新经济向我们飞奔而来 新商业领袖有哪些思考

来源：金融时报-中国金融新闻网 作者：记者 卓尚进 发布日期：2017-04-17 09:23

　　4月15日，“新经济100人”在北京举办了一场别开生面的“归零·新经济100人2017年CEO峰会”。来自全国各地的具有新经济商业模式典型特征的22家新经济企业及其CEO们，在峰会上发表了他们对未来新经济创新发展趋势的真知灼见，创业者与投资人面对面碰撞出了令人目不暇接的思想火花。

记者在现场深刻地感受到，新经济正向我们飞奔而来，中国经济转型升级的大戏正在一幕又一幕地上演。

　　**新商业变革的“归零”时代**

　　“我认为未来10到15年是人类社会发生剧变的时代，不管是大公司、小公司，在新商业变革来临的时候，大家都将在同一起跑线上重新出发。”“新经济100人”创始人兼CEO李志刚在致辞中这样表示。由此点出本次峰会的主题“归零”的来由。他以“归零”两字概括当下新经济领域的竞争格局，并提出一个观点：未来两三年内，95%的人工智能公司必死。

　　同程旅游创始人兼CEO吴志祥说，“归零”也好，“负重”也好，这都是意味深长的词。在在线旅游这个行业，过去3年有10多家公司同台竞争，现在变成了三四家。大家投入的不只是3年的青春热血，还有十亿、百亿的资金，现在告诉我们“归零”了，心情是很复杂的。

　　但是确实是这样子，一个很重要的前提是，在以移动互联网为主的渠道里，竞争已经告一段落了。接下来再想跑起来，为什么一定要“负重”？因为公司难以以一个纯渠道的角色存在。

　　五星控股集团董事长汪建国表示，他在创办“孩子王”过程中总结出一条经验：“要学会从经营商品到经营顾客。在妇幼保健医院能看到‘孩子王’的员工端茶倒水，通过线下互动有效地传播了我们品牌。这告诉我什么？要忘记你的惯性思维和以往的经验。环境改变了，还用原来的方法做不一定行得通。”

　　昆仑决创始人兼CEO姜华感慨地说：“我觉得‘归零’是一种警示。更多的时候我觉得我还是个创业者，还没有成功。即使是成功了，我觉得还是要警醒自己，不要有一点点小小成就就沾沾自喜。因为互联网技术发展迅速，世界的脚步都变快了，你稍微不慎就可能被落下，被后者超越。”

　　源码资本创始合伙人曹毅表示，投资追溯到根源都落实到产业，研究产业发展，助力产业投资，特别是在风起云涌的互联网产业，从PC互联网到移动互联网，变化更加剧烈，作为投资人更加需要深刻清零自己，不停止对新事物的探索和挖掘。

 **创业就像死里逃生**

　　新经济代表企业在创业过程中都有特别的创业经历，有时候就像“死里逃生”。在峰会上，多家创业企业CEO分享了他们的经验和教训。

　　找钢网创始人兼CEO王东介绍说：“我们2016年销售额300多亿元，2017年3月份销售收入是50多亿元。刚开始的时候只是想做搜索，帮助钢铁行业的人更好地找到想要的钢材。后来钢铁产能过剩，从卖方市场变成买方市场，就做了B2B电商。这个门槛很高，变成类似京东、一号店、大众点评等混合的东西。”

　　他介绍，惨痛的教训是财务，一开始想得简单，找几个人就行了，后来财务达到了160个人，再后来有60多个纯财务人员，还有100个跟单，这也是没想到的。融资教训也很惨痛。特别是在D轮融资的时候，开始融资的时候也没有经验，其实命运掌握在根本没见过的人身上。

　　作为当下受到高度关注的共享单车行业的代表，ofo共享单车创始人兼CEO戴威在峰会上介绍，ofo成立初期的定位是骑行旅游，但是融资并不顺利。本来想A轮融2000万元，后来改成500万元都没有融到。他开始反思自行车最本质的需求是代步出行，真需求是“need”，而伪需求是“want”，当自行车回归到人们最本质的需求——代步回家、上下班的时候，才真正给用户创造了便利。“我觉得我们不算消费升级，是一种新所有权的共享经济。”

创业者创业经历的分享为想创业和正在创业中的创业者们无疑带来了许多启发。

　　**投资人与创业者合作提速新经济**

　　新业态、新模式的发展，除了创业者的“第一动力”，还有投资人的“第二动力”，两种动力的合成，促成了新经济的快速发展。

　　本次峰会安排了几场分主题论坛，形成了创业者与投资人之间生动的沟通与互动场景。

　　作为大学生创业的典型代表，创立了专注高性价比商品的平价电商——卷皮的创始人兼CEO黄承松，与泰合资本创始合伙人兼CEO宋良静的互动，受到与会各方的关注。宋良静问他，回顾我们创业的初衷，有哪些是当初我们想改变而现在已经改变了的，又有哪些是改变不了的，以后的路要怎么走？

　　黄承松说：“创业的时候，我想的是一定要做一件事情，就是帮助全国的大部分人都能赚到钱。但最后没做成，就想赚不到钱，就帮助用户去省钱，尽可能让他们在消费上少花钱。后来发现返利确实可以让消费者在购物的时候能省很多钱，但商业模式可能存在一些问题，于是转型。这个过程，其实浪费了很多时间，从我大三创业，到大学毕业后一年，才真正找到了现在的定位。一开始，想做得比淘宝便宜，比京东要快，结果发现可能价格低于淘宝了，品质很难控制。有一个阶段公司跟淘宝挺像的，但是没法脱离淘宝的阴影。后来我们做了非标，用的不是特别知名的品牌，这样我们才有空间。这样的商品就符合中国的现状，我觉得尽可能把非标的商品标准化和半标准化，只有这样，未来才能成为有一定规模的企业。”

　　互联网创新的浪潮给新商业革命打上了“归零”时代的烙印，这同时意味着新机遇、新挑战，创业者与投资人等各类市场主体只要把握新机遇，迎接新挑战，就能赶上新经济迅驰疾飞的列车，奔腾向前。