

---

# 星火一号第二季度

## 投后管理报告

报告人：北京星火智投投资管理中心

时间：2016 年 8 月

---

# 目录

一、综述.....	3
1.基本情况.....	3
2.已投项目信息汇总 .....	3
二、分项目介绍.....	4
1.买金网 .....	4
2.京拍档 .....	7
3.星天纪 .....	11
4.上海钰悦.....	13
5.二四七.....	16
6.逗趣传媒.....	18
7.香蕉活动.....	20
8.乐校 .....	23
9.奇趴 .....	25
10.山锋光影.....	28
11.宜爱思 .....	30

## 一、综述

### 1. 基本情况

北京星火智投投资管理中心（有限合伙）以下简称“星火一号”，  
合伙人共出资 3000 万元，企业经营场所：北京市平谷区林荫北街  
13 号信息大厦 802 室；经营范围：投资管理、资产管理、企业管理  
服务、企业营销策划、市场调查、经济贸易咨询。

### 2. 已投项目信息汇总

单位：万元

类别	序号	投资日期	项目名称	投资金额	股权比例	投资日估值	基准日预估	退出方式
发展良好	1	2015.6.26	买金网	240	6%	4000	13000 万	转让
	2	2015.10.22	京拍档	300	6%	5000	10000 万	转让
	3	2015.11.3	星天纪	110	3.6%	3056	10000 万	转让
发展正常 	4	2015.10.10	钰悦网络	210	3%	7000	待定	转让
	5	2015.9.8	二四七	500	5%	10000	待定	转让
	6	2015.10.22	逗趣传媒	400	20%	2000	待定	转让
	7	2015.12.01	香蕉活动	170	17%	1000	待定	转让
	8	2015.12.15	乐校活动	274	20%	1370	待定	转让
	9	2016.1	奇趴	400	16%	2500	待定	转让
	10	2016.4	山锋光影	100	10%	1000	待定	转让
	11	2016.3	宜爱思	250	12.5%	2000	待定	转让
合计金额	2954 万							

## 二、分项目介绍

### 1.买金网

#### 1.1 项目简介

中金鼎晟（北京）电子商务有限公司成立于2014年8月，定位为国内领先的实物黄金互联网电商金融平台。

商 标：

官方网站：[www.maijinwang.com](http://www.maijinwang.com)，如图一所示：



图一

公司提供的产品和服务包括：

1) 提供黄金红包、黄金支付等基于实物黄金进行的互联网娱乐与交易模式，如图二所示；



图二

2) 为个人用户提供在线买金、回购金、定投金及原创饰品销售服务，如图三所示；



图三

3) 为企业用户提供大宗购金服务;

4) 利用互联网实现线上标准化金条销售和饰品定制服务, 如图四所示。



图四（饰品定制服务）

## 1.2 项目亮点

（1）从行业上看，2016 年上半年国内黄金市场总消费量达 528 吨，按照黄金保守的 220 元/克价格计算，市场可达万亿规模；

（2）传统黄金行业存在价格不透明、黄金回收渠道要求高、产品功能单一乏味等问题，致使用户体验不佳，亟待新的商业模式颠覆固有现状；

（3）买金网打通自原料-加工-物流-销售-回收等全产业链环节，以互联网方式将价格透明化，并以多元化的产品定位满足不同用户的需求，如黄金保值、个性饰品定制、理财升值等，自上线以来用户累计已达 40 万名，用户复购率 65%，商业模式得到一定验证；

---

（4）与银联总部达成深度合作，银联覆盖全国 **31** 个省，可调动上百个城市的营业点及人员为买金网进行宣传。天津银行、保定银行等十多家银行主动与买金网洽谈线上购金、物流配送等合作；长安保险公司与买金网就履约保险等业务合作事宜积极对接；

（5）创始团队稳固性强，并且技术、产品、运营、渠道人员齐全，创始人之前担任上市公司高管，并曾就职央视，资源丰富，对未来发展规划较为清晰。

### **1.3 项目近况**

1）渠道：之前已成为中国银联商务指定黄金产品唯一供应商，可零成本动用 **10000** 余名地推人员，银联电子支付已经同意为买金网做代扣业务，代扣业务对接完成后，与阳泉银行、晋中银行、保定银行、哈尔滨银行（直销银行）、桂林银行、柳州银行等也达成深入意向合作；近期正在与星美影城谈合作事宜，线上线下双管齐下，线上方面，在星美 **APP** 植入买金网做推广，线下营业点（覆盖全国 **130** 个城市，**280** 个影院）为买金网设立推广专区；

2）BD：有望达成与中国电信的“翼支付”合作，双方正在商讨合同细节，合作形式拟由“翼支付”对接买金网支付端口，同时“翼支付”开放 **2** 亿用户在其官网为买金网进行用户导流；

3）用户：目前买金网注册用户 **40** 万，月平均交易金额 **150** 万元左右（数据来自对买金网管理层的访谈）；

4）融资：百度众筹已经确定对买金网 **500** 万元的跟投额度，相关投资协议已发给买金网；中风投 **300** 万领投，合同细节确定后即可签署；中洮控股基本确定跟投 **300** 万元；金葵花资本深度意向投资 **280** 万元。预计买金网本轮融资将在近期完成。

---

## 1.4 潜在风险

国家政策的风险：黄金特有的保值抗通胀的功能，在世界经济走势不稳定的环境下，很多国家中央银行在逐渐增加对黄金的需求，保有一定量黄金储备已逐渐成为各国金融体系稳定的因素之一，因此随着未来国际经济环境的变化，有可能对民间企业平台加强管控。

## 1.5 公司后续规划

买金网正在积极对接上市公司紫金矿业，若能引入紫金矿业，则买金网在信誉度提升、平台互通、行业资源、线下实体店等方面将得到极大的支持和帮助，目前双方正在深度洽谈中。

## 1.6 投资退出策略

买金网目前业务发展较快，态势良好，中风投、中洮控股等投资机构正在与买金网深入洽谈。星火一号通过对黄金行业未来走势、买金网业务及创始人的综合判断，认为买金网未来成长空间依然较大，故本轮融资暂不退出。拟在买金网下轮融资后，退出星火一号部分持股回收本金及基础收益，其余股份继续持有，与买金网共同发展，以获取未来更大的溢价收益。

## 2.京拍档

### 2.1 项目简介

京拍档是一家专业服务京东卖家并进行全电商平台服务的第三方运营服务商（以下简称“代运营商”）。按照行业惯例，代运营商

依托电商平台，为商家提供品牌店铺代运营服务，收入来源于签约商家的技术服务费和店铺销售额分成。

京拍档是京东最大的电子商务解决方案服务商。其可为商家提供培训咨询、店铺托管、软件支持、仓储物流等一站式电子商务解决方案，目前已服务几百个知名品牌。



官方网址：<http://www.jingpaidang.com/>，如图五，图六所示



图五



图六

部分新闻链接如图七所示：



图七



---

## 2.2 项目亮点

（1）在国内电商市场快速增长形势下，品牌商和实体零售企业触网动力强劲，而对电商运营环境和规则的不熟悉，使得专业电商代运营市场需求巨大，市场空间达千亿元规模；

（2）作为京东首家供应链金融代运营服务商，依托京东平台，与众多品牌建立稳定合作关系，如王老吉、杰士邦、拜耳医药等；

（3）公司在代运营领域积累了大量的用户资源和品牌口碑，累计用户数据 7000 万+，累计电商培训学员 20000+，未来业务方向还可拓展为对消费大数据的精准营销；

（4）凭借平台优势及积累的用户优势，已着手进行新三板挂牌事宜，借助资本的力量，使业务发展的规模更上一层楼；

（5）创始人王文峰曾任阿里巴巴集团搜索部经理、京东科技搜索部经理，在运营方面积累多年经验及资源。

## 2.3 项目近况

京拍档将原有的业务开发升级成创新“自营+平台+联盟”的模式，打造服务界的“京东”，进入电商服务行业新阶段；

京拍档业务模块：代运营，培训，众筹，跨境和 O2O 生鲜自营。前三者以运营技术手段的输出为主，后两者多为自营交易模式，而 O2O 生鲜自营，自从打开了线上线下社区营销的方式，销量每月都保持环比 40% 的增长；目前京拍档平均月交易额在 500 万-600 万元，6 月达到阶段性峰值，突破了千万元交易额。

---

长期战略方面，京拍档尝试通过各项业务积累用户大数据，提供精准的客户金融服务。目前京拍档正在有序推进新三板挂牌进程，股改程序已完成。

## **2.4 潜在风险**

公司股权主要集中在王文峰和李慧娟，二者是夫妻关系；两人在公司业务未来发展规划、商业格局整体规划上尚有一些欠缺。

## **2.5 公司后续规划**

目前京拍档正在积极准备第三季度业务上“金九银十”的爆发，同时集中精力推进新三板挂牌进程，如今已完成股改，后续将借助资本力量，助力业务上有更快更大的飞跃。

## **2.6 投资退出策略**


星火一号通过为京拍档积极对接有意向的投资机构，最终星火一号将持有京拍档公司的 6% 股份成功转让给第三方，实现了溢价 1 倍退出。

退出原因简述：星火一号存续时间期限为三年，自 2015 年 6 月开始入资，至今已有 1 年多，而京拍档计划在今年下半年资本市场挂牌，其后股东将有一年锁定期时间，考虑到新三板市场流动性的现状，及星火一号存续时间问题，为保证投资人的最大权益及尽可能规避风险，故在此时点选择退出。

### 3. 星天纪

#### 3.1 项目简介

星天纪打造智能化亲子教娱在线互动平台，旗下的星天乐园（STARS KINGDOM™）致力于成为全球化亲子教娱线上互动第一平台，让千万孩子拥有自己专属的线上教娱迪斯尼乐园，在父母陪伴关怀下健康快乐成长。

商标 

官方网址：[http://www.xingtianji.com/h5/xtj\\_web3/](http://www.xingtianji.com/h5/xtj_web3/)，如图七、图八所示。



图八



图九

#### 3.2 项目亮点

（1）2014 年中国游戏市场规模达 276 亿元，同比增长率达 86%，人口红利依然是促进移动游戏市场高速发展的核心动力，随着二胎政策的逐步放开，教育类游戏的市场增长率依然有较大空间提升；

（2）星天纪针对 K12 群体，完全自主研发多个动漫形象和主题故事的教育游戏，权威专业的课程体系，使用户注册量达 1000 万人，累计下载量超 5000 万次；

---

(3) 自主研发的动漫形象，未来可衍生至动画视频、游戏多个行业，创造多重价值；并且通过与中科自动化合作，后期计划实现智能硬件数据传输、人脸识别、语音识别等功能；

(4) 创始人连续创业者，中科院第二届创业 MBA，在人人网、中华网等知名互联网游戏公司和教育集团有丰富工作经验，并在清华、北大、中科院等高校拥有多项创业资源。

### 3.3 项目近况

#### ➤ 业务

主营业务可分为两方面：线上运营和线下硬件。线上运营包括 APP、网页端、H5 游戏、内容等，目前在百度上搜索星天儿歌，7 月初各大浏览器已有 200 万播放量，用户达 1000 多万人，10 个教育类 APP 均已上线；线下硬件是自主开发的“超能熊”早教故事机，其中的语音技术与科大讯飞合作提供，国内水平比较领先，目前产品阶段已基本完成，预计 8 月份在京东众筹 1000 台，单台毛利可达 50% 左右。无论是线上还是线下，均为完善“超能熊”IP 的核心形象，最终打造一个“超能熊”IP 为核心的集教育、游戏、娱乐等一体的生态系统。

#### ➤ 财务

2016 年 7 月份收入为 50 万元左右，收入来源于广告、内容下载付费等；8 月份随着硬件在京东上众筹的推广，预计可达到盈亏平衡，收入规模将在 100 万元左右，账上尚有 400-500 万元资金。

### 3.4 潜在风险

#### ➤ 市场风险

---

在幼儿教育游戏领域，竞争激烈，如对手“小伴龙”2015年已获得好未来B轮融资，借助资本的力量发展得更快。

### 3.5 公司后续规划

公司已启动下轮融资，估值结合市场行情来定。

### 3.6 投资退出策略

星天纪目前业务发展态势良好，未来有多种商业变现途径，有较大成长空间，故拟在星天纪下轮融资后，星火一号退出持有的部分星天纪股份，其余部分股份可继续持有，跟随星天纪长期发展，以此获取未来更大的溢价收益。

## 4.上海钰悦

### 4.1 项目简介

上海钰悦是一家新兴的移动互联网游戏开发商，致力于为全球移动平台开发游戏。创始人拥有资深的游戏领域研发经验，行业内拥有十年以上网游运营经验，在国际上与美、德、韩、日、马、越、俄等国家都有业务合作关系。

商标



---

## 4.2 项目亮点

(1) 技术上凭借自主研发的 3D 跨平台引擎，采用延迟渲染技术，可支持同屏大量动态光源，每种光源类型都支持生成实时阴影，具有自发光效果；

(2) 积累了大量的开发经验和功能模块，大大节省了后续时间，如《刀锋传奇》开发时间耗费 14 个月，《口袋大冒险》耗费 10 个月开发时间，《绝地逃亡》仅用 3 个月时间，并且功能和玩法已经超过了前两个游戏；

(3) 具备多款游戏在大陆和海外的开发和发行经验（刀锋传奇、口袋大冒险、双截龙等）。股东之一是乐动卓越，发行过多款知名游戏，如《我是 MT》等，在游戏发行渠道方面有较强的优势；

(4) 创始团队曾开发过多款游戏，经验丰富，研发速度快。

## 4.3 项目近况

### ► 业务

主营业务分为两方面：手游开发及 IP 游戏定制，目前的游戏产品“刀锋传奇”、“口袋大冒险”已经全部研发完毕，正在寻找海外代理商合作，预计此项业务将在 2016 年 11 月份产生少量收入，而大部分的收入很可能爆发在游戏产品“我是 MT 格斗版”，原因一方面是咪咕集团独家代理（咪咕集团是中国移动成立的新媒体集团，包含音乐、视频、阅读、游戏、动漫等 5 个子公司），另一方面“我是 MT”本身是游戏界的超级 IP，其品牌影响力及在游戏玩家心中的知名度经久不衰，并且有乐动卓越为其提供全渠道发行；除此之外，上海钰悦研发的“绿色军团”已完成内测，“双截龙”

---

“一个人特工队”等游戏产品预计在 2017 年可研发完毕并发行，游戏产品储备丰富。

➤ 财务

2016 年以来，公司累计收入 200 多万元，主要来自于游戏产品交付发行商后，发行商支付的预付金。随着爆款游戏产品“我是 MT 格斗版”八月份发行，预计 2016 年全年收入可达 1000 万元左右，公司账上现有资金 500 多万元，平均月支出 60 万元左右，加上之前游戏产品的应收账款回笼，短期内资金比较充裕。

## 4.4 潜在风险

➤ 市场风险

游戏领域研发端爆款的概率一般为 5%-10%，游戏玩家的反馈是否能达到预期效果，是公司产品研发后、投放到市场中首要面对的问题之一，存在一定市场风险；

➤ 股权风险

公司创始人 CEO 邬铭杰和 COO 滕永浩股权比例非常接近，未来存在一定实际控制权风险隐患。

## 4.5 公司后续规划

游戏行业仅做研发过于单一，同时风险过于集中。因此，公司未来将定位研发运营一体化的策略，目前已启动国内游戏运营牌照申请。

## 4.6 投资退出策略

对于钰悦项目的退出，星火一号既积极寻找相关上市公司并购资源，同时也会根据市场前景协助钰悦项目挂牌新三板。

## 5.二四七

### 5.1 项目简介

二四七是 Windows 生态系统最大广告服务商，业务涉及 Windows、WindowsPhone 及 Xbox 版本游戏开发、移植、推广及运营，帮助开发者、广告主实现向 Windows 生态的迁移及其全球广告发布。

商标



官方网址是：<http://www.247-china.com/>，如图九所示。



图十

如图十所示，相关的新闻链接有：



图十一



---

## 5.2 项目亮点

(1) 以大数据与云计算为基础，目前全球最大的 **Windows 10** 广告平台，全球覆盖独立人群 **3000** 万，每月呈递增趋势，逐渐成为电商、手游、程序化购买广告的重要通道；

(2) 服务覆盖面广，日均广告请求超过 **4000** 万，覆盖全球 **183** 个国家用户；入选中国微软创投加速器，享有微软全球资源平台；

(3) 创始人具有国际化背景，在国外相关领域工作多年，经验丰富，深谙国际技术发展趋势，有潜力整合国际市场资源。

## 5.3 项目近况

目前主营业务分为三方面：广告行业，游戏行业及 **UMP** 解决方案。广告行业受整体经济影响，加上数字广告行业调整，行业发展同比略缓，但整体数字营销呈上升趋势，**Windows 10** 应用内广告已全部进入全球 **5** 大代理公司供应商列表；游戏行业，**Windows 10** 游戏发行呈现初期高增长局面，整体上升趋势明显，主力游戏陆续发布 **Windows 10 UMP** 版本，**247** 游戏发行业务正迎来增长机遇；**UMP** 解决方案，全息混合现实正迎来爆发式增长，**UMP** 团队作业流程与设计质量日渐成熟，全息混合现实有很大机会成为数字营销破冰设备。

## 5.4 潜在风险

市场风险——由于 **Windows10** 系统发布时间较短，在欧洲市场应用比较全面，但在国内和北美市场的渗透率还比较低，存在一定市场认知风险。

---

## 5.5 公司后续规划

247 整体以互联网模式发展，重点 Windows 10 Top 5 国家市场业务，现阶段未开启物联网及混合显示广告业务，未来择机正式进入。

## 5.6 投资退出策略

对于 247 项目的退出，由于 win10 系统尚未迎来行业爆发红利期，因此星火一号会凭借专业的行业分析，全盘考量行业增长速度、占有率、用户反馈等多个因素后，最终决定以何种方式退出。

## 6.逗趣传媒

### 6.1 项目简介

由何员外亲自创立的逗趣传媒定位于打造一个全民参与的互动娱乐平台。《就这么狐闹》是逗趣传媒的第一部影视剧，以无节操古代神话喜剧为题材，内容涉及“人妖斗法、武林纷争、妖仙大战”，以轻快的节奏与风格、异想天开的恶搞和吐槽为卖点，用古装神话包装现代社会中性格鲜明的小人物日常生活。

商标 

部分新闻链接及拍戏场景如图十一、图十二所示：

《就这么狐闹》开机 何琢言演苏妲己挑战亲密戏

2016-05-02 07:30 来源：搜狐娱乐

 扫描到手持设备 字号：T T

图十二



图十三

## 6.2 项目亮点

(1) 网络剧行业近两年的覆盖人数、播放时长增幅远高于传统电视剧，未来增长趋势看好；

(2) 首部可以引入全民参与的网络剧。不仅有趣好玩，更可以通过此种创新模式在低成本前提下有效地进行宣传推广；

(3) 创始人作为资深影视编剧，曾出版网络小说《毕业那天我们一起失恋》，该小说连续两年销量达到白金级别，创始人对于项目未来发展的规划较为清晰。

## 6.3 项目近况

目前逗趣传媒的《就这么狐闹》已进入到后期剪辑阶段。为了凸显《就这么狐闹》的风格，逗趣传媒的特技制作运用了大量的游戏、动漫手法，获得市场的良好反馈，预计在近期将完成整部剧的后期剪辑。另一方面，逗趣传媒与爱奇艺、乐视等视频网站正在洽谈合作事宜（包括剧片排档期等）。公司账上资金现有 100 万元左右，日常财务支出主要是人员工资和房租，与新片场的合作在剧片宣发方面帮助逗趣传媒节约了大部分宣传费用。

---

## 6.4 潜在风险

（1）公司与各大视频网站合作速度远低于预期，影响剧片发行的最佳时间；

（2）战线消耗较长，资金损耗速度快于预期，导致公司现金流压力增大。

## 6.5 公司后续规划

接下来逗趣传媒将重点推进《就这么狐闹》的后期剪辑，并就各类宣传点进行整理归纳，落实宣发工作。

## 6.6 投资退出策略

考虑到当下文化影视行业正值热点，网络剧、自制 IP 风靡全国，行业处于整体的上升期，星火一号通过对行业红利周期的专业分析，将选择在合适时机收割退出。

# 7.香蕉活动

## 7.1 项目简介

香蕉活动是一款针对大学生（并覆盖年轻人群体）、以活动发布及参与为主要内容的平台型 APP。香蕉活动最大的特点是它不仅集合了众多活动，而且建立了一个类似朋友圈的活动社交圈，从而帮助大学生在活动中安全、高效地交友，并通过同辈群体传播优质活动。

为进一步深化和探讨校园用户的活动需求，香蕉活动还开设了校园活动载体，即高校创业咖啡厅——星火创咖。星火创咖除了能够凝聚校园活动资源，更相当于一个 24\*365 小时的展台，将极大提升香蕉品牌的公信力。另外，星火创咖也为创业类、众筹类等品牌活动的开展奠定了基础。

商标



部分新闻链接如图十四所示：

香蕉活动:打破传统的地推模式,打造自己的校园品牌活动IP

维云网 2016-05-11 10:47:44 创业 阅读(3158) 评论(0)

声明：本文由入驻维云网平台的作者撰写，除维云网官方账号外，观点仅代表作者本人，不代表维云网立场。

创新创业



图十五

## 7.2 项目亮点

(1) 资源丰富——项目拥有丰富的的高校活动资源，包括近百所学校团委、就业指导中心等官方资源，并与 10 余所学校建立创孵关系，数千个高校项目通过创咖孵化；

(2) 创始人团队拥有丰富的校园经验，对大学生市场理解深刻，且在华北地区的校园资源丰富，能较好地把握发展方向；

(3) 目前香蕉活动 APP 用户已达 60 万，日活跃度保持在 10%，在北京重点高校落地 6 个众创空间，帮助校园项目获得融资 680 余万元；

---

(4) 平台记录了用户所有参加活动、发起活动的数据，让用户可以随时查看自己在校园生活完整的轨迹，用户粘性较好。

## 7.3 项目近况

### ➤ 业务

主营业务分为三方面：一是以线上活动 APP 及线下校园渠道为核心的校园活动公关服务，目前香蕉活动 APP 用户达到 60 万，日活跃度保持在 10%，并形成了高校跑男、黄金辩论联赛、校花真人秀等多个品牌活动 IP，为企业进入学校提供从“校园地推”到“品牌推广”的综合服务；二是以英才训练营为核心的职业培训服务包及企业高校人才猎头服务。目前英才训练营模式经过 3 年的课程研发以及在北京师范大学为期一年的试点研究，已经形成了 7 大行业班和 15 个就业服务模块，京东金融、网易有道云都已经冠名植入；三是以萤火虫创业课堂为核心的，集众创空间、创业课程、创业大赛、创业训练营、创投资源对接的高校创业孵化模式，目前已经在北京重点高校落地 6 个众创空间，帮助校园项目获得融资 680 余万。

### ➤ 财务

香蕉活动从 985、211 等国内知名高校开始布局，与香蕉活动合作的企业也多为国内外知名企业，目前香蕉活动已经与 100 余家知名企业建立了业务合作关系，其中包括乐视、京东、网易、中国移动、道达尔、万科、51Talk、新东方、九鼎投资、万学教育等机构，形成了稳定、有效的业务发展模式。并且香蕉活动的英才训练营和萤火虫创课体系在高校端也实现了业务收入，还申请到了国家相关的创业基金，财务营收达到了 400 余万元，实现了盈亏平衡并略有结余，为香蕉活动未来的可持续性发展奠定了良好基础。

---

## 7.4 潜在风险

### ➤ 现金流风险

为企业举办活动通常需要预先垫资，资金若不能良好周转，现金流可能出现较大风险。

## 7.5 公司后续规划

香蕉活动计划 2016 年底前实现覆盖用户 100 万，全国重点院校官方合作数量 20 所，完成上海分部建设，营收达到 800 万元。

## 7.6 投资退出策略

对于香蕉活动项目的退出，星火一号积极帮助对接投资机构，考虑在香蕉活动下轮融资后择机退出。

# 8.乐校

## 8.1 项目简介

乐校成立的目的是为了提升大学生的网购体验，淘宝、京东提供给大学生便利的网购平台，但是网购的快递只送到学校门口，学生需要从宿舍走 15 分钟取快递。乐校 APP 为了解决这个痛点应运而生。乐校在校园的代理接到订单后，在 30 分钟内代取快递并送到宿舍。乐校 APP 是 2015 年 6 月份上线，现已签约全国 700 所高校的代理，合作校园达到 62 所。

商标



APP 产品形态如图十六、图十七所示：



图十六



图十七

## 8.2 项目亮点

- (1) 拥有 60 万注册用户，累积 400 万的下载量，微信粉丝数在校园 O2O 领域名列前茅；
- (2) 业务覆盖全国 60 个城市，200 所高校，1000 多名兼职学生代理，日均订单 6000 单，部分高校已实现盈利，乐校商城、校园传媒、考研、驾校报名等业务也在发展；
- (3) 与淘宝、京东、唯品会、菜鸟驿站等机构深度合作，为大学生提供更好的网购体验。

## 8.3 项目近况

目前乐校的收入模式主要有两方面，一方面是速递提成，另一方面是校园精准营销，其商业依据是消费场景的前移和社会获客成本的增加。在 2016 年 1 月-2016 年 6 月，乐校快递收发室从 0 所增加到 82 所，学校新增 150 所，微信粉丝新增 41 万人，注册用户增加到 80 万，平均月收入 12 万元左右。



---

## 8.4 潜在风险

（1）现金流风险—公司虽然目前校园流量巨大，但如何商业变现才刚刚开始尝试，未来商业落地存在一定风险；

（2）管理风险—创始人的管理经验及阅历尚浅，未来管理团队的难度可能会加大。

## 8.5 公司后续规划

鉴于乐校切入的校园领域竞争白热化，拓展新客户成本越来越高，而乐校线上线下拥有校园广泛学生群体，下一步将尝试向线下地推活动及新媒体运营等方向调整。

## 8.6 投资退出策略

对于乐校活动项目的退出，星火一号积极帮助对接投资机构，考虑在乐校活动下轮融资后实现退出。

# 9.奇趴

## 9.1 项目简介

奇趴是一个提供各类主题派对和聚会场景预定的线上派对平台，通过连接派对手艺人和商户，为用户提供最好玩的派对。奇趴平台实现了人与派对的连接、人与派对手艺人的连接以及派对手艺人与商户的连接。

商标



部分新闻链接如图十六所示：



图十八

## 9.2 项目亮点

(1) 数据显示，2014 年中国聚会市场总消费 1200 亿元，中国聚会市场潜在市场规模达到 3000 亿元，市场空间巨大；

(2) 行业缺少发声平台，一般依附于商户或朋友推荐接私活，市场中存在较大空白，亟待新的商业模式颠覆固有现状；

(3) 创始人对行业理解深刻，并拥有深厚资源，执行力强，创始团队比较互补；

(4) 美国最大的派对用品零售商 Party City Holdco Inc 目前正在纽交所挂牌，估值高达 20 亿美元。

## 9.3 项目近况

### ➤ 业务

主营业务可分为 to B 和 to C 两方面：to B 主要是企业订单，以 BD 地推为主，仅 7 月份新开拓 10 家，to C 采用联合事件营销的方式取得了不错的效果，在 7 月份事件营销活动当天，微博阅读量 10 万+，两次活动累计增加 6 万多 C 端用户。公司业务除了为客户举办 party，也为客户提供包括场地、饰品、蛋糕等多种不同形式的

---

套餐，这样能推出更加多样化、更加个性化的服务，提升客户体验，增强用户粘性。目前奇趴 APP 截止到 6 月底已有 20 万用户，微信关注人数达 6 万名，月活率高达 40%-50%，日活率 12%-15%。

#### ➤ 财务

目前单月流水平均达 96 万元，预计 7 月份流水可达 100 万以上（财务数据尚未完全统计完成），第一季度、第二季度累计共盈利 27 万元，自我造血能力较强，账上资金目前还有 100 多万元，加上盈利所得，资金压力相对较小。

### 9.4 潜在风险

#### ➤ 市场风险

线上的注册用户转换为付费用户比率较低，需要结合线下推广。如今仅在北京试点，快速复制到其他城市存在一定市场地推风险。

### 9.5 公司后续规划

在第三季度，奇趴计划不仅要提升业务营收、利润等指标，还要提高注册用户转换成付费用户的比率。并且除北京外，将在上海、成都拓展新的市场。

### 9.6 投资退出策略

对于奇趴项目的退出，星火一号会选择在奇趴活动下轮融资后，视具体运营数据再做出相应的退出策略。

---

## 10.山锋光影

### 10.1 项目简介

山锋光影创立于 2014 年 12 月，创始团队成员来自清华大学文理工商各院系，是一家新生代视频创作企业，其致力于成为拥有高价值 IP 生产营销能力的内容创作平台。公司创始人为清华电视台成员，拥有文理工跨专业编剧团队，配合默契，经验丰富。公司拥有数个自有网剧 IP，同时承接各类品牌定制系列网剧、微电影以及病毒视频等，作品采用全网视频平台营销推广，网络剧由专业宣发平台投放市场，确保品牌影响力。



### 10.2 项目亮点

#### ➤ 行业发展契机

网络剧市场已处于指数级发展的前期，强劲的 IP 拓展性，成熟的电影、游戏等衍生市场以及海量优质的 IP，使得网络剧的市场空间得到成倍的放大。

#### ➤ 团队

创始团队以及编剧人才库全部来自清华大学，有头脑、有经验、有想法、有创造力。平均年龄更为年轻，贴合网络剧年轻化受众的特征及定位。

#### ➤ 品牌优势

该项目的编剧团队扎根于大学校园，拥有顶尖学府文理工商良好的知识背景，剧本内容除了与年轻人的生活紧密相关，还具有高

---

智商、接地气、贴时事，富有人文情怀的特点，具备能打造出最懂年轻人、最受年轻人欢迎的网络剧的优势，未来可能创造出多个现象级 IP，形成强大的品牌优势。

#### ➤ 模式

分剧情的模式足够新颖，它不仅打破了视频观众只能被动地接受内容这一传统局面，更给予了观众更多的互动性和参与感，同时也将开创一种新的网剧付费模式，预计未来可实现可观收益。

### 10.3 项目近况

山锋光影正在进行《脑洞大神探》最后的特效原声制作和海报等宣传物料设计，首部分剧情模式新剧正在编剧。财务方面，山锋光影目前账面余额 50 余万元。团队运营每月开销保持过去一年水平，单纯运营费用可以维持接下来一年，财务资金压力不大。

### 10.4 潜在风险

在正片发行和商业运作方面，项目团队还缺乏一定的经验。在行业人脉方面，项目团队尚有不足。

### 10.5 公司后续规划

未来规划：2016 年 9 月前《脑洞大神探》上线，9-10 月份新剧剧本完成招商，11 月新剧拍摄制作完成，进入后期以及宣发阶段。2017 年 1 月，首部分剧情模式网剧上线。计划 2017 年 3 月前进入 A 轮融资。

---

## 10.6 投资退出策略

对于山锋光影项目的退出，星火一号会选择在山锋光影下轮融资后，视发展的具体情况再做出相应的退出策略。

## 11.宜爱思

### 11.1 项目简介

泛娱乐 IP 孵化项目，是北京宜爱思在两年研发积累和十余年行业经验基础上的一次突破。其业务模式分为 IP 版权获取、IP 深度经营（粉丝聚集经营、IP 深度策划）、IP 作品制作（文化作品、衍生实物）三阶段，并形成螺旋上升的闭环。



### 11.2 项目亮点

（1）项目团队对于游戏开发，策划有丰富的经验；创始团队在游戏、互联网、IP 有多年的工作经验，且团队合作多年，磨合配合度较高；

（2）项目 2014 年开始运营，已成功孵化了不少项目，且市场反馈较好，现阶段已有盈利；

（3）项目的游戏底层已经搭建完善，开发游戏速度高效；

（4）盈利模式多样化，商业模式清晰。

---

## 11.3 项目近况

最新产品-网文 IP MMORPG 产品《武道神尊》已经完成，本次中国互动娱乐展（ChinaJoy）也进行了展出。和上一个作品爱奇艺 IP《我去上学啦》相比，在技术上增加了联网强度，完全支持实时野外 PK 和多玩家活动功能，从功能上添加了竞技场 PVP 系统、强化了成长线，从设计上大幅提升了美术投入。根据国家新闻出版署的内容监管审批制度，目前正在做合法化修改以及上报审批工作，有望在 9 月上架销售。

下一个作品网文 IP MMORPG《苍穹》已经完成 80%，正在寻找运营合作伙伴。

目前已经合作的厂家均是业内一线：北京飞流、北京空中、杭州道盟。未来还会新增海外的发行机构（例如 VTC Intecom、Soha、MobGame、Thinkplus）

目前单月收入维持在十万左右，保持稳定。待《武道神尊》上架销售将有望提升公司收入。

## 11.4 潜在风险

### ➤ 竞争风险

游戏行业竞争激烈，并已基本形成行业巨头格局，对于公司的核心竞争力、产品研发力（速度、质量）要求极高。

## 11.5 公司后续规划

2016 年底前，力争把玄幻网文的产品线做扎实，实现月流水 300 万元，分成 60 万元左右的规模，达到后立即启动 A 轮融资。

---

## **11.6 投资退出策略**

对于宜爱思的退出，星火一号一方面会帮助宜爱思对接相应的投资机构，在下轮融资完成后，视发展情况择机退出；另一方面，由于游戏行业竞争激烈并已基本形成巨头格局，所以也会积极寻找上市公司并购标的，通过被上市公司并购实现退出。