

木槿校园影业：

赴一场与电影的青春之约

经济日报·中国经济网记者 牛 瑾



上图 木槿校园影业上海师范大学影厅内景。（资料图片）

左图 在上海工程大学内，一名学生正在购票。本报记者 牛 瑾 摄

最近，一部讲述“90后”大学生创业故事的电影《青春不留白》上映了。银幕上，主人公的奋斗与付出体现了当代“90后”的精神面貌；银幕外，1991年出生的叶少翔，带领着木槿校园（上海）影院投资有限公司（以下简称“木槿校园影业”）的“小伙伴们”，也在燃烧着他们“不留白的青春”。

“我想为‘90后’正名，我们是有上进心、有担当的一代。我也想为中国电影做点事，打造专属于大学生自己的影院，让他们不出校区就能看到优秀影片。”叶少翔告诉记者。正是这样的信念，让他选择了创业，也支撑他一路走到今天。

牵手电影不易

叶少翔身上有着“90后”特有的敢想敢干的劲头，他与校园影院的“结缘”也是敢想敢干的结果。

从一所艺术学院主持人专业毕业后，叶少翔向深圳电视台投了求职简历，结果石沉大海。不服输的他跑到电视台问个究竟，谁知这股子执拗劲儿竟然受到了青睐，他也由此成了一档美食栏目的实习生，后来还当上了正式编导。叶少翔回忆说：“那时候的日子挺滋润，没负担、没烦恼。可当身边一些做电影的朋友侃侃而谈那个令人向往的大银幕时，我又开始蠢蠢欲动了。”

于是，他辞职做起了婚礼策划，后来又机缘巧合下进入了一家电影公司，负责寻找投资项目，并借此一步步

接近了他的“电影梦”。

几次转行让善于思考的叶少翔嗅到了一丝机遇的味道。“我国的电影票房每年都在增长，这个市场肯定值得做，但不能仅仅想着成为制片方，还要争取掌握院线渠道，进入上游产业链。”此时的叶少翔已经少了些年轻人的毛躁，多了些成年人的沉稳。

切入院线肯定是个好方向，但该从哪里切入？叶少翔看上了大学校园。

叶少翔做过一项调查，结果显示，学生群体的观影需求巨大，票房贡献率占比较高，但有些校区位置相对偏远，给学生观影带来了一定困扰。“看场电影要跑那么远的路，任谁都会感到不方便，自然会影响观影频次。既然走出校园看电影太麻烦，我就把影院搬进校园，放给在校师生看。”叶少翔说。

想明白了这些事，叶少翔再次辞职，决定趁着年轻闯一闯。他带着父母的1.5万元“投资”和两位被他“忽悠”来的小伙伴，来到电影产业发达、高校集中的上海，赶在2014年12月30日、新年钟声敲响之前成立了自己的公司。也是在这一天，刚刚23岁的叶少翔多了一个身份——木槿校园影业董事长。

创业儿多艰辛

木槿校园影业在起步阶段出乎意料地顺利。带着厚厚一叠材料来到上海交通大学的叶少翔，已经做好了无数次登门的准备。谁知，在说明意图和将来规划后，对方立刻同意了。双方很快

签下了将学校礼堂改造成校园影院的合同，敲定了2015年7月13日开始施工的日期，这让叶少翔的信心又增加了不少。可生活总喜欢在你最得意的时候，给你个“下马威”。叶少翔本以为，凭借之前在电影公司工作时积攒的人脉，筹钱环节也会一切顺利，可这却偏偏成了逐梦路上的第一道坎。

“他们觉得投资拍电影可以，但投资建影院风险太大，不碰为妙。”叶少翔说，情急之下，他开始学着电视剧里演的那样，“扫楼”找风投。“那时候，我在上海闵行区租了一间地下室，每天早晨穿上最得体的西服出门，挤1个多小时的地铁到陆家嘴谈投资。这一幕特别像电视剧里的桥段，甚至我还幻想着能在电梯里碰到投资人。”叶少翔用轻松的语气聊着自己当年的天真。

虽然“扫楼”没能“扫”出盼望的风投，却帮他与上海大学生创业基金会结了缘，拿到了20万元的无息贷款。当然，还有推介的机会。可又让叶少翔没想到的是，推介虽然成功，结果却不怎么样。投资人都认为，20岁出头的年轻人建影院这样的实体不靠谱，纷纷没了下文。此时，已经是2015年7月6日，距离开工只剩7天。

就在叶少翔几乎绝望的时候，“神转折”出现了。7月11日晚上，参加过推介的一位投资经理打来电话，表示愿意个人投资100万元，这才解了叶少翔的燃眉之急。

梦想照进现实

在叶少翔和他的小伙伴们入局校园影院领域的时候，市场上其实已经有一家类似的企业存在。叶少翔仔细分析了这位竞争对手，并从对方的失误中找到了自己前行的方向。“他们放映的影片比较老旧，几乎都是已经下线的，这样做的好处是成本比较低，但同时也意味着天花板很低。我不想这样，我们想做的是同步放映。只有同步放映，才能更好服务学子们，提升大家的观影体

验及频次。”

想清楚这一点后，叶少翔开始忙碌起来。他一边推进上海交通大学校园影院改造建设工作，一边频频拜访上海电影集团，并与其达成长期合作意向，与其它院线同步上映最新影片。唯一不同的是，在校园影院观影的师生们可以享受更为低廉的价格。

当然，同步放映不等于同步全部放映，木槿校园影业对于在校园影院上映的影片有着严格的甄选标准。“有专家表示，看50部有质量的影片会改变一个青年人的世界。所以，在我们的校园影院里，恐怖片不放，暴力低俗片不放，有瑕疵的影片不放，‘电影党课’免费放。学校是教书育人的场所，电影放映也应以不影响学生学业为前提，多安排在傍晚或周末，不会全天排片。寒暑假期间，影院也不会向社会开放，我们会利用这段时间对设备维护升级。”叶少翔说，他也会常常“混”在观影的学生中，听他们讲对影片和校园影院的感受，以此确定改进方向。

严格选片，平价观影，追踪体验，一切的一切都证明，成立近4年的木槿校园影业和只有27岁的叶少翔无比靠谱。因为靠谱，从上海出发的木槿校园影业足迹已遍及11个省份；因为靠谱，在拿到天使轮投资后，木槿校园影业又在2016年获得Pre-A轮融资1200万元，2017年7月份获得A轮融资500万元，同年11月份获得B轮融资3000万元。

按照叶少翔的规划，今年9月份，影院APP将上线，今年之内，公司预计将签约50家至80家影院，开业30家至50家。“木槿校园影业要做的是把优秀影片送到学子们身边，培养他们的观影习惯。等铺到100家以后，我打算在这些高校中举办微电影大赛，从在校学生中发现好IP，帮助他们圆自己的电影梦，也为中国电影‘走出去’储备人才。希望有一天，这里能诞生全球知名的电影人，诞生享誉世界的中国电影。”叶少翔又为自己和木槿校园影业设定了下一个更高的目标。

生意经

近日，知名二手手机自营平台找靓机在北京举行发布会，宣布完成7000万元A+轮融资。

今年以来，一级市场上融资难度加大，找靓机在此时完成融资在业内引起不小关注。

找靓机于2015年12月正式上线，是一家定位于“二手3C，正品特卖”的B2C商城。该平台投入运营不到3年时间，累计用户超1300万，日活跃用户达40余万。

找靓机创始人兼CEO温言杰从大学时代就是一名超级手机发烧友，毕业后也做过不少手机方面的创业项目。2015年10月份，温言杰意外发现二手手机需求极其旺盛，远超预期，因此决定进军二手手机业务市场。

资料显示，近年来我国二手交易市场规模呈现爆发式增长。截至2017年年底，我国闲置物品交易规模已达5000亿元，并以每年30%以上的速度增长。其中，以二手手机为代表的二手3C交易市场成长空间尤其巨大。

“这个市场最大的问题是鱼龙混杂。二手产品先天带有非标品的标签，无质量保障是最大的‘行业痛点’。再加上很多行业企业不重视售后服务，消费者的使用体验得不到保障，自然越来越不信任二手交易市场。”温言杰坦言，如果不解决这一问题，二手交易“做不出大名堂”。

在温言杰和他的创业团队看来，掌握供应链是解决二手交易信任问题的“金钥匙”。为此，找靓机先后与国内700余家供应商建立直接合作关系，通过B端供货模式为交易提供强大的供应链保障。“B端供货模式既能保证产品数量，又能保证产品质量，可以支撑找靓机的快速发展。我们的定位是‘二手3C，正品特卖’，所以必须坚持B2C纯自营，确保为用户提供合法合规的原装正品。”温言杰说。

解决了供应链并不意味着就高枕无忧了，随之而来的质检问题对于找靓机的生存发展也至关重要。高标准的质检是二手3C的生命线。为此，找靓机与供应商签订协议，要求供应商在供货之前必须完成初检，之后还要预留7天质检期，为找靓机自己的质检中心开展二次检测留出时间。

温言杰告诉记者，找靓机目前已建立起高标准的质检体系，每台手机都要经过25道外观检测、52项功能检测、30分钟真实场景使用、30分钟大型游戏跑分测试、120分钟耗电测试、500张照片连拍等才能进入售卖环节。“强大的质检体系是我们的底线、生命线，也是核心优势之一。”温言杰说。

互联网时代，流量对于平台的重要性毋庸置疑。在移动互联网本身的流量红利几近结束的情况下，找靓机该怎么办？温言杰团队的选择是“电商+新媒体”双轮驱动的商业模式。据找靓机COO胡伟琨介绍，找靓机采取的方法是搭建自媒体矩阵，利用优质内容为电商平台导流，电商平台赚取的利润又可以反哺新媒体的内容创新。

如今，找靓机在新媒体平台上的百万粉丝账号多不胜数。借有趣、有料、有内容的内容，一批又一批粉丝纷至沓来，既抵消了巨量的广告投放，又可以紧密契合年轻人的生活娱乐方式。截至目前，找靓机旗下已经拥有50多个自媒体账号，全网粉丝量超过2500万，日均播放量达6000万次，累计播放量200亿次。随着找靓机新媒体矩阵粉丝用户转化率不断提升，其对销售的支撑作用也愈发明显。

这种以辅业驱动主业的商业逻辑，让找靓机电商业务获得了强大的内生增长力。

“与其他电商相比，我们有媒体，而且媒体流量很便宜；与其他媒体相比，我们有钱，因为电商提供的充足现金流能够支撑媒体的发展。未来3年，找靓机将继续投入10亿元用于原创优质内容创作。”胡伟琨说。

“找靓机自上线之初便确定了自己的目标，即成为国内二手3C行业的楷模，打造业内的第一品牌。截至目前，找靓机的单月营收已经突破1.2亿元，GMV（一定时间内商品交易总额）突破4亿元，占据二手3C数码特卖电商首位。”温言杰表示，自己和团队都不会满足于于此。未来，找靓机还计划进军租赁市场，并继续提升新媒体与供应链建设力度。

“目前找靓机的B轮融资也在洽谈中。”找靓机有关负责人透露。

北汽南非工厂首款车下线

本报讯 记者杨学聪 梁剑箫报道：北汽集团南非工厂第一辆车日前正式下线。

据介绍，北汽南非工厂是中国企业在非洲投资建设的规模最大汽车工厂。北汽集团董事长徐和谊将双方的合作称为“金质合作”，寓意把握金砖合作提供的重要机遇。“要以更深层次的战略对接，凝聚团结互信的‘金质内核’；以更深层次的优势互补，筑牢互利共赢的‘金质基石’；以更深层次的创新驱动，打造共同发展的‘金质引擎’；以更深层次的人文交流，拉紧文化融合的‘金质纽带’。”徐和谊表示。

资料显示，北汽南非工厂于2016年8月份正式奠基。工厂建设分两期实施，其中一期将逐步实现5万台的年产能。工厂将于今年年底投产，可生产制造北汽旗下乘用车、越野车、轻型运载车等汽车产品，并有望成为北汽集团立足南非、辐射非洲大陆等海外市场的重要汽车生产制造基地。

“北汽南非工厂不同于一般意义上的独资境外工厂。它是根据南非工业发展情况打造的涵盖研发、采购、生产、销售及金融服务等全产业链的生产基地。该厂以整车制造带动零部件、物流仓储等自有业务，预计5年内将实现60%零部件本地化供应。”北汽南非项目负责人表示。



图为航铭海钓俱乐部钓友展示自己刚刚钓上来的大鱼。（资料图片）

金海富源海钓板块发展迅猛——

别人养鱼我养海

本报记者 刘 成

无论春夏秋冬，每逢风平浪静、适合海钓的天气，位于青岛银海游艇码头的航铭海钓俱乐部便会忙碌起来。为钓友们分配船只，往船上搬运钓具、生活用品，不一会儿，钓鱼艇就纷纷驶出码头，在海面上犁出一道道欢快的浪花。

每每看着远去的小艇，青岛金海富源海洋实业有限公司旗下航铭海钓俱乐部负责人孙源都会从心底感到快乐。“最多的时候，我们一天要发10多班钓鱼艇，服务100多名钓友。”孙源说。

“海钓是公司新开发的板块，也是我们建设海洋牧场10多年来，大海给予我们的新馈赠。海洋生态形成良性循环，大海自然会给予人类更多回报。”青岛金海富源海洋实业有限公司总经理陈刚告诉记者。

金海富源是依托海洋产业发展起来的老牌企业。过去，公司主营业务为海参鲍鱼育苗，曾占据青岛市海参鲍鱼种苗一半以上的市场份额。随着市场份额的扩大，金海富源注册了崂山鲍鱼和崂山海参商标，之后便开始收购海域资源。

“当时，许多人都觉得我太傻了，为啥要花这么多钱去买海。”陈刚回忆说。后来，更令人大跌眼镜的事情发生了。本以为，金海富源也会像其它养殖户一样，在海边整个池子养点什么，可事实并非如此。公司又花大价钱买了石头扔进海里，这是干什么？

“我们要做的是海洋牧场。”陈刚不

久后就给出了答案，“当时养殖环境已经发生了很大变化，近海养殖导致海区污染逐渐加重，养殖产品品质逐年下降。因此，建设海洋牧场成为大势所趋”。

“建设海洋牧场的思路与建设陆上牧场差不多，都是通过人为介入改善环境，让生物在自然中摄食、繁殖。”陈刚说，从2005年开始，金海富源在青岛率先投资建设海洋牧场。他们在青岛近海适合的海域投放了许多从一、二百斤到1吨大小不等的石块。石头沉入海底后，会先长浮泥，浮泥上又会长出一层薄薄的海藻，招来海蛎子和海星安家。当海泥达到一定厚度，海藻也渐渐长大，鱼虾蟹贝就会自然聚集起来，形成初步的海底生态圈。“迄今为止，我们共投资近2亿元，建成2万多亩海洋牧场。经过10多年的生态修复，所有牧场均已形成良好的海底生态环境。”陈刚说。

数据显示，1亩“海洋牧场”的造价约在30万元左右。“投放的海参、鲍鱼要达到成品规格，得花费3年甚至更长时间。所以，这些年我们基本是只投入无产出。”陈刚说，多年的持续投入虽然“让人心疼”，但也是必需的，因为这代表了海洋产业转型的方向，需要提前布局才能更好介入。

如今，金海富源终于迎来了收获期。“现在我们的‘海洋牧场’基本成了‘海底银行’。我们的潜水员经常会上半斤一个大鲍鱼、4个一斤的大海参，

这些野生环境里产出的鲍鱼、海参平均售价能高出市场价约一倍。”陈刚说。

更让陈刚高兴的是，海钓产业也逐渐兴旺起来。最初，他们只是打算在海洋牧场海域划出一小片钓场“试水”，没想到这里鱼类资源实在太丰富，钓客们不仅能钓到常见的鱼类，还经常收获烟仔鱼、鬼头刀等青岛市场难得一见的鱼种。越来越多专业钓客闻风而来。“现在我们俱乐部的注册会员已经超过4万人，除青岛本地人外，还有很多来自北京、天津、上海的会员，钓客数量每年以80%的速度增长。”孙源说。

如今，航铭海钓俱乐部的专业海钓已形成多条路线，有夜钓、白钓、岛钓、船钓，并且从远到近划分了多个钓区，服务也更加周全。目前，他们正在拓展休闲海钓，让从没钓过鱼的“菜鸟”也过把瘾。

“休闲海钓发展很迅速，目前已经占到海钓业务3成的比例。”孙源说，目前自己最头疼的是钓客增速太快，如果不加强管理，难免会出现竭泽而渔的情况。为此，他们不仅每年都会封闭钓场2个月至3个月休养生息，还倡议钓手“抓大放小”，钓到300克以下的鱼放生。

“只有把海洋生态保护好了，才能实现海洋产业的可持续发展。”陈刚告诉记者，海钓的产业链很长，专业服装、钓具、钓船等都有巨大的发展空间。“像专业钓具，仅假饵每只就需要数百甚至上千元；再譬如专业钓船，仅配备一个