

## Según un informe de Lieyunwang: mi startup, Quzhibo (趣直播)

<https://lieyunpro.com/archives/290646>

Li Zhiwei es un joven muy apasionado, dice que quiere cambiar el mundo con la tecnología.

“Una vida que no cambia el mundo no tiene sentido para mí. Este es el sueño que me propuse en segundo año de secundaria.”

Así que, con el objetivo de cambiar el mundo, en su segundo año de universidad, decidió firmemente tomar un año sabático. Primero trabajó en LeanCloud durante un año y medio, y luego comenzó oficialmente su viaje emprendedor. En noviembre de 2015, junto con Ye Gucheng, fundó “Reviewcode.cn”, un sitio web donde se podía pagar en línea para consultar a expertos técnicos. Después de obtener algunos ingresos, el proyecto fracasó...

¿El primer emprendimiento terminó de esta manera? ¿No debería haber aplastado por completo su gran ambición y entusiasmo inicial? Pero la realidad no fue así, no se podía ver ni un rastro de derrota en él. “El equipo tuvo problemas de dirección y no pudimos continuar, pero algún día volveré a emprender”. Li Zhiwei se unió a la empresa de reemprendimiento del ex vicepresidente de Jumei, Ye Fei, y del ex director técnico de Jumei, Yang Jun. En su opinión, esta era una gran oportunidad, y los eventos posteriores demostraron que, de hecho, ellos fueron sus benefactores.

“A menudo trabajábamos hasta las dos o tres de la madrugada, y aprovechaba cada oportunidad para charlar con ellos. Ambos jefes, con poco más de 30 años, eran ejemplos de jóvenes talentosos y exitosos, y me enseñaron muchas cosas.” Así describió Li Zhiwei esta experiencia.

En julio de 2016, Li Zhiwei emprendió nuevamente, esta vez con una plataforma de transmisión en vivo de pago centrada en el conocimiento: Quzhibo (趣直播). Desde el lanzamiento del producto el 20 de septiembre hasta la noche del 27 de septiembre, en solo 7 días, Quzhibo superó los 2000 usuarios y generó un ingreso de 6700 yuanes, lo que brindó a Li Zhiwei y su equipo una gran confianza.

Quzhibo es una plataforma de transmisión en vivo basada en WeChat. En las salas de transmisión, los anfitriones generalmente comparten sus conocimientos o experiencias a través de una combinación de videos, imágenes y texto, creando un escenario similar a una interacción cara a cara. Los espectadores pueden comunicarse con el anfitrión mediante texto o voz. Actualmente, Quzhibo se divide principalmente en tres secciones: intercambio de experiencias, programación y diseño. Li Zhiwei menciona que esto es solo el comienzo. “En el futuro,

esperamos convertirnos en una plataforma de transmisión en vivo de pago que abarque el intercambio de conocimientos en todas las industrias."

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
1 月 30 日 10 点

En cuanto a la distribución de beneficios, en los primeros meses, Quzhibo adoptó una proporción de 9:1 entre el anfitrión y la plataforma. Sin embargo, considerando a largo plazo, con este método de distribución, sería difícil para la plataforma sostenerse. Despues de una cuidadosa reflexión, Li Zhibo redefinió la forma de distribución: En primer lugar, en circunstancias normales, se distribuiría en una proporción del 50% para el anfitrión, 20% para la plataforma y 30% para el invitador. Cualquier persona puede reenviar el enlace de la transmisión en vivo a otros, y cuando otros se inscriban, el 30% del precio de la entrada irá al invitador.

2. Si el anfitrión es una gran figura pública (influencer) y la mayoría de los usuarios fueron invitados por el anfitrión, cerca del 80% de los ingresos pertenecen al anfitrión.
3. Si el anfitrión no es famoso y necesita la ayuda de la plataforma y los usuarios para promocionarse, los ingresos se dividen entre el anfitrión, la plataforma y los invitadores en una proporción de 5:4:1.

Li Zhiwei considera que esta forma de distribución es justa y razonable. A través de un sistema que rastrea con precisión el origen de cada registro, se distribuyen equitativamente los ingresos de las entradas, reconociendo a quienes contribuyen a la plataforma. En marzo de este año, Quzhibo finalmente logró el equilibrio entre ingresos y gastos. Bromeó diciendo: "Después de medio año viviendo del aire, finalmente podemos comer carne".

En la visión de Li Zhiwei, él aspira a convertir Quzhibo en un "Taobao del conocimiento". "Los anfitriones de las transmisiones en vivo son como los dueños de las tiendas en Taobao. Estas personas no viven de vender productos, sino de vender conocimiento. Ellos se dedican a investigar los conocimientos más avanzados en su industria desde casa, y luego los presentan al público de la mejor manera posible", explicó.

Él cree que esta es una empresa en la que todas las partes salen ganando. Para los que comparten conocimientos, pueden obtener ingresos altos rápidamente a través de su esfuerzo, lo cual es más atractivo que un trabajo tradicional; para los usuarios, solo necesitan gastar una cantidad relativamente baja para obtener estos conocimientos de manera casi presencial, lo que tiene muchas ventajas en comparación con las conferencias en persona.

Desde que el viento de la compartición de conocimientos comenzó a soplar, una gran cantidad de plataformas de compartición de conocimientos han surgido como hongos después de la lluvia. Hoy en día, plataformas como Zhihu, Himalaya, Dedao y Qianliao ya tienen un cierto volumen, y las plataformas de compartición de conocimientos en varios campos verticales y segmentados también están compitiendo ferozmente. En este entorno, es muy difícil para Quzhibo lograr un adelantamiento, pero no es imposible. En primer lugar, el formato de transmisión en vivo de Quzhibo puede crear una sensación de estar en el lugar, lo que es fácilmente aceptado por los estudiantes de programación y diseño; en segundo lugar, en el campo de la programación y el diseño, realmente no ha surgido una gran empresa, todos están en la etapa de exploración y verificación.

Según se informa, hasta mediados de marzo, Quzhibo ya contaba con cerca de 22,500 usuarios y un volumen de transacciones que superaba los 120,000 yuanes. En el mismo mes, Quzhibo completó su ronda de financiación inicial, y el inversor fue el mencionado al principio del artículo, Ye Fei, ex vicepresidente de Jumei.

A continuación, un extracto de la autobiografía de Li Zhiwei:

“Emprender es más una batalla con uno mismo. Durante estos seis meses, he estado trabajando a tiempo completo, gestionando durante el día y escribiendo código por la noche. He desarrollado tanto el frontend como el backend, buscado presentadores y promocionado usuarios. También he pensado en rendirme, hacer todo esto solo es agotador, y nunca he molestado a nadie. Ahora, pedirle a las personas más destacadas que hagan transmisiones en vivo es un desafío para mí. Pero cuando pienso que el mundo sabe que estoy emprendiendo, me siento orgulloso, y rendirme sería una gran vergüenza. Aunque un amigo destacado me ignoró, sigo insistiendo en invitar al siguiente. Aunque un grupo me expulsó, sigo promocionando en el siguiente grupo. Aunque antes ni siquiera me atrevía a hablar en los grupos, ahora soy administrador de muchos grupos. A una edad tan joven, ya he acumulado una red de contactos bastante impresionante.”

En los círculos sociales, es común ver a CEOs, CTOs y grandes personalidades de diversas empresas. Por ejemplo, el CEO de Elex, una empresa con ingresos anuales de 6 mil millones, el influyente de medios Spenser, el experto de Zhihu conocido como “Lunzi Ge”, el CEO de Magic Square English, y cientos de otras figuras destacadas en diferentes campos. Todo comienza con la mejora de nuestro propio círculo social. Con valentía y humildad, debemos conocer a estas personas destacadas, observarlas y aprender de ellas, para así poder volvemos más excelentes.