

手工制作时尚网站:美80后女性时髦据点 “在线家政女王”布丽特·莫林

布丽特·莫林年轻、俏丽,曾就职于苹果公司和谷歌公司。她有个凭借私密社交应用“小径”(Path)成为硅谷新贵的老公戴夫·莫林,与“脸谱”创始人马克·扎克伯格、雅虎公司首席执行官玛丽莎·迈耶等IT精英相熟。有了这些优势,莫林创办的手工制作时尚网站“布丽特”运营才一年多,已顺利融资700多万美元。

被投资人看好

一年半前,《洛杉矶时报》就把刚刚创办布丽特公司的莫林称为“硅谷的玛莎·斯图尔特”。后者是美国家喻户晓的“家政女王”,经营着一个庞大的家居用品帝国。莫林的“布丽特”网站教人制作夏日新颖太阳帽、漂亮的绣花餐巾、如何用颜料在一双素色凉鞋上绘出时尚图案、如何制作以美国独立日为主题的创意甜品等,充满女性趣味。

布丽特公司去年春天进行种子轮融资时,就得到雅虎首席执行官迈耶等人的125万美元投资。6月25日,公司宣布A轮融资获625万美元,吸引到奥克投资合伙公司、艾琳·李的“牛仔风险投资公司”等著名IT投资商。迈耶再度投资,显示对莫林不同寻常的信心。

从商无师自通

27岁的莫林在得克萨斯长大,莫林的父母都有工作,不常在家里做饭,母亲从没教过她如何梳辫子、做家务和手工活。莫林自己摸索学会。



她似乎天生具有经商兴趣和才能。上小学时,每年暑假她都摆摊卖柠檬水挣零花钱,连续三年在女童子军卖饼干能手评比中夺冠。

莫林的职业生涯起步于苹果公司iTunes公关部,后来跳槽至一家新创立的移动通信公司,之后在谷歌产品营销部门待了4年,最后一份作为打工者的工作是负责管理谷歌视频业务的营销团队。

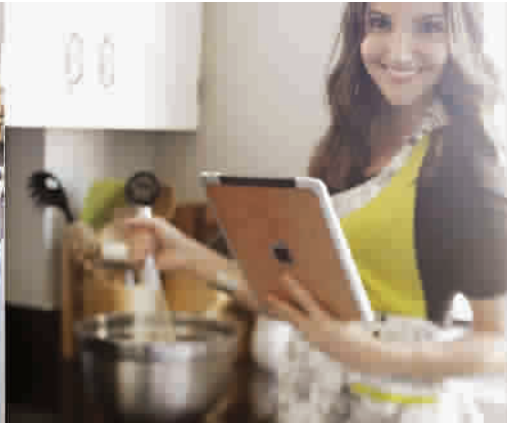
“我觉得女人对科技越来越感兴趣,但她们对科技的需求依然不多。她们并不真想要一个女性版的TechCrunch(科技博客网站),而只是要一个生活时尚网站,在上面既能找到食谱和造型灵感,也能了解有哪些有趣的新型应用软件可用来改善生活质量。”莫林如此说明布丽特网站的创办理念。

布丽特网站如今已成为喜欢创

意手工制作的美国80后女性一个时髦据点。在打造科技时尚创意内容之外,莫林也融入电子商务。网站搜集大量手工制作创意,提供实现这些创意所需的原材料和工具购买链接。布丽特公司出售的“布丽特工具包”颇受欢迎,工具包每月出新,包含喷胶机、搅拌机或缝纫机等工具,用户可买来制作网站介绍的创意手工艺品。

站在流行前沿

莫林在IT界的工作经历和人脉是她的优势,但投资商之所以为她慷慨解囊,是看重她的眼光与潜力。种子轮融资者,iVillage网站创始人之一夏基说:“布丽特处在目前流行的新运动前沿,这所谓‘自制者运动’发源于尖端电脑产品展会和大学校园这些小众市场,现已发



莫林经常通过社交网站上上传自己动手制作美食或家居饰品的视频

展成越来越大众化、以消费产品为主的自己动手制作潮流。如果说这是场盛大游行,布丽特就是领头的一个,挥舞着她的指挥棒。”

奥克投资伙伴公司老板哈尔曼表示,“如今在出版行业,建立起一个纯粹靠广告支撑的商业模式变得日益困难……在新闻或政治媒体领域,把电子商务融入运营模式很难。但我们看到布丽特的网站聚合的受众是一些在消费内容的同时、想要运用创意做出东西来的人。要满足这种想法,就需要进行某些商业活动。”言外之意,布丽特网站成功在内容中融合电子商务。

“布丽特”没辜负投资人的期望。自2012年6月以来,网站访问量增长11倍,其中60%来自移动通讯设备。网站去年推出移动应用程序后,半年内访问量增长两倍。沈敏

相关链接

“家政女王”有个贤内助

布丽特·莫林的丈夫戴夫·莫林现年31岁,出生于蒙大拿州。他先进入苹果公司工作,学习苹果的设计思维和市场营销;后来加入草创期“脸谱”公司,帮它打造开发者平台,方便网站融入更多社交元素。2010年,戴夫·莫林离开已成为社交网络巨头的“脸谱”,创立小径公司,公司主要产品是名为“小径”的一款私密社交应用软件。与“脸谱”不同的是,“小径”的交际圈仅限于跟用户关系最亲密的50个亲朋好友(新版本增为150人),方便用户分享最私密的生活轨迹:如每日作息时

间,去哪家餐馆用餐或何地旅游,并可分享照片。因较注重隐私,“小径”推出后不到半年就有了超过200万注册用户。

莫林和丈夫在苹果公司就

职时相识。戴夫求婚方式很有创意:两人去马尔代夫度假,戴夫把布丽特带上一架飞机,从翱翔的飞机往下看到沙滩上用椰子拼出“嫁给我好吗”字样。2011年7月,两人穿着牛仔靴完婚,从此跻身IT界最有影响力夫妇榜单。

策划自己的婚礼时,莫林

夫妇还“顺手”开发了一款方便准新人创办个人婚礼网站的社交应用软件Weduary,这款软件具有邀请亲友、交流婚礼细节、让单身宾客互相结交等社交功能,让宾客在婚礼前“打成一片”,方便选择座位。

斯柯达明锐2014款实力上市
焕新徽标,更显真本色

百年品牌中国路
A级车成长典范

作为一个有着百年悠久历史和深厚底蕴的汽车品牌,斯柯达在欧洲有着一流口碑。2007年,明锐作为上海大众斯柯达的首款战略车型进入中国市场,经过六年的市场检验,凭借出众的产品实力,累计销量突破61万辆,成为国内最炙手可热的高端中级车之一。

全面均衡品质实力
消费者推荐口碑车型

在不断的革新升级中,斯柯达明锐以均衡出众的综合实力得到了消费者的高度认可。明锐不仅有欧系车的操控、工艺和安全优势,作为家用车也拥有充裕的空间和丰富的配置,在动力操控性和燃油经济性上更是完美结合,充分满足了中国消费者的不同需求。

斯柯达明锐的用户推荐购买率早已超过20%,成为近年国内汽车市场口碑最好的车型之一。精致隽雅外观,强劲高效动力,全面周到的安全配置,卓越的产品特性彰显着明锐的实力本色,也使明锐获得了各大权威机构的奖励与认可。

精致隽雅外观
从容内蕴实力

传承斯柯达百年智慧设计语言融合中式新美学,明锐的外观造型精致隽雅,紧凑利落。大灯与进气格栅巧妙融为一体,前脸大气稳健。车内空间布局,全面满足用户的乘坐和储物需求。五门掀背式的后备厢设计更是在同级车中拔胜一筹,使消费者在放置大件物品时游刃有余。双温区全自动空调、PDC倒车雷达、定速巡航系统、智能语音导航系统、ESP电子稳定系统等,处处尊崇级享受。

强劲高效动力
出色燃油能效

斯柯达明锐搭载了1.6L、2.0L、1.4TSI、1.8TSI四个排量的发动机,匹配大众汽车集团领先的7速DSG双离合变速器、Tiptronic 6挡手自一体变速箱以及经典的5挡手动变速箱,强劲高效的动力输出配合细腻平稳的换挡表现,不仅在动力性能表现上堪称完美,在燃油经济性上的表现也非常出色。

来自北京的车主王先生表示,“当初选择1.6L的明锐,就是信任欧系车的技术实力。事实证明明锐不仅动力性能好,油耗也很经济。我上下班走京通快速每天都堵,但百公里平均油耗只有7L左右,细算下来每年节省的油钱是相当可观的。”

周全防护持续升级
以人为本不负所托

在基于高强度车身及精湛工艺构建的卓越品质的基础上,明锐以前瞻主动安全防护、完善被动安全防护以及周到延伸级安全防护,为消费者提供了五星级的安全呵护。

明锐标配除了常见的ABS制动防抱死系统、EBD电子制动力分配系统、MSR发动机阻力矩控制系统等配备外,还配有EPS电子精确控制动力转向、TSI发动机车型还标配有ESP电子稳定系统和HHC坡道辅助控制等装备。前排正面双安全气囊、三点式燃油预紧式安全带,为驾乘者提供人性化安全保障。

不断革新尽显真本色,勇于超越焕发新风采。斯柯达Octavia明锐2014款,六年市场口碑实力车型,更换全新徽标,五新安全护航,集动力操控和燃油经济于完美平衡,带来全新愉悦驾乘体验。