



消费级硬件与人工智能的投资逻辑

星云加速器 CEO 极星资本合伙人

杨海涛



让硬科技创业像互联网创业一样简单

孵化器集群

供应链服务

原型云工厂

科技创业培训

极星资本

深圳

北京

武汉

杭州

宁波

互联网进入深水区

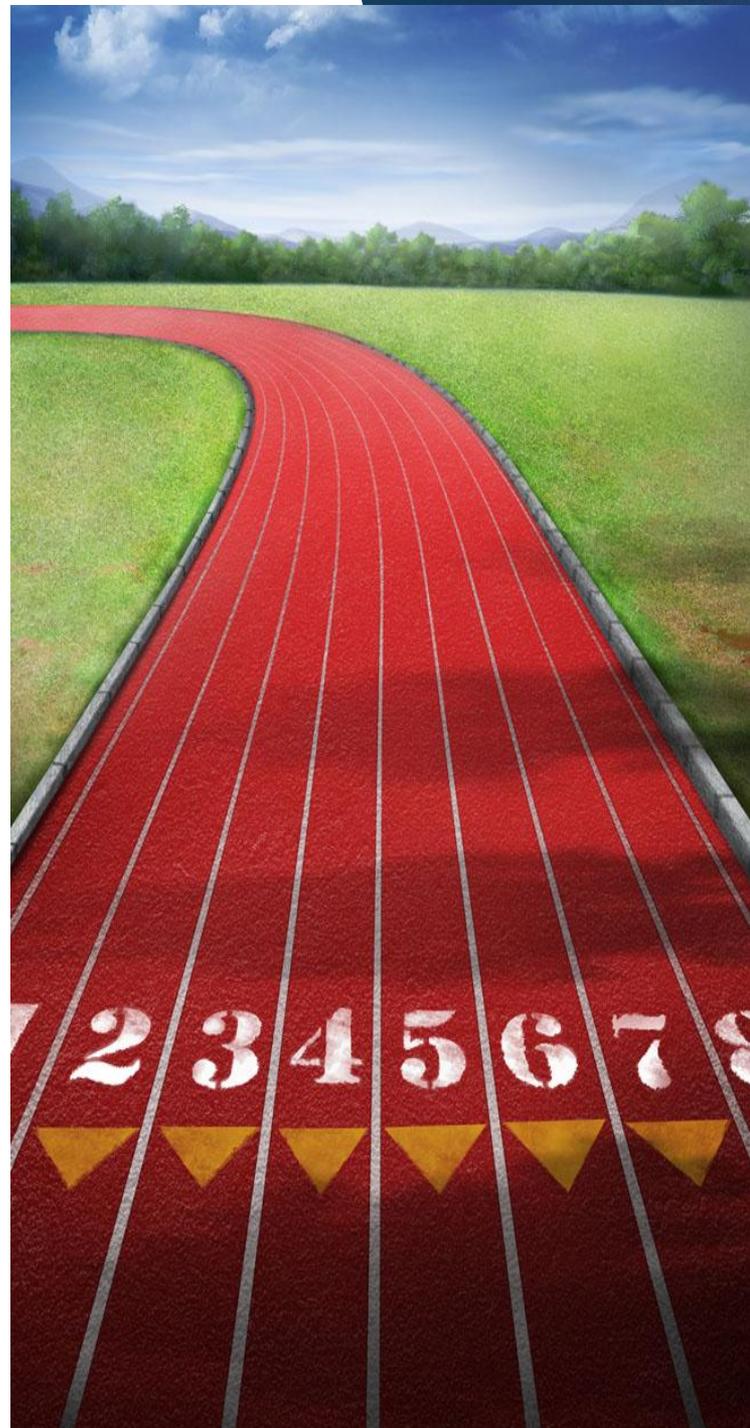
创业不简单

硬科技迎来转型期

中国创业 两大跑道

互联网+（客户+效率）

中国好产品，中国制造2025（科技+工程）



麦肯锡发布的中国创新报告

科学研究型创新

Revenue share of Chinese companies

Index: 1= GDP share (2013)

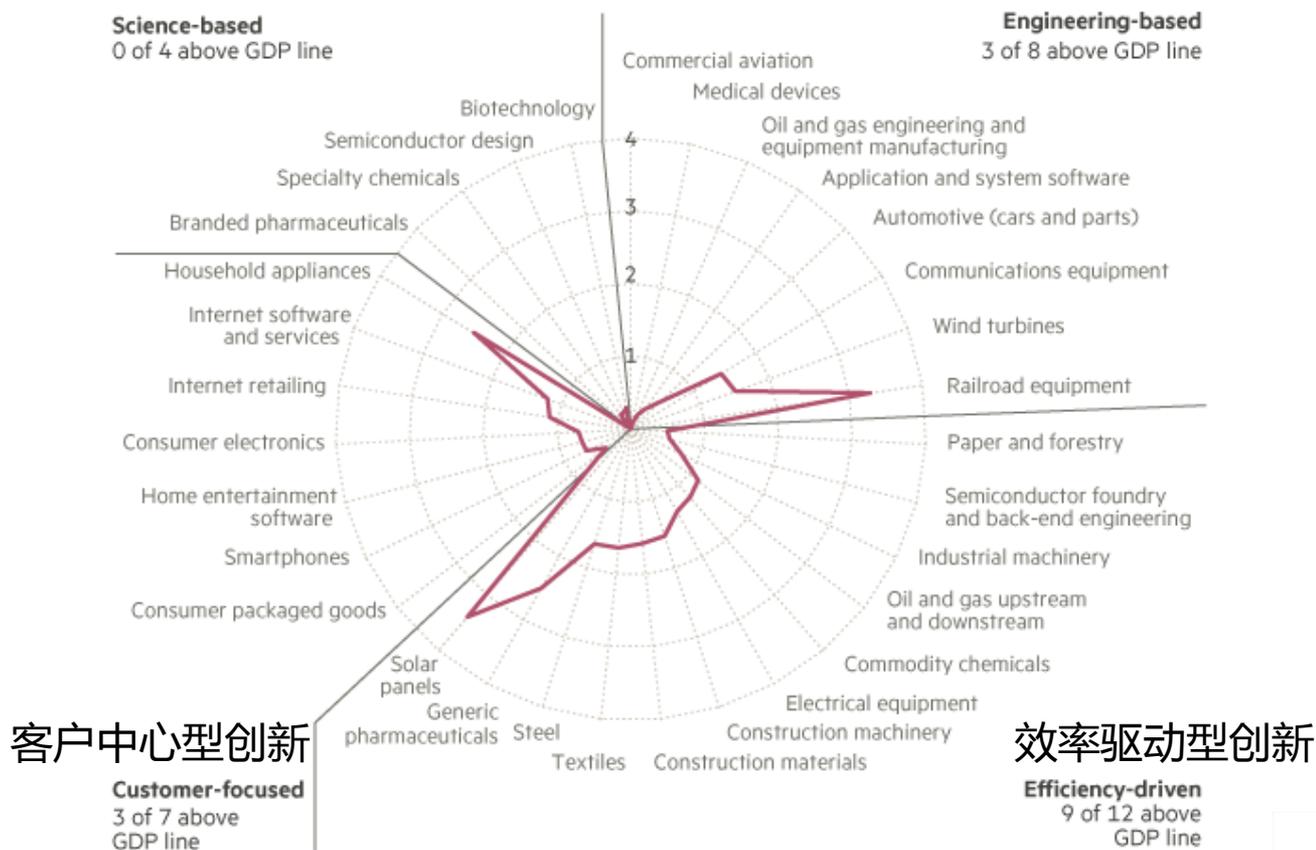
Science-based

0 of 4 above GDP line

工程技术型创新

Engineering-based

3 of 8 above GDP line



客户中心型创新

Customer-focused

3 of 7 above GDP line

效率驱动型创新

Efficiency-driven

9 of 12 above GDP line

Source: McKinsey Global Institute

FT



互联网 + VS 科技 +

好平台

VS

好产品

模式创新

VS

科技创新

外家功夫

VS

内家功夫

挣快钱

VS

挣慢钱

BAT

VS

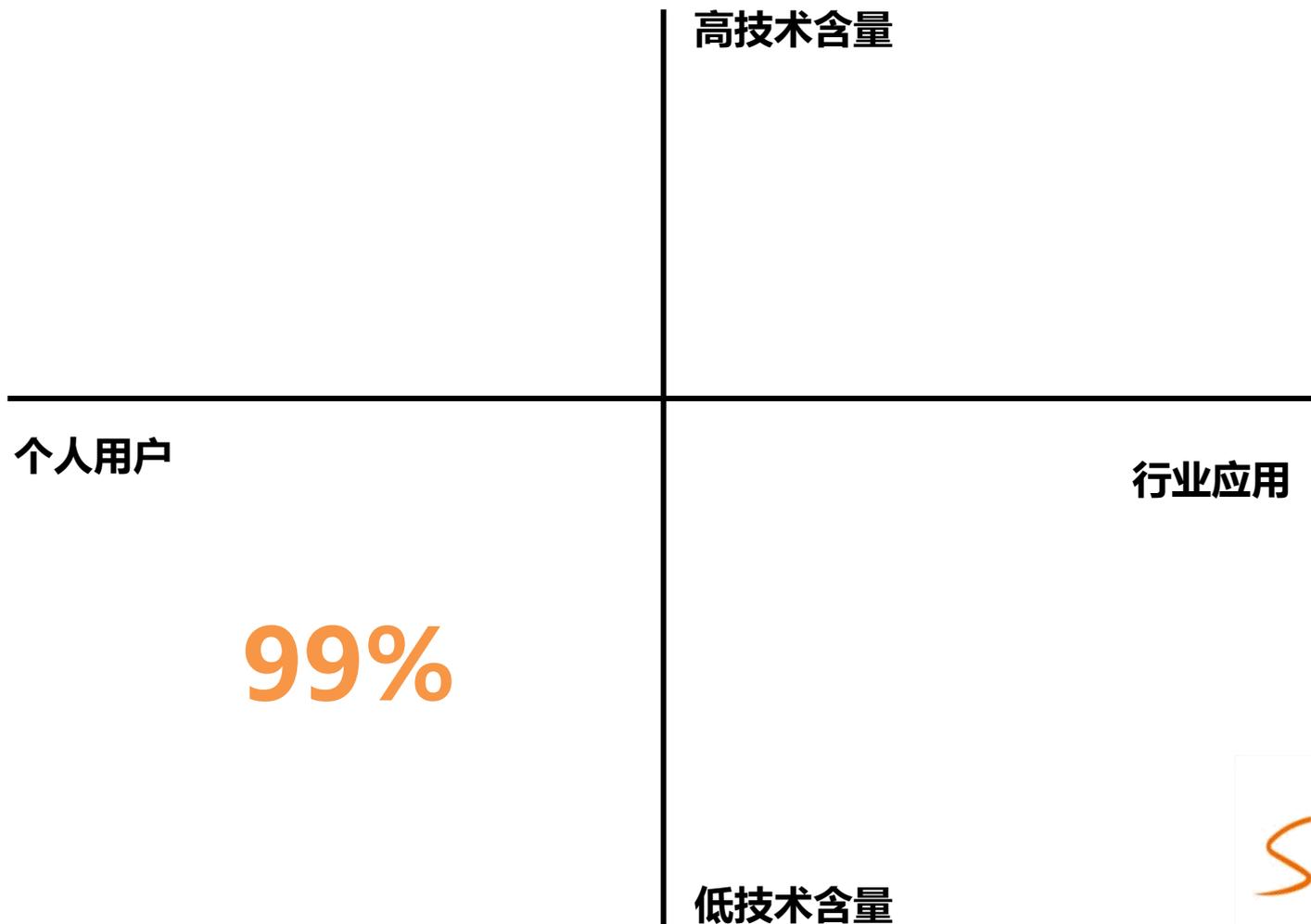
制造业巨头



消费级硬件的投资逻辑

寻找未来可能成为垂直行业第一品牌的创新硬件团队

99%的消费级硬件初创团队不会成为独角兽（他们可能能挣点快钱）



互联网思维和众筹不是神仙药

基本要求

用户测试期

口碑积累期

爆发期

互联网

好团队 + 好产品

上线
天使用户导入
快速试错
快速迭代
可免费

用户放量
数据分析
用户运营
体验调整
服务调整
后来的用户好评会掩盖前面的用户差评

自增长属性
不用考虑物流和生产
持续改善
用户贡献内容
用户数据帮助快速持续改善

消费硬件

好团队 + 好产品

众筹发布样品和视频
小范围更改

样品小规模线下测试
小范围更改

低价策略

交期决定无法大更改

第一批交货

第一批用户口碑决定产品的美誉度，基本无法调整

重大调整需要时间和供应链的配合

通过已经购买用户口碑奠定美誉度
研发和生产周期限制持续改善。

广告投放、线上、线下渠道推广

迅速放量需要大资金和供应链配合。

强大的对手：人口红利和用户高容忍度下的传统消费电子成功路径

	需求发现	产品研发	成长期	建立壁垒	扩张
品牌型	功能渴望 进口替代	模仿 本地化	中价定位 国内市场从0到1的需求 低成本建厂	广告攻势 渠道为王 持续研发 扩大生产	强势品牌 规模生产 全球化 多品类
规模型	代工或贸易	代工和模仿 生产和工艺管理 低成本建厂	代工为主、自主辅助 国内市场高品质打低品质 扩大生产	渠道为王 规模化生产 国际、国内市场	多渠道、多品牌 持续扩大规模 全球化

- 1、人口红利低成本用工可以在成长期就充份运用规模化打败对手
- 2、高进口税和退税可以早期有足够多的利润完成原始积累，建立规模化生产体系。
- 3、用户对功能的渴望和对品质的高容忍度、可以较容易完成品牌积累和销售壁垒建立。
- 4、强大的产业链和品牌渠道壁垒使后进入者难以生存。

拥有供应链、渠道、流量、品牌的大家伙随时碾压你

有核心技术没有供应链死在现在，有供应链没核心技术死在未来

软件与算法

深度学习

图像技术

语音技术

语义技术

运动控制

交互技术

用户体验

ID/MD

核心器件

处理器

传感器

执行机构

生产加工

开模、注塑、PCBA、组装、测试 - - -

备料 物流

成本控制

营销与渠道

不会营销死都不知道怎么死的

ToC 网红时代消费级硬件的成功路径

风口

消费升级

年轻化

个性化

品质化

娱乐化

运动化

设计感

找到新消费人群
发现未被满足的需求
品质高打低
品类没有强势品牌

技术

技术换代

无所不在的网络
智能手机和新终端

人工智能

大数据

传感器

人机交互体验

新技术的使用让客户体验发生根本改变。且足以吸引客户高价购买。
世界级的持续研发能力

品牌与渠道

网红时代

社交媒体

电商

视频化

全球化

去中间环节

传播速度足以段时间建立品牌壁垒。做到品类即品牌。
产品可以秀
价值可传播

生产

代工时代

高成本

极致工艺

高度分工

核心器件自产或定制

核心元件或组件不被供应链企业制约或抄袭。

供应链跟得上市场爆发速度。

资本

并购时代

因技术被并购

因数据被并购

因品类被并购

因团队被并购

因资金量被并购

不能并购别人就会被并购
冲过危险期的时间要短，融资要快，要大。
拥抱产业资本

体验时代 有用没用不是重点

寻找通过体验产生快感的硬件

寻找被网红人群喜欢的硬件

寻找可产生独特内容的硬件

寻找可产生有用数据的硬件

寻找全球售卖的硬件

寻找可大量出货的硬件



消费级智能硬件的一些热点

- 不看好存量市场改造升级（品牌和质量，小团队没有优势）
- 技术突破引领用户体验突变（如：无人机/平衡车）
- 与内容相关的产品（如：相机与美图、vr与游戏、体感与性、摄像头与网红）
- 底层技术的支撑（如：深度传感器、语音语意与用户需求深度匹配）
- 可进入精准医疗体系的消费级产品（慢性病监测、远程诊断）

谁整合谁？



用户体验 技术 渠道 供应链 传统厂商

用户体验 技术 渠道 供应链 **打败** 传统厂商

用户体验 技术 **2B2C 玩数据和app** 渠道 供应链 传统厂商

用户体验 技术 渠道 **双品牌、降成本** 供应链 传统厂商

用户体验 渠道 **贴牌或被贴牌** 技术 供应链 传统厂商

技术 **技术授权、持续研发** 渠道 技术 供应链 传统厂商

快速上量是前提但不是目的

得到什么？

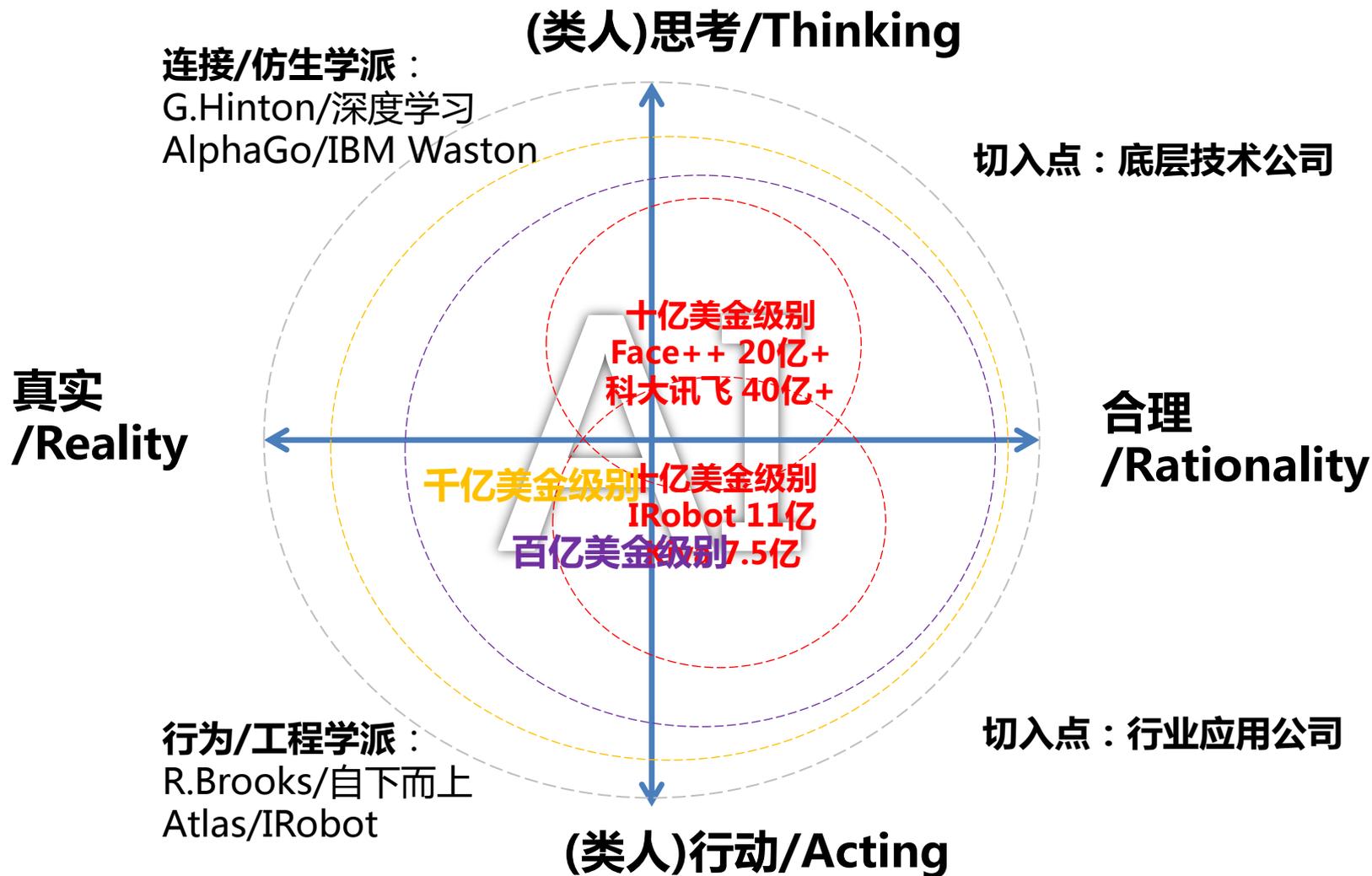
品牌忠诚度？可持续的利润？可复用的数据？技术持续领先？

寻找未来可能成为垂直行业第一品牌的创新硬件团队



以下内容来自联想之星投资

AI/智能机器定义及产业格局



AI/智能机器投资逻辑

(LS portfolio)

农业

- Abundant Robotics
- Iron Ox

物流

- Transcend Robotics
- I AM Robotics
- Matternet
- Astrobotics

安防

- 丁叮
- Cobalt Robotics
- Roost
- Airmap

零售

- Momentu m Machines
- Simbe Robotics
- 好买衣

...

AI/智能机器

支持平台

- 星云智能硬件加速器
- Able Cloud智能硬件云
- Cometlabs星空孵化器

底层技术

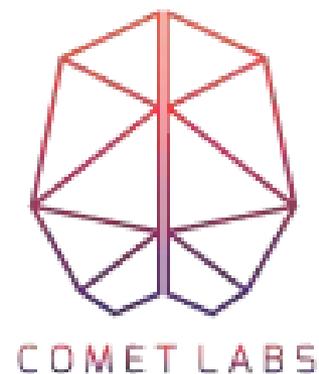
- Face++ (视觉技术)、思必驰 (语音交互)
- Alces (3D视觉深度识别芯片)、Deep Vision (深度学习芯片)
- Syntouch (触摸感知传感器)、WEFT、中科虹霸、PreNav

为什么要ToB/行业应用

- 对核心功能以外的事情高容忍
- 对价格能高容忍
- 可以人机混合
- 可以聚焦单任务

创业者建议

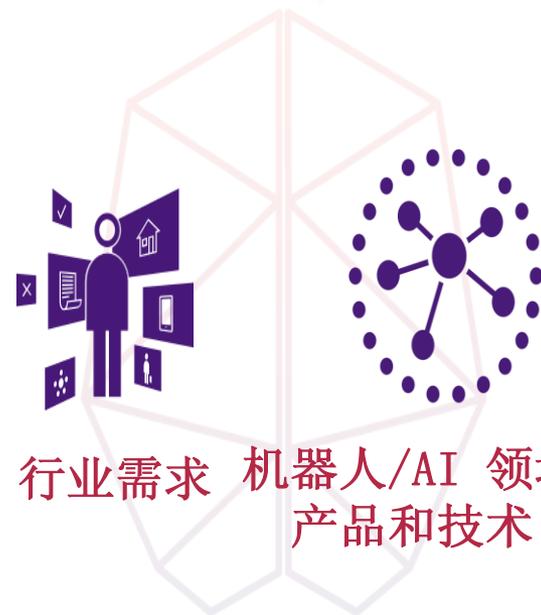
- 找准定位：突出自己的优势，做别人所不能
- 寻找蓝海：行业深度结合 or 技术绝对领先
- 人才资源互补、产品全球化、产业资本结合



Comet Challenge – 智能零售



- Comet Labs 联合银泰百货, 万达广场, 红星美凯龙和物美集团共同推出了第一届行业挑战赛--智能零售挑战赛。我们希望通过此次挑战赛,寻找来自创业公司的优秀方案,帮助传统零售行业公司解决收集用户数据、优化营销模式、降低人力物力成本、增加消费便捷度和提升用户体验度等相关问题。
- 最终的获胜方案将会获得四家合作伙伴**实地测试的机会**,于此同时 Comet Labs 为此次大赛设置了**2000 万**人民币的基金池,我们将会为不同板块的获胜团队提供资金、场地及培训等全方位的配套增值服务。



报名网址：
www.cometlabs.top



杨海涛

关注人工智能/智能机器/智能硬件 / 领域早期项目