

# Spark Lab 产品体系

## 一、版本信息与变更日志



当前版本号：v 3.0



创建日期 2025 年 4  
月 5 日



审核人 Ryan

时间	版本号	变更人	主要变更内容
2025 年 10 月 15 日	v 4.0	Ryan	重新修改：大版本迭代
2025 年 6 月 16 日	v 3.0	Ryan	重新修改：大版本迭代
2025 年 5 月 27 日	v 2.0	Ryan	重新修改：大版本迭代
2025 年 4 月 5 日	v 1.0	Ryan	重新修改：大版本迭代

Spark Lab 做的第一件事情是重新定义“创业”和“加速器”。我们在搭建一套新的共识机制。

### 1. 如何设计产品



我们的思路是

1. 提出我们的共识和理念
2. 思考共识之下，社区的种子用户是谁？并且吸引他们
3. 为我们的种子用户，设计我们的产品和场地，甚至是整个生态
4. 重复以上三个步骤

长期来看，通过不断的加速出具有 Spark Lab 代表性的创业者和创业项目来去形成一种 movement，来改变大家的 mindset

## 2. 共识

### 2.1 什么是共识？

#### 2.1.1 区块链角度，什么是共识

区块链 = 一套协议（Protocol）+ 共识机制（Consensus）+ 状态机（State Machine）的集合。

**协议（Protocol）** 是一整套规则的总称，定义系统的运作方式；

**共识机制（Consensus Mechanism）** 是协议中的一个子模块，专门负责“大家如何就系统状态达成一致”。

#### 2.1.2 我们对于共识的理解

- **共识作为品牌故事和文化基因的对外展示**
  - 所以，吸引人的
    - 是组织现在所形成的机制
  - 而正在打动的，让他魂萦梦绕的东西
    - **是基于他的现有三观 对组织现有共识的大部分同意**
    - 价值观、文化、审美（how good）以及生活方式…
    - 以及还有：**组织所保留的 对于他脑子里剩下一部分非共识 在未来被共识可能**
- 哪怕组织的改变不会发生，因为他可能会被说服
  - 但重要的是，组织不是像宗教一样的强制一致性
  - 而是能够“以自由探索为前提，以理性辩论为手段，以共识生成为结果”
- **最终的共识（一致性）是像一个乌托邦一样，是不存在的存在**
  - 最宝贵的是：**自由理性、动态进化**
  - 每个人在组织中都能成为知识的创造者、挑战者和迭代者
- 每个组织最吸引的是：
  - 他看到组织时，组织所达到的“共识”的状态
  - 这时的品牌不是基于最早期几个甚至一个核心成员强制成员接受的口号而是社区在发展中自然涌现的共识的外在表达。
- **所以组织或者机制/共识应该留有一个 buffer，一个很大的 buffer，甚至留有被重构的可能性最终也许是忒修斯之船**
  - 哪怕最初的每一块木板都被更换。

## 2.1.3 我们的共识 Ethos

### 2.1.3.1 Intro

Spark Lab 比起成为第二个 YC，更重要的是重新定义「创业」和「如何创业」。

就像 YC 最重要的其实是他传播出来的理念，影响了这么多人。

就像 IDEO 的 “Design Thinking” ， YC 的 “Make something people want。” , Agile Manifesto

**Spark Lab 就像是从 YC 这个创业协议 “分叉” 出来的一条新链，带着同样的构建精神**

但我们重新定义了一些东西。

我们认为 “**Everything begins with a Spark**” , then “**Make something people want**” ,

创业是一种表达，也是一种生活方式，你可以做令你兴奋的事情，以及过你想过的人生。

如果用 Blockchain 的语言，我们可以这么定义 Spark Lab



We are Spark Lab — a builder-first, spark-driven L2 fork of the YC protocol, optimized for the next generation of founders.

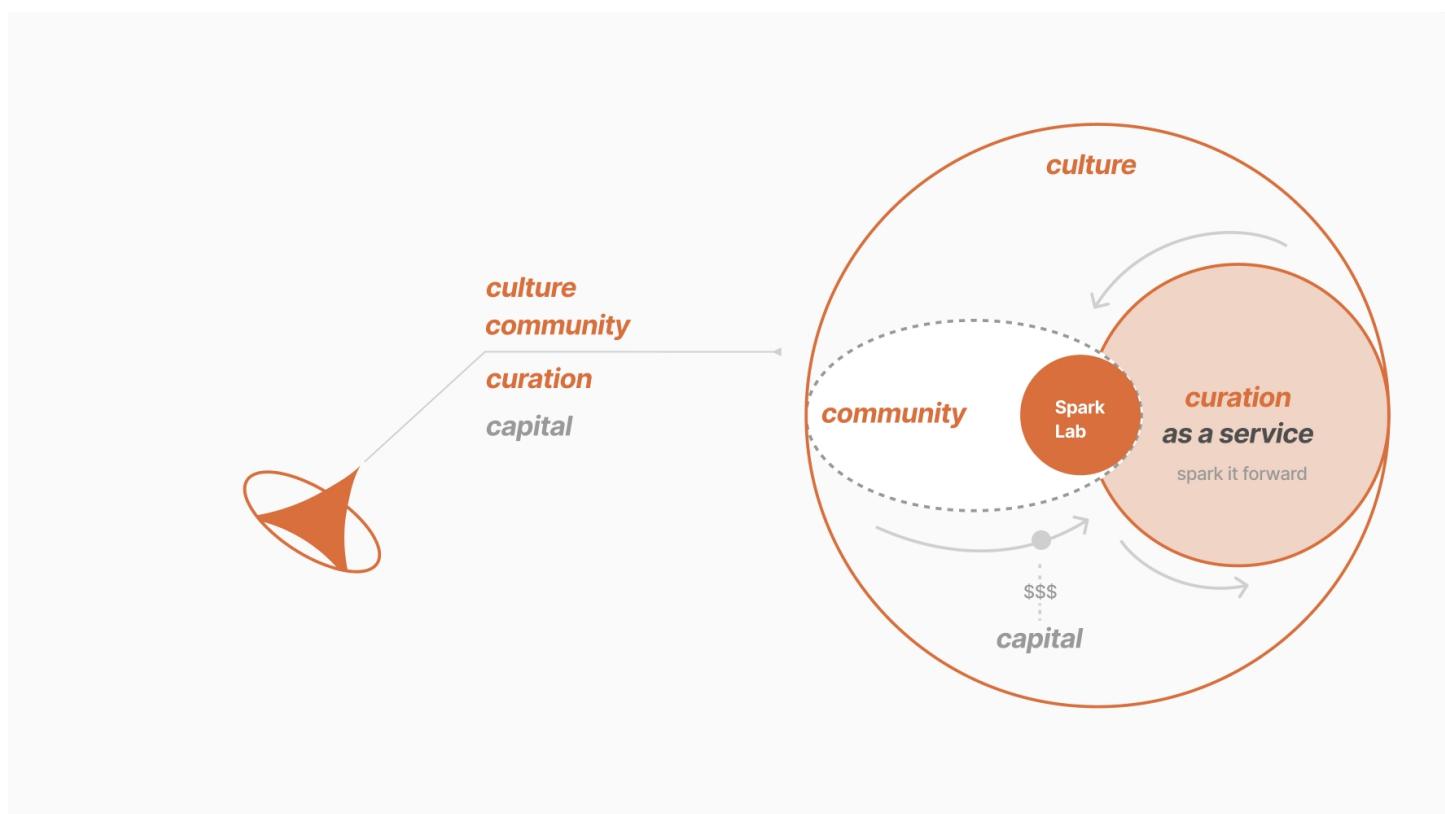
- 以 Builder 为核心，而不是投资人/CEO。做/build>PPT
  - 我们不是投资人，是投资 人
- Spark -Driven
  - 你真正想做和喜欢、坚信的事情
  - “**Everything begins with a Spark**”
    - “**Make something people want**”
- L2
  - 复制 YC 共识：选拔早期创始人，提供种子投资和密集辅导 的 Layer-2 分叉
  - 又插上差异化机制：更短周期、更年轻、更重 Spark

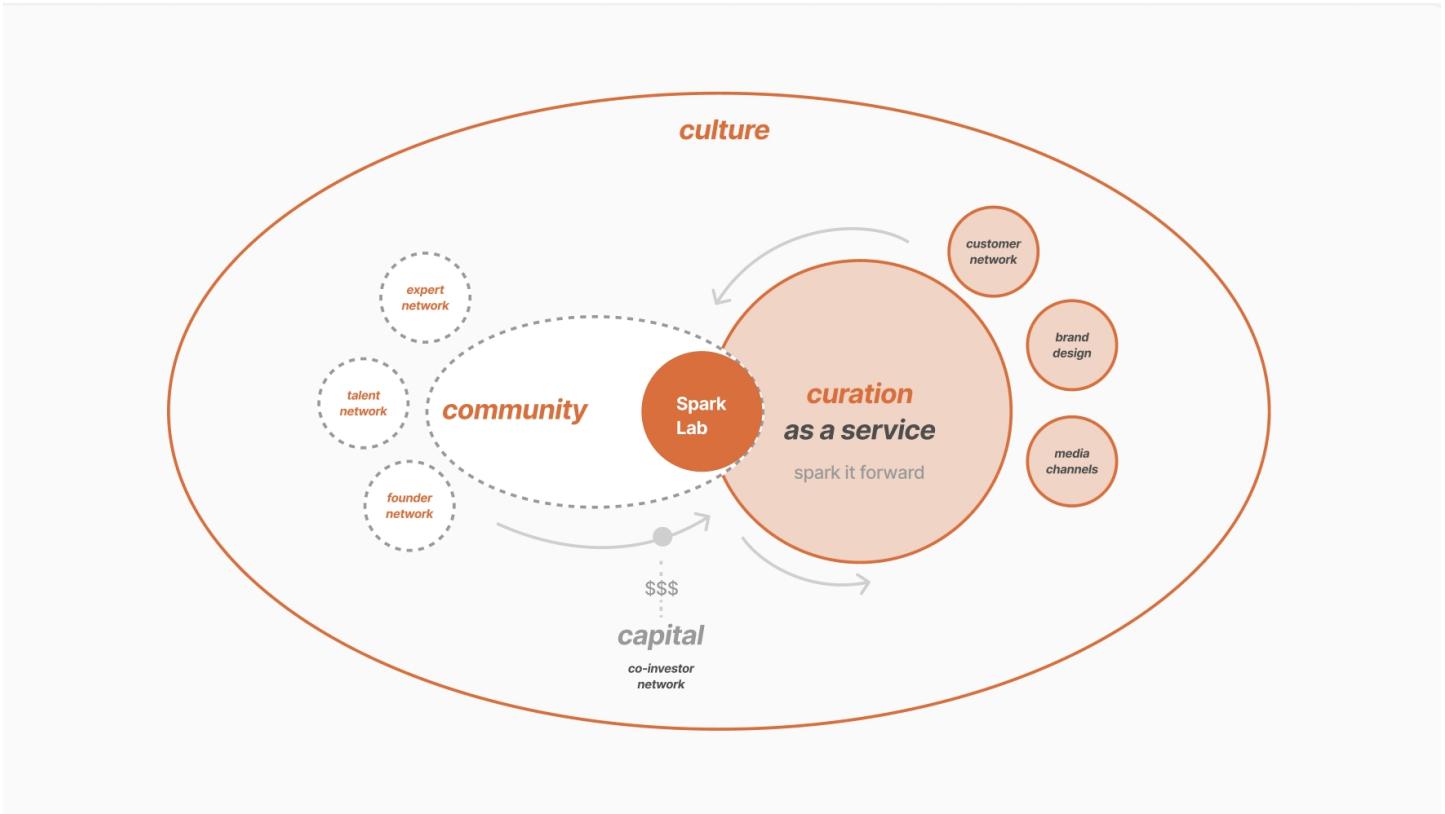
目标永远不是建立一只新基金或者加速器，而是打造一个为 Spark 服务的土壤，并且加速出推动人类文明进程的伟大公司和具有 Spark Lab 代表性的 Founder，从而建立 Spark Lab 的文化和共识。

### 2.1.3.2 Ethos

- [关于 Spark Lab | Build in Public](#)
- 品牌资产：
  - [品牌语义资产库-v2025-WIP](#)
  - [品牌「视觉」资产库-v2025-WIP](#)

## 2.2 怎么去搭建我们的节点网络





以“共识+社区”的方式组织构建者，激发 builder 网络的自组织与自成长能力。

- **文化共识 Culture**

- 品牌建设、传播叙事、视觉设计
- 构建语言、分发文化

- **节点网络 Community**

- Ecosystem/SL+
  - 潜在 Talents
    - | 转化成为 SL 的 Alumni 或者加入 Alumni 的团队
      - AIHH
      - 申请没有进入 SL 的创业者
      - .....
  - 合作方 Friends
  - Scouts/Intern
- SL
  - Alumni
  - EIR、LP

- **策展式支持 Curation**

- 策展和创业者支持

- 生态激励模型 Capital
  - 治理机制 激励机制
  - 设立生态基金、Grant、加速器、早期投资

## 2.2.1 共识先行：明确 Spark Lab 的“创业协议”

- 让所有 builder 都能清楚我们的共识：
  - Link: [关于 Spark Lab | Build in Public](#)
- 就像以太坊不只是技术，而是一套共享的构建哲学。

## 2.2.2 节点即人才：构建多层次的 Builder 网络

### 2.2.2.1 参考奇绩和 YC

在奇绩：

- 实习生 ≠ 替你干活的人；
- 实习生 = 进入奇绩 Builder OS 的“轻节点”；
- 这些人熟悉投资逻辑、看项目方式、执行力极强，很多后来进入创业轨道；
- 一旦奇绩投了项目，第一批建议的招人往往来自这批“信得过”的实习生/候选人池；
- 实质上，这是构建长期人才网络和创始人前置培养机制的一种方式。

我们可以类比公链的“轻节点/流动性支持者”，把实习生体系视为：

Spark Lab 的“Builder Talent Network”：集观察、培养、连接、赋能于一体的底层网络结构。

### 2.2.2.2 Builder 网络

Builder 类型	角色说明	
Scouts/Intern	发掘 talent 的网络探针	来自高校/社
人才池/AIHH	有构建经历的人才池	项目申请 +
Alumni	被选中进入主链的“原生节点”	留在网络中
EIR/LP	赋能节点	和 Spark L

Alumni = Spark Lab 的“Validator 节点”

- 他们是你协议的核心运行者：一边构建项目，一边塑造 builder 的理想形象；
- 要用制度 + 故事 + 工具包，让他们真正代表 Spark Lab 的 builder 方法论。

### 2.2.3 生态激励模型（可类比 tokenomics）

1. 创业方法论启发 Build
2. 参与 Spark Lab +活动，对接资源，提供早期帮助
3. 加入 SL 校友项目
4. Spark Lab Residency 赋能更深入
5. 投资支持

## 3. 种子用户

- 用户画像：
  - Spark：people mission fit，人事合一，找到了确定要做十年的 Spark，有自然的比较优势和痴迷的点，自己是自己产品用户
    - 我们寻找的，不是“已经成功的人”，而是：能将 Spark 翻译成时代语言与世界对话的人
    - 拥有强烈的内在驱动，将自我表达为起点，从个人经历出发构建产品，追求作品的独特气质与精神内核；他们极致且纯粹，在某一维度能够深度、沉浸式投入；秉持自洽的信念体系和哲学观，行事以真善美为底色，并对其保持天然敏感；他们的表达源于对自身和某个深刻问题的真实关切，渴望用作品回应世界、解决真正重要的问题。
  - Taste：内显，对于某个领域有深入的研究；外显，有独特的审美，对新兴艺术与科技的敏锐品味
  - Hackers&painters：科技和人文结合，artist、hacker、builder，design \* tech
    - 如果存在「科学」与「艺术」的十字路口，那么那个路口的名字会叫作「工程」
  - Consumer: 80% 2c/2Prosumer, Day1 Global
  - First Mover：早期的积极行动者，正在严肃的创业，全职，并且深度投入，强烈的主动性与行动力（High agency）
  - 团队办公情况：5 个人以内，在家里办公或者白嫖办公室创业
  - Traction：有一定的 Traction，ARR，VC 投资，合作方，有 GTM 的策略
  - 融资阶段：没有限定，大概率是有一些融了 1-3 轮，有一些是马上要融
  - Fit Lab/community：融入社区，愿意在 Spark Lab 的共同体中被塑造也塑造他人的人，要求全职入驻
- pmf->PMF/artist->founder->Artist
- 细分方向：
  - 音乐

- 运动
  - 潮流
  - 艺术
  - 健康
  - 智能家居
  - 情感陪伴
  - 社交
  - 教育
  - 效率
  - .....
- 有一个对外表述
- 
  - 富有创造力与好奇心 (Creative and curious)
  - 对新兴艺术与科技的敏锐品味 (Taste in emerging art and tech)
  - 强烈的主动性与行动力 (High agency)
  - 独立视角与真实判断力 (Unique perspectives and sharp judgment)
  - 内心的 spark，以及为之燃烧的雄心 (A spark — and the ambition to chase it)
- 高选择率：1% 录取率
  - 寻找的方法论：[创业者关系框架](#)
  - 哲学
    - 推荐：我有一个很强的感受，每个时代都会有一批群星 且这些人应该在大放异彩之前早就熟知。我们找的人，大概率他们彼此认识
    - 同温层：Taste、大方向、年龄、背景、野心相似；未来有合作空间，大方向类似，聊的来



Ref 是：

- 早期 Y Combinator 追求对痴迷、清晰和韧性
  - YC 投资的是创始人，而非想法。他们寻找的是创始人对问题的痴迷（“你是否亲身经历过这个问题？”）、表达的清晰度（“用几句简单、无行话的句子解释你在做什么”），以及面对困境的韧性（“分享学到的教训。YC 喜欢那些善于反思且坚韧不拔的创始人”）。
  - “你的公司将制造什么？”；“你为什么选择做这个项目？”；“请告诉我们你最成功地利用规则（非计算机系统）为自己谋利的一次经历”

- YC 对清晰度和“创始人-问题匹配度”的专注，提供了一个强大而务实的筛选基础，在此基础上，叠加其独有的“品味”与“科技艺术”的考量维度
- **Thiel Fellowship 寻找“非共识+行动力/执行力证据”**
  - 识别并解放那些被传统路径（如大学教育）所束缚、具有改变世界潜力的个体。它高度重视由行动支持的、激进的非共识思维。
- **1517 Fund 也押注于非共识，但是重点在人**
  - 作为 Thiel 哲学的延伸，1517 Fund 是“为辍学者、叛逆者、疯狂科学家而设”的基金。他们极度关注个体深刻的、个人化的驱动力，这种关注甚至在想法完全成型之前就已经开始
  - 他们的奖学金申请是一个 5 分钟的 Loom 视频，要求回答：“你是谁？”、“你为什么愿意为你的项目废寝忘食？”以及“一笔奖学金将如何帮助你？”。这是对真实性和热情的有力测试
- **Recurse Center：对自我导向、编程乐趣和社区精神的召唤**
  - 选择的是那些能够自我驱动、为编程本身感到快乐、并且乐于分享的社区成员。它明确表示自己不是一个加速器
  - “在过去一个月里，你学到的最令你着迷的事情是什么？”；“在 RC 期间，你想做什么？”；“你为什么想来 RC？在这里工作和你一个人工作会有什么不同？”。这些问题探测了申请者的好奇心、自我认知和社区导向
  - RC 的问题设计，在评估内在动机和社区匹配度方面堪称典范，SL 同样珍视“真实而自由的土壤”的 Spark Lab，应当改编这些问题，以探究申请者的真实动机、对协作环境或者 SL 社区的真实渴望

如何识别？

## 1. Spark

- Consistency/obsession 一致性/痴迷
  - 观察申请者“眼中的火焰”，判断其愿景和决心是否足够强大。
  - 做你的 Spark 的事情，会容易得多
  - 做大事比做小事更容易
  - 乐观、痴迷、自信、初心和人际关系是一切伟大的开始。
- 是否能用一句话清晰描述自己的 Spark（例如“我执着于 XX 问题”）？
- 是否能说明 Spark 来源于过往真实经历，而非空泛模仿？

- 是否能说出“如果不做这件事我会后悔/不甘”的程度?
- 基于过往经历和自我观察，做出带有强烈个人特质且**真实**的作品
- 享受你所创造的产品，你是产品的第一用户，享受这个过程以及用户带来的反馈
- **NO PMF, is FMF Founder-Market Fit.** “Build from who you are”, no follow trend
- **他们不仅构建商业公司，更致力于创造能反映其内心价值和审美判断的伟大作品**
- 正心：不搞奇奇怪怪的，而是就是一个正常人，正直的企业家
- 激进的长期主义
- 开源与分享
- vision->profession
  - 他应该足够专业
- Having a heart-led reason why you’re doing a thing (spite is fine too, this doesn’t have to be altruistic — any personal-experience-built emotional investment will do)  
做某事时要有发自内心的理由（怨恨也可以，不必是利他主义——任何基于个人经历的情感投入都可以）

## 2. Taste

- 拥有判断未来的能力
- 文化维度：这里的文化深度指创始人的思想境界和价值观格局。
- Content: 个人品牌和内容创造能力
- 中美两种 mindset 辐射全球
- 在重要思想、问题、见解和成就方面领先于我（如果很年轻：则领先于我同龄的人）
- 认真地提出最大的问题并尽力解答
- 提出问题使交谈对象更聪明、更具体
- 独立思考并持有经过验证的、非共识观点的能力。这并非为了叛逆而叛逆，而是源于一种从第一性原理出发、审视世界的独特视角。
- Thinker: 想的深
  - Understanding the question behind the question  
理解问题背后的问题

### j. the technological artist

- 我们找的是罕见的个体，能够游刃有余地行走在科技与人文的“十字路口”。
- 他们不只是制造工具，更是创造那些优雅、直观且充满意义的“艺术品”
- Technological artists、Hacker as artist、把复杂的技术变成像直觉般的艺术、media Lab, Lab for **Poetic Computation**

- 我们找乔布斯+沃兹尼亚克，或者找另一半：coding 与那些“懂产品、懂人性的需要、懂交互与界面重要性的人”之间存在 GAP & missing connection
- Taste 远不止于视觉偏好，它是一种在复杂的、难以量化的领域中做出高质量判断的能力，比如对问题选择的品味、对技术架构优雅性的品味、对用户体验的品味，乃至对沟通方式的品味。
- 评估一个申请者的“品味”，本质上是在评估其核心的判断力与决策能力。

#### k. 具体表现为：

- i. 有没有对某些领域有深入研究和独立见解？
- ii. 是否形成了独特的审美品位和做人做事的原则？
- iii. 在团队中能否起到文化引领作用？
- iv. 对人才有极高的 taste
- v. 通过实践和思考，形成最佳的问题品味
- vi. 我们会通过面试对谈、写作作品、平时交往观察等评估这一点。有文化深度的创始人往往思考问题不流于表面，能从历史、哲学、艺术等汲取养分，从而为产品注入灵魂。例如，乔布斯痴迷书法和禅修，最终影响了苹果产品的人文美学；OpenAI 的创业者受科幻和人类未来议题驱动，塑造了公司使命。因此，我们希望发现具备类似“灵魂维度”的创业者——他们不一定年长，但思想成熟度和格局远超同侪。这样的创始人在 Spark Lab 的氛围中也将是文化火种，推动整个社区的思想高度。

### 3. Hackers&painters

- a. 产品维度：这是较容易识别的一面，即所谓 Shipping 能力或产品力。
  - i. 它体现为：是否有很强的学习能力和技术/业务技能，能够把想法快速变成现实？是否对用户和产品打磨有执着的追求？很多人能提出 Idea，但少有人能真正把产品做出来并持续迭代。
- b. 我们会考察候选人的过往项目履历（哪怕是小项目）、技能清单，以及在压力下交付成果的可靠性。简而言之，就是“说到做到，日拱一卒”的能力。有产品力的人通常兼具创造和执行两种品质，他们可能在黑客松上 24 小时内开发出原型，或者在资源有限的情况下完成别人眼中不可能的任务。
- c. 通才
- d. 我担心他们可能在所有事情上都比我强，如果他们试图做我正在做的事情，我就会失业
- e. 在 $>=2$  件重要的事情上明显比我强得多

### 4. First Mover

- Build it

- 将想法转化为有形之物的内在冲动，一种“非做不可”的行动力。这是我们所说的你申请的前提是你得 Build “作为证明的项目”（Project As Proof）哲学的核心。它强调通过实际行动来证明能力，而非仅仅停留在概念层面
- Build in Public、交付产品 Ship It、行动优先、Do First、Project Sense、Builder-first、Project as Proof
- 展示一个已有坚实进展的过往或当前项目，是成功申请中最有价值的部分
- 一个已完成的项目，无论大小，都是一个蕴含丰富信息的数据集。它不仅展示了你的技术能力，也包含设计抉择（品味）、解决问题的思路、以及面对困难时的毅力。
- **项目本身是比申请者自我描述更具保真度的信号。**
- 申请问题的设计不应仅仅是确认项目的存在，而应成为一种工具，深入解读这个项目，洞察其背后的构建者。
- 整个申请流程必须围绕一个核心的项目提交来构建，并通过一系列问题，引导申请者解构自己的作品，从而揭示其构建过程与思考深度。

- 愿意 commit 时间

- Having an early rock bottom experience and persevering (more of a commonality than a quality)  
拥有早期的最低谷经历并坚持不懈（更多的是共性而不是品质）
- Fast processing speed and ability to update beliefs/identity quickly  
处理速度快，能够快速更新信念/身份
- 将资源集中在少数你坚信的牌局上；这话说起来容易但显然做起来难。你可以抛弃的东西远比你想象的要多。

- 快速行动

- 如果决定做正确的事情，就放下一切，不停地做一件事
- 一周占一年的 2%
- Writing well, quickly 写得好，写得快
- 快速行动能让你专注于重要的事情；没有时间去做无用的事情
- 通过行动来证明。为了这个热爱，你做了什么？你为此承担了什么风险？因此，一个更有效的测试方法是，询问申请者在何时、因何种信念而采取了与主流相悖的行动，并探究其带来的后果。这能有效地区分“聪明的观点”和“经过验证的信念”。
- 学习速度非常快，你可以从他们的行为中看出来
- 信守承诺
- 有效沟通获得资源的能力
- Ability to make people feel good around you  
让周围的人感觉良好的能力

- 身体控制维度：这是 Spark Lab 特别强调的一个非传统指标。我们希望创始人具备良好的身体素质和习惯，以及在极端环境下控制自己身心状态的能力。为什么身体控制重要？首先，创业是一场长跑，充沛的精力和健康是基本资本；其次，克制力和毅力往往通过身体训练获得——坚持晨跑、定期健身、按时作息，这些看似与业务无关的小事，实则反映了一个人对自我欲望和懒惰的战胜能力。有研究和投资人观察指出，创始人的性格和习惯可预测创业成功；那些高度自律（比如每天清晨 5 点起床锻炼）的创业者往往更能带领公司走出困境。Spark Lab 会用多种方式评估身体控制：例如询问作息和锻炼习惯、设置体能挑战、观察在驻营活动中的表现等等。一位能够在高压环境下依然保持晨练、按时冥想的创始人，大概率也能保持公司在动荡市场中稳健前行。“克制”在此再次体现：能管住自己的欲念（不纵容拖延、不过度沉迷安逸）才能专注于长期目标。这一观点也呼应前述投资人龙宇的理念：在不确定性中保持克制，是这个时代新的美德。

## 5. Fit Lab

- a. 愿意为社区贡献 Gifting
- b. 我们注重真实：你看到什么、听到什么、做什么、和谁在一起，有一种从心灵深处满溢出来的不懊悔、也不羞耻的平和与喜悦，**与之相对的是脱离自身经历和实际体验的“宏大”和“绩优主义”。**
- c. 是否曾在团队、社群中长期协作，有实际贡献记录？
- d. 是否能提出对 Spark Lab 的反馈或共建建议？
- e. 是否有意愿在未来贡献内容 / 引导 / 带领新一代 Spark 创造者？

### 负面指标

- 仍处于 idea 或“PPT 创业”阶段，尚未验证核心需求或原型；
- 表演型创业者或者孔雀型人格
- 仅具商务背景、缺乏核心产品技术负责人；
- 不愿参与线下共居、不适应高密度反馈的创业节奏；
- 抱持“投机心态”或不认同 Spark Lab 所强调的长期价值观建设。
- 低级错误

## 4. Spark Lab 产品是什么

### 4.1 我们为什么开始

阐述 Spark Lab 的理念、从各个角度分析我们为什么要做这件事情，Spark Lab 的 Ethos：[关于 Spark Lab | Build in Public](#)

- 我们自己都是年轻的 artist、hacker、builder
  - 我们有自己的创业理念和生活方式。
    - 突然有意识到科技创业，不应该完全听用户的，不应该完全基于商业和投资人，更重要的是要像艺术家一样需要找到自己感兴趣以及你自己真正想表达的事情，从自己的需求出发，**创业要从 Spark 出发，创业是一种表达。**
    - 过去的很多年轻创业者，被裹挟在“该做的事”里，逐渐失去了对自己真正渴望之事的感知力。这个时代的问题，不是缺少渴望解决宏大命题的雄心壮志，而是宏大叙事往往遮蔽了本能的火光。在硅谷，似乎，打造一家独角兽公司，成了人生价值的唯一衡量标准。为了成功，“赢下来”成为必选项，“不择手段”也逐渐合理化。融资成为创业的唯一目的，创始人花更多时间在社交媒体上打造人设、表演给 VC，而忽略了最核心的东西：你到底为什么要创造？**我们相信，真正推动时代的，从来不是那些看起来最聪明的野心家，而是那些内心深处燃烧着 Spark、却一度在时代浪潮中找不到出口的年轻人。**
    - 我们相信，**创业、生活、人与人之间的连接都建立在「爱」的基础上，而非功利动机。**如果创业的目标仅为财务回报则难以长久，唯有真正的热爱与痴迷，才能带来持续的创造与深度的穿透。
    - 同时，AI 正在催生一种新模式，让初创企业的创始人比过去年轻得多。**年轻人们可以不再去做那些没有太多意义的工作，而是创办或者加入一家创业公司。**越来越多的年轻人可以开始创业，而我们可以只是提供一个简单撬动大家的东西。
  - 我们为自己设计产品，我们这样的 founder 一直没有得到应有的支持，传统的投资机构就和大型的电影集团一样，只支持哪些流行的、稳妥的、已经被证明的成功模式，只看大厂 title 和成名的创业者继续创业，没有什么人支持那些 outliner 和 creative 的 artist，于是**我们想做一个这样的组织来支持我们这样的 founder**
  - 于是，就有了 Spark Lab。并且**想通过支持那些和我们相似的年轻创始人让更多人认可并传播我们的创业理念。**
- 
- Reasoning: [目在没入看见的地方，我们在经营 Spark Lab ep.01 松节油 | S3 & S4 开启招募](#)

## 4.2 目标和哲学 | 我们想成为什么



- 不急着投项目，而是先成为**年轻创始人最想来的地方**。成为年轻创业者唯一选择的加速器，**成为年轻人的 goto。**
- 从而吸引最 top 的符合我们价值观的年轻创业者。
- 从 Spark Lab 的 native 理念出发，寻找我们的种子用户，设计独属于我们的 Spark Lab 产品，让更多人知道我们的产品和理念，从而加入 Spark Lab。

## 我们的 Spark:

- 在创办 Spark Lab 的第一天，我们就明白这是一件以十年为刻度的事情。幸运的是，我们并非为了金钱才开始这段旅程。我们只是对创业公司本身充满痴迷。
- 从 2024 年开始，我们找到了属于我们的 Spark，也开始了那件最让我们着迷的事：**支持更多人去创办属于他们的公司以及构建一个让创业者有认同感，参与感和归属感的社区。**
- 正是这样的初心，让 Spark Lab 成为今天这个**独特而坚定的存在**。

从目标 Vision 出发，我们究竟想成为一个什么样的组织？



我们更像是一个科技文化公司，而不是传统加速器。

我们一方面学习驻地加速器 Founders Inc、HFO 的社区和生态；另一方面学习独立电影厂牌 A24 包括一些消费品塑造文化的品味。

**我们希望通过驻地加速器的模式形成社区，并且支持 Spark Lab 代表性的创业者来推进运动诞生**

加速器是什么？

- 加速器本身是明确的时间线，有既定的规则，有预期的产出，像流水线一样，输入早期的项目，输出成熟的项目

社区是什么？

- 社区的基因是有机的，自下而上生长的；

我们的产品哲学

- **社区作为灵魂，加速器作为手段**
- 社区是**长期的**；一个人可能很容易离开一个加速器，但是很难离开一个真正的社区
- 用社区的基因来重新设计我们的产品形态，可以把 Residency Cohort（加速器的模式）作为一种**进入社区的仪式**。仪式的目的**不仅仅是产出，而是连接和认同**
- 去中心化，我们要空出一些控制感，留出部分 buffer，**社区不是被设计出来的**。相信社区成员有能力创造出比我们预想的更好的东西

- 社区不是家，社区有他的**规则和价值观**，筛选一部分人，违反的人会被赶出这个社区

所以我们的目标

## 1. 如何形成社区

- a. 如何凝聚一批潜在可以成为社区种子用户的人
- b. 如何设计社区共识
- c. 如何增强大家之间的 bonding

## 2. 如何 **10x** 加速大家（营收、估值、存活率）

- a. 驻地模式
  - i. Stealth
  - ii. Speed
  - iii. Subtraction
  - iv. Synergy
- b. 文化引擎

## 4.3 如何设计产品

### 4.3.1 抽象的产品设计方法论

<https://fcno6t1gx32s.feishu.cn/sync/SOdqdgo8UsfqrtbPyCqck7fFnDg>

### 4.3.2 具体的产品设计方法论 | 我们提供什么价值

<https://fcno6t1gx32s.feishu.cn/sync/QrtbdSBbKs6kDXbvvEFcqGQynBd>

### 4.3.3 产品和品牌结合

- 品牌一致性体现在三个方面：战略一致、表达一致、体验一致
  - 战略和表达一致，表达和体验一致
  - 战略：宏观战略
  - 表达：文字、视觉、声学
  - 体验：
    - 线下仪式感、空间风格、周边物料（e.g. 别人一看就知道这是 Spark Lab）、互动感觉、工作规则与筛选规则（e.g. 别人一看就知道这个创业者是 Spark Lab 的）。
    - 每个可被感知的细节都要能“盲测认出是 Spark Lab”。

- 品牌： Spark Lab 品牌

## 4.4 具体产品设计

目标->产品设计

我们提供一个帮助 **founder 10x 加速的驻地加速器和文化引擎**

| 驻地加速器和文化引擎来帮助 founder 10x 加速

It's time to burn your old stories, so Spark Lab can write you new ones.

<https://fcno6t1gx32s.feishu.cn/sync/YphqdN2IBsUPOhbutoZclc4knuh>

### 4.4.1 Culture

### 4.4.2 Community 驻地加速器

#### 4.4.2.1 空间

- 这是一个 builder 的场域：
  - 当我们谈论空间、项目、陪伴机制时，我们不是在为创业“赋形”，而是在为 builder 们留出真正可以建造的场域。**我们在意的，是谁在现场，谁在推进，谁在用自己的节奏画出作品——即便手上还沾着松节油。**
  - 为那些有「非做不可的事情」的早期创业者设计一个理想的创业驻地，将 Spark Lab 的哲学转化为切身可感的日常体验。
  - **世界不需要一只新基金或者加速器，但是需要一个地方给 builder 们来建设未来。**
  - 世界需要一个能承载灵感流动、作品诞生、文化生长的“容器”，Spark Lab 提供的每一寸空间，都为此所准备
  - **最好的创业场域是“在施工现场”，而不是“在演说会场”。**真正的创业者不需要被孵化，也不需要被教导。所以我们相比于传统加速器的流水线，我们专注于做减法。
- 塑造进入到一个完全不同的新世界的气场。在这个 Lab 容器里，空间是扭曲的，时间是扭曲的，有且仅有一件事情重要，就是去实现你离开后要实现的目标。而且我们会想办法告诉你，这个空间就是有效的，你在这里你就是可以做到的，只要能营造出这种感觉，都会发生一些魔幻的事情
- 在这里可以嗅到成功的气味：<https://mp.weixin.qq.com/s/O4cs9j56SoaRCYTSDZE6AA>

- 「我曾在 Stripe 和 Figma 的早期阶段工作过，那种空气里隐约弥漫着「魔法」的气息，我在 Cursor 又闻到了。如果你体验过那种感觉，你就知道它有多让人上瘾。」

- 具体场地信息：[同场地](#)

#### 4.4.2.2 Credo

spark, stealth, speed, subtraction, synergy, spark it forward

##### 1. Stealth

- a. 创业者消失 42 天，半封闭式，创业项目加速
- b. 拒绝冗余社交，把关系深度>广度。不要被其他社交媒体那些 noise 影响，不要成为创业表演家，各个创业活动露面，PR，吹牛逼的人。我们不强调 title，我们只强调作品
- c. 暂停不必要的会议/兼职/媒体曝光，把所有精力投入屋内；我们本身已过滤掉大部分噪音
- d. Exclusive, Founder-only
  - i. 没有 VC，不允许投资人、媒体入内
- e. 我们也不会安排 Demo Day 路演，因为我们不希望创始人奔波于管理投资人和被社交媒体影响，所以我们这里也不欢迎除 founder 以外的任何人，没有噪音。**鼓励创业者不要奔波于向上管理投资人，但当你真正需要融资时，我们会直接把你介绍给我们最信任的 VC 合伙人**

##### 2. Speed

- a. 我们设计了「42 天，每周一次迭代的模型」来加速大家
  - i. 设立周目标→公开承诺：利用 Ship it Monday 的舞台把目标讲出来，群体见证能大幅提升自驱力
- b. 我们希望大家先是动手、推进、解决问题
- c. 在日程安排上，没有杂七杂八的课程
- d. 节奏很重要，我们也帮助创业者 zoom in/zoom out
  - i. 为什么还是说 Speed，是因为我们得先有 Speed，再有节奏
  - ii. 有经验的按我们的节奏来做创业项目
- e. 需要团队内部信任和目标一致之后的速度

##### 3. Subtraction

- a. 提供舒适的场域和 vibe，土壤和氧气让大家加速，我们在生活办公上帮助大家做减法
  - i. 把生活空间当做办公室

- 在一家成长于公寓中的创业公司里，创业者可以：随意调节工作时间，穿最休闲的衣服工作。可以随心所欲地访问网上信息，无需担心会被老板抓到。故作愉悦却索然无味的办公室语言被换成怪异的幽默。如果一个公司处于这种状态，那么其生产力一定会达到最高峰

1. 硬件工作室
2. 媒体工作室
3. 娱乐设施
4. 24/7 健康的吃喝

- b. 初创公司优先级非常重要。要收敛，大公司最大的问题是资源太多，就觉得很多事情都可以做，但是创业公司要把手里有限的资源放到最想做的事情上
  - i. 做产品有一个 secret 是删除，重要的不是做什么，而是不做什么
  - ii. 团队应该 All in 做一件事情
- c. Lock-in, distraction-proof

#### 4. Synergy

- a. Community is the new mentor
  - i. 同批同价值观创业者，志同道合者 peers 互相激发，「社区」解决微观问题
    - **互助式成长网络**
      - 社区内自发互相帮助，形成自下而上涌现的集体智慧，经验方法论形成中台加速孵化，产生加速器的网络效应；经验沉淀 → 方法论共享 → 新人加速孵化
      - **社区成为新的加速器中台**，形成 network effect
      - 互相帮助，互相兑换资源
    - 用“同吃同住”打造更紧密的人际连接和深度合作关系——**深度协作、长期陪伴**
  - ii. EIR，顶级创业者来支持
  - iii. 提供安全感、归属感、力量感、信念感的社区场域。
    1. 长期的精神属地，在这里加速失败，鼓励重启，提供空间、文化、归属、反思。不只是为了项目增长，更是为了让创业者在构建中成为真实的自己。对失败、混沌、探索给予空间，而非只看 traction

#### 4.4.2.3 社区

- 哲学：当艺术家聚在一起时，他们谈论在哪里能买到便宜的松节油。
  - **社区层面哲学：**

- **Spark Lab 的最小单位是「人」而不是「项目」**，我们不是三个月结束就 say goodbye 的加速器，而是一个长期的文化精神属地，在这里加速失败，鼓励重启，提供空间、文化、归属、反思。
- Spark Lab 是一个部落，一个终身制的校友社区，有属于自己的精神文化与共识。
- **我们从来没有为大家建立社区，而是和大家一起建立社区。**
- 一家书店的气质由它不卖什么书决定，一个社区的气质也由他不让什么人进决定。对我们来说，我们工作的一部分在于找到合适的创始人加入 Spark Lab，并且和大家一起建立社区。
- 我们始终相信，一个真正有生命力的社区，**不是无限包容的乌托邦**，而是一个有共同语言、信仰与边界的精神聚落。我们欢迎探索、试错和质疑，但不欢迎破坏、消耗和表演。我们制定了明确的价值共识和社区规则——违反社区规则的参与者，会被暂时请出 Spark Lab 的校友网络，但我们也同时提供明确的复议渠道和再申请机制。
- 我们认为我们仍然是 founder，始终站在 founder 一边。我们唯一和 VC 相似的地方，是我们也能提供资金支持；但我们和他们最不同的地方，**是我们又像是一个大家庭**。在一个投资人越来越看起来“冷酷无情”的时代，我们仍然关心创始人的生活、创作，甚至他们那些看似微不足道的小问题。**我们希望做那个第一批相信你们的人**。即便还没有做出“成功”的东西，尽可能的帮助到大家，不添乱。
- Spark Lab 依然是一家初创公司，我们远不完美，也还有很多不足。和你一样，我们也是一群还在试错、还在构建、还在相信的人。一直在路上。我们也一直在持续学习，如何更好的支持年轻创业者。我们从未觉得自己站在你前面，也不认为自己拥有答案。但我们是一个愿意陪你一起寻找答案的地方。

- **Make Friends 哲学**

- 通过用一些理想主义，文化设置一条 Value Alignment 线，把一群底色相似的年轻人丢到一个地方，一起做一些稍微困难并且有意思的事情，他们会产生成友一般的感情和极致的快乐。至于具体做什么，不重要。
  - 一些年轻人问苏格拉底怎样快乐，苏格拉底让他们造一艘船。
- 这世界上有 60 亿人，就算你的 soulmate type 十万里挑一，这世界上也有 60000 个人可以做你最好的朋友，即使排除年龄差距太大和文化差距太大，怎么也能剩下几百个，而通常人类也只能维持一百多个亲密朋友。所以社交的难点并不是如何交朋友，如何培养感情，或者如何和朋友相处；而是如何找到，并分辨出自己的 soulmate。小世界是一个极好情境。
- 小世界本身就是筛选过的，一方面是谁会选择报名的 self-selection，另一方面是录取考量的 organizer-selection。前者在保证大家的理想和价值类似，后者根据组织者不同哲学，可能会去考虑多样性，或者参加的基本实力门槛（比如经历，数学能力，英语能力，etc）。两种筛选结合，则来参与者大概价值观和实力会有所类似。互相之间是通常来看的交友的极好人选。

- 小世界创造了一个 easy 社交的环境，可以帮助参与者进一步辨别其他人。
- 这样一个契合人比例高，攀谈容易，细聊有空的场合，极大提升了社交的效率，和效果。这些朋友有一些可以在活动之后进一步 shape 当事人的圈子，从而产生更长久的影响。

- Friends

- 与少数近似阶段的团队形成深层连接。

- 提供最 selective 的 community，只筛选 10 个 team。Build with the crazies 我们是一群选择了相似冒险的疯子。
    - 深度结盟室友：主动与同批创始人建立“每周固定对话”，让离营后依旧保持互助；小批次优势正在于可“全员熟脸”。
    - “离开后依旧与数位室友维持每周通话”，这种长期网络是 YC 大班制难以复制的“超额收益”。

- EIR 泛的人脉网络 150+

#### 4.4.3 Curation

| 我们是怎么做 Spark Lab，我们也会为我们加速的项目提供什么样的服务；

1. **审美加成和用户继承：**获得品牌公信力，审美品味的加成。我们运营那些已经形成强品牌信任、粘性的自有媒体渠道，同时通过线下的活动形成一定的社区用户，并且开放给我们的校友。
  - a. 被 SL 选择，被小红书选择就是「公信力」。Spark Lab 校友的身份，声誉和“站在未来前沿”的身份
  - b. 让用户形成愿意消费 SL 出来的产品的消费习惯
2. **品牌设计建设和叙事势能：**在 residency 期间，我们没有传统的 demo day，而是给每个团队提供一次「总有一天我会买下所有报纸的头版头条」的发布日，包括
  - a. Launch 产品发布 Launch as a service（我们拥有叙事的技艺，知道发布一个打动人的故事是怎么样的），帮你主导时间线
  - b. Brand
  - c. Comms
  - d. Growth
  - e. Amplify

Motion	Scope	How we help
Launch (发布期)	前期策划 (Pre-production)	与被投公司 (PortCo) 一起构思、迭代并最终确定简报 (CBs)。
	制作 (Production)	管理现场拍摄；与合作方、摄影指导 (DPs) 及摄协协作。
	后期 (Post-production)	负责剪辑流程与交付周期 (editing workflows & turnaround)。
	文案 (Copywriting)	为发布期起草并统筹所有社交平台文案。
	社媒放大 (Social media amplification)	联动影响者、付费 KOL、主题页等，放大首发声量
	活动 (Events)	作为发布的一部分举办线下 (IRL) 活动；提供资源/私域/背后渠道邀请 (backchannel invites)。
Brand (品牌)	视觉识别/品牌探索 (Visual identity / brand exploration)	完善品牌资产库，明确品牌定位和叙事体系。
	Deck 设计 (Deck design)	为创始人制作打磨过的演示/融资材料。
	网站 (Website) *	从零到一完成网站搭建 (端到端)。
Comms (传播/公关)	叙事定位 (Narrative positioning)	产出以下之一：(1) 官网文案 (website copy)，(2) 销售/路演材料 (sales deck)，(3) 信息屋 (message house)。
	投资者沟通 (Investor comms)	向投资人网络展示阶段性进展与势头 (momentum)。
	公关 (PR) *	定制策略、媒体投放与当日同频报道 (same-day coverage)。
	媒体培训 (Media training) *	训练创始人进行访谈与播客出镜前的准备。
	互联网媒体 (Internet media) *	争取在网络媒体上亮相，例如 TBPN、Molly 等。
Growth (增长)	小红书平台内部 ks 流量支持	小红书平台流量
	付费 SEO (Paid SEO) *	提供关于 SEO、GEO 关键词与搜索流量的全方位建议。
	社媒/内容策略 (Social media / content strategy) *	为 X、LinkedIn、Instagram、YTTT 等渠道提供增长策略咨询。
	GTM 策略 (GTM strategy) *	制定 6-12 个月的 GTM 策略文档；随后 4-8 周以“周例会形式”每周例会跟进，帮助团队按节奏推进。
Amplify (放大)	内容制作 (Content production) *	协助拍摄并制作音视频内容。
	广播/转发 (Broadcast) *	在我们现有渠道上二次分发被投公司的内容。

3. **人才生态系统：**我们通过 culture-community-capital 的生态，形成符合共识的人才网络，帮助大家搭建早期团队。

#### 4. 其他

##### a. Office Hour 战略支持

- i. 善用合伙人与 Visiting Partner：我们邀请顶级的创业者 EIR 等行业专家驻场，对技术或业务 pivot 提供即时指导；

## ii. 帮助年轻 artist->founder->Artist/pmf->PMF

- 创业 onboarding 101
- 帮助你 business 和增长

## b. 融资（要比 FA 做的更好，更 solid） Network

- i. 硅谷 Network

## 4.4.4 Capital

### • Funding

- 足够的钱让大家可以 all in，有安全感
- 我们是创业者的第 1 信任人 First Believer 与长期伙伴，提供启动资金和完善资源
- 在创业初期，资金固然重要，但更关键的是一个支持创新、加速失败的环境，以及坚定相信创业者的人

## 4.5 生态模型 (MKT-Ecosystem-Platform)

<https://fcno6t1gx32s.feishu.cn/sync/UKGXd5jlYs8so1bcEVJcr9ownrf>

## 4.6 核心产品结论

### 4.6.1 产品设计的核心思考

- Q: 我们要不要做暑期的项目?
  - 先把最核心的项目做好，先专注手头再发散，不确定暑假会不会有稳定的
    - 暑假项目可能会有学生在暑假
- Q: residency 的编号怎么设计?
  - 至始至终我们就一个核心产品线在跑，S1 S2 都是 mvp 版本，保留叫法没有问题，这是传承也是迭代。
- Q: 要不要保留 20 岁的设定?
  - 取消，在外界没有摆脱 SL 年轻人高中生大学生的印象之前最好不要出现任何关于 22, 20 这种年龄的字眼，只会进一步加深固有印象
- Q: 加速器最核心的资产是什么?
  - 在这个市场上，最重要的还是项目；好的项目不缺退出机制，如何掌握好的项目最重要；比如 SL，如果 SL 就专注一部分群体，能在这部分种子用户里做到 top1，如果这些人会成功，那么 SL 就会成功
- Q: 海外的加速器口碑排名 | 加速器的核心价值

- tier 1: YC
- tier 1.5: HF0、SPC、Z Fellows、Neo、Prod
  - 2022、2018、2020、2017
- Tier2: founders inc, ODF
  - 2021
- Tier3: EF, Antler
- 但是其实 program 就只有 YC 做的好；HF0 和 SPC 是有思考 program 要怎么做的。（听说 neo 和 Zfellows 项目涉及都很差）
- 大家去加速器的诉求，基本上为了获得 network（背后逻辑是，本身 network 强，有好项目，好项目，又带来更好的 network），network 可以帮助大家融下一轮以及找到客户；但是 HF0、founders inc 给了一个不同的思路，帮助大家做产品，提供场域
- Q: incubator or accelerator?
  - Accelerator
    - 我们最核心的是提供 residency 和 社区
    - 驻地加速
- Q: 加速器如何筛选?
  - 提前收点数+投资 safe
    - YC、HF0
  - 需要让大家付出一些东西，作为社区的 commitment；但是不能增加门槛，增加过高的门槛，本质上是逆向筛选。要做到让那些认可理念的人“丝滑没有阻力、没有负担”的可以进入。
- Q: 如何防止被绕过?
  - 进来的大家，我希望大家专注三个月，三个月不要去见、找任何投资人，我们会签一个三个月保护期，三个月到，我们会把最好的投资人叫过来给大家；
- Q: 要不要以 Cohort 还是随时都可以进?
  - **Cohort 会有稀缺感和奢侈品，不能变成随时随地都能进的，变得廉价。** Founder inc、SPC、NS 这种虽然看起来随时都可以进，但是在吸引力、影响力上面会弱于阶段性开放的 residency 们
  - residency 模式并不代表就是三个月就 say goodbye，也可以搭建良好的校友网络和后续的 connection
  - **Cohort 会更有校友社区感，但是需要重度运营后续社区**
- Q: 要不要办公空间和住宿在一起?

- 住宿的运营成本投入这么大（一期 cohort 成本很大），我们自己不选到很好的项目，并且从中占到足够多的份额，以及投入更多，是打不转的，所以 HF0 用非常好的 terms 选特别好的项目（每个项目 100 万美金）
- 既有办公空间又有住宿的场地有一点难找（很难找到更多面积的场地）
- 我们想象的 Spark Lab 应该是怎么样的
  - 要离上海市中心比较近
  - 有一个很酷，很 culture 的空间
  - 校友们可以经常过来
- Q: yc 的商业模式在中国的投资这么恶劣的环境是非常难的
  - 没有现金流，需要更长时间和资源补充
  - 别期待长期赚很多钱，要思考长期的，维持经营
  - 要更加省着花钱，或者寻找不会违背意愿的补贴（政府），或者其他投资退出方式
- Q: 如何思考竞争？
  - 最重要的其实是 vision->profession **要稳健的经营**
  - 经营 3 年，其他竞争对手自然就会都离开，做不下去；因为我们本身就是一个很长周期的时间
- Q: 思考我们的买方是谁？
  - 让我们的 LP 觉得花钱花的值得 which means 如果在内部需要花更多时间才能做到我们这样子
  - 政府，浦东+hillhouse，徐汇+红杉，这些需要更多内容
    - 政府没有高利润 没有议价权 但是细水长流
  - vc? 中国 VC 快死了
- Q: 一年几期？
  - 核心要把这个变成奢侈品，不能太多；如果太多，就会有心理：为什么我不能参加下一次，为什么要这次来
  - 不要对外 promise 我们会有多少期，不要让大家觉得我们会有下一期，要让大家觉得名额很少，错过就是要等很久
  - 同时空出一段时间，来做调整，一定是需要很长时间来做复盘和调整的
- Q: 一期多少时间？
  - 看用户，我们可以预设一个，但是具体是多少，应该由用户决定。
  - 42 是一个好数字
- Q: 社区和加速器如何平衡？
  - 不能用 home 这个词；
    - home 的特点是无条件的爱

- 我们应该要有退出机制（好的 community 要有退出机制）
  - 要明确的表示，价值观的 guidance（不符合价值观的就退出）
  - eg：不要把公司当家
- Q：如何做社区？
  - 最好的做社区的方式，就是相信你的社区成员能比你做的更好
- Q：如何涉及社区退出机制？
  - 违法共识，以及违法公序良序的就需要被退出，同时有再次回来和申诉的权利（不要过度）
- Q：如何平衡加速器里的竞争和激励？
  - 我们对于所有人的帮助应该是统一一致的，资源应该是共享，并且是互帮互助的，帮助每个人；而不应该是竞争的
  - 我们通过每周的公开设目标来激励大家
- Q：是不是要分组？
  - 分组会有一定的竞争和配合
  - 但是也会只熟悉组内的成员，而不熟悉组外的，而我们本来就很小组，其实不需要分组
- Q：对于其他没有办法来我们 residency 的项目和创业者，但是想拿我们的钱？
  - 合适的推给小红书，核心还得来 SL Residency

## 4.6.2 产品推进中遇到的问题

- 存在一些比较成熟的创业团队，都是已经经历了一些线下的打磨，租了办公室，或者租房了，那他们来我们这里的选择成本变高了（因为本身租房成本都没有变）
- 有一些团队，会需要频繁的跑厂商，所以需要呆在硬件

## 4.7 用户流程

### 从目标出发

#### 1. 如何形成社区

- a. 如何凝聚一批潜在可以成为社区种子用户的人
- b. 如何设计社区共识
- c. 如何增强大家之间的 bonding，增强认同感

#### 2. 如何 10x 加速大家

- a. 驻地模式

- i. Stealth
  - ii. Speed
  - iii. Subtraction
  - iv. Synergy
- b. 文化引擎
    - i. 审美加成和用户继承
    - ii. 品牌设计建设和叙事势能
    - iii. 人才生态系统

- Sourcing → Admission → Residency → Community
  - 回 SL-用户体验地图-20251014
- 

### 4.7.1 Sourcing

- 回创业者关系框架

### 4.7.2 Admission

- 回 JoinSL

### 4.7.3 Residency & Community

- 总执行文档：回 通用执行文档

## 4.8 brainstorm 区 | Cache

- 最紧急可以做的
  - 内容
    - 可以做一些内容产品，如书、campaign
      - 科技潮流高审美种草版的何同学：线上安福路
    - 线下科技潮流买手店（集中出售我们孵化的项目产品）
  - 投资
    - 天使的 network 圈子，可以一起 coinvest
    - 如何窜一个 00 后投资人小圈子
  - Ecosystem

- 我们家可以做一些私密的小活动，小 party
- 可以做一些 founder dinner
  - 不只是针对创始人，也针对，大项目的核心成员，潜在可能准备出来创业的
- 深圳，带一帮海外的 founder 来深圳
- 可以集中找一些顶级美元基金，我们帮你的项目，做投后，你可以推荐你们最好的项目过来
  - 锦秋、红杉、真格、绿洲、IDG、高瓴
- 对外 bd 一些硅谷团队，说服他们回国 build，可以更低成本，招人，招到靠谱的人。把产品做好，再回去融资
- AIHH 延伸
  - 在明年 7 月份，搞定 16000 平的那个场地，用作 incubator
  - 关键是大家能不能看到稍微比你前面一点的创业者，从而增强自己的信心
- Community
  - 我们可以排一个校友推荐榜单，每次谁推荐最多，给一个荣誉；每个人奖励一台 iphone 17
- 产品
  - 黑客驻地工作室
    1. 大方向：科技+高审美（**有消费能力的年轻人**，大厂员工）+品牌（产品/个人）+出海；具体可以做纯软件或者软硬件
      - a. 作为中台，去提供模块化的服务，孵化团队只需要 focus 在产品
- 暂时不紧急的
  - 对比球队的平台，创业者可以在这里建立一个自己的球队（创业者 team），可以带创业者成长，打比赛，教导他们
  - 直播创业 PMF or DIE
  - 思考如何和老创始人社区合作
    - 浦东这边
    - 极客公园
  - 思考如何构建 cofounder 社区
  - 思考如何和小红书 co gp，开始投
    - 要尽快开始募资，再小也要开始投，投 10-50w 美金的 check 都可以，个人也可以开 5-10w 美金

- 早期就是要多投才能有手感，早期基金胜利的策略就是要多撒，然后从里面增速最快的公司里面加注
- 然后 HF0 的 dave，最早和 lucy guo 一起做的 backend capital，他们希望做最懂程序员的 VC，从程序员那边募资找 LP，每个人 5w 美金，募到了 500w，一开始投项目，就是支持一些早期项目，然后进 YC，然后 YC 后面可以融到很好的 fund，基本上可以到七八倍，就很好。后面 backend capital 变成了 HF0
- HF0，还是一个非常亲华的加速器，并且能够对接到非常好的 VC
- 投资就是交个朋友，你花钱从他身上学到认知，投资他，让他用时间反馈给你
- 硅谷的 DPI 一般都有 3，国内最多可能就是 1.6
- 现金流业务
  - 租金
  - 品牌服务
  - 帮大企业做 inside out 创新，内部黑客松，帮他们辅导创新业务；outside in，对外帮他们定向收购 startup

## 4.9 Goals/MileStone

- 1 年点燃火花，3 年构建生态，5 年引发文艺复兴。
- **2025，1 年内目标：Spark 的点燃期（Ignite Phase）：成为“年轻创业者的第一站”**
  - ~~寻找并且建设最适合 Spark Lab 的线下场地~~
  - ~~启动第 0 期 Seed Fund，完成首批投资；~~
  - ~~设计并且形成我们自己的 Residency 驻地产品~~
  - ~~建立清晰品牌定位，搭建共识，推出有传播力的 Manifesto / Slogan / 媒体内容~~
  - 加速出 Spark Lab 代表性项目和创始人 5 位
  - 帮助 S4 的校友项目成功 Launch
  - 全球紧密校友 50+；校友创业项目 15+，5 家获得明星基金外部投资
- **2027，3 年内目标：构建者生态期（Construct Phase）：**
  - 形成比较稳定的驻地项目 SOP
  - 形成比较稳定的 Curation as a service 产品
  - 加速出 Spark Lab 代表性项目和创始人 30 位
  - 与国际机构达成联动（Neo，HF0 等）
  - 在国内外多个城市有 IRL Hacker House

- 在海外设立 IRL Hacker House
- 完成 Spark Lab Seed Fund 的完整周期（选人、投资、陪伴、退出 / 下一轮）；开启第一支基金
- 建立具有引领性的“科技文化品牌”（如 Kernel / The Generalist / Pioneer.app），Spark Lab 成为国内/亚太 builder 文化的代表性话语品牌
- 全球紧密校友 200+；校友创业项目 50+，5 家成为千万年营收公司，30 家获得明星基金外部投资

- **2029, 5 年内目标：文化引领期（Renaissance Phase）：**

- 加速出 Spark Lab 代表性项目和创始人 50 位
- 成为亚洲 builder 文化的策源地之一，Spark Lab 品牌进入全球对话
- 全球紧密校友 300+；校友创业项目 100+，20 家成为千万营收公司，50 家获得外部投资，内部深度孵化项目 10+
- 重新定义行业规范

## 5. 竞品分析

- [竞品分析- All in one](#)

### 5.1 重点

- [Founders, Inc.\( f.inc\)](#)
- [HF0](#)
- [The Network School](#)
- [Y Combinator](#)
- [Residency](#)
- [SPC \(South Park Common\)](#)
- [thiel fellowship](#)

### 5.2 Founders Inc

<https://fcno6t1gx32s.feishu.cn/sync/IYwmdM1QHsVmKRbj6gOcuodQn1f>

### 5.3 HF0 Residency

| Reference: [HF0](#)

<https://fcno6t1gx32s.feishu.cn-sync/LgrudjNvjsrq64bDxmecwVxTnqb>

<https://fcno6t1gx32s.feishu.cn-sync/Ky9ud2r3TskErtbYfnWc9zQsnih>

## 5.4 其他项目的具体产品线

产品线策划

1. Thiel Fellowship：早期曾采用“两轮筛选”：首轮筛出约 1% 的顶尖候选人赴硅谷参加为期数周的集训营，与导师投资人深度接触，最终选定正式 Fellow。
  - a. 20-30 人
2. Z Fellows：Z Fellows 鼓励有潜力的创始人在不辍学、不辞职的情况下短暂离岗，全身心投入自己的创意项目一周，以检验创业想法的可行性。
  - a. 项目期间，主办方会安排每日最多不超过两场的导师分享或小组讨论，其余大量时间让参与者自由开发产品、与同 cohort（同期成员）相互切磋。这种安排类似“**虚拟创客之家**”的氛围：一群志同道合的黑客、创客集中在线上（和线下少量聚会）共同奋战，**既有大牛指点，又有同侪激励**。许多参与者反映在这一周里收获巨大——不仅产品原型问世，更重要的是打开了视野、结交到真诚热忱的创业伙伴。这种短促而高强度的体验，被一些校友比喻为“创业版的黑客松+训练营”。
  - b. 都可以线上，最后一天 option 线下
  - c. 采用小规模精英制：据报道**每期仅录取约 10 名成员**（这一规模后来可能有所增加，但仍保持在数十人以内）
  - d. Levy 创办 Z Fellows 的动机也源于他对**硅谷创业文化传承**的使命感。在他的职业生涯早期，就深深融入了硅谷创投社区，看到了 Paypal 黑帮、YC 校友网络等在推动创新中的力量。他希望打造属于这一代人的创业者“帮派”和社区。而要形成强社区，往往需要一个**共同的仪式或经历**作为纽带。Z Fellows 恰好提供了这样一个强烈的共同体验：一周创业冲刺带来的兴奋与紧张、导师的指点迷津、同伴间并肩战斗的情谊，都成为校友们共同的难忘记忆。这类似一种“**毕业礼**”，只不过毕业于 Z Fellows，开启的是创业生涯的新篇章。



## Z Fellows Z 研究员

1 week. \$10,000. Get fast-tracked into Silicon Valley.

1周。10,000美元。快速进入硅谷。

· 风险投资与私募股权管理人 · CA, San Francisco · 17,000 位关注者 · 643 位前员工



Kayna和其他 4 位好友已关注该主页

+ 关注

发消息

...

首页 关于 动态 职位 校友

### 概览

1 week. \$10,000. Get fast-tracked into Silicon Valley.

Z Fellows is a one-week long startup activator that lowers friction to launching a company. Instead of taking a one week vacation from school or from your job, join Z Fellows to work on your own ideas surrounded by some of the most successful technology founders and mentors. You get \$10,000 to spend however you'd like as early funding.

Think of Z Fellows like a compressed accelerator.

Z Fellows typically build in consumer, social, enterprise, defense, healthcare, edtech, fintech, cloud infrastructure, cybersecurity, crypto, AI, ML, climate, biotech, and other industries.

1周。10,000美元。快速进入硅谷。

Z Fellows 是一个为期一周的创业激活项目，旨在降低创业门槛。无需从学校或工作中休假一周，加入 Z Fellows，在众多最成功的科技创始人和导师的指导下，共同实现您的想法。您将获得 10,000 美元的早期融资，可根据您的需求灵活使用。

可以将 Z Fellows 想象成一个压缩加速器。

Z 研究员通常在消费者、社交、企业、国防、医疗保健、教育科技、金融科技、云基础设施、网络安全、加密、人工智能、机器学习、气候、生物技术和其他行业开展工作。

### 3. 联想之星：

- a. **联想之星每年举办免费创业 CEO 特训班**，邀请资深企业家和专家为科技创业者授课，十余年间累计培训学员逾 1200 名。联想之星采用“**早期投资+深度孵化**”的模式，对有潜力的项目提供种子投资并在技术、管理、市场方面给予长期辅导。这一培训体系为联想发掘和培育了一大批优秀创业者，也强化了联想在创业圈的影响力，被誉为“中国创业者的黄埔军校”之一。

- b. 最早的「联想之星」根本不是一家基金，而是一门公益培训——**创业 CEO 特训班**。靠柳传志“把联想的坑都给你讲一遍”的经验分享，再加上中科院院士的技术研讨，这个班一年两三期、每期五六十人地滚动开张。到今天它已经做到了第 17 期，录取学员累计 1300 多人，毕业后的“星友企业”估值总和破了 1.4 万亿元。
- c. 2010 年，一件“很不联想”的事发生了：班里几个项目连跑融资碰壁，王明耀干脆建议自己掏钱投。于是联想控股拿出 4 亿元人民币，给特训班配了一支天使基金。那是当时国内单笔规模最大的天使盘子。第一张支票投的是 Face++（旷视科技），第二张投的是思必驰——两家后来都成了中国 AI 历史的注脚
- d. **创业 CEO 特训班**：全年 5-6 次集中授课，课程免费，但学员必须写“作业”——把自己公司当前最棘手的问题交给同学和导师拆解。毕业即加入“星友联盟”。
- e. **星友联盟**：一年 400 多场行业闭门会，投后 HR、PR、政府资源、供应链都在群里随叫随到。
- f. **根据地共建**：在石景山航天城、张江、合肥高创园等地设有“星营地”，一个办公室里既坐投资经理也坐被投 CEO，方便一起拉白板画技术路线图。

#### 4. SPC:

- a. 六个月以内，每周都要来空间至少 3 次
- b. 成员需要每周至少 3 次到 SPC 的物理空间（位于旧金山、纽约或班加罗尔），因此通常要求居住在这些城市附近。

#### 5. Neo:

- a. Scholar、Accelerator、Seed fund
  - i. Scholar 可以来参加 Accelerator
- b. Neo 提供 3 个月的加速器计划，包括 4 周的住宅式训练营和最终的 Demo Day，资金支持高达 625,000 美元，股权占比 2.5%，并强调招聘和多样性。
- c. Neo Accelerator 的开始阶段采用**封闭式集训营（Retreat）模式**：项目开营时，全体创业团队被集中安排在远离喧嚣的环境中进行大约 3-4 周的沉浸式创业加速。例如，2023 年的 Neo Accelerator 在俄勒冈州举行了三周的封闭营；2024 年则是在科罗拉多州的山间开展为期一个月的住地训练营。在封闭营期间，Neo 提供食宿和工作场地，让创始团队全身心投入产品打磨和业务思考，并通过集体活动增进彼此的了解。封闭营结束后，团队迁往旧金山，在 Neo 提供的共享办公空间中继续余下约两个月的项目孵化。在项目尾声，Neo 会再组织一次**封闭式聚会/冲刺**，例如将团队带到亚利桑那州进行一个长周末的收尾 Retreat。

#### 6. EF

- a. EF 的孵化流程被精心设计成一个为期 6 个月、分阶段进行的全日制加速项目，从个人入营一直到公司走向市场，每一步都有明确的时间节奏和管理要点。这个流程主要分为两个阶段：“**Form**”（成型阶段）和“**Launch**”（启动阶段），总计约 24 周左右。
- b. 前三个月，在当地的城市，后三个月集中办公

- c. EF 将原本需要几年探索的创业过程浓缩完成：建立团队 -> 打磨想法 -> 获得种子投资 -> 产品成型 -> 拓展市场 -> 面向 VC 展示。

## 7. Residency:

### a. 6 个月沉浸式项目周期

- 每周会有进度同步（weekly sync）和辅导（coaching）会议。学员定期向项目教练和同侪汇报进展，设定下阶段目标。这种机制使大家保持清醒的头脑并对目标负责。
- **每周 Demo：**根据相关资料，Residency 安排了每周的 Demo 展示会，供学员演示当前成果并获取反馈。这一环节类似于黑客松的 Demo Day，不过是内部进行、常规举行，旨在训练表达和迅速验证想法的能力。
- **导师分享和 Fireside Chats：** Residency 会邀请行业领袖进行炉边谈话、经验分享或小范围见面。官网提到过与会嘉宾包括 Worldcoin 创始人 Alex Blania、早期资助型基金 1517 Fund 的创始人 Danielle Strachman，以及创业者 Zach Reitano 等。这些环节让学员有机会直接向顶尖人物请教，拓宽视野并建立高端人脉。
- **项目里程碑：**期间 Residency 还组织主题活动和外出考察（Field Trips），旨在加深学员友谊、激发灵感。例如可能集体参访创新企业、实验室，或进行团队挑战活动。Residency 相信“自发的探险和深夜长谈”也是体验的重要部分，让学员在人际连接中获得乐趣和灵感。
- **期末 Demo Day：**在项目尾声，有一个正式的 Demo Day（展示日）。学员向外部嘉宾（潜在合作者、雇主、投资人）展示 6 个月的成果。Residency 明确表示其 Demo Day 会有顶级投资机构（如 a16z、1517 Fund 等）和知名计划（如 ZFellows）的人士参与。通过 Demo Day，学员可以证明自己的能力，争取下一步资源：无论是融资、招募团队成员还是获得工作机会。

## 8. 奇绩：

### a. 3 个月项目

## 9. BuildSpace:

### a. 线上六周+线下 3 天

## 10. Founder Inc

### a. Fellowship、Studio、Residency

### b. 可以申请两周线下集中办公，然后在线下判断是否合适

### c. 这是 F.inc 筛选的独门绝技——邀请看好的申请者来 Fort Mason 实验室免费工作 1-2 周。成功的就给钱，不成功的推荐申请 residency 项目

### d. residency 项目是驻场创业 4 周 -8 周

F.inc成功的首要要素在于其深刻的创始人文化。整个项目从理念到执行都围绕“创业者需求”展开，而非投资人利益最大化。这一点表现在：

- F.inc由连续创业者领导，理解创业者痛点。Furqan和Hubert等亲历创业酸甜苦辣，他们塑造的文化更偏向“黑客俱乐部”而非投行俱乐部。正如Furqan自己所言，他打造的是年轻时梦想的自由实验空间。这使F.inc在创业者圈中口碑极佳，被认为是真心为创始人着想的地方。
- 高质量社区氛围带来的黏性。F.inc社区强调开放分享、互助成长，这对年轻创业者极具吸引力。相比之下，YC等虽然校友网络庞大，但因规模大而相对松散，不可能每周都把所有人聚在一起。而F.inc社区小而精，互动频繁，更像亲密战友。正如参与者所说：“HFO有家庭般氛围”，F.inc也是如此甚至有过之而无不及。许多F.inc创业者即使毕业搬离仍保持联系，说明这种社区凝聚力之强。
- 长期陪伴 vs. 短期批次。YC等的加速批次结束即意味着那个社区解散，新一届接替。而F.inc没有这种“毕业即分离”的节点。相反，创业者可以一直在F.inc社区停留，从Pre-seed到A轮甚至更后。这样长期共同经历风雨，社群关系更深厚。YC当然有永久校友网络，但Batch的紧密只持续3个月；F.inc的“Batch”持续几年甚至永久。社区归属感和认同度显然F.inc更强。人们在此建立的友情和信任，成为它留住创业者的无形资产。

## 6. Reference

### 6.1 Summer Camp 效应

 几年来我作为参与者，组织者，嘉宾，导师，赞助者经历过不少暑期的短期项目【raleigh weiju perk veritas techx tlab 良寨 lizard, to name a few with no particular order】。我一直试图思考这种活动形式的内核，直到去年，我的结论可以用网上一个流行的鸡汤概括：

【一些年轻人问苏格拉底怎样快乐，苏格拉底让他们造一艘船。】我没找到这个出处，估计是强安在苏格拉底身上。

把一群年轻人扔到一起，做一些稍微有点困难的事情，他们就会产生 comrade 的感觉，并很开心。至于具体是造船，学艺术，学技术，还是学投资，似乎都可。

这个暑假我有些新的想法，可能是因为我看到了一些热爱，坚守和传承，似乎无法用单纯的扔到一起克服困难解释。

1，这个形式很小。所谓小是和一个人日常所接触的社会相比。很多人之所以缺乏意义感，是因为今天的互联网让人们可感知并参与的世界变得很大，以至于他们觉得自己做的事情都无足轻重。想象在没有互联网年代的村子里，也许和邻村打一场球赛，就是一件了不起的大事，就似乎能被赋予丰富的含义，比如对村子的荣耀，对个人气概的认可。然而在nba新闻到处都是的今天，个人在篮球上的努力就显得只能是作为一个 nobody 锻炼一下身体，满足一下爱好和兴趣，失去了更宏大的叙事。这个形式隔绝出了小的世界，和大的世界划清了界限，both 空间和时间上。在这个小世界里，很多意义得以被建构。

2，这个形式通常隔绝参与者和他们本来在的世界。前一条已经提过，隔绝的小世界方便意义的建构。隔绝本身还有更多的意义。人们在自己的世界中，往往有很多担忧的，困扰的，恐

惧的，痛苦的，等负面的，或者至少说让人有压力的外界影响。比如升学，找实习，社会的重男轻女，家庭的矛盾，等等。但在这个小世界中，原先的外界影响得以被暂时抛之脑后。

3，这种形式一般会设计一个关于某种理想主义的精神内核，来去筛选，并凝聚参与者。这种理想，被这种小型隔绝而无后顾之忧的环境，强烈的 amplify，来营造一种和广大外界划清界限的感觉，并进一步激发归属感，意义感。在这个小世界中，他们获得某种平日很难获得的理想主义，并投入其中。

X，说者说着感觉好像自己在分析传销团伙一样……也许好的 compact community 都会有些共性吧。

4，那么，有一个问题，这个隔绝的小地方是很好，很充实，但活动结束之后呢？世界重新变大，隔绝被打断，日常生活的压力扑面而来，而理想内核则愈发远离，还能留下的只有怅然若失的空虚么？

4.1，这理想大概会生根，至于是否会发芽，当然取决于个体意愿强度和之后的环境，总是看造化。

4.2，基于这根，即使散开，也会类似于一种想象的共同体，而维持着一定的社群感。这感觉会帮助这个社群在两年的活动之间进行传播，而为下一次聚集储蓄能量。

4.3，learning science 中有一个概念是 zone of proximal dev：有些事情可能一个人做太难，但是有人帮助就可以一起做，之后也就可以自己做；这是参与进活动的最好时机。暂时不展开，将来有机会单独讲。

5，但最深远的影响，可能还是社交。这世界上有 60 亿人，就算你的 soulmate type 十万里挑一，这世界上也有 60000 个人可以做你最好的朋友，即使排除年龄差距太大和文化差距太大，怎么也能剩下几百个，而通常人类也只能维持一百多个亲密朋友。所以社交的难点并不是如何交朋友，如何培养感情，或者如何和朋友相处；而是如何找到，并分辨出自己的 soulmate。小世界是一个极好情境。

5.1，小世界本身就是筛选过的，一方面是谁会选择报名的 self-selection，另一方面是录取考量的 organizer-selection。前者在保证大家的理想和价值类似，后者根据组织者不同哲学，可能会去考虑多样性，或者参加的基本实力门槛（比如经历，数学能力，英语能力，etc）。两种筛选结合，则来参与者大概价值观和实力会有所类似。互相之间是通常来看的交友的极好人选。

5.2，小世界创造了一个 easy 社交的环境，可以帮助参与者进一步辨别其他人。假使小明在大街上觉得一个陌生人可交，那他首先需要鼓起勇气搭讪，其次需要这个陌生人没有什么戒心，并且不是很忙。日常生活中的认识人通常是相对耗时耗力的事情。但是在小世界中，每个人基本都有借口或者说契机和每个人说话，问问对方上了什么课，活动中是合作或者对手，即使什么契机都没有，直接走过去说话，也比大街搭讪容易很多。一旦聊的投机，就立马可以开始找个时间细聊。

5.3，这样一个契合人比例高，攀谈容易，细聊有空的场合，极大提升了社交的效率，和效果。这些朋友有一些可以在活动之后进一步 shape 当事人的圈子，从而产生更长久的影响。

5.4, 题外话, 信息系统, 智能硬件, 也许会进一步增强线下的社交功能, 比如通过更方便的自我标签和标签检索功能, 去释放信息给潜在的社交对象。

我们需要构建一个环境, 一个场域

1. 我们会构建一个小世界, 去在这个小世界里重构我们自己的意义, 把外界的影响暂时抛之脑后, 设计一个关于**某种理想主义的精神内核**, 来去筛选, 并凝聚参与者。这种理想, 被这种小型隔绝而无后顾之忧的环境, 强烈的 amplify, 来营造一种和广大外界划清界限的感觉, 并进一步激发归属感, 意义感。在这个小世界中, 他们获得某种平日很难获得的理想主义, 并投入其中。
2. 用一些理想主义, 文化设置一条 Value Alignment 线, 把一群底色相似的年轻人丢到一个地方, 一起做一些稍微困难并且有意思的事情, 他们会产生产生战友一般的感情和极致的快乐。至于具体做什么, 不重要。
  - a. 一些年轻人问苏格拉底怎样快乐, 苏格拉底让他们造一艘船。

社交

1. 这世界上有 60 亿人, 就算你的 soulmate type 十万里挑一, 这世界上也有 60000 个人可以做你最好的朋友, 即使排除年龄差距太大和文化差距太大, 怎么也能剩下几百个, 而通常人类也只能维持一百多个亲密朋友。所以社交的难点并不是如何交朋友, 如何培养感情, 或者如何和朋友相处; 而是如何找到, 并分辨出自己的 soulmate。小世界是一个极好情境。
2. 小世界本身就是筛选过的, 一方面是谁会选择报名的 self-selection, 另一方面是录取考量的 organizer-selection。前者在保证大家的理想和价值类似, 后者根据组织者不同哲学, 可能会去考虑多样性, 或者参加的基本实力门槛 (比如经历, 数学能力, 英语能力, etc)。两种筛选结合, 则来参与者大概价值观和实力会有所类似。互相之间是通常来看的交友的极好人选。
3. 小世界创造了一个 easy 社交的环境, 可以帮助参与者进一步辨别其他人。
4. 这样一个契合人比例高, 攀谈容易, 细聊有空的场合, 极大提升了社交的效率, 和效果。这些朋友有一些可以在活动之后进一步 shape 当事人的圈子, 从而产生更长久的影响。

硬件

1. 信息系统, 智能硬件, 也许会进一步增强线下的社交功能, 比如通过更方便的自我标签和标签检索功能, 去释放信息给潜在的社交对象。

活动结束之后呢?

1. 理想大概会生根, 至于是否会发芽, 当然取决于个体意愿强度和之后的环境, 总是看造化。
2. 基于这根, 即使散开, 也会类似于一种想象的共同体, 而维持着一定的社群感。这感觉会帮助这个社群在两年的活动之间进行传播, 而为下一次聚集储蓄能量。

有些事情可能一个人做太难, 但是有人帮助就可以一起做

## 6.2 火人节



【2023 火人节纪录片/瞬间（中文字幕版）-哔哩哔哩】 2023 火人节纪录片/瞬间（中文字幕版）\_哔哩哔哩\_bilibili

【Burning Man Documentary 火人节纪录片（2022）-哔哩哔哩】 Burning Man Documentary 火人节纪录片（2022）\_哔哩哔哩\_bilibili

【Burning Man 2018 | 火人节 | 一周沙漠之城的冒险 | Go Find Alice-哔哩哔哩】 Burning Man 2018 | 火人节 | 一周沙漠之城的冒险 | Go Find Alice\_哔哩哔哩\_bilibili

2 Jingle Sparkle 小静发布了一篇小红书笔记，快来看吧！ 😊 i7yQGvSwt5QZejd 😊  
<http://xhslink.com/a/064FidbkRZv8>，复制本条信息，打开【小红书】App 查看精彩内容！