



## 强手调查

本报首席调查记者 王金强

双腿微曲、扬起臂膀抡杆击球，屏幕上的绿色草坪里实时显示着这项运动，在此体验高尔夫象征绿色、氧气、阳光、友谊。

这是一种室内虚拟球场，他的主人是一八七二商务科技(北京)有限公司董事长刘彦斐，身为德州人，他对这种平静生活的追求，在互联网和家乡招商引资的资源嫁接中得以实现。



一八七二商务科技(北京)有限公司董事长刘彦斐。

# 电商产业园来了高尔夫玩家

## 1. >>>

### 不想再画图纸了

站在德州电商产业园办公楼体验区内，刘彦斐会经常向对高尔夫运动并不熟悉的官员或客商展示球技。

但他不是为了秀球技，而是想告诉大家，这里面有文章可做，有资源可挖，在少有人打高尔夫的德州，他是围绕高尔夫产品在做一家电商。

如果不是回到德州，刘彦斐可能仍在北京，打理他的策划公司和高尔夫电商平台，但人生没有如果。如果有，那他或许仍在同济大学设计院画图纸。

十三四年前，刘彦斐决定不再在建筑设计院里画图纸了，他想出去看看，尝试一下别的事情。大学科班出身，起步较早，如果熬到现在，也能有一份体面的薪水和还不错的社会地位。

回忆起告别在上海为建筑设计项目画图纸的经历，刘彦斐觉得他赶上了一个快速变革的时代。

那时，房地产项目发展很快，但没有像现在竞争如此激烈，地广营销策划还处在发展期，有大把的机会可以尝试。

而画图纸不一样，很多建筑图纸都是在开发商的要求或导师指点按部就班地画出来的，跟客户需求、策划营销没有衔接起来。

2006年，刘彦斐跟几个同学和朋友合作，在烟台成立了一家房地产营销策划公司，为了上马这个公司，他卖掉了上海的房子。

没有了画图纸的安逸，卖掉房子的创业状态莫过于破釜沉舟不留后路。尽管决定很大，刘彦斐还是失败了。

2008年之后，没有做过房地产代理策划的刘彦斐面对市场变化，快步拿下很多地产营销代理，导致公司资金流断裂。

这一次他输得挺惨，不过相比放弃画图纸的稳定，他不后悔，反而更有信心在这个行业里摸爬滚打。

## 2. >>>

### 支教经历的收获

随后，刘彦斐去了北京，很快找到属于自己的圈子——大学毕业的同学、朋友，他们有不少在北京摸准了事业线。

遇到大学时的故人，让刘彦斐想起跟几个师兄弟一同去新疆支教的经历。当时，他们几个在新疆的一个村子里，不分语文数学，需要什么教什么。

在偏远的新疆山村，没有喧嚣，只有蓝天白云下孩子的

嬉戏和家长送来的野味儿。

那种有钱没处花，环境的单一闭塞状态中，反倒是给了刘彦斐很多思索的时间，而不是空闲时间被手机占据。

曾经，不爱喝酒只爱吃点肉的刘彦斐，很喜欢这种平静简单的日子，也爱上了这里的一群孩子，梦想能为孩子们付出更多。

但随着师兄弟的陆续离

## 3. >>>

### 让政府按他的思路玩

在为大量的房地产做策划运营过程中，刘彦斐发现其实很多城市房地产发展过程中，割裂与城市的自身特点、自然资源、历史遗存、宗教信仰、文化态势、特色产业等城市资源的关系，令人痛心。

在打高尔夫的过程中，刘彦斐积累了大量的圈内资源，也让他敏感地意识到，把企业家资源与政府资源嫁接在一起，或许能创造一个风口。

风口有了，猪也能飞。2010年，刘彦斐为河北承德做了旅游产业的策划和资源落地。5年后，这里的旅游产值和规模翻了一番。在夏天避暑的基础上，这里有了大型演艺活动和冬季滑雪泡温泉的新玩点，让一到冬季成淡季的承德，一年四季都有旅游乐趣。

何为经营？经营就是充分利用现有资源、资本，合理布局，整合运作，实现利润最大

化；何为管理？就是用各种纪律、手段、技术，让成本最小化。

他认为，一家企业如此，一座城市亦如此。德州三八路上的写字楼，在招商和外租上，完工之初并不理想。刘彦斐提出建电商产业园和孵化器，刚开始并不被看好。

通过以商招商的方式，刘彦斐带着创业团队过来，把以高尔夫等体育用品供应平台从北京移到德州。随后，几家全国

聘员工并不注重学历和学校牌子，但刘彦斐却在大学岁月里形成的圈子里受益匪浅。

在大学和职场形成的圈子中，他很快成为清华、北大总裁班的熟面孔，各个总裁班的高尔夫球队都成了他的朋友。

有创业经历、有名校圈子资源、对经济形势反应敏感，蛰伏一段时间后，刘彦斐准备出手了。

知名的电商入驻这里。“当然，回乡创业只是一个因素，德州交通区位太好了。”刘彦斐说，高尔夫运动爱好者多集中在北上广深等大城市，德州去京津沪很方便。况且，他供应的高尔夫体育用品，大多数在网上销售，来德州成本更低。

回到德州后，刘彦斐一发不可收拾，为老家武城提供了城市运作市场化、增值化、个性化概念策略。

自己的线上线下互动。

在一次考察的经历中，刘彦斐遇到一个花了几千万搞规划的地方政府项目，在项目落地时却没钱继续了，实际上这项规划的图纸值不了这么多钱。

提起这个跟电商无关的例子，刘彦斐特意强调，无论是政府还是企业家个人，在“互联网+”的大潮来临时，都应根据自身优势和特点升级转型。

## 4. >>>

### 玩电商并不高深

都想玩电商，这没什么问题，只是电商并非大家想得那么高深，它不是洪水猛兽，只是创新与变革的催化剂。

另外，电商人才的培养，其实不是每个企业都需要把计算机程序开发都玩得很转的人，更多的是需要应用，把销售和信息传播搬到了网上，这在德州这样的城市完全不是问题。

刘彦斐以老家武城的古贝春酒举例，白酒产业在传统的

销售渠道中积累了很多资源和客户，也有不少酒厂依托淘宝、京东等全国性的平台建立了网络销售渠道，但仍有种找不到的感觉的滋味，因为平台是人家的，当这个平台足够大，甚至能左右你的进货价。

即便如此，也不是说让传统行业花大力气去自己搭建一个全国的平台，而是通过互联网平台把原来的大数据导流到自己的平台上，然后做好适合