参加中关村创业大街路演等活动有感

先扯几句自己对于创业的一些感受。大一大二时，自己给自己的定位当时是做一个牛逼的技术宅，但是慢慢发现自己视野的狭隘，加之智商也不太够，又听说了一些像投资人年薪轻松过百万的一些闲言碎语，开始对创业和投资产生了兴趣。课上，听巩老师讲课，对钱的敏锐与贪求，使“猎头”“融资”“第三方服务”"价值放大者"等新概念迅速在大脑中建起立交桥。听学长的创业过程，收获培养“综合能力”。《中国合伙人》现实俞敏洪哥仨故事，让我意识到“谏客”对于决策平衡性的重要。观《北京折叠》6分钟大片，感社会阶层不同状态，不同命运。“织头发的小女孩”联系到曾看的死亡公开课，从哲学的角度上思考适可而止，贪念等等等等。

科技的创业轨迹对我来说不是水课，让我从分数取向的单行线中跳脱出来，看到了象牙塔外的社会丛林。感受了“自然选择”的残酷。在这几年创立的，小的创业公司（多数互联网公司）只有很少留下来，成功的也往往被大公司收购，合并。反观个人，如今知识爆炸，新技术不断出现，也让我反思如何能在社会立足。。。

我并没有去路演，所以我只能聊几个最近看到的几个商业案例。

第一个想说的是制造业。中国是世界工厂，人们的刻板印象还停留在中国制造出粗制廉价的商品，但随着现今制造业的转型，越来越多企业家开始着力于打造中国品牌。5,6年前，许多人购买海外的大牌商品，但最近人们不再局限于大品牌了，许多小众的设计品牌也同样获得了年轻人的青睐。中国中产阶级的增长，年轻一代对商品的独特品味，我们看到人们的消费观，消费习惯在改变。“造作”是一个最近才成立的设计师家具品牌。造作开创了“用户+设计师+制造”模式，以互联网的理念、技术和体验为连接，去掉一些供应链和中间渠道的冗余和成本，为用户带来高性价比的设计家居产品。我也发现旅馆，餐厅，办公区域等等很多地方都有高端家具需求，而打造的品牌势必会带来诸多与其他企业商业合作的机会。

在当今时代，大数据越来越成为一种商业资本。现在中国三大互联网巨头掌握着绝大部分数据，但是他们三家数据的类型侧重方向不同，像腾讯掌握着社交类型的数据，百度侧重公众数据，而阿里巴巴主要拥有消费者数据。并且这些数据大多尚未经过分析，处理，是没有办法产生价值的。所以新兴的一些大数据公司帮助广告主，零售商等进行数据分析，帮助他们做出更好的商业决策。

再有一个关注了影视行业的IP热。2016年预计将会有100个改编的影视作品。大量的资金涌入，但也造成了许多制作者追求短期成果，制作了一些低品质的作品。最近几年，越来越发现电影质量和票房严重不对应。而这其中原因之一便是过高的明星片酬。好莱坞演员的片酬占比只有百分之30，而国内演员的片酬达到了百分之50到80，这也使广告主，投资人只关注演员阵容，很少关注本身故事的好坏，从而降低了整部剧的质量。