

中国信息经济学会电子商务专业委员会 推荐用书

# 电子商务优秀设计方案与分析

—— 第五、六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”  
挑战赛部分优秀设计方案述评

《电子商务优秀设计方案与分析》编写组 编



重庆大学出版社

中国信息经济学会电子商务专业委员会 推荐用书

# 电子商务优秀设计方案与分析

—— 第五、六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”  
挑战赛部分优秀设计方案述评



《电子商务优秀设计方案与分析》编写组 编

重庆大学出版社

## 内容简介

本书是编写组将第五、六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛部分优秀设计方案经过进一步规范、整理、分析和点评后结集而成的,较好地展示了全国大学生“三创”的成绩。本书可以为更多的大学生从事“三创”活动提供参考,也可以作为电子商务创业者和实践者的参考资料。

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务优秀设计方案与分析:第五、六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛部分优秀设计方案述评 / 《电子商务优秀设计方案与分析》编写组编

—重庆:重庆大学出版社,2018.3

ISBN 978-7-5689-0662-3

I.①电… II.①电… III.①电子商务—案例—中国—高等学校—教材 IV.①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 166105 号

## 电子商务优秀设计方案与分析

——第五、六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛部分优秀设计方案述评

《电子商务优秀设计方案与分析》编写组 编

策划编辑:尚东亮

责任编辑:陈力 版式设计:尚东亮

责任校对:秦巴达 责任印制:张策

\*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆华林天美印务有限公司印刷

\*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:27.75 字数:626 千

2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5689-0662-3 定价:68.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

## 编写组

组 长 李 琪

副组长 陈德人 吕廷杰 陈 进

成 员 王丽芳 汤兵勇 李洪心 彭丽芳

### 第五届“三创赛”优秀项目指导教师

邵 雷 董林峰 曹 扬 雷 兵 韩 江 魏朝举  
林清恋 丰志培 张 波 熊 励 卢福强 毕华玲  
杨兴凯 任明仑 孙福权 张送柱 郑文生 郑亚琴  
董亚妮 张 燕 侯向东 陈永磊 杨 磊 刘 闯  
张子柯 薛万欣 李丹丹 欧荣东 孙文远 李卫红  
邓 力

### 第五届“三创赛”优秀项目点评老师

兰宜生 乔志林 汤兵勇 张 宁 张 利 彭丽芳

### 第六届“三创赛”优秀项目指导教师

宾永刚 付冬娟 胡 桃 李 阳 李 明 李忠轶  
刘峰涛 梁 磊 苗 苗 余 莉 盛晓娟 王卫红  
王俊民 王永杰 王 燕 肖 彬 岳 欣 杨茂全  
于晓宇 张子柯 张永良 张 莉 祝 捷

### 第六届“三创赛”优秀项目点评老师

乔志林 汤兵勇 张 宁 彭丽芳

# 前 言

全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛(以下简称三创赛)是激发大学生兴趣与潜能,培养大学生创新意识、创意思维、创业能力以及团队协同实战精神的学科性竞赛。三创赛为高等学校落实《国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》和《教育部、财政部关于实施高等学校本科教学质量与教学改革工程的意见》,开展创新教育和实践教学改革,加强产学研之间的联系起到了积极示范作用。

第五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛从2014年11月开始组织工作,本届大赛共有14000多支团队、900多所参赛学校报名,在全国30个省、自治区、直辖市组织了分省赛选拔赛。经三创赛竞赛组织委员会审核,共有414支团队的作品进入总决赛,经专家预评后,最终有159支团队成功入围全国总决赛现场决赛。第五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛总决赛于2015年8月22—23日在成都理工大学成功举行。本届总决赛经过专家预评、分组赛和现场PK等环节,最后共决出第一、第二、第三名各1个,特等奖12个,一等奖49个,二等奖120个,三等奖170个,创新、创意及创业奖各12个、最佳分省赛组织奖12个、最佳学校组织奖7个、最佳分省赛组织工作者奖27个、最佳学校组织工作者奖14个。并且,本届大赛对更多的指导老师给予了奖励,为获得特等奖团队的指导老师颁发了“最佳指导老师奖”,为获得一等奖团队的指导老师颁发了“优秀指导老师奖”。本届大赛能够成功举办与教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会(简称教指委)的领导和各位委员的积极参与密不可分。各分省赛区从申请承办权到组织分区选拔赛,再到积极推荐优秀作品参加全国总决赛,做了大量工作,各个组织高校及相关政府、企业开展了卓有成效的竞赛活动,取得了优秀成果。成都理工大学作为本届全国总决赛的承办单位,全校上下都非常重视此次总决赛,成立了以成都理工大学郭朝辉教授为联合主席的全国决赛组织委员会,校办、教务处、学生处、校团委、保卫处、后勤集团等职能部门认真负责地参与工作。本届三创赛得到了教育部高等教育司的支持,教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会作为主办单位,成都理工大学作为总决赛承办单位,成都信息工程大学、西南财经大学、成都市电子商务协会作为总决赛协办单位,深圳市普惠在线互联网金融有限公司作为互联网金融主题冠名单位,小麦公社-迈思可文化传媒(北京)有限公司、中国银联陕西分公司、C实习网-大学生技能提升与求职就业平台作为协办单位,中国信息经济学会电子商务专业委员会、全国高校电子商务与电子政务联合实验室、深圳因纳特科技有限公司、西安开米股份有限公司、重庆市忠县人民政府、深圳开乾互联网金融服务有限公司作为赞助单位。

第六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛从2015年11月开始组织工作,本届大赛共有16 000多支团队、1 000多所参赛学校报名,在全国32个省、自治区、直辖市组织了分省赛选拔赛。经三创赛竞赛组织委员会审核,共有504支团队的作品进入总决赛,经专家预评后,最终有176支团队成功入围全国总决赛现场决赛。第六届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛总决赛于2016年7月20—22日在西安交通大学成功举行。本届总决赛经过专家预评、分组赛和现场PK等环节,最后共决出第一、第二、第三名各1个,特等奖12个,一等奖48个,二等奖162个,三等奖282个,创新、创意奖各12个、创业奖13个。并且,本届比赛对更多的指导老师给予了奖励,为获得特等奖团队的指导老师颁发了“最佳指导老师奖”,为获得一等奖团队的指导老师颁发了“优秀指导老师奖”。本届大赛能够成功举办与教指委领导和各位委员的积极参与密不可分。各分省赛区从申请承办权到组织分区选拔赛,再到积极推荐优秀作品参加全国总决赛,做了大量工作,各个组织高校及相关政府、企业开展了卓有成效的竞赛活动,取得了优秀成果。西安交通大学作为本届全国总决赛的承办单位,全校上下都非常重视此次大赛,校办、教务处、学生处、校团委、保卫处、后勤集团等职能部门认真负责地参与工作。本届三创赛得到了教育部高等教育司的支持,教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会作为主办单位,西安交通大学作为总决赛承办单位,西安新丝路国际电子商务产业园作为总决赛冠名为单位,中国信息经济学会电子商务专业委员会、全国高校电子商务与电子政务联合实验室、重庆市忠县人民政府、北京博导前程信息技术股份有限公司、深圳因纳特科技有限公司、重庆乾开电子商务有限公司、西安唐翰网络科技有限公司、重庆琦志明慧电子商务事务所作为赞助单位。

为了更好地发挥第五、六届“创新、创意及创业”总决赛获奖成果的作用,三创赛竞赛组委会与获奖团队中的部分自愿者签署了成果转化协议,积极推动获奖成果的转化。同时,三创赛竞赛组织委员会持续与重庆大学出版社合作,请指导教师将获奖成果按统一结构编辑、整理并加以分析,再请部分教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会专家加以评价,然后结集出版以飨读者。

本书的成功出版要感谢重庆大学出版社的大力支持,感谢各获奖队指导老师的奉献,感谢各位编委会成员等。不足之处希望读者不吝指正。

《电子商务优秀设计方案与分析》编写组

2018年4月

# 目 录

## 第五届作品

1. 云 COOL 团队——杭州云端印象文化传媒有限公司 ..... 2
2. 启明——巴爸吧亲子主题式电商平台 ..... 16
3. 亲果倾诚——郑州倾果倾诚电子商务有限公司 ..... 27
4. S-eat——餐厅即时线上选座应用 ..... 37
5. 安徽易爱健康科技有限公司 ..... 47
6. DMJ——掌上天商微信公众平台 ..... 58
7. 果小喵 ..... 66
8. GROOO——咕噜 GROOO 综合式校园平台 ..... 82
9. “光环荣耀团队”——移动取款机“随意取” ..... 94
10. 聚立方网站 ..... 105
11. “携手穿越穹顶”低碳健康社区方案 ..... 118
12. 三创必胜团队——基于手机 APP 的光控电子锁的研发 ..... 128
13. 乐享动漫——Duang 出你的个性化形象 ..... 135
14. 影爆青春 ..... 146
15. e-类人新媒体云志商业策划书 ..... 159
16. “约瘦身”项目计划书 ..... 169
17. 南瓜先生——“互联网+”时代的上门洗车服务平台 ..... 179
18. 大禾拍务农——创业计划书 ..... 188
19. 5 极限：基于新商业模式下的众筹平台——橘子众筹网 ..... 203

## 第六届作品

20. 大川乒乓设计方案分析 .....	224
21. 福建幻行漫客科技有限公司 .....	252
22. 到了吗——高校物流信息管理平台 .....	264
23. “修车小镇”掌上汽车服务网 .....	273
24. 基于“时间银行”理论的科学养老平台 .....	288
25. 内容驱动的社交服务平台 .....	306
26. 中意斯正装租借与定制——电子商务平台的改造 .....	322
27. 送货神器——同城家具物流叫车平台 .....	344
28. 忠县网上集市——电子商务助力农民脱贫致富 .....	357
29. D-Cube——我的寝室我的家 .....	366
30. 开街网——农村电子商务平台 .....	376
31. 易跑平台 .....	385

## 第五届作品

# 1. 云 COOL 团队——杭州云端印象 文化传媒有限公司

**参赛团队:**浙江科技学院 云 COOL 团队

**参赛组长:**徐威

**参赛队员:**陈思超 潘王群 何显颖 施哲晨

**指导教师:**邵雷

**关键词:**云打印 扫码打印 新传媒 校园电子商务

**摘要:**杭州云端印象文化传媒有限公司是一家利用计算机 Web 平台、智能手机 APP 平台以及线下“扫码打印”智能终端,为大学生提供免费云打印服务,同时建设微型资料库、惠购商铺,以“云币”为流通手段,集营销推广、校园社交、社团活动经费对接以及生活服务于一体的传媒公司,致力于打造专属大学生“最后一公里”服务的校园电子商务平台。本公司从学生、商家以及社团组织的需求出发,在目标客户间构建了一个全新的服务平台,在满足大学生免费、高效打印诉求和商家营销推广需求的同时,既能为大学生带来生活服务等便利,又能解决社团的宣传及经费问题,可实现多方共赢。

## 1.1 项目简介

### 1.1.1 项目主要意义

目前一所大学就像一座小城市。在丰富的资源背后,却是严重的同质化现象,往往不是没得选而是可选择的太多。寻求一种低廉、即时、主动、精准的推广已成为大学城周边商家的迫切需求。此外,传统的打印店具有操作烦琐,效率低下,覆盖面小,价格偏高并且等待时间长等消费痛点。尽管如此,大学城周边的打印店却还是人满为患,打印服务供不应求。

综合上述两方面的诉求,本团队想要建立一个服务学生、对接商家的,将学生高效、免费打印的消费诉求与商家营销策划的推广需求相结合的平台。故设计了一套全新的基于二维码和手机 APP 技术、以免费打印(做任务赚取打印币)为切入点的营销推广方法,并辅之以经费筹措、生活服务、兴趣社交等板块,加强用户的黏性,实现多方共赢。

### 1.1.2 项目达成目标

杭州云端印象文化传媒有限公司是一家利用计算机 Web 平台、智能手机 APP 平台以及线下“扫码打印”智能终端,为大学生提供免费云打印服务,同时集营销推广、校园社交、经费对接以及生活服务于一体的传媒公司,致力于打造专属大学生“最后一公里”服务的校园电子商务平台。

### 1.1.3 项目主要内容

本团队建立了一个全新的校园电子商务平台,用户通过注册可以使用“云端”计算机 Web 端、手机 APP 端以及线下智能终端的各项服务,采取访问商家、平台消费、分享推广信息等途径来轻松获取云币,兑换打印币或消费券,享受免费云打印以及各种生活服务。同时也给有“高校推广”需求的商家提供了一个营销推广的平台,让更多的人了解商家的产品或服务,提高其营业额。还可为各社团组织解决信息传递以及活动经费的问题。

### 1.1.4 项目技术路线

本平台致力于建立全渠道的云端校园体系,包括手机 Web/APP、共享资料库、互动打印终端、电子支付系统等,后期将重点增加数字营销矩阵以及校园 O2O 服务的建设。

### 1.1.5 项目特色

**专利特色:**本公司推出的免费打印流程已申请国家发明专利,这为本公司项目的后续运营提供了专业和全面的法律保护。

**模式特色:**本公司推出的“基于免费云打印的校园电子商务”的商业模式新颖独特,能够创造一定的用户基数,有很强的市场应用前景。

**服务特色:**本公司“扫码打印”的智能终端机布局于寝室楼、图书馆等学生密集处,提供免费打印、纸媒发放、内容分享、互动广告以及生活服务向导等服务。

**团队特色:**本公司由大学生创业团队组成,团队成员有丰富的创业经历,且有营销、财务、技术等专业背景,分工明确,知识体系全面。作为大学生创业也可享受国家诸多方面的优惠政策。

**地理特色:**我公司地处杭州,直面江浙沪市场。江浙沪一带经济发展水平高,人口密集,且人均生活水平较高,智能手机用户基数大,因此市场巨大。这将更有利于“云端印象”项目站稳脚跟,从而带动整个公司的发展。

## 1.2 项目分析

### 1.2.1 市场需求分析

针对本项目的市场现状必须考虑两方面的问题。一方面,一所大学就像一座小城市,大学生流动区域较窄,日常生活主要集中在大学周边。众多商家知名度低且同质化现象严重,寻求一种低廉、即时、主动、精准的推广正是大学城周边商家的迫切需求;另一方面,传统的文印店操作烦琐,效率低下,等待时间长,覆盖面积小且价格偏高。教育部相关数据指出,全国包括本科高校及高职院校共有 2 246 所,普通本专科在校生共计约 2 391 万人。而根据中国教育报刊社发布的数据,当前中国大学生人均月消费支出 945.6 元。目前,中国已成为全球第二大广告市场,年经营额突破 5 000 亿元,经营单位达到了 45 万户,从业人员已超过 200 万人。

### 1.2.2 产品市场定位

为了确定“云端”项目的目标市场,从而有效覆盖潜在用户、降低市场风险,公司面向杭州市有打印需求的场所发放了一份随机抽样调查问卷。经分析发现了下述问题。

以场所类型为标准:高校、培训机构以及各级图书馆对云打印服务的了解程度、打印频率、APP 使用接受程度等指标总体优于其他场所。

以群体类型为标准:高校大学生以及培训机构学生的免费云打印接受程度、智能手机持有率、APP 使用接受程度等指标都优于其他群体。

因此公司认为,高教园区、培训机构以及各级图书馆更适合项目的推广和落地运营。

### 1.2.3 可行性分析

#### (1)SWOT 分析

该平台的 SWOT 分析见表 1.1。

表 1.1 项目平台 SWOT 分析

优势(S)	劣势(W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 模式创新,与互联网完美结合</li> <li>• 智能终端普及率高,使用方便</li> <li>• 解决移动办公的阻碍,节约时间</li> <li>• 迎合市场需求,社会效益好</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 云打印概念新颖,需要推广</li> <li>• 数据传输中的安全性有待提高</li> <li>• 团队缺少实际公司运营经验</li> <li>• 项目无法覆盖全部目标用户</li> </ul>
机遇(O)	威胁(T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 互联网迅速发展,技术得到保障</li> <li>• 政策扶持互联网技术产业</li> <li>• 智能手机普及,电子商务发展</li> <li>• 打印市场规模大、增速快</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 传统打印店的竞争</li> <li>• 类似电子商务平台的竞争</li> <li>• 打印机的普及</li> <li>• 云打印接受程度差异大</li> </ul>

## (2) 目标人群

①价格敏感度高的学生群体。高校大学生以及培训机构学生的打印需求、对项目接受程度、智能手机持有率、APP 使用接受程度等指标都优于其他群体。

②广告主。本公司最主要的收入来源是对广告主的收费,所以广告主是我们的目标市场之一。广告是较大、较快、较广泛的信息传递媒介,能激发和诱导消费,广告能较好地介绍产品知识,以指导消费。而为了宣传自己的产品,广告主往往盲目投入很多广告,但结果是付出的与得到的不成正比。

## (3) 市场潜力

针对大学生的问卷调查显示,以某高校一名大学生为例,平均每周打印频率为 1.3 人次,每年打印次数为 60 次,一所高校在校人数约为 3 万人,那么一所高校的年打印市场规模约为 180 万人次,全国共有 2 246 所高校,那么全国高校一年的打印次数约为 404 280 万次。打印市场在高校中规模巨大,潜力无限。用户打印频率如图 1.1 所示。

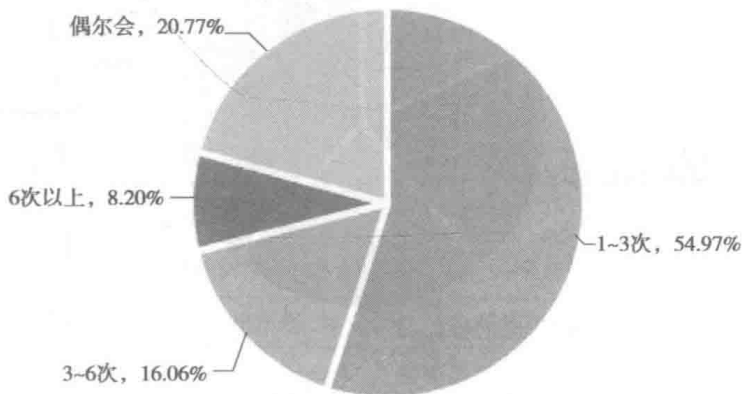


图 1.1 用户打印频率

在调查过程中,项目组发现约有 37.5%的被调查者(大学生)之前从未了解过“云打印”,54.6%的被调查者对“云打印”有一定的了解,7.9%的被调查者对“云打印”的流程很了解。而有 75.04%的被调查者有兴趣并且愿意尝试“免费云打印”,这表明将来在推广该项目时具有较好的市场基础。用户关于云打印的态度如图 1.2 所示。

本公司采用基于个人信息特征统计的针对性广告投放模式,这种广告投放模式可以精确定位客户群,增强广告的投放效果。消费者需要完成与广告相关的平台任务,才能获得免费打印的机会。通过消费者的转发分享广告链接,无形中又进行了二次宣传,以期获得更好的广告效果。

在问卷统计中,有 61.17%的广告主愿意或非常愿意和本公司合作,20.94%的广告主对于合作持无所谓态度,17.89%的广告主不愿意接受这种广告宣传。可见,本项目在广告主中有很大的市场,可吸引大批广告主。商家合作意向如图 1.3 所示。

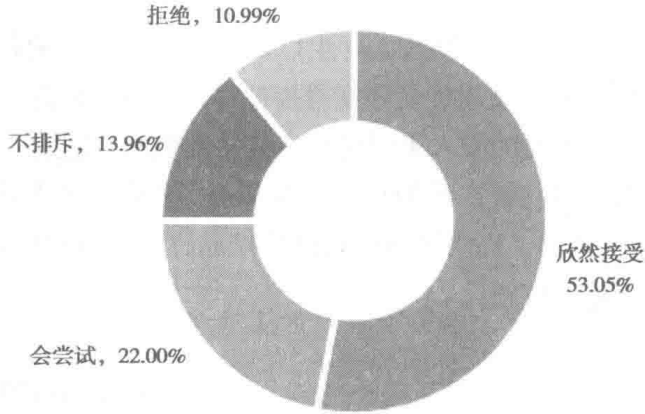


图 1.2 用户关于免费云打印的态度

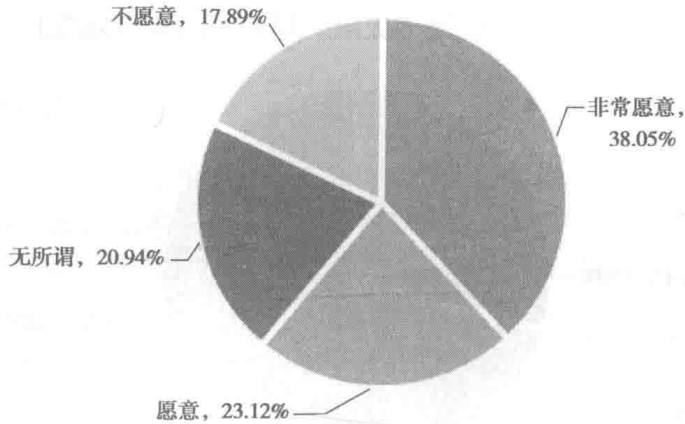


图 1.3 商家合作意向

## 1.3 服务产品及其特色

### 1.3.1 产品设计

平台设有计算机 Web 端、手机 APP 端以及线下智能终端,商家通过上传推广信息、提供商品服务、赠送消费券等方式入驻平台。本公司的“云端”平台通过用户信息以及区域信息与相应入驻商家自动匹配。

### 1.3.2 经营模式设计

本系统以“云端”手机应用平台为基础,实现面向广大用户群体的免费云打印、学习资料共享、商品兑换三大功能以及面向周边商户广告投放的服务功能。同时配以实现用户信息管理、用户反馈和资料管理、商城管理等服务功能的信息管理后台,通过对用户个人信息的差异化实现商家营销推广的精准定位。

### (1) 产品

本公司将云打印的快捷理念与免费模式相结合,设计了一套全新的基于计算机 Web 端、手机 APP 端、线下智能终端和二维码技术进行免费云打印的全新模式,以实现消费者对免费云打印的诉求以及商家对高校营销推广的需求。

### (2) 价格

#### ① 对用户收取费用。

a. 免费下载 APP:用户可在安卓与苹果商店中免费下载“云端”APP。

b. 惠购商铺:用户使用云币玩游戏获取消费券在惠购商铺消费、赠送或挂卖消费券。

#### ② 对商家收取费用。

a. 广告费:“云端”Web 端、APP 端以及线下智能终端设有固定广告位,面向商家招租,收取广告费以获盈利。

b. 信息费:将不断完善消费者行为数据库,向商家提供消费者行为信息。通过分析利用这些数据指导相关商家企业的营销行为,并获得盈利。

### (3) 渠道

渠道发展战略表见表 1.2。

表 1.2 渠道发展战略表

上游(用户)	初期目标	进入杭州所有高教园区、周边培训机构和各级图书馆
	具体措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>与高校合作</li> <li>赞助并举办校园活动与学生组织共同推广项目</li> </ul>
	中期目标	立足杭州市场,并向长江三角洲地区拓展
	具体措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>寻求与政府合作,全面拓展杭州市场</li> <li>在运营成熟的地区,建立连锁经营制度,开拓市场</li> <li>寻求与各地高校合作的机会</li> </ul>
	后期目标	市场覆盖全国多个发达城市
	具体措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善连锁经营制度,提高市场扩张速度</li> <li>寻求与当地高校合作的机会</li> <li>加大推广力度,吸引社会关注,树立良好企业形象</li> </ul>
中游(合作商家)	初期目标	争取 30% 的利润来自商家广告费和信息费
	具体措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>邀请周边商家入驻“云端”平台</li> <li>建立消费者行为数据库</li> </ul>
	中后期目标	广告费和信息费收入成为主要收入来源之一
	具体措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>不断扩大本项目的影响力和市场范围</li> <li>增加服务内容,提供更多宣传推广渠道</li> </ul>
下游(传统打印店)	初期目标	本公司将与杭州一些高校打印店达成合作协议
	中后期目标	自主创办打印相关企业及相关创新产品

#### (4) 促销

①人员促销。杭州云端印象文化传媒有限公司在运营初期由团队核心成员亲自参与市场活动,以实现项目的成功运营与有效推广。公司将对营销人员进行专业的培训,从而使推广更快速、更有力、更高效。主要的人员促销活动包括但不限于:

- a.与各大高校合作,举办免费系列活动,打造“云端”品牌新潮形象。
- b.与各培训机构合作,赠送电子资料,打造“云端”品牌亲切形象。
- c.举办展览活动,展示免费云打印流程,促进消费者对项目的理解。

②公共关系。公司将积极与媒体合作,争取相关媒体对“云端”项目的报道,加强社会对项目的关注。公司将保持和维护已经建立的良好形象。通过各类促销活动以及相关通讯报道在高校、周边培训机构和各级图书馆中保持一定的活跃度,在每一次的活动中增加公司出镜率,树立亲切的形象。基于“云端”的免费属性,公司将加强与高校的合作,从而赢得广大学生的信赖、好感与支持,以增加对企业有利的报道。

③网络营销。公司通过人人网、微博、微信、豆瓣、校园 BBS 等开展不同风格类型的网络营销,保持网络活跃度,提高网络知名度,“云端”账号在不同网络应用中都已经获得了一定的关注。

④校园 BBS。校园 BBS 用户以校园学生为主体,和校园生活联系较为紧密,话题性强,且有大量的高校学生组织用户,公司可以此与高校组织保持良好的互动。

⑤微博。微博信息发布便捷,传播速度快,影响面广。公司使用微博扩展在不同区域用户群体间的知名度,借助网络热点事件以免费为切入点制造“云端”项目话题。鉴于微博的媒体属性,公司将运用微博宣传与“云端”项目相关的各类新闻信息。

⑥微信。用户使用微信频率较高,公司使用微信为订阅用户推送免费云打印以及营销推广的相关文章,使得免费云打印意识潜移默化地深入用户。此外,分享各类与“云端”项目相关的新闻。

⑦豆瓣。公司在豆瓣建有小站、小组讨论,宣传一种免费实惠的品质生活理念,发布与这种理念相关的电影、书籍、音乐等资料,将同一理念的追求者聚集在一起,以加快信息的传递和推广,并且使其更加深入人心。

⑧高校推广。是否负有社会责任是衡量一家企业是否优秀的标准之一。惠之于众是杭州云端印象文化传媒有限公司一直致力于推进的。“云端”项目的最终目标是为广大消费者提供免费服务,这不仅是“云端”的创业,更是所有“云端人”的事业。

### 1.3.3 技术方案设计

#### (1) 计算机 Web 端

①首页。这是“云端”计算机 Web 端的首页界面,主要有以下内容:登录、注册、上传打印、微型资料库、使用帮助以及固定广告位。通过这一系列界面,主要实现用户对打印文档的上传以及对微型资料库的编辑。

②上传打印。用户单击“上传打印”,即可上传需打印的文档至后台系统,同时为保证文档的再编辑以及免费打印的透明度,本项目还在“上传打印”栏中增加了“正在上传”和

“已上传”。

③微型资料库。随着云打印服务的发展,云存储会逐渐被学生所接纳和使用,那么顺理成章,用户会在“云端”平台上管理和分享自己存储的信息。计算机 Web 端主要侧重用户对云存储资料的编辑,设有个人云和公共云(以班级或者专业为单位)以及全球云。一些“学霸”甚至可以通过分享自己的笔记或考题获得一定的奖励,产品会慢慢地从打印工具向学习管理平台靠近。在微型资料库中本公司将上传各种学习资料,如考研、雅思、托福、公务员等方面的复习考试资料。消费者通过云币可以免费下载打印,为其学习提供便利。

④个人中心。本功能致力于对用户信息的有效收集,实现用户对注册信息的修改与更正,以及实现对服务的评价与反馈。其中用户地址的管理和信息的收录能实现线下智能终端的实时监控、及时补充物料以及营销推广的准确定位。

#### (2) 手机 APP 端

“云端”APP 手机应用的接入界面主要有以下内容:我要打印、微型资料库、惠购商铺、互动小站、个人中心、微型资料库以及固定广告位信息。通过这一系列界面,可实现用户免费云打印的用户体验。实现与计算机 Web 端的功能对接,提高客户使用满意度。

#### (3) 线下智能终端

线下智能终端主体为打印一体机,设有一块带有触控功能的屏幕,主屏正下方设纸张出口,屏幕右下方为扫码口,外接有装订工具。主要提供免费打印、自助装订、交互广告、传单发放、社团信息共享以及生活服务。

### 1.3.4 组织机制设计

本公司在创业初期采取类似矩阵型的组织结构,如图 1.4 所示。

企业采用董事会下总经理负责制,下设人力资源部、市场部、技术部、行政部四大部门,分别各司其职。

### 1.3.5 财务管理设计

#### (1) 投资计划

在公司发展战略下,本公司的注册资本为 150 万元,其中内部筹资 80 万元,风险投资 40 万元,技术入股 30 万元。

#### (2) 成本来源

本平台运营成本构成除了网站建设、固定资产投入及其维护等部分外,随着网站的发展,主要成本还包括技术人员的引进和薪酬、合作商的公关费用和网站的宣传费用。

#### (3) 项目收入概述

本公司在发展初期以 Web 端、APP 端以及智能终端广告展位、引流增加的营业额为依据进行收费。

随着中后期注册用户数的上升,本公司在保留初期盈利模式的基础上,相应地推出线下营销策划以及社团经费对接等业务;根据用户行为建立数据库,利用这些数据指导相关