

约酒交友APP

项目简介



四川九时区科技有限公司

目录

01

知识产权



02

概述简介



03

项目背景



04

市场/预测



05

产品现状



06

安全风险



07

融资计划



08

投资回报



PART



01



商标证书



知识产权



软著



商标

本文档由四川九时区科技有限公司出品，根据大量经验和市场调查数据撰写，未经本公司书面许可或授权，禁止任何个人和机构使用其商业模式以及原型图设计版式。

可以保存、复制、传播，但不得修改和增删内容。不得进行反编译和转换格式。

若违反或未能及时履行本申明，而给本公司造成损失的，应就其损失向本公司承担赔偿责任。赔偿责任范围包括本公司的直接损失、间接损失以及因主张权利而发生的费用。

四川万企盛世科技有限责任公司
是九时区公司筹备公司
正在办理软著过户

PART



02



概述简介



项目简介

安全约酒，透明消费！

9时区是一款约酒交友APP，用户在APP上可创建酒局，参与酒局。基于线下见面喝酒为目的的新一代陌生人交友APP。为酒吧客人解决约人喝酒难题。喝酒的人是孤独的，喝酒需要酒友。酒吧是社交，但是酒吧难社交。目前酒吧社交还停留在熟人社交阶段。我们的APP能为酒吧从根源上解决交友问题，为酒吧带来大量订单。用户喝酒是为交友而来，并非为了酒。引领潮流，打造干净、纯粹、透明的社交空间。健康饮酒，健康交友！圈层交友，精准匹配。在大量市场调研和小程序试运营的基础上，验证了其可行性；酒吧圈的高频低额消费有巨大的市场规模。团队由一群大师级合伙人组成，他们是顶尖人才、头部精英，拥有丰富的经验和匠心打造的能力；我们对代理、营销、酒吧、领队、气氛组和推广员、部分供应链等持开放合作态度，与各个渠道共同发展。目标用户：酒吧玩家，大部分18—28岁，以及少量的28—38岁高消费圈层。让用户迅速约到酒局，解决信任危机，避免骗局，降低组局时间成本。

亮点：

可行性：大量市场调研与试运营，可行性已验证。

挣得多：酒吧行业高频高额消费，市场规模大，模式能复制，公司能上市。

资源丰富：目前已拥有：浙江、上海、成都、西安、重庆、绵阳、南充等地区的酒吧及营销资源。

直击痛点，深入灵魂

想喝酒，喝的大醉一场，喝的忘记这一天的疲惫。#
新人报道 #喝酒的有没有



灰常温柔的女人

1天以前

关注

是真的孤独 孤独到需要组局喝酒...
这一瞬间是希望有男朋友的
我们老老实实的去单约 看电影 打游戏 打台球 游泳
爬山 看书巴拉巴拉
喝酒越喝越空 直接哭出声😭😭😭



瞬间



风起于青萍之末

18小时以前

关注

为什么不能开发个约酒app??!!
搞个身份认证
让大家安全无顾忌的和陌生人喝酒聊人生
只潇洒地留下一句：“喝酒吗？我请。”
他妈的好想说这句话



冰魂雪魄的丹鼎货

我也这么想的，今天去了个陌生的城市，晚上想喝酒都找不到人



作者：对头 换环境真的难顶

冰魂雪魄的丹鼎货 回复 作者：已经一个人化身a卡怪去蹦迪了🕺

16小时以前 · 回复



集思广益的海尔兄弟

跟陌生人喝酒感觉很好吗，其实我也想



作者：主要是可以把自己想隐藏的那面大大方方的展现——比如 其实我是个丧逼社恐

17小时以前 · 回复



吴世璠

这个项目我王多鱼投了!!!



3小时以前 · 回复

孤独就像糖尿病，越发严重！
组局喝酒是胰岛素！药不能停！

酒吧说社交，根本不懂社交



**社区酒馆
年轻社交空间**

Helen's海伦司，年轻人的线下社交平台

拥有全国门店 **700+**

熟人社交是假社交！
喝个酒还要自己带朋友！
还有王法吗？

线上社交，只是口嗨



Soul没有灵魂
陌陌没有少妇
探探也探不到
主播不是宝贝
积目只有充值

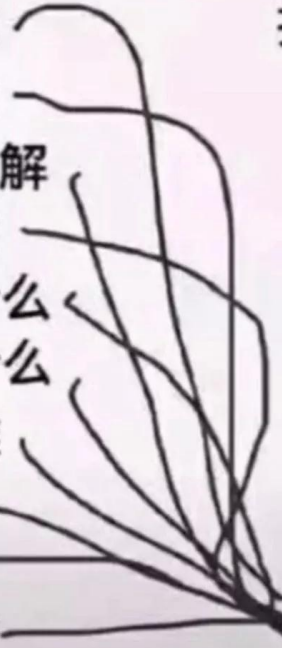


夜深人静，孤独袭来！

孤独如何产生？

人生何必太复杂

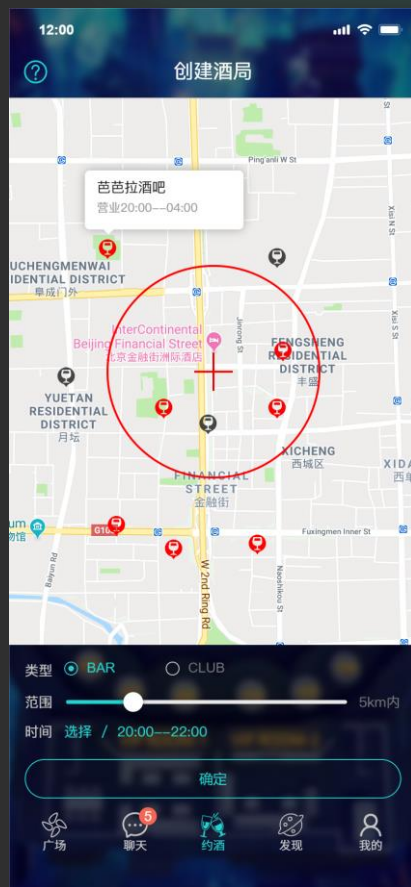
想念谁	打电话
想见谁	约
想被理解	解释
有疑惑	问
讨厌什么	说
喜欢什么	买
喜欢谁	表白
饿了	吃顿火锅
没钱	挣
失恋了	去喝酒



我不行了……
快扶我去喝酒

美女想有人陪喝酒，你也想，但是你们找不到对方！
美女在酒吧想被搭讪，你也想搭讪，但是你不敢！

孤独如何破解？



匹配或创建酒局



选择到店时间



组局成功

地点，时间，人物——故事开始！

到酒吧嗨皮!



一个人变成一群人! 夜太美!

替人消灾 顺便赚钱



孤独是十级疼痛！
组局喝酒是强痛定！
一针下去，迅速止痛！
酒水有价，酒友无价！

用户花了酒钱，买了开心！
酒吧赚钱，代理赚钱，股东赚钱！

为什么要代理？

没有好项目了！

餐饮难，美团挣钱，店家累死累活！

开车难，滴滴挣钱，司机累死累活！

视频难，抖音挣钱，视频公司累死累活！

直播难，抖音挣钱，直播公司累死累活！

酒店难，华住挣钱，酒店老板累死累活！

地产难，银行挣钱，地产老板累死累活！

酒吧难，女人挣钱，酒吧老板累死累活！

代驾难，代驾APP挣钱，师傅累死累活！

无路可走！逼上梁山！

为什么跟我们混能挣钱？

我们是良心企业！！

资本压榨！天地不仁以万物为刍狗！

抖音本地生活，直播，短视频。支付宝本地生活.....

美团代理，菜鸟驿站，餐饮加盟，酒吧连锁.....

都是卖地图，都是压榨代理商，没有人管你死活！

我们是草根出身，理解民间疾苦！
不压榨，不剥削！只为拯救！

为什么跟我们混能挣钱？

四两拨千斤！！

不用广告！不用员工！不烧钱！

超级分润体系，用户自动裂变！

超级精准用户群，推广简单，快速拉新！

有实力，有策略，不用地推，酒吧商家主动来签约！

超级代理体系，推广分销体系，合作伙伴给你交钱，帮你干活！

好项目，一劳永逸！

独家，无竞争！不费力！

一切砸钱的生意都是老牛拉车，
活活累死！

概述简介

目前社交新零售领域最先进的商业模式是S to B to C，可以借助社交网络，实现低成本的引流，形成爆发式的增长。



从用户角度看

1. 解决安全泡吧
2. 解决约会刚需
3. 解决用户孤独
4. 解决精神需求
5. 解决透明消费



从行业圈内看

1. 整合了酒销职业
2. 扩大酒销利益面
3. 整合气氛组
4. 解决无效陪酒
5. 解决酒吧养酒销



从商业角度看

1. 这是刚需
2. 这是人性
3. 发展空间大
4. 是高暴利行业
5. 成为部分供应链接入市场入口



从政府角度看

1. 提高内需
2. 促进消费
3. 规范夜经济
4. 成为公安网监部实时定位及追溯源头协助办案的工具

品牌目标：用户只要想约酒组局就瞬间想到【九时区】

PART



03



项目背景



项目背景

1

用户调研

用户需求调研
用户问卷调研

2

竞品调研

市面上主流社交平台
竞品调研。

3

市场测试

群组组局测试
小程序组局测试

4

产品页面

产品主要功能展示

5

团队资源

团队成员
已有资源

用户调研1

1

用户需求

用户的心声和需求，
就是驱动我们的动力

代号	性别	职业	年龄	月消费	地区	组局原因
Ww	男	老板	28	5w	绵阳	认识新朋友
Xz	男	老板	31	5w	绵阳	认识新朋友
Lq	男	夜店老板	45	5w	绵阳	认识新朋友
林	男	工程师	22左右	3000	绵阳	认识新朋友
黑桃	男		22左右	2000	绵阳	认识新朋友
Come	男		22左右	2000	绵阳	认识新朋友
Wgx	男		22左右	2000	绵阳	认识新朋友
W	男	学生	18	4000	绵阳	认识新朋友
Zc	男	老板	32	3w	绵阳	认识新朋友
Forget	男	餐饮	22左右	1500	绵阳	认识新朋友
W	男	药业	22左右	1500	绵阳	认识新朋友
Zj	男	夜店	25左右	1500	绵阳	招聘
Yz	男	夜店	20左右	1500	绵阳	招聘
Hxb	女	无业游民	20左右	1000	绵阳	认识有钱男的
Shiyi	女	无业游民 离异	30左右	1000	绵阳	认识有钱男的
Xx	女	夜店	22左右	1000	绵阳	下班无聊
Li	女	夜店	22左右	1000	绵阳	下班无聊
Rt	女	夜店	22左右	1000	绵阳	下班无聊
Ss	女	足浴	35左右	200	绵阳	喜欢热闹
Xiaobai	女	人力资源	22左右	500	绵阳	拓展人脉 认识帅哥
Zn	女	无业游民 未婚	28左右	500	绵阳	认识帅哥 找男朋友
Nskd	男	销售	22左右	1500	成都	认识新朋友
Mcc	男	培训	28左右	2000	成都	认识新朋友
Xx	男	房地产	25左右	1500	成都	认识新朋友
Yy	男	学生	20左右	1000	成都	认识新朋友
Nw	女	家庭主妇 感情不和	25左右	200	成都	心情不好
Ft	女	夜店营销	20左右	500	成都	客户互动
Ss	女	无业游民	23左右	500	成都	贪玩



用户调研2

1

用户问卷

信息来源:

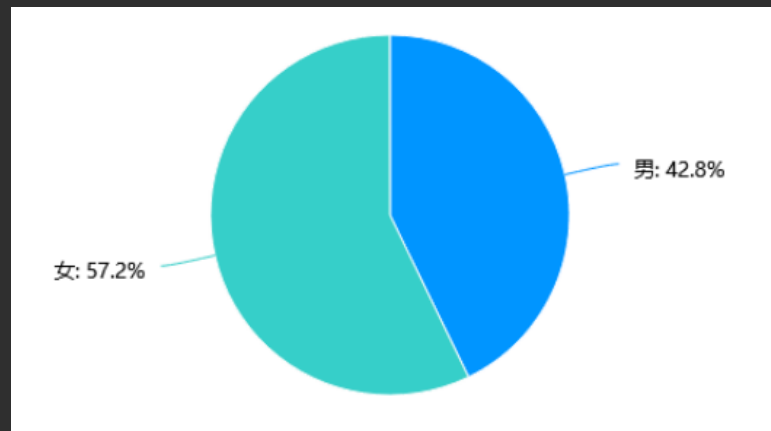
<https://www.wjx.cn/report/7820711.aspx>

问卷星调查去酒吧的大学生用户群体:

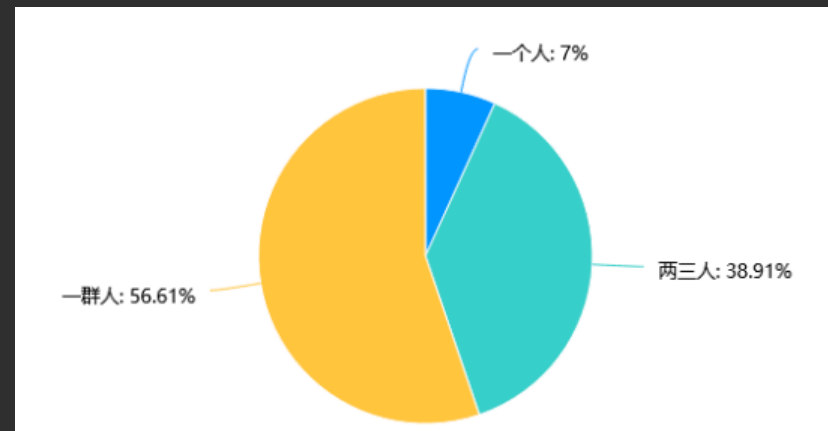
分别从

- 1、性别占比
- 2、几个人去
- 3、为什么去
- 4、消费金额

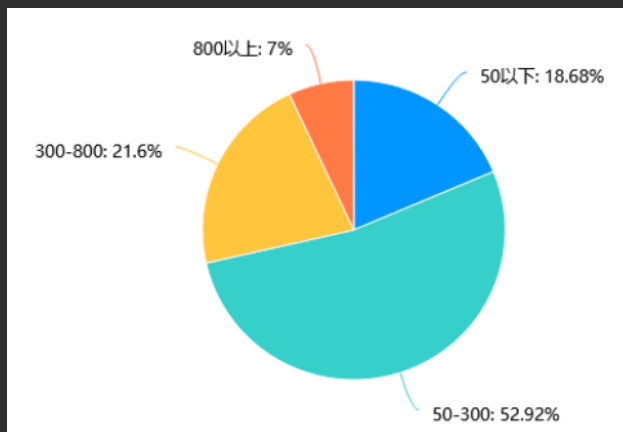
四个方面显示数据



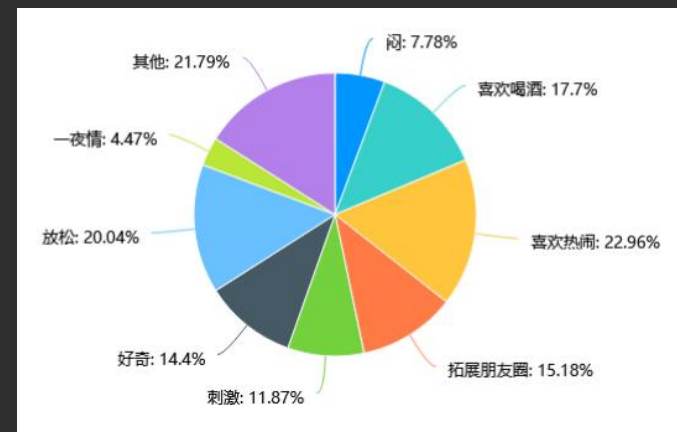
男女占比: 显示女性偏多, 说明肉多狼少。



去的人数: 显示多人去占比偏高, 说明都是约局组局。



消费占比: 显示两三百消费多, 符合大学生消费习惯



去的理由: 不管什么理由, 本质就是约。

竞品调研1

2

竞品调研

核心竞争力：

- 1.安全组局，放心约会
- 2.上午约局，下午就见
- 3.智能匹配，透明付费
- 4.自建酒局，掌控全局
- 5.邀请好友，爽约保障

竞品分析

竞品分析									
序号	产品名称	产品slogan/企业愿景	业务方向	产品功能	上线时间	推广渠道	活跃率（2021年8月）	ios评论量	
1	Soul	年轻人的社交元宇宙	基于兴趣图谱建立关系，并以游戏化玩法进行产品设计的Z世代的社交平台。为用户提供了一个沉浸式、低延迟性的社交场域，群聊派对、Giftmoji等创新的玩法更增进了这个“社交元宇宙”的多元化体验。	1、瞬间广场——用户可以通过瞬间功能发表文字、图片、视频和语音；Soul通过算法为用户推荐可能感兴趣的瞬间，用户可以对其他人发布感兴趣的内容进行评论和点赞。 2、灵魂互动——系统为用户一键连接可能聊得来的人，在线实时聊天。 3、语音互动——系统为用户匹配可能感兴趣的人，在线语音聊天。 4、群聊派对——主题式多人语音群聊功能。用户可根据主题创建派对，或选择感兴趣的派对进行交流。 5、脸基尼视频互动——系统为用户连接想要视频聊天的人，在线视频聊天 [43] 6、Soul狼人——系统为用户提供的多人互动策略游戏 7、校园吧——校园认证用户专属的交流空间	2016年底上线		百度贴吧： 12w关注，累计发帖73w	1.77%	ios端82w
2	陌陌	连接人，连接生活	基于地理位置的开放式移动视频社交应用，是中国的开放式社交平台。 在MOMO，可以通过视频、文字、语音、图片来展示自己，基于地理位置发现附近的人，建立真实、有效、健康的社交关系。 2021年8月2日，陌陌科技宣布，公司的法定名称从“Momo Inc.”更改为“Hello Group Inc.”。	直播、音乐、认识新朋友（聊天室、派对、心动狼人、点点、附近群组）、一起玩游戏（互动小游戏）	2011年8月		百度贴吧： 56w关注，累计发帖131w	6.64%	ios端223w
3	探探	探探，带你找到生命中的那个人	大数据智能推荐用户——探探不仅基于LBS，还会根据用户之间共同兴趣爱好、共同好友、曾经共同经过的地点等十几项信息，计算并推送与之匹配的人。	“左滑右滑、互相喜欢才能聊天”的核心产品机制，给年轻人带来有趣、浪漫的独特体验。此外其安全、防骚扰的特点使其成为一款非常受女性受众欢迎的社交应用，聊天室、直播间	2014年6月		百度贴吧： 27w关注，累计发帖375w	1.01%	ios端41w
4	Falo	与美好不期而遇	一款约会交友APP（安卓版 [1] 和iOS版 ），可通过数据分析产生用户的匹配值，你可以在falo寻找爱情和友情。	【智能推荐】：根据用户数据智能推荐优质用户，点击“喜欢”即可发起在线实时聊天。 【个人标签】：标签精心标记，趣味相间不尬聊，方便用户找到更为契合的ta。 【万有引力】：智能高效算法，为用户推荐与之最为匹配的人。 【声入人心】：匿名在线语音聊天，保护用户的安全感，为用户推荐最吸引ta的声音。 【热门社区】：海量热门话题，实时与有趣的人互动无距离。	2021年3月9日		百度贴吧： 112关注，累计发帖830		ios端2.5w
5	一周CP	谈一场7天分手的恋爱	基于资料算法全新的社交模式，根据用户填写的资料、性别倾向、同城倾向、年龄倾向等信息计算并匹配一位相似的朋友，通过共同完成一周不同主题的打卡任务，有效破冰，快速了解。 一周CP是属于年轻人走心的社交方式，追求真正的爱情、友情和自由，反对约炮、拒绝相亲	一周CP基于用户资料算法的社交模式，通过一周不同主题的打卡任务，使CP能够快速了解对方。 【高效社交】聊天前先看资料，了解CP性格喜好，做到聊天前心中有数。 【精确匹配算法】基于资料算法匹配CP，配对后成功率。 【优质交友】种子用户由高校大学生、海外留学生、90后白领组成，辐射整体年轻用户群。 【广泛用途】不仅可以用于寻找恋爱对象，还可用于工作、生活中，寻找兴趣爱好相投的朋友。	2019/6/20		百度贴吧： 7004关注，累计发帖15w		ios端3w
6	积目	超高颜值交友神器	国内垂直于90-00后青年文化人群的文娱社交平台，积极倡导社交破冰，摆脱普通交友模式，涉猎青年文化人群关注领域，用户参与文化传播、潜在消费意识、文化活动，分享展示自我、阅读等需求，打造青年文化人群在生活方式上的All In。积目基于“目的”的社交方式，通过分析用户画像、LBS、目的语言等信息，科学决策出符合调性的同类用户进行匹配。	照片弹幕：年轻就不怕吐槽。照片也能玩弹幕。发现一个有趣的用户，就说出你对他的第一印象。还可以互相评论、赞美或吐槽。不拘束一对一的交友过程，每天都有弹幕新事件发生，每天打开手机查看收到的新弹幕吐槽。 发现：在发现界面，用户可以向左向右的滑动选择不喜欢或喜欢，是积目产品差异化的特色。 匿名社交：用户可以进入灵魂共鸣界面，开启匿名社交模式。 视频卡牌：用户可以通过拍摄上传短视频，并且以此来作为交友名片,展示自己的优点，快速匹配有趣的人。	2016年10月，积目IOS正式版上线	百度贴吧： 7459关注，累计发帖5w		ios端32w	
7	他趣	交友方便，说见就见	综合性的在线交友和泛娱乐平台，平台为年轻用户提供直播、交友、社区、聊天室等一站式娱乐服务，为用户提供聊天、交友、直播、论坛分享等多种在线互动功能。	【高效聊天】聊天回复率超高，平均等待时间不到3秒，让你感受前所未有的热情。 【搭讪玩法】全新搭讪礼物玩法，惊喜开场聊不停。 【颜值速配】高颜值聚集地，左滑无感右滑心动，互相喜欢即可开始聊天约会。 【真实社交】头像照片通过严格认证，专属标识帮你筛选心仪对象。 【发现附近】附近的人即刻搜索，距离超过极易偶遇。 【素人直播】角色扮演：可爱的猫女郎、野性的豹纹装，见识不一样的ta。	2012年7月，性价比APP（他趣原名）上线。			ios端65w	
8	赫兹	年轻人都在玩的恋爱社交APP	通过赫兹app，听声音交朋友，赫兹软件无需在冗长的陌生人列表里等人回应，告别3分钟匹配的焦虑，让你随时有人聊，随时有话说。	【语音匹配】连麦交友，匿名匹配。高冷？优雅？更可能是戏精！快乐崽崽！甜甜的恋爱就是这么简单 【主题房间】语c、pia戏、处对象，每天都有新主题，告别孤独，嗨翻全场！ 【声音卡片】我在找的人是你嘛~满满的声控福利都在这里，轻轻滑动，找到专属属于你的心动信号 【动态广场】dk吃鸡，在线斗图，不仅可以分享生活点滴，更是逗趣网友大型见面现场	预估2019		百度贴吧： 1w关注，累计发帖8015		ios端6.8w
9	PP的玩	在线语音交友，玩转声音魅力	一款专注于语音交友的社交平台，提供声音速配，多人连麦以及线上陪聊等服务。	虚拟男友、甜蜜互动、对你撒娇、唱歌、恋爱导向、晚安陪伴、助眠故事、叫醒、谈心解忧、星推荐	预估2019				ios端4060
10	Uki	有趣的人在等你	一款年轻人社交APP，专注于认真走心，为你寻找“对的人”的社交app	假象情侣：选择文字或语音沟通方式后，限时3分钟交流，如果合适可切换至无限沟通模式 派对：群聊模式，用户进入感兴趣的群之后，可选择连麦或文字交流 动态：用户可以用UGC发布图文动态，展现自己 声控：通过声音匹配另一半，根据对音色及所说内容的判断，用户可选择跟喜欢的声音交朋友 视频相亲：真人三方视频相亲，红娘视频介绍对象，真实相亲交友恋爱，真人视频杜绝照骗。			百度贴吧： 5117关注，累计发帖1w	0.36%	ios端2.4w
11	伊对	更真实遇见ta	伊对是一款集相亲，交友，恋爱，社交，聊天于一身的APP，通过实时视频互动解决陌生人社交破冰的真实相亲社交产品	专属相亲：不敢在陌生人面前上台说话，红娘专属房间，只有红娘和男女嘉宾三个人。 多人交友：多人语音视频聊天交友，生日会，游戏趴，可参与可围观，群聊互动，避免尬聊。			百度贴吧： 8657关注，累计发帖18w		

市场测试1

3

小程序以及群组 局市场测试（例）

右图：

市场测试群组局
小程序组局测试

证明市场为通畅

微信支付

商户平台

消息中心

服务商搜索

帮助中心

我的账号

1275430601

切换账号

退出登录

交易管理

交易订单

退款管理

结算管理

已结算查询

账单管理

交易账单

资金账单

资金管理

充值/转入

提现/转出

转入/转出记录

资金流水

高级业务

企业付款查询

企业付款到零钱

交易订单

批量订单查询

按订单号查询

订单类型

本商户的订单

交易时间

2022-02-11 00:00:00 到 2022-02-12 23:59:59

单次查询日期的最长跨度为31天

查询

显示高级选项

下载订单:

Excel格式

Txt格式

交易时间	商户订单号	微信支付单号	支付场景	交易状态	订单金额(元)	操作
2022-02-12 20:47:48	202202122047450000156048622	4200001323020202121176995062	公众号支付	买家已支付	130.00	查看 退款
2022-02-12 20:47:39	2022021220473300001524548242	420000131720202126158521178	公众号支付	买家已支付	130.00	查看 退款
2022-02-11 23:41:19	2022021123411500001524831119	420000132420202118912746077	公众号支付	买家已支付	200.00	查看 退款
2022-02-11 19:16:14	2022021119160800001524258202	420000130020202117416204236	公众号支付	买家已支付	200.00	查看 退款
2022-02-11 16:40:09	2022021116400500001528566342	420000131620202113677485994	公众号支付	买家已支付	200.00	查看 退款

交易时间	商户订单号	微信支付单号	支付场景	交易状态	订单金额(元)
2022-02-12 20:47:48	202202122047450000156048622	4200001323020202121176995062	公众号支付	买家已支付	130.00
2022-02-12 20:47:39	2022021220473300001524548242	420000131720202126158521178	公众号支付	买家已支付	130.00
2022-02-11 23:41:19	2022021123411500001524831119	420000132420202118912746077	公众号支付	买家已支付	200.00
2022-02-11 19:16:14	2022021119160800001524258202	420000130020202117416204236	公众号支付	买家已支付	200.00
2022-02-11 16:40:09	2022021116400500001528566342	420000131620202113677485994	公众号支付	买家已支付	200.00



市场测试2



独立小程序测试

右图:

独立小程序测试

证明市场为通畅

 组队定金200 (3265)
门店: 绵阳组队集团 (224), 地址: 四川省绵阳市涪城区G108长虹大道中段110号崇尚国际, 电话: 18981181942
订单编号:2202044005A95A20027 微信商户订单号:2022021116400500001528566342 微信订单编号:4200001316202202
下单时间:2022-02-11 16:40:05 到店使用 买家: 伍贵祥 (20027), 电话: 13 5201 复制 修改
订单金额: 200.00 收入金额: 200.00, 已经发放: 0; 服务费用: 0.00, 平台分销: 10.00, 已经发放: 0.00; 下单数量: 1, 支付: 微信支付
拼团订单 下单获得 核销码:11129937

 组队定金200 (3265)
门店: 绵阳组队集团 (224), 地址: 四川省绵阳市涪城区G108长虹大道中段110号崇尚国际, 电话: 18981181942
订单编号:2202071608A81A20046 微信商户订单号:2022021119160800001524258202 微信订单编号:4200001300202202117416204236
下单时间:2022-02-11 19:16:08 到店使用 买家: 诡计多端的邻 (20046), 电话: 13 832 复制 修改
订单金额: 200.00 收入金额: 200.00, 已经发放: 0; 服务费用: 0.00, 平台分销: 10.00, 已经发放: 0.00; 下单数量: 1, 支付: 微信支付
拼团订单 下单获得 核销码:11145026

 组队定金200 (3265)
门店: 绵阳组队集团 (224), 地址: 四川省绵阳市涪城区G108长虹大道中段110号崇尚国际, 电话: 18981181942
订单编号:2202114115A82A20050 微信商户订单号:2022021123411500001524831119 微信订单编号:4200001324202202118912
下单时间:2022-02-11 23:41:14 到店使用 买家: Come on (20050), 电话: 187 162 复制 修改
订单金额: 200.00 收入金额: 200.00, 已经发放: 0; 服务费用: 0.00, 平台分销: 10.00, 已经发放: 0.00; 下单数量: 1, 支付: 微信支付
拼团订单 下单获得 核销码:11157425

<div>组队定金200 (3265)</div> <div>门店: 绵阳组队集团 (224), 地址: 四川省绵阳市涪城区G108长虹大道中段110号崇尚国际, 电话: 18981181942</div> <div>订单编号: 2202084733423A20050 微信商户订单号: 2022021220473300001524548242 微信订单编号: 420000131712022021</div> <div>下单时间: 2022-02-12 20:47:33 到店使用 买家: Come on (20050), 电话: 187 52 复制 修改</div> <div>订单金额: 200.00 收入金额: 200.00, 已经发放: 0; 服务费用: 0.00, 平台分销: 10.00, 已经发放: 0.00; 下单数: 已经退掉: 1次, 还可使用: 0次, 资金提示</div> <div>拼团订单 下单获得 核销码: 11195654</div>																																																																																		
<div>组队定金200 (3265)</div> <div>门店: 绵阳组队集团 (224), 地址: 四川省绵阳市涪城区G108长虹大道中段110号崇尚国际, 电话: 18981181942</div> <div>订单编号: 2202084745A50A20027 微信商户订单号: 2022021220474500001560488622 微信订单编号: 4200001323202202</div> <div>下单时间: 2022-02-12 20:47:45 到店使用 买家: 伍贵祥 (20027), 电话: 135 5201 复制 修改</div> <div>订单金额: 200.00 收入金额: 200.00, 已经发放: 0; 服务费用: 0.00, 平台分销: 10.00, 已经发放: 0.00; 下单数: 已经退掉: 1次, 还可使用: 0次, 资金提示</div> <div>拼团订单 下单获得 核销码: 11207162</div>																																																																																		
<div>整体数据</div> <div>支付指标 支付笔数/支付金额</div> <div>日期范围 近7天 近30天 自定义</div> <div><div>2022.02.11</div><div>● 支付笔数: 3</div><div>● 支付金额: 600</div><table border="1"><thead><tr><th>日期</th><th>支付笔数</th><th>支付金额</th></tr></thead><tbody><tr><td>2022.02.10</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.11</td><td>3</td><td>600</td></tr><tr><td>2022.02.12</td><td>1</td><td>200</td></tr><tr><td>2022.02.13</td><td>1</td><td>200</td></tr><tr><td>2022.02.14</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.15</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.16</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.17</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.18</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.19</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.20</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.21</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.22</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.23</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.24</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.25</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.26</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.27</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.28</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.02.29</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.03.01</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.03.02</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.03.03</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.03.04</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.03.05</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>2022.03.06</td><td>0</td><td>0</td></tr></tbody></table></div>		日期	支付笔数	支付金额	2022.02.10	0	0	2022.02.11	3	600	2022.02.12	1	200	2022.02.13	1	200	2022.02.14	0	0	2022.02.15	0	0	2022.02.16	0	0	2022.02.17	0	0	2022.02.18	0	0	2022.02.19	0	0	2022.02.20	0	0	2022.02.21	0	0	2022.02.22	0	0	2022.02.23	0	0	2022.02.24	0	0	2022.02.25	0	0	2022.02.26	0	0	2022.02.27	0	0	2022.02.28	0	0	2022.02.29	0	0	2022.03.01	0	0	2022.03.02	0	0	2022.03.03	0	0	2022.03.04	0	0	2022.03.05	0	0	2022.03.06	0	0
日期	支付笔数	支付金额																																																																																
2022.02.10	0	0																																																																																
2022.02.11	3	600																																																																																
2022.02.12	1	200																																																																																
2022.02.13	1	200																																																																																
2022.02.14	0	0																																																																																
2022.02.15	0	0																																																																																
2022.02.16	0	0																																																																																
2022.02.17	0	0																																																																																
2022.02.18	0	0																																																																																
2022.02.19	0	0																																																																																
2022.02.20	0	0																																																																																
2022.02.21	0	0																																																																																
2022.02.22	0	0																																																																																
2022.02.23	0	0																																																																																
2022.02.24	0	0																																																																																
2022.02.25	0	0																																																																																
2022.02.26	0	0																																																																																
2022.02.27	0	0																																																																																
2022.02.28	0	0																																																																																
2022.02.29	0	0																																																																																
2022.03.01	0	0																																																																																
2022.03.02	0	0																																																																																
2022.03.03	0	0																																																																																
2022.03.04	0	0																																																																																
2022.03.05	0	0																																																																																
2022.03.06	0	0																																																																																

产品页面1

4

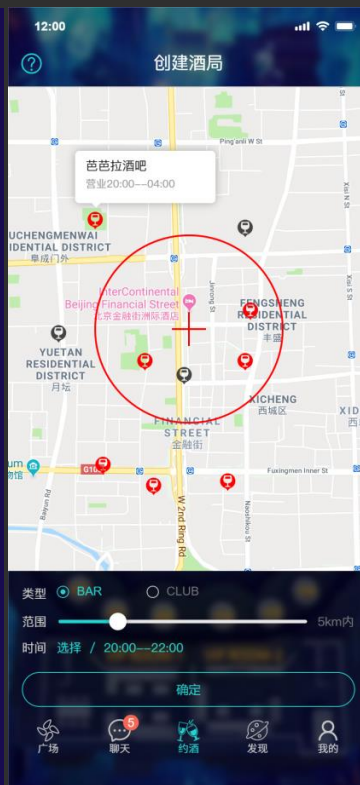
产品主要功能

基于同城酒吧约酒交友的APP:

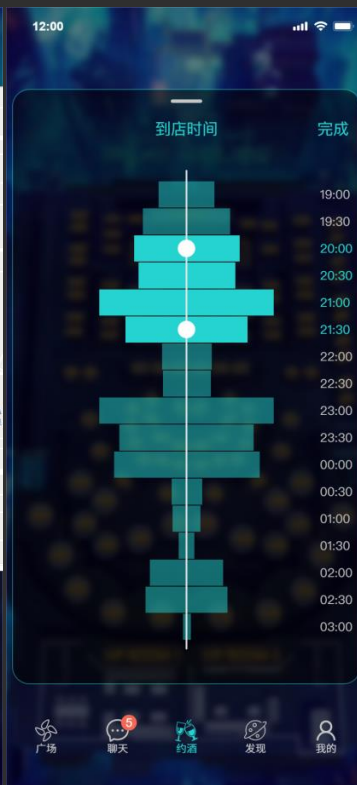
- 1.AI智能匹配约酒;
- 2.严格管控, 打造干净纯粹透明社交空间;
- 3.高效组局, 高效交友;



赛博朋克风格问卷引导



匹配或创建酒局



选择到店时间



组局付款成功



私密聊天

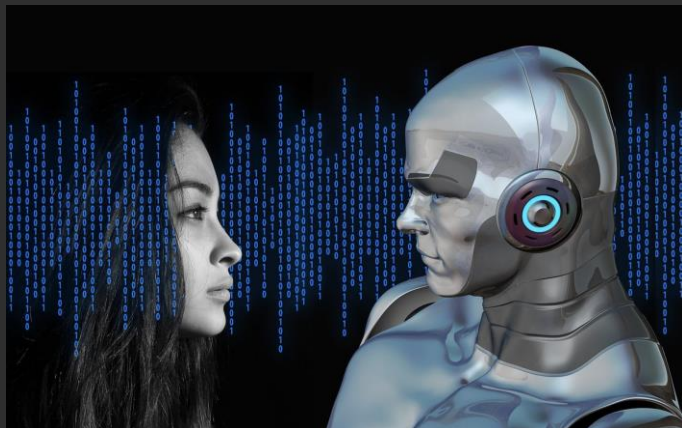
产品页面2

4

产品后期规划

产品迭代方向：

- 1. 基于用户体验
——AI智能
- 2. 基于B端数字转型
——商家工具
- 3. 基于用户创造价值
——web3.0



在使用过程中，平台可以生成一个数字人，帮助你聊天，为你节约时间，筛选出跟你灵魂最相近的TA。你空闲时间可以通过聊天记录直接约会。



基于核销账单的工具之上，为商家优化完善数字化转型，让老板在手机上，实时看到酒吧营业状态，以及爆品销售状态，随时优化供应链。

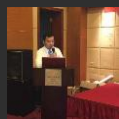
基于用户可创造价值点，我们打造一个用户可以独立创作的空间。并打上唯一标识，使其变成唯一性，可追溯性，接轨互联网趋势。

团队资源

5

团队成员

主要团队介绍：
团队完整、专业、非常匹配约酒交友项目。



刘颖
CSO

操盘过sayhi 音遇 音你 可乐 雪碧等十余款语音直播社交产品 月均交易额5000余万元，稳定发展四年余

原天津现在金融CMO，深圳大咖互联网金融CRO

上海中赢金融集团内控副总裁

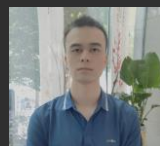
2015年金融电竞跨业合作联合腾讯举办线下女主播大赛，动漫嘉年华

2017年任职某语聊平台首席运营官



李奔腾
CEO+CPO

2006 软件开发公司 创始人
2016 商会帮帮商务社交APP
2018 千芊婚恋情感社交小程序
2019 接口引擎eapie
2019 openshop商城系统
2020 天香国际KTV创始人



彭文财
CTO

十来年互联网技术经验，北京联想，中航等大企经验多年技术团队管理经验专注单身社交行业四五年

操盘运营两个社交平台，月流水过千万。打造过用户过千万，月流水千万级的某短视频社交平台。亿启行科技，铂影传媒等公司创始人。伴鱼社交交友平台创始人。



张伯乐
执行CEO

宗教学博士
浙江积分宝控股有限公司执行总经理
三家大型企业高管管理经验
三家社交平台互联网公司管理顾问
餐饮甩条街、7采品牌创始人
旅行社旅小二app创始人



凌胜华
前端工程师

六年多的前端开发经验，精通vue，uniapp,React Native，flutter 等混合开发，能快速适应新技术并将其应用到实际项目中，互联网行业从业多年，对前端技术有深入的了解，擅长解决开发中的难点和问题。



曾杰
COO

9年资深互联网运营专家
深耕涉猎设计+垂直行业
2021年谋直播平台创始人
6年独立操盘多个社交平台
运营过千万级用户，月流水超1亿社交平台
2016年搭建3家媒体公司



吴锐
后端工程师

资深Java开发工程师，6年开发经验，曾担任过多款app的架构师和后端开发，对后端开发有自己深入的理解，立志在社交领域闯出自己的一片天地。



朱一鸣
联席CEO

打造国内最早进口母婴产品供应链
国内最早从事直播电商的团队，服务众多国内知名品牌，罗蒙，杉杉，三只松鼠，恒源祥等
最早的互联网供应链金融机构，服务众多中小企业
品牌矩阵直播设计沉淀
国内最早平台短视频矩阵联盟创始人
本地生活平台短视频，直播矩阵机构



何国芬
CHO

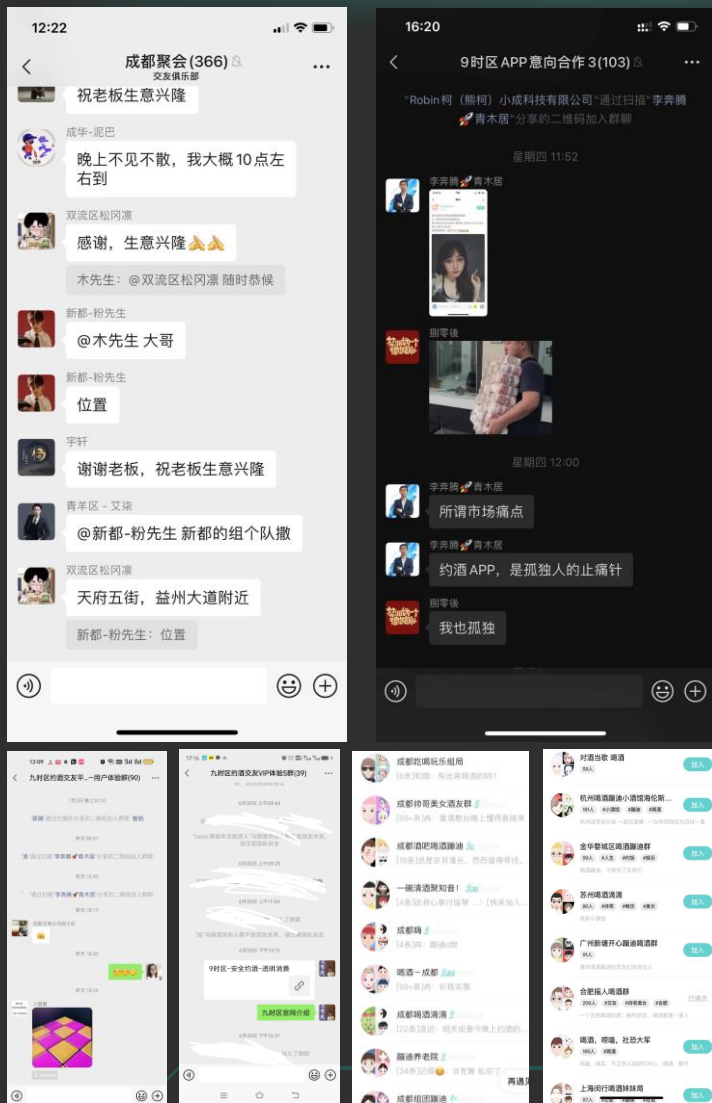
贵州众创酒业联合创始人
负责茅台系列酒开发渠道
资深渠道开发招商经验
资深销售团队管理培训
5年资深行政HR经验

团队资源

5

团队已有资源

- 1.种子用户
- 2.地推团队
- 3.代理意向
- 4.战略合作
- 5.供应链渠道



种子用户:

多个种子用户群。

地推团队:

全国100多个城市合伙人地推团队资源, 可随时进入地推商家入驻。

代理意向:

积累了各地代理意向人资源。

渠道资源:

往写字楼送桶装水渠道, 可覆盖广告。

战略合作:

成都能力一般文化传播有限公司, 是为全国酒吧输送专业培训的气氛组、DJ等人员。成为九时区深度绑定战略合作伙伴。

供应链合作:

已谈好 高蛋白蚂蚱供应商、预制菜其中的下酒菜品供应商, 开盒即食产品。

PART



04



市场/预测



市场数据预算

代理收益











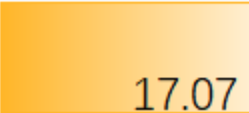
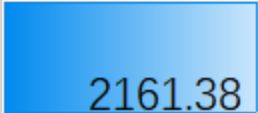
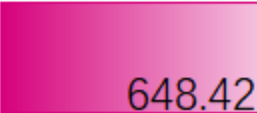

	上海	济南	盐城	珠海	湖州	绵阳	成都
总部月收益	1,078,897	206,180	51,048	73,496	71,621	25,808	802,400
总代月收益	1,878,494	322,869	76,161	105,476	107,237	37,366	1,319,800
代理月收益	202,286	113,837	93,095	83,691	96,007	85,627	142,933

数据解读

1. 总部挣200城的钱，所以单城市收益低于代理。
2. 总代非常暴利，但是付出也不少，上海的总代收入月入187万，但是要管理几十个代理商，还得组建员工团队，所以不用羡慕总代，收入不是老板一个人的，一个人做不了这么大。
3. 城市越大，总代的功劳和难度越大，因此收益超过代理。
4. 城市越小，代理越少，总代基本上是躺赚，因此总代收益低于代理（账面上）。
5. 实际上，总代可以兼任代理，双份收入，甚至不需要代理，自己招聘员工来做，决定权在总代手上。

市场数据预算

总部收益 200城规模

	200	总部收益100%	总部收益1%	总部收益0.1%	酒吧数量	用户数	消费用户数	签约酒吧
中位数		73,496			437	75,456	22,637	87
平均值		251,175			854	108,069	32,421	171
200城市 合计z-万		1469.91						
200城市 合计p-万		5023.50						

数据解读

1. 收益代表月收入，中位数根据6个城市中间指标城市算，酒吧和用户代表总值（不是月增量）
2. z代表以中位数*200计算，p代表以平均值*200计算
3. 本数据代表200城铺满后的总值
4. 总部收益1%代表持股1%股东的月收入，非常棒，14--50万，可以躺平了，0.1%股份都可以躺平了，这只是每个月分红收益，还没算股份增值。如果将股份卖掉，差不多是投资额的10--1000倍（看什么时候卖）。
5. 格局打开，互联网企业3年成功，5年上市，不需要等到老了才能躺平。

市场数据预算

计算依据：城镇人口是指居住在主城区的人口，不包含郊区和农村，代表酒吧消费人群
按照右侧指标测算，尽可能往少了算，非常保守
其中酒吧订单分润20%，根据调研最低10%，最高50%，平均值30%，再保守算20%
根据：酒吧覆盖20%，订单占有20%，订单分润20%
全部范围是指：计算200个地级市，目前全国合计295个地级市
相当于：平台总订单占全部酒吧订单4%，总分润占全部酒吧收入0.8%（千分之8）

酒吧订单分润比例	20%
酒吧覆盖率	20%
订单占有率	20%
用户覆盖率	2%
用户发红包概率	10%
单人月发红包金额	500
红包手续费	4.4%
推广员人均推广用户数	20
代理指数 多少签约酒吧配比1个代理	20

**具体算法非常复杂，本文档没有讲解，欲知详情，请咨询了解

各城市总览 总部视角

	城镇人口	酒吧数量	单店日均营业额	总部收益	总代收益	代理收益	用户数	消费用户数	签约酒吧
上海	20555098	2940	30,000	1,078,897	1,878,494	202,286	411,102	123,331	588
济南	4392922	942	15,000	206,180	322,869	113,837	87,858	26,358	188
盐城	3772779	273	10,000	51,048	76,161	93,095	75,456	22,637	55
珠海	1369538	437	10,000	73,496	105,476	83,691	27,391	8,217	87
湖州	1530418	379	12,000	71,621	107,237	96,007	30,608	9,183	76
绵阳	800000	150	10000	25,808	37,366	85,627	16,000	4,800	30
成都	15000000	3000	20000	802,400	1,319,800	142,933	300,000	90,000	600

市场1

市场数据计算

- 1.全国酒吧数量超10万家
- 2.全国饮酒用户4.5亿
- 3.酒吧饮酒用户为80、90、00后这三类人群。
- 4.艾媒网显示单次小酒馆消费100-300占比80%。

新浪统计：喝酒人群中，喝洋酒年龄阶段多数为18-40间。

天猫国际年货节数据显示：18-29有一半人购买了洋酒，其中80后为主力消费人群，90-95后占比四分之一。

95-00后去酒吧消费占比56.68%，25-34岁去酒吧消费占比27.27%。另去酒吧不喝酒的用户占比29%



据不完全统计全国超10万家酒吧正在营业

中国酒业协会数据:1.23亿人存在过量饮酒行为

新京报 新京报社官方帐号

1.23亿

目前存在1.23亿过量饮酒人群蓝皮书数据显示，中国有1.23亿人存在过量饮酒行为，在中国饮酒人群中占比26%。

中国酒业协会数据：1.2亿过量饮酒用户，可推算出饮酒用户数量为4.5亿。

首页 | 游玩天下

+订阅

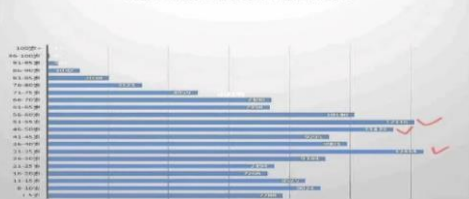
与白酒相同的烈酒属性，又有不输葡萄酒的年轻与时尚化特质。

据2019年，保乐力加&腾讯联手打造的《洋酒兴趣粉丝蓝皮书》公布的内容显示，18-24岁洋酒入门阶段的人群偏爱白色烈酒和调和威士忌，25-30岁的消费者倾向于香槟。随着年龄增长，事业逐渐上升，单一麦芽威士忌、干邑在30-40岁段的年龄结构比，逐渐超越其他酒种。

2021年，天猫国际年货节数据显示，18-29岁的年轻人群中有一半购买了洋酒。80后的新中产为主力消费者，90后和95后消费者占比四分之一，且增速最快。此外，在洋酒消费频率较高的酒吧附近，95、00后消费者的身影出现频次最高。百度地图慧眼数据显示，95、00后消费群体对酒吧的关注远超过其他群体，占比高达56.68%。其次是25-34岁的群体，占比约为27.27%。

现在的情况是，酒水生产企业打开了洋酒进入国内市场的大门，跨境电商的加入，丰富的国内市场上洋酒的产品数量，但归根结底是新一代90、00后消费者为洋酒在买单！

2022年度全国人口年龄结构图



英媒:有市场调查发现,近三成英国人去酒吧...



2022年7月19日 一份来自调研公司KAM的最新市场报告显示，到访酒吧的消费者中有29%的人并不点酒。

中国青年网

2021年中国小酒馆消费人群画像



2021年中国小酒馆行业用户分析:消费金额



市场2

精确计算市场

- 1.市场总蛋糕2000w用户
总蛋糕为每月7.9亿。
- 2.覆盖20%市场蛋糕为15亿。
- 3.按20%覆盖率，再按30%消费率，平台月收益超3000万。

全国年龄人数分布		全国喝酒人群26%	90、00占比25% 80占比50%	酒吧消费占比 90、00占比56.68% 80占比27.27%	市场覆盖率20%	去酒吧但不喝酒， 相对去酒吧喝酒人数占比为29%
年份	人数（w）	喝酒人群	喝洋酒人群	酒吧消费人群		
80	21500	5590	2795	762		
90	17800	4628	1157	656		
00	15500	4030	1008	571		
汇总（w）	54800	14248	4960	1989	398	577

用户可以覆盖2566w用户，因为去酒吧喝酒的人有将近2000w用户，再加577w去酒吧不喝酒的人

通过市场调研算出市场用户数为2566w，我们除开这些去酒吧不喝酒的人，只计算去酒吧喝酒的近2000w用户。

只统计喝酒用户市场	按平均每人每月喝2次酒，一共喝400元计算，总蛋糕	按市场覆盖率20%	按市场覆盖率20%抽成6.5%计算毛利
统计	月流水（w）		
	795614.04	159123	10343

按市场20%覆盖率，所有人消费平台月抽佣超1亿毛利。

按市场覆盖率20%计算	其中消费用户30%	平台抽佣毛利
400	120	6.50%
月流水（w）		
	48000	3120

按市场20%覆盖率，其中30%消费用户计算，平台月抽佣超 3000w 以上毛利。

市场3

代理市场计算

- 1.酒吧返点行情40%-60%
- 2.洋酒返利最低20%
- 3.总代理利益计算
月抽佣92万
- 4.普通代理利益计算
月抽佣4.6万

酒吧返点一般是多少

“提成一般百分四十到六十大多数的服务员算提成都是酒水提成,就是说按他所服务客人所消费的酒水种类,数量给提成,酒水的种类不同,提成也不一样呀,一般是酒水的价格越高给服务员的提成也越高.当然,因为酒吧的档次不同,给服务员算提成的也不一样,有的酒吧西餐餐点也是算提成的.提成一般是酒水等消费品的百分比,比如一瓶酒卖1500.你上价只要100不到,你就可以给你的服务员百分之三到四的提成,也可能更高,自然,这是要看你们当地的消费水... [更多>](#)

百度知道

酒吧返点一般为40%-60%

总代理	预设城市	预设发展20个普通代理, 额外收益	一次性抽佣	覆盖40%商家	一家一月240人注册(60局)	实际大于30%	实际大于6%	一月喝4次, 每次消费200, 实际8次消费	每月总抽佣	假如每月跟下面普代对半分
	城市酒吧数	普通代理数	发展代理收益	入驻商家	注册用户数	活跃用户30%	付费率6%	按800付费	平均抽佣20%	
1	1000	20	70000	400	96000	28800	5760	4608000	921600	460800

城市总代理：按总代理旗下20名普通代理，每名代理邀约入驻平台20家酒吧，每家酒吧每天组2局，按一个用户每月喝4次酒，按最低抽佣20%计算，每个月有92万的毛利。另外还有7万的发展收益。

普通代理	额外收益	一次性抽佣	覆盖40%商家	一家一月240人注册(60局)	实际大于30%	实际大于6%	一月喝4次, 每次消费200	每月总抽佣
	转介绍1代理数	转介绍收益	入驻商家	注册用户数	活跃用户30%	付费率6%	按800付费	平均抽佣20%
1	10	20000	20	4800	1440	288	230400	46080

普通代理：按每名代理邀约入驻平台20家酒吧，每家酒吧每天组2局，按一个用户每月喝4次酒，按最低抽佣20%计算，每个月有4.6万的毛利。另外还有2万的发展收益。



企业管理余老师 优质答主
应答时长 10分钟

关注

咨询记录 · 回答于2023-05-25

酒吧提成一般多少



亲亲，您好，酒吧提成一般是按%10点抽成的。业绩提成没有统一标准，要看具体产品 一般最低8% 到20%0左右。洋酒毛利率可以达到300% 提成比例相对高一些 可以达到20% 如果是国产内地啤酒的利润本身很薄 提成比例只能最高不超过10% 如果是普通鲜榨果汁饮料 由于自己采购量大 成本低 毛利率高 可以达到20%左右的提成。因此提成比例是要结合具体产品 还有酒吧的运营成本。

单卖洋酒返点最低为20%，因为洋酒的毛利率可达300%

PART



05



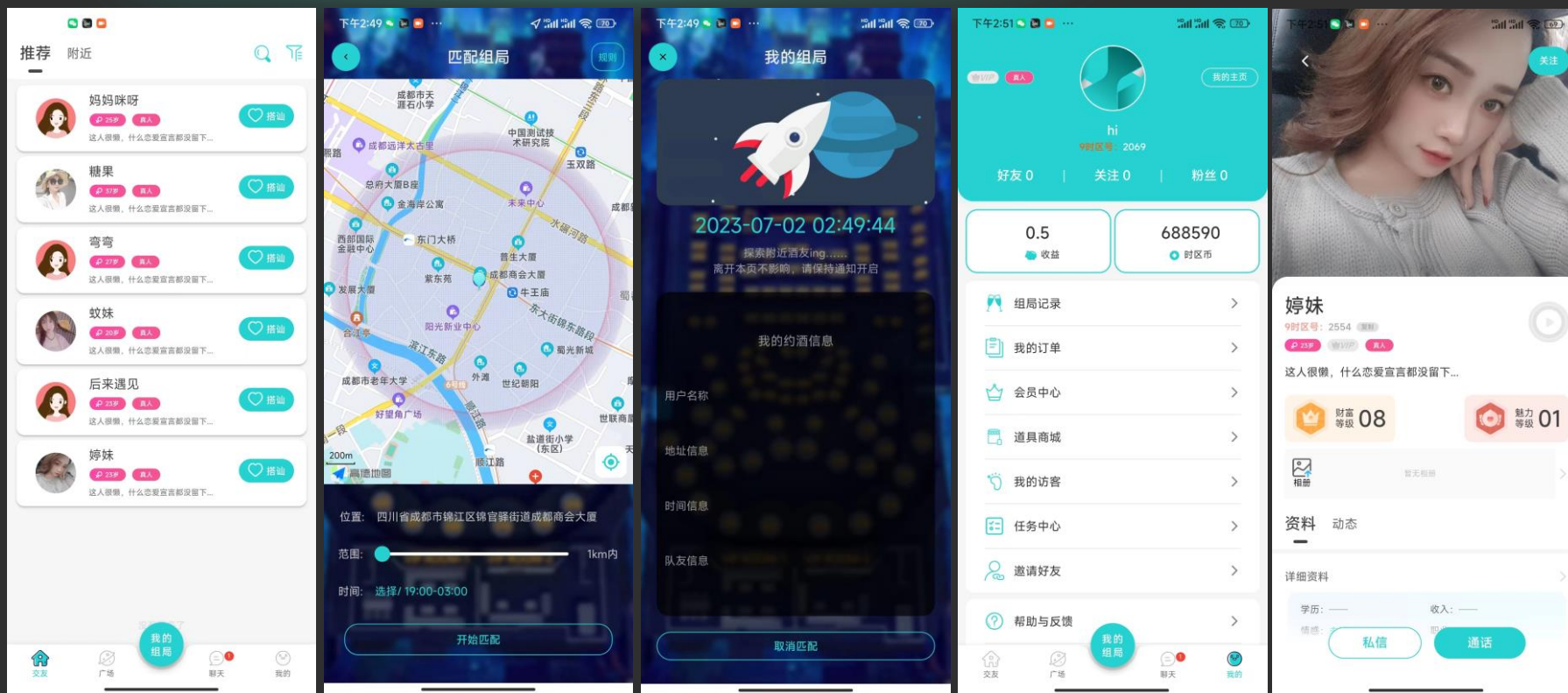
产品现状



产品现状1

产品进度

- 1.产品功能成品
- 2.已进入内测



现阶段产品已经进入内测阶段，计划7月中旬进入公测；
计划在公测之前，代理入驻和酒吧入驻计划5个试点城市，200家酒吧入驻。

产品现状2

不同角色在平台变现

用户：二级分销用户
消费流水；

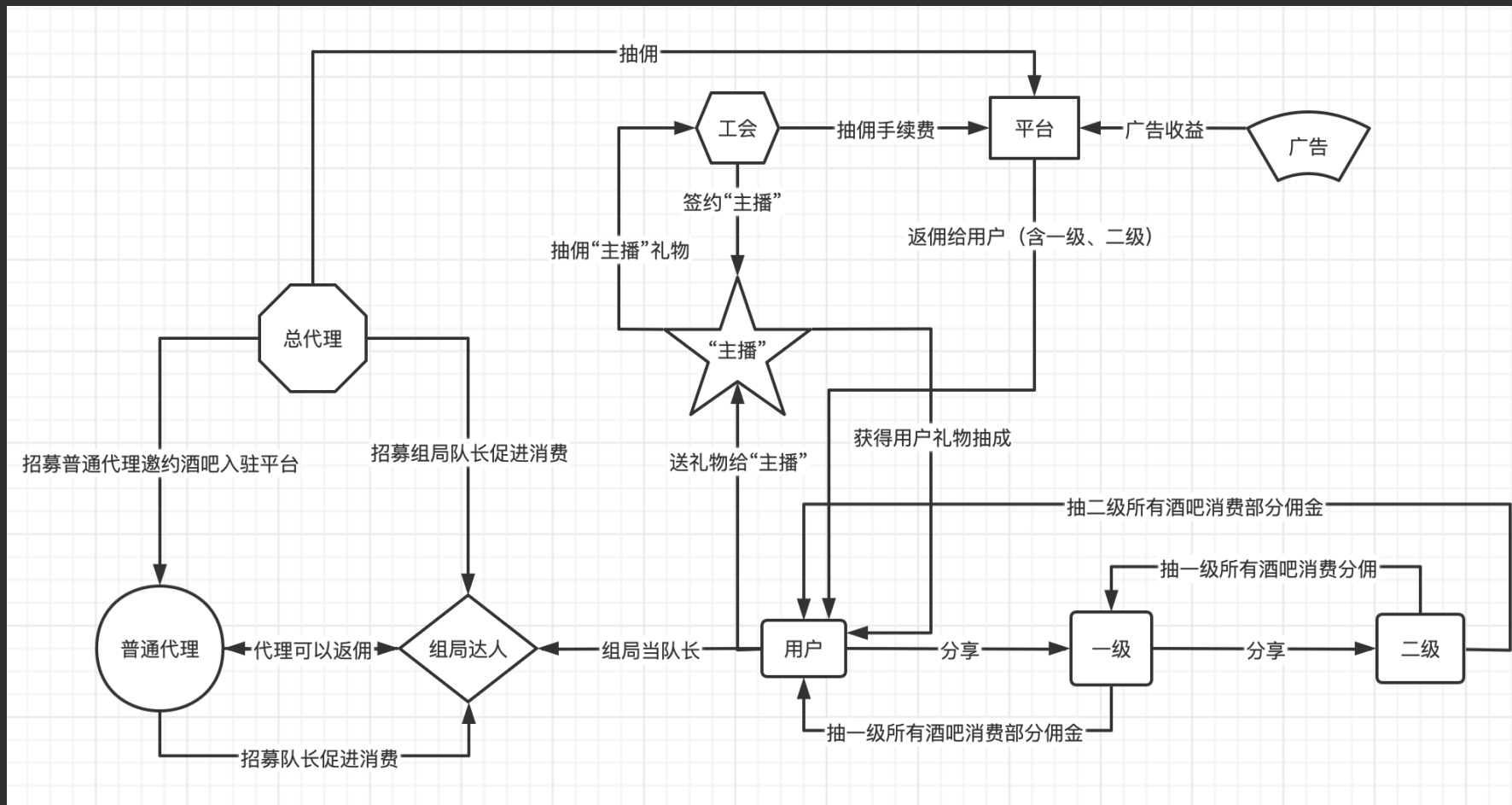
组局达人：组局分佣
代理结算；

普通代理：抽佣签约
商家内消费流水

总代理：抽佣授权城市
所有消费

工会：“主播”抽成

“主播”：拿礼物抽成



PART



06



安全风险



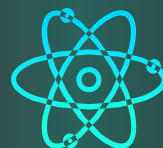
安全风险

用户安全

严格管控，实名认证，一人一号，
违规处罚，机器审核+人工复审，
提醒接收用户，处罚发送用户。

舆论风控

媒体团队，对负面信息澄清和回复。
不做删帖，正面应对。



安全风险

产品安全

一键呼叫保安，一键报警，一键呼
叫代驾、打车，到家报平安确认。
用户条款，隐私条款，加密存储。

法律安全

报备公安网监，NLP技术语义识别，
联网网监部，及时提供定位、关联
用户。

竞争对手风控

以井喷式市场爆发，竞争对手来不及做出市场反应；
市场份额计划快速覆盖20%，预留80%市场用于竞争缓冲；
永远都走在市场前面，资本资源赋能，直接注入我们变现更快。

另外商家、供应链入驻提供：营业执照、食品安全许可证、消防安全许可证、法人身份证、法人联系电话等信息。

PART



07



融资计划



融资计划

轮次	时机	目的	对象	金额	释放	股价	稀释后计算
种子	目前	加速筹备	个人		7%		例如1%开始
天使	代理覆盖5城市	政策支持	机构	1000万	10%	100万/1%	0.9%
A	代理覆盖10城市	加速发展	机构	1亿	15%	666万/1%	0.6885%
B	代理覆盖200城市	加速发展	机构	5亿	15%	3330万/1%	0.5852%
C	用户量达1000万	准备上市	机构	15亿	15%	1亿/1%	0.4974%

PART



08



投资回报



投入回报

2-3个月自然裂变

前三个月公测时期，自然裂变，修复bug优化迭代必要功能。

2-3个月投流进A轮

集中打样板数据模型。进入A轮融资。

第6个月回本分红

回本投资本金，按计划进入分红期。

投入回报周期

投入占股比例	价值 (w)	时间	融资进度	融资稀释后占比	稀释后价值 (w)	预估税前分红 (w)	备注
1%	100	第一年（前6个月）	天使轮1000万	0.9000%	90.0	0.0	公司盈亏持平
1%	666	第一年（后6个月）	A轮融资1亿	0.6885%	458.5	2.5	样板市场留50%运作资金
1%	666	第二年第一季度		0.6885%	458.5	10.7	市场占有率5%
1%	666	第二年第二季度		0.6885%	458.5	20.7	市场占有率10%
1%	3330	第二年第三季度		0.6885%	458.5	20.7	市场占有率10%
1%	3330	第二年第四季度	B轮融资5亿	0.5852%	1948.7	35.1	市场占有率20%
1%	3330	第三年第一季度		0.5852%	1948.7	35.1	市场占有率20%
1%	3330	第三年第二季度		0.5852%	1948.7	35.1	市场占有率20%
1%	3330	第三年第三季度		0.5852%	1948.7	35.1	市场占有率20%
1%	10000	第三年第四季度	C轮融资15亿	0.4974%	4974.0	47.8	市场占有率20%
1%	10000			0.4974%	4974.0	47.8	市场占有率20%

虽然计划机构资本进入，但市场占有率只做保守预估。

发展规划

阶段	时间	目标	用户量
筹备	2022年	已经完成：市场调研、商业模式测试、客户端UI、功能文档、前后端基础代码、部分页面代码、战略规划、代理模式、技术合伙人团队	
1	2个月	完成APP开发，运营筹备。 办理：ICP、互联网文化经营许可证 标准化建设：财务、税务、法务、风控 信息化建设：OA、erp	
2	第2--6个月	开始招募代理商。完成200个城市代理商签约（代理费收入2000万起）	100万
3	第6--10个月	天使轮融资1000万，主要目的不是要钱，是要关系	1000万
4	第10个月--第2年	升级2.0版本，增加商家收银系统 办理：商家收单资质（银行对接） 代理商覆盖300城市（代理费收入5000万起）	2000万
5	第3年	用户高速增长、A轮融资1亿、获得支付牌照、开启金融业务（用户充值）	5000万
6	第4年	用户高速增长、B轮融资5亿 用户达到顶峰、C轮融资15亿	1亿
7	第5年	IPO上市	5亿
8	第5年--第10年	智能硬件、联营酒吧、酒水供应链、电音厂牌、音乐工作室（dj培训）、夜店培训机构、夜场设计方案、夜场整装等	

价值

社会价值：社交的需求也必然会从马斯洛的底层走向上层，今天大家的“孤独”已不再是缺乏玩伴，而上升到精神上的共鸣和认可。张小龙说，社交的本质是寻找同类。让更多的灵魂不再孤独，生活不只眼前的苟且，还有诗和远方。当人们的精神得到慰藉之后，会积极向上。提高社会生产力，激发创造力，让年轻人健康成长，促进社会稳定和谐。

经济价值：解决酒吧消费不透明乱象，重构诚信体系，减少内耗，促进良性竞争，降低酒吧和客户成本。提高社交效率，减少重复劳动，减少无效社交，节约更多时间，产生新就业岗位。推动酒吧周边产业：灯光音响，装修，设计等。优化酒水供应链，减少中间环节。

文化价值：推动酒文化提升，减少工业勾兑，增加酿造酒。推动音乐文化提升，产生大量优质作品/歌手。推动酒吧差异化，提高酒吧文化品质



科技价值

[酒吧行业软硬件开放平台]杂七杂八的系统，各不相通。例如：收银/管理/推广/点歌/安检识别/直播/进销存/大屏互动/灯光音响/安全手环。各公司因利益纷争严重，接口难以统一。技术是纯粹的，不应该因为商业利益而分裂。用户面对如此多的私有标准不是一件正确的事情。我们想要解决混乱的局面，于是我们决定开发一个免费开放平台。永远保持中立，不为利益，只为用户方便。逐步接入各种软硬件，打破隔阂，互通互联。促进良性竞争，提升软硬件品质。独立中央数据库，精准授权，各应用互通数据，减少人工同步数据，节约成本，提高效率。软硬件自由接入，全面兼容。打破垄断和依赖。

[发展人工智能]NLP的机器学习，可以学习人们的对话含义，未来可以出现机器人陪聊。或者机器人替身，比方说某个人去世了，他的亲人可以跟他的机器人替身聊天，机器人有他主人的风格和声音，感觉这个人还活着。



汇报人：九时区项目组

谢谢观看!

