

探路“一人公司”

OPC定义、分类与创业者画像：一场正在发生的创业范式变革

中经记者 吴静 卢志坤 北京报道

2026年开年,OPC(One Person Company,一人公司)成为创业领域的热词。从北京到上海,

一种新的创业范式

AI技术工具的出现,让大家重新把创业门槛拉了下来。

“OPC不是一个新的技术,而是一个新的创业范式。”董博这样定义 OPC。之所以称之为“范式”,是因为它具有可复制性——一种可以被广泛推广和应用的创业模式。

这个定义的核心指向的是人工智能。董博强调,OPC之所以能够在当下成为一种现象,根本原因在于 AI 工具的存在让创业门槛再一次降低。回顾过去十多年的创业浪潮,从“双创”时期的遍地开花,到后来硬科技创业阶段的门槛高企,创新主体的数量其实是在减少的。“但 AI 技术工具的出现,让大家重新把创业门槛拉了下来。”

这种门槛的降低是革命性的。过去,创业往往需要深厚的技术背景、充足的资金投入或广泛的行业资源。而现在,只要善于使用 AI 工具,一个普通人也可以尝试创业。这正是 OPC 区别于过去数字游民、自由职业者等概念的关键

从江苏到广东,一种以低成本、快响应为特征的新型创业模式正在全国各地悄然兴起。

作为在北京率先发布人工智能 OPC 服务计划的园区,北京中

所在。它不是因为向往自由而选择个体化生存,而是因为 AI 工具的普及让“一个人干成一家公司”变得可行。

董博进一步解释,OPC 的出现至少带来两重社会价值。其一,它为中国青年创业、就业提供了一个新的通路,让更多年轻人有了尝试和折腾的机会,且失败成本极低。其二,它对应了国家提出的“人工智能+”战略,让更多人可以通过 AI 工具进入人工智能的应用领域,从而加速行业应用和工具迭代的速度。

在定义的基础上,董博观察到,目前国内的 OPC 创业者主要分为两类。

一类是强 AI 背景群体。他们本身就是做技术的,对 AI 工具、AI 技术模型非常熟悉且擅长,有能力进行迭代或相应的研究。这类创业者往往是技术出身,能够直接操作底层模型,理解算法逻辑。

关村 AI 北纬社区孵化器运营方代表、氩星创服董事长董博对这场变革有着深入的观察和思考。

近日,在接受《中国经营报》记者采访时,董博详细阐述了他对



董博认为,对 OPC 的支持不能“一刀切”,在服务过程中应当尊重创业者的自我定位,提供有针对性的支持。

另一类是弱 AI 背景但强学科、强行业背景群体。他们原本在各自领域有深厚的专业积累,因为 AI 工具的普及,能够跳过技术壁垒,进入人工智能领域,借助 AI 工具解决行业痛点、难点。

两类创业者虽然背景不同,但都符合 OPC 的基本特征:善用 AI 工具,低成本启动,快速迭代。

董博特别提到,这两类的区分并非绝对,更重要的是理解 OPC 作

为 OPC 的定义、分类的理解,以及对全国范围内涌现出的 OPC 创业者群体的画像描绘。在他看来,这不仅仅是一种创业形式的创新,更是一场由人工智能驱动的创新范式变革。

为一个创业阶段的概念。他观察到,有些创业者一开始就把公司目标定位为要做大做强,而另一些创业者则更愿意保持小团队的方式,持续做不同产品。这意味着 OPC 既是一种创业者的身份标签,也可以是一种创业的阶段性状态。

“对 OPC 的支持不能‘一刀切’。”董博表示。正是基于这种认识,在服务过程中应当尊重创业者的自我定位,提供有针对性的支持。

OPC 的更大想象

“参与的人多了,好的事情会好得更快,坏的事情能及时发现。”

作为长期关注创新创业的实践者,董博观察了全国范围内涌现的 OPC 创业者,并将其归纳为七种主要类型。

第一类是“AI+实体行业”的深度应用者。这是他认为最值得鼓励和推崇的一类。他们往往具备强学科背景,硕士以上学历,在传统行业或制造领域有深厚的专业积累。例如,他所接触到的 OPC 中,有用 AI 模型优化水泥厂生产配料的,或通过地理图像处理辅助矿产勘探的。这类创业能够对实体经济产生降本增效、提升安全性等实际价值。董博认为,这类创业者大概率会成为“小而精”的专业企业,在细分领域扎根。

第二类是面向 C 端的产品开发者。他们开发的产品用户群体大,能够快速触达终端消费者。这类产品可能并不追求技术深度,但能够满足特定人群的需求,用户量足够大,就能产生可观的收益。

第三类是定制化服务商。他们不生产标准产品,而是根据客户需求开发各类智能体,比如为央企搭建插件,为民营企业提供特需的智能体,或承接模型开发等定制化订单。这类创业者的特点是灵活响应、按需交付。

第四类是培训类创业者。他们推广 AI 工具,通过培训课程教别人成为 OPC。“这肯定也不少,我觉得这不是坏事,因为能向很多人普及推广 OPC,提高 OPC 创业者的声音。”董博说。

第五类是公益平台类创业者。他们专注做社区基层管理、养老系统等垂直领域的智能平台。

第六类是出海类创业者。他们开发的智能终端陪伴产品、智能体或应用,在国内可能已是竞争“红海”,但在海外市场仍有广阔空间。

第七类是“搬运”类创业者。他们将中国的产品、内容或应用套上新的外壳,输出到海外市场。

在董博看来,OPC 创业者的涌现,正在重塑创业生态。过去,创业是少数人的游戏,需要技术、资本、资源的叠加。现在,AI 工具让更多人有机会参与其中。

“参与的人多了,好的事情会好得更快,坏的事情能及时发现。”董博说。这种参与度的提升,对技术创新和产业应用都有正向作用。

当然,并非所有 OPC 创业者都能成功。董博也提到,有些创业者产品方向不清晰,或者做了以后产生了收入,最终迭代过去了。但 OPC 的特点就在于试错成本低,迭代快,失败了也不会造成太大损失。

对于 OPC 的未来,董博的判断是,目前还没有出现爆款的“超级个体”,但这是迟早的事。“一定是先有一个赛道,才能把人和企业给锻炼出来。当 AI 技术与某个细分领域的深度结合产生化学反应时,就有可能催生真正的‘超级个体’。”

热潮下的冷思考:OPC 如何避免一哄而上

中经记者 吴静 卢志坤 北京报道

2026年开年,“一人公司”成为各地争相布局的新赛道。江苏全省推动,北京、上海、深圳纷纷出台支持政策,OPC(One Person Company,一人公司)这一概念迅

厘清概念、因地制宜

最近一段时间,董博的日程排得格外满。每天都有三四拨来自全国各地的政府、园区运营方等来访者。

“我给他们介绍的第一件事,就是把 OPC 的认知和概念理清。”董博说。这套认知框架,源于中关村 AI 北纬社区去年 12 月在京率先发布的 OPC 服务计划前后的反复推敲。

董博将 OPC 定义为一种创业范式,而非简单的个体户升级版。“它是因为 AI 工具的存在,让创业的门槛再一次降低。”他强调,不能把 OPC 和过去数字游民之类的概念混淆,更不能简单地认为 OPC

如何赋能 OPC?

在政策层面,董博认为,对于 OPC 的支持政策不能一刀切,因为 OPC 创业者的背景、诉求、发展阶段差异很大。有人想做小而精的专业公司,有人只是想用 AI 工具尝试创业,有人愿意保持小团队持续做不同产品。如果用一个标准去衡量所有 OPC,很容易失去针对性。

很多地方政府和园区运营方来取经时,首先关注的是“给什么空间”“给什么政策”。但董博强调,OPC 最需要的可能不是物理空间。

“我们一直强调技术工具生态是最重要的。”董博说。OPC 创业者利用 AI 工具进行创业,最核心的需求是工具获取、模型调用、算力支持、技术交流。如果只是提供工位,而不解决这些实际问题,OPC 生态很难真正活跃起来。对地方政府来说,营造一个友好的技术生态氛围,比单纯提供物理空间更有价值。

在具体支持措施上,董博也给出了可操作的建议。他认为,算力支持是必要项,完全可以用包月式

速升温。然而,在热潮之下,中关村 AI 北纬社区孵化器运营方代表、氩星创服董事长董博却保持着一种冷静的观察。

“既要高估 OPC,也不要一刀切。”近日,在接受《中国经营报》记者采访时,董博反复强

就是鼓励所有人单干。

在他看来,OPC 的价值在于为青年创业、就业提供了新通路,也为“人工智能+”的行业应用扩大了参与群体。“当一个人通过 AI 工具能跳过技术壁垒,进入原本难以涉足的领域时,行业应用的速度就会被加快。”

也有来访者把 OPC 等同于产业升级的灵丹妙药,认为引进一批 OPC 就能带动区域经济发展。董博对此持谨慎态度:“不能把 OPC 当作万能药,说 OPC 是能促进产业发展的,那不一定。”

在讲清楚概念之后,董博会根据各地的实际情况给出差异化建议。

的简单逻辑操作。“一个普通员工使用这些 AI 技术,一个月成本不超过 300 元,算力支持不用想得那么复杂。”

除了算力外,董博认为另一个必要项是构建高频交流的社区和生态。他强调,活动要频繁,资源交互要高,让创业者不断丰富思路,学习别人,彼此交流。这不是一次性投入,而是需要持续运营的能力。

此外,还可以向 OPC 企业开放更多应用场景。董博特别澄清,这不是给订单。“给订单听起来很好,实操起来很难。即便是央企,也很难为了赋能而去刻意下订单。更可行的方式是场景式对接,比如在展会上让央企领导看到民营企业的产品,自然产生合作意愿。”他建议,地方政府可以开放属地有代表性的制造业企业,让 OPC 创业者有机会和他们交流、对接。

在采访中,董博还谈到了一个很多人关心的问题:市场监管和税务部门是否需要给 OPC 出台专门政策?

他的判断是目前不需要。“OPC 说白了是一个小团队,注册

调这一点。在他看来,OPC 的核心不是“一人”,而是“人工智能工具”和“善于运用工具的人”。如果不能厘清这一逻辑,盲目跟风只会让这个本可释放创新活力的新形态,变成又一个“挂牌运动”。

他发现,很多来考察的城市有一个共同特点——拥有大量职业院校。

“我们的来访者中,有一个城市,本地有十多所职业院校,几十万名学生。”董博认为,这是一个特别好的资源。“对职业院校的学生来说,他们的就业和创业意愿应该会更强一些。AI 工具的普及,让这些学生有了快速上手、快速产出的可能。”

董博的建议是:用好职业院校资源,引入大厂的工具生态和实操类培训课程,让年轻人知道什么是 OPC,知道人工智能工具能够干什么,然后鼓励他们去尝试,自然就能历练出一批企业来。

公司时是一个小微企业,按照小微企业注册流程走就行,它碰到的障碍一定是所有小微企业的共性障碍,不会因为你是 OPC 就有什么特殊性。”

他还提醒,对于还没有注册公司的创业者,不必强迫他们快速注册。“让他们在孵化载体里先做一个创新团队,陪着他们就就行了。等在孵化器这种小环境里长成大后,再接受市场检验。”

董博认为,各地政府和监管部门现在能做的,就是欢迎 OPC,但没有必要搞特殊政策。

OPC 的热度目前仍在全国蔓延。他特别提醒,各地在追赶这股热潮时,更需要冷静思考,自己的城市有什么独特资源? OPC 创业者到底需要什么?政策支持如何才能精准有效?

“我们希望把 OPC 整体的逻辑、技术路线、生态应用都做出一定标准和体系,让 OPC 这股热潮生命力更长一点,创业者的成功率更高一点。不要变成各地盲目挂牌,却没有人去推动它变化和迭代的状态。”董博表示。

团子相机黄志远:AI 工具是 OPC 的放大器

中经记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

黄志远研发的团子相机是一款面向宠物行业的 AI 写真生成工具,通过 AI 技术为宠物店提供定制化照片、实体文创产品等服务,帮助门店解决获客难、复购

快速验证调整方向

团子相机的诞生源于黄志远的个人经历。2024 年年初,他养的宠物荷兰猪去世,他很难过。当时他尝试用 AI 工具生成宠物的图片,意外获得了很多情感慰藉。“我当时一下子生成了上百张宠物图片,觉得这里面似乎有一定的搞头。”黄志远回忆道。

最初,他将项目定位为面向 C 端用户的付费生图服务,定价两元一张。然而,MVP(最小可行性产品)验证的结果并不理想。“在中国,C 端的付费意愿还是相对弱一点,很多人把免费额度用完之后发个朋友圈就没有然后了。”黄志远坦言。此外,豆包及其他免费工具也能生成类似风格的图片,竞争压力较大。

作为 OPC 创业者,快速迭代和轻资产成为黄志远的优势。他迅速掉转方向,开始研究 B 端市场。通过调研 100 多家宠物店,他发现了一个普遍困境:宠物经

“拿着锤子找钉子”的困境待解

对于 OPC 模式,黄志远有着切身的体会。他认为,AI 工具是 OPC 的核心支撑,“如果没有 AI 加持,我们自己的能力就没有那么强”。他以自己为例,从产品研发到技术开发,AI 工具让他能够独立完成过去需要一个团队才能做的工作。在编程方面,他主要使用 Claude Code 和 Cursor;视频方面则使用 Sora、SeeDance 2.0。

“快速落地、快速验证、快速推进。”黄志远反复强调这 12 个字,“有了 AI 之后,我的生活节奏更快了。今天测试,明天用 AI 把产品做出来,后天就能落地验证逻辑。”他提到曾听一位企业经营者说过,他们内部三天就能落地一个项目,验证能行就继续,不行就换方向。

除了效率之外,低成本也是

难,客单价低等经营痛点。

近期,在红星 AIGC 工作室、星阙智创、成都高新文创传媒天府长岛数字文创园联合主办的成都首场聚焦 OPC 模式的专场投资路演活动上,黄志远的团子相机项目引起了多个投资机构的注

意。黄志远的创业经历颇为丰富。本科就读于成都理工大学,他经营过宿舍打印机、小卖部等项目,月流水过万元;参与过定制化旅游项目开发,拿到过 200 个用户;做过旅行社线路经销商,经营两年多;从合肥工业大学研究生毕业后进入国企从事数字化工作,独立开发了一套销售管理系统。“正是这个契机,我发现 AI 是我的能力放大器。”黄志远说,“我本身产品、技术都懂一点,以前因为没有 AI 加持,这些技能不够精,反而吃亏。但有了 AI 之后,它能把我这些东西放得很大。”

2025 年 8 月,他选择离职创业,先后做过扣子(AI 工具)外包项目,最高月变现 3 万元,但最终因“本质还是出卖劳动力换金钱”而放弃。今年 1 月,他接触到成都星阙智创,对方正在做 OPC 孵化,双方理念契合,于是开始合作推进团子相机项目。

目前,团子相机已与一家宠物店开始洽谈合作,还有三家在谈,产品定价约每月两三百元。“两三百块钱一个月,如果能给他们带来增量客户或者更好的复购率,他们就会愿意付费。”黄志远说。他以成都市场为例,比如当地有约 4000 家宠物店,“如果占了 10%就是 400 家,每家每月 200 块钱,就已经是很不错的成绩了”。

OPC 的优势。“我一个人就能运转,自己租房也便宜。”黄志远说。不过,他也坦言 OPC 创业并非没有挑战。在融资层面,投资人往往更看重团队和规模化能力,单人团队的融资难度远高于传统创业团队。

对于 OPC 社区的价值,黄志远认为关键在于能否提供真实的订单和场景。“我们刚毕业的时候,有一种拿着锤子找钉子的感觉。”他说,“如果把钉子给我们,那就更好了。”他提到,目前一些 OPC 社区仍停留在提供工位、算力补贴等传统模式,而 OPC 创业者真正需要的是业务对接、场景清单和产业链资源。

黄志远介绍,投资公司提供的支持更具针对性:每月有一定的资金支持,算力成本由对方负

担,还有创业经验丰富的导师提供方向指导、平台资源和 IP 策划。

对于 AI 工具的未来,黄志远保持关注和期待。他提到,国内包括可灵 AI 在内的视频生成工具发展迅速,但目前 API 开放门槛较高,这限制了一些创业者的使用。他希望未来能有更开放的工具生态,让 OPC 创业者能更高效地完成工作。

谈及团子相机的未来规划,黄志远表示将继续深耕宠物行业,拓展宠物用品店、活体店、宠物医院、宠物殡葬等场景。“围绕宠物这一块,都能给他们做一些相关的赋能。”他说。同时,他也在探索其他项目,如宠物情感慰藉服务,通过 AI 生成信件及其他形式,让去世宠物的“消息”能继续陪伴主人。