

■创业故事

从全聚德到小鸭哥
老字号的互联网实践
有坚守也有创新

文·本报记者 刘晓莹

被互联网时代重塑的消费场景、购买习惯和新饮食文化,正在冲击传统餐饮品牌,这不,就连创建于1864年的中华著名老字号全聚德也要搭一搭O2O这趟车。

4月中旬,全聚德外卖品牌“小鸭哥”正式上线。在经历了去年在重庆的试水、今年年初在北京的公测,如今,这家有着150余年历史的百年烤鸭店,对“把烤鸭包制成鸭卷放到线上来销售”这件事充满信心。

“这在全聚德历史上是第一次。”全聚德集团总经理邢颖告诉科技日报记者。

当餐饮带头大哥
遇到草根创业团队

从一家只有8张半桌子的江湖菜馆,到重庆知名餐饮名片——“李子坝梁山鸡”在两年时间内,营收增长了30倍,累积20万用户。这份业绩的背后是重庆的一个草根创业团队——狂草科技有限公司(以下简称“狂草科技”),这家致力于“以用户为中心”,构建“门店+外卖+电商”的业务运营系统的年轻创业公司,在门店种子用户的基础上,发展外卖项目“加班狗”,7个月时间,“李子坝梁山鸡”营收过3000万元;在此基础上,再发力电商,快速盘活用户资源,拓展全国市场。

餐饮市场中O2O兴起,“俘虏”了大部分年轻群体;借由互联网的基因诞生出的“雕爷牛腩”“黄太吉”“人人湘”“大董鸭”等餐饮新势力如雨后春笋般出现……即使是全聚德,也无法泰然自若地延续传统单一模式的品牌经营理念了。

“互联网与餐饮的结合不是简单的叠加,而是一种融合。全聚德的‘互联网+’战略的实质是在经营产品、经营门店的基础上,逐步开始经营用户。”小鸭哥运营方——北京小鸭哥科技有限公司(以下简称“小鸭哥科技”)董事长徐佳说。

狂草科技引起了这家百年餐饮企业的注意。将食客变为用户,正是全聚德进军O2O市场要研究的课题。在过去的一年里,全聚德在餐饮业面临巨大压力和挑战的背景下度过了不容易的2015年。

据统计,2015年实现餐饮销售收入13.64亿



元,同比增长0.24%,接待宾客726.8万人次,同比增长3.15%,人均消费同比下降2.14%,上座率同比上升4.95%。2015年国内共有102家门店,2016年计划新开直营店6家,特许加盟店3—4家,海外加盟店3家。

当狂草科技CEO杨程君拿到这份财报时,被全聚德700余万的客户数字所吸引,这个以“加班狗”成功跻身重庆餐饮O2O市场的技术男,清楚地意识到这个数字蕴含的巨大潜能。

年轻的草根创业团队和百年餐饮老店一拍即合,他们决定一起大干一场,将闻名于世的烤鸭和互联网做加法。

把镇店之宝拿来
“玩”儿外卖

4月12日,邢颖第一次脱掉了西装,以T恤衫的新形象出现在媒体面前。这对与中国餐饮“一哥”的全聚德家人来说还是第一次。

邢颖的新形象当然不是心血来潮,可爱的卡通形象“小鸭哥”摆在“高大上”的百年老店当家人身边,让人看了顿觉喜感十足。这一次,全聚德决心要“拥抱互联网、拥抱年轻人”。

如何将口味已经传承了一个半世纪的全聚德烤鸭做成外卖,并且保证品质,是放在全聚德面前的第一道难题,难就难在如何保证进烤鸭时有适宜的温度和酥脆的口感。

经过长达一年多的研发和迭代,小鸭哥全聚德手作鸭卷已经打破了传统烤鸭外卖的形态束缚,完全从用户出发,采用包制鸭卷,通过使用特制的加热包,现场加热的方式,让外卖烤鸭入口时的温度、口感尽量与堂食相仿。

此外,手工卷制鸭卷的形式,也解决了懒人用餐的用户需求。“我们还突破传统的面酱味型组合,提供年轻人喜欢的卡夫芥末酱,增加鸭卷的复合口感,对传统烤鸭进行全面的外卖化升级。”杨艾祥说。

小鸭哥全聚德手作鸭卷此前已经在重庆的加班狗互联网餐厅上试跑了半年,春节前开始又在北京地区进行了公测,目前用户好评率达到了98%。对于食物的味道,徐佳充满信心:“敢把镇

致吃货

手作鸭卷的正确打开方式

“为了解决烤鸭配送到消费者手中变凉的难题,我们特制了一种加热包并取得了专利权,加热包遇水能够释放温度高达90摄氏度的蒸汽。”小鸭哥科技总经理杨艾祥介绍说,“消费者用餐时,只需将加热包放在鸭卷盒的下隔层进行反应,通过自加热方式及蒸汽循环的原理,6分钟的二次即时加热,就能使其达到与堂食烤鸭65摄氏度相仿的适口温度。”

这种外卖全聚德烤鸭分不同包装,半只

店之宝拿来玩儿外卖,全聚德秉承的是100多年来的创新基因。”

“创新是老字号谋求新发展的必经之路,100多年来,全聚德的烤鸭从鸭坯制作到烤制工艺,都在不断创新和提升。”邢颖认为,百年老字号除了要对品质、口味、工艺坚持和坚守,在形式上更应该回到用户思维,让用户参与选择,让用户帮助迭代。“变革风险很大,但是不变革风险更大。”他说。

让顾客变用户还
得花点儿心思

从今以后,通过小鸭哥外卖微信公众号,以及百度外卖平台,就可以下单订购到全聚德烤鸭了。除了小鸭哥全聚德手作鸭卷,芥末鸭掌、麻辣鸭蹄等全聚德的招牌菜也已通过外卖化测试,同期上线。“而目前所有全聚德外卖的产品全部由全聚德门店生产,品质与门店无二。”徐佳说。

“百余年间,全聚德烤鸭的变化不止一次。”中国烹饪协会副会长冯恩援说,“传统鸭饼是用饼铛烙的,是有花纹的;而现在大家吃到的鸭饼都是机器生产,用烤箱蒸出来的。如今老北京人也都接受了。”在他看来,消费者接受这种新版、时尚的全聚德烤鸭,可能只是时间问题。

在全聚德的传统管理思维里,业绩等于顾客和单价之乘积,而“互联网+”战略启动直接改变了这种业绩思维。“转型是对传统思维的一种颠覆,毕竟顾客是一次性交易,用户是频繁交互和交易。”如何将顾客转化为用户,负责全聚德“互联网+”落地的工作人员们费尽心思。

将烤鸭包制成鸭卷来销售,这在全聚德历史上还是第一次;和互联网亲密接触,更是百年餐饮企业的一次新尝试。未来,全聚德能否打破传统门店经营受制于时间和空间的局限,在“互联网+美食”的餐桌上占领一盘烤鸭的位置?一切还有待时间的考验。

如今,我们打开手机就能吃到中华老字号,无论如何要为152岁的全聚德与时代同行的心点个赞。

■创客说

如何挑项目,怎样选平台
——听大咖们“捞干货”

在“大众创业,万众创新”的社会浪潮之下,面对成千上万的创业项目和雨后春笋般涌现的创业平台,创业平台和创业者该如何选择最具潜力、最合适自己的合作伙伴?

4月23日,在2016腾讯开放春季发布会上,腾讯开放平台总经理侯晓楠、美国Y Combinator(下称YC)合伙人Adora Cheung、洪泰创新空间创始人王胜江作为中美顶尖创业平台代表,与VIPKID创始人米雯娟等就创业扶持进行了一番“干货”大PK。

中国创业者最需要什么样的服务?

“不是端茶倒水!”洪泰创新空间创始人王胜江指出,业内不少观点对创业服务存在误解——觉得服务好就可以解决创业者的成长问题。

“培养他们克服困难、形成竞争力的狼性竞争文化”是他和洪泰创新空间更看重的“服务”,“因为创业是‘生与死的挑战’,如果没有竞争力和‘肌肉’,就很难打败对手,实现生存和发展”。

Adora告诉中国的同行们,在美国不少初创企业是在家里车库打造起来的。相比于物理空间,孵化器更重要的是提供融资和可持续且长期的服务,最后实现打造凝聚企业家的社区,让创业者和企业家们实现互帮互助。

Adora分享了YC的做法:YC希望尽可能地帮助企业解决长期的成长问题,因为对于孵化器来说,很多时候看到成功需要等待四年五年。YC坚持了12年,才获得了一些标杆性的成功案例。“从我接触的中国创业者情况来看,他们认为很多孵化器给他们提供的服务,有的时候不是可持续性的,有长期计划的服务。所以我希望YC坚持长期扶持的策略能够为大家带来一些启发。”

“在提供辅导服务之外,我们还希望在创业者之间打造一个社区,把他们介绍给更多投资者,更多合作伙伴。让他们互帮互助,共享资源,迅速成长。”按Adora的说法,打造创业互助社区这一点YC也还是处于起步阶段,仍然有提升空间。

在国内已发展了30个众创空间的腾讯开放平台总经理侯晓楠则表示,国内现在出现的众创空间热潮实际上是一个大浪淘沙的过程。

单纯的创业园区仅仅是众创空间初级状态,倚靠线上平台优势的腾讯众创空间,有着在大数据上的优势——通过数据进行项目筛选和追踪,选择成长性更强的项目。而在创业者层面,运用腾讯的大数据可以在高风险低成功率创业大潮里,筛选和沉淀出优秀创业者的人才库。

“腾讯不会为了做众创空间而做众创空间,而是立足两个点,一个是线上线下立体化联动,一个是全要素,真正为创业者服务。经过项目产品和人才的评估,找到最有潜力的项目,进而通过涵盖全要素的平台化创业服务、一体化创新载体、规模化创投加速、精英化人才培育和社会化创新参与为创业者整合更多资源,带来成长加速。”

创业平台挑选项目最看重的是什么?

无论是大洋彼岸的著名创业孵化器YC,还是在国内开放5年快速生长的腾讯众创空间,在提及选择创业项目标准的时候,都不约而同地提及了“考察期”。

YC合伙人Adora Cheung介绍说,YC通常会为创业者提供三个月的考察期。在这三个月里,创业者通过参观硅谷、参加演讲、讲座等活动,向投资人展现自己的潜力。与此同时,创业团队是否团结,是否具备强大的沟通能力,也是同等重要的。除了传统的考察期,YC现在还提供了一个名为YC奖学金(YC Fellowship)的项目,为创业者提供更加灵活的启动环境。

腾讯开放平台总经理侯晓楠介绍,青腾创业营项目为期一年。在进入青腾创业营之前,腾讯众创空间会对创业项目进行大约六个月的观察,通过路演和大数据分析决定是否对创业者提供的下一个扶持计划。

“项目是不是足够创新,是不是有空间和潜力实现规模性的增长至关重要。腾讯线上的大数据平台也能帮助腾讯众创空间做出趋势的判断。”最终通过考察期的项目,只占申请总数的20%到30%。但侯晓楠说:“因为申请的项目总数也多,所以最终留下的项目数量也相当可观。”

“创业是高风险低成功率的事件。”创业不是一步登天的过程,很多创业者都是在第二次甚至第三次的创业中才能获得成功。侯晓楠透露,“连续的创业者是我们特别关注的对象,未来腾讯会沉淀一个优秀创业人才库。”

洪泰创新空间创始人王胜江,也提及了选项目选人的心得:“第一,我觉得创业无外乎两个方向,一个提高效率,比如说滴滴、Uber可以改变生活方式,让效率更高。第二,提升品质,毕竟中国已经脱离了简单的吃穿住行需求。现在的很多伪创新其实都没有解决以上问题。对于创业者,首先是要对方向有判断力,创业无外乎选择大的方向,你在哪个方向创业很重要。第二,创始团队很重要,特别是早期的项目我们基本上看人,看这个团队是否可以满足我的要求。除了大脑有创新思想的人,更希望有四肢可以执行的人,因为好的模式不在于想出来的,而是一年两年干出来的,干的过程中调整自己的商业模式,这样的创业者我是很喜欢的。”(据中新网)

■众创空间

北航夸克空间

培育“空天信”领域的“小种子”

文·本报记者 唐婷

左手边是绿树成荫的北航校园,右手边是热闹喧嚣的四环主路。

北航夸克空间就坐落在北京学院路上地标性建筑世纪大厦的14层。集中办公区、服务工作站、咖啡屋、公共会议室及洽谈室,尽管整个空间并不算大,但该有的功能区一个也不少。走进其中一间集中办公区,几十个工位座无虚席,能够明显感觉到温度的上升。

北航天汇科技孵化器是北京首批科技企业孵化器之一,多年来已形成以北航“空天信”技术领域为主体的创业企业的聚集地。当前,国务院连续推出系列支持创新创业的政策措施,

项目筛选烙上北航印记

北京航空航天大学是国家“211工程”和“985工程”重点建设具有航空航天特色的高水平研究型大学,近年来创造了40多项国内第一的高水平科研成果。在各地众创空间如雨后春笋般涌现的形势下,作为北航科技园全链条孵化的前端,如何打造自身特色也是“北航夸克空间”运营团队思考的重点。

空间运营团队负责人表示,在筛选项目和创业团队时,就特别关注与北航的优势专业有关联,聚焦新一代信息技术和航空航天等领域,侧重“互联网+”、无人智能系统、智能硬件、导航和位置服务、通用航空等战略性新兴产业优秀项目的发现和培育。

北航毕业生李琛、王川等组成的创业团队从在北航读本科开始,就积极参加被称为“本科生科技创新激励计划”的科研实践和系

创新、创业成为我国经济压力下经济转型升级的重要动力。“北航夸克空间”应运而生,与北航大学生科技创业基地和北航留学人员创业园构成了大学生、留学回国人员、科技人员集聚的创新、创业基地。

夸克空间负责人表示,如果把创业孵化、企业培育与促进企业快速成长分为三个阶段,即苗圃选种、孵化器培育中小企业、加速器支持快速成长企业,“北航夸克空间”就处于北航科技园全链条孵化的最前端,“北航夸克空间”瞄准的是目前还是最小的种子,但未来非常有成长性的团队”。

列竞赛。他们的项目以航拍直升机作为切入点,经过不断的实践与积累,进入无人机的研发领域。

在鼓励大众创业,万众创新的热潮中,北航科技园、孵化器与众创空间为大学生提供场地、经费及创业服务等全方位支持。李琛所在的创业团队,是较早入驻空间的团队之一。2015年,他们发起设立“天响创新(北京)科技有限公司”。在首届中国“互联网+”大学生创新创业大赛上,李琛和团队成员以“unicom无人直升机系统”的发明,力挫1800余所高校的5.7万多支参赛团队,最终摘得总冠军。天响创新于2015年创业当年即实现盈利,并获得天使投资,2016年初该公司完成了A轮融资。继续打造工业级智能高端无人飞行系统的李琛们,正坚持着他们的创业理想,全力追逐航空梦。

为更好开展“创业苗圃”的孵化服务,申请入驻“北航夸克空间”的团队,需提供详细的商业计划书,空间服务团队组织创业导师、创投机构等对项目的路演进行评估,同时了解项目的技术更新、团队执行力、产品市场特色及创业需求,及时对接技术资源、社会资源及专业服务。“北航夸克空间”通过开展创业交流、创业培训、技术合作、融资对接、市场拓展等活动,促进全方位创业孵化服务的实施。

据介绍,2015年以来,夸克空间对接“首都科技创新券”和“海淀协同创新券”,促进创业团队和创业企业与北航相关专业研究机构和实验室开展联合开发、委托开发30余项,包括数据分析、仿真系统研发、网贷大数据商业智能分

析、在线检测仪设计开发、人机交互软件设计与开发、服务机器人控制系统研发等新一代信息技术领域的开发项目与技术服务。

此外,2015年,空间还组织形式多样的培训、融资对接与讲座、交流活动近30场,聚焦移动互联网+、智能硬件及工业4.0等新一代信息技术领域。其中,开展与北京银行合作,结合小额信贷,共同组织产品宣讲活动,实现众创空间、银行、创业企业的三方互动,缩短了贷款办理时间,提高贷款成功率,帮助10余家初创企业共获得银行小额贷款190万元;通过专项活动、上下产业链延伸、融资面对面对接等,促进在孵企业或创业团队16家实现融资,获得融资累计1.41亿元。

“苗圃—孵化—加速”全链条覆盖

孵化器集中办公区、北京市创业孵化示范基地,通过为企业提供低价办公场所,以及工商注册、基本财务管理、法律咨询、基本的商务服务等基础配套服务有效降低创业成本,并且侧重开展融资服务、人力资源服务、技术合作与开发、知识产权服务、政策咨询服务、市场拓展等增值服务。经孵化器孵化培育毕业的成长性企业进入北航科技园加速器,北航科技园加速器以培育孵化器毕业的高成长性企业为目标,通过产业组织创新、科技资源配置、服务模式创新,充分满足高成长性企业对于发展空间、技术研发、资本运作、高端人才、市场拓展、国际交流与合作等方面的个性化需求,帮助企业加速成长。