

## 裂变式增长 创新型模式 国际化路径

# “独角兽”企业改写品牌榜

本报记者 卢泽华

独角兽，一种古代神话中头顶长有单角的珍稀动物，善于奔跑，有的还长有洁白双翼，可以翱翔天际。如今，世界上有一批创立时间短、市场估值高、发展潜力大的企业，也被形象地称为独角兽企业。

在全球经济浪潮中，许多今天的世界级品牌都曾昨日的“独角兽”，而今天的“独角兽”也有可能成为明日的巨头。独角兽企业，正成为带动经济变革、激活发展潜力的一大抓手。而中国，目前正经历着独角兽企业异军突起的裂变时期。



独角兽概念图（资料图片）

### 1、进入高速发展期

在北京某互联网公司工作的胡先生目前正在准备跳槽，在给自己制定的3个跳槽目标中，他最希望进入一家独角兽企业。

“独角兽企业大多处于新兴领域，发展前景好，升职空间大，如果能分到股权，等公司上市后还会有一笔不菲的收益。”胡先生对记者讲述选择独角兽企业的理由。

胡先生的想法在职场并非个例。由于独角兽企业发展迅速，很多从业者都想搭上这辆“顺风车”。

“独角兽”的概念，最初由美国投资人艾伦·李提出，主要是指10亿美元以上估值，创办时间较短，获得过私募投资且尚未上市的公司。作为衡量经济发展活力的指标性概念，独角兽企业被认为是经济新旧动能转换及产业创新的体现。

目前，中国正经历着一场经济结构调整的变革，在大众创业、万众创新的浪潮中，独角兽企业成为这场变革的亮点。据科技部火炬中心主任张志宏介绍，2015年中国独角兽企业只有70家，而到2016年已达131家。

创新能力强、成长周期短、成长跨度大是中国独角兽企业的特点。一组典型的数据是，虽然中国独角兽企业的标准是成立时间不超过10年，但在这131家独角兽企业中，2014年及以后成立的企业却高达50家，占比超过1/3；而创立仅1至2年即入围独角兽企业榜单的也有15家，占比超过1/10。这样的发展速度，从全球范围来看，都是罕见的。

统计显示，中国独角兽企业共分布于18个领域，技术驱动型占绝大多数。其中，人工智能、大数据、云计算、企业服务、网络安全、



3月11日，在重庆市地铁一号线尖顶坡站旁，市民使用手机扫码取共享单车。何超摄（人民视觉）

新媒体等新兴业态更是这些企业的集中领域。

不同于传统中国企业先站稳国内市场、打响品牌，再推进国际化的发展轨迹，这些独角兽企业，往往依托技术创新优势，短期内就在国际市场上展现出“裂变”态势。成立不到7年的小米，业务已经遍及印度、北美、越南等世界各国，在全球手机销量中名列前茅；滴滴出行在美国、巴西等地安营扎寨的同时，还在硅谷成立研究院，占领大数据安全和智能驾驶的研发高地。而无人机企业大疆创新，其80%的销量来自于海外，客户遍布全球100多个国家。

### 2、经济转型新引擎

式。”程维说。

而像程维这样，一个创新的想法、一款小小的手机应用，就可能解决生活中的许多问题。中国的广阔市场和需求驱动促成了许多如滴滴一样的独角兽企业不断诞生和成长。

3月18日，苹果公司首席执行官库克在参加完“中国发展高层论坛”后，来到了位于海淀区中关村的共享单车公司ofo北京总部，“让通勤更环保、更高效、更有趣”，参观结束后，库克这样描述他的感受。

如今，ofo、摩拜等公司创立的共享单车模式，为许多中国城市的居民们解决了“最后一公里”的出行问题，并在近一年来，以惊人的速度发展壮大。这两家公司也成为了行业估值超过10亿美元的独角兽企业。而随着共享单车市场的爆发式增长，共享汽车等业务也开始在全国落地生根，共享经济蔚然成风。

纵观目前的131家独角兽企业，可以发现，这些企业大多集中于电子商务、互联网金融、人工智能等领域，并与当下共享经济、智能经济和平台经济的发展趋势高度契合。这些企业在解决用户生活“痛点”的同时，也创造了更加高效的经济形式，成为中国经济发展的新动能、新符号。

“当前中国经济发展进入新常态，正处于发展方式和新旧动能转换的关键时期，在大众创业、万众创新的浪潮中，爆发式增长的独角兽企业已成为推动经济向中高速增长、迈向中高端水平的重要引擎。”张志宏表示。

### 3、积极发力国际化

3月21日，印度总理莫迪在社交网站上发布了这样一则消息：“智能手机厂商小米宣布在印度设立第二座工厂，这是‘印度制造’的一次重要提升。”一国总理关注，折射出的是小米手机在当地市场的重要地位。

事实上，印度是小米最重要的海外市场之一，去年，小米在印度实现了10亿美元的营收。而据小米印度公司总经理马努·贾殷介绍，莫迪所说的这座工厂，建成后将为周边100多个村庄提供逾5000个就业岗位，小米公司在印度的产能也可提升至平均每秒制造一部手机。

像小米一样，位列中国独角兽企业榜单的131家企业，很多已经将业务拓展至海外，企业本身也拥有较大规模。据测算，目前中国的131家独角兽企业，共计4876亿美元估值，企业平均估值37.2亿美元，其中7家估值超过（并包括）100亿美元的超级独角兽，估值占比46%。这些包括估值750亿美元的蚂蚁金服、估值460亿美元的小米、估值390亿美元的阿里云以及估值338亿美元的滴滴出行等。

无论从企业规模来看，还是从业务范围来看，排名靠前的独角兽企业，都已具备成为世界级品牌的潜在可能。同时，除了这些百亿美元级的“超级独角兽”企业，一些体量较小的独角兽企业，也在积极探索国际化战略。在国内共享单车市场如火如荼的同时，ofo、摩拜已经悄然试水海外业务，开始布局新加坡市场。乐视云也在美国建立子公司，与国际上的云服务巨头同台竞技。

当然，对于这些成立时间不长，发展根基并不稳固的独角兽企业而言，国际化并非一片坦途。由于不了解当地政策法律环境和竞争态势，小米手机在巴西等国的业务拓展始终步履维艰。而ofo共享单车在新加坡的投放也受到当地政策的一些挑战。

因此，对于大多数独角兽企业，谈论形成新的国家级品牌还为时尚早。但其对于带动中国新兴产业发展、促进经济结构转型、提升中国品牌竞争力，却有着特殊意义。可以预见的是，随着中国经济、共享经济等新兴领域的发展，更多独角兽企业还将出现。

“一个国家要能够产生100家独角兽企业就是个大事情，一个城市能产生10家以上的独角兽企业也是个大事情。今天，中国正在经历这样的大事情。”长城企业战略研究所所长王德禄表示。

3月20日，参观者在德国汉诺威IT展上观看中国大疆公司展出的无人机。（新华社/路透）



1月23日，在日本东京的一家罗森便利店，罗森集团董事长（右一）体验使用中国的支付宝结账。新华社记者 马平摄

“我在杭州工作的时候，每周五要从杭州坐飞机回北京，好几次提前两个小时打车却打不到，而等我到机场的时候，飞机已经走了。”在一次演讲中，滴滴出行创始人兼首席执行官程维谈到他的创业初衷时这样说道。那时，在阿里巴巴支付宝工作的他因此萌生了做打车软件的想法。“只要你在屋子里面叫车，车到了再出门，比你去路边碰运气体验更好，一定会有越来越多的用户会喜欢这种新的方

## 让创新成为品牌发展新动能

王萌

支付宝、滴滴出行、美团点评，这些几乎载入每一个智能手机、深入我们日常生活每一个角落的应用背后，是估值超过100亿美元的超级“独角兽”。如今，这些“独角兽”企业，带动着产业的爆发式增长和新业态的出现，正显示着中国强劲的创新力。

梳理“独角兽”企业的成长可以发现，技术创新和商业模式创新，正成为中国企业发展的新路径，为中国品牌建设提供新动能。

创新，是中国品牌走向中高端的动能。长久以来，中国品牌在中高端市场的竞争中不断探索，从企业战略选择到国家政策的支持引导，中国品牌已经脱离“低端廉价”的标签，在中高端市场上逐步发挥引领作用。但是，世界百强品牌中，中国自主品牌只占一个。品牌建设的重要性和紧迫性不言而喻。

近年来，出国扫货消费，抢购马桶盖、电饭煲成为一种风气。中国消费者的购买力有着巨大的潜能，然而国内品牌却跟不上需求。中国品牌差在哪儿？一方面，缺乏精益求精的工匠精神，另一方面，创新不足也是国货的一大短板。中国消费者到国外抢购的具有抗菌、冲洗和座圈瞬间加热等功能的智能马桶盖，抑或是煮饭粒粒晶莹并不粘锅的新型电饭煲，都能反衬出国货创新精神的不足。

创新，是中国品牌走向世界的动能。经过多年发展，“中国制造”早已享誉世界，220多种工业品产量居世界第一。中国品牌能走出国门，中国智造能够继续保持竞争优势的重要原因之一，是对创新的不断追求。



### 什么是独角兽企业

成立时间不超过 10年  
估值超过 10亿美元

这些企业具备的特点：

创新能力强 成长周期短 爆发式增长

2016年

中国独角兽企业达 131家  
总体估值达 4876亿美元  
平均估值 37.2亿美元

制图：卢泽华