

Rokid Glasses海外众筹2025

众筹新目标

Rokid Glasses Ai5 (带显示)
8月12日-10月10日 (60天)



整合前

\$ 803, 250
众筹原规划预算

\$ 499
众筹规划单价

5000套
众筹原目标成交数量

\$ 2, 495, 000
众筹原目标成交额

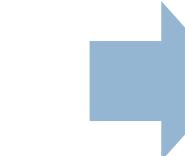
整合后

\$ 2, 100, 120
众筹新规划预算

\$ 499
众筹规划单价

11000套
众筹新目标成交数量

\$ 5, 489, 000
众筹新目标成交额



众筹整体策略

品牌定位

新品主打“全球最轻的全功能AI眼镜”

第一视角拍照/视频

实时翻译 (带显示)

提词器

AI助手 (多模态)

音频体验

众筹势能

海外版本功能打磨
提升核心产品力

优质视频素材引流
持续扩大用户储备

国内外展会造势
提升品牌影响力

海外媒体及KOL背书
+ backer社群

核心动作

邮箱收集/定金支付
独立站3.0站内流量承接

粉丝活动-
Glasses全球游挑战赛

8.12 纽约线下媒体
活动 (品牌联名)

9/5 德国柏林消费电子展
IFA
+柏林线下媒体活动

关键任务

前期准备 (3/10-8/11)

众筹启动 (8/12-10/10)

交付+持续运营 (10月-12月)

海外众筹立项

Glasses全球挑战赛

众筹活动上线及运营
(8/8-10/6)

市场调研及定位

IOTSWC'25(5/13)

IFA
(9/5)

产品研发及定价

营销素材制作

预热Campaign

发货准备

众筹发货
(11月)

DCT
/Amazon

Landingpage搭建

生产/研发进度追踪

DVT1寄样

KOL/媒体测评

时间轴

Mar/Apr

May

Jun

Jul

Aug

Sep

Oct

众筹预算拆解

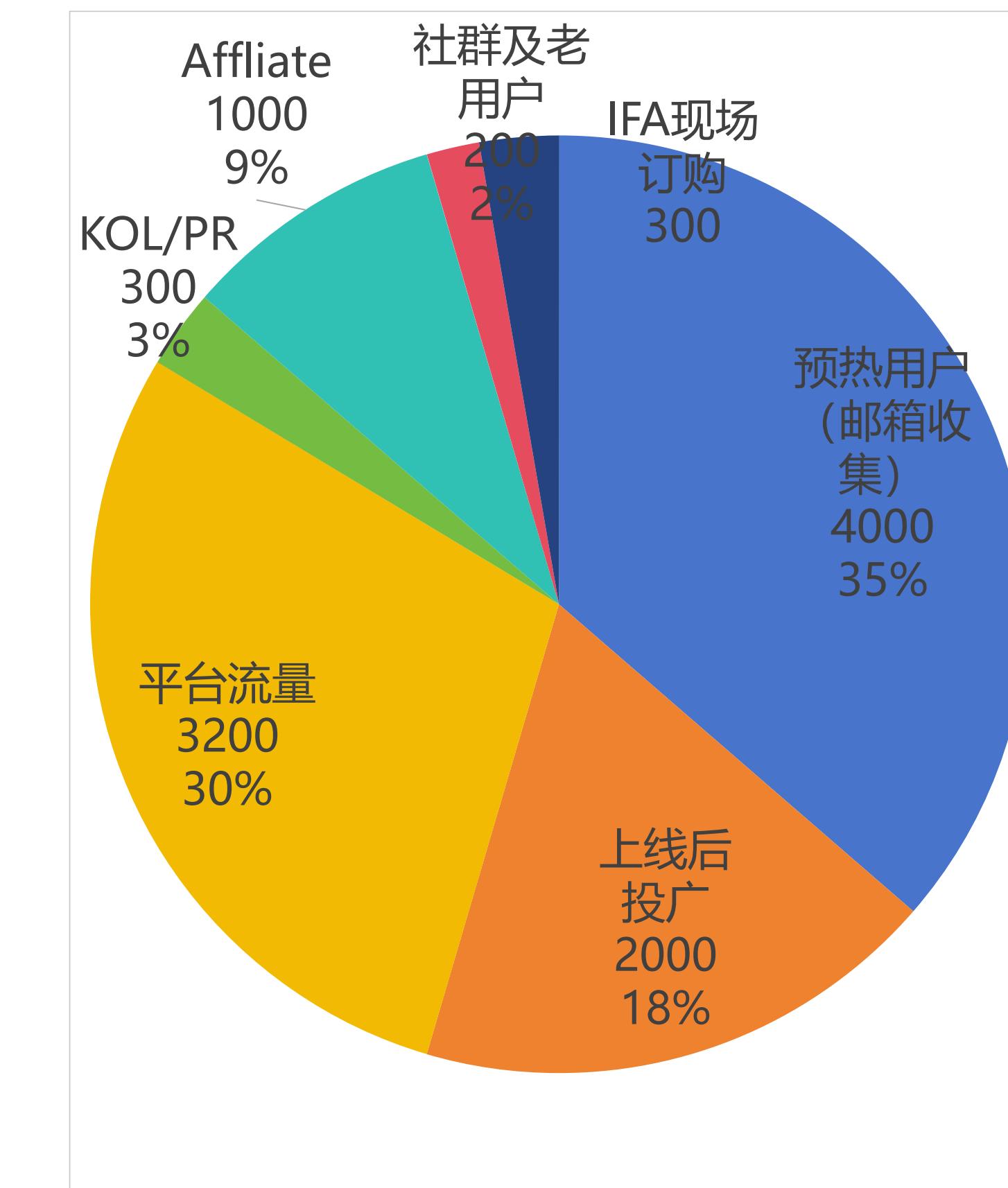
板块	任务	已立项费用	待增补费用	总预算(usd)	预算占比
Event	线上PR报道	\$50,000	\$50,000	\$100,000	8.57%
	8.12纽约线下发布会	\$0	\$80,000	\$80,000	
KOL	KOL邀约及产出	\$153,250	\$196,750	\$350,000	16.67%
社媒	社媒粉丝活动		\$5,000	\$5,000	0.24%
广告	广告费用	\$264,000	\$400,000	\$664,000	31.62%
全球游活动	赛事奖金 (旅游博主+素人)	\$0	\$80,000	\$80,000	3.81%
	广告投入		\$25,000	\$25,000	1.19%
	社群运营		\$5,000	\$5,000	0.24%
线下预售	广告投入	\$0	\$25,000	\$25,000	1.19%
招商会	线下场地及物料	\$0	\$25,000	\$25,000	1.19%
Affiliate	Backer Community、Kickbo	\$0	\$100,000	\$100,000	4.76%
DTC搭建	独立站glasses预热页面	\$50,000	\$0	\$50,000	2.38%
视频物料	TVC拍摄 (视频+图片+场景)	\$80,000	\$50,000	\$30,000	1.43%
	短视频扩量	\$0		\$100,000	4.76%
平面物料	众筹平面素材制作	\$17,000	\$0	\$17,000	0.81%
EDM/社群	运营活动 (gift etc)	\$5,000		\$5,000	0.24%
KS平台佣金	KS平台佣金	\$184,000	\$255,120	\$439,120	20.91%
	Total:	\$803,250	\$1,296,870	\$2,100,120	100.00%
	GMV	\$2,295,000		\$5,489,000	
	费比	35.00%		38.26%	

参考基准值：

- 单邮箱收集成本 - \$6
- 单定金收集成本 - \$70
- KOL CPM - \$8
- KS平台佣金+支付手续费 8%-9%
- Kickbooster支付3%平台佣金+推广佣金 (5%-10%)

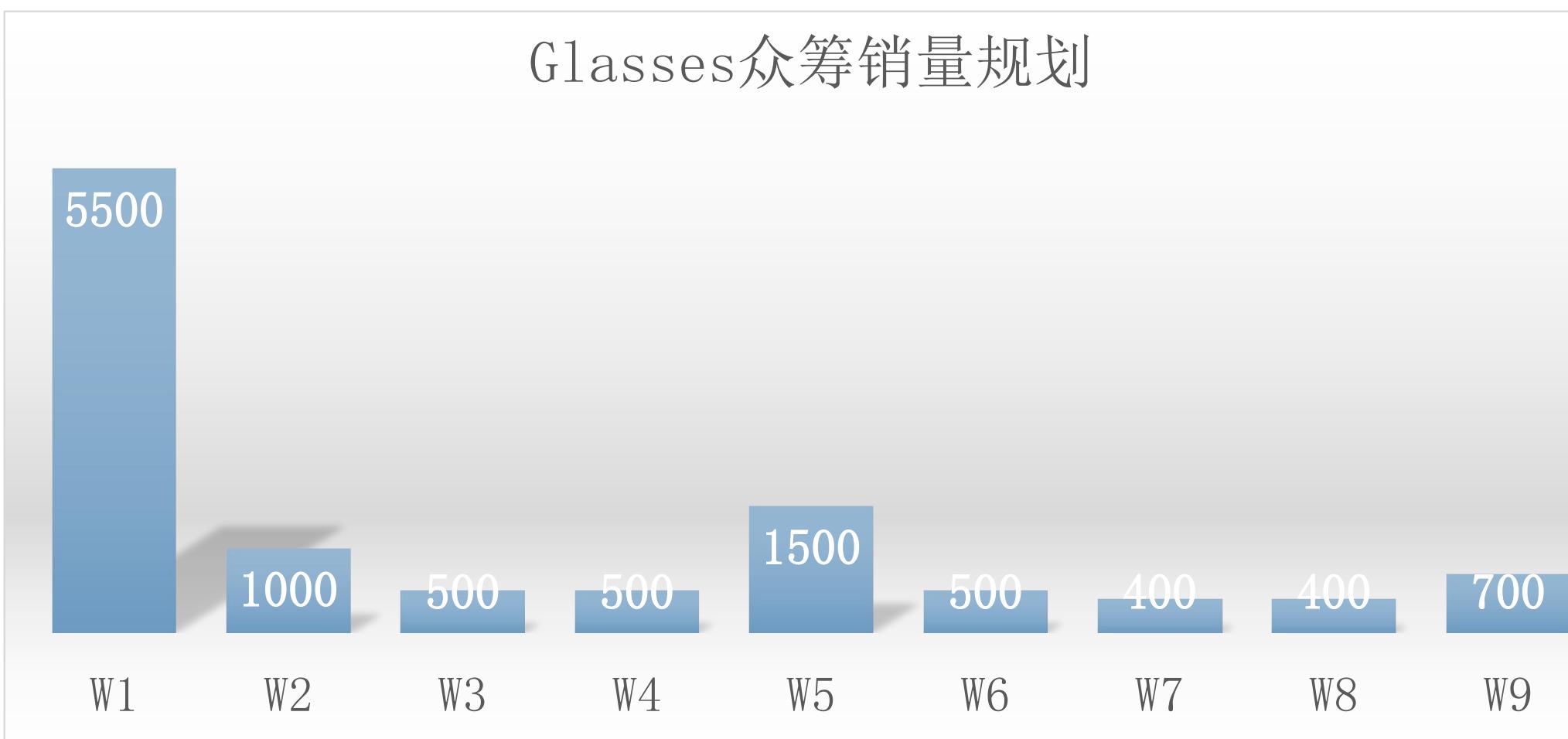
众筹目标达成

渠道	目标销量	目标占比	GMV预估	备注
预热用户 (邮箱收集)	4000	35%	\$2,095,800.00	4.5万个邮箱+4000个定金 -> 转化4000个 - 邮箱转化率 3% ~ 6% - 定金转化率 40% ~ 60%
上线后投广	2000	18%	\$998,000.00	参考Spatial众筹经验：上线后广告的的曝光及转化成本相比预热收集邮箱的转化成本更高, 目标ROI为3
平台流量	3200	30%	\$1,497,000.00	参考Spatial众筹经验, KS平台流量成交占比30% 上层流量若打开, 平台预计成交占比提升5%至 35%
KOL/PR	300	3%	\$149,700.00	KOL分层合作: -Youtube深度测评10个, 含百万博主2-3个 -Tiktok短视频1000个, 每周投放100+ - IFA现场探展6个, 含头部1个 PR: 海外累计曝光2个亿, 各类专稿&通稿 40篇+
Affiliate	1000	9%	\$499,000.00	Spatial众筹经验, ROI>5 - Backer Community建联, 每周建联3-4家 - Kickbooster 用户及联盟返佣
社群及老用户	200	2%	\$99,800.00	现有3万老用户储备, 其中1万个活跃用户, EDM营销; 考虑Spatial众筹仍超期未发货 (spatial老用户转化3%), Glasses老用户目标转化降低为1%, 转化200-300
IFA现场订购	300	3%	\$149,700.00	IFA展会人均接待 300人/天, 4天共计1000人左右。 按30%转化, 预计300套
	11000	100%	\$5,489,000	



众筹目标达成

	Backer	Unit Price	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9 (4天)
目标销量	11000	\$499	5500	1000	500	500	1500	500	400	400	700
目标GMV	\$5,489,000	/	\$2,744,500	\$499,000	\$249,500	\$249,500	\$748,500	\$249,500	\$199,600	\$199,600	\$349,300
目标占比	100%	/	50%	9%	5%	5%	14%	5%	4%	4%	6%
达成方式	/	/	1.EDM预热-邮箱/定金转化 2.平台流程加持-首日破百万 3.前5000套权益加码 4.纽约线下媒体活动宣传 5.Glasses免费球游活动造势 6.Newsletter 4-5家	1. 平台流程持续转化 2. 广告投放（众筹成绩） 3. KOL/PR测评持续释放 4. Backer Referral Program 5. Affiliate Program 6. Newsletter 4-5家	1. 旅游挑战赛内容产出 2. KOL/PR测评持续释放 3. Backer Referral Program 4. Affiliate Program 5. Newsletter 4-5家 6. 广告投放 7. IFA预热+开展	1. 全球挑战赛内容产出 2. KOL探展 3. Affiliate Program 4. PR传播 5. Affiliate Program 6. 广告投放 7. 柏林线下媒体见面会 8. Newsletter 4-5家	1. IFA线下展会热度 2. 全球挑战赛线下收官 3. Newsletter 4-5家 4. PR传播 5. Affiliate Program 6. 全球游挑战赛内容二创 7. 柏林线下媒体见面会 8. Newsletter 4-5家	1. IFA-PR热度延续 2. 挑战赛热度延续 3. Newsletter 4-5家 4. 广告投放 5. Affiliate Program 6. 全球游挑战赛内容二创	1. Newsletter 5-10家 2. Affiliate Program 3. 广告投放 4. EDM倒计时购买	1. Newsletter 4-5家 2. Affiliate Program 3. 广告投放 4. EDM众筹last call	



众筹目标达成

阶段	筹备期	预热期	众筹期	Late Pledge持续销售
渠道	Landing Page V1.0 独立站落地页	Landing Page V2.0 独立站落地页	KS页面 众筹平台	KS页面 众筹平台
主要行动	邮箱收集、定金支付		潜在用户刺激转化+拉新 Glasses全球免费游挑战赛	持续售卖
传播目的	引起兴趣，收集第一批种子用户和用户取向，确定预热方向	Glasses用户活动口碑裂变，发酵热度，为众筹蓄力	线上结合线下，放大Glasses全球游、IFA展会等活动势能，集中转化种子用户	持续售卖
UGC内容产出	启动报名&用户宣传裂变		UGC内容产出 社媒+广告宣传	活动热度持续
社媒	/	1. Glasses活动宣传 2. TVC、KV、场景图、全卖点	1. Glasses UGC内容宣传 2. KOL视频、PR文章、KS成绩、产品真实性功能展示	核心卖点、节日活动、大促活动
PR	PR Pitching &Agency准备		30+ 媒体测评陆续释放 2场线下媒体活动	持续进行，品牌宣发
KOL	KOL Pitching &Agency准备	2个测评种草 (kickstarter页面背书)	每周 2-3个深度测评 每周100+短视频曝光	持续进行，品牌宣发
Ads	卖点集锦图片、视频	Glasses全球游活动宣传投放 Glasses KS众筹宣传投放	UGC内容产出	持续进行，品牌宣发
Affiliate	/	上线前接洽	一周3-4家 Kickbooster用户推广返佣	/

众筹项目计划

产品卖点分析

Rokid Glasses

Sleek AI Glasses with Display and Camera

Slogan	Versatile Companion for Your Work & Life	
Main Selling Points	1. Real-time Translation; 2. First-person photo&video capture; 3. AI assistant; 4. Teleprompter; 5. AR Navigation	
User Profile	International Businessman	Cross-country Traveller
User Profile	Businessman/Entrepreneur Chances to visit different countries in certain frequency Desire for high work efficiency	Travellers Who enjoy overseas vacations and love to explore new destinations Loving to record life
Use Scenarios	1. Global Show/Expo/Forum/Summit/Meeting 2. Public Speaking/Presentation 3. Quick information check 4. Quick memo set 5. Quick Meeting Transcription	1. First-person and hands free photo taking/video recording 2. Translate signs, menus, and text in real time in foreign countries 3. Navigate for tourist sites/restaurants,etc
Benefit Points	1. Eliminate language barriers in different situations 2. Quick learning from AI powered knowledge base 3. Invisible display of speaking notes, agendas 4. Voice memo and transcription, Improve work efficiency 5. Notification check on glasses, no need to reach cellphones frequently	1. Capture moments anytime, anywhere 2. Eliminate language barriers in unfamiliar countries 3. Hands free map navigation
	1. Real-time translation of 100+ languages, support chat memo record check and export 2. Smart AI Meeting transcription 3. Multi-modal AI function 4. Ring-control Teleprompter 5. Voice memo	1. Sony IMX 681, 1200MP, Supports EIS (Electronic Image Stabilization), F2.25 large aperture, and high-definition video recording 2. Up to 1500 nits brightness, usable at outdoor environment 3. Real-time translation of 100+ languages, support face to face communication 4. AR navigation 5. Stylish design, 49g Sleek and Lightweight for all day's wear
Support Selling Points	1. Support prescription and astigmatism lenses, replace your regular glasses 2. Seamless setup via Rokid Glasses app in your phone 3. IP x4 waterproof 4. Qualcomm AR1 SOC, 2G/32G-ram/rom large storage 5. Two Industry-first HiFi Speakers (AAC), your private concert 6. 4 full-array microphones with integrated noise reduction algorithm, significantly reducing wind noise and enhancing audio capture 7. 210mAh battery life+3000mAh charging case, support 4h-8h daily use, support quick charge and charge while use	

UGC-Glasses全球旅行

一、活动目标：

-  1000人线上报名，筛选8个人员入组，赞助其全球免费游活动

二、活动时间线：

- 7/1-7/21 用户报名+拉票
- 7/22- 7/28 Rokid评选
- 7/29-7/30 获奖选手沟通
- 7/31 公布结果，宣布线下集结
- 8/12 众筹上线+ 旅行者纽约集合+线下媒体见面会+线下产品体验日
- 8/13-9/5 全球旅行时间，内容产出
- 9/5 IFA德国柏林线下媒体活动+旅行者柏林集合
- 9/6-10/10 活动热度延续

三、营销动作：

1. 报名启动
 - Rokid海外社媒、用户社群活动通知
 - EDM推送活动
 - >所有站内subscribed用户，
头图活动海报+购买折扣链接
 - 广告推送活动通知
 - KOL插播活动通知，鼓励粉丝报名（付费或免费）
 - 用户自主转发及裂变
 - 用户群组运营
2. 线下集结
 - 纽约线下活动- PR\社媒曝光
 - 柏林线下活动- PR\社媒曝光
3. 旅行过程中
 - UGC内容产出，广告扩量
 - 社媒、社群同步更新互动

基准设定：

- 广告-点击 5%
- 点击-浏览活动页 80%
- 浏览-报名 1%
- 单个click成本 0.2美金

PR媒体

目标总曝光：海外2个亿，目标点击0.5%，目标转化0.03%

1. Top Tier: 10篇（月访1000万以上）曝光1.2亿；
2. Top 1: 16篇（月访100万以上）曝光2000万
3. 其他小媒体文章总曝光1000万
4. 新闻稿8篇原创转载总曝光4000万



One of my favorite glasses, the Rokid glasses, offer real-time language translation and impressed in a brief demo. And Rokid also packs a camera in its model's frame, as the Ray-Ban Meta Glasses do. The Rokid glasses also charge inside a glasses case that itself charges via USB-C, which is a nice touch.



The Rokid Glasses allow texting, calling HUD-enabled real-time map navigation, and an AI assistant to help you stay organized. They also monitor your posture to remind you to maintain ergonomic alignment. I demoed the Live Translate feature and the experience was more natural and slightly quicker than the G1s.



So when I slipped on the Rokid Glasses, I felt my brows raise. I swiped the arm and a horizontal list of apps appeared. Green writing appeared in front of me a bit like a monitor in The Matrix. A Rokid staffer began speaking to me in Chinese, and despite the surrounding din, I could see a text translation of what she was saying float in front of me.

The New York Times
Wirecutter



The Verge

KOL分层合作



1、Youtube平台

- 10个长视频，以科技博主为主，深度解析AR+AI，技术向内容测评及背书

2. Tiktok平台

- 1000条短视频，泛类目，覆盖科技、商务、旅行、时尚等，以曝光为主

平台	等级	粉丝量级	数量
Youtube	头部	100w+	2-3个
	中腰部	10-100w	7-8个
Tiktok	泛类目	量级待定	1000个

3. IFA 现场

- 5个KOL探展，展会引流及加持热度

等级	粉丝量级	数量	均价	总价	播放量目标
头肩部	100w+	1	\$19,000	\$19,000	190,000
中部	50-100w	2	\$8,000	\$16,000	160,000
腰部	10-50w	3	\$5,000	\$15,000	150,000
Total		6		\$50,000	500,000

KOL发布频率：

- 众筹上线前投放2个，上线第2周～第4周每周深度测评2-3个，第5周IFA探展释放

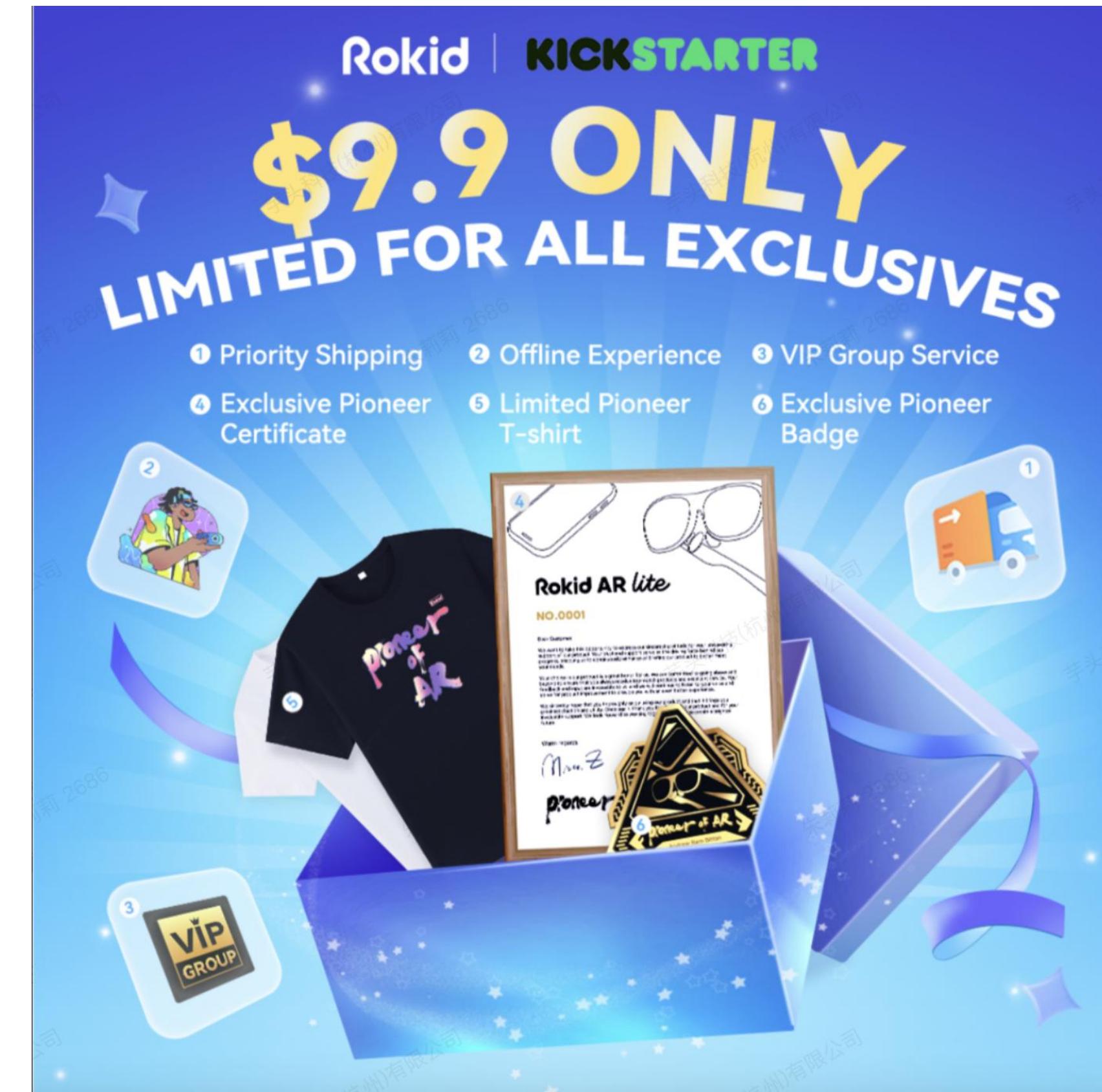
Ads 广告投放

- 预热阶段：45000个邮箱收集+4000个定金；
- 上线阶段：2000套转化，平均ROI 3

上线节点		预热邮箱收集：18000			预热邮箱收集：目标		
广告策略	国家预算	上线初期	中期	尾期			
拓量	US?/UK/CA/DE/JP/SG+其他 \$108,000	优化购买	根据具体表现进行广告优化 (根据营销节奏进行加量)	已留邮箱未转化和已经加购未转化人群 再营销			
受众	根据前面测试受众和素材进行拓量 拓量维度：ASC/版位/出价/素材	RT-Email LAL-Email/Webview90d INT-测试较好的兴趣受众	LAL-Email/Webview90d/ATC30d INT-测试较好的兴趣受众 RT-Email/ATC30d/webview90d(DTC)-排除已经购买人群 人群	RT-Email/ATC30d/webview90d(DTC)-排除已经购买人群 LAL- d INT-测试较好的兴趣受众			
素材							
落地页	之前表现好的素材 TVC剪辑/TVC 展会视频剪辑	带有折扣价格/赠品素材为主 TVC卖点视频 街采视频 展会用户体验视频剪辑	带有折扣价格/赠品素材为主 KOL视频剪辑片段 TVC卖点视频 街采视频 展会用户体验视频剪辑	带有折扣价格/赠品素材为主---加众 等结束日期 KOL视频剪辑片段 TVC卖点视频 街采视频 展会用户体验视频剪辑			
		众筹平台					

用户社群运营

- 整体目标：
提升新老用户活跃度，提高众筹转化
- 目标运营群组：
Facebook/Reddit/Discord
- 营销活动举例：
 - ✓ 超前购
 - ✓ 加群抽大奖，赢新品
 - ✓ 群内专场直播（技术、产品）
 - ✓ 线下小型产品体验
 - ✓ ...



Affiliates

Spatial众筹投入产出比

Newsletter		
服务商	花费 (USD)	直接产出 (USD)
Backer Spaces	1398	9198
Backer Many	1298	11041
Pledgebox	1929	6153
iGadget	998	5387
Kickstartech	898	4621
Backer Feed	499	619
Backer Crew	1098	3775
BackerLand	349	0
Product Hype	799	938
Genki	1041	10413
总计	10307	52145

部分Backer Community列表（合作日历待规划）

No.	Backer Community	ROI Expected	Package (价格可能会实时调整)
1	Kickbooster	1:6+	\$79 monthly fee + affiliate commissions + 3% / 5% to Kickbooster \$79美金月费+平台佣金3%/5% (如果在kickbooster站内推荐成功是5%)
2	BackerMany	1:7+	Shared : \$399 Top spot: \$599 N/A
3	BackerSpaces	1:7+	399 USD - basic package. Your project will be featured in one of the spots between 2nd to 5th of a shared newsletter. 599 USD - top spot package. Your project will be featured in the 1st spot of a shared newsletter. 899 USD - dedicated package. Your project will be featured in a dedicated newsletter.
4	Pledgebox	1:3+	Tuesday: \$999/899/799/699+20% Thursday Dedicated: \$1499+20%
5	BackersOnly	1:3+	\$99+10%
6	NewBacker	1:4+	The cost is either: \$349 + 35% Commission via Kickbooster \$599 + 25% Commission via Kickbooster \$995 + 15% Commission via Kickbooster
7	BackerShares	1:4+	The \$399 package will include 3-5 images or GIFs of the project at the top of our community newsletter, placed precisely to community backers.
8	Backercrew	1:4+	\$399
9	iGadget	1:4+	\$249-\$899
10	Kickstartech	1:6+	\$399-\$1199
11	Rebackers	1:6+	\$499+20%
12	Backerlatest	1:6+	\$399/\$699/\$899
13	Backerview	1:5+	Shared Newsletter: \$349 Shared Newsletter top slot: \$499 Dedicated: \$799
14	Backerlead		
15	Backerhive		
16	Backerfeed		
17	Rebacker		
18	Producthype		
19	Backerland		
20	Backerclub		
21	Backerplan		
22	BackerRock		
23	Hunt4Best		
24	Peoduxhub		
25	HugBacker		

Kickbooster收费标准

Kickstarter and Indiegogo Campaigns

All Access

\$ 79/month

+3% of Affiliate Generated Revenue

Get Started

Everything In All Access

- Unlimited Affiliate Signups
- Adjustable Commissions
- Program Invitation Link
- Automated Affiliate Payouts
- Email & Chat Support

EDM邮件营销计划

- 多类型、多素材同步给潜在用户
- 合理规划发送频次，信息整合，控制疲劳度
- EDM推送日历待规划

预热

- 项目进展（上线倒计时）
- 产品卖点/功能分享
- Giveaway活动分享
- 产品功能demo视频分享
- 第三方测评
- 上一代产品用户体验分享
- 生产实力证明



进展



项目进展
(里程碑、stretch goal)

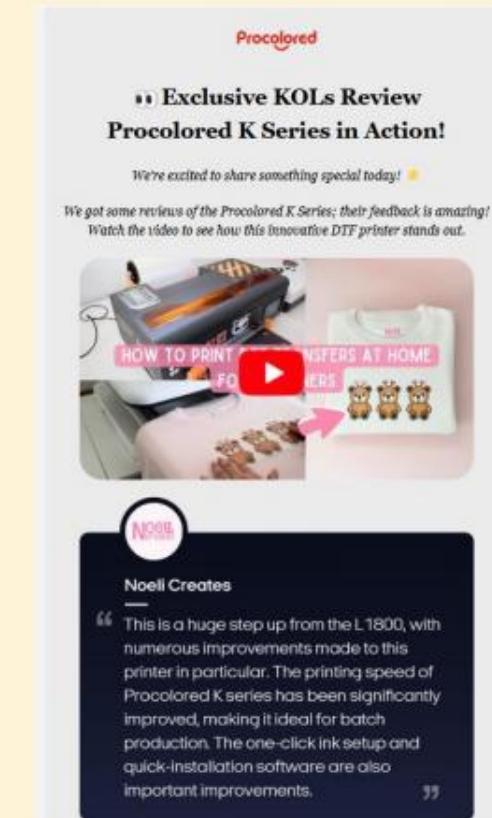
上线活动

产品信息更新

上线



背书



KOL持续曝光

PR媒体曝光

品牌本身用户EDM

视频素材投放

一、视频内容准备

1. Glasses海外重制TVC- 张大山 - 6月底前
2. Glasses氛围片*2 - 张大山+freeman - 6/23 初版
3. Glasses故事片-freeman- 6/23 初版
4. Glasses街采片-张大山 - 6月底前
5. Glasses开箱及教学视频
6. Glasses日常运营短视频
7. Glasses全球挑战赛UGC视频



二、投放节点及策略

1. 以Tiktok账号、海外社交媒体、广告投放为主
2. 投放日历待规划



社媒

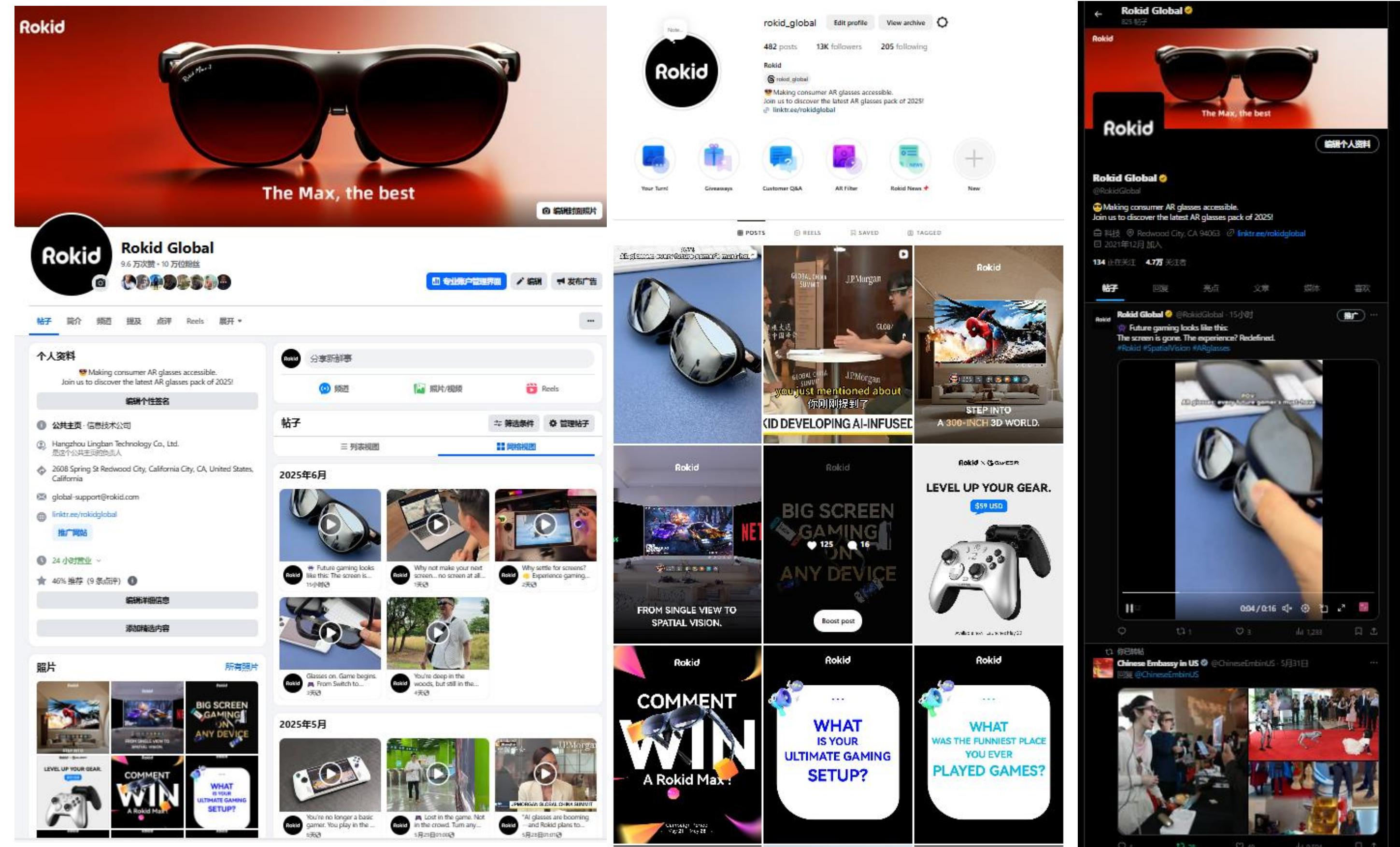
运营平台：
Facebook/Twitter/Ins

一、Glasses全球游挑战赛

- 活动预热
- 报名抽奖
- UGC内容传播

二、众筹项目

- 卖点介绍
- 产品真实性测评视频
- 第三方测评
- 项目进展更新



Thanks!