

信息化建设领域的“轻骑兵”

金现代黎峰：要想发展壮大，人才是第一道关

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 修从涛

为留人才， 给企业骨干买房

有着电力系统自动化和计算机学科背景的黎峰，一直有创业的冲动。2001年，黎峰成立了金现代的前身——山东金现代信息技术有限公司，以少数生产管理模块软件进入电力行业市场。

就像诸多初创型软件企业一样，在黎峰看来，要想发展壮大，人才是第一道关。金现代同样面临这样的问题。“当时，大学生更喜欢到机关事业单位或者国企工作，到民营小企业工作的比较少，观念上还很难接受，所以招人特别困难。”金现代董事长黎峰坦言，企业初创时，人才问题是困扰他的最大难题。

在黎峰看来，大企业有品牌，制造企业有厂房设备，软件企业靠啥？只能是人才。为了吸引人才，黎峰提出了一个“总经理人才计划”，公司拿出每年的净利润购买住房，激励德才兼备的业务骨干。每年遴选1到2个骨干，公司与之签订10年劳动合同，可以享用一套公司名下的住房，合同期满，住房自动过户到员工名下。

“那时候20多万就能买套房，公司效益好的时候，最多一年有5名员工进入计划。”黎峰说，后来随着房价上涨，政策调整为30万元的首付款，先后有20多名员工进入该计划，几乎涵盖了公司的高管和业务骨干。“解决了住房问



题，他们就能安居乐业、踏实工作，所以我们咬牙坚持了10年，给公司留下了很好的班底。”

在人才骨干的助力下，企业越做越大；企业越做越大，激励人才的手段也越来越多。随着企业登陆资本市场，金现代还通过股权激励等方式，使得一大批人才骨干与企业绑成一体，劲往一处使，使企业更好更快发展。如今，

金现代已经从创业之初的30多名员工，发展到拥有2000多名员工的上市公司。

登陆资本市场融资， 融资源

登陆资本市场，是金现代发展过程中的一个十分重要的节点。“我是理工科出身，对资本市

场不是很懂，所以也学会了很多东西，尤其是用财务指标衡量企业。”说起金现代在新三板挂牌的经历，黎峰将其看作公司在资本市场发展的“启蒙期”。

其实，早在8年前，企业对登陆资本市场一直持有不同看法。在挂牌新三板之前，由于企业经营稳定，现金充裕，利润较高，再加上当时资本市场行情不稳定，

企业对于登陆资本市场有所担心，兴趣不大。

经过济南高新区管委会领导及金融办工作人员的多次登门动员宣讲，企业终于在2015年年初启动新三板挂牌工作，并于当年成功挂牌。经过多轮融资，公司前后获得了2个多亿的融资，助力了企业发展。同时，由投资公司带来的相关资源，也让企业从此前单一的电力行业逐步扩展到铁路、石化、航天、金融等多个其他领域。

随着业绩的持续增长以及对资本市场认识的逐步加深，企业对资本市场工具越来越认可。2020年5月6日，金现代登陆创业板，翻开新的发展篇章，公司在人才、业务、行业影响力方面都有了质的变化。令黎峰感触最深的是，公司实现了从想方设法留住人才，到搭建平台吸引人才的根本性转变。“现在我们是上市公司，成为比较大的平台，很多高端人才愿意在我们这样的平台上打拼。”

当前国家倡导企业进行数字化转型，用数字化提升企业的管控效率，这对金现代来讲是一个商机。为此，金现代打造了一款名为“轻骑兵”的低代码开发平台。黎峰介绍，使用轻骑兵低代码开发平台，可通过少量代码就可以快速生成高体验的应用程序，并能采用拖、拉、拽等可视化方法，大幅降低软件开发的时间成本和人力成本，提高企业数字化转型速度，减少对技术人员的依赖，从而加速工业互联网落地的速度，助力中小企业腾飞。

从知名IP到头部MCN

贝壳视频刘飞：不断自我迭代，做行业“头部”

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 修从涛

“何仙姑夫”的主动迭代

2011年，还在读大学的刘飞，在宿舍做了个恶搞视频《老男孩》，登上了优酷首页，评论点击率都很高。这让刘飞第一次尝试到作品走红的滋味。也就在那时起，刘飞的心里就埋下了短视频创业的种子。

尽管在当时的市场环境中，全国还找不到通过短视频创业的例子，但毕业后的刘飞凭借其敏锐的直觉和一腔热情，毅然决然地扎进了短视频创作领域。

2013年，刘飞成立了“何仙姑夫工作室”，主要专注于搞笑视频创作和影视穿帮节目制作，并推出了《麦兜找穿帮》、《妹子说热剧》等节目。节目在短视频网站上一经推出就成为爆款，收割了短视频领域第一波流量红利。

虽然“何仙姑夫”在短视频搞笑领域成了当时广为人知的大IP，甚至在2015年获得了天使轮投资，但在刘飞看来，其优势和劣势都很明显：搞笑节目因为贴近生活所以受众广泛、容易吸粉，但搞笑内容容易被模仿、拍摄门槛低，只局限于这一领域，未来的路一定走不长，刘飞决定“主动迭代”。

随着移动互联网的崛起，短视频被称为“大众的一次表达革命”，正逐步成为全民化的表达工具。在济南高新区就有一家以视频化创作起家的新媒体企业“贝壳视频”。从知名IP到国内头部MCN机构，再到“视频化价值创造平台”，在贝壳视频CEO刘飞看来，做行业“头部”，需要不断进行自我迭代。

从泛娱乐到泛生活、泛知识

2016年，被业界称为中国的短视频元年。从国外考察归来的刘飞，决定调整公司结构模式，确立了做MCN的发展思路，并在2017年推出MCN品牌“贝壳视频”，对外签约、孵化红人。这只“贝壳”也成为国内第一批做MCN的吃螃蟹者。

实际上，MCN并非是一种新事物，也算是一种舶来品，但这种多频道的网络产品形态，恰恰适应了中国正在崛起的移动互联网，发展非常迅速。

在刘飞看来，在快速崛起的移动互联网技术的推动之下，必然要求短视频创作要适应新的市场需求。于是，贝壳视频从“何仙姑夫”时代的泛娱乐化走向了关注美食、旅游、健康等泛生活、泛知识化方向。在刘飞看来，短视频将成为全民化的工具，每一个产业都能够用视频化的方式再做一遍。因此，他也提出用视频化的方式赋能产业再造升级。

以文旅产业为例。2019年，贝壳视频联动各大流量平台，借助自身多年内容制作经验及网红资源，通过“直播+短视频”等形式，推出了线上线下结合的

“网红济南城市品牌计划”，这一城市IP打造计划每年都举行。

2020年，贝壳视频联手济南高新区，打造首届稼轩文化艺术节系列活动，“辛弃疾最强生日宴”挑战赛，“墨戏戏韵辛词抒怀”戏曲晚会，“辛弃疾IP人物形象征集大赛”等活动推出后，让这个800多年前的历史名人再次成为城市文化新IP。

助力“新媒体之都” 打造

经历了以“何仙姑夫”为主的PGC自制矩阵的1.0时期，和国内领先的短视频MCN机构的2.0时期，2020年，贝壳视频进入



贝壳视频收获行业众多奖项。

公司初创的3.0时期，新的定位是国内领先的视频化价值创造平台。

“基本上，每3年左右时间就需要调整公司的发展战略。”刘飞说，在他们这个行业只有不断调整公司战略，适应科技发展和时代需求，才能保持做行业“头部”，一旦调整不及时，后面要花2年甚至更长时间去追赶。

当前，贝壳视频在全网拥有500+个账号，其中拥有百万粉丝账号200+，短视频的全网播放量超过800亿，并成功打造了“贝壳视频MCN”“海鲸娱乐”“六号港口”“名宠派MCN”四大品牌矩阵，构建起“一核心支撑、双模式运营、四板块驱动、全链条联动”的融合发展新模式，年营业额近亿元。

作为在济南成长起来的新媒体代表，贝壳视频也在大力推动济南新媒体产业发展。2018年，贝壳视频创立中国新媒体发展年会，助力济南打造新媒体之都，历经三届发展，已发展成国内新媒体领域的行业IP，每年力邀全国新媒体行业顶级专家、行业资深嘉宾，共同回顾中国新媒体发展历程，探索新媒体发展方向。

扫描下方二维码，
扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:彭传刚 美编:陈明丽 组版:陈利民