声“萝卜，发微信给谁谁谁”，就能自动进入微信，与朋友语音通话了。

如果想听歌，也很简单。只要说一句“萝卜，请放一首陈奕迅的《十年》”，它就会跳转到手机里的音乐APP，自动播放。

当在开车旅途中看到美丽风景时，驾驶员可以直接说一句“萝卜，拍照”，它就可以通过“车萝卜”配套安装的行车记录仪将景色拍照保存到手机中。这时候，还可以通过“车萝卜”将照片发布到朋友圈或微博，与好友及时分享。

这个功能强大且趣味十足的机器人一经面世，便获得诸多好评。曾作为智能车载领域的唯一入选者，从近千名竞争者中



车萝卜HUD智能车载机器人

来自未来的黑科技 全息投影抬头显示 全语音操控



脱颖而出，入选微软创投加速器第七期。它还先后赢得了 2015 Tech Crunch 创业大赛五强大奖、2015 黑马大赛年度汽车后市场领域年度总冠军，英特尔创新大赛冠军和最具商业价值企业，在 2017 年第二届北京市文创大赛中摘得桂冠。

2015 年 9 月量产发布的“车萝卜”一代取得了 324 万的京东众筹金额；2016 年推出的“车萝卜”二代产品在京东取得了 1500 多万的众筹金额，创造了京东众筹车品类目迄今为止最高的销售纪录。

虽然已经取得一些成绩，但马斌斌觉得创业才刚刚开始。

现在产品的屏幕是全通透的，利用光学技术，把小屏幕放大到相当于 18 英寸的大屏幕上，而且并不遮挡开车视线。他们的下一代产品将会把普通的汽车前挡风玻璃变成一块大屏幕，道路导航的焦点也将放在前方道路上。

展望未来，当自动驾驶成熟以后，“车萝卜”的应用将更加广泛。那个时候，人的双手双脚从驾驶里解脱出来，坐在车上

无聊的时候，前方屏幕就可以成为生活娱乐、视频社交的屏幕。还可以看电影打游戏，和朋友视频聊天，女士还可以在车里购物，甚至利用 AR/VR 技术试衣服、试发型。

“车萝卜”也许会成为一位驾驶管家。不仅实现上面提到的功能，还能预警。比如路面上突然出现行人或者车辆，“车萝卜”会让车自动提前减速，对道路的实线、虚线也会自动识别，防止车辆违章。

马斌斌对“车萝卜”的下一步开发非常有信心。

虽然公司 2015 年刚刚建立，但团队的人员组成非常豪华。45 名骨干人员大多数都是来自腾讯、百度、高德、华为、索尼、联想、小米等顶级企业的软硬件开发专家，供应链专家和产品运营销售高手，技术涉及导航、光学、系统集成、硬件开发、语音识别等多个领域。

对于是否会很快出现类似的产品构成竞争，马斌斌非常自信：“不会。”他注意到，2014 年美国有一家企业宣布生产类似产品，但直到 2016 年 11 月才面世。我国也曾有 100 多家企业



涉及同类产品，但现在已经能与导航对接的不过 15 家，能够制造出产品的只有寥寥几家。

当然，马斌斌也有苦恼的地方，“车萝卜”现在知名度、普及度还不高，许多人还不知道这款产品，用马斌斌的话就是“市场教育成本高”，“其实行车记录仪开始大家也不接受，觉得没有用。后来发生了几次典型的纠纷，大家认为这个东西可以事后举证。但‘车萝卜’是防患于未然，就像中医提倡的治‘未病’，预防总比治疗疾病好。但可惜现在，人们对这一点认知不足。”

医视频

构建全产业链医学服务体系

这是自媒体最好的时代，这是自媒体最坏的时代。

“移动阅读”渐渐成为不少人新的生活方式，爆款热文每天都在诞生、传播。问题也随之而来，几近不受管束的内容生产带来海量的阅读垃圾，甚至湮没原本颇有营养的文字和视频。

“我们把自己的创业之路看作一次马拉松长跑，从不追求所谓爆款。做医生想看的，说医生想说的，这条路就值得一直走下去。”北京泽桥传媒科技股份有限公司董事长段小霞在由男性主导的医药创业圈里，凭借女性的干练和才思赢得了同行的敬重。

在她看来，人的一生无外乎两条路：一条是被动地等待安排；另一条就是主动投身其中，去影响一个行业。她说，自己对行业异乎寻常的热情更适合在企业的做大做强中发挥价值。

段小霞的这家企业不仅专注于医学服务领域，而且还是国内第一家医学领域服务业挂牌公司。“医视频”就是它面对受众的媒体平台。



不少人认识它，源于一条名为《新年，第医夜》的短视频。这条时长仅4分钟的短视频，出自全国21家医院、137名医护人员之手，画面真实记录了他们再普通不过的一个跨年夜。出乎意料的是，起初还在医疗圈悄悄发酵的这段小视频，数小时后就刷屏朋友圈，阅读量快速达到爆款级的100000+。“到底是谁拍下这段神奇的视频？”普通观众很好奇，一些嗅觉敏锐的投资者也投来关注的目光。“医视频”正是“始作俑者”。

这段视频没有刻意煽情，更没有人为捏造。它让12个孩子讲述了自己父母的生活——“我爸爸是医生，负责做手术”；“我妈妈帮助别人把小孩生出来”；“他总在给病人看病”……天真无邪的童声，深深击中每名观看者的心坎儿。医生的辛劳在不知不觉中感染了每个人。

自主研发的“医视频”APP设置有多个子频道，借助科技融合的力量，通过不断丰富视频元素、优化创作内容、拓展应

用场景，立足移动播放端口，专注医疗各类视频节目的策划、拍摄和制作，向视频平台及电视媒体提供微电影、短视频纪录片、专题片、教学片等，并推出多档高品质自制栏目，包括原创深度类和公众科普类。APP 注册用户还可拥有个性化的自定义功能，丰富的资讯和服务，移动端轻松实现。在今年的北京文创大赛中，历经 4 次路演筛选，“医视频”一路通关，闯入百强，再挺进前 30、前 16，最后以总分第二的成绩，斩获一等奖。

其实，“医视频”只是泽桥传媒产品矩阵中的一个品牌。

泽桥的产品集群大致可归为三类：一方面是自有媒体矩阵，旗下包括医学人文期刊《当代医生》、屏端媒体平台《医视频》、多平台直播节目和音频栏目《医师说》等多媒体节目样态；另一方面是整体项目策划，包括媒介投放整体策略、教材项目的出版、汇编制作、线上线下全覆盖会议项目等；此外还有媒体统一采购，又细分为专业广告、新媒体、医学书籍采买等，最终形成全方位立体化传播模式。作为双高新技术企业，泽桥传媒专注于“一站式”服务平台，开创了专业医学媒体统一采购模式，不仅承担了互联网时代下的 IP 工厂，同时涉足医学健康领域的资源统筹和平台整合。

尽管业务面越来越宽广，可初心未曾改变。

“我们进入医药服务领域，就是希望能为医学行业提供全方位的媒体传播服务模式，不仅仅是传统信息发布的功能，而是集组织策划、调研分析、执行制作于一体的全产业医学服务体系，承担更多社会责任和行业职责。”段小霞说。

当被问及对行业媒体未来走向的判断时，段小霞坚定地认



为这条路上必然会有比困难更多的机会存在。她主要有两方面的考量：一是媒体技术对医药传媒服务的影响，如微博、微信的相继崛起为这个行业带来了前所未遇之契机，新技术的应用必将创造更多增长机会；再就是不少新媒体大众平台也开始留心医疗健康领域这块尚待一飞冲天的“蛋糕”，它在给专业传媒带来了不小挑战的同时，正在形成“鲑鱼效应”，让专业媒体不得不寻求变革和转型，要么是媒体融合，要么走线上线下双管齐下的新路子，一些未曾见识的商业和盈利模式开始浮出水面。

年轻的泽桥早已是 80 后挑大梁，而且一水儿的高知，八成以上员工拥有硕士或博士学位，典型的高科技企业标配。它对员工还有着超乎寻常的黏性，几乎所有员工都把家安置在了亦庄开发区内，为的是不浪费时间浪费在奔波的路上，让所有激情都汇聚到创业的大道上去。

在公司合伙人刘德恒看来，创业的这些年里，他们接触到了许许多多奋战在医疗健康领域第一线的医药工作者，尽管他们的学历背景、专业履历千差万别，但他们又无一例外有着鲜

明的特质：对于自己认准的事业都有股子韧劲儿。即便从手术台走下来的疲惫脚步中，依然难掩他们对于当初选择的无悔和从未消退的激情。他说：“遇见他们，并且记录下他们走过的一路，是我们坚持的动力源。”

在旁人看来，把创业领域圈定在医疗服务业，多少有些冒险，而这和其自身成长速度偏慢不无关系。不过，也有例外。泽桥传媒 2017 年上半年营业收入同比增幅 30.45%。主要原因



是公司在销售方面增加了基础客户数量，一家世界 500 强企业进入泽桥的核心客户名单，增加百万级订单多个，实现收入增长幅度较大。

段小霞想对后来的创业者说，在这条类似于马拉松长跑的路上，需要耐心和毅力，若想成为暴发户还是另寻他途为宜。更重要的是，选择与医疗结缘就是搭乘一辆名为“意义号”的长途列车，经过的每一个站点都伴随无数个有意义的大事小情。它们中，既有那些切实帮扶到众人的点滴，也有改变了很多人生活的念头。

“做医生想看的”，瞄准的是医生群体对掌握知识和行业动态的需求；“说医生想说的”，抒发的是这群行业坚守者说不出口或不知从何说起的那些话。

“泽桥传媒将继续构建以‘屏’为主的渠道生态链，让更多人走近医药领域，参与医疗行业。”段小霞说。

Instreet

一切源自热爱

滑板、酷跑、街舞、涂鸦、DJ 电音……曾几何时，这些街头文化更多地只是在一些年轻的小众群体中受到追捧，而一旦谁沾上这些喜好，往往会被父母贴上“坏孩子”的标签。

但是……

随着“九千岁”（90、00 后）年轻群体的崛起，以及移动互联网时代的到来，特别是短视频的爆发，让街头文化通过图片与视频等方式开始进入大众视野。各种炫目的动作技巧、新生一代的自我表达、让人惊叹的文化效果等不同的街头潮流文化，在手机上刺激着年轻人的腺上激素。越来越多的人开始认知和接受这些年轻人的文化表达，包括传统的电视综艺节目也越来越多地开始为大众呈现世界各地不同表现形式的街头文化。

姜涵中，90 后大男孩，自 2002 年上初中时便开始接触并热爱着街头潮流文化。

2010 年大学毕业后，在互联网上浏览街头潮流文化的相关

2:02



信息时，他竟然发现在过去的七八年里，国内各类媒介平台对于街头潮流文化的关注与信息几乎没有太大的变化。

出于对街头潮流文化的热爱，他萌生了创建街头潮流文化信息分享平台的想法。经调查发现，中国台湾、日本、美国等地皆有与街头潮流文化相关的大规模、成体系的公司，尤其是美国拥有广阔的街头潮流文化市场，而中国竟没有一家专业做街头潮流文化的公司。他从中嗅到了商机。

据钛媒体报道，曾有投行估算中国潮流市场的商业体量达到了 5000 亿元的规模，而就在人们还对这个数字质疑的时候，潮流却在不断和文化、艺术、影视、时装等泛娱乐产业碰撞、交织，由之诞生的潮流文化逐步形成了综合性的产业，市场规

模恐早已突破万亿元的级别。

2015 年，姜涵中联合两位大学同学组成了创始团队，打造 Instreet 时尚内容播放平台。团队中不仅有资深说唱玩家、街舞冠军、滑板大牛带来的街头元素，更有阿里、盛大、小米、猎豹等知名互联网公司的创新基因。

打开“Instreet”官网与 APP，“一切源自热爱”六个字简单明了地表达了这群年轻人的出发点和立场。而“最 in 的街头文化潮流社区”的 Slogan 也甚是吸引眼球，以最直接的方式向人们阐释了自己的平台定位与文化态度。

所谓“Instreet”由“in”和“street”组合而成，意指街头文化。作为街头文化潮流的传播平台，用户在“Instreet”可以分享自己精彩的街头炫技视频，浏览全世界范围内精彩刺激的酷炫画面，了解圈内的动态，报名参加各类街头活动……特别重要的是，各路街头达人可以在这里找到具有共同爱好的朋友、团体，与他们共同交流属于自己的街头潮流文化。

目前，以媒体、社区（APP）、原创内容、活动赛事、达人为切入点，“Instreet”2016 年获得娱乐工场、盈动资本的天使轮投资后，进一步打通了电商、节目赛事、艺人经纪等领域。同时借助与今日头

