

中国创新是如何炼成的？26 个引领世界的中国创新案例分析

主要内容来自本人著作《引领世界的中国创新》。核心观点：中国在部分领域的创新已经超越美国。过去中国抄袭美国，现在美国已经开始抄袭中国，copy to china正在转变成copy from china。本场 Chat 将讲解26个引领世界的中国创新案例。



为什么中国一下子涌现出这么多创新，进入全球创新大国？

政府和企业给予了创新者的激励

- 移动互联网（扫码开锁+自动计费）
- GPS的成本降低

二、移动支付

痛点：

- 杰克·多西创立了一家新的支付公司Square。该公司提供的一种新颖的移动读卡器，可以插到手机的耳机插孔上，帮助消费者、商家在任何地方进行付款和收款。2012年，中国银联在推出了类似的读卡器。这种商业模式也存在一个前提假设误区，既假设消费者都是持卡族。
- Apple Pay的NFC的技术，一台支持NFC的POS机成本要300-500元，远高于传统的POS。更换升级POS机，对商户来说，不仅仅意味着增加新的成本，还意味着增加对员工和用户新的教育成本。

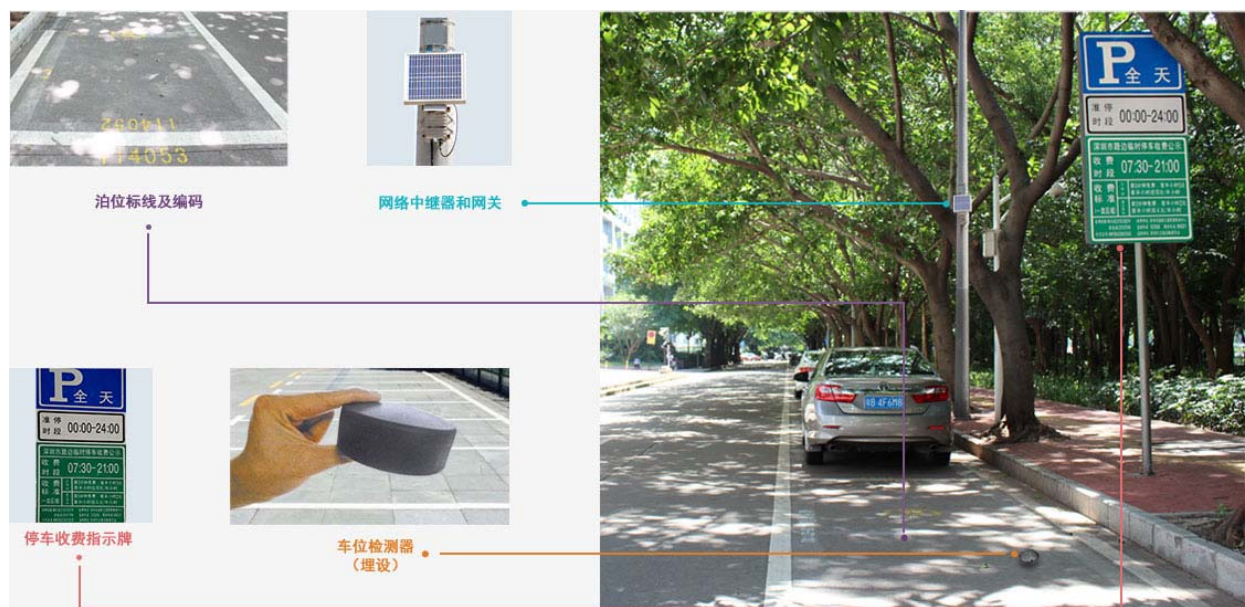
中国创新：扫码支付。

- 正扫模式：用户扫商家。2014年3月13日，央行发文，以安全原因紧急叫停支付宝和微信的二维码支付。二维码支付改变了原有的利益格局，手机支付走的是在线支付的逻辑，由支付公司和买家卖家的银行结算，直接就跳过了中国银联这个环节。
- 反扫模式：再次创新，商家扫用户。

三、知识经济新模式

- 分答：2016年5月15日。付费问答模式。
- 知乎live：2016年5月14日。在线讲座模式。
- 得到：2016年5月。音频为主的付费学习平台。
- 混沌大学：2015年12月15日。视频在线讲座。
- 小密圈：2016年9月。私密社交知识付费平台。

四、智慧停车



五、外卖O2O

痛点：各餐馆自行配送，服务不规范，配送不准时。

创新：第三方骑手制。外卖平台采用自己配送团队，可以将配送时间精确到分钟，同时用户评价也会影响骑手的考核，促进骑手提升服务质量。第三方骑手制是中美外卖平台的核心差别。

国外美国GrubHub、德国Delivery Hero和英国的Just Eat等平台，他们过去都是轻模式发展起来，只做平台，没有自己的配送团队。

六、中国移动直播走向海外

目前进军海外的中国移动直播产品：

- BIGO LIVE：2016年3月，东南亚、泰国、印尼、越南
- Live.me：2016年4月，美国。
- Nonolive：2016年5月，东南亚、印尼、马来西亚、泰国、新加坡等。

各国Google Play工具应用排行榜，曾经长期在六十多个国家的工具排行榜排名第一。尤其是美国，从2013年9月开始，到2017年4月，连续四年，一直在工具应用中排名第一。截止到2016年底，猎豹月度活跃用户超过6亿，其中超过80%来自海外市场，而且主要是美国和西方发达国家用户。

猎豹特别关注用户意见反馈，客服配备了几十名熟悉各种语言的员工，只要Google Play上出现二颗星一下的评分，5分钟内客服主动响应，通过电话和邮件回访，找出客户不满意的地方。

正当移动安全巨头在国内市场激烈拼杀的时候，傅盛敏锐的发现了一个新的机会——海外市场。他们调研了一下美国市场，发现在Google Play（谷歌的APP下载商店）上，用户搜索最多的是“Cleaner”，说明用户有清理手机的需求，但在这个领域没有特别有实力的公司。

猎豹的成功启示给中国企业更大的启发，与其在国内红海市场激烈的拼杀，不如尝试一下海外市场。当你走出国门你才发现，原来海外竟然是一片蓝海。

八、垃圾电话号码拦截

最早做出骚扰电话拦截的是搜狗号码通，他们采用众包模式，首创用户标记模式。当用户接听完电话后，搜狗号码通会提示用户标记该电话，如果是骚扰电话，用户标记该电话返回给搜狗，搜狗的后台数据库记录下来用户标记的数据。现在做的最好的是360手机卫士和腾讯手机管家。

美国防骚扰电话的方式：“别打我电话” (www.donotcall.gov)政府网站，帮助消费者挡住“垃圾电话”的骚扰。只要在该网站登记注册你的电话号码，30天后如果你再接到推销电话，可以直接起诉对方，呼出营销电话的企业将被处以每个电话1.1万美元的罚款。

苹果手机iOS10中增加了识别高频电话功能。为什么苹果可以直接识别垃圾电话呢？因为国内公司做的都是APP，而苹果公司做的是手机操作系统。操作系统里面包含用户所有呼入呼出数据信息，可以轻松识别高频呼出电话，而APP是不能读取用户通话记录的。

九、豆瓣

- 日本的自助点餐机
- 美国的Pad半自助点餐
- 中国的二维码点餐

十二、微信红包

- 偷袭珍珠港
- 阿里最大的隐忧

十三、公共服务的互联网革新

- 医院挂号和手机缴费
- 交通管理的人工智能应用
- CCSER儿童失踪预警平台
- “外交部12308”小程序
- 微信电子发票

十四、下一个风口——智慧社区

- 杀手级应用
- 如何认证本小区用户身份
- 未来三个方向：物业服务、邻里社交、社区O2O

十五、快递革新：丰巢和京东211限时达

- 2010年3月 京东推出快递“211限时达”服务。
- 2011年2月 京东推出包裹跟踪（GIS）系统。
- 2012年12月 第三方快递柜速递易成立。
- 2014年8月 亚马逊推出美国部分城市当日送达服务。
- 2014年12月 亚马逊在曼哈顿地区推出了Amazon Prime Now 1小时送货服务。

互联网金融，可能大家先想到的是P2P和众筹，国内的P2P基本上都是抄袭的美国Lendingclub，而众筹也基本上抄袭美国的Kickstarter。

实际上互联网金融不仅仅是P2P和众筹，这两个领域虽然也用了互联网平等去中心化的思想，但它们其实都不是互联网金融的最主要的部分，反而中国公司在用互联网大数据进行风险定价领域做出了很多独特创新。

互联网金融真正的本质其实是用互联网大数据进行风险定价，金融行业最核心的一个东西，就是风险定价，电商大数据将会颠覆传统行业的风险定价模型，这才是互联网金融的核心。

十六、虚拟信用卡：京东白条和阿里花呗

虚拟信用卡是怎么进行风控的呢？电商公司正是用电商交易大数据来识别和控制用户坏账风险。怎么判断你是否会欠款不还呢？电商公司和银行的方法不同，电商公司不会去查询央行的征信记录，也不会要求你提供工作证明。电商公司根据你平时网上买东西的交易记录来判断你的信用特征，数据有多个维度，比如你网购的交易年限、频率、金额大小、你在网站的会员级别、买家信用评价等。还有几个有意思的数据维度，比如你是否经常恶意退货，现在服装都是可以在一段时间内无理由退货的，那么你是否经常买衣服穿几天就退货。比如你的收货地址是否经常变换，如果收货地址长期稳定，会被认为较为稳定，风险较低。还比如你是否有小孩，他们发现有小孩的家庭会一般不会欠债，逾期不还款可能性低，如何识别你是否有小孩，可以从你经常网购的商品就可以作出判断，比如经常买玩具纸尿裤什么的。

- 京东的“赊销”模式
- 阿里花呗的小贷模式

十七、供应链金融创新：蚂蚁小微信贷和京保贝

供应链金融是通过大型企业产业链来控制风险，给中小企业融资的一种金融模式。每个供应链金融，都有一个大型核心企业，它是整个产业链的核心，在它的上下游围绕着一批中小企业，核心企业从来不缺银行贷款，但它的上下游中小企业到银行是贷不到款

十八、货币基金微创新：赎回T+0到账

如何才能实现T+0呢？这后面其实有比较复杂的方案，我就简单通俗讲一下。当投资者提交赎回，需要立刻到账时，而投资者的基金份额还没有结算，基金公司或者合作的银行会先垫资给投资者，相当于基金公司先借钱给投资者，同时基金份额采用质押给基金公司或者临时过户给基金公司，第二天投资者份额卖出后，收到的金额会直接还给基金公司。这些过程都是在后台发生，用户是感受不到的，投资者只看到了提交赎回，马上就能拿到钱。

汇添富公司带着方案去证监会汇报，多次沟通，优化方案和合规。证监会也非常支持金融创新，很快就得到会里的认可。2012年10月，汇添富在业内首次推出货币基金T+0赎回。

货币基金T+0，这个功能上线后，每天的基金交易额快速增长，与过去相比翻了3倍，可见一个小的用户体验的优化，对投资者的影响多么巨大。

十九、全世界最大的基金：余额宝

美国的“余额宝”

余额宝有一个非常有效的创新，就是收益的显示。PayPal货币基金是按月分红，而余额宝是按日计息分红，用户在手机上可以直接看到昨天余额宝为你赚了多少钱。过去传统基金公司对货币基金收益的描述有两个词“7日年化收益率”和“每万份收益”，这两个词普通老百姓根本理解不了，每次营销推广都需要培训教育，所以货币基金一直没有得到大范围普及。而余额宝直接展示昨日收益，看起来仅仅是一个小小的用户体验改变，但却是一个革命性的微创新，普通人一看就明白了，没有任何教育成本，正是这个改变带动了余额宝的放量增长。

公募基金对买卖的标准用词是“申购”和“赎回”，但是支付宝方面认为普通用户不容易理解这两个词，后来改成“转入”和“转出”。这看起来只是用词的简单修改，但对用户理解和使用影响巨大。此外，货币基金最早的申购门槛是1000元起，余额宝也修改成0.01元起。

众筹是非常好的一种形式，但是众筹也有不可逾越的问题。如果采用实物众筹，最后的回报只能是电影票或者电影相关纪念品，对用户缺乏吸引力。如果采用股权众筹，按照国家有关规定，面向不特定对象或特定对象发行股票股东超过200人，就是公开发行，涉嫌非法集资了，只募200人，根本达不到营销的目的。

娱乐宝的整个投资过程：用户在阿里投资了电影，投资的形式是保险公司的投连险，保险公司再投资信托计划，信托来投资电影，当电影上线后，票房收入先回报给信托，信托再按照约定好的协议回报给保险，保险按照7%的收益连本金一起还给投资者。

娱乐宝的创新有两个方面，首先是它创新地整合了多个金融模式和环节，既是一种众筹形式，而又不仅仅限于过去的众筹限制，开创了一条包含保险和信托的合规合法的金融产业链模式。其次，它不仅仅是一种投资，还是影片的前期营销，而又不仅仅限于营销，阿里的大数据可以分析出参与该影片投资的用户群特征，假如年轻女性投资者多，那么片方在拍摄时，就要多考虑年轻女性的喜好。这相当于为电影做了前期用户调研，为电影出品后的票房提供了更多保障。这就是大数据的魅力。

二十一、大数据决定保险定价

众安保险为什么说众乐宝非常创新呢？因为它是依据淘宝的大数据，比如卖家的交易流水、买家对卖家的评价等，由系统作出的个性化的信用保证保险，信用好的卖家可以用更低的保费来保障更高的额度。这就是大数据决定保险价格的典型案例。

退运险保费是基于电商大数据，根据物流成本、买家的退货次数、商品所属行业平均退货情况、卖家产品被退回次数等多维度的风险因素生成的，是个性化的保险，每个订单的保费都是不一样的。

步步保的创新就在于，它是基于运动大数据进行保险定价的，它还精准地筛选用户，并根据数据为用户打造适合的产品。步步保鼓励用户多运动，通过健康管理降低了疾病风险，用户节省了保费，保险公司也降低了赔付率，从而实现双赢。

保驾车险的创新是它将给参加车险的用户提供OBD（车载诊断系统），在消费者授权后记录用户的驾驶行为数据，保驾车险将对用户的驾驶行为习惯进行分析，同时引入更多的数据维度，比如驾驶区域、家庭、信用、驾驶习惯、行车历史等对车险进行定价，为

二十二、大数据改变投资

搜索大数据：百度是中国占有率最高的搜索引擎，掌握着海量的用户搜索行为数据。当用户对某只股票感兴趣时，首先想到的是上百度搜一下这只股票。如果某个时间，某只股票被搜索的次数突然激增，就说明突然有很多人关注这只股票，那么这只股票的价格就会发生异动。

微博情绪指数和股票页面浏览点击大数据：新浪还发现在新浪财经页面某只股票突然访问量或者点击量激增，那么该股票的价格也会同时发生异动。

电商大数据：过去一个好的基金经理如何判断一家公司未来业绩的好坏，有个笨办法，就是去超市观察计算单位时间该商品的人气和销售数量。但是电商时代来了，已经不需要上面的笨办法了。电商大数据可以分分钟告诉你哪家公司产品好卖，你可以在季报发布之前既可以预测该公司业绩了。中国有两家巨大的电商平台阿里和京东，他们的海量数据对投资来说，孕育着巨大机遇。博时基金和蚂蚁金服联合打造一个博时中证淘金大数据100A基金，数据来源于支付宝每天的交易大数据，包含了行业的价格、销量、人气等景气程度数据。

第四部分 被遗忘的创新

二十三、创新的服装电商轻公司模式和可惜的PPG凡客

二十四、QQ宠物和摩尔庄园

二十五、P2P技术在视频播放的创新

二十六、全世界都在使用的一项中国专利：U盘

结束语：如何进行创新

方式最大的问题，就是他们是以总裁为中心的创新，而不是以用户为中心的创新。多年来，这种模式，我还没有看到一个成功创新的案例。

企业做创新的正确方法是要鼓励基层创新，因为他们是离用户最近的人。腾讯近些年很多创新都是自下而上的创新，基层创新不需要立项报总裁审批，只要有用户需求，部门内就可以建个两三人的小团队马上开跑。所以腾讯内经常会出现两三个部门同时做一个同样的新产品，比如当年微博有两个部门在做，微信有三个部门在做，腾讯鼓励大家快速开发，鼓励内部竞争，允许失败，允许适度浪费，最后谁的产品体验做得好，谁能赢得用户的喜爱，谁就是最后代表腾讯的产品。

企业架构：技术团队一定要和产品团队在一起，凡是成立独立的技术公司、或者技术外包的，基本上创新都是失败的。

怎样才能听到用户心跳？你真的要趴在用户胸口上吗？当然不是。首先，产品经理一定要靠近用户。腾讯有个“10/100/1000法则”，产品经理每个月必须做10个用户调查，关注100个用户博客，收集反馈1000个用户体验。其次，要建立早期的种子用户群，每次产品迭代都发给种子用户体验，让用户骂，被用户骂的越狠，骂的越多，你就成功了。要让尽可能多的让用户参与创新，甚至把用户当成你团队的一份子。第三，要让研发团队也能听到用户心跳，腾讯有个好方法，研发工程师的电脑桌面上会显示你开发产品的用户实时数据，你可以看到活跃用户的数字一直在不断增长，你和产品经理一样激动地感受到用户心跳，感受到用户的认同。要让研发工程师和用户心跳形成共振，发自内心的做好产品研发，而不是仅仅完成产品经理提交的产品功能需求。

大家作为用户使用别的公司产品的时候，通过该产品的用户体验，你实际上可以清楚的感受到，这个产品经理离你有多远的。产品的好坏是由产品经理和用户的距离决定的。