

# 培养天使投资人从大学生开始

如何培养一批年轻、有慧眼的“天使人”，通过传帮带等多种形式，带动和促进整个天使投资行业的发展，成为了社会关注的话题。近日，由英诺天使、青松基金、麦腾创投、接力基金、晨晖创投、初创投资、原子创投等国内顶尖创投机构联合发起的“大学生天使投资人培养计划三期(T-LAB3.0)”在上海举行。此次活动从近千名大学生中遴选出了36名大学生，通过学习创投知识，从投资人的角度去发现或创造身边真正有价值的项目，在不断汲取新知识的同时不断构建创投认知体系。 青年报记者 陈颖婕



培训现场。

受访者供图

以及独立思考能力的大学生。

## 中美天使投资人数差距大

说起“天使投资”，其源于纽约百老汇，最初指的是富人出资来资助一些具有社会意义演出的公益行为。当时，对于那些充满理想的演员而言，这些赞助者就像天使一样从天而降，使他们的理想变为现实。后来，“天使投资”被引申为一种对高风险、高收益的新兴企业的早期投资，相应的，这些进行投资的人群就被称为“天使投资人”，那些用于投资的资本就被成为“天使资本”。

有公开数据统计显示，在美国活跃着30多万名天使投资人，每年有近300亿美元的投资额，投资的创业企业数超过6万家。天使投资已经成为美国多层次资本市场的根基，极大地促进了美国创新文化和企业的发展。

而在我国，目前活跃的天使投资人仅一万名左右，国内的多层次资本市场呈现出的是“枣核”结构，资本大量集中在VC阶段，天使投资人的数量远远不足。

因此，如何培养一批年轻、有慧眼的“天使人”，通过传帮带等多种形式，带动和促进整个天使投资行业的发展，成为了社会关注的话题。近日，由英诺天使、青松基金、麦腾创投、接力基金、晨晖创投、初创投资、原子创投等国内顶尖创投机构联合发起的“大学生天使投资人培养计划三期(T-LAB3.0)”在上海举行。此次活动面向全球高校招募学员，从近千名大学生中遴选出了36名具有探索力、意志力，

## 投资人培养群体年轻化

“大学是思想灵感最爆棚的地方，但目前国内尚未有针对大学创投教育的相关专业，所以，面向大学生这个年轻的群体培养天使投资人，这种模式的开启，在国内是一种全新的尝试。”T-LAB创始人表示，学员们通过学习这些创投知识，从投资人的角度去发现或者创造身边真正有价值的项目，在不断汲取新知识的同时不断构建认知体系。“无论是作为投资人还是创业者，这个成长力惊人的群体，甚至是可以改变世界的。”

有业内人士表示，大学生是未来下一代创投精英的主要构成群体，对世界充满好奇、拥有创新思维的他们有进入创投圈的天赋和潜质，培养这群以大学生们为代表的青年力量，帮助他们成为投资人去帮助创业者，让好的种子找到好的土壤，这种价值无论是对创投人本身，还是对整个社会，都将是无价的。

从斯坦福大学到加州伯克利大学，从香港中文大学到北大、从清华到复旦，自T-LAB创办以来，吸引了来自全球近百所知名高校学生的关注。目前，共有61位高校精英经过层层甄选组成了现在的T-LAB校友会，他们是在风口打拼充满潜力的创业者，也是在区块链行业经营多年的研究人才，同时他们也是服务创业者的投资人，更是在时代发展洪流中的中坚力量。

## 伯克利大学女留学生： 3日培训记录满满11页笔记“干货”

在此次的培训班上，来自美国加州伯克利大学的刘之泽，是一名经济和统计专业的大二学生。大眼睛、长波浪，配上清新的妆容，坐在记者面前的她聊起自己参加培训的有趣经历。

平时热爱参加各类活动的她，在一次社会实践中，从同行的小伙伴口中得知了大学生天使投资人培养项目。“这个内容听起来很棒，我一直关注着创业，对于创投也很感兴趣，所以很想来听一听其中的门道，学习

一些天使投资的经验。”刘之泽告诉青年报记者，她特意买了飞机票，付了学费，来参加三天的培训，“我也想通过活动能够结识更多志同道合的伙伴，在我们彼此成长的道路上，携手共进。”

翻开刘之泽的课堂笔记，在短短三天的培训中，这个从大洋彼岸飞来的留美大学生，密密麻麻地记录了11页“干货”，从天使投资的概括，到投资战略；从行业研究，到看人、识事的能力，刘之泽表示，“大咖”老师在短时间内让她对行

业有了清晰的初步知识。

“不仅如此，在这里，一群让我感到‘震惊’的年轻人，他们做着最真实的梦，付出着超出常人的努力。”刘之泽感慨道，许多同龄人的专业知识全面，有人甚至已经在创业路上走了好几年，并管理着成百上千人的团队。“很难把他们的创业成绩与我眼前这个20出头的年轻人联系起来，他们对创投的热情和对所在行业的了解，真的让我敬佩，也值得我学习。”

## 香港中文大学留学生： 要将更多上海创业资讯带回香港

“做一个会感恩的创业者，并学着做一个感恩创业者的投资人，这是我通过这次的培训课程收获的理念。”来自香港中文大学的张时岱，此次也专程赶来上海参加这个特殊的培训课程。在他看来，要想成为一名优秀的投资人，需要接触形形色色的行业，明白各行各业的商业逻辑，不被表象所欺骗，去发现真正的核心投资价值。同时，创业需要融资，需要借助资本力量发

展，以投资的角度去发现到好的项目，让资金发挥更大的价值去帮助创业者，这种发现价值的过程是不断切换视角，让这个世界变得更好的过程。

身为中国研究专业的大二学生，张时岱其实已在创业路上摸爬滚打了近两年时间。“我创办了一本有创刊号的中国研究类学术杂志，旗下的撰稿人已超百人。”张时岱表示，作为一名年轻的大学生，如何创业，如何融

资，如何转型成为创投人，他一直关注着整个领域，也想从更多前辈的身上获得更多宝贵的经验。

谈及香港大学生的创业氛围，张时岱表示，与上海高校学生一样，香港的创业气氛也非常浓郁。“我也想通过自己的学习，将上海的创业资讯、创业政策带回香港，让有志于创业的小伙伴可以有更多的发展机遇。”

# 上海家化把握数字化新机遇 助力民族品牌提升

青年报记者 陈颖婕

本报讯 历经百年发展，上海家化已为中国日化市场创造出多个知名品牌。近日，作为中国品牌优质企业，上海家化参与了2018首届中国品牌发展论坛。

上海家化首席市场官俞巍出席了论坛，并做了精彩演讲，以上海家化为例分享了中国品牌营销新机遇，倡议本土品牌在新时代下把握并引领营销本质与变化，提升中国品牌建设，实现弯道超车。同时，上海家化百草集凭借领先的品牌与产品表现，荣膺“中国品牌先锋大奖之

卓越产品奖”。

## 传统方式渠道 会丧失营销优势

“我们正处于一个不断加速变化的时代”，演讲一开始，俞巍就用一串数字揭示了当下信息技术的巨大变化：回看过去10多年，传感器每年的出货量上升了近3倍；互联的数据设备增加了2.5倍；大量的温度、加速度、体感等传感器以及数据设备，将我们身边的传统信息转化成数字化的数据。

“技术的指数级快速发展，让我们处于一个不断加速变化

的年代：越来越多的传统事物和信息被传感器及互联设备数字化，越来越多的结构化及非结构化数据被存储，飞速发展的计算能力加速海量数据的分析，而海量数据分析的洞察、存储及计算能力进一步变革传统事物。”俞巍表示，即便如此，依然有很多企业没有看到营销的新变化，仍然坚持传统营销的方式与渠道，这会逐步丧失营销优势。”

## 把握营销本质 拥抱营销新变化

如何提高营销效率？上海家化也在不断进行新营销尝试。

“例如，家化母婴品牌进行的‘找对人’的测试，通过数据精准投放的消费者品牌互动率，与同时用传统热剧更投的对照组相比，提升了4倍。”俞巍介绍说，近期家化刚完成的“说对话”的新测试：针对6个人群，进行动态创意。应用技术，根据消费者的反馈快速地进行创意的自动演化、迭代，一个周期以后，动态创意优化的人群点击率比同时进行的传统静态创意的对照组，获得了10%-60%的提升。

俞巍表示，上海家化将秉承“试错”和“风险投资”精神继续尝试各种新营销方式。“试错”，

指的是通过小步快走，不断迭代，摸索精准有效的营销方式；“风险投资”，指的是同时推进多个试点项目，并快速抛弃不可行的方向，从而实现高效营销。

目前，上海家化正致力于应用新营销技术，建设新营销的数据闭环，将广域营销与CRM同步与融合。在广域营销的闭环上，以传播和监测为基础，回收数据，分析数据，更精准地定义传播人群，并以此迭代提升。同时，利用家化新建华美家CRM，对消费者行为进行分析，以更精准、更好地定制消费者感兴趣的创意和产品。