

盟曰：一起逛！



云逛街项目计划书

盟曰APP开发计划（内部资料请勿公开）

星煜盟达科技 STARLINK MEDIA

严淑贤

目录

01

项目概述

02

市场分析

03

融资计划

04

经营模式



1

项目概述

提供本地资讯集中展示的平台，让所有商家得到展示包括路边摊，所有人能发布自己的需求。为消费者提供和客服的即时连接，围绕“居家云逛街+线下直播”场景形成社交消费物联网。最终扩展文旅，亲子教育，影视文化内容成为国民级社交新媒体平台。

项目起源

形成体系

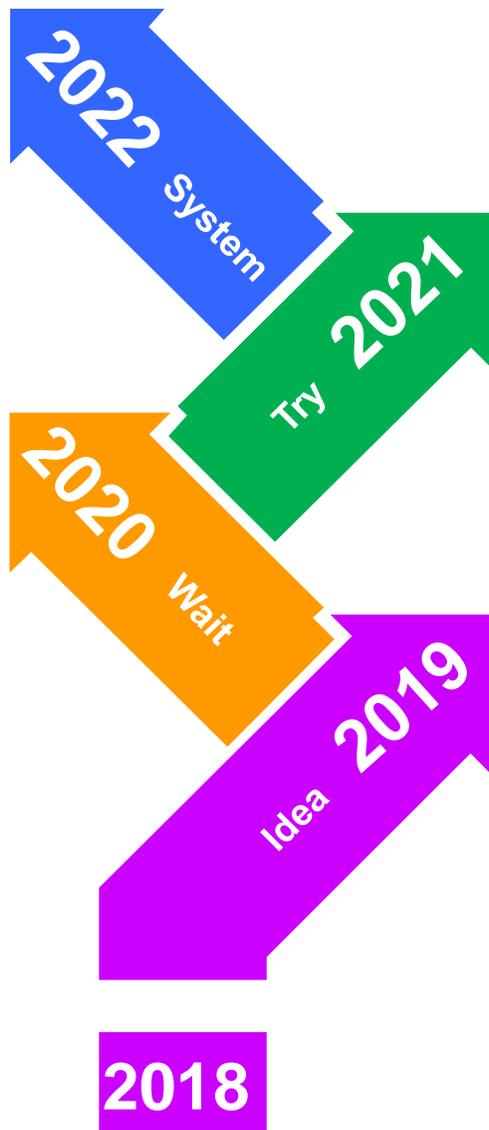
确定产品形态，融合更多场景，赋予产品内涵，对复杂市场具备信心

疫情背景

疫情对实体经济造成冲击，持续关注行业动态

项目前身

《旅游足迹》地图社交项目，自动生成游记，地点触发回忆，景点徽章，家园小游戏等，用于商企宣传



百折不挠

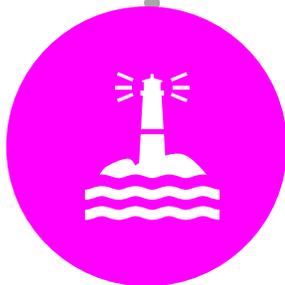
组建团队和融资，与专业人士，创业者交流碰撞中不断打磨产品

初心不改

为了让人们更多关注周围发生的事情，明白个体和社会息息相关，变得更加团结，从此产生做本地资讯平台的想法

深圳市星煜盟达科技有限公司 (2021.8.25成立, 注册地: 深圳市罗湖区)

创办理念



致力公共事业
追求科技进步
提升人们幸福感



成为国民级社交新媒体平台,
在国家经济文化方面发挥巩固
作用

五年目标

使命

致力于应急求助通道建设
致力于帮助商企提升创新服务水平
致力于改善人与人之间的关系

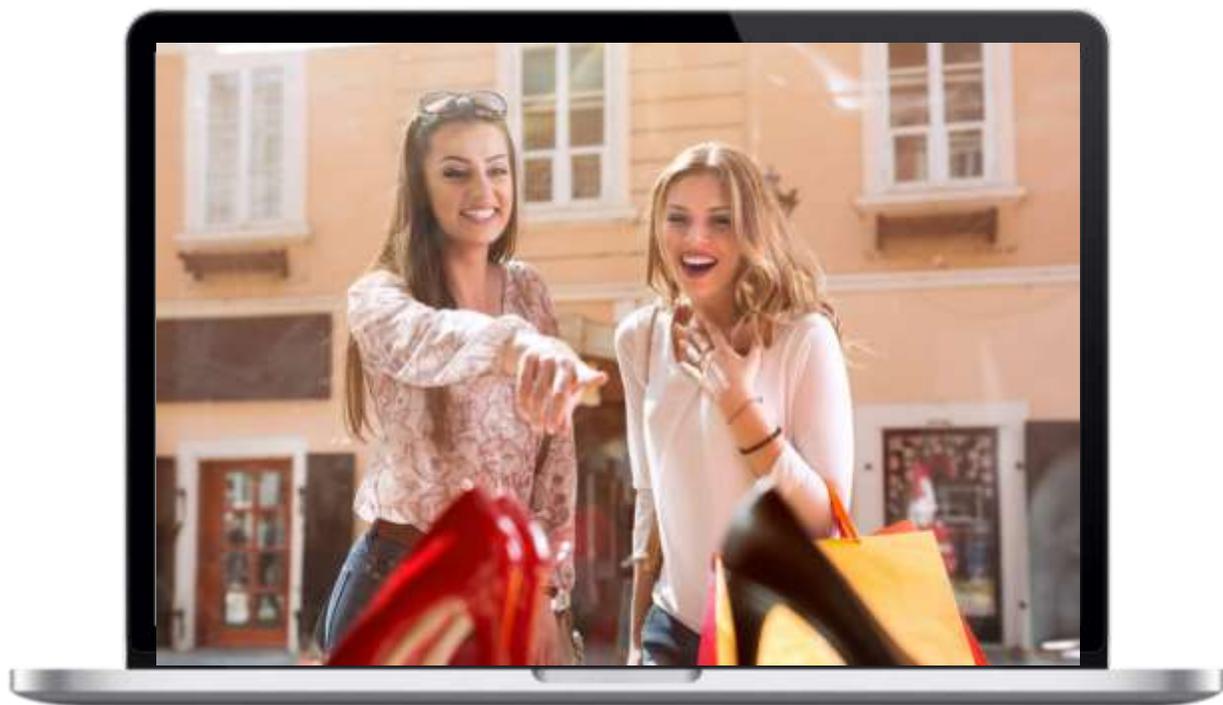


让异地的亲人朋友一起线上逛街,
旅游, 学习娱乐并保持面对面沟通,
打破时间空间的隔断, 增进彼此的
感情



愿景

云逛街——实现从线上获得真实的逛街体验



1.0

线上逛街

足不出户观看街道实景，与店员、摊主对面沟通，便捷在线购买，参与本地社交互动

2.0

对线下活动更强的参与感

适配各种直播设备以第一人称视角体验丰富多彩的线下活动

3.0

一起逛街

和好友一边聊天一边逛街，无论是多年未见的老朋友还是素未谋面的新朋友，在同一个场景下，都能相谈甚欢

4.0

更自然地表达意图

比点击屏幕更为自然的是通过语音，肢体语言等切换场景，给体验者留下更深印象

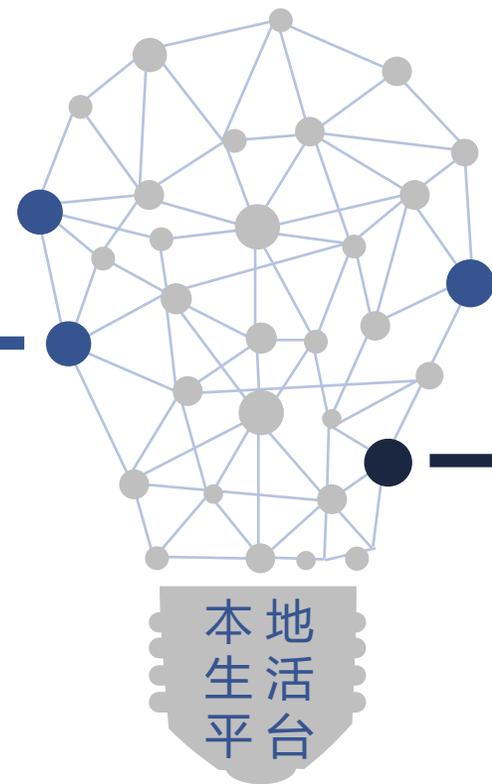
问题和结论

商企信息图文展示不够直观生动，而主流短视频平台内容娱乐化不符合商家表达期望

1
展示形式

线下消费价格不透明，而电商平台拼低价导致利润空间压缩

2
价格



3
获客成本

流量越来越贵而客户转化率

4
抽佣

商家被动接受平台和达人高比例分成

01 商家需要一个能全面展示包括外在形象，内涵，商品信息的短视频平台

02 价格不应该过早影响消费决定

03 客服需要与客户更加高效的沟通场景，提升可信用度

产品特色

商企实景视频VS达人探店

达人影响消费者购物情绪，实景拍摄注重展示环境美观，减弱价格因素影响，营造轻松愉快的购物氛围



视频内容
01

一对一人工客服VS直播带货

直播带货效率更高但一对一服务客户体验更好，人工服务态度更加真诚，尤其面对大客户服务，同时使用AI技术降低客服能力要求，提升工作效率，产生更多客服岗位需求



销售形式
02



推送机制
03

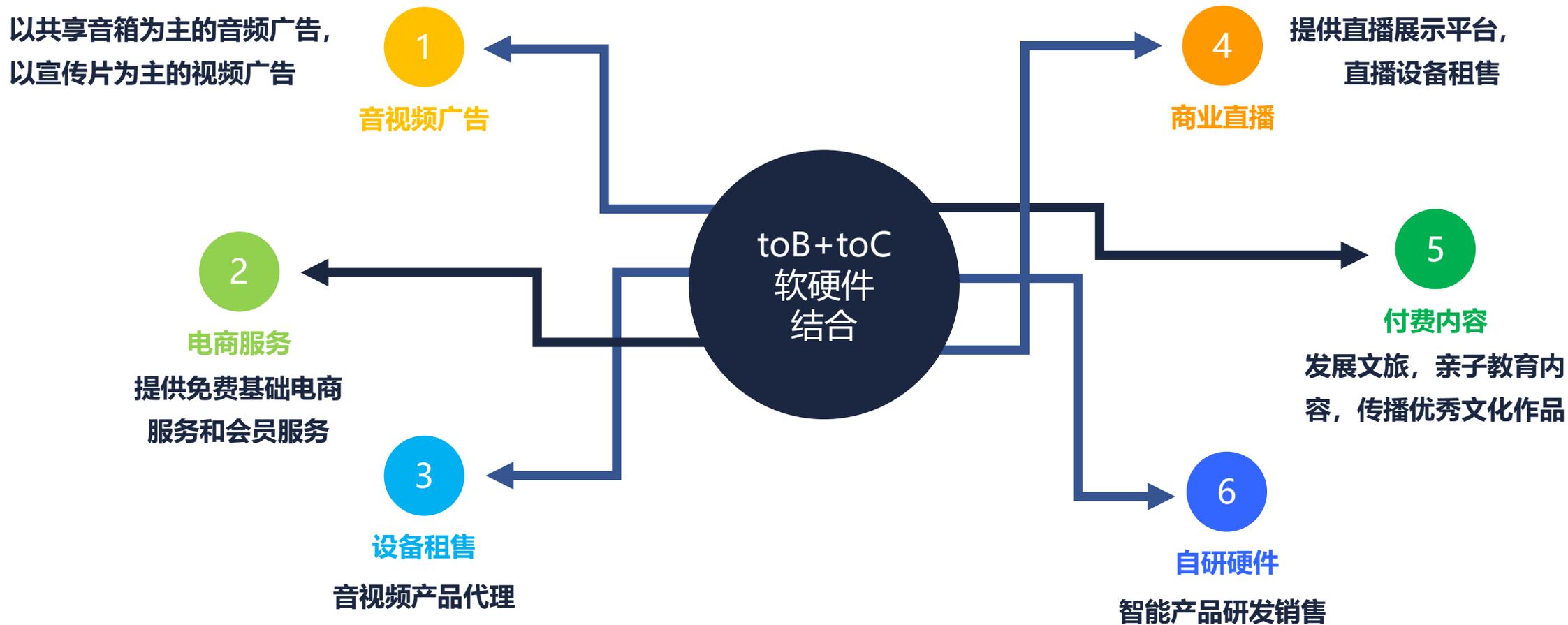
无差别VS个性化推荐

个性化推荐算法偷走用户的时间同时制造信息茧房，成为短视频流量见顶的原因，无差别展示内容能采取竞价排名，改变传统电商抽佣模式，获得更广泛的客户群体

商家获客流程



商业模式



经营理念



立业之本

为了祖国繁荣富强，用科学技术改善社会上存在的问题，让人们生活更加幸福



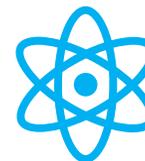
业务标准

制定严谨业务流程，业务标准，规章制度，坚决维护公平的商业环境



品牌建立

提供公共服务，对可预见问题积极防范



人才政策

为人才创造发展的条件，秉持开放公正的原则



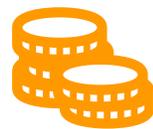
线下推广

发掘使用场景，建立业务模型，拓展渠道合作



线上推广

建立传播矩阵多渠道营销



带动产业

产生就业创业机会更多提供给特殊人群，体现他们的价值



资源整合

联合上下游产业链加速抢占市场

A nighttime cityscape with a network overlay of glowing lines and nodes. The city lights are visible in the background, and the network lines are in the foreground, creating a sense of digital connectivity.

2

市场分析

中国娱乐及媒体行业将迎来拐点，复合年增长率将达9%，预计2027年中国互联网广告市场规模达1464亿美元，科技创新数字化媒体将带来高增长

市场供需

商企宣传片

要做实景呈现使用VR全景视频或直播成本较高，用短视频来呈现更加理想，以及最常见的图片形式，拍摄成本几十到几千不等

由于广告位稀缺，许多小微商家没有拍摄宣传片，我们平台基于位置免费提供商企直观展示，产生更多专业拍摄需求



户外直播设备

主播一般使用手机，专业影棚设备，直播一体机，不适用于户外场景，可穿戴拍摄工具有运动相机，AR眼镜等，运动相机更具价格优势，市场价格千元左右

市场容量



商企宣传片市场

截至 2023 年11月，全国登记在册市场主体达1.81亿户，本地生活平台市场渗透率仅12.7%，本地生活市场仍然有很大机会



户外直播设备市场

截至 2023年 12 月，我国网络直播用户规模达 8.16 亿，占网民整体的74.7%。
2021年全球运动相机的出货量为4836 万台。
2023年全球AR眼镜出货量同比增长84.19%达到50.1万台，其中中国出货量24.1万（消费级20.5万，企业级3.6万）
便携直播设备有巨大的市场空间

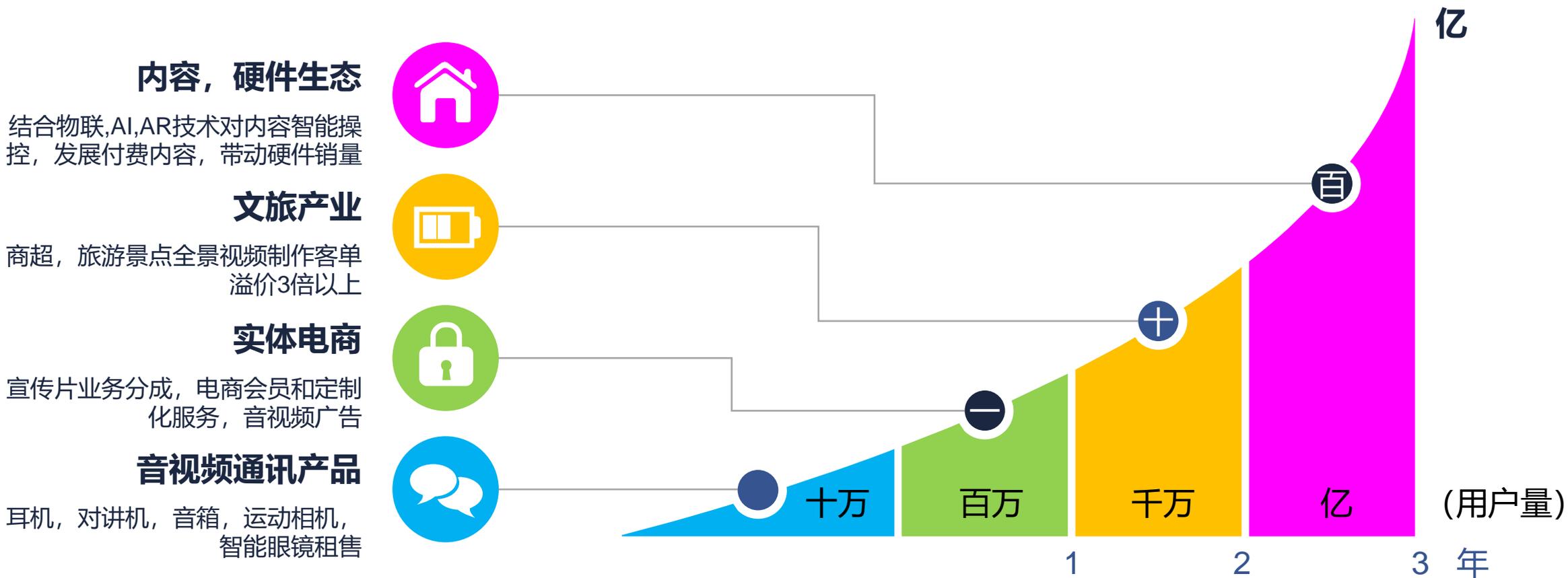


硬件生态



市场规模

半年内用户增长到10万，深圳作为试点城市，半年后复制到20个重点城市，第二年复制到百强城市，三年内实现百亿营收

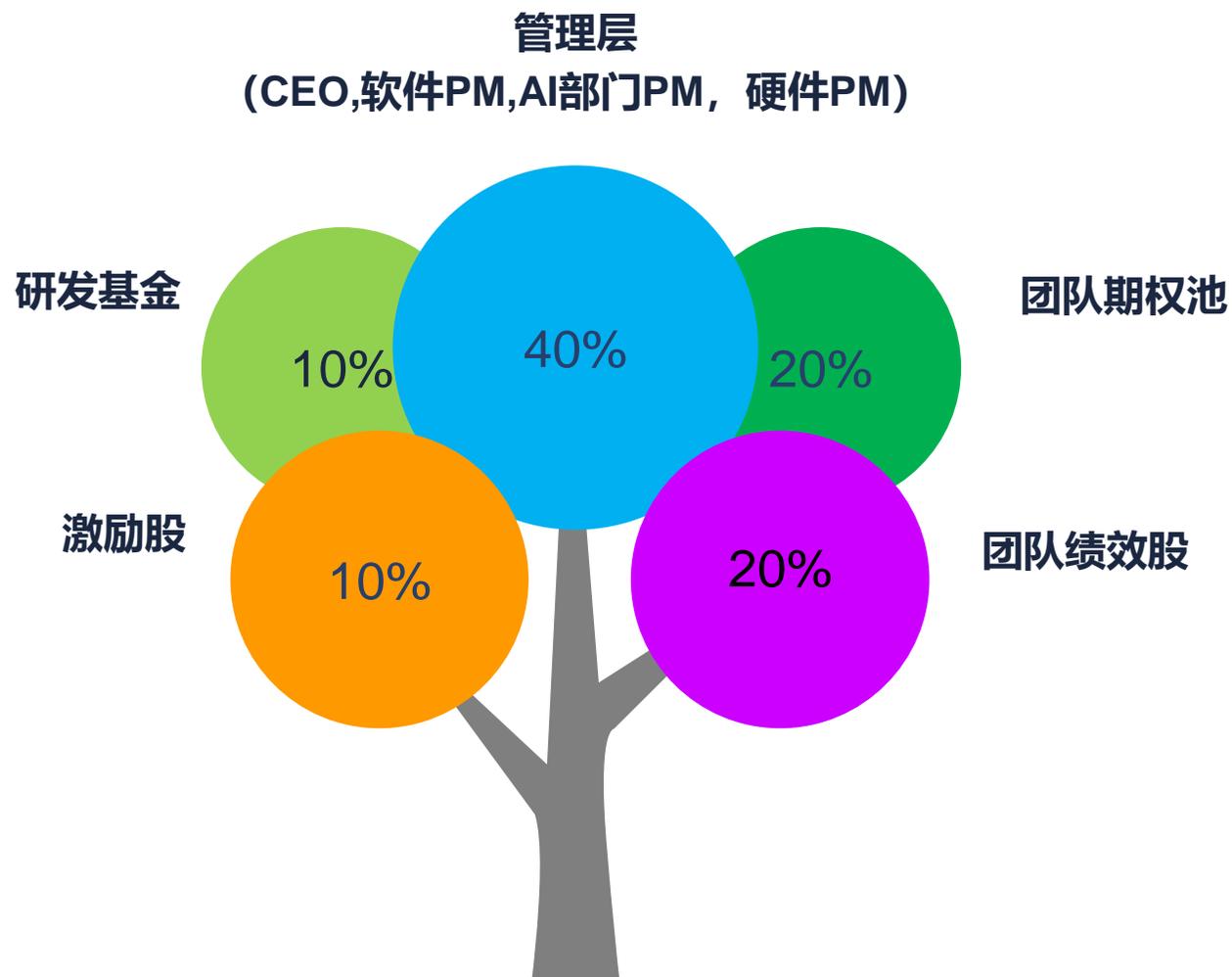




3

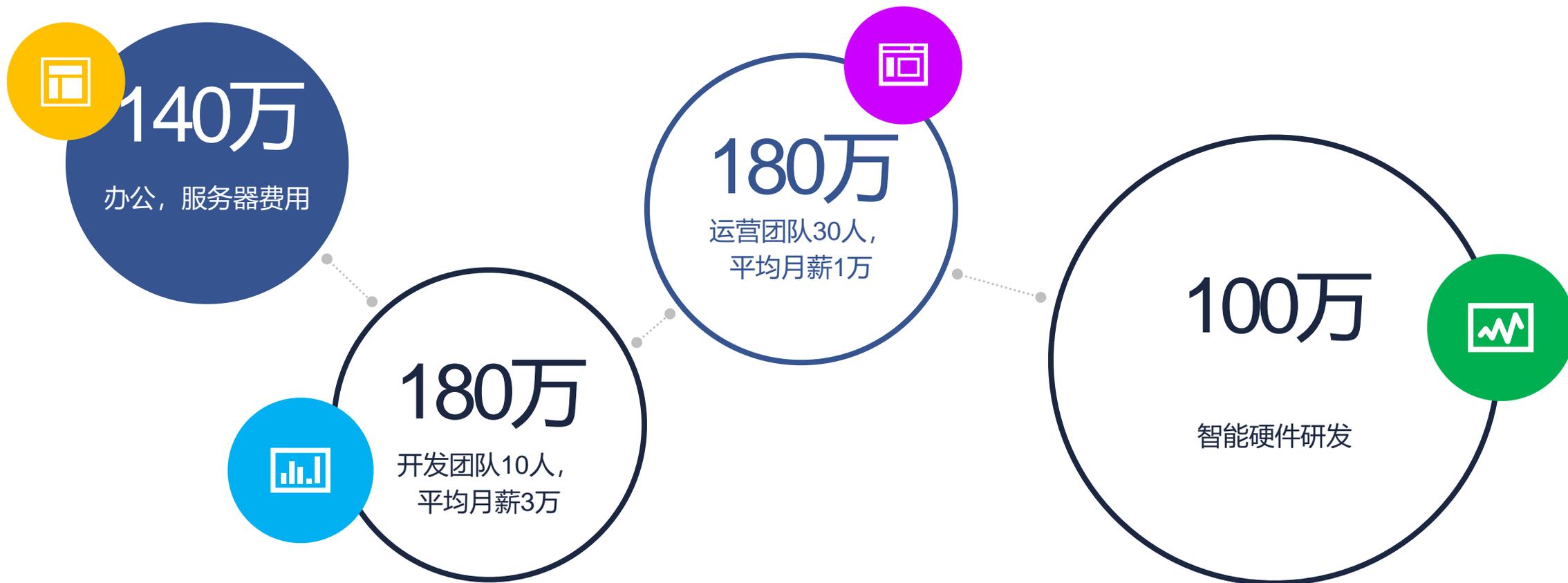
融资计划

股权结构



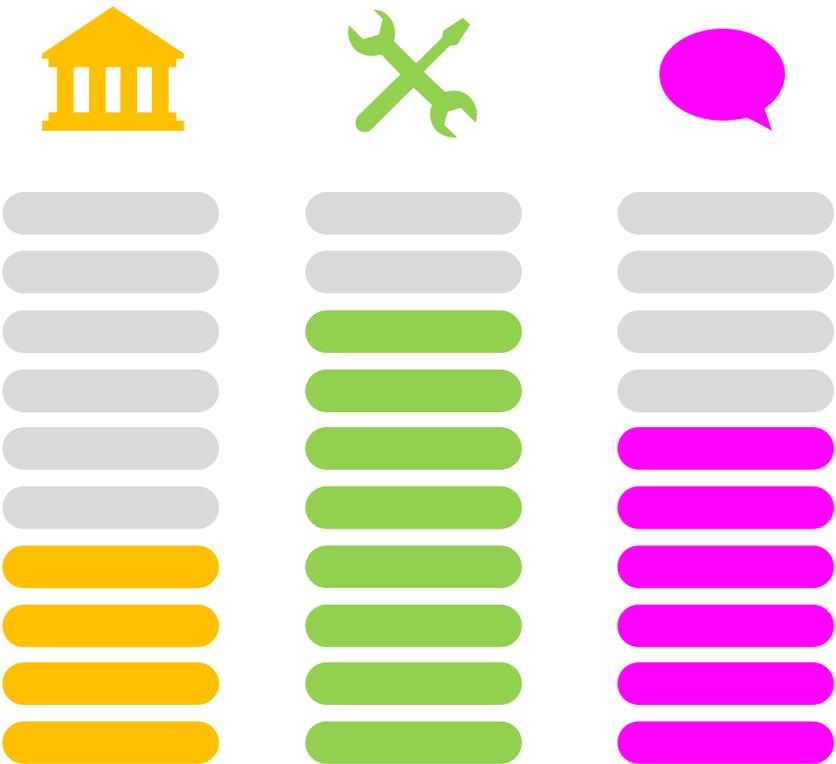
以上为原始股权，融资后等比稀释

融资需求



种子期资金需求600万, 出让10%股权, 用于半年内软件平台开发, 试运营和智能硬件研发

目标计划



种子用户来源

深圳74个街道，产品上线前，招募5000家商企种子用户，制作宣传样片740则，三个月上线后每个街道招100家商户入驻，假设每个商家带来10个用户，其他用户从线上获得，半年内达到20万用户



1.24万
商家用户



18.76万
消费用户

在人流密集处铺设共享智能音箱，提供社交互动，为商家引流，积累消费者和商家用户

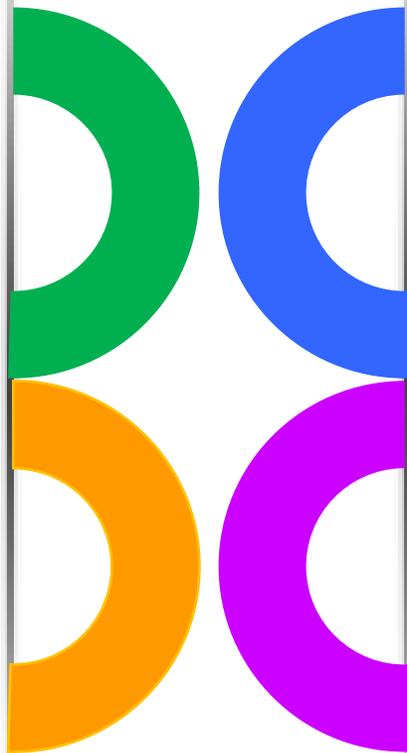
风险预测

传统平台竞争

具有资源实力的大平台或同行先一步实现落地或市场扩张，我们需要迭代产品达到更好的用户体验

新兴产品竞争

AR/VR产品挤压市场，我们的产品方案更容易实现，有望更快铺开市场



信息安全问题

户外直播存在较大敏感信息泄露风险，应该谨慎限制直播在商业，休闲娱乐场景

信息审核问题

确保信息内容的真实性和及时更新，完善审核机制和平台规则



4

经营模式

公司管理

公司制度

工作以结果为导向，扁平化管理，高思想道德要求

目标管理

制定目标计划考核指标，奖惩公正公开

员工管理

以人为本，人才在合适的位置，制度面前人人平等



企业文化

尊重每个人，鼓励支持个人发展，培养人才

财务管理

财务透明，坚决打击贪腐行为

激励政策

人人有机会获得奖励，对公司有巨大贡献者给予股权激励

平台管理

平台审核

线上+线下实地审核信息
真实性，确保反馈有结果



公众参与

公开透明的反馈通道，确
保信息内容的真实性和及
时更新；为儿童屏蔽不适
宜的场所和内容，共同营
造良好的环境



平台
思维



信息流通

人人可以发布需求并得到
公平展示曝光机会，信息
资源自由流通



隐私保护

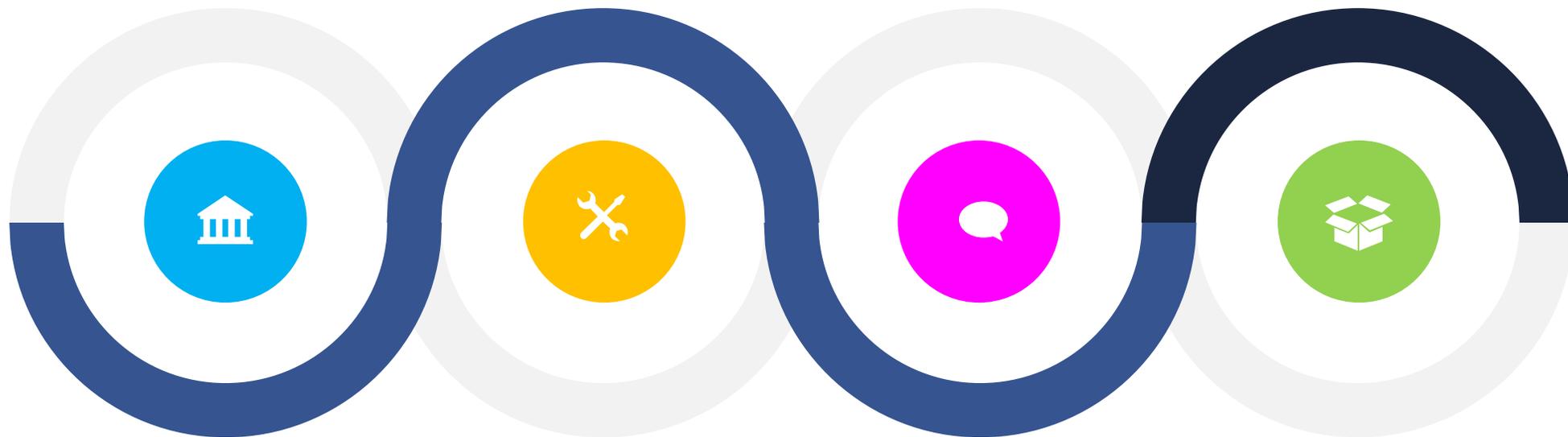
注重保护各个社交场景下
用户的隐私



合理收益

平台不是敛财工具，不存
在一劳永逸的业务模式，
收费标准对客户一视同仁

招商计划



种子客户

结合线下商务活动提供电子签约，现场达成合作成果，征集宣传样片免费展示

地推

面向中小商企推广平台，有序开展宣传片与电商业务

品牌商综

提供高端定制服务，为大企业提供更便捷的管理功能

旅游景点

发展文旅付费内容，数字藏品等数字经济

项目优势

产品创新

新型音视频广告形式能达到更好的宣传展示效果

模式创新

物联网盈利模式取代传统电商抽佣

渠道优势

搭建使用场景带动硬件需求建立供应链



成本优势

整合传媒，企服行业降低服务成本，带动就业创业降低推广成本

市场空白

线下音频广告，宣传片和户外直播市场

飞轮效应

电商服务，商务活动，商业直播三者互相促进，互相转化



盟曰：
感谢您的观看！