

“死了么”App——从网友脑洞到估值近亿的独居安全守护者

创业背景：从评论区里“长”出来的产品

2026 年初，一款名为“死了么”的 App 横空出世，以不到 1500 元的开发成本、1 个月的研发周期，在零广告投放的情况下登顶苹果 App Store 中国区付费榜榜首，估值一度飙升至近亿元。这个现象级产品的创意，竟来自社交媒体的一条评论。

****创始人吕功琛****，29 岁，河南郑州人，曾有过 5 年深圳独居生活经历。他切身感受过独居群体的安全焦虑——晚归时昏暗的城中村、合租室友急性肠胃炎发作晕倒在客厅的惊险、女性朋友被陌生人尾随的恐惧，都让他对安全需求有了深刻理解。

“这个创意不属于我，属于网友。”吕功琛反复强调这句话。早在两三年前，他就在社交媒体上看到有人问“什么软件是大家需要但还没被开发出来的”，评论区热评第一就是关于独居安全和死亡检测的讨论。他发现，独居人士的安全需求是真实存在的，只是长期被忽视。

2025 年中，吕功琛决定把这个网友的“脑洞”变为现实。他与两位“95 后”朋友组成团队，三人分别负责产品、设计和研发，分布在不同的城市，通过远程办公协作。他们注册了月境（郑州）技术服务有限公司，注册资本仅 10 万元。

项目定位：为 1 亿独居人群打造的“数字守夜人”

“死了么”的定位极其精准：****为一二线城市独居人群打造的轻量化安全工具****。它的核心逻辑简单到极致——不是监测你做了什么，而是监测你^没做什么。

这个定位切中了中国社会正在发生的深刻变迁。根据《新独居时代报告》，2024 年中国独居人口规模已达 1.23 亿，其中 20-49 岁中青年独居者达 1.1 亿人。到 2030 年，这一数字预计将达 1.5 亿至 2 亿人。这些年轻人离家求学、工作，婚育时间推迟，逐渐形成普遍的独居形态，情感与心理上的“补位”需求极为强烈。

吕功琛用一句话概括产品的核心价值：“大家买的不是功能，是‘被看见’的感觉。”数据显示，产品用户中 25 岁以上独居女性占七八成，她们对安全的焦虑最为敏感。

技术实现：极简主义的“死手开关”

在技术设计上，团队贯彻了“极简”的理念。创始人吕功琛深受张小龙、乔布斯极简设计哲学影响，认为产品应该在满足需求的同时保持简单。

****核心逻辑“死手开关”****：这个概念源自工业安全领域——不是按了才有反应，而是不按的时候才判断可能有危险。用户每天点一下就是报平安，如果连续两天没签到，系统就会给紧急联系人发送预警。

****极低的技术门槛****：产品不监测心率、不索要任何手机权限，仅依赖最基础的签到动作和邮件发送功能。这种设计让开发成本降到了惊人的 1500 元，开发周期仅一个月。

****成本控制优先****：初期出于成本考虑，预警通知采用邮件而非短信形式。随着用户量爆发，团队才逐步增加短信通知功能。

产品功能：极致简洁的安全守护

“死了么”App 的界面极简，核心功能一目了然：

- ****每日签到****：打开 App，点击中间的“签到”按钮，证明自己还活着
- ****紧急联系人设置****：用户可以预设 1 个或多个紧急联系人邮箱或手机号
- ****自动预警机制****：连续 2 日未签到，系统将在次日自动通知紧急联系人
- ****签到提醒****：为避免因漏签导致误报，增加签到提醒功能
- ****情绪价值彩蛋****：签到后弹出“又活一天”等趣味文案，带点年轻人的调侃

整个产品没有复杂的算法，没有硬件的加持，却让无数独居年轻人涌了进来。吕功琛解释：“用户要的不是专业的健康数据，而是‘我安全吗’这个结果。”

商业模式：付费订阅与资本追逐

“死了么”的商业模式经历了快速迭代：

****定价策略演变****：产品 2025 年中上线时免费，后调整为 1 元，2026 年 1 月爆火后涨至 8 元。团队解释，无论是邮件通知还是短信通知，都需要调用第三方服务，产生实际成本。创始人表示未来可能涨到 14-15 元，但短期内不会再调价。

****盈利能力****：尽管投入微小，但“死了么”在上线初期就实现盈利。爆火后用户增长达 500-800 倍，营收随之大幅上涨。

****资本追逐****：产品爆火后，60 多家国内外投资机构主动联系。团队最初计划以 100 万元出让 10% 股份，对应估值 1000 万元。随着与投资方深入洽谈，短短两日内公司估值飙升至近亿元，翻了 100 倍。团队仍维持出让 10% 股份的计划，但融资规模升至千万元级别。

****全球化尝试****：1 月 13 日，团队宣布将启用全球化品牌名“Demumu”。“De”取自“Death”，紧扣“死亡”概念承接热度；“mumu”营造亲切可爱的“Q 萌”感。更名后，产品迅速拓展至全球 40 多个国家，在美国、英国、加拿大等国攀升至榜单第二位。

运营细节：三个人的远程协作与八天的爆火周期

****团队构成****：三位“95 后”核心成员，分布在不同的城市，通过远程方式协作。创始人吕功琛负责产品方向，另外两位伙伴分别负责技术和设计。团队中有一位成员是中专毕业，但这并不妨碍他们做出估值近亿的产品。

****爆火轨迹****：2026 年 1 月 8 日，有网友在小红书分享“死了么”App，开始引发关注。1 月 10 日，App 冲上苹果 App Store 付费榜榜首。1 月 13 日，团队宣布更名“Demumu”。1 月 15 日，应用从应用商店撤下，从爆火到退场共 8 天。

****创始人状态****：爆火后的 96 小时，吕功琛几乎没怎么睡觉。第一天，他向公司请假一天；第二天，他 24 小时没合眼；第三天凌晨 4 点，他还在集中通过媒体和投资人的好友申请。他接了六七十个投资方的电话，处理大量的媒体采访，同时还要应对服务器扩容、产品迭代等紧急事务。

****用户增长****：从最初的 100 倍增长，到 500 倍，再到 800 倍。团队忙于服务器扩容，以承载暴涨的流量。

****争议与回应****：产品引发诸多争议——名字“不吉利”、抄袭创意质疑、涨价质疑等。面对“摆货小天才”的抄袭指控，吕功琛回应：“创意来源于网友，不属于任何一个人，对方只是将评论区网友的讨论拍成了一个视频段子，并未实际做出产品。”对于涨价，团队回应：“8 元的定价是为了长期来做这个事情，确保服务的可持续性。”

落户杭州：从“被看见”到“被懂得”

产品下架后，吕功琛面临新的选择。就在这时，他收到一封来自杭州上城区数据资源局的邮件。

这封邮件写得非常专业，直接点出了项目的核心价值。上城区一直在做独居群体关爱场景，打造的“独居老人一件事”服务已落地见效。局长胡文进看到“死了么”时，第一时间捕捉到理念上的高度共鸣：“都是围绕独居群体的安全做文章，这和我们上城在做的事不谋而合。”

让吕功琛意外的是后续的沟通效率：从邮件联系到沟通洽谈，再到年前完成工商注册、敲定办公场地，只用了半个月时间。各职能部门在深夜 11 点多还在群里帮他协调事务。2026 年 2 月 13 日，**月境未来（杭州）科技有限公司**在上城区正式成立。

吕功琛说：“杭州的创业环境是‘静’的，创业者心态稳，能扎扎实实把事情做好，而政府也在从‘管理者’变成真正的‘合伙人’。”

未来规划：从“半自动”到“全链路”守护

落户杭州后，吕功琛对产品有了更宏大的规划：

****多场景覆盖****：从独居场景扩展到女性住酒店怕被偷拍、老人怕摔倒、开车怕车祸等更多不安全场景。

****自动化升级****：从现在依赖用户主动操作的“半自动”签到提醒，升级为“物联网+AI”技术加持的实时主动监测，通过软硬件结合实现生理体征、行为轨迹的自动感知与预警。

****全链路服务****：打造“预警—救援—医疗—保险”的完整服务闭环，联动各个机构，构建起“技防+人防”的安全守护网络。

****成本控制哲学****：对于想要创业的年轻人，吕功琛给出最实在的建议：“控成本、多试错。早期别把架子拉太大，可以和朋友一起尝试，甚至自己一个人就能启动，用最低成本验证想法。”

案例意义：AI 时代一人公司的典范样本

“死了么”的案例对一人公司创业者有多重启示：

1. ****从真实需求出发****：产品精准切入 1 亿独居人群的安全焦虑，验证了“用户要的不是专业数据，而是被看见的感觉”
2. ****极低成本验证****：1500 元、1 个月、3 个人，用最小可行性产品验证了巨大市场需求
3. ****网友共创模式****：创意直接来自社交媒体评论区，验证了“用户即产品经理”的互联网思维
4. ****付费即筛选****：坚持付费模式，筛选出真正有需求的用户，确保服务的可持续性
5. ****政策红利借力****：敏锐捕捉杭州对 OPC 创业者的支持政策，获得政府从资金到场景的全方位赋能

正如吕功琛所说：“我的初心很简单，那就是把安全产品做好，让安全守护变得更有温度、更有力量。这不仅是一门生意，更是一件有意义的事，能帮助到别人，这种成就是无可替代的。”

