

李硕:用“荡”的生活态度 做坚定的梦想践行者

□本报记者 王振恺

名片册 9

李硕

小毛驴科技有限公司的创始人
APP“荡客”CEO

年龄:32岁

星座:双子

籍贯:新疆

血型:未曾检测

座右铭:勇于尝试,敢于追逐自己的梦想

“瘦高的身材,黝黑的皮肤,初见李硕,很容易就联想到他是个玩户外运动的人。从一名喜欢户外运动的资深玩家,到小毛驴科技有限公司的创始人,“荡客”APP的CEO,来自新疆的李硕在完成身份转变的同时,也完成了对自己的承诺:做坚定的梦想践行者。”



A 从小社团衍生出的大公司

勇于创业的人都是不安分的,李硕也是如此。在大学时期,他与当时的校友、现在的合伙人白培新一起登山、出游。久而久之,最初的自娱自乐已经无法满足他们的热情,于是他们就组建了新疆大学第一个户外社团——赤骥社。当他毕业离校时,这个社团付费成员已达500余人,成为西北地区最大的户外社团之一。

和其它大学社团需要拉赞助不同,李硕领导下的赤骥社可以自负盈亏,回想起当时的情形,他坦言组社团跟开公司差不多,“感觉就是创业的雏形”。

学生社团想要实现盈利并不容易,李硕通过户外装备租赁回笼资金。他们买了20套装备,每套价值三四千元,以50元、100元的价格租给参与活动的学生,很快就收回了成本。“学生的消费能力并不高,几千元对他们来说有些昂贵,租装备是最好的选择。”为了扩大社团影响力,李硕还非常注重跟媒体打交道,请当地知名设计师做海报,联合其他户外俱乐部做活动,吸引更多资金的进入,把社团做大做强。

“组社团就是大学时期的创业,无论

从人员架构还是运作模式,和创立公司并没有很大差别。”李硕很重视团队的管理,注重社团成员的选拔和凝聚力。“虽然大学社团都是流水的兵,但学生热情和积极性都很高,特别想实现自己的价值观,这和工作初期的年轻人非常类似。”

赤骥社影响了很多,一些管理层的学生离开校园后都顺利走上了工作岗位,大学时代的经历对他们帮助很大。在李硕创业后,一些老友果断加入了他的公司,“他们甚至工资都没谈就开始工作,这是大学时期建立起的信任。”李硕说。

B 在山顶听见内心的声音,外国友人激励创业

2005年,作为高山协作成员,李硕协助一个日本老年登山队成功登顶海拔7546米的慕士塔格峰。到达最高点的同时,也唤醒了他心中那颗勇敢的心。“这段经历的影响很大,可以算是人生的一个转折点,因为让我看到了事情发展的可能性。”

在6000米的高度时,李硕感受到了很强的高原反应,几乎在嗜睡的状态下过了一天,寒冷的夜晚安静地可怕。“人为什么会安于现状,其中一部分原因就是对于未

知的恐惧,不愿意去打破现有的状态。”在登顶之后,李硕恍然大悟:原来人一定要敢于尝试,给自己机会去尝试,否则无法领略到更美好的风景和人生。

这,是李硕立志创业的节点。

真正激励他做户外推广的想法,源于一位俄罗斯友人。当时他陪同一个来自外国的科考队登山,任务完成后,这位俄罗斯专家在临走前向李硕介绍了户外运动在欧洲的发展,并表示这项运动未来会

有更广阔的发展空间,而目前中国参与的人不多,具有很大的发展潜力。“既然你这么喜欢户外运动,那从事相关工作肯定能够有所作为。”

这句话点醒了李硕,所以此后无论是在西藏、北京、上海、广州,还是如今的杭州,他都秉持着一个信念:带领更多的人走向户外。2008—2011年,他在19楼运营户外板块,为今后从互联网人手打下了基础,提供了创业前期的思路。

C 抓住移动互联网契机,整合户外圈生态链

2011年底,李硕离开了19楼。“在一个地方工作三年是一道坎,就想换个环境,赚第一桶金。”于是,他开了一家广告公司,但做了一段时间发现缺乏核心产品,而且也与个人兴趣无法契合,所以即便有盈利,他依然选择放弃。

同年,微博刚起步,第二年微信也随之问世,李硕认为这是一个发展的契机,决定从移动互联网方向入手,而选择的正是他个人毕生的爱好——户外运动。户外圈的生态链是个很复杂的环节,牵扯到俱乐部、景区、散落的参与者以及各类供

应商。在李硕看来,俱乐部是最底层的,但同时也是最核心的,它会成为未来这个产业的核心渠道。

“户外旅游这个市场,停留在PC时代太长时间了,缺乏有序地整合,整个生态链很松散。”俱乐部承载能力有限,产品质量比较粗放,用户分布极散,且用户增长乏力成了行业里亟待解决的问题。李硕自告奋勇跳出来改变这一现状,通过吸纳这些专业的俱乐部和领队到自己的平台上,来统一为用户提供优质服务。

在2013年,李硕选择从俱乐部入手,

研发建立了SaaS系统,为户外活动第一层组织者服务,并给它取了个名字“驴管家”。由于启动资金只有30万元,没有过多的财力租用办公场地,李硕就找朋友借了一个小区屋子的大阳台,这是只有20平方米的简陋办公室。冬天透风,夏天闷热,虽然简陋,但朝气蓬勃,李硕的团队在那里度过了一年的时间。就是在这一年里,平台的建成让俱乐部摆脱了早先在论坛发帖招募活动成员的被动等待方式,可以自己发布活动、管理活动和会员。

D 希望引领更多人走向户外,打造出更多的“荡客”

户外这个行业,李硕的公司在国内没有任何参照,一切只能靠自我摸索。“原以为只要做一套SAAS就可以解决问题,但随后发现俱乐部的运营能力都比较差,需要帮他们解决很多方面的问题。”李硕认为,线下俱乐部和领队不是简单的旅行社和导游,户外运动也不同于旅游度假,需要大量的团队合作和解决突发问题的能力,“事实上,如果把这些脏活、累活解决了,就能成为立足的根本。”

当“驴管家”上涌入了越来越多的俱乐部,李硕意识到需要有一个平台来连接组织者与参与者。这样既能为俱乐部带来更多的流量,又能为户外爱好者提供一个线路更全更精致的活动选择与报名平台。

于是,“荡客”便应运而生。

虽然只有两年时间,但如今的“荡客”已经有8100个俱乐部,用户注册量达45万,平均每日活动达4万个,月成交人次达1.3万。公司几乎每隔半年都在融资,用李硕的话说就是“一路小步快跑”。虽然起点低,但李硕团队前进的脚步非常快。有了这样的成就,他最感谢的是他的团队。他反复强调,一群志同道合、有共同价值观的人在一起工作,一定能干好事情,这是公司发展的动力。在小毛驴,没有“李总”,只有“硕哥”。

从初期参加各种创业大赛,绞尽脑汁地集资,到现在能够完成A轮融资,李硕最大的感受是:“直到现在,户外运动在国内依然不是一个非常成熟的理念,一遍遍给别人‘扫盲’,是一个非常痛苦的过程。”

创业是为了更多的财富,但李硕也没有忘记自己的初衷——要做一家引领中国更多年轻人走向户外生活的公司,打造有户外文化基因的人群。“荡客说”就是其中的一种途径,请来户外圈的大咖们,用他们的亲身经历来感染其他人。“这是一种价值观的输出,这样的受众才最有粘性。”

2015年年底的第二届世界互联网大会上,李硕在中美大学生论坛上发表了演讲,他告诉年轻人,创业和登山很像,都需要冒险精神,一个民族的探索精神也可以通过体育产业来实现。“我受到别人的感染走上这条路,那现在我也同样希望能够激励更多人的走向户外,勇于冒险,活出自己,实现梦想。”

Q&A

Q:除了登山,还喜欢其它哪些运动项目?

A:主要还是以户外运动和极限运动为主,比如冲浪、皮划艇、滑雪、潜水、滑翔伞等。

Q:现在工作很忙,还有时间玩户外吗?

A:创业以后玩户外的次数很少,但会争取更多时间出去走走。做我们这一行,一定要亲身经历才能做出更好的东西。

Q:业余时间有什么其它爱好?

A:兴趣爱好其实蛮多的,比如摄影、音乐、看书。特别是人文哲学、互联网、管理方面的书看得比较多。

Q:对于新一代创业者有什么想说的?

A:一定要有梦想,虽然实现梦想的过程非常困难,但一定要坚持。