



# 铁皮人科技有限公司

—— 有趣 · 有爱 · 有启发 ——

打造中国家庭教育第一品牌



# 目 录

1、公司及团队

2、市场及竞争

3、产品及服务

4、投资亮点及未来规划

5、融资需求

仅供离职投资人暂存基金-孙敏捷使用

## 1、公司及团队

仅供离职投资人暂存基金-孙敏捷使用

# 关于铁皮人科技



## • 公司简介

铁皮人科技成立于2011年，是一家专注于提供2-8岁家庭教育产品及服务的互联网公司。拥有线上用户3000万。先后获得获得清科创投、联想之星、毅达资本与新谷集团三轮投资。

## • 愿景

成为中国家庭教育第一品牌。

## • 使命

以互联网+IP+教育的模式，提升儿童学习兴趣和效果，让儿童快乐的学习和成长。



- 总部成都，深圳、南京分部



# 铁皮人核心团队：一群给孩子创造惊喜的父母



## 魏伟(产品)

- 铁皮人创始人& CEO，6岁孩子父亲
- 铁皮人产品总策划
- 1999年进入出版业，中国最早一批漫画家
- 17年儿童图书、教育APP、智能玩具经验



## 甘薇（内容）

- 铁皮人总编，6岁孩子母亲
- 2003年进入儿童出版业，创作图书和早教教材100余本
- 2008年创作《小鸡叫叫》系列，授权多个国家和地区



## 吕永健（产品）

- 铁皮人APP产品负责人，8岁孩子父亲
- 《叫叫识字大冒险》主策划
- 7年儿童APP策划研发经验，其策划的儿童APP拥有数千万用户。



## 肖三（内容）

- 原维塔士动画总监，现任铁皮人动画总导演
- 8年导演经验，拥有丰富的动画游戏技术和经验
- 参与过汽车总动员、托马斯、LeapFrog等游戏动画项目



## 谭咏（市场运营）

- 铁皮人联合创始人，6岁孩子父亲
- 10年线上产品运营经验。负责APP全线运营
- 现精细化运营100余个渠道，是铁皮人用户增长有力推手



## 樊荣(产品)

- 铁皮人玩具、教具总设计，2个孩子的父亲
- 10年产品设计经验，曾负责乐高 mindstorms、mattel DINOSAUR TOY T-REX项目、海尔智能产品设计。



## 吴斌(技术)

- 铁皮人联合创始人&CTO，6岁孩子父亲
- 10年以上项目开发和管理经验
- 带领技术团队完成APP开发、平台搭建、技术攻关



## 韩金来(技术)

- 铁皮人智能玩具系统开负责人，2岁孩子父亲
- 原百度媒体云方案移动端播放解决方案负责人
- 曾负责百度手机系统开发、百度路由器系统开发，联想手机及平台系统开发



# 铁皮人核心团队



## 赵佳刚(技术)

- 铁皮人云服务负责人，6岁孩子父亲，15年从业经验
- 原诺亚舟成都云平台总经理，曾主导优学答疑，大同步，大搜学等儿童学习成长系统



## 唐伯卿(内容)

- 铁皮人动画顾问，北大肄业
- 18年动画经验，
- 网络短片《入学考试》导演，亚洲青年动漫与数字动画短片大奖



## 文明军(商务)

- 铁皮人联合创始人&商务总监，2个孩子父亲
- 连续创业者，成都动漫网络协会秘书长
- 丰富的政府资源、商务合作、产品授权经验。帮助铁皮人科技数部作品授权韩国、台湾、泰国等地区



## 李文 (市场营销)

- 铁皮人营销总监，10年从业经验
- 原步步高与网易合资的尚游网络运营总监；直接管理公司营销部、运营部与设计中心
- 专注营销运营工作8年，负责的产品营销费用超1.5亿，用户规模超1000W，总流水超过5亿；



## 黄昕 (供应链)

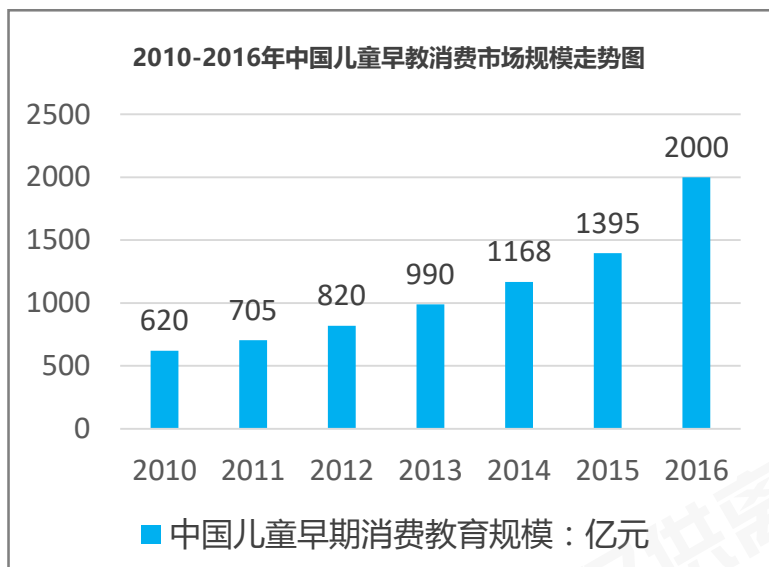
- 铁皮人深圳智能玩具实验室负责人，3岁孩子母亲
- 原嘉兰图结构总监，曾负责数百款儿童玩具研发

## 2、市场及竞争

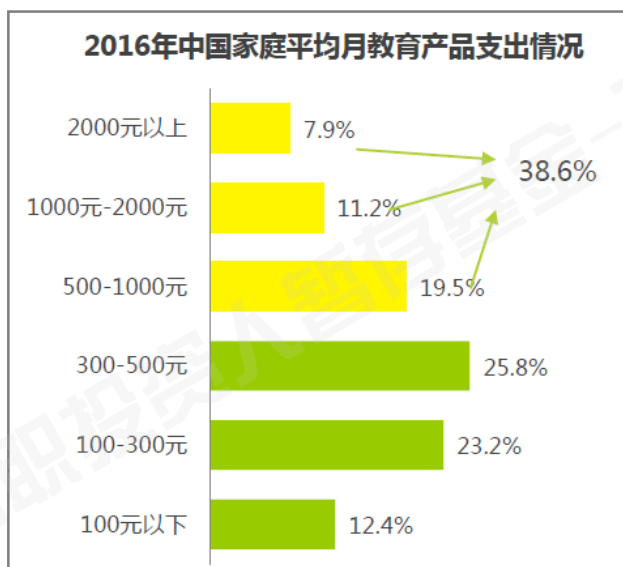
仅供离职投资人暂存基金-孙敏捷使用

# 中国家庭教育消费规模

- 截至2013年，0-6岁儿童数量1.4亿，其中3-6岁7000万左右。2013年放开“单独二胎”后，到2020年中国婴幼儿数量将达到峰值，预计2.61亿左右。相关产业规模将达到14305亿元。



- 2013年我国幼儿早教消费市场达到990亿元，2015年我国幼儿早教消费市场规模达到1395亿元。预计2016年达到2000亿元。



- 38.6%的家庭每年家庭教育消费支出大于6000元。

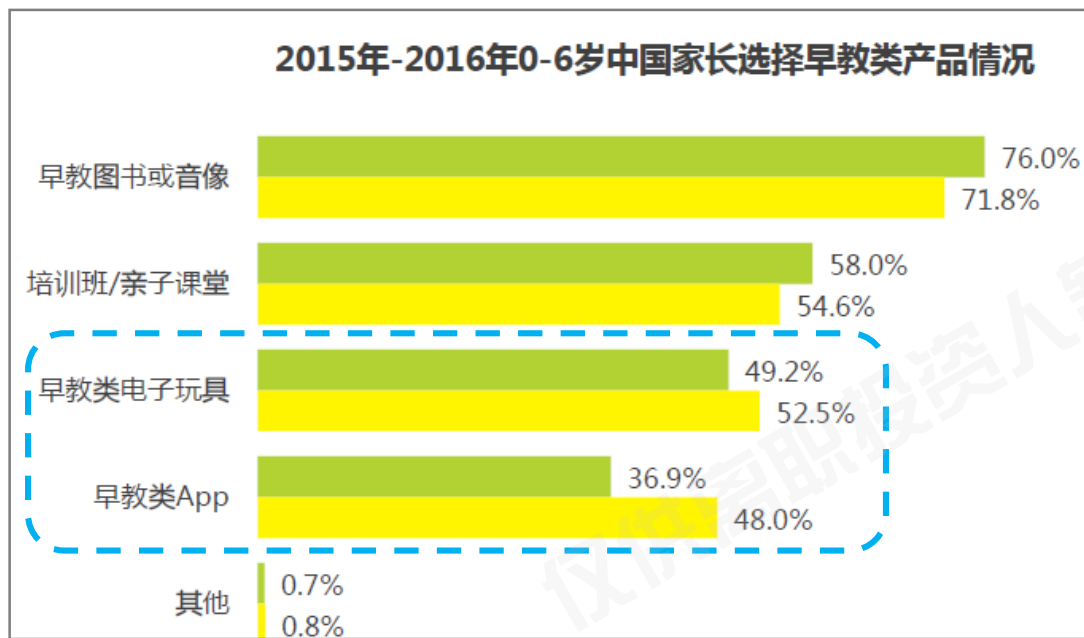


- 中国家庭教育支出规模年均复合增速为10.7%。

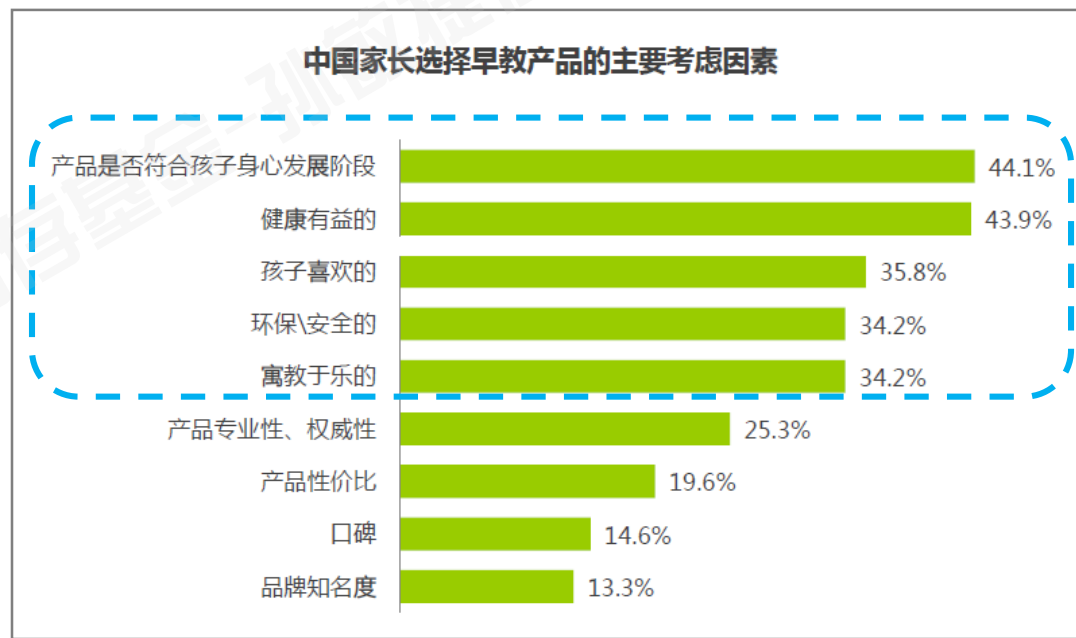


# 中国家庭教育产品现状

- 中国的家庭教育处于初级阶段，产品众多但良莠不齐。
- 随着互联网和科技的发展，家庭教育面临全新升级。
- 年轻父母家庭教育意识开放并强烈。



- 家庭教育消费正面临升级。购买科技类，APP等教育产品的增长高于传统图书或音箱制品。预计未来将持续增长。



- 从产品选择的主要考虑因素看出，家长和孩子需求需要同时满足。

# 竞争格局

- 大环境：优质家庭教育内容和IP匮乏，日本90年代的巧虎难以满足当代家长及儿童需求。
- 大多厂商从线上出发，通过儿歌，动画片等娱乐化内容作为切入点，但很难成为家庭教育IP。
- 单一的线上产品也很难满足家庭娱乐教育需求。

	贝瓦	宝宝巴士	小鸡叫叫（铁皮人）	巧虎	小伴龙	鲨鱼公园
主营业务	IP+周边衍生+授权	儿童教育APP	多元化家庭游戏早教产品	儿童分龄早教包	儿童教育APP	儿童科学教育
产品模式	儿歌+周边衍生	APP矩阵+广告	游戏化家庭课程及持续内容服务，产品包含app，图书，教玩具。	分龄分月提供图书、教玩具	APP付费及周边	分龄分月
销售方式	电商+代理	下载转换	电商+代理	电话直销+线下销售	下载转换	电商+代理
主要IP	河狸贝瓦	熊猫奇奇	小鸡叫叫	巧虎	小伴龙	鲨鱼
受众	3-6岁	1-7岁	2-8岁	3-7岁	3-6岁	3-15岁
未来发展方向	泛娱乐/中国迪斯尼	中国迪斯尼	家庭教育品牌	家庭教育	中国迪斯尼	家庭教育-学校教育
资本情况	新三板	VC	VC	日本母公司	VC	VC

### 3、产品及服务

仅供离职投资人暂存基金-孙敏捷使用

## 项目介绍：互联网+IP+教育，打造小鸡叫叫游戏化家庭教育品牌

- 铁皮人致力于提供家庭环境下的“游戏化学习”产品。通过产品形态多元化、课程游戏化及服务个性化，让儿童产生学习兴趣，提升学习效果，帮助儿童全面健康的成长。
- 铁皮人以多年的积累和团队基因为基础，结合未来家庭教育的趋势，从父母关注的教、孩子关注的玩、推出互联网+IP+教育的模式及战略方向，致力于打造中国家庭教育第一品牌。



# 关于小鸡叫叫



## • 品牌介绍

小鸡叫叫是铁皮人旗下儿童家庭教育主打品牌。定位于儿童成长及学习的好伙伴。小鸡叫叫形象源自原创绘本《小鸡叫叫成长绘本》中的主角，围绕小鸡叫叫的成长，通过线上线下各种产品进行传播，成为深受小朋友们喜爱的卡通形象品牌。



# 小鸡叫叫家庭早教体系：解决2-8岁孩子父母育儿痛点

小鸡叫叫家庭早教体系秉承“有目的的游戏”理念，围绕家庭场景聚焦“素质教育”和“知识教育”两个方面，着重提升2-8岁儿童学习兴趣及效果。



## 小鸡叫叫 家庭早教体系

孩子的好伙伴，父母的好帮手！

### 素质教育

- 习惯养成
- 性格塑造
- 社会交往
- 创意思维
- 艺术启蒙

### 知识教育

- 科学探索
- 语言学习
- 数与逻辑
- 幼小衔接



## 原创IP形象：小鸡叫叫和他的朋友们

- 小鸡叫叫线上用户突破3000万，覆盖中国主要一二线城市。
- 丰富的线上线下产品组合让IP形象更加丰满立体。



APP

图书周边

智能玩具

动画

叫叫是一只可爱的小鸡，他勇敢又充满活力，脑袋里装着各种有趣的想法和点子。有叫叫在的地方，总能有各种快乐和转机。叫叫非常热心，和叫叫小分队成员们努力帮助别人。

# 线上产品-APP矩阵：115款、3大类型、8大主题

铁皮人研发与运营了115款APP，累积用户3000万。叫叫儿歌派对、了不起的爸爸等多款应用被苹果商店编辑推荐。  
小鸡叫叫互动动画书上线三天即冲App Store北美排行榜榜首。

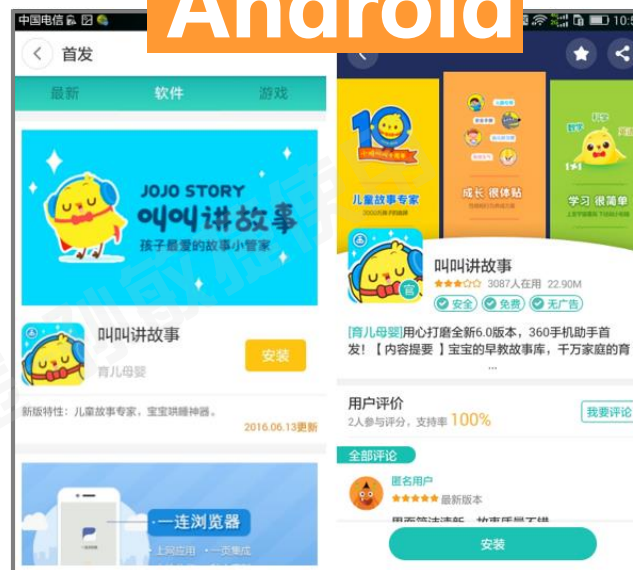


# APP渠道覆盖：4大主流应用平台

## IOS



## Android



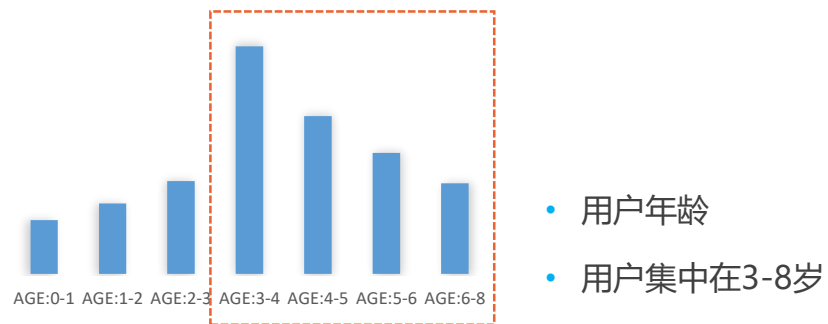
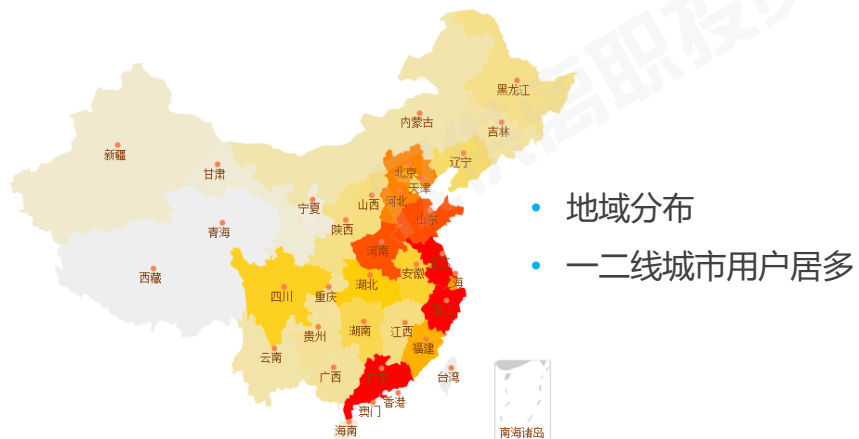
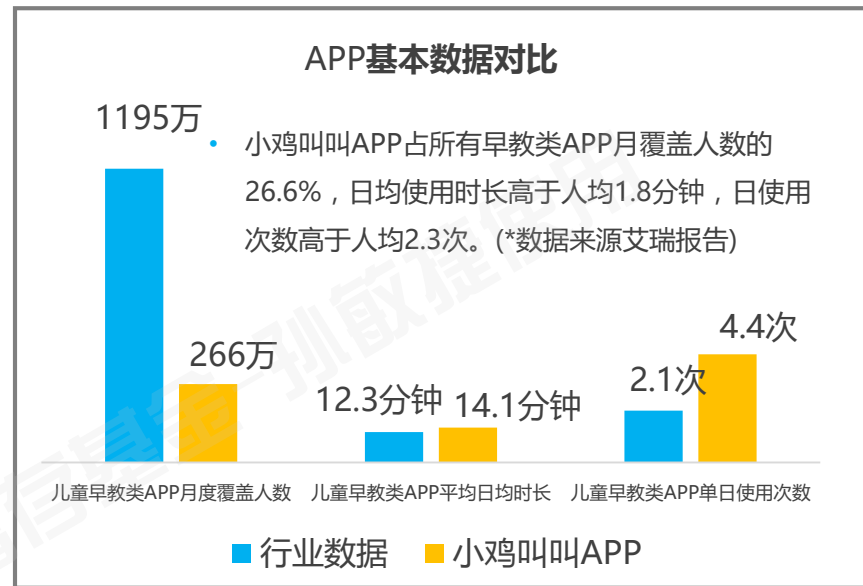
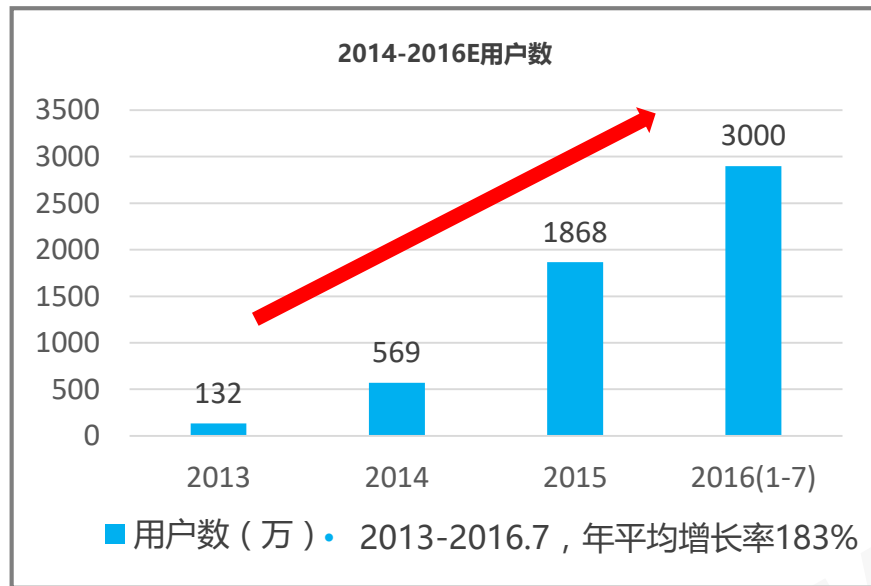
## IPTV



## OTT



# APP用户: 3000万精准用户





# 线上产品-小鸡叫叫和他的朋友们网络动画剧集

《小鸡叫叫和他的朋友们》是为学龄前孩子打造的网络动画剧集

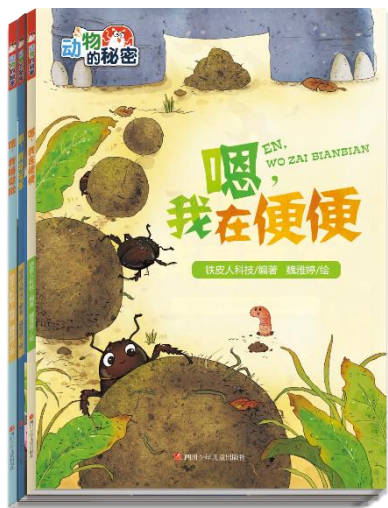
试看地址：[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMTI2MzA5NDI3Mg==.html?from=s1.8-1-1.2](http://v.youku.com/v_show/id_XMTI2MzA5NDI3Mg==.html?from=s1.8-1-1.2)



## 实体产品-儿童图书：500余本原创图书、多语言授权、1000余万册销量

铁皮人拥有国内顶尖的儿童作家和插画家。原创儿童读物500余册。涉及儿童科普、儿童文学、漫画、绘本，手工等多种类型。作品授权韩国、泰国，台湾，香港等多个国家和地区，畅销1000余万册。

科普类



文学类



漫画类



绘本类



手工类



外版书





## 实体产品-神奇叫叫智能玩具：儿童陪伴故事机

神奇叫叫是铁皮人第一款自主研发的硬件产品。是一款可以远程和父母聊天，在线收听儿童内容的WIFI智能玩具。配合叫叫讲故事APP，玩具可以实现远程对话，内容定制，播放控制，个性闹铃等功能。



## 多元产品组合-小鸡叫叫魔法幼教机：在线故事课程玩具终端



铁皮人将故事编辑成魔法故事课程，围绕课程打造的第二款智能玩具终端。分为单机、蓝牙、wifi三个版本，具有定制宝贝专属频道，一键在线收听故事课程等功能。



故事课程APP



WIFI/蓝牙终端



# 多元产品组合-小鸡叫叫识字大冒险：基于互联网的全媒体识字课程包



《叫叫识字大冒险》是一款结合动画、互动游戏的识字产品。产品将APP、图书、AR字卡游戏相结合，极大的提升学龄前儿童识字兴趣及效果。同时能够及时将学习报告通过微信发送给父母，更有亲子互动帮助儿童巩固学习效果。



叫叫识字大冒险APP



配套实体教材



AR字卡游戏

## 4、投资亮点及未来规划

仅供离职投资人暂存基金-孙敏捷使用

# 铁皮人核心优势

铁皮人利用互联网技术及用户积累，将儿童内容、产品研发、IP运营深度结合，形成独有的核心优势，是国内最早、最领先的儿童APP教育品牌

- **内容能力：**

1. 10年原创图书积累——发行超1000万册；
2. 千万级儿童寓教于乐IP——小鸡叫叫与它的朋友们；
3. 核心创业成员从事早教行业10年以上——持续不断的内容创造能力。

- **产品能力：**

1. 多元化产品研发实力；
2. 产品覆盖APP课程、动画片、图书、教具、智能玩具。通过互联网技术将所有产品数据化，给用户提供持续内容及服务。

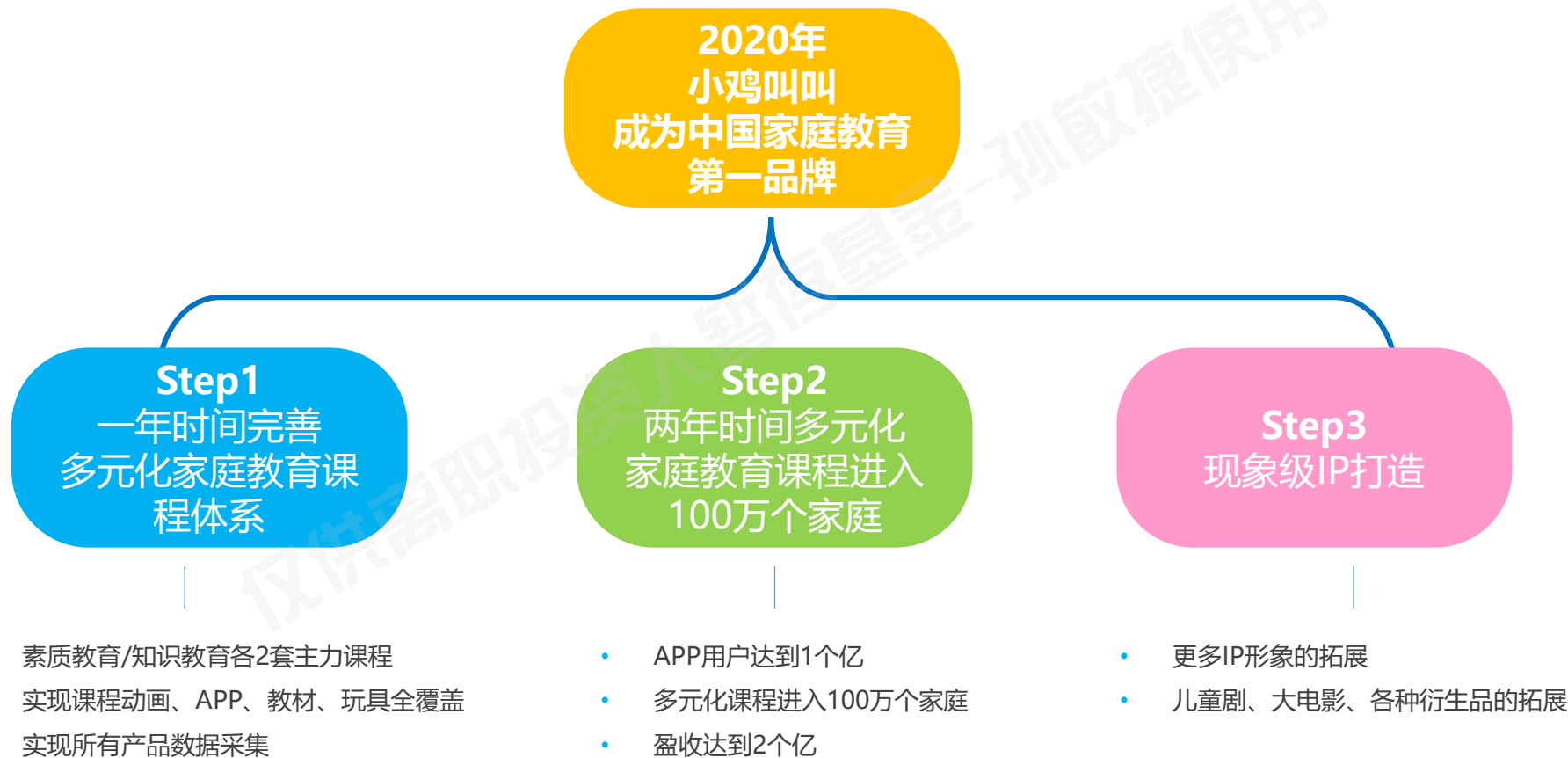
- **IP运营能力：**

1. 团队10年来卡通动漫的基因，不断的赐予IP新生命；
2. 丰富的IP内容、周边开发能力，并充分利用互联网传播；
3. 旗下小鸡叫叫系列APP用户破3000W。



## 未来3-5年战略规划

小鸡叫叫立志成为中国家庭教育第一品牌。未来3-5年将通过“产品完善—市场占领---IP打造” 3个步骤，将小鸡叫叫打造成现象级IP。并将IP扩展到儿童剧、大电影、卖场体验店以及各种线上线下周边衍生品，成为中国家庭教育第一品牌。





## 5、融资需求

仅供离职投资人暂存基金-孙敏捷使用

# 投资人

天使投资:



A轮投资:



A+轮投资:

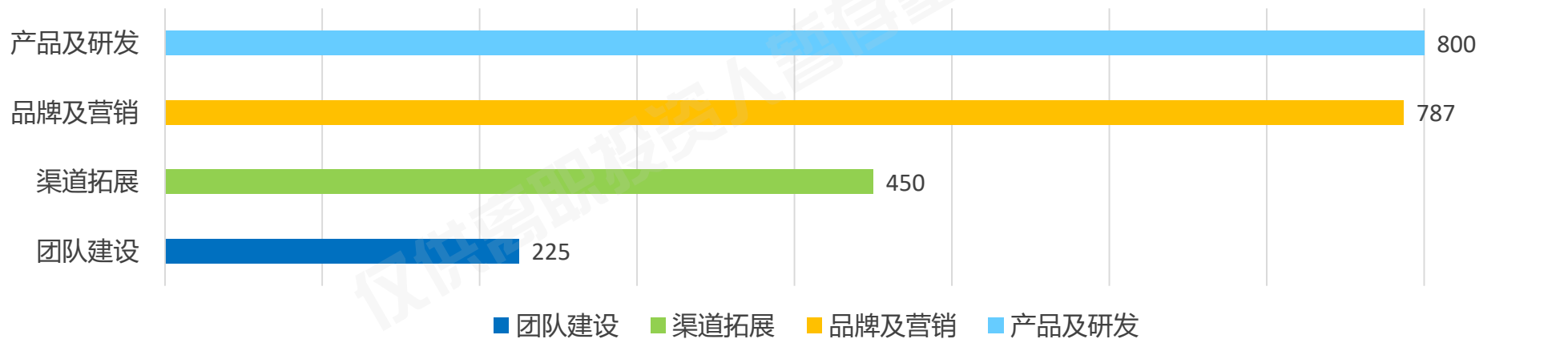


# 融资需求及用途

## 融资需求：

- 计划融资**2250-2500**万人民币。
- 稀释10%-15%股份。
- 加快未来16个月发展速度，提升收入。

## 资金用途：





## 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：徐晗 | 电话：15210605720 | 微信：xuhan0413

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](#)