



创女时代

上榜福布斯中国“30岁以下精英榜”

# 曾稀：这个时代给予无限可能

中国妇女报全媒体记者 任然

回成都已一年半，曾稀很少回父母家，她日日在成都各处地标建筑、艺术馆等空间，制作有关“花”的艺术装置。

2017年本科毕业于加拿大某著名大学数学系的曾稀，父母对她的期待是成为金融精英。

但她，却把高中时代萌发出的花艺爱好，一步步规划成为奋斗的事业——从成为多伦多知名花店第一位华人花艺师，到在加拿大创办工作室，在香港开设全港最大实体花艺工作室，到2019年年底回到成都继续花艺设计及教学生涯……曾稀把自己打造成了花艺界的精英。

2020年，25岁的曾稀上榜福布斯中国推出的“30岁以下精英榜”，成为300位30岁以下活跃在中国各个领域的优秀青年之一。

曾稀在成都的工作室项目不断，月收入已达数十万元以上。谈到7年的创业历程，她不疾不徐的语气中时时透露着：创业是一个“拼命”的过程，拼的是你有多大胆，有多热爱，有多少毅力。

## “只有努力才能有更多的选择权”

“我觉得自己像银莲花，在悬崖峭壁之间生长，生命力很顽强。”曾稀对中国妇女报全媒体记者说，“但她又很脆弱，花期很短。是一种正在绽放的矛盾体。”

上学时，她是个听话的女孩，服从父母安排奔波于各种补习班。“但不懂为什么要学，就是被动接纳，成绩一直平平。”

第一次高考失利后，曾稀勉强上了大学，她开始意识到自己的人生不能总是被动，“只有努力才能有更多的选择权”。上大学几个月后，她回到成都开始复读，之后顺利申请到了加拿大的大学。

“但选专业时，父亲死活不让我选艺术。”曾稀最后妥协，选学了父亲一直从事的数学专业。曾稀回忆，她所在学校有一个玻璃温室，学习间隙出来透气时，她总会趴在玻璃边看很久，“想着如果能不学数学和经济，回归自然田园，养花种草该多好啊。”某一日，“豁然开朗的酥麻感在脑中弥漫，要赶紧毕业，要做跟花相关的事，懒得管周围的人怎么说，我要做自己喜欢的事情。”

那一年，曾稀开始在学校花艺店打工，并选修完八门课，此后，她将课后所有时间都用在花艺的学习、研究和练习上。毕业后第一时间，她就前往多伦多一家知名花艺工作室打工。从那时起，父母便停掉了这个“叛逆”女孩的经济来源。但在她看来，“要对自己真诚，坚守原则，内心没有了杂念和疑问，才能勇往直前。”



## 在花艺界“拼”出名气

曾稀朋友圈里发的一张图卡上写道：“热爱，最终会帮你拥有明确的人生目标。”她的朋友圈，从7年前开始至今，几乎日日都有与花相关的内容，“大家都接受了，我就是一个卖花的女孩。”

7年前，永生花的出现，让还在高中时代的曾稀，迷恋上了花艺，并让她发现了其中的商业价值。她开起了永生花微店，在母亲节、教师节、情人节等重要节点，售卖各种价位的花束。“每种花束都是原创，少有雷同，所以每次都会全部卖光。”

在国外读书，曾稀仍继续着这个小副业，最开始在华人圈里卖，后来渐渐吸引了当地人购买。

她时常在网站上浏览数以万计的花艺图片，“一张就能看很久”，看设计、花材、颜色搭配、布置细节……“看完图片看网页，看配色方案、文案编辑、菜单设置……”看了

两年，经常不眠不休”。光看还不够，她每周在花市买材料进行练习，并拉着行李箱跑到各地花店探访，“曾经因为想看几个花店或者花市，误过机，还睡过机场。”

她在多伦多花店打工时，平均每天工作时长18个小时，大半年时间里便参与了近百场婚礼的花艺场景制作，曾累到体力不支而晕倒，同时，还不忘在微信、抖音等各类公众平台分享她的作品、学习心得、经验总结。她成为美国花艺协会、加拿大花艺协会等专业机构注册花艺师。在当地花艺界，她“拼”出了名气，在国内花艺界也拥有了上万粉丝。

结束打工后，她在多伦多开设工作室，一边经营一边在伦敦、悉尼、墨尔本、纽约、旧金山等地，与不同的设计师、艺术家、花艺师进行交流，并开设课堂进行授课。

2018年初，曾稀决定回国。她在香港创立了Lady Myron工作室，研习梳理出了有自我特色的空气感自然风花艺体系。在此后的一年多时间里，工作室不仅成为全港最大实体花艺工作室，



还成为国内花艺人心向往地之一。

将花店取名为Lady Myron，曾稀解释，“lady”是女士，“Myron”是古希腊著名男性雕塑家，将两者合在一起，既有做艺术的女士之义，也有模糊性别界限的用义，“是lady，也拥有硬核技艺，既优雅又不至于优雅。”

## 毅力让她独立获得美好生活

2019年底，她选择回到成都，继续开她的工作室。除了以往的婚礼、会所等空间花艺布置以及花艺课堂等项目，曾稀开始将以往的经验用于各类建筑空间的装置艺术项目设计中。她希望，自己设计的艺术装置，能成为一种媒介，将建筑外的自然流畅地引入室内，从而打破作为生命体的人与无生命的建筑之间的疏离，实现和谐互动。

在成都邛崃一个百年老宅院的修复式改造中，曾稀在众多材料中，选用了和古建筑十分契合的蒲葵。经过处理的蒲葵颜色与古建筑色调相近，但是形状不够具有艺术性。于是，曾稀将几百张蒲葵的叶子手工再定型，一张张重叠，又一张张错落，做成大型的植物装置，吊在古建筑内部中心，让建筑和艺术完美融合。“而当有风吹来，或有人穿堂而过时，蒲葵叶便微微旋转，吸引了人的目光，形成自然、建筑和人之间互动的独特磁场。”曾稀讲述。

几乎每一个项目都需要精心、反复地投入，而往往曾稀是多个项目同时做，“常常累到靠意志力在支撑”。

她继续视频课程录制以及线下课堂的开设，还常常到山林湖泊采风寻找花材，并保持不间断的学习和研发。回成都不到两年时间，春熙路、IFS、万象城等地地标性综合体或网红打卡地，以及北京、上海、郑州等多个艺术空间，都与Lady Myron开展过项目合作。业界的肯定、赞誉，各种艺术节邀约、项目合作邀请纷至沓来。

“一位前辈说，你的工作密度太高了，你才26岁，哪来的毅力？”曾稀说，在她看来，正因为青春，才应该奋斗，而她总是心怀感激。她认为，不懈的毅力，根源于这个时代给予她的无限可能，让她“可以叛逆，可以突破，可以学习，可以创造，可以通过投身于热爱的事情，独立地获得美好生活”。

## 新经济观察

# 涨价成共享经济续命稻草？

共享经济企业应在合理布局、不增加用户负担的情况下，寻找更加科学合理的盈利模式。



吴家明

过去经常体会到共享单车、共享充电宝等共享经济带来“便利”的消费者，近来却发现，享受这些“便利”所需要付出的价格却越来越高。

## 吐槽：看到费用那一刻我惊呆了

“刚开始的时候一小时只要1块钱，我们都觉得很划算。”市民陈小姐表示，在2018年共享充电宝大量兴起时，她频繁使用，养成了习惯，甚至都忘记自己的充电宝放在哪里了。共享充电宝刚开始出现的时候竞争大，价格战自然难免。目前，市面上基本形成了街电、来电、小电、怪兽“三电一兽”和美团格局，只是竞争还在，涨价和全方位地推却并没有停止，共享充电宝市场争夺进入了全新阶段。

近段时间以来，充电宝的租赁价格普遍从每小时1元翻倍涨价为每小时3元。还有

网友抱怨，在一些人流量多的地方，价格可以超过每小时5元。不仅如此，有一些共享充电宝还顺便做起了买卖业务。“现在在商场租借充电宝，半小时就要1.5元，甚至还有99元买下充电宝的选项，99元在现在市面上可以买到质量很好的充电宝了。”陈小姐说。

陈小姐还回忆了去年自己出差时的一段经历。“我当时借了某品牌的充电宝，等回到酒店时才发现没有归还，我只好将充电宝留到第二天，归还时被收取了35元的过夜费。看到费用的那一刻，我惊呆了。”

对于收费方式，笔者联系了多家品牌的客服，回答大同小异，多数解释是公司统一进行阶梯定价，综合考虑设备成本、场地租金、运营人员工资成本等情况，合理制定价格。对于共享充电宝涨价，有商家表示，涨价的主动权有时候也不掌握在共享充电宝企业手里，而是商家。共享充电宝企业互相竞争让利，一些入驻门店坐地起价。对于共享充电宝品牌入驻，门店并不吃亏，也可以得到一笔收入，分成比例各有不同。

“共享充电宝很实用很救急，现在吃饭、坐地铁都要用手机支付，但收费的涨幅实在太大了。”陈小姐说。

共享经济已经变成大众生活的一部分，经过价格战一些企业“离去”，留下来的产品形态只剩下共享充电宝和共享单车，市场格局基本定型。除了共享充电宝，笔者发现深圳的美团单车卡目前已经涨到30元，相应的月卡折扣也越来越少。此前，美团单车实行新的收费标准，不同城市实行不同价格标准，深圳地区的收费标准是前30分钟1.5元，随后30分钟收费1元，这个价格已经比一般公交车的收费标准还高。“一般的公交车打完折也就1.6元，30分钟能骑多远？”有用户质疑，“过去深圳的共享单车品牌很多，带来了管理的混乱，但现在的市场主要剩下一两个品牌，缺少了竞争，价格涨得太高了。”

## 共享经济企业应拓展合作业务

企查查数据显示，目前我国共有共享充电宝企业213家，2020年全年新注册84家，同比增长23.5%。从注册资本分布来看，企查查数据显示，我国共享充电宝相关企业中有39%的企业注册资本在100万-500万之间，注册资本在100万以内的占比36%，而其他25%的企业注册资本在500万以上。实际上，这不是共享充电宝第一次涨价。早在2019年，共享充电宝就迎来一波涨价潮，告别1元时代。进入2020年，共享充电宝的租金再度上涨。

伴随涨价潮，有关共享充电宝登陆资本市场消息不断。2020年6月29日，同为赛道重要玩家的小电科技同浙商银行签署上市辅导协议，拟创业板挂牌上市。如今看来，怪

兽充电更有可能拿下共享充电宝第一股的名号。3月12日，怪兽充电正式向美国证券交易委员会递交招股文件，拟在纳斯达克上市。最新消息指出，怪兽充电于美东时间4月1日正式登陆纳斯达克，成为“共享充电宝第一股”。

招股书显示，怪兽充电2020年以34.4%的市场份额位列共享充电行业第一。不过，庞大的用户基数和价格上涨并没有让怪兽充电净利润稳步上升，与2019年相比，怪兽充电营收从20.223亿元增长至28.094亿元，但其净利润从1.666亿元降至7540万元。有分析人士表示，主要原因在于销售和营销费用占据其运营费用的很大一部分，包括向合作伙伴支付的奖励费、向业务拓展人员支付的报酬。艾瑞咨询研究院的报告也显示，2017年商户分成比例是0-20%，2019年这一成本就变成了50%-80%，入驻成本飞涨。

可以说，一则企业IPO的消息令“共享经济”重新走上舞台，但当消费者开始关注充电宝和共享单车的租赁价格时，或许会怀念那些免费的“快乐时光”。

对于涨价，有分析人士表示，共享经济集体涨价的原因在于其本质上的租赁模式，通过网络扁平化了的渠道后，还是需要靠租金来维持生存。此外，共享经济的本质是提高资产使用率，无论是共享单车还是共享充电宝，想要盈利到最后一定是涨价，一定要回归到最传统的商业模式——出租。不过，涨价不是共享经济的“救命稻草”。共享经济企业应在合理布局、不增加用户负担的情况下，寻找一个更加科学合理的盈利模式，除了要增加共享商品的使用频率，增加收益之外，共享经济企业也可以与其他企业合作拓展广告、金融、资讯等业务，在尽快收回成本的同时实现盈利，使用户和企业实现双赢。

## 业界快报

2020年上海文创产业总产出逾2万亿元

## 在线新经济已成上海文创产业发展引擎

新华社上海3月31日电(记者孙丽萍)记者从31日举行的上海市文化创意产业会议上获悉，2020年上海文化创意产业发展稳健，全年实现总产出20404.48亿元人民币。

其中，互联网和相关服务业、软件和信息技术服务业逆势上扬，分别同比增长18%和12.5%。在线新经济已成为上海文创产业发展引擎。

尽管受新冠肺炎疫情影响，2020年上海文化创意产业部分行业收入大幅下滑，但与数字有关领域发展势头十分强劲。在网络文化产业板块中，移动游戏、网络视听、数字阅读等新业态纷纷实现“井喷式”增长。

2020年，上海游戏业实现销售收入1206亿元人民币，同比增长50%；网络文学销售收入115亿元人民币，同比增长37.7%；美团点评、喜马拉雅、小红书、哔哩哔哩等头部互联网企业快速发展，拉动互联网生活服务平台实现总产出1435.90亿元人民币。

根据《上海市促进在线新经济发展行动方案(2020-2022年)》，上海将加速推动在线新经济的资源集聚，建立两大在线新经济生态园，布局远程办公、在线教育、在线设计等12个重点领域应用场景。

## 打造全国数据交易探索新样板

## 北京成立国际大数据交易所

3月31日，北京国际大数据交易所正式成立。这是国内首家基于“数据可用不可见，用途可控可计量”新型交易范式的数据交易所，标志着北京数字经济开放发展上迈出了新的一步，对于打造全球数字经济标杆城市具有重大意义。

据介绍，新成立的北数所将以数据使用价值为基本交易对象，从技术、模式、规则、风控、生态等5个方面，进行全新设计，着力破解数据交易的痛点，打造全国数据交易探索新样板。

仪式当天，北京数据交易系统成功上线，这是基于区块链和隐私计算技术支持的全链条交易服务体系，将为市场参与者提供数据清洗、供需撮合、法律咨询、价值评估、权属认证等专业化服务。(贺勇)

## “阿姨来了”与山西隰县妇联合作打造“隰州月嫂”

3月31日，“阿姨来了”乡村振兴战略发布暨隰州月嫂欢迎会在其北京总部举行，百名赴京培训的隰州月嫂共同参加了活动。

活动中，“阿姨来了”创始人兼CEO周袁红发布《“阿姨来了”乡村振兴战略》。周袁红表示，“阿姨来了”助力乡村振兴的愿景，就是全力帮助已脱贫的阿姨不返贫，帮助想致富的阿姨奔小康。在未来五年，将助力“隰州月嫂”等10个劳务品牌、援建10所阿姨大学、建设10所乡村日间照料中心、推出从农田到餐桌10个品类的绝活精选，不断巩固脱贫攻坚成果，助力乡村振兴。

隰县位于山西省临汾市西北边缘，历史悠久，素有“河东重镇、三晋雄邦”之誉，百名隰州月嫂将在阿姨大学接受为期8天的家政培训和就业指导，提升专业技能，实现就业创业。(周韵曦)

## 资生堂中国女性领袖圆桌论坛在上海举办

3月25日，资生堂于上海举办了一场内部沙龙活动，通过女性领袖论坛和辩论赛的新颖形式，赋予女性员工更多自信和能量。活动中，资生堂还向偏远地区的女性基层工作者捐赠物资，继续传递公益爱心。

据悉，目前资生堂(中国)投资有限公司的女性在管理层中的占比已经达到了65%。此次论坛邀请到资生堂中国三位代表资生堂中国区对外事务副总裁中原杏里、资生堂中国区首席数字官陈怡、资生堂中国事业创新投资室高级副总裁周涛声。三位女性分别就职业经历、挫折与收获、工作与生活等女性员工关心的话题展开对话，分享自己的成功经验和所思所感，鼓励员工美丽自信、乐观积极。(李雪婷)