



“上街内急有木有? 内急找不着厕所所有木有? 现在开始你表烦喽! 只要你拥有安卓或者苹果手机, ohbaba帮你高科技定位, 随时随地找到洗手间! 有用得一米哎!” 一个月之前, 南京不少智能手机用户在自己的软件下载栏中发现了一个免费软件“噢粑粑”, 并被它幽默的“自我介绍”所逗乐。而在这款解决“刚性需求”软件的背后, 则是南京7个平均年龄只有20多岁的创业人员。苹果iphone之类的智能手机兴起之后, 为这些智能手机开发软件成了技术青年创业的一个绝佳选择。在“噢粑粑”之前, 南京的另一群年轻人开发的手机交友软件“飘信”早就上线。而像他们这样的创业者还有不少。

□快报记者 刘芳 实习生 李洁

南京年轻人掘金智能手机应用平台

找朋友找厕所的小软件都有了

»背景知识

苹果公司在推出iphone智能手机的同时, 也推出了“App Store”, 即应用商店。对手机用户而言, 这是一个下载中心, 可以在上面下载免费的或购买收费的手机软件。而开发者可以将软件放到这个商店进行销售, 而根据协议, 作为“店主”的苹果可以跟开发者“三七分账”。这种模式随后被广为效仿, google旗下的Android系统有“Android Market”(安卓市场), 黑莓系统有“App World”, 诺基亚有“Ovi Store”。不少并没有自主智能手机系统的厂商, 甚至电信运营商也推出自己的应用平台。

人有三急 一个有点“促狭”的创业点子



某个风和日丽的下午, 你正在兴致勃勃地逛街, 忽内急, 急需厕所而不得。又或者某个秋风送爽的上, 你在某商场厕所门外突遇“三急”, 只可惜他人在里面, 你在外面……如厕难是生活中司空见惯的问题, 但又是一个提不上台面的话题。但就是这样, 这样一个看上去有点不登大雅之堂的生活问题, 搭上移动互联网快速发展的顺风车后, 成了一帮南京小青年们的创业项目, 并预备在这片沃土中淘到第一桶金。

钱婧介绍, 他们的创意团队——南京爱西柚网络科技有限公司早在今年年初时就成立了。7名元老中, 年龄最大的是1977年的, 其中有4人都是80后, 属于“创意一族”, 但之前的创意都太大, “噢粑粑”是第一个切口小的产品。虽然有点促狭的意思, 但是这款软件的实用性毋庸置疑。通过手机的GPS定位, 你就能发现你周围最近的厕所, 你急的时候能够快速朝目标奔过去。

“噢粑粑这个创意来得太随意了。”提起“噢粑粑”项目的产生, 产品经理钱婧忍俊不禁。“那是5月前后, 我们团队的7个人在一起头脑风暴, 想找个项目, 有跟跟夜生活有关的, 有跟跟狗屎有关的, 我们总监一拍桌子说要不围绕公共厕所做。他的提议得到了大家一致认同, 我们于是就想了这么一个找厕所的点子。”

经过两个多月的艰苦奋斗, 7月6日, “噢粑粑”问世, 提供南京地区的厕所信息, 发布首日下载量破千。如今, “噢粑粑”全国版已推出, 除了公共厕所外, 其他常被“蹭”之地如KFC、麦当劳、商场等地也逐渐成为“噢粑粑”的定位目标。截至上上周, “噢粑粑”下载量突破2万, 创业团队也从最初的7人拓展到了21人, 最小的是90后。

移动金矿 创业新军行业大佬扎堆上



“飘信”创业团队

“噢粑粑”并不是独行侠, 在南京它有不少同伴。早在一年前, 两个80后青年郑伟杰与郑德舜带领几个80后的伙伴一起开发了“飘信”软件, 致力于搭建基于地理位置的社交网络。“能帮你快速找到附近的朋友, 比如结识同住一个小区的邻家MM, 同一栋写字楼里面的校友……”同样是在一年前, 1986年出生的朱成在仙林大学城成立了南京淮拓信息科技有限公司, 一边自己开发手机应用软件, 一边为一些移动互联网公司提供软件外包服务。据朱成介绍, 南京围绕移动互联网创业的团队并不少, 但这样的团队更多集中在上海、北京、苏州等资金状况与政策扶持都相对成熟的城市。

大亨们也纷纷转战新领域。集互联网大佬与天使投资人等身份于一身的雷军曾公开表示, 早在2005年时就看好移动互联网, 移动互联网比PC互联网大10倍。“现在正是移动互联网创业最好的时代。”

此外, 近期不少互联网高管辞职进军移动互联网, 比如酷6网CTO赵亮离职时透露, 正在筹备的创业项目是一款以视频+SNS为核心的移动应用。

嗅觉灵敏的VC/PE们对此行业涌现出来的好企业也“竞折腰”。清科研究中心最新数据显示, 2011年上半年, 已披露的中国移动互联网投资案例为31起, 其中披露金额的24起案例总投资额为3.18亿美元, 远超过2001年以来历年全年情况。清科CEO倪正东还曾表示, 现在最热的投资行业是移动互联网。“我们投资人, 爱死移动互联网了。它是一个巨大的金矿。”



据易观国际2011年6月监测显示, 国内整体应用商店数量仍保持高速发展。尤其是对于苹果App Store中国区来说, 国内应用数量已经达到37万之多, 相比5月仍有7.7%的增幅。另一方面, 谷歌Android Market中国地区的应用数量从14万增长到15万, 增速也达到了7.1%。

资料图片

行业风险 大多数团队都还没赚到钱

炙手可热的移动互联网创业热情背后是广阔的市场。专业的市场调研机构iSuppli 5月发布的数据称, 预计2011全年移动互联网这一市场规模将达38亿美元。其中, 苹果App Store一家的应用收入2011年就将超过29亿美元, 占据全球移动应用市场总营收的76%。而按照苹果公司与第三方软件企业3:7的分成比例, 如“噢粑粑”“飘信”这样的第三方软件企业将有20亿美元的市场, 空间不可谓不大。

但光明的“钱景”并不等于现金立马就能装进创业者的兜里, 因为多数第三方软件创业团队目前都是采取免费模式。“虽然项目目前运转很好, 但不会想到今年就要赚钱。”“噢粑粑”产品经理钱婧介绍, 到8月10日, “噢粑粑”在App Store中国区生活类已进入了前20, 成绩远超当初的估计, 但公司目前并未打算靠“噢粑粑”赚钱。“资金固然重要, 但现阶段只要资金能维持日常开销, 我就愿意坚持免费, 先把用户基础与活跃度做好。”

持有相同意见的还有“飘信”CEO郑伟杰, 他很好看腾讯的模式。“腾讯是做远距离即时通讯, 而飘信是基于地理位置来交友的手机软件, 我们抢占的是腾

讯留下的空白领域, 所以可以借鉴腾讯的模式, 先免费, 等用户保有量做到一定程度后再考虑盈利。”郑伟杰表示, 虽然目前“飘信”有60多万用户, 但社交类用户积累是个长久的过程, 未来两到三年都是产品的推广期, 等用户数达到千万级以上时才能考虑赚钱的问题。公司已经得到了中兴通讯的投资, “现在也在跟一些VC/PE谈。”

这样的免费模式虽然“钱途”光明, 但也让业内人士看到了风险。“目前这个行业不赚钱, 原因之一是行业还比较新, 许多配套还未成熟, 例如, 上网速度、上网资费、支付方式, 还有硬件标准不统一、智能手机普及率低等问题。”一市场人士表示, 中国人的互联网消费习惯还未形成, 许多产品都还没到收费的阶段, 所以整个手机软件行业的发展面临着许多瓶颈。这一说法得到了钱婧的认可, 她表示这个产业大部分公司不赚钱, 不知道怎么赚钱。“不过, 中国手机保有量很高但渗透率不足, 说明手机行业的发展空间相当大, 加上中国人的消费冲动比较高, 资本也越来越疯狂, 一旦障碍性问题解决了, 那智能手机会像泄洪一般普及, 移动互联网的春天会到来。”

»延伸阅读

模式之争 直接收费 还是卖广告?

尽管“钱景”还未转化为现金, 但从更大的背景看, “飘信”与“噢粑粑”似乎代表了移动互联网的发展模式。目前开发手机应用的盈利模式大致有三种: 一是直接付费下载, 与苹果这样的“店主”分成; 二是增值模式, 即免费下载, 付费购买增值虚拟货币, 道具等; 三是广告, 即在软件中植入广告, 向广告主收费。

研究机构Flurry调查了今年1月份和6月份苹果应用商店中的收入排名前100的应用, 发现了以下结果: 1月份的时候, 该榜单上排名前100的应用中有61%的收入来源于付费模式(即下载付费), 39%的收入来源于免费增值模式; 而到了6月份, 这一数字完全颠倒过来, 付费模式和免费增值模式的占比分别变成了35%和65%。付费模式产生的收入开始大大落后于免费增值模式。

钱婧介绍, 在“噢粑粑”后续的升级中, 团队会计划加入一些厕所产业的冠名广告、植入广告等开拓收入来源, 保证团队开发的可持续性。“公共厕所的门口常常有一些医药如治痔疮的广告等, 等我们基础牢了, 可以考虑为这些相关产业链做广告来盈利。”再朝后发展, 可以拓展一些新的类似小应用, 比如在手机上找菜场、找超市、找ATM机等便民信息, 复制同样的模式。与“噢粑粑”的广告不同, 飘信CEO郑伟杰在增值服务上动脑筋。“我们产品发展的第一阶段是把移动互联网上搭建起来的社区与现实生活的社区对接, 为用户提供美食搜索、商业信息等服务。等用户数量、密度达到一定阶段后, 可以推出如QQ秀、QQ币、虚拟礼物等增值服务。”

2011年6月中国各应用商店应用数量及增速

