



杭州攻壳科技有限公司 商业计划书

1 公司基本情况及业务现状

2 公司发展战略

3 公司核心竞争力

4 2016-2017 重点战略项目

5 团队介绍

6 融资计划





Part1 公司基本情况及业务现状

仅供离职投资人暂借一用-孙敏捷使用



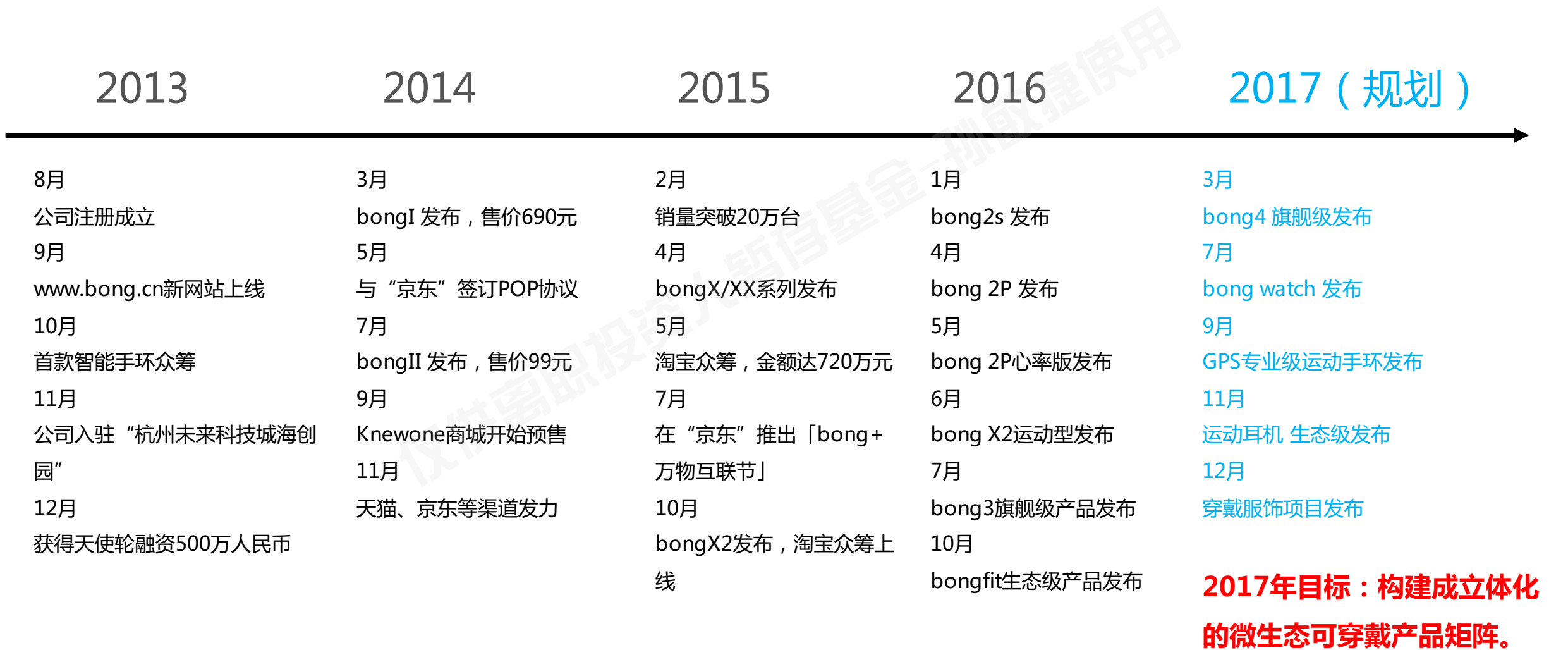
公司基本情况及业务现状 公司概况

bong(杭州攻壳科技有限公司)成立于2013年8月，国内首个专注可穿戴设备的团队，自主研发生产国内首个智能穿戴设备bong，倡导的自动算法/无感佩戴/设计均成行业标杆。





公司基本情况及业务现状 发展历程





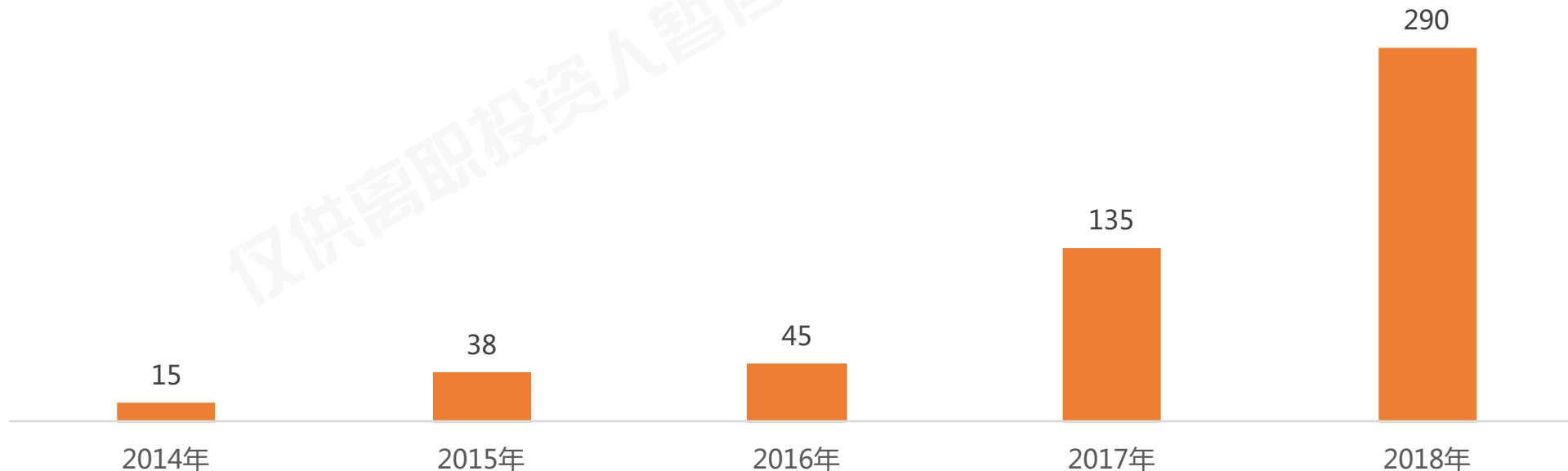
公司基本情况及业务现状 经营数据

硬件销售收入保持快速增长

2014年：bong 第一个完整销售年度，全年仅有**2个产品**上市销售，销售额即超过1500W

2015年：bong 第二个完整销售年度，全年有**2个产品**上市销售，**2个产品**众筹销售，销售额超过3000W

bong2014-2018年销售额（百万元）





公司基本情况及业务现状 经营数据

bong 作为初创企业，并无任何可以借力的背景优势，在短短3年时间里，持续高居消费者最关注的可穿戴设备品牌之一，同品类里品牌价值仅次于小米、fitbit，还超过了Jawbone 与华为。并且，bong 旗舰店长期位于天猫智能设备品牌类目的销售榜前列。

相对排名	品牌	百度指数平均值 (16.4~16.10)
1	小米手环	5069
2	fitbit	1464
3	bong	856
4	乐心	804
5	welooop	569

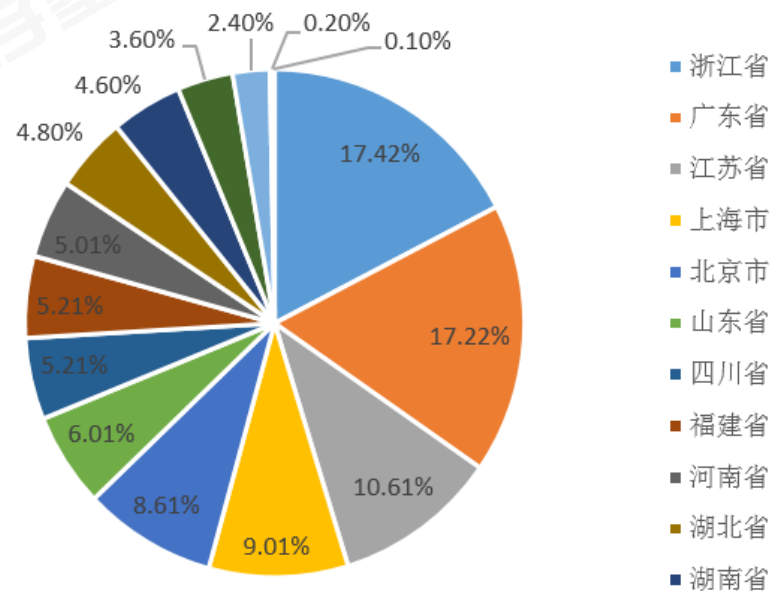
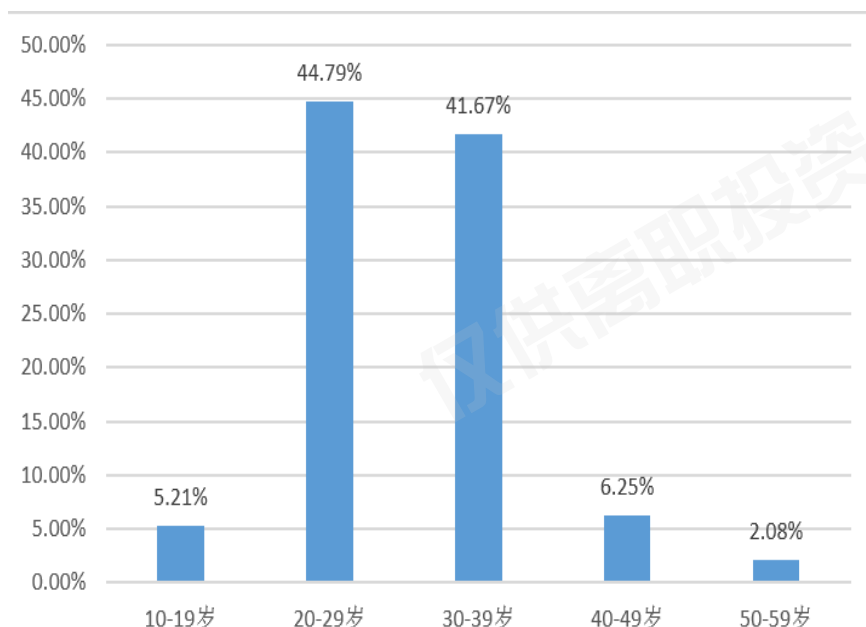
智能设备行业 - 全网 以下数据均来自该行业下所有在线商家的实时数据								
热销店铺排行						本店排名:2		
排名	店铺名称	交易指数	排名	店铺名称	交易指数	排名	店铺名称	交易指数
1	小米官方旗舰店	148,459	11	岸越数码专营店	50,820	21	小天才旗舰店	37,671
2	bong旗舰店	112,637	12	haier海尔中浦专卖店	50,179	22	方小盒智能数码专营店	37,504
3	dji大疆官方旗舰店	102,779	13	芯康首创数码专营店	50,177	23	瑞华精英数码专营店	37,111
4	人瑞堂健康用品	96,488	14	腾讯智能设备旗舰店	46,450	24	达品宏数码专营店	37,021
5	珀派数码专营店	95,741	15	小米泽凯思专卖店	45,078	25	儿童智能手表达人	36,120
6	小天才菲尔专卖店	85,079	16	360官方旗舰店	44,145	26	华为官方旗舰店	35,901
7	征程创新数码专营店	70,206	17	星王旗舰店	42,142	27	金乐为数码专营店	33,190
8	乐淘之家99	59,224	18	立众数码专营店	41,794	28	新韩华数码专营店	31,882
9	盛世数码专营	55,552	19	大眼哈尼官方店	40,780	29	红宇智能穿戴体验店	31,007
10	360聚时代专卖店	54,896	20	壹号佳品生活馆	38,106	30	冰凌小铺	30,754

7	bong旗舰店	65,864	17	刷刷手环旗舰店	44,510	27	小天才旗舰店	39,011
8	hitechhk	63,591	18	岸越数码专营店	42,987	28	九零后数码专营店	37,892
9	盛世数码专营	61,773	19	华强数码通	41,171	29	fitbit旗舰店	37,616
10	果咖数码专营店	59,822	20	金乐为数码专营店	40,369	30	敏狐正品官授店	37,326



公司基本情况及业务现状 经营数据

- bong 在最新一期 NPS 调研中，净推荐值得分为 59%（大部分公司在5%-10%）
- bong 9月~至今，客服售后平均满意率为96.1%（基于超过8500+回访数据）
- bong 拥有非常健康的用户群体，在59个全国一线、主流二三线城市均有本地用户互动组织
- bong 历年来发布的广告片、理念宣讲视频、发布会纪录片等仅在腾讯视频平台就累积获得了512.4万的播放量





产品矩阵

智能手环产品线：



定位运动健康的
bong 2s



定位极致轻薄的
bong 2P



定位效率运动的
bong 3 HR

智能手表产品线：



定位简洁信息的
bong XX



定位专业运动服务的
bong X2 运动版

智能体脂称产品线：



定位智能身体数据的
bongfit



Part2 公司发展战略

仅供离职投资人暂借一阅-孙敏捷使用

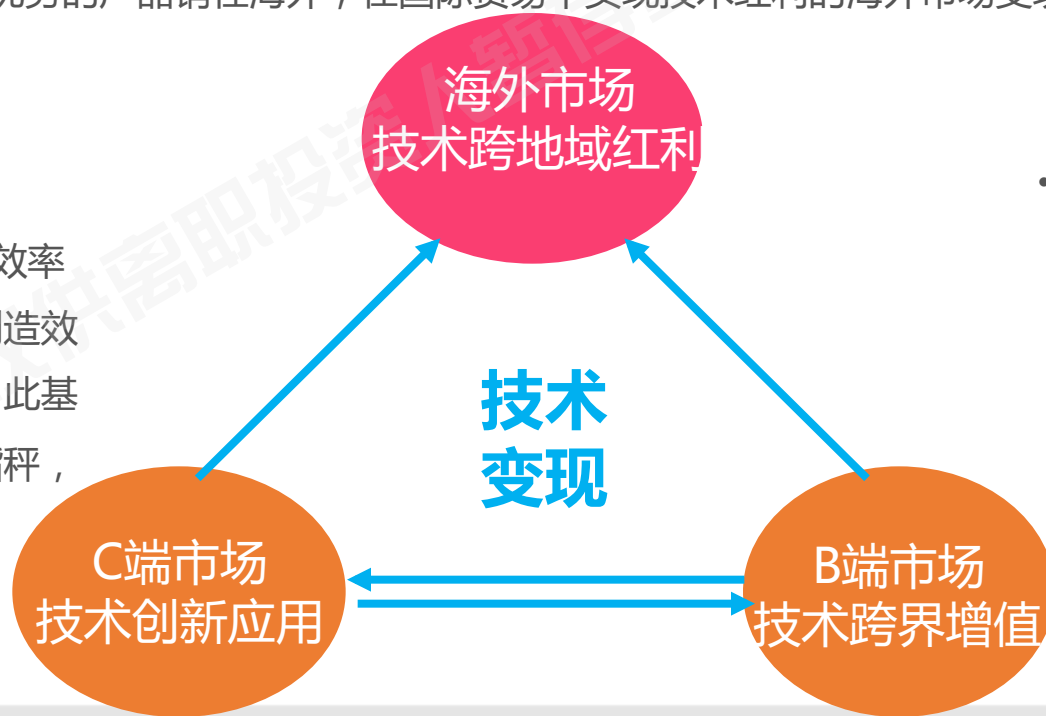
2017商业战略核心要点：技术变现

- 经过三年多来的发展，bong积累了在智能可穿戴行业中完整的技术和供应链生态，并形成了“一个核心技术平台，运动级产品和医疗级产品合力”的产品发展方针。在2017年，bong将在技术变现能力做突破，以满足日益增长的运动市场、健康医疗市场、海外市场的需求，创造企业价值。

- 海外市场**：通过与海外市场中“本土级”大型合作伙伴，将具有技术优势的产品销往海外，在国际贸易中实现技术红利的海外市场变现。

+数据变现

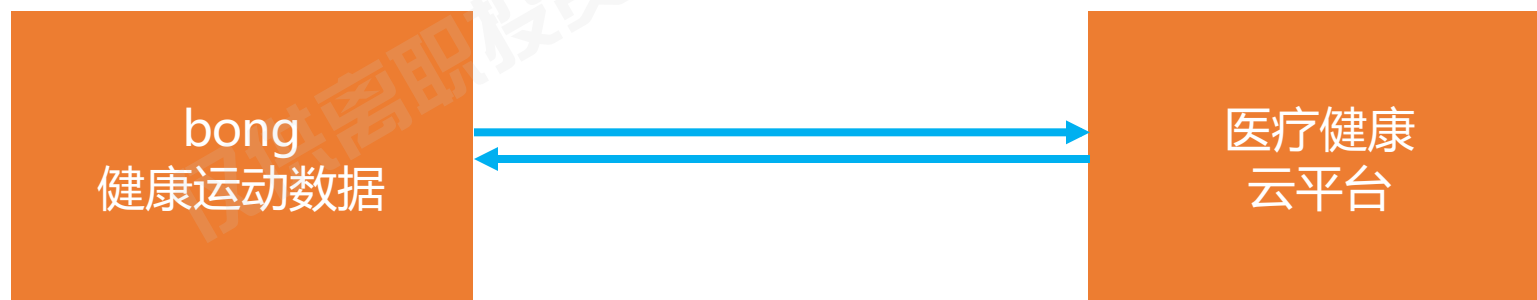
C端：消费级运动市场，以提高运动效率为核心理念，通过打造品牌、提高制造效率和运营效率获得毛利的持续增加。此基础上，发展微生态穿戴产品线（体脂秤，耳机，穿戴服饰等），探索更多应用及未来方向。



- B端：健康大数据采集技术服务链**：基于 bong 在可穿戴设备上奠定的算法、芯片、材料学、工业设计、大数据分析的整合技术基础，顺应国家健康大数据应用方针和企业采集数据设备的需求，为B端用户提供定制化的技术产品服务。从企业客户入手，切入养老、全民健身、专业体育、教育等领域中。

2017商业战略开拓要点：数据变现

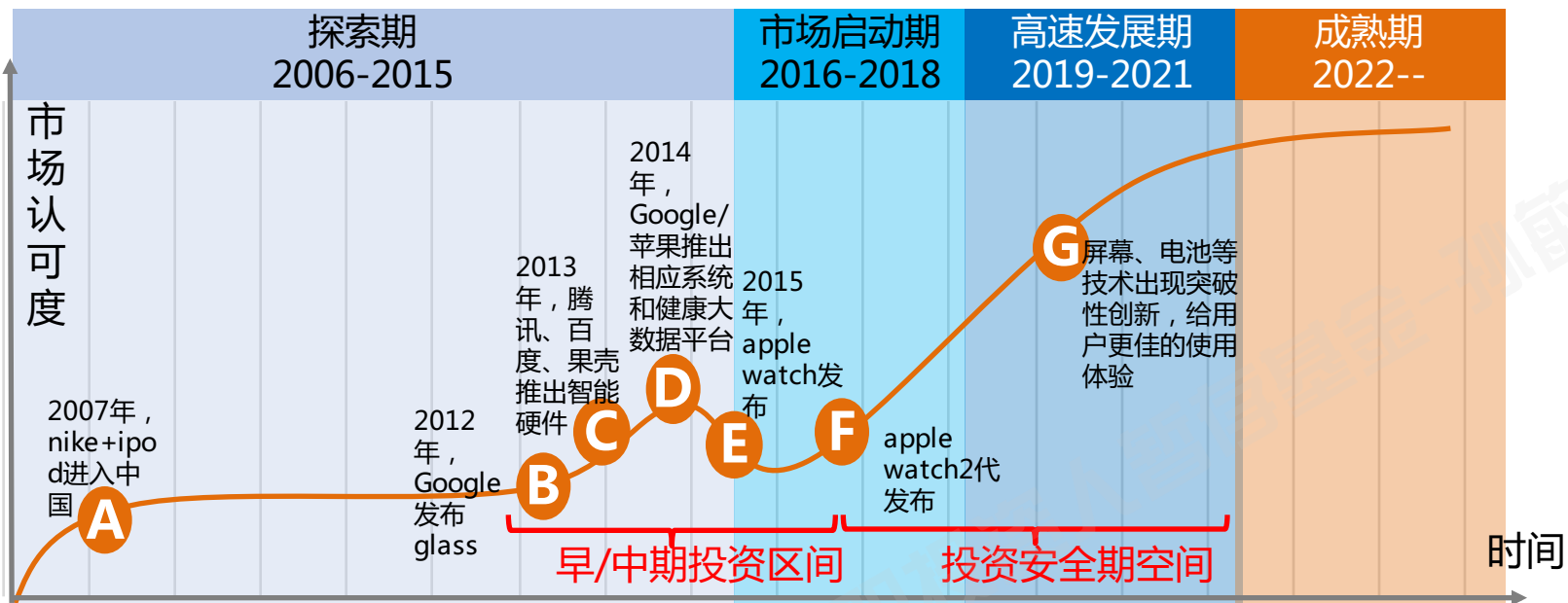
- 从第一代产品开始，三年多来，bong积累了过百万用户的身体活动、心率、血氧等方面的数据，在健康、医疗方面极有价值。当前医疗健康大数据应用蓬勃发展，出现了一批优秀的医疗健康云应用平台（如新华云、烽火云、新华三等），通过数据服务、管理，以及与平台形成合作来实现基于数据的盈利模式，有可观的开拓空间。





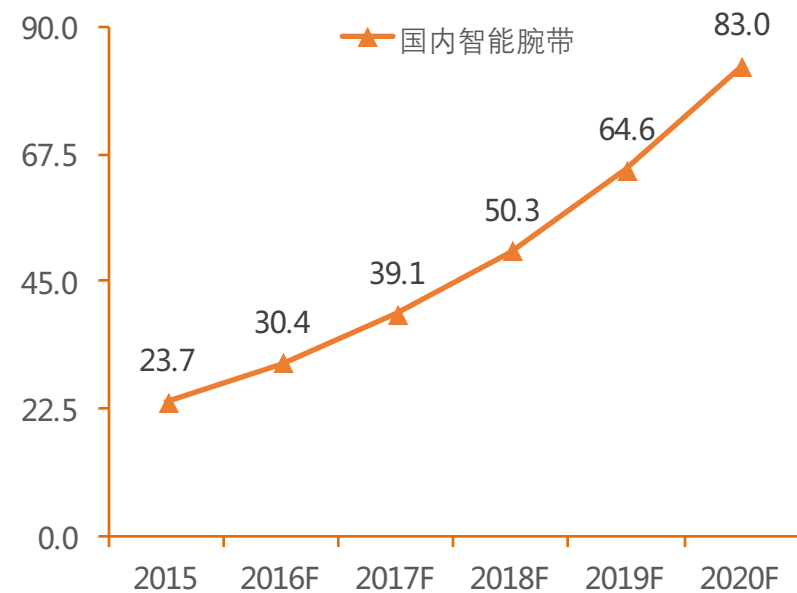
C端市场：持续增长的市场将带来更广利润空间

智能硬件发展AMC模型



发展阶段	探索期	市场启动期	高速发展期	市场成熟期
阶段特点	智能硬件市场探索期发展速度缓慢	智能硬件市场规模不断扩大	商业模式并逐渐完善,产品/服务 呈现多元化发展	智能硬件市场发展趋于成熟
主要特征	挖掘用户需求，尝试产品形态，收集用户数据	主要的智能硬件平台及 大数据服务平台搭建完毕	基于健康大数据的产品和 第三方服务紧密整合,产品更加细分	市场格局相对稳定
消费市场环境	产品同质化严重；技术优势不明显 微利竞争,用户黏度低	基于创新服务类产品逐步 成熟 产品差异化加大	智能硬件类产品被消费 市场接受	进入门槛提高,竞争加剧

中国智能腕带产品销量预测（百万台）

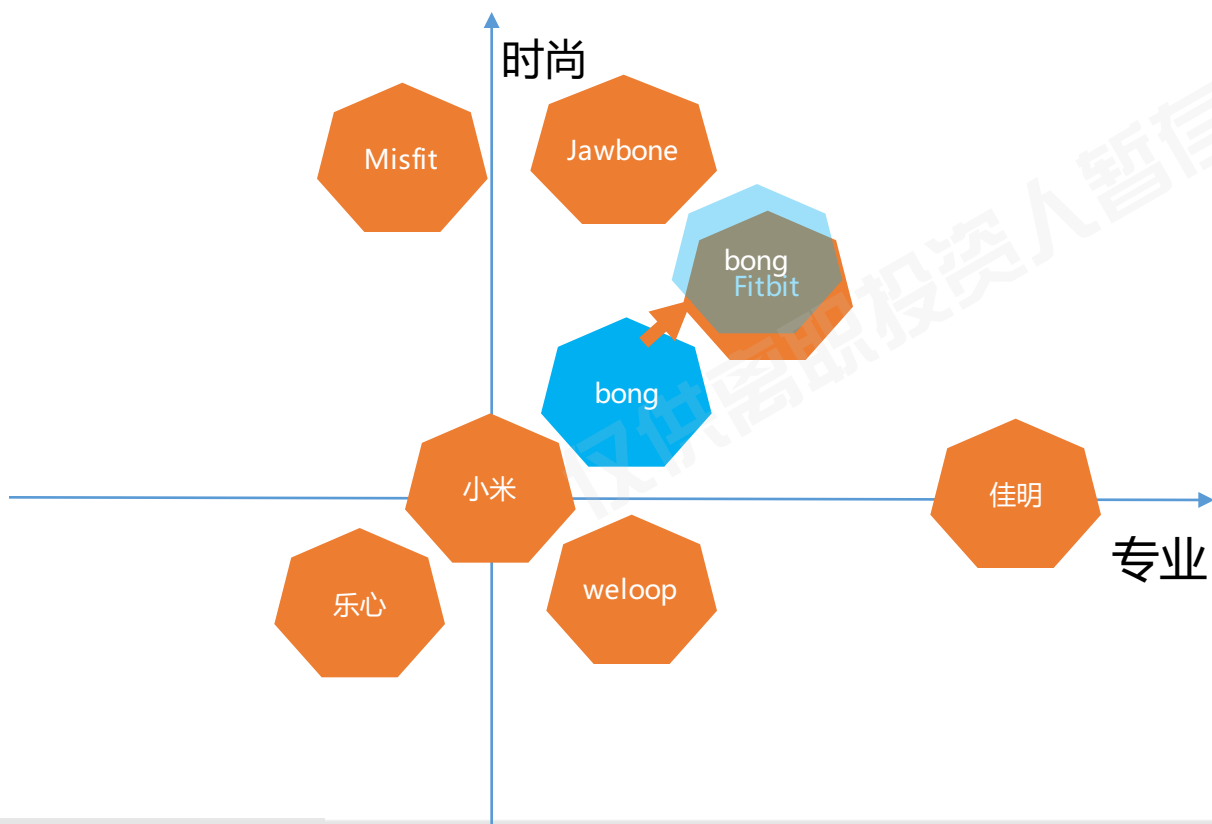


数据来源:IDC,2016,可穿戴市场分析。

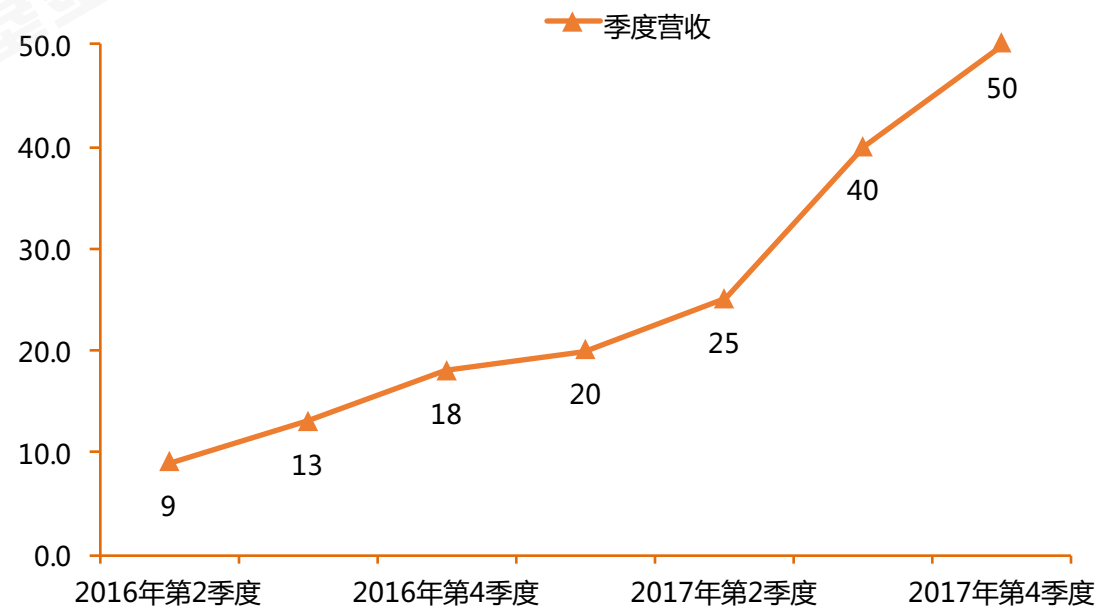
C端市场预期：bong有稳定的销售预期

- 在C端市场，bong逐渐形成了自己兼顾时尚、专业的城市运动品牌风格，形成品牌认知优势。
- 在发展速度方面快于行业水准，在下一年的战略投入之后，加大品牌认知率的情况下，将带来新一轮快速增长。

bong品牌卡位



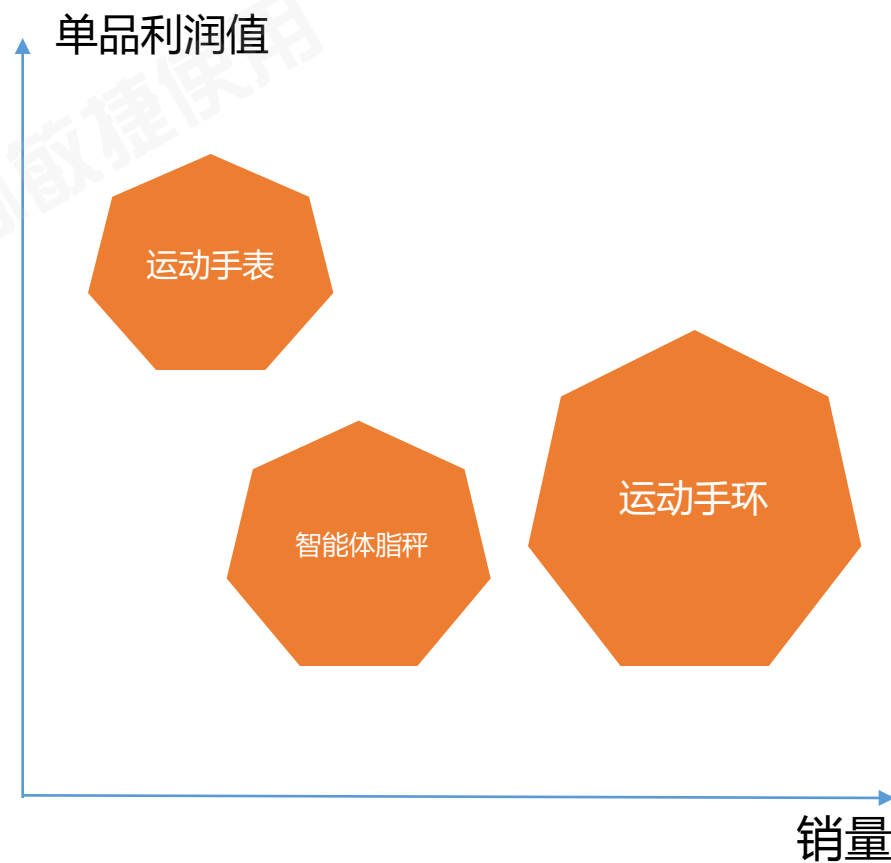
bong发展预期（百万元）



C端市场策略：城市运动设备第一品牌-bong

核心策略：明确核心用户，深耕都市大众，城市运动设备第一品牌

- 技术研发：更精准运动算法+运动反馈
- 产品设计：数据报表+专业建议+有效有趣的拓展功能
- 工业设计：都市时尚特质，运动先锋
- 品牌构建：在前期用户口碑的基础上



B端市场：健康医疗大数据应用发展进入风口期

- 随着“健康中国”上升为国家战略，互联网医疗作为一种产业组织形态写入“十三五”规划，健康医疗大数据应用已经站到时代发展风口上。而可穿戴设备作为身体数据的收集者角色，将发挥直观重要的作用。

政策环境 Political

- ✓ 国务院发布《关于促进和规范健康医疗大数据应用发展的指导意见》，部署通过“互联网+健康医疗”探索服务新模式、培育发展新业态，并计划到2020年建成国家医疗卫生信息分级开放应用平台，努力建设人民满意的医疗卫生事业；
- ✓ 《中国制造2025》《“十三五”规划》《医改》等多项政策推动行业发展；

经济环境 Ecnomic

- ✓ 国民医疗健康支付能力增强，行业投融资潜力大；
- ✓ 老年市场、全民健康、专业体育、青少年教育市场进入发展期

社会环境 Social

老龄化社会
亚健康人群；
运动健康人群
移动端网民 人群占比提升；

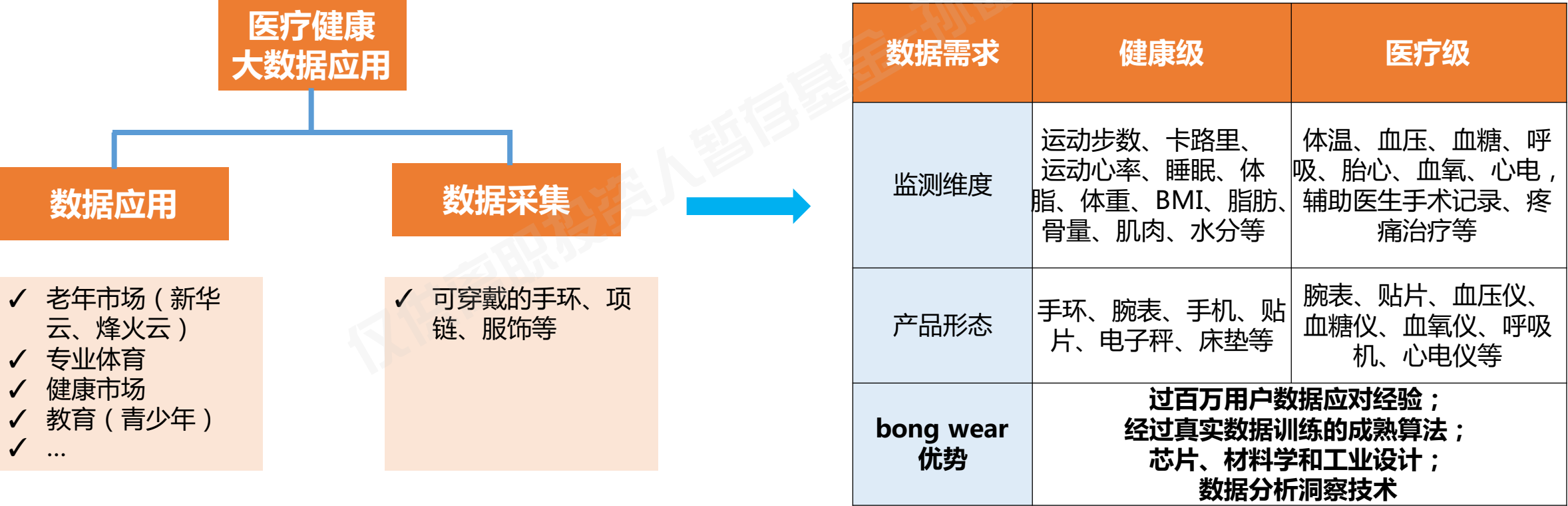
技术环境 Technological

传感器、芯片及通信模块趋于小型便携化,部分元器件规模化 生产降低行业门槛;
bong在算法技术、深度学习、数据安全等技术有待加强;



B端市场：医疗健康数据采集设备需求旺，bong数据采集先发优势

- 面对爆发的医疗健康数据采集设备需求，bong所积累的过百万用户数据应对经验、经过真实数据训练的成熟算法、芯片、材料学和工业设计、数据分析洞察技术为我们提供了独特的优势。





B端市场：已签订单

- 基于垂直行业的软硬一体化服务深度订制，挖掘垂直市场穿戴刚需我们提供了独特的优势。在老年人、专业运动等垂直细分均有稳定资源，且相关资源在进行市场比较后纷纷聚焦bong。
 - ✓ 九爱科技，老年消费市场订单，
 - ✓ 壹健康（绿瘦集团旗下保健品平台）大单采购，
 - ✓ 平安健康（平安旗下健康管理专家）



B端市场：意向订单

- 在养老、健康、医疗、运动等垂直市场，有更多的项目订单正在洽谈促成中——
 - ✓ 新华网+民政部订单，养老市场订单
 - ✓ 烽火科技云健康订单，大健康数据战略合作
 - ✓ 成都大拿医护市场订单（100万套）
 - ✓ 睦合达、点通宝国家专项健康公益基金（8亿元）穿戴设备投放项目
 - ✓ Joma（顶级足球装备品牌，2016年被国内某巨头收购,计划和bong成立合资公司打造国内足球市场穿戴第一产品

海外市场：海外需求旺盛+政策资源推进+技术变现能力

- 保守估计到2020年智能手表产品量级会翻倍，达1.3亿台，智能手环，经历了几年的高速发展之后，进入平缓增长期，但仍保持一定量级的增长；智能硬件类产品依然保持高速发展。
- 而政策资源的推进，企业有机会借助行业发展趋势，将自己的技术变现能力和市场瞄向更广大的市场。

全球智能产品销量预测（百万台）

销量 (百万台)	2014	2015	2016F	2017F	2018F	2019F	2020F
蓝牙耳机	108.5	116.3	128.5	139.2	148.3	157.3	166.8
智能手表	23	61.3	84.4	93.2	103.2	115.1	130
智能腕带	20	30.2	35	44.1	48.8	53.9	55.1
智能服饰	0.05	0.06	0.21	10.3	17.2	28.2	51
头戴式显示器	0.08	0.25	1.9	6.3	13.3	24.8	39.9
其他健身监测器	20	21.1	21.9	25.1	27.5	30	32.1
穿戴式摄影机	0.02	0.06	0.41	2	4.4	6.8	9.4
胸部扣带	12.1	12.9	13	8	7.1	8	9
其他	13.1	23.3	28.7	36.9	47.6	69.7	85.3
总计	219.85	326.77	398.42	458.3	520.6	608.9	708.6

- ✓ 以提升智能硬件关键技术和产品创新能力、夯实产业基础为核心，以优化政策环境，繁荣产业生态，加强公共服务为牵引，明确了三年发展目标、五个重点领域、六类核心关键技术和四个重点应用领域；
- ✓ 制定全球市场占有率超过30%、产业规模超过5000亿元的整体目标，并提出关键技术环节取得明显突破、培育行业领军上市企业、海外专利占比超过10%、建设创新平台等目标；
- ✓ 为保障上述目标实现，在政策资金支持、推动产业协同、建设创新体系和完善产业生态四方面开展工作。
- ✓ 推动重点领域智能化提升。深入挖掘健康养老、教育、医疗、工业等领域智能硬件应用需求，加强重点领域智能化提升，推动智能硬件产品的集成应用和推广。

工信部、发改委
《智能硬件产业创新发展专项行动（2016-2018年）》



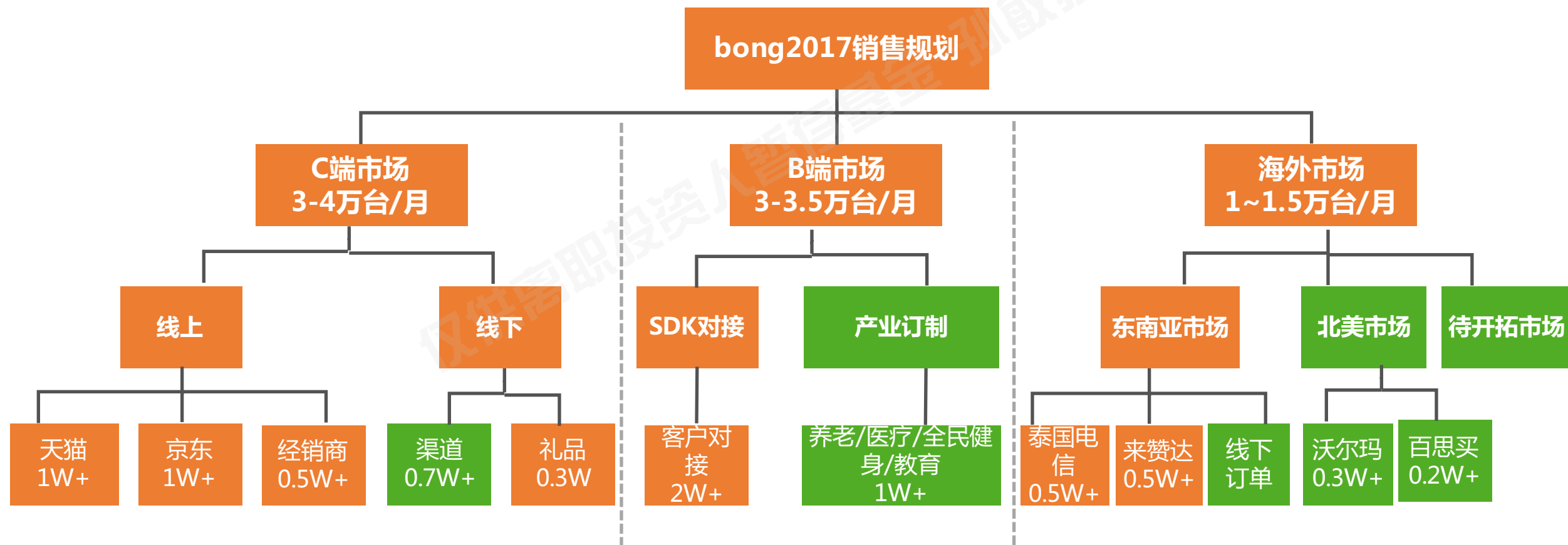
海外市场：抢占重点国际贸易，全球市场技术红利变现

- 在跨国市场中，利用优势研发能力，帮助客户打通本地sdk数据接。入从而绑定客户，合作模式从采购转变为半研发性质。目前已经逐步打开东南亚、欧洲、北美市场。
 - ✓ 东南亚：泰国电信（拥有东盟10国市场5000w客户，10%转化率预估市场，订单已签署）
 - ✓ 东南亚：东南亚最大电商平台Lazada达成战略合作协议
 - ✓ 欧洲：Vodafone欧洲市场项目
 - ✓ 北美：沃尔玛直销项目；百思买直销项目
 - ✓ 俄罗斯、中东、南美更多市场开拓中...



2017营收目标：营收目标总额1.35亿元，销量目标90万套

- 基于bong发展战略，2017年bong设备月销量约达成7-9万台（年销售85-108万台），营收目标总额1.35亿元。



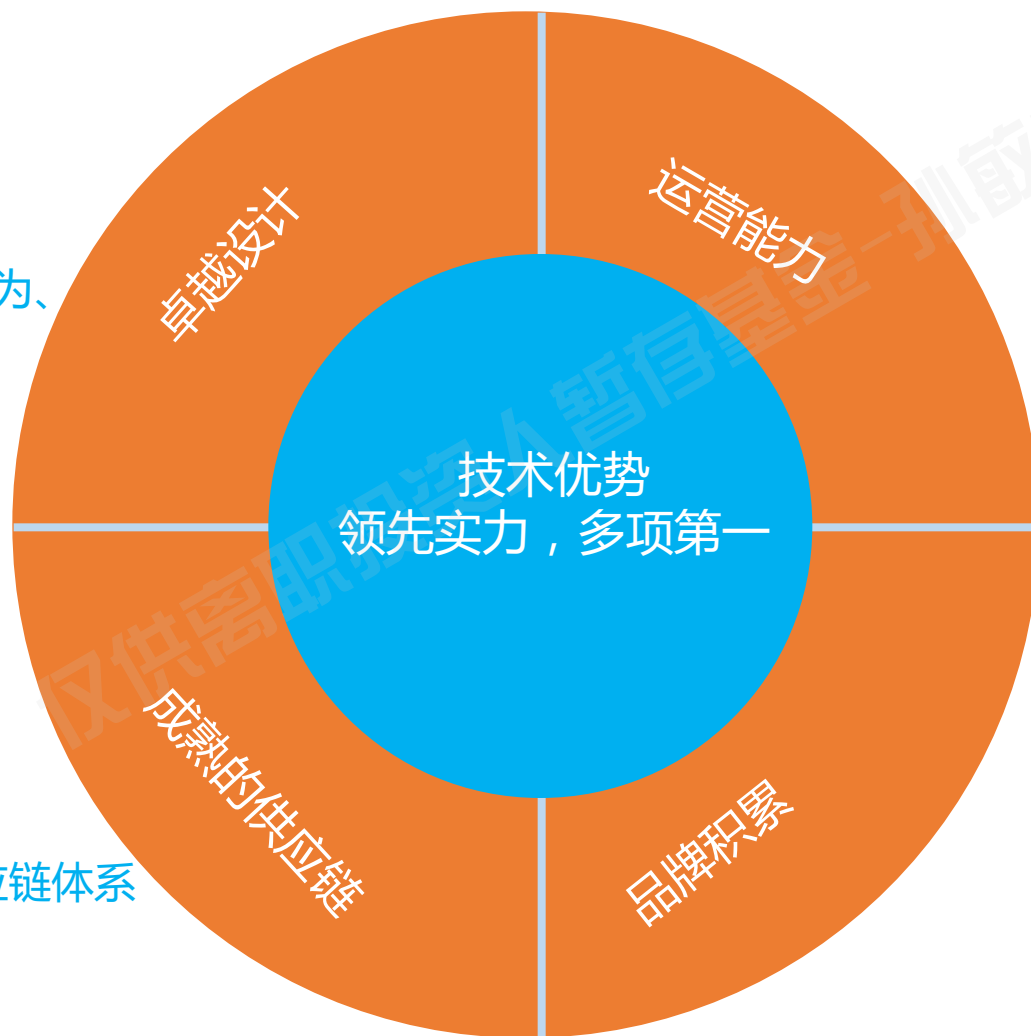


Part3 公司核心竞争力

仅供离职投资人暂借一阅-孙敏捷使用

核心竞争力：技术优势为核，设计/专利/供应链/品牌共建竞争壁垒

- 获得过20多次国际设计大奖
- 设计团队由原飞鱼设计、华为、虹软的顶级设计师构成



互联网思维下的专业运营团队
强有力的运营伙伴

富士康等完整的供应链体系

百万级用户身体大数据累积
良好的用户口碑和品牌认知基础



核心竞争力 技术优势——领先的算法

以行为识别算法为核心的自主算法技术

第一个研发出了穿戴式设备的全自动识别算法

第一个研发出了续航超过30天的手环

第一个研发出了全世界最轻薄最无感的智能手环

第一个研发出了全世界第一个全手势操作的智能手表

第一个研发出了全世界第一个自动识别游泳的智能设备

多个穿戴式设备的国际国内发明级别专利



核心竞争力 技术优势-技术团队建设

有创造力的人才梯队

研发投入占公司总投入的50%，研发人员由原阿里巴巴、海康、华为、IBM研究院等构成，80%以上拥有研究生及以上学历，毕业于国内外顶尖高校。

富士康全力研发支持

富士康旗下富智康集团（400人纯研发团队）在2015年年中与bong签订了技术支持协议，以研发置换股权，成为bong的股东之一，全力支持bong在可穿戴设备重点项目上的研发

浙江大学慢性病研究所提供医学支持

和浙江大学慢性病研究所达成合作，在数据和研究成果方面达成共享



核心竞争力 技术优势例证：bong vs 小米 vs 乐心

- 对比同时期bong和小米同系列的产品，bong在运动算法、外观设计、关联拓展性能方面专业优势显著。不过，在品控和宣传方面有待加强。乐心则在屏幕方面获得一定空间。

同档位产品对比	bong 2	小米手环1	乐心mambo
手环性能	全自动识别安静、运动、睡眠、跑步、游泳、骑行、开车等10中状态 浅睡眠智能唤醒 来电 / 信息提醒	计步、睡眠 定时闹钟 来电 / 信息提醒	计步、睡眠 定时闹钟 来电屏显提醒
软件功能	微信 / QQ排行 app好友互动	微信 / QQ等好友分享 小米手机防丢	微信 / QQ等好友分享 --
控制方式	yes键+app	app	抬手看时间
硬件性能	-- 1年可更换电池 IP67 金属 + 橡胶	-- 30续航 IP67 金属 + 橡胶	显示屏幕 30续航 IP67 金属 + 橡胶
外观	多彩主体	单色主体，多彩表带	单色主体，多彩表带
拓展	兼容app，设备互联	解锁小米手机，价格，品控	屏幕带来的时间和信息详情

注：红色为优势项



核心竞争力 技术优势例证：bong vs 小米 vs 乐心

- 对比同时期bong和小米、乐心同系列的产品，bong在运动算法、外观设计、关联拓展性能方面专业优势显著。

参数对比	bong 3	小米手环2	乐心mambo HR
手环性能	全自动识别安静、运动、睡眠、跑步车等状态 智能心率，随时测心率 血氧监测 无氧运动/跑步GPS/足球等 久坐提醒 浅睡眠智能唤醒 来电 / 微信/QQ消息提醒	计步、睡眠 app测心率 -- -- 久坐提醒 定时闹钟 来电 / 微信/QQ消息提醒	计步、睡眠 app测心率 -- -- -- 定时闹钟 来电提醒
软件功能	微信 / QQ排行，app排行 -- 身体测试，bong龙等运动激励玩法 更专业的身体报表	微信 / QQ排行 小米手机防丢 -- --	微信 / QQ排行 -- -- --
控制方式	成熟的单手势控制	触摸键	抬手看时间
硬件性能	M4处理器，支持浮点运算 自主心率运算 屏幕尺寸0.91 20天续航 IP67，塑料+橡胶	M0,无浮点运算 集成心率模块 屏幕尺寸0.48 20天续航 IP67,塑料+橡胶	M0,无浮点运算 集成心率模块 屏幕尺寸0.48 20天续航 IP67,塑料+橡胶
外观	黑色主体，多彩表带	黑色主体，多彩表带	黑色主体，多彩表带
拓展	魅族解锁	解锁小米手机，价格，品控	--

注：红色为优势项



核心竞争力 卓越的设计

获得过20多次国际设计大奖

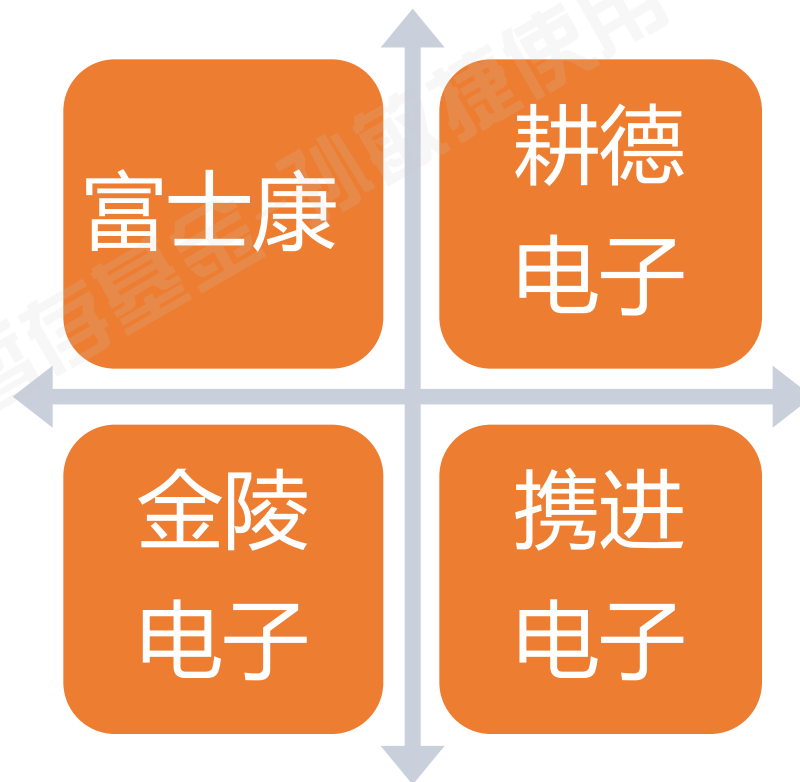
设计团队由原飞鱼设计、华为、虹软的顶级设计师构成



成熟的供应链体系：

- 1.产品性能一流的供应商
- 2.专业的供应链管理团队
- 3.严格的生产流程
- 4.领先的工业设计理念
- 5.完善的稽核制度和预警机制

供应链上下游的主要企业



众筹营销

策略：1) 依托平台，早期核心用户积累。2) 提前获得精准销售数据，优化供应链；3) 产品试错；

成果：三次众筹均成功，分别获得超过700W，340W，100W的众筹资金，及近5W人的支持，成功验证了产品。

社群营销

策略：1) 根据交互频次及人群需求的不同建立不同的互动平台：微信群、公众号、微博；2) 根据用户的不同属性建立营销矩阵：众筹支持用户，普通用户

成果：1) bong 在全国59个一线、主流二三线城市建立的微信社群，每日消息数达上万条；2) 微博账号有近7W关注者，日互动率与50W粉丝量级微博相当；最新微博话题#更好看的心率智能手环#有高达645.5万的阅读量，以及10.2万的讨论。3) 微信订阅号有7W多关注者，每篇公众号文章日均阅读率为5%，每月均有多篇文章阅读率超过10%；



核心竞争力 品牌优势

百万级用户身体大数据累积，形成良好的用户口碑和品牌认知基础

无论从销量热度，还是品牌影响来看，bong均居于国内智能手环top3之列，并是中国唯一一家专注于腕部可穿戴的创业公司。

相对排名	品牌	百度指数平均值 (16.4~16.10)
1	小米手环	5069
2	fitbit	1464
3	bong	856
4	乐心	804
5	welooop	569



历史战绩

最新发布的 bong 3 大屏心率手环，更是在聚划算首发时创下1分钟销售5000余件，5分钟售罄的好成绩，位居当日同类目第一。在即将到来的双十一，bong 还会联合阿里鱼、东方梦工厂一起推出重磅级动画电影 Trolls 的特别定制款智能手环，进一步提升 bong 品牌力。



bong 3 星空版京东首发24小时内迅速售罄 bong 3 日常聚划算1分钟销售1000+件

bong 3 天猫首发1分钟销售5000+件



历史战绩

- bong 天猫店铺行业排名位居前列

bong 3 发布时
一度超过小米

行业TOP店铺

你的店铺排行 **第1名**，恭喜榜上有名！

排名	卖家名称	交易指数
1	bong bong旗舰店	112,637
2	小米官方旗舰店	148,459
3	dji大疆官方旗舰店	102,779
4	白丽百衣	96,488
5	英语坊	95,741

双十一成交指数仅次于小米

智能设备行业 - 全网 以下数据均来自该行业下所有

热销店铺排行

排名	店铺名称	交易指数
1	小米官方旗舰店	148,459
2	bong旗舰店	112,637
3	dji大疆官方旗舰店	102,779
4	人瑞堂健康用品	96,488
5	珀派数码专营店	95,741
6	小天才菲尔专卖店	85,079
7	征程创新数码专营店	70,206
8	乐淘之家99	59,224
9	盛世数码专营	55,552
10	360聚时代专卖店	54,896



Part4 2016-2017重点战略项目

仅供离职投资人暂信参考-孙敏捷使用



2017重点战略项目：九爱

项目概况：

- 合作内容：为九爱订制老年人专用的大屏手环
- 合作方式：深入订制
- 项目状态：首批合作订单2016年12月交付，已启动
- 关键收益：成功切入老年人监护市场；首批订单量100万只手环，产值1.25亿。



2017重点战略项目：绿瘦健康

项目概况：

- 合作内容：定制款健康手环
- 合作方式：深度订制
- 项目状态：至2017年5月一期订单，已启动，数量18万套
- 关键收益：成功切入亚健康人群监护市场；一期订单产值2100万。



2016-2017重点战略项目：平安健康

- 项目概况：
- 合作内容：为平安集团下属平安健康事业群在SDK数据互通层面开发健康监护手环
- 合作方式：深度订制
- 项目状态：平安健康拥有平安平台1亿+客户群，首批试推产品在平安销售平台取得日均出货600+套的成绩，在配合平安健康后期各项让利及服务预估出货量为1500+/日，此成绩直接推动平安集团采购协议签订。预计2017年4月批量交货。
- 关键收益：首个医疗健康垂直领域案例，首期目标订单80w只，产值4800w。



2016-2017重点战略项目：泰国电信

项目概况：

- 合作内容：为泰国电信订制生产适用于泰国市场及东盟10国的手环（医疗，教育，通讯三类市场）
- 合作方式：硬件和数据战略合作，计划组建泰国合资公司
- 项目状态：框架合同已签订，首批订单预计2017年3月交付。
- 关键收益：海外市场战略级项目，成功切入东盟市场；泰国电信5000万用户，目标约10%的转化率，保底380w套，产值4.14亿。

2016-2017重点战略项目：joma

项目概况：

- 合作内容：全球首款民用级足球运动数据穿戴式智能设备
- 合作方式：第一步，提供专业级运动数据采集穿戴装备（足球方向）；第二步，组建合资公司（joma品牌由吉利李书福出资10亿收购，合资公司由joma，bong，沃尔沃研发合资组建）
- 项目状态：已达成合作意向，joma团队组建中
- 关键收益：成功切入专业足球市场；与joma一起，打造专业的足球穿戴品牌



Part5 团队介绍

仅供离职投资人智信基金-孙敏捷使用

李楷

CEO

江南大学本科，国家高级工业设计师职称。历任TCL移动首席工业设计师，UT斯达康首席设计师部门经理，飞鱼设计设计总监副总经理，攻壳科技供应链总监，CEO



顾大宇

董事长

bong创始人，在创办bong之前，创立了阿里旗下的第一个移动社交产品来往，领导阿里巴巴国际站UED和运营团队，负责过阿里云创新产品团队。业余铁人三项爱好者，摇滚乐手。



许皓玥

数据科学家

bong联合创始人，武汉大学管理学博士，加州大学洛杉矶分校人类复杂科学项目研究员。负责bong的数据、算法、产品策略工作。曾任阿里巴巴数据仓库产品经理，负责过阿里巴巴第一套智能关键词投放系统的设计和开发工作，阿里巴巴旗下社交产品来往的产品经理，阿里云创新产品团队，智能硬件产品经理。



孙大鹏

CTO

孙大鹏，bong联合创始人，毕业于华北电力大学自动化系，硕士学历，曾经先后在聚光科技，华为和ABB等公司担任硬件工程师，系统工程师。



黄浩

品牌总监

黄浩，非典型性狮子座，热爱社交~最爱「折腾」~高中毕业时最开心的是再也不用读物理了结果大学直接是理论物理专业……但也因此多了许多特别的体验，在体会各种「矛盾」中成长。十年来做过杂志主编、设计师经纪人、投资银行、记者，开过广告公司、咖啡馆，两年前因为一条微博离开生活了20年的厦门，到杭州加入 bong，直至现在。





核心管理团队

舒丽满

人力资源总监

bong生态组织的创造者和管理者，丰富的行政人事管理经验，曾任全国十佳设计公司飞鱼设计综合部经理兼总经理助理。

金宇雁

财务总监

上海财经大学会计学硕士，曾任大华会计师事务所助理、项目经理，信雅达电子财务经理。



核心管理团队

屠志刚

市场总监

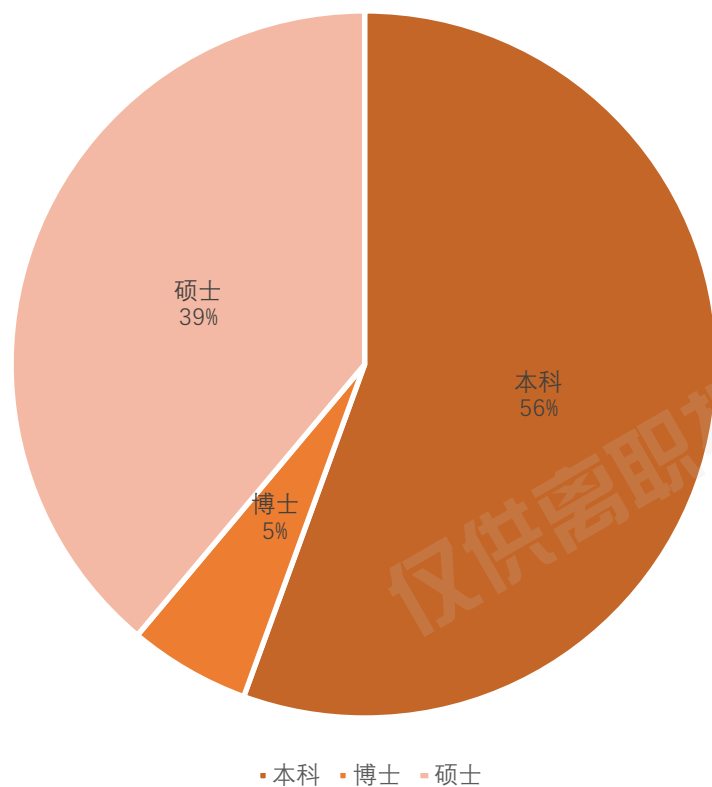
中国人民大学商学院本科学历，历任樱花中国企划科长，哈森鞋业市场部经理，台湾知行龙营销管理咨询公司项目总监，浙江德意厨具有限公司市场总监及品牌总监，飞鱼设计机构总经理。

仅供离职投资人暂存显显 便捷使用

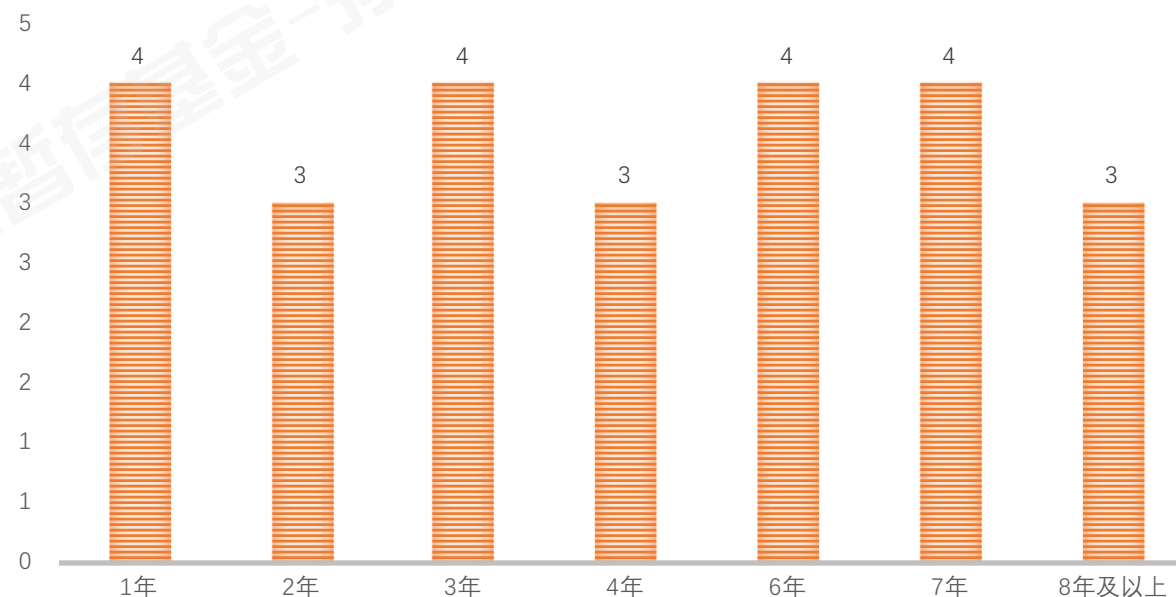


研发团队学历构成和工作经验分布

研发团队学历构成



研发团队拥有丰富的工作经验



陈侃

设计总监

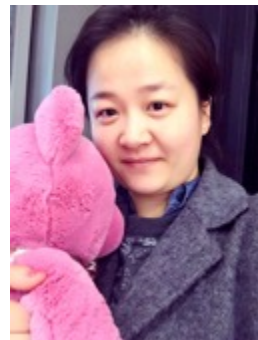
拥有丰富的交互、平面、视觉设计经验，任职过银泰主设计师、华为视觉设计、包装设计、MKT接口设计负责人、Arcsoft Closeli项目主交互设计师，主导过多款B端与C端的成熟上市产品



泮丽

视觉设计主管

6年的移动APP，网页设计，平面推广设计经验，Arcsoft中国的主视觉设计，主导过Closeli项目的视觉风格定义、APP设计、网页设计等。擅长智能家居和智能硬件类软硬结合产品的Ui设计。



易凡

工业设计主管



13年的工业设计经验，03年毕业于南京艺术学院，是年留校任教，期间接触国外多个高等院校的教学交流，成为设计风格的探索者以及表现手法的专业导师，后任职于台湾最大的代工企业华宇电子，从事手机及工艺等设计指导工作，另任职于杭州飞鱼产品设计有限公司交通及机电设计事业部主任、华为科技有限公司杭研所通讯产品资深设计专家组顾问，艾康医疗产品设计总监等要职



供应链与硬件研发团队

杨克勤

硬件技术总监

南京理工大学硕士研究生，历任虹软开发工程师海康萤石嵌入式技术负责人，一直从事于工业级嵌入式系统级软硬件系统级开发，拥有多项发明专利。持续关注并实践移动机器人自主导航算法。

江显威

供应链管理总监

陕西科技大学本科，曾任富士康结构工程师，致力于手机机构件开发，期间完成十多款产品的开发。后来加入华为，进入手机结构设计领域，成功完成两款手机的设计与开发。拥有丰富的硬件结构研发和生产管理经验。



软件&算法研发团队

崔瑞龙

软件技术总监

浙江大学 软件工程硕士，曾任IBM研究院软件工程师，bong算法工程师，开放平台技术负责人，先负责bong软件技术架构和团队管理工作，专注于系统分析、开源技术、数据可视化，热爱技术但不拘泥于技术。

张晓旭

客户端技术负责人

北京航空航天大学移动云计算硕士研究生，bong创始团队成员，4年专注于客户端技术的研究，负责bong从第一代产品开始的iOS客户端研发工作。



软件&算法研发团队

王星

算法工程师

西安交通大学生命科学仪器硕士，曾任海康研究院软件工程师，拥有丰富的生物传感器算法研发经验，现在负责bong的传感器算法的研发

肖铨武

算法技术顾问

中国科学技术大学数学博士，香港城市大学数据挖掘博士后，阿里巴巴算法工程师、微软研究员算法科学家、陆金所算法科学家。

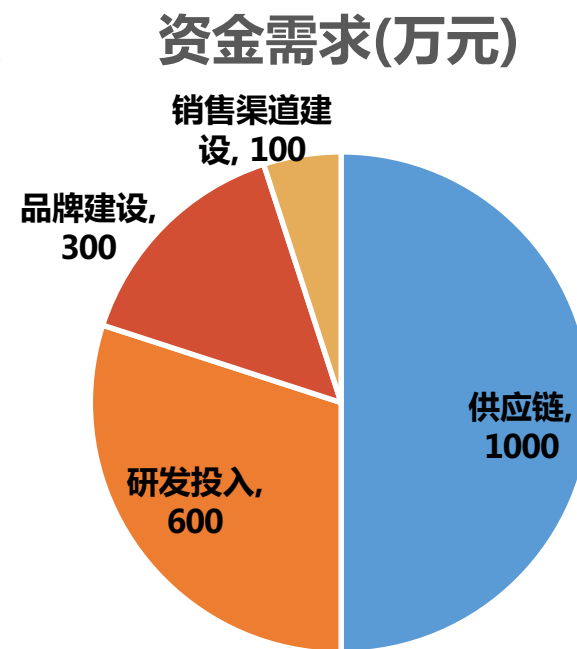


Part6 融资计划

仅供离职投资人智信基金-孙敏捷使用

• 资金需求去向有——

- **研发**：人员和设备缺口--软件研发，硬件研发，B端订制市场研发——600万元
- **供应链**：新生产线投入；供应链流转资金——1000万元
- **品牌**：媒体合作；新品宣发；搜索及电商平台SEO——300万元
- **销售**：to C线上渠道强化，to B渠道强化，线下渠道建设，海外渠道建设。——100万元





本轮融资计划

融资计划：

融资主体：杭州攻壳科技有限公司

计划融资金额：2000万人民币

估值：投后估值 2 亿人民币

仅供离职投资人暂存基金-孙敏捷使用



谢谢！