

# 极致前沿科技 创造智能穿戴体验

创业新苗

如果说二十一世纪的前15年是手机的时代,那么无疑接下去的15年将是智能穿戴的时代。上海卓旗电子科技有限公司的创始人刘超,就是当下开拓智能时代的先锋者之一,他希望用极致的科技创想,带给用户灵犀相通,心随意动的智能生活体验。

青年报记者 陈颖婕

## 首款产品两月内销售1万台

2013年,智能硬件刚刚起步,被提出多年的物联网逐渐得到细化,智能穿戴和智能家居市场开始火爆起来。互联网时代,电脑为主要的载体;移动互联网时代,手机为主要的载体;而智能硬件时代,已经没有一个集中的载体。

在刘超看来,大而全的产品思路已经过时,以解决问题为出发点,做小而美的设备,逐渐渗透到日常生活的方方面面,在未来将有巨大市场。而智能硬件有许多方向,且没有统一标准,这就意

味着创业团队和大公司都站在同一个起跑线上。所以,刘超选择创业,进入智能硬件领域市场。

一直以来,刘超都坚信,颠覆并不是要改变用户的使用习惯,而是要通过颠覆的方式让大家接受一种“新”的设备,让消费者耳目一新。就像特斯拉汽车一样,它并没有改变用户驾驶习惯,而是通过在动力和人车交互形式上的创新,让市场产生了一种“新”的东西,一款具有“革命性”的汽车。

2013年底,上海卓旗电子科技有限公司成立了。初期,公司就成功拿到了浙报传媒数百万元的天使轮融资,作为创业的启动资金。当时的公司成员仅有4人,经过三个月的努力后,第一款智能电视机顶盒产品“边锋云端娱乐中心”正式亮相,并在随后的两个月内,快速收获了1万台的销量,公司也开始实现盈利。两个月后,公司又成功进入海尔的供应商体系,成功研发 iSeeBox 产品,并进入海尔的各渠道销售。

## 融资众筹都只为产品服务

由于前期推广品牌花费了不少资金,公司的现金流遇到问题,资金开始吃紧。于是,刘超和他的团队启动了第二轮融资,凭借出色的产品及坚定的创业理念,他们又获得了张江集团的A轮融资。

目前,刘超将智能运动检测往更刚需的方向走了一步,推出了小T智能运动鞋,引起了市场的广泛关注。在淘宝众筹上,截至目前,一个月的时间内,众筹额度已达到447万,共销售鞋子45000双。

创业这一路走来,刘超认为,及时调整思路 and 方向,在创业过程中尤为重要。“做对的方

向,一旦在经营过程中发现有不对的地方,就要马上转型,如果当初我的公司没有转型,可能就‘活’不过2015年了。”刘超还认为,坚持、专注也是创业过程中,不可或缺。“当时我们在做手环时,市场中的各类产品可谓一片混乱,无数人给我们泼冷水,但是我们看到了手环背后的东西,还是一直在努力坚持,并有了如今的发展,所以我们现在的产品已经延伸到鞋子,以及之后我们要推出的智能手表。”他觉得,创业中精力不能分散,所有的产品都要围绕核心产品展开,这样才能把产品做得更好、更精。



## 产品转型更加贴近消费市场

很快,刘超发现为别的品牌做产品,虽然可以为公司获得较好的现金流,但是由于模式固定,增长缓慢,导致融资困难,公司发展遇到了瓶颈,业绩得不到爆发式的增长。

于是,刘超开始思索,是否要让公司实现转型?好几个夜晚,他辗转反侧,试着想各种可能做

出的改变。最终,他决定将公司产品转向自有品牌“敏狐”。在激烈的讨论后,他们决定聚焦在智能穿戴方向,并以智能运动检测作为具体的产品方向。

当时,智能手环市场已是一片乱战,包括国际品牌 fitbit、jambone,国内也有小米手环,中间还夹杂着其他创业团队的各种

产品。在分析了市场以后,刘超决定以无感佩戴、无需充电为产品特性,以平民化的价格定位,抢占市场。去年年底,敏狐智能手环正式登陆 Pozible 众筹,由于产品定位和市场非常贴合,上线之初就被包括 CNN 在内的多家知名科技媒体报道。敏狐智能手环也成为 Pozible 众筹的冠军。

## 创业如恋爱 有泪水也有笑声

嗨修 O2O 养车网的创始人兼董事长李得瑜说,他的人生中遇见过三位投资人:他的太太投资了他的生活;他的儿子投资了他的希望和未来;天使投资人投资他的事业。他说,有创业梦想,就要遇见天使。天使,会为你的梦想插上翅膀。

青年报记者 陈颖婕

创业新苗



嗨修 O2O 养车网创始人兼董事长李得瑜(左二)。

## 为企业争得车展豪华展馆

在90后们出生的那个年代,李得瑜得到了人生第一份工作。他进入沈阳金杯汽车制造厂,现在是华晨宝马的工厂。那是他被安排在车间实习,在生产线和工人们一起装配汽车,满身油污和汗水。流水线上,每三分钟就要装出一部车,工作强度非常大。那时每月工资只有67块钱,有时肚子都吃不饱,工厂宿舍便是他的家。当时李得瑜穿的最好的衣服,竟然是工厂发的工作服夹克,他笑言,当时的自己就是一个典型的穷大学生模样。

通过自身的努力,李得瑜在事业上步步高升,在很长一段时间里,他就职于汽车行业的高级管理层,是一名职业经理人,并且创造了许多汽车营销的奇迹。

当时身为克莱斯勒中国市场高级经理的李得瑜,曾有过这样一段难忘的经历。那年,公司决定参加2009上海国际车展,但由于时间滞后,车展展位被组委会安排在了中低端品牌展馆。于是公司给李得瑜下达了克莱斯勒必须进豪华车展馆的任务。那时,和组委会负责人对接的都是各大车企的老大级人物,而李得瑜的身份则是隔着两级的高级经理,他觉得搞定这事希望十分渺茫。

但是,他还是义无反顾地出发了,两次被吃了闭门羹,好不容易见到了,又遭遇冷嘲热讽说:你们克莱斯勒都要破产了,还搞什么车展,白白烧钱。

那天晚上,李得瑜告诉自己:明天再搏一次,这事必须搞定。他的那种不服输的拼劲

来了。

第二天,李得瑜向朋友借了一台新款的JEEP牧马人,他开着车来到了组委会门口,下班时专堵项目负责人,告诉他,车展任务没完成,回去准备辞职不干了。只有一个请求,就是请他让李得瑜用牧马人送他下班回家一次。

项目负责人有点小感动,同意了,于是我开车带他回家,路上聊的还比较轻松,他还主动问这车的性能价格等等。李得瑜不失时机的和他讲克莱斯勒、讲JEEP的历史和优势、讲市场前景等等。快到家时,项目负责人被李得瑜的诚意和拼劲打动了,他说,从没见过想李得瑜这样的车企市场经理。他可以帮忙试一试,看有没有希望换到豪华车展馆。

## 经历了56场路演的“创业恋爱”

现在李得瑜的梦想是通过互联网+的模式改变传统的汽车服务。

去年,李得瑜开始了他的创业路,用他的话来说,要圆多年以来的汽车梦。他找到了很好的合伙人——百度前高管、携程高尔夫项目创始人。他们有一个共同的梦想,就是共同开拓移动互联网时代的汽车服务市场,为广大车主提供更快捷、更低价、更可信赖的服务,用互联网+的模式全新打造汽车服务品牌。

在李得瑜创业初期,为了获得天使投资,需要进行路演,白天见不同的投资人,一天进行五六场路演是家常便饭,晚上回到家中,嗓子哑了,他还坚持向他的孩子进行PPT练习。

李得瑜说,他在和资本天使谈一场“创业恋爱”,过程中,遇到过38家资本,进行了56场路

演。其中有辛酸苦辣,也有激荡和欣慰,这些都将是创业公司的宝贵财富。他们最终获得CID资本的千万级投资,更为可贵的是,他们收获了各路资本的金玉良言和献计献策。

嗨修养车于今年1月正式上线,订单从一开始的每天1单,在三个月内迅速增长到日均10单,如今,公司的日订单已突破200单,日峰值订单近2000。李得瑜认为,从0到1最难最漫长,从1到N到快速增长,这个对嗨修来讲,借助资本的力量,加上精英团队的执行力,客户满意的服务体验,他们已经可以完全驾驭。

嗨修正在努力成为汽车后市场生态系统的开拓者和领跑者。李得瑜说,世界那么大,带着梦想,和你的合伙人同行,找到你的天使,一起去看看吧。