

## 万物互联新势力，在 PK 在撕逼在碰撞？别闹，要先打开市场



4月12日万物互联创新大会上半场压轴的，是最年轻最活跃的创业者们，主持人 Knew One 创始人沙昕哲与机智云黄灼、Weloop 牛浩田、野狗刘之、欧瑞博王雄辉、小 K 周元凯、七牛云李靖，他们代表了万物互联新势力。

**沙昕哲：**大家好，我是 Knew one 创始人沙昕哲，这个环节有六个嘉宾，Weloop 创始人牛浩田，机智云创始人黄灼，野狗创始人刘之，还有欧瑞博创始人王雄辉，小 K 的周元凯和七牛云的李靖。这几位其实可能都是在领域里面算比较新的一些，其实公司都不大，Knew one 公司大概 20 个人，公司做了两年，每个人简单介绍一下自己做什么事情，不一定特别熟悉，能不能简单说一下你们在万物互联中扮演什么样的角色。

**黄灼：**机智云也是一个专门从事物联网的一个创业公司，从 2010 年开始进入物联网，公司说大不大，160 多号人，在物联网行业做了几年的耕耘，做了一套开发工具，传统的企业智能硬件手机和云端连起来，提供这样一个平台，自动开发智能硬件，帮助节省时间，提高效率，量产的时候提高产品的质量。我们是一个做工具的公司，对于万物互联有想法是从做软件开始的，是有 30 多人嵌入式开发团队，有人说软件会吃掉世界，现在的硬件会全部软件化，然后互联化，提供工具就使物理的产品跟互联网跟移动终端快速连接起来，谢谢大家。

**牛浩田：**大家好我是 Weloop 的牛浩田，我们的定位是运动发烧友的智能穿戴，目标是改变目前中国最顶级的运动爱好者在运动当中的一些体验，让他们的运动数据运动方案变得更加合理，获得更好的运动效果。

**刘之：**大家好我叫刘之，我是野狗的创始人，这个团队是去年 8 月份开始创业，之前是人、猫扑的技术总监，大概在 2013 年左右个人去了一趟硅谷，完了回来以后觉得万物互联是一个很大的方向，后来在 360 创建 360 的意见团队，后来觉得云服务是比较大的方向，出来做了野狗，野狗是**实时服务**，不是专门面向物联网的服务，可以解决目前流行的物联网的事情。野狗产品有两大特点：第一个特点是**架构**，技术架构面向物联网，面向移动的互联网。以前有一些公共帐号，在里面发了一些文章，可以看一下。第二个特定是野狗云服务还提供**云端数据库**。

**王雄辉：**大家好，我是欧瑞博 CEO 王雄辉，一直做智能家居。在我们看来智能家居的发展分为两个阶段，**NEST 收购之前，NEST 收购之后**。收购之前智能家居比较传统，收购之后单品云大量出来。我们团队在 2011 年创立，一直做智能家居产品和服务，在这两个节点之间比较好的切入的团队，现在有 130 多人。去年有几十万个产品在市场里，未来除了做一些基础的家居产品之外，还会与传统的像开关插座这些厂家一起合作，为他们接上所谓的物联网的翅膀提供完整的解决方案。智能家居是一个**非常大的非垂直的概念**，就像互联网一样，智能家居应该做一些细分领域，更专著在家装例如人家庭装修这一个领域里面把像开关、锁、传感器这些设备做的更好，把原来非智能化的产品变成智能化的产品。谢谢大家！

**周元凯：**大家好，我是小 K 的联合创始人周元凯，我是一名 90 后，在这个场上应该是最年轻资历最浅的，所以今天很紧张，但是更关键的是跟前辈学习。

小 K 做三件事情：

第一件事情是在做**入口——大众消费市场智能家居入口**。大家想到智能家居第一个想到的是什么，可能是非常大的智能家电。但是家里最多的东西是插座，插座这个东西一点不陌生，86 面板存在于生活中每一个角落，而且是刚需，我们的家庭中不可能没有插座，有一些消费频次，大家不管在哪里都会购买一些。还有一个点很关键，在装修房屋的时候自己进行布局，每个房间都有，为智能家居统筹化模块化提供非常好的条件，为什么做智能家居这个点，从发明插座到现在为止，只提供供电这样的功能，它是非常大的智能化的需求，通过我们将插座进行智能化，从而引出成为家居入口的点。

第二个事情是**降低整个智能家居的使用门槛**，一说起智能家居会说大家想到智能家居的系统，或者智能冰箱恩智能家电，智能家居需要破墙需要布线，后装市场非常好，像我们打造插座非常简单，口袋里拿出来是 MINIK（音），39 元，远程控制，省时，智能家居迈出第一步，轻量化。价格轻，使用面板轻，体积小。

最后一个事情是希望可以成为**中国众筹的标杆**。

**李婧：**大家好，我是来自七牛云的李婧。所谓万物互联这个命题很大，不懂硬件，但是懂数据，**七牛懂数据**，从数据角度说这个事情，想到万物互联第一点是说将会有越来越多人行为会产生数据，甚至不是人类行为而是动物行为产生数据，比如说现在专门针对宠物实象的概念。数据会越来越多，甚至到信息爆炸，数据会产生越来越多的联系，原来不相关的数据会产生关联。小 K 提到说终端其实是入口，越来越的交互会放到终端，对数据的计算分析和托管会放到云端。几种分类，一种结构化数据，一种叫日记，还有非结构化数据。

这些数据干什么的，结构化数据就是**关系**，用户信息，日记就是**用户行为轨迹**，非结构化数据日常最多的是图片、音视频，数据统计**90%**来自于文件类型的数据，而且文件类型的数据每年以**50%**的增长比例在增长。

七牛云在做什么。第一件事情是越来越多终端产生**数据托管云端**，帮助企业开发者管理数据。第二是**帮助企业传输数据**，让用户更快的把数据传到云端，让终端用户更快得到分享这些数据，还有通用的处理，当企业和开发者，数据不是以前简单的计算存储，还会面临更复杂的过程，比如说视频，视频要在不同终端访问，就会产生处理转码的过程。最后还有海量数据的分析，七牛云是托管平台。很多用户日志在这边做存储，根据用户客户和企业开发者的需求帮助他们生成这些分析的报表，让他们知道用户访问哪些数据，支持开发者和企业更快让他们从一个产品和想法到最终产品上线加速过程。

**沙昕哲**：大家好我是沙昕哲，**Knew one** 关于设计类产品的平台。每个人做的东西，比如我小K和王雄辉和牛浩田讲的东西一听明白是什么样的东西，什么专业运动的设备，能听明白，但是自己没有太听明白黄灼讲的什么云，能不能每个人谈一个简单的东西，你们现在做的东西跟台上其他几位嘉宾怎么用到这个东西，这是最简单的连接，黄灼你们机智云谁能用，怎么用，最简单的让观众明白。

**黄灼**：我们是一个**工具型**的公司，面向开发者，智能硬件的开发者，更快地把智能硬件做出来，在平台将近有一万个开发者，每天创造新的智能硬件，举一些听说过的如母婴关怀的，给女生做的防狼神器等，各种各样的硬件在平台上研发，给他们提供服务来快速地把硬件程序上写出来，利用代码库让硬件跟手机通讯起来，跟云端数据存储结合起来。平台也不乏做插座的合作伙件，包括公牛插座也是我们的合作伙件，我们非常快速得把插座的事情普及到千家万户，帮助他们把原来不联网的设计联到网上来。人家说是我们送水的公司，帮现在方兴未艾的智能硬件产业，研发阶段能够迭代完成。

**大家在云上玩的可好？**

**沙昕哲**：牛浩田是在运动可穿戴的设备，你觉得有没有机会用到云服务之类的？

**牛浩田**：这个当然有，我们比较擅长硬件本身。我们相当于是做了很多年做硬件的公司，也做过一些比较顶级品牌的硬件装备户外装备。大家其实很希望降低硬件的门槛，希望在**BSP**。硬件一部分是电路，还有一部分是硬件底层的软件。传统老的产业链中有很多形态的方案公司，方案公司提供解决方案，整个硬件应用层帮你写好，很多**ODM**硬件制造商只需要做一个外壳，非常方便。但是智能硬件不像以前很多产品的功能那么统一，比如一部手机按号码拨号、发短信。同样一款**M0**的芯片，有的插座有需求，有的手环有需求，一个防丢器有需求，有一些转变，机智云首先底层**SDK**，让开发非常的迅速，我对此的需求可能不大，因为自己本身做硬件开发，但对于很多互联网下过来的创业公司来说非常有意义，他们短期内没法快速积累这样的基础，所以对云端就有需求。比如说现在大部分的开发在用阿里云，阿里云有一些工作是很多做互联网公司做云的公司都擅长的，他们在自己云服务上加上这一层之后，比如说用户和用户之间的通讯，用户和设备之间通讯，还有野狗做结构化和非结构化的存储，让我们重新开发，如果有现成的插件让我们去做，帮助会很大，有助于提高效率。

**沙昕哲：**举一个特别的例子，一个公司会用到，什么情况下会用到服务？

**刘之：**做物联网的时候这个产品将近做了 8 个多月，研究过程当中没有所谓物联网云的存在，物联网云是同云，只不过物联网有它自己一些特性。其实今天一直讨论物联网，国际化组织到底怎么定义物联网，这个发布完以后整个生态会发生新的变化，正是因为意识到没有一个物联网云，所以我们的云可以通用。举个例子像欧瑞博可以用我们的云，受限网络协议，让智能管理省电达到 10 倍程度的降低，小 K 也可以用我们的产品，在打开一个浏览器可以控制欧瑞博的产品。另外提供的东西包括 RIM，用野狗创建一个 RIM，跟物流公司有合作，物流公司实时的定位，包括像手机上的推送也能做的。

**王雄辉：**刚刚已经说应该更细说，更仔细去看。希望接触到的开关、面板、窗帘有传感器这些比较固定需要安装的家装电器，还有冰箱、洗衣机、空调、热水器这些生活电器，欧瑞博专门提供家装电器产品的服务，产品和服务的公司，和我们合作的伙伴当然有一些自己的类似开关、插座，空调这样的产品，我们也跟全国有 700 多家装修公司紧密合作。除了做一些基本产品之外，例如开关面板、插座，我们希望给用户提供一个完整的家装智能化的产品方案。跟小 K 不太一样，我不太认为一个插座能改变世界，我们认为插座还是插座，智能化插座还是插座。回到传统产业细分思维去看产品发展，跟温州、佛山这些开关面板、锁的合作，他们不知道云，甚至电路板都不知道怎么做，我们给他们提供完整的方案。我们接下来跟机智云会有分工合作，打通从工厂到销售渠道的平台。谢谢！

**沙昕哲：**小 K 看到过插座做的蛮有意思蛮小的，你们公司不大吧？

**周元凯：**60 多个人。

**沙昕哲：**你们可能用到类似于云的服务，是自己做的还是用第三方？

**周元凯：**目前是自己做的。

**沙昕哲：**你们会去考虑比如类似七牛云的服务，还是像其他类似云服务之类的，怎么考虑的？

**周元凯：**先认同一下王雄辉哥的看法，对，**我们不会去改变世界，也不会去改变用户，因为世界太大，用户太重要**，但是去做插座，刚刚讲的连接先讲用户连接，不需要跟用户讲什么实力，讲研发，我们跟用户讲幸福感。什么是幸福感，晚上起床找不到开关，或者家里的门有没有关，或者热水器开在哪边，通过小 K 做的插座就帮大家解决。说到连接，帮助用户连接到你家。连接方面两点连接，一个硬件连接，一个云的连接。硬件连接在 Bong 发布会上台，作为他的合作伙伴，怎么去连接，像小 K 会提供蓝牙插件，目前来讲通过手机去控制你的家电，在家里的时候通过手机控制很少，如果通过蓝牙插件进行技术互通，一连接一回家发一个指令，同时开始。

像美的的智能加湿器。普通加湿器插到插座上进行连接，智能加湿器怎么进行连接，跟小 K 联系之后，根据空气中的湿度，湿度自动开启。其次云的连接，定义为数据的连接。降低智能家居的门槛是为了大家真正进入智能生活，首先要有足够的数据库，现在是云服务，包括以后跟七牛云，机智云，包括野狗，进行分析互通，帮助大家更好融入智能家居，或者让智能家居更好为人们服务。

**沙昕哲：**七牛做的比较基础的服务？

**李婧：**我们其实更基础的一个服务，从场景角度去说，有时候基础服务很难单纯提供什么，但是更容易结合场景，凡是开发一个互联网产品，跟图像音视频跟文件有关都可以用到七牛。

现象级的产品，有什么的特点，第一天有**高容量高并发**。前面提到过的足记，上传图片、音视频不受带宽影响，更快访问更快上传。七牛提供图片转码，之后会提供自定义的处理，现在像美拍也是我们的客户，**社交类的产品会有黄图，不健康的图，七牛有鉴黄的服务。**

回到智能硬件，有摄像头。海康用七牛的服务，互联网终端产生大量摄像类的视频，帮助他们管理视频上传，其实可以提供 **pass** 类的底层服务，比如说机智云，是我们很好的客户和伙伴。

### **碰撞、PK or“撕逼”，别闹，是竞合**

**沙昕哲：**几位嘉宾可以分下组，几位做**云服务**相关之类，三位，机智云、野狗、七牛云是一组，还有跟硬件相关 **Weloop**、欧瑞博、小 **K** 是一组，分开组讨论在市场上面做的东西可能是人一模一样的东西就像企鹅跟阿里里面有打仗的地方，万物互联概念是我们提出的，消费者来讲没有碰到东西，家里佳作是用小 **K**，家居是用欧瑞博，第一怎么看待行业的竞争，可能跟在座都有竞争关系，第二个找到合作的点，合作在竞争同时可能有合作的机会。希望大家简单分享一下？先从欧瑞博和小 **K** 你们碰撞一下。

**周元凯：**我和王雄辉前辈之间没有任何竞争关系，甚至很希望小米加入到这个市场。为什么我说这是一个没有竞争关系的市场，很简单，首先智能插座是一个蓝海市场，它有太多的可能性，一个仅有两三个功能小型智能微插在众筹两三天筹 **1600** 万，智能家居现在来看是八九点的太阳，还没有到蓬勃的阶段，我们是开拓者，希望小米也进来一直做开拓者，**大家把这个市场打热，到时候再竞争。**

像苏美之间登月的竞争带动了航天航空机械材料工程各方面行业领域快速发展，希望通过一种良性竞争相互提升来带动行业的发展。所以我觉得没有任何竞争可言，我们都在为用户提供更好的服务。

**王雄辉：**竞合是存在的，我们并没有那么伟大，并不想成为一个先烈，欧瑞博是一个创业公司，一直强调我们是一个创业者，是有双重压力，要发展，要找到自己的用户，所以小 **K** 和小米必然存在一定的市场重叠，必然存在一定的竞争。从另外一个角度来看，刚刚小 **K** 提到现在刚刚开始，市场非常大。第二方面智能家居非常碎片化的产品形态和市场，有人经常问我小米来了你怕不怕，小米的用户是屌丝，连房子都买不起，又何来智能家居，现在老说智能家居，在座各位没有真正会买会用的。以中国为例，现在对智能家居最敏感，中国大概六七家对智能家居非常有兴趣而且安装的厂家，我们出任何产品他们都要试用。市场有一个定位的问题，欧瑞博一直定位在装修，要控制灯光我们有开光，控制风扇有插座，同时提供技术给这些传统的厂家，让他们参与到升级换代过程当中来，另外一个角度看从技术点上看，其实很多人会问我，包括前段时间公牛高管给过这个问题，很简单得看一下柯达怎么死的，过去说照相用胶片，柯达在光学和化学这一块积累大量的专家专利和经验，但是当有一天事情发展到拍照不再是胶片不再需要化学，而是 **CMOS** 而且是 **CCD** 的时候，单单看插座

不看生产制造的问题。关于云，怎么样管理数据，怎么样更好 APP，怎么更多数据交互，起码这个点有变化，创业就有机会，所以 app 跟小 K 也会有不同，相信更在意价值的用户会选择小 K，但是更追求体验的用户会选择欧瑞博，谢谢大家！

**沙昕哲：**牛浩田这边比较简单，昨天上台讲关于跟 Bong 的合作，跟牛浩田聊的比较多，想切入一个更专业运动化领域？

**牛浩田：**其实从一开始做智能穿戴的时候就会有一个理解，我们来谈算法合作的时候也是有说法，这是发生在去年，Weloop 第一款产品在 9 月份发出，在轻市场当中希望避开零和式的竞争，像智能穿戴领域里面，像基础手环一定有大的玩家，小米都会进来，同样受到一些 applewatch 对市场的影响。这是最大的蛋糕，人群非常普遍，这个时候也可以选择去做，我更愿意在一个相对领域当中先成为这个领域的霸主，再去想办法进入大众市场。现在大家做手表或者手环，可能人人都需要的运动装备，同样觉得像插座智能家居现在都在一个刚开始的阶段，如果大家想法都是一样，都去做相同的东西，实际上是快速让自己进入零和式，你的过度竞争把大家取消掉。当一个好的产品聚焦在更集中的人群的时候，创新点非常多。去年做这个事情考量过应该选什么方向，怎么发展我们的产品发展我们的团队，等于说技术和制造企业重新建立自己的产品线，建立自己的市场团队营销团队。这是一个过程，一开始比较清楚，知道往哪里去，有信心，投入度比较大。

怎么样跨出这个边界，举个例子，有一个好朋友一个厨房家电类成功者。比如说俄罗斯最畅销产品电热水壶，俄罗斯本地有三到四家这样的品牌，加上西门子，这些有高端有中端有低端，大家做电水壶他也做了，在市场里面想让企业成功品牌成功非常难，不断的思索做什么样的产品，找厨房家电被忽视的，去发现。俄罗斯市场被认为不需要电饭煲，俄罗斯人不吃米饭，土豆泥和面包，电饭煲没人买，这个企业最后让电饭煲风靡，带来多功能电饭煲的生机，符合俄罗斯的市场，俄罗斯老百姓的习惯。这个电饭煲可以做蛋糕，可以做汤做肉。这个公司找到机会，基于已有的技术，把温控的部分做的更丰富一点，然后完成对一个产品跨界升级，今天**俄罗斯的电饭煲**是一个非常接近于电水壶销量的市场，这个公司成为市场当中最赚钱的公司，这个过程总共用了五年时间，五年时间足够一个企业改变成另一个，其实也是改变世界。改变世界没有那么难，只是有没有发现这样的秘密。有的时候很多认知是不错的，俄罗斯不需要电饭煲这个事情今天来看是错的。

**沙昕哲：**云服务这边，刚才说现在用七牛，但是之前是用别的一家，从这个换到七牛，应该是服务的可靠性稳定性服务质量品质很多东西综合起来会选择七牛，但是我相信可能还有其他的竞争者，自己虽然不是做技术，但是云服务不下 10 家，20 家这样的规模，这方面怎么看竞争的关系？

**李婧：**刚刚提到竞合，用波特武力图来说，云服务竞争力不仅仅是云服务，我觉得是思想，很多传统互联网或者传统人用传统的大型服务器的方式，将数据跟 IDC 一起联合出的数据，现在整个全球在用公用云服务其实只有 19%，还有 81% 的没有用公用云服务，这部分市场他们在用，他们脑子里想什么，其实是我们最大的竞争对手。另外现有云其实很多，专注于云存储并不多，谈共有云服务，其实更多是与用户的关系，过去营销讲究 4P。原来促销的方式必须成为这个领域的专著，刚刚提到阿里云、亚马逊，这些云教育企业教育开发者，包括教育可能现在正在往互联网+走的企业，云服务可以帮他们从服务节省人，创业最大的一个竞争是人才的竞争，但是创业一个团队花一半的力量构建基础服务，投入很大。

另外一个角度是质量控制，现在做云都有所谓 **SLA**，保证向客户之间提供可靠性，但是如果把东西交给你自己的团队，是没有办法给你一个 **SLA**，可能要换人。刚刚提到现象产品，看快看漫画，一天涨 **100** 万用户，怎么保证 **100** 万用户访问你产品的时候不挂不当机，云服务的可扩展性可以保证这一点，国内国外需要更多的合作关系。当然有竞争，一家企业不会只用一家云服务，未来很长一段时间会保持这个状态。

云存储跟云计算到底什么关系，云存储只接非结构化数据和日志型数据，希望单点和用户痛点解决到最大，解决到最大的时候往外扩展更容易的。亚马逊分析文化开始走起，在往云计算走。

**沙昕哲**：刘之你们现在在国内没有竞争，只有你们一家做这个事？

**刘之**：团队来自战略的公司，一定有竞争，有竞争才有市场，没有竞争代表市场不要去做。第二个市场格局没有竞争，目标是把对手干死，对手有很多。在 **360** 的时候跟小米打仗，这个没有关系，让大家知道这个市场，这个市场知道原来还有野狗存在，还有机智云存在，有一句话是京东和苏宁打了一仗，结果国美死了。

**黄灼**：我的理念完全不一样，因为美国 **99** 年开始创业，创建美国最大的 **B2B** 的公司，全美国 **500** 强里面有一半是我的客户，在美国创业到现在，一直推崇**开放共赢**，回国之前只做到 **2** 亿多美金。云打印，把这个市场做起来，但是有竞争也有合作，现在智能硬件跟物联网连冰山一角都算不上，因为根本看不到它，举一个简单的数字，昨天跟家电协会秘书长喝茶聊天，跟我说一年大小家电加起来 **25** 亿，是新增的产品，其中七八亿在国内，剩下的在海外，中国市场当然是成长最快的，非常多的研究机构说到 **2010** 年 **300~500** 亿。我们做的 **300** 家，到 **2015** 年底到 **1000** 家，真正做中国的电子有百万家，我们只是做的其中一部分。几百亿市场里面大家都有空间，发现厂家需求真的非常多的变化，大小厂家需求不一样，小的创客给它 **SDK**，自己能玩转，服务大企业里面，**LA** 史密斯、万和万家乐都是上市公司，把电器互联网化智能化，我们的打法更加温和一点，希望跟业内合作伙伴一起合作。业内非常知名的跟机智云一起奋斗推动整个行业的合作伙伴，现在已经到了一个相对更愿意合作的场面，源代码 **50%** 以上开源。

我们更看重百亿的市场，现在几百万小打小闹是一个开始，希望跟刘志伟在台下有一个交流，现在行业的分工，不像你想象得那么平面，它不是手机市场，手机市场单品有非常多的玩家，智能家居、智能硬件，商业、工业、农业，有太多的玩家，我希望推动整个中国制造业转型，包括现在这些非常优秀创业团队，也是在给整个传统行业很大的刺激，一起把消费升级，中国人消费升级。为什么中国人人口增长没有太快速，跟家电协会朋友们分享，家电行业在全世界范围内增长速度最快的，不是卖的件数多了，而是对品质要求高了，中国家电行业复合增长 **20%**到 **30%**，欧美国家是 **3%**到 **5%**，中国人诉求提高，原来非智能的产品慢慢没有市场，小 **K** 也好欧瑞博也好，大家盯着数以 **10** 亿计的市场，肯定有细分肯定有分工，我觉得将来是**合作多于竞争**的格局。

**周元凯**：非常认同机智云的看法，我们的理念相同，市场很大，我们一起去开拓，没有问题，希望为用户带来更好的东西，更高性价比的东西，而不是低廉的产品，当然要打也不怕，包

括小米进入市场也不怕，怎么打我们自然有对策。我也是一个温州人，是非常血性的团体，也不怕跟谁“打架”。

**沙昕哲：**感觉看到一个场景，你们去过北京天安门前面长安街，长安街非常的宽，有时候两家公司像两个人一样在长安街走，你挤我我挤你，但是长安街很宽，在万物互联还是非常早期的时期，有非常多的机会，可能有竞争，但是更多的是合作机会。感谢六位嘉宾，谢谢大家！