

80后白手起家富豪榜：

拼多多黄峥身家2200亿成首富

根据报告表明，过去四个月在新冠疫情当中，全球百强企业家财富增长最快的前五名均来自中国，其中以拼多多(PDD.O)创始人兼董事长黄峥的身家增长最快，几乎翻倍至2,500亿元人民币，相当于过去四个月平均每天增10亿元人民币。

研究院发表的《疫情四个月后全球企业家财富变化特别报告》(Wealth Impact 4mths after Covid-19 Outbreak)，研究了胡润全球富豪榜上的企业家在截至今年5月31日的四个月内的财富变化。

“在疫情爆发的头两个月，全球前百名的企业家的大量财富消失了，但在疫情爆发后的第二个两个月，三分之二的企业家财富又逐渐变回原本的高度。这提醒我们，永远不能低估了这些全球最厉害的超级财富创造者。”胡润表示。

黄峥出生于杭州的一个普通家庭，但黄峥从小就成绩优异，一路考上名校，保送大学，攻读研究生，毕业后拒绝了微软进入了谷歌，后来自己创业成立了拼多多。

有一天黄峥的一位朋友到了美国找到了黄峥，问他要不要跟他一起去吃个饭。黄峥说，好啊。这顿饭是和一位老人一起吃的，这顿饭花了62.01万美元。老人名叫Warren Buffett，又称“股神”。这顿饭也就是大名鼎鼎的巴菲特午餐。

这顿饭让黄峥意识到尝试的力量。“这顿饭对黄峥最大的意义可能让他意识到简单和常识的力量，人的思想是很容易被污染的，当你做一件事判断的时候，你需要了解背景和事实，了解之后你需要的不是睿智，而是面对事实时是否有勇气用理性、用常识来判断。常识是显而易见、容易理解的，但我们各种因为成长、学习形成的偏见和个人利益的诉求蒙蔽了我们。”

再后来黄峥从谷歌辞职，开始了自己的创业，拼多多已经是黄峥的四次创业。

在2018年，成立不到三年的拼多多在美国上市，而值得一提的是，黄峥的身家也在今年短暂的超越了马云。

6月21日，据福布斯实时富豪排行榜显示，拼多多创始人黄峥的身家已达到了454亿美元（约合人民币3210亿），超越马云成为中国第二大富豪。当时的中国首富为腾讯创始人马化腾，其身家为515亿美元。

RANK	NAME	NET WORTH
20	Julia Koch & family	\$48.2 B
22	Colin Zheng Huang	\$45.4 B
23	Jack Ma	\$43.9 B

植物培根

今年刚刚成立的美国植物肉公司 Atlast，以菌丝体为原料，研发植物肉，旨在为消费者提供自然美味、对地球无害的食物。公司开发了开发一种新的菌丝体超级成分，利用全切丝的菌丝来制作蘑菇肉，最终生产出植物培根肉。

Atlast 通过培育一种植物肉的制造过程为食品工业带来创新，这项新的菌丝体技术，不仅能为消费者带来更多的美食，而且还能解决当前的肉类生产问题。除了研发与猪肉培根风味相近的植物培根以外，Atlast 也有在研发其它全切植物肉，比如牛排等。

该轮融资资金，公司将用于在2021年推出其消费者品牌和首个产品：一种完全基于植物的培根。明年，Atlast 还计划与其他 CPG 公司合作，并在零售端推出自己的产品。

此外，美国食品公司 MycoTechnology，专门将菌丝（蘑菇的根部）制成产品，用蘑菇来替代盐、脂肪和糖，帮助人们养成更健康的饮食习惯。

咖啡店中店

广州天河区有一家超迷你的Sheep sheep咖啡，直接把店开在了一家柠檬茶店里，3平米，一个档口，一位咖啡师，菜单上只有5款产品。但它不是只在柠檬茶店里加上吧台这么简单，这家小咖啡店，有自己的招牌、菜单，独立的视觉，海报、杯子都有精心的设计——即使在同一门头下，也绝不会和隔壁柠檬茶弄混。客单价也很亲民。黑咖啡15元/杯，最贵的柠檬气泡咖啡26元/杯，自带杯子还可以减3元。店主兼咖啡师倪子扬。一年多前，他和朋友一起开了柠檬茶店。增设咖啡“店中店”，原本是觉得柠檬茶店座位利用率比较低，不如拿出一些空间来“试验”自己的咖啡梦想，还能补充柠檬茶店的营业额。如今，Sheep sheep的日销量已经稳定到了70~80杯。对一家非商圈、只有3平米的档口小店来说，这一成绩已经不算低，甚至比隔壁柠檬茶更好。

第二家迷你咖啡店叫5% coffee，开在郑州一家商场的进口超市里。同样一个吧台、一台机器，这家店稍微大些，有六七平米，通常1~2位咖啡师，吧台座位有3个，不远处的餐位区也能就坐。2019年10月开业到现在，5% coffee已经沉淀了自己非常稳定的客群，对咖啡品质有专业的把控，能做到日出杯80~90杯。不到20款产品，但能兼顾3种顾客。同样由于空间有限，5% coffee 重点发力外卖，在外卖上做了各种满减，活动力度最大的时候，外卖一杯美式不到10元。曾经有顾客连续下单120多次外卖。

这些店中店强有力的证明越来越多的咖啡店老板理性，认真的对待并策划开店这一商业行为，而不是抱着一腔热血盲目的干个三分热度。外卖订单在总营收占的比重也说明消费者更加看重咖啡本身而不是咖啡店，只要用心，真诚，有诚意，就能拥有顾客。店中店也成为一种对未来做出尝试的低成本手段。



“高端”方便面，
你“高攀不起”

随着，社会极大的发展，人们也开始追求生活的幸福感，健康观念也不断加强，还有便捷的外卖平台的出现，这一切，让曾经是人们口中烱炙人口的美味方便面，现在被人当成垃圾食品的它成为了可有可无的存在，销量也开始持续走低。然而，“高端”方便面的出现拯救了整个方便面市场。

在大家的普遍认知中，方便面的价钱再贵也不会超过十位数。但这些“高端”方便面确是这些普通方便面的两倍甚至是5倍。有人会说，这些肯定都是一些无良黑心商家吧，高价低质的东西会有谁买啊。恰恰相反，在这个市场竞争都是大品牌，像康师傅，统一等老字号，还有拉面说劲道堂等后起之秀。2018年底，康师傅推出了高端产品Express速达面馆，4盒装香浓大块牛肉方便面达到69.9元，6盒装私房红烧川辣牛肉面达到139.9元；统一则推出汤达人升级版“极味馆”，6杯整箱价格59.9元；“满汉大餐”系列价格则“更上一层楼”，2碗39.8元，“满汉宴”骨汤叉烧面6碗179元。这样的高价格让消费者都被劝退了，有网友表示：有这个钱，我去面馆吃一碗拉面他不香吗？

那么这些方便面到底是贵在哪里呢？应该就是一分价钱一分货吧，价格升高的前提是产品的整体升级。为了满足大众的饮食需求，各方便面公司对商品中的原材料以及包装进行了全面升级。再加上在电视以及抖音等平台加大力度的宣传，“高端”方便面从此走上了“网红”的营销路线。事实也证明了他们的决策的正确性。尼尔森数据显示，2020年上半年，方便面行业整体销量同比增长5.6%，销售额同比增长11.5%。随着消费者对生活品质的追求，康师傅等公司顺应市场消费者需求不断推出新品，不断创新。“高端”方便面的出现为应对市场变化的举措。然而这样的举措是否可以长期进行下去还有待考量。作为消费者，你会购买这些“高端”方便面吗？

拼多多股价盘中一度大涨9%，
市值近1200亿美元

拼多多是2018年最火的产品之一，同时也是争议最大的。一开始人们并不看好拼多多，但从商业的角度而言，拼多多已经高速地成长，扩张。如今拼多多已经取得了巨大的成功。高盛分析师Piyush Mubayi将拼多多评级由“中性”上调至“买入”，目标价由73.1美元大幅上调至123美元。



有分析师指出，在第三季度，拼多多的新产品“多多买菜”进一步提高了消费者的购买频率，从而用户在该平台上的使用率也逐渐提高，用户总使用时间达5310亿分钟，比去年增长近101%。

此外，Mubayi补充道，拼多多在用户参与度方面显示了实质性的改善，拼多多的服务平台占据了中国电商服务平台用户总使用时间的41%，

高于第二季度的34%和去年的29%。其每日平均用户仍高于阿里巴巴和京东。高盛称，拼多多的销售商品总价值（GMV）增速可能在第三季度回升至69%，达到人民币4210亿元（合630亿美元）。

Mubayi表示，从第三季度的中国互联网趋势来看，广告、本地服务和云服务的收入可能会出现环比恢复，而电子商务、游戏和娱乐方面的增长可能会有所放缓。可以推断出，拼多多的GMV和用户指标可能会有所改善，这是由于“我们预期活跃买家将稳定增长，环比增长3500万，至7.18亿。这是该数据首次超过7亿。”这将进一步缩小拼多多与阿里巴巴之间的差距。

柠檬微趣再闯IPO，如
愿蜕变的机会大吗？

柠檬微趣，全称“北京柠檬微趣科技股份有限公司”。其主推的产品是《宾果消消消》，该产品十分火热，《2020年移动市场报告》显示，2019年度消除类游戏中国市场iPhone和Android手机综合月活跃用户数排名中，《宾果消消消》在市场中占了较大的份额。

在2017年，柠檬微趣初次尝试申请创业板上市但在2018年更新招股书后不久，柠檬微趣选择主动撤销申报材料，退出了IPO（IPO是首次公开募股（Initial Public Offerings，简称IPO）的简称，是指一家企业或公司（股份有限公司）第一次将它的股份向公众出售（首次公开发行，指股份公司首次向社会公众公开招股的发行方式）的申请。今年柠檬微趣决定再闯IPO却连续两个月因涉及用户隐私问题而被监管层要求整改收到产品《宾果消消消》的不合规通报。



更加致命的是，柠檬微趣高度依赖于该产品，按产品分类的收入构成看，柠檬微趣的营业收入主要来源于《宾果消消消》。2017—2019年，该款游戏的销售收入占各期主营业务收入的比例分别为96.49%、74.43%、88.92%，占比极高。意思就是说，一旦《宾果消消消》因以上原因被监管机构强制下架，柠檬微趣或许就再无翻盘的机会了。再者，身处竞争极其激烈的游戏行业，只有不断创新，不断根据大众需求研发新的游戏产品才有可能保持在该市场的竞争力。柠檬微趣却选择将绝大部分的研发基金投入在现有游戏项目的升级上，基本上放弃了新品项目的开发。该公司用于开发新游戏的研发费用不到千万元，分摊至每款新游戏上的研发费用更是少之又少。本在商品竞争处于弱势的柠檬微趣，对新品研发的投入有微乎其微，它到底还能拿什么跟其他企业竞争呢？



柠檬微趣