

商业计划 | 2026 年 5 月

BOOST LSAT 商业计划

社区为核心，叠加高端辅导和 agentic 学生管理。

- 1,000 名付费学生测试模型
- \$39-\$59/月社区会员
- 挑战营、加速营和私教叠加变现

1,000

学生测试模型

社区优先
高端服务增厚利润

先做社区，再用挑战营和 高端服务提高客单价

入门产品降低第一次付费门槛；社区负责留存；高端服务贡献主要上行空间。

公开信任	免费内容 / 短课 / 账号	免费
入门产品	进阶教材或入门产品	\$40-\$70
社区核心	私密学习社区	\$39-\$59/月
加购	短期挑战或冲刺营	\$25-\$40
高端项目	小班加速营	\$3,500-\$7,500
私教	一对一高端服务	\$8,000-\$18,000

收入情景

1,000 名学生就足够形成 可观收入

入门产品和社区负责建立信任、扩大规模，加速营和私教贡献主要上行空间。

保守 **\$154K**



300 社区 | 100 加购 | 15 加速营 | 3 私教

基准 **\$384K**



500 社区 | 200 加购 | 30 加速营 | 8 私教

上行 **\$1.01M**



700 社区 | 350 加购 | 60 加速营 | 15 私教

高客单价空间

高端项目决定利润厚度

法学院本身就是高成本选择；私教和加速营面向最认真、最需要反馈的学生。

加速营	\$3,500-\$7,500	少量转化即可显著抬高收入
私教包	\$8,000-\$18,000	最深服务、最高客单价
挑战营	\$25-\$40 加购	帮会员集中冲刺
社区	\$39-\$59/月	留存、陪伴、高端服务入口

成本边界

测试期成本先设上限

先验证购买与留存，再扩大广告、AI 和运营支出。

\$15.5K-\$41.2K

规模化前一次性投入

图书制作、公司设立事务、法律税务审查、上线素材、初始广告测试。

\$3K-\$10K/月

广告测试上限

只有当获客成本和留存数据足够好，才继续扩大投放。

\$250-\$1.5K/月

AI 使用成本

用模型选择、限额和路由保护低价产品毛利。

获客测试

用 CAC 目标验证广告

CAC 是 Customer Acquisition Cost, 即获得一名付费客户的平均成本。

轻量测试	\$3K/月	验证素材、受众和着陆页
工作测试	\$5K-\$7K/月	稳定测算 CAC 与转化率
扩量上限	\$10K/月	只在数据成立后开启
目标 CAC	\$15-\$60	先追求可解释的成本, 而不是盲目规模

市场信号

LSAT 市场活跃，学生付费能力也不低

法学院路径成本高，认真申请者更愿意为分数提升、奖学金机会和专家反馈付费。

78,272

截至 2026-05-13 的申请人
数
LSAC 公开数据。

+9.5%

申请人数同比增长
市场仍有活跃需求。

+11.9%

申请总量同比增长
说明申请行为没有疲软。

+16%

170-180 高分段增长
高目标学生竞争更强。

时机

考试变化强化推理与阅读

Logic Games 移除后，备考更集中在推理和阅读；
2026 年线下调整提高了真实训练价值。

2024-08

Logic Games 移除

学生需要更系统的推理与阅读训练。

2026-08

线下考试转向

模拟、节奏和压力管理更有价值。

高分竞争

170+ 区间增长

强学生更需要精细反馈。

产品基础

BOOST 已具备平台资产

下一步不是从零开始，而是包装、合规、公开证明和转化测试。

01

信任层

研究页、短课、免费账号。

02

学习核心

教材、AI 辅导、计时模拟、复盘流程。

03

服务层

学生后台、管理系统、线上课堂、agentic 支持。

04

收入层

社区、挑战营、加速营、私教。

智能 agents 提高留存与服务质量

这里的 agentic，不是把服务交给机器，而是让受监督的软件 agents 负责监测、提醒、报告和课前简报。

信号

学习停滞、作业缺口、课程记录、题型模式。

Agents

监控、建议、提醒、课前简报。

结果

降低流失风险、改进路径、减少老师准备时间、提高私教质量。

获客路径

先积累公开证明，再扩大 付费投放

研究内容、短课、教材可信度、社区留存、推荐和创始人销售构成第一条增长线。

1

研究与短课
建立自然信任

2

入门产品
\$40-\$70 低门槛付费

3

社区
\$39-\$59/月 核心订阅

4

挑战加购
\$25-\$40 集中冲刺

5

高端转化
加速营或私教

6

结果案例
推荐和信任回流

先测清核心约束

计划写得再好，也需要验证授权、获客成本、AI 成本和创始人容量。

高影响

官方内容授权、广告获客成本。

高概率

创始人容量、社区留存压力。

早期观察

AI 成本与稳定性、挑战营需求、公开证明是否足够。

处理方式

先完成法律税务与授权审查；广告和 AI 成本先设上限。

下一步

发布、包装、测试、测量

用真实购买、留存、CAC、LTV 和高端转化来更新计划。

1

定稿公开材料

核心数字、公开页面、对外表述

2

发布网页

稳定公共 URL

3

包装产品

教材、社区、挑战营

4

合规验证

授权、税务、销售税、隐私

5

开启付费入口

测量购买转化

6

测量模型

留存、获客成本、高端转化、AI 成本