



编者按:正如IDG合伙人李丰所说,“‘90后’中很多人具有真正的兴趣和理想,创造了不一样的生活、消费、娱乐方式,并能够为之比较纯粹地努力和坚持。”的确,这些初出茅庐的大学生是新时代的主人,他们自由活跃的思维令人耳目

一新,脑洞大开。这群年轻人中,总有一些“奇葩”,其创业项目不管会不会闪到人们的眼,最终都获得了市场认可。今天小编就带大家见识几位不走寻常路的创业高手。

创业“奇葩”之大学生赚钱神技

玩魔方，玩着玩着就把钱赚了

今年暑假,南京航空航天大学的大三学生周志豪仅靠一个小小的魔方就办起了培训班,轻松赚得上万元。周志豪告诉记者:“我是高二寒假开始学魔方的,之后就一直玩到现在。有很多人问我学魔方有什么用,我的一贯回答是:没什么用,不过有用的时候自然会有用。魔方发明出来是为了锻炼人的空间思维能力的,可能对学建筑的帮助更大,学魔方能教人懂得以曲为直,顾全大局的道理。”

周志豪也是南航魔方社的副社长。今年5月,周志豪萌发了办个魔方培训班的念头。租教室太贵,周志豪把目光放到了课堂以外。公园大树下、玄武湖边草地上,甚至肯德基、麦当劳这样的餐饮店,都成了周志豪的教学场所。“我是小班教学,一个班只有四五个学生。每次上课,都会有小朋友要求我抱着,或者坐到我的腿上听课,听得特别认真。”周志豪笑着说。

一个暑假开了13个魔方培训班,每个班安排7个课时,大概招收五名学生,每班每课时共收费150元,仅仅两个月,周志豪凭借自己一手高超的魔方技艺,在玩乐中轻松赚了1.3万余元,这让许多暑期出去打工的大学生羡慕不已。

创业“奇葩”之玩转传统行业和互联网

“伏牛堂”：用自媒体玩法做米粉店

在北大我读金融法专业,同学毕业后大都去了投行和律所。大家都去搞金融,可没有实体搞什么金融呢?这是我当时的想法。后来毕业论文我写农村金融,到西南贫困农村研究小额贷款,发现那才是真正的中国金融。

本科毕业时,我已经在学校附近开了两家饺子馆,但总觉得困惑。那时我还在CBD一家律所实习,每天站在华贸中心20几层楼的办公室里总想往下跳。因为想不清楚自己能做什么。我并不喜欢这种“高大上”的工作,却隐约觉得开店可能是个机会。这次开餐馆,一半是因为我喜欢吃米粉,另一半是因为这事我干过,心里有底。

开店初期遇到的困难

决定做米粉店后,我几乎吃遍了常德市的所有米粉,好不容易才找到一家味道不错又愿意教我的米粉店。刚开始开店确实挺苦的,因为我们就是一个土鳖团队,或者说并没有团队概念。现在我们全职员工14人,算上兼职将近20人。我们的店面一直在换,最早的厨房和现在厨房布局、设备都不一样。做餐饮是要扎根的,有时候我3天不来店,对这个店就不熟了,总觉得不踏实,一定要亲自煮碗粉才行。

早期我们招了一票大学生,入职后他们都会抱怨这工作跟想像的不一样。大学生很容易被某一种价值观感染,他们想象中做事都是互联网思维,大策划、大手笔、大炒作,觉得来到这里会有各种好玩的事。但不管任何岗位,到我们这都要先从服务员做起。端盘子、发粉、炒牛肉,做满三个月再谈别的。因为我始终坚持,餐饮是一个沉底的行业,不沉底是飞不上天的。

我们团队全部都是“90后”,不缺想法,折腾噱头我们最在行。我坐在这儿,脑子里一会儿就能跳三四十个想法出来,所以我更愿意学习如何运营餐厅,如何搭建团队,米粉怎样才能做得好吃。对于我来说,这些才是真正需要花精力学习的。反倒是互联网那一摊儿不必费心,“90后”对它天然有感觉。

只要好玩就有人买单

现在“伏牛堂”想要扩张,最困扰我的地方在于找不到那么多合适的厨师和店长,我缺的是靠谱的人。一方面中国餐饮从业人员对这个行业没有尊重和职业认同感,所以他们经常得过且过,觉得在哪干都一样。另一方面,在中国做餐饮,甲乙方的感觉非常重。甲方是顾客,乙方都是提供产品和服务的人。在法国做餐饮有蓝带大厨,在中国就是新东方的厨子。



所以我希望对员工灌输的理念是不卑不亢地服务,一定要分辨出顾客的要求哪些合理,哪些不合理。过去传统餐饮业是客人要什么就提供什么,像诺基亚一样,上百条产品线,最后把自己玩死了。而苹果只做一款产品,管你要不要呢,就做这个。

苹果做的是需求,我们也一样。这个时代有一种逻辑是,只要你做的东西是个玩意儿,不管多小,如果你能把它做出来,就一定会有人买单。在京的湖南人有30万到40万,相对于北京2000多万人口,这部分人绝对是小众群体。过去做湖南米粉的不知道这拨人在哪,所以开一家倒一家。现在为什么我们敢做?因为通过互联网,能很方便地聚集到这30万人。

未来的规划

下一步我们要解决的问题,一是开店,二是把产品标准化。很多人会问,你打算开多少家店?通常会我说,当你真正了解互联网对一个商业模式的影响,就不会再担心开店的问题。传统的餐厅都有一个辐射半径,扩大品牌唯一的方法就是开店,店开得越多,辐射范围越大,行业地位越巩固,品牌价值越高。而现在我们做餐饮,辐射半径是以互联网为依托的。疯狂开店有风险,特别是对于我们这种外行,风险更大。但互联网让我们有时间缓冲,慢慢来做,将更多的精力放在如何把杠杆效应扩大。

线上的东西要做得更好,首先这是我们擅长的,其次这是零风险的,即便做不成也能利用这个时间缓冲,把店调顺。未来我们的品牌价值一定远超实体店的价值。

未来“伏牛堂”具体是什么样,现在我并不确定。不过在这个不断推翻重建的过程里,有一点十分清晰:玩这套东西的所有基础都不是靠微博、微信、互联网,我们是卖粉的,这才是我的根儿。

(千思)

玩航拍，拍着拍着就把钱赚了

南航2011级机电学院飞行器制造工程专业学生王钰霖,在过去的一年中,凭借在飞机上搭载摄像机实时航拍的技术赚到了人生的第一桶金。

“我从小就喜爱航模。”王钰霖告诉记者。2011年9月考入南航后,王钰霖结识了一些航模发烧友。王钰霖第一套航拍设备是一架翼展1.5米宽的固定翼飞机。今年上半年,他经人介绍前往江苏常州、宜兴等地,对两条长达20公里的河道进行水污染现状的空中取景。“虽然很辛苦,但对方一共给了7000元,我很满足。”他利用这笔资金和自己的一笔储蓄,买了一套更好的垂直旋翼航拍设备,“用这套设备拍摄的时候更加稳定,新的摄像套件也是高清广角的。”

有了这套新设备,王钰霖的业务更多了,最近几个月他接了好几笔航拍业务,收入颇丰。今年暑假,他成立了南航第一个能完成包括专业空中拍摄、后期处理视频制作的航拍工作室——航魅航拍工作室。现在婚礼航拍、大型庆典活动航拍、大型房地产项目航拍等,市场需求很旺盛。“我们会将这个航拍工作室发展壮大下去,继续从空中去记录这个世界。”王钰霖说。

“青年菜君”生鲜电商

“只有真正体验过产品的用户才最有价值,通过口碑营销和极致的用户体验,实现线上转化。”

解决两大痛点:配送和损耗

去年,我在逛街的时候,接到陈文的一条短信,说是要做卖菜的项目。接下来,逛街成为空壳,处于兴奋中的我一直在和陈文发短信、打电话聊项目。

因为我认为这是一个刚需。尤其是对于北漂多年的我们来说,太了解能吃到一顿家里做的晚饭的不容易了。大部分上班族正常下班就下午五六点,到家快七点了,这时候再去超市排队买菜,至少需要半个小时,回到家洗菜、切菜,到吃上饭,至少再需要一个小时。这样吃饭的时候就差不多快九点了。因此,大部分上班族都会在外面凑合吃一点。

看到了这个刚需,我们又去市场上调研。2013年9月份,我们正式确定做这个项目。在这过程中,我们经历了无数次争论,才最终确定了一条主要思路。

因为是生鲜的生意,历史证明已经有无数人栽在了这上面,所以,我们尽量以轻模式进行操作。

前一天网上下单,第二天线下取菜,这种模式不仅能降低库存成本,而且给了我们充足的时间准备原材料。我们解决了传统生鲜电商的两大痛点:一是配送,二是损耗。

良心品质一直是我们奉行的原则,通过在永辉超市回龙观店采购原材料,“青年菜君”保证了菜品的质量。通过在地铁口自取,我们又降低了一些成本。2014年3月,“青年菜君”在回龙观地铁口的第一家店正式营业,我们很快就实现了盈利,并且获得了麦刚的天使投资,以及梅花天使创投创始合伙人吴世春、九合创投创始合伙人王啸联合投资的1000万元pre-A轮融资。

获取第一批种子用户

虽然我们采用的是线上下单、线下取菜的模式,但是第一批种子用户实际上是在线下积累的。刚起步的阶段,我们认为只有真正体验过我们产品的用户才是最有价值的用户,通过口碑营销和极致的用户体验,去实现线上转化。

通过给用户提供高质量的服务,我们的第一批种子用户积累起来了。每周,同一个用户的回访次数都会在2-3次。我们的菜品单价在10-15元左右,比如一份杏鲍菇炒五花肉才12元,一大份蔬菜沙拉才9元,比小餐馆还便宜。

发力中央厨房,建物流,进社区

从一开始,我们的定位就绝不是简单的卖菜。通过O2O模式,目的是更好地为用户服务,同时最重要的是打造自己的品牌。

生鲜电商的可替代模式太多了,就产品来讲,半成品菜没有什么核心竞争力,非常容易复制。我们现在最大的危机就是感觉走得太慢。“青年菜君”现在只能辐射到回龙观地铁站附近的人口,影响力有限。接下来我们会在北京挑选15个左右的地铁站口进行模式复制,将人口覆盖面扩大。

但是问题接着出来了,如果覆盖北京这么大范围,我们就需要自建中央厨房,需要搭建自己的物流。食品行业和其他行业不同,物流太重要了,第三方物流不能保证绝对的质量安全。同时,自建物流是一个前期投入巨大,但是后期成本不断降低的事情,采用第三方物流每次成本都很高。

为了完成更系统的升级,我们团队又添了六名虎将,其中一个叫肖满权,做过十几年后厨总管,当过好几届厨艺大赛的评委,



由他牵头打理中央厨房事宜。还有从上市公司出来的一位,姓名不方便透露,他负责公司物流的搭建。下这么大功夫,都是因为我们想要做大、做强。

此外,除了建中央厨房、物流,从真正服务客户角度来讲,地铁口到家门口还是有一定距离的,这方面是要改进的。我们有一个“青年菜君”进社区的计划,并且已经在回龙观进行了两个试点。基本思路就是和社区便利店合作,通过售卖机的形式,用户可以在家门口取菜。其实这是一种双赢,一方面我们有了渠道,反过来我们还可以给便利店引流。

目前我们最大的危机就是觉得速度慢,还想再快一点。不过对于一个初创公司,我们每走一步都要谨慎小心。我相信,随着团队的强大以及现金流的正常周转,我们可以将这个模式做好。

(千思)

大学生创业“奇葩”又如何？

最近,在网上看见一条微博,盘点了近年来媒体报道过的各种大学生的“奇葩”创业行为。其中有男生卖卫生巾、卖猪蹄的,还有的擦皮鞋、卖猪肉、卖“手抓饼”、骑电动车卖水果……微博文中有一句话:“小伙伴们,你震惊了?”我想说的是,看了这条微博,我没有震惊,反倒在心中升起对这些大学生深深的敬佩。

卖卫生巾的男生被嘲笑为“中国大姨夫”,卖猪肉的四名合伙人被乡亲们嘲笑

“大学白读了”……这些或戏谑或挖苦的评价背后,隐藏的是对大学生们创业项目的不屑,认为这些大学生是大材小用。在很多人眼中,工作分为三六九等,大学毕业就应该做“体面”的工作。然而,现实与想法往往相差很远。

2014年,高校毕业生达727万人,在2013年699万人的基础上又增加了28万人。我国每年新进入市场的劳动者大约1500万人,727万人差不多占到一半了。综合考虑,大学生就业形势不容

乐观。为了推动大学生就业,每年从中央到地方都会出台各种政策帮助扶持就业创业。但是,靠谁不如靠自己,谁能保证物质待遇好、工作环境优、就业区域佳的“馅饼”就能落在你的头上?就业形势越严峻,我们越应该为这些不为世俗和偏见所扰、顶住各种“流言蜚语”朝着创业梦想前进的大学生多点个赞。这种不等不靠、自强不息的精神,也当成为毕业生们的“标配”。

(谢小芳)