

ReelFork 美国付费模型验证期融资预算

1. 融资金额与周期

本轮计划融资 150 万人民币。

资金覆盖周期为 6 个月，目标是在圣诞节前后完成美国市场付费模型验证。

本轮验证重点：

1. 测试美国市场双订阅模型：\$8.99 基础会员、\$19.99 高级会员
2. 建立每月 1-2 部的分组制内容产线，并在 6 个月内开发上线约 8 部互动短剧
3. 验证美国用户的订阅转化、广告版接受度、高级会员升级率
4. 推导达到盈亏平衡所需的付费会员数量

创始人前 6 个月不领取工资，并暂时兼任技术总负责人。

2. 美国市场订阅价格

ReelFork 不采用传统短剧金币解锁模式，而采用更接近 Netflix 的订阅制模型。

免费预览（钩子机制）

每部短剧的前 2-3 集对所有用户免费开放。剧情内部设置**悬念钩子**——在情节高潮、关键抉择、人物命运转折处设置剧情卡点，让用户产生强烈的”想知道接下来”的冲动。免费内容结束后进入**付费墙**，用户需订阅才能继续观看。

基础会员

- 价格：8.99 美元 / 月
- 模式：含广告（集与集之间插入）
- 权益：
 - 解锁全部剧集内容
 - 解锁全部剧情分支与结局
 - 获得基础互动额度

高级会员

- 价格：19.99 美元 / 月
- 模式：无广告

- 权益：
 - 解锁全部剧集内容
 - 解锁全部剧情分支与结局
 - 获得更多语音 / 文本互动额度
 - 提前观看新剧

基础会员与高级会员的内容权限完全一致，差异仅在**是否含广告**和**互动额度**。升级理由：去广告 + 更多互动机会 + 新剧提前看。

测试目标不是证明用户能不能接受互动，而是验证美国用户是否愿意为”更深的沉浸式剧情体验”持续订阅。

3. 总预算拆分

模块	金额	占比
内容制作与 AI 生成	480,000	32.0%
正式员工成本	379,800	25.3%
分组制实习生与内容人力	340,800	22.7%
美国市场投放测试	120,000	8.0%
预备金	54,400	3.6%
AI 软件与研发工具	50,000	3.3%
法务、财务、办公、运营	45,000	3.0%
服务器与基础设施	30,000	2.0%
合计	1,500,000	100%

4. 正式员工成本

公司采用”小正式工 + 分组制实习生”的结构。

正式员工只保留最关键的 3 个岗位：

岗位	月工资	公司综合月成本	周期	合计
内容总负责人	20,000	26,400	6 个月	158,400
美国增长 / 投放运营	16,000	21,100	6 个月	126,600

岗位	月工资	公司综合月成本	周期	合计
财务 / 法务 / 行政综合岗	12,000	15,800	6 个月	94,800
合计				379,800

技术负责人说明

技术负责人作为可选招聘项，不放入 150 万基础预算。

原因是：

1. 创始人本人可以暂时兼任技术总负责人
2. 产品早期重点是验证付费模型和内容生产效率
3. 如果在 150 万预算中加入全职技术负责人，会显著挤压内容制作和投放预算

但如果融资金额高于 150 万，或者找到非常合适的人，可以增加：

可选岗位	月工资	公司综合月成本	6 个月合计
技术负责人	25,000	33,000	198,000

如果加入技术负责人，建议将融资目标从 150 万提高到约 170 万，或从内容 / 投放预算中调出约 20 万。

5. 正式员工岗位说明

内容总负责人

月工资：20,000 元

公司综合月成本：约 26,400 元

负责：

- 内容选题
- 剧本方向
- 互动分支设计标准
- Seedance 2.0 / GPT Image 内容生产流程
- 内容项目组管理
- 美国市场题材适配
- 内容质量审核

- 每月 1-2 部互动短剧的排期管理

该岗位同时承担 AI 内容制作负责人的职责，不再单独设置 AI 内容制作负责人。

美国增长 / 投放运营

月工资：16,000 元

公司综合月成本：约 21,100 元

负责：

- TikTok / Reels / YouTube Shorts 测试素材
 - 美国用户获取
 - 订阅转化漏斗
 - \$8.99 与 \$19.99 双价格测试
 - 广告版基础会员验证
 - 投放素材复盘
 - 用户访谈与问卷管理
-

财务 / 法务 / 行政综合岗

月工资：12,000 元

公司综合月成本：约 15,800 元

负责：

- 财务报销
 - 基础合同
 - 人员协议
 - 版权材料归档
 - 外部法务对接
 - 工商、税务、财务代理对接
 - 政策补贴材料
 - 公司行政
-

6. 分组制实习生与内容人力

预算：340,800 元

不采用固定部门式分组或项目制，而采用**功能分组制**。

人力配置

类型	人数	单价	周期	合计
AI 制作组实习生	4 人	180 元 / 天	22 天 × 6 个月	95,040
剧本与分支组实习生	3 人	180 元 / 天	22 天 × 6 个月	71,280
后期与质量组实习生	2 人	180 元 / 天	22 天 × 6 个月	47,520
开发实习生	2 人	220 元 / 天	22 天 × 6 个月	58,080
组长补贴	3 组	2,500 元 / 月	6 个月	45,000
英文润色 / 本地化兼职	8 部	约 2,985 元 / 部	6 个月	23,880
合计				340,800

7. 分组制内容生产方式

6 个月内预计开发 **8 部互动短剧**。

每月上线约 1-2 部。

每部剧按 **100 分钟**内容量计算，单流程约 **50-60 分钟**。

功能分组结构

组别	人数	职责
AI 制作组	4 人	Seedance 2.0 视频生成、GPT Image 素材、角色图、分镜
剧本与分支组	3 人	剧情创作、互动分支设计、台词打磨、多结局设计
后期与质量组	2 人	剪辑、字幕、配音对接、格式检查、QA 测试

内容总负责人统一调度三个小组，按剧推进。

8. 内容制作与 AI 生成预算

预算：480,000 元

成本逻辑

成熟团队：

- 按成熟团队约 40,000 元 / 部计算（100 分钟内容）

早期团队：

- 需要熟悉 Seedance 2.0、GPT Image、互动短剧分支结构
- 会出现返工、重生成、风格不统一、台词修改等问题
- 分组制专业化分工可减少返工，按成熟成本的 1.5 倍估算

所以：

- 早期单部互动短剧成本：**60,000 元 / 部**
- 6 个月上线：**8 部**
- 内容制作总预算： $8 \times 60,000 = 480,000$ 元

9. 打破 “不可能三角”：低成本、高频次与互动质量

ReelFork 的核心成本优势不是单纯 “便宜”，而是同时获得三件事：

- 单部成本足够低
- 内容供给频次足够高
- 互动短剧的交付质量可控

成本与周期对比

类型	单部成本	制作周期	说明
传统北美本土短剧	约 \$100K-150K / 部	1-2 个月	依赖实景拍摄、演员、传统后期和较长排期
ReelFork 互动短剧	60,000 元 (约 \$8.5K) / 部	约 2 周	AI 生成 + 分组制流水线，实现每月 1-2 部上线

这意味着 ReelFork 可以将单部内容成本压缩到传统北美本土短剧的约 1/10。同样预算下，不再是押注少数几部内容，而是可以持续获得更多题材、hook、转化路径和价格策略的市场反馈样本。

三段式成本结构

环节	单部成本	作用
剧本与互动设计	8,000	依托 LLM 辅助分支生成，将编剧与互动设计时间从数周压缩至数天
AI 生成与制作	26,500	以 Seedance 2.0 和 GPT Image 替代传统实景拍摄、演员片酬和特效制作
人工精修与组装	25,500	通过剪辑、配音、角色素材、测试和返工池保证最终交付质量
合计	60,000	形成低成本、高频次、质量可控的内容生产模型

单部成本明细

项目	单部成本
Seedance 2.0 视频生成	22,000
剧本与分支设计	8,000
剪辑 / 字幕 / 格式适配	8,000
配音 / 音效 / 背景音乐	7,000
返工与测试成本	5,500
角色图 / 概念图 / 海报	5,000
GPT Image 辅助素材	4,500
合计	60,000

极低的单部成本（60K）配合每月 1-2 部的稳定供给，意味着我们能在相同预算下获得比竞品多约 10 倍的市场反馈样本。

10. 6 个月内容产出计划

月份	上线数量	单部预算	月内容预算
M1	0 部（搭建期）	—	80,000
M2	1 部	60,000	80,000
M3	1 部	60,000	80,000
M4	2 部	60,000	80,000

月份	上线数量	单部预算	月内容预算
M5	2 部	60,000	80,000
M6	2 部	60,000	80,000
合计	8 部		480,000

第一个月为团队搭建和流程验证期，内容已进入生产管线但尚未完成上线。月内容预算按管线制均匀分配 80,000 / 月，实际产出呈递增趋势——随团队磨合和流程成熟，月产能从 0 逐步爬升至 2 部。

内容不预先绑定某个单一题材，而是按照类型测试：

- 情感关系类
- 悬疑反转类
- 女性成长类
- 权力博弈类
- 高概念设定类
- 轻喜剧 / 日常沉浸类

每个类型开发 1-2 部，用于观察美国用户的点击、完播、复玩、基础会员转化和高级会员升级情况。

11. 美国市场投放测试

预算：120,000 元

项目	金额
TikTok / Reels / YouTube Shorts 小额买量	65,000
UGC 测试素材	20,000
美国用户问卷与访谈激励	15,000
落地页 / App Store 素材测试	10,000
数据工具与素材复盘	10,000
合计	120,000

投放目标不是直接追求大规模下载，而是验证：

1. 哪类剧情 hook 能吸引美国用户点击

- 2. 用户是否愿意进入订阅页
- 3. \$8.99 与 \$19.99 哪个价格层更有效
- 4. 广告版基础会员是否能降低首次付费门槛
- 5. 高级版是否能够通过隐藏结局和高互动额度形成升级理由

12. AI 软件与研发工具

预算：50,000 元

该部分不包含 Seedance 2.0 和 GPT Image 的内容生成成本。
Seedance 2.0 和 GPT Image 已经计入“内容制作与 AI 生成”预算。

这里主要是公司日常研发、内容协作和效率工具。

项目	金额
ChatGPT Plus / Business 账号	12,000
Claude / GPT API 测试额度	12,000
GitHub Copilot / Cursor	10,000
图像、配音、字幕、剪辑类辅助工具	8,000
备用 token 与高峰额度	8,000
合计	50,000

原则：

- 开发人员优先配 Copilot / Cursor
- 内容人员优先配 ChatGPT Plus
- 高质量生成任务走统一 API 额度池
- 所有 AI 费用设置月度上限
- 不使用无限制、不可追踪的个人账号消耗模式

13. 服务器与基础设施

预算：30,000 元

项目	金额
云服务器	10,000
CDN / 视频存储	8,000
数据库 / 日志 / 监控	5,000
支付 / 会员 / 邮件服务	4,000
域名 / 测试设备 / 其他	3,000
合计	30,000

早期产品不做大规模并发，服务器按验证期最低可用配置设计。

14. 法务、财务、办公、运营

预算：45,000 元

项目	金额
基础合同与隐私政策	10,000
财务代理 / 报税 / 工商	8,000
版权材料归档	5,000
线上办公 / 会议室 / 临时场地	7,000
基础办公软件 / 协作工具	5,000
其他运营杂费	10,000
合计	45,000

办公策略：

- 默认线上优先
- 如果能拿到上海低成本场地或园区补贴，再采用线下办公
- 线下办公月租目标控制在 5000-10000 元
- 不在本轮预算中承担高租金办公室

15. 预备金

预算：54,400 元

用于：

- AI 成本超支
- 临时外包
- 投放素材补拍
- 服务器突发增长
- 法务或财务额外支出
- 人员更替成本

16. 月度现金流

月份	正式员工	实习生	内容制作	投放	工具/服务器/运营	月合计
M1	63,300	56,800	80,000	15,000	20,000	235,100
M2	63,300	56,800	80,000	20,000	20,000	240,100
M3	63,300	56,800	80,000	20,000	20,000	240,100
M4	63,300	56,800	80,000	20,000	20,000	240,100
M5	63,300	56,800	80,000	20,000	20,000	240,100
M6	63,300	56,800	80,000	25,000	25,000	250,100
预备金					54,400	54,400
合计	379,800	340,800	480,000	120,000	179,400	1,500,000

17. 盈亏平衡估算

假设：

- 基础会员：8.99 美元 / 月
- 高级会员：19.99 美元 / 月
- 70% 用户购买基础会员
- 30% 用户购买高级会员
- 汇率按 1 美元 = 6.76 元人民币估算
- 扣除渠道、支付、税费后按 70% 净收入计算

则：

会员类型	月价格	单用户月净收入
基础会员	\$8.99	约 42.5 元
高级会员	\$19.99	约 94.6 元

按 70% 基础会员、30% 高级会员计算：

平均每付费用户月净收入约 58 元。

验证期公司月成本约 24 万元。

因此：

月度盈亏平衡点 = $240,000 \div 58 \approx 4,100$ 名付费会员。

如果基础会员广告也能带来额外收入，则实际盈亏平衡点可能下降到约 3,700–4,000 名付费会员。

18. 圣诞节前预期成果

到圣诞节前后，本轮资金预计取得以下成果：

1. 完成美国优先的订阅产品模型
2. 完成基础会员 \$8.99 与高级会员 \$19.99 的价格测试
3. 开发并上线约 8 部互动短剧
4. 建立每月 1–2 部互动短剧的分组制生产流程
5. 建立内容总负责人 + 功能分组（AI 制作 + 剧本 + 后期）的轻量生产组织
6. 完成美国市场 TikTok / Reels / Shorts 小额投放测试
7. 获得美国用户对不同内容类型的付费反馈
8. 推导达到 4,100 名付费会员所需的 CAC、转化率和内容供给节奏
9. 判断下一轮融资应投向内容规模化、美国增长，还是产品订阅优化

本轮资金的核心结果不是马上盈利，而是证明：

ReelFork 可以用轻量团队、分组制内容生产和 AI 生成工具，在美国市场跑出订阅型互动短剧的早期商业模式。