什么值得做 · 第一期

什么值得做:
给找副业的程序员的一份判断

九个值得做的方向、一串别碰的、六条关于怎么赚钱的规律,和 25 个新产品半年后的真实下场

数据截止 2026 年 11 月 1 日

数据来源:App Store 115 个区榜单、Google Play 30 国、TrustMRR 一万多个独立产品的真实收入、GitHub 85 万仓库、Product Hunt 44 万条发布、Hacker News

所有数字均来自数据,「推断」处已标明;没有的数据不写数字

数据截止 2026-11-01。写给一个人、业余时间、打算花几个月做点能赚钱的东西的程序员。

一、这份报告是什么

我们自己每天采五类公开数据,这份报告是把它们对着看之后的判断:

- **App Store**:115 个国家和地区的榜单(免费榜、付费榜、畅销榜,总榜和分类榜),加上 2008 年以来的用户评论。
- **Google Play**:30 个国家的榜单、每个 App 的累计安装量(精确数,这是 App Store 没有的)。
- **真实收入**:一万多个独立产品在 TrustMRR 上公开的收入。这些数字不是创始人自己填的,是 Stripe、RevenueCat、Polar 这些支付平台直接算出来的,美元,逐日逐月。
- **GitHub**:85 万个 50 星以上的仓库的逐日星数,外加最近 45 天新建、20 星以上的新库。
- **Product Hunt**(一个新产品发布社区)44 万条发布,以及 Hacker News(程序员社区)。

此外我们从 Product Hunt 上挑了 25 个今年 5 到 10 月发布、看着像「小团队、有收费、真解决问题」的产品,一个一个去查它们半年后到底怎么了:收入多少、下载多少、创始人还在不在更新、有没有挂牌出售。第六节是结果。

怎么读:每个判断后面都带产品名、数字、日期、地区。数字只从数据里来,没有的我会说「没有」。「为什么涨」几乎全是推断,我会标出来。收入数字只有 TrustMRR 那部分是真金白银;App Store 和 Google Play 的榜单名次是收入的代理,不是收入本身。

一个重要提醒:榜单历史只有 5 天(10 月 28 日到 11 月 1 日),GitHub 全站逐日星数也只有 4 天。所有「在涨」都是 11 月初的快照,分不清是趋势还是脉冲。建议 11 月 15 日前后复查第八节列的那几件事,再决定动手。

几个会反复出现的词先解释一遍:**MRR** 是月度经常性收入,只算订阅,不算一次性买断;**买断**是付一次钱永久用;**GLP-1** 是司美格鲁肽、替尔泊肽这类减重针剂的统称(Ozempic、Mounjaro 都是);**Agent** 是能自己调用工具干活的 AI 程序,Claude Code、Codex 这类命令行里的 AI 程序员是现在最流行的一种;**Skill** 是给这些 AI 程序员装的一包指令(本质是几个 markdown 文件);**MCP** 是让 AI 程序调用外部服务的一种标准接口,给你的产品加一个 MCP 端点,用 Claude 的人就能在对话里直接用你的东西。

二、先说结论

1. **现在最清楚的一笔钱,是卖给「用 AI 编程助手的人」的东西。** 真实收入里最近 6 个月新冒出来的赚钱产品,这个方向有 20 个,14 个还在涨,从 $3 一个月的小工具到月入 $10 万的额度生意都有;GitHub 上本周涨得最猛的一簇也是给这群人用的 skill。买家本来就每月付 $20–200 给 AI,再付 $10 没有心理障碍。
2. **「把一个美国已经验证过的品类搬到另一个语言区」是最可复制、风险最低的动作。** 餐计划、减重针剂伴侣、信仰工具、备产清单、去 AI 味文风——每个方向都有一个非英语区的单人产品靠翻译和本地化进了该国榜单,而旁边还有几个语言区是空的。
3. **缺货和二手是真需求,而且每次缺货都会重新长出一批工具。** iPhone 缺货、宝可梦卡缺货、Vinted 转卖——App Store、Google Play、真实收入三边都在涨。但到货提醒是事件性的,几周就完;估值、成交价数据、卖家自动化才是粘的。
4. **买断能快速拿到钱,但曲线是一堆尖峰。** 一个 Mac 工具发布后 5 天收入掉 93% 是常态;靠订阅复利的只有「B2B + 持续用量」这一种生意。想清楚你要的是一次性几千美元还是一条曲线。
5. **硬付费墙是这批 App 最大的差评来源,也是后来者最便宜的差异化。** 餐计划、司机接单器、ADHD 清洁伴侣的差评几乎全是「一步都走不了就要钱」「试用第三天扣了年费」。做一个「免费能用、付费更好」的版本,本身就是卖点。
6. **分发决定命运,Product Hunt 几乎没用。** 25 个产品里票数前两名月收入 $1,386 和 $362,收入前两名票数 425 和 165。真正有效的是 Google 搜索、Hacker News(对开源原生工具)、GitHub 内容仓库当漏斗、TikTok(对消费类 App)。
7. **自报数字一个都经不起核。** 「100 万下载」是更新检查,「每天 800 万次 API 调用」和同一个人填的「30 天 98 万次」差 240 倍,1,805 星的「开源安全工具」仓库里没有一行代码。看产品先看支付平台算的收入、商店评分数、仓库提交记录,别看首页的数字。
8. **挂牌出售是常态,不是失败。** 真实收入里 23% 的新赚钱产品已经挂牌,要价 0.3 到 4.6 倍年收入;一个到货提醒站上线 5 天就挂了 $135,000。很多「新产品」从第一天就是为卖而做的,你也可以这么想。
9. **一个人和融资公司走的是两条路,但在发布页上长得一样。** 融了钱的全部免费、没有收入证据、下一步转企业销售;一个人的看得见收入,也看得见天花板(Mac 买断工具月收 $800–3,700,最好的 Chrome 扩展 $22,600,最好的 API $8,700)。别拿融资公司当对标。
10. **短剧、买量定位 App、模板厂、空壳开源、山寨、AI 自拍壳,全都别碰。** 它们在榜上很显眼,但靠的是版权、广告预算、多马甲和刷量,不是产品。第四节逐个说。

三、值得做的方向

按我综合五份数据后的优先级排。每个方向写:是什么、证据、为什么是现在、一个人怎么切入、风险、适合谁。

3.1 卖给用 Claude Code / Codex 的人:skill、MCP、生成额度

是什么:给用 AI 编程助手的开发者和创作者做工具,通过「装一个 skill」或「给 agent 一把 API key」卖。

证据(真实收入,30 天,截至 11 月 1 日):

- CreativeClaw(以色列,一个人):「你的 Claude 写了一天字,我们给它一个创意工作室」,内置 skill,一句话跨多个模型出图、视频、音频。6 月 $1,715 → 8 月 $5,254 → 9 月 $92,894 → 10 月 $110,255。30 天 $108,146,其中 89% 是 $10 买 1,000 额度的充值,不是订阅。
- Hypit(香港):给 Claude Code / Codex 一种「视频程序语言」,一条命令把参考视频变成可批量改词改脸的视频。9 月才开始收钱,10 月 $50,009;GitHub 仓库 95 天 27,095 星。
- Skillry(中国,作者 X 上 64,026 粉):Claude Code / Codex 的 skill 库,「装之前先看真正的输出」。8 月 $27 → 10 月 $12,196,Premium $9.99/月或 $169 终身。
- 一批老产品加了 MCP 入口就从零跳到几千:Divi Cake(2017 年的 WordPress 站)10 月上「MCP for Divi 5」,17 天 $6,449;GitPage 加「从 Claude Code 里通过 MCP 改网站」,30 天收入 ×3.8 到 $3,285;Advanced GSC MCP(把 Google Search Console 做成 MCP)$4,814/月。
- GitHub 这一周涨得最猛的一簇是「去 AI 味」的设计 skill:pbakaus/impeccable 98,155 星(7 天 +11,310)、Nutlope/hallmark 43,834(7 天 +11,126)、elayadesign/ai-design-skills 从沉睡 95 天的 2,800 星 6 天冲到 13,100、heydamir/unslop 建库 3 天 3,285。四条曲线 10 月 25 日同一天拐头——10 月 24 日 Perplexity 的 CEO 发帖说 impeccable 成了他们产品的内置 skill 并补贴用户。
- Product Hunt 上今年「改口说给 agent 用」是最有效的一招:Publora 把定位从「$9/月排期器」改成「agent 发布层」,票数 123 → 632;但 9 个这么做的产品里只有 2 个在收入上看到了用户动作。

为什么是现在(推断):Agent Skills 和 MCP 今年上半年成了标准接口,「装一个 skill」是最低摩擦的购买;用 Claude Code 的人本来就付月费;图像视频模型今年质量过线、按次计价,中间商有价差空间。

一个人怎么切入:

- 最便宜的动作:**你已有的产品加一个 MCP 端点**。Divi Cake 和 GitPage 都是这么做的,成本是几天,结果是从零到几千美元。
- 次便宜:**做一个有明确输出的 skill**,但别做第 N 个泛「design skill」(impeccable 和 hallmark 已经占住心智)。空位在非 Web 界面(SwiftUI / Compose / 桌面 / 游戏 UI,库里只有一个 3,902 星的)、特定框架(Flutter、Qt、Unity),以及**非英语的「去 AI 味」文风**:日语已有两个个人仓库各 2,000+ 星,韩语、西语、德语、法语一个都没有。

- 要钱多一点的:**媒体生成额度**。本质是把 fal、Replicate 这些 API 包一层卖给不想自己接的人,CreativeClaw 和 Hypit 都在这一层。毛利靠批发价差,模型厂降价你就被挤。
- **别做**:agent 的用量监控小工具(Headroom $2,974、一堆几乎为零的)、OpenClaw 托管(三家全在跌,平台一键化之后这层就没了)、通用「AI 工作台」(都在跌)。

风险:平台政策(今年 4 月 Anthropic 封过一次 OpenClaw 用订阅);平台自己做(Anthropic / OpenAI 做媒体生成或 skill 市场);**发布效应衰减极快**——CNVS($199 买断,作者 2.5 万粉)6 月 $23,700 到 10 月 $3,400,Hypit 近 4 天 30 天收入从 $50,400 滑到 $47,700。skill 没有护城河,一周之内会被抄几十次。

适合谁:每天自己用 Claude Code 的人。你自己就是用户,知道哪里疼。

3.2 把一个验证过的品类搬到另一个语言区

是什么:美国或英国已经证明有人付钱的品类,换一种语言、认识当地的品牌和习惯,去一个还空着的市场。

证据(这不是一个方向,是五个方向里反复出现的同一件事):

- **餐计划**:Mealbird 做了十多种小语种本地化,进了罗马尼亚总榜畅销 #101、立陶宛 #42;Yuma(法国,一个人)上线 47 天法国 Food & Drink 畅销 #2,370 个评分就排到了 48,000 评分的老大 Jow 前面;Whipp 西语本地化进了西班牙 Google Play 总榜畅销 #97(4 天从 164 连涨到 97)。而**巴西和墨西哥的 Google Play 本地榜上零个餐计划 App**——这是 Android 占比最高的两个拉美大市场。
- **减重针剂伴侣**:美国已满(Shotsy 51,000 评分、MeAgain 41,000)。巴西一个三人工作室 5 月上线的 Monju,11 月 1 日巴西 Health & Fitness 畅销 #7、22,093 个评分、书面评论平均 4.31 星(全部候选里口碑最好的);Google Play 上巴西 Health & Fitness 畅销前 70 里有 4 个本地减重针剂 App,一个 R$19.99 买断的也进了 #56。台湾两个个人开发者 300 来个评分就进了台湾 Health & Fitness 畅销 #7;韩国 Google Play 有一个本地社区型产品 11 万安装但没进畅销榜,**付费空位还在**。Monju 简介里点名 Tirzec、LipoLass 这些巴西本地仿制药——本地化的门槛是认识药名,不是技术。
- **信仰工具**:阿拉伯语戒瘾 App Wagiff 6 月上线,沙特 Health & Fitness 畅销 #3、总榜 #195;Qaf: Islamic AI 沙特 Reference 畅销 #2–3,Google Play 上 189,682 安装、评分加速 3.8 倍。德语、法语、西语各有一个「信仰 + 自律」小赢家,**没有一个是跨语言的**。AI 生成圣经短视频在美国已有三家(BibleWatch 14,554 评分、美国 Books 畅销 #24),葡语只有一家且不在前 15,**Google Play 上这个子方向一个都没有**,而信仰内容的消费人群(菲律宾、尼日利亚、巴西、印尼)恰好在 Android。
- **备产清单**:Enxovaly(巴西,一个人)按尺码整理婴儿衣物,7 月 $8 → 10 月 $15,699,2,545 个订阅,巴西 Lifestyle 畅销 #21,渠道 ASO 和博客,没买量。美国同类早就有。
- **去 AI 味文风**:见 3.1,日语有、韩西德法没有。
- **电视去广告桌面**:英文 Android TV 泛桌面两周内满了(10 月 26 日那周 8 个新库零个过 500 星),但「给国产电视的一块干净桌面」aerial-tv 拿了 8,314 星;阿拉伯语、俄语、越南语版本各只有几十到两百星——有人在做但没人做好,日韩、西语、葡语、印地语一个都没有。

为什么是现在(推断):LLM 让翻译和本地化内容的成本接近零;iOS 上验证过的产品到 Google Play 有 1–3 个月时间差,到另一个语言区更久;各国的榜单彼此不通,一个区的赢家在另一个区完全不存在。

一个人怎么切入:挑一个你会的语言(或者能找到一个母语审校的语言),挑上面五个里的一个,把美国赢家的功能照做、内容换成本地的(超市名、药名、节日、经文)。付费用软墙(见第五节)。先 iOS 再 Android,或者按「同一产品两端评分数之比」决定——Google Play 的 ARtie Lab 评分是 iOS 的 9 倍、Comigo 是 20 倍,这些是 Android 人群;Shotsy、Qaf 的付费只在 iOS。

风险:单个小语种市场天花板低(爱尔兰语学习 App HeyRua 在两个区 Education 畅销 36–39 名,不是大钱),要做 2–3 个语言摊开;医疗类(减重针剂)别给用药建议;宗教内容有审查和争议风险;东亚市场的 Food & Drink 畅销榜极薄(韩国第 5 名只有 1 个评分),进榜容易但钱少——葡语西语比东亚更值得先做。

适合谁:会一门非英语语言、或者在某个非英语市场生活过的人。这是内容门槛不是技术门槛,工程师里会第二语言的反而是稀缺资源。

3.3 缺货、补货、二手转卖的工具

是什么:围绕「东西买不到」和「把东西卖掉」做提醒、估值、成交价数据、卖家自动化。

证据:

- **到货提醒**:Store Stock Checker(美国,一个人,Rust + Cloudflare)盯 Apple Store 的 iPhone 实时库存,10 月 23 日第一笔收入,8 天 $21,406、2,798 个 $5–20/月的订阅;10 月 28 日已挂牌 $135,000——作者自己知道缺货一结束就没了。App Store 上 PokeNotify(宝可梦卡补货提醒,8 月上线)评分加速 3 倍,旁边 CrownCards 5 天 +1,457 评分、英国 Shopping 免费榜 #7。
- **藏品估值**:PokeItem(法国,一个人)扫宝可梦和海贼王卡实时估值、把收藏当投资组合管,5 月 $2,664 → 10 月 $31,792,2,768 个订阅(€5.99/月),法国 App Store 分类榜 #3。它只做了两种卡、只有法语区做深——日本的遊戲王、英语区的运动卡、乐高、球鞋都是同一套产品换数据源。
- **成交价数据**:SoldComps(加拿大)卖 eBay 已售成交价 API,6 月 $1,070 → 10 月 $25,461,567 个订阅($9/29/79 月)。它的卖点直接写「eBay 官方 API 严格限制已售数据且经常不可用」——**平台关门就是机会**。
- **卖家工具**:一个匿名法国产品做二手平台新上架秒级提醒,€79–299/月,99 个订阅 $13,033,挂牌 €399,000;ControlResell(Vinted 卖家自动化)$24,200/月持平;App Store 上 9 个「拍照 → AI 写文案定价 → 发到 Vinted」的新品全部是个人开发者,Vendly 法国 Shopping 畅销 #6、比利时 #3,评分加速 4.5 倍。**这 9 个全部没上 Google Play**,而 Vinted 的 Android 版有 1.23 亿安装。

为什么是现在(推断):通胀下转卖成了副业,法国 Vinted 生态、美国 eBay / Facebook Marketplace 都有一群全职倒卖的人愿付 €79–299/月;每次缺货事件(iPhone、宝可梦卡)都长出一批工具;多模态模型让「看图写文案估价」一天能做出来;平台收紧 API 制造了数据缺口。

一个人怎么切入:

- 别做单品到货站。要做,做成「每次缺货都能复用」的引擎(多零售商、多品类),否则命运就是 Store Stock Checker——5 天挂牌。
- **估值和成交价数据是粘的**(订阅数 2,768 和 567,MRR 占比高)。选一个 PokeItem 没做的品类和地区。

- Vinted 没有公开 API,现在所有工具都是「生成文案让用户自己复制」,谁做了半自动发布谁赢;日本的 Mercari、中国的闲鱼生态里**没有一个同类新品**。
- Android 空白:9 个 Vinted 助手都只在 iOS。

风险:抓取和平台条款(所有法国 Vinted 工具都是灰的);到货类生命周期以周计;收藏品价格崩了用户就走;「拆包」类(真钱买数字卡包)是博彩,别碰。

适合谁:自己在倒卖、或者有收藏癖的人。知道哪张卡值钱比会写爬虫重要。

3.4 预算型 AI 餐计划:最清楚的淘金热,但要换语言或换付费墙

是什么:「告诉我预算、几口人、常去哪家超市,给我一周晚餐和算好总价的购物单。」

证据:11 月 1 日美国 App Store Food & Drink 畅销榜前 11 名里,5 个是今年 6–7 月上线的单人开发者产品:Whipp #3(6 月 12 日上线)、mise #4(6 月 10 日)、TapCook #5(7 月 17 日)、NeatEat #7、Potto #11,把 2013 年的 eMeals(52,778 评分)压到了 #17。mise 进了德国总榜畅销 #86–133、澳洲 #165;TapCook 美国 5,998 评分、近 5 天 +524,$9.99/月或 $29.99/年。英国、德国、澳洲、加拿大、法国同时有同类新品进前 2–4。Google Play 上这 5 个赢家 8–9 月才登陆,已经占了美国、英国、澳洲、加拿大、德国、西班牙 Food & Drink 畅销榜前列。Food & Drink 这一个类目的独立开发者赢家数(13 个),等于后面四个类目之和。

但窗口在收窄:按名字统计新上线的餐计划 App,6 月 14 个、7 月 25 个、9 月 25 个、10 月 32 个——6–7 月那批产出了 5 个 1,000 评分以上的赢家,8–10 月那 70 个里**还没有一个过 500**。

为什么是现在(推断):评论里反复出现「grocery bill insane」「one income household」「saw it on TikTok」——需求是杂货价格焦虑,渠道是 TikTok 短视频,产品卖点全是「算出总价」不是「健康食谱」。5 个赢家没有一个自建食谱库(差评「只有 12 个食谱」「两周都是鸡腿」说明是生成的),所以一两个人就能做,所以同时冒出几十个。

一个人怎么切入:别做第 33 个英文版。空位有四个:(a)葡语西语版(见 3.2);(b)**软付费墙**——5 个赢家书面评论平均只有 1.5–2.7 星,全是「下载后一步都走不了就要钱」「试用第三天就扣费」,Potto 评分增速已掉到原来的四分之一;Google Play 西班牙用户两条独立评论都写「放广告做成免费的啊」;(c)**真实超市价格**——TapCook 自己承认价格是「全国参考价按地区调整」,差评「prices way off」,谁接了真实超市 API 谁有护城河;(d)**特殊饮食**——用户在差评里点名要 GLP-1 选项、keto、过敏。

风险:生成式食谱重复、分量不准是共性差评;Apple 对试用扣费投诉多的 App 有审核压力;TikTok 单条视频效应几周就衰减(mise 9 月底的峰值已回落)。

适合谁:会做 iOS、能拍或找人拍短视频的人。这个品类的分发是 TikTok,不是 ASO。

3.5 给开发者和 AI agent 用的数据 API,按量收费

是什么:把某个平台的公开数据(社媒、电商、搜索、成交价)包成一把 key、按请求付费的 API,反爬、代理、改版都你兜。

证据:

- Social Fetch(英国人在曼谷,一个人):26 个社媒平台的抓取 API。4 月 $201 → 7 月 $1,223 → 10 月 $8,837,MRR $4,650、109 个订阅平均 $43/月,**逐日没有一天为零**。创始人 9 月 6 日原话「SEO GOES BRRRRRR⋯ Thank you Google」,10 月 20 日一天发了 12 篇「Best X API」比较文。两次 Product Hunt 发布(263 票、165 票)对收入没有任何可见作用,第二次发布当月反而是全年低谷。
- Socialcrawl(英国)$43,079/月,97% 按量;AnyAPI(「抓取界的 OpenRouter」,一把 key 调 366 个 API)6 月 $17 → 10 月 $17,700,最后 4 天还在加速;SoldComps $25,177(见 3.3)。
- 老产品 Search1API(「给 agent 的搜索 + 抓取」)30 天 ×5.4 到 $7,200。

为什么是现在(推断):agent 需要工具调用,平台却在关 API;「一把 key、按量付、agent-ready」是对开发者最顺手的卖法。按量收费意味着用量跟着客户的 agent 跑量涨。

一个人怎么切入:别做第二个 26 平台泛 API——Social Fetch 每个平台只能做到「能用」。位置在(a)**单平台做深**:TikTok 或抖音、小红书的评论、转写、带货数据全覆盖,他做不到;(b)**垂直封装**:不卖 JSON,卖「创作者筛选」「品牌提及监控」这种带结论的;(c)把它接到 MCP 让 Claude 里能直接调(Social Fetch 10 月被 Claude 开发者官方账号转发)。先 $14 入门包零门槛铺量,再涨价——Social Fetch 单位价涨了 25% 收入仍在加速。

风险:反爬是全职工作,一家平台认真封一轮就停摆;代理成本吃毛利;LinkedIn 一类有法律灰区的别碰;SEO 获客半年起效,想三个月见钱的别来。

适合谁:会 Web 后端、有运维爬虫的耐心、能坐下来写几十篇比较文的人。

3.6 寄生在大平台缺口上的工具

是什么:一个大平台有几百万用户,但有一个功能它两年都不做,你做。

证据:

- AI Toolbox(以色列,两个人,自举):一个 Chrome 扩展,给 ChatGPT / Claude / Gemini / Grok 补文件夹、全文搜索、批量导出。2025 年 11 月 $2,869 → 2026 年 10 月 $23,101,连涨 11 个月,30 天 $22,645,**94% 是 $99 / $199 买断**,Chrome 商店 40,000 用户,创始人自述「毛利 93%、成本 <$100/月、零广告、流量 100% 来自 Google 和 AI 答案引擎」。Product Hunt 三次发布(13 票、51 票、425 票)才上日榜第一,收入曲线是台阶不是脉冲。已挂牌 $800,000(约近 12 个月收入的 6.6 倍)。
- Prediction Radar(美国,一个人):追踪 Polymarket 公开钱包的盈亏、胜率、持仓,有新动作就推送。9 月 2 日上线,美国 Finance 畅销榜 #33–42(Finance 是 iOS 付费意愿最高的类目之一),982 评分。背景:Kalshi 5 天新增 8,105 评分、Google Play 美国 Finance 免费榜 #1、502 万安装——预测市场在美国正处于用户爆发期,而**全库搜 polymarket / kalshi / prediction 关键词,除它以外没有第二个新上线的周边工具**。Polymarket 在欧洲亚洲合法,但只在美国上榜,非美国用户没有任何工具。
- Toplify(乌克兰,一个人):App Store 榜单监控,苹果不做榜单提醒、大厂懒得做小。上架 3 个月 37–40 个区 Developer Tools 畅销榜,奥地利 #2、韩国 #5;但评分总数不到 120、日增 0–2——是零花钱不是公司。
- ClaimHunt:美国集体诉讼赔偿金领取助手,把公开和解公告整理成结构化数据加填表引导。Google Play 101,388 安装、美国 Finance 畅销 #30;iOS 上这个品类 2025 年就起来了(Payout 11,624 评分),但 iOS 最大的玩家没来 Android,**Play 上只有两家**。

- WhatCable(英国,一个人,本职电商):把 macOS 系统里本来就有的 USB-C 线材数据翻译成大白话。Show HN 566 分,9,062 星,安装包累计下载 43.6 万;上线两周加了 £9.99 买断的 Pro。Windows 版只有 91 星、标「实验性」——Windows / Linux 同类是空的。

为什么是现在(推断):AI 平台和预测市场平台都在高速增长,产品团队忙着做核心,周边功能没人管;浏览器扩展和菜单栏 App 的开发门槛被 AI 编程打掉了。

一个人怎么切入:AI Toolbox 的打法可以照抄——先按平台拆成小扩展分别上架验证(它的 Claude 版 6,000 用户、Gemini 版 3,000 用户),再合并;博客按「对比 + 长尾 how-to」批量写;买断定价快速积累现金;**12 个月内被原生功能替代前退出**。还空着的:Perplexity / Kimi / 豆包的对话管理;预测市场的事件提醒、跨平台赔率差、非美国本地化;把「跨助手搜索导出」做成本地 App 或 MCP 服务而不是扩展,降低被平台改版清零的风险。

风险:两条命都不在自己手里——商店审核政策和宿主平台的前端。AI Toolbox 创始人在高点挂牌,读法是他们自己也判断这是现金流资产,不是能长成公司的东西。预测市场有监管变数(美国各州态度在变),用户期望「跟单必赢」,差评来得快。

适合谁:会写浏览器扩展或 Mac 菜单栏 App、能坚持写 SEO 内容的人。接受「做 12 个月然后卖掉」这个剧本。

3.7 Mac 原生小工具,一次性买断

是什么:一个人用 Swift 写一个「替代某个付费 / 臃肿 / 要登录的工具」的原生 App,$5–59 买断,官网直销不上商店。

证据:

- 真实收入里 292 个 Mac 产品,13 个是最近 6 个月新赚钱的,**几乎全是 9–10 月上线、买断、一个人**:bytemail(亚美尼亚,原生邮件客户端,$19)42 天 $22,557;Wow Keywords(ASO 关键词工具,$59,「无订阅」)9 天 $14,912;GotEmail(另一个邮件客户端,$19.99)37 天 $7,957;Cooldock(第二个 Dock,€29.99 终身)$9,984;Homy(Finder 替代,早鸟 $9)21 天 $3,511。
- GitHub 上同一现象:Filee(文件转换,263 种格式,离线)33 天 19,252 星,连续 14 天每天 +590 到 +2,450,没上过 HN;Compositor(「Mac 上的 Photoshop 替代」)46 天 18,274 星;openGym(开源健身追踪,已上 App Store)18,261 星;hex(本地语音听写)、DigUp(按内容搜本机文件)、sill(Mac 窗口投到 iPad,HN 275 分)、tendedero(截图挂在屏幕顶上一根线)各 1,000–7,000 星。这些库的简介高频词是「native / offline / no account / written in Rust」——**这本身成了卖点**。
- 两个邮件客户端同时赚钱,说明对 Apple Mail 的不满是真的;同理可查 Finder、日历、备忘录的替代。

为什么是现在(推断):macOS 27 的刘海 / 灵动岛式 UI 是一块新的「屏幕地产」;订阅疲劳,每个产品都把「no subscription」写进第一句;AI 编程把 Swift 的门槛打掉了,印度和东欧开发者两周出一个 Mac App;Dodo / Polar / Lemon Squeezy 这些「替你当商户」的平台解决了全球收款和增值税。

一个人怎么切入:挑一个你自己每周都要付钱或忍受广告的小工具,做一个原生、离线、不注册的版本,README 第一行写清替代谁。开源核心 + 闭源 Pro 插件(WhatCable 的做法,两周内加付费档,社区没反弹)。发 Show

HN 而不是 Product Hunt。Windows 上的精致原生工具比 Mac 少得多(这批 17 个 GitHub 赢家里 Mac 专属 8 个,Windows 专属 2 个),Linux 几乎没有。

红海,别进(25 个 Product Hunt 产品里 4 个 Mac 工具命运几乎一样):剪贴板管理(Supaste:好看的 UI + 创始人 2.5 万粉,6 月 $6,468 → 10 月 $812,挂牌 $20,000;Raycast 自带、Maccy 免费);刘海工具(OmniNotch:半年内 211 个同类发布,免费开源把地板价打到 $0,只能卖 $5,上线第 11 天挂牌);自动缩放录屏(Screen Charm 月收 $2,300–3,700 就是上限,免费开源的 Capptivo 和七八个后来者夹击);菜单栏管理器(Thaw / Ice 合计 4 万多星免费)。

风险:收入是尖峰不是曲线——Wow Keywords 10 月 26 日 $4,642 → 10 月 30 日 $327,5 天跌 93%;OmniNotch 周收入 $2,356 → $173 → $45 → $56,两周归零;bytemail 靠 Product Hunt 第二波续了一次命。Cooldock 的作者做了三个 Dock 工具,是靠「产品线」平滑的。Apple 系统更新顺手做掉你(Sherlocking)。买断没有经常性收入,挂牌时估值低(Homy 挂 $15,000)。

适合谁:会 Swift、想要一笔一次性收入和一个作品集、不指望它变成公司的人。

3.8 一群特定的人每天都碰到、巨头不做的小刚需

是什么:不是「所有人」的需求,是某一群人(网约车司机、离婚父母、ADHD 患者、某国公民)每天都碰到、情绪很强、愿意付钱、而大公司嫌小不做的事。

证据:

- **网约车司机接单计算器**(Android 独占):Ruta Rentable(阿根廷,一个人)订单弹出来时读屏幕上的报价,几秒钟算出每小时、每公里收入,给一个接 / 不接。9 月 12 日上线,50 天 **312,504 安装**,阿根廷总榜畅销 #94、Tools 畅销 #9,墨西哥 Tools #24–30;巴西 JetMAX(里程记录 + 税务报表 + 接单打分)66 天 159,692 安装、巴西 Auto 畅销 #11;法国、英国、墨西哥、巴西还有 5 个同类。**这类 App 只能在 Android 上存在**(要读别的 App 的屏幕),iOS 开发者不会来抢。墨西哥、哥伦比亚、印尼、印度、菲律宾、尼日利亚这些 Android 司机大国**没有一个同类新品上榜**。
- **离婚父母的证据记录**:Documented(美国,一个人)记录每次交接、孩子状况,即时封存带 SHA-256 指纹,「几个月后补写的是记忆,当时写的是证据」。8 月上线,美国 Productivity 畅销 #146(Productivity 是重类目),评分加速 4 倍,书面评论平均 4.8 星。可迁移到任何「需要留证据」的场景:租房纠纷、职场霸凌、医疗记录。
- **ADHD 的清洁伴侣**:Chorefriend(德国)「拍一张乱屋子的照片,给我一步一步的清洁计划」,美国 House & Home 畅销 #7、71,699 安装。点赞最多的评论:「我会不堪重负然后僵住,这个 App 让我的生活轻松太多」。可迁移到做饭、洗衣、文书、搬家、报税——每个都是「拍照 → 拆步骤 → 计时 → 鼓励」。
- **某国强制的文件格式和手续**:P7M.io(意大利)打开政府强制的 .p7m 签名文件,€3.99/份,$3,900/月、305 订阅;Postal Form(「上传 PDF 我们打印邮寄」)$9,000/月;Safeonward(签证用的「续程机票」证明,€9.90 起)$3,800 ×2;Georgian APPA(入境格鲁吉亚的强制车险)$4,000 ×1.7。**「某国强制的手续」是最稳的独立开发者利基**。
- **集体诉讼赔偿**:见 3.6 的 ClaimHunt。

- **军人福利**:Military Benefits App 美国 Finance 畅销 #33,但差评全是「SCAMMING VETERANS」「还没看到内容就要钱」——需求真,硬付费墙在这个群体反噬特别重。

为什么是现在(推断):这些需求一直在,变的是一个人两周能做出一个像样的 App;Android 的无障碍服务、悬浮窗、通知监听让「读另一个 App」技术上可行。

一个人怎么切入:从你自己或家人属于的那个群体开始。司机工具按国家割裂(每个国家的 Uber / DiDi / Grab 订单界面不一样),一个国家一个本地团队就是护城河;变现用周付月付加本地支付方式(阿根廷司机对年费反弹极大)。证据记录类可以直接换场景。

风险:司机工具的平台风险是真的大——阿根廷用户 10 月 30 日已经在评论里问「Uber 新规会因为持续截屏封号,继续用安全吗?」,Uber 一改订单界面整条赛道归零,Google Play 对无障碍权限的审核也在收紧。法律、医疗、心理相关的措辞审核。$10.99/周这种定价引来的退款投诉。

适合谁:属于某个「特定人群」的程序员——自己开过网约车、经历过离婚、有 ADHD、是某国新移民。你知道的那些细节就是产品。

3.9 无脸 YouTube 长视频和 AI 内容管线

是什么:用 AI 把「脚本 → 分镜 → 视频素材 → 配音 → 字幕 → 合成 → 上传」串成一条管线,卖给开多个 YouTube 频道的人。

证据:

- 真实收入里 116 个「无脸 / YouTube 自动化」产品,17 个月收过 $1,000;**今年的新进入者全在做长篇纪录片而不是 Shorts**。领头的是一个匿名西班牙产品,「一键给 YouTube 自动化频道生成纪录片」,8 月 $18,411 → 9 月 $47,663 → 10 月 $86,992,MRR $69,782、1,502 个订阅($27/59/107 月),订阅数 3 天涨 126。White Glove Content(代运营式)5 月 $22,363 → 9 月 $68,310 → 10 月 $67,773(到顶了),挂牌 $250 万。老的短视频工具(StoryShort $21,000、Virvid $3,800)全部持平。
- App Store 上同一逻辑的消费端:AI 生成的圣经短视频 BibleWatch 美国 Books 畅销 #24、14,554 评分;Bible Shorts 美国 Reference 免费 #3、107 个区上榜。
- GitHub 上「让 agent 用代码出视频」的 skill:anatomy(等距机械插画)24 天 23,313 星;video-shotcraft(产品宣传片)15,463;一个作者的 17 个 skill 里「运营 YouTube 频道」4,006 星、「运营 Instagram」4,150,「运营 X 账号」62——**题目决定一切,赚钱 / 涨粉的题目远胜省钱 / 找工作的**。
- 平行宇宙是 Amazon KDP:GETebook.ai(AI 生成电子书)$35,000/月;kdpbook.io 上线 35 天 $3,800 ×20。

为什么是现在(推断):视频生成模型和 TTS 今年能撑住 10–20 分钟的「纪录片感」,成本按分钟计;YouTube 长视频广告分成远高于 Shorts;Shorts 工具 2024–2025 已经做满。

一个人怎么切入:管线全是现成 API 的编排,差异化在垂直题材(历史、真实罪案、财经、宗教)和语言(西班牙人做的领先说明西语市场有需求,印地语、葡语、阿语还空)。

风险:**YouTube 2025 年 7 月起对「大量生产、重复」内容降权和取消变现,整个赛道的收入依赖平台不打击**;模型 API 成本吃毛利;单品天花板在 $60,000–90,000/月量级(White Glove 已到顶并挂牌)。Amazon KDP 同样风

险。我把它排最后是因为平台风险最大,不是因为钱最少。

适合谁:会编排 API、对某个题材有真实审美和判断的人。审美是门槛,代码不是。

四、看着很火但别碰的

短剧 App。 BlinkDrama 5 月上线,App Store 114 个区上榜、104 个区总榜畅销、70,984 评分、近 5 天 +5,375,是非游戏新品第一名;Google Play 上 997 万安装,180 天内短剧新品 219 个、累计 1.93 亿安装。别碰的理由:靠内容版权和译制产能,不是产品;开发者几乎全是香港壳公司,一家一个马甲;大量零评分的 App 同时在几十个小国的分类畅销榜上——Felveria 82 个区畅销榜、全球 15 个评分——要么是靠极少量充值刷薄榜,要么是自充。

买量驱动的定位 / 追踪 App。 Locato、LocateFamily、Find My 365、Miloc……永远有新品、永远在涨,但全部是买量 + 周订阅暗模式:Miloc 上线 23 天就在 38 个区的分类畅销榜上,全球 3 个评分;Google Play 48 个新品里 18 个来自多马甲厂。iOS 的「查找」免费且更好。

模板厂。 App Store 上 Berk(滑雪)、Ceno(观星)、Nook(徒步)、Olen(划艇)、Trekly、Sovrin 这批「爱好社区」在加速榜上很显眼,看指纹就知道是一家:全部 1.1.0 版、同一天更新、更新说明末尾带同一个零宽字符、评论全是土耳其越南印尼的一词五星;唯一有内容的差评是「我银行转账买代币他们没充上,还非要我的身份证」。Google Play 上对应的是 224 个语音房 / 直播交友壳,开发者名全是印尼个人名。另一种模板厂是「兴趣指南」:Woodsense(木工)、Sewpal(缝纫),一家 10 个 App,$30–40 买断,FB 投放到欧洲——配方可复制,但做成厂才赚钱,单个 App 是量产件。

空壳开源。 Harden,一个「AI 编程助手的本地防火墙」,融了 $2M,Product Hunt 日榜第 2,GitHub 1,805 星。我们查了仓库:只有 README、LICENSE 和 issue 模板,**没有一行源码**,8 个提交,9 月 5 日后零更新;392 个 fork 全是 13–25KB 的文档,集中在两天批量出现;10 月 27 日起星数连续 5 天 0 增长;HN 9 分。官网首页写「SOC 2 Type II audited」,自家 trust 页写「In progress」。这不是你能跟的,也不是你该相信的。GitHub 上更粗暴的版本:一个账号 30 个库(包括空的 .github 和叫 B 的库)每个每天整齐 +150~200、合计 fork 252;简介带「pre-activated / aimbot / FPS booster」的诱饵仓库占最近 45 天入库的 6.1%,它们要星是为了让搜索结果可信,是恶意软件分发。

山寨和蹭名。 「Codex AI - Remote Codex」在中国区 Productivity 免费 #35、464 评分、5 天 +191,评论:「诈骗软件,和 OpenAI 的 Codex 一点关系都没有,被骗了 398 也追不回来」。它涨说明中国区对 Codex 有真实需求而官方不在,但跟这个的方式只能是诈骗。

AI 自拍 / 修图 / 视频生成壳。 Boothie(土耳其)6 月 $4,727 → 10 月 $55,228 看着漂亮,但 App Store 上只有 232 个评分、渠道自填 TikTok、挂牌 $150 万;同类 Lenz AI 两个月跌 80%,Prettier 一个月跌 60%,Audn(「未审查模型」API)四周跌 90%。整个品类是买量 + 周订阅 + 几周衰减,收入数据看不到广告费,利润可能是负的。Google Play 上 202 个 AI 生成壳新品,一家 5 个 App、每个几百万安装、零评分、却在印度总榜畅销上。例外是有垂直的:「上传你的车 + 描述改装 → 效果图」这种有真实付费。

游戏逆向移植、破甲、免费模型反代。 GitHub 上这两类涨得最快(Switch 转 iPhone 的 nxnative 19 天 10,602 星;「不用 key 免费用前沿模型」54,285 星,全库 4 天涨幅第一)。别碰:任天堂索尼的 DMCA 是确定事件,这些库会被删(簇里已经出现「上游即将删库,此为镜像」);破甲违反每一家模型厂的条款,账号被封;而且作者全是匿名新号,你拿不到可积累的名声。

面试实时答题、运营 X 账号的自动化、OpenClaw 托管、通用收款平台、link-in-bio 个人主页。 面试作弊需求真钱真,但招聘方和会议软件会反制,也不该推荐。X 自动化撞平台条款。OpenClaw 托管三家全在跌。通用 Merchant of Record(替你当商户收款)已经有 CREEM、Polar、Dodo、Lemon Squeezy、Paddle 加 Stripe 自己的,五六家把 3.9%–5% 打满且都在融资,CREEM 的 Trustpilot 一星 53%、用它收款的 166 个商户中位数收入 $0。link-in-bio:own.page 把 Product Hunt 打满(640 票、2,021 注册)只换到 $484 MRR、0.6% 付费,同类除一个六年老产品外 MRR 都在 $0–344,用户就是不付钱。

真实收入榜上的大数。 unfair.so 30 天 $438,427 排新产品第二,但只有 47 个订阅、MRR $32,600,单日收过 $78,707——这是大额一次性款项或代收款的形状,不是「SaaS 做到 $43 万」;而且同一家公司在榜上挂了两次。看到 MRR 远低于 30 天收入、订阅数两位数、单日占 30 天三成以上的,先别当目标。

五、关于怎么赚钱的几条规律

买断和订阅的收入形状完全不同。 买断的曲线是「事件驱动的尖峰 + 回落」:Supaste 6 月 $6,468 → 7 月 $4,884 → 8 月 $3,257 → 9 月 $1,430 → 10 月 $812;Wow Keywords 10 月 22 日发布,10 月 26 日 $4,642、10 月 30 日 $327;OmniNotch 四天 $2,252 占累计收入的 65%,之后每天 $0–28;Screen Charm 10 月逐日「大多数天 $0 或 $99」,一天卖一张。每个月都要从零重新找买家。买断型里唯一连涨的是 AI Toolbox,原因是它有一条源源不断的新装机来源(Google 搜索),不是买断本身有复利。订阅里真正复利的只有一条曲线:Social Fetch,$201 → $8,837 连涨七个月、没有一天为零——条件是「B2B + 持续用量」。消费类订阅不自动复利:VietBuddy 10 月中一周每天 $1,600–2,600 之后掉回 $700,订阅数 518 → 523 没动。真实收入里新冒出来的赚钱产品,**一半是买断或充额度,不是订阅**(106/216);用户拒绝订阅出现了三次(Screen Charm 加云分享订阅半年后 5 个订阅;CtrlOps $7/月只有 4 个,买家宁付 $149 买断)。买桌面工具的人就是为了不订阅才来的。

硬付费墙的代价看得见。 这批赢家的评分页都是 4.6 星,书面评论是 1.5–2.4 星(mise 4.6 对 2.2,Potto 4.6 对 1.5)——前者被应用内评分弹窗收割,后者是真实不满。差评高度一致:「下载后一步都走不了就要钱」「试用说会提前一天提醒结果直接扣了年费」「填了十分钟心理问卷才发现 App 要 $50」「$10.99 一周!」。Potto 因此评分增速掉到四分之一;NeatEat 10 月初起每周 13–15 条差评。Google Play 用户的反弹更直接:「放广告做成免费的啊」。反面是 Monju(减重针剂伴侣)书面评论 4.31 星,没有一条提到 scam 或 charged,是全部候选里口碑最好的,也在涨。Toplify 的做法值得学:「你的 App 上榜国家少于 4 个就白送全部 Pro 功能」——把还没起来的用户当免费获客。

分发才是变量,Product Hunt 几乎无用。 25 个产品里 9 个能看到收入,票数和收入的关系是反的:RankSpot 656 票月收 $1,386,own.page 640 票 $362(发布当月反而是全年最低点),AI Toolbox 425 票 $22,645,Social Fetch 165 票 $8,673。Product Hunt 对收入只有三种作用:给买断 Mac 工具约 $6,000 的一次性增量然后两个月归零(Supaste、Screen Charm);没有作用(own.page、HeyNews、CtrlOps 首发后两个月零收入);把已有的 SEO 热度兑现成榜单(AI Toolbox,三次发布)。真正有效的渠道按产品类型分:**开源原生工具走 Hacker News 和 GitHub**(WhatCable Show HN 566 分 → 43.6 万下载;Caveman HN 904 分 → 116,510 星,Product Hunt 两次合计 423 票「相对 11 万星几乎是零」);**开发者 API 和浏览器扩展走 Google 搜索**(AI Toolbox「100% 来自 Google」,Social Fetch「SEO GOES BRRRR」,CtrlOps 29 篇「X alternatives」博客换来月入 $1,700);**GitHub 内容仓库当漏斗**(Publora 官方仓库 60 星,创始人个人号的 linkedin-skills 5,426 星,README 末尾一句「connect Publora」变成每天 50–80 个新连接,成本是写 markdown);**消费类 App 走 TikTok**(餐计划、信仰视频的评论里都是「saw it on TikTok」);**创始人自带的 X 粉丝只能打一波**(Supaste 2.5 万粉第一个月 $6,500,OmniNotch 一条 11.4 万浏览的帖带来累计 65%,三个都在三个月内回落)。同一个点子换渠道差十倍:DirectRoles(「公司官网直发的隐藏职位」)靠 Whop 社区分发月收 $26,804,同一说法的 RareRoles 靠 FB / IG 网红 $3,200 持平。没有一个产品是 Product Hunt 和 Hacker News 两边都高的——这三者几乎独立。

自报数字不可信。 Emdash 官网「1M+ downloads」,我们拆开看:v1.2.8 的 170,489 次里 166,000 是自动更新检查文件,真实安装包 2,700 次。Social Fetch 官网「每天 800 万次 API 请求」,同一个创始人在 TrustMRR 填的是「30 天 98 万次」。CtrlOps「700+ engineers」对应累计约 20 个付费用户。Voiskey Product Hunt 537 票、133 条评论,iOS 美区 23 条评分。Clipto「$15M ARR」无独立来源。Harden 见第四节。Gymtone 30,109 评分对 157,081 安装,19% 的评分率是正常值的 5–10 倍,几乎可以肯定是「用之前先弹评分」收来的。

这批档案里自报的用户数和下载数没有一个经得起核。能信的只有支付平台算出来的收入、商店的评分数、仓库的提交记录、Homebrew 和 Docker Hub 的拉取数。

挂牌出售是常态。 真实收入里 216 个新赚钱产品 49 个(23%)已经挂牌,要价 0.3–4.6 倍年化收入;25 个 Product Hunt 产品里 9 个有收入的 3 个挂牌。时间线很短:Store Stock Checker 第一笔收入 10 月 23 日、10 月 28 日挂牌 $135,000;OmniNotch 上线第 11 天挂牌;kdpbook 35 天;Supaste 5 个月挂 $20,000,要价从 10 月初的 $33,000 降下来,和收入下滑同步。要价倍数本身是一个信号:Brawler(AI 拳击教练,月收 $45,587)只挂 0.4 倍,Kori(韩语 App,月收 $28,640)挂 0.7 倍——作者自己给的估值极低,推断收入靠买量、利润薄;AI Toolbox 挂 6.6 倍,因为成本 <$100 零广告。两个读法:挂牌的人有动机把数字做漂亮,看它们的「涨」要打折;另一方面「做出来 → 发布 → 挂牌」已经是一个标准周期,你可以从第一天就按这个剧本设计,也可以反过来在这个二手市场里买「还没找到买家的产品」——Publora 换了一个会定位的人,同一份代码票数涨 5 倍、用户 300 → 2,200。

一人和融资公司是两条路,但发布页上长得一样。 25 个里 7 个有公司背景(Clipto 20 人 $15M 融资、CREEM 16 人 €7M、Harden $2M、Goldfish、Emdash YC W26、Voiskey 背后是百度输入法国际版、SpotsNow),它们的共同点:**全部免费或免费为主,没有一个有收入证据**,「在涨」指的全是星数、融资、版本号;下一步全部一致——转企业(MDM 分发、团队版、私有部署、$300/月 Team 档、从「indie hackers」改口「AI-native startups」)。15 个一两人团队的收入看得见,天花板也看得见:Mac 买断工具月收 $800–3,700,最好的 Chrome 扩展 $22,600,最好的 API $8,700。他们的另一个共同点是多产品并行:Supaste 的创始人同时挂 10 个产品、累计 $174,798、主力是 Framer 模板站;Toplify 的创始人另有 2 个上架 5 个开发中;Screen Charm 的创始人有全职(10 月 31 日公开:工资 $9,242,副业 $2,335)。这是「组合式独立开发者」:每个产品不求长命,求作品集和一次性回收。两类产品不能互相对标——Harden 免费把个人开发者的价格打到 0,你再做一个本地 agent 防火墙,撞的是同一堵墙(个人不付费、企业要合规和销售),但你没有 $2M。

六、25 个最近发布的产品后来怎么了

这 25 个是从 Product Hunt 今年 5 到 10 月的 3,355 条候选里按「小团队、有收费、能在别的数据里对上」挑的,不是随机样本;它能回答的是「符合这个画像的产品半年后大致什么样」。收入是 TrustMRR 上 11 月 1 日的近 30 天实收,没有的写「无公开数」。

产品	做什么	收费	现状(11 月 1 日)	一句话原因
AI Toolbox	给 ChatGPT / Claude / Gemini / Grok 补文件夹、搜索、导出的 Chrome 扩展	$9.99/月或 $99 / $199 买断	30 天 $22,645,连涨 11 个月但走平;挂牌 $800k	四家巨头两年不做的功能 + 100% Google 流量 + 买断;在高点卖
Social Fetch	26 个社媒平台的抓取 API	额度包 $14 起 + 订阅 $29–225/月	30 天 $8,673,MRR $4,650、109 订阅,连涨	卖「免维护」不卖数据;SEO 比较文;PH 两次发布对收入无作用
HeyNews	newsletter AI 代笔	$39–499/月	月收 $3,000 水平线,5 个订阅	真正的钱来自代写大单,工具只是交付手段
OmniNotch	刘海工具栏 20 合 1	$5 促销 / $19.99 买断	累计 $3,478,65% 来自一条 X 帖后的 4 天;第 11 天挂牌 $6k	211 个同类发布,免费开源把地板打到 $0
Screen Charm	Mac 自动缩放录屏	$99 买断(实收均价 $55–58)	月收 $2,335,PH 当月 $6,407 后回到基线;累计 $57,711	有全职的副业,两头被 Screen Studio 和免费开源夹击
CtrlOps	AI 管 Linux 服务器的桌面端	$7/月或 $149 买断	30 天 $1,752,几乎全是买断;首发后两个月零收入	29 篇 SEO 博客起效;买家拒绝订阅
RankSpot	AI SEO 自动写发	$3/篇按量(原订阅)	30 天 $1,386;5 月 $2,370 撑四个月后 9 月砍半	日榜第一的天花板是月收 $2,500;转「给 agent 用」丢了老用户
Supaste	Mac 剪贴板 + 截图历史	$15 / $29 买断	6 月 $6,468 → 10 月 $812;挂牌 $20k	红海、无自然流量、创始人同时跑 10 个产品
own.page	bento 式个人主页	Free + $79.9/年	MRR $484;2,021 注册 → 63 订阅(0.6%)	PH 打满了热度,用户就是不付钱
Toplify	App Store 榜单监控 iOS App	<4 国上榜免费 + $29.99/年	37–40 个区 Developer Tools 畅销榜;评分 <120、日增 0–2	苹果不做、大厂懒得做小;零花钱不是公司
WhatCable	USB-C 线材检测菜单栏	开源 + Pro £9.99 买断	Show HN 566 分、9,062 星、下载 43.6 万;Pro 收入无公开数	系统里本来就有的数据翻译成大白话;两周加付费档
Thaw	开源菜单栏管理器(Ice 的分叉)	完全免费,Sponsors 28 人	12,451 星、Homebrew 30 天 3,208 次;收入 $0	接盘停更的老项目 + 系统大版本;GPL + 永远免费堵死了钱路
Capptivo	免费开源录屏(三平台)	完全免费	1,110 星;10 月 13 日后无提交,31 条 issue 40 天零回复	「免费 + 开源 + 三平台」戳中 PH 受众;无收入模型,正在停

产品	做什么	收费	现状(11 月 1 日)	一句话原因
Caveman	AI 编程助手的 token 压缩代理	开源 + Team $300/月	116,510 星、HN 904 分;一个人变成 YC 公司	HN 型产品,PH 几乎为零;Cloud 收费两周无收入证据
Dograh	开源语音 agent 平台	开源 + 云 1¢/分钟	5,997 星、Docker 8.7 万拉取;收入无证据	拐点是 5 月一个 YouTube 视频而非 PH;用户「拿走自己用」
Emdash	开源多 agent 桌面端	免费,团队版 waitlist	6,131 星,PH 后每天 8–10 星;YC W26	「1M 下载」是更新检查,真实每版 2–3 千;收入 $0
Publora	给 agent 用的社媒发布 API / MCP	Free + $5.99/账号/月	票数 123 → 632,用户 300 → 2,200;收入无硬数	换手后改定位;个人号 skill 仓库 5,426 星当漏斗
Goldfish	本地 AI 记忆,任意输入框起草	免费(无定价页)	PH 946 票日榜第一;收入 $0	EF 组合公司,免费铺量等融资
Clipto	本地媒体搜索 + MCP	$24.99/月	自报 ARR $15M;HN 2 分,iOS 新包主要区未上榜	20 人公司 $15M 融资,大头是 2023 年起的转写老业务
Harden	AI 编程助手本地「防火墙」	个人永久免费 + 企业报价	1,805 星停涨 5 天;仓库无源码;HN 9 分	融资公司在赔钱铺企业漏斗;星数和 fork 结构异常
CREEM	替独立开发者当商户收款	3.9% + $0.40/笔	€2M ARR(融资稿);Trustpilot 2.8 星、一星 53%	16 人 €7M;对独立开发者收紧,166 个商户中位数收入 $0
Voiskey	AI 语音键盘(四平台)	$29.99/月	Play 10K+ 安装、iOS 美区 23 条评分	百度输入法国际版的主体 + 市场团队;PH 537 票与商店数字差一个量级
SoloUno	拔毛 / 抠皮症自助 App	$7.99/月	Play 约 1,000+;评分只在以色列 39 条;8 月后停更	301 票来自 Bubble 无代码社区;PH 对 B2C 健康 App 无效
SpotsNow	播客广告情报 + 空档交易	$89 / $349 席/月	半年换三次主打;创始人 120 天 1 条帖	第一天就做双边市场,没转起来;靠州基金和前身融资撑
Notify.domains	域名变动监控	$24/年/域名	持续迭代;WordPress 引流插件 <10 安装;创始人说「a few users」	低频一次性需求按年费卖;创始人是域名圈名人才拿到 PH 第 3

几个汇总数:9 个有收入的产品近 30 天合计 $43,838,中位数 $2,335,AI Toolbox 一家占 52%。25 个里没有一个关站,也没有一个明确停更超过三个月——但 3 个挂牌、1 个 issue 零回复 40 天、2 个创始人 X 号三个月没发帖。11 个「在涨」里**只有 4 个涨的是收入**,其余涨的是星数、融资、版本号。

横着看,反复出现的事有三件。第一,**融过资的 7 个全部免费、全部没有收入证据、全部在转企业**;一两人的 15 个收入看得见、天花板也看得见,而且多数在同时做好几个产品。第二,**开源能换星,换钱只有 WhatCable 一个样本成功**——它两周就加了 Pro;Thaw、Capptivo、Emdash、Dograh 都是「先铺后想」,半年后还在想。规律是付费档要在第一个月加,否则就不会加了。第三,**品类拥挤度可以数,而且都很挤**:刘海工具半年 211 条发布,录屏 25 个(开源至少 5 个),SEO 工具 55 个 featured,收款平台 4 个新的加 5 个老的;但挤不挤和赚不赚钱没关系——link-in-bio 最不挤(134 条发布只有 2 条 featured)却最不赚钱,刘海最挤、地板价 $0。

这些产品 2027 年 5 月值得再回头看一次,才能说「后来怎么了」的下半句。

七、如果你只有周末

会做 iOS。 做区域迁移(3.2),别做新品类。具体:挑减重针剂伴侣或预算型餐计划,挑葡语、西语、繁体中文、韩语里你能搞定内容的一种,把 Monju 或 TapCook 的功能照做,内容本地化(药名、超市、单位),付费用软墙:核心功能免费、提醒和 AI 分析收周付月付。台湾两个个人开发者 300 来个评分就进了 Health & Fitness 畅销 #7,韩国 Google Play 的减重针剂付费空位还在,巴西墨西哥的 Google Play 本地榜上零个餐计划。先 iOS,看评分数,再决定要不要做 Android。预期:单个小市场的畅销榜前 10,不是大钱,但是真钱;做两三个语言摊开。退路:挂牌。

会做 Web 后端 / API。 两条路选一条。路一:**把你现在手头任何一个有用户的服务加一个 MCP 端点**,这是整份数据里最便宜的「从零到几千美元」动作(Divi Cake 17 天 $6,449、GitPage ×3.8),成本是一个周末。路二:选一个平台(TikTok、小红书、某国的二手平台、某个预测市场)做一个**单平台做深的按量付费数据 API**,参照 Social Fetch 的定价($14 入门包、$29 起订阅、绑卡送额度)但只做一个平台的全部数据,接 MCP,然后每周写两篇「Best X API 2026」比较文等 Google。预期:半年到 $5,000–10,000/月,逐日没有一天为零;前三个月几乎没有收入。退路:这类产品是 TrustMRR 上估值倍数最高的一类。

会做 Mac 原生。 做一个替代某个你自己每周都要忍受的工具的原生、离线、不注册的 App,但**避开剪贴板、刘海、录屏、菜单栏管理器**这四个红海。有数据支撑的空位:邮件客户端(两个新品同时赚钱,bytemail 42 天 $22,557)、Finder 替代(Homy)、「系统里有数据但用户看不懂」的硬件信息(WhatCable 做了 USB-C,蓝牙编解码、显示器链路、Wi-Fi 协商、充电器握手都空着,Windows / Linux 版更空)。打法:开源核心 + 两周内加闭源 Pro($10–20 买断,参照 WhatCable £9.99),官网直销走 Polar 或 Dodo 不上商店省 30%,发 Show HN 不发 Product Hunt。预期:一次性 $5,000–20,000,之后每月几百到两千;第二个产品比第一个容易。接受它是作品集的一部分,不是公司。

三条共同的话:第一个月就定价;别信自己首页上的数字;做之前先去 TrustMRR 搜一下这个品类有几个挂牌的、要价几倍——那是这个品类的天花板。

八、局限与复查

数据边界。 榜单只有 5 天(App Store)和 4 天(Google Play),GitHub 全站逐日星数 4 天。所有「加速」都是「这 5 天比它一生的日均快」,分不清趋势和脉冲。真实收入看得到收入看不到广告费和利润——Kori、Brawler、Boothie 月收 $30,000–50,000 可能利润是零,挂牌倍数 0.4–0.7 是弱信号。App Store 和 Google Play 没有收入和下载量,我们只有评分数和名次;收入和名次能对上的锚点只有三个(Brawler $45,587 ≈ 澳洲 Sports 畅销 #41;Enxovaly $15,699 ≈ 巴西 Lifestyle #21;PokeItem $30,558 ≈ 法国分类榜 #3),远不够把名次翻译成美元。Google Play 的分类畅销榜在中东、拉美、东南亚十几个区是一张全球回退榜,不是本地榜,所以这些区的分类级结论本报告全部缺失。评论关键词是英文,葡语阿语的付费墙投诉数不出来。GitHub 上的「一个人」是从账号类型推的,可能背后是团队。渠道数据几乎没有——cleanyourtv 15 天 47,831 星没上过 HN,X 上五个圈子也没提,它的流量从哪来我们不知道。

最可能被推翻的判断。 一,餐计划赢家是「还在涨」还是「已见顶」:mise 德国总榜 86 → 133、Monju 巴西总榜 110 → 跌出 200,是 10 月底的季节波动还是拐点,5 天看不出来。二,「去 AI 味」skill 簇 10 月 25 日才拐头,可能是 Perplexity 那一条帖的脉冲而不是趋势。三,预测市场周边工具只有一个样本。四,CreativeClaw 8 月到 9 月 ×17.7 发生了什么没人知道——它没上 PH、HN、GitHub,推断是进了某个 skill 分发入口;这是全报告最大的单个机会,也是最不清楚的「为什么」。五,到货提醒和 Mac 买断工具的收入在 11 月中可能已经掉了一半以上,这是它们的形状。

11 月 15 日要看什么。 餐计划 5 个赢家和 Monju 的总榜畅销名次和近 7 天评分增量;impeccable、hallmark、ai-design-skills、unslop 的 7 天星数对比上一个 7 天;10 月 26 日那周建的 8 个电视桌面库有没有后来者过 500 星;Store Stock Checker 和 Wow Keywords 的 30 天收入;Prediction Radar 有没有出现第二个同类;10 月上线的 32 个餐计划 App 里有没有一个过 500 评分。11 月 28 日有了 30 天安装增量,再看一次 Google Play 的 Ruta Rentable 和 ARtie Lab。

附录:数据来源

```
App Store
  115 个国家和地区;免费 / 付费 / 畅销榜,总榜 + 分类榜;榜单历史 2026-10-28 → 11-01
  评论 2008 年至今(22 个主要区);App 元数据(首发日、开发者、版本、简介)
  没有:收入、下载量、订阅价格、开发者国籍

Google Play
  30 个国家(不含中国大陆);榜单 2026-10-29 → 11-01;累计安装量(精确数,刷新间隔不定)
  评论只采总榜前 30;ae ar id in mx my ng nl ph pl sa sg th tr vn za 的分类畅销榜是回退榜,已排除
  没有:收入、日安装增量

真实收入(TrustMRR)
  一万多个独立产品;收入由 Stripe / RevenueCat / Polar / Dodo / Whop / Lemon Squeezy 等支付平台算出
  逐日 30 天、逐月 12 个月;MRR、订阅数、挂牌状态和要价;截至 2026-10-31
  创始人自填的:简介、定价、渠道、国家、成立日(不一定对)
  没有:广告支出、利润、留存、用户所在地区

GitHub
  约 85.8 万个 ⩾50 星仓库的逐日星数 2026-10-28 → 11-01;最近 45 天新建 ⩾20 星的仓库
  部分仓库更长历史(约 2.4 万个从 10-09 起;约 1.57 万个有 30 天前的点)
  没有:README、贡献者数、stargazer、安装量

Product Hunt
  约 44 万条发布(112,022 条总发布,3,355 条 2026-05-01 → 10-01 的 featured 或 ⩾50 票候选)
  票数、日/周/月榜名次、评论数;followers / reviews 只有 2026-10-29 一个快照
  没有:maker 名单、评论正文、发布后的日曲线

Hacker News
  story 表,分数、评论数、日期

25 份产品档案(2026-11-01)
  以上各库交叉 + 官网、Wayback、GitHub API、Homebrew analytics、Docker Hub、npm、
  WordPress.org API、Chrome 商店、X 实时接口(创始人个人号)、行业媒体

全部数字截至 2026-11-01;「推断」处已标明;各库没有的数据没有写数字。
```