

可可——足球约球小程序开发者

创业背景：从一次踢球不便到第六款小程序的进化

可可是一位深圳的青年创客，也是一名足球爱好者。他的创业故事开始得非常朴实——因为一次踢球时的不便，“想踢球，却没人、没局、没场地”，他决定自己动手解决这个问题。

在创业之前，可可并没有光鲜的技术背景。他是因为对 AI 感兴趣，才逐步走上了开发之路。此前，他已经开发过五款小程序，其中就包括“新春拜年祝福”小程序——用户输入拜年对象的身份、爱好等关键词，AI 就能生成一段专属祝福语。这些经历让他对 AI 工具和低代码平台有了充分了解，也为他后来的约球工具打下了基础。

“一开始就是想‘玩一玩’，”可可回顾自己的创业路时说，“我觉得自己需要的，肯定也是别人的刚需，那就做出来试试，结果一发不可收。”这种“为自己做产品”的理念，正是许多成功一人公司的起点——最真实的需求往往来自于创业者自身的痛点。

项目定位：专注业余球友的垂直约球工具

可可的这款足球约球小程序，定位非常清晰：专注服务业余球友的约球需求。与市面上已有的泛体育类 App 不同，它不追求大而全，而是死磕“约球”这一核心场景。

他的核心理念是：“不求做到多大，只要能真正解决一群人的痛点。”在可可看来，现有市场上虽然有不少运动类应用，但专门为业余球友服务的约球工具几乎是空白。很多踢球爱好者面临着同样的困境：想踢球时找不到人、凑不齐队、订不到场地。可可的约球工具就是为解决这些“小而痛”的问题而生。

这个定位也符合当前运动社交类产品的发展趋势——约球类业务模型需要同时具备**交易撮合**和**社交交友**两大特性：一方面要拉通上游场地资源，引入下游用户流量，实现更多的供需匹配；另一方面要通过社交属性让球友形成稳定的社群，提升用户粘性。

技术实现：零代码平台让非技术背景也能开发

可可的约球小程序开发过程，充分体现了 AI 时代“一人公司”的技术普惠性。他本人并非程序员出身，但借助 AI 工具和低代码平台，一个人完成了产品的开发、测试和上线。

近年来，国内涌现了多款零代码/低代码开发平台，让非技术背景的普通人也能快速开发应用。例如：

- **腾讯 CodeBuddy + CloudBase**：用户只需输入自然语言描述，AI 就能自动生成前后端代码，并支持一键发布到云开发环境
- **百度“秒哒”无代码平台**：采用可视化逻辑编排引擎，支持拖拽组件构建复杂业务逻辑，可将开发周期缩短至数天

- ****响指 HaiSnap****: 用户输入自然语言即可生成包含界面、逻辑、数据存储的完整应用，已累计生成数十万款应用

可可正是利用这类工具，从零开始搭建了自己的约球小程序。这个过程就像“做一道数学题”——把需求想清楚，剩下的交给 AI 去执行。随着 AI 编程工具的不断成熟，一个人完全可以做出不输给小公司的产品。

产品功能：从约球到社交的完整闭环

可可的约球小程序围绕“约球”这一核心场景，设计了多个功能模块：

****首页****: 包含广告轮播、最新约球、今日球局三大区域。用户可以快速浏览最新的约球活动，点击卡片即可进入详情页查看报名信息。

****约球模块****: 这是产品的核心功能。用户可以按城市、区域、场地类型筛选约球信息，以卡片形式展示每一个约球活动，点击后可完成报名操作。

****发布模块****: 用户可以在线发起约球活动，包括选择场馆、选择场地时段、完成订场支付。整个过程支持拼场、包场等多种模式，极大提升了预约效率。

****个人中心****: 用户可以编辑个人信息、制作个性名片，查看自己发布或报名的约球活动，管理地址和储值卡。对爽约或体验差的球友，还可以加入“黑名单”。

****社交功能****：用户可基于位置、技能水平、常活动时间等标签创建或加入球队。小程序提供球队管理、约战、数据统计等功能，真正实现“以球会友”，将散落的运动个体连接成社群。

这类产品还具备很大的扩展空间——例如，通过球场固定机位，结合 AI 视觉算法，可以自动识别进球、抢断、妙传等精彩瞬间，赛后自动生成集锦视频，极大提升用户的分享欲和粘性。

商业模式：先服务后变现的探索之路

目前，可可的约球小程序采用的是“免费基础功能+增值服务”的模式。用户可免费查找附近球局、报名约球活动，平台暂时没有明确的收费计划。

可可坦言，怎么变现依然是他面临的现实难题。“新产品需要推广，用户增长慢的话，很容易陷入‘产品挺好，就是没人知道’的困境。”但他并不急于商业化，而是更关注如何把产品做好、让用户用得舒服。

未来的变现路径可能包括：

- ****场地预订分成****：与球场合作，通过平台预订收取佣金
- ****会员订阅****：为高频用户提供高级功能（如数据统计、AI 集锦等）
- ****装备推荐/电商****：基于用户画像推荐足球装备，获取销售分成
- ****广告收入****：在用户规模足够大时，引入体育品牌广告

可可对商业化的态度很务实：“把服务做好了，变现是水到渠成的事。”

运营细节：一个人的推广战

作为一人公司，可可面临的运营挑战不少。“一个人包揽所有环节，精力确实有限，我也担心时间长了会把自己耗空。”

为了推广产品，可可采取了几种方式：

****社交平台引流****：他会在社交平台上给自己“打 Call”，直接喊出“想踢球，却没人、没局、没场地？上我的小程序，一键就能找到附近缺人的球局！”这样的广告语，吸引同好关注。

****加入 OPC 社群****：他积极加入各种 OPC（一人公司）社群，和同行交流经验。深圳近年来出台了多项 AI-OPC 专项扶持政策，从场地、资金、技术、人才等多维度支持“一个人+AI”轻创业模式发展。这些社群不仅是信息交流的平台，也是创业者相互取暖的地方。

****持续迭代产品****：可可已经开发了六款小程序，从“新春拜年祝福”到足球约球工具，他在不断试错中积累经验。这种“小步快跑”的节奏，让产品在用户反馈中快速迭代。

****时间管理****：可可坦言，“精力有限”是一人公司最大的挑战之一。他需要在产品开发、用户运营、客服反馈、市场推广之间找到平衡，把有限的精力投入到最关键的环节。

给创业者的启示

可可的故事对想要尝试一人公司创业的普通人有多重启发：

****1. 从自己的痛点出发****：可可因为想踢球却找不到人，做了约球小程序。最真实的需求往往来自自己——如果你都觉得不方便，那一定有人和你一样。

****2. 善用 AI 工具****：技术不再是门槛。零代码平台、AI 编程助手让非技术背景的普通人也能开发产品。正如可可所说：“现在的 AI 工具、低代码平台越来越成熟，一个人完全可以做出不输给小公司的产品。”

****3. 不求做大，但求做精****：可可不追求大而全，而是死磕“约球”这一垂直场景。在小众市场里做到极致，也能形成自己的护城河。

****4. 加入创业社群****：一个人创业容易陷入“产品挺好，就是没人知道”的困境。加入 OPC 社群，交流经验、获取资源、相互取暖，能让创业路走得更远。

****5. 把解决痛点作为使命****：可可最打动人的不是他的技术能力，而是他的初心——“只要能真正解决一群人的痛点，这就是‘一人公司’最迷人的地方。”

可可的约球小程序还在成长中，但他的故事已经证明了：在 AI 时代，一个人完全可以做出不输给小公司的产品。未来，会有更多垂直、小众但好用的产品冒出来，而创造它们的，正是像可可这样，从自己真实需求出发的“超级个体”。