共享广播站

商业计划书

物联网　应急广播　商业音频广告

创始日期：2023年提出构想，2026年锚定公交出行场景
版本：V1.0

目录

01 项目概述

02 市场背景与机会

03 产品方案

04 商业模式

05 市场战略

06 竞争优势

07 发展规划

08 团队需求

09 财务规划

10 风险分析

01

项目概述

共享广播站 · 商业计划书

项目背景

2023年构想：

基于云逛街社交消费平台的应用场景提出“共享广播”构想，通过专用设备实现摆摊上云，看好共享广播设备对地摊经济规范化经营的积极作用

2026年锚定：

聚焦公交出行场景，将公交站台改造成融合应急通讯、文化传播，衔接低空、新能源等领域的社交休闲空间，提升城市形象

政策支撑：

基于国家五部门联合发布的《关于加快推动农村应急广播主动发布终端建设的通知》，应急广播终端建设的重要地位和迫切需求得到国家政策明确支持

项目定位

公共资讯服务平台

提供新闻、天气、交通等实时信息

文化传播载体

推广城市文化、公益宣传

应急通信基础设施

紧急情况下的预警和联络通道

商业音频媒体

出行场景下的精准广告投放平台

核心价值

- **商业价值：**填补出行场景音频广告空白，打造万亿级市场空间
- **社会价值：**作为两用基础设施，平时服务社交娱乐商业宣传，紧急情况用于防灾战备
- **文化价值：**构建中国式现代化叙事体系，传递中国声音，促进文化跨区域融合

项目愿景

让共享广播站遍布城市的大街小巷，建在乡村的小路上，打造融合城市空间美学、人文关怀、新兴产业（低空、新能源、通信）的新型社交休闲空间。

02

市场背景与机会

共享广播站 · 商业计划书

政策驱动

应急广播建设政策 + 国家"两新"政策

- 应急广播：国家安全体系和公共安全体系的重要组成部分，是重要民生工程
- 建设目标：到2025年实现全国应急广播体系基本建成
- 设备更新：2026年大规模设备更新支持范围扩大，包括应急广播终端
- 文化发展：鼓励社会力量参与公共文化服务，支持全媒体建设

市场现状

传统广播设备的局限性

- **功能单一** 仅支持单向广播，缺乏互动性
- **场景局限** 覆盖范围有限，无法精准触达
- **内容固化** 商业定制能力弱，难以满足多样化需求
- **技术落后** 缺乏智能化、数字化能力

出行场景音频广告空白

- **场景稀缺** 公交站台、广场、街道等公共场所缺乏商业化音频媒体
- **内容稀缺** 户外广告以视觉为主，音频形式市场巨大且竞争较小
- **注意力稀缺** 乘客停留时间集中，广告曝光价值高

市场规模

市场类型	市场规模	需求描述
应急广播市场	**200-300亿元**	全国行政村约50万个，按每个村3个终端计算 城市公交站台、地铁站等约30万个站点
音频广告市场	**100-200亿元**	中国户外广告市场约1500亿元 音频广告占比不足5%，提升空间巨大

目标用户

政府部门

应急预警、政策宣传、文化传播

广告主

精准触达、高频曝光、成本可控

商户

本地推广、客流引导、促销活动

03

产品方案

共享广播站 · 商业计划书

核心产品：自助广播站小程序

产品定位：一款用于开放式场合的即时语音通讯微信小程序，支持公共场所、公共交通、活动等场景下的即时语音交流

用户端功能

- **推荐会话** 自动匹配附近的广播站点
- **快速加入** 一键加入附近会话
- **语音对讲** 支持实时语音交流
- **一键求助** 支持一键报警求助，强提醒设置
- **发起会话** 可发起封闭式或开放式会话
- **AI生图** AI美化图片或生成海报
- **私信和加好友** 社交互动功能
- **活动记录** 增加用户粘性

管理端功能

- **内容审核** AI+人工审核机制
- **播放调度** 内容优先级管理
- **数据统计** 播放量、听众数、互动率分析
- **广告投放** 精准广告管理系统
- **应急切换** 一键切换应急广播模式

应用场景

场景	功能说明	用户价值
公交站台	播报到站信息、天气预警、商业广告	便民服务 + 商业价值
地摊夜市	商户广播、促销活动、互动娱乐	地摊经济数字化
社区公告	通知发布、文化传播、应急预警	社区治理数字化
活动现场	实时互动、活动广播、导览服务	活动体验升级
乡村广播	政策宣传、农技指导、应急预警	乡村振兴支持

硬件设备方案

设备组成

- **广播主机** 高保真音响、定向发声技术
- **显示模块** LED屏幕、触摸交互
- **感知模块** 人数统计、环境监测、异常检测
- **网络模块** 5G/4G、WiFi、NB-IoT多模组
- **AI模块** 语音识别、内容审核、智能推荐
- **应急模块** 独立电源、卫星通信（高配版）

设备特性

- **城市美学** 融合城市空间设计，美观实用
- **绿色环保** 太阳能供电+低功耗设计
- **智能运维** 远程监控、故障自检、OTA升级
- **模块化** 支持功能模块灵活组合

04

商业模式

共享广播站 · 商业计划书

收入模式

广告收入（主要）

位置广告、时段广告、场景广告

城市核心：3-5元/小时

一般站台：1-3元/小时

乡村站点：0.5-1元/小时

服务订阅

商户会员：199元/月

品牌会员：1999元/月

政府服务：免费提供应急广播

增值服务

数据分析报告、内容制作

活动策划、线下联动

硬件销售/租赁

设备销售：5000-15000元/台 | **设备租赁**：300-800元/月/台 | **维护服务年费**

成本结构与盈利预测

成本结构

成本项	占比
硬件成本	**40%**
运营成本	20%
推广成本	5%
研发成本	30%
其他成本	5%

盈利预测

阶段一2026年

部署100个站点
广告收入40万元 | 净利润-950万元

阶段二2027年

部署1万个站点
广告收入2亿元 | 净利润2100万元

阶段三2028年

部署10万个站点
广告收入20亿元 | 净利润3.9亿元

阶段四2029年

部署100万个站点
广告收入200亿元 | 净利润39亿元

05

市场战略

共享广播站 · 商业计划书

发展路径

阶段一：产品验证

2026 Q3-Q4

- 完成小程序MVP开发
- 部署10-20个站点
- 验证需求和模式

阶段二：区域扩张

2027 Q1-Q2

- 完善产品功能
- 扩展至100个站点
- 拓展3-5个新城市

阶段三：规模复制

2028年

- 完成10个城市布局
- 部署500个站点
- 探索乡村市场

阶段四：全国覆盖

时间：2028-2029年 | 覆盖30+城市 | 部署3000-5000个站点 | 建立行业壁垒

市场进入与营销策略

市场进入策略

城市市场

公交站台优先切入 - 合作公交公司

地摊夜市试点推广 - 与城管部门合作

社区街道逐步覆盖 - 与街道办、社区合作

乡村市场

应急广播切入 - 响应国家政策

乡村振兴结合 - 融合农技推广

文化下乡联动 - 结合文化活动

营销策略

B端（广告主/商户）

免费试用、效果承诺、行业案例、渠道合作

G端（政府部门）

政策响应、试点示范、联合推广、标准制定

C端（普通公众）

扫码有礼、社交裂变、内容运营、媒体传播

合作策略

合作方	合作模式	合作价值
公交公司	站点场地合作	快速获取城市站点资源
政府部门	应急广播项目	政策支持、市场准入
广告公司	渠道合作	快速拓展客户资源
硬件厂商	供应链合作	降低硬件成本
云服务商	技术合作	提升技术能力

06

竞争优势

共享广播站 · 商业计划书

四大核心优势

政策优势

- 顺应国家**应急广播**建设政策
- 响应**AI+低空**智慧城市场景政策指引
- 具备**军民融合**潜力

模式优势

- **共享模式** 降低部署成本
- **社交属性** 增强用户粘性
- **双向价值** 商业+社会双赢

技术优势

- **AI驱动** 智能审核、语音识别
- **物联网** 设备联网、远程监控
- **小程序生态** 低门槛、易推广

资源优势

平台联动 产品矩阵、数据互通 | **模式复制** 共享智能硬件成熟商业模式 | **先发优势** 抢占出行场景音频广告空白市场

07

发展规划

共享广播站 · 商业计划书

产品与技术规划

产品路线图

2026年：MVP版本 + 完善版本

- 基础语音对讲、附近站点发现
- AI内容审核、AI生图
- 社交互动、高级广告管理

2027年：AI推荐系统、多模态交互

- 个性化推荐、文字/图片/视频
- AR导览、低空联动

2028年：全场景覆盖、元宇宙探索

- 扩展至更多公共场所
- VR/AR沉浸式体验、海外市场

技术架构演进

核心技术突破

- AI语音技术：识别、合成、情感分析
- 物联网平台：设备管理、OTA升级
- 大数据分析：用户画像、商圈分析
- 边缘计算：终端智能处理

技术架构

- 云原生架构：微服务、容器化
- 多云部署：公有+私有+边缘云
- 数据中台：统一数据管理
- AI中台：统一AI能力

生态规划

平台生态

- **开发者生态** 开放API，支持第三方开发
- **内容生态** 引入优质内容创作者
- **硬件生态** 开放硬件标准，支持第三方设备接入
- **合作伙伴生态** 构建共赢的合作伙伴网络

平台协同

- **流量互通** 多平台用户导流至广播站
- **数据共享** 用户行为数据互通
- **营销联动** 联合营销活动
- **服务互补** 线上+线下全场景覆盖

08

团队需求

共享广播站 · 商业计划书

核心团队架构

岗位	人数	技能/背景要求
CEO	1	负责公司战略、产品运营方案、融资、团队建设 有物联网/互联网广告行业创业经验
CTO	1	负责技术架构、产品研发、技术团队管理 无线通信/信息安全/AI领域专家
CFO	1	负责财务规划、融资对接、资金管理 有创业公司融资成功和上市公司资金管理经验
COO	1	负责运营统筹、市场拓展、商务合作 有共享智能硬件运营经验

技术与运营岗位

技术团队

- 小程序开发：2-3人
- 后端开发：2-3人
- 前端开发：1-2人
- AI算法：2-3人
- 物联网工程师：1-2人
- 测试工程师：1人
- 运维工程师：1人

产品、设计与运营

- 产品经理：1-2人
- UI/UX设计师：1-2人
- 硬件设计师：1人
- 软件项目经理：1人
- 硬件项目经理：1人
- 市场运营：2人
- 商务BD：1人
- 内容运营：1人

专项岗位：空间/环境设计师1人、会展设计师1人、法务1人

团队组建与激励机制

团队组建计划

种子期（2026 Q1-Q2）

核心创始团队3-5人

关键岗位补充

启动期（2026 Q3-Q4）

技术团队补充后端、前端、AI

运营团队补充运营、商务BD

扩张期（2027 Q1 -Q2）

团队规模达20-30人

职能完善：财务、法务、市场、客服

激励机制

股权激励：

- 核心团队5-15%股权池
- 期权计划：4年vesting，1年cliff
- 期权行权价：按上一轮融资价格

薪酬体系：

- 市场化薪酬 + 绩效奖金
- 项目奖金 + 年终奖金
- 优秀员工股权激励

09

财务规划

共享广播站 · 商业计划书

融资计划

轮次	时间	融资金额	股权比例	用途
种子轮	2026 Q3	**1000万**	10-12%	产品MVP、试点部署
天使轮	2026 Q4	**2亿**	10-12%	规模化扩张、团队组建
A轮	2027 Q1	**20亿**	10-12%	全国布局、生态建设
B轮	2027 Q3	**200亿**	10-12%	全球化、技术突破

种子轮资金使用计划（1000万）

产品研发300万（30%）| **设备采购**200万（20%）| **运营推广**50万（5%）| **团队薪资**400万（40%）| **其他费用**50万（5%）

未来5年财务预测

年份	广告收入	服务订阅	增值服务	硬件收入	合计	增长率
2026	20	20	10	0	**50**	-
2027	10,000	10,000	2,000	2,000	**24,000**	47,900%
2028	100,000	100,000	20,000	20,000	**240,000**	900%
2029	1,000,000	1,000,000	200,000	200,000	**2,400,000**	900%
2030	10,000,000	10,000,000	2,000,000	2,000,000	**24,000,000**	900%

单位：万元

关键财务指标

单站点日收入	单站点月收入	单站点成本
30-100元/天	1000-3000元/月	1-3万元/台

成熟期目标

回收期：预计12-18个月
毛利率：目标20.4%

净利率：目标16.2%
2030年净利率：70.1%

10

风险分析

共享广播站 · 商业计划书

风险与应对措施

政策风险

风险：行业准入门槛高、地方政策差异、试点数量控制

应对：联合持牌企业、密切关注政策、建立政府关系、多元化收入

市场风险

风险：用户接受度不确定、竞争对手快速进入、城市准入困难

应对：小步快跑验证、建立技术品牌壁垒、先从政策友好城市切入

技术风险

风险：AI审核准确率、设备稳定性、数据安全

应对：AI+人工双重审核、选择成熟供应商、完善数据安全体系

运营风险

风险：维护成本高、审核压力大、用户粘性不足

应对：远程+本地维护结合、AI自动化审核、社交化设计增强粘性

财务风险

风险：初期投入大、回报周期长、融资进度不及预期、现金流压力 | 应对：控制前期投入、小步验证、多渠道融资准备、优化成本结构

共享广播站

传递中国之声

项目联系人

严 淑 贤

电话：18580542346

邮箱：18580542346@139.com