

老创投叹不懂移动互联网 新新人类登场

证券时报记者 杨晨

“一代人重要的使命就是把上一代人干掉，只是干掉的方式不一样。”财经作家吴晓波曾在《把世界交给 80 后》的演讲中如是表示。

眼下正在发生的事实也反复印证上述观点，移动互联网来势汹汹，老一辈的风险投资人则望洋兴叹。

移动互联网的世界是年轻人主导的，他们创造了新世界的行为模式，甚至语言，我们老一辈看不懂，既然看不懂，那么投资移动互联网项目时就不能以我们传统的眼光为标准。”创东方董事长肖水龙在接受证券时报记者采访时坦言，老一辈的 VC 如果参与相关的决策，发表的意见也是老一套，因此他们决定干脆不参与决策，以 80、90 后的意见为主导。

纷纷开设专项基金

面对滚滚浪潮，老一辈 VC 们的心情有些复杂，移动互联网商机无限，人人皆爱，但是，又不得不恨，因为他们看不明白，无法理解爱吐槽、满口火星语的年轻人世界。

不过，不管懂不懂，明不明白，硬着头皮先上，卡位抢机会总没错，这也是诸多 VC 们的思路。

于是，风投机构一股脑儿涌入 TMT 行业。

数据显示，今年以来，TMT 领域的投资出现爆炸式增长，占到了 VC 投资的一半以上。

记者对比了去年和今年清科集团的数据，发现互联网行业已披露的投资案例飙涨了 5 倍多。2013 年上半年，互联网领域的投资仅发生 23 起，涉及投资金额 6.48 亿美元，排在所有行业的第三位。而今年上半年，互联网行业投资活跃度高居第一位，案例数 155 起，涉及投资金额高达 15.84 亿美元。

鹏德创投副总裁胡浪涛表示，2013 年算是移动互联网在国内爆发的元年，他们从去年初开始至今已投了 30 多个项目，其中很多属于天使投资，金额以 100 万至 300 万比较多。

胡浪涛还透露，今年准备发布一个专项的移动互联网投资基金——深圳前海移动互联网产业基金，规模 2.5 亿元。其中 1 个亿是向政府申请的引导基金，另外 1.5 个亿是自己募集的，目前基金快要发布了，已经开始储备项目。”

据了解，目前已有不少风投成立或正在筹备移动互联网方向的专项投资基金。

今年 4 月底，浙商创投正式推出了国内首只 O2O 消费基金。浙商创投董事长陈越孟曾向记者表示，2014-2015 年将是 O2O 创新消费领域的最佳投资窗口期，把握好此轮投资时机的机构必定将在新一轮竞争中抢占制高点。



60、70后的VC老前辈们如今很难理解85后、90后的酷与锐，所以他们四处招募活力四射的新新人类，想要爱吃、爱玩、爱分享、有自己圈子的85后，期待在移动互联网的冲浪中发现商机和财富。

据浙商创投执行总裁刘冬秋透露，下半年浙商创投还准备发布移动互联网概念的专项基金，主要针对文化娱乐类的互联网项目，如游戏、电影、社交等。

VC青睐招募85后

肖水龙认为，移动互联网投资的火爆，很大程度上与其打破了行业间的壁垒有关。比如我们投互联网金融、投 O2O 消费应用，本质上还是金融和消费，但都已经跨界了。从这一点来说，也决定了我们评审项目、寻找人才的标准肯定会发生重大转变。”

君盛投资董事长廖梓君在接受证券时报记者采访时说，现在互联网行业创业者大部分是 85 后的年轻人，消费人群也以 80 后、90 后为主，认为年轻的投资者更理解年轻的创业者，所以春节以后一直在招 85 后的投资人。

过去投传统行业较多，但 TMT 行业的投资比重迅速加大。所以我们希望招到的年轻人是爱吃、爱玩、热爱生活、喜欢分享、有自己的圈子的好奇心。”廖梓君说。

廖梓君称，85 后对潮流很敏锐，这是老一辈人明显欠缺的特质。我们这一批国内早期的投资人大多

多出生在 60、70 年代，从小成长的环境远没有现在多姿多彩，甚至可以说是沉闷和单调的，这样成长环境下长大的我们不适应投移动互联网。”

廖梓君表示，他们没有办法理解 90 后认为的新锐、潮流、酷的东西。因此，我心中对用人标准作了很大的调整，不追求‘高大全’，更青睐能懂屌丝经济的年轻人。”

胡浪涛也表示，去年以来，行业变化还是挺明显的。他举例称，过去投项目，更喜欢找传统行业出来的专家、行家、企业高管等，现在这个标准被移动互联网颠覆了，转向草根化。

对于转变的原因，胡浪涛谈了他的看法。

首先，移动互联网讲究创新创业，创业年龄阶段多集中在 85 后，比如刚刚火爆朋友圈的脑萌，创业者都是 90 后。这些年轻人从小接触网络，他们对 TMT 的理解比以前的创业者更为深刻。

第二，移动互联网颠覆了很多商业业态，对于在传统行业已有根深蒂固商业理念的创业者，他们的个性已经成型，在移动互联网时代如果要他们去改变商业模式，常常意味着出现‘左手剁右手’的情况，比如说以前代理硬件还能盈利，现在需要免费提供给客户使用，这对

于他们来说，难想到也难做到，但年轻人没有这个包袱。

第三，移动互联网的产品创新速度太快了，要跟上时代节奏，创业团队必须有很快的研发速度，通常年轻人更能胜任。

前浪死在沙滩上？

眼下，一批敢拉队伍、敢打快仗的新 VC 合伙人已经出现，他们的投资风格快、准、狠，更像天使投资。

此外，新的投资模式也开始出现，今年以来，众筹类型的投资平台如雨后春笋般出现，开始对传统的 VC 投资发起挑战。

有新 VC 甚至公开表示，传统 VC 已经走到激励创业的反面，理由是传统 VC 募集到的资金规模越来越大，巨额的管理收入让 VC 合伙人缺乏改变的动力。

已有传统的风投机构用互联网思维改变自己。杭州投哪儿团队来自于传统的创投机构，他们认为传统的创投打法越来越失灵，资本、项目因信息不对称而对接成本高，交易效率低下。

据投哪儿团队介绍，该投资平台开始尝试用互联网思维和分布式管理模式做创投，把 O2O 模式运用在创投业务过程中，募投管退四个环节与互联网有机结合，通过线上传播获

取有价值的信息和资源，通过线下活动和业务的实施进行快速的转化。‘我们来自传统的创投机构，对于其中的痼疾非常清楚，希望通过互联网的力量改变行业，甚至颠覆也是有可能的’。

我们也在反思这些问题，已经开始做出调整，选择相关项目投资时，老一辈不参与决策，把更多的话语权让位于团队中 80、90 后出生的年轻 VC 们。与此同时，我们的经验可以帮助年轻人把控项目，和他们形成互补。”创东方董事长肖水龙表示，希望通过调整，一直做趋势紧跟者、价值发现者和资源整合者，相信有很多投资人的素养还是需要时间去历练的。

VC 行业实际上开始换代了。”华兴资本创始人包凡也感慨道。

他说，既然创业者年轻化，VC 也一样——创业者要找投资人的时候，希望对方能够理解自己、有共鸣，像他这个年纪的大叔，觉得没法对话。

要跟不上时代，我就是例子。老牌的 VC 当然可以招更多年轻人来和年轻创业者对接，但决策谁来做？如果决策还是我们来做，我们依然理解不了年轻创业者，还得让年轻人再翻译一次，效率就低很多。”包凡称。

包凡直言，老 VC 一定要认清清楚现在的趋势，敢于颠覆自己，要不就被淘汰了。

BAT来势凶猛 风投避其锋芒

互联网投资圈内的格言是：不要和 BAT 争，和气生财。

从 2013 年开始，互联网投资里最耀眼的明星不是风投机构，而是 BAT，其出手之阔绰，叹为观止。

今年上半年，BAT 继续疯狂围剿，阿里推出手游平台，投资文化中国，腾讯“裂变”互娱事业部，引入原点中文网创始人吴文辉打造腾讯文学，百度旗下爱奇艺也动作频频。

虽然三家各有所长，但 BAT 的举措已经开始改变创业风气和投资人的心态。

对于风投来说，研究 BAT 的战略布局已经成为必修课。在投资上，就是要做到回避和协同。

没必要和 BAT 较劲，不止一位投资人公开提过，凡是 BAT 做了或者准备做的业务类型，一概回避。

已有不少风投遭遇类似尴尬：在 BAT 掀起整合浪潮前已提前布局了互联网某一细分领域，但不幸的是 BAT 没有投资这家风投投的项目，可能因为议价或各种原因，转而砸重金投资了另一家当时市场占有率较低的公司。结果可想而知。傍上了 BAT 的大腿后，当年排名靠后的竞争对手迅速大杀四方，将其他对手远远甩在身后，等于变相扼杀了风投的布局。

对于风投来说，这样的投资经历说起来都是泪。按照正常发展路径，此类投资项目前景应该非常好，而且在行业里也占据优势，只等着把手熟死，结果因为 BAT 的强势介入，风投布的局废了。

风险投资人如今看得很透，第一，和 BAT 比砸钱，那是找抽，第二，BAT 已经是强大的流量平台，对于互联网项目来说，流量就是王道，这个优势风投也破不了。因此，回避 BAT 成为不二之选。

与此同时，从另一个角度来说，风投也是非常欢迎 BAT 的围剿行动，毕竟在 IPO 退出比较艰难的时候，BAT 的整合浪潮带来了大量的并购退出机会。只要回避掉 BAT 已经成熟的业务模型，迎合 BAT 的并购方向，其中也有大量投资机会。毕竟互联网领域如此庞大，BAT 已经较少自己创新业务，选择直接收购，这给很多创业团队和风险投资机构机会。

这里面的机会不光是退出套现，有被腾讯收购的企业提到，本来他们在移动互联网细分领域做得还不错，但并不很有名，被腾讯收购后，连续被媒体报道了大半个月，一下子成为该细分领域最具“明星脸”的项目。所以说，现在被 BAT 收购，对创业团队或其背后的风投机构，也是一夜成名的机会，而名气，在当今社会，也具有极强的变现力和号召力。

当然，研究 BAT 的布局只是作为风险投资人投资和创业者创业的一种参考，关键还是要做好项目、带好团队，这才是生存之本。

(杨晨)

股权众筹领投人争夺激烈 条件开到可获20%额外红利分成

见习记者 朱筱珊

艾飞是北京三家盲人调理机构的老板。在成功经营三家连锁店之后，艾飞一直想开更多的连锁店，从而创建专属自己的品牌。

之前一直苦于没有资金的他，终于搭上了股权众筹这辆顺风车。

对于这类股权众筹平台的参与者而言，除了看重平台如何融资外，详细了解众筹平台投资模式、风险控制机制也是‘必修课’。

据悉，眼下的股权众筹平台正在加大力度吸引经验丰富的项目领投人，部分平台甚至明确开出另加收益 20% 的额外分红条件。

领投人额外分红 各家规定不一

今年 7 月份，网信金融旗下的原

始会成功帮助乐童音乐融资 300 万元让其备受瞩目。原始会 CEO 陶烨介绍，原始会线上的项目多采取领投人加跟投人的模式。据悉，领投人和跟投人之间会按照实际股权投资的份额进行利润分配，领投人并不会会有额外的分红收入。

相对于原始会的领投人分红制度，同样采取类似模式的天使汇则加大了领投人的分红份额。

天使汇联合创始人李卓恒认为，领投人在项目开始赚钱之后会有额外分红奖励，作为对其尽职调查和管理的回报。但天使汇并没有要求有具体的硬性指标。做生意要靠双方协商，天使汇会提供额外分红的建议值。”

相较于天使汇的商量型模式，天使客和云筹则制定了相对详细的领投人奖励标准。

天使客 CEO 石俊表示，如果领投

人可以协助项目完成跟投融资，领投人可以获得项目 1% 的股权奖励。此外，在项目盈利后，跟投人还应该向领投人支付 5%-20% 的利润分成。作为对领投人代表跟投人出席董事会和参与投后管理的回报，这样也是为了激励以及吸引更多经验丰富的投资者成为领投人。

另一家股权众筹网站云筹负责人则表示，当企业分红或者退出时，可以获得 10%-20% 的红利分成，具体比例也是由领投人和管理合伙人共同商定。

该人士举例称，半年前一项目估值为 200 万，领投人投资 100 万获取 50% 的股份，跟投人投资 100 万获取 50% 的股份，一年后项目溢价，被人用 300 万收购，项目升值了 100 万。领投人不仅可以享受 50 万的投资回报，还可以从跟投人的 50 万升值利润中获取其利润 10% 的分成。

大家投方面则表示，总投资收益的 20% 为管理收益，领投人分享 10%；大家

投接受合伙企业的委托管理部分合伙事务，进而分享投资收益的 10%。

非主流的合伙人模式

眼下，圈内的主流投资模式是领投人加跟投人，不过也有例外。

专门投资身边店铺的人人投 CEO 郑琳表示，人人投采取合伙人制度。他表示，与其他‘高大上’的融资平台不同，公司定位‘草根’，口号是‘中国大妈都可以看明白’。

由于人人投专做身边店铺的股权投资，比如融资完成的亚运村店和多格-海淀店，人人投并没有开展领投人和跟投人制度。我们采取的是认证投资人和线下路演的方式。”郑琳介绍说。

据了解，人人投一般是将需要资金的店铺作为小额风险投资项目放到网站上，由认证投资人进行预约认购，之后人人投会安排有意向投资者和项目方进行

线下路演对接，详细阐述整个项目的资金需求量和后期使用计划。

同时，郑琳表示，由于实体店地域限制，合伙人制的投资方式目前还仅限于北京，北京模式成功后，将会复制到其他地方。

项目考察投后管理 成风控关键

股权众筹难在项目筛选和风控，对于这个问题，多家平台给出了各自的作法。

石俊介绍，眼下来投的项目虽然多，但好项目非常少”。同时，她认为精挑细选的好项目是有效控制风险的保障。比如天使客目前上线的 5 个项目，皆来自华为高管、facebook 中高层、清华系以及北大博士团队的项目。

在保障投资者利益上，眼下作法最激进的恐怕要属人人投。

据悉，人人投准备了 1000 万的保障基金，如果投资了人人投标注为‘特别推荐’的项目，后期该项目出现亏损，投资人可以拿回当初投资的钱。

1000 万保障基金是现在刚刚起步的战略。如果后期品牌效应显著，人人投不会再有类似 1000 万保障基金的风控方式。”郑琳说，取而代之的，一定是更加系统化的风控管理方式。

目前，人人投的团队大部分致力于项目初期实体店的考察。郑琳表示，实体店创业与互联网产品创业思路不同，实体店需要大量的实地考察，更花时间，每个人在人人投平台上上线的项目平均要有一至两个月的考察期。

天使汇则更加注意创业者的信息安全。在天使汇的官网上很难看到项目出让的具体股份和融资金额。李卓恒介绍，这是出于创业项目信息安全的考虑，一些项目的敏感信息与预披信息只对平台认证的投资人开放。