

盧振業說，自己創業是「被刺激的」。2015年，在歐洲住了近十年的他申請了派駐北京工作，彼時內地創業創新風正勁，「滿大街都在談創業，一打開電視也是在講創業，總理還專門去了中關村創業大街，全國各地都來北京學習。」在好奇心的驅使下，他也前往中關村創業大街一探究竟。「朝氣蓬勃、如火如荼」的景象刺激着他的每一根神經，相比之下，「歐洲悠閒的工作生活根本就是養老！」

**新經濟浪潮**  
大公報特約記者  
孫琳



# 「口袋導遊」：讓國人聽遍世界美景

## 盧振業「被刺激」的創業 掘金全球景點中文講解

看着大屏幕上不斷滾動着的創業精英們的面孔，盧振業的內心很亢奮也很焦灼，「全是九零後，我一個八零後再不創業就要被淘汰了。」三個月後，他做的海外中文景點導覽APP——美景聽聽，便獲得了200多萬元（人民幣，下同）的天使投資，盧振業毅然辭掉了外企高管的工作，全身心投入創業大潮。

其實盧振業並非一時頭腦發熱，他是有備而來的。多年前，他帶着心儀的女孩去巴黎玩，女孩請他「講講凱旋門的歷史」，結果他因為答不上來而「被減了分」。其實臨行前，盧振業就從網上搜了很多景點的資料，但因「不熟悉歷史，很難記住，更難講出來」，於是這個理工男便開始琢磨「做一款中文講解程序」的事。後來，因為工作出差和國外假期多，盧振業幾乎玩遍了大半個地球，他發現「大部分講解器裏都沒有中文」和「講解器租金太貴」是境外景點的「通病」，他利用業餘時間做出了一個簡單的講解APP。

近幾年隨着越來越多的中國遊客走出國門，他們的旅遊模式也由「走馬觀花」變得「注重體驗」，而境外景區的中文講解的普及率，卻遠遠跟不上中國出境遊人數的增長速度，盧振業看到了商機，通過不斷地升級，原本「做給女朋友玩的APP」變成了如今的全球第一中文景點講解美景聽聽，當年追求的女孩如今也成了他的妻子。

### 笨方法鑄「芯」無懼「大魚吃小魚」

要解決「走馬觀花」的問題，「如何把陌生的西方歷史文化講明白」是盧振業重點攻克的難關。「比如很多人去德國都去新天鵝堡，導遊會講這是神聖羅馬帝國巴伐利亞國王路德維希二世建造的城堡……但其實很多人可能根本不知道什麼是『神聖羅馬帝國』和『路德維希二世』。」於是，盧振業決定把國家、城市的起源變遷等內容都融入講解中，從國家、城市、景點的結構層次來介紹，還配上了蠢萌的漫畫故事，趣味十足的講解、偏年輕化的漫畫等形式，讓美景聽聽收穫了很多年輕的用戶。

在互聯網信息如此發達的今天，很難想像美景聽聽會用「自己寫、自己畫、自己錄」的「笨方法」，生產出一百多個國家的十萬多條音頻和80多條漫畫，而業內普遍的做

法則是機器抓取網上內容再優化。美景聽聽的團隊裏，有專門的寫手和插畫師，前者負責語音稿件的生成，後者負責原創IP元素的創作和設計。美景聽聽還繪製了各地的旅遊地圖，搭載了推薦行程線路，「在國內也能看國外的地圖，不用翻牆。」

「如果大的旅遊企業也做同樣的產品，你不就死了嗎？」面對許多投資人都會提的這個問題，盧振業一開始也答不上來。然而在跟各種各樣的競爭對手「過招」後，盧振業明白了，內容是美景聽聽的「芯」，也是無形的壁壘。盧振業說，因為這樣的「笨辦法」耗時耗力，對於盈利為先的大企業的項目負責人來說很難「熬」。「我們是全副身家和精力都做這個事兒，但對於大企業來說可能只是一條腿都算不上的一個小小的業務而已，而且還要大量投入錢，他們更加不會賣力做了。」

### 高科技作「眼」資本寒冬下逆勢收費

除了「笨辦法」，美景聽聽還利用當下熱門的AI圖像識別技術打造了「博物館之眼」，用戶只需要通過手機鏡頭對準景點內的展品，就能自動匹配相對應的中文語音講解。盧振業告訴大公報，「博物館之眼」正不斷變得更「火眼金睛」，「我們每天收到的現場圖片都會放到人工智能訓練庫裏，通過不斷訓練，人工智能算法會變得很聰明，就越來越認得準。」下一步將實現如雅典神廟等廢墟類景觀的還原再現。

經歷過雙創熱潮，又迎來資本寒冬，投資人變得越來越謹慎，一批又一批的創業公司關門大吉，美景聽聽卻開通了付費模式。盧振業的想法是：「在寒冬中正好投入，找到縫隙擴張。」收費之初盧振業也擔心會對用戶有些影響，但現實卻發現影響並不大，「我們用戶的承受度還是比較高的。」盧振業舉例說：「比如都到了凱旋門，再花個20多塊錢，就一杯咖啡都不到的錢，大部分人都是肯掏錢的。」

美景聽聽如今採取付費與免費結合的模式，解鎖景點、國家分別收費，目前付費用戶佔比達20%。2017年美景聽聽已完成千萬級A輪融資，盧振業對大公報表示，希望這款「口袋裏的導遊」，有一天能替代全世界所有的硬件講解器，讓國人聽遍世界美景。

### 智能語音導遊 創業公司

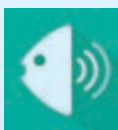
#### 美景聽聽

2015年成立  
所在地：北京  
融資信息：2017年千萬A輪融資



#### 魚說

2013年成立  
所在地：成都 廣州  
融資信息：2015年5月天使輪



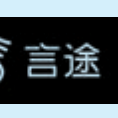
#### 景點通Touchchina

2009年成立  
所在地：北京  
融資信息：2011年12月獲MandraCapital數百萬美元A輪融資



#### 言途

2013年7月成立  
所在地：深圳  
融資信息：2015年12月數千萬人民幣A輪融資



#### 一路樂

2014年成立  
所在地：武漢  
融資信息：2015年12月800萬美元A+輪融資



#### Cloud maps雲地圖

2014年成立  
所在地：桂林  
融資信息：2014年11月4500萬人民幣A輪融資



## 為旅行減負 吸引年輕用戶

### 消費者說

美景聽聽通俗易懂的講解和風趣幽默的漫畫吸引了很多年輕的用戶，廣州市民林女士便是其中之一。今年國慶節，林女士和朋友一起在德國旅遊，這款「口袋裏的導遊」就派上了大用場。「以前出國都帶着攻略書，很沉一大本，要麼就花很多時間去做攻略，也很費時費力，美景聽聽為我的旅行減掉了許多負擔。」

因兩人都是首次赴歐旅遊，對歷史、人文也並不熟悉，所以在出國前，林女士就下載了美景聽聽，花68元解鎖了德國全部景點。「逛了一圈下來，發現這裏的博物館幾乎都沒有中文講解，雖然英文也能看懂，但還是比較吃力的，中文講解還是很有必要的。」

對於收費模式，林女士表示價格可以接受，「普通博物館裏租個講解器就得5歐元，逛兩個博物館就值回解鎖的價格。」擔心網絡不好，她還特地將音頻都下載了下來。長途飛行無聊時，她先打開德國

起源，通過「可憐的日耳曼直系」「神聖羅馬帝國」「一個偉大的家族」三個音頻大致了解了德國的歷史。此後，慕尼黑、漢堡、柏林……每到一個城市，她都會先聽一下介紹，「對於沒什麼時間提前做功課的上班族來說，能對要去的地方有個概念，懶得做攻略，我就跟着它推薦的線路走，省時省力，很夠用了。」

但在過程中林女士也發現了一些美景聽聽的不足之處，「有些景點介紹比較敷衍，比如我去的漢堡國際海事博物館，只介紹了每層的大概和中國的展品，其他的都沒有。」林女士還說：「博物館之眼有時會看錯。」她曾試圖掃描一尊雕塑結果出現的卻不是該作品。而對於漢堡北音樂廳這類演出機構，林女士則建議可以加入購買演出票等服務。她希望美景聽聽的講解內容能越來越豐富，「下一站想去希臘克里特島，但APP裏沒有相關內容，有點遺憾。」

## 獎還是罰？吃過苦頭才知曉

### 創業經驗

儘管當了多年外企高管，初次創業的盧振業卻在「用人」上吃了不少苦頭。

盧振業說，自己就職過的外企是傳統製造業，有許多「一板一眼」規章制度，但自己創業的行業是軟件業，「都說軟件行業工作時間彈性，員工又偏年輕，需要注重個性，所以開始拿捏得不準，一不小心就變得十分散漫。」

彈性工作時間是被盧振業第一個Pass的規制。「規定九點上班，有人因為睡過頭，下午三點才來，一直工作到晚上下班。」雖然每天也能幹滿八個小時，但開會缺人、協調統籌找不到人導致工作進行不下去的情況屢屢發生，盧振業無奈之下，根據自己的外企管理經驗，提出了「準時上班的人，每人獎勵50元人民幣」的激勵措施。出乎他

意料的是，遲到的人不減反增。盧振業不得不嘗試「每遲到一分鐘扣一塊錢」的懲罰措施，居然收效甚好，他開始意識到「罰」的重要性。

另一件讓盧振業頭痛的事是員工們的「拖延症」，對於行動派的盧振業來說，「想法再好也沒有用，一定要落地」。為了治「拖延症」，他在程序員的工位上釘了個牌子，「優秀的程序員是不會delay的」，獎勵並重，「一點點把他們的拖延症掰過來了。」

儘管身為八零後創始人，不服管的下屬們也讓盧振業一度「十分關心」，接私活、拉幫結派讓他忍痛為整個團隊大換血，「我現在發現就得鐵腕、得立規矩、得有狼性。我們不是大公司，可以很多人開很久的會、講很多空話什麼也不落地，創業是幹出來的，別無他法。」盧振業說得非常坦率。

## 自由行受青睞 法妙招攬中國客

### 開拓創新

在歐洲，法國已連續五年成為中國遊客的首選目的地。根據法國旅遊發展署的報告，中國赴法旅遊的人數不斷增長，而跟團遊的數量卻在下降，人們開始更多地嘗試在法國自由行。看到這一趨勢的法國旅遊機構們，紛紛開設公眾號、微博號，將景點介紹、酒店菜單進行中文翻譯，用國人青睞的數字化方式招攬遊客，南法的德龍省旅遊局是其中的先驅。

德龍省旅遊局局長Bruno Domenach對大公報表示，如今赴法旅遊的中國遊客，很多是千禧一代，他們來自都市，受過良好的教育，對旅遊品質有很高的要求。他們大部分是自由行或半自由行，很多都曾多次光顧法國，

喜歡發現更小众的目的地和品牌，然後通過微博、微信分享。

Bruno認為，中國遊客比任何其他國家的遊客都更樂於在社交平台上分享自己的旅遊體驗，並對當地的服務質量作出非常詳盡的評價。針對中國遊客的特點，德龍省決定成為全法國第一個引用數字化中文服務的旅遊區，通過與專業公司OuiChine合作，為省內的景點和酒店開設公眾號和微博號，並為省內的12個景點配備中文解說。同時，他們還將針對中國遊客不斷開展調研，在具體服務上做出調整。

OuiChine負責人David Boursaly告訴大公報，認識到中法餐飲文化的不同之後，當地的酒店針對無法適應數個小時法國大餐的中國



▲法國德龍省旅遊局局長 Bruno Domenach

遊客提供了不一樣的菜單，不需要一道道等上菜，所有的菜餚可以同時端上桌，可以與家人好友一同分享。

Bruno認為這都有益於幫助消費者和商家跨越文化及語言障礙，「中國遊客有很高的消費能力，也願意為高端服務買單，通過微信等數字化手段向中國遊客提供中文服務，是方便他們在法國出行的第一步」。



▲雅典衛城等廢墟類景點未來有望在美景聽聽上還原再現



掃描微信公眾號二維碼 關注新經濟故事