

# 同一個夢想 青春飛揚 築夢神州——港青北上發展

# 把創業變成一場「有趣」的體驗

## 微礦科技：



微礦創始人謝偉傑、茅依剛



微礦團隊

創業，對於很多人而言是為了實現個人的夢想，但對一些人來說，夢想就是創業本身。微礦科技的創始人謝偉傑把創業詮釋為「用盡時間，做多點事」。2013年，微信公眾號席捲內地，掀起了一大波商機，謝偉傑也從中找到了「做事」的機會。於是一個有些「瘋狂」的團隊，行走在微信產業的兩地交叉結構中。他們在這個浪潮中不斷更新自己，挑戰沒有人做過的事；他們相信腳踏實地的積累，也相信自由和夢想。在舒適和捷徑的面前，微礦團隊說，要堅定自己。 香港商報記者 王曉蕾

## 選擇：給時間更多價值

謝偉傑的人生本應是一條全然不同的軌跡。世界五百強集團，逾十年從業經驗，是他人眼中豔羨的高級寫字樓白領。「大公司有大公司的好，可是做事好慢」。作為一個閒不住的人，謝偉傑有著自己的無奈，「上班八個鐘，兩個鐘做完工作，六個鐘坐下來沒別的事，閒著。」

應該做多點事情，不應浪費。「如果自己創業的話，可以用盡我可用時間去做事，那肯定可以做出來比較多成績。」

直有很多的想法，只是沒有遇到合適的機會，但在「某一個時刻」，他意識到時間再過就不年輕了，「趁著還算年輕，不如試一試吧。」

## 團隊：瘋狂做事，一同燃燒

創業像一張試紙，考驗著團隊的每一個人。在很短的時間把一個很長時間能做好的東西做好被他們稱為「瘋狂的事情」，例如第一次見大用戶時，用一個晚上做好PPT。類似的事件在微礦團隊中發生太多次。

## 創業：門檻高就更加值得做

在起初階段，謝偉傑組建的團隊只是想做一個社交媒體方面的顧問服務，但如果只做臉書（Facebook）或者國外媒體，市場很有限，因此團隊調查了日本、韓國以及內地的相關數據。當時，微信已佔據了內地社交軟件市場的主要江山，特別是從2012年8月微信公眾平台正式上線後，僅兩三年間，就成為了產業的一支新興力量。

微信除了和其他社交媒體一樣的廣告功能外，還有很多開發的空間，非常特別。但由於對香港和海外的公司而言具有難度，運營門檻就比較高。「門檻高的話我們覺得就更加值得做」，謝偉傑表示，人人都能做的事沒挑戰，有挑戰我們才能突圍。

謝偉傑說，其實香港有很多公司在內地有設立公司，例如香港無限極、法拉利、瑪莎拉蒂等，但他們在微信開發方面缺乏專業性。且由於兩地文化差異，香港公司不了解內地習慣，對於微信的性能和應用也不是很了解。

目前團隊的5名成員，除了謝偉傑和茅依剛外，每個人都有不同的背景。Sarah主攻環境科學，畢業後通過臉書的招聘信息加入團隊，主要處理內部產品研發、與用戶溝通。Lala在美國留學學習與創業相關的課程，2014年回港後成為團隊的一員。負責業務拓展部分的Rainer本身是語言學專業，離開了大學裏的穩定工作，投身「商業的世界」。

## 決定：有部分都係衝動

茅依剛是謝偉傑的同窗，也是當時「人工智能學生同盟」的共同創始人，畢業後從事產品設計及開發。2015年，二人重遇，傾談之下決定一同投身微礦。究其原因，茅依剛稱，其實有一部分是衝動，「第一考慮的是當時還很年輕，就算後悔以後也還來得及。」

便兩地服務。但因對內地工商流程和法律方面的不了解，落地內地計劃一再擱淺。

出生於上海的茅依剛稱，內地較之過去有很大不同。很多應用產品，例如打車軟件、支付系統都走在香港前面，對於初創企業的支持，內地政府提供的政策、資源很多。「我們團隊規模在微信板塊還是初始階段，也可以得到很多支持，這一點印象很深。」

## 體驗：在「撕裂」中成長

行走兩地之間，由於人文差異，團隊遇到了不少「挑戰」。以「發票」兩字為例，兩地的意思便是南轅北轍。「發票」在香港指的是一般企業發出的收據，用以證明商戶和顧客的消費關係；但在內地，「發票」則是指由稅務部門印製，蓋有稅務票據監製章的收付款憑證，是商戶應稅業務的繳稅依據。

## 啟示：衝出慣性思維



2016年，微礦入駐南山智園深港青年創新創業基地。

「創業」這兩個字自帶魔力，短短幾年迅速滲透四處，創業者如雨後春筍般湧現。但謝偉傑認為，很多人並不是做品牌產品，而是在得到融資後賣掉公司，這種人不能稱為創業者。他的規劃是要做一個永續的企業，至少做30-40年。

會再找資金。」

他們將其形容為在「撕裂」中成長。為解決商業用語和慣例的差異，團隊在網上大量搜索深度資料，與多個會計行等單位對接聯繫，同具有跨境營商經驗的人士交流。為解決工作步伐與觀念的差異，團隊在策劃跨境項目時需要謹慎小心地制訂工作時間表。