

天使轮 商业计划书

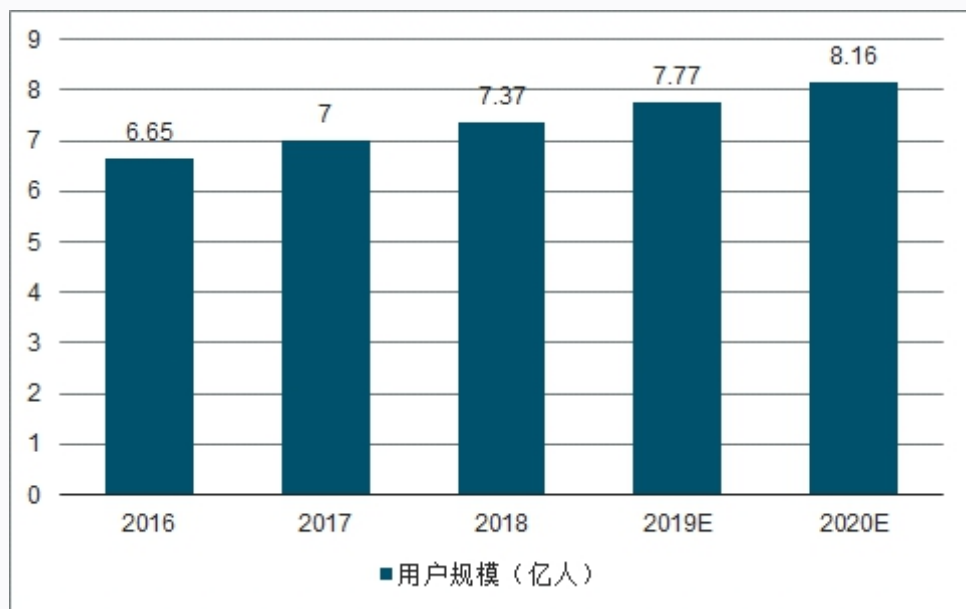
B U S I N E S S P L A N



我们是



- 「天天社区」率先打造互联网社交与情趣用品的商业闭环，颠覆传统社交产品天花板，增加用户黏性活跃度。
- 利用终端互联网络，打造以物交友平台，精准匹配同好伙伴，创新线上交友方式，解决社交产品被微信导流或玩法固定难以转型问题。
- 深耕情趣用品使用场景大数据，以数据驱动市场变革，提供更为精准的情趣产品精细化推荐服务。

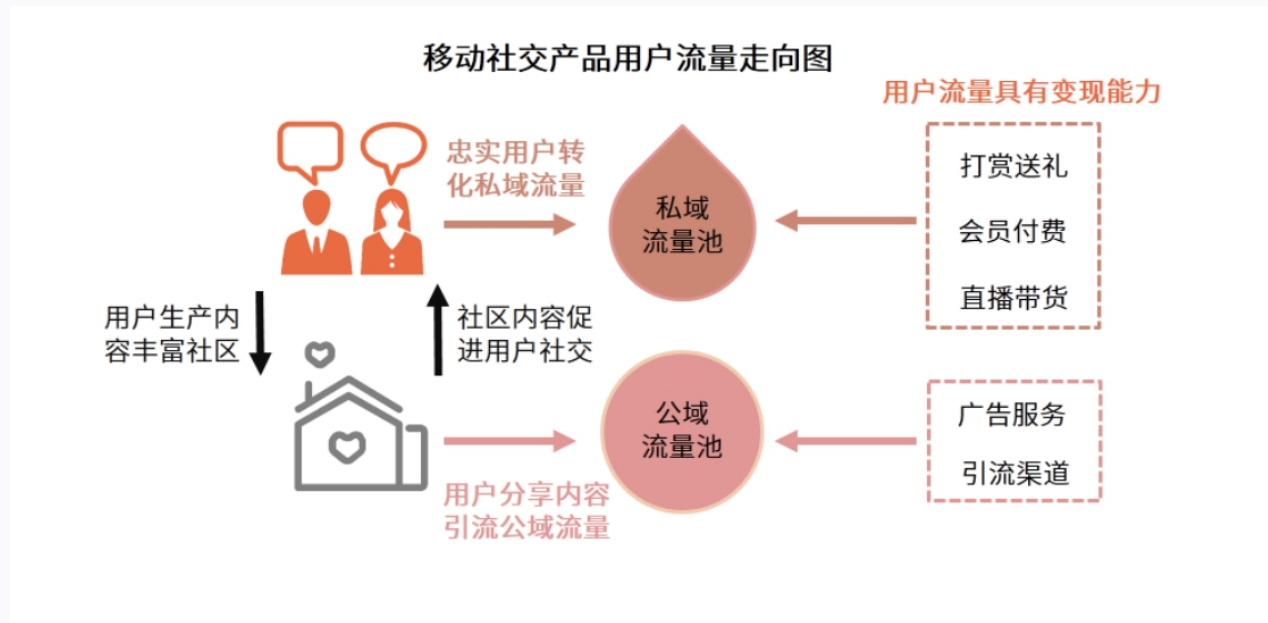


2020年中国移动社交用户规模突破9亿人，较2019年增长7.1%。随着图片社交、声音社交、视频社交等产品形态的创新以及革新，移动社交市场将保持稳健发展态势，用户渗透率稳步增长。

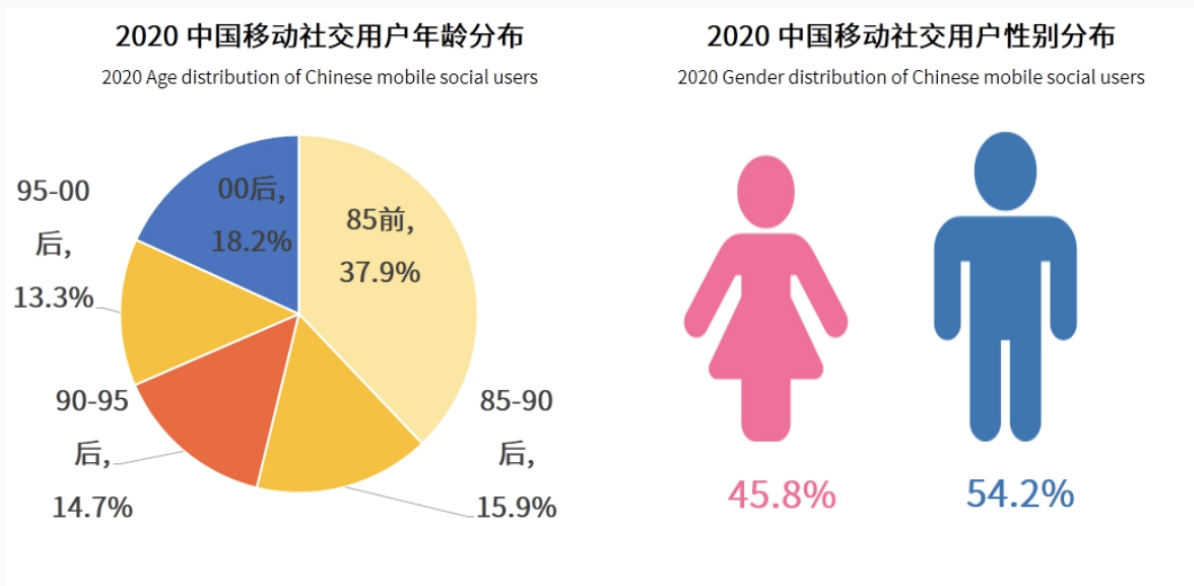
同时2020年又是社交电商的元年，受抖音、快手等头部产品的影响，各类移动社交产品纷纷上线视频功能并计划接入电商组件，可以预想未来移动社交的盈利模式将更为丰富，活跃用户量及付费用户量将成为各个移动社交产品的关注指标。



地利



以兴趣和情感为核心，形成了以趣缘圈子为单位的新型社交方式。是巨大的陌生人市场以及其消费能力，而社交就是获取用户的入口。



移动社交用户男性占比达54.2%。在年龄分布上，95后、00后占比持续提升，移动社交用户年龄结构趋于年轻。

95后、00后实力崛起，用户群体年轻化趋势明显。同时，随着大众移动社交意识进一步提升，女性用户占比以及活跃度逐渐提升，在移动社交生活中的主动性也渐趋提升

◎ 机会来了

1. 新兴技术是未来行业变革契机

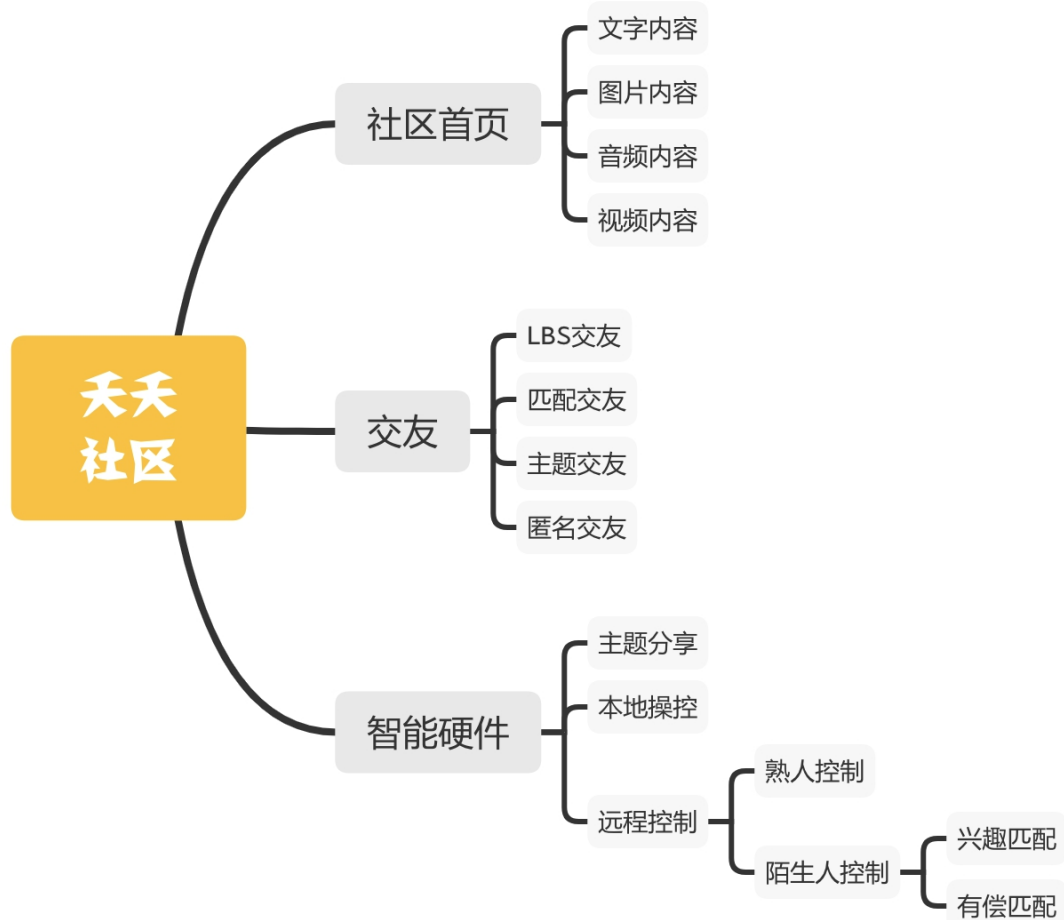
5G 、人工智能等技术的发展，塑造了目前移动社交产品的功能模式，无论是匹配机制，还是视频直播的连线机制，都源于技术的革新，但5G的性能在社交领域上远远没有充分利用。虚拟化VRAR、让用户身临其境、切身感受才是打破原来二维社交，跨入全新的三维社交领域。

2. 细分垂直赛道服务更多群体，注重对用户群体需求的深入挖掘

当下细分垂直赛道的移动社交产品则主要服务于不同人群的人际交往需求。其中，内容生态的建立，聊天方式的优化是社交产品留住用户的关键。而社交产品突破重围的关键，在于对目标用户群体需求的细化，以及产品功能的差异化创新。



产品介绍



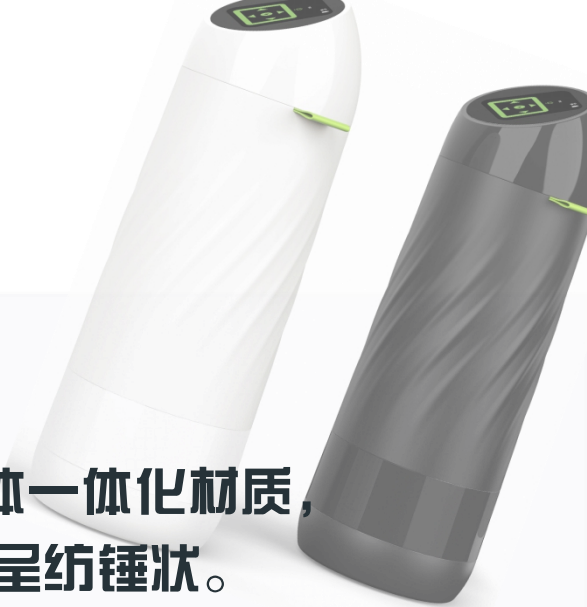
◎ 终端介绍



高度约280mm；直径约86mm；整体一体化材质，手部包裹TPE软硅胶防滑处理，整体呈纺锤状。顶部采用斜切液晶屏与触摸式按键区域，液晶屏为0.96寸OLED黑底蓝光液晶屏，可显示电量、力度、主题名称、运行状态；触摸式感应按键为上下左右四个按键，可分别控制力度强弱、切换主题。底部硅胶口采用卡扣式密封盖，可将内部硅胶进行防尘隔离。

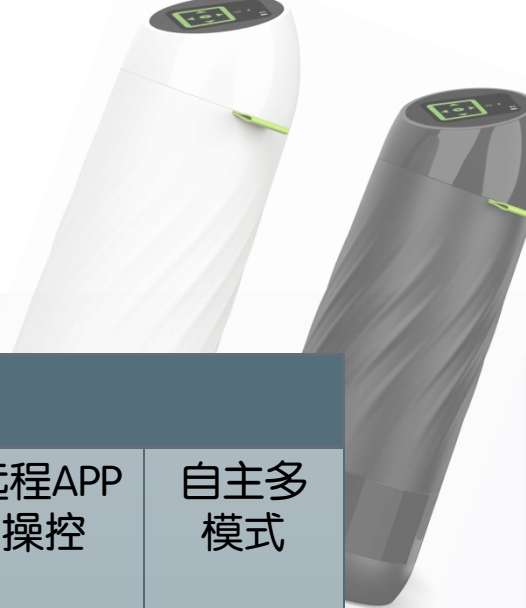
充电口采用的是最新的TPYE-C接口充电，完整充电约为1个小时，可持续运行2个小时。

杯身颜色可更换，根据不同主题采用不同的杯身主题颜色。





竞品分析



产品名称	软件APP						硬件			
	社区	交友	直播	电商	智能硬件互联	聊天室	外观体验	本地APP操控	远程APP操控	自主多模式
天天(我们)	有	有	暂无	暂无	有	暂无	小巧前卫	有	有	有
陌陌	有	有	有	无	无	有	无			
积木	有	有	有	无	无	无	无			
雷霆	无	无	无	无	无	无	大型塑料感强	无	无	无
他趣	有	有	有	有	无	有	外观时尚	有	无	无



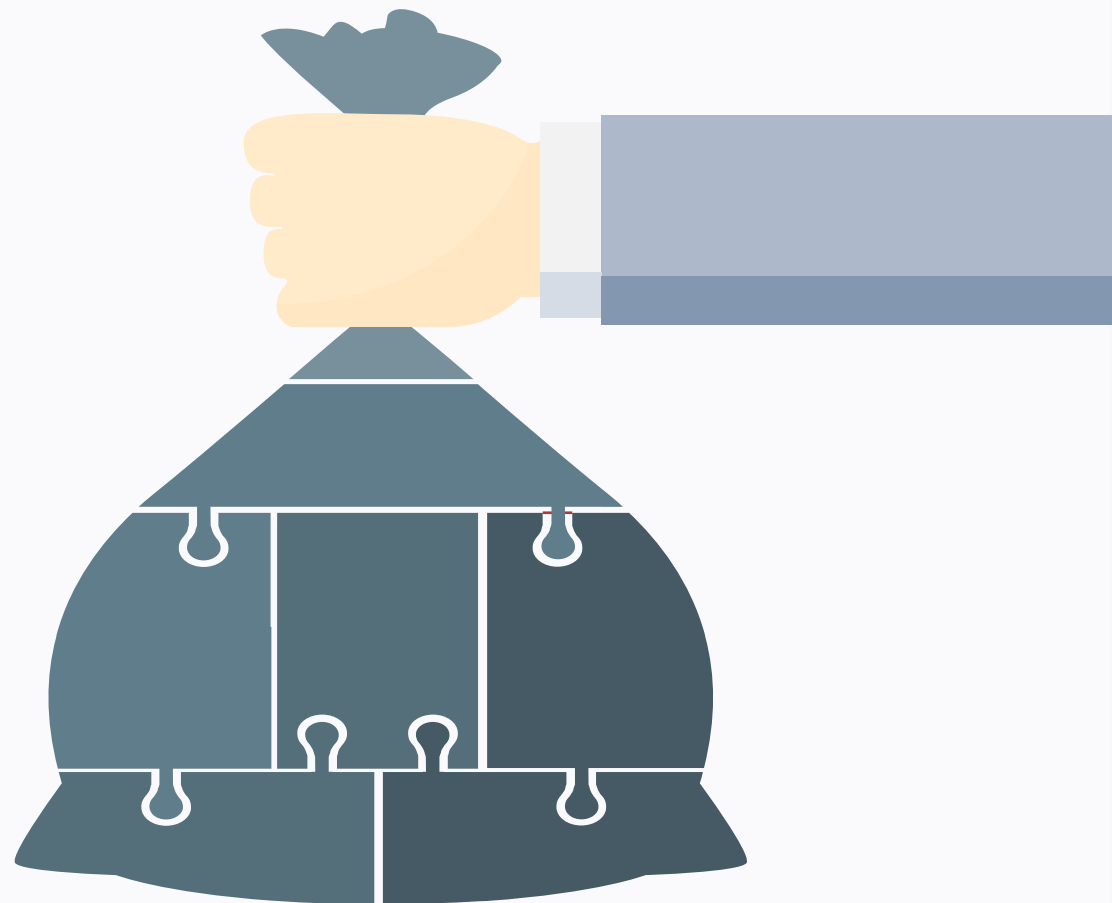
◎ 商业模式

1. 软件

- 付费业务，精选优质两性文章、小说、测评、玩法上线、打赏
- VIP制，VIP特殊的标识以及使用权限
- 增值业务，用户购买周边情趣产品
- 广告及大数据收益

2. 硬件

- 自研硬件产品销售
- 平台接入其他第三方情趣硬件



◎ 增长方式

1. 种子期（用户拓展与运营）

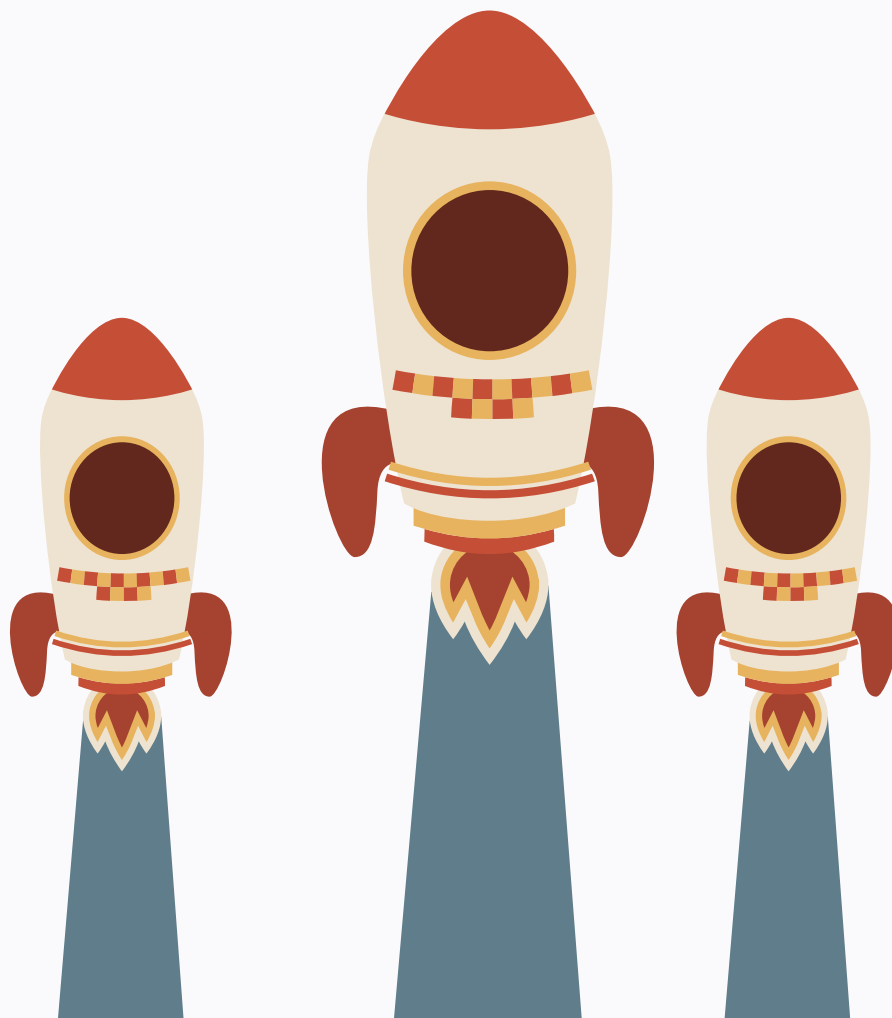
- 真人试用市场上热门情趣产品，给予真实体验测评
- 有奖分享真实的情趣使用或相关故事
- 每周采访真实的人物对于情趣方面的问答
- 软件上多做情趣相关高质量文章与视频

2. 增长期

- 增加智能硬件互动方式，引爆传统社交方式格局
- 不断迭代硬件社交的玩法，增加硬件用户数量，开发更多的非硬件用户参与玩法
- 引导用户自发参与社区内容建设，建立良好的奖惩机制及大众审核机制

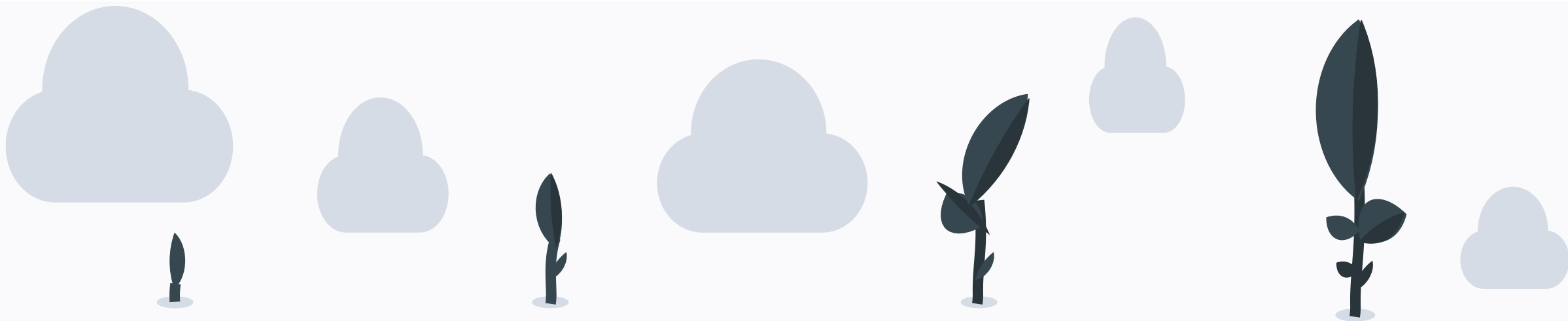
3. 成熟期

- 建立大数据平台，根据千人千面推荐不同的内容
- 开放硬件接入平台，引入更多第三方硬件厂商合作
- 增加不同维度的情趣产品丰富互动内容
- 建立完善的垂直领域情趣用品商城，销售更多入驻品牌周边产品





发展规划



12个月（A轮）

完成公司男女品类产品上线布局，通过APP与硬件结合方式进行大力推广种子用户

12-24个月（B轮）

将C端用户作为基础，增加多个线上线下销售渠道；APP进行多种运营方式，增加用户黏性，稳定现金收入

24-48个月（C轮）

增加B端产品，丰富产品多样性；建立情趣互动平台规范，将自有品牌向合作品牌转变；基于用户规模，建设情趣大数据平台，完善合理的用户画像和标签机制

48-72个月（IPO）

依托于多条产品线稳定的业务和良好的财务情况，拟定在国内科创板上市准备

◎ 我们的小伙伴

1. 供应链

- 深圳、东莞各一家，均为业界情趣用品制作商，有着多年的国内海外出货经验，拥有国内外的产品合格认证

2. 渠道

- 淘宝、天猫、京东、小米、亚马逊、Shopee多家合作店铺
- QQ、微信多个几百人狼友群
- 69空间、爱要久久线下连锁情趣用品店

3. 合作方

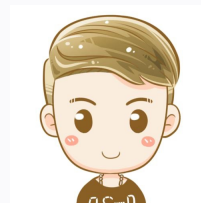
- 翻咔、快手、木瓜移动、5miles



◎ 经验丰富的创始团队



冯锴，北航研究生，CEO，10年以上商务经验，原数码视讯售前总监、酷云互动项目总监，负责公司整体运作，主要主持财务、商务、市场方向工作

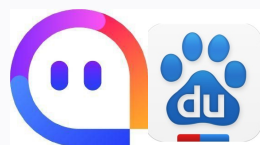


曹佳，辽大本科，COO，10年以上产品经验，原乐视、酷云互动、融云产品总监，负责公司整体运作，主要主持产品、运营方向工作



硬件设计团队介绍

品物设计（PER Design）是一家国内知名的设计与顾问机构，业务涵盖工业设计、品牌设计、营销策划三大领域，是国内策略型设计的领导者。



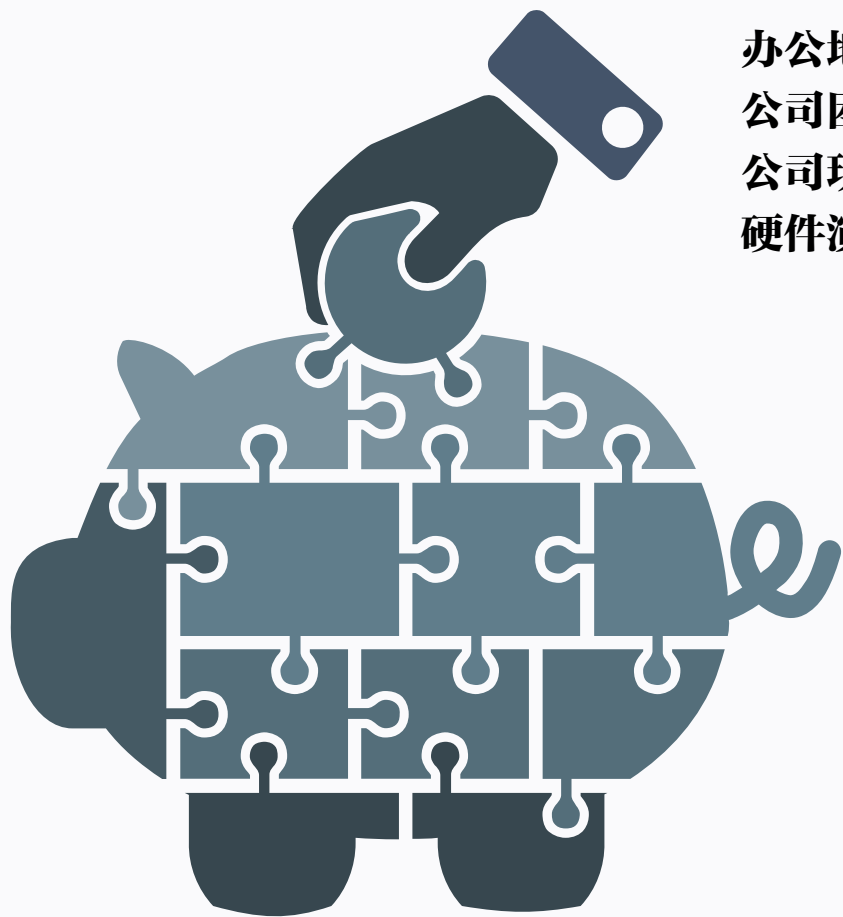
阿里巴巴
Alibaba.com

软件设计团队介绍

软件团队均为国内一线大厂，如陌陌、阿里、百度等高级开发专家组成



本轮融资



办公地点：预选择北京中关村智能园区

公司团队：组建约为10人左右团队

公司现有资本：50万人民币，已完成男用硬件demo开发、Android版本APP开发、硬件演示机

本轮融资目标： 500万人民币 出让15%股份



10%
流动



15%
硬件



25%
推广



10%
日常



40%
人力

◎ 退出机制

- ◆ 股份回购，如公司盈利，有充足的现金流可优先向投资人按照公司当前市值回购股份
- ◆ 股份转让，可将股份转让给其他第三方机构，股东拥有优先购买权
- ◆ IPO退出，投资方可在公司完成上市后，进行股权套现退出



北京九濫智能科技有限公司



Thanks For Watching