

University, Paving the Way to Entrepreneurship



大学通向创业

传媒学子创业案例萃评

卫军英 骆小欢 等 ◎ 著

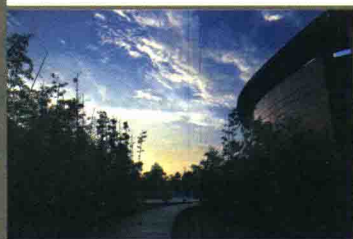


首都经济贸易大学出版社

Capital University of Economics and Business Press

大学通向创业

传媒学子创业案例萃评



University, Paving the Way to Entrepreneurship

卫军英 骆小欢等 著



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

大学通向创业:传媒学子创业案例萃评/卫军英,骆小欢等著. —北京:
首都经济贸易大学出版社,2016.5

ISBN 978-7-5638-2499-1

I. ①大… II. ①卫…②骆… III. ①大学生—职业选择—高等学校—教材

IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 073870 号

大学生通向创业——传媒学子创业案例萃评

卫军英 骆小欢等 著

责任编辑 众 仁

装帧设计 杭州源正广告有限公司

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京九州迅驰传媒文化有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数 298 千字

印 张 15.5

版 次 2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5638-2499-1/G·376

定 价 60.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

大学文化：创业是一种基因

卫军英

再一次通读全书，最初就浮现的问题越来越清晰地叩问我：这是一本什么样的书，该如何界定它所表达的内容，它想传递给读者的是一种什么价值？比之于那些循循善诱的创业教诲，和那些充满励志的心灵鸡汤，这本书究竟具有什么属于自己无可替代的特性呢？

—

记得十多年前，当詹姆斯·柯林斯的《基业长青》风靡全球的时候，我的人生恰好也是刚刚经历了前后十年、在大学和公司之间脚踏两只船几次不算成功的创业，然后在收获许多充实却没有特别留恋的欣慰后，义无反顾地收心到大学讲堂上和专业写作中。那时候，中国企业家们正迷恋柯林斯的著作，不过我却总觉得他关于“基业长青”的理论，对于大多数刚刚走过草创期的中国企业，以及那些为中国企业服务的市场和品牌策划专家而言，膜拜的意义可能要远远大于借鉴的意义。再后来看到时隔六年他提到了麦肯锡的经理人比尔·米汉也曾和我有一样的困惑，后者漫不经心地告诉柯林斯：“我们都很喜欢这本书，但遗憾的是这本书毫无用处。”这是因为“你所写的大部分公司自始至终都非常卓越，它们不必将自己从优秀变为卓越的公司。……但是大多数公司都是中途发现自己只是优秀公司而非卓越公司。它们该怎么办呢？”比尔·米汉所说的就是我的直觉，所以正如更有发言权的彼得·德鲁克在推荐其后续之作《从优秀到卓越》时所言：这本书

不会使平庸的公司成为优秀的公司。但是,它却会使优秀的公司成为卓越的公司。

然而即便如此,对于大多数刚刚开始创业的公司、那些还来不及谈及优秀更遑论卓越的公司而言,柯林斯的煌煌大作似乎也显得过于奢侈了一些。想到此我豁然开朗,明白了接下来要做的是一项什么工作,我们将把探究的目光从那些充满光环的成功企业身上移开,深入访谈和调研那些年轻的创业企业,那些更具有理想主义憧憬和充满年轻活力的创业者。公司的发展是由小变大的过程,在这个过程中虽然无法脱离各种因素的影响,但是创业者本身却是发展的核心动力所在。当更多的关于公司成长类著作热衷于探讨市场趋势和行业定位、关注融资和各种管理模式的时候,有意无意地就会疏漏掉一个重要环节,即所有这一切都必须附着于具体的人,即那些从一开始就无法推卸创业压力和必须承担失败风险的创业开拓者身上。正如我们喜欢说性格决定命运那样,对于创业型公司而言,大多数情况下创业者的秉性也决定企业的命运。正因为这样,探讨这些创业型的公司、认识创业者本身,似乎比考察公司经营和业务流程更有价值。这也决定了我们的研究不追求数据的罗列和模型的堆积,而是以访谈的形式触及创业者本身,延伸到其人生阅历甚至深入其情感生活。

我们决意从自己的身边开始着手,把我们的学生作为创业案例的研究对象。我是在2011年暑假过后执教浙江大学城市学院的,随之又负责传媒与人文学院的工作,从那时起就开始关注本学院大学生创业现象。而这次一起主持此事的骆小欢老师,则是在浙江大学城市学院创建传媒学科不久,便从浙江大学本部转入广告学专业担任教职,所以他对这些学生的熟悉程度要远远超过我。大约在2014年年底,我把欲做大学创业案例研究的想法告诉了小欢,他与我一样对此充满热情。虽然没有小欢那样熟悉各位创业学子,但当年浙江大学初创城市学院的时候,我作为浙江大学广告学教研室的负责人也是最早的授课老师,那时的直觉以及后来的切身感受,也大致生成一个明晰的印象:浙江大学城市学院定位于创新创业应用型学院,在其逐渐形成的大学文化中,具有一种天然基因般的创业禀赋。这种大学文化的形成,除了与它生长的历史时代、社会环境、区域文化和母体特征

息息相关外,更重要的是有赖于构成这所大学的具有实践特征的师生群体,尤其是那些数量可观的自小便浸淫于公司竞争,即便家里做一点个体生意也不乏巧于经营的学子。

创业是一种基因。从这个意义上说,这本剖析大学生创业案例的书,不仅是对大学创业文化的梳理,也是对创业公司生命基因的考察。显然,这种创业的基因并不仅仅来自单纯意义上的家族遗传,也不是通常高校创业教科书里灌输式说教的产物,而是由社会、家庭、学生个人禀赋、学校历史和校园文化融汇而成的一种文化基因。牛津大学著名进化思想家理查德·道金斯(Richar Dawkins)称这种承载文化基因的元信息遗传为“觅母”(meme)现象,即它并不需要有什么特定的单一的存档介质,但是却可以在不同的个体之间得到遗传记录和信息复制,不论它出现在哪种介质中,其作为信息元的觅母总是相同的。如果说在本书“创二代”郎赢旻身上,从他借船出海在更高层面上所铺展开的创业景象中,我们还可以看到财富家族直接或者间接的传承影响的话,那么自认为与生俱来就有创业基因的许欣儿说“创业是一种病”,则是对个体因素和文化基因的一种确认。正因为这样,我们就很容易理解,许欣儿和他的同学姚炜、郎景云,这三个性格与行为方式判然分明的人,会不约而同地集合在 Think Park 平台上,因为他们在无形中有一种融合互通的创业基因,如果要进一步概括,那就是潜伏在体内的对创新的渴望和对创业的不屈不挠的追求。而所有这些,我们都将归之于创业文化,这是浙江大学城市学院在发展中积淀而成的特色文化。

二

我对大学生创业和校园创业文化的思考,大约始于2012年。那时我谋划建立了一个文化创意产学研结合的共享性网络平台,并试图以此建构属于我们传媒学院自己的品牌。出于应用型培养目标和专业特色需要,我曾多次对学院的学生强调我们的培养特征,记得某次在广告“学院奖”和“大创节”的启动仪式上,我用“四个创”概括我们的学科和专业特征:创新、创意、创造、创业。适逢“大众创业、万众创新”的大背景,大概半年多之后欣喜地看到有报道说:李克强总理在拥有2600年历史的法国马赛,与当地十



几位各界杰出人士进行了一场以“创新、创意、创造、创业”为主题的交流。如果说我当初的表述还带有专业和修辞的需要,那么总理的表述一定意义上则是对一种趋势的揭示。毫无疑问,浙江大学作为应用型高校,自然责无旁贷地担荷了培育创业能力的责任。

大学通向创业。当许多人还迷惑于大学生创业是否可取,甚至指责这无异于引导孩子们在狂热和狂欢中忘却坠入低谷的失败和让他们过早面对代价惨痛的风险时,我们依然坚信对于我们这样的学校和我们这样的专业,创业教育是一种充满创新和创意价值的高校育人和学生培养方法,这点我们欣喜地在本书中已经看到。家在杭州远赴岭南创业的留芳,本科毕业之后进入我所在的浙江大学传播研究所继续攻读硕士学位。记得那时候她就有一种创业的冲动,虽然在中央电视台的“挑战经理人”栏目中脱颖而出,但她最终却放弃了做一名公司高管的职业选择。在经过多次艰辛的磨难之后,她如诗如花般美丽绽放。对此,跟她一样巾帼红颜却不乏理想情操的叶萍萍进一步给予诠释。这个曾经在阿里巴巴创造不俗业绩,却等不及阿里巴巴上市便投身创业的女子,在接受访谈前不久,刚刚完成公司A轮融资,而她的公司估值4个亿。她回忆道,在大学参加创业班社团活动时,就知道自己今后一定会去创业。具有“理想主义务实情怀”的叶萍萍认为,创业就是一个寻找人生价值和意义的过程。她告诉我们,创业的真正价值并不完全在于财富,而在于创造中的自我实现和精神的自由。正是在这个意义上,我们倡导的大学创业文化,其内核已经超越了简单的企业创办和公司经营,而是对一种创新创意思维的强化,是人生追求的一种价值性展示形态。

创业可以实现梦想。中国最成功的创业者马云调侃道:“人总要有一些梦想,万一实现了呢。”他说出了一个真理。不简单地把创业定位于财富的追求,这是对所有创业理想的一种价值考量,国有梦而人恒有其梦,任何没有梦想的人生都不是丰满的人生。所以林凯和余晓杰在毕业几年之后能够一拍即合,共赴创业之路,促成他们在创业之路上互相激励的,是共同的梦想。梦想是希望和愿景的烛光,哪怕刚刚起步,哪怕只有两个人,也可以做到最好,也可以赢得信任,也可以为团队带来成功的自信与快乐的氛围。这种梦

想特质体现在李柯的身上,便是把自己的兴趣爱好不断放大。大学四年热衷于社团,热衷于篮球,但他却不觉得打篮球就是玩物丧志,而是把篮球梦延伸到对体育品牌的热爱上。他总觉得梦想对自己而言,是一种具有魔性的驱动力,仿佛永远在遥不可及中向你招手示意。梦想的大小则是做事情的上限,大多数情况下人不会达到梦想,但是却会产生接近梦想的动力源泉。李柯的梦想是如NIKE般成就自己的体育品牌,他的故事也在一定程度上诠释了一个创业者融入品牌的完整过程。必须赋予品牌以生命感,而只有品牌超越了冷冰冰的“物”的形态时,它才具有鲜活的生命元素,而这种生命元素与其说是文化,倒不如说是人们梦想的一种精神呈现。在这里,创业所承载的已经不仅仅是个体的梦想,也是人类集体有意识和集体无意识冥冥契合的共同精神寄寓,是超越狭隘存在的社会合作与对话交流。

创业可以超越狭隘。创业不仅仅是个体行为,因此对于创业者而言,超越个体的合作意识就显得超乎常人,只有从狭隘的自我追求中走出,才有望走向共赢,而共享在今天的网络信息时代显得更为重要。社会合作、团队精神、共享共赢、对话交流,这一切似乎都是网络时代创业者必须具备的专业特质。我们欣喜地看到,在本书所采集的案例中,有不少令人赞叹的精彩合作。广告学专业的刘畅经过毕业后的几年磨炼,从初次创业到再创业,直到后来决意和几个伙伴一起成立自己的“开门见山”。他很清楚对于传统的广告行业来说,30来个人1000多万元的营业额应该是利润的黄金区,所以他说:“我们也不愿意做得太大。”但他却明白,这个公司不只是自己4个合伙人的公司,也是公司其他20多个伙伴的未来。同样毕业于广告学专业的他的师兄范磊明,错过了传统广告的黄金时代,却敏锐地跳上了数字广告的早班车,拉住了程清和刘翔两位同学,如同摩尔定理那样迅速开始了自己的蝶变,仅仅两年多时间,这个当初挤在传媒学院实验室的创业小分队,便跻身中国广告创作实力50强之列。在这两个不同风格的广告创业模式中,我们发现了某种令人惊奇的共性。在谈到创业基因和创业梦想的时候,我们都曾提及创业具有极大的个性化因素,也需要某种自然的禀赋,但是在社会化合作越来越被倚重的网络信息时代,是否能够在更大程度上超越狭隘的自我,同样还意味着是否具有分享精神和对共同使命的担荷。

三

在本书中，我们选取了12个从大学走向创业的案例，出于专业的原因，这些案例样本都来自浙江大学城市学院传媒与人文学院。也是因为学科特点和专业性质，这些创业样本基本上都属于文化创意产业，它再一次印证了不仅大学文化能培育创业的基因，而且大学教育还可以引导创业中的行业趋向。即便是在一些基于十足传统产业的创业公司中，也可以看到文化创意融入其间的创新特质。

本书中的吴晓烽在苏州经营他的家具公司。家具业是一个历史悠久的传统行业，而吴晓烽却把从广告学专业学来的创意精神贯注到看似纯粹的木料加工上。用他的话说，自己经历的是一个没有彩排的人生，但是他努力的结果却分明令木头开出了绚烂的花。专业知识的陶冶，让他把自己事业的发展指向了家具行业与网络信息技术的结合：家具行业的电子商务。无独有偶，另一个在传统行业展开创意天赋的顾跃军，当初是以美术类全省高考第二名的成绩进入浙江大学城市学院的。他原本想学画做艺术家，甚至还开办过绘画培训班，可是在家族企业的召唤和创业文化的推动下，却在他的公司里推动了紧固件加工的全新创业。“紧固件”这个文绉绉的名字翻成大白话就是“螺丝钉”，热衷于绘画的顾跃军成了一个做螺丝钉的商人。但就在这个传统得不能再传统的行业里，顾跃军却舒展开文化创意的羽翼，他不但大胆注入创意元素，试图尝试让原本不起眼的螺丝钉变成千姿百态的装饰品和艺术品，而且还把网络和电子商务延伸到整个营销与客户管理之中。事实上，创新并不在于挖空心思可着劲儿挤入那些时髦的新兴产业，创新的实质乃在于从日常生活中发现新的欲望需求，并能够以创造性的模式对此加以适应和满足。

书中特意穿插了两个大学生在校创业的案例。记得当初在我讲授整合营销传播或者企业文化课程时，刚入大三上学期的李强强在我提问时还有点腼腆。他在读期间创办的网络公司就在学院的实验室里，公司的员工也

就是他的几个学弟学妹。课堂上我会和他讨论一番公司的经营，课下偶尔相遇我也会问问他创业的情况。在学生创业的初级阶段，我们一直都以自己的方式努力为其创造条件，诸如提供一些场地以及其他方面的支持。校园里的创业公司，都带有明显的学子气质，老板是在校生，公司员工是在校生，甚至公司也成了学生毕业的就业选择。久而久之这种在校创业就成了校园中的一道风景、一种常态，上课下课人前人后，那个创业的同学和大家一起上课、吃饭、运动、考试……文化也就是这样在无声无息中蔓延。记得张越启程他的“中国好学长”之际，还经常在微信上和我进行交流，好多次对我发出邀约：“老师，我可以请您喝杯咖啡吗？”遗憾的是，忙于杂务的我竟然没有时间去他的咖啡吧。后来我们在微信上的交集越来越少。当终于有一天我安排一批老师到他的咖啡吧座谈时，管店的学生却告诉我们：“张总不知道飞哪里去了，现在这里已经很少看到他。”我明白他的生意已经铺展得更大，创业的半径延伸得更远。

这些创业大学生虽然来自传媒学院的不同专业，但他们大都集中在营销传播学系的广告专业和会展经济管理专业。这勾起了我对一段往事的回忆。那是在即将进入新千年的时候，浙江大学广告学专业第一届本科生即将毕业，那时候大学还残留着毕业生统一分配的印迹。由于传媒行业资源相对丰富，本学院的另外两个专业新闻学和广播电视新闻学的毕业生，都以能分配进入带有行政性质事业单位的传媒机构而骄傲，唯独广告学专业的毕业生必须自己出去找工作谋职业。教研室的同事对我说：“广告学专业的同学有情绪，你去跟大家讲点什么吧。”当天发生的事我记得很清楚。那天下午全班30多个同学坐在教室里，他们都朝我望着，我挥了挥左手上的手机问他们：“你们知道本学院第一部大哥大是哪个教研室老师的吗？知道第二部第三部又是哪个教研室老师的吗？”不等同学回应我便自问自答：“告诉你们吧，都是广告专业老师的。”那时候在不少人眼中我的形象似乎并不好，每天开着部车子拎着手机，从马路南边的小区穿越马路到北边的学校来上班，想来那时候这种形象大概很对不起“大学老师”这一光荣称号。但我仍很自信地对我的学生们说：“市场化是中国社会发展的趋势，虽然我们广告专业不像新闻专业和广电专业那样，有很多分配和推荐的机



会,但是广告专业的同学应该庆幸,因为我们是率先走向市场,率先以自己的策划创意能力而获得认同,所以也是更加具有把握自己命运实现自我价值的人。”

直到今天,我仍旧认同这一见解。因为在传统的传媒学院中,营销策划类专业在思维和训练方法上,更加侧重于对市场和社会的适应性,而这些专业的课程内容本身,尤其是策划创意更加倚重于创新和创造性思维,这必然造就它的学生具有某种“另类”色彩。这一点在本书所选的每一个案例中,几乎都可以得到证明。这也启示我们在培养创新、创业、应用型人才的过程中,如何通过产学研结合和实践类课程,激发和培养学生独立的自我创造能力。在这里,所谓创业教育和创业文化,并不是说要每个大学生都去自办公司,自谋职业,而是通过大学的训练培养一种创业思维,并借助于这种思维激发学生的创新创意天赋和独立自主精神,培养其勇于承担责任和敢于担当风险的意识,引导其将自我价值实现与团队合作思想相结合,寓崇高的使命感于平凡的务实力之中,从而创造乐观丰盈、梦想进取的未来人生。

本书的编写交集了三种视角,分别来自创业者的陈述、有组织的访谈以及每个案例的点评。虽然这些案例未必就是大学生创业成功的典范,但我们可以自信地宣称:这些案例正是大学生创业的真实写照。更何况这些年轻的创业者,在短短几年的创业经历中,都不止一次地经历过成功的喜悦和失败的苦涩,而所有这些经历均已转化为命运赐予他们的永久财富。早在20多年前,以研究创业公司而享誉世界的哈佛商学院教授约翰·文图拉,在经过对61209家创业公司进行考察之后得出一个数据:只有不足20%的创业公司,其寿命能够持续到10年以上。看上去这个结果有点残酷,然而对于每个年轻的大学生创业者来说,一切又恰如当年也同样年轻的马云那样,失败也往往孕育着另一种新生。所以我坚信不论未来有多少磨难,已经催生的创业文化将会持续绽放出绚丽之花。为了延续创业文化,也为了展现更加年轻一代95后大学生的视角,我们有意安排了本学院2013级不同专业的12位同学进行访谈,他们分别是:郑诗婷、应悦、王慧敏、尹琪慧、龚钊烺、鲍雨、王迎、朱怡、陈德慧、许思哲、姚洁、陈露忆。传媒与人文学

院党委书记张兰欣老师、副院长张健康教授以及学院学工办主任王柳映老师,也参与了组织和案例点评工作。我们期望通过专业交叉和前后濡染,经过学院和老师的有意识强化,在项目调研中不断延续这种创业文化。值得欣慰的是,这部访谈式调研成果结集完成之际,首都经济贸易大学出版社杨玲总编欣允出版该书,我们在感谢已获管理科学博士学位的杨玲编审独具慧眼之余,也欣喜地发现该书的气质与经济贸易类大学的色调竟如此吻合。这无疑有助于创业教育的推进和创业文化的弘扬,我们坚信这只是一个开始。

卫军英

序于 2016 年春节

传播学教授、文学博士,整合营销传播研究专家

浙江大学新闻传播学科(文化产业学专业)博士生导师

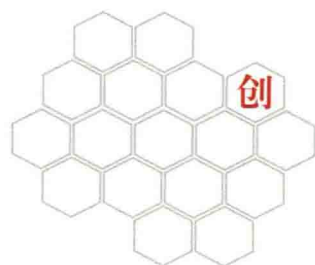
浙江大学城市学院传媒与人文学科带头人

传播与杭州文化创新研究中心(社科重点研究基地)首席专家

目 录

志同者,道相近——我的校友,我的创业路	林 凯	004
我不知会遇见你	余晓杰	007
创业寒冬中绽放的雪梅	王慧敏	016
未来,总在想象之外	郎赢旻	026
进击的草根——不一样的创业记	应 悦	034
创业是种病	许欣儿	044
创业那点儿悄悄话	姚 炜	049
创业不是说得特别好	郎景云	050
THINK PARK——三个小宇宙的爆发	郑诗婷	058
李柯的创业故事	李 柯	078
不变质的初级驱动力——专属 JK Lee 的梦想属性	尹琪慧	086
抉择	范磊明	096
一个人的路几个人走	程 清	097
相信团队的力量	刘 翔	099
有氧:以专业立身的“节操”	龚锡烽	112

没有彩排的人生	吴晓烽	122
木头上开出的花	姚洁 陈露忆	126
三十不器	刘畅	136
一路向前	鲍雨	148
创业,就是一个寻找人生价值和意义的过程	叶萍萍	156
自我寻找比财富更有价值	王迎	164
创业几多波折	岭南终觅芳音 留芳	174
樱之光华绽放岭南	朱怡	180
机会——留给有准备的人	顾跃军	190
遇上顾跃军,螺丝钉也想跳舞	郑诗婷	198
用创业致“另一种青春”	李强强	208
创业路上的行者	陈德慧	212
创业是一场全情投入的冒险	张越	220
这个学长有点忙	应悦 许思哲	223



杭州若美文化策划有限公司

合伙人

林凯 余晓杰

RUO
MEI

CULTURE

若美文化

视觉传达 | 公关活动 | 数字营销

