

# 三段创业旅程 与酒结下不解之缘

## 创业新苗

1982年是一个重要的年份。82年的拉菲，品质和个性无与伦比，它一天天发酵，一天天转变。在30多年后的今天，终于等到了口味最好的那一刻。85后出生的金科威也在一天天成长，多年前，他就与大学同窗在校园留下了“青涩”的创业印记；多年后，在国外创业归来的他，又与最初的创业伙伴重新走到了一起，创办了“快找酒”进口酒交易平台，开启了他人生中的又一个事业高峰。他说，走过三段不一样的创业旅程，每一段都是如此回味悠长和令人感慨。

青年报记者 陈颖婕



金科威(右)与朋友一起品酒。

受访者供图

### 澳洲创业经历 与酒结下不解之缘

多年来的创业经历，让金科威与进口酒结下了不解之缘。毕业于国内计算机及管理双学士学位，后赴澳大利亚阿德莱德攻读硕士学位的金科威，在国外就有着不一般的创业经历。

在澳洲，他与合伙人共同创立了一家进口酒交易公司——澳麒酒业。要知道中国人在国外创业，比想象中要困难几十倍，金科威当时的创业项目同样不被周围人看好。但他用行动告诉人们，只要找准市场方向，只要学会坚持，中国人在海外创业，照样能够开辟出一片天。“当时，我们公司每年的出口量占澳洲出口中国的6%，且在澳洲拥有位于港口的仓库、灌装生产线和酒庄资源，澳麒在阿德莱德港创办了第一家由华人全资的酒庄。”回忆起当年澳洲的创业经历，金科威很是自豪。

金科威拿起一杯红酒，一饮而尽。这一次的创业经历，在金科威的人生道路上，起到了至

重要的作用，也让他与充满神奇色彩的酒世界结下不解之缘。

为了开拓澳麒酒业在国内的市场份额，2014年，金科威选择回上海发展。

### 国内市场潜力巨大 萌生再度创业念头

渐渐地，他发现国内进口酒市场潜力巨大，但无论是对于普通消费者还是中小零售商，价格不透明的现象极其严重，很多环节还有待优化，这种不透明的市场环境吸引了很多的互联网“玩家”进场。在C(客户)端，他们主要以查价工具、红酒社交、电商平台等方式切入，而在B(商家)端则都是想解决一些供应链方面的问题，因此市场上也出现了一些B2B电商平台，而在B端也涌现出一批以自营为主要模式的B2B玩家。

金科威看到了市场机遇，他琢磨着在国内重新打造一家进口酒B2B电商平台。于是，他找来了有着多年进出口酒品交易和互联网背景的创业伙伴，他们一拍即合，重新踏上了创业的征

途——成立了“快找酒”电商平台。除了之前的创业伙伴加入一起创业，同时曾担任链农(农业B2B巨头)上海大区总经理宋骏以及阿里巴巴聚划算创始成员也加入了快找酒团队。

公司刚起步的时候，为了节省开支，粉刷墙面、安装楼梯、拼装办公桌椅……金科威和他的创业团队成员对于公司装修的那点事儿，大多亲力亲为。

这一切，仿佛回到了金科威的大学时代。校园岁月中，就留下了他初次创业的身影。那一年，金科威和大学伙伴做起了类似于“饿了么”的食品外卖服务，但由于对企业运营管理并不熟悉和了解，虽然创意和想法都很好，企业在经历了一年多后宣布歇业。

### 打造“海筹”模式 用责任和担当赢得客户

巴菲特曾说过：“时间是最好的朋友。”现实亦是如此，在岁月穿梭的日子里，沉淀下了金科威当年的风、当年的雨和当年创业的心情。

有过创业经历的金科威，在

开启第三段创业旅程时，对于前行的方向更为明确。“最早，我们推出的一个产品是‘海筹啦’。简单来说就是将进口酒采购做成了众筹模式——一些大的商家会在平台上发起某一进口酒的采购计划，中小商家采用跟投模式根据自己的需求来采购，降低采购门槛。”金科威说，这种酒品众筹的方式跟其他领域的一些B2B电商平台将中小B集中增强议价能力的模式相似。

除了进口酒众筹，快找酒在去年10月正式上线，B端用户可以在平台上发布自己采购需求或者资源单，在平台或者线下完

成采购交易。此外，快找酒也会定期跟国外优质酒庄合作，将最上游的供应商直接对接到这些中小B端面前。“我们希望为B端用户提供供应链方面的服务，缩短他们的供应周期和采购成本；同时平台未来也会推出信用担保等金融服务来解决中小B端资金流不足的问题。”这是金科威想要做的，也是他正在做的。如今，他打造的快找酒平台已经在业内做出了一流的口碑，平台上的供货商和客源也是源源不断。目前快找酒成立半年多时间，已有超三万家酒商注册用户，累计交易过亿。

## 创业新苗 张晋之：探索体育创业更多可能



张晋之(右二)与球星共同出席活动。

受访者供图

### 从雇员到项目合作伙伴

张晋之2004年毕业于上海大学，在一家航空公司工作了一年后，走进了体育营销领域，由于是自己喜欢的行业，他做得十分开心。2008年，他突然看到一则消息，说美国一个知名街头篮球明星队在中国香港比赛。他兴奋起来，找到老板说自己想在中国推广在美国风靡的AND1街头篮球赛事。

随后，张晋之又抛出了一个更大胆的提议，他要自己投钱和老板合作办成这个赛事！

最终，这个项目张晋之投入了20万，公司出了一些钱，又拉了一些赞助，张晋之通过一些渠道联系到了球队经纪人，在2008年

的5月16日，美国年薪百万美元街头篮球明星首次亮相上海卢湾体育馆，一度在沪上掀起一场街头篮球风暴。

很多观众不知道的是，比赛当天其实出现过意外。原定的12名美国球星，比赛前一个小时只来了4位。比赛是七点半正式开始，由于代理人的问题，所以直到比赛开始之前，一些球员都还在飞机上。这可急坏了老板，3000多张票已经卖出，总票价达50万，球星不来，球迷万一闹事怎么办？最终，其余的球员七点赶到比赛现场，球员们冲到更衣室换衣服后马上冲到赛场，比赛的哨声一响，球场立刻就被观众的欢呼声点燃了。最终这场比赛有惊无险地办完了。

郎平曾说过：“女排精神不是赢得冠军，而是有时候知道不会赢，也竭尽全力；是你一路虽走得摇摇晃晃，但站起来抖抖身上的尘土，依旧态度坚定。”80后创业者张晋之大概深谙个中滋味，他创立的YBDL青少年篮球发展联盟是上海目前唯一一家全外教的专业篮球青少年培训机构，YBDL成立到现在不过两年时间，但张晋之在篮球行业已耕耘八年，这期间的酸甜苦辣不足为外人道。

青年报记者 孙琪

### 董事长被逼打工

2008年年底，张晋之创办了晃动体育传播有限公司，开始了首次创业之旅，他找合伙人、找赞助商、找媒体等展开合作，他在30多个城市举行了1000多场比赛，韦德、巴特勒在内的NBA球星都直接参与过他的比赛，真人秀节目“晃过上帝”世界街球巡回赛更是联手CCTV5，每周在《篮球公园》栏目播放。

之后，张晋之参加过CCTV2财经访谈节目《财富故事会》、第一财经创业PK型节目《谁来一起午餐》，由于潮人风范，敢言无畏，被媒体戏称为“吊儿郎当”董事长。

2011年百事可乐、佳得乐等品牌商也开始赞助这个运动，张晋之这一年营收达1000多万元，利润也不低。但后来因为街头文化水土不服的问题，这档节目被关，其间合伙人撤出企业，佳得乐的赞助因为人事变动撤销，张晋之有了放弃的念头。他说，“一开始就想做成中国草根的NBA，但是NBA60%的收入来自电视版权，而在中国我却要拿赞助商的钱付给电视台。并且随着赞助商的介

入，你的主动权越来越少，而且最关键的核心资源——球员，并不是你的。加上中国的体育票房和明星演唱会的票房比相去甚远”。

### 创办青少年篮球发展联盟

从赛事IP、体育真人秀、场馆运营到体育服装、体育经纪、线上预定以及体育社交产品，可以说张晋之和他的团队几乎尝试过所有体育方面的创业。最终，张晋之投入到青少年体育培训事业中。张晋之的合作伙伴曾梦想做一个青少年篮球教练，所以他们决定尝试篮球培训。2014年，他们将YBDL定位为全外教的中高端青少年篮球培训。

张晋之最初花了60万元收购了一家培训公司，并预计5个月能收回成本，岂料恰逢暑假，学员总是旷课，教师场地费用照付，这一度让张晋之面临资金链断裂的风险。直到2015年5月他们获

得嘉定汇龙创投的天使轮融资，2016年4月获得磐石资本和2345的PRE-A轮融资，项目才稳定发展起来。度过资金难关的YBDL发展迅速，如今这个机构已经拥有40多个教学点，30名全职教练，超过100个可以随时调动的教练库，有效注册学员超过3000人，累计服务学员1.5万人。

虽然近年来体育行业受资本青睐，但是体育培训行业还是被很多资本认为太过传统且爆发力不够。张晋之认为体育培训至今还未出现真正巨头的原因有两个，第一就是资本介入太慢。“这是一个进入门槛很低，发展门槛却很高的行业，也是一个很赚钱但更需要资本推动的行业。”第二，由于体育培训行业的特殊性，对于场地，地方资源的依赖性很强，很多体育培训机构都很难走向全国。但是这一切随着大量资本的进入都将得到改变。

创业坊 63535301 热线 欢迎有识之士辅助创业新苗成长