

赢在创业系列

创业邦
CYZONE.CN

DEMO CHINA

创新中国

发现中国新兴商业模式

8大热门领域 52个创业项目

《创业邦》杂志项目组 编著

顶级VC面对面 深度解读新兴商业模式

如果你正为项目发愁 眼前这本书一定可以帮助你

“2008中国创新之星”颁奖晚宴



主办单位 创业邦
CYZONE

微软中国研发集团

Zero

主机构:

企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

赢在创业[☆]系列 | 创业邦

DEMO CHINA 创新中国

发现中国新兴商业模式

《创业邦》杂志项目组 编著

8大热门领域 52个创业项目

顶级VC面对面 深度解读新型商业模式

如果你正为项目发愁 眼前这本书一定可以帮助你



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

DEMO CHINA: 创新中国/《创业邦》杂志项目组编
著. 北京: 企业管理出版社, 2009.9

ISBN 978-7-80255-273-9

I. D… II. 创… III. 企业管理—研究—中国 IV.
F279.23

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第158997号

书 名: DEMO CHINA: 创新中国
作 者: 《创业邦》杂志项目组
责任编辑: 树 民
书 号: ISBN 978-7-80255-273-9
出版发行: 企业管理出版社
地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编: 100048
网 址: <http://www.emph.cn>
电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387
电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn
印 刷: 北京市宇海印刷厂
经 销: 新华书店
规 格: 180毫米×250毫米 16开本 17.75 印张 290千字
版 次: 2009年9月第1版 2009年9月第1次印刷
定 价: 36.00元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

6分钟背后的传奇

DEMO是什么？

它诞生于美国，创始于1990年，中文意思是“展示”，是创新项目面向企业家、投资家和全球媒体展现项目优势、寻找风险投资、发展业务伙伴的大型活动。

DEMO通过其备受信任的专家组挑选具有强劲发展动力的高技术项目，推荐给风险投资家、国际媒体和行业内大公司的主管，为具有创新精神的企业铺平发展道路。Tivo、Palm Pilot、Java、Skype等在各领域备受关注的的项目就是从DEMO中脱颖而出，从而获得发展契机、走向成功的。

2006年，DEMO活动被《创业邦》杂志引进中国，并被命名为“创新中国”。《创业邦》杂志致力于成为关注中国创业和成长型企业的第一媒体，以推动中国人创业和中国中小型企业成长为使命和宗旨，为创业者提供高价值的资讯和服务。创新中国（DEMO CHINA）活动至今已连续成功举办三届，成为创新项目寻找融资及业务合作伙伴最具影响力的大型活动之一，并受到越来越多中国投资机构和创业者的高度关注与肯定。

创新中国（DEMO CHINA）是中国最专业的针对创新型企业的融资活动，被称为专业版的“赢在中国”。每年创新中国（DEMO CHINA）都要走遍全国各地主流创业城市，深度挖掘最具潜力的优质创新项目，并经过专家组的层层严格筛选，最终才可登台展示。独特的6分钟非PPT表演形式，可以让创业者尽情发挥想像力。这关键的6分

钟，将决定你的创业理想是否能够实现。由顶尖投资人和资深媒体人士组成的庞大评委阵容是创新中国（DEMO CHINA）活动的一大特色。因此，DEMO CHINA不仅受到内地大量企业追捧，同时也吸引了很多来自中国台湾、美国等优秀企业的积极参与，加强了海内外的交流。

经过三年的发展，创新中国（DEMO CHINA）已成为中国创业和投资领域一年一度的盛大聚会。2008年“创新中国DEMO CHINA”活动共吸引了近1,000家创新型企业和近70家风险投资机构参与。三年来，累计有近10家企业通过该活动吸引到投资机构的关注并成功进行融资，总金额约2,000万美元。有意思的是，不少参赛的创业者通过这个活动，意外地获得了大订单。

创新中国（DEMO CHINA）覆盖中国最具创新精神的地域，以吸引极具扩张潜力的创新型项目和创业者参加展示。高质量的创新项目加上超强的评委阵容，DEMO CHINA必将一次又一次点燃中国创业者的激情，成为推动自主创新的一股不可忽视的力量。说宝堂、麦路、中文在线、Pingco、酷6等企业正是借助这个机会得以迅速发展壮大，成为中国企业界的黑马的。

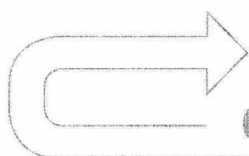
本书精心遴选并解读了2007、2008年中国最新潮的创业项目，涉及互联网、传媒、医疗健康、通信、数码电子、环保新能源等多个行业，旨在将一个真实的创新中国（DEMO CHINA）赛场展现在读者面前，将创业者火一样的激情、周全的思维角度、出色的表达能力以及灵敏的反应速度进行全景再现，教你如何将企业的商业模式在六分钟之内最精彩的呈现出来，博得投资人的青睐、赢得投资。

更重要的是，我们希望藉此书挖掘中国目前最新潮的商业模式，帮助创业者探寻创新项目，为自己的创业生涯带来灵感和启迪。

那就让我们一起DEMO吧！

《创业邦》杂志图书项目组

2009年8月12日于北京



第一章 互联网：功能创新精彩纷呈

- ▶ 购房网：线上、线下房产交易结合/3
- ▶ 酷6网：原创视频、图片、日志分享/7
- ▶ funp推推网：网上资讯收集/12
- ▶ 苏州矩阵网：体验式的互联网服务/16
- ▶ 蔚蓝网：校内电子商务网/20
- ▶ 麦路网：创新的互联网购物搜索/24
- ▶ 创易网：创意设计服务网上交易/29
- ▶ Feedsky：RSS托管服务网站/34
- ▶ 中文在线：跨媒体中文数字图书出版/38
- ▶ 中国娱乐网：狗仔网的今生/43
- ▶ 米糯城：将“用户赶出互联网”的网络社区/48
- ▶ 叽歪网：“随时随地记录与分享”的微博客社区/52
- ▶ 薄荷网：网络减肥服务商/57
- ▶ 城市吧：3D城市地图/61
- ▶ 智聘网：把合适的人才交给合适的公司/65
- ▶ 南京凯汇：汽车租赁网络服务/69
- ▶ 台湾网彼资讯：个人服务与社区互动平台/74

- ▶ 喜试网：试用品派发平台/78
- ▶ 奇门网络：竞技交流分享/82
- ▶ 派瑞安擎：“帕拉巫”3D虚拟社区/87
- ▶ 过来人：大学生求职服务/92

第二章 医疗健康：高端技术不断呈现

- ▶ 菲鹏生物：梦想成为生物技术领域的华为/98
- ▶ 润坤佳华：医用分离膜生产/104
- ▶ 欣百诺生物：聚焦蛋白质外包/109
- ▶ 爱科凯能：激光医疗及美容设备/113
- ▶ 乐宠科技：宠物行业一站式服务/118

第三章 文化传媒：原创性增强与新媒体增多并举

- ▶ 万鼎文化传媒：手机视频多元运营/125
- ▶ 九华互联：数字媒体运营平台/130
- ▶ 直播客：把你看到的拍下来/135
- ▶ 青青树：原创动画作品经营/139

第四章 数码电子：靓丽便利成焦点

- ▶ 赛诺威数码：儿童媒体的交互平台/147
- ▶ 希硕：数据采集整合者/152
- ▶ 德润特：第二代数字化非晶硒平板探测器/156

第五章 软件：智能便捷成主追求

- ▶ 七易时代科技：网络教育技术服务商/163
- ▶ 飞天网景：手机下载软件/167
- ▶ 卡贝斯：POI生产和应用服务/171

- ▶ 联龙科技：星级手机浏览器/176
- ▶ 莱科电子：基于位置的移动生活搜索/180
- ▶ 上海酷翔：手机输入法软件开发/184
- ▶ 中美计桥：高考GPS专家/190

第六章 通信技术：手机成多能万花筒

- ▶ 明致无限公司：手机无线互联网应用/197
- ▶ 信普飞科：企业级通信服务系统/201
- ▶ 全智星：手机对讲应用/206
- ▶ 蛙视通信：多业务光传输交换/211
- ▶ 杭州每日科技：手机数据无知觉备份/216
- ▶ 成都耀邦科技有限公司：固话3G信息平台/221

第七章 节能环保：旧能新用环保赢利

- ▶ 力函科技：热声太阳能光热发电系统/227
- ▶ 时代丰华：高压动态无功补偿装置/232
- ▶ 深圳瑞升华：机械式蒸汽再压缩蒸发器/237
- ▶ 上海生态家：有机天然生活品/243

第八章 新兴技术：高新技术筑起门槛

- ▶ 正诚磁业：纳米磁粉的生意经/251
- ▶ 北京天诚盛业：指纹识别系统/256

附录一 创新中国 DEMO CHINA 评委列表（部分）

附录二 创新中国 DEMO CHINA 2009 总决赛部分项目简介

后 记

第一章

互联网：功能创新精彩纷呈

电子商务是互联网与传统经济完美结合的产物，其应用和推广将给社会和经济带来极大的效益。从购房网、蔚蓝网络、创易网、薄荷网、南京凯汇等多个项目中可以看出，电子商务已成为互联网日渐重要的业务内容之一。

看似饱和的中国互联网行业，因为大量新鲜血液的注入，展现了无数新的商业模式。新分享模式的出现，也将成为互联网未来发展的趋势。以“城市吧”为典型的网络模拟空间，以“酷6网”为典型的网络分享网站，以“矩阵网”为典型的玩乐网站，以“feedsky”为典型的学习网等网站和“推推网”、“吼歪网”那样的区域性社区都展现出各自不同的网络商业模式。





· 创新中国DEMO CHINA 2008创新之星颁奖晚宴

一、购房网：线上、线下房产交易结合

创始人小传

于彦顺，曾任大连天鹰房地产经纪有限公司董事长，从几个人做到几百个人的团队，从几万块钱的注册资金做到几千万的资本积累，成为了大连房地产领域的传奇。后来突然停止同行业正面竞争，集中力量搭建适用于整个房地产行业的交易和服务平台，转型成为同行业者的网络服务提供商，开发出企业中介管理系统和信息发布平台，6个月的时间吸引了2870余家企业会员，42000多家实体门店和25万名销售人员加盟。2007年又牵手分众传媒实施自己的全国品牌战略，力图打造中国房地产交易服务平台第一网站。

网址：www.goufang.com

★★ 创业路上

2005年前，于彦顺的身份是大连天鹰房地产经纪有限公司董事长，他带领天鹰在大连二手房市场做得有声有色。但早在经营房产经纪公司的初期，于彦顺就发现了行业内存在的一系列问题，企业的宣传成本高、后台运营过程繁琐、经纪人管理难度高、客户满意率低……

2005年底的一天，于彦顺在北京考察，当地铁穿过隧道的一霎那，墙上的LED广告透过玻璃，竟传达出强大的视觉冲击力，于彦顺产生了极大震撼：21世纪将是传媒的时

代，如果将高利润的房地产行业与互联网的信息列车结合，所能获得的利润和效应岂不是会更高？回到大连后，他立刻宣布公司将集中力量搭建适用于所有房地产行业的交易和服务平台，一种全新的互联网全行业销售模式——购房网就此诞生。

★★★ 6分钟演讲与答辩

【项目自陈】

购房网要建立的是全行业销售模式，即利用行业的整合共享销售管理系统实现全行业销售，也就是说现在购房网所加入的2870余家企业会员，总共拥有42000多家实体门店和25万名销售人员，利用这个庞大的信息平台来进行购房者网站的行业共享销售，也就是说行业共享销售是购房者网站作为第三方的平台。与传统房地产销售模式相比，全行业销售模式有两大优势：一是拥有一个购房者网站的媒体，二是拥有25万销售人员。购房网整合了2870余家企业会员和42000多家实体门店和25万销售人员的行业信息。

购房者网站另一大特色是竞价排名搜索。由于大量知名房地产经纪公司的加盟，带来大量的房源信息和大量网民的访问，从而使得竞价排名得以实现。在网民使用同等搜索条件下，购房网会给出N套房源信息，一部分愿意通过付费排在前面的公司可以通过竞价实现搜索的优先权，也可以解决互联网难以解决的垃圾信息问题。

购房者网站的核心竞争力主要是三点：第一是提供不断完善、不断优化和完善的企业管理系统和信息发布平台；第二是线上线下有机结合的商业模式以及它里边非常复杂的逻辑思维；第三是竞争对手的超越也需要时间和经验，而我们并没有休息。

评委提问

钟晓林：互联网应用到传统行业里，传统行业的效率肯定有很大提升。传统模式是线下销售，你转到线上以后，我不明白真正的效益是怎么体现的？这种效益我没有听清楚，你花点时间阐述一下。我不知道你这种效益大部分是从传统的什么地方得来还是通过新的模式产生？

购房网：因为传统的模式是找很多员工负责管理，我在2005年的时候想到，我做整个中介行业的载体，每个中介行业的销售人员利用我们的系统，无形当中他们就变成了

我们的销售人员。而一个传统的中介公司，二手房想赚钱，还要靠楼盘代理。我想利用行业共享销售模式实现全行业销售，也就是说每个企业加入进来，作为我们的企业会员，都变成了我们不用管理、不用开底薪的销售人员。

叶冠泰：你刚才讲到有全国25,000个销售员的力量做事情。这样的力量对消费者来说，得到了什么好处？你的网站和其他网站有什么不一样？

购房网：叶总问到对网民有什么好处，对网民只是提供信息的平台。我们真正的好处是网站的发展和对企业会员的带动，原来同行业是竞争关系，通过我们的网站作为第三方平台，使整个行业化竞争变为共赢，就等同于传统的代理公司，拿到一个楼盘，只是自己的公司在销售，而我们购房者网站是拿到了一个楼盘，所有会员公司都可以进行销售楼盘，在这个楼盘后面可以看到这个楼盘的详细情况。对于普通消费者来说，到购房者网站可以看到更多的信息。

罗文倩：在你的商业模式里，你觉得最关键的服务对象是买房者还是做销售的房屋代理？还是房子的拥有者？

购房网：主要的服务对象是中介企业。

刘洲伟：能介绍一下你的竞价排名吗？

购房网：竞价排名非常符合网民搜索习惯，多个房源可以竞价展示，这样就解决了互联网最难解决的垃圾信息问题，因为网民在前台搜索任何一个条件，在数据库当中，哪怕北有几万条房源，任何四五项的组合都将出现几百条，甚至几千条房源，因为大家竞价，在同等搜索的条件下，排在第一名的是花钱的，因为花钱了，你点击一次，需要交多少钱，所以房源信息会维护得非常详细，这样更有利于我们网民的搜索。

☆☆☆☆ 商业模式

“购房网”实际上是一个整合行业地产信息，将线上与线下销售有机结合的一种房地产交易服务平台。它建立了Web 2.0的模式，信息主要靠中介商与用户主动上传，具有低成本的优点，建立了购房网与中介公司的共赢模式，同时又可为购房者提供全面的信息。

购房网的消费群体主要是购房者、房地产经纪公司、房地产开发商。通过这个网络交易平台，整合了全行业销售资源，既减少了房地产开发商、房地产经纪公司的广告成本，也使得购房者可以得到更全面的房源信息，是一个以服务来盈利的共赢模式。

购房网要建立的是全行业销售模式，通过购房网这个平台，将两千余家、两万多家实体门店和25万销售人员的信息资源进行整合，打造一个规模巨大的房地产购销平台。购房者网站的商业定位是围绕人们居住的需求，打造一个线上、线下有机结合的交易、服务平台。购房者网站核心关注点有两个，一个是交易、一个是服务。

“购房网”盈利方式分六种，线上是三种，分别是传统广告按钮模式、竞价排名模式、会员服务收费模式；线下分为三种，一种是各地房产交易代办中心，一种是全国统一客服，还有一种是行业共享销售模式。将行业竞争转化为行业合作、信息整合，并以向房地产开发商、房地产中介公司、购房者提供三方交易平台，获取利润。

二、酷6网：原创视频、图片、日志分享

创始人小传

李善友，毕业于南开大学，获得数学学士学位，并在中欧国际工商学院获MBA学位；曾经任职于摩托罗拉、美国铝业集团、博士伦公司等大型外企，并于2000年10月加入搜狐公司，先后任人力资源部总监、新闻中心总编辑、副总裁、高级副总裁。2001年10月从人力资源向业务方面转变，掌管搜狐新闻中心，任总编辑一职；2002年7月被提升为搜狐公司副总裁，2005年被提升为搜狐公司高级副总裁。2006年4月，功成身退的李善友离开搜狐公司，投身Web2.0大潮，创立了视频分享网站酷6网。

网址：www.ku6.com

★★ 创业路上

在搜狐做到高级副总裁职位的李善友，在别人眼里已算是功成名就了，在帮助搜狐拿到2008年北京奥运会互联网内容服务赞助商的身份之后，他却辞职了，自己拿出200万跑到北京西北四环东冉村的一处农民的两层楼房里，做了一个视频分享网站。那一年员工完全没有工资，跟他一起干的有40多人。

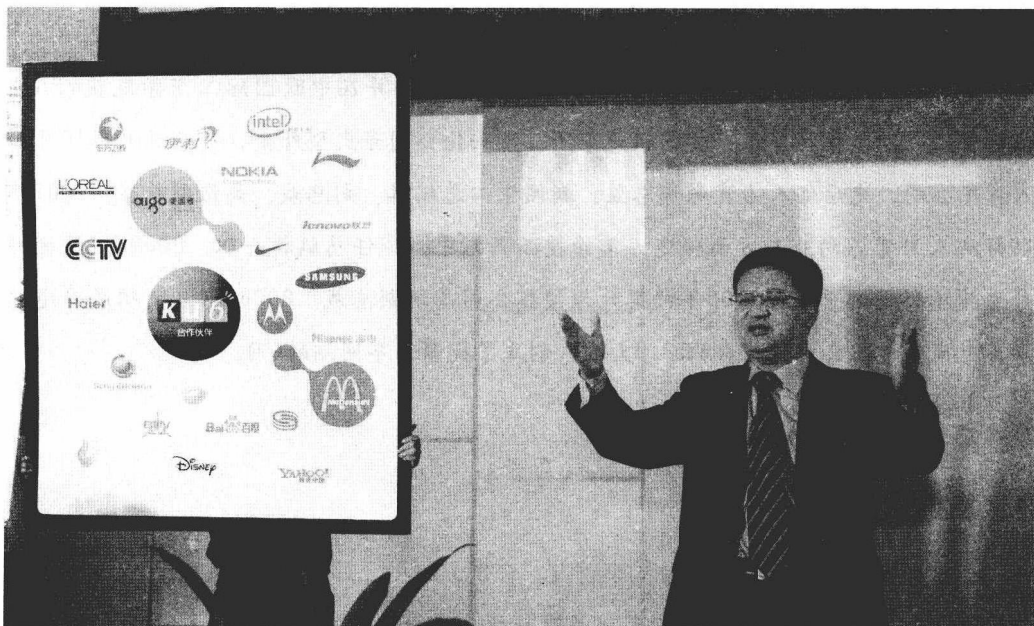
其实视频网站20世纪90年代就出现了，在酷6网之前，已经出现过许多视频网站，雅虎等大型门户网站也尝试过做视频，但最后大多悄无声息地做了炮灰，为什么李善友还要选择这个行业？他自己比较认可视频未来大的发展趋势，视频网站的模式，是把

电视和网络结合起来的一种，它既有电视的影像冲击力，又有网络的互动和阅读特性，这无疑是一种新兴的媒体。2006年4月李善友离开搜狐公司，创立了视频分享网站酷6网（www.ku6.com），成为视频分享行业的第一视频门户的领先者之一。

*** 6分钟演讲与答辩

【项目自陈】

酷6网是一个资源共享平台。酷6网的独特之处有以下点：第一，有钱一起赚，酷6网是第一个和视频用户分享广告的网站。我们把自己定位为一个视频的媒体，原创内容至关重要。我们对于视频原创作者的投入是真刀真枪、真金白银的，这是我们所有收益的排行榜，排在前十位的收入全都超过了2万块。第二，创意大家做，我们发现很多企



· 酷6网CEO 李善友在做项目演讲

业，喜欢网上流传的视频短片，他们愿意把自己的广告植入到视频里面，我们把这个模式叫作UJA及用户参与广告制作。在这种情况下，原创联盟作用非同小可。当人们为视频分享行业到底有没有商业收入的问题在发愁的时候，我们已经用行动证明了这一点。第三，与巨人共舞。我们先后与百度、网易、新浪、搜狐等签订战略合作协议，尤其是

百度，把他们的资源拿出来帮我们发展视频业务。归根结底，长期执行力才是决胜的关键，我们作为行业里面最后一个上线、投入最少的网站，营业收入却是最高的。

评委提问

刘洲伟：除了广告，还会有别的收费模式吗？

酷6网：目前来讲，最主要的收入是广告，分成三个阶段，第一阶段是把广告和内容结合起来的方式，这样的方式占整个收入的50%以上。第二阶段的是采用商业频道，向企业付年费的模式。第三阶段的收入模式像刚才那样，所有人都梦想着3G的到来，希望大家在3G上收看酷6网的时候，通过流量来收费。

罗文倩：视频网站都在面临一些共同问题，一方面是广告收入变大之前，另外一方面，对于应急或者其他的投入要不停的支付，这两方面必须要经过一段的经营才能够超过平衡点。以酷6的商业模式来讲，面对这个问题有没有独特的地方？

酷6网：我觉得罗总您一下点到我的穴上了，其实不是点我的穴，是点到整个行业的穴了，整个行业共同的问题是收入缓慢，而带宽在迅速增长。我们的收入实际上是行业里最多的，我们在上线的第一天就有收入。这个问题解决不了，是没有办法来存活的，主要靠CDN的方式来做，国内的CDN和国外的CDN来比较，国外的CDN主要靠技术来运转，国内最大的CDN提供者主要靠硬件，花钱非常多。我们现在是自建CDN，靠过去的人脉买一些便宜的带宽。但走到下一步的时候，我们现在已经开始跟合作伙伴合作一种利用软件P2P的方式来外包CDN的方式，这个方式能够使我们这方面的投入降低1/3。我相信这个地方就是我要回答您的，如果未来能够存活下去可能是我的秘密武器，抱歉我现在不能讲得太多。

叶冠泰：原创内容的比例是多少呢？

酷6网：我们原创作者的比例，低端的应该在60%，中端的占30%，高端占10%左右。

叶冠泰：可能你认为未来的盈利模式更加清晰？你自己有一个比较正面的现金流，会有什么大的转变发生吗？

酷6网：第一个转变会是收入的增加，我为什么做视频？我相信视频是媒介的可能