

青春派

# 既懂数据又懂用户的“IP 孵化人”

## ——探访“90后”青年薛培栋

□记者 杨颖琦 文 茹雅 图

青春心语

### 只有把握规律，才能成事

□多振昊

《实践论》中讲：人们要想得到工作的胜利即得到预想的结果，一定要使自己的思想合于客观外界的规律性，如果不合，就会在实践中失败。人们经过失败之后，也就从失败取得教训，改正自己的思想使之适合于外界的规律性，人们就能变失败为胜利，所谓“失败者成功之母”“吃一堑长一智”，就是这个道理。

成事需符合客观规律。发展要符合自身定位、符合社会需求，如果不符合客观规律就难以达到预期结果。

一方面，要符合自身定位。善于找到自己的长处，并付出相应的努力；找准位置，就是为了人生找到正确方向。鲁迅先生原本立志学医，但后来他看到当时国人精神的麻木，意识到医术只能救身体、无法拯救灵魂，于是毅然弃医从文，用笔作武器、唤醒国人觉醒，因为他找准了自己的文学定位，最终为中国文化事业作出巨大贡献。找准自己位置的人，往往能在自己擅长的领域如鱼得水。

另一方面，要符合社会需求。很多对国家、社会做出突出贡献的人在年轻时从不轻易言志，而是先通过学习、实践再做判断。“术业有专攻”的人固然需要，但一代青年身上所担负的责任却远不止于此。“大山的女儿”黄文秀从北京师范大学硕士毕业之后，放弃了大城市的工作机会，毅然回到家乡，在贫困村担任驻村第一书记，为村民脱贫致富倾注了全部心血和汗水。最后，在一场山洪中不幸牺牲，将生命永远定格在扶贫道路上。她以行动诠释当代青年的责任是把个人奋斗融入时代浪潮，用青春热血回应社会需求，让“小我”在服务社会、奉献人民中，绽放出照亮山河的“大我”光芒。

辩证看待成与败。失败不是末路的“号角”，而是成功的“试金石”。

被誉为“中国现代数学之父”的华罗庚从小就热爱学习，无奈家境清寒，家庭条件并不富裕。读完初中的他只能辍学回到老家，但他不甘向命运低头，无法上学那就自己在家学习，多年来的坚守最终成为我国“数学巨匠”。虽然他在上学这件事情上有阻碍，但这毫不影响自身对于知识的向往和追求，并积极把这份困难转化为坚定求索的力量。

所以苦难成就伟大的事业，没有多年来艰苦卓绝的内心历练，也就不会有“数风流人物，还看今朝”的豪情壮志。“一个从来不打仗的人，绝不会打败仗”，且胜败乃兵家常事，所以打仗难免会有失败的时候，但一时的失败挫折没有熄灭过先辈们战斗的姿态，却激起我们完成脱胎换骨、凤凰涅槃的蜕变。



▲指导员工

一个视频从制作到成为“爆款”需要多少步？一个IP从诞生到“出圈”需要付出多少心血……产业的新陈代谢、数字技术的日新月异催生了一批新兴数字职业，更有一大批青年涌向这些“新赛道”，为社会创造价值。

在盐湖区，“90后”青年薛培栋正以他敏锐的行业嗅觉和蓬勃的创业活力，在数字经济的浪潮中书写着属于自己的青春篇章。10年间，从影视编导到IP孵化，从直播带货到反哺实体经济，他紧跟时代节拍，用数据思维和实干精神，将流量转化为实实在在的“留量”。

### 从镜头到线上平台——专业带来的转型

传统商铺想要寻求数字化转型，应如何搭建线上营销平台；在线上领域如何精准把握用户需求，将“流量”变为“留量”……数字经济时代，“酒香也怕巷子深”，企业或个人想要在日新月异的流量世界中“破圈”，需要用好“用户运营”这门学问，抓住每一个来之不易的用户心理。而这种新需求就催生了许多新职业，薛培栋就是这一数字浪潮中的“弄潮儿”。

他的创业故事，始于一份对专业的执着。影视编导专业出身的他，大学期间便在对口单位实习，2015年毕业后入职专业演出单位，半年后辞职。“不想每天做按部就班的工作，我要能做自己‘造血’的事。”他说。这一年，他背着自己的摄影器材，单枪匹马闯市场，从拍摄婚礼片、宣传片、广告片起步，一个人策划、拍摄、剪辑，把专业的细腻融入每一个镜头。

半年后，他不再单打独斗，开始带徒弟。第一个小伙伴很快就从拿三脚架的助手成长为能独当一面的骨干。再到后来组建了30多人的团队，最多时达50多人，业务覆盖文旅宣传片、企业汇报片等多个领域。但市场形势的变化也让他敏锐察觉到现有运营模式背后的危机：“依赖甲方的模式太被动，必须转向主动创造价值。”

到了2018年，抖音等网络平台的

崛起让薛培栋看到了新可能。他说：“在网络上，我看到了很多运城本地人开始运营自己的网络账号，甚至开始网络直播，那些视频背后的数据让我意识到了IP的力量。”于是，他果断转型，与他们合作，运用自己熟练的视频内容制作技术为大家包装、孵化、打造个人IP。

为摸透线上运营逻辑，薛培栋购买各类课程，从庞大的“数据库”里提炼知识、经验，形成一套自己的方法论。“做IP，专业是根基，个人特色是亮点，专业团队是保障。”他说。

### 从运城到广州——转向直播的破局

2021年，直播带货的商业模式逐渐成熟，薛培栋又一次嗅到机遇。“别人还在观望时，我就要站到赛道里。”他说。在对消费市场进行大量数据分析后，他瞄准女性市场，带着四五个小伙伴、数十万资金奔赴广州，一头扎进直播带货领域。

第一次直播是与皮包相关。不懂皮料，他就天天泡档口、跑工厂，不厌其烦地向档口老板、工厂员工询问“这款包的设计理念是什么”“头层皮与二层皮的区别”“五金边油的成本”等问题；不懂设计理念，他就在网络上搜索大量资料，研究那些元素，直到看一眼包就能说出它的设计特色。

刚开始直播的时候，直播间里每天只卖几百块，但他一直咬牙坚持，在直播之外还继续发布与皮包有关的短视频内容。两个月后，当他的个人账户里只剩5万资金准备撤退时，转机来了——一条讲解皮料知识的短视频突然“爆火”，带动他的直播间单日销售额飙升，此后每天稳定在百万级。

每天直播结束，薛培栋都会和小伙伴一起复盘，总结一天的可取之处：“我想，我们赢在内容，更赢在细节。”当同行沉迷付费投流时，他坚持用短视频做IP铺垫，让工厂老板讲专业知

识，精准积累人群；当看到直播间用户不知道怎么选产品时，他就会把产品“掰开揉碎”地讲解，帮他们选择到最合适的产品，很多时候，用户的需求就藏在数据里。他说：“每天开播前来直播间看一下数据，下了播之后也会看一下当天的数据进行复盘。”这场“逆袭”不仅是数据的爆发，更是他对“内容+流量”逻辑的深刻践行。

### 从“流量”到“留量”——扎根本土的布局

当越来越多人踏入直播带货的领域，薛培栋又开始寻找下一个风口。

2022年年底，他决定回归家乡，深耕本地生活服务。在太原，他带着团队帮传统店铺开团购、做直播，用在广州积累的运营经验优化流程，为传统店铺寻找转型之路。在运城，他继续深化与本地个人IP的合作，并和团队一起打造面向运城人的生活服务账号，为线下实体店铺的发展助力。“好生意的逻辑是服务人群，而不是追逐流量。”他说。

如今，他将目光投向线下实体经济，借鉴大城市先进的老年产业模式，在盐湖区打造融合了舞蹈、形体等课程的“生活美学”空间，为本地有需求的老年人提供更精细的服务。“先服务老人的娱乐生活，再融入日常生活，最后走进他们的精神生活”，这是他为自己找到的下一个奋斗目标——从短暂的“流量”到长久的“留量”，从生意到生活，脚踏实地。

从影视编导到直播带货，再到数字运营，创业10年来，薛培栋一直紧跟时代发展的鼓点。他的故事里，没有惊天动地的传奇，只有青年创业者对行业的敏锐洞察、对细节的极致打磨，以及“站在风口前”的勇气。在运城这片土地上，他用数据思维重构传统产业，更用实干证明：数字时代的机遇，属于那些既能看懂数据、又能读懂用户的人。