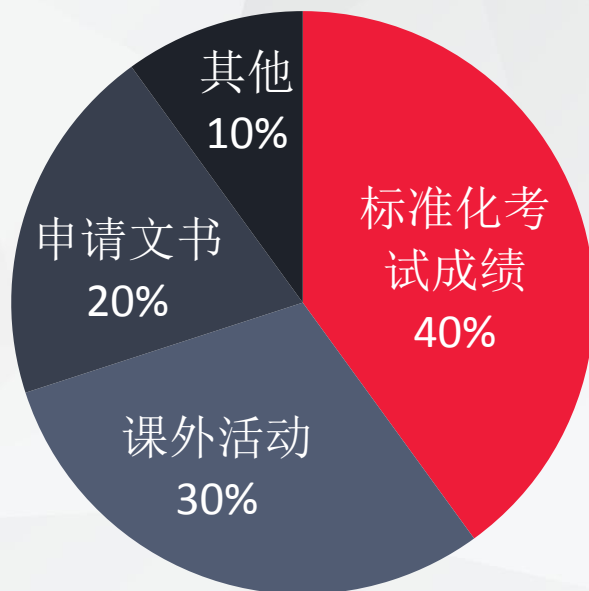




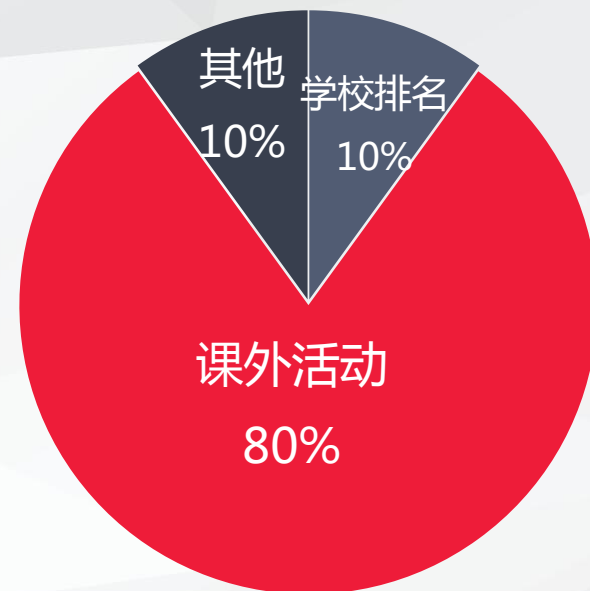
Competition X

BUSINESS PLAN

CompetitionX产品介绍



申美国名校



申中国自主招生

目前课外活动鱼龙混杂，缺乏评价和规划体系，CompetitionX就是解决这一问题。依托82000个申请到美国名校的学生简历，通过规划和评价2700多个课外活动，助力学生申请到美国名校和中国自主招生考试资格。

课外活动

素质教育

课外活动



比赛

奥数, 机器人比赛



暑期活动

夏令营, 游学



培训

钢琴培训, 机器人培训



市场需求和容量



美国名校课外活动市场需求

对美国名校

美国前80名的大学
非常注重课外活动

对学生

课外活动繁多，不知道
参加哪个。
要想进入名校，必须参
加优质课外活动。

对商家

自己举办活动招生难。
活动含金量低，只能靠
忽悠学生参加。

需求导向

刚性需求

缺优质活动

缺乏 一个课外活动的评价+规划平台

美国名校课外活动数据支持



芝加哥大学

2015

总申请人数：30188

总录取人数：2521

总入读人数：1537

高中期间参加活动情况

社区服务：81%

编辑方面（报纸，文学杂志，年报）：26%

音乐：44%

宗教组织：12%

学生组织：31%

戏剧：17%

田径运动代表队：53%



莱斯大学

2015

总申请人数：17951

总录取人数：2865

总入读人数：969

高中期间参加活动情况

社区服务/志愿者活动 831人

会多种语言 550人

田径运动代表 427人

俱乐部/组织会董事 323人

乐队 228人

戏剧/辩论选手 240人

学生组织会员 193人

研究经历 180人

独唱/唱诗班 70人

班长 28人

学生会主席 14人

中国自主招生课外活动市场需求

对学生

学习成绩好，不一定能获得自主招生考试资格
参加课外活动影响学习，不愿意参加

缺乏课外活动规划

对政府

自主招生是素质教育的试点，目的是为平衡应试教育的弊端
选拔学生的公正性

缺乏课外活动评价

对国内大学

现在是人工识别简历，需要课外活动评价标准选拔优秀学生

缺乏课外活动评价

缺乏一个课外活动的评价+规划平台

课外活动市场规模

学生端

高中生人数

2014年高中生共
2400.5万人

商家端

课外活动规模

50%的高中生参加课外活动，
每人平均花费1000元，
课外活动市场规模超120亿

学校端

学校数量

国内+国外自主招生学校
190家

可参考市场规模：奥林匹克数学竞赛

	奥林匹克数学竞赛	CompetitionX平台上的比赛
兴起原因	升学有加分	美国名校申请加分+中国自主招生加分
比赛数量	1个	2700多个比赛都可以引入回国，现已有42个授权
每年参与人数	约20万	每个比赛至少2万人，潜在比赛2700多个
每年获奖人数	顶级获奖不足100人	顶级获奖不足10人，但比赛有2700多个
举办比赛机构	中国科协	各个国内合作大学，如北外，中科院
培训市场规模	约60亿	尚未有培训机构，市场潜力巨大
含金量	学校承认+国家承办	美国/中国大学承认+大学承办



WHAT

我们是做什么的



CompetitionX介绍



产品展示

首页 / 个性规划

目标学校 (必选) ?	社会实践 ?	第二语言 ?	志愿者经历 ?
美国1-5名	金融方向	英语	教育类
美国6-10名	法律方向	西班牙语	健康类
美国11-20名	管理方向	日语	儿童类
美国21-30名	科技方向	法语	社会服务类
美国30名以后	其他方向	韩语	文化艺术类

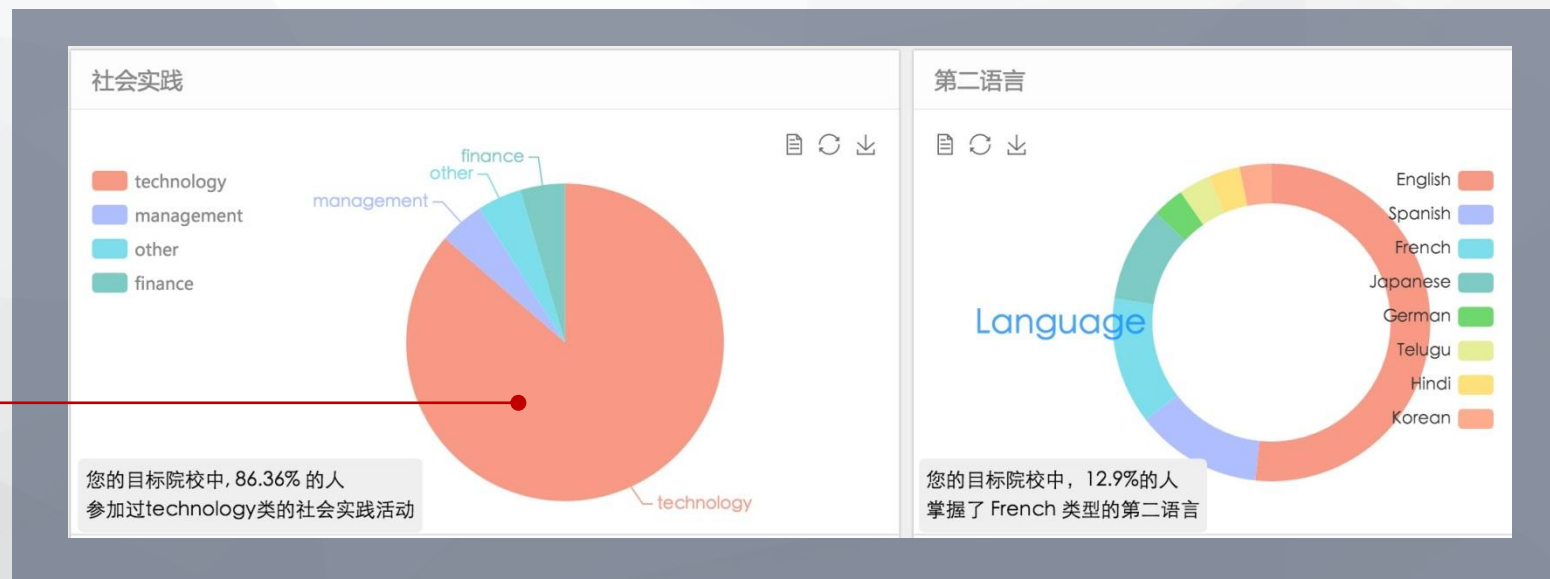
展开

美国11-20名 × 管理方向 × 法律方向 × 全部清除

开始匹配

用户信息输入

大数据可视化分析



匹配结果

[导出PDF](#)[提交个性规划](#)

1



耶鲁大学科学杂志论文大赛

54%的人有实习 | 89%的人有工作

[MORE](#)

个人专属活动推荐

2



约翰·霍普金斯大学
数学锦标赛

推荐理由：
54%的人有实习
89%的人有工作

[MORE](#)

3



FIRST机器人大赛

推荐理由：
54%的人有实习
89%的人有工作

[MORE](#)

产品输出



培训体系

赛前4个月

赛前2个月

赛前2周

师资

VHS中国区唯一授权在线课程

形式

在线

周期

每周2次，每次4小时，共2个月

内容

定制化课程

收获

初步了解+结业证书

CompetitionX的博士生辅导团队

线上+线下

每周2-10次，每次2小时，共1个月

历年真题

针对性了解该活动

组委会提供的教练

线上比赛线上培训
线下比赛线下培训

每天8小时，共1周

突击强化

亲情牌、师徒牌

案例分析

客户A:
SAT1750，美高GPA3.6，
CompetitionX规划了10个活动，最终
2个获奖，后申到UCLA本科，仅比该
校历史录取最低SAT成绩高50分。



HOW

商业闭环和盈利模式



商业闭环



选择留学市场切入的原因

- ✓ 团队之前在留学行业从业5年以上
- ✓ 留学行业目前课外活动泛滥，需求呼声最高
- ✓ 已有42家国外竞赛的独家授权，护城壁垒极高

盈利模式

比赛
直播

每个比赛1000元

授权
落地

20%分红

VIP
服务

服务费30万起

用户付费场景

参加比赛直播

客单价1000，每周直播一个比赛的报名、历年真题、经验分享，持续4次课

参加授权比赛的培训

客单价3000，1000人/比赛，42个授权比赛，年培训营收1.2亿，20%分红

参加自营VIP项目落地

客单价30万起，提供专业培训，预计每年20人，年营收600万

潜在盈利模式

流量入口
用户行为营销
合作机构流量共享

数据

工具

比赛教材
比赛赞助商
游学行程
比赛授权年费

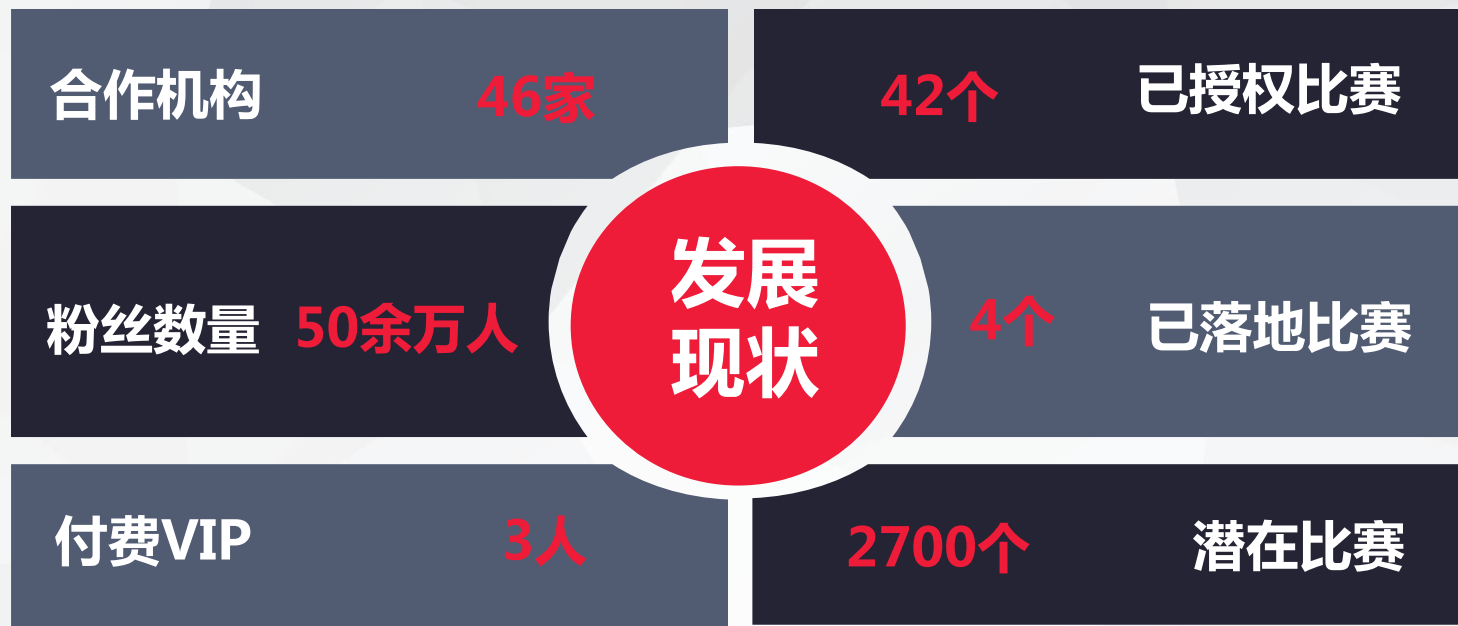
引入比赛

一键报名
一键评估
比赛提醒

规划方案

付费规划方案
会员等级体系
活动竞价排名

产品发展现状



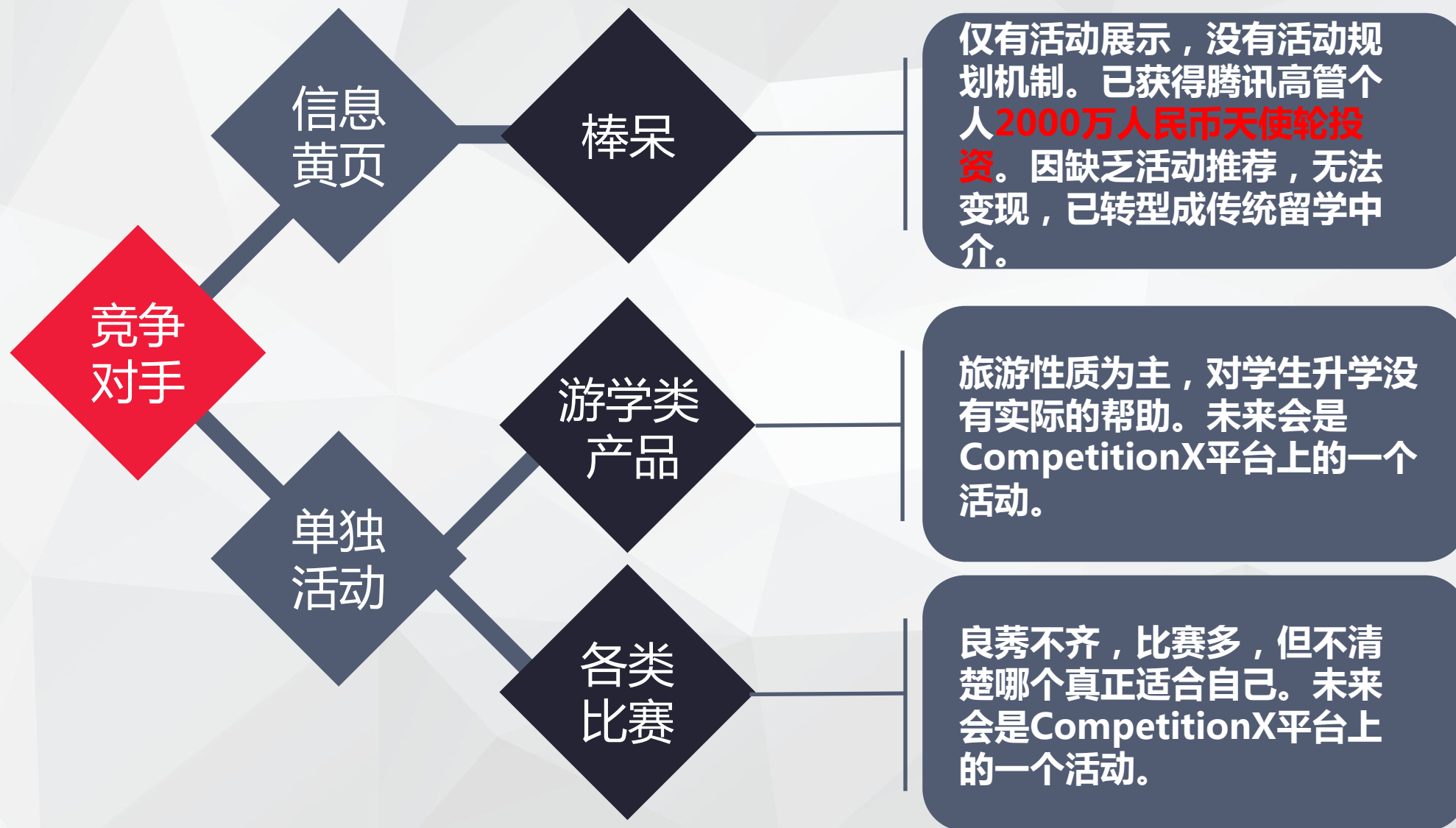
VIP用户
平均客单价

30万元

2015年6月获
得种子轮投资

200万元

竞品分析—目前没有相同产品，仅有类似产品





团队介绍





马治宇

北京大学硕士,专攻软性背景提升4年,主要负责大数据分析和市场营销。之前公司占有60%的背景提升市场份额,年签约客户400余人,营业额500万。



龙一民

港中文硕士毕业
工作12年
腾讯T4技术专家
曾任阿里巴巴阿里云与计算
高级技术专家
主要负责技术实现



翟玉茜

笔名,秋野玉茜。教育圈知名美女作家,著有《放养的女孩上哈佛》《留学正能量》《中国留学内幕》等书。百度影响力人物排名--留学行业分类,名列全国第二。

为什么是我们？



82000个简历，2700个活动
全球独家数据库

数据

积淀

50万微信粉丝，46家合作机构，
2个合作高中，3个合作大学

完善的线上+线下培训体系

O2O

授权

42个国际比赛的独家中国区授权



发展计划



发展计划

2016年

留学市场免费规划用户达10万

2018年

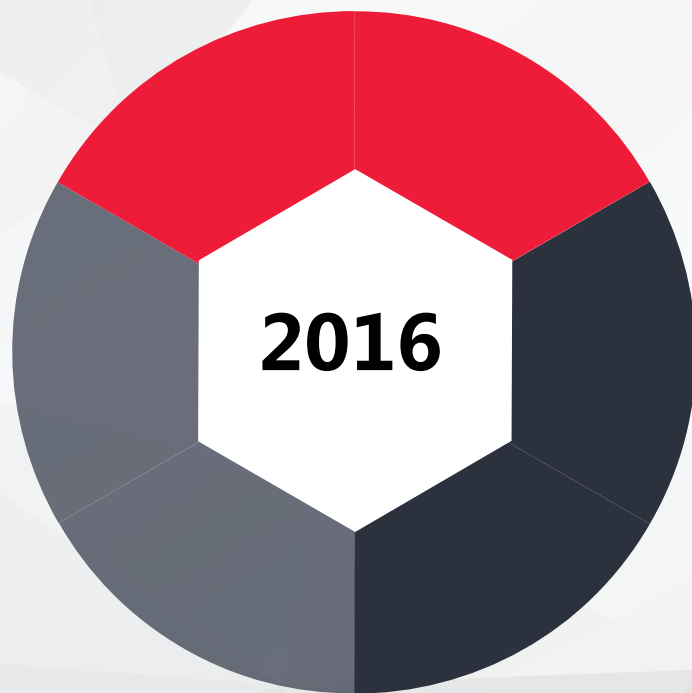
自主招生规划用户达100万

2020年

课外活动产品流量入口

2016年盈利预测

总营业额突破500万



授权活动净利润200万
VIP服务净利润200万

市场份额：
授权活动占据5%
免费规划占据50%
VIP服务占据1%

第一阶段：从留学市场切入

合作大学



合作机构
(部分)





融资需求



出让10%股权，获得300万人民币

类型	名称	金额
人力	后台程序员2人	1.5万*12月*2
	前台程序员2人	1万*12月*2
	安卓客户端程序员2人	1.5万*12月*2人
	IOS客户端程序员2人	2万*12月*2人
	美工1人	1.5万*12月*1人
	销售3人	0.5万*12月*3
	比赛落地执行3人	0.8万*12月*3
	运营2人	1万*12月*2
运营	新闻媒体曝光	0.05万次*12月*2次/月
	运营支出	0.5万*12月
办公室	租金	2万*12月
	网站服务器	1万*12月
流动资金	其他	2万*12月



Competition X

THANKS!

BUSINESS PLAN