

# 每个漂洋过海的包裹,都是一种生活态度

## 记上海子丑六合网络科技有限公司 CEO 孙立俊

► 本报记者 李洋报道

海淘就是服务,只有切实地帮用户把海淘领域的服务做好,才能长久地获得用户的青睐。

一个爱折腾的人,可能会让周围人感觉是个异类。但当一群爱折腾的人聚集到了一起,每天的工作生活变成了一种享受。

——上海子丑六合网络科技有限公司 CEO 孙立俊

从最初的买包包,到现在的牙膏要用 MARVIS 品牌、买个马桶盖都要日本造,满满的谁还不是个小公主画风……近年来,人们对“海淘”有着前所未有的高涨情绪。

与此同时,在经历了前几年的急速增长后,海淘行业也迎来整合淘汰期,许多创业公司被迫出局。不过,在这样的大背景下,一群由 85 后组成的创业团队上海子丑六合网络有限责任公司却带着自己的项目“海淘 1 号”高调地杀入了这个行业。

“一开始看到你这个题目的时候,有点惊讶,现在做海淘、跨境电商,已经算是过了风口,盈利是很难的。站在这里都是精英中的精英,想听你如何详细解释一下。”在第六届中国创新创业大赛互联网及移动互联网行业总决赛现场,专家们向平台提供方上海子丑六合网络科技有限公司 CEO 孙立俊抛出了一个尖锐的问题。

而后者则一语道破了公司在这场市场争夺战中“险中求生”的玄机。“看到‘海淘’两个字,相信会先人为主联想到跨境电商、代购买手等。但事实上,海淘 1 号是一个互联网工具,解决的是用户到海外网站购物过程中的语言障碍、注册烦琐、支付不便、转运复杂、税率不明、售后困难等一系列的难题。”

最终,这个好比“杀毒领域的 360、打字工具里的搜狗输入法”的海淘工具,不负众望地夺得了第六届中国创新创业大赛互联网及移动互联网行业总决赛初创组二等奖。

### 梦想源于兴趣

海淘起初只是孙立俊的一项业余爱好,淘着淘着便成了一位资深海淘客,各种海外网站、转运公司、折扣信息如数家珍。出于热爱与兴趣,已经是一家互联网公司高管的孙立俊两年前辞职,

联合自己身边关系比较好的同事及下属,组建了这家专做海淘的互联网公司,生生地将海淘变成了自己的生活。

“爱折腾”是这个团队所有成员不约而同的个性。前些年,很多消费者直接通过互联网购买境外商品的中国人并不多,因为当时的中国海淘买家不仅要懂外语,还要面对复杂的转运程序、被砍单、丢货、等待时间长、退换货麻烦等各种问题。近年来,国内海淘的平台开始增多,海淘一族一股脑地扎到各大 APP 上购买。一时间,“海淘”成为一大波公司争相布局的领域。有的做社区,有的做物流,同时,也有不少公司在市场的左右下,开始加速转型。

事实上,看似蓝海的增量市场,创业的机会窗口却在逐渐缩小。对于不少创业公司来说,找到独特的突破口已经成为必备“逃生法则”。但是孙立俊却认为,取胜的根本并不在于产品,而在于服务。

“天然的语言障碍,繁琐的注册及支付过程、复杂的转运流程及迥异的关税政策等一系列难题,一直是海淘客的心病。而互联网的出现就是为了让复杂的事情变得更简单。”当时还在帮 5 买事业部任总经理的孙立俊认为,或

许,在这个简单问题的背后正隐藏着一个巨大的市场。

“我们想通过之前的技术积累,用真正的互联网思维,帮助消费者打破海淘之墙,让海淘变得简单起来。”孙立俊的想法很快得到了同事、朋友的支持。最终经过讨论,大家一致认为:“通过整合翻译、支付等各种服务,让每个用户只需一个海淘账户就可以购买各种产品,有望成为趋势。”

就这样,一个联合创业的想法悄然浮出水面。带着对创业的执着追求,帮 5 买事业部总经理孙立俊、研发中心总监周贤君、产品设计师张平津、财务总监张可聚到了一起,并很快就成立了上海子丑六合网络科技有限公司。

“一开始,在注册公司的时候,‘子丑六合’这 4 个字一度让工商局误解成我们是做算命项目。其实,我们只是一家互联网企业。因为合伙人属相多数是老鼠,自己属相则是牛,根据天干地支对照表,这就叫子丑六合。这也是我们公司名字的起初来源。”

在团队成立后不久,4 个同为狮子座的男生共同参与的“海淘 1 号”问世了。

如今,团队中不仅有来自上海交通大学、复旦大学的高校毕业生,也有在互联网征战多年的“老

兵”,同时不乏拥有海外市场拓展经验的高知海归。

### 海淘就是服务

一直以来,“海淘其实不仅仅是一种购物行为,也是一种生活态度。当那些小小的包裹漂洋过海辗转数十日到达你手上的一刻,你能感受到他们的灵魂,你会觉得等待和期望也是一种幸福。”海淘 1 号社长的 QQ 群里总会悬浮着这样一条标语——为的就是“帮你买到世界好物”。

“不同于 B2C 保税仓模式的海淘,海淘 1 号为用户提供的是一个功能强大的海淘工具,并基于此工具提供全套海淘服务。用户使用海淘 1 号登录海外电商网站时,可以一键翻译浏览,可以一键购买通过支付宝支付,并可以选择合适的转运清关路线。整个流程非常简单,就像在国内淘宝、京东购物一样方便。”孙立俊说。

与此同时,海淘 1 号帮用户承担了注册海外网站、国外信用卡支付、联系转运等一系列工作,所有的售前和售后的服务工作,也由海淘 1 号来承担。这也是海淘 1 号提出“海淘就是服务”的初衷。只有切实地帮用户把海淘领域的服务做好,才能长久地获得用户的青睐。

为了能给消费者更强的信心,海淘 1 号签约中国人民财产保险股份有限公司(PICC),对海淘 1 号在海外电商官网下单代购商品进行了承保,这也是至今 PICC 在海淘代购领域唯一承保代购商品服务的项目。也就是说,用户通过海淘 1 号网站及 APP 在美国亚马逊、日本亚马逊、6PM 等海外电商网站进行购买的商品,由 PICC 来承保该渠道和商品的“官方性”,这样在产品品质方面就有了可靠的保障。

据孙立俊介绍,目前海淘 1 号有基于 PC 版的浏览器插件和移动 APP,已经支持美亚、日亚、6PM、Jomashop、Nordstrom 等数十个海外电商网站的一键购买服务,拥有海量的 SKU,能够满足用户

绝大多数的海淘需求。海淘 1 号上线以来,以其特色的功能和优质的服务,在短短的时间内就获取了大量订单。

### 风口易逝 依然在路上

海淘 1 号是一个工具+服务属性的互联网产品,帮助实现了每个用户只需要一个账户+简单的操作,就可以购买到全球原汁原味的商品,并配送到自己手中。而上海子丑六合网络有限公司是一家在消费升级的背景下,以打造全球跨境购物服务平台为切入点(海淘),致力于逐步发展成为全球跨境消费的综合服务平台(包括跨境旅行、跨境医疗、跨境线下票务等)的互联网公司。

“我们并不是为了追热点、赶风口而创业。之所以选择这个方向,是由于我们团队从日常工作中洞察到了用户的真实需求,并且通过长期的共事和累积,具备了在这个领域解决问题所需要的 DNA。”孙立俊说。

“因为共同的兴趣,大家走到了一起。即便是风口不在了,因为创业,大家还会继续走下去。”孙立俊说,其动力就是来自于团队的力量。“一个爱折腾的人,可能会让周围人感觉是个异类。但当一群爱折腾的人聚集到了一起,每天的工作生活变成了一种享受。”

正因为有了团队的支持,在大赛决赛赛场上的孙立俊表现得十分轻松。最终,获得初创组二等奖的佳绩。赛后,被记者簇拥下的孙立俊这样形容自己的团队成员:“我们都一样厌烦所有浮于表面的事情,专注并快乐地做对生活有好的改变的事,我想这就是创业初心。”孙立俊说。

同时,孙立俊表示:“能够在全国最高规格的创业赛场获得殊荣,得到大家的肯定,让我们整个团队很兴奋,我们愿意把它视为一个更好的开始,很多用户的问题等着我们去解决,我们依然在路上。”

# “剧能玩”图片剧打破次元壁

## 记上海触影文化传播有限公司创始人、董事长白晓东

► 本报记者 李洋报道

从 2015 年 IP 概念的悄然出现,到 2017 年 IP 产业的井喷式爆发,打造 IP、跨界 IP 合作已经成为很多互联网公司的发展重心。

但是,受到 IP 制作价格飞涨、“一剧两星”政策等因素影响,市场上很多 IP 剧的效果并没有预期中的那么好。

于是,真人漫画与图片剧的形式应运而生。成立于 2015 年 8 月的上海触影文化传播有限公司,打造了国内第一个真人漫画和图片剧的应用平台——剧能玩 APP,并于 2016 年 1 月上线测试版。2016 年 8 月,“剧能玩”获德同资本和中文基金 1000 万元的 Pre-A 轮融资。

2017 年 10 月 30 日,上海触影文化传播有限公司创始人白晓东携剧能玩 APP 项目杀进第六届创新创业大赛互联网及移动互联网专场总决赛成长组 12 强。

“‘剧能玩’是一个真人漫画及图片剧互动平台,真人漫画和图片剧为剧能玩首创的两种艺术形式。两者都是以真人照片为主体,图片剧还可以穿插部分视频,构成一个完整的剧集结构,来完成对故事的讲述,真人漫画则通过漫画式的分镜来叙事。此外,图片剧还采用选项的形式增加与观众的互动,观众可以根据自己的意愿,选择喜欢的分支剧情,由此玩出不同结局。”与普通工科生不善言辞的形象不同,站在总决赛舞台上的白晓东滔滔不绝、轻松自如。

### 剧能玩,不一样的 play

出生于电影世家的白晓东,虽是工科男一枚,却对戏剧有着无限的热爱,在大学时,就和同学一起创办了绿洲剧社。

1999 年同济大学毕业后的白晓东,并没有选择专业对口的工作,而是从事游戏行业,任职于多家跨国游戏公司,参与过日资《生化危机》(zero 版)关卡的开发。与“红色风暴”工作室(redstorm)一起开发产品“幽灵小队”,在“玩”过各种游戏类

型后,白晓东发现自己更喜好故事型游戏。

带着对理想的追求,2010 年,白晓东开始了人生中的第一次创业,成立了上海趣恒信息科技有限公司,主营网页游戏,2013 年开始转向手机游戏。

在做游戏时,白晓东就曾接触过日本的一些音声小说,剧情使用真人照片并配有音效,使读者同时具有观看电视剧和阅读小说的感受。

尤其是伴随着移动时代的到来,网络文学小说在整个泛娱乐生态中有着庞大的阅读市场,蕴含着向其他娱乐服务拓展的更大空间、更长的价值链。但是网络小说表现形式过于单调、乏味。

如果把小说影视化,需要面对打造 IP 的高成本和高风险。“更为重要的是,影视剧在近几年实际上受到了一些挑战,主要是时间占用问题。”在白晓东看来,整块时间的使用决策成本变高。而长故事恰好是要占用整块时间的。“既然可以把故事讲清楚,又何必拘泥于现有的形式呢?”

在挖掘 IP 市场痛点后,白晓东认为,在小说与影视剧之间,还存在一个空间——真人漫画和图片剧。它可以用较低的成本使小说以更加具象化的方式来展现,也为 IP 在转化为影视、游戏前,储备大批经市场验证、培育过的忠粉,使其高价值、低投资风险的优势凸显。

就这样,2015 年年底,触影文化诞生了。在公司成立之初,为了让用户最大限度地参与进来,白晓东和团队发动用户制作内容,意在把“剧能玩”打造成 UGC(用户原创内容)平台。

但很快,白晓东就发现,用户的创作水平参差不齐,而作为新兴剧种,图片互动剧对创作专业性的要求又很高,依靠纯 UGC 显然并不靠谱。

2016 年年初,白晓东开始组建内容团队,



上海触影文化传播有限公司创始人、董事长白晓东

自行生产图片剧。内容团队共分为 6 个制作组,分别为苍兰社、腐化社、刀北社等,每个社团都各有所长,制作组均为影视专业人员,包括导演、摄影、灯光、剧务等。

### 用图片和漫画讲好故事

凯文·凯利曾说过,网络经济依赖的是简信息连接集群时所产生的强大力量。其游戏规则是,去发现那些曾经被我们忽视的事物,让它们

用更合适的方式去拥抱集群。

的确,网络文学 IP 拥有彪悍的原生力量,而真人漫画和图片剧则是更合适的拥抱集群的方式。“剧能玩”就是这样一种释放集群效应的 APP。

剧能玩 APP 目前以两种形式呈现,一种是把照片直接进行串联,以分镜头稿形式来展示故事,称为条漫或真人漫画;另一种是在真人漫画的基础上进行配音和后期剪辑,但它并不局限于使用图片的静态表现形式,也能将动态的视频影像穿插其中,还增加了选项分支,由观众选择剧情发展方向,由此体验到多重观影惊喜,这种形式称为图片剧。

不管是图片剧还是真人漫画,具象化的形式降低了阅读门槛,每部只需一两分钟,也符合现今读者碎片化阅读的习惯。

“图片剧也能够利用电影的视听语言讲好一个故事。”白晓东说,互联网上有大量的 IP 资源,但影视化是十分昂贵的,并不是任何作品都有机会被搬上荧幕。而图片剧相对来说成本较低,不论冷门或热门的 IP 都可以借此试试水温。“对于一部作品来说,它的故事适不适合被改编成影视作品?原著粉丝对改编的接受度和大众的关注度是怎样的?都可以一一得到验证。”同时,“剧能玩”还能对这些 IP 起到一个“保温”甚至“升温”的作用,进一步扩展它的受众面和影响力。

据介绍,“剧能玩”的题材非常广泛,受限于制作成本,除了古装剧外,其他剧作类型“剧能玩”均有涉及。其 IP 主要来源于各大网络小说平台,如掌阅文学、橙光、19 楼等,“很多版权方主动与我们寻求合作,以扩展其 IP 的受众面和影响力”。

最初,“剧能玩”倾向于选择较为知名的 IP 进行合作,如郭敬明的《夏至未至》、韩国恐怖漫画《整容液》和悬疑小说《凶宅笔记》等,“这些作品本身就自带粉丝和流量,可以减轻推广难度”。

除了自身平台,“剧能玩”还将这些作品放

入与其用户属性类似的 bilibili。

剧能玩平台的用户多为女性,为满足这些用户的需求,平台内容类型也在后期渐渐有了偏向性,以总裁和惊悚悬疑为主。其中,《总裁在上》真人漫画在上线半月内,阅读量达 152 万,其余漫画平均阅读量在 30 万左右。

### 利于打破次元壁

“我们的作品,每年都会拿到上海国际艺术节上展映,它自己独特的艺术价值。”白晓东解释道,“为什么它能得到艺术界或者传统艺界的认可呢?实际上传统的编导专业会有一门拍照片讲故事的课程,目的是训练导演的分镜头能力,用照片把一个故事能够比较完整的表述出来,这种训练手段一直存在于艺术类院校里,只是他可能存在的商业价值并没有被发掘出来。”

“剧能玩”的目标用户是泛二次元和泛三次元,这类人群数量广泛,普遍以 15~24 岁为主,而女性用户占据 70%,他们更喜欢以轻质化的方式阅读故事。

“剧能玩”目前有两种盈利方式,一种是 IP 方自愿付费,把图片剧作为 IP 的一种孵化方式,内容也比原著更易传播;另一种是向用户收取视听费,剧能玩 APP 也有收费章节,与小说网站、视频网站道理一样。

“我们是用互联网的方式改变影视剧。”白晓东表示,在项目建立之初,“剧能玩”更倾向于选择知名的 IP 进行合作,目前已签约了上百部 IP 作品。如今的剧能玩 APP 本身还具有社区功能,用户可以发帖、发图片和链接,共享资源,活跃的粉丝会自发充当“自来水”,去社交圈子传播,也拉动了平台用户增长。

“这次进入总决赛,让我们的产品项目很好地展示了出来,同时在这个舞台上,我也更直接地听到了专家的建议,这有利于我们进一步改善平台。”白晓东说。