

北京华灿工场： 二元定位打造两岸创新孵化平台

■ 本报记者 朱晨辉 张艺姣

使命需要共担,发展需要共享。11月30日下午,“共担使命共享发展——第二届两岸青年和平发展论坛”在京举行,论坛旨在进一步号召两岸青年精英,共同为两岸关系和平发展助创意与动力,携手为两岸青年创新创业搭建平台,对接项目和提供服务。会后,《中国企业报》记者随同台湾代表团参观了位于北京市海淀区海龙大厦的华灿工场。工场落地中关村,由民革党员主办,致力于两岸文化产业交流,这些独特的标签为这家创新创业孵化平台增添了不少魅力。

“设计+科技”的二元定位

几乎所有的文创园区,从设计上多多少少有创意的痕迹,华灿工场更是如此。记者进入华灿工场,映入眼帘的就是极富特色的创意灯具,大气明亮,营造了现代化的办公环境。据工作人员介绍,华灿工场的装修是台式风格,整体时尚简约。同时,在功能布局上非常注重实用性。依据工作模式的不同,这里分为开放办公区和封闭办公室两种。开放办公区空间设计灵活,便于团队互动、协同合作;封闭式办公室则相对独立,是个人办公的理想场所。

华灿工场是由民革中央与教育部高等教育学会联合主办,由民革中央投资控股有限公司投资创建的两岸青年创新型孵化平台,创办之初,投资者们其实都对企业孵化不是很了解,也明白投身于不熟悉领域的巨大风险。但这群民革党员凭借一腔热情,还是做了。

华灿工场总裁柳青在接受记者采访时表示:“我们都明白,在很长一段时间内,不可能靠这个众创空间盈利。就空间出租而言,我们拿到的价格和租给企业的价格基本持平的,如果加上运维费用,实际上是亏损的。”

据柳青介绍,华灿工场最开始是基于两岸新锐设计竞赛“华灿奖”的优势资源创建的,服务的重点是推进设计成



华灿工场

果落地转化。“华灿奖”是由民革中央与教育部高等教育学会联合主办,由民革中央投资控股有限公司承办的两岸青年设计竞赛,也是国内首个作品征集覆盖两岸及港澳地区的设计类大奖,旨在发现、推介两岸四地青年设计师,以创新、时尚、实用为评审原则,选拔最具创新意识和培养潜力的青年设计人才,是能有效推动台湾设计院校、文化组织、文创企业与大陆院校、企业的对接,并开展深度交流与发展,积极推动设计方案向产品的市场转化。

但在实际运营中,柳青发现,在如今的经济环境下,如果服务重点仅聚焦在设计领域,那么物理空间闲置和运营亏损扩大将严重限制华灿工场的未来成长空间。在多重因素下,华灿工场调整招商引资策略,确定了“设计+科技”的二元定位。

同时,为了实现搭建两岸青年交流和合作平台的初衷,华灿工场为台湾青年在大陆实习、就业、创业提供从政策解读到生活指南的一条龙服务。“台湾的青年愿意参与大陆的市场,但是难度非常大。而在我们这个平台,可以帮助

他们实现公司注册、活动办公、商务洽谈等事项,让这件事变得简单而高效。并进行政策申请、商旅服务、投融资等增值服务。如果遇到看好的项目,华灿工场也会为其提供资金支持。”柳青接受采访时说道。

从垂直领域发挥优势

在华灿工场既定的战略规划中提到,将以北京作为两岸对接的起点,以京津冀、长三角、珠三角三大城市群为主要着力点,放眼港澳台,将品牌影响力扩散到全国范围,打造一个标杆型的产业品牌。

现阶段,华灿工场主要参与初创企业的孵化,与入驻企业签订合同周期一般为三个月。当企业具有一定的团队规模、资金和业务实力后,便逐渐退出这个平台。平台以这种模式循环运作。但放眼今后的发展,为了落实创建目标和经济效益,华灿工场未来将逐步推进长期、稳定合作的建立。柳青也表示:“我们想要在众多的企业孵化平台中脱颖而出,就要坚持以促进两岸交流

为特色,与通信产业紧密结合,依托华灿奖聚集设计人才,在设计的垂直领域发挥出优势。同时,我们将借助一些民革党员在产业方面的优势,为入驻企业提供市场、资金以及技术方面的支持。”

“发展设计、创新产业,首先要给年轻人政策和资金支持,并有很好的创业场地,这些现在大陆已经做得很好。未来两岸间还要在知识产权领域加大合作。”台湾文创知名人士、琉璃工房创始人张毅表示。

柳青向记者透露,“我们也要走出去,目前公司在成都、上海、深圳都有布局。在成都,我们正在启动一家1万多平的众创空间,享受10年免租政策。运营成本大幅度降低了,我们就能对入驻的企业也实行非常优惠的政策。”柳青表示,“四川拥有强大的通讯技术产业背景,下游制造企业也很多,未来我们将加深与这些企业的业务合作。作为两岸交流合作平台,华灿工场正在受到关注。民革中央也会将很多对台交流项目放在这个平台上,对我们来说也是宣传和推广。未来,华灿工场将稳扎稳打,成功一个,再发展下一个。”

人物



张福民:将传统文化精髓用于商业管理

■ 董秋彤 本报记者 朱晨辉

作为民企新秀朗和怡家的CEO,刚逾五十的张福民,近年来每天除了处理公司大大小小的事务,还特意抽出两个小时的时间来学习中国的传统文化。所以他的生活轨迹里鲜有社会应酬。

张福民觉得,人做事必须有智慧,离开了智慧,就可能事倍功半,甚至功亏一篑。现在商业中有很多聪明的做法,但这种聪明的做法往往经不住时间的考验。商业智慧需要一种大格局,大胸怀,倡导的是利他基础上的达己,强调的是行业和谐发展下的多方共赢。

传统文化成就商业智慧

张福民接受《中国企业报》记者采访时特意强调中国传统文化在企业经营中的重要性:中国《大学》有句古训,叫“财散则人聚,财聚则人散;取之而有道,用之而同乐!”用它来指导经营企业自然就会把企业做好,避免了员工的涣散力和离心力。张福民倡导的企业文化非常简单,就是人尽所能,人尽其用。因为人是第一生产力,是创造价值的源头。

“信,诚也。从人、从言、会意。”《说文解字》很好地阐述了诚信的含义。孔子说:“人而无信,不知其可也。大车无,小车无,其何以行之哉?”(《为政》)儒家历来注重诚信,古今儒商也十分注重信用,不仅将信誉作为恪守的商业道德,而且作为企业的经营之道,诚信经营也是朗和怡家一直奉行的商业逻辑。张福民认为传统的商业在经历了形形色色的历练

之后,将会重新步入诚信的发展轨迹,货真价实,明码标价,不虚妄,这才是真正的商业之道。这方面,朗和怡家是一个践行者,也会是一个积极倡导者。

模式创新的核心是人的创新

把事情做好还得依靠人,张福民的经营哲学就是先把人聚拢过来,再把钱聚拢过来。因此他建立企业的初心就是以人为导向的原则,通过聚集众人的资源和力量,降低经营成本,减少经营风险,提高经营水平。

作为舒适家居以及整体解决方案的提供者,朗和怡家创始人张福民几年前脑海里开始萦绕着这个行业的众筹模式,即如何在商业市场中降低每一个合伙人风险的同时还能使每一个人持续地实现自我价值以及收益,让已有现成店面和客户的经营者加盟进来,大家一起做,既满足了经营者当老板的愿望,也提升了利润空间,最重要的是激发出合作者自身最大的潜力,实现自我管理与绩效。

他发现最大的费用支出是门店租金以及人员和管理开销。高额的管理成本让企业盈利难,让行业从业者挣不到钱,也让消费者享受不到高性价比的产品与服务。

朗和怡家始终为IBO(独立生意人)提供支持。朗和怡家平台出现以后,开放自由地加入形式,线上线下体验相结合的方式,节约下来的费用让用户受益,让参与者也能拿到更多的钱。

当记者问到IBO的运营模式为什么可以不需要广告投入、不需要其他的融资支持时,张福民解释道,其实就是靠



张福民

IBO自己的人脉圈子,把自己所拥有的资源进行有效对接。而传统意义上的广告营销需要靠广告铺天盖地的去覆盖,就像火箭炮一样,覆盖完了以后部队再往上冲,而那样其实对任何一个企业来讲投入的成本相当巨大,而今天的狙击手知道如何化整为零,最知道市场的需求点在哪里。朗和怡家的商业哲学有一个很重要的原则,那就是减法原则。今天朗和的这种IBO模式,这种用减法来缔造的这种运营商减少了很多壁垒,压缩了很多无效的中间环节,原来高大上的广告,或者其他形式的秀场统统把它压缩掉,让产生的利益直接回馈给终端用户,回馈给有市场资源的IBO。

管理的最高境界是自我管理

朗和怡家在不到一年的时间内,已经在全国设立50多家分公司,同时备案待开业的分公司100多家,汇聚了几千人的行业内精英,发展了多达20000人的IBO队伍。如此快速地成长,其核心

奥秘就在于每一家子公司强大的自我控制、管理能力。张福民就是让合作伙伴自己管理自己,不治而为。对于“自治”,张福民阐述:“在符合平台发展的大原则下,各分公司有高度的自主权。通过平台完成资源整合,各分公司可以因地制宜、因人制宜完成自己的任务目标。充分发挥平台优势,降低成本,提升效益,带给各分公司更多的市场竞争优势。力争将公司做大,将业务做大。”

朗和模式里最为重视的是人自身的能量,人自身向上追求超越自我的这种精神状态。朗和怡家模式的核心就是“人”,一切围绕人做文章。其深谙暖通行业痛点,摒弃传统的“以产品为导向”,中间环节繁复的暖通销售模式,采取“以人为本”的经营理念,回归销售的本质,“找对人,说对话,做对事”。通过众筹方式汇聚行业内精英人士,在全国核心城市成立朗和怡家分公司;以利他思想为指导,在全国范围内发展和壮大IBO队伍;以客户为中心,一切以客户的需求本质为出发点,精准定位,通过IBO背书方式,向客户提供科学合理的设计方案,精选的产品组合,标准化的施工,完善的售后,为客户提供完善的舒适家居环境。

有了人,业务的发展自然就水到渠成。平台骨干力量因势利导,行业精英组建分公司,IBO发展客户,目标明确,分工合理,措施得当,很多复杂的事情在朗和怡家可以简单到极致。张福民并不是简单地把人聚拢,他看到的是人的本性一面,佛家思想讲的就是不断地超越自己,是一种自我修行的结果,所以朗和在一定意义上讲,其IBO精神也是一个自我修行的过程,只有不断地放下昨天的自己,去寻找一个新的自我。

新发布

国新办发表相关白皮书促文化发展

国务院新闻办公室12月1日发表《发展权:中国的理念、实践与贡献》白皮书。白皮书约21550字,除前言、结束语外,共包括8个部分,分别是与时俱进的发展权理念、日臻完备的发展权保障制度、有效实现经济发展、不断完善政治发展、努力促进文化发展、全面提升社会发展、加快落实绿色发展、推动实现共同发展。

中国政府坚定不移地深化文化体制改革,解放和发展文化生产力,积极推进文化发展成果普惠化和文化发展机会均等化,努力保障公民文化发展权的实现。截至2015年底,文化信息资源共享工程已建成1个国家中心、33个省级分中心、2843个市县支中心、35719个乡镇(街道)基层服务点、70万个村(社区)基层服务点。

《关于严格专利保护的若干意见》发布

11月30日,国家知识产权局在京举办新闻发布会,发布并解读近日出台的《关于严格专利保护的若干意见》(下称《意见》)。

《意见》着眼推进知识产权强国建设,提出严格专利保护的六项措施;注重政策创新,在现有制度框架内积极进行思路创新、理念创新和政策创新,拓展专利保护事中事后监管的内容与方式,加大打击侵权假冒行为力度,提高专利执法办案效率,推进调查取证工作,促进授权确权维权的协调联动,拓宽专利保护公益服务渠道,深化专利保护领域社会治理,加强专利保护领域国际合作;注重系统推进,强调重点突破,强调对食品药品、环境保护、安全生产等涉及民生的重点领域和互联网、展会、进出口等关键环节的专利保护。

《网络广告联盟自律倡议》发布

11月30日,国家版权局在京召开网络广告联盟服务版权保护工作座谈会,并发布第一批侵权盗版网站“黑名单”。首都版权产业联盟联合百度联盟推广、360广告联盟、阿里妈妈广告联盟和腾讯广告联盟发出了《网络广告联盟自律倡议》,表示将积极配合国家主管部门的监管工作,共同维护健康良好的网络版权秩序。

倡议书倡议网络广告联盟建立并完善内部版权管理制度,严格规范广告投放程序,防止将广告投放放在未经ICP(网络内容服务商)备案,未获得网络出版或信息网络传播视听节目许可证而非法开展网络出版或通过网络传播视听节目的网站,以及对被国家版权局列入侵权盗版“黑名单”的网站,终止向其投放广告,并解除其会员资格。

国家版权局要求网络广告联盟企业强化合法经营意识,加强对所投网络经营者的资质审查,建立健全平台版权保护内部监控管理制度和举报投诉处理机制,履行好违法违规线索报告等责任和义务,共同做好网络版权保护工作。

新数据

2016年我国游戏市场规模或超1800亿

近日,由中国文化娱乐行业协会主办的2016中国游戏行业年会在上海举行。文化部文化市场司相关负责人对促进游戏行业发展的多项政策进行解读,并从重视价值导向、重视规范经营、加强游戏产品内容建设等方面为游戏行业今后转型升级提出建议。来自微软、万达、完美世界等公司的负责人,就游戏行业供给侧改革、优质游戏内容开发、游戏行业融合发展与经营模式创新等话题进行讨论与交流。

年会上,中国文化产业行业协会发布了2016年中国游戏行业年度报告。报告显示,2016年,中国游戏行业整体市场规模将达1830.62亿元,同比增长26.3%。其中,网络游戏贡献大部分市场收入,2016年前三季度网络游戏的市场营收为1276亿元,预计全年营收达1671.7亿元,同比增长将达25.6%。

11月860款手游获版号 棋牌游戏占36%

日前,广电总局在其官网公布了《2016年11月份国产网络游戏审批信息》。数据显示,2016年11月,共有887款国产游戏获得版号,其中手游数量为860款,审批效率环比增速为76.23%。

从过审产品的游戏类型上看,排在前三位的分别是棋牌、益智休闲和消除。棋牌类游戏数量在11月大幅增长,达到309款,在860款过审产品中占比高达36%,且绝对数量几乎是居于次席的益智休闲产品的两倍,优势再度扩大。

11月共有10家出版单位入围过审手游款数TOP10榜单,北京艺术与科学电子出版社以194款占据首位。在上榜的10家出版单位中,出版社有6家,另外4家是有互联网出版资质的手游企业,分别是上海雪鲤鱼、北京幻方朗睿、北京畅元国讯和深圳东方博雅。

截至11月底,共有约3200款手游获得版号,如果12月审批速度与11月持平,届时将有4000余款手游获得版号。

(本报记者张艺姣综合整理)