新观点 新视角 新维度

听大咖导师聊聊创业那些事儿

记者 项乐茹 潘敏洁/文 王鹏洲/图

上周,我市首届创新创业大赛暨首届青年创业大赛,邀请6位专业导师大咖加盟创新训练营,为我市的创客们带来了业内前沿信息和专业指导,在我市创业界微起了一 股头脑风暴,不少参赛选手收获良多。本报特插选整理导师的精彩观点和重点"干货",以给读者。

互联网创业的变化及热点



主讲人 潼斌

导师简介:帮实资本合伙人,原就 职于硅谷天堂,拥有多家上市公司市 值管理和跨境并购项目经验,现主要 从事TMT和生命健康类早期项目的 投资。

现在互联网创业正发生变化,这些 变化你不能充耳不闻——受众在改变: 90 后甚至 00 后成为互联网新的主力 人群;80后消费能力迅速提高;二三线 城市、乡村被互联网全面覆盖;用户付 费意识增强;分享经济越来越被接受;

面对日新月异的互联网,推陈出新 的新热点,那么新的创业机会在哪里? 第一,传统企业的互联网改造,为传统 企业在互联网+过程中,提供完善的配 套服务,优化效率,改变组织结构,助力 转型;第二,消费升级,为消费者提供更 高品质的生活服务体验,重感受,重运 营,重品质,品牌认同。

互动环节

观众 我们致力于将精致农产品呈 献给广大用户,请问如何把农户与市民

童斌:创业者一定要学会聚焦,哪 个方面的投入产出比是最高的 就聚焦 在哪里。我觉得你这个项目的重点就 是提供优质的产品,把销售、流量交给 京东、天猫来做。 据我所知 近来 天猫 -直在找优质的供应商 他们现在缺的 也正是好的产品供应商。

观众 我们的项目运用的是有氧发 酵技术 ,果蔬汁饮料通过此技术接入益 生菌,让营养价值最大化。我们想把这 块作为今后的重点发展方向,请问这个 发展方向可行吗?

童斌:让营养价值最大化?这个如 何论证。产品的作用需要完整的论证 体系来论证 ,即便经过千辛万苦论证 , 那么如何让消费者信服?那就要靠营 销。所以 我认为保健行业的重点从来 不是技术上的优势,而是渠道和品牌, 而渠道比品牌要更重要。

创客 毛轩轩 老师的演讲很深奥 也很具有启发。现在我们的农产品网 上订单量较少,且局限于温州地区。接 下来,我们计划与京东、天猫等接洽合 作,像老师说的,把销量、流量交给他

们,我们专心做好产品。 创客 汤恩余 :老师对于互联网+ 时代下的传统行业的判断非常犀利,互 联网应该为传统行业优化成本,提升效 率。从而实现现金流入到研发、创新, 为消费者生产更多更好的产品,从而满

县域电商的顶层设计与模式创新



主讲人 漠问剑(牟文建)

导师简介:农产品电商专家、吉林 云飞鹤舞农牧业科技有限公司董事长, "赢在中国"全国十二强,有着大胆创新 的思维,对农产品如何拥抱互联网方面 有自己的独到见解。

精彩观点:

现在很多县域电商的现实情况与 政策意图是有落差的,为电商而电 商。农产品网销还很困难,存在着本 级财政投入远远不够;大部分地区在 做政绩工程;对电商认识停留在开淘 宝店;部分人一头雾水,无从下手等瓶 颈。面临着基础设施差、干部观念落 后、人才匮乏、公共服务体系不健全 "四大硬伤"

县域电商短期需翻越"三座大 山"。第一是人,政府缺少懂行、敬业、 愿意付出的电商干部;本地电商从业 人员缺少领军人才;传统企业互联网 化人才更是奇缺。第二是货:县域看 起来产品丰富,但真正符合网货需要 的产品少之又少;第三是渠道:除了对 接农村淘宝、京东、苏宁、邮政等平台 电商外,没有其他办法,而这些渠道除 了搞活动外,真正能够走量的其实又

式。必须意识到,在体验经济下,卖产 品更是卖服务,要精准找到客户。县域

大多是小生产,出路在于优质优价,目 标客户定位于中产阶级。其中有着"乡 愁"的在外家乡人和本地外地人,都是 可以重点突破的有共鸣点的潜在客户。

互动环节

观众:怎么样把农产品电商的线上 线下资源对接起来?

莫问剑:一要货准备好,二要精准 找到人。农产品电商首先要把供应链 做好 打好扎实的基础 ;其次是精准客 户的对接 清楚要把产品卖给什么样的 客户。

"创客 毛轩轩:我很同意导师说 的,互联网不是人人都能做的,而且做 的话一定要找好精准客户,并且一定 要把好质量源头关。另外,做农产品 电商要树立"卖服务"的理念,要想客 户经常为你埋单,必须"先养好他的 胃",有了口碑才会有回头客,才不会

"创客 吴礼具:我也认为以后农 产品电商就是走"农产品直供"模式。 我们现在也是这样做的,所有蔬菜直接 从农场、基地送到某一个酒店或企业等 客户。因为农产品都有保鲜期,走太远 反而成本高,服务好本地市场才是重 点。但是我们在瞄准客户这方面做得 还不够,目前客户还太散,高端客户有 但面不广,需要进一步改进。

智能制造实践:新消费时代的爆品开发



主讲人 ;吴亮

导师简介:松下电化住宅设备机器 有限公司总经理,松下"智能马桶盖"传 奇缔造者。

去年,松下智能迎来了市场的春 天:2015年,松下智能马桶盖在国内的 年销售量从7万台猛增至30万台,成 为了"爆款"。猛增的销量背后,"爆款" 马桶盖有其炼成之路。

松下始终坚持以一流品质为导向 的生产准则,首先从产品设计源头杜绝 质量问题,提供长达5年的保修服务。

观众 制造企业如何避免生产过程 中的批次性不良问题? 吴亮:首先,我们对供货商的要求 很高。对他们的前提是要明白 ,能力上 做不了的事情,不要轻易接下订单。其 次 要建立科学的日常管理制度。包括 而且所有马桶盖都有内置芯片,如果出

现任何问题,通过芯片就可以追查出马

桶盖从生产线到经销商全过程中的每

一步。这就好比所有产品都好像装了

gps一样,消费者手里的产品是哪一天

生产的,其中的部件是工厂哪个工种负

责的,原材料是从哪里购置的,一旦发

生问题召回,就非常有的放矢,可以尽

量将损失减少到最小。其次不流出一

台不良品。公司内有专门的部门对出

错率排列最低的供应商或部门进行审

查,要求对方及时整改。最后是与供应

商共同成长。要做松下的供应商并不

队建设也很重要,关键人物的布局,及 时对责任进行追究。

创客 葛林凯:我们自己就是生 产电机配件的,也可以说是松下的间 型公司的经营理念,和传导给我们这 些年轻创业者的指导思想,对我们这 些正在创业中的人有很多启发,避免

通,一方面你要戳中创投机构的"痒痒

肉",知道他们要什么,兴趣点在哪里;

另一方面你要知道自己的"强项"是什

么,弱项是什么。那怎样才是投资方

看上你的项目呢?"嫌货才是买货

人"。很多时候,投资人如果一直顺着

让你阐述完反而表示他没有兴趣,而

如果一直挑战你提问你,则说明是感

对交货时间等的推算规划等 如果没有

按时交货的话,有相应的措施。因此团

容易,靠嘴说没用,靠低价也没用,有一

于"人"。要提高员工基础素质;唯才是

用,人尽其才,多通道发展;并建立与经

营业绩挂钩的激励机制。在松下,秉持

了"造物先造人"的用人理念。我们要

求高管70%的精力花在培养人才上面,

经常问自己"你的后人、徒弟是谁?",建

立轮岗机制,所有新员工从基础的导入

此外,松下人认为,经营的基础在

套完善客观的考核标准。

教育开始。

社交平台的创新创业模式



导师简介:80后,杭州趣猜网络科 技有限公司首席执行官,研发了互联网 创新社交平台,开启全民竞猜时代。 猜,有猜便有财"。 2015年优猜 APP 正式上线, 2016年预

社交是个好东西? 答案是肯定 推广产品的平台和信息发布的重要渠 调整营销、市场等商业决策。

增强好友间互动的趣味性,还是一个整 合资源的绝佳平台,并且拥有出色的推 广渠道。这正是我们的主题"有才就有

计平台用户破百万,A轮估值近10亿 而,猜仅是互动的触发点,"优猜"的互 **团队运转得非常好,有默契,凝聚力也** 动是多样的。在猜前、猜中、猜后阶段 非常强。 中,都具有很强的社交性。

而通过"优猜",我们创新了营销模 的。以我们创办的"优猜"为例,它是 式,令商业资源和社交互动可以实现有 一款互联网竞猜互动社交平台,对于 效的循环。比如商业资源,可以通过内 普通用户,他们可以通过"优猜"加强 容生产和加工,被分解到猜题、奖品、选 好友之间的交流与了解,达到社交需 项等部分中,成为互动内容而非营销内 交流,了解客户的习惯、爱好,从而找到 求。对于企业商户和KOL以及达人 容,而用户的意见表达,可以进行数据 明确的客户群。 用户来说,"优猜"则是他们展示自我, 分析,从而根据目标用户反馈数据及时

更重要的是"优猜"不仅可以提升 地)+mobile(移动),符合这三点的企业 找到需要的人才。

会是硅谷下一个会生金蛋的母鸡。人 类在真实生活中发生的位移与通过位 移所达到的目的,都可以通过lbs应用, 反作用于真实的人类社会;然而,单纯 的记录不能创造有价值的东西,交流也 是浅尝辄止。所以,关键是现实生活中 的服务。然而,网络一定是服务于现实 的。所以"忧猜"还设置了互动及奖品

观众:如何去寻找项目投资人? 毛园园:方式有太多了,到社交平 台上与投资人接洽。一句话,只要你的 项目可行,就有无数种方式接触到资

观众:怎么找到优秀的团队人才? 毛园园 我们 优猜 核心的研发人 员有10人,他们是我通过微信找到 的。当时我发布了两轮,经过朋友转 猜是人类因应外界变化的本能,然 发 就找到了合适的人员。目前我们的

创客 郑锡赞 :现在我们在移动互 联网上做的推广都非常盲目,仅仅是一 种无关系向弱关系间的转化。像老师 所说,把弱关系向强关系转化,需要多

创客 张一格 结合遇到的实际困 难,尤其是团队组建方面,老师给出了 业界认为 socail(社交) + local(本 非常好的建议。只要用心找,就一定能

创业路演的技巧



导师简介 帮实资本团队成员,资深 媒体人,原青年时报副总编,曾担任浙报 集团钱江报系、今日早报首席记者,传媒 梦工场品牌总监、创始成员之一。

精彩观点

路演就是一场秀,第一时间要吸引 一种吸引到评委的技巧。其次,制作一 个好的PPT,这尤其关键。制作的PPT 最多信息的商业计划书。

就可以了。

首当其冲的是,用一句话描述公司 是如何应对这些问题;再针对问题指出 客户清单。 解决方案,阐述公司产品/服务的价值定 位如何解决客户的难题等。

时机,为何是现在?回顾公司产品、 服务所应用的领域的历史演变,说明哪 些近期趋势能使得公司的产品、服务凸

市场规模,定义你的目标客户并描 绘他们的特性,用不同的方法测算市场 规模,比如用自上而下法估算可获取的 到评委。比如在评委进入倦怠期后,你 市场规模,用自下而上法统计可获取的 一上场用洪亮的声音提振现场,这也是 收入规模,或依据市场占有率份额来估

竞争格局,列出现有的和潜在的竞 一定要学会讲故事,以最少的文字传达 争对手,并分析各自的竞争优势。再涉 及产品或服务,从外形,功能,性能,结 按照以下格式,用15-20页PPT, 构,知识产权等描述产品或服务,并指出 其开发计划。

商业模式,收入模式和定价,从每个 的业务,即公司目的。接着,指出问题, 客户上可获得的平均收入或其终身价 给评委。 描述客户的"切肤之痛",简介目前客户 值,销售和渠道,现有客户和正在开发的

资产负债表、现金流量表、股本结构、融商业模式就是可行的。

互动环节: 观众:目前 我们通过微信公众号启 动绘本出租项目、针对0~6岁幼儿绘本 读物。请问这种商业模式可行吗?

章建森:我并不看好这种模式,现 在的孩子都是父母手心里的宝 出租的 绘本是卫生的吗?有做过消毒吗?即 便像你说的,确实会做消毒,但是在父 母心里还是会有隐忧。其实 现在的家 长真不差这点钱,对于小孩用的东西, 便宜不是优势 家长们更关心的是安全

观众 我们的项目是以中国文化文 艺为背景,设计的社交手游游戏,并且可

章建森:目前 我国的游戏已经形成 完整的产业链 你要问自己的是 你凭什 么能进入这个领域。尤其是你的团队里 尚未有发行渠道 ,可以说 ,没有发行人 , 再好的游戏也没有用。坦白说 ,这个项 目的成功率只有万分之一。建议你抱腾 讯、小米的大腿 近年来 腾讯对游戏的 投资力度非常大。

感受:

创客 王章凯 对我今后如何路演, 有很大的帮助。一定要针对自己的项 目,尤其是核心的内容,清楚准确地传达

创客 韩权:听后受益匪浅,尤其是 老师说的每个行业都有不同的痛点,找 最后,附上财务资料,包含利润表、 到这个痛点,并解决这个痛点,那么这种

获得早期投资的势、道、术



州大学管理学硕士,曾任华睿投资总

精彩观点

"流量红利已经不再"——众所周 "轻",但是现在互联网变得越来越重, 知,2007年、2008年是PC段的爆发 表现为从线上到线下,由软变硬,由虚 期,那个时候你可以看到每个人都在购 拟走向现实等。所以,消费服务需求升 置电脑。之后2012年的时候,则进入 级带动产业升级是大势。通过互联网 们在做的项目尚进阅读也是线上线下 一个移动互联网的流量红利期,很多人 手段加速产业升级,取得规模化优势是 结合的模式,应该也算处于小风口。按 在新的智能手机上下载了很多App。 正道。 然而现在,大部分用户都不是移动互联 网的新生用户了,装机选择更为明确, 基本上就是微信、支付宝等几个软件, 这就意味着流量红利已经不再,获取新

"互联网正在变重"——红利不再, 一种销售行为。创业者和投资机构沟 等,值得进一步思考。

观众:像迭代等风投机构,是如何 互联网创业进入纵深领域,需要寻找新 的流量红利。我们认为在消费与服务

理念里,我们认为互联网是一定要 处是三个考察重点。 感受:

判定一个项目的价值? 戚琼:首先价格的评定在经济学里 就是两个因素,一个是它本身的价值 一个则是供和需的关系。供需产生变 化的时候会影响价格。如果说创投机 构对项目的价格中枢 一点是你的故事 拓展性 ,一点则是现金流 ,共同来折算 业的升级里面存在势能,这一阵风比移 你的价值。具体对我来说,清楚阐释项 动互联网的要小要缓。在传统的投资 目的方向、团队执行能力以及资金的用

创客 吴俊亿:赞同导师说的现在

互联网流量红利已经不再的观点。我 照导师说的,想把App做成工具,成功 "融资的本质是一场销售"——创 导流客户后,再转型服务,转化成更多 业者如何获取风投融资,前提就是要的价值,我们也是这样的想法。这对于 明白不同的投资机构风格不同,只有 我们的绘本项目也很有启发,比如我们 知己知彼,才能百战百胜。融资其实 要把线下的服务做得更好,怎么成功把 是把你的项目股权卖给投资机构,是 流量从线上转到线下,增强用户体验