

创新，就是要找到用户的“痛点”

文/王轶辰

2014年11月5日，一款史上最便捷的路由器kisslink悄然登陆京东众筹平台，在不到24小时内，就获得近5000人支持，筹资金额超过百万，再次刷新国内产品众筹纪录，创下了在24小时之内支持人数最高纪录，2个月内公司估值就蹿升至数亿元人民币。

随着kisslink的快速蹿红，创始人张兆龙的睡眠时间越来越少。早上5点起床，和美国的同事沟通工作进展；9点钟从石景山穿越大半个北京城到建外SOHO的公司“督战”，期间要接待好几拨客户和粉丝；晚上10点，办公室里仍然灯火通明。

一个星期前，张兆龙的公司刚从石景山的一处民宅搬进头顶光环的建外SOHO，实现了小小的华丽转身。张兆龙的办公区设在进门前台的位置，他穿着朴素，不说话的时候看起来行事低调，还有些腼腆，可说起话来却语速极快，似乎从体内一下子迸发出巨大的能量。

化繁为简的产品

kisslink路由器核心理念就是简单，只要插上网线和电源线就可以上网，让人们更多地关注上网的体验，更方便地使用

当张兆龙2004年从中国科技大学毕业的时候，他选择了如日中天的IT行业，“坦白讲选择这个行业就是因为收入高。”张兆龙毫不避讳地说。

带着这个动力，张兆龙之后又加盟了Aruba路由器公司，之后他当上了产品经理，收入一路走高。按照这个情节发展下去，我们的故事到此也可以做个美好的结尾了。但是这个干了十年路由器的“技术宅”，偏偏不满足





于现状,他决心创业,给出的理由是要改善家庭成员的生活。

在Aruba期间,张兆龙曾负责其在中国的第一款路由器产品MIC1100。第一年,这款路由器占据了整个中国企业级无线路由器市场80%的份额;第二年,这个数据急转直下。成功来得很快,去得也很快。“原因在于这款产品主要卖给企业和运营商,销售业绩完全取决于客户关系的维护,和产品本身关系不大。因此,我自己创业时选择做一个面向消费端的家用路由器。只要征服了普通消费者,就可以‘站着把钱挣了’。”MIC1100的成败转换之快对张兆龙的触动很大。

即使这样,市场上的家用路由器也面临着激烈的竞争。除了TP-LINK这个行业巨头,还有360、小米等后起之秀,要想脱颖而出谈何容易,但是有着十年路由器从业经历的张兆龙还是敏锐地发现了市场空隙。“如果打开百度,输入‘怎么’两个字,百度智能排序系统一定会自动联想到‘怎么设置无线路由器’。一个看似不大的问题,却成了困扰所有地球人的问题。这就是我们的机会,我们的路由器就是要解决这个问题。”张兆龙想到这点就难掩激动。

经过多年技术积累,张兆龙在2013年为自己未来的路由器申请了拥有全球专利的Kiss认证技术。基于这个技术打造的kisslink路由器,只要插上网线和电源线就可以上网。不需要输入密码,只需把手机或其他移动设备靠近这个路由器5厘米之内,置于认证面板之上,路由器就会提取用户信息进行匹配,匹配成功就可以上网。这个产品,不仅让上网更加“傻瓜”,也从硬件层面阻断了蹭网、黑客等问题。因为没有密码,也就无码可破。

“我觉得现在市面上绝大多数的智能路由器都是假智能,只有kisslink解决



了人们的痛点,让人们不需要思考和记忆,用最少的精力去关注路由器,更多地关注上网的体验,更方便地使用,更快乐地生活。”张兆龙认为kisslink是全球第一台真正智能的路由器。“现在大多数产品是做复杂了,比如随身wifi要支持电源,家里镜子要支持屏幕,而我们的核心理念就是简单,让家里面没有享受到科技的人公平地享受科技。”

超出预期的每一步

“你正在寻找的也正在寻找你”,这是张兆龙创业一年来的素描。对于创业,他总结出最重要的两个字就是:真诚

“营销的本质首先是做一款好的产品,然后是让别人知道,前者我们已经做到了,后者我是真没有经验。”虽然张兆龙在营销方面是个门外汉,但他认为传统营销那种到处打广告,给渠道商高额利润的方式,是对资源的极大浪费。在他眼里,好的产品才是核心竞争力。

京东众筹平台给张兆龙这样的创业者提供了一个高性价比的推广平台。

2014年11月5日,kisslink在京东开启预

售,很快刷新了国内产品众筹纪录,创下了在24小时之内支持人数最高纪录。

考虑到国内的知识产权保护较差,容易被“山寨”,而发达国家对模仿的容忍度较低,张兆龙几乎同时在美国众筹平台kickstarter发起预售。很快,kisslink再次创造了所有中国项目在海外支持人数最多的纪录,与此同时,wifi之父Matthew Gast也在其社交网络中力推kisslink。之后,kisslink还在备受瞩目的CES(国际消费类电子展览会)上高调亮相,并被MSN英文站列为2015年最佳发明之一,成为首个入榜中国发明。

短短50天,kisslink就凭借优美的工业设计,极简的操控以及亲民的价格卖出了近5万台。不论是“外貌党”,还是“技术帝”在kisslink身上都能找到归宿。通过两次众筹,kisslink积累了第一批真正热衷于产品的粉丝级用户。

目前,kisslink的Q群、论坛上已经聚集了数千名粉丝,这些粉丝出于对产品的热情,通过社交网络等多种渠道自发传播产品测试视频和评价。他们的体验反馈不断帮助kisslink迅速地试错、升级,把产品变得更完善。

一路走来,张兆龙觉得创业的感觉很轻松,因为都是自己能力的自由发挥,没有了之前在大公司的拘束;因为资金链没断过,人才储备也很充分,并且每一步都超出预期。

“你正在寻找的也正在寻找你——kisslink。”这是张兆龙最满意的一句文案,也是他创业一年来的素描。对于创业,他总结出最重要的两个字就是:真诚。“对自己的内心真诚,对投资人和合作伙伴真诚,对团队和粉丝真诚,你就能遇上那个对的人。”

三分钟的打动

张兆龙只用了3分钟的讲述,就打动了完全不懂路由器技术的投资人,最终成功推出“能让密码永远成为历史的安全路由器”

“我们的产品要像孩子一样,能够给所有人送去关爱。”带着这个理念,张兆龙在2014年3月注册了自己的公司,并取名为北京因宝科技有限公司,那一天他踌躇满志。

拿到营业执照的张兆龙在短暂的兴奋之后,很快陷入了沉思,因为他发现他还缺少一把成功路上的关键钥匙——钱。带着对钱的无比渴望,张兆龙开始寻找“金主”。当时正值《中国合伙人》炒得沸沸扬扬,他发现徐小平是一个既有钱又有爱心的天使投资人,他想找徐老师碰碰运气。

连他自己都没想到的事情发生了,他这个“孤胆英雄”只用了3分钟就打动了徐小平。他向徐小平介绍道:“我打算做一款不需要密码的路由器,而密码的本质就是,可以让想上网的人上网,让不想上网的人不能上网,这将是一款划时代的产品。”这让完全不懂技术的徐小平“秒懂”了路由。

于是,徐小平搂着张兆龙的肩膀就

把合同给签了,并给他的产品取了后来的中文名字“吻路由”。

徐小平的钱当晚就到账了,而且近千万的数字极大超乎了张兆龙的预期。

“签完合同后第一反应是:天使融资进行得好顺利。可钱真正到账后,身上却突然充满了一种前所未有的责任感——一定要把产品做到极致。”

虽然手中有钱,可张兆龙并不敢放松一丝一毫。作为一个硬件创业者,要把图纸上的产品变现不容易,毕竟有太多的创业公司倒在了供应链上。张兆龙预期的产品必须具备和苹果一样的品质,可是有这个实力的大工厂看不上他这个小公司,愿意合作的小厂又无法提供高质量的产品。

关键时刻,张兆龙用他的情怀和“江湖气”打动了一家深圳模具厂的老板。其实他俩都明白,这是一次风险很高的合作,对于工厂来说制模成本不

菲,对于张兆龙来说很可能影响到创业的成败。为了保证品质,工厂老板“挖”来了整条富士康生产线。带着破釜沉舟的决心,一款足以和苹果产品媲美的路由器,终于在2014年8月成功下线。

2014年10月底,kisslink全球发布会在中关村创业大街黑马会举行,会场水泄不通。高洪偲作为京东众筹的高管因为晚到没有座位,站着听完了发布会。

发布会上,真格基金联合创始人王强谈到张兆龙和他的产品时也激动万分,他说:“张兆龙的激情让我们投资人只记住了两个东西:路由器的过去和路由器的未来。这是他作为一个搞路由器的哲学家最高的境界。”

那一天,张兆龙计划用kisslink来完成一次颠覆,颠覆的不仅是路由器过去也是未来。对于kisslink,他给出了这样简短的论述:“kisslink是一款能让密码永远成为历史的安全路由器。”

