

# Spark Lab | Curation 执行面板

## 1. Ref



- [科技火人节 Burning Hacker 产品文档](#)
- [Spark Lab Culture 战略](#)
- [Media Studio 调研 all in one](#)
- [SL Media Studio SOP](#)
- etc

## 2. Intro

### 2.1 What

- Curating new media [@SparkLab\\_City](#), building culture.

Spark Lab Curation 是 Spark Lab 的策展式叙事与审美引擎，为 Startup 提供策展式品牌服务。

它将

1. 通过构建独立的创意体系与叙事语言
2. 帮助 Spark Lab 在 Builder Network 内外形成文化势能
3. 并逐步实现**对内文化引擎 + 对外商业化** 的双轮驱动

策展式支持 = 我们不堆资源，我们不“资源堆砌”，而是“像策展人一样，带着品味和洞察，为 Founder 编排人、知识、机会、空间与情绪体验”，激发创造力与增长

我们做的是「概念、语言与美学的建造工程」—让项目的故事、身份与意志，从隐形变成 可见、可感、可传播、可被认同的文化力量

In every renaissance, there's always a language that carries belief.

For Spark Lab, **Spark Lab Curation** is that language.

对内构建 Spark Lab 文化，对外讲述新一代 Startup 品牌美学；

## Curation 服务谁？解决什么问题？

### 核心用户：

1. 驻地中的团队 (cohort)
2. 校友项目 (Alumni)
3. Spark Lab 认可的项目
4. Spark Lab 自身的文化运动

### 要解决的核心问题：

#### 1. 信任从哪里来？

在一个 VC 越来越保守、产品越来越多的世界里，founder 需要一套 可信的身份 & 叙事入口，让外界愿意给他们 attention 和资源

#### 2. 文化范式是谁定的？

- 不希望国内的 startup 美学 & 叙事继续停留在「硬广+PPT」的水平；
- Spark Lab 要提前定义一套新的语言：
  - 什么样的 startup 长什么样？
  - 什么样的 founder 被怎样讲述？

#### 3. 如何让 “Movement” 本身被看见？

- 不是一次次孤立的项目发布，而是一批共享 ethos 的项目，
- 被策展成一个整体的 movement

## 2.2 Why

- 为什么现在需要它？

### Thesis 1:

过去十年，创业的主叙事是 “增长与资本” ；

未来十年，创业的主叙事将是 “文化与共识” 。

Story > Spec

这意味着：Startup 的竞争不再是技术层面的差异化，而是审美与叙事层面的信任构建——

Spark Lab 必须在此之前，建立自己的文化内容生产能力。

### Thesis 2:

全球 VC 投资正在趋于保守——

“叙事+文化” 成为初创公司获取认同的新杠杆；

- a16z
- Notion
- Tesla
- Nothing

然后影响这个生态

通过 aesthetic 影响力扩大共识

### Thesis 3

创业者个体即品牌 (Founder-Brand)

高质量内容是信任的最短路径

- 目的：狠狠教育 VC，教育 Founder，教育审美下沉市场
  - “吃点好的”
- 结论：Spark Lab 需要在行业（特别国内）形成惯性之前，率先占领媒介审美话语权，建立标准与范式

## 2.3 How

- 具体 SOP 详见：[SL Media Studio SOP](#) (待修改)

### 2.3.1 审美和用户继承

#### a. 公信力

- “被 Spark Lab 选择”
- 被 SL / 小红书 / 校友网络转发

#### b. 审美与品味

- 项目借用 Spark Lab 的视觉语言、叙事风格，
- 直接站在一个更高级的品牌审美起点上

#### c. 用户习惯与消费路径：

- 让用户形成“愿意消费 SL 出品的东西”的路径：
  - 从内容 → 活动 → 产品购买 / 体验 → 长期追踪

### 2.3.2 品牌策展

#### Launch-as-a-Service (LaaS)

帮助项目完成一次「总有一天我要买下所有报纸头版头条」级别的发布日

- 帮助驻地团队完成一次 **策展式 Launch**：
  - 不是简单发一条 X / 发个视频，而是一个 Launch 的全案、

## Brand / Comms / Growth / Amplify

- 长期看，是四条细分产品线：
  - Brand Package (logo / VI / 网站方向 / deck baseline)
  - Narrative Package (投资者沟通话术、media FAQ、oneline & FAQ)
  - Growth Package (早期增长方法论，增长中台承接)
  - Amplify Playbook (渠道矩阵 + 内容节奏模板)

### 2.3.2 人才生态 (Media Fellows)

Curation 做的事情：

1. 帮项目弄清楚：「我现在阶段需要什么人？他们为什么会愿意来？」
2. 把项目的叙事 & 品味，「翻译」成人才能理解 & 被吸引的语言：
  - 招募 Landing / Manifesto / 招聘视频 / 创始人信。
3. 在 Spark Lab Builder Network 中 找到合适的人：
  - 实习生 / Media Fellows / 校友
  - 甚至是 co-founder

### 2.3.2 其他

1. Office Hour 战略支持
  - a. 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；
  - b. 帮助年轻 artist->founder->Artist/pmf->PMF
    - 创业 onboarding 101
    - 帮助你 business 和增长
2. 融资（要比 FA 做的更好，更 solid，更懂叙事，更懂早期 founder） Network
  - a. 硅谷 Network
  - b. 帮助校友项目梳理：
    - 轮次 & 节奏（什么时候讲、给谁讲、讲什么版本）
    - 叙事版本（Pitch Deck 语气、风险与想象空间）

# Spark Lab Curation OKR 和 TODO 看板

## OKR

### O1: 搭建Spark Lab Curation 制作体系

KR1: 搭建 Spark Lab Curation 启动团队

KR2: 积累 5 个 case

KR3: 沉淀作品集和 SOP

### O2: 定义 AI Startup 最强玩家的出场方式

KR1:

KR2:

KR3:

## TODO

- Media Fellows
  - 动效师
  - 摄影师
- 策划脚本
  - 推进策划 template
  - 用策划脚本推进拍摄制作
- 帮 ACONTEXT 做12月 launch 计划

## 3. 现阶段 Curation 如何更好服务校友项目

### 3.1 Curation Toolkit

- 用户旅程地图
- 品牌一致性
- 语义资产库
- SOPs

### 3.2 Curation Package

Curation Package 是 Spark Lab Curation Studio 的核心品牌服务的交付，可以包含以下服务：

A	B	C	
1	Motion	Scope	How we help
2		前期策划 (Pre-production)	与被投公司 (PortCo) 一起构思、迭代并最终确定内容简报 (CBs)。
3		制作 (Production)	管理现场拍摄；与合作方、摄影指导 (DPs) 及摄制团队协作。
4	Launch (发布期)	后期 (Post-production)	负责剪辑流程与交付周期 (editing workflows & turnaround)。
5		文案 (Copywriting)	为发布期起草并统筹所有社交平台文案。
6		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。
7		活动 (Events)	作为发布的一部分举办线下 (IRL) 活动；提供资源并进行私域/背后渠道邀请 (backchannel invites)。
8		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。
9		Deck 设计 (Deck design)	为创始人制作打磨过的演示/融资材料。
10		网站 (Website) *	从零到一完成网站搭建 (端到端)。
11		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 (messaging house)。
12	Comms (传播/公关)	投资者沟通 (Investor comms)	向投资人网络展示阶段性进展与势头 (momentum)。
13		公关 (PR) *	定制策略、媒体投放与当日同频报道 (same-day coverage)。
14		媒体培训 (Media training) *	训练创始人进行访谈与播客出镜前的准备。
15		互联网媒体 (Internet media) *	争取在网络媒体上亮相，例如 TBPN、Molly 等。
16		小红书平台内部 ks 流量支持	小红书平台流量
17	Growth (增长)	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。
18		社媒/内容策略 (Social media / content strategy) *	为 X、LinkedIn、Instagram、YTTT 等渠道提供增长战术咨询。
19		GTM 策略 (GTM strategy) *	制定 6-12 个月的 GTM 策略文档；随后 4-8 周以“顾问式”每周例会跟进，帮助团队按节奏推进。
20		内容制作 (Content production) *	协助拍摄并制作音视频内容。
21	Amplify (放大)	广播/转发 (Broadcast) *	在我们现有渠道上二次分发被投公司的内容。

- Launch (发布)

- 前期策划(Pre-production)
- 制作(Production)
- 后期(Post-production)
- 文案(Copywriting)
- 社媒放大(Social media amplification)
- 活动(Events)

- Brand(品牌)
  - 视觉识别/品牌探索(Visualidentity/brand exploration)
  - Deck设计(Deckdesign)
  - 网站 (Website) \*
- Comms(传播/公关)
  - 叙事定位(Narrative positioning)
  - 投资者沟通(Investorcomms)
  - 公关(PR)\*
  - 媒体培训(Media training)\*
  - 互联网媒体(Internetmedia)\*
- Growth(增长)
  - 小红书平台内部ks流量支持
  - 付费SEO (Paid SEO)\*
- Amplify(放大)
  - 社媒/内容策略(Socialmedia/content strategy)\*
  - GTM策略 (GTM strategy)\*
  - 内容制作(Content production)\*
  - 广播/转发(Broadcast)\*

### 3.2.1 Launch Package (MVP)

Brand Package 其中 Spark Lab 最大发力点在于 Launch 部分，短期内一份好的 Launch Package 可以成为 Media Studio 的一个核心 MVP 产品打磨；好的 Launch Case 会让市场快速检验并记住我们

我们为校友提供策展式支持，其中 品牌 Launch 是一次 **集中引爆 attention (注意力)** 的行动，它强调「时刻性」、「舞台性」、「仪式感」和「叙事统一输出」，重点是：

让大家知道你来了 + 记住你是谁 + 被迫认真对待你

其核心产物通常是：发布会（疑似已过时） / Launch Video / Launch Page / 重大公告 / 全面上线动作 / 线下 Campaign（近期硅谷的一个热门趋势）

- 易执行（短期短平快的做产出）
- 有资源承接（有品牌和设计中台做承接）

## • 切实帮助项目 (data-driven)

聚焦项目 Launch Package 的主要部分，目前能提供的服务有

- 前期策划(Pre-production): 我们通过分析项目需求和产品内容，来做一份好的 Launch 全案策划
  - 目标: 定义 Launch 的**目标、受众、渠道、内容、节奏、资源**
  - 产出: Launch brief (一份好的简案)、timeline (排期)、脚本、分镜、预算、风险表\*
- 制作(Production): 执行全案策划中的具体部分，如脚本，视频拍摄，剪辑，动画制作等
  - 目标: 把所有内容实体化、生产出来
  - 产出: Video、KV、海报、官网页\*、素材库\*
- 后期(Post-production)
  - 目标: 精致化、包装化、统一化，确保使用标准
  - 产出: **Video 成片**、调色/字幕/混音/动效等包装 (Assets pack)
- 文案(Copywriting)
  - 目标: 找到**价值主张 + Hook + 可传播语言/品牌语言 (Key Message)**
  - 产出: 标题、slogan、oneline、发布文案、媒体稿\*
- 社媒放大(Social media amplification)
  - 目标: 利用平台机制让 Launch 成为**共识事件**
  - 产出: 社媒分发、话题、发布timeline、联动策略
- 活动(Events)
  - 目标: 线下/线上**仪式化节点**创造记忆点
  - 产出: 发布会\* (线上/线下发布会)、Demo Day (和AIHH合作)、AMA(meme)、路演\*、Creative Campaign (线下)

## 3.2.2

## 3.3 项目看板

- 现阶段需要搭建起一个基本的制作团队帮助 Spark Lab Curation 更好的服务校友项目
- 积累 5 个 case 之后形成一套工作标准 (SOP WIP) 和基本团队保证对外的服务质量

## S4 项目

项目	优先级	需求	进度
Acontext	P0	12月可能会有一个 launch video	
Bonjour	P0	可能会需要一个 branding video	
Kira	P1	开发进度，期待结营前开发完，video 需求不一定很高	
VVANTECH	P0	在开发，品牌在确定了，需要概念片，有可能他们自己会有	
RituaLab	P0	在开发，品牌确定了，需要概念片	
Unicorn Blocks	P1	在开发，需要 launch video，但是 vibe 有点难做	
Futura	P1	在开发新的 ip，需要等 ip 搞定之后，做视频	
Illucio	P1	在开发新的产品，品牌确定	
Abitat	P1/P2	在开发新的原型，品牌未确定	
SubstackTools	P2	暂时不需要我们的 launch	

## Gus 项目

### 内部会议讨论

#### 1. Gus 为什么来 spark lab

- a. 想要驻地模式
- b. 这里有他的客户 (agentic infra)

#### 2. 为什么要做 Gus Launch

- a. 来了 SL 之后想要一些中台服务
- b. Gus 的 Launch 服务作为一个好的 showcase
- c. 他没有 launch 预期，我们没有 promised 我们的服务
- d. gus 是这里最快 launch 的基础好

姿态：聊聊进度和想法，以及我们能供给的帮助

#### 3. Gus 需求

- a. GitHub开源项目 for dev

i. 冲 star (已有3k)

ii. 找潜在用户

1. AIM: 20个在生产环境使用的开发者用户, 注重活跃度

b. ACONTEXT 介绍: <https://acontext.io/>

i. AContext 数据平台

1. 帮助 agent 收集用户数据平台

2. Use case (已有 video 案例; Figma 动画分镜)

c. 第二个 Launch 需求

i. 我们 maybe 可以帮他做第二个

#### 4. 我们能供给的帮助

a. 帮他做一个 video (作为一直会在网上露出一个SL Pattern)

b. 前期策划-内容制作-分发 Launch 全案

c. 品牌一致性 (文字和视觉)

i. 官网、GitHub

ii. 品牌资产库

#### ◆ 甲方项目需求

##### • DONE

- First Blog Doc 写好了 (暂时没往官网上放)
- 产品 Launching Video 快好了 (1-2mins)
- KOL dms list 找好了 (X上为主, 海外博主)
- Landing Page 和 Waiting list 有了
- Onboard - one line command
- 有 gtm plan (strategy)

#### ◆ 沟通交流

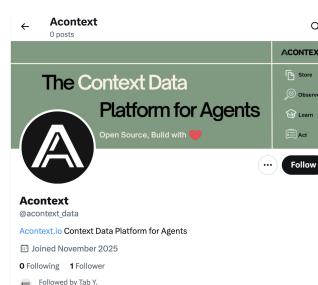
##### • Gus认为

- “及格的文案都写好了”
- Why do we need something called Acontext 首页可以挖, 感觉很有意思
- 参考了我们的 [Acontext 产品发布 | Github 开源学习方案](#)
- 抢占定位: context data plantform for Agent (占据生态位)
  - Self learning -> Library (编程库的意向很好 但是不作为产品定义)
- 在下一个version 会加上一个重要功能 (skills 参考Claude skill)
  - 第一次主要做开源留存和bug fix

##### • TODO

- GitHub 的 repo 还没 ready
  - 主要是 GitHub README.md

- DM KOL list + 议价 + 交付
- 国内：主要靠 Gus 自己的 xhs 账号
  - 小红书 launch video
  - 朋友圈转发 launch video
- 现阶段小圈子内曝光，12月之后 内容充足之后 冲榜
  - 10 篇 blog
- 第二次加了更多 feature 之后 做 narrative
- 更大规模的 launch 可能放后面
- 泛的赛道没有类似的产品
- 同类调性最好的是 composio
- 中文圈 sl 可以有帮助
- 我们建议
  - 可以在 X 上发一些预热
  - X 背景最好不要绿色（太丑了，得改）



- 有 what 但没有 why（没有 vision）
- 品牌一致性（视觉 推特 官网）

◆ 项目文档与交付

◆ 总体复盘

## Bonjour! 项目

◆ 甲方项目需求

◆ 沟通交流

◆ 项目文档与交付

◆ 总体复盘

## Kira 项目

◆ 甲方项目需求

◆ 沟通交流

- - 什么时候 Launch?
    - 12月初 test
    - 12月17日前 Product-hunt Launch
      - 前一周产品 ready
  - 我们能帮上什么忙?
    - Launch Video
    - Launch 主要目的是 exposure
  - 现有哪些品牌资产?
    - Product hunt
    - Social Media 内容 (AI Editor)
    - 有 Official Account
  - 项目介绍
    - 对话框 Editor
    - 主要是编辑图片 (具备生图功能 不是主打功能)
    - 基础编辑工具
    - 在 Spark Lab 新功能: 调色
      - 理解用户语义需求
      - 模型理解风格 (AI 调 filter 风格)
      - 给出八个 case, 让用户选择
      - 把一系列照片 保持风格一致性 consist
      - 用户的风格化需求 (不是 target 用户)
  - 用户历程
    - 上传图片
    - 修改图片
  - 视频 idea
    - 目标: Target 客户
      - Filter 放在具体场景
      - 偏广告

- 遗愿清单

- 两个人约着做一件事（旅游、看日落）但因为一些原因没有办法完成这件事 拍了照片 通过 kira 看到想要的场景
- 一个老人 他的爱人死掉了 年轻的时候拍了一个合照，然后现在拍了一张照片
- 色彩空间（镜头风格化 -> 数字风格化）
- AI 应用所有东西以人为本
- Memory

- ◆ 项目文档与交付

- 

- ◆ 总体复盘

## ● RituaLab项目

- ◆ 甲方项目需求

- 小红书冷启动 Launch

- 社媒的预热

- 走神的东西（走神：走到神仙仙境）

- 有一些 meme（一套）

- 有一些视觉内容

- ◆ 沟通交流

- 生产到三月份开始

- 还没确定 要走独立站（国际）还是小红书国内

- 北美市场（没确定，但如果打入可以高价）

- 先测软件 再放硬件

- ◆ 项目文档与交付

- ◆ 总体复盘

## ● James 项目

- ◆ 甲方项目需求

- ◆ 沟通交流

- Bioware（Bug）

- ◆ 项目文档与交付

- ◆ 总体复盘

## Kelsen 项目复盘

- ◆ 甲方项目需求

### 项目背景

AiMo Network 的 Open Beta 产品发布视频

### 视频目标

传递 AiMo Network 的 Vision，吸引早期用户

### 发布渠道

Twitter/X & ProductHunt

### 创意方向

### 视频风格

STOCK混剪，反乌托邦风格，极简，单色调，密码朋克

### 故事线/脚本框架

(仅供参考)

引入：2008年，华尔街的贪婪和政府的腐败导致了金融危机，比特币的诞生。今天，AI将带来更大的危机。

问题：AI的政治化&地域化；硅谷的AI泡沫；巨头对用户隐私的侵犯。人们正在一点点的丧失自我。“老大哥”用AI监视一举一动；巨头用AI服务获得用户的信任，然后便为己私欲剥削用户价值。

高潮：为什么？因为你的AI不属于你，AiMo Network在此

解决方案：正如密码朋克的前辈们一样 (Tor, BitTorrent, Bitcoin, Ethereum, etc.), AiMo Network通过分布式架构，密码学，和区块链技术提供了一个无许可的Intelligence市场供参与者自由使用/交易Intelligence。No KYC, no Geo Blocking, no Censorship。One Permissionless API connect human & ai agents, user & provider together.

- ◆ 沟通交流

 消息 [该内容不支持导出查看]

 消息 [该内容不支持导出查看]

结尾CTA: Own your AI, Own your future (类似)

**核心卖点:** 中心化AI带来的危机和去中心化AI  
(AI资产化→主权个人) 的必要性

**技术要求:** 可以用AI; 60-90s; 横屏

**语言版本:** 美式英文

**内容要素:** SL的风格非常nice

- ◆ 项目文档与交付

[AiMo Launch Video 沟通与交付界面](#)

- ◆ 总体复盘

1. 好的点:

- a. 校友项目，获客简单
- b. 甲方自带详细需求，知道自己想要什么，能快速 get 到他们想要的东西
- c. 我们主动找甲方提 Proposal，主动对齐产品信息和他们的需求表达，非常高效
- d. 从制作上先找好素材并且给出分镜概念图，让甲方脑子中有基本的构想，有利于快速推进，也利于后期减少稿件的改版
- e. 交出脚本的文字给甲方修改，让甲方自由控制他们熟悉的领域（比如定文字稿和声音模型）

2. 不好的点:

- a. 第一次定的 DDL 有 delay，原因是超出了预估的工作量
- b. 没有提前签好合作合同
- c. 甲方的预付款和尾款没有按常规流程结算（没有开具发票）
- d. 没有按照常规的甲乙方沟通协作的规范
- e. 没有沉淀出合理可复用的 SOP

### 3.4 在 S4 期间能给到的帮助

- 品牌一致性的梳理（用我们的框架）
  - 资产建构的 SOP
    - 复用给校友项目（自查后可以 1 on 1）
    - Blueprint 工具包
- Launch-as-a-service
  - 优先级项目

- ACONTEXT
- Kira
- Bonjour!

## 3.5 Curation Studio 财务报价清单

 Media Studio 财务报价清单

## 4. Media Doc

### 4.1 Media Kit

 Spark Lab Media Kit v0 - WIP

### 4.2 Media Studio Research

 Media Studio 调研 all in one

### 4.3 Content-as-Product Framework

 Content-as-Product Framework

### 4.4 Curation Package

 Curation Package - WIP