DLinkClaw（朵联）商业计划书

—— 多 Agent 统一工作台：让每个团队都能像聊天一样用 AI

项目	内容
产品名称	DLinkClaw（中文名：朵联）
产品定位	多 Agent 统一工作台
公司主体	深圳十朵信息科技有限公司
项目阶段	MVP 已上线，客户端 2.0.0 已发布，官网/文档/下载站已就绪
核心技术	开源 Agent 生态（OpenClaw/DSH/Hermes/Codex）+ DLinkClaw 统一工作台 + 中继服务
目标市场	中小型团队（私有部署）+ 一般个人/小微企业用户（SaaS）

一、执行摘要

DLinkClaw 是一个"多 Agent 统一工作台"：把部署在公司、家里、云端的多个 AI Agent，像真人一样拉进联系人列表，用户像使用微信/钉钉一样，与 AI 对话、派活、拉群协作。

当前 AI Agent 领域存在一个尖锐矛盾：

- 技术门槛高：OpenClaw、DSH、Hermes、Codex 等开源 Agent 框架能力强大，但安装配置、模型接入、通道对接对普通用户极不友好，只有开发者能驾驭。
- 大模型 API 无法直接服务业务：ChatGPT、DeepSeek 等是"对话框"，无法作为一个"可协作的团队成员"接入团队工作流。
- 缺少"最后一公里"：企业真正需要的是"AI 能帮我干活"，而非"AI 能聊天"。

DLinkClaw 用一个 IM 化的统一工作台，把复杂的 Agent 能力包装成"像加好友一样简单"的体验，同时通过双轨商业模式（私有部署 + SaaS），覆盖从中小团队到个人用户的全谱系客户。

商业亮点：采用 Open Core（开源核心 + 商业化增值）策略，以开源生态（OpenClaw/DSH/Hermes/Codex）为底座，零获客成本获得开发者信任，再通过增值服务变现。

二、市场痛点与机会

2.1 市场痛点

- Agent 部署门槛高：OpenClaw 需要 Node.js 环境、模型 API Key、通道配置，DSH/Hermes 类似，Codex 需配合 OpenAI 生态。中小团队没有专职运维，难以落地。
- 多 Agent 管理混乱：团队可能需要多个 Agent（文案、设计、客服、数据分析），各自为政，没有统一入口。

- IM 才是工作主场：中国团队的工作流高度依赖微信/钉钉/飞书/企微，AI 如果不能"住进"这些 IM，就无法真正融入工作。
- 数据主权担忧：很多中小团队对把业务数据交给云端大模型心存顾虑，希望私有部署。

2.2 市场机会

- AI Agent 市场爆发：据 Gartner 预测，到 2028 年 33% 的企业软件将包含 Agentic AI；中国中小企业数超 5,200 万，是 AI 落地的最大增量市场。
- 开源 Agent 生态成熟：OpenClaw、DSH、Hermes 等开源项目快速崛起，2026 年 OpenAI 更是将 Codex Harness（含 SDK）全面开源（Apache 2.0），Agent 开发门槛持续走低、开发者基数激增——但普遍缺少商业化出口：这正是 DLinkClaw 的机会：做"开源 Agent 生态的商业化工作台"。
- 需求验证充分：抖音视频《我的 AI 搭子——公司、家里、云端 AI 都在联系人列表里》获得真实用户互动，评论区反馈"看着挺实用"，验证了 C 端+小 B 端需求。

三、产品与服务

3.1 产品形态

DLinkClaw = 统一工作台客户端（桌面端）+ 中继服务 + 开源 Agent 生态（OpenClaw/DSH/Hermes/Codex）

DLinkClaw 统一工作台（IM 界面）
联系人列表：小朵(技术) 朵拉(设计) 花花(内容)... + 真人同事 + 群组（团队/家庭）

↓ 中继通道（加密） ↓

□ 公司 Agent (OpenClaw/DSH)	□ 家里 Agent (Hermes)	□□ 云端 Agent (Codex/OpenClaw)

3.2 核心功能

- IM 即工作台：Agent 以"联系人"身份存在，直接对话、@、拉群、派任务，零学习成本。
- 多实例统一接入：一个工作台，统一管理公司/家/云端的多个 Agent 实例。
- 多人协作：同事、家人通过同一工作台调用 Agent，支持群聊协作。
- 中继通道：安全加密的消息中继，让内网 Agent 与外网 IM 自由连接。
- 私有部署：Agent 服务端可部署在公司/家里/云端，数据主权完全自主。

3.3 技术架构

- 底层 Agent：OpenClaw（开源，Apache 2.0）、DSH、Hermes、Codex Harness（OpenAI 2026 年开源，Apache 2.0，含 Codex SDK）

- 中继服务端：自研 Java Spring Boot（闭源），负责消息路由、加密、鉴权
- 桌面客户端：跨平台（Windows/macOS/Linux），2.0.0 已发布
- OpenClaw 插件：dlinkclaw-openclaw（开源），打通 Agent 与工作台

四、商业模式（核心）

4.1 双轨商业模式总览

DLinkClaw 采用 "私有部署 + SaaS"双轨模式，覆盖两类客户：

轨道	目标客户	交付方式	核心价值	收费模式
私有部署	中小型团队	线下服务 + 私有部署	数据主权 + 专属定制 + 本地支持	一次性部署费 + 年度服务费
SaaS 服务	一般个人/小微企业	线上结合线下	免运维 + 低成本 + 快速上手	免费基础版 + 订阅增值

4.2 轨道一：私有部署（线下服务中小型团队）

目标客户：10-200 人的中小团队，对数据安全敏感、需要专属服务。

交付内容：

- DLinkClaw 中继服务端私有部署（Docker 镜像）
- Agent 系统（OpenClaw/DSH/Hermes/Codex）安装配置
- 模型接入配置（DeepSeek/通义/豆包/本地模型等）
- 团队工作流定制（对接钉钉/企微/飞书/微信）
- 本地培训 + 长期技术支持

收费模式：

- 一次性部署实施费：¥5,000 - ¥50,000（按团队规模/复杂度）
- 年度运维服务费：¥3,000 - ¥30,000/年（含更新、支持、巡检）
- 增值定制：工作流定制开发按项目报价

优势：高客单价、强粘性、现金流好；竞争壁垒来自"本地化服务能力"（AI 厂商做不了、也懒得做的脏活累活）；每个客户都是 DLinkClaw 的案例背书。

4.3 轨道二：SaaS 服务（线上结合线下服务一般客户）

目标客户：个人用户、自由职业者、小微企业（<10 人）。

核心洞察：客户不需要租云服务器，只需要：

- 在本地电脑/家用主机安装 Agent 系统（OpenClaw/DSH/Hermes/Codex，均为开源免费）
- 安装 DLinkClaw 工作台客户端

- 接入朵联云中继 → 立即获得"IM 化 AI 工作台"

收费模式：

- 免费版：客户端 + 中继基础通道（免费，引流获客）
- 订阅版：¥9.9-¥49/月/人（更多 Agent 实例接入、优先中继带宽、高级工作流模板、多端同步）
- 增值服务：OpenClaw/DSH/Hermes/Codex 安装配置技术指导（小白用户最大痛点）

优势：零服务器成本（客户自带 Agent，朵联只做中继 + 工作台）；免费开源 Agent 生态带来持续获客；订阅模式带来可预测的经常性收入（MRR）。

4.4 开源策略（Open Core）

- 开源：dlinkclaw-openclaw 插件（Apache 2.0）——降低信任门槛，获开发者传播
- 闭源：中继服务端 + 桌面客户端——商业化核心
- 生态：支持 OpenClaw、DSH、Hermes、Codex 等主流开源 Agent 框架，不绑定单一生态（更多框架持续接入）

五、市场竞争分析

5.1 竞争格局

竞品	定位	DLinkClaw 差异
ChatGPT/Claude 企业版	大模型 + 对话框	无法"像同事一样"进入团队 IM 工作流
Coze/扣子、Dify	Agent 搭建平台	偏开发者/技术流，无 IM 原生工作台体验
钉钉/企微 AI	平台自带 AI	封闭生态，不支持 OpenClaw/DSH/Hermes/Codex 等开源 Agent
OpenClaw/DSH/Hermes/Codex（纯开源）	Agent 框架	无商业化工作台，门槛高，DLinkClaw 是它的"出口"

5.2 竞争壁垒（护城河）

- 先发优势：率先提出"多 Agent 统一工作台 + IM 化"定位，并已落地 MVP
- 开源生态绑定：与 OpenClaw/DSH/Hermes/Codex 深度协同，成为其生态的官方工作台
- 双轨模式：SaaS 获客 + 私有部署盈利，两头通吃
- 线下服务能力：AI 大厂不愿做的本地化部署/培训服务，构成高粘性壁垒
- 中继技术积累：消息路由、内网穿透、加密通道的技术门槛

六、营销与获客策略

6.1 获客渠道

- 内容营销（GEO + 短视频）：抖音《我的 AI 搭子》系列、B 站技术教程——已验证有效
- 开源社区：GitHub/Gitee 开源插件，吸引开发者
- SEO/GEO：官网 + 文档站 + llms.txt 优化，让 AI 引擎推荐我们
- 线下服务网络：与 IT 外包/系统集成商合作，共同服务中小企业
- 老客户转介绍：私有部署客户口碑裂变

6.2 增长飞轮

开源插件 → 开发者试用 → 企业落地（私有部署）→ 案例背书 → SaaS 免费用户 ← 内容获客 ← 品牌认知 → 循环加速

七、财务规划

7.1 市场规模（TAM/SAM/SOM）

层级	定义	规模	依据
TAM（全球 Agent 软件市场）	所有企业 AI Agent 软件支出	¥4,200 亿	Gartner：2028 年 33% 企业软件含 Agentic AI
SAM（中国中小企业 AI 落地）	中国 5,200 万中小企业 × AI 工具渗透	¥680 亿	工信部中小企业数据 + AI 渗透率 10-15%
SOM（可服务市场）	双轨模式可触达的早期客户	¥2-5 亿	未来 3 年可转化目标客户占比 0.5-1%

7.2 收入模型（基准情景，进取增长）

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年
私有部署客户数	15	80	300
私有部署收入	¥30 万	¥160 万	¥600 万
SaaS 付费用户	1,000	10,000	50,000
SaaS 订阅收入	¥24 万	¥240 万	¥1,200 万
增值服务（部署指导/定制）	¥8 万	¥60 万	¥300 万
年收入合计	¥62 万	¥460 万	¥2,100 万

 复合增长率（CAGR）= 482%：从 ¥62 万到 ¥2,100 万，三年近 34 倍增长——这正是 AI Agent 赛道"基础设施级机会"应有的增速。

7.3 三档情景分析（给评委看风险把控）

情景	第 3 年收入	假设
保守	¥540 万	SaaS 用户 1 万、私有部署 120 家（即便增长乏力也可实现）
基准	¥2,100 万	SaaS 用户 5 万、私有部署 300 家（本计划主推）
乐观	¥5,000 万+	成为 OpenClaw/Codex 生态默认工作台，SaaS 用户 12 万+

7.4 成本结构与毛利

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年
研发（人力）	¥60 万	¥120 万	¥240 万
中继服务器/带宽	¥5 万	¥30 万	¥120 万
市场与销售	¥20 万	¥60 万	¥180 万
线下交付人力	¥15 万	¥60 万	¥200 万
总成本	¥100 万	¥270 万	¥740 万
毛利率	62%	70%	74%
净利润	-¥38 万	¥190 万	¥1,360 万
净利率	-61%	41%	65%

 第 2 年实现盈亏平衡，第 3 年净利率达 65%——SaaS 订阅 + 高毛利私有部署的双引擎结构，让利润随规模非线性放大。

7.5 单位经济模型

指标	数值	说明
SaaS ARPU	¥49/月（个人）~ ¥99/月/席（团队版）	阶梯定价
SaaS 客户 LTV	¥49 × 12 × 留存 24 个月 ≈ ¥1,400	高留存
SaaS CAC	¥60-120	内容 + 开源自传播
LTV/CAC	12-23	远超健康线 3
私有部署客单价	¥3-10 万/单	毛利 65-75%
回本周期	< 2 个月	CAC 快速回本

7.6 资金需求与用途（本轮 ¥200 万）

用途	金额	占比
研发团队扩充（后端/前端 3 人×12 月）	¥100 万	50%
中继基础设施扩容（支撑 5 万并发用户）	¥40 万	20%
市场与获客（内容/渠道/线下交付网络）	¥40 万	20%
运营与储备金	¥20 万	10%

 本轮资金支撑 18 个月，里程碑：第 2 年收入 ¥460 万、盈亏平衡、300 家私有部署客户管道。

八、团队

角色	说明
创始人（石头哥）	产品负责人，主导整体方案与架构，深耕系统集成/AI 落地多年
技术顾问（小朵）	AI 技术专家，负责产品方案、研发迭代与技术顾问
设计/内容（可扩充）	UI/UX、自媒体内容团队（已有多 Agent 协作体系）

团队已具备从底层 Agent、中继服务、客户端到官网/文档/下载站的全栈自研能力。

九、发展规划（Roadmap）

阶段	时间	目标
MVP 验证期	当前	客户端 2.0.0 已上线，官网/文档/下载站就绪，种子用户内测
商业化启动	6 个月内	首批 15 家私有部署客户；SaaS 免费版开放注册
规模扩张	1-2 年	80 家私有部署客户 + 10,000 SaaS 付费用户，年收入 ¥460 万、盈亏平衡；接入 Hermes/Codex 生态
生态成型	2-3 年	300 家客户 + 5 万 SaaS 用户；开放 Agent 应用市场

十、融资需求

- 本轮融资：种子轮，¥200 万（出让 10-15%）
- 估值逻辑：对标 AI 基础设施早期项目（ARR 增长 400%+），投前估值 ¥1,500-2,000 万
- 资金用途（详见 7.6）：研发团队扩充（50%）、中继基础设施扩容（20%）、市场获客与线下交付网络（20%）、运营储备（10%）
- 里程碑承诺：18 个月内实现 80 家私有部署客户 + 10,000 付费 SaaS 用户，年收入 ¥460 万、实现盈亏平衡
- 下一轮预期：Pre-A 轮（第 2 年末），以 ¥2,000 万+ ARR 估值 ¥1.5-2 亿

十一、风险与对策

风险	对策
大厂入场做 Agent 工作台	聚焦开源生态（OpenClaw/DSH/Hermes/Codex）+ 中小团队线下服务，大厂覆盖不到
Agent 技术迭代快	紧跟 OpenClaw/DSH/Hermes/Codex 生态，插件架构保持灵活
中继服务被绕过	中继本身是价值锚点：内网穿透 + IM 打通需要持续维护
获客成本上升	内容营销 + 开源社区 + 老客转介绍，保持低 CAC

十二、结语

DLinkClaw 解决的不是"多一个 AI 对话框"，而是 "让 AI 真正成为团队的成员"。我们站在 OpenClaw、DSH、Hermes、Codex 等开源 Agent 巨人的肩膀上，用 IM 化的统一工作台，把复杂的技术门槛抹平，让每一个中小团队、每一个普通人，都能像添加好友一样，拥有自己的 AI 搭子。

我们不是在做一个工具，而是在定义"人与 AI 协作"的新范式。

DLinkClaw · 朵联 · 让 AI 像同事一样工作
www.dlinkclaw.com · 商务合作 rock@dlinkclaw.com