

房地产 交易平台“贝壳找房”一周前在纽约交易所敲上市钟，标志着又一只中国“独角兽”奔向国际市场。这类估值超过10亿美元（13.7亿新元）的科技初创公司，向来是投资市场的宠儿；大量投资者加持之下，贝壳市值在上市首日就翻倍至400亿美元。

但就在两个月前，另一只中国独角兽瑞幸咖啡刚走完短短13个月的上市之路。这家曾有“中国星巴克”之称的年轻企业，在不到三年里完成了从诞生到上市，再因造假丑闻而黯然退市的历程。同为昔日独角兽的视频网站爱奇艺，也正疲于应对业绩造假的指控。

“独角兽”概念由风险投资人李艾琳（Aileen Lee）在2013年提出后迅速走红。中国在这个领域起步较晚，但如今在数量和估值上都已赶超全球最大独角兽市场美国。中国这个世界工厂正向全球证明，它既能生产物美价廉的大众商品，也能培育新潮高端的科技企业。但随着越来越多独角兽折角和失蹄，创业者和投资人开始反思，中国独角兽能走多远，初创企业是否只有独角兽一条出路？

全球独角兽企业 八成来自中美

根据胡润研究院本月发布的全球独角兽榜单，全球586家独角兽企业中八成都来自中美两国，美国以233家小幅领先中国的227家，但中国独角兽的整体估值高于美国。全球十大独角兽中

有六只来自中国，最近宣布上市计划的蚂蚁集团以1万亿元（人民币，下同，1979亿新元）估值蝉联第一。

中美这两家全球最大独角兽工厂，在行业、创新和投资模式上都大相径庭，造就了两个迥然不同的生态圈。美国独角兽主要集中在企业服务领域，而中国独角兽更多来自电子商务和金融科技行业。市场研究机构CBInsights数据显示，美国初创公司从成立到跻身独角兽平均需要6.07年，而中国只要4.72年。

天时地利人和 造就独角兽发展

联合办公空间品牌优客工场创办人毛大庆接受《联合早报》访问时指出，中国独角兽的快速发展，是天时地利人和共同作用的结果。中国政府从2014年起推动的“大众创业、万众创新”浪潮催生大量初创公司，其中不少创业者是1985年至1991年中国第三次人口高峰期出生的年轻人，他们普遍学历较高，也有创新意愿和创业热情。此外，广阔的中国市场也为创意生根发芽提供土壤。

在房地产行业近30年的毛大庆是在“双创”集结号吹响后的2015年推出优客工场，并在三年内将它发展为估值超过100亿元的独角兽企业，截至今年6月



▲新加坡管理大学信息系统学院副教授朱飞达：经历过几个风口后，投资圈变得更谨慎，而不是复制他人的成功模式。（朱飞达提供）
这也要求中国初创企业具备独特优势和可持续发展的实力，靠一套演示文件忽悠投资人的时代已过去了。

底，集团在中新两国的47个城市运营185个联合办公空间，注册会员达85万名。

像优客工场这样服务企业的公司，在美国独角兽中较为常见。而中国的知名独角兽，从蚂蚁集团、字节跳动到滴滴出行，都以消费者为主要服务对象。

创投市场快速发展提供融资环境

新加坡管理大学信息系统学院副教授朱飞达受访时指出，中国庞大的人口基数令面向消费者的企业更容易发展壮大，这也促使不少初创企业通过复制商业模式快速扩张，而非遵循美国企业以产品创新扩大市场份额的发展模式。

除了巨大的消费群体，中国创投市场快速发展也为创业团队提供更好的融资环境。胡润榜显示，积极投资独角兽的不仅有红杉资本这类老牌投资机构，也包括阿里巴巴和腾讯这类科技巨头。腾讯目前共投资52家独角兽，阿里则有25家，投资规模远超谷歌、微软和苹果等美国同行。

2017年5月由腾讯投资成立的高灯科技公司，不到三年时间就完成超10亿元的B轮融资，目前团队已有700余人，累计用户量超1亿人。这家以电子发票起家的财税数字化企业，今年被胡润评为

有潜在在三年内成长为独角兽的“瞪羚企业”。

高灯科技副总裁李迪受访时说，背靠腾讯为公司发展提供了巨大资源优势。公司业务平台大部分部署在腾讯云上，大大减少了研发与运营维护成本，公司开发的小程序也能通过微信钱包的推广接触到大量用户。

独角兽涌现消失迅速 折射市场不成熟

不过，蜂拥而至的资本必然伴随着估值泡沫，从共享脚踏车的大起大落，再到P2P借贷平台集体暴雷，一批独角兽快速涌现又消失，折射出市场的扭曲与不成熟。

朱飞达指出，创投市场初具规模时，不少投资者由于缺乏经验，都集中在几条热门赛道，迅速推高同类企业估值，但也加剧了估值虚高和同质化竞争的恶性循环。

他说：“经历过几个风口后，投资圈变得更加谨慎，靠一套PPT（演示文件）忽悠投资人的时代已经过去了。这也要求中国初创企业具备独特优势和可持续发展的实力，而不是复制他人的成功模式。”

毛大庆认为，中国初创生态圈应开拓更多元化的投资渠道，让投资者和企业有更多选择。他说：“美国的投资机制非常多元化，不同行业和规模的企业都能找到对应的投资者，企业上市和退出的渠道也更灵活，这些都值得中国市场借鉴学习。”

中国特稿



陈婧
jingchen@sph.com.sg
上海特派员

中国独角兽能走多远

了解他们的创业历程和对这个新兴市场的见解。
《联合早报》访问活跃在不同领域的独角兽、准独角兽与初创公司，中国初创企业的核心竞争优势是什么，抗压性又有多强？
中国近年来涌现大批独角兽企业，但马失前蹄者也不断增多，令独角兽光环逐渐褪色。
神话中的优雅生物独角兽，如今被用来形容快速发展的初创企业。



	猎豹 Cheetah	瞪羚 Gazelle	独角兽 Unicorn	十角兽 Decacorn
定义	五年内可能达到独角兽级估值的高增长企业	三年内可能达到独角兽级估值的高增长企业	成立于2000年之后估值超过10亿美元非上市公司	又名超级独角兽估值超过100亿美元的独角兽公司
数量	126家	100家	227家	11家
平均年龄	六年	六年	九年	八年
主要行业	生物科技 电子商务 企业服务	生物科技 电子商务 企业服务	电子商务 人工智能 金融科技	金融科技 社交媒体 物流

资料来源 / 胡润研究院 (截至2020年3月底)

早报制图 / 梁锦泉

科技与商业创新孰轻孰重？

“我们走的这条路要花更长时间，但只有这样才能让公司长久、健康地活下去。”

李群自动化创始人石金博接受《联合早报》记者采访时，如此描述智能硬件企业的发展之路。这家创办于2011年的轻量级工业机器人公司，从硬件到软件都坚持自主研发。每款新产品在上市前，都要经历半年至一年的研发和测试周期。而中国共享脚踏车潮从兴起到衰败，也不过用了三年时间。

石金博坦言，公司并非没有更快捷的选择，但作为一家主打技术的企业，确保产品质量是长久发展的基本要求。“我可以把一台山寨手机改造成功能机，但如果从研发安卓和苹果系统做起，最后的成品质感和未来发展的空间，会完全不一样。”

选择稳扎稳打的李群，创办七年后估值超过10亿元人民币，跻身独角兽行列。今年冠病疫情以来，多家企业的用工荒带动公司机器人销量翻了三倍，海外订单也快速增长。石金博说，公司明年打算进一步拓展海外市场，发挥多年来在中国制造业积累起来的经验。

独角兽发展模式中美各有利弊

对比中美独角兽不难发现，美国有更多像李群这样注重原生技术创新的智能硬件企业，团队成员大多具备深厚技术功底，也注重技术研发，如估值高达63亿美元的虚拟现实(VR)公司Magic Leap核心团队就包括谷歌街景车负责人等行业领军人物。

朱飞达指出，中国独角兽在原生技术初创方面并不具备特别优势，但在技术的应用和推广上很有一套。许多新科技并非源于中国，但却在中国快速普及。这得益于庞大人口基数支撑，也促使更多企业在商业模式创新上下功夫。

“中美两国的发展模式各有利弊，美国企业很少照搬他人产品，只要研发成功，就能在市场上站稳脚跟，但这也让企业转型变得困难。反观中国企业，可以灵活在不同行业间跳转，但如果核心技术受制于人，就会面临发展瓶颈。近来美国对中国科技公司的施压，就让更多企业意识到这一点。”

李迪则说，高灯科技虽然以技术为牵引，但并不追求创造全新技术，而是通过组合现有技术，推动传统场景的数码升级。他举例说，公司在2018年与深圳市税务局和腾讯共同开



▲在独角兽诞生的新经济领域，发现新消费规律，就能改变传统模式。(档案照片)



▲大大减少了研发与运营维护成本。公司业务平台大部分部署在腾讯云上，背靠腾讯为公司发展提供了资源优势。



▲李群自动化创办人石金博：我们走的这条路要花更长时间，但只有这样才能让公司长久、健康地活下去。(石金博提供)



▲跑哪儿科技创办人常春：我们更关心公司商业模式是否健康，还能走多远。(常春提供)



▲全童科教联合创始人兼总裁林文：教育是一个慢热、长久的发展过程，如果投资人要求我们在三五年里快速增值和上市，必然会限制公司的发展方向。(林文提供)



▲全童科教开发全学段机器人教育课程，也针对学校教师开展机器人教育培训。(全童科教提供)

全国首张区块链电子发票时，既要应用区块链技术，也要打通服务链，实现从税务管理到商家和用户的一条龙流程。

“当我们用技术赋能一个行业时，技术变革实际上也在改变行业商业模式。”

不能以单一标准评估硬科技企业

毛大庆认为，在独角兽诞生的新经济领域，发现新消费规律就能改变传统模式，同样很有价值。他以贝壳和滴滴出行为例指出，这两家公司所在的房地产和出行领域都是传统行业，但它们通过模式创新颠覆运作规则，基于大数据为消费者提供全新服务，形成难以效仿的核心优势。

既是创业者也是投资人，毛大庆反对投资者以单一的独角兽标准去评估硬科技企业，并因此强加给企业不符合发展规律的压力。他说：“中国在硬科技领域的落后局面不能赖到业者身上，而是需要更适合这类创新生态的投资机制。”



▲跑哪儿科技去年为700多场体育赛事提供报名、推广和管理参赛者数据等配套服务。(跑哪儿科技提供)

独角兽不是唯一出路

随着中国创投市场日渐成熟，越来越多初创企业有意识地选择不把成为独角兽视为终极目标，而是追求更健康持久的发展。

31岁的常春在2015年创办了“跑哪儿”平台，为马拉松等体育赛事提供报名、推广和管理参赛者数据等配套服务。去年平台为700多场体育赛事提供服务，但冠病疫情暴发以来，公司承接的赛事不到10场。

这场突如其来的危机促使公司加速业务转型步伐。常春介绍，他们一方面开拓小型赛事业务，承接百人以下的社区比赛和公司团建活动；一方面也和一家位于泰国的体育消费公司进行整合，打算在海南三亚和江苏常熟打造运动健康度假区，并在安徽设立运动健康城市度假中心，为运动爱好者提供休闲健身一条龙服务。

创业五年来，常春目睹许多公司快速成长又消亡，创始人不堪重负而解散。疫情更让他意识到从创业到守业的不易，越发深入地思考公司存在的意义和价值。他告诉本报记者：“我们的团队是因为爱好体育聚在一起，希望通过体育事业为社会创造价值。如果一味追逐估值增长，反而会让我们失去这份初心。比起能否成为独角兽，我们更关心公司商业模式是否健康，还能走多远。”

业者担心资本束缚创业理念

位于广东的全童科教公司，则正为是否接纳资本感到纠结。这家机器人科技企业自2011年创办以来，已开发完成从幼儿园、中小学到大学的全学段机器人教育课程，拥有相应课件、教案和相应配套教材，但商业化进展相对缓慢。

全童科教总裁林文介绍，她和公司另两名创办人都希望在机器人教育领域闯出一番天地。曾在国内外教育集团担任高管的林文今年加入全童科教后，致力于推动这家前期专注于研发的初创企业加快商业化步伐。公司近来刚承接了两个政府项目，为中小学教师提供课程培训和搭建创客实验室。

全童科教目前的资金还来自创始人出资，虽有一些大集团与公司接触，但林文担心公司会因此受资本束缚。她说：“教育是一个慢热、长久的发展过程，如果投资人要求我们在三五年里快速增值和上市，必然会限制公司发展方向。我们更希望成为一家让员工幸福、受社会尊敬的企业。”

林文也坦言，资本加持无疑对推动公司发展有立竿见影的作用，创始人也为此进行过多番讨论。“最理想的情况是有志同道合的投资人理解并支持我们的事业，不过多干涉办学和管理方针。但在什么都追求快回报的时代，这样的投资人只怕是可遇不可求。”