



蓝墨商业计划书

仅供离职投资人参考使用

概述

蓝墨基于移动互联网和自带设备（BYOD），为国内本科和职业院校师生打造面向未来移动教学场景下的免费智能化工具平台。

蓝墨云班课移动教学App，2014年11月20日上线，2016年9月28日用户突破100万，覆盖学校2300所，9月份日活25%，日平均启动次数66万次，平均使用时长15分钟；云教材内容增值服务和云教学大数据增值服务本年度计划实现营业收入1500万元；蓝墨于2015年底完成了Pre-A轮1500万融资，现正式启动A轮融资，计划融资3000万元。

目标市场和用户规模

本科以上

教师105万
学生1494万
学校1170所

高职

教师44万
学生974万
学校1321所

中职

教师87万
学生1923万
学校12262所

成人&民办

教师1.7万
学生626万
学校1100所

学校16000所，教师240万，学生5017万

本科和职业院校作为重点开拓领域

教学的三个主要场景及存在的问题

教师的烦恼

课堂没人听课
玩手机

课外没人学
不好沟通

教材学习率不高
资源浪费

课堂学习

课外学习

教材学习

满堂灌、缺少互动、
没有个性教学化指导

课外老师不见影、
缺少沟通、自主学习孤单

教材枯燥、乏味、
知识内容落后，
无人督导

学生的烦恼

蓝墨以课堂场景切入，重构整个学习流程

云班课App

重构课堂和课外学习场景
开展轻松有趣的互动教学



云班课App是一款基于移动互联环境满足师生课堂内外互动教学与即时反馈需求的移动教学应用，通过云服务实时记录学生的学习行为，游戏化的经验值激励学生学习，实现过程性评价和个性化教学

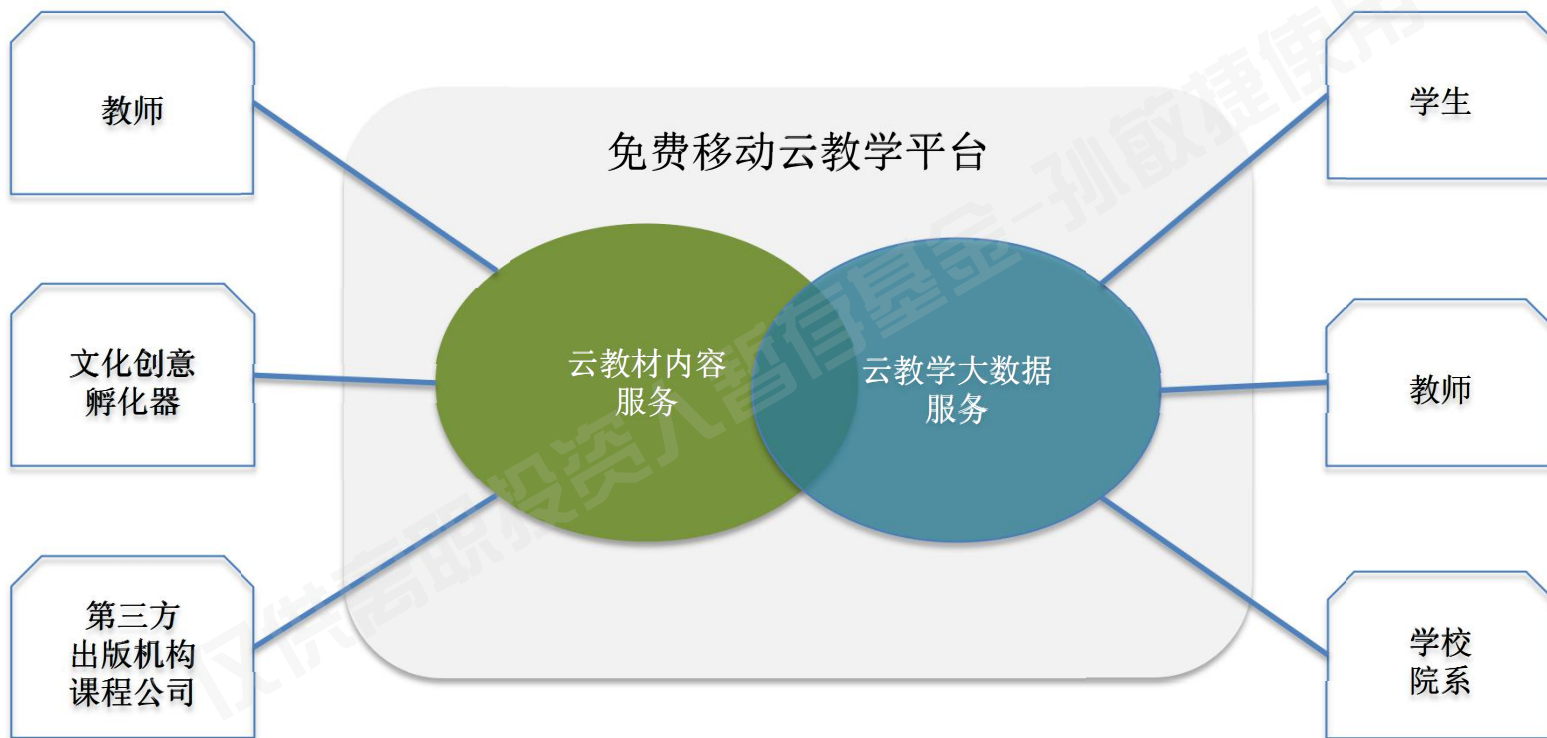
云教材App

重构教材学习场景
让教材学习告别乏味孤单



云教材App是一款云教材的移动学习应用，云教材是一种具有富媒体、交互和学习行为跟踪功能的互联网智能化教材，适合学生深度沉浸式自主学习和开展翻转课堂教学。也称为慕特（MOOT，Massive Open Online Textbook）

通过两款免费产品打造一个平台 建立两项增值服务业务



蓝墨商业模式总结：B2C2B

蓝墨未来三年通过免费的蓝墨云班课App产品实现数十万教师与上千万学生之间的强互动连接，并基于该连接实现用户流量运营和二项增值服务业务。

- 知识社区：课程圈、问答
- 虚拟货币：蓝豆
- 虚拟和数字商品：鲜花、礼物、数字教材、电子书等
- 直播公开课

预估
50
亿规模

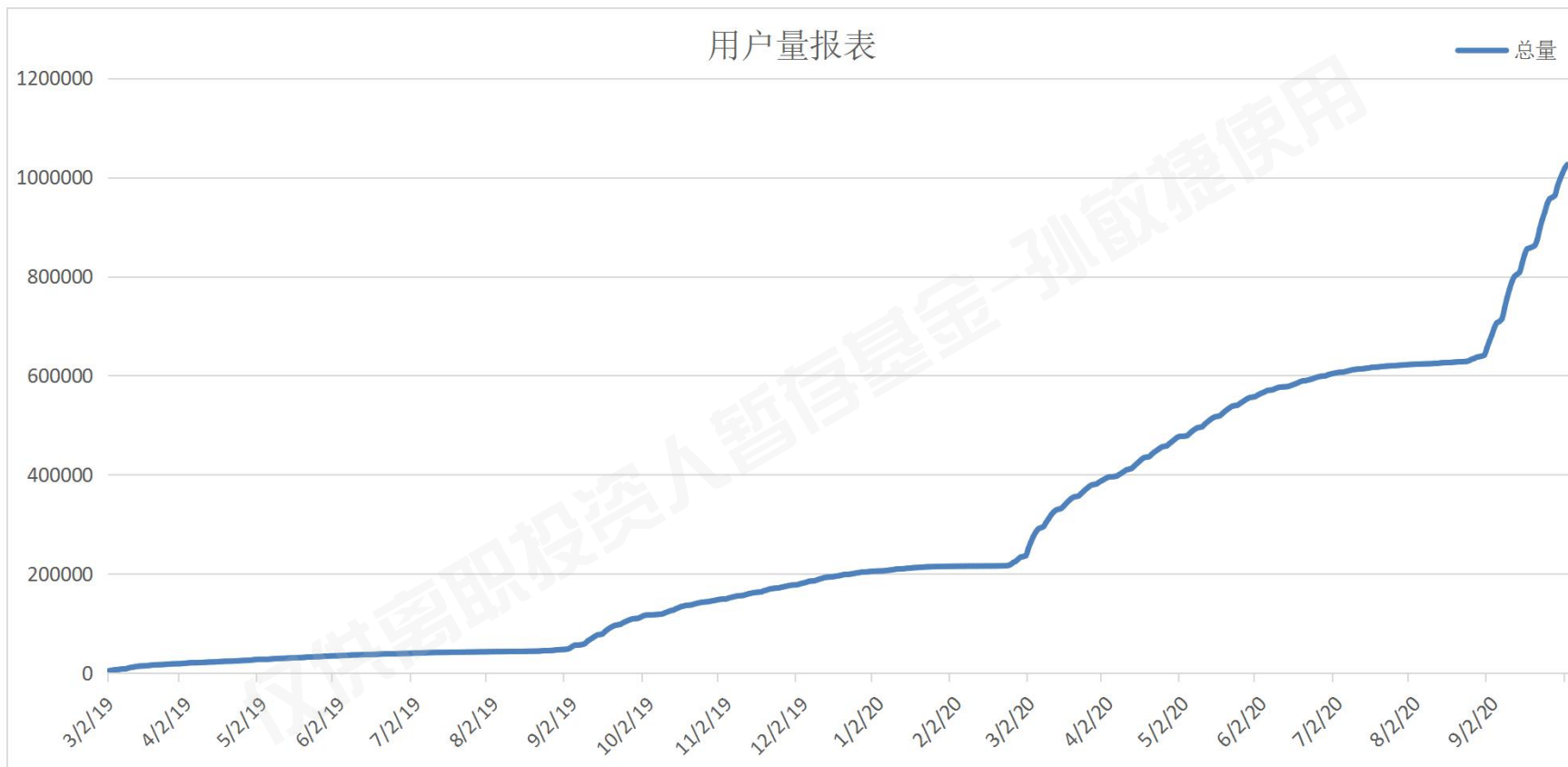
- 为老师（院校）提供云课程和云教材内容制作服务
- 协助数字出版
- 通过云班课在线推广
- 在线发行服务

预估
200亿
规模

- 与学校合作成立云教学大数据省级研究中心、分中心和行业中心
- 为学校搭建校级云教学数据管理平台和私有云
- 第三方教学评价

预估
200亿
规模

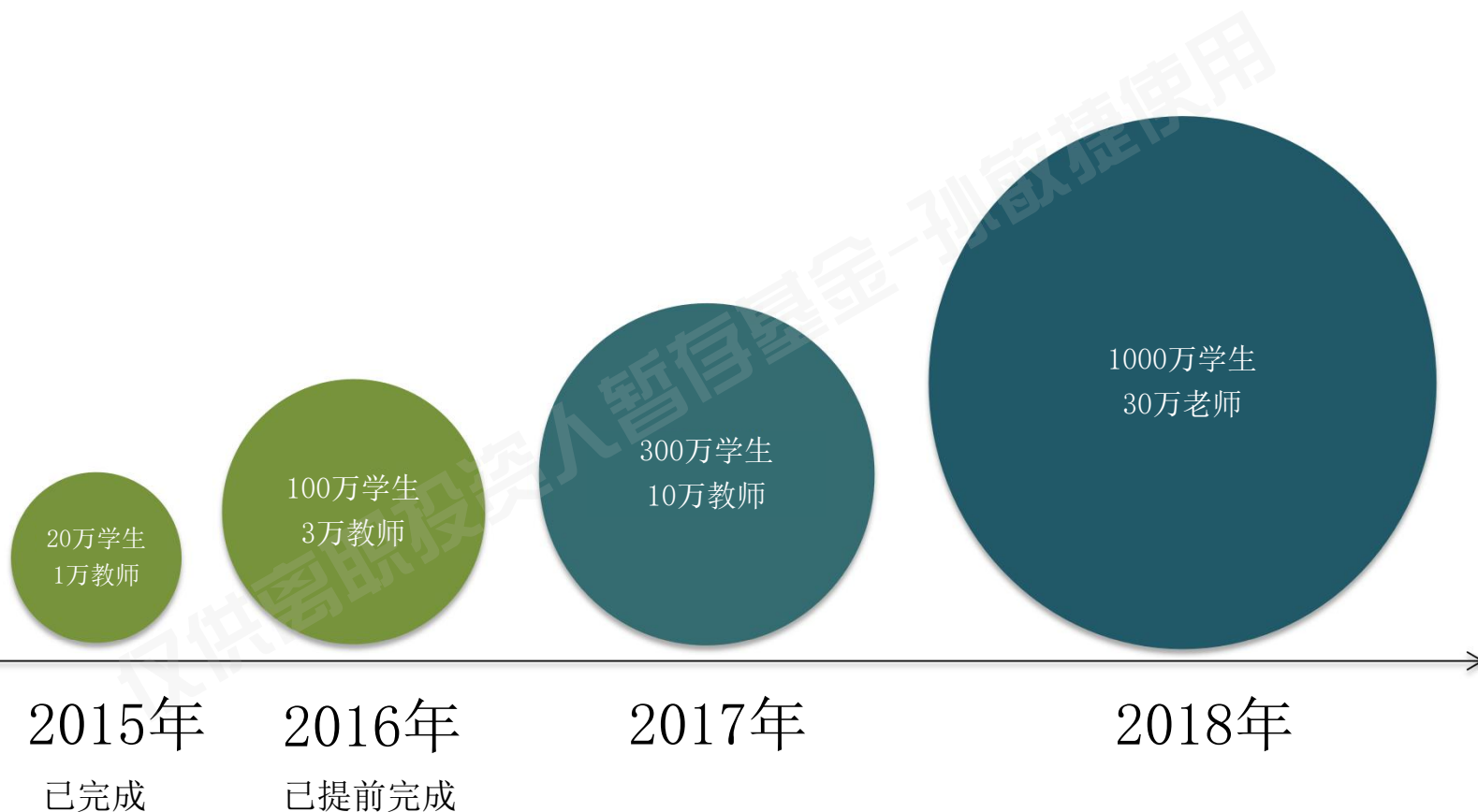
蓝墨云班课用户数量增长趋势



- 2014年11月20日上线，2016年9月28日注册用户数突破100万；
- 截止2016年9月30日注册用户102万，教师3.7万，班课7.1万，覆盖学校2300所，34个省份；
- 9月份日均新增12257人，日均启动次数664345次，平均单次使用时长16分钟；

数据来源Talkingdata.com

蓝墨云班课的三年用户发展目标



蓝墨增值服务业务发展情况

云教材：

已经签订300多门课的内容制作和推广服务合同

上线180余门

精品云教材 《高等数学》 《机械原理》 《PLC》

云教学大数据研究中心：

已经与10所院校签订省级中心、分中心和行业中心

今年预计25所院校（含院校云教学数据管理平台）

销售收入：

2014年200万，2015年500万，2016年预计1500万

蓝墨增值服务业务三年财务目标

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
云教材数量（品种）	100	200	500	1000	2000	4000
云教材制作（万元）	450	1000	1500	2200	2500	2000
云教材在线发行（万元）	5	100	300	1000	3000	9000
流量运营-公开课（万元）	0	0	200	500	1000	3000
流量运营-其他（万元）	0	0	0	300	1500	4000
教学大数据（含管理平台）（万元）	45	400	1000	2000	3000	4000
合计（万元）	500	1500	3000	6000	12000	24000

主要竞品分析

老牌LMS转型产品

- 超星学习通
- 移动BlackBoard
- 清华在线（优慕课）
- 智慧职教（高教社）

新型与云班课竞争产品

- 课堂派
- TronClass
- 雨课堂（学堂在线）
- 微助教、课立方
- 对分课堂
- Mita（麦可斯）

与云教材类似产品

- MOOC平台（竞争？合作）
- 东师理想、传统出版社的二维码教材
- 超星
- 文华在线

1. 传统老牌LMS转型产品大都沉重，PC时代烙印明显，产品弱，模式老，而且很多产品还不是云技术，学校本地部署，没有前景，但这些产品厂家在B端市场势力仍然很大，目前做的最好的是超星学习通；
2. 新型与云班课竞争产品，理念相近，功能驱同，未来主要竞争点在用户体验、口碑、圈子社交、共享机制、激励与评价方面，简单、极致、轻松、有趣理念决定产品用户体验，除了TronClass，其他几个产品都是微信平台开发的，产品竞争大都停留在工具和功能层面，虽然短期节省成本，但长期无法支持模式拓展；
3. 云教材目前国内竞争处于领先地位，传统出版社转型较慢，科技公司在该领域投入不足，市场上数字教材基本处于二维码时代，东师理想的二维码技术比较好，超星内容丰富但体验不够好，文华在线产品和实力不错；
4. MOOC平台是内容竞争者也可能是合作者。

蓝墨创始人团队



靳新：CEO 创始人 1974年

北京邮电大学硕士

拥有10年IT行业经验

近10年的高校教学服务经验，运营国内最大的基于互联网的资源共建共享网站—中国高等学校教学资源网（CCTR），服务过全国400所高校，70万教师。



袁玉强：CTO 创始人 1978年

北京科技大学毕业

原IBM高级研发经理

以技术为生命，践行用户体验至上的人生追求！

蓝墨经营管理团队

周素民

1980年

北京对外经济贸易大学

EMBA

负责云教材制作部

原ORACLE中国公司e-

Learning部门负责人

原继东

1976年

天津大学 博士

负责云教材业务

原天津大学出版社副社

长，负责数字出版业务

商桑

1966年

国防科技大学

负责学校B端业务开拓

蓝墨大数据研究院院长

原澳维国际教育总经理

中国职教学会理事

职业保障分会常务理事

融资计划

A轮，计划融资3000万

- 扩大研发队伍1000万，主要用于加大后续研发力度，包括重点增加人工智能和AR投入；
- 云教学大数据研究团队建设500万，主要用于招募人才和开展教学大数据研究；
- 运营团队建设和市场推广费用500万；
- 建设内容生态体系1000万，孵化优秀开发高品质云教材



本轮融资由以太资本和合作顾问共同完成

约见此项目创始人 [点击这里](#)

本项目融资顾问：王光瑞 | 电话：13022991969 | 微信：13022991969

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](#)