



第八届中国创新创业大赛山东赛区现场。 秦景光摄

大赛的目的就是围绕科技型中小微企业创新发展,不断探索符合创新规律的科技创新评价和项目遴选模式,激发创新活力和动力,使他们成为推动山东省高新技术产业发展,加速新旧动能转换的新生力量。

找真痛点,山东创业者有股实诚劲儿

——第八届中国创新创业大赛山东赛区观察

本报记者 王延斌

默念了一段时间后,杨晓雪还是鼓起勇气走上舞台的正中央,面对着专家、投资人展示自己团队的大作:通过虚拟技术手段,设计出成百上千套婚礼场景。

8月份的超强台风“利奇马”,没有过多惊扰火热朝天的第八届中国创新创业大赛(山东赛区)暨山东省中小微企业创新竞赛行动,反而让后者在创新创业领域掀起了一阵“台风”——眼前,这位山东科技大学大一新生便被吸引而来。

后者不怵场面,勇敢展示,符合了主办方山东省科技厅的期待。

从2017年首届竞赛开始算起,至今3年,中小微企业创新竞赛行动犹如一场“台风”,席卷了

山东创新创业的各个领域,数千个创业者和创新团队在这个舞台上展示了自己,成就了事业。

如今“00后”终于走上了台前,这能让人高兴吗?但在创新创业的长征路上,这还不是额手相庆的时候。

当下,山东创新创业环境的火热来之不易。除了中小微企业创新竞赛行动掀起的“创业风”,还有其他大赛,以及各种利好政策、大量资金加持。

8月份,科技日报记者跟随山东省科技厅相关部门走访济南、威海、济宁等比赛现场,近距离观察创业者的展示,梳理这些创业者的痛点与收获,他们的踊跃和坦诚,展现出山东创业的务实一面。

真痛点还是假痛点

这个问题很关键

几乎每一个投资人向创业者提的第一个问题都是“请问你们目标用户的痛点是什么?”“痛点”是个好东西,自从这个词被发明以来,就被频繁应用,问题在于创业者所谓的“痛点”,是真痛点还是假痛点?

勇气可嘉的杨晓雪团队“初生牛犊不怕虎”,带着一个闪光的创意和PPT来到现场,无奈最后得分并不理想。

从评委那里,记者找到了答案:用虚拟技术搞婚礼场景,创意不错。但它与现实文化产生激烈碰撞,试问一下,“除了那些满脑子浪漫主义的年轻人,有哪些新郎、新娘或者父母能接受自家办一场虚拟的婚礼?”

痛点的本质是什么?创新创业的“过来人”告诉记者,是用户的刚需。那些未被满足的刚性需求,还要高频使用,“满足这两点,是判断创业者能否给用户带来价值的关键。”

在潍坊比赛现场,创业者张兆瑞显然对用户需求了如指掌:“简单说,我的这个技术能让盖楼房像搭积木一样简单,不仅可以替代传统的混凝土建筑,而且还能集成各种芯片、传感器、控制系统,实现楼房智能化。”张兆瑞的这个项目,不仅能让工地上不再有板砖、扬尘,实现工厂化、标准化生产,同时,还为用户解决了楼宇防震安全问题。

强调解决实际问题的能力,并在实践中已经得到了证明,产生了经济效益。反推回去,这个

问题就是真问题,而不是想象出来的“问题”。这一点,是高分项目的共同特点。

“通过技术创新解决实际问题也是我们的研发重点。”潍坊创业者高志东带来的“高效轻量化多塔塔式起重机用钕铁硼永磁驱动电机研发及产业化”项目,在解决实际产业化应用中的问题上,下了不少功夫进行创新。

与之前电机产品相比,该项目不仅重量轻,调速性能也更优,而且操作简单,用材也更加环保。

这两个项目获得认可,并不出乎意料。

在山东开来资本副总经理朱林涛看来,能吸引他的项目,首先应该接地气。投资人更关注项目的市场价值、实用性。即使项目技术水平很高,如果不接地气、不实用,受投资人欢迎的程度也不会高。

其次,产品要有一定的性价比,在价格上要容易被市场、客户接受。

“如果价格高昂,超出客户预期,就需要相对长的时间来降低成本,这样才能具备拓展更多市场空间的可能。”他说。

在威海比赛现场,有资深创业者的一句话道出了核心:现在,创业者的最大痛点就是不了解自己。如果你能力够强,深谙所处领域,创业不会难倒你。但问题是很多创业者,其实是不了解自己能力的。凭着一腔热血,然后就去创业,这就是最大的痛点。

这就是最大的痛点。

核心技术、人才团队、市场模式

缺一不可的创业“长征”

没有“一蹴而就”的创业路,暗礁丛生,稍有不慎便掉入创业的沼泽中。但在创业“长征”中,没有失败者。跌倒了,爬起来,吸取教训,继续前行是常态。

“项目成绩84分,有些不理想,但没关系,重要的是我们展示了自己的创新成果,让大家认识了这个新兴产业。”来自潍坊的创业者王倩带来了“智能绿色材料——聚合物分散液晶(PDLC)膜研发及产业化”项目。具体而言,其产品主要用于两层玻璃之间,可以智能调光,有效阻挡紫外线、红外线,绿色环保。这是山东唯一一家生产这类产品的企业。在国外,该产品主要用于替代大型LED显示器。

比赛分数有高低,但参与者却没有输赢。王倩创业有自己的短板,“藏在深闺无人知”的尴尬或可以通过比赛舒缓一些。但面对未来的道路,如何做一个好的市场模式,仍是其挑战。“创新创业光有技术还不够。”资深投资人、济南科技创业投资集团有限公司负责人孙富强认为,从创投关注的角度来看,好的项目,技术是基础,但是也要有综合考量,比如细分的市场需求、强大的人才团队、成熟的商业模式。具备这些综合实

力,项目自然会被普遍看好。

来自德州学院的创业者范开果拿到了88.97的高分。记者了解到,该项目主要是针对在铁路轨道无缝线路建设锁定焊接,日常维护过程中,由于原焊接接头质量差而严重制约线路整体质量的现状,提供一种新的无缝线路原焊接技术及自动化装备,使原焊接接头性能达到移动焊标准——一句话,该项目瞄准了安全问题。

项目被看好,还有一个关键因素,那就是团队。范开果本人是清华大学博士毕业,2011年开始从事该项目的研发工作,主持或参与了多个与钢轨窄间隙电弧焊接相关项目;项目原负责人朱志明是清华大学机械系教授,从事焊接领域相关研究三十余年,多次主持、参加铁路相关重大科研项目;项目顾问潘际奎系中国科学院院士,就职于清华大学。

多次担任大赛评委的山东汉泰资产管理有限责任公司负责人孙华武表示,作为投资人,他更关注团队的整体配合和定位以及项目的市场情况,建议创新创业者今后注重技术研发的同时,也要加强综合实力的提升。

“科技明星”在哪里

还是一个待解的课题

当创业者被拉到一个竞技场,“真刀真枪”地比拼时,总会出现“几家欢乐几家愁”的结果。但对创业者,尤其是山东创业者来说,这是必须承受的压力。

长期以来,山东人的忠义、厚道名声在外,但缺少创新、突破。这是让人苦闷的问题。对比之下,我们向广东学习——后者的强,敢为天下先,有一堆创业明星在玩命创新,诸如华为、比亚迪、大疆等众多科技明星企业起到了“头狼效应”。

面对潍坊、威海、东营、日照、济宁、德州等八座城市的竞技场,数百位创业者和团队的拼搏,他们有没有可能成长为未来的科技明星甚至头狼?谁也不敢说。但从初心上看,竞技场这场大风吹遍山东省内外的意义已经凸显出来。

“活动的目的就是围绕科技型中小微企业创新发展,不断探索符合创新规律的科技创新评价

和项目遴选模式,选择创新及成长前景好的企业,通过政府财政科技资金的无偿支持,引导和促进银行、创业投资等各类社会资源共同支持其创新发展,激发创新活力和动力,使他们成为推动我省高新技术产业发展,加速新旧动能转换的新生力量。”

山东省科技厅有关负责人接受采访时的这句话,可以看作是他们推动比赛的内涵。但从现实情况看,山东的文化传统、地域性格、产业结构与南方差异悬殊。创业需要的信息流、人才流、技术流、资金流也不比南方。所以,大浪淘沙之下,“科技明星”在哪里?这还是一个待解的课题。

不论怎样,努力的初步效果已经显现。自2017年创新竞赛行动计划实施以来,累计服务企业及团队13000余家,培育出3000多家国家科技型中小企业,637家高新技术企业。

“鞋匠”王阳:冰鞋延续我的冬奥梦

新华社记者 张博宇 徐子恒

8月19日,离2022年北京冬奥会还有900天,刚从国外签完订单回来的王阳一早就赶到了工厂。“运动员都在紧张备战,我的厂子也得满负荷运转。”这位曾为张虹打造出2014年索契冬奥会“金牌战靴”的“世界级鞋匠”对记者说。

制作一双为运动员定制的冰鞋需要3到4个工作日,从做鞋模、缝内胆、装鞋壳、上外皮,到最后的组装冰刀,几乎每个环节王阳都要亲自把关。“我做过运动员,明白一双合适的冰鞋有多重要。”

7岁开始学习花样滑冰,11岁转战短道速滑直到24岁因病退役,王阳的青春一直根植在“冰雪梦”上。而今,他的梦想正在通过亲手制

作的冰鞋延续着。

“我做运动员的时候穿的冰鞋几乎都是进口产品,不是按照中国人的脚型设计的,所以穿起来并不舒服,那时候就想着啥时候能有自己专属的冰鞋。”王阳说,“刚开始就靠自己改,把纱布和速干胶贴在鞋里面的受力部位,发力就更舒服,后来就慢慢尝试着自己做鞋。”

王阳的第一双纯手工冰鞋是与其他路边匠人共同制作的,穿上后的契合感让他有了信心,索性自己买了一台缝纫机,开始自学缝纫手艺。经过几次打磨,又不断征求运动员们的意见改进自己的作品,王阳做的冰鞋渐渐在运动员圈小有名气,他的“鞋匠”事业就这样起步了。

运动员精益求精的精神被他带到了创业当中。为了寻找合适的鞋面材料,他走遍了兰

州、广州、北京、上海等地的皮革市场。再到鞋面的缝合用线、鞋带、鞋带扣,他对每个细节的要求都近乎苛刻。

2011年,王阳收购了澳大利亚一家倒闭的冰刀品牌,把冰刀制作技术引进了进来。“虽然他们的技术落后了,却给我提供了一个人学习的机会。”他用大量的时间“恶补”钢材相关知识,走访国内外多个钢材加工企业,终于攻破了国外冰刀行业的“技术壁垒”。

精益求精带来了口碑。加拿大短道青年队、韩国短道青年队,以及范可新、武大靖等世界冠军都曾穿过他创立的品牌冰鞋。2014年索契冬奥会上,在速滑女子1000米项目上夺冠,实现中国速滑冬奥金牌“零的突破”的张虹所穿的,正是王阳制作的冰鞋。

“现在的短道和大道速滑比赛越来越激

烈,穿着我做的冰鞋,选手们哪怕能提高0.1秒的成绩,也可能帮助他们站上领奖台。”王阳说,“我曾梦想着站到最高领奖台上,希望穿着我的冰鞋的运动员能够替我实现冬奥梦。”

在北京冬奥会的大背景下,民众对冰雪运动的热情与日俱增,王阳的冰鞋生意也迎来了腾飞的契机。他从2017年开始进军民用冰鞋市场,由于是做专业冰鞋出身,他做出来的业余民用冰鞋质量过硬,大受欢迎。“2017年销售出去大概5000双,去年卖到了10000双。”王阳说。

“我们是冰雪大国,也是未来的冰雪运动强国。我希望更多国人能穿上我们自己生产的冰鞋。”王阳说,“也希望在不久后的北京冬奥会上,能有更多运动员穿着我们国产的冰鞋冰刀滑出更好的成绩。”

创业达人

李钟声让叮咚成为城市的网际乐章

李宝乐 本报记者 张景阳

“叮咚,叮咚……您的快递到了。”不用下楼,快递员直接把包裹送到客户家里。临走时,还会帮客户把家里的垃圾捎到楼下。在包头市,青山区、昆都仑区3小时送达,东河区5小时送达。加快服务青、昆两区送达时间可提高到1小时,东河区则是1.5—2小时。如果超时全部免单,这是内蒙古叮咚速达信息科技有限公司(以下简称叮咚速达)董事长李钟声的服务承诺。

李钟声创办的叮咚速达,正式上线以来,其服务范围已覆盖全包头市,并和当地多家餐饮店、超市、生鲜水果店等商家建立合作,实现以分钟为单位的即时配送。目前,已成为市政府唯一扶持再就业单位、互联网O2O电子商务行业发展最快、潜力最大的企业之一。

创业:吹响人生转折的号角

2014年底开始创业之前,李钟声在大企业有份不错的工作,有车有房,喜欢红酒和文玩。

“创立公司,其实最初源于我个人的爱好和需求。”李钟声直言,“我喜欢吃,可是为了一个小吃要穿过半个城市,很浪费时间。当时我就想,有没有一种服务,可以在网上选择喜欢的美食,还能很快送到身边。”

李钟声做了深入研究,发现不仅是包头,包括当时的北上广等一线城市都没有能够全面提供这项服务的公司。他决定放手一试,他回忆说:“目标是要组建一个满足点餐、代购等需求的网上平台和覆盖包头市区的配送团队,客户只要在叮咚平台上简单操作,即可在几十分钟在家里收到所需的商品。”

当李钟声准备创业时,有人曾提醒他:包头是内蒙古最大的城市,距离长、成本高、利润低一直是包头同城快递难以突破的困局,创业需谨慎。

李钟声则认为,没有调查就没有发言权。他带着创业团队跑遍了市区的每个角落,这一跑就是3个月。“市区的每一条街巷,每一个小区我们基本上都走到了,叮咚的落地服务是配送,所以配送系统和站点的选择至关重要。”虽然不是科班出身,李钟声却用学习能力和实干精神弥补了专业知识的不足。

坚持:谱写“叮咚模式”的乐曲

创业路上的困难对李钟声来说,是挑战,更是人生中的一段美好经历。

起初,李钟声遇到的最大难题是市场推广,大型互联网公司一统天下的背景下,多数餐馆因为无法理解这种模式而拒绝合作。

业务开展不顺利,资金不足等难题也迎面而来。电动车等设备、站点布置、员工工资成本开销,让李钟声投入200多万元,但是由于业务开展不顺利,短短一年多时间,李钟声就面临多次被迫放弃的风险;而比起创业,他们更缺的是技术和人才。

“已经投入到200多万的时候,我才听说,在10年前包头就有投资者受到南方同城快递市场发展的启发,希望在包头复制这个项目,结果投资近千万,最终血本无归。但是此时我已没有了退路,硬着头皮也要上。”那段最艰难的日子,李钟声终生难忘。

为了补充投资,李钟声卖掉了车,该发工资了,他无奈又卖掉了房子。回想起那时的窘境,李钟声认为,自己从那时开始更加成熟了:“做了企业才知道,实际的资金需求比预期估算的要多得多。但是困难往往会使人变得更加硬气!”

绝不言言失败是李钟声的人生信条。经过4年多的发展,叮咚速达已拥有近400人的配送团队,承揽了市区近70%的同城配送业务,每天的接单量超过4000单。同时,李钟声拥有了2万名会员,每天都有上万个会员活跃在叮咚平台上选购食品、家政等上门服务,同时,天猫、京东、唯品会等全国平台在包头的落地合作服务也在进行。

创新:拉开移动时代的序幕

事业的壮大反倒让李钟声变得更加敏感和警觉。他发现,随着用户线上购物习惯的养成和对“最后一公里”的要求越来越高,消费者对物流时间和服务的要求不断提高,尤其是对“极速达”和“限时送”有着迫切的需求。

李钟声开始运用互联网软件进行同城配送,市区设有15个配送点,2个中转站,110名配送人员,每个站点设有一名调度员,总部设有3名监管员,快件每1—2小时实现全市中转。李钟声的服务水平升级了。

“当时的业务量几乎全部来自外卖订单,我觉得这样很危险,也不是我的初衷。这样下去虽然可能会短期盈利,但是企业不能因为盈利问题而转变自己的既定方向。所以,我把发展的方向定位在‘互联网+叮咚’,也就是说,打造一个移动互联网的综合城市服务平台,让各种便捷服务都融合到这个平台里来,让人们把传统的线下消费方式逐渐转移到线上进行。现在,我们已经积累了相当庞大的数据,包括哪一区域、哪一年龄段的人喜欢在什么时间进行什么样的消费等等。”李钟声向记者介绍着他的转型之路。

如今,李钟声已经将家政服务、汽车保养、叮咚超市等进行了全面布局,并且通过对有效数据的加工利用,谋划推出更多更新的互联网产品。

为了秉承公司的服务宗旨,李钟声选择了一些产品免费进入叮咚的仓库,再向供货商争取一个最低的价格,在叮咚的平台上架,为消费者降低购买成本,让人们享受到便捷、超值的服务。

“叮咚速达不仅仅要做好同城配送,还要把更多的服务送给有需要的人。”李钟声说。

最近他有了新的谋划:在包头市,同城快递经过未来5年的洗牌整合之后,会出现3到5家大型的同城物流企业,这些企业依托同城快递的信息和快速O2O模式,通过现有的布点和未来更加密集布点战略,可以实现生产厂商与客户的零距离消费。

他说:“对此我是有足够信心的,因为包头的互联网行业发展环境在西部地区是最好的,这个城市的移动互联网时代正在到来,我们互联网人必然要始终走在时代的前面。”