

O2O家政服务让阿姨们更赚钱 获创投青睐

见习记者 朱筱珊

让家政服务行业的阿姨们更赚钱!这是O2O(线上到线下)家政服务业得以迅速发展的根本。

今年,资本显然也看懂了这股大潮,对家政O2O模式愈发青睐:8月份,“阿姨来了”刚刚获得清科数百万美元的A轮融资;“云家政”则将500万美元A轮融资收入囊中。早些时候,还有3月份获得腾讯400万天使投资的“家洁”和雷军个人天使投资的“阿姨帮”。

如何让消费者和阿姨们互动

根据中国家政协会给出的数据,2012年我国家政行业市场总值达8400亿元,且在以每年30%的速度增长。尽管市场潜力巨大,但传统家政行业并未能满足消费群体日益增长的需要。

云涛和薛帅分别是“家洁”和“云家政”的创始人兼CEO。虽然两人创业时并不认识,但要创立家政O2O平台的原因却惊人地相似:都是因为找阿姨太难。

之前在华为工作且长年派驻国外的薛帅回到上海碰到的第一个难题就是阿姨太难找。不是不知道家政公司的联系方式,就是不了解阿姨真正的服务质量。同样的,云涛也发现想要找到合适的钟点工不容易。

于是,涵盖家政行业多个方面,包括清洁、住家阿姨和月嫂的“云家政”于2011年上线。同年,专注于清洁保养等标准化方面的“家洁”也正式上线。

不过,二者的经营模式迥然不同。薛帅更愿意将“云家政”的发展模式比作淘宝网,而专注于垂直领域的“家洁”似乎更像电商界的唯品会。

据薛帅介绍,和淘宝网的运营模式相似,“云家政”本身并未拥有任何一家线下的家政公司或者门店。与阿姨来了,“家洁”不同,“云家政”并没有自己签约的阿姨。所有加入“云家政”平台的家政公司是独立的个体,就好比众多店铺进驻淘宝网和天猫网一样,阿里巴巴本身不拥有任何一家店铺。

作为一个平台,“云家政”提供给消费者的是对信息的管理和系统的支持。在薛帅看来,目前每间20平方米的小家政店铺还处在单打独斗的模式下,没有能力实现电子商务化。同时,消费者与家政公司的信息严重不对称,且受地域影响严重。

在这类情况下,“云家政”为家政公司提供各种技术上的支持包括订单系统、支付系统及用户体验。

目前,在北京、上海、广州及深圳四个一线城市,共有1500家家政公司,15万家政员加入“云家政”平台。其中,上海的家政公司所占比例最大,超过60%。

与“云家政”涵盖家政服务多个方面不同,“家洁”更专注于可以用“标准化”来衡量的清洁、保养及洗衣等更加细分的家政内容。

此外,“家洁”在中国10个城市签



有了O2O模式,意味着未来家政行业的阿姨们能用坐火箭的速度找到自己的客户?

IC/供图 彭春霞/制图

约了近6000位兼职阿姨。阿姨们在线下接受“家洁”培训,在线上接受订单和用户评价。

与电商唯品会一样,“家洁”对自己的客户群体有着清晰的定位。在云涛看来,25岁至35岁的都市白领是“家洁”主要的客户群体。这些相对年轻的客户群体学习能力及体力都不及预期。”云涛介绍说,60%的阿姨本身就熟练运用手机,40%的阿姨通过培训后也无需担心操作方面的问题。

此外,作为嘟嘟打车的创始人,云涛将GPS的运用加入到了“家洁”的软件中。客户可以基于GPS的运用,在最短的时间内确定附近的阿姨以及上门服务的时间。然而,云涛认为“家洁”的运作比嘟嘟打车要难很多。嘟嘟打车只需要做好线上移动端,负责让乘客和司机顺利运用软件即可,“家洁”需要线上推广和线下对阿姨培训相结合。”

关键是让阿姨们赚钱

业内的观点是,如何让家政服务业的阿姨们在这个流水化社会里节约时间、赚到更多钱,是O2O家政服务能够发展的根本。相对而言,这个市场更缺乏服务提供方的系统化信息,不缺乏用户的信息。

薛帅表示,家政行业发展的难点在

于对线下资源的抓取。“云家政”线上的家政公司越多,覆盖的群体就越广泛。之后,基于家政公司的数据可以得到一个大数,从而进一步深层挖掘隐藏在背后的数据和消费者习惯。同时,用户黏性也可以在这个过程中培养起来。

“云家政”计划在今年年底之前,扩展到3000家家政公司,50万在线阿姨。这个目标,在不少同行看来,颇为宏大。

和“云家政”的大数据收集不同,“家洁”独特的优势体现在经营模式上的挖掘,特别注重与消费者的互动和对优秀阿姨的掌控力。

目前,“家洁”线上的阿姨可以早在几天前就和客户预约服务的地点和时间。这样一来,阿姨的流失率就可以得到一定的保证。同时,“家洁”采取会员卡制度,消费者和阿姨可以办卡预存款,之后会得到一定的价格优惠。目前,“家洁”网站上25%的客户都已经采取了预存款的方式。

据了解,“家洁”的重复使用率较可观,20%的客户10天会使用一次,30%的用户一个月会在网站预约一次。

做平台还是做垂直社区

薛帅认为,由于“云家政”运行的是平台模式,对线下资源的掌控能力有多少则决定了大数据的产生及应用。

拥有自己签约阿姨的“家洁”似乎并不担心线下资源的获取。云涛关注的重点是,如何将一个与人打交道的行业能够标准化。在云涛看来,家政行业涉及到人与人之间的密切接触。而这些接

触的满意度是无法标准化的。出于这样一个考虑,“家洁”关注的家政领域更倾向于可以标准化的清洁、洗衣或者保养领域。因此,线下对阿姨的培训成为“家洁”关注的重点。

我们的阿姨会有“家洁”的T恤,专门的一次性拖鞋和专业的清洁工具箱。这样标准且专业的配置也为“家洁”的用户黏性提供了保障。”云涛称。

在未来发展方向上,云涛和薛帅有着不同的看法。

薛帅理想中的家政行业是消费者可以在移动端上浏览阿姨的图片,查看血型和星座,最终选择和自己相匹配的星座阿姨。或者,来自四川的消费者能够迅速在北京找到一个会做水煮牛肉的四川籍阿姨。

在薛帅看来,朝着个性化和定制化方向不断发展是家政行业的趋势。这也是为何“云家政”采用的是淘宝网模式,“长尾效应”在这里得到验证。个性化的需求和定制的需求都可以得到满足。”

“家洁”一直采取的是垂直体系,并努力切入社区。云涛的设想是未来的家政行业应是标准化的,比如统一的制服,统一的清洁工具,统一的清洁效果。消费者无需花费时间等待特定的阿姨。因为B阿姨和C阿姨一样可以将工作完成到相同的水平。让消费者花费更少的时间,得到相同的服务。”

业内认为,未来的家政行业会和电商行业一样,会形成如“云家政”平台的淘宝网模式、阿姨来了”从线下向线上推广的聚美优品模式、专注于“家洁”垂直体系的唯品会模式等多种模式并存的局面。

摸清创投家底 有效对接多层次资本市场资源

王守仁

《私募投资基金监督管理暂行办法》已颁布并正式实施,这是我国私募投资基金业迈向法制化的重要步骤。但要看到,目前我国投资基金业发展存在的主要问题:

首先,经行政审批持牌的证券投资基金占主导地位,但这些证券投资基金民营化程度低,背后大多有国有控股的证券公司操控,在激励和约束机制以及治理结构等方面还存在某些弊端。

其次,向特定对象募集的各类民间投资基金发展缓慢,受到各种现行制度的制约,导致大量民间投资者的投资渠道狭窄,投资工具稀缺,纷纷进入地下不正当的影子银行中,尤其突出反应在创业投资行业,“募、投、管、退”各个环节都遇到重重障碍,大量中小微成长性创新创业企业权益性融资得不到缓解。

从发展规模来看,创投业在我国还是新生事物,还处于发展的初级阶段,我国持续规模化发展的中小微创新创业企业海量的权益性融资需求相比,还相距甚远。

从现实来看,目前,我国改革开放后

出现的“婴儿潮”,已成长为80后、90后青年一代。他们自主自力自强不息的价值观非常鲜明,创业激情也非常强烈,在他们身上寄托着我国实现“中国梦”的希望,创投业一个重要任务就是支持或培育他们,激发他们的创新创造动力而敢于冒险从事自主创业。面对我国的现实和未来,笔者的结论是,不鼓励和支持新生代创新创业也将死路一条。

从监管层面看,对创投业的行政监管,虽然《暂行办法》原则上做了规定,但这仍然是初步的。目前,为使这个新生行业加快发展和规范运作,证监会和投资基金业协会,在制定出台监管办法的同时,通过调查研究,正在抓紧制定相关扶持政策,受到创投界的广泛赞同。有鉴于此,现提出如下建议:

一、摸清家底。创投基金备案工作需加快推进,并务必与国家工商部门和统计部门等密切配合。截至目前,创投行业的信息统计尚未进入国家统计局系统,工商部门也缺乏详尽的注册登记信息。这已导致由于底子不清,信息不准确、不及时、不全面,而在行业发展规划和宏观决策上形成空白或者停留

于一般的口号上。即使出台某些相关政策也往往是虎头蛇尾,落实不到位。此外,在创业投资的行业调研上,也往往停留于社会上披露的某些信息或者一般的座谈会,而未深入解剖各类代表性机构和投资案例,以至于不能客观把握该行业发展现状和未来趋势,以及其具体特点和运作机制,在提供服务和行政监管上也往往概念化和一般化。

二、科学界定创业投资基金内涵。长期以来,无论政府文件、专家撰文以及媒体报道,对这一范式的科学含义始终未搞清楚,以致呈现无序状态,甚至某些机构或个人打着“股权投资”和“有限合伙”的旗号从事非法欺诈活动。对于创业投资这一范式的科学含义,我们要客观辩证地加以界定。

比较我国与美国的创业经济业态,价值创造和创新能力还较低,但其业态范围较宽。绝不可仅仅局限于美国硅谷所通行的创业投资范畴。但也不能照搬欧洲的创业投资范式。欧洲创投业一直很不发达,并将创业投资包括在私募股权投资范畴之内。在英国创业投资联合会中,80%会员是并购投资基金。

在美国,并购投资基金与创业投资

基金是两个彼此独立的行业,有些学者从学术角度将二者统称为股权投资。但必须弄清楚,学术概念和商事法律概念是两回事。

为此,建议组织专门力量或委托专业研究机构,通过对国内外股权投资业和创业投资业进行深入的历史考察和研究,并结合我国实际,科学界定二者的不同含义,并以此为依据,制定相应的发展规划、扶持政策、法律法规和监管措施。

三、混合经营虽然是发展趋势,但必须以发达的专业化为基础。没有发达的专业化,所谓的混合经营必将是混乱经营。

四、便利服务。《暂行办法》明确规定,在账户开立、发行交易和投资退出等方面,为创业投资基金提供便利服务,创投界对此寄予莫大希望。为此建议,证监会及投资基金业协会在对创投基金进行差异化监管同时,应根据创投基金“募、投、管、退”的良性循环内在规律,与多层次资本市场的相关资源进行有效对接。尤其在退出变现方面,应运用互联网技术,使创投业与多层次资本市场开展网上信息互联互通。

(作者系深圳市创业投资同业公会常务副会长兼秘书长)

创新谷朱波:早期项目只要找出三个理由就投

证券时报记者 叶梦蝶

见到朱波的时候,他正在接一个创业者的电话。

别合并,沙发客和高中生社交这两个项目是完全风马牛不相及的。一定要专注做一个,你合并之后,投资者没法投的。”前华为互联网业务总裁、如今创新谷创始人朱波对着电话那头说,语速飞快。

移动互联网孵化器创新谷成立两年,已吸引了近60个创业团队进驻,不少项目创作团队都是90后。在这过程中,创新谷投资也算小有成果,在他们投资的30余个项目中,有6个获得A轮融资。

总结自己的看项目心得,朱波表述得很简单:精准率。

早期项目中你可以找出一百个不投资的理由,但是我只要找出三个理由我就投。一是创业者所处行业是不是快速增长的;二是所做的服务或产品是不是刚需,市场是红海还是蓝海;三是创业者本身的背景和能力是不是适合做。”朱波说。

事实上,国内孵化器的鼻祖创新工场早已从孵化器转型为投资机构,孵化器温室花朵式的培养遭到质疑。UC优视科技CEO俞永福曾说创新工场的转型断言,孵化器模式在中国基本宣告失败。

朱波对这个问题的理解是,孵化器作用尴尬,能进孵化器的项目,也有好的团队项目,但大部分团队都有问题。真正的好项目不用进孵化器,自己的能力和口碑就可以支持自己发展。

帮忙不添乱 爱草根不爱高富帅

业内人常互相调侃,PE投资看关系,VC投资看报表,早期投资看眼光。至少创新谷的眼光已经有了业绩的证明,最显眼的莫过于朱波2012年投资的超级课程表。

超级课程表是一款能对接高校教务系统,帮助大学生快速录入课程至手机的工具类应用。据了解,目前该应用的用户数已超过1000万,平均日活跃用户达200多万,被称为移动端的人人网。

2012年7月,该项目获得创新谷的第一笔天使投资,接受朱波投资时,余佳文还在读大三。6个月后,就拿到了360董事长周鸿祎的第二笔天使投资。2013年6月,超级课程表又以200万的用户数获得红杉资本千万元级别的A轮融资,真格基金跟投。3个月后,由红杉领头,真格基金、联创策源和创新谷跟投,超级课程表完成了B轮融资。最新消息是,该项目还获得阿里巴巴领投的1000万美金B轮融资。

对于这个“小而美”取胜的项目,朱波赞誉有加,而他在其中扮演的角色,按他自己的话说则是“帮忙不添乱”。

事实上,超级课程表的发展并非一帆风顺。作为在校大学生,余佳文的团队在校内推广拥有人脉优势,但是如何在线上向华南以外的范围铺开,团队却遇到了瓶颈。在他们最困难的时候周鸿祎用360助手帮他提量,同时在产品方面给他们建议。”朱波说,超级课程表成长环节中的非常重要的一步,即是获得周鸿祎的个人投资。而周鸿祎是创新谷的股东之一,会不定期来广州看项目。

我们做的是资源的搭配,我对产品不了解,但是资金有问题找我,流量有问题找我。我帮你做嫁接。”朱波说。

朱波的投资风格是不爱高富帅爱草根。

在朱波眼里,高富帅有其优点,但是往往创业时对自己定位过高,对自己掌握的资源过于乐观。这就造成两个结果:一是对自己的作价太高,二是产品刚开始时定位

高而全。

当然,草根身上也缺陷多多,经验、资源是明显劣势,但在认清创业本质、认清自我认可度上,朱波认为,草根有其天然优势。

他仍然以超级课程表做例子,在这个产品推出时,实际上创新工场已经投资了类似的产品叫课程格子,项目创业者都是海归。当时对方的数据跑得很厉害,但最终,才大三的余佳文更懂得国内的学生需要什么。”朱波说。

“中国好项目很少”

每一个创业项目早期都存在较大的生存压力,大量早期项目都难以跨越发展过程中的“死亡谷”。也正因为此,天使投资人为了避免风险,投资时讲究小额快速,广种薄收。朱波并不打算广种薄收。我要精准率,我们有些项目还没进去,就有人用两三倍的价格想进来。”

如今创新谷投资超过30个项目,其中6个获得A轮融资,即从创业到拿到A轮融资的成功率接近20%。而包办式的投后管理正是提高命中率的关键。

创业者投资后,朱波有自己的一套操作手法,他会明确给创业者一个运营数据目标。用这些钱你要能做到这个数字,在钱烧完之前三个月告诉我,我们会启动A轮。VC要看你的数据,但是没做到这样你就不要去A轮。”朱波说。

每隔一两个月,创新谷会检查一遍所投项目,如果是看好的项目,却明显感觉到该创业者扛不住天使和A轮的“死亡谷”压力,那么创新谷会选择追加投资,或者引进一个超级天使。

为项目包办A轮融资是朱波团队的做法。他认为,让创始人自己去做A轮融资,工作量巨大,也浪费精力。层级越低的投资人对项目尽职调查越细,再往上到副总,普通合伙人,要过各个关卡。每个基金的口味和决策流程也不一样。”

朱波本身就有在中美两国的创业经历。作为天使投资人,朱波认为他的优势是自己曾反复创业,创业者吃过的苦踩过的坑他都体验过,这使得他和创业者能够发生更大的共振。

从2012年开始,朱波花了很多时间和国内草根创业者聊天。而自去年7.8月,他开始频繁地往国外跑。

这背后的背景是美国人越来越清楚中国市场的重要性,早期创业时要有中国因素在里面。”朱波说。

前一轮谷歌、Ebay、雅虎等多家外资互联网公司折戟中国,而新的敲门者LinkedIn化身领英(中文名)在中国再造美国的成功,而美国打车应用Uber进入中国时,却发现滴滴打车、快的打车通过烧钱补贴战占领了本土市场。

创新谷目前有三只基金:一只是在投种子期的最早期基金,投资规模在50万以内;一个专门投超级天使轮的基金,一般在100万到300万元;还有一只美元基金,中、美两地都投。从今年5月开始,创新谷已经在美国投了四个项目。

对于中美两国之间的创业和投资环境的差异,朱波深有体会。

他表示,在美国投资要省事得多,投资完就可以让其自己发展了。美国高校基本没有孵化器,大学生有想法就辍学出来做,有市场化机制来协调,非常成熟。

在美国投资,朱波看项目的爆发性,都是让我眼前一亮的,但是绝大部分在中国的投资,让我眼前一亮的非常少。而中国的创业很容易带来红海竞争,你做,他做,最后大家一起做。在国内投资我们看这个人是不是靠谱,我们的资源能不能帮助。”

也因此,在他眼里,中国现在真正优秀的项目很少。到了B轮之后的公司寥寥无几,深圳一年可能就有20个项目走出来,北京一年大约50个。”

我们只投熟悉的项目,医疗、绿色能源都非常火,但是我们看不懂,不投。”朱波说。