

# 泛华AIGC商业模式设计-创业画布

## 第一部分：产品战略

### 1. 愿景 (Vision)

- **核心使命：**以 AI 重塑 AECD 行业生产力，将设计师从繁琐的重复性工作中解放出来，让创意无限延伸。
- **品牌定位：**“高专业深度 + 高易用性”的 AECD 行业垂类设计智能体平台。
- **长期愿景：**构建“AI + 设计 + 产业互联网”新生态，覆盖设计构思、快速渲染、模型训练和模型交易的全生命周期数字化平台。

### 2. 细分市场与用户痛点

我们主要聚焦于以下三个痛点显著、付费意愿强的核心细分市场：

#### 1. 建筑招投标团队

- **JTBD (要完成的任务)：**在极短的投标响应期内，低成本生成多套高视觉冲击力、符合招投标要求的方案效果图。
- **核心痛点：**标书编制时间紧张（高压）、传统效果图制作周期长且成本高（数天至数周，单张数千元），由于产能瓶颈常被迫放弃优质投标机会，导致业务增长受限。
- **期望成果：**分钟级/秒级生成写实效果图，方案亮点突出，提高中标率。

#### 2. 建筑/装饰设计总监与工作室

- **JTBD (要完成的任务)：**在项目前期快速发散灵感、横向对比概念方案，并根据客户模糊/反复的反馈进行即时调整。
- **核心痛点：**设计初期“空白画布”式灵感枯竭；与甲方沟通链路长、反复修改模型的修改成本与沟通成本高昂。
- **期望成果：**即时“所见即所得”的修改，将静态汇报转变为交互式“设计对话”，降低方案沉没成本。

#### 3. 高校AEC师生与独立设计师

- **JTBD (要完成的任务)：**在无高配硬件或深度渲染技能的情况下，制作专业级的学术或外包效果图。
- **核心痛点：**本地 GPU 算力不足，专业渲染软件学习成本高，初期资金预算有限，商业出图常面临水印与版权壁垒。
- **期望成果：**超低门槛/补贴性质的高清渲染能力，获得快速且高精度的个人作品集呈现。

### 3. 相对成本定位

- **价值定位：独特价值导向。**不参与通用 AI 生图工具的价格战，而是通过提供 AECD 行业的特定结构保持力、高物理真实度以及 CAD/BIM 深度集成，实现溢价。
- **成本优化策略：**

- 利用自训的 Lora 模型与预载加速技术，将单张普通生图的云端 GPU 算力成本控制在 **0.01 - 0.03 元** 内，确保图片功能毛利率保持在 **80% 以上**。
- 针对高成本的“视频生成”功能（每秒 GPU 成本约 0.5 元），实施严格的积分围栏，避免免费额度滥用。

## 4. 价值主张

### 细分市场 A：建筑招投标团队

- **What Before (旧状态)**：面临标书截止日期，通宵建模、高价外包渲染，甚至因时间来不及而放弃投标，方案同质化严重。
- **How (我们的解法)**：通过泛华 AIGC 垂类专业模型，用户通过输入手绘草图/3D粗模，在 30 秒内进行批量多风格渲染。
- **What After (新状态)**：实现“闪电出图”，制作成本降至原先的 1% 以下，数分钟内产出整套投标概念方案，大幅提升投标辨识度与响应速度。
- **Alternatives (替代方案)**：
  - *Midjourney/DALL-E*：无法保持建筑线稿的结构逻辑，会出现反常识的形变。
  - *外包效果图公司*：价格贵（千元级）、周期慢（按天计）。
  - **泛华优势：结构保持度极强 (得分10/10)**，完美忠实于底图线稿，同时保持极高照片级真实度。

### 细分市场 B：建筑/装饰设计总监与工作室

- **What Before (旧状态)**：设计师花费数天细化 3D 渲染图，发给客户后，客户给出模糊反馈（如“再温暖点”），设计师又需花费数天调整模型并重新渲染，修改反复。
- **How (我们的解法)**：利用“局部改图 (Inpainting)”、“擦除 (Erase)”和“扩图 (Outpainting)”功能，结合提示词进行直观微调。
- **What After (新状态)**：实现“所见即所得的魔法画板”，直接在与客户会面的沟通现场进行实时生图与调整，实现敏捷的设计对话，消除反馈损耗。
- **Alternatives (替代方案)**：
  - *传统渲染器 (V-Ray/Lumion)*：修改极其繁琐，需重新跑渲染管线。
  - *竞品 (建筑学长/LookX)*：在局部改图时容易引入不符合常识的杂物，稳定性较差。
  - **泛华优势：提供智能体工作流 (RAG + 记忆上下文)**，确保局部修改与整体环境光影、材质的自然融合。

### 细分市场 C：高校AEC师生与独立设计师

- **What Before (旧状态)**：学生或自由职业者受限于手头笔记本电脑的硬件限制，渲染 4K 高清图排队久、死机率高，或使用盗版软件面临侵权风险。
- **How (我们的解法)**：提供基于云端弹性算力的教育版及高校补贴计划，支持 4K 细节无损放大及 CAD 户型图一键生成彩平（彩平AI）。

- **What After (新状态):** 无硬件压力地在云端完成高质量毕设或接单设计，毕业后自然将泛华 AIGC 引入其就职的各大设计院。
- **Alternatives (替代方案):**
  - **自购高配 GPU 电脑:** 前期硬件投资上万元。
  - **普通云渲染农场:** 配置繁琐，对 AI 生图不友好。
  - **泛华优势:** 低成本、免配置，针对高校教育版强制半透明落款微水印（防商业倒卖接单，同时起到地推效果）。

## 5. 战略权衡与取舍

- **不做通用图像生成:** 坚决不向二次元、人像摄影、广告插画等泛化领域扩散，所有的算力和算法资源仅向 AECD（建筑、室内、景观、市政、规划）领域倾斜。
- **不搞本地算力单机版:** 坚持全云端架构。这有利于统一管理复杂的多大模型路由分发系统，同时防止核心自研模型（LoRA）泄露，并能够收集用户出图反馈用以优化算法。
- **不搞无限制“无限生图包月”:** 为了避免在项目高频交付期（如招投标旺季）造成系统算力队列崩溃，拒绝提供无限制包月订阅。所有订阅包均基于“阶梯并发数 + 阶梯积分数”进行严格用量栅栏隔离。

## 6. 关键指标

graph TD

```

NSM[北极星指标：月度成功生成并采纳效果图数]
Input1[输入指标 1：9.9元/免费用户 -> 订阅付费转化率]
Input2[输入指标 2：30天用户流存率 / 积分续订率]
Input3[输入指标 3：Revit/SketchUp 插件日活跃调用频次]
Input4[输入指标 4：LoRA 自定义模型上传与交易数]

NSM --> Input1
NSM --> Input2
NSM --> Input3
NSM --> Input4

```



- **北极星指标 (North Star Metric):** 月度成功生成并采纳效果图数 (Monthly Active Adopted Renders) —— 衡量用户真正从平台获得生产力价值的终极指标。
- **本季度唯一关键指标 (OMTM):** 9.9元试用用户 → 59元及以上月度订阅用户的转化率（验证 PLG 漏斗的破冰效率）。

## 7. 增长策略与管道

### 1. 产品驱动增长 (PLG) 漏斗:

- **体验/破冰:** 通过 9.9 元特惠体验 (7天 VIP + 极速队列 + 500 积分), 让用户低成本体验“极速并发”带来的爽感。
- **留存/扩容:** 随着设计师承接更复杂的项目, 积分消耗加快, 引导其升级至 59 元、249 元及以上套餐。

## 2. 教育版心智占领策略 (自下而上 Bottom-up):

- 提供学生专属优惠/免费积分 (1000-1500积分/月), 限制并发数为 1 且强制带“泛华AIGC高校专供”微水印。
- 学生在校形成工具依赖, 毕业入职各大设计院后, 反向向企业决策层推荐泛华AIGC, 转化为高客单价的 B2B 企业版用户。

## 3. 模型集市的网络效应 (规划中):

- 允许设计机构将自身的经典案例 (几百张图) 训练成专属的风格 LoRA, 并可在集市中共享/交易。
- 供给侧的丰富度 (独特的建筑风格模型) 将吸引更多设计师使用, 形成强大的平台型网络效应与高迁移壁垒。

## 8. 核心能力

- **自主研发/核心掌控:**
  - 基于 Stable Diffusion 和 ComfyUI 工作流的图像生成及修改算法。
  - **设计智能体工作流:** 构建 RAG 对模糊提示词进行建筑专业增强, 依靠上下文工程 (Context Engineering) 保持生图的连续性记忆, 以及智能大模型路由分发系统。
  - 主流设计软件 (Revit, SketchUp, Rhino, CAD) 的实时屏幕截屏及渲染插件开发能力。
- **合作与外包:**
  - 底层通用大模型 (底座) 直接采用开源或商业 API。
  - 云端弹性 GPU 算力资源 (购买主流云厂商的算力服务, 避免前期重资产投入)。

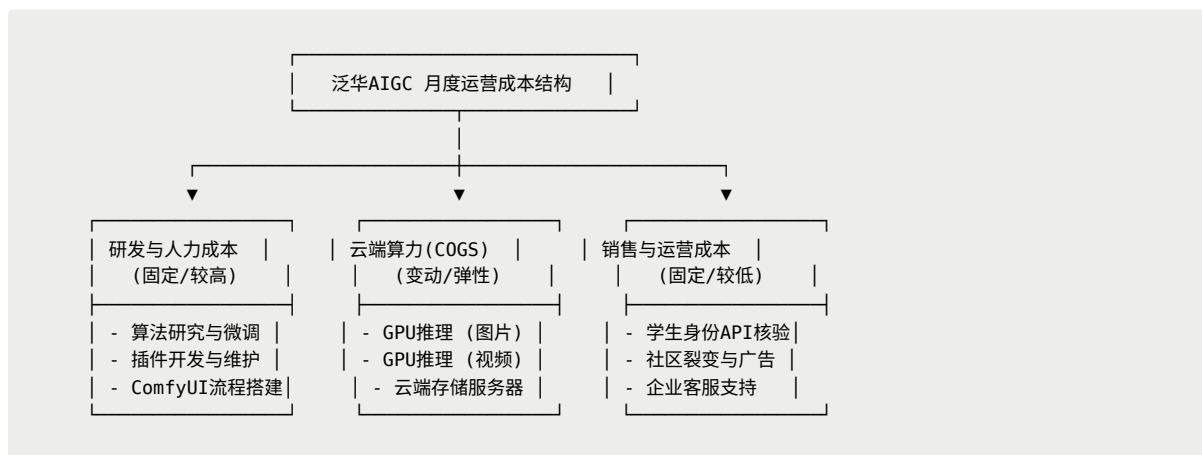
## 9. 竞争壁垒与护城河

为什么竞争对手在短期内“不能”或“不愿”抄袭我们的策略?

1. **结构真实性的技术鸿沟:** 通用大模型 (如 Midjourney) 和部分泛化垂类竞品 (如 建筑学长 创意模式) 缺乏深度的建筑结构约束, 容易生成“反物理常识” (如承重柱悬空、古塔乱入现代园区) 的图片。泛华AIGC依靠自研智能体和严格的线稿保持力控制, 能提供**高结构保持度与逼真的材质光影**。
2. **双向工作流的无缝集成:** 大厂 (如 Adobe Firefly 或 字节即梦) 虽然资金雄厚, 但难以针对极其垂直的建筑专业工作流 (如 Revit 实时同步、彩平图自动生成) 做保姆级的集成。这种极度碎片化的 AEC 工具链集成开发成本高、用户体量相比泛娱乐较小, 大厂“不屑于且不愿”投入重兵。
3. **用户数据与模型集市的迁移壁垒 (Can't):** 一旦设计工作室在泛华平台上积累了数 TB 的项目云端存储, 并且用专属的私有数据训练出了不可替代的 LoRA 模型, 并从中获得订阅分成, 他们将面临极高昂的迁移成本, 不会轻易倒向新竞品。

## 第二部分：商业模式

## 10. 成本结构



### 1. 固定成本：

- 算法微调人员、Web 平台和 CAD/BIM 插件开发团队的研发薪酬。
- 基础云服务器租用、历史项目数据库及存储服务器。

### 2. 变动成本/销货成本：

- **GPU 推理费用：** 图片生成约 0.015 - 0.03 元/张；视频生成变动成本极高（约 0.5 元/秒），必须严格限额。
- **第三方核验服务费：** 如支付宝学生认证 API 的调用费用，用于过滤教育版的黑产薅羊毛行为。

### 3. 获客与运营成本：

- 高校社群地推与设计竞赛赞助成本。
- 集团内部白名单运营的人工对账与风控损耗。

## 11. 收入来源与定价策略

泛华 AIGC 采用经典 SaaS 的 **Good-Better-Best 阶梯定价策略**，结合 **流量型按量付费（加油包）**：

定价版本	月度价格 (RMB)	赠送积分/月	核心价值栅栏 (Value Fences)	积分单价折算 (RMB/分)	商业定位
<b>免费版</b>	0 元	少量赠送	单并发，普通队列，无专属存储	-	用户拉新与心智体验
<b>特惠体验</b>	9.9 元/7天	500 分	双并发，极速队列，限购 1 次	0.0198 元	破冰转化，体验极速生成
<b>基础版</b>	59 元/月	1,000 分	3并发，高优先级队列，10GB 存储	0.059 元	满足个人/独立设计师低频出图
<b>专业版</b>	249 元/月	5,000 分	8并发，极速优先队列，100GB 存储	0.0498 元	满足专业设计工作室高频设计修改
<b>企业版</b>	399 元/座席/月	10,000 分	12并发，专属闪电队列，1TB 存储，多设备限额	0.0399 元	满足大型设计院、地产商团队协作

定价版本	月度价格 (RMB)	赠送积分/月	核心价值栅栏 (Value Fences)	积分单价折算 (RMB/分)	商业定位
积分加油包	按需购买	-	0.1元/积分, 无任何附加特权	0.100元	补充临时算力, 利用高单价倒逼订阅

- **B2B 降险改造 (防履约成本倒挂):**

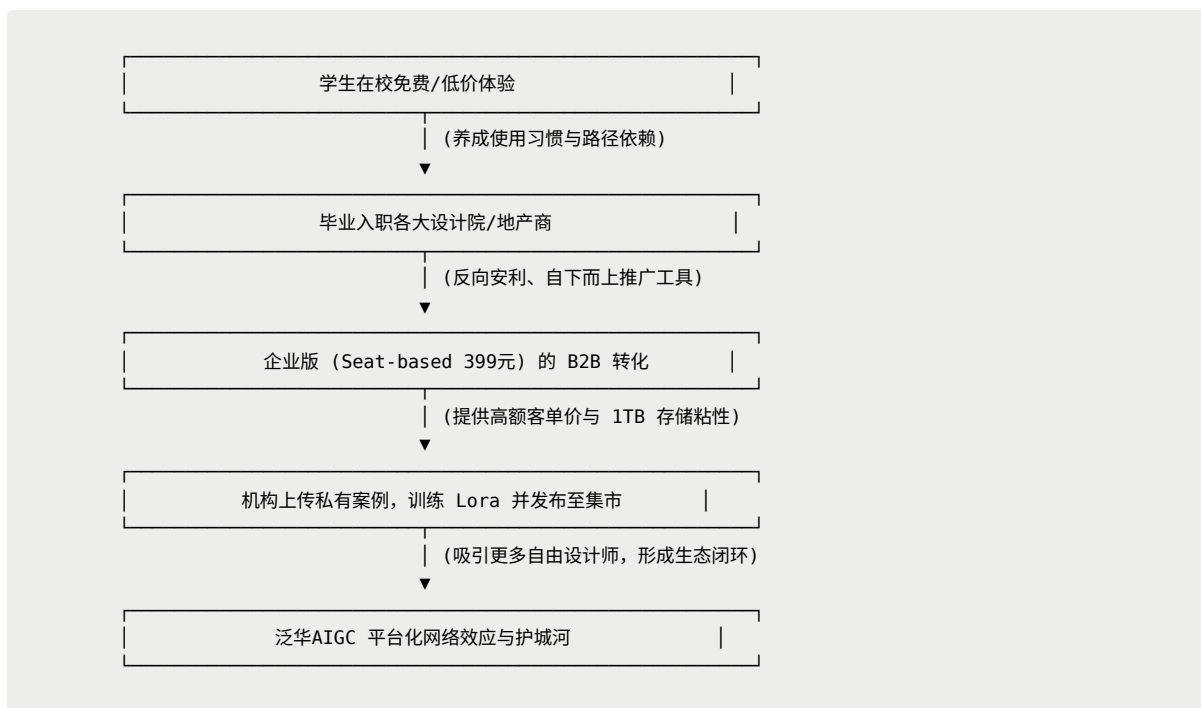
企业版必须以“**座席 (Seat-based)**”计费 (399元/座席/月), 限制单个子账号多设备同时登录。防止企业购买单一账号在全公司共享高并发与 1TB 存储, 导致平台算力成本失控及客单价天花板过低。

- **平台佣金 (交易抽成):**

- 当 Phase 3 模型集市上线后, 平台对每笔 LoRA 模型买卖或订阅交易收取 **20% 佣金**, 构成第二增长曲线的平台型被动收入。

## 第三部分：战略一致性与假设验证

### 12. 战略连贯性评估



泛华AIGC的战略选择并非零散的功能堆砌, 而是环环相扣、自我强化的连贯链条:

- **低成本的图片生图 (80%+高毛利)** 能够沉淀海量用户和项目数据, 产生的富余现金流可以**交叉补贴**高能耗、低毛利的**视频生成 (37.5%毛利)** 与 **3D 渲染**。
- **高校半透明水印策略** 既保护了商业版客户的利益, 又利用学术答辩和毕设展览进行了**无成本的高校裂变推广**, 为未来的 **B2B 团队版销售** 储备了大量的内生销售线索 (Bottom-up PLG 管道)。
- **自建 Lora 训练与共享平台** 将工具平台资产化, 利用集市交易的抽成反哺核心算法开发, 构建了**单向工具工具所没有的双边网络效应**。

## 13. 最具风险的假设

在战略全力推进前，必须首先验证以下五个关乎生死存亡的假设：

1. **用户认知假设**：招投标团队与设计总监是否能接受 AI 效果图在“极其细微的物理结构”（如特定节点钢结构）上存在的偏差，并且愿意在出图后进行人工微调？
2. **付费点假设**：设计师对“出图速度（队列优先级）”的敏感度是否足够高，高到愿意为了“极速队列”从免费版转化为 59/249 元的月度订阅，而非仅购买按需加油包？
3. **座席安全假设**：企业级客户是否能接受企业版“单座席 399 元/月”的定价，而非期望购买一个账号全设计院共享？
4. **生态共享假设**：头部设计机构和独立设计师是否愿意将自己耗费精力整理的经典作品集（Lora 训练源）上传并公开/半公开交易，而非出于设计版权保护将其死锁在内部？
5. **插件普及假设**：用户是否愿意下载安装 Revit/SketchUp 的本地插件，还是更习惯于在 Web 端直接上传截图进行渲染？

## 14. 低成本验证实验

为了用最小的成本、最快的速度验证上述核心假设，建议实施以下“生机探测”实验：

测试假设	实验设计 (Pretotype)	衡量成功标准	成本与周期
<b>H1: 模型集市意愿度</b>	“假门测试”：在 Web 平台显眼位置上线“模型集市 (Model Marketplace)”入口，展示几个虚拟的高级大师 LoRA 风格，并放置“申请加入创作者计划并上传案例”按钮。	超过 <b>15%</b> 的活跃设计师点击该假门，且有超过 50 家独立工作室填写了上传案例集的申请表。	极低（仅需前端 UI 修改），3 天
<b>H2: 插件使用偏好</b>	“下载落地页测试”：在生图成功页面弹出“一键在 Revit 中实时修改渲染，下载 beta 插件”的广告条，链接到一个简单的插件介绍与下载预约落地页。	预约下载插件的 UV 点击率超过 <b>10%</b> ，且收集到 500+ 个真实的预约邮箱。	极低，3 天
<b>H3: 9.9元破冰率</b>	“灰度定价实验”：对新注册的 2000 名用户进行 AB 测试。A组在引导弹窗中展示“加油包单买”，B组展示“9.9 元/7天 VIP 体验包”。	B组的付费用户数相比A组提升 <b>50% 以上</b> ，且在 7 天体验到期后，转化为 59 元以上订阅的比例超过 <b>8%</b> 。	无需额外成本，1 周
<b>H4: 399元企业版座席费接受度</b>	“销售模拟访谈”：针对近期的高频出图用户（疑似机构账号）进行企微回访，销售人员主动模拟口头报价：“我们即将推出支持团队多人协作的企业版，首期价格 399 元/人/月，限时买三送一。”	超过 <b>30%</b> 的被访机构表示对“多人协同、主子账号积分管理、1TB云空间”感兴趣，且愿意支付 300-400 元/座席/月的预算。	仅需人工访谈，1 周