

# 分享从业经验 帮助创业者前进

## 创业导师

朱天翔在对外贸易领域深耕多年，具有丰富的从业经历。大约从10年前开始，他走上了创业的道路，一路摸索，积累了不少心得。如今他兼任五里桥街道青年创业园区、五里桥街道创业见习基地的创业导师，与创业者分享自己的经验。他注意到，一些创业者盲目投入资金，并幻想迅速成功。“创业者要脚踏实地，一步步来。”他说。

青年报见习记者 陆安怡

### 注意到创业圈失败现象 萌生助力创业者想法

朱天翔从对外贸易专业毕业后，一直从事外贸相关工作，涉及外贸物流、贸易管理等领域。2009年，他开始创业，运作外贸公司。

随着创新创业大潮的兴起，朱天翔注意到，一些创业者为了追逐利益，不计成本盲目投入市场热门领域，最终却血本无归。由此他萌发了帮助创业者的想法，便与五里桥街道合作，成为了街道的创业导师。

身兼创业者和创业导师的双重身份，朱天翔会和创业者分享自己多年在商场上积累的心得。他常常对创业者说：“用最低成本完成最有价值的事情。”他告诉记者，因为有些创业者在刚起步时就幻想在短时间内把企业做强做大，但实际上，创业者首先要考虑的是成本，学会如何用最低成本完成最有价值的事情，而并非在不了解市场的情

况下，倾其所有地投入资金，这样的创业往往不会成功。

面对创业者的咨询，朱天翔通常先了解他们的创业需求、兴趣爱好和特长，并根据这些特质，与他们进一步探讨。

沟通之后，如果认为创业者的想法可以实现，朱天翔会为他们连接资源，同时，面对创业者不切实际的想法，他也会直接指出。他说：“创业者只有足够了解市场和产品，才能进行商业上的决策。希望大家在创业之前，都能具备完善的思考和了解，不要盲目投入。”

此外，五里桥街道在创业指导方面还有这样的特色，即将创业者汇聚到一起，大家互相沟通，彼此之间可以形成资源共享，此外，还会举办珠宝鉴赏、品酒等兴趣课程，开拓出创业者的思维，激发他们产生新的想法。

### 每一个创业阶段都很重要 创业者需要支持

从事线上零食销售的创业

者小周就是朱天翔经常交流沟通、根据需求给予链接资源的学员之一。两三年前，小周想在电商平台上经营零食，他意识到店里如果都是国内采购的产品，就无法显示出特色。

对此，朱天翔告诉他，店铺一定要有自己的特色和优势，并为他介绍了一位中国台湾的经销商。后来，小周将这些来自中国台湾的特色零食在店铺中出样后，获得了不错的反响，于是他就逐渐开始经营这些特色零食。

“要到台湾地区实地去考察，不能只依赖供应商供货。”在朱天翔的建议下，小周经常前往当地，也确实发现了很多产品。

从事外贸的朱天翔知道运营食品进出口生意，需要完善经营模式，办理相关证件、进口报关等手续，便辅导小周申请各类证件，帮助他取得相关资质。

虽然具有正规资质，可小



创业导师朱天翔。

受访者供图

周还是遇到了职业打假人，对方认为一件产品中的中药材属于非法添加，并告到了工商局。熟悉贸易法的朱天翔帮助小周，对于打假人提出的标的予以驳斥，提供证据，和工商局解释，最终工商局采纳了小周一方的观点，小周的企业也由此渡过危机。

经过这次事件，朱天翔感悟到，任何一个转折点都可能影响事业的兴衰，“不只是起步阶段，

创业导师需要支持和关心创业者的每个时期。”一个人的力量是有限的，希望有更多人加入创业导师行列，以此帮助更多创业者。同时，他也期待创业者能够在创业路上，不断创新，“只有创新才能在创业路上不断地走下去。”

目前，朱天翔正在构思创业方面的系统工具，希望让创业者以后用这些工具更好地实现自己的梦想。

## 邵毓挺：还原记忆深处的海派味道

### 创业新苗

即使品过再多的珍馐美味，很多人依旧执着于儿时的味道，“十六盏”与德庭文化的董事长邵毓挺就是其中的一个。老饕饕的执念让这位资深创业者决定，把几十年对海派文化、时尚与美食的理解注入到饮食创业中，他还提出互联网味业概念并将之付诸行动，短短两年，让这股老上海味道在网络上掀起新的海派旋风。在日前的青企协大会上，他告诉记者，海派文化的收藏、梳理、传承、创新是他一辈子的夙愿。

青年报记者 孙琪

#### 叩响互联网味业大门

隔行如隔山，并非虚言。

从文化领域进军到餐饮领域，即使对有15年创业史的邵毓挺来说也并非易事，2015年10月起，邵毓挺亲自奔走全国12个省找原料，找供应商，谈合作。“我的产品商业模式与‘来伊份’之类相似，取全国的原料，建上海的品牌。”邵毓挺说，“十六盏”筹备了大半年，云南宣威的火腿、辽宁大连一品瑶柱……通通被他请到碗里来。

2016年6月11日，“十六盏”推出首批产品，这是八款酱菜：绝味正松茸、野生油鸡枞、椒油纯斋酱、原味纯斋酱、正黔辣子鸡、杏鲍菇牛肉、冬菇肉燥王、宣威云腿油八款酱菜。乍一看，这首批四荤四素的酱菜并没有什么特别，但细品就很有味道。邵毓挺在品牌创立之初，就要求产品做到原料有来头，名称藏典故。

比如，第一批产品中的椒油纯斋酱，就源自古典名著《红楼梦》，在《红楼梦》第七十五回，王夫人道：“今日我吃素，没有别的，

那些面筋豆腐老太太又不大爱吃，只拣了一件椒油纯斋酱来。”很多人读到这段时，无法顾名思义，压根不知道这款酱菜到底是什么。而邵毓挺把它还原了出来，他从浙江庆元采摘原生态有机栽种的香菇及杏鲍菇，手工精心炒制，制作出这款鲜美酱菜。

#### 用新兴力量打造品牌

“‘十六盏’也是新零售品牌，传统+文化+创新，没有新颖的商业模式，细节处处考验上下融汇的功力。”邵毓挺表示步入新“食”代，他希望自己的产品能够打动更多年轻消费群体，于是他放弃简单的“产品+商超”模式，更注重新媒体矩阵、垂直电商等渠道，产品包装与营销也颇具特色。

“十六盏”因为主打海派文化，其产品的包装设计大多都带有浓郁的老上海风情，比如荟萃中华礼盒是由签约画师手绘还原民国时期上海标志性建筑城隍庙九曲桥及湖心亭前人来人往的繁华景象，体现民国时期上海百姓繁荣的日常生活。

除了产品组合、包装设计之

外，邵毓挺在渠道运用及社群营销上也颇用心思，他与众多视频自媒体比如“一条”等进行合作，来完成品牌的塑造。这两年十六盏参加众多美食文化展览，收获无数好评。“十六盏”推出的老上海风情系列，因为将上海旅游景点与产品结合，连续两年荣获上海市旅游特色食品奖、2016年消费者最受欢迎产品、2017年国际食博会创新奖。

“老字号在快钱收入模式当道的今天，坚守尤其艰难。”邵毓挺表示，这两年“十六盏”推出的备受热捧的老上海红茶双拼、古法粽子就是与叙友茶庄、诸老大合作的产品。“我希望通过创新创意设计，与老字号携手复兴上海品牌。”

除了“十六盏”，邵毓挺旗下的拾食记、德庭也在做海派文化。“如今上海提倡上海服务、上海制造、上海购物、上海品牌，我在自己海派文化主线的生意经里，把这些都融汇到一起。”因为在短短两年时间就在互联网掀起海派餐饮文化旋风，今年他当选了市食品协会副会长，“深感责任在肩，但我充满信心。”邵毓挺说。



“十六盏”与德庭文化的董事长邵毓挺。

受访者供图

#### “老克勒”志做海派第一味业

“我打造‘十六盏’，是想在饮食领域再做些有挑战的事情。”邵毓挺如此介绍。

邵毓挺的爷爷上世纪20-50年代在江浙沪一带经营糖业和南北货，有一家沪上颇有规模的昌记南北货，他大概也遗传了祖父的创业基因，2001年辞职创业，开始进入公关领域，从事会议策划；后来他又做当代艺术画廊，此后他的事业涉及多个领域，至2015年时事业已经经营得有声有色。他深感有太多的海派文化、艺术、视觉有待去挖掘、保护、再造，因此十多年来，他从世界各地收集带有老上海元素的老物件，比如陶瓷、清代明信片、沪上老字号的老账单、提货

券、老股票……收藏的很多品类的视觉艺术系列和海派文化系列藏品令业内惊奇，举办过多次展览活动。

邵毓挺还是位美食散文家，专栏“筷笔”在美食江湖颇有影响力。在他看来，如今市面上卖的八宝饭、烧麦、葱油开洋拌面等美食，味道总差了点什么。“老上海人除夕桌上必有的八宝饭，应该是豆沙、红枣、莲子、薏仁、冬瓜条、核桃、金橘、桂圆、松子，一样都不能少。你去市面上看看，好些八宝饭里是没有薏仁的，这就缺了一宝。”邵毓挺对此很较真。于是在2015年，邵毓挺关闭了旗下部分企业，开始挖掘老上海的市井味道，并为这项饮食事业起了一个别致的名字——“十六盏”。