|  |
| --- |
| 商业计划书 |

# 投资价值

闭上你的眼睛，想象一下未来的视频直播，你在有话要说那里订阅了喜欢的访谈节目，当节目开始前五分钟，你的手机提醒你准备观看，然后手机里出现节目的高清晰视频直播，看到里面主持人和嘉宾的精彩对话，同时有上万个的粉丝跟你共同观看，你可以用语音和文字跟他们交流。在节目的自由问答时段，你竞拍成功，获得与现场嘉宾互动的机会，手机的摄像机对着你，开始与节目中的嘉宾进行视频对话，所有的观众都可以看到你的头像，你的现场参与感得到了满足，节目也得到了及时的信息反馈。

* 作为投资者，你看到了未来的手机是一个观众和媒体可以深度互动的社交工具吗？
* 作为投资者，你能够想象一家初创公司用革新科技提供一个Internet社交网络电视台，把世界上的媒体与观众通过现场直播和深度互动方式进行交流吗？
* 作为投资者，你愿意看到一个充满理想和激情，拥有丰富经验，掌握核心科技的团队来改变世界吗？

如果是的话，请投资我们。

# 公司／项目简介

* 1. 公司简介
* 公司名称：有话要说
* 公司属性：Internet社交网络电视台。
* 公司创始人：周沛，王明浩
* 我们的使命：提供专业内容，基于云计算的Internet社交网络电视台，帮助专业的媒体扩大影响力和注意力，增加用户粘性，面向他们的观众提供
  1. 实时对话与互动，
  2. 高质量视频直播，
  3. 极致用户体验 。
* 我们的目标：成为华人社会最大的针对媒体实时互动视频直播的社交电视台。
  1. 项目简介
     1. 一个internet社交网络电视台，提供专业内容，可以实时互动的视频直播。
     2. 作为视频直播：
  + 直播用户：
    - 直播方：我们定义的媒体，包括自媒体，传统媒体，俱乐部团体，明星，教育单位，企业等。
    - 观众包括： 媒体的粉丝，团体的成员，明星的粉丝，学生，企业员工，企业客户等。
  + 直播的内容是专业的访谈，陈述，会议，表演等。
  + 直播的形式是一个演讲者的陈述或几个演讲者远程的实时视频对话，也可以是一场演唱会，一个团体会议等，观众可以远程随时参与进来视频对话，或进行文字或声音进行交互。
  + 直播以后的视频内容可以延后点播观看。
    1. 作为社交平台
  + 跟微信或微博绑定。
  + 用户可以关注直播方，订阅直播节目，实时收到直播通知，点击参与。
  + 用户可以在直播过程中与直播方或其他用户进行深度交互
  + 直播方可以预定直播节目，发给订阅的用户
  + 直播方可以管理用户群，管理直播节目流程
    1. 用户use case示范：

|  |  |
| --- | --- |
| 媒体直播方 | 直播内容 |
| 自媒体 | 自媒体ZEALER于 10/22/2013:11pm 公开直播苹果ipad air发布会，主持人：科技大牛王自如。嘉宾：李开复。他们远程采访，1＋1模式聊天。全程跟踪apple发布的内容，讲解未来苹果产品使用的趋势，以及他们对ipad air的看法。讨论间隙，王自如邀请一些果迷参加视频对话发表他们评论，这样就变成1+1+1模式聊天。果迷也可以互相分享他们的苹果产品心得。 |
| 传统媒体 | 锵锵三人行07/03/2013 9:30pm公开直播，主持人一位：窦文涛。嘉宾两位：王蒙， 查建英，聊天内容：《小时代》是郭敬明的"青春万岁"。设想那天直播主持人和嘉宾不需要同处一室，他们可以在工作室也可以从家里通过internet连上线，给全世界观众实时直播，当讨论到一定阶段，主持人可以邀请一位观众通过网络加入视频聊天，这样就变成1+2+1模式聊天。观众也可以在线互相通过文字语音聊天直播的内容，互相分享。 |
| 俱乐部 | 上海复旦MBA俱乐部12/23/2013 9pm私人直播，主持人mba主席闻斌，邀请成员如周沛和王明浩作为嘉宾远程分析大数据在视频领域发掘，其他成员在线聆听和互相讨论，也可以由主持人选择参与视频讨论。如果错过内容，可以下线点播。 |
| 电视购物 | 上海老庙黄金扩展他们运营渠道，通过在线方式展示他们的黄金首饰，销售小姐对着摄像机向全世界描述首饰的品质和设计，当用户观看时，可以在网上进行提问，与销售小姐对话，了解那款首饰的特点。对话完毕，如果观众满意，会得到链接直接在线购买。 |
| 明星演出 | 羽泉在2013/12/24号网络上开演唱会， 内容全程进行直播，观众可以在线看现场表演，并互相进行视频，语音，文字聊天。观众可以把你的照片／视频发给直播方，通过排名竞价帮助投影到大型billboard上，让全世界看到。 |
| 教育 | 上海育才中学初中三班12/1/2013 7pm开网络家长会，韩老师通过视频讲述学校一年的汇总，同学家长可以远程通过视频观看，也可以通过视频接受韩老师的邀请实时提问。 |
| 企业年会 | 2014春节阿里巴巴年会马云变身白雪公主与员工狂欢。如果可以进行直播，就可以和没有在现场的员工共享快乐。 |
| 企业发布会 | 小米网络发布会，雷军主持，一开始介绍小米新一代手机，然后，公开观众点评和讨论。与观众视频或文字，语音交流。 |

* 1. 产品核心亲争力和颠覆性

我们提供粘性服务

* 颠覆传统直播电视台。
* 颠覆现有Internet直播电视台。（详情请见竞争对手分析章节）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 我们的核心亲争力 | 传统直播电视台缺点 | 现有Internet直播电台缺点 |
| * 丰富和专业的内容，不针对业余内容。 | 频道有限，内容不够多样化。 | 大多针对业余的直播方，如美女，歌唱，游戏玩家等。少数专业直播，内容延后时间很长，一般30秒以上。 |
| * 低成本，高质量的现场视频直播 | 制作成本昂贵惊人。 | 对于业余内容，可以提供网络成本低，低质量的业余视频直播 。 对于专业内容，跟传统电视台类似，制作成本昂贵惊人。 |
| * 深层次视频对话，语音和文字互动 | 没有互动 | 一般有文字和语音，没有实时视频对话，不能满足观众的深层次参与感，也不能满足直播方直接面对观众的欲望。 |
| * 数据反馈和大数据分析 | 没有信息收集／反馈 | 直播完数据丢失。 |
| * 社区参与感 | 没有社区增加粘性 | 社区参与感弱。 |

# 项目商业模式

* 1. 产品价值分析
* 我们的产品只针对专业媒体，面向观众提供专业内容，不针对业余内容提供者以及他们的观众。
* 前面分析过，针对专业内容，
  + 传统电视直播，大多要花费大量人力物力进行前期制作，几乎没有与观众互动机会，也不存在有效方法收集用户信息。
  + 在线电视直播有几种方式，譬如以图片文字为主的微信或微博，互动延迟差，打字速度慢，对于直播端和观众段来说时间浪费，而且效果不好。或者使很长时间延后的直播如新浪视频现场直播，需要花大量金钱制作专业内容，延后播放又缺乏深度互动。
  + 观众喜欢他们的媒体节目，但无强烈的参与感，被动接受，没法讨论和参与。
* 我们有效，方便和低沉本的解决以上问题。我们的产品打破原有方式，提供实时视频互动的直播方案。降低电视直播的门槛，让上不了电视直播的人上节目，让能上电视直播的人，降低他们的成本，有更大的收视范围，有更好更及时的反馈，更好的粘性，收集更多的数据。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 现有问题 | | 解决问题 |
| 直播端（broadcaster） | | 直播端（broadcaster） |
| 缺乏粘性 | 直播端无法跟观众实时互动 | 有效，方便的嘉宾与观众互动 |
| 异地困难 | 针对多人直播节目：主持人和嘉宾必须在同一个地点录制节目 。 | 有效，低成本，方便的主持人与嘉宾视频互动 |
| 价格昂贵 | 录制节目的过程复杂，昂贵，需要专业团队完成。 | 有效，低成本，方便的举办节目 |
| 无及时的反馈 | 反馈往往滞后 | 从有效，方便的嘉宾与观众互动得到第一手及时反馈 |
| 无数据 | 无法低沉本有效收集用户数据 | 用户数据反馈和大数据分析 |
|  |  | |
| 观众端（viewer） | | 观众端（viewer） |
| 参与感差，被动感强 | 观众无法与直播端实时互动，也无法与观众之间实时互动 | 观众与嘉宾互动。  观众与观众互动。 |
| 直播用户体验差 | 观众看视频直播搞不清直播和点播的区别，宁愿看点播 | 有了互动，观众更加有意愿看直播，不是点播。 |
| 信息滞后 | 无法得到第一手视频信息，大多都是延期点播视频 | 第一手实时精彩内容。 |

* 1. 提供服务

我们要做到：

* + 用户体验要非常人性化，很容易上手和使用。
  + 产品质量保证。
  + 产品功能小而精。
    1. 客户端

客户端我们做到多平台支持：

* 桌面
* 手机应用
* 平板电脑
* 智能电视机
* 机顶盒
  + - 1. 直播端（broadcaster）
         1. 跟微信或微博连接。
         2. 一个可以管理，预约，推送视频的工具。
         3. 一个视频对话插件，可以邀请其他人进行1对多的视频对话，也可以邀请用户参与视频对话。
         4. 一个可以管理和浏览直播观众和粉丝名单的工具。
         5. 一个可以分析大数据的工具。
      2. 观众端（viewer）
         1. 跟微信或微博连接。
         2. 一个可以管理和订阅直播直播节目和关注对象的工具，可以收到实时通知。
         3. 一个用户可以观看直播的视频插件。
         4. 一个用户可以加入视频对话的插件。
         5. 一个可以实时留言聊天的插件。
    1. 后台
       1. 云端（cloud）
          1. 一个可以进行一对多视频对话的解决方案。
          2. 一个可以针对成千上万观众的直播方案。
          3. 一个支持文字语音的聊天方案。
          4. 一个可以存储直播视频可以点播观看的方案。
       2. web后台（web backend）
          1. 一个用户数据存储方案
          2. 一个web服务方案
  1. 目标客户分析
     1. 客户针对性
* 我们只针对专业媒体，面向他们的观众提供专业内容，不针对业余内容提供者以及他们的观众。
* 我们定义的专业媒体包括：自媒体，传统媒体，俱乐部团体，明星，教育单位，企业等。
  + 1. 细分市场作为切入点
* 我们服务的切入点先从两个细分市场开始：自媒体和俱乐部团体 。未来推广到其他客户。
* 我们帮助这两个细分领域的客户的成功，取得双赢。
* 我们为何选择他们？
  + 随着微信发展，自媒体和俱乐部成为internet／mobile用户得到他们感兴趣的信息的主要方式，慢慢互补甚至取代传统媒体发挥的作用。
  + 他们求发展，红海竞争激烈，需要新的模式和平台来提供个性化的内容、个性化的服务。
  + 我们可以帮助他们增加用户粘性和扩大影响力，提供一种跟用户直接交流的方式。
* 他们为何选择我们？
  + 我们提供独一无二的视屏平台，拥有1）高度视频对话互动2）实时高质量的直播，3）社交网络，可以帮助他们跳出红海，提供个性化的内容、个性化的服务。
  + 我们大大降低了现场直播与用户互动的门槛，原本直播对于他们来说是不可思议的昂贵，现在他们可以很方便使用我们的服务进行直播。原来现场互动，得到反馈是不可能的，现在我们帮他们实现需求。
    1. 细分市场的客户群

针对细分市场，我们服务锁定的客户主要分两边：

1. 一边是直播方，先从自媒体和俱乐部开始， 我们来解决他们的痛处。

|  |  |
| --- | --- |
| 自媒体客户需要提高影响力和注意力 | 我们的服务 |
| * 需要提供个性化高质量内容，来扩大粘性用户群 | 帮助他们方便的创作内容，提供高质量视频直播方案，增加观众注意力。 |
| * 需要得到第一手用户反馈， 更好服务用户。 | 提供大数据分析，与用户视频交流得到反馈 |
| * 需要提供个性化服务，包括低成本的与用户互动 | 提供与用户高度互动方案 |
| * 需要低成本邀请嘉宾参与节目 | 提供与嘉宾远程视频对话方案 |
|  | |
| 专业俱乐部需要成员更有粘性 | 我们的服务 |
| * 增加活跃用户 | 提供高质量视频内容直播方案，增加观众注意力。 |
| * 需要很小成本邀请嘉宾参与节目 | 提供与嘉宾远程视频对话方案 |
| * 更加有效线上互动 | 提供直播方和会员，会员之间高度远程互动方案 |

1. 一边是观众，一开始主要是直播方的粉丝和他们的用户群。他们需要高质量的视频和方便的互动。后来慢慢他们变成我们的客户以后，可以让他们选择自己喜欢的内容来挑选直播方。

|  |  |
| --- | --- |
| 观众需求 | 我们的服务 |
| * 内容：精彩专业内容 | 高质量的直播 |
| * 社交：社交网络 | 观众之间的社交平台 |
| * 参与：实时互动 | 提供直播方和会员，会员之间高度远程互动方案 |

* + 1. 客户推广

我们网站未来推广是如下：

1. 以线下营销的方式去发展直播方（机构客户），然后借用他们的资源(内容，名气，影响力，客户群) 发展观众用户
2. 打开知名度后再延伸到其他领域，譬如正规媒体，明星，教育单位，或企业等。
   * 1. 市场规模
3. 切入点细分市场的规模，通过绑定微信息或微博，几乎每位用户都是自媒体的粉丝或俱乐部的成员，总共大于4亿人，而且在增长。仅仅是10%自媒体或俱乐部使用，他们里面如果有30%的用户使用就是千万级别的用户规模。
4. 未来推广的其他领域（如传统媒体，明星，教育机构等）的规模更大更广。
5. 收入来源根据用户数增加可以organic growth。
   1. 核心资源和关键业务
      1. IP资源
   * 核心技术为云计算技术，客户端web技术，客户端app技术
   * 云计算核心技术采用Open Source软件来实现实时视频对话，并且自行开发一套高性能的针对成千上万不同用户的直播软件，以及后台云管理软件。
   * 客户端web技术基于flash和html5，排除任何需要下载软件的必要，可以直接使用。大量减少开发成本。
   * 客户端app技术基于android和iOS，自行开发实时直播和播放的软件。
   * 所有核心IP可以完全自己修改和维护，可创新性，可扩展性强。
     1. 人力资源
   * 工程部需要一个engineering团队，负责云cluster开发，运维，web／app前台，web后台开发，由明浩领导。
   * 商业部需要一个产品经理，和市场经理，客户经理，由周沛领导
     1. 硬件资源
   * 云计算的server cluster因为流量成本原因，直接购买Intel的硬件，在电信租用空间，随着用户增加，会增加配置。首批硬件在北上广deploy。
   * web server可以直接host在阿里云上面，成本可以控制的很低。
     1. 财政资源
   * 初期主要是天使投资／VC投资，后期是靠服务收入。
     1. 关键业务
   * 软件开发和维护。
   * 云硬件购买，云服务运维管理。
   * 市场开拓，比较针对性，对关键客户可以以合作伙伴形式进行。
   * 客户关系管理，包括内容供应商（直播客户）和内容消费者（终极用户）
   * 办公室运营

# 融资需求

* 1. 融资资金要求和用途

需要1000万人民币或200万美金启动资金。主要用于产品开发和市场推广。

# 盈利模式

* 1. 互动过程收费

互动时可以使用道具，这些道具收费。

我们的核心特点是充分互动，所以可以借用很多网络游戏中行之有效的模式。

我们是新生代的视频直播平台，同时也是新生代的真人网游平台。

在盈利模式上充分借鉴网游的成熟模式。

* 1. 互动时间拍卖

和主持人/嘉宾的互动时间是竞价拍卖的，价高者得。

* 1. 植入式广告

传统的广告对客户体验伤害很大，要彻底规避。

但是植入式嵌入式等对客户体验影响很小的广告方式，可以充分挖掘

* 1. 数据挖掘

向内容制作者提供各种数据与分析

* 1. 民意调研

利用粘住的客户资源，向内容制作者提供调研服务

# 执行团队

* 1. 管理团队简介
     1. 周沛（市场）
     2. 王明浩（技术）

来自硅谷，拥有美国加州大学圣塔芭芭拉分校UCSB计算机系硕士和复旦计算机系本科，任职 14年，包括：硅谷初创Internet公司Veetle担任首席工程师，硅谷Adobe的 FlashMobile /FlashPlayer 部门担任团队领袖和资深工程师，纽约Bloomberg的终端部门担任工程师。其中在Adobe工作期间，于06年获得公司杰出开发员称号，帮助公司Flashlite产品成功在全球移动峰会3GSM 当年评选的最佳电话Samsung D900上配套装载，亲眼见证Flashlite从零增长到上亿美元收入；于07年作为团队领袖，带领团队把FlashCast产品推广到美国第一运营商Verizon的发布的四款手机里面；于08-11 年，作为 Flash video team（当时全球最领先科技的视频团队）的核心成员，研发Flash Video 在android上的视频引擎和在Blackberry的平板电脑playbook上作为里面的唯一视频引擎；在Veetle工作期间，主导开发一套包括移动应用和云计算系统的点对点的视频直播系统，最终达到移动用户超过三百万，使公司估值增长到三千万美元。他专注移动，视频，云计算软件的架构，开发，和项目管理；精通大小公司产品运作，推广，和维护；有很强组织，协调，和客户服务的能力；同时作为移动和视频领域专家，最近7年有丰富的从客户端到云计算服务端一整套视频架构与开发经验，有一项北美视频专利正在审批中。

* 1. 我们为何会是一支成功的队伍
* 掌握视频直播领域的核心技术，CTO在硅谷长期从事此领域的核心技术研发，接触的是全球最顶尖的视频直播与移动视频技术。
* 熟悉中国的市场与用户，CEO白手起家在国内创业12年，非常了解中国的市场，接地气，够草根。对执行力的领悟非常深刻。
* 对事务的本质的洞察力，对市场时机的把握。捕捉到视频直播特别是在4G背景下的移动视频直播领域的市场机会，分析出当前内容质量是视频直播领域的核心痛点，发现观众在观看视频时的孤独感被关注不足，将这些核心要素梳理整合然后形成一套解决方案，体现了团队的发现问题、分析问题、解决问题的能力。

# 大势分析

* 1. 社会文化趋势

随着微信和微博的普及，媒体开始多元化。

* 细分市场自媒体和俱乐部开始繁荣。
  + 观众越来越多参与自己感兴趣，具有针对性的节目。
  + 自媒体和俱乐部突破传统媒体和团体的包围，赢得观众。
  1. 社会经济趋势

新生代年轻人抛弃传统电视，观看internet网络电视。

* + 未来的电视和internet一体化。
  + 电视也成为社交网络。

观众需要网上专业的高质量的直播内容。

* + 专业的内容，提供有意义的信息 。
  + 直播加上实时互动，更具参与感，提高粘性。
  1. 细分市场趋势

细分市场如：自媒体和俱乐部红海竞争激烈，急需增长平台。

* + 自媒体需要增加活跃用户和影响力，俱乐部需要增加活跃具有粘性的用户。
  + 自媒体现有平台如百度百家，搜狐新闻客户端，腾讯微信公众号可以帮他们推广和盈利，但无法帮助他们跳出红海竞争。
  + 俱乐部现有平台如微信圈，形式文字图片为主，内容相对单一，大规模群体讨论交流效率不高，效果不好。
  + 为此，自媒体和俱乐部的发展需要提供个性化内容和个性化服务。
  + 同时，自媒体和俱乐部需要更加直接和有效的方式跟观众交流。

观众需要有参与感

* + 媒体与观众之间的对话成为可能
  + 视频对话作为最佳的远程沟通方式，效率最高，互动最直接，最方便
  + 通过视频直播方式，让观众可以随时参与讨论，是突破传统电视节目的崭新模式 。
  1. 技术趋势

网络强大了

* + 传统宽带网络已经在大中型城市普及
  + 4G网络即将覆盖全国

视频技术成熟了

* + 多平台电视是每个家庭的必需品
  + 视频技术比较成熟

云计算成为主流

* + 云服务降低成本
  + 云计算关键技术慢慢成熟

社交网络推及新媒体繁荣

* + 社交网络如微信，微博普及
  + 新媒体的繁荣打破传统媒体的包围
  + 传统媒体慢慢接受Internet和社交网络
  1. 监管法规趋势

允许新媒体发展

* + 自媒体的繁荣
  + 俱乐部的普及

不涉及政治宗教等新闻类的内容

* + 这类内容比较敏感
  + 自媒体都避开
  + 我们会选择性的跟自媒体合作，坚持遵守法纪法规。

# 竞争和风险分析

* 1. 竞争对手分析
     1. 国内视屏领域竞争对手
* 目前没有针对我们细分市场和产品的服务。
* 其他不同的细分市场和产品的对手包括：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 对手 | 细分市场不同 | 产品不同 |
| YY，pipi，9158，KK唱响等 | 针对业余／趣味内容的直播服务。如：美女聊天／唱歌／玩家等。而我们的细分市场是专业内容。 | 差别比较大，我们的产品是深度互动可以视频对话的直播，他们的产品是有限互动的无视频对话的直播。 |
| 新浪直播，腾讯直播等 | 针对专业内容的视频直播服务。他们的细分市场是直接从举办方买来版权的大型娱乐节目，体育赛事等，我们的细分市场是媒体自发快速有效制作的内容，包括自媒体和俱乐部等。 | 差别比较大，他们的产品进行延时直播，至少30秒，有些更长，而我们的产品是深度互动可以视频对话的直播。 |
| 优米网，高顿网，第一财经网等 | 视频点播网站，针对垂直市场。 | 差别很大，他们提高服务是纯点播，针对专业或业余的视频，我们也提供专业内容的滞后点播，不过那些点播的内容直接来自我们的核心直播平台，具有深度互动的直播。 |
| 优酷，爱奇艺，乐视，搜狐视频，新浪视频，腾讯视频等 | 视频点播网站，针对平行市场。 |

* + 1. 国外视屏领域竞争对手
* 唯一相关的是spreecast和Google hangout on air，前者是一个成立3年左右的startup，专注视频对话直播，针对美国媒体，目前属于公司早期阶段，于12年9月拿到首轮series A资金。后者是Google的服务，产品本身有很大不同，两者都在短期2-3年内不可能进入中国，另外有中国防火墙的壁垒。
* 其他不同的细分市场和产品的对手做的直播没有面对面的深度互动，差别比较大。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 对手 | 细分市场不同 | 产品不同 |
| Spreecast | 针对美国媒体，自媒体，名人直播互动平台。如cnn，whiteney spears等 | 非常相似，但他们主要跟adobe合作，买license为主，我们主导技术，更加灵活，可以方便定制。 |
| Google Hangout on Air | 针对任何人使用的平行市场，跟youtube和Google＋挂钩 | 比较相似，但他们没有很好灵活管理对话方的功能；并且他们有很落后的预约和订阅视频直播的功能；另外产品跟youtube和google＋绑定限制他们的用途。 |
| livestream | 针对定制高质量专业视频直播的平行市场，跟我们针对垂直市场（专业内容的媒体）不同。 | 差别比较大，我们产品可以深度互动包括视频对话，他们只是单一直播 。 |
| ustream，veetle，justin.tv | 针对专业或业余视频直播的平行市场（手机新闻直播，电脑业余webcam直播，游戏直播，电影直播等），跟我们针对垂直市场（专业内容的媒体）不同 |

* + 1. 自媒体现有平台
* 现有自媒体平台包括搜狐新闻客户端、虎嗅、钛媒体、创事纪、新浪博客、百度百家、微信公众账号。提供内容汇总平台和广告生态圈。
* 我们提供服务和平台独一无二，跟一般自媒体平台互补，不存在直接竞争关系。我们甚至可以跟他们网站链接和联盟。
* 
  + 1. 企业软件和服务
* 有一些专门针对企业市场的收费昂贵的软件和服务，跟我们差别很大。
* 我们未来也可以面向企业提高企业内部或外部服务，但不是第一步要做的事情。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 对手 | 经营模式和市场不同 | 产品不同 |
| 美国有adobe connect，webex和zoom等。 | 他们是收费的传统企业软件，不是我们所要做的Internet的基础免费加增值收费（freemium）的 经营模式。 | 他们针对产品与我们不同，大多是企业内部或私人使用的视频对话的产品，也可以用于企业内部直播。 |
| 中国有全时等。 |

* 1. 我们的竞争优势分析
     1. 最早开拓市场
  + 这个市场有潜力，我们看到早，没有其他人在做同样的事情。
    1. 很强的技术优势
  + 有技术专家作为架构师，知道细节，可以攻克难度。
    1. 丰富的经验
  + 创始人有丰富，不同的创业经验。
  + 可以避开一些失败的方向
    1. 复制壁垒高。
  + 核心科技之一，多人视频对话的难度比较高。
  + 核心科技之一，千万用户直播的难度也相当高。
  + 把两者做好相当难。
    1. 国内自主开发的壁垒防止外国公司进入
  + 中国的防火墙。
  + 鼓励自主开发。
  1. 风险分析
* 资金能否充足
* 国内clone产品
  + 因为技术门槛较高，clone的时间比较长。
  + 也可以花很贵几百万美元的钱买大型服务器的license，搭建一个类似的平台及运营。代价太高，收益很少。
* 有一定的转换成本
  + 如果我们的竞争对手clone我们的想法并付之实施，如果我们能够好好满足我们的媒体需求，把他们牢牢抓住的话，他们的用户也不会离开
  + 如果我们的名气做大后，用户建立自己的社交圈子以后，转换到其他网站也有一定成本
* 团队培养
  + 招聘和培养人才。
  + 团结一致。
* 内容监管
  + 我们提供的内容会有筛选，对于涉及宗教政治敏感话题的，会坚持内容符合法纪法规。
  + 我们会选择性的跟媒体合作， 对于涉及宗教政治敏感话题的，我们会避开。

# 发展计划

* 1. 市场进入
* 第一步先开发自媒体和俱乐部细分市场，
* 第二步等名气做大后，开发其他市场。
  1. 产品开发拓展
* 第一步：先开发基于web客户端和后台，因为桌面系统的网络比较成熟
* 第二步，开发移动端的应用，和完善后台，等中国4G网络普及，比较可行。
  1. 人员扩展
* 第一年慢慢招聘核心人员，以产品开发为主。
* 以后扩大招聘市场营销人员。
  1. 里程碑
* 第一年：争取前半年有一个初步的产品，然后下半年有几个自媒体和俱乐部开始使用，实现100万用户的规模。
* 后面三年：产品更加深化，用户每年翻一翻。争取产品推出后三年1000万活跃月用户。
* 当产品稳定，用户粘性以后，尝试开始开发盈利收入。

# 其他

关键数据注释：

1. Flashlite的收入主要是来自licensing和service，2008年截至总计1亿美元。
2. Veetle的估值3000万美元是2013年11月的估值。