

## ■ 创业故事

## 贝美互动:做玩具也要“内容为王”

文·本报记者 史诗

“爸爸我爱你。”在“六一”听到这样的“表白”更让人感到幸福甜蜜。

贝美互动创始人宋英源拿起手机,给科技日报记者听了这段录音。这是他2岁的女儿通过一款互

联网玩具“贝美小熊”录制并传送到他手机上的。

前不久,暴风宣布与贝美互动共同打造儿童节目的跨屏体验。利用贝美互动的APP“贝美时光说”,提供丰富、专业、有趣的儿童教育内容。

## 宝宝也能玩的“朋友圈”

2015年7月,贝美互动推出了亲子互联网产品“贝美小熊”,它是一个专门为宝宝打造的微信。打开玩具之后,家长可在配网的页面里输入当前WiFi的密码,点击一键确认,5秒内玩具可以连接上网络,所有家庭成员都可以直接绑定在一个家庭圈里面,即时通讯的架构和儿童的点播内容快速形成。

平时家长有自己的朋友圈,贝美互动则提供了基于微信使用功能的“宝宝家庭圈”,整个家庭都可以参与到群聊中。不管是总要出差的父母,还是经常不在身边的爷爷奶奶外公外婆,都可以通过这样的方式给宝宝留言,实现即时互动。

玩具形象设计也十分考究,宋英源说:“贝美

飞侠的‘超级飞侠’形象是国内目前儿童动画片中,3—6岁儿童收视率最高的。‘贝美小熊’‘贝美飞侠系列’,夯实了我们平台的基础能力。”

为了让使用效果更好,宋英源和他的团队还做了大量的创新型工作,比如微信的按钮拿出来变成了一个实体按钮,在一个嵌入式的设备里用100K的空间完成几十兆的链入,而且同样确保整个服务端的信息安全。

跟所有互联网产品一样,创新是产品优化的加速器。2015年10月,贝美小熊二代加强版推出,增加了可拆洗功能、重力感应操作等新功能,提升了可拆洗功能、重力感应操作等新功能,提升了可拆洗功能、重力感应操作等新功能,提升了可拆洗功能、重力感应操作等新功能。

## 孩子喜欢也要家长满意

互联网技术和实体玩具结合,创造更多的玩具功能与内容服务,被称为“互联网玩具”,成为物联网玩具产业一个朝气蓬勃的细分领域。

贝美互动的核心理念是:互联网玩具是承载共同记忆的,要陪伴孩子“一起成长”。“至于能否成为对孩子产生持续价值和长久陪伴的伙伴,取决于内容层面。”宋英源说。

“我们一直在储备优质内容并创新组织形式,以打造针对0—6岁儿童的专业、有趣的专属

化早教内容平台,其中包含三个重要概念:优质正版内容聚合、符合互联网用户特征的内容组织、多渠道的内容分发能力。”宋英源说。

做跟玩具相关的产品,本身就带有互动的属性,因此内容和服务非常重要,这个才是未来产生真正的用户价值和黏性的关键点。“比如教育玩具,即使体验再好,内涵的教育内容一塌糊涂,想必家长也不会青睐这样的产品。内容和服务为王,玩具天生就有做好内容和做好服务的机会。”宋英源说。



## 第一代产品曾经是个“坑”

与大多数创业团队无异,贝美互动也走过一些弯路,迈过很多坑。其实,贝美小熊的第一代产品并没有很成功,用宋英源自己的话说,算是一件不合格的产品。

“在物联网领域,因为行业发展时间过短,所以任何团队做任何产品,都不可能很快憋出一个‘大招’来。”宋英源表示。

然而互联网是很好的载体,宋英源觉得,利用互联网的速度加快产品迭代,恰恰是创业公司的优势所在。

早在2014年,贝美互动决定做玩具的时候,一些物联网行业先行者艾拉物联、机智云等已经做得非常出色了。在这些先行者擅长的领域中,凭借什么特色“杀”出自己的一条路是宋英源曾苦思冥想。

“可以说,互联网玩具这个产业当时一片空白,我们算是这个细分领域真正意义的先行者。”宋英源说。

说干就干!像所有创业团队一样,一开始都非常有激情,后来宋英源发现,“我们被自己坑了。”

由于团队根本没有关注产业链伙伴生产中

的困难,引来很多产业链伙伴的反馈:这个东西需要增加生产环节。

“我们固执的认为,自己做虽然降低生产效率,至少产品体验是好的。”宋英源介绍,这一做就坚持到2015年4月的第一次众筹。当时贝美互动仅仅做了2000个产品,就已经把整个供应链团队和工程师团队搞得自发从内心地说,“这是谁设计的方案,太坑人了。”

实践出真知。宋英源开始认真思考,这个模式是否能真正激活市场?包括它的待机时间很短,它的毛绒不可以拆洗,配网成功率只有90%,待机时间问题……

于是宋英源做了一个重要决定:停止生产所有产品!

“产品的各个内容都不是很完美,生产也很困难,当时我们需要重新把所有体验全部打磨好。”

经过这趟“寒彻骨”,宋英源团队终于迎来“扑鼻香”。蛰伏半年,贝美互动发布第二代产品,不仅好评率达到96%,与产品质量相关的反应率低于1%。这样的成绩无疑给整个贝美团队打了一针强心剂。

## 打造玩具物联网完整生态链

在中国,物联网玩具并不是一个新鲜的概念,但一直处于不温不火的状态。宋英源认为,制约其发展的原因在于完整的生态链一直没有形成,几乎所有的玩具制造厂商都将主要精力集中在玩具硬件的开发上,结果造成大量的硬件产品占领玩具市场,虽然看似种类繁多,却并没有击中消费者的购买痛点。

深知这个原因的宋英源在完成了贝美玩具硬件的研发后,趁热打造了贝美智能玩具物联网。这是由互联网玩具(不同形态的智能硬件),贝美时光说(可订制的儿童亲子类手机APP),和贝美内容云(开放第三方的“原创+引进”内容平

台)三位一体相结合,紧密相连运作。

举个例子,宝宝白天最喜欢看《超级飞侠》动画片,现在,当宝宝看完时,你可以一键订阅《超级飞侠地理大百科》到玩具播放,成为他的睡前故事集。

庞大的儿童产业需要将硬件和互联网技术与玩具结合到一起,没有任何一家公司可以将全部产业覆盖。宋英源说:“我们现在通过自己的技术和平台,结合玩具行业发展趋势和方向,将IP形象,玩具品牌,营销渠道,供应链和儿童教育内容资源进行了整合。”

## ■ 众创空间

小样青年社区:  
“世界再大,也要让他记住我们的小样”

文·本报记者 张琦 朱丽

累了?去小样农庄里种种菜;困了?到小样提供的“睡眠仓”里打个盹;出差了?异地的小样社区会提供免费的办公场地;有创意产品?从媒体宣传到社群营销再到线上众筹的全链条服务小样“全包”了……

## 小样“没样儿”,边打边像

“这可不是喜羊羊,它代表的是绵羊。”小样青年社区总裁方方的解释引来了现场一片笑声。“绵羊生存在高寒地带的悬崖峭壁上,通过在石头缝里努力寻找草根和盐巴来维持生命。我们把它看作是当代青年人努力拼搏奋斗向上的生动写照,所以用了CYC三个字母组成的绵羊头来作为小样的logo。”

做一个creative young community!

一年前,清控科创和世联行携手走到了一起。它们一个是中关村创业大街的全程策划运营商,一个是国内首家登陆A股的房地产综合服务龙头企业,第一家小样青年社区就在二者的“联姻”中呱呱坠地。

“为了一个梦想,我们出发了。可能大家刚刚上路的时候并不知道自己要做什么,但是做着做着渐渐清楚了,爱上了……”程方说,从最初的4个人,发展到十几个人的核心团队,再到如今分布全国的100多人的团队,风雨兼程的小样一路走来,不仅凝聚了一批充满激情、创造力和梦

草绿色的办公空间,贴满墙壁的生日气球,5月25日,中关村鼎好大厦三层的小样青年社区里,洋溢着青春的气息和创新创业的激情,来自政府、大学和园区的各路大咖、大佬也纷纷来为刚满一周岁的“小样”庆生。

想的年轻人,也摸索出了一套更贴合青年人创新创业理念和习惯的服务模式。

世联行董事长陈劲松如是评价:“小样没样儿,边打边像”。

如今,具备客功能的“小样咖啡”和经济实用的联合办公区已经成为各地小样社区的“标配”,别出心裁的小样农庄、小样厨房和“睡眠仓”更是人气颇高。

不过这仅仅是小样展示的一部分精彩,打造一个工作、社交、娱乐、居住、消费等于一体的复合型创业社区形态,每个小样社区都能构筑一个‘5+2’的功能平台才是小样的“理想状态”。

“‘5’是指创业咖啡、快速办公、联合办公、创意集市和青年公寓,‘2’是指新媒体平台和金融平台。”程方介绍,以新媒体平台为例,小样将依托自己在各个城市的资源建立一个面向青年人的“矩阵媒体”,对有情怀有创意的创业团队进行展示,邀请大咖为入驻企业出谋划策,甚至还会打造“网红”,进军娱乐业。

## 创新产品,就是要“玩出花样”

创业团队和小微企业最喜欢什么样的办公环境?

对于众创空间的创办者而言,更多的时候这道“必答题”需要拍脑袋凭感觉,但对于希望更贴近青年创业者的小样而言,却不愿轻易盲从。

偏好,他们基于1年来10个小样社区中的创业团队及其链接的资源,做了详细的调研和分析。

“在民房的车库办公不是因为情怀而是因为无奈!”通过数据和指标分析,冯刚发现,创业者们往往希望有高性价比的办公环境,能快速共享空间降低成本,又能满足移动办公的需求,有更灵活的租赁周期,“这正给我们创新产品提供了机会”。

“在我们的官网上预订后3—5天就可以把所有流程走完,迅速入驻”。

“在全国任何一个小样租赁工位,就可享受一定时长的异地办公开放办公工位使用权。”

“空气比什么都重要,小样office将把室内的空调及新风系统作为一个重要的指向,并做到极致。”……

在小样一周年的庆生会上,一个独立办公品牌“小样Office”正式发布。作为专门针对10人到30人的创业企业提供的全套解决方案,“灵活、快捷、有氧办公、共享、高性价比”成为其五大卖点。

“现在位于深圳的两个‘深小样’都是满租状态,广州天河区的‘广小样’即将在6月中旬与大家见面,‘京小样’则是我们与义乌市政府联手在传统电子卖场基础上改造的4600平米的新型飞地孵化器……”

程方介绍,尽管只有短短一年光景,小样亮绿色的小羊头logo已经挂遍了北京、深圳、广州、苏州、武汉、西安等全国的10个主要城市,还交出了一份不俗的“成绩单”——

社区总运营面积已达23万平方米,布局超过400间办公室,1500个开放工位,入驻企业超过300家,并与70家基金机构等建立合作,举办了200场创新创业活动,服务创业者超过2万人。

“未来3年,我们将在18个城市建立50个‘小样社区’,总空间面积达到200万平方米,

“通过调研我们发现,企业的生命周期在某些行业有着相同的规律,用户的痛点和需求偏好,以及用户的整个成长周期,近八成企业的特征是高度聚合的,只要把小样青年社区产品特征和客户特性掌握好,就可以支撑小样青年社区在异地的快速扩张与发展。”冯刚介绍,作为小样青年社区的空间主打产品,小样Office目前在全国已布局超过400间,未来,小样Office将采用直营和加盟两种方式,预计到2019年实现全国布局超过20000间。

3D打印的磁悬浮月球灯,既能照亮还可以看见月球的模样;只有手掌大小的洗衣神器随时帮你清洗衣服上的细小污渍……同日,小样青年社区还发布了一个专注于创意生活产品的社群互联网平台,并将为这些在平台上展示的“新奇特”产品构建包括社群网络、交易平台、推广平台在内的生态体系,为创意产品带来媒体宣传、线下展示、社群营销、众筹、电商销售等全链条的服务。

## “让今天的小样成为明天的大咖”

服务10万创业者。”这是一年前小样对于未来的期许。

如今看来,任务已经完成过半,不过小样前进的步伐丝毫没有减弱。

周年庆现场,小样又与多个机构签署了战略合作协议,其中,小样金融与北京清控网信投资管理有限公司共同设立金信小样(义乌)股权投资基金,意向募集成立基金总规模约人民币2亿元,重点投资战略新兴产业中具备成长潜力的初创企业、早中期企业和成熟期企业。

“小样的口号是,世界再大也要让他记住我们的小样!”在程方看来,“面对风起云涌的众创空间建设热潮,通过与业内的优秀者同行,不断创新,我们期待着小样在行业中脱颖而出,让今天的小样成为明天的大咖!”

## ■ 创客说

LeEco 乐视控股集团创始人、  
董事长兼 CEO 贾跃亭

## 初创期讲究的是长板理论

“成年人的世界里没有容易两个字。”贾跃亭曾这样说。

从视频网站做起,贾跃亭一路“蒙眼狂奔”,到现在横跨内容和硬件,孵化出乐视体育、乐视云、乐视影业、乐视智能移动四只独角兽,做到3000亿市值的乐视生态。对贾跃亭来说,最大的挑战在哪里?

“乐视总是个‘异类’,总是做一些与众不同的东西。”贾跃亭对外的质疑看得很平静,“刚开始没人理你,后来当你逐步有影响力了,别人又开始嘲讽你,到后来,人们开始有点觉得看不懂乐视,但当看懂的时候,开始全面复制,其实乐视的模式很难被复制。”

在国内较早创业的一批互联网公司中,大部分的商业路径是C2C(Copy to China),即把国外的模式复制到中国再加以“微创新”和本土化改造。但贾跃亭认真地说,“乐视没有抄袭美国的任何一个模式。”乐视就是要创造新价值的东西,而不是简单的抄袭、模仿或者复制。

乐视生态的内生边界有三个原则:专注本身相关产业、做内容衍生的产品;做别人没有看到的,没做的,或者别人做了,但是没有做好的;创造全新用户价值。在他看来,这三个原则非常重要。

贾跃亭在不断扩张乐视的边界,同时也透露出乐视对于资金的饥渴。在这些领域内,乐视的做法是:打破边界,整合出最大的优势。就像一个百宝箱,把其中的每一个宝贝重新排列组合,进行大数据整合,打造出一套全新的方案。

“这种模式压力是非常巨大的,包括对整个战略规划的压力、组织规划的压力、团队执行力的压力、资源整合的压力、资金流的压力都是非常大的。所以这种真正的生态型的创新需要在每一个方面都把它做到极致,而不能依靠单点。”

在写给员工的内部邮件中,贾跃亭多次表达了自己对于乐视现有模式的自信,同时也希望将自己所拥有的分享给他人。他所进行的全员股权激励计划堪称是业内第一。贾跃亭决定拿出非上市公司50%的股权,免费分配给全体乐视人,实现“乐视没有打工者,所有乐视人都是股东、都是创业者”的承诺。此外,在人人持股计划基础上,乐视也推行合伙人计划,并对互联网、内容、体育、电视、手机、汽车六大领域的所有牛人敞开,“不管你是在美国、欧洲、亚太,只要是业界牛人,就会成为我们的全球合伙人。”

贾跃亭称,企业发展初期是讲究长板理论,只要把长项发挥到极致,就能成为一个不错的公司,但是对生态型的公司来说是两个理论都得结合起来,长板理论和木桶理论,就是必须得有很长的长板,同时又不能有短板,希望每一个板块都是足够的强大,并且每个板块之间能够形成跨界。而另一挑战则来自“资金”。这几乎是一直伴随着乐视发展的“痛点”。贾跃亭也坦承,“乐视的资金的确是乐视发展的一个瓶颈。”

“多年来,乐视一直是在非常艰难、非常困苦的环境中生存下来的。”回顾十几年的创业历程,贾跃亭这样说,“我觉得没有什么过不去的坎,因为乐视一直都非常艰难的,艰难‘惯了’。”不过,他也曾表示:“我们也许会成功,也许会死在成功的路上。”

## ■ 资讯热搜

《全国双创指数报告》发布  
大学生创业者占比达三成

北京是创业的热土,上海、深圳、杭州等紧随其后。在创业人员中,青年、高知是主体,其中大学生占到30%。

据中新网报道,5月31日,第四届双创会上举行的服务业创新创业论坛上发布了《全国双创指数报告》。零点有数数据科技CEO张军介绍,北京是一个创业全面领先于全国的城市。从数据上看到,从2014年1月至2016年2月,北京的创新创业网络声量为114099;上海居第二,为58857;深圳排第三,为41197。其次是成都、杭州、广州、天津、武汉、南京、重庆、西安、苏州等城市。

创业者到底是谁?张军表示,在中国的创业者,特别是新涌人的创业者多是青年、高知,尤其是大学生,占比达到30%。其次是科技创业者,占3.25%;海归占比为2.13%。

滴滴再获4亿美元投资  
高德将提供导航地图服务

尽管近日滴滴负面新闻频发,不过仍然被资本看好。

在阿里发布的2016财年年报中显示,阿里巴巴和蚂蚁金服将分别认购滴滴出行2亿美元优先股,也就是总共4亿美元的投资。而就在去年滴滴快的合并时,阿里也获得了新公司滴滴出行10%的股份。

据了解,这一次认购,阿里还与滴滴出行签订了一项新的合作协议,即要求滴滴出行服务的司机和乘客将采用高德提供的导航和地图服务。而高德地图目前也是阿里集团旗下的产品。

不过说到滴滴最新的融资,最大的一笔是来自苹果的10亿美元。就在上月,滴滴宣布收到了苹果公司10亿美元的投资,这也是苹果第一次投资中国大陆企业。

至于滴滴与苹果的合作方式,业内人士认为在苹果地图中直接植入滴滴打车功能是最有可能性的。