

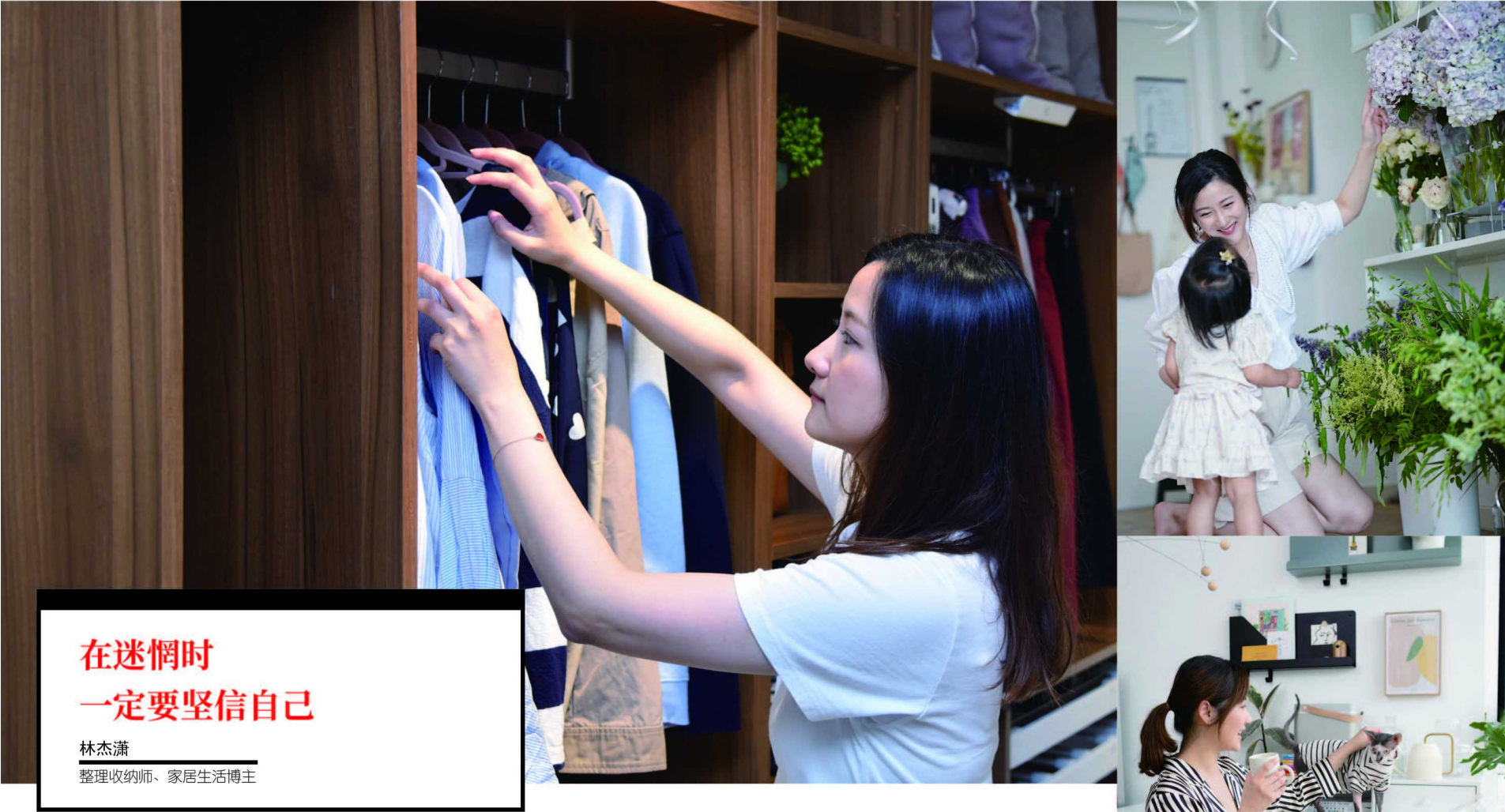
这些年，不少年轻人为了追逐梦想，从“打工人”转变为了创业者。

根据中国青年创业就业基金会与泽平宏观团队联合发布的《中国青年创业发展报告(2021)》，青年是创新创业的生力军，2015至2020年，中国青年创业发展指数由100升至167.5。

兴趣，是这一届年轻人创业最大的源动力。我们从报告中看到，排在前三位的创业动机分别是：从事感兴趣的事、获取财富、最大限度实现自我价值。只是，似乎很久没听到类似饿了么创始人张旭豪、ofo戴威那种爆发式的创业故事了，这两年的疫情也给创业增加了更多不确定性。

当梦想照进现实，这一届乘风破浪的年轻人还好吗？他们是如何应对时代趋势的变化的？我们和几位年轻创业者聊了聊。

让人欣喜的是，青年创业导师李俊告诉我们，年轻人创业生存比例挺高的，远远高于“我们中老年人”。“因为，他们可以接受失败，能马上调整方向。”愿每个坚持追逐梦想的年轻人都闪闪发光。



“2021年是我成为收纳师的第七年，也是我成为淘宝店主的第一年。我设计了3款收纳产品，开了9次收纳设计师培训课，为26个不同城市的82名学员分享了我从业7年的经验心得，拍摄制作了278条视频，直播了38场，更新了773篇笔记……”

今年年初，“嘿姐”林杰潇在小红书上发布了这样一条名为“30岁创业女性一年复盘”的视频，用一连串数字总结了上一年的付出和收获。她创业的起点来源于爱好，她从小就喜欢整理。“放学回家，别的小朋友可能会直接从书包里抽出一本书就开始做功课，而我喜欢把东西先分门别类放好。”

2014年，当时在报社工作的她看了日本“收纳女王”近藤麻理惠撰写的畅销书《怦然心动的人生整理魔法》，意外发现，书中许多收纳诀窍跟她的生活习惯不谋而合，这让她意识到，原来整理收纳不仅是生活技能，还可以成为一份工作。

后来，她去日本系统学习了收纳课程，回上海又自己实践，并把过程记录在公众号上分享给大家。两年后，林杰潇做出了辞职创业的决定。当时，她的公众号已经积累了一定的粉丝。而且在朋友的口口相传下，她有了第一批客户，可以养活自己了。即便如此，

传说中的“整理收纳师月入过万”只是看上去很美而已。“这是一个非常小众的行业。”林杰潇说，即使是业务能力比较好的收纳师，一周也只能接一个全屋整理收纳的案子，而且往往需要几个人配合。平均下来，每个人一次服务的收入也就在3000元左右。

为了在这个自己喜欢的行业走得更远，她对业务范围进行了变革：在继续做上门收纳的同时，拓展了在装修时提供收纳设计服务，开办了整理收纳培训班。去年，又在淘宝上开出了自己的收纳集合店铺。六年来，她从一个人到拥有一支团队，还出版了书籍《整理，让房子变成家》。

挑战也始终相伴相随。由于疫情的关系，线下课程今年一直无法开办，工作室每月的房租却还要如期支付。面对外部环境的变化，团队从4月开始尝试线上课程，可喜的是学员们反映体验感不错。林杰潇和她的团队决定，今后线上线下同步招生，灵活地应对变化。对于想要创业的年轻人，她想要分享的体会是：“**必须热爱自己所要投身的事，业，否则是很难持续下去的。**不要轻易放弃自己的本职工作，不妨先小成本试错，保有一份可进可退的从容。同时，如果确定了创业，就要坚持下去。在迷惘时，一定要相信自己。”



I have a dream

疫情时代创业，是梦想，还是现实？

文 / 瑰夏 拿铁 图 / 受访者提供



椅子咖啡 Chairs Cafe & Shop 开在南通老城区的启秀路上，步行几分钟就是古护城河濠河，附近还有实业家张謇创办的中国第一家公共博物馆——南通博物苑。在老南通的心目中，这里是城中地段最好的宝地。

在椅子咖啡，盛放手冲咖啡的杯子选自景德镇的一家陶瓷工作室，杯子温润的纸白釉色是陶艺师自己研发的。之所以用这么特别的杯子，是因为椅子不仅是一家咖啡馆，也是一个集合设计师品牌的生活空间。

在开这家店以前，主理人Luna、李其和大维在上海生活了七八年，从事产品设计和开发、技术开发领域的工作。店铺取名叫椅子，就是因为椅子这样一个特别日常的物件，其实是工业设计史上非常重要的产品。开业的初衷也很简单：“**之前我们一直在做设计，想离消费者更近，知道他们真实的需求。**”

当年轻人想创业又没有太多预算时，竞争激烈，成本高企的上海首先被pass掉了。三个人也去李其的家乡苏州考察过，结果发现那边的房租等固定成本也很高。这时，三人想到了Luna的家乡南通。

相比上海、苏州，南通的房租确实很友好。他们先在一个居民区旁边租到了15平方米左右的铺面，一年的租金才三万多。一切看起

来比想象中要顺利。但聊到这几年遇到的困难和挑战，Luna说，那可是“多到说不完了”。

首先，说服父母。毕竟要放弃大城市体面的工作，回到家乡创业，是件很难理解的事。三个人说服父母的方式，是把他们当作天使投资人，专门做了一个PPT来介绍自己的商业计划。“**不管他们听不听得懂，都要让他们知道我们是有准备的。**”

其次，如何找准店的定位和业态。实际上，椅子咖啡已经是他们创业的“2.0版本”了。他们最初想开家买手店，为顾客挑选经典耐穿的服饰。但在居民区把买手店开起来以后，他们发现：附近其他服装店卖的都是单价100元-500元左右的批发外贸服饰，而他们店里设计师品牌的秋冬服饰价格大约在2000元左右，和整条街的定位不匹配。从产品设计者转型为面向顾客的零售者，市场很快给他们上了这样的第一课。很偶然地听说现在这个100平方的店面准备转租后，三人决定在换店面的同时引入咖啡区。

在东京考察时，社区咖啡馆给他们留下了很深的印象。在涉谷，有家名叫“茶亭羽当”的小咖啡馆，从昭和时代开到现在。店里冲咖啡的都是大叔，早上穿着裤衩拎着鲜花来上班。进来喝咖啡的也都是老客人，开到晚

上10点半依旧高朋满座。Luna也想给客人提供这样一个交流的场所。“**而且只有当客人坐下来了，你才有机会跟他们交流。**”

开一间咖啡馆，是许多年轻人的梦想。那么，它到底是不是一条很好的创业路径呢？对于这个问题，Luna的回答是：“如果只是抱着做生意或者养活自己的目的，我觉得还是不要轻易这么去开咖啡馆。”毕竟对于原先在大城市打工拿稳定薪水的年轻人来说，开店客流的波动，继而所带来的营业额的波动，是以前从来没有经历过的。

比如当天气特别热，或者连续下暴雨时，店里的客人会明显减少。更不用说店铺这几年刚刚起步就碰到了疫情的反复。看到营业额跳水，该怎样调整心态？

而在Luna和她的伙伴们看来，更困难的是如何突破认知上的障碍。“比如什么是好的空间体验？有时候一家店用的都是好东西，但坐在里面就是不舒服，这是为什么？它可能跟建筑、空间都有关系，非常微妙。”

当然，Luna又补充说：“开店是一件很累的事情，它会消耗你，投入产出比没有那么好。但是如果你把它当作是很重要的事业，用它来学习、挑战自己解决问题的能力，我觉得是一件好事。”