



传奇人物

赫畅：做打破行业定律的黄太吉



■ 本报记者 胡心媛

在各类创业模式充斥的今天，如何才能在内重新创造闪光点？黄太吉煎饼店的创始人赫畅用他的成功经验告诉我们：关键是要打破行业定律！煎饼果子这个简单的吃食在大街上随处可见，可谁能想到一家煎饼店能在一年内做到估值4000万元？

有人统计过，北京街边的煎饼摊，最多能一天卖200张，而黄太吉一天能卖1000多张煎饼；普通煎饼是每张4元至5元，黄太吉的双蛋基本款煎饼是9元；普通煎饼摊或者在地铁口，或者在小区里、学校周边，总之必须在人流量大的地方，黄太吉的店却在北京建外SOHO西区的一个角落里，甚至需要店里给食客们专门提供一张地图才能找到；黄太吉煎饼店除了卖传统的煎饼果子外，还卖麻辣烫和猪蹄……相比传统的煎饼摊，赫畅的做法可谓是打破了这个行业的所有定律。

从选择一种不安分的生活开始

在荷兰读大学时，赫畅学的是设计专业，回国后

机缘巧合进入百度工作，之后又先后任职去哪儿、谷歌中国——清一色的互联网公司。按理说，赫畅应该继续在互联网行业谋求发展，但他却并未如此，而是反其道而行，做了一个和互联网相去甚远的工作——卖煎饼。

习惯穿T恤和时髦的裤子，喜欢穿颜色鲜艳的运动鞋，看着赫畅的穿戴，很难将他与煎饼联系到一起。赫畅有着极好的口才，他的演讲富有煽动性，天性高调，这样的性格决定了他不会在大公司里循规蹈矩地混到退休，而是会选择一种不安分的生活。

“我们的店非常小，大概只有20平方米，13个座位，最近我们成功地扩店了，变成了16个座位；我们以北方快餐为主，甜的豆腐脑儿没有，是以咸为主，不过，我们有四川的凉面、南瓜羹等等；我们家最开始的时候有一个大奔送煎饼服务，是因为那天店里太忙，没办法我就开着奔驰送餐去了，那个客人感觉很奇怪，于是就拍了照，传到网上就火了。”赫畅说，黄太吉是他的第3次创业，前两次都跟数字营销、广告相关，这次虽然是卖煎饼，乍看起来像是跨界，但他觉得自己仍然在互联网界。

“我根本就不是餐饮界的”。赫畅对记者表示，“虽然我们卖的是煎饼，但运作方法还是基于互联网思维。”

这种互联网思维的一个直接体现是，用一种开放的心态与创新站在一起，不放弃一切曝光自己的机会和任何潜在的合作伙伴。

心境：学不来的核心竞争力

互联网和广告行业的从业背景，使得赫畅更加重视社交媒体的力量。在他看来，微博根本不是0和1的问题，不是一个要做或者不要做的问题，而是1和2、1和3的问题，是怎么做的问题。他在演讲中强调，“如果你是一个生活在当下互联网时代甚至是移动互联网时代的创业者，却依然忽视这个最重要的用户行为，坦白说，你做什么都不成功的可能会非常高，因为你忽视了最显而易见的品牌沟通现实。”

“@黄太吉传统美食”这一微博由赫畅自己打

理，和一般的企业微博不同，赫畅在微博上的活动并不讲究什么策略或者既定计划，完全是随性而为，顺手推舟，是赫畅个人性格的一种外延。

除了关于店铺的各种促销活动，消费者反馈等信息之外，赫畅也喜欢像许多人一样利用微博分享自己的生活，比如去韩国吃大排档，去纽约学神秘学等。最近一段时间他在微博中分享的竟然是去华盛顿参加外星人解密听证会的事情，许多粉丝在其后回复留言，认为“一个卖煎饼果子的老板突然有了外星人听证会会员和英文翻译的身份，这不科学。”赫畅说，所谓“好奇才是生产力”，微博营销的第一关键词是好奇心，当你能引起别人的好奇心的时候，粉丝与你的互动是很真诚的。在他看来，做微博不是“TO”或“FOR”你的消费者，而是为了“BE WITH”，做到和你的消费者在一起，微博的力量才能真正爆发出来。

“现在的消费者是很难被忽悠的，所以你去给他做推广和营销的时候，你要创造一个分享的环境，例如，有位用户在微博里自己给自己做现场直播，就是如何能够买到黄太吉。你去创造这种方法，你给这个消费者花了多少钱才能去做分享呢？这是很难的。”赫畅说，粉丝们分享自己在黄太吉的一切是好事，但如果能启发他们或者给他们一些更好玩的东西则更重要。“我们店门口放了一个小木马，有了这个东西，大家都会去拍照，然后发微博，于是更多的人就知道了黄太吉门口有一个小木马，所以周末带着孩子们来玩儿，这也就自然而然地构成了粉丝们发微博的理由。”

除了微博分享之外，赫畅还会不定期地在黄太吉举办各种活动。赫畅说，“去年‘十一’黄金周的时候，我们做了一个活动叫‘闲压淡’，希望大家给自己一个鸭蛋，不要给自己的生活加压。有一次我在店里做演讲，只有女性顾客可以进去，因为场地很小，男性客户只能在外面围着，当天有100个粉丝来，玩得很high。”

“现在有很多人学我们的口号，有很多山寨版本，这是好的，起码黄太吉建立了一种行业规则，大家都这么玩。曾经有位网友就说得很好，他说黄太吉的模式可以模仿，设计可以抄袭，广告语可以篡

改，甚至他的所有形态你都可以一对一山寨，但他觉得黄太吉最核心的竞争力其实是心境，因为心境这个东西不是可以‘拿来主义’的。”

信念：把煎饼卖上市

赫畅给黄太吉撰写的广告语是：“小生意，大志向。”对于黄太吉的未来，赫畅信心满满，他说，一个卖煎饼的煎饼店老板登上了华盛顿邮报，这其实是一种信念的成功。

从2012年月中旬开业至今，黄太吉不仅获得了众多食客的追捧，更吸引了投资人的注意。主动找上门的风投包括经纬创投、创业工场等国内知名风投，每天打电话来寻求加盟的人更是数不胜数。在赫畅看来，中国的餐饮行业大有可为，但做长比做大更重要。

由于投资的介入，赫畅已经开始谋划以后的发展，并将工作的重心全部转移到黄太吉。年过三十，他认为自己已经找好了人生的路径，“将这一件事情做到极致，人生足矣。”在他的计划之中，2013年在北京朝阳区一地开五六家分店，明年将分店开到全北京、深圳等地，如果一切发展顺利的话，也会考虑把黄太吉开到纽约、伦敦等国外地区。“中国有多少家肯德基，我们就到美国开多少家黄太吉，黄太吉去美国做的就是煎饼、豆腐脑、油条，我们还不提供翻译，就让美国人跟着我们学拼音，这就是信念。”而赫畅最大的信念就是“把煎饼卖上市”，“不要认为一个小店不能成就一个创业神话，这是可能的，这就是信念。”

赫畅最喜欢提起两个人，一个是苹果公司已经过世的CEO史蒂夫·乔布斯，另外一个则是维珍航空公司老板理查德·布兰森。前者激发他做产品的灵感，后者则是他的营销教父。有趣的是，布兰森曾表明乔布斯是他最崇拜的企业家，他将乔布斯的座右铭“Stay Hungry, Stay Foolish”印在飞机上，苹果公司1997年的《Think Different》广告中也出现过布兰森的身影。这两个人都痴迷于对现状进行根本性改变。今年31岁的赫畅，从一开始就没打算只是做煎饼，他也在考虑如何颠覆自己所在的行业。

商海人生

原毅：闯荡俄罗斯的跨界女儒商

■ 韩 梁

她是商人，莫斯科大型超市90%的芽苗类蔬菜由她供应；她是法学博士，兼职律师，帮遭遇司法纠纷的华商在俄罗斯打官司，向在俄中资企业提供法律咨询服务；她是俄罗斯中国和平统一促进会副会长、莫斯科华人妇女联合会等多个在俄侨团秘书长，各类大型涉华活动的组织者、协调员；她是“俄罗斯之声”国际广播电台特约记者和两档节目主持人。

问及如何胜任繁多工作，在各种社会角色间自如切换，原毅没有直接回答，只笑说自己身体好，精力足。

眼前的原毅声线柔美，笑容可亲，一抹淡妆，长发盘起，水墨丹青图案的套装素雅得体。时间仿佛在她身上没有留下太多痕迹，近20年在俄罗斯白手起家、辛苦打拼的过往并未将她内心的柔软磨出硬茧。她说：“和不少人比起来，我其实挺幸运。”

白手起家 异乡创业

1993年，21岁的原毅大学毕业，拿到律师证，一边在大学任教，一边兼职律师。1996年，她放弃国内令人羡慕的工作、生活，随丈夫到莫斯科做生意。不懂俄语，环境陌生，一切归零，重新起步。

留学生原毅的跨界之路，从边读书边帮丈夫打理生意开始。两人选择冷门的芽苗菜生意入手，其实是出于现实考虑。与动辄几百上千万元的裘皮服装轻工生意相比，芽苗菜种植销售成本低，风险小，上手快，资本运作周期短。不过，从肩扛手提挤地铁供货餐厅，到打入知名国际连锁超市，再到让俄罗斯人接受并习惯食用豆芽，原毅和丈夫花了10多年。

如今，销售芽苗菜是原毅的主业，她的30多名员工全是俄罗斯人，选种、生产、销售、运输，全流程本地化，不用中国员工。因为工卡难办，签证手续繁琐，索性用俄罗斯人，反而省心。本地员工看重休假等福利，只要按规矩办事，尊重他们的工作习惯，其实管起来很顺手。”

原毅回忆，在她打入土耳其袋鼠连锁超市和俄罗斯本地超市“第七大洲”、“十字路口”的上世纪90年代末，如今在莫斯科四处开花的法国连锁超市欧尚和德国麦德龙超市还没影子。从1公斤做起的家庭小作坊，到大超市主要供货商，其中的曲折艰辛可想而知。

异乡创业，遇到法律、资质、营业等种种问题，是吸取教训、积累经验的过程，更是融入社会、立足扎根的机会。“到后来我们有了经验，一套手续，但凡看起来简单好办，没几个月时间、不出几个岔子，肯定办不下来。”

进驻麦德龙超市的过程颇为戏剧化。原毅按规定提交供货申请，收到程式化回信“请耐心等待”后便再无回音。夫妇两人不甘心，跑到麦德龙莫斯科总部，因为没有预约，不能进入。原毅就等机会从门口保安处抄到供货负责人的电话。后来成为合作伙伴的经理说，当时有4家企业申请，原毅是第一个打进电话的人，还是外国人。于是，原毅拿到了那份订单。

原毅笑称每个在俄打拼超过10年的华商都有一部血泪史，自己也不例外。俄罗斯人大都单纯质朴，但这个民族的排外思想根深蒂固。不过，随着中俄两国民间经贸人文交往加深，原毅明显地感受到，这种对华侨华人的排斥和敌意在逐渐消退。

原毅和家人住在莫斯科的卫星城洛布尼亚，是当地的长居市民和市长的座上宾。整个城市，原毅一家是唯一的中国家庭，拥有长期居留权。这意味着，除了选举权和被选举权，他们享有与俄罗斯公民同等的权利，包括教育、保险、医疗等权利。

友好使者 乐在其中

如今生意已相对稳定，不需牵扯太多精力，原毅打算把更多时间投入到促进中俄文化经贸交流中。“俄罗斯人世以后，带来不少新机遇，中俄经贸交往更密切，发展前景广阔。中国现在提倡企业‘走出去’，欧美国家市场已成熟，发展空间较小，俄罗斯的市场广阔，机遇更多。国内不少地方政府和企业其实已看到商机。”

为促进中俄文化经贸交流，原毅居中牵线，促成了洛布尼亚市与山东泰安市结为友好城市、科斯特罗马州与家乡河南省签署中俄州省友好协议。

为让在俄华侨华人子女了解祖国，原毅4年前开始牵头组织俄罗斯的中国孩子参加国侨办每年举办的“寻根之旅”夏令营，学汉语、游山水、习民俗，帮助海外长大的中国孩子构建文化认同。原毅一脸满足地说：“孩子们回来后特别高兴，说收获很大。”

懂经济，懂俄语，熟悉两国商业规则和法律法规，人脉广，资源多，社会活动丰富，又有一颗热心肠，这样的原毅，自然是中俄民间交往的使者。双方都希望借助她探寻另一端的风景，而原毅也乐在其中。她说：“多几条腿走路，总没有坏处。”

从商界到文化界、媒体圈的转身，原毅同样完成得顺其自然。因为看过原毅主持的几次中国驻俄使馆华侨华人春节联欢晚会，“俄罗斯之声”广播电台中文部负责人便邀请她到台里试镜，填补兼职播音员空缺。

鉴于原毅表现出色，台里当即决定给她开设两个专栏，每周一次半小时播音主持，涉及法律知识和俄语学习。遇到大型涉华活动，原毅会担任特约记者外出采访，自己撰稿、编译、剪辑、播音，过把“全媒体记者”的瘾。原毅说，她喜欢电台工作，因为能接触不一样的人，学到新知识，整个人能静下来。所以，哪怕有再多事，她也愿意继续做广播。

原毅和家人打算留在俄罗斯。“我们在这里太久，已适应了这里的生活。”与俄罗斯人相处时间长了，原毅发觉自己的思维方式与表达习惯日趋“俄罗斯化”，不绕弯，不含混，有一说一。

“我自己浑然不觉，回到国内家里反而爸妈觉得别扭。他们认为家里从前养成的好的说话习惯和委婉含蓄都没了。嫌我太商业、太直白。”

原毅说，这也算是中俄文化上的差异，但她已习惯这样简简单单一路走下去，挺好。

全球富豪榜上的华人“陶朱公”

■ 李寒芳 张源培 海明威

他们个人“富可敌国”，群体已成为仅次于美国富豪的全球第二大财富圈，他们是华商中的财富领军者。借成都举办世界华商大会之机，记者梳理近几年富豪榜中的华人“陶朱公”（“财神”范蠡自号陶朱公），一窥华商财富格局之嬗变。

“腰缠亿贯”——12年间大井喷

福布斯全球亿万富豪榜的“起步标准”为10亿美元。2013年，“溢价”的总人数为1426人，其中，华商（泛指）245人，占总人数的17%；净资产达7184.6亿美元，占全部上榜富豪总资产（5.4万亿美元）的13%。

回顾12年前，世界华商大会首次移师中国在南京举办时，当年的福布斯榜单记载，全球482位亿万富翁只有21位华人。

2013年，胡润研究院也首次以10亿美元为富豪上榜门槛发布榜单，其中的华人有357位。从两份榜单不难看出，依托中国经济起飞，华商富豪在十几年间实现了人数和财富的井喷式双增长。

这其中，内地富豪的成长动力不容小觑。福布斯排行榜创自1982年，但直到1997年，才有首位内地富豪（时任中信泰富主席荣智健）跻身其中。而指针拨到2013年，内地军团已达122人。

不过，相比欧美富豪的全球影响力，华人富豪圈大多还是“富甲一方”。福布斯中文版执行主编刘瑞明曾表示，除了像李嘉诚、任正非等富豪成功布局全球之外，多数华人富豪的影响力还是仅限于当地。

“聚宝摇篮”——港台东南亚

2013年公布的福布斯华人富豪榜显示，李嘉诚以310亿美元的净资产连续15年位居华人首富。香港军团不仅占据了前十名中的半壁江山还囊括前四。其余五名除了内地的宗庆后以外，均来自东南亚。

凭借数百年“下南洋”胼手胝足的积累，东南亚华侨华人攒下巨额身家，并带动了当地的繁荣发展。调查显示，海外华侨华人约为5000万人，其中在东南亚的约占70%。广州暨南大学华侨华人研究院副院长陈奕平表示，港澳台和东南亚的华商起家时间早，企业数量和富豪人数基本成比例，而欧美甚至非洲的很多华商是改革开放以后出去打拼的，事业累积还欠火候。

造富行业——房地产仍是一哥

房地产与制造业一直是造就华人富豪最多的行业。福布斯报告表明，内地盛产富豪的行业是房地产和制造业，香港也有超过1/3的富豪从事房地产业，而台湾地区的富豪则主要集中在芯片、电子科技等制造业，鸿海集团董事长郭台铭、台湾威盛电子股份有限公司董事长王雪红等是其中翘楚。

胡润研究院今年发布的报告也证实，在华人“亿万俱乐部”中比例最高的行业中，房地产成为绝对首位，占28.4%，其次是制造业，占15.3%，金融与投资排名第三，占12.7%。

或许出于“鸡蛋不放在一个篮子”的考虑，或许“资本逐水草而居”，华人富豪也都不同程度地采取多元经营、分散风险的做法，如李嘉诚旗下业务遍及地产、港口、电力、网络等。

清华大学华商研究中心主任龙登高表示，随着内地房地产宏观调控的深入，投资门槛越来越高，一些华商逐渐把资本投入到电子行业、电商等战略新兴产业，寻找创造财富神话的新源泉，也将趋势引领中国科技产业的又一轮发展。