

把36氪放进口袋

下载36氪

36Kr



2016 年，亚洲新晋的 16 家“独角兽”公司

独角兽

译东西 • 22小时前

有些中国公司你可能并不知道它的名字。



编者按：近些年创业公司的“独角兽”俱乐部不像过去那么排外了，每年都会有大量的新兴科技巨头加入进来。在过去的一年，有36个创业公司达到了十亿美元级别以上的估值，相比于2015年的76个，数量上是小了很多。本文选自 Tech in Asia，列举了今年亚洲新晋的“独角兽”公司

根据风投公司CBInsights的数据，在这些“新人”当中，有16个公司来自亚洲。在这个排名中，还有优步，滴滴打车以及Snapchat这种级别的总计179个独角兽公司，这些公司总价值高达6460亿美元，这几乎等同于沙特阿拉伯整个国家的GDP。

这就说得通为什么16年新晋百万富豪大多数都来自中国了。的确如此，16家公司里，有12家都是中国“血统”。



译东西

新锐作者



| 估值：62亿美元



| 国家：中国

这个好像看起来挺奇怪的，最大的新晋独角兽并非一个创业公司。严格来说，如果你来过中国你就知道，在城市的各个角落里都分布着他们的门店，每家店里都挤满了数量不等的销售人员。

他们拥有6000家店铺以及120000名员工，这应该是中国最大的房产中介公司了，通过房主来联系着租客和买家。这家公司其实在2001年就创立了。

但是呢，他们正在融资，而且有自己的软件。公司的名号正在迅速的扩张到每一个城市中，誓要做中国最靠谱的不动产公司。单单在上海，他们就有2万名员工，而且他们的目标已经放眼到现有的22个城市之外了。除此之外，他们还为自己的顾客提供房贷服务。

链家正在融合中国房地产市场的线上及线下资源，这使其不仅仅局限在网络之上。在打造他们的品牌过程中，他们的重点是突出其诚信特质以及密集分布的门店和服务到位的职员，他们的战略也并非没有风险。大量的门店带来的是巨额的杂项开支，而且他们比手机终端的其他同行们收取更高的中介费。

2. 柔宇科技

| 估值：30亿美元

| 国家：中国

这又是一个特殊案例——它是一家在中国几乎没有人听说过的公司。他们生产可伸缩的显示屏和传感器以配合其他公司的电子产品使用。

柔宇科技旗下同样有可穿戴产品，比如配有消噪耳机的头戴VR设备，你可能从来没有见过他们的产品，这是可以理解的。

这家公司在上个月的第四轮融资中得到了8000万美元的资金。这笔资金一举将其带入了独角兽公司的行列当中。

3. 惠民网

| 估值：30亿美元



译东西

新锐作者



| 国家：中国

惠民网，又一个在中国让人摸不着头脑的公司。

这是一个面向小型超市和家庭经营商店的电子商务平台，此平台让他们可以更方便地从供货商手中进货，平台同时具备自己的货仓以及中转中心以加速货物的运送——可以理解为零售商界的阿里巴巴。

他们在九月份融资到了1.95亿美元。

4. Hike

估值：14亿美元

国家：印度

印度版的微信或Whatsapp. 尽管Facebook和Whatsapp率先抢占了印度的社交媒体市场，这个印度本土的创业公司正在靠着一股冲劲和一大把资金进行着还击。

我第一次采访Hike公司的Kavin Bharti Mittal还是2012年在他们的APP刚刚在安卓平台推出的时候，他说印度需要一些本地化的、按印度人手机使用习惯量身打造的软件。那个时候主要的信息交流方式还是发短信。

随着时间的推移，当印度正式进入智能手机年代时，Hike推出了视频通话功能以及像Snapchat那样的实时动态滤镜。

Hike 8月份在D轮融资中得到了1.75亿美元。

5. Go-Jek

估值：13亿美元

国家：印度尼西亚

Go-Jek，一个摩托车界的优步。这是印度尼西亚唯一确认的十亿级别创业公司。今年夏天他们带着5亿5000万美元刚刚加入了独角兽俱乐部。

联合创始人、公司所有者Nadiem Makarim说：“这个软件已经扩展到汽车和部署按需服务，比如食物外卖。上个月我们已经有超过20万辆摩托车和汽车合作者，超过35000个快餐合作商家以及超过

3000个其他领域的服务商。”



6. Shopclues

估值：11亿美元

国家：印度

2011年上线的Shopclues也许名气还不够响亮，但是他们已经瞄准了一个小众市场，在线销售物美价廉的产品。他们着重于销售电子产品、生活用品、家具以及山寨杂牌的衣服，主攻印度的二三线城市用户。

Shopclues于一月的E轮融资中得到1.16亿美元。

7. 猎聘网

估值：10亿美元

国家：中国

在中国并不乏在线求职网站，然而如此充满竞争的市场并没有阻止猎聘网的脱颖而出。

这个网站着重于大公司最有吸引力的职位，这个网站拥有100万注册用户和10万注册猎头。每个人都可以传统方式应聘，公司们也可以借此搜寻优秀的职员。

他们于六月融资1亿美元

8. 掌阅网

估值：10亿美元

国家：中国

这是一个硬件创业公司。掌阅生产电子阅读器和为手机打造阅读软件，并连接着一个电子书商店。

9. Souq

估值：10亿美元



译东西

新锐作者



| 国家：阿联酋

赏



Souq，中东的亚马逊，是整个中东第一个百亿级别的年轻公司。

这一平台拥有上千家供应商、31个大类、超过一百万种产品，其消费者来自阿联酋，埃及以及沙特。它正在成为Namshi的有力竞争者（后者的市场横跨六个中东国家），于二月获得2.75亿美元的创业融资。

10. Mercari

| 估值：10亿美元

| 国家：日本

这是自2008年以来，日本第一个的独角兽级别公司。这是一个在线二手商品交易APP。这个商业形式听起来似乎并不起眼，但是这个卖二手商品的平台比卖崭新商品的亚马逊还要受欢迎。尤其是对于那些想买一些不会长时间使用的产品的人群。而且这个软件比起Craigslist，用户体验不知道要好多少。

这个软件每个月在线交易额达到8800万美元。联合创始人Shintaro Yamada称，这个公司绝了，现在可以达到好几百万美元的利润啊。在这里，对于这种千载难逢可以盈利的创业公司，我们真得找点词来赞美他们。

三月D轮融资7400万美元。

11. 小红书

| 估值：10亿美元

| 国家：中国

三月份获得的一笔资金帮助这个购物APP达到了10亿美元的估值。

这个软件现在拥有1700万用户，中国用户借助这个软件紧跟海外的时尚潮流，每年的消费额达到2亿美元。尽管阿里巴巴统治着中国的电子商务市场，这个创业公司还是建起了一座桥梁，将中国大陆的消费者群体和无法进入中国的海外品牌连接到了一起。。



译东西

新锐作者



| 估值：10亿美元



| 国家：中国

探云智能是中国第一个达到十亿大关的生物科技创业公司——并且在第一轮融资就做到了，四月融到了1.54 亿美元的A轮融资。

这个创业公司掌握的数据比他们拥有的试管还要多。他们正在打造一个健康数据库，所有的健康追踪器的数据都会聚集于此，通过大数据他们可以帮助其他公司研发更加个性化的产品和服务给消费者。

13. 魔方公寓

| 估值：10亿美元

| 国家：中国

当北京等特级城市的房价疯涨到和纽约一个级别时，中国的年轻人应该何去何从？他们其实可以考虑搬去配有咖啡店，健身房和洗衣房的迷你公寓。

魔方公寓只是很多提供胶囊公寓的众多公司中的一家而已。四月份他们融资3亿美元。

14. 优必选科技

| 估值：10亿美元

| 国家：中国

优必选科技是继Alpha 2之后的另一家创业公司，他们的“家庭机器人”设计的十分有趣而且对每个人还有教育性，可以讲睡前故事或者教你亲子瑜伽。

这个公司借助中国的春晚出尽了风头，他们的40个Alpha 1S机器人在春晚上表演了一支舞蹈。

15. 瓜子网

| 估值：10亿美元

| 国家：中国



译东西

新锐作者



瓜子网的创建者们给出了克雷格列表的中国版答案。瓜子网是一个二手汽车交易平台。

一个上海的咨询者，Bill Ross向金融时报说道：“不像别的国家，中国大多数汽车还都是一直被一手购买者拥有着，二手市场并没有得到完全的开发。”

当中国的二手市场开始蠢蠢欲动时，瓜子网和类似的平台来的正是时候。

在三月的最后一轮融资中得到了2.05亿美元。

16. 51信用卡

I 估值：10亿美元

I 国家：中国

这个软件可以帮助用户保存信用卡细节，包括每个月的账单和收支。他们也有自己的信用卡和相关金融服务。这个团队四月份融资3.1亿美元。

注：以上所有的估值等数据都取自 CBInsight 的独角兽名单。

翻译来自：虫洞翻翻 译者ID:安泰

本文来自翻译：www.techinasia.com，如若转载，请注明出处：<http://36kr.com/p/5058984.html>

看完这篇还不够？如果你也在创业，并希望自己的项目被报道，请[戳这里](#)告诉我们！

链家

亚马逊

机器人

阿里巴巴

小红书

👍 赞 (1)

相关文章



译东西

新锐作者





按需界面：AR、Bot 和语音计算行业催生的新服务

趣店集团CEO罗敏：创业成败，跟资本寒冬、投资人无...

知乎创始人周源的创业经：介质迭代、需求升级、时间尺度

Jared Hecht：为什么女老板更难融到钱？

购物不用排队结账？六张图看懂 Amazon Go 智能购物，专...

【读书】阿里巴巴集团总参谋长曾鸣：当数据时代来临

参与讨论

请登录后再参与评论...



登录后参与评论

提交评论

如何了解用户分层做到精细化运营？谈谈RFM模型的实际应用

技能GET

36氪的朋友们 • 22小时前

用近度、频度、额度三个维度的数据来划分消费用户的层级





编者按：本文来自微信公众号“张记杂货铺”（ID:zhangleo1983），作者张亮，36氪经授权发布。

今天来聊一聊用户分层的事情。

■ 一个实例

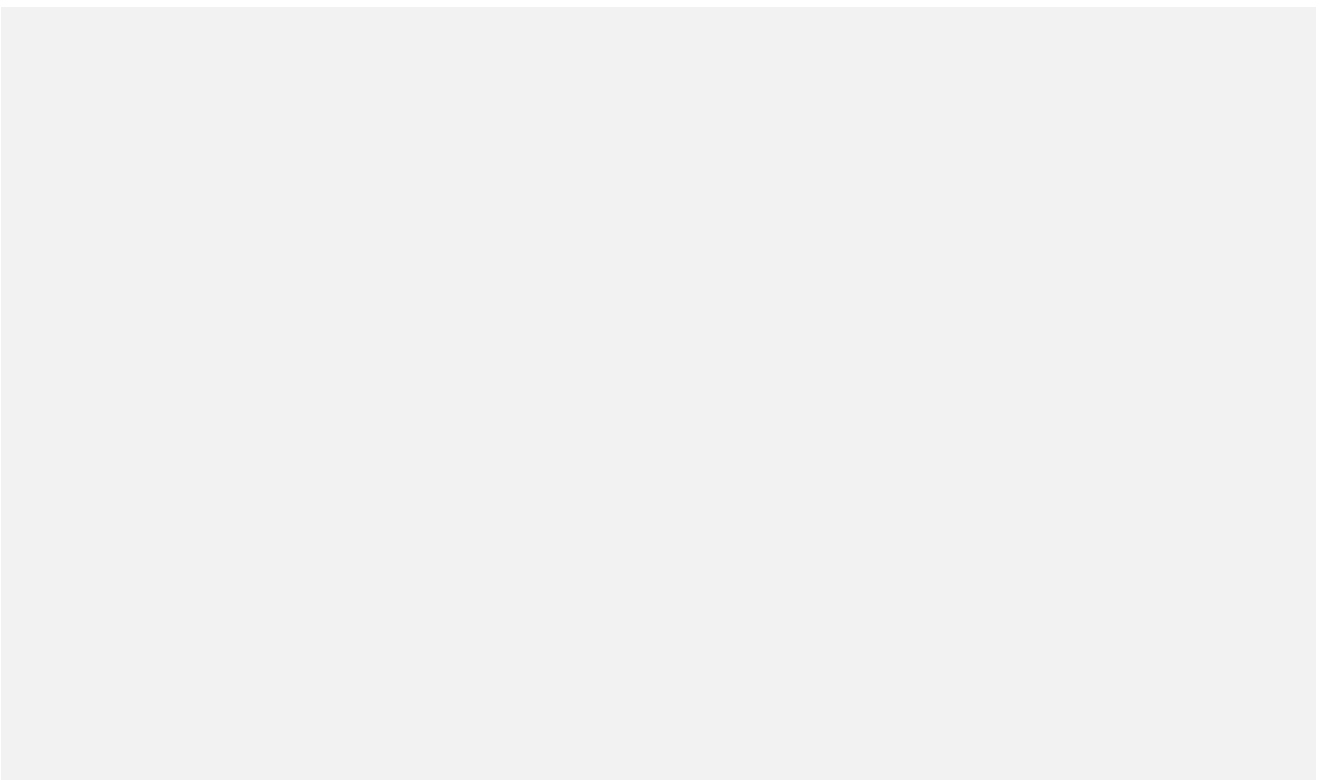
亮哥现在所在的公司叫做斑马信息科技，是阿里和上汽一起合资的公司，主营的业务是通过前装制造「互联网汽车」，已经上市的是荣威的RX5。

公司里有个小组，是做流量的，简单的说，车主在用车过程中产生了流量的消耗，然后再去花钱买流量持续使用需要消耗流量的应用。

前两周，亮哥和流量组的小伙儿一起，梳理了8月份提车的首批车主的流量使用和流量购买的情况。

样本量大概3000多，然后我们使用了RFM模型来完成这批样本的用户分层——流量消耗选型用户RFM模型及流量购买选型用户RFM模型。

RFM模型，在这里再做一次简单介绍。



RFM模型是广泛使用于传统零售行业的用户分层模型，它用三个维度的数据来划分消费用户的层级，分别是：

R（Recency）：离某个时间点最近的一次消费，为「近度」维度；

F（Frequency）：一段时间内的消费频次，为「频度」维度；

M（Monetary）：对应这段时间内的消费金额，为「额度」维度。

通过RFM模型，可以划分出用户的层级，如下表：

我们将R、F、M各切分了5个等级，构建出了125个模块，3000多样本，占据了其中77个模块。

这125个模块，会对应出上表中的8个级别的客户。

而这，只是第一步。

第二步，是针对不同模块的用户，进行有针对性的活动、宣传设计，从而让模块中的用户产生流动。

持续的进行这个行为，去观测不同的活动、宣传，对于用户在层级中的流程产生的影响。

譬如说，对于高流量消耗，但没有产生流量购买行为的用户，可以对其进行定向推送，观测用户是否会变成「双高」用户（高消耗高消费）。

譬如说，对于没有流量消耗的用户，告知流量消耗应用可以提升体验，促使其使用会产生流量消耗的应用，提升用户的应用使用活跃度。

譬如说，上述的动作实施过程当中，是需要进行持续的文案改进，尝试触达不同用户的G点，并借机为用户打上标签，以备后续大规模运营使用。

（在这里也可以说一下，我们后来对于其中400名选型车主做了一次推送，推送三天内，就直接转化了9名车主进行流量购买，而在此之前，他们已经没有流量可用至少2个月了。）

与此同时，阶段性固化模型，从3000多样本扩展到全量用户。

第三步，通过在第二步中的运营得到的结果，去扩展到全量用户的运营。

这样做的好处是：

- 1、通过持续运营，可以固化出多个活动模块，如：A（Active）-P（Payment）活动；沉默用户唤醒活动，等等。
- 2、后续可以叠加积分等其他工具，让用户在产品中获得更多的权益和好处，使其对品牌产生认可。
- 3、识别高价值用户，并倾斜更多的运营资源，提升其使用产品的体验，并形成口碑进行传播。

这样一来，你很容易看出：

- 1、用户分层本身不是目标，目标是实现精细化运营，让资源得到合理分配和高效利用。
- 2、用户分层是所有产品进入用户运营的门槛，区分出不同层级的用户，才能有效的将运营手段进行叠加，降低运营成本，扩大运营效果。
- 3、做用户分层，需要一定的数学能力和Excel处理能力，并不是随随便便拍个脑袋就能有。

方法其实很简单，但能按照这个方法做出来的不太多。有一些工具（譬如Matlab）可以帮助使用，但能够实现这样的意识，其实不大容易。

动态看待用户层级

用户模型可以固化，但用户层级永远不会固化。

对于不同的产品，其生命周期其实往往是相似的，从初创到发展，到成熟，到衰退，再到消亡。

唯一的不同是，不同产品可能有不同的生命周期的长度，而这种长度上的区别，往往落脚点是看运营的精细化做到了什么样的程度。

大家应该都听说过淘宝营销工具可以做到千人千面，但千人千面不是一天落实的，它是从采集用户行为，到分类用户行为，聚合、交叉，得到不同的用户集合，通过不同的营销尝试看待转化效果，最终得到一个不断发展的巨大模型。

这本身就是对用户分层工作最大的褒奖。

不管你有1000个用户，还是1000万用户，如果你能做到随手取出任何一个用户，就知道他属于什么样的级别，什么样的活动对他有效，什么程度的让利可以推动购买，你的运营效率就会大大提升。

我想这也是很多人想要了解用户分层及精细化运营背后最简单直接的逻辑。

本文来自投稿，不代表36氪立场，如若转载，请注明出处：<http://36kr.com/p/5058947.html>
看完这篇还不够？如果你也在创业，并希望自己的项目被报道，请戳[这里](#)告诉我们！

消费

汽车

淘宝

微信

零售

赞 (1)



36氪的朋友们

资深作者



相关文章

MIT新技术让你的脉搏在视频中清晰可见，或为远程诊断...

愿把 iPhone 4S 当 iPhone 5，顾客心理耐人寻味

iPad应用Paper背后的故事：一年时间打造的调色板

Foursquare CEO:能融到钱我已经很兴奋了，我们能继续...

Office 2016 公众预览版正式开放下载

90后，为什么我不聘用你？

参与讨论

请登录后再参与评论...

 [登录后参与讨论](#)

[提交评论](#)

36氪

让创业更简单

[关于36氪](#) | [氪空间](#) | [加入我们](#) | [寻求报道](#) | [客户端下载](#)

反馈建议：service_media@36kr.com

工作时间：周一到周五 10:00-19:00

© 2011~2016 36氪 | 京ICP备12031756号 | 京ICP证150143号

品牌宝



译东西

新锐作者





