



www.bbztx.com



Contents



- ① 公司简介
- ② 发展历程
- ③ 平台定位
- ④ 产品体系
- ⑤ 业务模式
- ⑥ 竞争优势
- ⑦ 团队介绍
- ⑧ 战略规划
- ⑨ 市场分析
- ⑩ 融资需求

公司简介

“宝贝走天下”是杭州遥指科技有限公司旗下户外活动品牌及移动APP产品。创立于2014年6月，获知名天使投资人王刚及瞰澜资本的500万元天使轮投资，估值2500万；2015年6月，获上市公司皇氏集团A轮1200万元融资，估值6000万。本轮计划融资1000万元，出让5%股份，估值2亿。

“宝贝走天下”专注打造高品质的儿童户外活动，践行儿童户外成长教育。公司主要成员来自阿里巴巴、中国美院、新东方等互联网企业与教育机构，以及资深户外活动玩家与儿童教育专家。公司总部在杭州，下设北京、天津、上海、杭州、苏州、宁波、广州、深圳、济南、郑州、大连、沈阳、西安等10多个城市分部。

“宝贝走天下”创立自主体验式儿童户外活动理念，旨在建立儿童钟爱的，契合儿童健康成长的游玩方式，及适合儿童成长的户外素质教育的领先模式。让孩子在大自然中健康快乐玩耍的同时，获得阅历和技能的提升；让孩子远离电视、电脑、手机，回归自然美好；以“体验+情境”的游戏任务模式，将孩子“情商、智商、逆商”的培养融入到充满挑战的各项任务中，并同时了解城市文化和人文精髓，从小播下热爱生活与环境，及团队协作的种子。

最新媒体报道：

<http://finance.qq.com/a/20160816/014211.htm>

<http://mt.sohu.com/20160817/n464679080.shtml>

融资需求



□ 融资额度：¥1000万 出让5%股份

□ 融资后营收与估值预测

- 2017年：20城，营收3000万（城均150万），净利540万（18%利润率），估值3亿（55.5倍PE）
- 2018年：45城，营收9000万（城均200万），净利2000万（22%利润率），估值9亿（45倍PE）
- 2019年：100城，营收3亿（城均300万），净利9000万（30%利润率），估值30亿（33倍PE）

□ 退出方式：

2020年前实现IPO上市/皇氏集团or其它上市公司并购

□ 资金用处：用于1-2年内业务扩张

- 员工与领队培训：100万元
- 新的城市扩张(含国外业务)：10城*20万=200万元
- APP与IT系统建设：100万元
- 儿童摄影增值服务业务：150万元
- 基地乐园业务：400万
- 衍生品电商业务拓展：50万元

关键数据

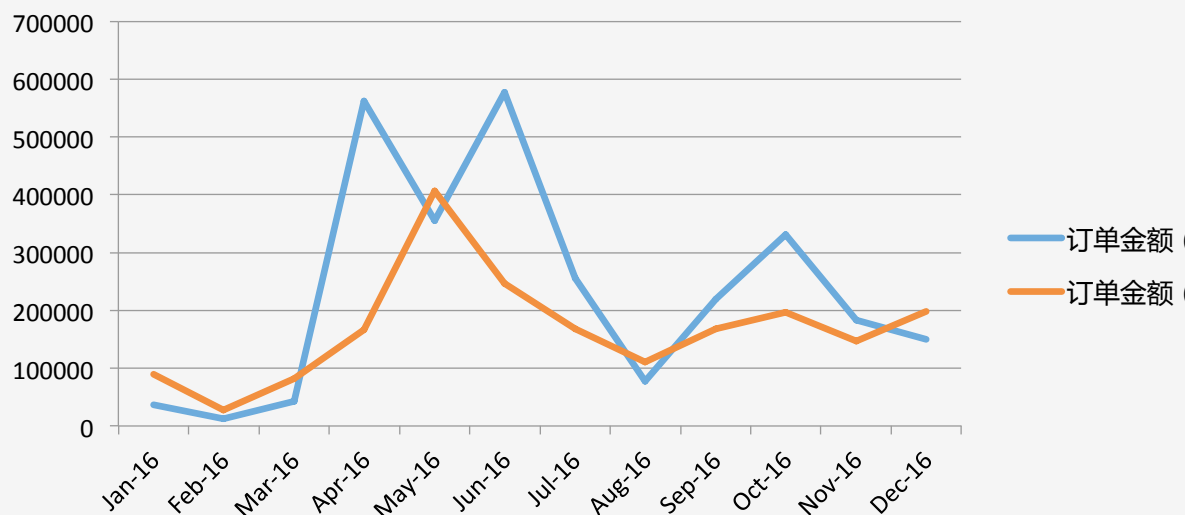
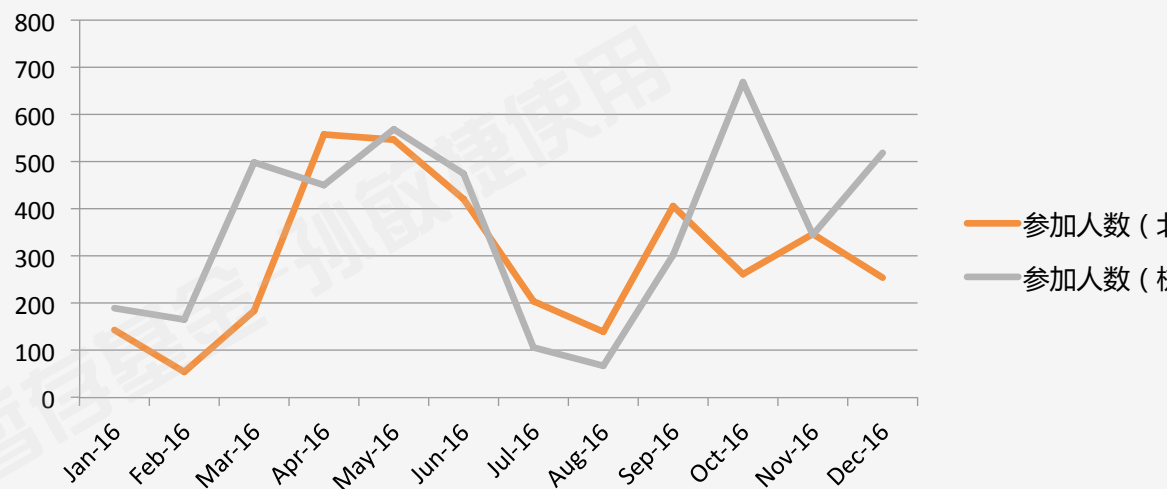


截止2016年12月31日

- 注册用户数：171796
- 交易用户数：27761
- 平均客单价（全年）：692元
- 月均订单数（全年）：1388
- 月均活动人数（全年）：1807
- APP月均新增用户：1600
- APP月均活跃用户：4000

2017年业务指标：

- 营业收入：3000万
- 净利润：540万
- 拓展城市：20个
- 交易用户数：5万

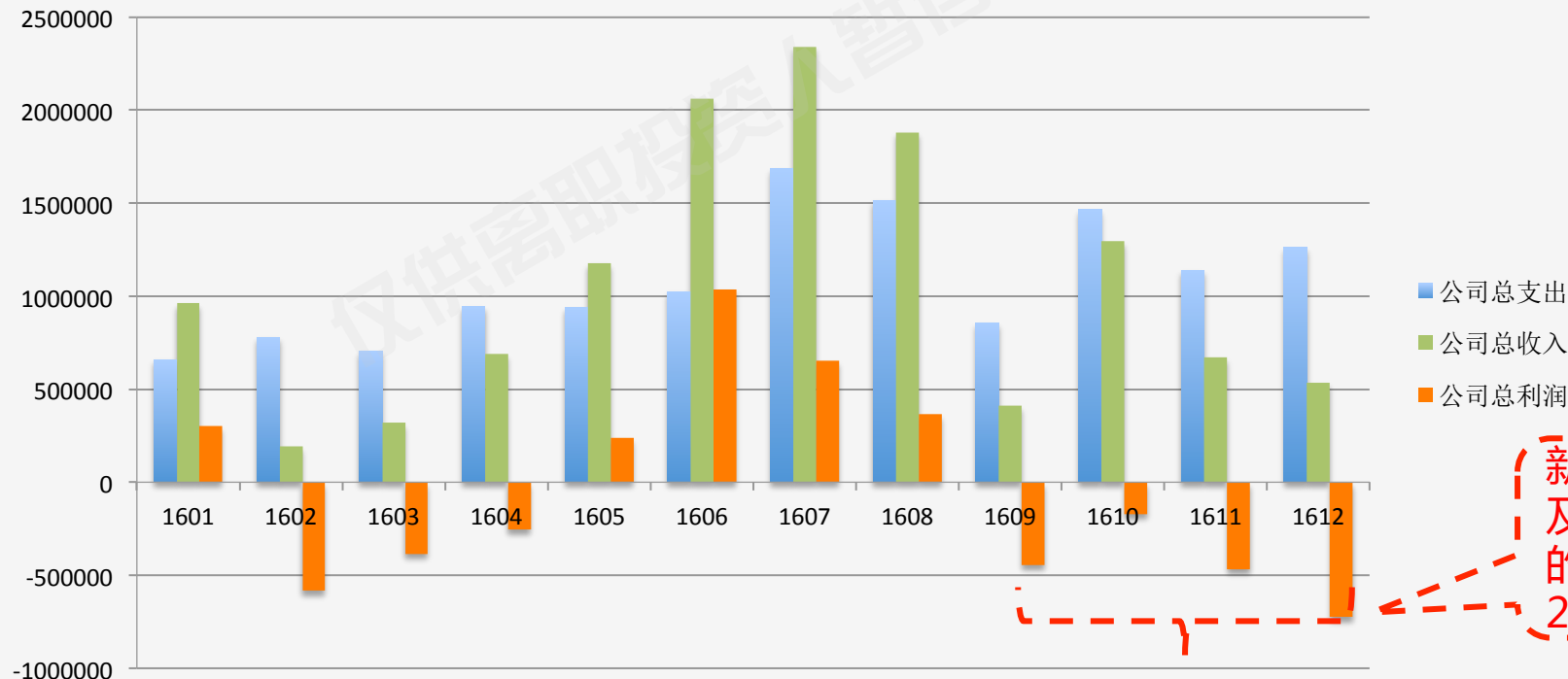


营收与利润

2016年5月已开始实现盈利，新开城市平均3个月即可实现盈利；在提供优质的产品与服务的同时，平均毛利可达到70%以上

2016年全年：总收入 12528288.38 ；总支出12966429.32；总利润：-438140.94（如扣除开发直播平台投入的100多万元支出，主营业务实际已实现净盈利）

2017年新开城市将进入盈利周期，同时冬令营业务进一步成熟，北方开拓室内活动模式，规模快速扩大，盈利能力将显著增强



新开城市影响，以及冬季对北方城市的影响

2017年将全面改善

发展历程

- ◆ 2016年8月，深圳站、济南站、郑州站、大连站相继成立；
- ◆ 2016年4月，宁波站、苏州站、西安站、天津站相继成立；
- ◆ 2016年3月，“宝贝走天下”广州“城市挑战”活动，获得广州日报、搜狐网、中网网等媒体竞相报道；
- ◆ 2016年2月，“宝贝走天下”广州站成立；
- ◆ 2015年12月，“宝贝走天下”北京、沈阳等城市的“城市挑战”活动获北京卫视、辽宁卫视等竞争报道；
- ◆ 2015年10月，“宝贝走天下”北京站、沈阳站成立；
- ◆ 2015年9月，“宝贝走天下”上海站成立，率先启动宝贝城市挑战系列活动；
- ◆ 2015年6月，“宝贝走天下”app荣获全国SMART年度最优创客奖；
- ◆ 2015年6月，“宝贝走天下”获得上市公司皇氏集团1200万A轮融资；

- ◆ 2015年1月，申请“宝贝走天下”商标，原“宝贝去哪儿”APP正式更名为“宝贝走天下”；
- ◆ 2014年12月，“宝贝走天下”APP（原名“宝贝去哪儿”）被“新浪”、“网易”、“新华网”“雷锋网”、“中国财经网”、“中国经济网”、猎云网、36Kr、FM996、浙江之声、都市快报、青年报、浙江卫视、浙江少儿频道等广泛报道，成为行业领先的亲子活动移动O2O平台；
- ◆ 2014年12月，“宝贝走天下”APP（原名“宝贝去哪儿”），联合宋城、农夫乐园、海皇星等成功推出多场4000人以上的大型活动，打爆杭城，杭州用户量突破10万；
- ◆ 2014年10月，“宝贝走天下”APP（原名“宝贝去哪儿”）被“百度应用”、“应用宝”、“360手机助手”、“淘宝手机助手”、“小米应用商店”等各大安卓应用市场推荐为精品、热门应用；
- ◆ 2014年6月，“宝贝走天下”（原名“宝贝去哪儿”）上线，并获得知名天使投资人王刚及瞰澜资本500万天使融资；

平台定位

我们的定位：
儿童户外活动专家

我们的愿景：
引领儿童生活新时代！成为一家可以创造中国
儿童新生活方式的公司

我们的使命：
影响中国亿万儿童走出父母溺爱，探索属于自
己的世界！



产品体系： 一日挑战

爱上一座城，在城市的角落印上自己的童年记忆。在一个个妙趣横生的任务环节中走进这座城市的非物质文化遗产与物质文化遗产，同时自力更生挣钱吃饭，面对情商、智商、逆商、财商的全面挑战，宝贝们如何在困难、奔波、迷茫中挑战、突破、成长？

活动方式：历史文化游、高校学府游、郊野技能营、商战实训营、角色扮演游、剧情穿越游



产品体系： 两天一夜特训营

走进山野户外，带宝贝进入一个与平日所见完全不同的世界。掌握山中徒步技巧，利用指南针地图及自然万物辨别方向，学习野外滤水净水技能，打绳结陡坡攀爬，还有户外午餐食用、户外急救、帐篷搭建、运水控速、野外生火、绳结逃生.....户外小达人就是这样“练”成的！

初次离家的新奇、惆怅，团队合作的挑战，独具特色的任务、闯关，尝试过才知道，没有什么不可能。

活动方式：跨城互动、乡村变形、夜宿露营、自然探险



产品体系： 夏（冬）令营

独立的开始，放开手的第一步！宝贝走天下冬夏令营融合跨城挑战理念，行程中每个环节均为宝贝走天下独家开发，执行团队均为宝贝走天下专业领队，更有全国独有的多城互动特色，口碑之作带给宝贝绝无仅有的成长体验。每一次活动都别无二致，培养孩子坚毅的性格，提高他的创造力、思维能力及自主独立性！

活动方式：草原行游、童子军营、两栖生存、古都寻访



产品体系：优势

- ✧ 教育与旅游、活动跨界结合：
寓育于玩，同时实现情商、智商、逆商、财商素质教育，提升产品附加价值
- ✧ 流程标准化、体系化：
便于快速城市复制
- ✧ 执行规范化、共享模式：
便于大量使用兼职领队，节省成本并快速规模化
- ✧ O2O模式，线上线下互动：
管理流程系统化支持，直播模式实时互动，形成粘性沉淀客户



业务模式

◇ 营销模式：

与过千家幼教培训机构合作进行城市冷启动推广；
建立微信客户、线上直播体系，实现口碑病毒传播

◇ 运营模式：

杭州总部设产品研究院、物资采购中心、财务中心、
培训中心，系统支撑中心，集中式管理；各城市设
直营分部，分布式经营；跨城市线路，集中调配，
相互协作

◇ 盈利模式：

- 亲子游模式：活动报名，APP在线付费
- 幼教模式：会员卡，按年预付费
- 增值服务：摄影、摄像；活动基地，乐园
- IP衍生品电商：如活动服装、装备、道具等售卖



竞争优势：发展速度

直营模式**发展规模与发展速度居行业NO1**的儿童户外活动提供商

一年时间发展到14个城市，并正在以加速度持续发展.....

各城市之间同时形成密切协同与互动



竞争优势: 产品研发能力

一年内开发出近100个产品线
路，产品研发与标准化推广
能力行业NO1！

“宝贝走天下”拥有自己的产品研究院，
来自亲子游、儿童教育的数年经验的多
位专家，精心打造独家专属的产品体系，
并实现从策划、设计、包装、营销、组
织、执行、资源、物料的全流程一站式
自主支持



竞争优势: 共享经济模式

打造了儿童户外活动**最大的兼职领队团队**，培训了超过**1000名合格的兼职领队**，并还在迅速扩张

与超过**1000家连锁幼教机构合作**，进行线下推广，实现快速城市启动



竞争优势：系统支撑能力

打造了行业**下载量NO1**的APP及强大的运营管理系统

开发了活动管理、领队管理、客户档案管理、物料管理、电商管理、优惠券管理、消费分析等多项功能，真正实现以互联网与移动互联网技术提升效率与效益



竞争优势：数据化运营能力

将数据化运营体系应用于产品的运营推广、业务运营管理，获得良好的管理与营销效益，及最好的ROI

创始人曾是阿里巴巴的数据化运营技术领域带头人，
阿里巴巴智能推荐引擎系统创建者

- 基于数据化运营，建立科学高效的运营管理体系；
- 基于数据化运营，沉淀儿童数据档案，实现数据增值服务
- 还将构建商业模式，基于大数据延伸产品价值链，如电子商务，家庭理财，儿童文化IP等



竞争优势：安全保障体系

保险：所有活动全程由中国人保和中国平安承保，启动旅行社责任险+旅游意外险“双保险”保平安，贴心的安全组合为孩子的旅途系上一条结实的“安全带”；具有旅行社资质，和家长签署国家旅游局标准合同，全力确保活动参与宝贝合法权益

保障：会为每个参与活动的孩子提供定位手表保障安全；定制服装，定制背包，整齐划一，辨识度高；专业户外领队带队，领队宝贝1:6配比，启发式引导，帮助宝贝全程自我管理；领队全程拍照分享，记录宝贝当天的活动历程；每个带队领队需要手抄安全事项要则，熟背安全军规

应急：成立了专门的应急事件处理机构；配备专业医疗包；定期进行安全应急知识培训；制订了安全事故严格奖惩措施

WARNING



宝贝走天下
BABY LET'S GO

儿童户外活动专家



我们的愿景

引领儿童生活新时代！成为一家可以创造中国儿童新生活方式的公司！

我们的使命

影响中国亿万儿童走出父母溺爱，探索属于自己的世界！

三大纪律 (红线)

1. 客户(安全)体验第一
2. 公司(团队)利益第一
3. 诚实守信第一！

八项注意

1. 聚焦答案不抱怨他人。(5分)
2. 不得擅自更改(产品)活动流程。(6分)
3. 活动中统一着装不碰烟酒。(2分)
4. 活动不迟到不早退。(4分)
5. 活动不收带病孩子，不私自收取用户钱财。(4分)
6. 面对质疑只找自身不足并和用户坦诚沟通表达歉意。(6分)
7. 活动不吃三无食品，不进三无饭店。(5分)
8. 活动保证定位手表及追踪硬件的正常使用。(6分)

注

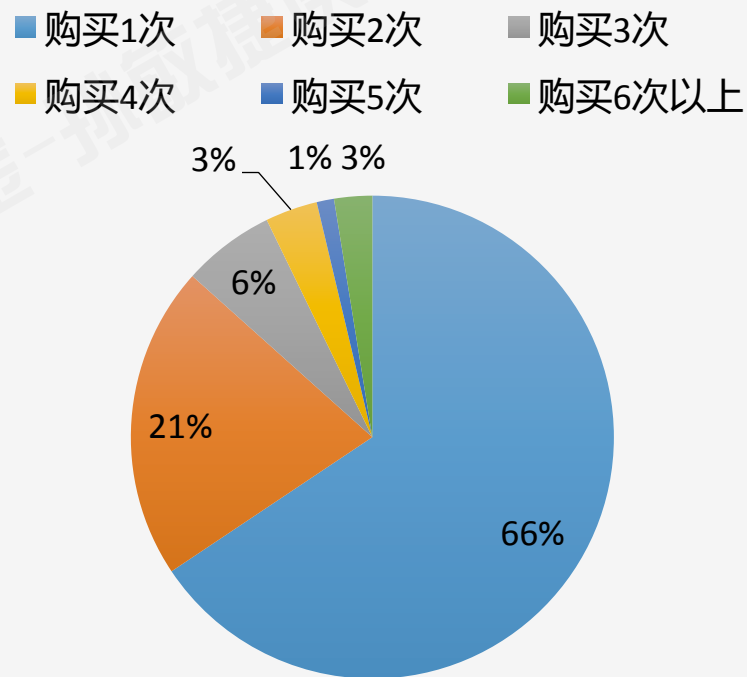
一年内扣满18分吊销工作证，零薪到总公司培训，考核合格后才能重新上岗
一年内扣分超过6分，每增加一分扣除200元奖金。
一年内没扣满18分，第二年清零。

竞争优势：用户质量与粘性

平台积累的用户全部为**中高收入家庭**，**平均客单价达到873元**

用户对平台有极强的粘性，**6个月内34.4%的用户产生复购**，**且平均复购间隔周期为15天**

6个月内重复购买的用户分布



众多家长高度评价活动对孩子成长、亲子关系的帮助意义。由于亲子人群天然的社群属性，便于实现社交网络病毒传播

泉水叮咚-陈静
一天的城市排



这些日子儿子懂事好多，作业自己主动完成。今天晚上上课，提前把英语的作业都写完了。难道是参加宝贝走天下的效果👍👍



徐准成妈妈

这是让孩子成长的活动，现在孩子要么学校，要么兴趣班，与陌生人沟通，解决问题的能力需要提高，平时在家都宠着，今天活动后让孩子拿纸币去换硬币，二话不说就去了，不知道在服务台换，直奔收银台，后来在和收银员沟通下找到服务台换硬币，自己用2枚硬币推了2辆购物车。期待未来在苏州的活动和其他地方的活动。父母学会放手，孩子学会成长！

徐准成妈妈

感谢有这么好的活动👍👍

错误的相识

👍👍宝贝走天下，活动圆满成功！非常感谢所有工作人员，妮妮说今天非常开心！见到我后第一句就是妈妈爸爸赚钱太不容易了，我以后不能乱花钱了！担心了一天，结果孩子真的很棒！不是孩子做不到，是很多家长不敢放手，这个活动真的很不错，宝贝通过这一天学到了好多，真的很感谢！👍👍



Linda

参加了一天的城市挑战，好像考验的不是孩子而是我们，第一次把宝贝得不行的宝贝交到陌生人手上，让孩子靠自己的力量在这偌大的城市中生存，虽仅仅一天，却深切的尝试了一次“你把我的心带走了”的感觉。再看那个为《极限挑战》着迷的你，在简短的分组和训导过后，从带上定位手表的一刻，好像就不再需要爸爸妈妈的注视，带着仅有的空水杯和面巾纸便踏上了征程。从熟练地研究任务卡，在银行里顺利取得饮用水，到问路、乘车，用夸奖的方法把领取的物资推销出去以赚得午餐的必要开支……你给了妈妈太多的惊喜。从摄像老师的直播中，我发现了管理整租财政大权的你，每张相片左手都是牢牢地攥着意义非凡的几张纸币；我看到从来都是被人照顾的你，在电梯上牵着小弟弟的手；我更注意到你给大家买的丰盛的午餐，原来你也会讲价，原来你也可以在辽大的校园里找来陌生的大哥哥大姐姐，帮你完成任务。一天的时间，你觉得玩的不过瘾，但你已深深的懂得了一个团队一起努力，以前胜利的道理。一天时间，你给了妈妈太多的惊喜、欢笑和欣慰。这成长的一步步走下来，到我真正要松手的那一刻，即使不舍，我想我也会是安心的😊我爱你！宝贝！



孙禹沐妈妈

@魔法队@阿凡达 今天的活动太有意义了，看你们一路发过来的照片和视频，感觉宝贝真的给了我太多的惊喜，原来离开了我们的保护，她们可以这么勇敢和坚强！真心感谢你们策划了这样好的活动，让我能真切的感受到宝贝的成长！也辛苦你们这一天的陪伴和付出！总之是满满的感谢还有感动！🌹👍

< 微信 "河上风云冬令营"直...(112)

4天相处下来，小朋友之间与老师之间彼此从不认识到认识，学到很多，感悟到很多，今晚茶花会上，每个孩子才艺表演，上台分享自己的亲身感受，一张张稚嫩的脸，一番番感人的话，小孩的世界单纯真挚，表达了自己学到了独立坚强面对生活，也有对同伙伴合作的默契团结，对小朋友们分开的的不舍，更多地是对领队老师们的依依不舍和感恩之情，甚至女生们在这种气氛下忍不住抱成一团哭了，全场或许大人在也禁受不住场面的感人，小朋友们用获奖的奖品送给最喜爱的领队们，也为领队老师写了最贴切的打油诗，正是老师们的付出才得到了孩子们的青睐，让这5天的课堂中学会了坚强，独立，善良，团结友爱，付出，珍惜，感恩，这不正是我们希望宝贝们所拥有的吗？也是活动的宗旨和最高追求。感谢！

竞争优势：服务品质

宝贝走天下追求极致服务品质，每个活动群中家长好评如潮，赞誉有加，并自发帮助传播

陈芳妈妈

你们在爸爸妈妈身边还是他们的心肝宝贝，在我们家长眼里是值得心疼的弟弟妹妹，而在孩子眼里，你们是强大的靠山，是坚实的臂膀，是良师益友！在每一次活动中你们敬业到让我们敬佩，在每一次活动中你们用爱呵护宝贝到让我们安心，在每一次活动中你们对孩子的耐心和包容到让我们自愧不如，在每一次活动中为了给孩子拍出精彩的照片你们说趴下就趴下，说躺下就躺下，领队熊大甚至还吊在空中3小时，就为了给攀岩的孩子留下精彩的瞬间！在每一次活动中你们的视线从不离开孩子，孩子不高兴了你们使出浑身解数让孩子融入，孩子高兴时，你们笑的也像个孩子！在每一次活动中你们为了孩子的安全，为了能让家长安心，你们轮流彻夜值班不曾有半分懈怠！更是在整理孩子物品的时候累的手里还握着旗帜就睡倒在物资旁，为了让孩子们有熟悉亲切感，你们每一个人的名字都改成动漫人物的名字：擎天柱，福禄娃，小红帽，黑猫，王大白，阿狸，鲨鱼，小樱，酷飞，沙和尚，蝙蝠侠，熊大，小丸子，悟空，兔八哥，YOYO，多多等等……直到现在我们还不知道你们每个人的真实姓名，这样的你们没有理由不让孩子喜爱，没有理由不让家长放心！在成长的路上有你们陪伴孩子们是幸福的，愿这份美好的回忆伴他们一生，并永远怀着一颗感恩的心面对人生中的所有……
❤️❤️❤️为你们点赞小黄人，谨以此文献给宝宝走天下所有的宝贝人👍👍👍

17:10

刚刚静下来仔细翻阅了冯欣昱小哥的营员手册。手册里记录下了内蒙八天行的每一个精彩片段，跟随着文字又重温了一遍欢乐的内蒙古寻鹿之旅，仿佛身临其境置身其中。这是一段珍贵的记忆，会好好珍藏的！❤️

当看到领队点评时，我的鼻子酸了，密密麻麻的文字让我感受到了领队们的真心付出，你们不仅仅是在认真履行自己的职责，如果没有一颗炙热的爱心，孩子们又怎会对你们如此印象深刻恋恋不舍呢？小哥的领队是蜡笔小新和小魔仙，你们对小哥的点评实在太到位了👍👍短短八天就把他了解看得透透的

👉你们对他的赞许会让他信心倍增，对他的建议也会激励他不断战胜自我，勇敢面对今后的人生，谢谢你们👍👍

对了，听小哥说，领队们每天都只睡三四个小时觉，我听了之后很惊叹也挺心疼！为了这一份事业为了宝贝们的安全和出行体验，你们这群大宝付出了怎样的代价啊😭！在这里也提醒领队们多多保重身体哈！🙏🙏🙏

王瑜舒

参加完18号活动，孩子学到了很多知识，觉得孩子似乎一下子长大了。在此再次谢谢许老师！我的朋友听我说了这项活动，也想为儿子报名，名字叫任思行，另外又带了一个小朋友，2名小男孩，她今天会和您联系。



一周的活动就这么快的结束了，感觉好像意犹未尽！感谢宝贝走天下设计了这么棒的活动，组织、后勤、安全、活动设计都一级棒！也感谢自己的决定，让姐弟俩一起去，让他们去结交新朋友，尝试新技能！看的出来领队们都非常的爱孩子们，交给你们很放心！期待宝贝走天下后续更精彩的路线和活动，我们会经常来的！谢谢领队们，领队们辛苦

陈明远、陈楚涵妈妈

感谢所有宝贝人。这几天小家伙发烧，是你们不惜辛劳像家人一样在身边照顾陪伴着。凌晨一点三点发信息告知宝贝情况，还特地半夜带去医院看医生。我家三个宝贝，大宝贝参加过别的机构组织的夏令营，回来后就没有欲望与兴趣想参加他们下次的活动，与宝贝走天下根本就是天壤之别。我觉得这次选择宝贝走天下是明智的。在小家伙们成长的路上遇到宝贝人是何等的幸运与幸福。以后就认定宝贝走天下了！除了谢谢还是谢谢。跟着你们

陈宇轩妈妈

@八戒@霸王队 @毛毛怪@天霸队@宝贝走天下 @舒克@霸王队 我们这几年参加过各种组织的活动，但是从来没有你们如此细致用心的对每个孩子做出这么详细的观察和评价，说实话，我真的感动的稀里哗啦😭

竞争优势: 独特价值

宝贝走天下活动区别于传统的亲子游，全部由儿童独立参与，解放了妈妈们，提升了家庭生活质量，也提升了活动频次



团队介绍：富有激情与战斗力的 Team



苏 宁军 / 花名：米老鼠
创始人 / 董事长
浙江大学自动控制专业硕士。杭州妈妈推崇的“乐乐爸”，热心儿童公益。曾是中国电信大数据营销专家，阿里巴巴数据化运营技术领域带头人，阿里巴巴智能推荐引擎系统创建者。



袁 延堃 / 花名：钢铁侠
联合创始人 / CDO
资深设计师/画家/美学专家。中国美术学院硕士、大学讲师。玖枫设计院创始人，曾任设计、旅游、教育、连锁、互联网行业公司艺术顾问。专注从事艺术教育、艺术设计工作10年。

丁 疆 / 花名：阿童木
创始人 / CEO
文化创意玩家、户外运动高手！加拿大魁北克大学MPM硕士。曾任中国美术学院继续教育学院自考部主任，杭州江南专修学院院长，专注从事教育工作10年。



韩杨 海龙 / 花名：大嘴猴
联合创始人 / CHO
曾就读于广州中山大学数学专业。6年的青少年素质教育从业经历，曾在广州新东方担任高中英语老师兼任外地市场经理。资深驴友，深圳登山协会注册领队，曾带队穿越西藏墨脱，新疆狼塔C线！



苏 大正 / 花名：擎天柱
联合创始人 / COO
实战派管理营销管理专家，高级营销师，万利达集团前高管，历任教育电子、3C数码、环境电器市场营销负责人。



郭 银蕊 / 花名：龙猫
联合创始人 / 产品总监
大连海事大学电子信息科学与技术硕士毕业，资深互联网产品经理，7年to B和to C的APP产品和系统产品的策划项目经验，曾成功策划爱祝福、趣拍、移动大数据等产品，数百万用户量。资深麻麻，热爱户外活动，希望带着宝贝走天下。

邱 炜 / 花名：哪吒
联合创始人 / CPO
资深驴友，亲子玩家。驴2旅游网创始人，全球驴友协会中国区活动执行总监。4年以上亲子游俱乐部行业运营经验，丰富的活动策划与带团经历。



顾 丽娟 / 花名：kitty
联合创始人
互联网行业实战派运营总监，曾任中国互联网第一股（生意宝）b2b资深客户经理，母婴垂直电商创业史。专注于垂直细分互联网领域。



战略规划：发展路径

STEP1 (2017) :

- 覆盖一、二线城市20个，并实现全部盈利
- 做深城市市场规模，并尝试会员制与年卡
- 依托线下活动提供儿童摄影增值服务，及尝试国外市场

STEP2 (2018) :

- 延伸到二、三线城市发展到45个以上
- 做大国外业务及儿童摄影增值服务
- 尝试开辟品牌加盟的活动乐园与基地
- 继续发展IP衍生品电商业务

STEP3 (2019-2020) :

- 延伸到二、三线城市发展到100个以上
- 依托平台积累的用户，发展金融服务，包括儿童家庭理财，儿童消费分期等
- 线上往在线教育业务延伸；线下往儿童特殊教育、儿童体育教育等业务延伸
- 儿童明星、儿童网红打造，儿童真人秀节目、儿童影视剧IP打造



延伸业务：儿童摄影增值服务 (已试点)

- 儿童摄影是最赚钱的儿童服务之一。2017年我们将尝试依托宝贝走天下线下活动，为每个儿童拍摄活动过程影集及MV，提供付费增值服务
- 提供影视频成长档案服务，并提供影集的制作付费服务
- 同时依据摄影、摄像业务，建立宝贝走天下活动相册档案，增强app的功能，提升用户粘性



延伸业务：打造活动IP衍生品电商 (已试点)

未来宝贝走天下会根据每一场活动的不同主题，与第三方厂商合作提供个性化定制的一系列户外活动相关衍生商品。每一样东西都可以契合活动定制，作为IP衍生品，承载宝贝走天下的亲子文化理念与活动情感记忆，从而可以有较高的品牌溢价



城市挑战酷炫战衣

¥68元



超萌可爱宝大大公仔

¥58元



户外双肩包冬夏令营专用背包

¥199元

延伸业务：品牌活动基地、乐园

- “宝贝走天下” 拟打造专属的基地乐园。依托基地乐园，结合国家教育部对于儿童户外教育的重视的机会，加强与学校的合作，实现更强势的招募渠道。同时也进一步拓展活动的范围与形式。
- 考虑到基地、乐园的投资巨大，宝贝走天下可以采取品牌与运营合作的模式。与现有的自然景点，旅游景区，农庄乐园、儿童乐园，第二课堂基地等合作，宝贝走天下提供基地的重新设计改造，活动玩法设计，客户引流，代运营等服务，以品牌输出加盟的方式入驻，并实现生态圈的打造。



延伸业务：儿童影视（已试点）

宝贝走天下也考虑在活动中孵化儿童明星、儿童网红，通过自创影视剧或短片的形式推出儿童真人秀节目或儿童影视剧IP。进行品牌推广的同时，搭建一个活动生态圈层，将传统儿童服务与互联网、文化IP的打造紧密结合在一起

宝贝走天下视频：

<http://my.tv.sohu.com/pl/9095593/index.shtml>

<http://i.youku.com/i/UMzQwNTk3NDcxMg==/videos>



02分07秒

内蒙寻鹿记 宝贝走天下

▶ 17,512 ◀ 0



01分15秒

宝贝走天下 2016军事夏令营
预告

▶ 6,500 ◀ 0



13分24秒

我的秘密庄园（4）谁能揭开
钥匙之谜 坐拥百亿庄园

▶ 1,039 ◀ 0



10分34秒

我的秘密庄园（3）-宝贝走天
下河上趾压板舞战

▶ 3,474 ◀ 0



11分38秒

我的秘密庄园（2）

▶ 4,213 ◀ 0



01分11秒

你给我站住 预告

▶ 3,452 ◀ 0



10分10秒

我的秘密庄园（1）

▶ 8,068 ◀ 0



00分30秒

我的秘密庄园粤语版来袭

▶ 3,675 ◀ 1



00分45秒

我的秘密庄园 宝贝走天下

▶ 4,949 ◀ 1



27分47秒

五萌娃激烈抢房，家长惨遭惩罚
《宝贝走天下》真人秀第一

▶ 6,936 ◀ 1

市场分析

- ✧ 永远的刚性市场：
6岁12岁的儿童阶段，是亲子消费最为密集的时期，每户城市家庭在儿童期间消费期的消费金额高达20万元
- ✧ 消费升级带动亲子游迅速发展：
预计在 2016 年, 我国在线亲子游市场将达到 207.9 亿元, 同比增长 81.3%
- ✧ 二胎政策放开加速亲子游市场增长：
第四个人口巅峰将在2014-2019年到来，随着中国每年预计有1700万婴儿出生，我国4-8岁儿童约1.71亿
- ✧ 儿童素质教育市场尚在起步阶段：
家长希望玩的更有意义，2015年中国针对儿童教育的市场规模达到7700亿人民币，占到整个中国儿童消费市场规模的22%



资料来源：艾瑞咨询，国海证券研究所

竞争对手融资情况



A轮融资：¥4000万

投资方：开物华登、
有成基金



A轮融资：¥5000万

投资方：未公开



A轮融资：大于
¥3000万

投资方：高新投



天使轮融资：¥800万

投资方：未公开



宝贝走天下
BABY LET'S GO

儿童户外活动专家



www.bbzttx.com



关注微信



下载手机APP



本轮融资由以太资本担任财务顾问

约见此项目创始人 [点击这里](#)

本项目融资顾问：卞恺灵 kelin | 电话：15120004816 | 微信：kelin117

以太优选，让融资更高效
覆盖全行业，超过1000个优质项目，等你来查看

[访问网页版](#) [下载客户端](#)