格家网络李潇：创业也是创赛道

格家网络董事长、环球捕手创始人 李潇

本报记者 王益敏

刚过而立之年的李潇被称为“创业老兵”。这位来自江西的普通青年，从大学期间在福州开淘宝店做起，做成“潇掌柜”，再到成为杭州屈指可数的淘宝店主，以及后来的格格家、格家网络掌舵人，李潇的每一步转变，都没错失时代赋予一个普通青年能抓住的机会。

如今，他又向前走了一大步。

去年是社交电商爆发之年，诞生了云集、拼多多、环球捕手等一批“黑马”。而李潇的这一步，似乎是时代赋予的机会，他的环球捕手用户突破4000万，并跻身“杭州一亿美金以上公司榜单”。

近年来，这个以“吃货”为核心的平台，开始在水果生鲜、美妆个护、母婴玩具、服装等领域进行边界探索，意在服务好大中城市的不断成长的中产消费人群。

2018年5月，李潇再度全力打造的一个全新微信小程序“小区乐”。短短几个月，这个定位“邻里社交电商平台”的小区乐，专注于为社区提供高性价比产品及服务，就在近日拿到A轮融资，金额达到1.08亿美元，成为迄今为止国内社区团购电商平台获得的最大金额融资。

今年，环球捕手的目标GMV是100亿。李潇在年初很自信地说：“这个小目标应该没有问题。”如今，他可以骄傲地宣布自己兑现了诺言。李潇还有个更为长远的目标：就是和腾讯、阿里巴巴这样巨头“抢饭吃”。

大学生淘宝主的创业路 坚持自主品牌实现“好货”价值

2003年，在中国电商的发展还处在起始阶段。那时候，有些大学生边上学边开淘宝店，这当中有人坚持，也有人放弃。不过，有一个小伙子，他在最早的淘宝淘金浪潮中起跑，几年的时间就实现了财务自由。

如今，他旗下的个性美食生活平台，环球捕手已经拥有了4000多万的活跃用户，项目估值近20亿元人民币。2018年新上线的小区乐，已经覆盖了全国5800多个小区。

他就是格家网络董事长、环球捕手创始人李潇。

如今的李潇已经成为在食品、电商领域拥有十余年经验的青年创业者。曾创立淘安居、燕格格等细分行业知名品牌。

2015年创办格家网络，旗下电商平台环球捕手拥有近4000万活跃用户，目前环球捕手项目估值已达20亿元；社区新零售项目“小区乐”全国快速扩张推进中；截至2018年10月，公益品牌“中国田”已帮助33个县区销售各类农产品1500万斤，惠及15万农民人口。

很多人觉得，李潇是成功的，他的成功来自于他敏锐的目光和不懈的坚持。李潇却告诉我们，即使在他最迷茫的时候，也非常清楚一点，那就是，一定要做自有品牌。

李潇的太太怀孕那年，她在网购燕窝时发现，大品牌很多，但满意的很少，虽然自己家在做高端保健品代购，但虫草和燕窝的“好货”并不多。更大的痛点在于，不少燕窝产品过度包装，且存在油漆、胶水等二次污染。

这会不会是这个细分领域的机会？2011年，李潇创立了“燕格格”，专做燕窝产品，包括燕盏、燕窝礼品、即食燕窝等，品牌辨识度极高。

为了寻找更好的货源，那时李潇和团队经常去东南亚走访工厂，李潇的太太更是一周试吃了几十种燕窝，并仔细描述产品的品种、味道和口感。老板娘“孕身说法”，很快获得了用户的信任，随着即食燕窝等新产品的开发，原本高端的燕窝也“飞入寻常百姓家”了。

踩准电商发展的每一步 打造首个垂直零食平台

机遇总是垂青有准备的人。在“燕格格”创立不久，微信大举扩张，李潇顺理成章地成了第一批经营微信社群的人，用社群的玩法来经营“燕格格”，不到两年时间，“燕格格”销量名列燕窝品类前列。

“淘安居”做到了市场领先，“燕格格”也做到了市场领先，李潇看到了天花板，用他的话说就是：“不管我怎么努力，市场都涨不到哪里去了。”

2014年冬，李潇受邀出席一个投资年会，贝贝网创始人张良伦、如涵创始人冯敏等人都在，他们的公司估值过去一年大涨，一种忧虑油然而生：“如果继续只卖燕窝，下一次的年会就不好意思再来了，下一步该怎么走？”

流量成本越来越高，摆在李潇面前只有两条出路：一是把“燕格格”做成大IP，像“三只松鼠”那样，从卖坚果拓展到全品类；二是自建平台，在淘宝之外做一个封闭的用户群。

深思熟虑后，李潇选择了后者。“燕格格是一个燕窝品牌，拓展的边界有限，第二条路虽然难走，但有做成行业第一的可能性。”李潇认为，中国缺少一个垂直的零食平台，而自己一直是卖高端食品的，积累了大量的用户和供应链，值得放手一搏。

“格格家”应运而生，并定位高端美食平台。

创业老兵重新出发，但在创业这条路上一点也不含糊，李潇做的第一件事情就是重构供应链，并在选品标准上定了铁律：要么洋，要么土，所有上架的产品必先试吃。

那段时间，李潇和团队打地铺、睡公司，经常工作到凌晨三四点，就是不停试吃各类产品，甚至连胃药都随身带。有一次，李潇带着三个同事去“日本北海道食品展”选品，从进门开始吃，一整天没有停过，4个人一天吃完了20几包胃药。

李潇说，“格格家”的选品比例约为200:1。这种严苛的选品标准很快就得到了用户的认可，“格格家”上线第一天，就成交了3000多单，卖了60多万元。

运营半年的“小区乐” 成就邻里市场的广阔前景

在创业的路上，李潇从未止步。2018年5月，一个全新的微信小程序“小区乐”悄悄上线，开始试运营。

小区乐是一个专注于给社区提供高性价比产品及服务的邻里社交电商平台。在长沙试运营期间，仅仅40天，“小区乐”从0用户增长到400多名小区长和8万多名用户，速度非常惊人。在这40多天中，“小区乐”日均单量过五千，峰值期单量破两万。最好的一次，仅用了4个小时就卖光了15000斤红薯！

打开“小区乐”这个小程序，发现里面的商品都是蔬菜生鲜、瓜果鸡蛋等这些每天要吃的日常物件。这与“环球捕手”的高大上似乎也相差得太远了吧？“小区乐”这是要干吗？

李潇看出了我们的疑惑，他给出了自己的答案，“从最早做燕窝开始，我们的逻辑和服务对象就一直没变过，就是生活在大中城市的人群。‘小区乐’和‘环球捕手’服务的其实都是同一批人群，只不过是不同的场景而已。”

李潇的判断是有大数据支持的。

据高德地图大数据计算，现在全国共计超过30万个小区，而且这个数字在城镇化发展的背景下仍然在扩大，这也意味着社区里的这种邻里生意市场前景广阔。

李潇接着举例道，“每个人可以打开一下自己的支付宝看看。在你的消费流水中，你可能吃30块的拉面，也可能吃300块的大餐，当然也有可能有3000块的重大招待。人群是恒定的，只不过是不同的产品、不同的场景。‘小区乐’也是基于这样的逻辑而产生的。”

“小区长是连接小区消费者和平台的纽带。”所有小区长都会经过格家网络的全方位培训，大到项目解说、前景概要，小到具体实操，公司都会准备好，保证每个出去的小区长都是合格的卖货人。

截止到11月，小区乐已经覆盖全国14省，近30个城市，覆盖小区超过5800个。在最近的双十一购物节中，小区乐22小时的销售额突破了300万。

更让人感到惊喜的是，格家网络近日宣布完成1.08亿美元A轮融资，由GGV纪源资本、Vertex祥峰投资、SIG海纳亚洲联合领投，顺为资本、广发信德、众为资本、经纬创投、真格基金、平安创投、浙大友创等跟投。这是迄今为止，国内社区电商平台获得的最大金额融资。李潇表示，本轮融资将用于城市拓展、扩大团队、市场推广和供应链升级。

G

環球捕手