

# “内容爆款工厂”是如何炼成的？

古麦嘉禾创始人于爱山：带领团队做短视频内容创作的“领头雁”



对话 **创业者**  
系列报道⑦

古麦嘉禾的工作人员在拍摄视频。受访者供图

有网友称，“抖音网红千千万，山东青岛占一半。”青岛占的这“一半”里，很多来自青岛卓越世纪中心，其中就有短视频公司“古麦嘉禾”。数据显示，古麦嘉禾抖音平台矩阵粉丝量超7亿、快手粉丝量5亿，全网粉丝量近15亿，已成为国内短视频第一供应商，旗下的“千万级大号”有十余个，“百万级大号”有近百个。能打造出这么多的爆款IP，古麦嘉禾创始人于爱山有什么创业秘诀？近日他向记者分享了他的创业故事。

## 抓住每一次风口迎难而上

当前，新业态、新模式、新产业正不断释放经济发展的潜力和动能。而在十多年前，还在上大学的于爱山就已经看到了新时代就业创业形势的变化，成为改变国家未来的鲜活力量。

“我创业是从大学开始的，从最初的QQ空间，到豆瓣、知乎、人人网。”于爱山说的这些社交平台是很多“80后”难忘的青春回忆，深入参与其中的他，又比同龄人有更多深刻感受。“那时在人人网公共主页，我利用业余时间给广告主做视频推广，赚取一些零花钱，也算尝到了甜头。2011年，我遇到了现在的合伙人，我们一拍即合，决定一起创业。”于爱山说，2012年微信公众平台兴起，他们的公司迅速切进这个赛道，也将人人网上的内容迁移到新平台上，并积累了第一批粉丝。

到了2016年，情景搞笑剧、职场剧爆火，随后抖音、快手等平台崛起，于爱山敏锐地感觉到短视频风口来临，凭借在短视频制作方面积累的经验，他带领团队开始了新的征程。两年后，他们的公司有了新的名字——古麦嘉禾，旗下200多个账号形成了短视频矩阵，包括几十个类别，涌现出像“名侦探小宇”“山村小杰”“街头马克”“他是子豪”“张雪峰老师”等众多IP项目，位居国内MCN前三名，旗下的达人也多次上榜抖音和快手的达人排行榜。

这个行业瞬息万变，从受众口味到作品形态，从平台兴衰到行业布局，对创业者来说，不前进就意味着后退，总是要抛开以往成绩冲出舒适区，去迎接下一场巨变与挑战。“2021年网络微短剧开始兴起，因为第一个做网络微短剧的平台是快手，而我们公司又是快手的第一MCN，所以我们迅速进军这个赛道。古麦嘉禾本身就是一家偏剧情类的MCN，所以我们有做短剧的天然优势。”

于爱山告诉记者，“2023年7月，公司又闯进了付费网络剧赛道，组建了全新的专业团队，如今正好做了一年多，因为成本太高，上个月才刚开始不亏钱。”但于爱山始终乐观向上、斗志昂扬，他透露，“这是一个好势头，我们会坚持做下去，并且付费剧也将是接下来公司最核心的业务板块之一。”

## 编导是核心 内容是王道

从于爱山梳理的创业历程不难看出，他们公司的发展与整个新媒体行业的发展是同步的。每次转到一个新赛道，他为何会笃定前行？会有疑虑吗？于爱山很肯定地说，“当确定了要转到下一个方向的时候，哪怕最终失败了，我们仍然会坚持走出这一步。”从“文字”到“图片”再到“视频”的一次次转变，得益于始终扎根在一线，在内容创作的赛道深耕，然后接受变化、不断学习、坚持下去，他们最终实现预期。

2012年公司在青岛创业，但隔年搬到了北京，那也是公司面临的第一个挫折。不过在北京，团队经过努力也打拼到了微信公众号行业公认的影响力第一。直到2018年再回到青岛，古麦嘉禾正式落地青岛卓越世纪中心，并且以开拓性的勇气专攻短视频领域，那些从公众号小编做起的团队成員也成长为短视频编导。

2018年5月20日，古麦嘉禾迎来了第一个“大爆发”。经过前期筹备，于爱山和团队在“5月20日”这个特殊的日子推出了“山村小杰”IP，这个被称为“抖音鲁班大师”的小杰，每天靠着一双巧手为他心爱的姑娘制作婚纱、戒指等充满爱意的礼物。第一期视频推出，就获得120多万的点赞量，而“山村小杰”推出的前十期视频，每期播放量都不低于5000万，这在圈内引起热议。

“公司最核心的就是导演和编剧。编导是整个团队的负责人，有权决定整

个流程以及利益分配。比起观众看到的视频里的达人，幕后的内容创作者更有价值。”于爱山说。

“团队整体收益比较均衡，编导、编剧、摄像、剪辑等工作人员都与网络达人一起参与分成，我们本身是依靠内容的团队，网络达人知道走红不是靠自己，而是靠团队。”于爱山说，正是因为对内容的重视，团队才能制作出那么多的爆款视频。

## 创业要凝聚团队力量

古麦嘉禾有很多数据分析师，每天会对各个平台上的爆款视频进行拆解，分成二三十段去分析，然后从中寻找灵感，做自己的原创内容。在于爱山看来，一个好的IP的出现，一定是前期仔细打磨的结果，无论是剧本、创意还是拍摄都容不得一点马虎。为了做出好内容，他要求团队成员每做一个新栏目，第一期视频必须拿到30万至50万的粉丝量，也正是这种高标准、严要求和精细化运作，成就了古麦嘉禾。

于爱山说，“公司从最开始的几个人，到十几个人，再到现在的五六百人，每位前辈都对新员工给予足够的关怀、帮助，让年轻人成长迅速、工作高效轻松。”公司内部孵化了十几个内容制作团队，规模最大的一个有90多人，最小的团队也有10个人。对于优秀团队，公司鼓励年轻人成立独立公司，放手让年轻人发展。

于爱山介绍，公司除了制作剧情视频，现在也有很多尝试，如影视综艺、短综艺、美妆类视频、母婴类视频等，在微短剧领域会继续跟进，他们的目标是成为微短剧领域的头部企业。

社会对新媒体行业接受度越来越高，一个头部新媒体公司既是城市文化价值的积极构建者，也希望在城市里得到扶持和认同。于爱山表示，青岛的创业环境很好，尤其在市北区CBD这块“风水宝地”有新媒体企业聚合优势，有一系列利好政策、补贴和服务，这有利于吸引人才和企业的发展。

## 随时应对行业新挑战

记者：如今短视频“小白”想要在这个领域创业，您有什么建议？

于爱山：对于新的创业者进入这个赛道，我是持保留意见的。现在整个市场有一定的饱和度，而且门槛越来越高。不过，当然也可以去尝试。前提是，首先要有极强的兴趣爱好，其次要有足够的资本可以闯进来。

我的建议是，创业初期做得越简单越好，步骤越少越好，只需要去专攻某一个细分的赛道，把这样一个垂直赛道做精了之后再进入下一个赛道，这样也是低成本试错，对时间、金钱的投入都能承受。

记者：在创业中每次遇到挑战时，您是怎么应对的？

于爱山：在困难阶段，其实我们几个合伙人是有些痛苦的，但大家还是要一起相互打气，彼此鼓励并坚定信心。为了迎接挑战，我们不断向外地一些同行和企业学习，过去的这一年是我学习最刻苦的一年，也是出差最频繁的一年。

我们需要随时应对行业的新挑战，我们做好内容的核心一直没变，这也是克服困难取得成功的关键。

本版撰稿 观海新闻/青岛早报 记者 杨健



扫码观看相关视频