

编者按:创业成功各有千秋,创业失败也千差万别,本期列举70后、80后、90后的创业经历,有成功的喜悦,有失败的悲凉,更有路途中间点点滴滴的经历与启迪。在此,祝愿读者朋友们在这个国庆长假期间不寂寞、有收获。

70后:辞百万年薪 从头创业



■ 何蕊 陈宇翔

辞去年薪百万的市场总监之职,背着一个背包,租一个流动办公桌,开始创业。这就是唐亮,一个华南理工大学毕业的高材生,先从工科男“跨界”去做记者,留学归来后进入强生,从全国渠道经理做到上海总部市场部助理品牌经理,后又任宝洁公司的市场总监,年薪百万元。但在唐亮的世界里,人生的最终目标,不是高薪,不是奢华享受,而是能够做自己喜欢的事情。就为这样一个看似简单的追求,他不仅放弃已有的光环,褪去半世浮华,人到中年再次回到原点,寻找初心。今年3月1日,40岁的唐亮正式辞去了

宝洁市场总监的职务,开始了自己的创业路。他花了150元,在西门口地铁站附近的一个社区里租下了一张办公桌,租期一年。如今,他每天早上都会坐着地铁或公交车前往这个临时办公场所,在一个角落里,用一部手机、一台电脑,与各种人交流。回望来路,唐亮很是感慨。当年应聘时,他曾收到一份offer(录用合同之类),是强生东莞分销商销售代表,另一份offer,是国内某大型企业的销售经理,手拿两份合同的唐亮十分犹豫。经过再三权衡,注重未来发展空间的唐亮决定进入强生,从最底层做起。“只能坚信自己的选择是正确的,我也的确看到了中国市场的潜力,而且亲手将

产品卖出去,了解完整销售渠道,这对我日后发展会有很大的帮助。”半年后,唐亮成功转正,从经销商销售代表成为了销售主管,此后被调任至上海总部担任全国渠道经理。几年后,唐亮又从中国渠道经理做到助理品牌经理,成为强生中第一个从销售转市场的人。2006年,唐亮辞去强生职务,回到广州,在美国箭牌糖果有限公司继续从事市场工作。其间,唐亮开始关注宝洁公司。对此,唐亮如此解释:宝洁有着“快消行业的黄埔军校”美誉,在此前的两家公司工作时,我时刻关注宝洁的动向,对整个公司的运作方式十分好奇。因为曾经在宝洁公司应聘时,有过失败的经历,我想有必要再试一次。这次,唐亮终于如愿以偿。彼时,唐亮毕业已有8年,按照宝洁内部提升制度,他必须从最低级别做起。2007年,32岁的唐亮在宝洁,以助理品牌经理的身份重新出发。2010年,唐亮任职宝洁市场总监,参与公司新产品开发、广告拍摄、产品策略、渠道策略的制定等工作。“在大公司做管理,可以培养纵观全局的能力。你会看到很多数据,了解消费市场的各种需求。”唐亮说,在宝洁任职的8年间,作为管理层人员,唐亮对行业有着极深的了解。“我至少会了解到未来3年的发展情况。并且现在时机很切合,我们拥有一个宽松的创业环境,资本市场愿意投入。”2014年,唐亮萌生自己创业的想法。“起初,我对自己出来创业寄予很大期望,希望一把便可以博弈成功。但一家企业老板却说,这种心态很不对,不管是公司还是

自己创业,要记住,创业过程很长,很多人是连续创业者,九死一生,失败率很大,更多是在创业过程中学到一些什么东西,是否能够建立一个团队,能够拥有管理常识。保持健康心态,不怕失败,会有很多次重新开始的机会。”他的一席话,令唐亮打消了一蹴即至的想法,下定决心踏实创业。2015年3月1日,唐亮正式辞职,决定创立一个高端植物定制洗发护发品牌。3月20日,唐亮开始寻找天使投资人,与此同时,他不断地与各种人交流,参加创业CEO培训,充实自己。此后,他找到了国际投资公司。“我目前只有概念,没有实际产品,所以开始没有抱太多希望,纯粹抱着学习交流的心态去的。但最后的效果很好,两次沟通后,对方就决定投资。”4月中旬,唐亮和投资公司签订了意向书,融资1000多万元。唐亮说:“时间对我很宝贵,如果花在伏案写作上,职业发展是确定的,风险很低,收入也丰厚,福利不错,但会失去了挑

战的热情,也会消耗身体的健康。我40岁前半生念书、留学、就业,在做一些循规蹈矩的事情,后半生的时间希望花在做自己喜欢的事情上。”编辑点评:当梦想与现实相撞,每个人都会发现二者间的差距。要让梦想变为现实,前期的准备、预热必不可少。弱者错失良机,而强者却在创造时机。70后,是快到或已至40岁的不惑之年的特殊人群。目前,这一年龄段的人多数成为企事业单位的中坚力量,但由于各方面的原因,感觉不满意,许多人的心里还有诸多梦想没有实现。从唐亮的创业历程可以看出,70后经过多年的职场历练,具有丰富的社会阅历,积累了大量的人脉,人到中年,辞职创业,为时不晚。创建公司,不再是为了丰厚收入,而是为了体验不一样的人生,在获得财务支配相对自由的同时,精神上也将获得不一样的收获。

80后:“互联网+农业”成就创业梦

■ 郜婕

罗雪是一名80后的苗族姑娘。她说:“互联网创业,要另辟蹊径,卖别人没有的东西。”她身后的铁笼里是几只乌黑的鸡,堆在笼子上的是用塑料盒分装的鸡蛋。她卖的乌骨鸡在海拔1000米以上的山区自然放养,生长周期一年,是“来自苗族大山的健康臻品”。上大学时,罗雪主攻数控机床专业,毕业后到深圳打工。由于在外打工辛苦,难以照顾家人,她和丈夫决定回家乡创业。两人打算在网上开店,出售村里人家养的乌骨鸡。为实施这项创业计划,前期准备他们花了约3年时间。罗雪说,尽管村里包括她家在内的很多人家养乌骨鸡,但每家规模有限,还存在品种不够纯等问题。因此,她和家人请教专家,学习养殖技术,然后买来

鸡苗,开始育种。令人意想不到的,2013年碰上鸡瘟,鸡都病死了,罗雪只好从头开始。育种前前后后用了3年时间。育种成功后,罗雪寻求与农户合作,把2个月大的鸡苗提供给农户,由他们养大后再回购,通过微店出售。罗雪说,经过几年摸索,她的生意形成一定规模,与本村及周边乡镇200多农户开展合作,产品不仅卖到省内其他地方,部分还销往北京等地。现在,她在网上出售乌骨鸡蛋。“月营业额不错,收入比打工时强。”被问及创业过程是否遇到困难,罗雪连声说“有”。在她看来,养鸡技术等已不是主要难题,眼下的障碍主要在资金、电商运营和品牌建设等方面。她说,资金方面,由于农户对在网上卖鸡“不是很放心”,为打消农户顾虑,她提供鸡苗多以赊购形式,因此资金较为紧张,而

贷款不容易获批且额度有限;网店运营方面,由于她在电商运营和推广等方面的专业知识不足,目前这部分要委托电商服务企业打理;品牌方面,“市面上号称卖这种乌骨鸡的店很多,网上也有”,如何建立统一标准并打响品牌,有待探索。编辑点评:80后的创业者有许多相似的经历:上过大学,曾经外出打工,在大城市一番兜转之后,再次回到家乡,选择依托互联网与本地农产品相结合来实现创业梦想。但在中国农村,电子商务还不发达,还有很多难题,比如,网络、物流等基础设施薄弱,既懂电商又懂农业的人才严重缺乏,金融支持体系需要加强等。罗雪在实践中面临的互联网创业难题,包括农村电子商务除农产品流通以外的更多方面,比如工业消费品下乡、农业生产资料供应等。但在中央鼓励大力发展农村电子商务背景下,“互联网+农业”将成为我国电商新蓝海。80后回乡创业还是能有所作为的。



90后:创业失败的辛酸泪

■ 华生

2013年,我的名片上印着“为你爱”创始人兼CEO。但现在我是一家移动互联网创业公司里的一名员工,还背负了一身债务,为了还债而整夜辗转反侧。2012年初,我进入了一家传统的玩具经销商企业,是浙江省的一名销售人员。工作需要长期在外出差,虽然忙碌,但是收入对于当时的我来说,还是比较可观。母婴行业的产业链庞大而复杂:儿童食品、妈咪食品、童装、床、棉制品、玩具、孕装等,而且还可以再细分下去,种类繁多,款式多变,产品质量参差不齐,大小工厂遍地都是。同时,渠道也很复杂,最原始的是工厂出货给大经销商,大经销商分发给小经销商,最后供货到婴童店。如果想把产品放到婴童店卖,必须遵守原有市场的游戏规则。当然也可以尝试自己建立团队去销售产品,但仅仅一个浙江省就有4000-5000家婴童店。婴童店老板与当地经销商已合作多年,新建的工厂很难介入,致使很多工厂直接做线上直销,导致目前电商领域产品种类非常多,同质化严重。而线下的实体店受到电商的冲击后,经营惨淡。他们没有能力直接与工厂合作,也不懂得如果利用互联网。最终的结果还是走老路,放弃不赚钱的产品,能赚钱的做促销。由此,我们当时判断线上与线下结合的趋势是必然的。后来,听说国外有一个Zulily母婴闪购电商拿到D轮8500美元的融资,给我们极大的信心,当即决定准备半年开始创业。2013年月中旬,我们开始全职创业,当时的定位是“为你爱”每天上午10点准时为用户推荐数款精选母婴产品,配合十几种线下的婴童服务。考虑到当时东拼西凑借来的数十万元,我们决定先做一个地区的市场。一方面投入一定资金在本地

的天天真了。第一个问题是:传统广告太烧钱了,回报率又低;第二个问题是:供应商热卖主流的产品,不愿意供应给我们;第三个问题是:婴童店更愿意与美团和糯米这些大流量商合作;第四个问题是:我们网站的用户体验亟待提升。“开弓没有回头箭”,问题总要解决。针对第一个问题,我们开始尝试精益的广告投放,配合第三方一起投放,找同行去互换资源。针对第二个问题,我们减少推荐产品,主攻一两款单品,争取把量做大。针对第三个问题,对婴童店的分层方式做了调整。后来确实有起色,日均销售额达到1000元,有时到三四千元。但更大的问题出现了,我们快没钱了,而且盈亏平衡遥遥无期。另一个糟糕的问题是,那时对天使投资人和VC没好感,也不懂得如何与投资人交流。最后两个月销售额下滑,资金链几乎要断了。我们开始发不出工资,导致走了两个团队成员。通常成功的创业故事是这个时候能获得一笔投资,但遗憾的是,上帝没有眷顾我们,项目坚持了半年多无疾而终。(摄影/季春红)编辑点评:谈到90后创业者,人们往往会想到头顶北大法学硕士光环的张天一,他选择卖湖南米粉;还有西安交大高材生袁泽路,他抛弃百度公司,转行卖肉夹馍,他们的生意做得风生水起。另外,《中国合伙人》中土鳖、愤青和海龟三个年轻人从学校到社会的成功创业,这些“英雄”式创业人物的存在,点燃了90后的创业激情,令他们前仆后继地投入到创业大军中。然而,理想很丰满,现实很骨干。一份公开的网络调查显示,目前90后创业成功率不足4%。创业不仅仅需要激情和热情,人脉资源和商业运作不可或缺。在国内的创业圈里,失败者是没有发言权的,这是一个令人悲凉的事实。能够公开坦承失败,分析失败的原因,本身就需要极大的勇气,值得称赞,因为这能够给后来者以启发和警示。然而,后来的事实证明:我们太年轻,