

■ 本版撰文 本报记者 陶海青



从《愤怒的小鸟》飞出笼子的那一刻起,一场基于移动互联网应用的创业大战便拉开了序幕。

回眸2012年,随着智能手机的普及,移动互联网获得了爆炸式的发展并经历了重大转折。在这一年,手机首次超越台式电脑成为第一大上网终端。

工业和信息化部最新发布的2012年10月通信业运行状况数据显示,1月至10月,全国移动电话用户累计净增10916.3万户,达到109541.6万户。移动电话用户中,3G用户净增8399.1万户,达到21241.5万户,移动用户渗透率由上年末的13%提升至19%。

这些数字表明,移动互联网用户和终端量在2012年仍在高速增长。与此同时,移动互联网创业仍是今年的热门话题:微信、陌陌、唱吧备受关注,唱吧更是演绎了又一个“一夜成名”的故事。但另一方面,移动互联网创业之路举步维艰:同质化竞争加剧,推广成本攀升,盈利模式尚未清晰……

但从潜力来看,移动互联网是未来几年内最具投资价值的领域。2012年是移动互联网创业蓬勃发展的一年,而2013年或将是移动互联网创业大浪淘沙的一年。

迎来最好创业时机

移动互联网的火爆,令越来越多的创业者涌入了这一领域,以移动应用开发为代表的创业模式不仅为移动互联网带来了勃勃生机,同时,也宣告了新一轮创业大潮的到来。

事实上,早在今年6月底,中国互联网络中心的数据就显示,中国网民数量达到5.38亿,其中手机网民达到3.88亿,台式电脑网民为3.80亿,手机首次超越台式电脑成为第一大上网终端。

对此,创新工场董事长兼首席执行官李开复乐观地认为,移动互联网是目前最好的创业平台。理由有三点,第一,中国巨大的市场和手机用户;第二,手机价格会快速下降;第三,移动互联网创业成本将会降至历史新低。

与过去动辄千万美元的硬件开发和动辄百万美元的软件研发相比,移动互联网创业只需要几百万元人民币,10个人的创业团队已足以打造优秀的移动互联网应用。

“移动互联网在内地是低成本、高回报的产业。4年间,内地智能手机用户从几百万迅速发展到今年的两亿,预计到明年底可能达到5亿。这个市场成长就是这么迅猛。”李开复曾在“百创沃3G原创APP创业大赛”开幕式上鼓励广大年轻人抓住创业机遇,尤其是在移动互联网飞速发展的这几年。“中国大陆3G市场将要爆发性起飞,网络创业潮才刚刚开始,年轻人创业的动机非常强,全世界少有匹敌。未来,移动互联网将取代社交的功能,人们交朋友、找配偶的方式,都将跟现在不一样,花掉的每1块钱都与移动互联网有关。”

不久前,“百创沃3G原创APP创业大赛”总决赛在京落下帷幕。此次大赛由百事中国、中国联通和创新工场联合举办,旨在给中国年轻创业者提供一个开放式的创业平台,支持原创APP应用作品,并孵化中国自己的Facebook创业型企业。

此次大赛一等奖花落唱吧团队。唱吧实际上是一款具有社交属性的K歌应用,今年5月底发布后的3天就冲到了App Store免费金榜的前十名,第四天冲到第一名。

在三元桥第三置业大厦中一间不足90平方米的唱吧办公室里,创始人陈华告诉记者,创业是一种人生经历。创业不仅提升了个人的人生价值,也提升了唱吧的商业价值。目前,唱吧用户增长很快,已经达到千万量级。未来,唱吧可能通过K歌比赛等方式实现商业化,发展空间巨大,还有很多新的方向可以尝试。

墨迹天气CEO金犁则表示,作为纯工具类应用,墨迹天气已经通过交叉推广平台(广告)的方式实现一些收入,未来将尝试一些品牌广告的投入。

遭遇盈利和推广难题

“严格来说,上述商业模式其实还没有成型。

编者按:《愤怒的小鸟》的开发成本仅为10万欧元,迄今已为Rovio公司赚了5000万欧元,它的成功刺激着无数中国应用开发者怀揣“小鸟梦”,甘冒风险飞向移动互联网开发领域。在2012年,中国移动互联网创业如火如荼,创业者都梦想成就下一个“愤怒的小鸟”。

然而,从某种程度上说,《愤怒的小鸟》的成功是不可复制的。开发出与小鸟相似的游戏只是万里长征的第一步,接下来如何推广游戏将更加艰难。而对无资金、无经验、无人脉的中国移动互联网草根创业者来说,他们没有资本和筹码去赌,如何活下去将是严峻的考验。

2012年移动互联网创业冰火两重天

连微博和微信都没有找到适合的商业模式。”触宝科技CEO王佳梁坦言,在中国,商业模式并不是创业者谈论的O2O等概念,包括触宝目前赖以盈利的海外市场,从长远来看,也不是一个稳定成熟的模式,广告、优惠券只能帮助移动互联网创业者度过寒冬。

目前,中国移动应用市场有三种现金来源:用户付费、传统广告和风险投资。

中国的移动互联网用户普遍付费意愿不高是显而易见的,而移动广告模式看上去也不是那么美。据知情者透露,App事实上是为推广本身而进行的广告投放,貌似一片繁荣,其实都是“圈内人”自己在玩。另外,风险投资的大门也在关闭。据艾媒咨询数据显示,2012年上半年,国内移动互联网创业获得融资的案例是18起,较去年同期下降44%。

另据《首届中国移动开发者调查分析报告》的数据显示,国内目前能盈利的开发者占比仅为25.2%,移动应用的开发年收入在1万元以下的为34.7%。由于未有成型的商业模式,移动互联网创业团队6成以上亏损,大多数移动创业者无法赚钱,仅有少部分移动创业者能获得少量收益,能做到一定规模的更是寥寥无几。

除了盈利难题外,应用产品推广也是一件棘手的事。App Store(销售应用程序的网上商店)是创业者的乐园,但并非一片净土。对开发者来说,能否令刚开发出的应用进入App Store排行榜前列是关乎自己命运的大事,因此,开发者会想尽各种办法提升排名,比如做广告等。但在App Store中刷排名已经是公开的秘密,TOP200中接近30%有刷榜嫌疑。

显然,无资金、无经验、无人脉的中国移动互联网草根创业者没有资本和筹码去赌,“为手机生,为Pad死,为开发奋斗一辈子;吃厂商的亏,上谷歌的当,最后死在盈利上。”这是草根创业者自嘲的微博笑料。

虽然很多移动创业者都梦想成就下一个“愤怒的小鸟”,但在竞争日趋激烈的情况下,这种梦想对大多数创业者而言,无疑是一个遥远的梦。

2013年行业或将洗牌

然而,移动互联网始终是座巨大的宝藏,依然吸引着无数人甘冒风险。

从2009年起步,经过2010年和2011年的两年爆发

式发展,移动互联网创业的“纯真年代”在2012年将趋于结束。

在2012年,巨头发力对移动互联网创业公司形成巨大压力。以腾讯为代表的巨头正在进行全面的软件布局,腾讯已推出几十款覆盖各个平台的App,涵盖了社交、浏览、订阅、输入、同步、安全、音乐、游戏、阅读等领域,以强大的资金、渠道和人才优势与大批创业者直接竞争。同时,百度、阿里巴巴、奇虎360、盛大公司等也竞相抢占移动互联网的入口。

分析人士认为,App开发者赚不到钱,风险投资骤减,同质化严重,再加上巨头参与竞争,移动互联网行业在明年将面临大洗牌。事实上,国内应用商店估值较去年已大幅下降,超过50%已消亡,同时,网页模式的冲击让App繁荣的背后隐藏了巨大的危机。

正如天使投资人蔡文胜在微博上所言:“微信的普及和使用频率之高,将让现在50%以上的APP应用变得没有存在价值,整个移动互联网应用进入重新布局阶段。”

一直以来,手机App市场容量被认为将是PC市场的几十倍,这是因为手机规模远远大于PC规模。然而,这个推理并不成立,理由是PC应用和网页能够凭借流量变现模式生存,这是PC市场的基础;但在手机上做广告未得到普遍认可,同时效果检测体系不完善,导致移动互联网流量变现难。

一个不争的事实是:手机App开发者绝大多数都没有获得收入,创业者没钱赚,如又无风投,很难坚持做下去。

对此,王佳梁坦言,2013年移动互联网或面临大面积倒闭,目前,移动互联网创业者满怀理想,看好这个行业,但是最重要的是要让自己活下去。



中国互联网需要再创业

“未来,移动互联网产业规模将达到桌面互联网规模的10倍。”国家发改委副主任张晓强公开表示,“5年左右就能实现这样的水平。”

但这个数字或许只是一个最保守的估计,移动互联网技术不是简单的上一代互联网技术的延伸,而是对上一代互联网技术的颠覆性改变。更重要的是,无论它的规模有多大,正在兴起的移动互联网都意味着一种新思想、新产业形态和新商业模式,并将以其强大平台功能驱动未来全球经济增长。

未来15年至20年,移动互联网包括云计算将成为世界经济发展的新动力,这已是共识。

在移动互联网的前景已经非常明朗的大前提下,虽然中国移动互联网创业目前还没有清晰的商业模式,但是资本市场已认可了移动互联网的崛起,从这个角度来看,大部分创业者不会迅速消亡。

更为重要的是,中国作为拥有最多互联网用户和智能手机用户的国家,正在成为最大的移动互联网市场,苹果商店在中国拥有最大规模的下载量。与桌面互联网时代相比,中国在移动互联网上具备了更多的发展优势,但从长远的战略层面上审视,中国移动互联网最缺失的是创新精神。

一个不争的事实是:在中国移动互联网领域,存在严重的抄袭现象,创业者不仅抄袭国外模式,而且同行之间互相抄袭。App开发者以小团队居多,收入很少,平均活跃期仅为三个月,总体生存压力大,而且这与用户付费习惯、付费渠道和付费模式无关。究其缘由,主要是其产品缺乏创新,创新才是未来营销的制高点。

创新工场合伙人王肇辉曾无奈地表示,创新工场的孵化企业现在都很低调,之所以故意隐藏,是因为外部环境太恶劣,一个新的模式公之于众,抄袭者随之而至,尽管创新工场里的项目也不都是原创的。

回望来路,在PC时代,中国没能在全球首创出某项技术。截至目前,中国仍然没有诞生向全球贡献技术甚至面向全球制定游戏规则的伟大企业。

在移动互联网时代,其核心不是手机,而是平台和平台之上的内容。美国早已通过占领操作系统和应用商店等环节,掌控了基于移动互联网上的应用开发和销售管理。目前,中国的创业者所能做的是在美国企业制定的移动互联网开发应用规范之下进行创新,是在美国开发的平台渠道之上进行销售。这意味着美国企业在做平台级和标准级的创新,而中国只能做产品级和功能级的创新。

除此之外,创业者还不得不面对另一个现实:中国的移动互联网企业一直是在迎合市场的需求,却忽视了产业最大的价值在于能够创造市场需求。而乔布斯做到了,他用自己的产品创新创造了市场,创造了消费群体。正如乔布斯的经典名言:“领袖与跟风者的区别在于创新”,是创新的精神成就了苹果公司。

可见,中国移动互联网产业与国际巨头相比存在明显差距。面对内外压力,中国互联网产业需要再创业,需要再次从零开始,从基础研发做起,并找到后发优势。中国必须在移动互联网领域建立良性市场秩序,完善创业投资机制,真正回归创业本质。

记者手记:

这次采访到的许多人都是一些年轻新面孔,有的甚至没能记下他们的名字。

他们怀揣梦想打工。之后,停下了漂泊的脚步,开始构筑改变命运的蓝图,开始为自己的创业梦打拼。他们白手起家,在创业初期,一人就能包揽了所有职务,他们充满热情和激情,在电脑前通宵达旦地工作,可以说酸甜苦辣,冷暖自知。

创业,对移动互联网的年轻人来说,有时是一个既时尚又无奈的选择。那是一段令人回味的人生经历,时时在考验着创业者的胆识与勇气,

也在考验着他们智慧和耐心。那还是一段必须耐得寂寞与磨难的身路与心路双重历程,在途中还会遭遇遍体鳞伤,在心中留下一种隐隐的痛。

他们中,有人已经无奈地离开了,有人已经淡忘了曾经的梦想,也有人还在想尽办法突破云层,还有人似乎已守得云开见月明。但他们从未后悔过,现在生意难做,创业可以令一个不成熟的人变得成熟。

毋庸置疑,创业,对他们把握产品定位、融资,甚至是处理团队关系都是一种历练。成功了,创业自然具有意义的;失败了,也是一笔无形的财富。即使是失败的创业经历,也依然是一个创业者进入大企业的敲门砖。

