

江南大学北美校友会职业发展座谈会第3期活动

改变思路，自我创业

4月10日 晚上8:30-10:00 美东时间

四月十日，江南大学北美校友会通过Zoom平台举办了第三期职业发展座谈活动，邀请了三位在不同领域创业的校友为大家分享经验。嘉宾们畅所欲言，现场校友踊跃提问，积极讨论。本场活动由校友闵晓宇主持。三位校友首先介绍了自己的背景和创业公司，然后针对网络问卷收集的问题和现场提问进行回答，以下是本次活动的精彩回顾。

问题一：嘉宾介绍自己创办的公司及职业生涯。

首先倪志平师兄介绍了自己的公司（Texidea Machinery Inc.）。公司名字有一个有趣的来历，是现任江大商学院院长腾乐法博士（好友）帮忙起的。他当时是 University of Guelph 市场学教授。公司创建于07年，主要业务是纺织业设备引进和新技术开发。

汪世忠师兄开创的公司（Aromiens International Inc.）主要从事香精香料的原料贸易，拓展新原料开发和知识产权创新。商业模式是部分在美国Co-Pack做production，以及从其他国家进口原料销售给客户，客户主要来自北美也涵盖其他国家包括中国。汪师兄有丰富的香精香料经验，对香精香料怎么用于食品和日化中有很强的技术背景，通过这个强项开创公司。十年做下来已经经历了初始期的考验，开始向第二时期发展。目前考虑是未来十年的方向考量，进一步开发技术性新产品。这些年有很多失败困难，积累了现实转换的经验，希望通过活动分享给大家，减少弯路，提供参考。

夏欢师姐相对两位师兄属于年轻一代，初创企业LusOasis Inc.刚刚起步，她带着非常humble的态度为大家分享，希望能共同学习。不同于两位师兄采用B2B模式，她的公司是B2C，直接面向大众，产品是clean & tasty plant-based foods。公司名字的灵感来自于中国戈壁滩上月牙湖的向往。位于丝绸之路上的月牙湖带有天然的神秘感，由于人类对环境的破坏，月牙湖大小不停的在减

少，成为人类向往的环境绿洲。Lus代表elucidate，Oasis是绿洲，LusOasis取义elucidate your path to a healthy food oasis。夏欢希望她的公司就像健康食品的绿洲，照亮健康生活的道路，可以为大家在高速发展的现代社会中不忘初心，取到生命之水。

夏欢师姐从大概3—4年前开始素食，感受到mind clarity大大提高。同时对人生和社会发展的未来前景产生迷失，思考什么是自己喜欢的东西，能带来满足感和幸福感。她不再局限关注自身成功与否，而是认为要分享给更多人健康饮食的益处。当前美国社会健康问题越来越严重，超重人口占72%，肥胖人口占42%，全美每年都要花3.5B在health care上，很多人都体会到健康问题的痛苦。然而，80-90%病人是可以通过饮食健康来调节，尤其是去年疫情的原因引起了人们对环境饮食的关注，疫情以来很多人不知道吃什么，健康食品变的越来越重要。夏欢师姐去年开始创业，出于对自己梦想的追求，鼓励大家素食，提高健康能力，促进环境的可持续发展。我们是最后一代还有可能性对环境进行恢复，如果不作为，环境恶化会不可逆进行，以后可能会造成像Covid这样的状况。

问题二：是什么给了你创业的灵感？

不同于夏欢师姐对梦想的追求，倪志平师兄非常幽默的回答“生活所迫”，同时分享了创业故事。在2000年后，北美纺织行业大规模向东南亚迁移。倪师兄94年开始第一份工作在加拿大Montreal，做了2-3年后公司不行了，然后转战到美国。美国的纺织行业，大部分做的是产业方面的东西，比如医疗汽车，功能性产品。从加拿大搬到美国Boston地区，从事汽车相关产品工作一段时间后，又换工作回到南卡，因为业内主要产业都在SC and NC。因为工作的不稳定，每做几年就要搬家，考虑到不稳定的生活对孩子有影响，开始思考其他机会。当时通过和国内的朋友交流，发现国内机会很多，开始帮助介绍设备，在工作中利用业余时间帮国内做。做了几年后发现经济收入上可以维持，就决定自己做。而一直以来和国内的合伙人配合很好，一直做到现在。

倪师兄指出从技术工作到转型做公司，会经历一些变化。创业后技术大概只占20%，人与人交流非常重要，这是一个转变。在创业过程中也发现自己越来越喜欢，时间灵活，自己可以做比较快的决策。不像在公司里，忙了半天，不知道为什么忙。倪师兄在日常工作中和各处supplier打交道，看见了商机，觉得自己可以做的更好，而且自己做企业可以自己make decision。

汪世忠师兄的创业初衷也是想要一些自由，自己能掌控事业。并指出这个思想是从无锡轻院培养起来的，还分享了自己的故事。汪师兄在83年读研究生时，师从向瑞春先生和周世英教授。两位学者思想非常开明，对学生学术选题的要求是开放性的，自由选择。当时83年20多个研究生，大

部分都来自外校，背景也非常多样，有食品方面或者纺织方面的。学生选择课题的时候很自由，可以根据自己的特长和喜好自由发挥。汪师兄最初的课题是做粉芡，因为本科背景是学化学，感觉不适合，向导师提出。导师提议去福建农科院做水草饲料，于是坐火车去取样品，从福州背原料到无锡。做了以后发现原料是很大的问题，每次都要到福州去拿，而且研究也不是很感兴趣。当时看到参考消息上有新闻，关于开发螺旋藻植物蛋白报告。于是和师兄一起和向先生提议，向先生非常赞同，并帮忙联系南京大学进修，在南京大学进修了一个月，把藻类样品拿回来。接着和二师兄王卫平，白手起家一起搭了一个螺旋藻培养实验室，就螺旋藻培养蛋白质提取做了一个研究。产品做出来后请师妹帮忙加入到饼干里做了应用实验，当时没有人敢尝试，向先生第一个品尝，开启了国内最先将螺旋藻应用到食品中的研究。汪师兄感叹在无锡轻大的培养受益终身，导师非常支持个人选择课题，锻炼独立思考能力。1986年毕业后分配到郑州轻院，在此期间，创建发酵教研室，并在89年招生做第一届班主任。虽然后来出国了，但发酵实验室从无到有，一直都发展下来。一切都起源于母校open mind的教育，只要想做就能做好，培养了非常好的向未知探索的精神，这是母校人才培养方面的独到之处。

来到美国后，汪师兄2000年毕业加盟IFF。北美当时找工作比较容易，药厂也很多。98年去药厂做分析，觉得对个人不是很适合。毕业后去IFF做活体香料的研发及活体香料的调香。06年加入Symrise。在08年加入上海爱普。虽然大部分时间都在美国分公司，上海公司搭建了很好的平台，和客户和供应商都建立了很好的联系。13年有个很好的时机，觉得应该给自己一个机会，一直也有想法想自己完成一些事情。那时候小孩大学将很快毕业，家庭也没有太大的负担，就开始创业。当时的想法是给自己一个challenge，如果不成可以再回到大公司做职员，创业也是因为自己对香精比较有passion。

问题三：工科背景的技术人员，在创业过程中如何起步，会碰到什么挑战？

倪志平师兄先分享了自己的想法和故事。一路走来十几年，挑战有很多，最大的也许来了，也许没有到来。有些困难最开始觉得很大，到后期经验人脉经验积累，觉得也不是那么大。在2003年第一次参加业界最大的纺织展览会，当时看到德国最有名的公司发布了最新产品。根据在学校学的东西，感觉颠倒了以前的概念。之前是很多步骤过程控制，完全不需要用机械控制，可以实现计算机控制。有一些小技术，比如红外头控制机器很快停下来。这些原理上都知道，但实际应用没有看到实现过。当时想法在大步骤上不好做，小步骤可以做起来，从小步骤把技术和设备引进国内。当时去海宁开始做起来，但是分析后发现国内人工费低，收回产品成本要5-6年时间，很多老板就觉得不划算，没有继续做下去。后来另一家做出来后，大面积推广，在人工费用上升后收益很大。虽然这件事当时没有推广，但通过这个过程，认识了很多国内产家，知道了他们的兴趣和问题。所以从另一个方面打开了思路。

倪师兄还提到对个人生活的挑战。自己办公司，看起来很自由，但是花的精力和心思，外人体会不到。全世界global贸易，时间连轴，跟国内欧洲都有时差，怎么跟家人协调都是需要考虑的问题。

夏欢师姐从另一个角度分析，指出怎么管好自己是创业过程中最大的challenge。在大公司工作都有定期考核的目标，自己创业完全是passion driven，需要提醒自己不忘初心。很多时候可以drive results，但是这样做和在公司没有什么区别。商业模式中所有的focus都是profit driven，但创业的初心是从消费者出发。会有很多technology challenge，很多时候需要listen to heart, not listen to the brain。然而investor会要求达到很多目标，无形中会有压力，如何实现各方面考量的平衡，管理好自己是最重要的。

另一个困难是一个人创业，从A到Z所有的事情都是自己去做。以前在公司只有一小块，创业后所有步骤都要自己操心。每天面对大量信息。保持头脑清新很重要，需要不断把自己的priority和时间优化。大方向不能变，但小目标经常会改变。

接下来夏欢师姐提议Challenge可以讲的很广也可以很细，希望现场的参与者们具体提问。Alice Tang第一位举手提问了夏欢师姐和汪世忠师兄。

Alice Tang问题一：夏欢师姐做的产品是B2C，网站信息很全面，产品也很清晰，请问销售途径是只在网上还是有意向进超市？

夏欢师姐回答问题的同时，展开分享了创业者初期面临的问题和公司发展的计划。作为刚刚创立几个月的初创公司，短期目标是销售量达到100k。公司成立的启动资金来源大部分都是个人，还有一些补偿渠道拿到资金。在美国的Venture Capital，一般在fast moving consumer product达到100k后会吸引很多投资，所以希望在3-6月能达到这个目标。

作为一个新产品，很难在短期内建立品牌效应，除非有明星代言。因为品牌不够强，必须依赖于amazon这种平台。大部分消费者通过搜索关键词，看review，并不是很关心品牌。另一方面疫情推动了网上销售渠道，所以一定要做digital marketing。公司网站的目标是建立community marketing, email marketing。Amazon不会分享消费者email，希望能通过amazon吸引消费者到公司网站上购买，方便跟进repeated customer，通过email marketing把10% customer变成repeated market。Social media非常关键，每个customer都很重要，都是online获取信息。比如

在Facebook这样的social media或者google ranking上宣传，找到what's the people behind the brand，他们有兴趣就会follow，进一步做市场营销。目前在marketing方面投入比较大。另一方面是Co-manufacture，初期可能是小量生产，如果突然订单加大，必须有团队支持，怎么做大量。Google analytics要请人做PPC (paper click)，搜关键词，做出来的key word，80-90%通过google，60-70%通过amazon，希望能联系消费者到网站上购买。

Alice Tang问题二：汪师兄的公司业务是B2B，主要客户在全世界，还能卖到中国。请问是如何找到这些客户，或者找到合适的人去推销产品的。

汪师兄将最初的资源归功于自己在香精香料行业积累的人脉和经验，尤其是在上海爱普工作5年，搭建了平台，建立了强的network和supplier的联系。客户的发展主要通过自己去维持，从技术转到企业方面，自己有两个方面的优势。一是懂原料，懂技术，可以和调香师和R&D用技术语言交流。二是懂市场，和客户的采购人员交流，可以向他们提供市场信息，原料供应市场走向，价格趋势。几年来的经验积累告诉的是一个大家都知道的道理：要用真诚的心对待客户和供货商。我们很多新客户是老客户帮助介绍过来的。通过客户介绍客户，建立良好口碑是一个非常有效而且经济的一种广告营销方式。目前的Challenge要找到进一步扩大业务，希望能招聘到一个比较好的销售。我们也在平面和digital ad都做广告，参加展览会及圆桌会议。

除了语音问问题，三位校友也对Zoom对话框中的问题进行了回答。

Donald Mu提问倪师兄： Sales is always a challenging for technical people. This is for Ni Brother to advise, how do you determine fees charged for your service? For clients in China, how do you charge them?

倪师兄非常真诚的分享了自己的经历。最开始的业务是咨询为主，但非物质的东西很快就能复制出来。后来的服务就不仅仅包括技术，还要包括设备。如果没有独特的设备也不行，钱都给别人赚。倪师兄在93年做汽车面料行业，给三大汽车公司提供面料。发现有些产品大概每四年就要换一个model，然后这些设备就需要处理。处理的设备很便宜，但是设备性能很好。而另一方面国内房子建的多，装修家具用料很多，沙发窗帘等。汽车面料和家纺很类似，汽车需要更高，耐磨，光要求比较高，cleaning要求也高。所以想到一个商机引入汽车面料设备做家纺，和常熟的一个私人老板提议。最开始不敢大投资，发了一台机器，打一些样给客户看。这个老板敢吃第一个螃蟹，打样开发投入200多万，也成功了。后续机器只能卖给他，所以就有了exclusive技术。随后

把美国60-70台机器发给国内老板，做的非常成功，很多老板都要等他的面料，因为只有他有设备。

Galaxy S9提问夏欢师姐：在regulatory, quality方面有没有什么困难？融资方面可以再细说下吗？

夏欢师姐回答在各个方面都有一些challenge。在疫情期间创业也比较方便，线下活动变为线上。在芝加哥有比较多支持初创公司的机构。比如加入Chicago Hatchery, incubator for food startups, 成为resident, 有FDA approved facility, 有很多benefit。芝加哥也属于风水宝地，有300+食品公司，很多的network。芝加哥还有一些很好的商学院Kellogg, University of Chicago, 有机会参加了很多线上活动，每周很多zoom base webinar介绍很多创业知识，比如把LLC改为Inc对融资非常关键。每周都要sign up 很多webinar。

在Quality方面没有很大的问题，formulation都是自己做，scale up时候ingredient很关键，利用R&D出身的技术经验，很好解决。

融资方面，要感谢吕程峰师兄，帮助他做过几个月蘑菇菌种做人造肉的企业，学到了很多找investor的技巧。

如果创业公司以技术为主，有一个带专利支持的技术很容易把公司估值上到1 million。专利产品开发周期比较长，现在起步先做消费者比较能接受的东西，稳定后进一步做专利产品。另外有很多Accelerator机会，帮助包装公司。拿2-5%股份，也投资一部分资金，帮助包装，做network，找到合适的投资人。现在市场上很多人都在找比较好的公司投资，各类资金针对不同。有些投资人喜欢找pre-seed的公司，因为股份dilute不是很大，有些人喜欢投资plant-based，有些人投其他公司，所以要找到比较适合你公司的投资人。

Ying Xu提问汪师兄：你好，听了你的介绍以后很受益，我是15年rutgers硕士MBS毕业的，之前在iff也实习过，现在在一家食品原料公司-ddw， 上一年在美国调回国，base in shanghai，过去一年帮公司建了实验室，回国后也接触了比较多的供应商，现在跟另外一位朋友有创业的想法，现在在找国内优质的精油，请问有network吗？可以线下联系一下吗？谢谢。

因为时间有限，现场问答只能进行到会议结束，大家还意犹未尽。以下是三位创业校友的联系方式，方便大家继续联系。

Zhiping Ni (zhiping.ni@texideamachinery.com)

Founder

Texidea Machinery Inc.

Huan Xia (huan.xia@lusoasis.com)

Founder and CEO

LusOasis Inc. (<https://www.lusoasis.com/>)

Plant-based food advocate

Shizhong Wang (swang@aromiens.com)

President & CEO

Aromiens International Inc. (<http://www.aromiens.com/>)