

给成龙卖咖啡、帮林依轮推销“饭爷”…… 这个象山80后，携手名人明星打造“新物种”

记者 严瑾

今年暑假，古装悬疑剧《长安十二时辰》火遍了大江南北。就在这部“良心剧”的收官之际，闲鱼平台开启了一场24件服装道具的公益拍卖：马伯庸签名的“长安舆图复刻版”，主演易烊千玺在剧中用过的茶杯、穿过的青色道袍……引得“种草”的网友纷纷前来“秒杀”，甚至一件道袍拍出上万元。

这场“义卖”的背后，有一股来自宁波的力量在神助攻——坐落于象山影视城的宁波星镇品牌管理有限公司，正是这次活动的总策划。

“星镇”是一家致力于明星创业者的孵化平台，成立短短一年，已成功吸引成龙、吴晓波、林依轮、吴尊等30多位名人明星“入驻”，还刚刚斩获了宁波市“电商武林大会”初创组冠军。

“星镇”究竟有什么来头？它为什么会选择在宁波落地生根？在当前存量经济的搏杀中，这种“明星赛道”创业给了我们哪些启示？



A 关注「明星创业」

谈到星镇，不得不提及创始人曹欢——黑框眼镜、披肩长发、牛仔裤……这名80后象山青年张扬的外表，在中规中矩的宁波人眼里略显“另类”。

事实上，曹欢也确实不是一个“安分”的人。2007年从日本留学归来至今，短短十一年，他就有过好几段跨界创业的经历：曾在杭州做过外贸，涉足过电商，又与吴晓波合伙搞过企业培训，还在北京中关村做过投资人。更让人艳羡的是，他还是李连杰与马云创立的弘扬传统文化品牌——“太极禅”的大股东之一。

如今的他，在企业创始人、投资人和合伙人之间频繁变换着各种角色。据天眼查显示，他的名字共出现在34家企业关系图中，其中由他担任法定代表人的企业就有16家（目前3家已注销），其他均为股东或担任高管。

曹欢笑称，自己是个“爱折腾”的人，一直喜欢挑战前人未做过的事。四年前，他在杭州的“橙墅教育”从事电商培训时，第一次接触到艺人创业，并参与孵化了“林丹内裤”“孟非小面”和潘长江的“潘掌柜白酒”等明星创业项目。

曹欢渐渐发现，有意创业的明星，比他想象的要多得多：过去，大众看到的都是明星为品牌做代言，但当明星的影响力大了，就会萌生“出来单干”的创业念头。

“明星，是一个特殊的创业群体，但他们的时间和精力都有限，非常需要专业的人来帮忙打理。当我服务过3个明星创业项目后，就自然想到：随着供应链上下游的积累，能不能发挥平台属性，专门服务于这一群体？”

曹欢敏锐地嗅到了商机。2015年年底，他便注册成立浙江橙墅影视文化发展有限公司，开始致力于打造明星创业服务平台。2018年，公司更名为宁波星镇品牌管理有限公司，并落户象山影视城。

为什么把项目落户象山，而不是明星资源更丰富的“北上广深”？

曹欢说，一方面有家乡情结的因素，另一个更重要的原因是，象山影视城有着得天独厚的资源优势——这里有大量的剧组和影视公司入驻，每年吸引游客约100万人次。

当曹欢把“用影视城的闲置场地，搭建明星品牌特色街区”的想法告诉影视城管委会时，对方很感兴趣，一拍即合。

B 搭建孵化平台

从诞生伊始，星镇就定位为一个“明星创业”的孵化服务平台。

很显然，这个平台的核心资源是明星。可是，从哪儿去联系那么多明星，而且还得是明星本人有创业意向，而不是经纪人？

曹欢给出的答案是“六度分隔理论”——也就是说，我们最多通过6层关系就可以认识地球上任何一个陌生人。

比如，他结识自创酱料品牌“饭爷”的林依轮，就是通过吴晓波的引荐；而结识成龙，则是通过朋友先对接耀莱影城的一位负责人，再经人牵线搭桥，便和他本人碰上面。

“胡海泉，不仅是歌手，还是一位成功的投资人，我在北京时就和他认识。后来，在洛可可年终大会上，我得知他做了胡桃里音乐餐厅的项目，跟他聊后才知道，他还打算投资奶茶店、日料店。我问他愿不愿意来象山影视城？他同意了。”

就这样，一个个有创业意向的名人、明星进入了曹欢的视线。

在曹欢看来，这些明星创业不再是件神秘的事件，他们也是有想法、有个性的普通人。比如，到哪儿都是黑咖啡不离手的成龙，就是想通过创立咖啡品牌帮助一些贫困的咖啡豆种植户；而林依轮的创业则是出于“转型”，他对待“饭爷”几乎是全身心投入；吴尊开设健身房也是个人爱好使然……

当然，这些创业明星选择“星镇”的原因，除了曹欢的人脉资源和象山影视城的优势外，更看重该团队的品牌策划能力。

曹欢分享了为演员姜武策划的“武烈白酒”项目——

“按照武哥的‘阳刚硬汉’人设，我给了他3个备选方案：白酒、咖啡、雪茄。后来，我们认为，雪茄消费者都有固定的品牌，而咖啡市场有激烈的头部竞争。而白酒行业尽管已被茅台、五粮液占领，但酒类市场份额很大，一些互联网白酒品牌正在出现定制化的趋势，还是有机会。”

随后，曹欢联系上了重庆一家有着102年悠久历史的酒厂，名叫“诗仙太白”。他一想，李白既是“诗仙”，又是“酒仙”，结合姜武的人设，定能讲出一个好故事。

“现在我们的经营模式，一是品牌代理，在线上天猫、线下影视城拓宽明星产品的经销渠道；二是品牌孵化，为明星寻找符合人设的品类；三是做股权投资。”对于曹欢来说，最能带给他成就感的，自然是“武烈白酒”这类“从0到1”的挑战。

C 站上「新风口」

“我相信，我们当下正踩在一个风口上。在明星创业领域，目前还没有垂直的服务商，我们在成为首家的同时，也有希望做大做强。”曹欢在接受东南财金记者采访时说。

的确，今年各大平台竞相开启了明星电商的布局，越来越多的明星成为短视频直播间的“生力军”——

5月，面向下沉渠道的拼多多“牵上”快手、郭富城、柳岩等明星纷纷携手快手主播，让5万套的某品牌洗发水瞬间“秒空”；

7月，阿里发布了一场“启明星计划”，吸引包括李湘、王祖蓝在内的100多位明星成为淘宝直播的“KOL”；

抖音、京东plus，都在宣告着“明星电商”元年的到来……

在曹欢看来，无论是明星创业还是带货，本质上都是一种“流量经济”。在“获客难”的今天，电商巨头们无不希望能将明星自带的巨大“私域流量”，转化成平台的“公域流量”。这样一来，明星的商业价值，将不再仅体现于传统的品牌广告代言，而是将自带流量快速变现。

“目前，抖音、快手以及直播平台的知名主播，往往不是明星，而是一些‘草根’内容创业者。但现在的趋势是，许多草根‘网红’都想朝艺人方向走，甚至不惜砸下重金上娱乐节目。而一些影视明星，反倒羡慕网红主播们的带货能力，也有转型做内容创业的意向。”曹欢说。

然而，光靠明星本身的IP，却不懂视频平台的玩法，根本不可能做到“躺着数钱”。正因如此，曹欢下一步也打算为明星直播打通渠道。

“我们嫁接了象山影视城这一非常好的平台，可以依托本地的场景硬件资源，和影视娱乐的节目渠道，吸引一批中上级的MCN机构入驻。以后若有明星想做直播，可以借助影视城的拍摄场地，连一些群众演员都可以参与。”曹欢说。

在这个“酒香也怕巷子深”的时代，曹欢和团队在电商运营时，同样少不了在推广上“砸”下重金，比如在微博和闲鱼向粉丝“种草”、在天猫平台提升竞价排名、同各大视频网站合作……

不过，明星创业也需要一个适应市场的过程。目前，天猫“星镇旗舰店”已拥有1万多名粉丝，30多个明星入驻，其中销量最高的产品是成龙挂耳咖啡，月销超过1000件。

D 「新物种」未来可期

从星镇的诞生中，我们不难发现，在影视明星资源方面，宁波并不具有先天优势，但是星镇的成功在于做到上下游的资源整合，而作为“明星创业”赛道垂直领域的先行者，更有广阔的想象空间……

都说，宁波这个地方，有先进制造基因和外贸基因，但是地理上的辐射面不够大，缺乏专业的人才和投资机构，很难形成大平台和大流量经济。

但是，星镇的出现，为宁波企业在细分领域差异化发展提供了一条新的路径。

其实，近年来，宁波在C端产业也不断涌现类似的“新物种”，像基于“互联网+渔业”的综合服务平台“海上鲜”，便是利用云计算、大数据技术，发挥行业资源整合优势，实现渔民与下游买家点对点无缝对接，成为垂直领域的准“独角兽”。

“我会坚持把星镇做下去，我曾跟朋友说，这可能是我最后一个创业项目，如果没有成功，也许以后我就会做一个职业经理人。”

如今的曹欢一直保持“空中飞人”的节奏，不仅奔波于北上广深，还试图将日韩乃至全球的明星创业纳入“朋友圈”。

在曹欢为事业“折腾”的同时，我们也希望宁波能充分发挥已有的资源禀赋，诞生出更多类似的“新物种”。

