



湖南科技大学  
Hunan University of Science and Technology

# “ForeSight” 预测平台 创业计划书

学 院：计算机科学与工程学院

专业班级：21级计科七班

姓 名：陈琪琪

学 号：2102010629

项目负责人：陈琪琪  
联系方式：19898820557

# 目 录

- 第一章 项目摘要 ..... 1
  - （一）项目介绍 ..... 1
  - （二）项目优势 ..... 1
  - （三）商业模式 ..... 1
- 第二章 项目背景 ..... 1
  - （一）政策环境 ..... 1
  - （二）行业现状 ..... 2
  - （三）未来发展趋势 ..... 3
- 第三章 市场分析与痛点挖掘 ..... 3
  - （一）预测行业市场分析 ..... 3
  - （二）预测行业需求分析 ..... 4
  - （三）预测平台市场竞品对比分析 ..... 4
  - （四）项目 SWOT 分析 ..... 6
  - （五）预测行业痛点挖掘 ..... 7
- 第四章 项目概述 ..... 7
  - （一）平台名称 ..... 7
  - （二）平台宗旨 ..... 7
  - （三）平台战略 ..... 7
  - （四）平台优势 ..... 7
  - （五）平台内容介绍 ..... 8
- 第五章 用户分析 ..... 8
  - （一）用户需求分析 ..... 8
  - （二）用户特征分析 ..... 9
- 第六章 商业模式 ..... 9
  - （一）竞品商业模式 ..... 9
  - （二）阿米巴商业模式 ..... 10
  - （三）项目商业模式建议 ..... 11
  - （四）商业模式具体操作 ..... 12
  - （五）融资计划 ..... 13
  - （六）赢利点分析 ..... 13
  - （七）市场运营 ..... 13
- 第七章 公司规划 ..... 14
  - （一）团队搭建 ..... 14
  - （二）发展规划 ..... 16
  - （三）财务预测 ..... 16
  - （四）风险控制 ..... 16

## 第一章 项目摘要

### （一）项目介绍

本项目将民间秘传道教瑰宝南宗神数的算法通过程序进行实现，用户通过“ForeSight” APP或小程序即可使用南宗神数进行预测，准确度可达到95%以上。可预测的范围包括事业、财运、婚姻、家庭、学业等各方面，基本涵盖日常生活所需。在满足人们心理需求的同时，一定程度上还可为人们指点迷津。

### （二）项目优势

- A. 独有算法，准！
- B. 预测准确率达到95%以上。对处于迷津的用户，一方面给到心理寄托，另一方面可能起到有效的指导作用。商业模式清晰，精准切入“科学+预测”模块，通过网络平台运营创新
- C. 拥有一定量的都是和初期的客户资源
- D. 打造线上零售连锁+产品与咨询服务一体化，增强客户体验感。

### （三）商业模式

线上APP平台采用阿米巴模式经营，平台采用合伙制，和神算大师进行合作，大师独立发展下下线客户，平台抽取大师20%提成。内容：系统预测——平台自盈，大师预测——平台抽成20%，南宗文化产品——平台自盈，成为会员——平台自盈

## 第二章 项目背景

### （一）政策环境

#### 1、宪法规定易学不是封建迷信，国家在循序渐进的弘扬传统文化

1982年12月4日，全国人大第五届第五次会议通过修改的《中华人民共和国宪法》中，不但无“迷信”二字，而且在第四十七条中有“中华人民共和国公民有进行科学研究、文化、艺术创作和其他文化活动的自由。国家对于从事教育、科学技术、文学、艺术和其他文化事业的公民的有益于人民的创造性工作，给以鼓励和帮助”。这不仅去掉了几十年套在周易应用研究身上“封建迷信”的枷锁，而且为我国的周易信息预测科学的应用研究指明了方向。因此，任何人任何单位以任何借口压制打击周易应用研究都是违法的。这正是法律保驾护航，易学预测扬眉吐气！

#### 2、国家严厉打击虚假算命行为，“传统文化”和“虚假算命”不可混淆，不可越雷池半步

置身于移动互联时代，“算命”把戏正在不断变换形式，在网络空间潜滋暗长，利用网络平台通过虚假算命吸金平台层出不穷，国家严厉打击虚假算命吸金行为，要区分传统文化和虚假算命不同之处。

## （二）行业现状

### 1、预测行业发展迅速，平台众多，近年来发展呈现持续上升趋势，发展潜力巨大

预测、占卜、算命、测字，古往今来，提到这些就能把神秘感一下聚拢起来，好像这些字眼本身就带有无限的玄学意味。但实际上，算命占卜、预测命理等行业，虽然在10年前已经接受过一波互联网浪潮的洗礼，目前预测行业依旧具有强大的市场发展力，部分命理学公司甚至融资上市，融资上亿元，在国内，具有深厚传统文化的熏染，命理学有着强大的群众基础，而且命理学企业的利润空间也相当大。互联网+预测这门生意开始进入了蓬勃发展的阶段。据企查查数据，算命相关公司从2011年开始增加，2015年新增53家，突破历史注册量。相比算命，预测相关的公司从2000年开始就如春笋般涌现，2000年新增611家，随后逐年增长，2019年突破往年记录，成立3673家，截至目前共39438家预测相关企业。在各种预测方式中，民众认知度最高的是“星座”，尤其是结合了现代心理学的星座算命被广为接受，甚至成为了许多机构对人群的分类方式之一。其次则是“塔罗牌”，塔罗占卜的历史只有几百年，传入中国的历史更是只有一百多年。但是最近这十多年发展迅猛。究其原因有二：首先塔罗牌占卜，占卜者与占卜对象有着极高的互动性；其次，牌面的图案又能产生具体的形象，加上通俗易懂的解读，很容易让人产生心理共鸣。

### 2、市场缺乏规范化：算命，预测平台及大师算命等杂乱无章，骗取钱财案件层出不穷，部分人对其信任度低

首先，预测行业缺乏有效的法律制约，行业生态极为特殊，因为至少在目前，预测属于“封建迷信”范畴。封建迷信并不是法律概念，而是我国解放后约定俗成的一个专用名词，专指人们相信星相、占卜、巫医、预测、命相、鬼神的思想和行为。在我国，迷信活动不受国家法律保护。但如果利用封建迷信扰乱社会秩序、损害他人身体健康的要根据情节予以处罚。因而预测行业长期，并且未来也将持续暴露在法律、工商监管之外，同时也难以吸引资本的关注。由此带来的问题就是预测行业市场定价混乱，缺乏统一的行业标准和行业规范。这也导致了：一方面入行门槛极低，一部分人通过速成课程的学习就开始执业，走网红路线，拉低行业水准，扰乱市场。另一方面，一些高级的行业技术学习成本高昂，出师之后又缺乏收入保障，只能通过各种手段急于回本，造成恶性循环。

**第一**，中式预测长期被认为是“封建迷信”的典型，民众的心理戒备较强，对其缺乏信任感。

**第二**，中式预测从业者的讲解方式，偏重于“术语堆砌”而不是“讲解”，交流与互动环节较少，基本上由问答形式构成，不能给客户创造“解惑”的感受，客户体验较差。

**第三**，中式预测背后的吉凶判断，有许多是建立在传统男权思维指向下的成功理论和价值观基础上的，这与当代人的价值观有一定的差异。而从业人员则因为自身文化水平的限制，不太重视这里的差异和变化。

**第四**，许多中式预测平台的从业人员，喜欢营造神秘的氛围，预测之余，附加法事。这种方式经常带给客户负面的认知。许多人选择预测，并不代表他们对于鬼神等概念有亲近感和认可，相反这一类的信息会让他们感到恐惧。

### **（三）未来发展趋势**

尽管预测行业存在着种种问题，但随着当代中国人思想观念、生活方式和消费方式的转变，预测行业仍然会迎来自己的发展。发展的方式则会线上与线下的联动。中国互联网普及率已经超过55%，互联网整体流量增长趋缓已经成为定局，所以未来竞争中，互联网一定会向用户价值增长驱动进行转变，这也给算命行业带来了机遇。

①预测行业未来将向专业化，科学化发展；以命理科学预测为主要业务，注重服务，真正以科学的角度给人们未来生活和道路提供指引。

②互联网平台预测+线下实体服务体验、产品相结合：线上平台将成为人们的主要消费方式。

## **第三章 市场分析与痛点挖掘**

### **（一）预测市场行业分析**

#### **预测市场利润大，成本低，行业发展参差不齐，信息充斥网络，竞争激烈**

互联网预测，包括名字解说、人生预测、爱情事业预测、占星奇缘、十二星座解说、北斗星易学书、周公解梦等等网站和APP层出不穷，预测线上APP主要有灵占天下，灵机妙算，紫微斗数，紫微大师，紫微详批等，市场竞争激烈。与其它行业相比，预测行业不论在市场需求规模，还是利润回报率高，随着互联网+预测预测平台的发展，各种预测软件更是增长迅速，预测行业作为一个特殊的行业，都有它独特之处，但目前市场上并没有明确的规范，行业发展缺乏规范性。首先，当下预测服务信息泛滥，对比过去的仅存于线下的熟人介绍的传播。现在的预测服务充斥在微信、微博、知乎及各个短视频平台。可以选择的范围扩大了。其次，上述预测服务信息缺乏有效的引导和指向，以及信息量每日激增，造成大量信息冗余。目前在网络预测领域，可以看到，KOL内容占据主导地位。本来这种模式应该是能够让内容极大丰富的同时，又满足千人千面的需求。但实际情况下却是，受众接受内容趋同。这与专业团队生产内容的效果近乎一致，却没有产生同样的可信度。这个问题是非常值得去关注的。第三，由于信息量激增，寻求预测服务的人，要花费大量的时间挑选和甄别，而真正有价值的信息往往被淹没。

### **（二）预测行业市场需求分析**

## 预测行业存在巨大的市场需求

在《中国公民科学素养调查》显示。2019年发布了最新的第十次调查结果，指出具备科学素质的中国公民占人口比例为8.47%，换句话说，超过91%的中国人不具备科学素养。他们大多相信人生预测等。据相关研究报告数据显示，中国有将近1.45亿人相信预测、1.41亿人相信财神，3.62亿人曾在过去12个月内算过命或看过相。目前，预测平台面对的客户群体多为中年以上人士，有一定的经济基础，并且很容易下沉。而预测本就是下沉市场的事情，用户很愿意为此付费。“中国约有14亿人口，16~50岁的目标用户占比约45%，其中付费用户约16%，他们年均占卜算命最低消费为1000元，合计下来就是一个超1000亿的市场。在互联网上受众更广是“西方预测”，主要包括星座、占星术、塔罗占卜等；而“东方预测”，包括手相、面相、八字、紫薇斗数、预测等，最早只是流行在民间相关爱好者群体中。

### （三）预测平台市场竞品对比分析

#### 目前市场比较大预测公司对比分析

名称	成立时间	用户	引流变现平台	创始人兼CEO	商业模式	价格	定位
桃桃喜	5年	4000万微信用户	小程序	简少年(资深预测师)	初期主要通过“人生成绩单”等爆款免费小程序，在微信朋友圈裂变增长积累用户，再通过其他付费测算产品转化变现。 其技术团队占整个团队的七成，是行业最早拥有小程序团队的公司，人数达到三十多人，分散在台湾和南京两地	桃桃喜付费产品单价均价为68元，人均复购率为一年三单以上	“女性情感娱乐占卜平台”侧重强调娱乐属性，弱化预测属性。
帮帮测	5年	5600万用户	APP	张斌	线下签约传统算命师傅，为用户提供一对一咨询服务，平台和老师，五五分成。 而且目前已经涉足塔罗、情感咨询等风险小，易被市场接受的领域。	价格从几百到上千不等	“国内最大的周易在线服务平台”
高人汇	5年	3000万用户	APP	袁钰麟	线下签约了一批传统算命师傅，为用户提供一对一咨询服务，平台和	价格从几百到上千不	“一个有温度的婚姻算命服务平台”

					老师，五五分成。	等	
两岸易理网	6年	5000万用户	小程序	梅骏骑 (资深预测师)	初期模式和桃桃喜相同，主要通过“人生成绩单”等爆款免费小程序，在微信朋友圈裂变增长积累用户，再通过其他付费测算产品转化变现。 2018年转型，成立了众筹投资平台“伯乐天使”，通过众筹资本开展外对投资，赚取投资收益	价格从几百到上千不等	“严谨的易理服务网站”
神棍局	4年	7000万用户	微信公众号	梅骏骑 (资深预测师)	主要模式为通过文字、视频等内容打造一个权威的“大师人设”，掌握“溢价权”	1200至10000元	“s神棍局s”和“神棍局九爷”，前者主要推送与城市建筑预测相关的内容，后者则提供命理咨询等服务
明鲤	5年	2000万用户	微博	杨晨希	同神棍局模式相同，主要通过文字、视频等内容打造一个权威的“大师人设”，掌握“溢价权”	单价数千至万元，几十万大单	“不只是算命，我们试图发掘传统文化的更多使用价值”

- 1、获得投资：投资人都是深信其公司旗下的预测产品，曾经路演，被投资人看中潜力，对预测结果觉得很准并深信不疑。
- 2、引流变现平台：使用小程序活公众号，利用网络平台，并抓住了移动互联网的发展红利。
- 3、商业模式：目前预测行业存在的三种商业模式，以算命师为主的平台模式、“网红大V”模式和“AI或机器算命”模式。

## 市场主要预测平台融资情况对比



ForeSight预测服务平台						
时间	公司名称	行业	轮次	金额	投资方	最新估值(估算)
2018-7-3	 桃桃喜	文化传媒	A轮	未透露	Cherubic Ventures心元资本	1亿人民币
2018-2-12	 蓝星漫	文化传媒	A轮	数千万人民币	未透露	1.5亿人民币
2017-10-18	 测测星座	文化传媒	A轮	1920万人民币	百合网	9600万人民币
2017-9-11	 占心	文化传媒	A轮	1000万人民币	量引资本	5000万人民币
2017-5-20	 陈茂源星座	文化传媒	种子轮	100万人民币	青藤文化 博派资本 新榜 ...	500万人民币
2017-2-13	 高人汇	文化传媒	天使轮	123万人民币	蚂蚁天使	615万人民币
2017-1-9	 星座女神	文化传媒	A轮	3000万人民币	左驭资本 水木资本 小米集团 ...	1.5亿人民币
2016-12-26	 星座城	文化传媒	A轮	数千万人民币	BAI贝塔斯曼亚洲投资基金（领投） 险峰长青	1.5亿人民币
2016-11-1	 蓝星漫	文化传媒	Pre-A轮	数千万人民币	东方富海（领投）	1.5亿人民币
2016-9-8	 多多甜	文化传媒	种子轮	未透露	AC加速器	500万人民币
2016-8-31	 口袋神婆	文化传媒	A轮	数千万人民币	连云资本	1.5亿人民币
2016-7-8	 星座女神	文化传媒	Pre-A轮	1000万人民币	娱乐工场	1亿人民币
2016-7-4	 奇岛文化	文化传媒	种子轮	100万人民币	创新谷Innovally 嘉道谷投资(龚虹嘉)	500万人民币

、

## （四）项目SWOT分析

优势：预测准确率达到95%以上。科学性高；市场需求大。

- ①该平台利用互联网技术，将民间秘传道教瑰宝南宗神数的算法通过程序进行实现，用户通过“ForeSight” APP或小程序即可使用南宗神数进行预测，准确度可达到95%以上
- ②采用互联网+预测模式，客户使用方便，利用手机随时可以进行预测，符合现代人生活、消费方式，精准切入“科学+预测”模块，科学性高
- ③通过网络平台运营创新，打造线上零售连锁+产品与咨询服务一体化，客户体验感强。

劣势：①国家虽然宪法规定《易学》不是封建迷信，但目前人们对中国传统文化的认识度有限，加之科学预测平台和市场上的虚假算命没有明显的界定，市场上的虚假算命行业往往打着科学预测的幌子进行吸金活动，人们被骗事件时有发生，因此人们对预测行业信任度偏低，“ForeSight”平台虽与市场上的虚假算命不同，但客户认知度低，南宗神数算法和易经文化未得到全面发扬，客户认知度低，容易把平台看为封建迷信。后期需科学预测的知识宣传

②线上测服务信息缺乏有效的引导和指向，以及信息量每日激增，造成大量信息冗余。目前在网络预测领域内容多而杂，模式趋同。



**威胁：**科学预测和封建迷信没有明确的界定，随着后期规模化实现爆发性的增长时，就会存在着一定政治风险。市场上各种预测软件和算命大师层出不穷，后期网络预测的发展成本低，市场准入度低，未来预测行业存在潜在的竞争。

**机会：**目前预测发展行业尚未得到科学发展，科学的预测公司和平台是市面上较少，存在给市场机遇。且随着社会经济的不断发展，现代人生活节奏和压力的加大，导致人们对心理、预测需求日益加大，预测平台作为人们释放压力的方式之一，具有强大的发展潜力。

## （五）预测行业痛点挖掘

越是危险的时候，焦虑、浮躁的氛围也越是笼罩。当对人生不确定性到达一定阈值，很多人便开始寻求外在的寄托或证明，预测行业需求也就产生，“主要切中了不可避免的市场缺口，举个例子，即便你今天很有钱，但还是避免不了你家里的老人会变老、小孩会变大，未来会遇到各式各样的风险，当这类事情屡见不鲜，自然会对命运产生困惑。”但目前市场上存在预测平台缺少规范，科学性欠缺等，二本产品正式找到存在的市场痛点，直接切中客户需求，以精准度高达95%的南宗数理科学预测为平台核心产品，对位客户需求。

- 1、现在人们在巨大的生活压力下，普遍存在焦虑的心理，焦虑、缺少安全感他们不相信舆论场上，预测、预测。用户心理需要的是更高等、更神秘的力量去平复自己。客户有需求，产品不规范，在客户强大需求和科学预测产品之间存在缺口，即是机遇。
- 2、市面产品多且杂，真正有质量的预测平台寥寥无几，消费者有预测需求，但是找不到合适的、可以信赖的人选，缺乏可靠的渠道，不知道选择哪个；
- 3、大多预测平台预测结果模棱两可，对消费者没什么指导作用；
- 4、大师鱼龙混杂，找不到能够帮助自己甄别预测大师业务能力的资料和点评。真实水平无可考量，消费者不知道该信还是不该信。预测无法保证100%的准确率，一旦不准，无法维权。
- 5、有些“大师”要价太高，超过了支付能力。
- 6、受到太多不相干信息的干扰，容易被“广告”引导。不了解预测行业具体的技术分类及特点。

## 第四章 项目概述

**（一）平台名称：**“ForeSight”

**（二）平台宗旨：**以精准“科学+预测”模块，为客户提供预测命理相关的知识服务。

**（三）平台战略：**以95%以上的满意度和准确率，给人们未来道路上进行指引。打造线上零售连锁+产品与咨询服务一体化预测平台。

**（四）平台优势：**

- 独有算法，准！预测准确率达到95%以上。对处于迷津的用户，一方面给到心理寄托，另一方面可能起到有效的指导作用。
- 商业模式清晰，精准切入“科学+预测”模块，通过网络平台运营创新

➤ 打造线上零售连锁+产品与咨询服务一体化，增强客户体验感。

### （五）平台内容介绍：

本项目将民间秘传道教瑰宝南宗神数的算法通过程序进行实现，用户通过“ForeSight” APP或小程序即可使用南宗神数进行预测，准确度可达到95%以上。平台可预测的内容包括事业、财运、婚姻、家庭、学业等各方面，基本涵盖日常生活所需。在满足人们心理需求的同时，一定程度上还可为人们指点迷津。

#### 1、系统预测（南宗神数）：

问事：选类型（如爱情、事业）>选预测方式（如生日、身份证号）>看预测结果

排流年：选预测方式（如生日、身份证号）>看流年运势

服务项目：人生预测，家居预测、宝宝起名、公司起名、商标设计、黄道吉日、八字合婚、公司预测等内容。

八字预测主要细分为：人生策划、六爻预测、男女婚配、精选吉日等命理服务项目。

#### 2、大师预测（南宗神数大师）：

选择大师>语音连线>咨询沟通

“ForeSight”有若干在线预测专家大师组成，可以为客户提供命理预测服务，大师预测板块可通过线上平台直接连接大师，进行咨询，大师可预约客户线下进行预测体验，相比系统预测真实度更高。

#### 3、南宗文化产品：

浏览产品>选择购买>付费，填地址>收货

文化产品包含：十二生肖系列手链吊坠，招财纳福系列（貔貅等摆件），婚姻感情系列产品（手链、吊坠、姻缘瓶等）

#### 4、易经文化和预测知识：

易经文化知识和平台预测案例分享

#### 5、成为大师：

申请成为大师>填资料>线下培训>考核>成为南宗神数大师

## 第五章 用户分析

### （一）用户需求分析：

**现代人释放情绪的出口：**相对于古代，目前的医疗、教育等基础设施都有了质的、飞跃性的发展，在各种因素的施加下，人们能找到各种事物运转的内在逻辑和发展规律。但仍然有诸多不确定性因素影响人们的人生轨迹。却极少有人具备特别强大的、正面的心智力量去克服这种心理压力和落差，于是人们就会通过预测的途径，寻求大师指点或求仙拜佛寻求心理上的安定。在快节奏的生活方式下，这无疑是一款能够让用户获得身心放松，以及在残酷的现实冲击下能够获得的快感和安慰。

具体需求：

- ①事业财运不顺，看下哪个可以挽回
- ②最近爱情/姻缘不好，看看是否可以补救挽回
- ③最近健康不好,看看有没有健康的隐患
- ④最近事业平淡,看看有没有升迁的机会
- ⑤最近要考试了，看看是否能考出好成绩

.....

## （二）用户特征分析

现在人们在巨大的生活压力下，普遍存在焦虑的心理，焦虑、缺少安全感他们不相信舆论场上，预测、算命。用户心理需要的是更高等、更神秘的力量去平复自己。年龄段集中在16-50之间，而年轻群体的需求量呈上升趋势。人们对于未来是期待还是恐惧完全取决于当下所处的环境和自身的状态，而未来的不确定性也让本身就自带好奇心属性的人类有了探索的欲望。在安全感极度缺失的现代社 会，人们在跟陌生人交往时往往要先了解对方的星座、生肖，因为人们相信这些元素可以代表一个人的性格特征，以此来辨别要不要跟这个人深入交往。在这种社交习惯的影响之下，预测文化更加得到了普及。

**来算命的人无非两类人：**①当下并不顺利希望知道自己未来如何的人。一般这样的人，会对算命的结果深信不疑；②当下并不顺利希望能找一个人倾诉的人。主要目的是求心理安慰。

**目前线上预测的客户，以女性为主：**预测内容以情感问题居多。女性客户在接受预测服务的过程中往往会产生倾诉行为，对于过往和未来同样看重，在预测之后大多会和自己的朋友进行分享，形成人脉。而线下预测服务，则吸引到大量的男性客户，他们更关心自己的“财运”，即对自己的资产增值追求较高。在接受预测服务时喜欢直奔主题，直接询问结果和解决办法，且很多不愿意与他人分享自己的预测经历和结果。

**从年龄划分，不同年龄段预测内容出现差异化：**19岁以下的消费者，基本上是预测与学业有关的问题，女性消费者对于感情问题也较为关注。20-29岁的消费者，更关注情感问题，其次是工作问题。30-49岁的消费者，女性问题多与情感及婚姻有关，男性则专注于事业。50岁以上的消费者，半数关注的是健康问题，其次则是财运和子女问题。

## 第六章 商业模式

### （一）竞品商业模式分析：（市场论据）

目前预测行业存在的三种商业模式

**A：以预测师为主的平台模式。**主要代表为帮帮测、高人汇。主要从线下签约了一批传统预测师傅，为用户提供一对一咨询服务，价格从几百到上千不等。平台和老师，一般五五分成。该模式关键取决于平台流量，有了流量，才能留住更多的老师，也才有更多的议价权。高人汇采取的方式是网站导流。自称是“国内最大的周易在线服务平台”帮帮测，目前微信服务号头条平均阅读量在5000-1W不等。此外，团队还运营几十个微博、拥有几百个微信个人号（算命号），建起了深厚的流量池。

**B：“网红大V”模式。**主要代表为神棍局、明鲤等。主要模式为通过文字、视频等内容打造一个权威的“大师人设”，掌握“溢价权”。网红大V的单价可以涨到数千甚至上万元，甚至不乏几十万元的大单。神棍局单价区间在1200-10000元。公众号大V“灏泽异谈”，咨询单价直接定为13000元。此外其知识星球入圈费为3880元，目前入圈人数超过1200人，仅这一项收入便接近500万元。打造“网红大V”，是大部分从业者都跃跃欲试的商业模式，有一定积累的大V可以达到三年五百万的纯收入。这一模式还存在偶然性、不可复制性、高风险等问题。

**C：“AI或机器算命”模式。**主要代表为桃桃喜、两岸易理网。以桃桃喜为例，其初期主要通过“人生成绩单”等爆款免费小程序，在微信朋友圈裂变增长积累用户，再通过其他付费测算产品转化变现。免费产品每周都会更新1-2只。”目前，桃桃喜付费产品单价均价为68元，人均复购率为一年三单以上。机算产品无疑是人工智能大潮下的趋势，但随着“AI相面”爆红爆死，“AI算命”在舆论中具有负面。

## （二）阿米巴模式商业模式（理论依据）：

线上APP的系统预测按次收费，大师合作采用阿米巴模式经营，大师可独立发展下线客户，平台抽取大师20%提成。核心内容：系统预测——平台自盈，大师预测——平台抽成20%，南宗文化产品——平台自盈，成为会员——平台自盈。

**前期以线上APP为主进行经营，后续随着客户基数和信誉度的提高，逐步扩展到线下实体店，实体店采取分店经营模式，实体店可经营预测相关产品，提供培训场所，提升客户现场服务体验，扩大规模。**预测平台采用阿米巴模式经营，平台采用合伙制，能力优秀的大师和代理人优先考虑入住平台。阿米巴经营模式就是将整个平台成立不同的大师预测组，每个大师都作为一个独立的利润中心，按照自主经营的方式进行独立经营，发展客户，后期采取分红形式进行，比如说平台引入大师入住，采用合伙制，招聘能力优秀的大师和代理人进行预测管理，后续大师通过培训，发展下线，最后又若干个大师、大师徒弟代理共同组成平台预测团队，来宣传平台。随着平台客户的越来越多，平台再进行相关文化产品的销售。平台通过阿米巴经营模式成功的关键在于通过这种经营模式明确平台发展方向，并把它传递给每位预测大师。因此，必须让预测大师（员工）深刻理解平台经营的具体模式，包括组织构造、运行方式及其背后的思维方式。如果大师对于阿米巴经营没有一个正确的理解，其结果，出现以自我为中心，有可能会因为达成目标的压力过大，而导致大师（员工）心理疲劳。

### 阿米巴经营的五大目的：

1、实现全员参与的经营；

- 2、以核算作为衡量员工贡献的重要指标，培养大师的目标意识；
- 3、实行高度透明的经营；
- 4、自上而下和自下而上的整合；
- 5、培养领导人：阿米巴经营模式是将领导力培养、现场管理和企业文化这三大企业管理的难题集中在一起，予以解决的伟大经营模式。

### **(三) 项目商业模式建议（长期发展规划，整体商业模式，公司战略方向）**

#### **线上app+线下实体店**

##### **A. 线上运营模式：**

数字时代的用户消费模型SICAS：

互相感知——产生兴趣，形成互动——建立连接，互相沟通——行动能够购买——体验分享

线上预测领域的大IP主要集中于微信、微博、知乎和各个直播平台这四个领域。

①平台在拥有线上预测APP的同时，开设微信公众号、微博、小红书等，利用种草的方式进行渗透，用讲故事和以图文结合的方式来进行传播，既满足深度，又浅显易懂。在发展到拥有巨大粉丝量的时候，陆续开发周边产品。

②开通直播，播主（预测大师）与粉丝进行直接交流，预测的过程往往也是客户进行倾诉的过程。

③可以通过与各类App、手机厂商、微信公众号、微博等流量渠道合作，推出与渠道相契合的测算产品，以植入链接的方式，引导用户点击。客单价从几十元到数百元不等。合作模式可有预测平台提供黄历、命理测算变现产品，有流量合作方将产品进行自由渠道进行扩张，然后双方进行流水分成。

④引进AI技术，AI技术引进将会是一个重要的突破口。首先AI技术所提供的信息处理能力、运算能力和决策能力，能够清理掉绝大部分依靠按图索骥生存的，没有任何分析能力的“伪大师”。其次，AI技术可以广泛应用于面相和手相的分析。人的手相和面相，会随着人的年龄、身体状态及精神状态发生改变。借助3D扫描技术的AI看相，能够更精确地捕捉到这些信息。

##### **B. 线下运营模式：标准化的零售连锁+定制化的咨询服务。**

预测团队的用户消费模型各环节分解：通过南宗大师人脉感知并关注预测服务团队——通过团队所传递出来的知识、信息和思路，对团队产生兴趣，进而成为客户——团队依据客户基本信息，做出分析报告和建议——根据客户的具体要求，提供进一步服务，或利用合作资源提供服务——客户体验后的好评，分析和长期合作等行为。

#### **具体运营方式：**

##### **A. 实体店加盟计划：**

线下采取分店模式经营，每家店都以“南宗神数命理”冠名。除了卖物理产品外，还有预测。师傅坐镇提供商业预测、家居预测、择日结婚、姓名、面相、测字问事等服务。对外，采取了特许加盟和代理制进行扩张。提供对加盟商和代理提供的支持，如提供统一的服务和培训，以及产品等。

①实体店产品服务：每一件商品也被赋予不同的故事、典故，并对实体店的产品和服务进行明码标价，价格定位在几十元到几千元不等。实体店产品收入占60%

②通过零售的方式提供咨询服务，这便是预测服务，内容包括姓名、首面相、择日等100多项，收费实行明码标价制。针对企业客户提供讲座及商务研讨，以及命名或选址等服务。服务收入占比40%

### **B. 城市合伙人计划：**

根据需求，采用城市合伙人计划，公司可向旗下的预测大师等核心雇员进行股权激励。吸引资金注入，以合伙人的形式进行，在员工管理上，有一套培训机制专门为员工培训玄学和预测产品知识。

### **C. 南宗传承人计划：**

要实现后期的预测行业的大版图，需要有一套完整的价值主张和盈利，这样紧靠普通大师是不够的，因此要吸纳和培养不同的南宗预测大师，并将他们按照各自的专长进行不同方式的“包装”。商人群体是预测市场主要的服务对象和高盈利点。对大师进行包装，吸引企业客户，并对其提供培训服务。建立起一套完整的产业链条。同时成立了南宗神数国际学院，针对外部招生和内部雇员，提供中英文的预测指导。

## **（四）商业模式具体操作方式（具体如何运用挣钱，怎么做？）**

### **1、收费接单：包装预测大师，APP平台或微信提供预测服务，收费标准500-2000元/次**

将前期入驻平台的大师进行包装，塑造招牌人物：不同大师主攻不同预测领域，比如有的大师助攻情感和个人命理预测，有的大师助攻事业、未来财运等，并将大师进行等级划分，不同大师的预测服务收费标准不同。基础大师：收费标准在200-800元，高级大师：收费标准在800-2000元不等，定制级大师：需预约，价格在2000-15000元不等。预测App平台，下单前先填写基本资料，然后选择你的诉求（是预测未来，还是八字取名），之后软件会自动匹配适合你的大师。根据业务范围、接单数量、评价的不同，大师们的收费标准也不同，范围在500-2000元一单，针对个别大师价格适当提高。每次预测时间为90分钟，通过APP在线语音对话，回答对方的问题“事业”“财运”“感情婚姻”“决策”等四个方向的问题。财务预测：前期20名大师入驻平台，每周预约次数约为50次，每周可进账5-10万，一年预测服务预估进账200-500万。

### **2、免费预测+卖转运产品**

这种方式能直接打破咨询业务的收入天花板，产生规模效应。操作方式是免费预测。有的也融入朋友圈裂变营销，分享到朋友圈才能免费算。此种方式不是大师亲自给你算，而是APP平台自动测算，生成模板话术发给不同客户（如要是和大师收费区别开来，如果大师免费的话，客户很难付费买单）。平台预测结果准确度高，然后怎么办呢？想化解吗？此时再推荐平台商城里的产品进行化解，常规产品可分为：定制的转运符、转运水晶、开光转运珠、佛牌等，其实这些物品的成本不高，但经过大师开光后价格可买到1千到1万元不等。卖产品年收入预估在400万元。

### **3、预测培训班：在线上岗，立刻变现**



开设预测培训班，培养大师接班人，凡是经过培训的人，经过平台考核后就可成为平台大师，进行在线接单。此部分主要收入来源在于培训费用，培训费用定在100-10000元/节课，交学费培训作为一种形式，另外还可以通过培训培养大师，招收更多的代理大师，让学徒进行传播，形成一个好的口碑和宣传。

#### 4、裂变式传播方式

每个学徒和客人都能成为传播者，学徒培训成为大师后，通过平台合伙人模式，进行分成，鼓励大师进行在线传播，发展下降新的代理。传播内容主要抓如人们内心焦虑的心理需求。

#### 5、线下实体店营销模式

实体店零售商品收入，实体店产品收入占60%；实体店企业预测咨询、个人预测咨询、创业咨询等服务收入，一场价格在1000-20000元不等。服务收入占比40%。

### (五) 融资计划

融资金额230万，半天使投资，出资让股权15%。成本核算：以石家庄技术研发团队的平均月度成本1万计算，团队成员18.5人，按18名人员核算，每月人员成本18万。平台计划半年研发上线，半年运营期，一年的总成本费用18万\*12月=216万。平台一年的基本支出费用216万+10几万冗余，融资金额为230万。

### (六) 盈利点：

系统预测：平台自盈

排流年：平台自盈

大师预测：平台和大师分成，平台分成20%---让大师多赚一些，帮大师赚钱，就是帮自己赚钱，同时大师可进行线上、线下培训，收取徒弟，徒弟带来客户，平台分提成，实现全民营销，

文化商品销售：平台自营，利润自收

成为大师：培训费平台抽成，平台分成50%

### (七) 市场运营（通过什么方式来宣传产品，让项目传播出去？）

线下预测从业人员主要通过师徒和客户的口碑传播推广方式较稳定，也有一些不成文“行业规范”。

#### 推广策略：

A. 推广思路“有所需”是做网络推广的人真心需要深深领悟的一点。预测平台前期采取“有所需”的推广策略，抓住用户的需求G点，满足用户需求，提高传播度。

B. 营销渠道是一个企业产品是否能很好地传达给目标客户群体的关键，尤其是预测行业，针对差异化公共消费目标市场，正确的营销渠道是很重要的发展途径。预测平台推广采取线上线下双管齐下，迅速占领市场，建立预测平台的科学性，建立品牌知名度。

✓ 线上：以线上南宗神数、易经文化、科学命理等内容推广为主，软性植入，微博、小红书、微信公

众号、个人朋友圈、微信群、抖音线上渠道，软性传播建议新增抖音线上平台推广，短视频传播项目信息。线上活动造势，营造口碑，提高宣传度，前期可进行实践性预测案例分享，进行宣传。热点话题引发热度，促进转发。前期线上提供免费预测服务，大师免费咨询服务，预测知识专业解答等，树立科学性和权威性，增加客户粘性，为平台打造良好口碑。

- ✓ 线下：现在组织平台大师展开易经讲座、命理讲座等形式，组织企业、个人进行预测知识培训，可以与机构、组织等台进行合作，展开线下引流活动及措施。

## 第七章 公司规划

### （一）团队搭建

建立优质的命理服务团队，则是能将预测服务推向更高层次的必要手段。如果预测团队对预测知识不扎实、后续产品开发档次低下等等。但其中经验值得借鉴。那么一个能够合乎未来市场需求的，良性健康的预测服务团队应该如何搭建呢？

#### 预测服务团队搭建：

**第一，这个团队需要有一个强力的负责人，即创始人。**对于命理技术和命理行业有着充分的了解，能够判断出命理分析师的优劣。这对于塑造长期的品牌效应至关重要。同时负责人要对政策和市场具有相当高的敏感度。一方面，能够判断出政策信息和市场走向，给团队指明发展方向，避免触及法律和政策红线。同时，能够让命理分析师充分理解客户需求，预测以外，不进行不必要的“附加”服务。也能够引导命理分析师如何真正地传达一种命格所反映的命运内涵，使他们成为符合时代要求的命理分析师，而不是仅仅做一个“有声书”或是“复读机”。

**第二，一个优秀的命理服务团队，应该是以命理业务为核心的复合型团队。**包括但不限于中医、公关、运营、信息安全和艺术等方面的人才。首先是心理咨询方面，当代中国人开始关注心理健康。中国人对于健康的理解和过去几十年中医的发展一同走过了许多弯路。现代人面临着更多的生活、工作等来自社会的压力，造成精神高度集中，造成了心理压力，许多人开始注重寻求心理咨询，心理咨询也开始成为人们的需求，命理与心理咨询的结合，在人们的心理建设方面将会产生巨大的效果。通过命理分析出一个人的人生际遇，帮助客户减轻心理压力，更好地调整一个人的身心状态。其次是公关、运营和信息安全方面。当下预测行业对于客户的信息缺乏保密意识，很多从业者为了炫耀自己水平高超，不惜以泄露客户信息和隐私为代价。在与客户的后续交流上也缺乏专业的训练，这也是导致纠纷的一个重要原因。因此一个未来的命理服务团队，将会有专业的公关、运营及信息安全人员。负责根据客户的实际需求，来协调命理服务方式，确保客户得到满意的指导和服务。同时在宣传方面，能够做到手段上的多样性，行为上的合法性，又能够确保客户的信息安全不被泄露，满足客户对于自身理性、独立、自由的形象的基本认知。此外，艺术等领域的专业人才的加入或合作。有助于命理服务的多元发展。现在有许多与命理相关的“文创”产品和预测摆件应运而生。但他们往往缺乏设计感和创

新感，与周围环境格格不入。所谓的设计，不过就是将古书上的图案原封不动地照搬出来。或者始终在廉价的所谓“中国风”中打转，没有进行深入研究和开发。这些都是值得去关注的。

**第三，未来的预测服务团队，需要具备研发及模型建构能力，进而建立起命理资料库，成为一种另类的智库。**前文提到，“星座”已经成为了一个被广泛应用的分类方式。但命理中有更多的分类方式尚未被深度挖掘。比如南宗数理预测方式，能够更为精确地定位一个人的基本类型，并以此来分析“同象不同质，同质不同象”的问题，建立对于大众行为的全新理解和预测机制。以此为基础，与金融、保险、婚恋、创业指导等领域合作，创造价值。始于客户，终于客户，协同才能成为赢家。

**第四，未来命理预测团队所能够提供给客户与社会的，不仅仅是生命轨迹的预测，而是能够指导未来生活的，可以不断进化的思想。**只有这样，命理分析才能够真正转化成可以付费，值得付费的知识。命理分析，不在于说服客户，而在于重塑客户的认知。在影响客户的同时，为客户创造价值。尤其是在“传统文化”越来越被重视的时代，大多数领域还停留在表面现象中，将其形式化，脸谱化。将喝茶、打拳、书法、古琴等等粗暴僵硬地等同于传统文化及其所代表的生活方式。然而时间总是在奔向未来，人类也不可能完全地复归传统。所以真正能够复兴的，只能是能够让人们更好面对未来，面对生活的思想。而命理服务，本身就需要深厚的思想支撑。藉由对人生际遇的剖析，来传达深刻的思想与哲学，是一个最为便捷的途径。

- 1、公司团队创始人：1名；
- 2、技术研发费用：产品经理1名、架构师1名、高级工程师3名、手机端APP开发2名、测试工程师1名、美工1名、网络工程师1名；技术研发人员小计10名；
- 3、运营费用：运营主管1名、线上推广人员2名、运营客服3名；运营人员小计6名；
- 4、综合行政人员：1名；会计1名（兼职）；
- 5、法务：平台法律顾问（给分配股权的方式合作，不做现金合作）。

#### **团队核心人物介绍：**

研发总监：陈琪琪

本科就读于湖南科技大学，专业为计算机科学与技术。不仅具备技术专业知识、领导和管理技能以及对市场需求的深刻了解。而且自由热爱传统文化，对神学预测有浓厚的兴趣。

运营总监：龚林奎

本科就读于湖南科技大学，专业为计算机科学与技术。在校期间任职为校团委宣传部主任，能协调各个方面的运营活动，确保公司高效运转。且拥有综合的管理和领导技能，以及战略思维和沟通能力。

市场总监：王姚瑶

本科就读于湖南科技大学，专业为计算机科学与技术。具备市场营销、市场分析、项目管理、领导和沟通等技能。此外，还具备数字市场营销、社交媒体管理和数据分析技能能力。

平台法律顾问：刘宇歆

本科就读于湖南科技大学，专业为计算机科学与技术。能够确保平台合法运营并降低法律风险。此外，具备综合的法律知识、谨慎的风险管理和良好的沟通能力。

## （二）发展规划

第一年：启动研发，前6个月进行平台研发，半年后1.0版本上线，后6个月进行推广运营，运营团队一天推广100名用户，6个月平均用户可达到1.8万。

第二年：预测平台品牌推广发展，建立完善的市场营销体制与规模，运营团队以一天100名用户的推广速度，完成至5.4万的用户目标。

第三年：继续提升品牌知名度，提供更加完善的预测服务（预测产品、预测知识等）增加合作渠道及业务范围的扩展，目标用户达到9万人。

第四年：线上平台成熟后，发展线下实体店，卖相关产品和培训

第五年：培训学校等成立，招收学员，并进行跨界合作。

## （三）财务预测

### 1、线上财务预测：

半年的运营期，预估运营团队一天推广100名使用用户，预计6个月的时间，平台用户数达到180天\*100人=18000名使用用户。每个用户使用的客单价按最低200元计算， $18000*200=360$ 万。投资230万，预计第一年可以产生 $360\text{万}-230\text{万}=130$ 万的纯利润，第一年不分红做为下一年的运营资金。随着平台的发展和壮大，第2年最低预估可以有 $100\text{人}*360\text{天}=36000+18000=54000$ 人。年营业收入可以达到 $54000*200=1080$ 万。第二年纯利润 $1080\text{万}-230\text{万}=850$ 万。第三年纯利润 $54000\text{人}+36000\text{人}=90000\text{人}*200=1800\text{万}-230\text{万}=1570$ 万。

### 2、线下财务预测：

随着线上平台进入正轨的二年开始招募城市合伙人。第二年开始招募城市合伙人：城市合伙人需缴纳入伙费（5万元）、品牌保证金（10万元，可退）、每年的平台管理费用（1万元，可退），公司提供资源（团队、资金），公司输出标准化流程（管理、产品），双方建立关系后，共同经营品牌，公司与合伙人按协议（2:8）进行收益分红。

第二年：（每一个合伙人收入） $5\text{万}+10\text{万}+1\text{万}=16\text{万}$ ， $16\text{万}*5\text{家}=90\text{万}$

店铺分红收入： $500\text{万}*20\%=100\text{万}$

第二年总计收入：190万

第三年：（每一个合伙人收入） $5\text{万}+10\text{万}+1\text{万}=16\text{万}$ ， $16\text{万}*10\text{家}=160\text{万}$

店铺分红收入： $1000\text{万}*20\%=200\text{万}$

第三年总计收入：360万

## （四）风险控制

### 1、外部风险

有限的资金资源。建立一个公司所需资金巨大，同时也需要维持它运转的资金。一旦资金资源不足，无法按照预定计划到位，那么公司将无法运转建设。所以在资金管理方面务必警惕。某些主要设备价格的不确定性。

## **2、市场风险**

市场的变化。激烈竞争所带来的后果就是市场的高度细分，人们对科学预测的需求正在取代传统算命成为市场的主流。而对星座、占卜、等高度分化的市场，真正的预测平台越来越难做了，而对企业而言，则是预测平台与消费者沟通方面的作用降低了。随着新科技不断涌现，线上APP预测已经逐步取代线下实际的现场预测。市场的不确定性，一开始，目标客户可能还存在信任与习惯的障碍，因而要让目标客户在短期内接受并委托预测平台为之服务，困难还是比较大的。

## **3、退出机制**

如果遇到风险太多，不适合继续经营时候，可以采取退出机制，将损失降到最低，接受其他大型公司的合并，出卖股份，接受融资，成为投资公司的单店，继续经营。转让全部或部分股份给他人。