

# Armada 商业计划书 (BP) v1.2

armada.ink | AI 内容成交飞轮：面向中国跨境商家的达人带货矩阵增长系统

版本：v1.2，2026-07-08 | 密级：内部/投资人沟通用

v1.2 变更：将 SKU Motion Stripe 后台收益截图前置到正文 5.3，并在附录 A-3 保留完整后台证据页。

数据纪律：自营数据与合作矩阵案例分开呈现；第三方市场数据标注估算来源；账号获取、网络环境、模型渠道等运营细节不进入本文件。

## 1. 执行摘要

Armada 是面向中国跨境商家的 AI 内容成交飞轮：把 TikTok 爆款拆解、批量内容生成、账号矩阵分发、订单/佣金回采和复盘迭代，变成一条可复制的增长流水线。

三句话讲清这门生意：

1. 自营矩阵是数据引擎，不是收入故事。12 个墨西哥账号 20 天跑通“内容→发布→订单→复盘”全闭环，2026 年 6 月累计 489 单、带货金额 55,281 MXN，每一单在后台逐单可查。它的使命是生产方法论和数据，证明系统有效。
2. 收入来自把这台机器卖出去。服务费 + 效果分成 + 工具订阅 (SKU Motion)，客户是有货、有供应链、缺本地化内容增长能力的中国跨境商家——这个群体超过 12 万家企业。工具端已完成付费验证：SKU Motion 在零推广条件下获得 17 位真实付费客户 (Stripe 后台可查)。
3. 壁垒是数据回路。TikTok Shop 官方已把 GMV 按内容类型拆分，行业竞争正从“谁生成得多”转向“谁知道哪类内容带来订单”。我们的系统每天都在积累“内容结构 × 商品 × 账号 × 订单”的成交数据，这是单点 AI 工具和人力 MCN 都没有的资产。

本轮融资：【待定金额】，用于把墨西哥样板扩展到 100+ 账号、复制 2-3 个市场、把半人工流程产品化。

18 个月目标：服务 + 工具双收入线成立。

## 2. 为什么是现在:三个窗口叠加

### 2.1 平台窗口:TikTok Shop 正在从内容平台变成交易平台

- TikTok 官方:2025 年美国 TikTok Shop 销售额同比增长 120%，平台进入墨西哥、巴西和欧洲;70M+ 商品、171,000 个美国本地/小商家。(TikTok Newsroom, 2025)
- 据 Momentum Works / Tabcut 估算,TikTok Shop 2025 上半年全球 GMV US\$26.2B,同比翻倍;2025 全年美国 GMV 估算 US\$15.1B,同比增长 68%。(第三方估算,非官方财务披露)
- Grand View Research 估算全球社交电商 2026 年 US\$1.93T,2026-2033 CAGR 37.4%。

TikTok Shop 正在把“内容发现”和“站内交易”合并成新的跨境电商入口。Armada 抓住的不是视频工具机会,而是内容电商从流量运营转向数据化增长系统的窗口。

### 2.2 供给窗口:中国跨境卖家有货,缺本地化内容增长能力

2024 年中国跨境电商进出口 2.63 万亿元,同比增长 10.8%;跨境电商企业超过 12 万家。(经济日报/新华网) 问题不再是“有没有货”,而是“这些 SKU 能不能用本地化内容在海外被看见、被理解、被下单”。

### 2.3 技术窗口:AI 让小团队能干过去大团队才能干的事

- Deloitte Digital:营销内容需求一年增长 54%,团队只能满足 55%;GenAI 用户每周节省 11.4 小时。
- McKinsey:88% 组织已常态化使用 AI;实现 AI 价值的关键是 workflow 重设计,而非单点工具。
- 政策面同步:商务部《数字商务三年行动计划(2024-2026)》等持续推动跨境电商出口与产业带出海(作为产业趋势陈述)。

三窗口交点:AI 生产力 × 跨境出海 × 小团队(OPC)创业形态。小团队缺的不是工具,是一套从内容到订单能跑起来的系统。

### 3. 痛点:达人账号可以扩,内容产能扩不动

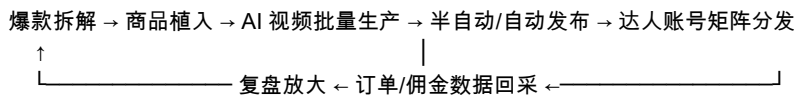
传统跨境达人带货的结构性问题:

1. 真人实拍成本高、排期慢:约模特到出片以天/周计,热点(世界杯)等不起。
2. 内容是消耗品:一个 SKU 需要多条内容测试,跑衰减就要换,单条视频无法判断结果。
3. 账号只是容器:真正的瓶颈是持续、低成本、可测试的内容供给。
4. 人工发布与复盘压垮团队:传统一人最多盯几十个账号,强依赖个人经验。
5. 数据断裂:内容团队看播放量,操盘手看订单,爆款不可复现。

平台侧让痛点变成硬约束:TikTok Seller Center 已把 GMV 按内容类型拆分,并于 2026 年 5 月起在美国对可购物内容设日发布上限(短视频 30 条/日)。平台在逼所有玩家从低质铺量转向质量与命中率——这是数据驱动系统替代人力作坊的窗口。

### 4. 解决方案:一条从爆款到出单的 AI 内容增长流水线

#### 4.1 增长飞轮



核心理念:爆款不是玄学,是结构。拆解真实爆款的钩子、场景、展示、动作、证据、CTA,替换商品后批量生成多版本小成本测试,让订单数据决定放大哪一条。

#### 4.2 系统模块

模块	职能	状态
SKU Motion (skumotion.com)	爆款视频拆解:分镜/口播/动作/商品识别 → 可复用 Prompt → 商品替换复刻	已上线
AI 内容引擎	商品图/组图生成、视频批量生成(多模型)、多语言文案标签	生产运行中
矩阵工作台	任务调度、素材入库、发布管理、状态监控	生产运行中

模块	职能	状态
数据底座(飞书多维表格)	内容库 + 订单/佣金逐单回采 + 账号看板	生产运行中
复盘系统	按商品、账号、内容结构三维回采,反推下一轮内容	半自动

### 4.3 AI 参与全流程,而非单点生成

爆款理解 → 结构抽取(经验 Prompt 化) → 卖点重组 → 视觉资产生成 → 视频批量生成 → 多市场文案本地化 → 数据复盘辅助。人负责选品、网感判断和关键复盘;系统负责生产、发布和数据回收的规模化。

### 4.4 内容质量护城河:「真人感」提示词方法论

海外用户对 AI 感视频抵触强烈:一眼假 → 划走 → 完播率低 → 不给量。我们沉淀了九维「写不完美」提示词方法论(脸部过程化、皮肤瑕疵分层、处境推导外观、情绪留白时间线、动机化运镜、光源/景深/活背景、低保真媒介风格),产品化为 5 套可切换导演规则,以出单数据持续迭代。单条视频生成成本 ¥0.1-0.56,意味着内容测试的边际成本接近于零——竞争对手比不过的不是生成能力,是每天在积累的"什么内容出单"数据。

## 5. 验证与牵引(Traction)——全部有后台记录

### 5.1 自营测试(第一方数据,墨西哥)

指标	数值	证据
账号规模	12 个达人带货账号	运营工作台
测试周期	20 天(2026 年 6 月)	—
累计订单	489 单(6/1-6/23)	订单仪表盘,附录 A-1
累计带货金额	55,281 MXN	订单仪表盘,附录 A-1
订单增长	日 2 单 → 峰值日 58 单	趋势曲线,附录 A-1
近 7 天稳态	日均 30 单左右	订单仪表盘
结算状态	已结算 216 单 / 待结算 273 单,逐单可查	附录 A-1
闭环状态	内容生成 → 发布 → 订单/佣金回采全链路已跑通	工作台+看板

读法:0 → 58 单/日的爬坡发生在 16 天内,且全程无投放费用——订单增长完全由内容测试命中驱动。这验证的是机制,不是规模。



图 5-1 墨西哥自营订单仪表盘:总订单 489、带货金额 55,281 MXN、已结算 216/待结算 273,峰值日 58 单。



图 5-2 墨西哥 Top 商品带货排行:用于证明订单并非孤立样本,而是多个 SKU 在内容测试中形成成交分布。

## 5.2 矩阵放大证据(MCN 机构后台,东南亚,与自营分开呈现)

马来西亚、泰国、菲律宾站点 MCN 机构后台,订单逐单可查(单均佣金率 8%-11.5%、结算状态、创建时间齐全);马来站待结算佣金页面口径总计 \$58,839,订单明细逾 3,000 页(附录 A-2)。另有合作方使用同套爆款系统跑出 10 万比索级佣金结果。证明这套方法论在更大矩阵中具备放大空间。

总计		已付款								
\$58839.21		\$0.00								
站点: 马来	结算状态: 待结算	订单创建时间: 开始时间	结束时间							
机构账号: 全部	团队账号:	订单状态: 全部	达人账号: 请输入							
刷新列表	导出									
序号	所属机构【团队】	站点	达人账号	订单	商品信息	订单状态	佣金明细	实际佣金	MCN代理比例	结算时间
						未付款	订单金额: RM10.77 佣金率: 11.51% 预估佣金: RM1.24	RM1.24	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:27:05
						待确认	订单金额: RM25.99 佣金率: 10.00% 预估佣金: RM2.60	RM2.60	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:26:42
			584754770648532909			待确认	订单金额: RM1.79 佣金率: 10.06% 预估佣金: RM0.18	RM0.18	100%	2026-06-28 22:22:59
						未付款	订单金额: RM9.99 佣金率: 8.01% 预估佣金: RM0.80	RM0.80	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:21:03
						未付款	订单金额: RM11.57 佣金率: 3.03% 预估佣金: RM0.35	RM0.35	100%	2026-06-28 22:19:54
							订单金额: RM2.7			

图 5-3 东南亚 MCN 机构后台:马来站逐单佣金明细,待结算总计 \$58,839,明细逾 3,000 页;与自营数据分开呈现。

### 5.3 工具端付费验证(SKU Motion,第一方 Stripe 数据)

指标	数值	口径
付费客户	17 位	2026/04/06-07/08,约 3 个月
获客成本	¥0	零推广,纯自然流量
定价	US\$9.90 / US\$49.00 两档	订阅制
成功收款	HK\$1,772.65	Stripe,附录 A-3
净交易额	HK\$1,670.93	扣退款后
客单价	≈HK\$98(≈US\$12.6)	净额 ÷ 17
头部客户	单客 HK\$384(US\$49 档)	Top 3 均在此档
退款率	≈4.2%	HK\$77.54 / HK\$1,850.21

读法:金额很小,信号很强——没有花一分钱推广,就有人搜到、试用并掏钱订阅。这验证了两件事:铲子有独立需求;US\$49 档有人买单,说明专业用户愿为“爆款拆解 → 复刻 Prompt”付溢价。工具收入线不是规划,是已发生并待放大的事实。

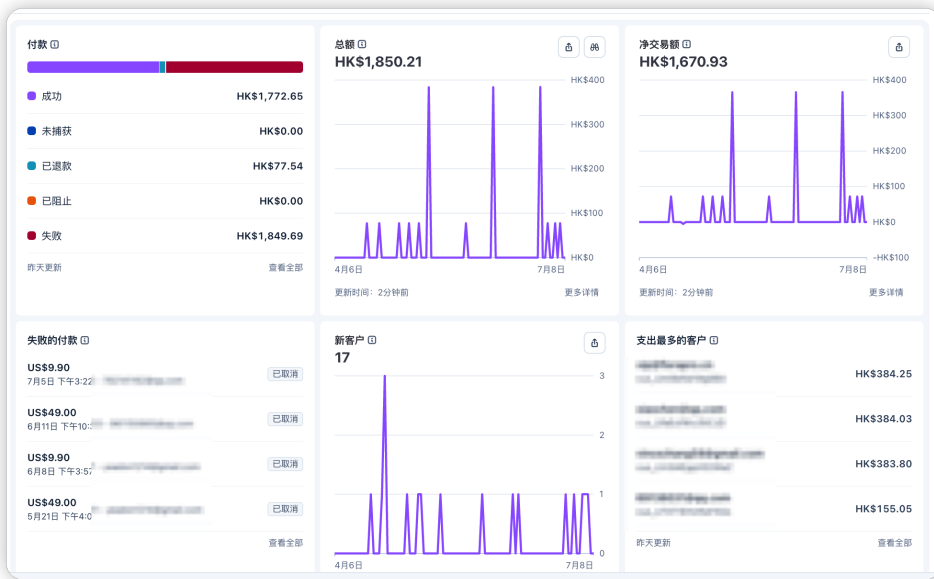


图 5-4 SKU Motion Stripe 后台收益概览:2026/04/06-07/08,17 位新客户,成功收款 HK\$1,772.65,净交易额 HK\$1,670.93。客户信息已做隐私模糊处理。

## 5.4 为什么墨西哥是对的的第一站

TikTok Shop 墨西哥上线 8 个月平均日销售额增长 34 倍,商品数 15 倍,活跃卖家/创作者 23 倍(Mexico Business News);拉美电商预计 2027 年超 US\$1T(Rest of World)。一个平台刚启动、内容供给未内卷、中国商品有供应链优势的市场——跑通样板,再复制西语区和东南亚。

## 6. 市场规模:TAM / SAM / SOM

层级	定义	依据
TAM	全球社交电商	US\$1.93T(2026,Grand View Research 估算,仅作赛道框架)
SAM	中国跨境商家在内容电商渠道的增长服务预算	12 万+ 跨境企业 × 年内容/运营预算【测算口径待补】
SOM	TikTok Shop 墨西哥+东南亚 AI 内容带货运营服务	3 年目标客户数 × 单客户年贡献【待补】

我们不从平台流量抽象切入,而从"有 SKU、有供应链、缺本地化内容增长"的卖家逐个数出来。

## 7. 商业模式:自营产数据,服务做收入,工具提毛利

关键定位:自营佣金不是公司的收入故事——它是方法论验证场和数据生产线。公司收入来自把这台验证过的机器卖给 12 万+ 跨境商家:

1. 服务收入(当前):启动费 + 月度运营费,帮商家完成市场验证
2. 效果分成(当前):按 GMV/佣金/订单抽成,与客户利益绑定

3. 工具订阅(已验证,待规模化):SKU Motion 已在零推广下获得 17 位付费客户(US\$9.9/US\$49 两档);商业版将按账号数、SKU 数、生成量、市场数收费

## 合作分层(对外产品化)

合作方式	客户画像	客户投入	我们提供	收益结构
内容供给型	品牌/独立站/有货缺内容的团队	商品、卖点、市场	爆款拆解 + AI 视频测试包	按条/商品包/月包
矩阵共创型	1-3 人执行团队,想进入 TK 带货	团队 + 启动成本	账号配置 + 系统 + SOP + 培训 + 看板	接入费 + 佣金 5%-10% 分成
区域生态型	有区域资源的合作方	区域资源 + 团队	工具 + 方法论 + 培训	项目参与费 + 长期分成

客户表面买视频/项目,真实买的是内容测试能力和能带团队跑起来的业务抓手。成交发生在资源盘点会和 7 天试跑方案,线索承接 SOP 已成文。

## 长期壁垒

内容结构模板库(什么结构在什么品类出单)、账号运营数据(什么账号适配什么商品)、多市场 SOP。工具可以被抄,数据回路和 SOP 网络抄不了。

## 8. 单位经济:把账主动算给投资人看

以下模型全部来自内部实测与经营测算(2026 年 6 月,墨西哥),我们不回避小数字。

### 8.1 实测基准(单账号/月)

项目	数值	口径
日均出单	2.5 单/账号	30 单/日 ÷ 12 账号,近 7 日均值
单均佣金	6.24 MXN ≈ ¥2.5	后台全订单均值
渠道分成	4%	MCN 通道
内容产能	6 条视频/账号/日	生产系统
单条视频成本	¥0.10-0.56(基准 ¥0.20)	多模型渠道
账号月佣金净收入	≈ ¥180	$2.5 \times 30 \times ¥2.5 \times 96\%$
账号月全成本	≈ ¥128	视频 ¥36 + 设备与基础设施 ¥42 + 账号资产折旧与更替 ¥50
账号月经营净利	≈ ¥52	含 10%/月折旧、10%/月异常更替的保守口径

12 账号现状:月经营净利约 ¥600,基本打平。我们主动给出这个数字,因为它说明了两件事:第一,在零爆款、低客单假设下,这门生意的地板是不亏钱的——内容边际成本足够低,基础盘自我造血;第二,这门生意的 alpha 不在基础盘,在命中率。

## 8.2 三个杠杆与情景测算(月度,经营口径)

模型只有三个核心变量:爆款账号占比(内容命中率,数据飞轮的直接优化对象;爆款账号实测口径日均 80 单)、单均佣金(选品客单价,当前 6.24 MXN,选品上探空间至 12-20 MXN)、账号数。

情景	账号数	爆款占比	月订单	月佣金净收入	月运营成本	月经营净利
当前实测	12	0%	900	¥2,157	¥1,532	≈¥600
规模化·零爆款(压力测试)	100	0%	7,500	¥17,971	¥11,600	≈¥6,400
规模化·10%爆款	100	10%	30,750	¥73,682	¥11,600	≈¥62,000
规模化·20%爆款	100	20%	54,000	¥129,393	¥11,600	≈¥117,800

\*成本含账号资产 10%/月折旧与 10%/月异常更替的双重保守计提;若单均佣金随选品优化翻倍,各情景收入近似翻倍。测算模型已工具化(tk-roi-calculator),参数可实时推演。\*

## 8.3 这张表对投资人的含义

1. 零爆款情景是压力测试而非预期:6 月实测已出现峰值日 58 单(单日全矩阵),爆款是已发生的事实而非假设;数据飞轮的全部工作就是把爆款从偶然变成命中率。
2. 自营矩阵的经济价值上限有限,这正是商业模式的设计原因:自营验证机制、生产数据,规模化收入靠服务费+分成+工具订阅——100 账号 ¥6 万-12 万/月的自营净利是"样板间的房租",不是"这栋楼的租金"。
3. 回本结构健康:前期投入 ¥2 万量级,基础设施成本随账号数近线性,不存在重资产陷阱。

## 9. 竞争分析:为什么不是他们

竞品类型	能做什么	做不了什么
AI 视频工具(剪映/各类生成器)	生成一条视频	不知道视频有没有带来订单,无法闭环
传统 MCN	懂内容、有达人	人力密集、经验不可复制、扩张即稀释
TikTok 代运营	懂平台规则	缺自动化系统和内容飞轮,本质卖人力

竞品类型	能做什么	做不了什么
Armada	内容生成 + 账号矩阵 + 订单回采 + 复盘放大	—

一句话:AI 不是替代 MCN,而是把 MCN 从人力规模化改成工作流与数据规模化。TikTok 官方分析体系(GMV by content type)正在把整个行业推向我们的主场。进入壁垒 = 真人感提示词方法论 × 出单数据回路 × 多市场 SOP × 已验证的矩阵运营能力,需要 AI 技术、跨境运营、实际出单经验同时在场。

## 10. 增长战略与路线图

阶段一(当前-6个月):墨西哥样板固化 — 12 → 30+ 账号;爆款账号占比作为北极星指标建立基线;单账号 ROI 稳定;签约首批矩阵共创伙伴(3-5家)。

阶段二(6-12个月):多市场复制 — 马来西亚、泰国、菲律宾(MCN 机构后台已就位),账号总数 100+;共创伙伴机制规模化;SKU Motion 对外收费版本。

阶段三(12-18个月):双收入线 + 生态延伸 — 服务 + 工具订阅双线;进入美国等高溢价市场。生态延伸(作为 upside,不计入本轮核心估值):与年 GMV 3-5 亿的亚马逊头部卖家合作放大;视频创作者双边市场(MVP 方案已完成);AI×跨境黑客松孵化。

## 11. 团队

少见的 AI 技术 × 自动化 × 跨境运营 × 内容叙事 组合:AI 视频生成与 Prompt 工程(自研 SKU Motion 与全链路工作台)、RPA/自动化工作流、多年跨境电商经验、TK 达人带货实战(12 账号样板亲手跑通)、商业叙事与爆款结构方法论。

【待填:核心成员姓名、履历、股权结构、全职/兼职状态】

## 12. 风险与应对

风险	应对
平台政策变化	多市场、多账号、多 SKU 分散;在官方发布限制下追求命中率而非铺量
账号合规	达人内容模式(非小店托管)合规敞口更小;对外讲法边界成文管理
内容 AI 感识别	真人感九维方法论 + 以出单数据(而非播放量)迭代
爆款率不及预期	零爆款情景下基础盘仍打平;命中率有峰值日 58 单的已发生证据;选品客单上探为第二杠杆
市场复制失败	先样板后复制,每市场设 ROI 门槛;SOP 化降低方差
关键人依赖	经验 Prompt 化/SOP 化/系统化

## 13. 融资需求与里程碑

- 融资金额:【待定,按 18 个月用款倒推】
- 用途:流程产品化 + SKU Motion 商业版研发、账号矩阵扩张、多市场验证、运营团队、数据系统
- 里程碑:6 个月墨西哥样板稳定、单账号 ROI 跑正;12 个月 2-3 市场 100+ 账号;18 个月工具对外收费、双收入线

本轮资金的本质:把已验证的墨西哥样板,变成可复制的多市场增长系统。

## 14. 附录

### 附录 A:真实后台记录(证据页)

- A-1 墨西哥自营订单仪表盘(飞书数据底座,2026/06/01-06/23):总订单 489、带货金额 55,281 MXN、已结算 216/待结算 273;带货金额与订单数双时间趋势,峰值日 58 单。图:08-素材与截图/证据-墨西哥订单仪表盘.png、证据-墨西哥商品带货排行.png
- A-2 东南亚 MCN 机构后台(马来站为例):订单逐单佣金明细(佣金率 8%-11.5%)、结算状态、创建时间;待结算总计 \$58,839(页面口径),明细逾 3,000 页。泰国、菲律宾站同源可查。图:08-素材与截图/证据-马来MCN佣金后台.png
- A-3 SKU Motion Stripe 后台(2026/04/06-07/08):17 位付费新客户、成功收款 HK\$1,772.65、净交易额 HK\$1,670.93、退款 HK\$77.54;失败付款记录显示 US\$9.90/US\$49.00 两档定价均有真实购买意图。正文图文 5-1 已前置展示,完整图见附录证据页。图:08-素材与截图/证据-SKUMotion-Stripe后台.png
- 尽调支持:以上后台均可现场演示、导出对账。

### 附录 B:数据来源

TikTok Newsroom(2025);Momentum Works/Tabcut(2025/2026,第三方估算);Grand View Research(2026);经济日报/新华网(2025);Mexico Business News(2025);Rest of World(2025);TikTok Seller Center(Shop Analytics/Creator Eligibility Policy);Deloitte Digital/Adobe/McKinsey/HubSpot。完整链接见 BP-核心叙事与数据缺口建议.md。

### 附录 C:路演纪律

不讲:账号获取细节、网络环境细节、模型渠道细节、自动化发布策略细节、任何"保证收益"表达。历史材料中 "\$621,644" 口径未统一前不使用。

### 附录 D:剩余待补清单

1. SAM/SOM 测算口径(\$6)
2. 团队实名履历(\$11)
3. 融资金额与估值区间(\$13)
4. 服务端(代运营/共创)首批付费客户或 LOI 名单——工具端已有 17 位付费客户,服务端是剩余最大缺口(\$7)
5. 选品客单上探策略一页(支撑均佣杠杆)

# 附录 A 图证:真实后台记录



图 A-1a 墨西哥自营订单仪表盘:总订单 489 / 带货金额 55,281 MXN / 已结算 216 / 待结算 273(2026/06/01-06/23)



图 A-1b 墨西哥自营 Top 商品带货金额排行(飞书数据底座)

总计 \$58839.21 已付款 \$0.00

站点: 马来 结算状态: 待结算 订单创建时间: 开始时间 结束时间 订单结算时间: 开始时间 结束时间

机构账号: 全部 团队账号: 达人账号: 请输入 搜索

刷新列表 导出

序号	所属机构【团队】	站点	达人账号	订单	商品信息	订单状态	佣金明细	实际佣金	MCN代理比例	结算时间
						未付款	订单金额: RM10.77 佣金率: 11.51% 预估佣金: RM1.24	RM1.24	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:27:05
						待确认	订单金额: RM25.99 佣金率: 10.00% 预估佣金: RM2.60	RM2.60	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:26:42
			594754770648532909			待确认	订单金额: RM1.79 佣金率: 10.06% 预估佣金: RM0.18	RM0.18	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:22:59
						未付款	订单金额: RM9.99 佣金率: 8.01% 预估佣金: RM0.80	RM0.80	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:21:03
						未付款	订单金额: RM11.57 佣金率: 3.03% 预估佣金: RM0.35	RM0.35	100%	订单创建时间: 2026-06-28 22:19:54
						未付款	订单金额: RM2.7			

1/3083

图 A-2 东南亚 MCN 机构后台(马来站):逐单佣金明细,待结算总计 \$58,839,明细逾 3,000 页

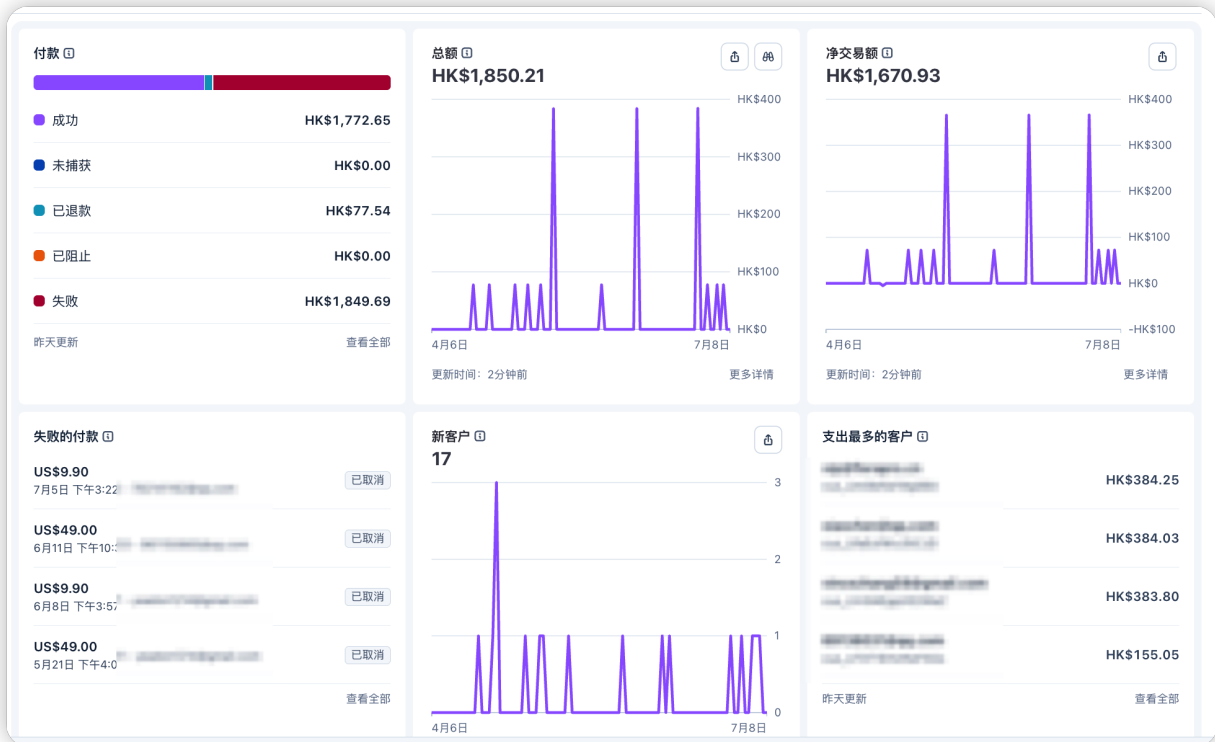


图 A-3 SKU Motion Stripe 后台:17 位新客户,成功收款 HK\$1,772.65,净交易额 HK\$1,670.93(客户信息已模糊)