

“创业，也就是那么回事嘛。”

2014年5月16日，聚美优品赴美上市，在纳斯达克敲钟后，年轻的创始人陈欧意气风发，不无得意地对投资人徐小平说。

这一年陈欧31岁，坐拥14亿美元身价，成为纽交所创立200多年来最年轻的一位敲钟者。

此时的他，不仅在亚洲十大年轻富豪榜上排名第6，而且在中国的互联网上，他拥有4200万粉丝，堪比娱乐圈顶流。

然而，短短1个多月后，聚美优品就被曝出假货，品牌形象一落千丈。

此后的3年时间里，高管出走，合伙人分崩离析，市值大幅缩水，陈欧赚来的120个亿也蒸发一空。

陈欧，这个从小被誉为天才少年的人，是如何一步步走上巅峰，又瞬间跌落谷底的？

聚美优品之后，他去了哪儿，又能东山再起吗？



陈欧从小就是“别人家的孩子”。

1983年，陈欧出生在四川德阳的一个县城，父母都是公务员。

殷实的家境为陈欧提供了自由发展的土壤，在别人家孩子都不知电脑长啥样的时候，陈欧却沉迷上了电子游戏。

但陈欧却不只是个爱玩游戏的“学渣”，相反，他是个妥妥的“学霸”。

在大大小小的奥数比赛中，他总能轻而易举拔得头筹。甚至，在小升初的时候，他觉得初一知识太过简单，直接跳到初二。

玩游戏之余，陈欧还会用电脑浏览资讯。一个偶然的机，他得知新加坡南洋理工大学在当地有全额奖学金留学项目，心里开始痒痒起来：能去南洋理工大学，那就意味着自己有更多时间玩游戏啊！

陈欧立即报考，几乎毫无悬念地拿到录取通知书和全额奖学金。

2001年，16岁的陈欧远赴新加坡求学。在大学里，陈欧主修计算机专业，还有了自己的笔记本电脑。



2009年，陈欧回国创业。

此时的他精英出身，又有之前成功的创业经历，很快受到资本青睐。天使投资人徐小平给了他18万美金，还提供了一套房子做办公场地。

陈欧从自己熟悉的游戏行业入手，创办Reemake，打算再创GGgame的辉煌。

但他没想到的是，在国外游戏行业火爆，用户对游戏内安置广告接受度高，游戏的盈利性强；但在国内，这一套压根儿就行不通。

眼看账面的钱越来越少，Reemake 又始终没有起色，陈欧到底何去何从呢？



陈欧决定先从其他网购平台的数据分析看看哪些品类卖得最火，哪个火，就上线哪个。此时团购之风正盛，美妆加上限时团购，这种打法应该会受欢迎。

说干就干，三个人没日没夜地编写代码，2天后，团美网上线。

很快，陈欧就发现，尽管团美网的初级版本很粗糙，但仍然不断有用户涌进来，后台订单数不断增加。

事实证明，这条路不仅行得通，而且业绩好得出乎寻常，上线不到5个月注册用户就突破了10万。

有了订单之后，陈欧立马根据订单去采购，他买下代理商的化妆品存放在仓库，再打包卖出。同一款化妆品，在团美网上购买，价格比专卖店低了4成。

除此之外，陈欧还在包装上用尽心思。他精心设计了粉色的外盒包装，外盒里面用气泡袋进行填充，再用内盒把化妆品裹好。精心的设计不仅保证了化妆品没有磕碰，而且让拆包裹的人有一种收礼物的满足感。

另外，陈欧还开启了用户分享模式，他鼓励消费者在收到货之后，分享使用心得和开箱感受。这一招比淘宝好评还好用！

团美网发展非常迅速，为了更好的发展，陈欧正式把团美网更名为“聚美优品”，第一年的销售额就达到2000万元。



“我是陈欧，我为自己代言”，这句广告词一发布，就引起了网友们的强烈共鸣。

陈欧火了！许多综艺节目都向他抛来橄榄枝，此时的陈欧不满30岁，年轻有为，外表俊秀，是最像明星的企业家。

巨大的曝光，形成了强大的购买力，粉丝们纷纷涌入聚美优品，把对陈欧的追捧转化成真金白银的消费。

2013年，陈欧决定趁热打铁，在周年庆的时候开启一轮促销，把聚美优品的流量最大化。

在铺天盖地的广告造势之后，聚美优品终于迎来了3月1日这个大日子。

这天凌晨，在聚美优品的办公室里，所有人都在大声喊着倒计时。无数的订单涌入后台，员工们都在等待着一个新的销售奇迹的产生。

然而，坏消息却先一步到来：23点50分，网站突然变成了一片空白，服务器崩溃了！

用户们守在电脑旁，等着时间一分一秒度过，想抢的优惠券抢不到，想买的商品买不到，失望变成愤怒，大批用户涌入陈欧的微博发泄。

聚美的工程师们紧急修复，然而直到凌晨3点，仍然毫无趋好的迹象。



尽管经历了风波，但聚美优品仍然取得了不俗的成绩，3天时间内，就获得了超过10亿的销量。

然而，更大的风暴正在潜伏：聚美优品上出现了假货！

上海的李小姐收到了她在聚美优品买的一瓶倩碧润肤乳，使用5天后，脸部出现了明显的过敏症状。

李小姐在看了医生之后，被告知是化妆品使用不当导致的。

这件事经过媒体曝光发酵，一时间，“聚美优品卖的是假货”的传言不绝于耳。

2013年7月，一位名叫“姑苏毛十七”的网友在天涯社区发帖爆料：

在聚美优品上售卖的大牌化妆品90%都是假货，是出自广东的一个专业山寨工厂。而且，“姑苏毛十七”自称是聚美优品前员工，还晒出了聚美优品的部分采购单，看起来十分可信。



然而事实的难料就在于，你永远不知下一次风暴什么时候到来。仅仅一个月之后，聚美优品就再次陷入造假风波。

7月底，有爆料称某商贸有限公司售假，他们提供的品牌授权书和报关单都是伪造的，而聚美优品正是这家公司的主要销售平台之一。

陈欧立马现身微博，对情况进行解释：

祥鹏商贸是第三方入驻商家，并不是自营业务，而且涉假的也只有手表，并没有化

妆品。

同时，聚美优品在网站首页公开道歉，表示平台会加强第三方管控。

然而，资本市场并不买账，“造假”新闻之后，聚美的股价连续4个月下跌，跌幅超过40%。

紧接着，聚美优品又被美国多家律师事务所起诉。

屋漏偏逢连夜雨。娇兰、DHC、兰蔻等国际品牌背后递刀，他们在接受采访时称自己从未和聚美优品有过合作，让聚美之前发布的《真品联盟》像个笑话。



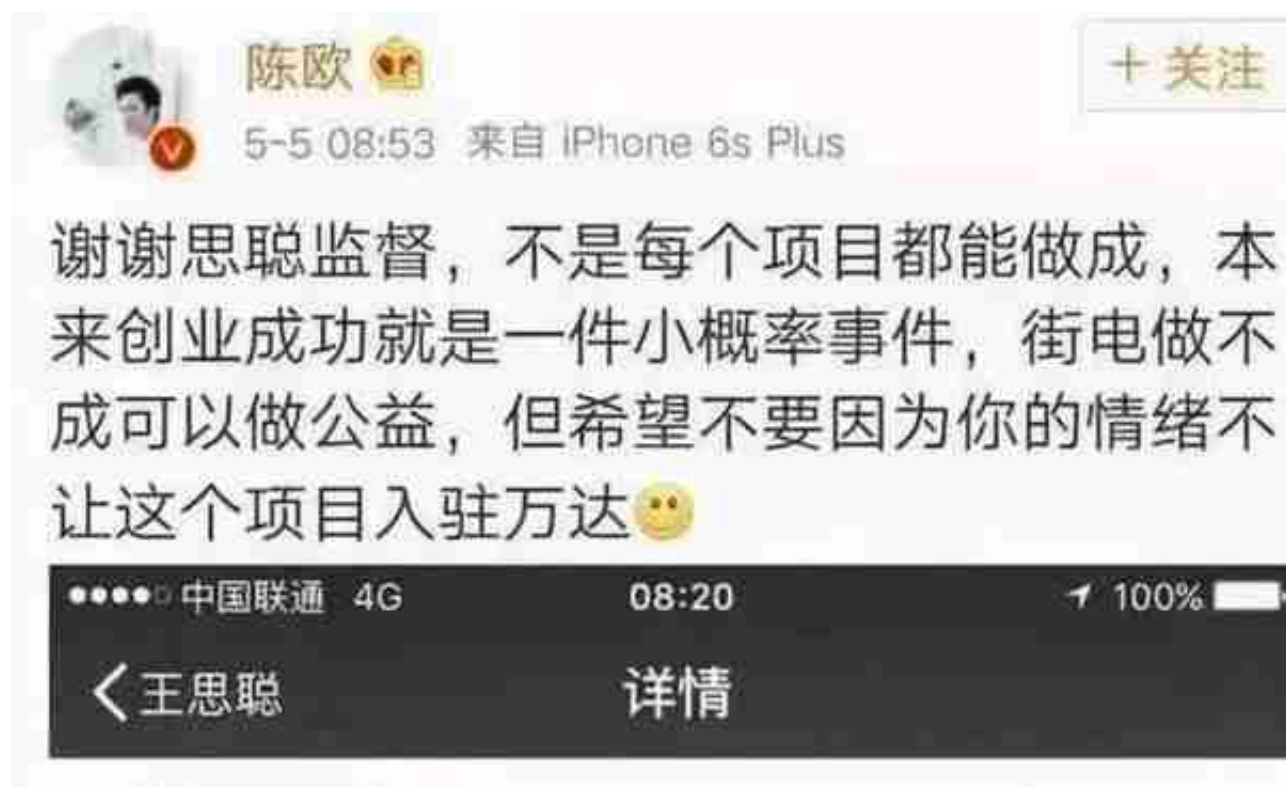
然而，“售假”的标签一旦贴上，想要撕下可没有那么容易。

假货，是化妆品行业最忌讳的事。保真，也是聚美优品立足的根基。一旦“售假”标签被贴上，聚美优品之前苦心经营的正品形象荡然无存。

此时的聚美优品外忧内患。外部假货危机让信誉度直线下跌，内部人事地震让曾经创业的“三驾马车”分崩离析。创始人刘辉离开后，财务总监离职，后联合创始人戴雨森也离开了。

内外夹击之下，聚美优品的大势，去了。





陈欧呢，一边不疾不徐地回应，“街电做不成可以做成公益项目”，另一方面一头扎进共享充电宝里。

他买下共享充电宝核心专利，亲自监督工厂，把街电的产能提升到100万台每月，又亲自担任地推队长，把地推团队规模从50人增加到500人。

为了让用户随处就能借到充电宝，陈欧要求地推团队把“街电”覆盖到商场、酒店、甚至是街边的小店，并且随借随还。

在陈欧的推进下，“街电”的覆盖率已经达到95%的城市，年轻人只要一出门，几乎就能看到“街电”的身影。

在尝试使用过“街电”的便利之后，之前笨重的充电宝就显得累赘了，“街电”的受欢迎程度远超预期。

成功路径一旦被验证，大批资本涌入充电宝行业，然而占了先机的“街电”已经遥遥领先，以 1.07 亿的用户量，40.5% 的用户份额和超过 300 座的城市覆盖，稳守全行业第一。