

创业很火，创客很忙

本报记者 阮希瑞

蔚来汽车、乐视、小米……如今的汽车行业，新进入者越来越多，创业很火，创客很忙。然而，创业并不局限于这些镁光灯下的明星企业。在“大众创业，万众创新”的浪潮下，不少微小型初创企业如雨后春笋般快速成长起来。下面的创客并不是什么汽车界的明星，但他们有对梦想的执着和勇于挑战的激情，他们善于洞悉市场、善于管理人才……一个个鲜活的故事生动地演绎出如今初创企业的创客们如何从“0”走向“1”。

省 B2B 汽车 电商平台

省心宝创始人刘毅：“草根”的汽车电商创业路

挨家挨户拜访全国各地的经销商，甚至把干教县里，农村里的二级经销商怎么使用手机APP下单买车，从而一点点积累用户。听上去不可思议，但这就是汽车电商平台省心宝在创业之初进行全国推广的手段。

省心宝创始人刘毅本是县城里的一名汽车二级经销商，他把自己比喻成“草根”出身。而在这位“草根”企业家的带领下，省心宝以一匹黑马之姿闯入汽车电商界，成为了全国首个可在线支付的B2B汽车交易平台。通过“草根”式的推广手段，上线仅一年多时间，入驻省心宝APP平台的商家已达数万家，覆盖了全国18个省、685个市、1532个县。如今，该平台平均每个月撮合汽车交易量达6000辆。

做个有社会价值的“草根”

谈起创业的缘由，刘毅变得滔滔不绝。“以前我在重庆的县城里做二级汽车经销商，看到了太多这个行业的问题。低线城市相对贫穷和闭塞，信息不对称的现象严重。说实话，我当时卖的车有95%都不是从重庆的4S店里调来的，都是从北京和上海调，因为那里的车更便宜。于是，我就想如果有越来越多的渠道来比较下全国各地4S店，看看哪里的

车更便宜该多好。”刘毅说，“另外，最大的问题在于，有时我们和4S店谈好了汽车配置和价格，订金打过去之后，4S店却说这个车型没有了，甚至二级经销商订金被赖账的事情也不胜枚举。”

“那么多问题却没有一个人来解决，当时在想，我们为什么不创造一些社会价值呢？”刘毅说。于是，刘毅决定做一个互联网平台，为二级经销商提供一个方便、快捷的信息渠道，同时提供一个安全交易平台，保障“草根”们的利益，为“草根”们代言。

用创新产品直击市场痛点

那么，该如何做好这样一个平台？又该如何把用户留在平台上呢？省心宝的可不不仅是“草根”式的推广手段，更多的是其能够切实解决用户痛点的创新产品。

通过开发，省心宝APP平台首创了寻车报价、竞价模式的创新产品。如今，二级经销商只要在平台上发布需求，通过推送需求，全国各地相关车型的4S店、直营商等实时进行报价，买方可以从中进行筛选。而在竞价模式下，在买方输入期望价位、卖方报价的同时，双方必须缴纳保证金。此时，平台会根据所报的价格、地理位置等情况进

行自动匹配，一旦匹配成功，平台会自动冻结双方的保证金，如果有一方不能兑现承诺，平台则会自动扣除失信方的保证金，赔偿给另一方。由此，渠道拓宽、效率提高，买卖双方的利益都得到了保障。

当然，省心宝的创新还不止于此。

在积累了大量用户和订单后，省心宝将物流标准化、可视化。用户在平台下了订单后，能实时看到物流信息，而物流公司可以通过平台信息验车，解决以前验车需不停地打电话，并且经常出错的问题。并且，省心宝的大量订单也为专线物流提供了导航的作用。物流服务产生之后，省心宝便开始探索汽车金融，这也是他们未来的主要盈利点。不久后，如果二级经销商需要贷款买车，可以在省心宝的平台上在线接单，并且在平台上快速、清晰、方便地比较不同的金融产品。

“从最初的寻车报价到竞价模式，都是全国首创。现在在整个二级经销商B2B的领域中，大家都习惯于用我们的APP来买车和卖车。”说到这里，刘毅洋溢出自豪的神情。

源于“草根”，更懂“草根”

都说汽车销售、汽车金融要渠道下

沉，但真正“沉”下去的有多少？都说汽车电商是风口，但挺过去年资本寒冬的创业企业又有多少？此时，省心宝这匹黑马以独特的角度切入，杀出了一片天地。是靠机遇？是靠运气？抑或是靠“草根”的坚定毅力？或许都有。但在笔者看来，更多的是因为他对这个市场的深入洞悉。

“草根”出身的刘毅太了解二级经销商们真正的需求在哪里，这成了他得天独厚的优势。

他清楚地知道，买车涉及到保险、上牌等繁琐的问题，直接面向C端客户的电商难以落实，而客户关系卖车低线城市二级经销商更是难以取代；他清楚地知道，二级经销商痛在渠道、痛在交易无保障；他清楚地知道，农村的经销商为了贷款需要开个几十，甚至上百公里的路跑去咨询、盖章……

“我们深知县城的二级经销商的销售能力，我们知道怎么去打开县级市场的渠道，这就是我们有别于其他竞争对手的优势。我们的竞争对手大多数都是一线城市的职业经理人，或者是优秀的创业者，非常懂运营和营销，但是这个行业是很多人都看不懂的。”刘毅说，“现在很多人想做汽车金融，但不知道怎么切入，怎么向二三线城市推，而我们找到了一个很好的切入点。”

Auto Space 首席运营官杨林：

千里马？伯乐？创业我们缺什么？

汽车产业 垂直孵化器

在“大众创业，万众创新”的大潮下，中国汽车领域是否也能诞生类似苹果或者特斯拉这样的企业？要诞生这样的企业，我们缺什么？上海车创投资咨询有限公司(Auto Space)首席运营官杨林与我们分享了他的观点。

如果把创客比作未来的千里马，投资人比作伯乐的话，杨林认为，国内汽车领域有不少拥有很多好想法，甚至是技术特长的公司，但存在创意不够、顶层设计欠缺、全球视野不足、落地能力不强等局限。真正的千里马不常有，而从资本环境来看，虽然资金面已经比几年前大有改观，但投资热点切换太快、投资逻辑不够清晰，甚至有机构散户化的趋势。

而创业不只是有没有千里马和伯乐问题。杨林认为，千里马和伯乐之间还

隔了一个创新环境和平台。

据杨林介绍，一般初创企业在成立之初，由于团队的不尽完善、资金缺乏和品牌短板等，其对于管理咨询、渠道对接、人才、投融资和数据库这几方面的需求最为迫切。譬如，汽车领域有很多人做技术出身，如何做商业计划书对他们来说都是问题。又如，有的公司虽然有产品，但缺乏渠道，无法与上下游对接。创业平台的重要性由此可见。

也正是看到了这样的需求，2015年10月，Auto Space正式揭幕，这是国内首家汽车垂直领域“孵化+咨询+投行+投资”四位一体的创新平台。在这里，创客们可以享受舒适的办公空间、管理咨询、投融资、渠道对接、企业推广，以及大数据平台等多种服务。短短半年，就有超过50余家创业企业入驻其中。

“创业公司的重要瓶颈在于没有健全的文化、配套和薪资待遇来吸引人才。我们在这个行业有很多年的积累，有自己的人脉，能为这些创业公司推荐创业型的人才。又如，我们平台有一个做移动门店的创业公司面临运营能力提升的问题，Auto Space帮他们梳理市场需求，通过设计合理的业务模式打通需求短板并通过金融手段提升盈利能力。”杨林说。

Auto Space本身也是汽车行业的创业者，团队的核心人员来自于罗兰贝格、德尔福、通用汽车以及领先投行等企业。可以说，他们勇于充当起了千里马与伯乐之间的桥梁。作为初创企业，他们正在和更多的独角兽企业共同成长。

