2019 范長江行動
香港傳媒學子滬浙行 之7

▶香港傳媒學子們參觀青團社 大公報實習記者蘇璇攝

◀港生在青團社聽鄧建波講自己的創業故事 大公報攝

第一眼看到鄧建波的時候，你絕對不敢相信眼前這位皮膚黝黑，戴着黑框眼鏡，穿着一身藍黑色運動裝的平頭小伙子，是一位身價過億的CEO。作為一名「90後」，鄧建波常常自稱為「老鄧」，從大學開始，他經歷了三次創業，最終成功創立免費兼職服務平台「青團社」，入選福布斯亞洲2019年30位30歲以下精英「消費科技」領域榜單；今年2月，青團社還獲得了螞蟻金服領投的數億元人民幣B+輪融資。在鄧建波眼中，創業就像「升級打怪」，永遠有未知的挑戰。

大公報實習記者 蘇璇、孟書揚、方嘉偉杭州報道

90後「老鄧」：創業就是「升級打怪」

看好兼職市場潛力 創立免費服務平台

「老鄧」的叫法，其實是鄧建波創業時摸索出來的經驗。鄧建波向學子們解釋道，每次他自稱「小鄧」的時候，老闆們只把他當作三分鐘熱度的大學生。「後來我想明白了，當別人認為你是學生的時候，潛意識裏就不願認可你，更別說和你合作了」。

「心態是創業者最重要能力之一」

鄧建波的前兩次創業都是在大學時期，一次是創立了中國首批外賣點餐網站「樂飯365」，堅持了半年，後因合夥人畢業、項目不成熟等原因告終。但他不服輸，後來又向70多位朋友同學借了2萬多元（人民幣，下同）開始了第二次創業，然天公不作美，再次以失敗告終。

兩次創業為鄧建波帶來的收穫，遠遠大於他所經歷的失敗。「創業猶如一場『打怪升級』，心態是創業者最重要的能力之一。」鄧建波坦言，創業失敗的經歷，鍛煉了他方方面面的能力，迫使他不斷地去學習新知識，對於後面創業決心會相對更強一點。

由於第二次是借錢創業，為了還債，鄧建波進入一家學生兼職中介公司，做起了校園代理。恰逢新生入學，鄧建波厚着臉皮敲開一間間新生宿舍的門，推銷兼職中介會員卡。當時，兼職中介從企業求來崗位，向學生收取100元至200元不等的會員費後再介紹兼職工作給學生。一個月的時間，鄧建波通過「掃樓」售出了3000多張會員卡，依靠銷售提前還清了此前的債務。驚人銷售業績讓遠在重慶的公司老闆留意到了鄧建波，於是，他從一個小小的校園代理，一下子成為了杭州城市經理。

在此後的一年裏，鄧建波敏銳地發覺，企業對兼職的需求增長迅速，很多學生也願意從事兼職工作，但因為中介會員費望而卻步。他向老闆建言：「把兼職崗位免費向學生開放」，卻慘遭否定。想法堅定的鄧建波選擇離職，經過一系列準備，開始了他第三次創業。

六年前，鄧建波與三個合夥人創立了「青團社」，主打「全國首家對大學生提供免費兼職服務平台」概念。一經推出，青團社就受到了大學生們的喜愛。第一個月就吸引了2萬名用戶，此後每月穩定新增1萬名用戶。

獲數億融資 青團社籌備上市

從創立之初，青團社就秉着為大學生服務的理念，他們提出「一次兼職、一次成長」的口號。鄧建波說：「從我自己的兼職經歷就可以驗證，兼職是大學生的一個很好的去經歷社會的切入點。我就是通過兼職成長起來的。」在鄧建波看來，企業對兼職需求在快速提升。像美國的靈活用工比例已經超過37%，但中國仍不足10%，發展潛力巨大。如今，青團社目前服務700萬大學生及350萬藍領用戶，入駐商家超過11萬家，服務範圍覆蓋全國。去年，兼職報名人數逾3471萬，單日兼職報名人數突破40萬。

如今，已獲得數億元融資的青團社，正籌備上市事宜。鄧建波坦言，青團社還有着很大的發展空間，正在不斷優化服務體驗，他希望，最終讓每一位大學生都能選擇在青團社去找到適合自己的社會實踐。

◀自稱「老鄧」的九〇後鄧建波年輕有為 大公報實習記者孟書揚攝

青團社發展歷程

年份	大事記
2013年	青團社在杭州成立
2014年	開始提供線上服務
2015年	入駐夢想小鎮，獲華旦天使100萬元；獲騰訊原副總裁劉成敏領投1000萬pre–A輪投資
2016年	獲豬八戒網領投5500萬A輪融資
2017年	獲安持資本領投B輪6000萬融資；上海、寧波、北京和廣州分公司相繼成立
2018年	聯合螞蟻金服發布首份區塊電子合約
2019年	獲得螞蟻金服領投的B+輪數億元融資

鄧建波談「90後」團隊的優劣勢

優勢	劣勢
更懂「90後」，更能做出好產品	100人以上的管理經驗缺失
更容易組建團隊	總有一個時間需要升級團隊
更容易讓人相信你有夢想	做得了產品，喝不了茅台
每個人都相信你會更好	沒吃過豬肉，也沒見過豬跑

◀青團社為員工創造輕鬆的工作環境，圖為港生在打球 大公報攝

更懂時代需求 年輕就要all in

【大公報訊】實習記者張家敏報道：鄧建波坦言，相比於「70後」和「80後」，「90後」的創業者更加懂得這個時代的需求，因為他們在科技發達的年代能有更高的敏感度。「如今創業並非像從前一樣艱難，年輕人能夠得到政府或者當地的優惠政策，多數情況下家人也相對比較支持。」

「互聯網給了年輕人最好的時代機會，可以去嘗試失敗，挑戰失敗，在失敗中涅槃重生。」鄧建波提及，作為年輕人，在創業過程中或許會遇到缺乏經驗的問題，但這也促使「90後」用更多的時間去學習、體會如何經營一家公司。「很多年輕人『做得了產品，喝不了茅台』，這句話的意思，是指年輕人未必懂得如何跟人搞好人際關係，與人妥善交流溝通。關係是要靠自己發展的，而不是純粹靠產品的優劣而去定義。」

即使如此，鄧建波依然鼓勵年輕人要all in。「你們想想，如果你們今天all in了，你們會失去什麼，什麼都不會失去。你們如果all in成功了，那很完美；如果all in失敗了，你們的能力也一定得到提升了。這是我當初為什麼選擇創業的原因。」

作為一名連續創業者，鄧建波說，沒有一個創業者是一帆風順的，創業過程中會有許多波折。就像青團社剛成立時，加上他也只有四名員工，工作地點在一個不到6平方米的辦公室。當時資金壓力也不小，曾經有幾個月所有員工都沒有拿過工資，並且還受到了黑中介的騷擾。

「但，那又怎樣？散發希望光芒的人永遠年輕！」在採訪最後，鄧建波對正在創業路上奮戰和將要走上創業路的青年人給出了自己看法：「如果你現在已經在創業了，那麼就堅定的走下去。如果你現在還沒在創業，那麼一定要抓住一次可以創業的機會，只有創業之後你才會發現，創業對我們整個人生的幫助有多麼大。」

「不要臉也能讓我們崇拜的」

【大公報訊】實習記者蘇璇、孟書揚、方嘉偉杭州報道：大一初始，鄧建波為了追求喜歡的女孩，開始了自己的第一份兼職——派發和收集調查問卷。那時候的鄧建波，還是一個初出茅廬的小男生，沒有任何經驗的他發一上午的調查問卷，都沒有拿到一位顧客的資料。「好不容易衝上前去介紹，聲音小的像蚊子叫。」

「然而我們有位學姐，一個上午拿到了二十多份顧客問卷，是表現最好的。」鄧建波既好奇又疑惑，便偷偷站在角落裏，觀察了一個下午。「只要十米之內的行人，她都衝上去，甚至跟着顧客從一樓走到四樓，再從四樓走回一樓，直到對方停下腳步，在問卷調查的紙上填下了自己的資料和姓名。」他笑言，大家被拒接的概率是一樣的，但「這是人生第一次看到什麼叫做不要臉。」

「那時候我才發現，原來『不要臉』，也是可以讓我從內心崇拜的。」明白了這一點的鄧建波，放下了面子，從一開始那個內向、不敢上前與行人交流的學生轉變成了一個外向、隨時上前與顧客溝通的合格推銷員。

鄧建波還調侃自己道：「內向的人一旦有一天變得開朗，就像潑出去的水，再也收不回來了，就像現在的我！」如今的他，已經可以站在萬人講台上，侃侃而談幾個小時也不怕冷場。

三次創業兩度失敗仍堅持

【大公報訊】實習記者蘇璇、孟書揚、方嘉偉杭州報道：當其他同學還在體驗大學生活的時候，鄧建波便發現隱藏在校園裏的商機。當時互聯網浪潮方興未艾，鄧建波想到將互聯網與點餐結合起來，成立一家專做外賣點餐生意的網站。有了這個想法後，他馬上行動起來，頂着烈日滿城轉悠，向餐廳老闆們推銷自己的點餐平台。

「當時我就背着一個書包，裏面裝着一台筆記本電腦和三四件短袖。」鄧建波自問自答道，「為什麼要帶那麼多件衣服？因為那時候剛好是7、8月份，杭州最熱的時候，在外面待半個小時衣服就濕透了。所以我準備了很多件衣服，濕透了就去沒人的地方換一件。」

這份熱情並沒有給他帶來好運，在接下來的幾個月裏，鄧建波相繼聯繫了過千家餐廳，卻沒一家願意為他的想法買單。鄧建波最後在學校附近找到了幾家自己常常光顧的小店，中國首批外賣點餐網站「樂飯365」就此上線。由顧客在網站上下單，網站再將客戶的地址和聯繫方式以短信方式發送給店家，店家再據此配送訂單。

「網站上線後，不少同學為了能少走幾步路，都開始下單點外賣。高峰時期，我們每天能接100多單外賣。每份訂單的平均價是6元，公司可以從中抽取5%提成，大約是0.3元。」鄧建波說道。扣除每條短信0.1元的成本，每單外賣他能淨賺0.2元。

想法與賺錢要兼備

然而在具體操作過程中，有些用戶地址太長，超過了一條短信的長度，成本也就翻倍了。「再加上其他運營成本，無法覆蓋公司的支出。」沒過多久，網站便宣布停止運營，鄧建波的第一次創業宣告失敗。

首次創業失敗，讓鄧建波總結出「光有想法但不能快速賺錢的公司存活不了」的道理。

2011年，鄧建波發現了另一個商機，「當時智能手機還未普及，客人點完單等待上菜的10至15分鐘是極其無聊的，若此時能有一個廣告牌放在桌子上，一定會有人去看。」

鄧建波對此做了個試驗，將廣告牌放在了一家餐廳裏，大部分客人果真拿起了廣告牌。有了首次外賣網站的推廣經驗，這次他很快說服了校園邊上90%的餐館。「我們設計的廣告牌有6面，其中2面免費供商家登菜單，另外4面我們去找廣告主投放廣告。」

按照鄧建波的設想，廣告牌的費用由商家或廣告主先墊支，但他們在見到成效前並不願意投入成本。被迫無奈的鄧建波只能自己湊錢製作廣告牌，「我一共借了70多位同學，大家30、50、100元地湊，才湊足2萬元啟動資金，做出了2000塊廣告牌。」

廣告牌順利地登錄各家餐館，原以為可以「躺着收錢」了，沒想到3個月下來，一個廣告客戶都沒談成。「債主們卻開始明示暗示手頭緊，希望我早些還錢。」最終，鄧建波只能放棄了他的二次創業。