

贵州商学院通识教育学院文件

黔商学院通识发〔2022〕26号

贵州商学院 2022 年大学生创新创业训练 计划项目立项公示

各二级学院：

根据省教育厅办公室《关于开展 2022 年贵州省大学生创新创业训练计划立项和结题验收工作的通知》《关于公布 2022 年国家级(推荐)及省级大学生创新创业训练计划项目立项名单通知》等文件要求，学院组织了“贵州商学院 2022 年大学生创新创业训练计划项目”申报工作。

经教育厅组织评审，我校共有 68 个项目获得立项，其中，国家级项目 13 个、省级项目 28 个，校级项目 27 个，现将名单予以公布。（具体详见国家级大学生创新创业训练计划平 <http://gjcxcy.edu.cn/>，贵州省大学生创新创业训练计划平台 <http://114.220.75.43:94/>）。

请项目所在二级学院做好项目监督管理，请各指导教师加强对项目的过程指导，注重启迪和引导，确保训练计划取得实效，按期结题验收。

附件 1：贵州商学院 2022 年**国家级**大学生创新创业训练计划项目立项名单

附件 2：贵州商学院 2022 年**省级**大学生创新创业训练计划项目立项名单

附件 3：贵州商学院 2022 年**校级**大学生创新创业训练计划项目立项名单

附件 4：《贵州商学院大学生创新创业训练计划项目管理细则》

通识教育学院

2022 年 11 月 11 日

2022年贵州商学院大学生创新创业训练计划项目立项汇总表

序号	立项年份	省(区、市)	高校代码	高校名称	项目编号	项目级别	项目类别	项目名称	项目类型	项目期限	项目负责人			参与学生人数	项目其他成员信息	指导教师	
											姓名	学号	所属学院			姓名	职称
17	2022	贵州省	11731	贵州商学院	S202211731007	省级	一般项目	安全守护灯	创新训练项目	一年期	许孟豪	2021120903H0116	国际教育学院	3	张锦/2021120903H0118 王万慈 /2021120903H0139	刘桐/202110931	副教授
27	2022	贵州省	11731	贵州商学院	S2022117310235	省级	一般项目	绘美乡村	创业实践项目	一年期	林仁淞	2020120903H0205	国际教育学院	5	唐诗/20191202020140 陈旺梅 /20201209030111 王泰香 /20200203020134 申小旭 /20191305030126	杨斌/201810738	助教(高校)

2022年贵州省大学生创新创业训练计划项目汇总表

立项年份	省(区、市)	高校代码	高校名称	项目编号	项目级别	项目类别	项目名称	项目类型	项目期限	项目负责人				参与学生人数	项目其他成员信息	指导教师		支持经费(元)	
										姓名	学号	所属学院	手机			电子邮箱	姓名		职称
2022	贵州省	11731	贵州商学院	S202211731007	省级	一般项目	安全守护灯	创新训练项目	一年期	许孟豪	2021120903H0116	国际教育学院	15964122596	1953321083@qq.com	3	张锦/2021120903H0118, 王万磊/2021120903H0139	刘桐/202110931	副教授	5000
2022	贵州省	11731	贵州商学院	S2022117310235	省级	一般项目	绘美乡村	创业实践项目	一年期	林仁港	2020120903H0205	国际教育学院	15285303574	1913842640@qq.com	5	唐诗/20191202020140, 陈旺梅/20201209030111, 王宏香/20200203020134, 申小旭/20191305030126	杨斌/201810738	助教(高校)	10000
2022	贵州省	11731	贵州商学院	Y202211731042	校级	一般项目	绿色书屋	创业训练项目	一年期	杨再顺	20200203020137	国际教育学院	15885124310	2200861488@qq.com	5	朱明真/2020120903H0212, 王文雪/20200203020137, 龙卉丹/2020120903H0317, 谭晨雨/20201202010133	石金宇/201710605	助教(高校)	2000

贵州商学院2022年省级大学生创新创业训练计划项目立项名单

立项年份	省(区、市)	高校代码	高校名称	项目编号	项目级别	项目名称	项目类型	项目负责人			参与学生人数	项目其他成员信息	指导教师		经费
								姓名	学号	所属学院			姓名	职称	
2022	贵州省	11731	贵州商学院	S202211731007	省级	安全守护灯	创新训练项目	许孟豪	2021120903H0116	国际教育学院	3	张锦/2021120903H0118, 王万慈/2021120903H0139	刘桐/202110931	副教授	10000
2022	贵州省	11731	贵州商学院	S202211731023S	省级	绘美乡村	创业实践项目	林仁淦	2020120903H0205	国际教育学院	5	唐诗/20191202020140, 陈旺梅/20201209030111, 王宏香/20200203020134, 申小旭/20191305030126	杨斌/201810738	助教(高校)	10000

贵州商学院2022年校级大学生创新创业训练计划项目立项名单

立项年份	省(区、市)	高校代码	高校名称	项目编号	项目级别	项目类别	所属重点领域	项目名称	项目类型	项目期限	项目负责人			参与学生人数	项目其他成员信息	指导教师		经费
											姓名	学号	所在学院			姓名	职称	
2022	贵州省	11731	贵州商学院	Y202211731042	校级	一般项目	未知	绿色书屋	创业训练项目	一年期	杨再顺	2021120903H0117	大外部(国教院)	5	王文雪, 20200203020137 朱润真, 2020120903H0212 谭晨雨, 20201202010133 龙弈丹, 2020120903H0317	石金宇 /201710605	助教	2000

贵州省高等学校 大学生创新创业训练计划项目申报表

推荐学校：贵州商学院

项目名称：安全守护灯

项目类型： 创新训练项目
 创业训练项目
 创业实践项目

所属一级学科名称：工学

项目负责人：许孟豪

联系电话：15964122596

指导教师：刘桐

联系电话：13985125575

申报日期：2022.05.16

省教育厅 制

二〇二一年五月

项目名称		安全守护灯					
项目关键词		基于红外线雷达感应技术的警示灯					
项目所属一级学科		工学					
项目类型		(√) 创新训练项目 () 创业训练项目 () 创业实践项目					
项目实施时间		起始时间：2022 年 2 月 完成时间： 2022 年 5 月					
项目简介 (100 字以内)		为了在一定程度上降低道路交叉口路口因缺乏交通安全设施导致的交通安全事故概率，我们应用相对简单的装置，较低的出错率，较低的成本去实现这一目的。					
申请人或申请团队	主持人	姓名	年级	学号	所在院系/专业	联系电话	E-mail
		许孟豪	大一	2021120903H0116	国际教育学院会展经济与管理	15964122596	1953321083@qq.com
		张锦	大一	2021120903H0118	国际教育学院会展经济与管理	19184508663	2760375067@qq.com
	成员	王万慈	大一	2021120903H0139	国际教育学院会展经济与管理	18275447825	1735529403@qq.com
指导教师	第一指导教师	姓名	刘桐		单位	贵州商学院通识学院	
		年龄	32		专业技术职务	副教授	

	主要成果	<p>指导学生获得</p> <p>全国：</p> <p>2019年第五届中国“互联网+“大学生创新创业大赛 全国铜奖</p> <p>2019年第九届中国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 全国二等奖</p> <p>贵州省：</p> <p>2019年第五届贵州省“互联网+“大学生创新创业大赛 贵州省金奖</p> <p>2019年第九届中国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 贵州省特等奖</p> <p>2018年第四届第五届贵州省“互联网+“大学生创新创业大赛 贵州省银奖</p>
--	------	--

一、申请理由

1. 随着经济发展建设提速，道路上的车辆随之越来越多，交通事故的数量也越发频繁。尤其是在十字路口、丁字路口等容易产生视野盲区的区域发生。为降低因路口视野盲区所导致的交通事故发生率，最常见的方法是在拐角处安置凸透镜。但其方法也存在缺陷：一是凸透镜成像不清晰；二是凸透镜警示作用不明显，往往被忽视。为了在一定程度上降低道路交叉口路口因缺乏交通安全设施导致的交通安全事故概率，该项目应运而生。我们应用相对简单的装置，较低的出错率，较低的成本去实现这一目的。

2. 丰富的实践经验：项目组成员通过专业学习掌握了社会工作的专业知识，多次参加社会实践积累了丰富的实践经验。

二、项目方案

1、项目研究背景：

该项目需要用到红外线、雷达、警示灯等技术。现阶段，红外线技术可谓非常成熟。雷达技术同红外线技术也非常成熟，被应用到各种领域。各种雷达的具体用途和结构不尽相同，但基本形式是一致的，包括：发射机、发射天线、接收机、接收天线，处理部分以及显示器。还有电源设备、数据录取设备、抗干扰设备等辅助设备。警示灯一般用在维护道路安全，通常是用在警车、工程车、消防车、急救车、防范管理车、道路维修车、牵引车、紧急 A/S 车、机械设备等开发，机械、电力、机床、化工、电讯、船舶、冶金等电气控制电路中作控制信号联锁等作用。根据查阅相关资料，我国仅有极少数人对此问题做出了研究，给出了一定的解决方案，但其解决方案过于复杂，所涉及的方面非常庞大，对于真正实施存在巨大挑战。我国已研究出的解决方案如下：

①具体方法：在十字路口对立两侧分别安装两个雷达感应监测器，并且在雷达感应监测器上安装有红外线发射器元件，通过两个雷达监测系统上的红外线发射器将感应区域投影于路面上，从而形成四个区域路口的红外线感应区域，以此达到实时监测行人和车辆的效果。

②红外线雷达感应监测器主要包括装置底座、雷达感应器、收发装置和顶部的太阳能板。底座有升降控制装置调节装置的高度以适应不同地质区域的乡镇道路，内部安装有电池模板以备特殊情况下供电；雷达感应监测器为圆柱形，在雷达接受器上安装两个红外线发射器元件和相应的收发装置；在顶部安装太阳能电池板供电，同时安装警告喇叭来提醒来往行人。

③整个系统包括三个部分：数据采集传感器网络、数据处理中心和城市交通指挥控制中心。数据采集传感器网络采用车辆检测器为基本单元，将多个检测器安装在乡镇道路的关键路段和主要路口，就可实时监测通过感应区域行人和车辆的状况。各个检测器之间通过地址码进行区别，通过 5G 有线或者是无线的方式构成网络。传感器网络与数据处理中心之间通过串口通信实现数据的交换，数据处理中心的主要任务是读取前端传感器采集的数据，按照预定的算法进行处理，提取出相应的特征参数，然后通过无线收发设备传给指挥控制中心，以便其进行数据处理并且实时反馈信息给驾驶员和行人。

④数据传输技术：为了系统的方便完成，将系统的工作流程总分为两个部分——数据采集处理主程序和数据传输子程序。其中，数据采集处理主程序需要实现的功能是将前端传感器采集的数据读入片内，然后再依据相应的算法进行处理，最后将结果保存在指定的存储地址内。数据

传输子程序的功能是将实时处理的结果通过无线模块发送给移送终端。在这个传送过程中考虑到应尽量减少需要传输的数据量，同时兼顾到实际路段上的交通流的变化速率，在此处可以设为每两秒向终端发送一次数据，从而使得数据能够得到实时更新。

从以上具体实施方案来看，现有解决方案略显繁琐，故障率会略高。

2、项目研究目标及主要内容：

(1) 项目研究目标

① 前期目标：致力于十字路口或者有着较大坡度的农村道路，采取驾驶者对本产品的反馈以及评价。

② 中期目标：基于前期目标的反馈以及作出相应改善之后普及到各个农村道路及十字路口。

③ 后期目标：经过前两个阶段的积累，对于这个产品已经有着足够的了解，由此可以进入大范围针对于红绿灯无法涉及到的视线盲区的十字路口、没有相应交通措施的农村道路以及角度偏大的弯道，坡度较陡的斜坡的推广，使产品进入稳定发展阶段。

(2) 项目研究主要内容

① 市场环境研究

地处云贵高原东麓的贵州，境内山高谷深，深壑纵横，故导致了贵州半封闭的交通状况。但随着时代改革，经济的飞速发展，贵州的交通实现了跨越式的发展。但毕竟不可能所有地方都能够安装红绿灯，实现人行道，机动车道，双向车道等的有效分隔。现在随着贵州乡镇经济建设步伐的加速，汽车的保有量不断增加与交通设施不完备的矛盾也随之而来。乡镇道路交叉口视线盲区导致交通安全事故频发，不仅给出行者带来时间上的延误，而且往往造成严重的生命财产损失，所以我们的产品市场非常广阔。安全守护灯成本低廉，美观实用，迎合了大部分驾驶员对道路视线盲区的要求，其市场前景相当可观。

② 市场需求研究

截至 2021 年底，贵阳市民个人车辆拥有量 182.12 万辆，全年年末民用车辆拥有量 195.50 万辆，比上年末增长 6.8%，其中个人车辆拥有量 182.12 万辆，增长 8.8%。汽车拥有量 160.97 万辆，增长 9.2%。而在如此车辆繁多的时代里，车祸发生的概率也在逐年增长。

表 1：贵州省交通事故情况现状统计表

指标	单位	数值
交通事故发生数量	起	14711.0
交通事故死亡人数	人	3472.0
交通事故受伤人数	人	19360.0
交通事故直接财产损失	万元	11994.8

年份	指标	数量（起）
2015	交通事故发生数量	1035.0
2016	交通事故发生数量	12579.0
2017	交通事故发生数量	14711.0

从上图可以看出贵州省交通事故发生数量以及交通事故所带来的生命财产损失，随着居民生活水平的不断提高，我相信我们可以做到家家一车，而我们的项目填补了在角度偏大，具有视角盲区的交通道路市场的空白，有利于占领一定的市场。

③ 产品内容研究

1) 雷达感应人体感应

我们的雷达人体感应灵敏度高，对流散热，钢化玻璃，防水 IP65，寿命长久，节能省电，当人进入感应范围，可自动开启，人离开时可延时关闭，感应灵敏。而且它还采用进口芯片，可以让电流更稳定，寿命是其他普通灯的 10 倍。它的感应方向，投光角度可自由调节。且采用高强度防爆钢化玻璃，透光性强，不易损坏，质量与美观并存。

2) 小型频闪警示灯

它采用 LED 发光、防水防尘、不易碎、寿命长、安装便携。体积小，底

部蜂鸣口，声音巨大，105分贝声音加强版。还具有防水防尘优质抗摔耐震外壳，并且采用优质聚碳酸酯PC材质，相较市面上的AS料更抗摔，不易碎，强度高，不易老化。

3、项目创新特色概述

① 红灯示警

我们将采用红灯告知驾驶员，拐角或前方有车辆或行人。人的视网膜含有杆状和三种锥状感光细胞，三种锥状细胞则分别对红光、绿光及蓝光最敏感。由于这种视觉结构，人最容易分辨红色与绿色。虽然黄色与蓝色也容易分辨，但因为眼球对蓝光敏感的感光细胞较少，所以分辨颜色，还是以红、绿色为佳。该警示灯可根据车辆距路口的远近，从而以不同的频率闪烁，当距路口越近时，警示灯闪烁越快。

② 鸣响示意驾驶员

对于接受信息而言，听觉比视觉更快，听觉中枢位于大脑颞叶，距离耳朵近，视觉中枢位于枕叶，距离眼睛远，对简单信号的反应，例如发令枪响声和看烟雾，运动员听觉反应是0.1秒，视觉反应是0.2秒。

③ 双向交叉示警

我们的产品将采用双向交叉示警，当一方有车辆驶来或行人走来时，我们的另一方则将进行闪灯鸣响示意另一方的车辆或行人；反之亦然。

④ 采用无线网络传感器技术

无线网络传感器是当前发展起来的一项新技术。我们的产品基于无线网络传感器设计了一种集示警灯，鸣响器于一体的安全守护灯，应用于红绿灯无法涉及到的视线盲区的十字路口、没有相应交通措施的农村道路以及角度偏大的弯道，坡度较陡的斜坡。

4、项目研究技术路线

通过有针对性地在无安全设施的道路交叉口安装红外线雷达感应监测装置，能够起到有效的提醒和规范车辆及行人通行的作用，同时通行效率也得到提高。

① 为了实现这个目的，我们的究采用的技术思路为：

- 1) 构建红外线感应区域：通过架设，在道路两侧的雷达检测器发射等离子红外线投影于路面上形成感应区域；当行驶的车辆在视野盲区的红外线感应区域出现行人时，雷达监测器将接受到信息，此时灯警示光闪起，当车辆越靠近行人时的警示灯闪烁越快，以便提醒驾驶员在行驶盲区存在行人，达到减速的提示作用；同时在行人视野盲区的红外线感应区域出现车辆时，LED提示灯和雷达监测装置会以语音播报的形式提醒行人前方交叉路口即将会出现车辆，以警示行人保持安

全距离。

2) 根据路口的实际情况设置相对应的红外线雷达感应器和警示灯之间的角度，从而最大效率地提醒车辆和行人。

② 具体方法：在十字路口对立两侧分别安装两个雷达感应监测器，并且在雷达感应监测器上安装有红外线发射器元件，通过两个雷达监测系统上的红外线发射器将感应区域投影于路面上，从而形成路口的红外线感应区域，以此达到实时监测行人和车辆的效果。红外线雷达感应监测器主要包括装置底座、雷达感应器、红外线灯光装置。底座有升降控制装置调节装置的高度以适应不同地质区域的乡镇道路，在雷达接受器上安装两个红外线发射器元件和相应的收发装置；同时安装警告喇叭来提醒来往行人。

③ 设计思路：感应区域实时监测系统以雷达监测器为前端数据采集器，将采集的数据信号处理和控制在，以此来控制红外线装置，实现对感应区域的控制。通过对主要路段的汽车经过感应区域的实时车速、单位时间进入和离开某一感应区域的车辆和行人数量等信息的分析和处理，将信息转换成红外线灯光提示。驾驶员视线盲区的感应区域出现了行人等情况以便驾驶员能有足够的反应时间和减速距离。以此最大限度地避免发生交通事故的发生。

5、研究进度安排：

- ① 设想阶段，面对现存的交通问题，提出设想。
- ② 小组讨论定型，绘制草图。
- ③ 构建模型。
- ④ 建实物，投入使用。

6、项目组成员分工

我们团队有三人组成，许孟豪对项目研究背景进行了解梳理，王万慈对项目研究目标及主要内容以及项目创新特色概述进行研究分析，张锦对项目研究技术路线及研究进度安排进行统筹规划。

参考文献：

[1]水晨光,王芳,赵伟,郑杰,张启贵,张田云龙,刘雅婷. 基于红外线雷达感应监测器技术的乡镇道路交叉口预警设计[J]. 安徽建筑, 2021, 28(07):166-167.

三、学校提供条件

- ① 学校给予专门场地用于本小组研讨。
- ② 校图书馆具有丰富的实体书籍，资料覆盖范围广。
- ③ 学校指派导师对本小组进行监督，督促本小组成员在规定的时间内完成既定任务，并提出建议。

四、预期成果

完成该项目的商业计划书。

五、经费预算

- 1、调研、差旅费；
- 2、用于项目研发的元器件、软硬件测试、小型硬件购置费等；
- 3、资料购置、打印、复印、印刷等费用；
- 4、学生撰写与项目有关的论文版面费、申请专利费等。

经费支出项目名称	具体支出内容	金额（千元）	使用时间
安全守护灯	设备费	4	2022. 4. 10
安全守护灯	资料费	1	2022. 3. 21
安全守护灯	交通费	1	2022. 4. 22
安全守护灯	调研费	2	2022. 2. 26
合计		8	

六、导师推荐意见

签名:

年 月 日

七、院系推荐意见

院系负责人签名:

学院盖章:

年 月 日

八、学校推荐意见:

学校负责人签名:

学校公章

年 月 日

注: 表格栏高不够可增加。

大学生创新训练项目计划申请书

项目编号	S202211731007		
项目名称	安全守护灯		
项目负责人	许孟豪	联系电话	15964122596
所在学院	国际教育学院		
学号	2021120903H0116	专业班级	会展经济与管理 H21-1 班
指导教师	刘桐 (352642985@qq.com)		
申请日期	2022 年 5 月 30 日		
起止年月	2022 年 5 月至 2023 年 6 月		

贵州商学院

填写说明

1. 本申请书所列各项内容均须实事求是，认真填写，表达明确严谨，简明扼要。
2. 申请人可以是个人，也可为创新团队，首页只填负责人。“项目编号”一栏不填。
3. 本申请书为大 16 开本（A4），左侧装订成册。可网上下载、自行复印或加页，但格式、内容、大小均须与原件一致。
4. 负责人所在学院认真审核，经初评和答辩，签署意见后，将申请书（一式两份）报送贵州商学院项目管理办公室。

一、基本情况

项目名称	安全守护灯						
项目级别	省级						
项目类型	创新训练项目						
所属学科	学科一级门：工学 学科二级类：交通运输类						
申请金额	8000.00 元	起止年月			2022 年 5 月至 2023 年 6 月		
负责人	许孟豪	性别	男	民族		出生年月	年 月
学号	2021120903H0116	联系电话	宅： 手机： 15964122596				
指导教师	刘桐	联系电话	宅： 手机： 13985125575				
项目简介	为了在一定程度上降低道路交叉口路口因缺乏交通安全设施导致的交通安全事故概率，我们应用相对简单的装置，较低的出错率，较低的成本去实现这一目的。						
负责人曾经参与科研的情况	暂无。负责人为大一学生，下步积极参与各项科研活动。						
指导教师承担科研课题情况	<p>指导学生获得 全国： 2019 年第五届中国“互联网+”大学生创新创业大赛 全国铜奖 2019 年第九届中国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 全国二等奖</p> <p>贵州省： 2019 年第五届贵州省“互联网+”大学生创新创业大赛 贵州省金奖</p>						

	2019年第九届中国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛 贵州省特等奖 2018年第四届第五届贵州省“互联网+”大学生创新创业大赛 贵州省银奖				
指导教师对本项目的支持情况	该项目具备较好的实践性，具有较强的实践意义和社会意义，同意推荐该项目申报。				
项目 组主 要成 员	姓名	学号	专业班级	所在学院	项目中的分工
	许孟豪	2021120903H0116	会展经济与管理 H21-1班	国际教育学院	提出问题，找到解决方案
	张锦	2021120903H0118	会展经济与管理 H21=1班	国际教育学院	查阅相关资料
	王万慈	2021120903H0139	会展经济与管理 H21=1班	国际教育学院	撰写材料

二、 立项依据（可加页）

<p>（一）研究目的</p> <p>随着经济发展建设提速，道路上的车辆随之越来越多，交通事故的数量也越发频繁。尤其是在十字路口、丁字路口等容易产生视野盲区的区域发生。为降低因路口视野盲区所导致的交通事故发生率，最常见的方法是在拐角处安置凸透镜。但其方法也存在缺陷：一是凸透镜成像不清晰；二是凸透镜警示作用不明显，往往被忽视。为了在一定程度上降低道路交叉口路口因缺乏交通安全设施导致的交通安全事故概率，该项目应运而生。我们应用相对简单的装置，较低的出错率，较低的成本去实现这一目的。</p> <p>（二）研究内容</p> <p>1) 雷达感应人体感应</p> <p>我们的雷达人体感应灵敏度高，对流散热，钢化玻璃，防水 IP65，寿命长</p>

久，节能省电，当人进入感应范围，可自动开启，人离开时可延时关闭，感应灵敏。而且它还采用进口芯片，可以让电流更稳定，寿命是其他普通灯的 10 倍。它的感应方向，投光角度可自由调节。且采用高强度防爆钢化玻璃，透光性强，不易损坏，质量与美观并存。

2) 小型频闪警示灯

它采用 LED 发光、防水防尘、不易碎、寿命长、安装便携。体积小，底部蜂鸣口，声音巨大，105 分贝声音加强版。还具有防水防尘优质抗摔耐震外壳，并且采用优质聚碳酸酯 PC 材质，相较市面上的 AS 料更抗摔，不易碎，强度高，不易老化。

(三) 国、内外研究现状和发展动态

我国已研究出的解决方案如下：

①具体方法：在十字路口对立两侧分别安装两个雷达感应监测器，并且在雷达感应监测器上安装有红外线发射器元件，通过两个雷达监测系统上的红外线发射器将感应区域投影于路面上，从而形成四个区域路口的红外线感应区域，以此达到实时监测行人和车辆的效果。

②红外线雷达感应监测器主要包括装置底座、雷达感应器、收发装置和顶部的太阳能板。底座有升降控制装置调节装置的高度以适应不同地质区域的乡镇道路，内部安装有电池模板以备特殊情况下供电；雷达感应监测器为圆柱形，在雷达接受器上安装两个红外线发射器元件和相应的收发装置；在顶部安装太阳能电池板供电，同时安装警告喇叭来提醒来往行人。

③整个系统包括三个部分：数据采集传感器网络、数据处理中心和城市交通指挥控制中心。数据采集传感器网络采用车辆检测器为基本单元，将多个检测器安装在乡镇道路的关键路段和主要路口，就可实时监测通过感应区域行人和车辆的状况。各个检测器之间通过地址码进行区别，通过 5G 有线或者是无线的方式构成网络。传感器网络与数据处理中心之间通过串口通信实现数据的交换，数据处理中心的主要任务是读取

前端传感器采集的数据，按照预定的算法进行处理，提取出相应的特征参数，然后通过无线收发设备传给指挥控制中心，以便其进行数据处理并且实时反馈信息给驾驶员和行人。

④数据传输技术：为了系统的方便完成，将系统的工作流程总分为两个部分——数据采集处理主程序和数据传输子程序。其中，数据采集处理主程序需要实现的功能是将前端传感器采集的数据读入片内，然后再依据相应的算法进行处理，最后将结果保存在指定的存储地址内。数据传输子程序的功能是将实时处理的结果通过无线模块发送给移送终端。在这个传送过程中考虑到应尽量减少需要传输的数据量，同时兼顾到实际路段上的交通流的变化速率，在此处可以设为每两秒向终端发送一次数据，从而使得数据能够得到实时更新。

从以上具体实施方案来看，现有解决方案略显繁琐，故障率会略高。

（四）创新点与项目特色

① 红灯示警

我们将采用红灯告知驾驶员，拐角或前方有车辆或行人。人的视网膜含有杆状和三种锥状感光细胞，三种锥状细胞则分别对红光、绿光及蓝光最敏感。由于这种视觉结构，人最容易分辨红色与绿色。虽然黄色与蓝色也容易分辨，但因为眼球对蓝光敏感的感光细胞较少，所以分辨颜色，还是以红、绿色为佳。该警示灯可根据车辆距路口的远近，从而以不同的频率闪烁，当距路口越近时，警示灯闪烁越快。

② 鸣响示意驾驶员

对于接受信息而言，听觉比视觉更快，听觉中枢位于大脑颞叶，距离耳朵近，视觉中枢位于枕叶，距离眼睛远，对简单信号的反应，例如发令枪响声和看烟雾，运动员听觉反应是 0.1 秒，视觉反应是 0.2 秒。

③ 双向交叉示警

我们的产品将采用双向交叉示警，当一方有车辆驶来或行人走来时，我们

的另一方则将进行闪灯鸣响示意另一方的车辆或行人；反之亦然。

④ 采用无线网络传感器技术

无线网络传感器是当前发展起来的一项新技术。我们的产品基于无线网络传感器设计了一种集示警灯，鸣响器于一体的安全守护灯，应用于红绿灯无法涉及到的视线盲区的十字路口、没有相应交通措施的农村道路以及角度偏大的弯道，坡度较陡的斜坡。

（五）技术路线、拟解决的问题及预期成果

通过有针对性地在无安全设施的道路交叉口安装红外线雷达感应监测装置，能够起到有效的提醒和规范车辆及行人通行的作用，同时通行效率也得到提高。

① 为了实现这个目的，我们的究采用的技术思路为：

- 1) 构建红外线感应区域：通过架设，在道路两侧的雷达检测器发射等离子红外线投影于路面上形成感应区域；当行驶的车辆在视野盲区的红外线感应区域出现行人时，雷达监测器将接受到信息，此时灯警示光闪起，当车辆越靠近行人时的警示灯闪烁越快，以便提醒驾驶员在行驶盲区存在行人，达到减速的提示作用；同时在行人视野盲区的红外线感应区域出现车辆时，LED提示灯和雷达监测装置会以语音播报的形式提醒行人前方交叉路口即将会出现车辆，以警示行人保持安全距离。
- 2) 根据路口的实际情况设置相对应的红外线雷达感应器和警示灯之间的角度，从而最大效率地提醒车辆和行人。

② 具体方法：在十字路口对立两侧分别安装两个雷达感应监测器，并且在雷达感应监测器上安装有红外线发射器元件，通过两个雷达监测系统上的红外线发射器将感应区域投影于路面上，从而形成路口的红外线感应区域，以此达到实时监测行人和车辆的效果。红外线雷达感应监测器主要包括装置底座、雷达感应器、红外线灯光装置。底座有升降控制装置调节装置的高度以适应不同地质区域的乡镇道路，在雷达接受器上安装两个红

外线发射器元件和相应的收发装置；同时安装警告喇叭来提醒来往行人。

③ 设计思路：感应区域实时监测系统以雷达监测器为前端数据采集器，将采集的数据信号处理和控制在，以此来控制红外线装置，实现对感应区域的控制。通过对主要路段的汽车经过感应区域的实时车速、单位时间进入和离开某一感应区域的车辆和行人数量等信息的分析和处理，将信息转换成红外线灯光提示。驾驶员视线盲区的感应区域出现了行人等情况以便驾驶员能有足够的反应时间和减速距离。以此最大限度地避免发生交通事故的发生。

预期成果：完成该项目的商业计划书。

（六）项目研究进度安排

1. 设想阶段，面对现存的交通问题，提出设想。
2. 小组讨论定型，绘制草图。
3. 构建模型。
4. 建实物，投入使用

（七）已有基础

1. 与本项目有关的研究积累和已取得的成绩

1. 红外线雷达感应监测器：主要包括装置底座、雷达感应器、收发装置和顶部的太阳能板。底座有升降控制装置调节装置的高度以适应不同地质区域的乡镇道路，内部安装有电池模板以备特殊情况下供电；雷达感应监测器为圆柱形，在雷达接受器上安装两个红外线发射器元件和相应的收发装置；在

顶部安装太阳能电池板供电，同时安装警告喇叭来提醒来往行人。

2. 数据采集传感器网络、数据处理中心和城市交通指挥控制中心。
3. 数据传输技术：数据采集处理主程序和数据传输子程序。

2. 已具备的条件，尚缺少条件及解决方法

已具备的条件：该项目需要用到红外线、雷达、警示灯等技术。现阶段，红外线技术可谓非常成熟。雷达技术同红外线技术也非常成熟，被应用到各种领域。各种雷达的具体用途和结构不尽相同，但基本形式是一致的，包括：发射机、发射天线、接收机、接收天线，处理部分以及显示器。还有电源设备、数据录取设备、抗干扰设备等辅助设备。警示灯一般用在维护道路安全，通常是用在警车、工程车、消防车、急救车、防范管理车、道路维修车、牵引车、紧急 A/S 车、机械设备等开发，机械、电力、机床、化工、电讯、船舶、冶金等电气控制电路中作控制信号联锁等作用。

尚缺少的条件：雷达扫描及警示灯灵敏度不足。

解决方法：寻求专业人士的帮助，提高雷达扫描及警示灯的灵敏度。

三、 经费预算

开支科目	预算经费 (元)	主要用途	阶段下达经费计划 (元)	
			前半阶段	后半阶段
预算经费总额	8000.00	业务费、仪器设备购置费、材料费等	2800.00	5200.00
1. 业务费	3000.00	调研、差旅等费用	1400.00	1600.00
(1) 计算、分析、测试费	2000.00	相关专业领域的花费	800.00	1200.00
(2) 能源动力费	0.00	无	0.00	0.00
(3) 会议、差旅费	1000.00	调研途中所花费的路费、住宿费	600.00	400.00
(4) 文献检索费	0.00	无	0.00	0.00
(5) 论文出版费	0.00	无	0.00	0.00
2. 仪器设备购置费	4000.00	购买相关传感器及灯具	1000.00	3000.00
3. 实验装置试制费	0.00	无	0.00	0.00
4. 材料费	1000.00	相关资料的查阅及打印	400.00	600.00
学校批准经费	2500.00			

四、 指导教师意见

该项目具备一定的实践性，具有一定的实践意义和社会意义，同意推荐该项目申报。

导师（签章）：

年 月 日

五、 院系大学生创新创业训练计划专家组意见

专家组组长（签章）：

年 月 日

六、 学校大学生创新创业训练计划专家组意见

负责人（签章）：

年 月 日

七、 大学生创新创业训练计划领导小组审批意见

导师（签章）：

年 月 日

大学生创业实践项目计划申请书

项目编号	S202211731023S		
项目名称	绘美乡村		
项目负责人	林仁淞	联系电话	15285303574
所在学院	国际教育学院		
学号	2020120903H0205	专业班级	会展经济与管理 H20-2 班
指导教师	杨斌(284178507@qq.com)		
企业导师			
申请日期	2022 年 6 月 02 日		
起止年月	2022 年 5 月至 2023 年 6 月		

贵州商学院

填写说明

1. 本申请书所列各项内容均须实事求是，认真填写，表达明确严谨，简明扼要。
2. 申请人可以是个人，也可为创新团队，首页只填负责人。“项目编号”一栏不填。
3. 本申请书为大 16 开本（A4），左侧装订成册。可网上下载、自行复印或加页，但格式、内容、大小均须与原件一致。
4. 负责人所在学院认真审核，经初评和答辩，签署意见后，将申请书（一式两份）报送贵州商学院项目管理办公室。

一、基本情况

项目名称	绘美乡村						
项目级别	省级						
项目类型	创业实践项目						
所属学科	学科一级门： 艺术学 学科二级类： 设计学类						
申请金额	15000.00 元	起止年月			2022 年 5 月至 2023 年 6 月		
负责人	林仁淞	性别	男	民族		出生年月	2000 年 03 月
学号	2020120903H0205	联系电话	宅： 手机： 15285303574				
指导教师	杨斌	联系电话	宅： 手机： 18585053493				
项目简介	“绘美乡村”项目，在乡村开展公益服务，免费设计墙绘，从高校招募志愿者进行墙绘制作，在重点运行“绘美乡村”项目的同时，工作室内部承接其他项目工程，重点围绕城乡规划、墙绘设计、室内设计等。						
负责人曾经参与科研的情况	2020-2021 学年获得第十七届“挑战杯”贵州省红色专项赛三等奖（省级）、2021 年第七届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛校赛三等奖（校级）。						
指导教师承担科研课题情况	1. 2018 年参加央视春晚贵州分会场演出表现突出荣获省委办公厅先进个人表彰； 2. 2018 年荣获中国（贵州）庆祝改革 开放 40 周年暨首届高						

	<p>校师生摄影大赛优秀奖；</p> <p>3. 2018 年荣获贵州省第三届学生“学宪法讲宪法”活动高校辩论赛优秀指导教师称号；</p> <p>4. 2019 年参加贵州省委团、省政府春节团拜会演出；</p> <p>5. 2019 年荣获第十三届“多彩校园·闪亮青春”全省大学生校园文化活动月先进个人；</p> <p>6. 2019 年荣获全省“我和我的祖国”微视频大赛二等奖；</p> <p>7. 2019 年荣获全省“我和我的祖国”快闪视频大赛三等奖，在全国及省内比赛中获得政府奖奖项共计 7 项；</p> <p>8. 2018 年教学工作中指导学生参加省级，国家级比赛获得等次奖总共 4 项；</p> <p>9. 2018 年指导学生荣获贵州省大学生暑期三下乡社会实践优秀团队；10. 2018 年指导学生荣获贵州省“庆祝改革开放 40 周年“歌曲、舞蹈（原创）大赛作词作曲奖；</p> <p>11. 2019 年指导学生荣获贵州省悦动新声音校园十佳歌手全省 20 强优秀奖；</p> <p>12. 2019 年指导学生荣获全省“我和我的祖国”微视频大赛二等奖；13. 2021 年指导学生荣获第十七届“挑战杯”贵州省大学生课外学术课外学术作品竞赛中荣获三等奖 2 个；</p>
指导教师对本项目的支持情况	提供设计支持以及课题分析专业指导
企业导师担任的职务及科	无

研情况					
企业导师对本项目的支持情况		无			
项目 组主 要成 员	姓名	学号	专业班级	所在学院	项目中的分工
	林仁淞	2020120903H0205	会展经济与管理 H20-2班	国际教育学院	合伙人、展会布置
	唐诗	20191202020140	市场营销 19-1班	管理学院	合伙人、市场分析
	陈旺梅	20201209030111	会展经济与管理 20-1班	旅游管理学院	合伙人、策划
	王宏香	20200203020134	金融工程 20-1班	经济与金融学院	合伙人、财务分析
	申小旭	20191305030126	环境设计 19-1班	文化与艺术传媒学院	负责人、技术支持

二、 立项依据（可加页）

<p>（一）实体运行机构名称或公司注册名称</p> <p>绘生活</p> <p>（二）项目背景</p> <p>为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大、十九届二中、三中、四中、五中全会精神，特别是其中关于乡村振兴战略的重要指示精神，积极落实相关文件要求，引领广大青年志愿者、新兴青年群体在乡村振兴战略实施中发挥青春力量，进一步弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，聚焦实施脱贫攻坚到</p>

乡村振兴战略，用专业去奉献乡村、用实践去改造乡村，开展青年“共护诗画万丈墙，同筑百年乡村梦”绘美乡村墙绘志愿服务行动。

（三）创业计划书主要内容

项目背景

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大、十九届二中、三中、四中、五中全会精神，特别是其中关于乡村振兴战略的重要指示精神，积极落实相关文件要求，引领广大青年志愿者、新兴青年群体在乡村振兴战略实施中发挥青春力量，进一步弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，聚焦实施脱贫攻坚到乡村振兴战略，用专业去奉献乡村、用实践去改造乡村，开展青年“共护诗画万丈墙，同筑百年乡村梦”绘美乡村墙绘志愿服务行动。

市场分析

墙体彩绘在现代空间中的装饰作用越来越大，许多用户会将其作为空间装饰设计中的重要选择，通过绘制工艺的发展和革新，墙体彩绘将会达到艺术性和经济性的平衡，从而进一步打开装饰市场，为更多的消费人群所接受。2014年中国墙绘行业完工面积约2200万平方米，到2018年增长到了3650万平方米。

痛点分析

1、乡村墙绘传播持久性差，前期经济效益不明显

乡村墙绘的传播具有很强的地区性，作品保护难度大。农村文化建设滞后，精神文明建设也存在一些突出问题，传统陋习根深蒂固，一些村民文化素质低下，部分乡村对墙绘的认识不足，重视不够，工作结合不到位。

2、乡村振兴文化旅游结构问题有待解决、建设投入资金不足

贵州省的文化旅游项目虽然经过一段时间的发展后已经具有相当的规模，也在中国市场小有名气，形成了个别有规模的文化旅游点，但是由于贵州具有市场竞争力的文化推力企业较少，创新也不足，文旅融合的发展受到极大的限制。

3、墙绘创作缺乏乡村“原创性”

我国多数的乡村墙绘作品中，存在内容无营养、时效性差、同质性等问题，缺乏原创性与创新性，缺少具有独立思维的作者，在主题内容与展现形式上存在对国外墙绘作品不同程度的模仿与抄袭。

商业模式

1、“绘美乡村”项目模式

采用“公益+学校+企业+政府”进行运转，首先采用“公益+学校”结合，依托于高校美术设计专业特点，在高校内打造“绘美乡村”项目组为高校对接帮扶点进行墙绘设计，同时对项目志愿者提供专业的培训，结合乡镇特点打造“网红乡村打卡点”；通过“公益+政

府”结合，通过高校对点项目服务与政府达成良好合作意向，为绘美乡村项目提供源源不断的工作室项目场地，以及部分物资支持。采用“公益+企业”融合，通过公益事业运营条件将社会资本引入到志愿公益当中，其次通过与材料供销商形成供货关系，利用公益项目、工作室工程项目带动供销商的货品达成企业合作。通过绘美乡村项目组将企业引入乡村打造乡村文化产业助力乡村振兴，取得互利共赢的效果。

2、工作室商业版图：

在重点运行“绘美乡村”项目的同时，工作室内部承接其他项目工程，重点围绕城乡规划、墙绘设计、室内设计等。通过“绘美乡村”项目组对工作室进行宣传，通过与政府构建良好的合作方式获取更多项目资源以达到工作室内部造血功能，从而反哺“绘美乡村”项目。

运营模式

“绘?生活”工作室的“绘美乡村”项目，在乡村开展公益服务，免费设计墙绘，从高校招募志愿者进行墙绘制作，通过政府提供志愿者培养基金、车费、住宿、餐食、补贴（培养基金用于志愿者业务技能培训）。我们工作室进行精心指导。墙绘的材料须从工作室进行购买，质量保证，价格为市场价百分之九十。

商业业务的开展的价格根据客户的需求进行定价，普通图案的价格 100 元起/平方，复杂图案的价格 300 元起/平方，根据市场价格进

行波动。

财务分析

预计资本的前期投资：前期由团队投资 25 万元，联合创始人投资 10 万，申请天使投资 15 万元，共计前期资金 50 万元。根据同类软件发布的财务数据以及软件运营所需的费用估算；运营阶段的成本主要包括员工培训、员工工资、材料采购费用、启动资金、基本设施、广告宣传费等。

风险分析

1、市场需求的预测是否准确

准确的经验数据、科学合理的预算方法、和专业的市场调研是预测市场需求的前提，但工作室成立时间较短，或许会存在前期预算不准的情况，而导致库存材料积压，垫付资金过高，影响项目后期的利润水平。

2、团队成员沟通和协作风险

工作室各成员沟通不良会直接影响到项目的进展情况，团队成员可能在技术、产品需求、项目发展方向上存在差异，导致团队的沟通和协作出现问题，进而影响工作效率。

3、融资风险

项目在创办的初期可能会遇到融资难的问题。融资的运行问题能直接影响到项目能否合理运行，因融资本身导致资本增值缩小甚至减

值，则会形成财务风险。

企业介绍

“绘?生活工作室”采用“工作室合伙人+志愿者”的组织模式，“合伙人”为常驻核心成员，内部实行矩阵式组织结构，人员同时担任常规职能工作与特定项目的协同工作。在保证机构正常运转的同时，团队还以单个或系列项目形式，对外招募具有绘画功底的志愿者工作人员开展项目，由合伙人进行统筹管理。

（四）行业及市场前景

市场分析

（一）目标市场定位

当下，文化传播的形式越来越丰富，随着自媒体、网络的崛起与普及，传统的文化传播方式受到极大的打击。然而，有一种文化传播方式在乡村却有无法替代的作用，这种方式就是乡村墙绘。今天的人们生活在数字时代，文化传播的媒介渗入了人们的衣食住行，与人们的日常生活紧密联系；乡村墙绘是新时代文化的标志性产物，既有主流文化的特征，又有亚文化的属性，已经冲破“工具”的枷锁，拥有更加丰富的意义。通过墙绘来装饰街区，不仅能增添街区的色彩，还能改善街区的环境缺陷、开拓环境空间。墙绘艺术具有即时性、流行性等特点，而且创造成本低、过程简捷，正因如此，墙绘逐渐成为装饰城市的新潮流。如今，这股流行之风蔓延至农村，墙绘代替了以往大型建筑物上壁画中的地位成为了新宠。当下，乡村墙绘不再仅仅是乡村建筑

物的附属物、政策与信息的传播工具，同时也是输出优秀乡村文化的载物，是建设“美丽乡村”、带动乡村经济发展、推动乡风文明发展的“利器”。

（二）市场规模分析

1、行业市场规模

墙体彩绘在现代空间中的装饰作用越来越大，许多用户会将其作为空间装饰设计中的重要选择，通过绘制工艺的发展和革新，墙体彩绘将会达到艺术性和经济性的平衡，从而进一步打开装饰市场，为更多的消费人群所接受。2014年中国墙绘行业完工面积约2200万平方米，到2018年增长到了3650万平方米。

1、竞争对手分析

墙绘流行初期，市场需求巨大，优秀成型画师团队供不应求，一时间墙绘市场鱼龙混杂。行业整体绘画水平被降低，人们对墙绘产生了不好的印象，随着近几年的市场调整，真正有功底，有能力，能够绘制各种高难度墙绘作品的成型墙绘团队被认可，市场逐步走上成熟与正轨，很多技艺不过关的画师逐渐被市场淘汰。而随着而来的就是高技术，高优质的绘画团队不断占据着墙绘市场份额，要想在现阶段进入墙绘行业，并且能有一席之地，就要从技术、市场、管理等方面严格把控，且还需跟随时代发展脚步，接受时间考验，才也许有发展空间。

目前为止，贵州地区的墙绘机构并不多，比如现在做得比较好：飞鱼墙艺、恒绘彩绘、龙腾竣兴装饰等机构，这些机构在贵州市场口碑还

算不错，占据着一定的消费市场。但是很多机构的创立时间都不是很长，基本上都是近几年创立，市场消费者也不是很稳定，这对于我们“绘美乡村”项目进入贵州墙绘市场有一定潜在进入能力。

（三）宏观环境分析（PESTEL）

1、政治分析

（1）乡村面貌改善

中央印发的照片墙行业发展十四五规划纲要明确要求到 2021 年照片墙行业将增加 23%，各地方出台了地方政策，提高照片墙行业渗透率。2020 年照片墙行业市场享受政策红利，国务院政府工作报告指出照片墙行业将会有利于提高民众生活质量。把乡村建设摆在社会主义现代化建设的重要位置，优化生产生活生态空间，持续改善村容村貌和人居环境，建设美丽宜居乡村。

（2）乡村文化建设

中央一号文件中提出乡村振兴战略五大目标之一——文化振兴。旨在繁荣兴盛农村文化，焕发乡风文明新气象。千百年来，乡村文化凝聚着乡土之美、人文之美。加强农村思想道德建设和公共文化建设，培育文明乡风、良好家风、淳朴民风。中国人民大学农业与农村发展学院教授孔祥智表示，目前我国乡土性特征已经发生变化，乡村社会的实体结构及乡土文化呈现新趋势，构成了中国乡村社会的后乡土性特

征。

2、经济分析

当今中国最火爆的内需市场，非地产建筑行业莫属。据权威机构统计：中国用于建筑装饰行业的资金高达 1 万亿元，而且每年仍在以接近 20% 的速度增长。而家装市场产值每年超过 3000 亿元，增长速度接近 30%。若加上宾馆、酒店、写字楼等其它各类装修，总产值近 5000 亿元。可见，伴随着经济的高速发展，21 世纪的中国建筑装饰产业已经进入了一个空前繁荣的时代。

按照《中国人均住房的发展规划》的要求，2020 年城镇人均占有住宅应达到 32 平方米，也就是说 2020 年的城镇住宅竣工面积将达到 140 亿平方米。加上当前存量住宅 11 亿平方米进入维修期，以及写字楼、商铺、酒店及老房改造装修等，建筑装饰市场规模将继续扩大。而建筑的主体就是墙面，按建筑面积的 3.5 倍计算（顶棚+四面墙-门窗），墙体面积总量达到近两千亿平方米，墙面装饰具有广阔的市场前景，发展潜力难以估量。

照片墙行持续的火热需求和资本好使得照片墙行业发展长期向好。下游行业交易规模增长，为照片墙行业提供充足的发展动力。2020 年居民均可支配收入 4403 元，同比增长 4.7%，居民消费水平的提高为照片墙行业市场发展提供经济基础。

2018 年国内墙绘行业市场规模 68.62 亿元，其中，住宅项目 4.12 亿元；商业项目 25.11 亿元；政府及公共工程项目 39.39 亿元。1、社会

分析

(1) 墙绘带动乡村旅游经济

随着乡村振兴战略的全面实施，墙绘的现实意义和重要价值正在被重新认识。墙绘担负宣传使命，在创新中不断发展。早期的中国乡村，墙绘依托其公共性、视觉冲击力等担负着宣传国家政策的重要使命。很长一个时期，乡村墙体基本被大字覆盖，除了标语口号，还有一些广告语，很难说得上美感。如今的乡村，墙绘的宣传使命仍在延续，而且在创新中取得了不错的发展。国画、漫画、3D立体画的广泛运用，写实、写意等不同风格的争鸣，使乡村墙绘不再是单调宣教，而是多彩传播，人们在潜移默化中学习国家政策，又在审美享受中进行自我消化。比如各地围绕中国共产党成立 100 周年、社会主义核心价值观等内容开展主题创作，绘制“党史宣传墙”“政策明白墙”“文明新风墙”等，在群众中得到了积极反馈。

墙绘助力乡村“美容”，让乡村有颜值更有气质。公共艺术的使命应满足并服务于公众的审美需要和功能需求，强调与公共空间环境及公众生活的融合，且在艺术创作过程中应注重公众的参与意识。在美丽乡村建设过程中，墙绘艺术的“美容”功能不应被忽视。公共艺术没有特定风格、流派和形式，主要目标是改善生活环境，满足群众的精神文化需求。比如实行“一墙一文化，一村一风景”的构思，根据当地民俗、传统文明、产业特色等绘制“荔下乘凉墙”“鼓贺丰收墙”“传统文化墙”等具有一定的借鉴意义。村容村貌焕然一新，文化底蕴、艺术气息被激活，真正让乡村实现了有颜值更有气质。

墙绘添彩乡村旅游，带动村民增收致富。近年来，乡村旅游逐渐成为乡村振兴的重要手段。为了吸引更多游客，一些村镇在墙绘上也下足了功夫。通过打造“彩虹村”“油画村”“画虎村”“动漫村”“壁画村”等，完善配套设施，营造主题乐园、主题公园氛围，把村庄改造成“网红打卡地”，一些贫困村甚至通过墙绘的华丽转身实现了脱贫致富。乡村环境的改善不仅能够满足当地老百姓的精神文化需求，还会吸引周边及外地游客的到来，进而吸引人才回归或进驻，吸引商业投资等，最终通过乡村旅游带动村民增收致富，使得乡村在发展中更有底气。

(2) 墙绘助力乡村文化传承

墙绘有助于乡村传统文化、红色文化的传承。在广西平果市果化镇，一些村庄打造同心文化广场，通过墙绘讲述少数民族知识，展示56个民族的传统文化内涵和民族风情，展示中华民族一家亲等内容，宣传民族政策、传承民族文化，深刻表达各民族之间紧密团结、守望相助、民族大融合的美好景象。在屈原故里湖北秭归，一些乡村不仅绘有巨幅屈原像，还以墙体打造文化长廊，通过墙绘讲述屈原作品和背后故事。在井冈山等革命老区，以墙绘形式、红色内容“武装”村庄的做法也让游客眼前一亮。墙绘艺术的开放性，为公共空间的装饰，重要观念的表达提供了路径，也为文化传承、文化自信的提高添了彩。

4、科技分析

科技赋能、大数据、人工智能、云计算、5G等逐步从1、2线城市发展到3、4线城市，实现照片墙行业科技体验的普及化。照片墙行业引入ERP、OA等系统，优化信息化管理施工环节，提高了照片墙行业

效率。

对于乡村规划阶段，相比较传统的彩绘技术引入了电脑技术（CAD 绘图），改变了原始的徒手工艺打型，改进了颜料配置方式和工序，提高了效率，缩短了施工工期，保证画面质量，延长了画面附着时间。

5、环境分析

（1）践行绿水青山就是金山银山

2018 年 7 月 7 日，习近平总书记在致生态文明贵阳国际论坛 2018 年年会的贺信中讲到，生态文明建设关乎人类未来，建设绿色家园是各国人民的共同梦想。国际社会需要加强合作、共同努力，构建尊崇自然、绿色发展的生态体系，推动实现全球可持续发展。中国高度重视生态环境保护，秉持绿水青山就是金山银山的理念，倡导人与自然和谐共生，坚持走绿色发展和可持续发展之路。我们愿同国际社会一道，全面落实 2030 年可持续发展议程，共同建设一个清洁美丽的世界。

（2）墙绘颜料向环保转变

目前越来越多的人关注墙绘颜料是否对人体健康有危害作用，消费者更加倾向于无毒无害的墙绘颜料。而我们团队在墙绘所使用的施工材料是丙烯颜料，丙烯颜料是一种环保材料，丙烯颜料的成分有人工合成的聚合颜料，主要成分是丙烯树脂，丙烯颜料是没有毒的。丙烯颜料具有抗氧化强、不褪色、画面不反光、颜色色彩饱满鲜艳等多种优点，消费者完全可以打消对于丙烯颜料有没有毒的顾虑。

(3) 墙绘艺术逐渐生活化

随着人们生活水平和审美水平的提高,物质极大丰富的现代社会人类更加重视人类自身的价值、生存环境与发展空间,现代人每天都生活在不同的空间中,他希望在所生活的环境里能够感到舒适便捷,这个观点成为现代人生活理念。墙体彩绘艺术最大限度的满足人的视觉需要,创造了商业场所、娱乐场所空间的视觉奇迹,不仅大大提升商户的品味和档次,也为吸引客流、促进销售起到了重要作用。越来越多的酒店宾馆、酒吧、K T V、餐饮场所、幼儿园、购物中心、商场、体育馆、写字楼、文化步行街、时尚店铺,采用了极具创意和视觉冲击的墙体彩绘,成为一道道独特的商业风景。

墙绘工作室是来自街头的涂鸦艺术,近几年,很多外国的街头艺术家也把这一艺术搬到了日常的生活中。不同的就是它脱去了狂野的外衣,变得更加家居化,适合各类人群来装扮自己的居室。墙画是人文风格的体现。手绘墙画在都市渐热,它主要是根据主人的爱好和兴趣,服从于家居的整体设计风格,在自家墙上绘出各种图案来装饰居家。

6、法律环境

1990年9月7日第七届全国人民代表大会常务委员会第十五次会议通过,根据2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》第一次修正,根据2010年2月26日第十一届全国人民代表大会常务委员会第十三次会议《关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》第二

次修正，根据 2020 年 11 月 11 日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十三次会议《关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》第三次修正。

第一条 为保护文学、艺术和科学作品作者的著作权，以及与著作权有关的权益，鼓励有益于社会主义精神文明、物质文明建设的作品的创作和传播，促进社会主义文化和科学事业的发展与繁荣，根据宪法制定本法。

第二条 中国公民、法人或者非法人组织的作品，不论是否发表，依照本法享有著作权。外国人、无国籍人的作品根据其作者所属国或者经常居住地国同中国签订的协议或者共同参加的国际条约享有的著作权，受本法保护。外国人、无国籍人的作品首先在中国境内出版的，依照本法享有著作权。

未与中国签订协议或者共同参加国际条约的国家的作者以及无国籍人的作品首次在中国参加的国际条约的成员国出版的，或者在成员国和非成员国同时出版的，受本法保护。

第三条 本法所称的作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以一定形式表现的智力成果，包括：

（一）文字作品；

（二）口述作品；

(三) 音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品；

(四) 美术、建筑作品；

(五) 摄影作品；

(六) 视听作品；

(七) 工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品；

(八) 计算机软件；

(九) 符合作品特征的其他智力成果。

第四条 著作权人和与著作权有关的权利人行使权利，不得违反宪法和法律，不得损害公共利益。国家对作品的出版、传播依法进行监督管理。

(五) 技术或商业模式

商业模式

（一）项目定位

围绕乡村振兴、社会主义新农村建设、农耕文化、乡村风景等题材，以弘扬美丽乡村文化为目标，用村民喜闻乐见、通俗易懂的农家画的形式对乡韵乡情进行描绘展现，助力高质量完成农村人居环境整治任务，共建美丽乡村，以文化助力乡村产业经济发展。

采用“公益+学校+企业+政府”进行运转，首先采用“公益+学校”结合，依托于高校美术设计专业特点，在高校内打造“绘美乡村”项目组为高校对接帮扶点进行墙绘设计，向高校内美术学、环境设计、视觉设计等专业招募志愿者保证绘制人员专业配置同时对项目志愿者提供专业的培训，结合乡镇特点打造“网红乡村打卡点”。以此项目在对本工作室进行宣传，打造工作室品牌效应，提高工作室知名度，为高校公益项目成员提供实践岗位及就业岗位。

通过“公益+政府”结合，通过“绘美乡村”项目，在乡村开展公益服务，免费设计墙绘，由政府提供志愿者培养基金、车费、住宿、餐食、补贴（培养基金用于志愿者业务技能培训）。通过对点项目服务与政府达成良好合作意向，为绘美乡村项目提供源源不断的工作室项目场地，以及部分物资支持。

采用“公益+企业”融合，通过公益事业运营条件将社会资本引入

到志愿公益当中，其次通过与材料供销商形成供货关系，利用公益项目、工作室工程项目带动供销商的货品达成企业合作。整合企业内部的采购体系，统一向供应商采购，实现批量采购获取折扣。同时通过绘美乡村项目组将企业引入乡村打造乡村文化产业助力乡村振兴，取得互利共赢的效果。

（二）工作室商业版图

在重点运行“绘美乡村”项目的同时，工作室内部承接其他项目工程，重点围绕城乡规划、墙绘设计、室内设计等。通过“绘美乡村”项目组对工作室进行宣传，通过与政府构建良好的合作方式获取更多项目资源以达到工作室内部造血功能，从而反哺“绘美乡村”项目。（三）价值模式

1、目标群体

2020年12月，习近平总书记在中央农村工作会议上强调，民族要复兴，乡村必振兴。脱贫攻坚取得胜利后，要全面推进乡村振兴，这是“三农”工作重心的历史性转移。实施乡村振兴战略是建设美丽中国的关键举措。乡村是生态涵养的主体区，生态是乡村最大的发展优势。乡村振兴，生态宜居是关键。实施乡村振兴战略，统筹山水林田湖草系统治理，加快推行乡村绿色发展方式，加强农村人居环境整治，有利于构建人与自然和谐共生的乡村发展新格局，实现百姓富、生态美的统一。乡村振兴，乡风文明是保障。实施乡村振兴战略，深入挖掘农耕文化蕴含的优秀思想观念、人文精神、道德规范，结合时

代要求在保护传承的基础上创造性转化、创新性发展，有利于在新时代焕发出乡风文明的新气象，进一步丰富和传承中华优秀传统文化。

本项目的主体目标群体是地方村镇，围绕乡村振兴及乡村文化进行墙绘项目设计以及乡村生态环境规划；次要目标群体是城区以及企业，进行公共空间设计、园林景观设计、城区规划等；一般目标群体是个体户进行室内空间设计、软装设计、墙面设计等。**2、目标市场**

本工作室的目标市场为政府及个体用户，以政府为中心、个体用户为半径进行市场覆盖。

随着经济发展，普通大众装饰艺术需求意识得到提高，商业与住宅墙绘装饰消费被普遍接受。我国旅游业、会展业、餐饮业等现代服务业也得到了快速的发展，涉外酒店、会展中心、剧院等基础设施进入了大规模建设时期，这些公共建筑工程的建设和使用，不仅扩大了墙绘行业的市场需求规模，而且对墙绘的质量、档次提出了更高的要求，不断推动墙绘行业的整体水平向更高层次发展。此外，政府部门对于城市公共艺术投资规模增长，将带来墙绘需求。

城市形象建设转向精细化，将逐渐推动城市建筑外墙的美观需求，近几年公共建筑领域的墙绘逐渐增加，施工场地围挡墙绘已经成为主流，预计未来随着城镇化持续进行，人民对美好生活的向往凸显，建筑与房地产行业对墙绘的需求将持续增长，推动行业市场规模的不断扩大。墙体彩绘在现代空间中的装饰作用越来越大，许多用户

会将其作为空间装饰设计中的重要选择，通过绘制工艺的发展和革新，墙体彩绘将会达到艺术性和经济性的平衡，从而进一步打开装饰市场，为更多的消费人群所接受。（四）资源模式

1、核心资源

乡村振兴战略是 2017 年 10 月 18 中共十九大作出的重大决策部署，是决战全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务，是新时代“三农”工作的总抓手。而“绘美乡村”是在积极响应国家乡村振兴战略布局中孕育而生的。

目前，本团队已经在贵州商学院设立专门的公益项目组“绘美乡村”，通过高校实践团队已经完成与贵州金沙、惠水等地。同时通过该校公益项目组与贵州团省委达成了项目合作关系，在团省委的鼎力支持下成功取得安顺镇宁等地区的墙绘项目工程。与此同时也同贵州亚南文化艺术有限公司达成了项目合作，为牛场布依族乡红锦小学进行了墙面的绘制。

2、相关业务

本项目主要围绕乡村振兴开展墙绘项目，同时为乡村打造文化产业链“特色文创产品”，利用工作室搭建文创项目PC端平台进行售卖农村土特产、文创产品等，同时可进行相关旅游业务的订购。通过高校志

愿团队提供勤工俭学岗位，促进高校毕业生就业率。

(六) 创业过程、机会与商业分析

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大、十九届二中、三中、四中、五中全会精神，特别是其中关于乡村振兴战略的重要指示精神，积极落实相关文件要求，引领广大青年志愿者、新兴青年群体在乡村振兴战略实施中发挥青春力量，进一步弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，聚焦实施脱贫攻坚到乡村振兴战略，用专业去奉献乡村、用实践去改造乡村，开展青年“共护诗画万丈墙，同筑百年乡村梦”绘美乡村墙绘志愿服务行动。

项目起源于我校 2019 年 8 月暑期三下乡青春心向党，建功新时代“美丽中国”实践团，志愿者们通过在当地干部的带领下，针对“美丽中国”、“美丽乡村”建设的调研，结合当地资源利用、问卷开展调研，对当地居民，村干部及相关人员进行访谈，了解当地具体情况，针对脱贫攻坚等时代政策，开展一丝不苟、精益求精的墙绘志愿活动。2021 年前往好花红村，进行暑期社会实践活动前，与当地村支书交流当地情况得知村里文化广场的墙绘已经有出现掉色、被小朋友乱涂乱画的情况。实践队绘画小组以“乡村振兴”、“民族团结”为主题，设计相关的墙绘图案。前往文化广场墙绘的位置对原有墙面进行修补改善，让原本失去光彩的墙面又重新展现出一道生机。过程

中，村民们对同学们的扎实专业技能和敬业精神给予了高度认可。村民们积极支持同学们活动，搬来桌椅板凳，送来热水，大人和孩子纷纷围观绘画活动，称赞贵州商学院学子的好作风和大学生的高水平，丰富多彩的主题墙绘志愿活动不仅美化了环境，提升了乡村文化品质，丰富了社区宣传教育内涵。

（七）创业团队组建

“绘?生活工作室”采用“工作室合伙人+志愿者”的组织模式，“合伙人”为常驻核心成员，内部实行矩阵式组织结构，人员同时担任常规职能工作与特定项目的协同工作。在保证机构正常运转的同时，团队还以单个或系列项目形式，对外招募具有绘画功底志愿者工作人员开展项目，由合伙人进行统筹管理。

（八）管理模式

“绘?生活”工作室的“绘美乡村”项目，在乡村开展公益服务，免费设计墙绘，从高校招募志愿者进行墙绘制作，通过政府提供志愿者培养基金、车费、住宿、餐食、补贴（培养基金用于志愿者业务技能培训）。我们工作室进行精心指导。墙绘的材料须从工作室进行购买，质量保证，价格为市场价百分之九十。

商业业务的开展的价格根据客户的需求进行定价，普通图案的价格100元起/平方，复杂图案的价格300元起/平方，根据市场价格进行波动。

（九）创业投融资计划

1. 融资需求：

（1）第一轮融资金额：50 万

（2）第二轮融资金额：20 万

（十）企业成长预测

本项目前期以贵州省 10 个县（自治州）为主要目标市场，用 3 年时间推广到贵州所有的县（自治州），再用 4-5 年时间在巩固贵州省市场的情况下，分别先后打开云南、四川、广西等市场。

（十一）风险防范

（一）经营风险分析

1. 绘画材料及墙绘质量是否可靠

许多“行画”的画师甚至只经过简单培训便上岗，采取的是量化生产的模式。“为压缩成本，许多“行画”除雇佣低廉的画师外，在用料方面也是精打细算，尽量使用低价劣质的画布和颜料。”低劣的化学添加剂含有大量苯和挥发性有机有害气体等物质，对人体健康十分有害，也直接影响到墙绘的总体效果，缩短墙绘寿命。

风险管理计划：

(1) 严格把控绘画材料品控。所有画材送到工作室前都需经过质量安全检测，并出示检测报告，未通过质检的画材将不被本工作室使用，如若出现商品质量问题，本工作室将根据事先签订的协议保留向供货渠道追责的权利。

(2) 由学校向工作室推荐绘画基本功扎实且有墙绘经验的学生。

2. 画材供应是否有保障

受包括疫情、供应商信用、资金不足、物流运输障碍等多种因素的影响，工作室可能会出现材料供应不足的问题。

风险管理计划：

(1) 本团队成员因提前对市场信息进行调研和分析，对有需求的城镇进行园林规划及各大酒店、饭店等场所进行室内墙面设计，从而获得资金来源，使工作室平稳运行。

(2) 得到政府支持，由政府提供实施场地及物质上的帮助。

(3) 本项目将与多家材料经销商签订战略合作协议，如青竹画材、米娅画材等，以保障充足的材料源，避免出现因一家公司违约而影响商品交付的风险。

3. 市场需求的预测是否准确

准确的经验数据、科学合理的预算方法、和专业的市场调研是预测市场需求的前提，但工作室成立时间较短，或许会存在前期预算不准的情况，而导致库存材料积压，垫付资金过高，影响项目后期的利润

水平。

风险管理计划：

(1) 加强市场调研，深入了解客户个人需求，以及大众需求的走向，弥补历史经验不足的缺陷。

(2) 前期实行“帮买帮画”制，客户需在工作室购买材料，然后对应客户需求进行材料配套然后免费绘画，用低价给到好品质，有效解决库存问题。

4. 团队风险分析

(1) 团队成员沟通和协作风险

工作室各成员沟通不良会直接影响到项目的进展情况，团队成员可能在技术、产品需求、项目发展方向上存在差异，导致团队的沟通和协作出现问题，进而影响工作效率。

风险管理计划：项目进度的质量和关键在于，团队成员应齐心协力为项目目标服务，并科学有效的管理。工作室在成立初期规范好工作室性质、使命、经营宗旨、经营业务范围等。

也可通过团建的方式培养团员间的合作能力和沟通技巧，建立公益组织文化，倡导团建互助的工作尚风。

(2) 管理层风险分析

项目管理层工作经验较为缺乏，市场的洞察能力有限及不足，导致一定的偏差。管理层所拟定的方案和决策会在项目运转中出现问题，还可能导致管理效率低下，信息传递不畅的问题。

风险管理计划：

项目者应听取团员意见，整合出较优方案，利用自身专业特点充

分发挥才干，尝试自身优势，提高管理水平。完善内部组织结构，用分权方式来提高工作效率，灵活应对市场变化，保障信息的可靠性与传递的通畅性。

（二）财务风险分析

1. 融资风险

项目在创办的初期可能会遇到融资难的问题。融资的运行问题能直接影响到项目能否合理运行，因融资本身导致资本增值缩小甚至减值，则会形成财务风险。负债融资可能会让资金利润小于贷款利润，当运行状况良好时，项目资本报酬率高于举债利率。如果经营状况不好，这笔利息也得由项目负责。

风险管理计划：

本项目属于公益类别项目，在成立初期将不涉及债务融资，而是采用战略合作的方式获取战略合作公益组织的天使投资。后期项目经营稳赢后将考虑多种融资渠道，构建科学的资本结构。

2. 现金流风险

若项目的现金净流出现问题，可能导致项目生产经营陷入困境、收益下降，同时资金链的断裂会使项目无法正常履约，导致项目形象和信誉遭受严重损失，最终陷入财务困境，甚至可能出现破产危机。

风险管理计划：

持有流动性较高的资产，在项目成立初期暂时采用紧缩的信用政

策，以保障充裕现金流。严格控制资本支出，减少不必要的开支，节约成本，定期监测各类财务比率的变化，及时发现并

处理可能出现的财务问题。

（十二）预期效益分析

随着公司未来五年的发展与投入，期间费用与收入的预测，根据未来五年净利润预测将投资回报率逐步预算，得到以下未来五年的销售收入、利润，资产投资回报率统计表。

1、项目生产预算费用

平台运营托管费（机位费+日常维护费）每年 0.5 万元，员工薪酬（公司管理层及技术人员 8 人：人均工资 1500 元/月招聘在校大学生普通职工 5 名，每人 1000 元/月，职工薪酬年总计：26.4 万元。注：从第二年起，其他员工按照市场需求比例依次增加，即未来四年起公司职工薪酬年总计分别为：26.4 万元、62.4 万元、104.4 万元、164.4 万元、236.4 万元）。

在市场推广费用方面，主要采取快手、抖音、小红书、豆瓣、微信公众号网络宣传等线上推广，海报、传单等进行线下推广，费用均为贵阳市市场进行。公司前三年将每半年定期在试点高校（任选两个）办一次线下推广展会，预计每个展会经费 1000 元，其他物资 1200 元，即每年活动经

费总计分别为： $(1000 \text{ 元} + 1200 \text{ 元}) \times 2 \times 2 \text{ 个高校} = 8800 \text{ 元}$ 。

工作室人工接送车辆，前三年不准备接送车队，第四年期开始成立项目车队，准备购买 1 辆五菱荣光作为项目车辆（1.5L 手动 加长基本版 国 VI），1 辆长城风骏皮卡车作为材料运输车辆（2021 款 手动 汽油 2.4MT 四驱进取型 平槽货箱）。五菱宏光价格为 60000 元，元；长城风骏皮卡价格为 78800 元，即购买费用为 138800 元；。每辆五菱荣光的排耗量为 9L/百公里，预计一辆项目车一天行驶 150km，两个月使用二十次，即物流配送油费年总计： $9\text{L}/\text{百公里} \times 1.5 \text{ 百公里}/\text{天} \times 12 \text{ 月} \times 20 \text{ 天} \times 1 \text{ 辆} \times 8.9 \text{ 元}/\text{L} = 28836 \text{ 元}$ ，两辆长城风骏 5 排量为 2.4L/百千米，预计一辆车一天行驶 150km，则为 7689.6 元；共计：36525.6 元。公司合伙人均为在校大学生，创业前三年公司办公地、电费均由学校黔青梦工场提供。国家鼓励大学生创业，在创业初期 1-3 年免除相关税费。

2、项目生产预算收入

（1）材料代销

绘画材料代销，按照盈利 13%进行提成。按照实地调研情况统计，平均大型绘画材料市场每年成本为 80 万，按照平台代销数量预计为其 60%进行计算，每年通过平台收益为 48 万，其中平台收取 6.24 万，第一年按照贵阳聚文轩美术画材大型批发部计算，每年平台收入为 6.24 万。第二年开始扩大到贵阳两个区市场，增加到两个商铺，则平台收入为 12.48 万，第三年将打通贵阳市三家商铺市场，则平台收入为 18.72 万，第四年市场将扩

大到贵阳市的四个商铺，则收入为 24.96 万，第五年市场将扩大到贵阳市的五个商铺，则收入为 31.20 万。

(2) 平台自营

第一年于高校建立平台为高校美术生提供画材，同时为项目提供画材。每个学校按照 600 个消费者，三天为一个周期计算，其中一个月平均消费十次，在每一个消费者消费情况下获得收益 2 元/人，则一个月为 $600*2*10*2=24000$ 元，一年按照八个月计算，则每年的收入为： $600*2*10*2*8=192000$ 元。

校内团队按照公益项目计算，每个项目材料 10000 元计算，一个项目收益 6000 元，按照一年 6 个项目结算，则每年收入为：36000 元。（公益项目，不含人工费）

商业项目，按照 500 元/平方米计算（免除设计费），材料按照 60 元/20L 计算，1200 平方米/20L，一个项目最少使用 10 种颜色，白色按照双份计算。则每个项目所需费用按照 1200 平方米进行计算： $1200*500+60*12=600720$ 元，每年按照 4 个项目结算收益： $4*600720=2402880$ 元。

共计每年收入： $36000+192000+2402880=2630880$ 元后期扩大消费市场，则未来五年平台自营收入分别为 263 万、376.8 万、544.0 万、740.0 万、955.2 万。

三、 经费预算

开支科目	预算经费（元）	主要用途	阶段下达经费计划（元）	
			前半阶段	后半阶段
预算经费总额	15000.00	差旅费、材料费	8000.00	7000.00
1. 业务费	5000.00	无	3000.00	2000.00
(1) 能源动力费	0.00	无	0.00	0.00
(2) 会议费	0.00	无	0.00	0.00
(3) 差旅费	5000.00	前往目的地绘画	3000.00	2000.00
(4) 文献检索费	0.00	无	0.00	0.00
(5) 论文出版费	0.00	无	0.00	0.00
2. 仪器设备购置费	0.00	无	0.00	0.00
3. 材料费	10000.00	绘画画材支出	5000.00	5000.00
4. 企业注册金	0.00	无	0.00	0.00
学校批准经费	5000.00			

四、 指导教师意见

同意立项	导师（签章）： 年 月 日
------	------------------

五、 企业导师意见

<p>导师（签章）： 年 月 日</p>

六、 院系大学生创新创业训练计划专家组意见

<p>专家组组长（签章）： 年 月 日</p>

七、 学校大学生创新创业训练计划专家组意见

<p>负责人（签章）： 年 月 日</p>

八、 大学生创新创业训练计划领导小组审批意见

导师（签章）：

年 月 日

大学生创业训练项目计划申请书

项目编号	_____		
项目名称	绿色书屋		
项目负责人	杨再顺	联系电话	15885124310
所在学院	国际教育学院		
学号	20200203020137	专业班级	会展经济员管理 H21-1 班
指导教师	石金宇 (375057117@qq.com)		
企业导师	_____		
申请日期	2022 年 5 月 30 日		
起止年月	2022 年 5 月至 2023 年 6 月		

贵州商学院

填写说明

1. 本申请书所列各项内容均须实事求是，认真填写，表达明确严谨，简明扼要。
2. 申请人可以是个人，也可为创新团队，首页只填负责人。“项目编号”一栏不填。
3. 本申请书为大 16 开本（A4），左侧装订成册。可网上下载、自行复印或加页，但格式、内容、大小均须与原件一致。
4. 负责人所在学院认真审核，经初评和答辩，签署意见后，将申请书（一式两份）报送贵州商学院项目管理办公室。

一、基本情况

项目名称	绿色书屋						
项目级别							
项目类型	创业训练项目						
所属学科	学科一级门： 管理学 学科二级类： 旅游管理类						
申请金额	2000.00 元		起止年月		2022 年 5 月至 2023 年 6 月		
负责人	杨再顺	性别		民族		出生年月	年 月
学号	20200203020137	联系电话	宅： 手机： 15885124310				
指导教师	石金字	联系电话	宅： 手机： 15085938766				
项目简介	绿色书屋以“绿色发展战略”为主题，实现资源的高效利用，节约资源、该项目发展理念符合目前国家“保护环境，绿色发展”的倡导，有利于把环保理念融入到日常校园生活当中去。旧书无法收纳，堆积在宿舍占据了大量的空间，这是校园中一部分同学的苦恼。本项目旨在帮助校园中有买卖旧书苦恼的同学。						
负责人曾经参与科研的情况	无						
指导教师承担科研课题情况	主持 2021 贵州商院校级教改课题“新商科人才培养目标下的中外合作办学项目课程思政研究”						
指导教师对本项目的支持情况	项目申报材料撰写指导；联系相关技术服务和顾问；提供其他协助。						

企业导师担任的职务及科研情况		无			
企业导师对本项目的支持情况		无			
项目 组主 要成 员	姓名	学号	专业班级	所在学院	项目中的分工
	杨再顺	20200203020137	会展经济员 管理 H21-1 班	国际教育学 院	负责人员的管理与分工
	朱润真	2020120903H0212	会展经济员 管理 H20-2 班	国际教育学 院	负责财务分析和市场流 动数据分析
	王文雪	20200203020137	金融工程 20-1 班	经济与金融 学院	负责市场调研与撰写报 告
	龙弈丹	2020120903H0317	会展经济员 管理 H20-2 班	国际教育学 院	负责平台搭建
	谭晨雨	20201202010133	工商管理 20-1 班	管理学院	负责平台的维护与完善

二、 立项依据（可加页）

（一）行业及市场前景

旧书无法收纳，堆积在寝室占据了大量的空间；想买书但又不想苦等物流，这是校园中一部分同学的苦恼。本项目旨在帮助校园中有买卖旧书苦恼的同学，让你轻松交易没烦恼。本平台将以校园交易为中心，兼顾同区域跨校交易，以帮助同学们达到最快交易的需求。

本平台业务主要分为两种。第一，为同学们提供一个二手书交易平

台，而且本平台会认真分析各类书籍的实际情况，从质量、定价等多各方面来保证平台内书籍的流通质量。第二，本平台接受各行各业慈善人士的赠书行为，不论是什么身份，只要您有意捐赠，本平台都会接受。若有需求，可将书籍明码标价售出，所得皆捐赠予慈善组织；若无需求，本平台会将所剩余书籍同意捐赠给慈善机构，将书籍带给更多喜欢阅读的人。

本平台立志成为同学们读书学习的小帮手。我们将为二手书交易提供一个稳定可靠的环境，支持同学们在阅读这条道路上能够发光发热。同时，也为慈善公益活动给予了很大的帮助和支持。

高校教学教材、参考书、考研材料等相关书籍价格比较高，学生购买时要花费较高费用，这对于学生来说是一笔较大的开支，尤其会给家庭困难的学生造成很大的经济压力，鉴于二手书的可利用性，我们希望通过组建发展我校二手书市场交流平台，这将是一个很好的项目。对于高校的教科书的改动一般都有限，大部分教材知识要点基本不变，同时与之相对应的参考书、考研资料（除政治外）变动也相对较小。二手书完全可以进行回收再利用，以此来节约成本。特别是目前每年大学生毕业后，都会有大量书籍需要处理，一般处理方法通过收废品处理掉，只有极少部分卖出去。况且，大学阶段的教育是一种广博的通才教育，需要学习各个方面的知识，这样就会用到很多教材，而大部分的教材也就是在最初学习的时候需用，然后就被闲置。这样以来，很多教科书还是可以进行重复利用，二手书教材的来源可以说是很广泛的。与此同时，每年都有很多学生修读二专业的课程，上课时就需要一本课本，通过绿色书屋这个平台，双方的利益都能得到满足，因此绿色书屋市场前景好。

（二）创新点与项目特色

和传统的销售方式相比，我们的项目销售平台采用（c2B2c）模式，涉及的群体更多，其次销售方式更加新颖，不仅仅局限于店内销售，通过网络平台节省了大量的租金，可利用更多的资金用于平台的维护以及业务的延伸，其次通过二手书籍的再利用，有效降低了高碳能源的消耗和温室气体的排放。有利于环境保护，响应低碳生活，书籍的循环利用提高了纸张的利用率，节约了社会资源，延长了书籍的使用寿命，但也没有降低阅读体验。一本闲置书籍经二手书交易平台出售，可以将学生手中的闲置资源变现，并投入到想要的新书中，实现了闲置书籍的再利用和使用价值的再次体现，把一本书的价值发挥到了最大。本平台面向的群体主要是在校大学生，而对在校大学生来说，经济状况应该是差距不大，因为大多经济来源都是通过父母家庭所提供的，少部分同学通过兼职等渠道赚取生活费。

（三）生产或运营

首先我们将在对社会进行大量的调研考查，在得到大量的社会调研资料之后，我们会根据用户的实际需求来进行我们的平台搭建，本平台将以学校为中心，兼顾同区域跨校交易。前期平台将会对经手书籍进行质量检测、定价评估、联系买家，为同学们的书藉交易提供保障，进行前期的宣传。（无偿）中后期平台将进行购书，增加库存；提高服务质量，优化顾客体验。为更好的开展后续活动，平台将开始收取部分费用以供平台运营。质量战略是实施品牌战略的关键、核心，质量是产品的生命，严格的质量管理是开拓、保持、发展名牌的首要条件，因此我们在提供二手书籍的时候就必要保证我们书籍的质量，再回收二手书籍的时候要有一定的把控。其次，市场战略是实施名牌战略的根本，实施市场战略一定要树立市场导向观念。从二手书籍的出租到出借都必须牢牢扣住市场变化这一主题，最大程度地满足学生的需求。

（四）投融资方案

相对于目前市场上同类的竞争对手，我们项目也根据它们各自的优点与缺点进行分析，找出他们所占据市场的薄弱部分进行深度开发。从而让

自己的产品能够在当今大环境中有一席之地。

闲鱼：闲鱼作为中国二手市场中的巨头行业，目前占据了二手市场的不少部分，它的优点是 APP 使用较为简单，上手容易。闲鱼还有一个最为明显的特点，那就是它拥有很大的用户流量，有阿里的信用体系作为参考，提供的相关功能相对完善。但他也有一个缺点，就是它的流通率太低，有点类似第二个淘宝，管理不到位，与淘宝内部互联互通的能力不强，口碑目前不是很好。

转转：转转作为一个综合类的二手网站，它具有分类齐全，模式多样，支持拍卖、免费领取、自营业务等很多实用功能，在二手软件里面算是功能比较强大使用的一款 App。但它也有一个很大的缺点，就是它不支持社交功能，这一块做的不是很好。

拍拍：拍拍是京东旗下的一款二手交易网站，它延续了京东的一贯作风，注重产品质量，严格把关，并把服务售后做的很优秀。拍拍支持二手商品无条件退换，并且他有充足的商品来源，可以快捷的完成二手商品与买家的交易，并将二手商品再以更高的价格卖出去。但它的宣传工作做的并不是很好，客户来源大部分都是京东分流出来的。此外，它的社交系统也并不是很好，大部分商品下面缺少购买反馈，从而导致买家无法判断商品的好坏。因此，我们项目打算将中心放在二手市场中需求较大的二手书市场中来。目前二手书市场并没有一个可以对市场做到大部分掌控的产品。因此我们项目的可行性以及发展性很高。我们的项目将会结合目前二手网站的优点，我们会对产品的质量进行严格把控，对二手书进行检查，确保质量过关后才进行销售。除此之外，我们也会加大对产品社交方面的开发，例如其他二手产品缺少的社区，好友，商品评论等进行开发和研

究。并且，我们还会结合书籍知识的流动性，可传递性来举办各种各样的线下线上活动来促进买家卖家的交流沟通，促进商品的流动。并且，我们还会开展公益性的项目来进行产品的拓展，打造以书籍为核心的一系列项目，例如读书分享，乡村读书会等。

（五）管理模式

第一阶段（初期）：2022年6月-8月

- （1）构建网络交换信息平台。
- （2）对这一平台进行宣传，提高平台知名度，打开市场。
- （3）小规模地收购急需出手的卖家手中的二手书。
- （4）收集二手书籍以及买卖双方的基本信息。

第二阶段（中期）：2022年8月-2023年2月

- （1）对网络信息平台的功能进一步进行开发（筛选，购物车等功能）。
- （2）通过各种传媒手段，进一步扩大该平台在学校内的知名度。
- （3）扩大收购规模，收购卖家手中急需出手的二手书，并将信息上传至交易平台。
- （4）助力公益事业。将捐赠来的图书与校内爱心公益社团合作，共同助力书籍爱心

传递。

第三阶段（后期）：2023年2月-6月

（1）构建二手书籍的仓储存放场地，并对已经收购来的书籍进行分类整理储藏。

（2）进一步扩大二手书的收购规模，扩大交易平台的书籍信息量，便于卖家有更多的选择。

（3）将每一本书籍的盈利按比例捐赠给校内爱心公益社团，助力公益事业。

6、项目组成员分工

杨再顺：负责人员管理和项目的运行

朱润真：负责财务分析和市场流动数据分析

王文雪：负责项目市场调研与撰写报告

龙弈丹，谭晨雨：负责平台搭建与定期维护完善

（六）风险预测及应对措施

在起步阶段可能遇到技术性难题？

在起步阶段我们会邀请学校内相关专业的老师作为指导老师，老师将

会提供技术性支持以供团队成员学习。此外，本项目本质上是一个二手书交易网站，且针对范围仅为在校学生，因此开发较为轻松，具有很高的研发成功率。

缺少卖方或买方，平台无流动性，名存实亡？

在项目初期，我们会联系学校的一些部门共同举办活动，同时宣传公益思想，鼓励学生进行公益事业。从而吸引一部分学生关注本项目，从而为项目提供基本的客户。

买方担心二手书的质量问题，从而造成名誉损失？

在每一次交易之前，我们都会对本次交易的书籍质量进行评估监测，只有书籍质量超过一定的标准之后会在平台上进行认证，证明此书质量过关。对于书籍有瑕疵或某地方有污渍破损情况的，我们也会对其进行标注。（详情请见 6.2 二手书质量相关）

书籍处理方式少，导致书籍堆积？

初期我们会加强宣传工作，保证书籍销售渠道充足，需求量高。当度过亏损期后，我们的书籍还会用在之后的项目推展中。例如：书籍收藏，书籍捐赠，投入“文竹小镇”的建设等。

交易安全性怎么保证？

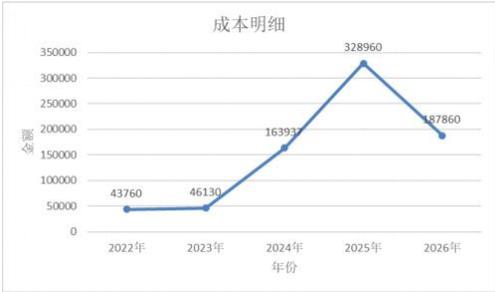
我们会在我们的系统中开设买家与卖家申诉通道，买家或卖家可以在

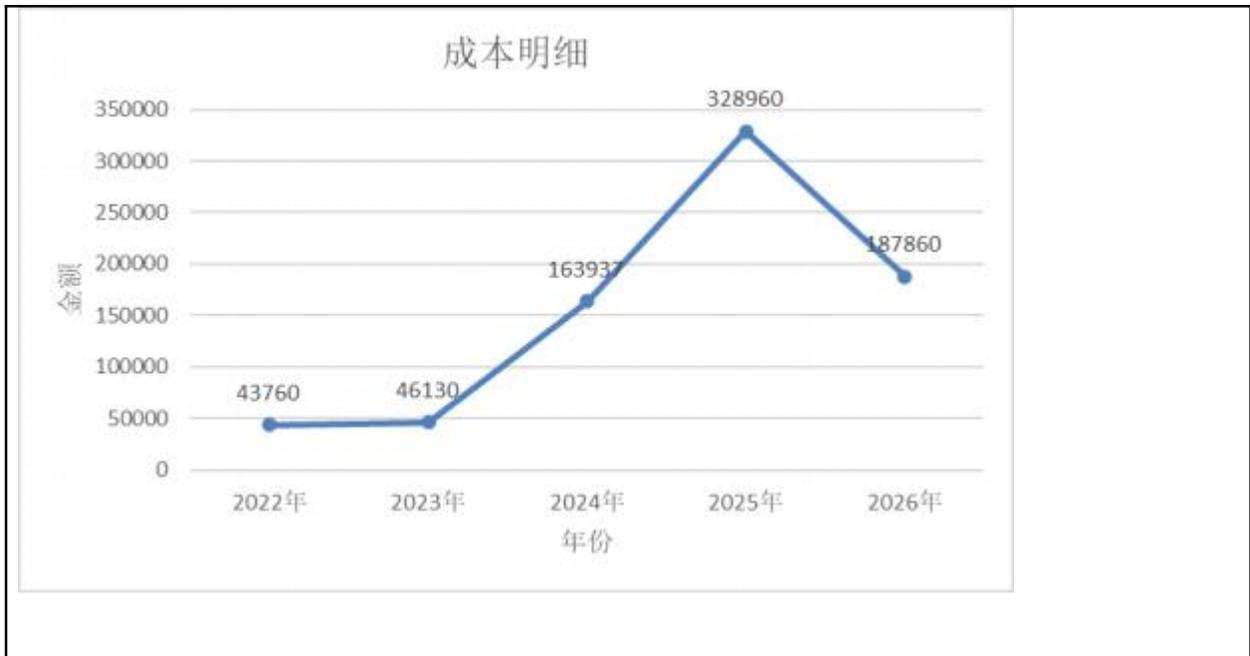
一定时间内进行申诉，我们的工作人员会根据一定的评判标准来判别属于哪一边的责任并进行追责。并且若由我方发出的书籍买方若有不满意的地方，我们还会有无条件退款等服务来保证买方的良好购物体验。

初期人员不足风险？

在项目初期，我们会先立足于学校然后逐步进行扩张，我们的内部工作人员（包括快递服务，客服服务，网站维护服务等）会从学校相关专业进行招募，并请相关专业人员进行一定的培训。在项目规模扩大以后，我们会逐渐引进专业人才来提高服务品质，提高团队实力。

(七) 效益预测





三、 经费预算

开支科目	预算经费 (元)	主要用途	阶段下达经费计划 (元)	
			前半阶段	后半阶段
预算经费总额	2000.00	实地调研考察，打印资料，调查用户需求，网站，app，公众号设计	950.00	1050.00
1. 业务费	400.00	会议相关材料，项目实地调研考察，调查用户需求	150.00	250.00
(1) 能源动力费	0.00	无	0.00	0.00
(2) 会议费	100.00	会议相关材料	50.00	50.00
(3) 差旅费	300.00	项目实地调研考察，调查用户需求	100.00	200.00
(4) 文献检索费	0.00	无	0.00	0.00
(5) 论文出	0.00	无	0.00	0.00

开支科目	预算经费 (元)	主要用途	阶段下达经费计划 (元)	
			前半阶段	后半阶段
版费				
2. 仪器设备 购置费	400.00	项目相关平台的搭建	200.00	200.00
3. 材料费	1200.00	大量考研数据材料, 构建相关模型材料	600.00	600.00
学校批准经 费				

四、 指导教师意见

<p>同意申报</p> <p style="text-align: right; margin-top: 100px;">导师（签章）： 年 月 日</p>
--

五、 企业导师意见

<p style="text-align: right; margin-top: 100px;">导师（签章）： 年 月 日</p>
--

六、 院系大学生创新创业训练计划专家组意见

<p style="text-align: right;">专家组组长（签章）： 年 月 日</p>
--

七、 学校大学生创新创业训练计划专家组意见

<p style="text-align: right;">负责人（签章）： 年 月 日</p>
--

八、 大学生创新创业训练计划领导小组审批意见

<p style="text-align: right;">导师（签章）： 年 月 日</p>



绘美乡村项目计划书

助力乡村振兴 打造美好家园

*

目录

Table of Contents

一、项目背景	7
二、市场分析	21
三、痛点分析	33
四、商业模式	43
五、运营模式	52
六、财务分析	65
七、风险分析	75
八、企业介绍	80

*

执行总结

项目背景

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大、十九届二中、三中、四中、五中全会精神，特别是其中关于乡村振兴战略的重要指示精神，积极落实相关文件要求，引领广大青年志愿者、新兴青年群体在乡村振兴战略实施中发挥青春力量，进一步弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，聚焦实施脱贫攻坚到乡村振兴战略，用专业去奉献乡村、用实践去改造乡村，开展青年“共护诗画万丈墙，同筑百年乡村梦”绘美乡村墙绘志愿服务行动。

市场分析

墙体彩绘在现代空间中的装饰作用越来越大，许多用户会将其作为空间装饰设计中的重要选择，通过绘制工艺的发展和革新，墙体彩绘将会达到艺术性和经济性的平衡，从而进一步打开装饰市场，为更多的消费人群所接受。2014年中国墙绘行业完工面积约2200万平方米，到2018年增长到了3650万平方米。

痛点分析

1、乡村墙绘传播持久性差，前期经济效益不明显

乡村墙绘的传播具有很强的地区性，作品保护难度大。农村文化建设滞后，精神文明建设也存在一些突出问题，传统陋习根深蒂固，一些村民文化素质低下，部分乡村对墙绘的认识不足，重视不够，工作结合不到位。

*

2、乡村振兴文化旅游结构问题有待解决、建设投入资金不足
贵州省的文化旅游项目虽然经过一段时间的发展后已经具有相当的规模，也在中国市场小有名气，形成了个别有规模的文化旅游点，但是由于贵州具有市场竞争力的文化推力企业较少，创新也不足，文旅融合的发展受到极大的限制。

3、墙绘创作缺乏乡村“原创性”

我国多数的乡村墙绘作品中，存在内容无营养、时效性差、同质性等问题，缺乏原创性与创新性，缺少具有独立思维的作者，在主题内容与展现形式上存在对国外墙绘作品不同程度的模仿与抄袭。

商业模式

1、“绘美乡村”项目模式

采用“公益+学校+企业+政府”进行运转，首先采用“公益+学校”结合，依托于高校美术设计专业特点，在高校内打造“绘美乡村”项目组为高校对接帮扶点进行墙绘设计，同时对项目志愿者提供专业的培训，结合乡镇特点打造“网红乡村打卡点”；通过“公益+政府”结合，通过高校对点项目服务与政府达成良好合作意向，为绘美乡村项目提供源源不断的工作室项目场地，以及部分物资支持。采用“公益+企业”融合，通过公益事业运营条件将社会资本引入到志愿公益当中，其次通过与材料供销商形成供货关系，利用公益项目、工作室工程项目带动供销商的货

*

品达成企业合作。通过绘美乡村项目组将企业引入乡村打造乡村文化产业助力乡村振兴，取得互利共赢的效果。

2、工作室商业版图：

在重点运行“绘美乡村”项目的同时，工作室内部承接其他项目工程，重点围绕**城乡规划、墙绘设计、室内设计**等。通过“绘美乡村”项目组对工作室进行宣传，通过与政府构建良好的合作方式获取更多项目资源以达到工作室内部造血功能，从而反哺“绘美乡村”项目。

运营模式

“绘·生活”工作室的“绘美乡村”项目，在乡村开展公益服务，免费设计墙绘，从高校招募志愿者进行墙绘制作，通过政府提供志愿者培养基金、车费、住宿、餐食、补贴（培养基金用于志愿者业务技能培训）。我们工作室进行精心指导。墙绘的材料须从工作室进行购买，质量保证，价格为市场价百分之九十。

商业业务的开展的价格根据客户的需求进行定价，普通图案的价格 100 元起/平方，复杂图案的价格 300 元起/平方，根据市场价格进行波动。

财务分析

预计资本的前期投资：前期由团队投资 25 万元，联合创始人投资 10 万，申请天使投资 15 万元，共计前期资金 50 万元。根据同类软件发布的财务数据以及软件运营所需的费用估算；运营阶段的成本

*

主要包括员工培训、员工工资、材料采购费用、启动资金、基本设施、广告宣传费等。

风险分析

1、市场需求的预测是否准确

准确的经验数据、科学合理的预算方法、和专业的市场调研是预测市场需求的前提，但工作室成立时间较短，或许会存在前期预算不准的情况，而导致库存材料积压，垫付资金过高，影响项目后期的利润水平。

2、团队成员沟通和协作风险

工作室各成员沟通不良会直接影响到项目的进展情况，团队成员可能在技术、产品需求、项目发展方向上存在差异，导致团队的沟通和协作出现问题，进而影响工作效率。

3、融资风险

项目在创办的初期可能会遇到融资难的问题。融资的运行问题能直接影响到项目能否合理运行，因融资本身导致资本增值缩小甚至减值，则会形成财务风险。

企业介绍

“绘·生活工作室”采用“工作室合伙人+志愿者”的组织模式，“合伙人”为常驻核心成员，内部实行矩阵式组织结构，人员同时担任常规职能工作与特定项目的协同工作。在保证机构正常运转的同时，团队还以单个或系列项目形式，对外招募具有绘画功底志愿者工作人员开展项目，由合伙人进行统筹管理。



助力乡村振兴 打造美好家园



绘美乡村

项目背景

PROJECT BACKGROUND

*

一、项目背景：

2022年国务院发布《国务院关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》中指出我们要深入实施乡村建设行动。强化规划引领，分类推进村庄建设。充分考虑贵州农村公路建设实施情况，深化“四好农村路”示范创建，车购税资金通过“以奖代补”方式予以支持。加强农村水源地保护，实施农村供水保障工程，推进规模化供水工程建设和小型工程标准化改造。升级改造农村电网，加快农村光纤宽带、移动互联网、数字电视网和下一代互联网发展。接续实施农村人居环境整治提升五年行动，因地制宜开展农村生活污水处理与资源化利用。推动民族村寨、传统村落和历史文化名村名镇保护发展，创建一批民族团结进步示范乡镇、示范村。鼓励国有企业和民营企业参与贵州乡村振兴。依法依规探索以投资入股等多种方式吸引人才入乡，允许入乡就业创业人员在原籍地或就业创业地落户。

作为高校学生我们也经常走遍周边乡村，发现目前新农村建设在文化建设中出现了很多问题。

一是农村文化建设滞后，二是乡村文化生活贫乏，各乡镇、村之间因经济社会发展水平存在差异，“文化墙”建设发展不均衡。部分乡村对“文化墙”认识不足，重视不够，工作结合不到位；三是一些不良文化抬头并滋生蔓延，传统陋习根深蒂固，一些欠发达地区村民普遍存在文化素质较低，道德素质滑坡的现象。四是创作水平不高“文化墙”建设缺乏统一规划，墙体设计和布局不

*

尽合理。乡村两级的“文化墙”创作人员大多数为业余人员,能力不足,队伍不稳定,缺乏市县相关单位和专业书画家的指导、帮扶。五是管理维护不够。部分村庄的“文化墙”随着时间的推移,已经残缺、破损或褪色,部分内容已不适应时代要求,影响了“文化墙”传播文明、改善村容村貌、弘扬文明乡风的效果。六是资金投入不足。一些乡村没有必要经费或缺少资金来源渠道,基本上是从农村其他工作经费中挤用,在一定程度上不利于调动基层

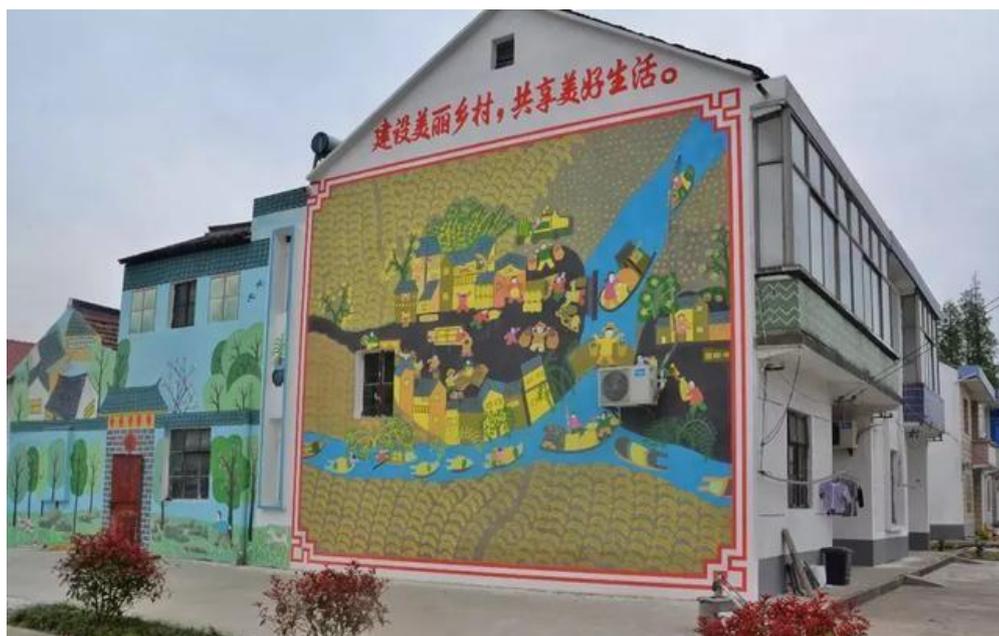


的工作积极性,影响了“文化墙”的推广和建设质量的提高。

*

这些现象的存在与美丽乡村建设的要求格格不入,须认真做好以下两方面的基础工作,从根本上解决这些问题:一是加强农村文化建设,丰富农村文化活动,由外而内提高村民素质:二是加大对村民的科学文化和思想政治教育,用科学文化知识武装农民的思想和头脑,由内而外提高农民素质。“墙绘”涵盖了文化,经济,生活,信息的各个方面,专业的墙画是用环保的绘画构料,根据乡村的特点,在墙面上绘出的生动画面,犹如将一幅幅流动的风景定格在墙壁上。墙画不但具有很好的装饰效果,独有的画面也体现了乡村文化的独特性。这里提到要说的关键是文化背景。墙绘介质是墙,墙上绘画,即墙绘已有独有的形式,那就是壁画艺术形式。以绘制、雕塑或其他造型手段在天然或人工壁面上制作的画。作为建筑物的附属部分,它的装饰和美化功能使它成为环境艺术的一个重要方面。壁画为人类历史上最早的绘画形式之一。利用图案来避免不好的风水影响如果您的户型中已经出现了不可避免的不好风水,也可利用一些图案来进行抵挡,例如天花成斜面,把天花绘制成了天空与畅飞的鸟,在视觉让房间更明亮,同时也提升了良好的风水。

*



墙绘的艺术价值可以体现在很多方面。例如借用墙体墙绘，美化村容，传播文化，把宣传文化与美结合起来，成为乡村欣赏的风景线！一系列文化墙绘，展现了建设风貌、运动精神和历史文化，让人们从乡村墙绘中找回历史价值，让这些人们记住这一路走来的痕迹，也为我们墙绘画册增添了丰富的内容！同时我们还可以为街道、社区等公共场所绘制教育、卫生、健康等多方面宣传画的墙绘！把想要的效果更深层次地展现出来。墙绘不仅是新农村走向外界的一扇窗口，也是吸引各地人们前来驻赏的一道亮丽风景。体现了农村的经济建设、政治建设、文化建设、社会建设的各个层面，其中乡风文明建设是推进乡村振兴的一个重要方面，其要求是在农村营造生气勃勃、富于创造、勇于进取的思想文化环境，营造科学健康、文明向上的社会风貌，为农村经济社会发展提供思想保证、精神动力、智力支持和文化支撑。

（二）墙绘艺术在乡村振兴建设中的表现

*

乡村振兴战略背景下的墙绘艺术是时代发展的产物，乡村居民的生活水平逐渐提高，居民生活的环境在日益变好，人们对生活品质和生活环境提出了更高的要求。乡村振兴建设中的墙绘艺术不仅仅是在美化居民的居住环境方面有着较好的作用，在展现时代精神、乡村风情、地域风貌等方面也有突出表现，将墙绘艺术创作者们的艺术思想展示在公众面前。乡村振兴战略背景下的墙绘艺术在弘扬美丽文化的同时留住民众内心的乡愁元素，艺术创作者们不仅将文化传统与现代科技相结合，将国家的思想指导政策带到乡村中、居民生活环境中，突出乡村墙绘艺术的艺术引领作用，用其打造出美丽乡村。乡村墙绘艺术的兴起是与我国国家倡导乡村振兴战略的政策息息相关。目前我国越来越多的建筑规划师、墙绘艺术家、院校师生团队和乡村建设者们来到乡村来为我国的乡村振兴做出贡献，乡村墙绘艺术不但是一种可以将居民生活文化展示出来的一个文化载体，而且也将时代科技的进步传播给乡村居民。乡村振兴战略下的墙绘艺术不仅将以前的简单涂鸦与字体宣传墙体画的价值和功能延续，更能够构建出具有文化底蕴的时代形象。

*



（三）乡村振兴对墙绘艺术的需求

1、乡村新民居的建造

乡村新民居的建设是乡村振兴建设的重要项目，是为了改善乡村居民生活环境，达到村容整洁。村容整洁是乡村居民生活面貌、安居乐业、居民幸福的直观体现，墙绘艺术的介入可以对新村社、新民居、街道起到美化、亮化作用，推进乡村文明发展。它的绘制方式简单、环保健康、成本低廉，不会造成奢侈之风，不会对环境造成污染，不需要专门开辟区域来承载。艺术乡，可以打造美丽乡村，发展乡村经济，在艺术作品的帮助下，吸引更多的人走进乡村，重新认识乡村，为乡村居民带来收入。



*

2、美丽乡村建设的“名片化”特点

建设美丽乡村要具有当地民俗特色，我国疆域广阔，不同地区受到不同的气候、文化、民俗影响，房屋的结构、文化历史传承、地方的民俗民风存在着较大差异。艺术源自生活提取，而又回归生活，墙绘艺术创作前期需要先了解当地村民的生活习惯，收集具有当地代表性的艺术创作素材、了解文化艺术背景。地区差异导致乡村植物生长方式不同，居民生活习惯、文化传统不同，这些是体现美丽乡村“名片化”特点的重要因素。新民居建设不仅需要注重地域区别，还要关注文化背景的不同，我国是一个多民族国家，各地、各民族有着不同的文化传承，使“名片化”的墙绘艺术有着多种多样的表现。在经济较为发达的地区，既有现代化科学的普及又有着中华传统文化底蕴，同时也受到西方文化影响，墙绘艺术绘制要注意区分地域区别，同时要了解各民族的文化传统，在设计创作过程中也要兼顾中西方文化交流。想要打造出具有“名片化”特点的乡村新民居，首先，要关注地方民俗文化，民俗文化是乡村居民依附于土地经历了漫长历史繁衍出的文化，这种文化创造出的精神文明是乡村居民的生活财富，与乡村居民生活、思维、生产方式更加的适应，了解该地区的人文风貌和历史传统。要对不同地域乡村墙绘艺术有针对地区特点的设计，选择出最合当地的内容和艺术形式。其次，乡村的墙绘艺术可以引导每一户村民参与其中，需要与当地居民多沟通，内容表现需要尊重地方民俗和乡村文化背景。最后，要保持墙绘艺术

*

自身的艺术特点和创作者的创作思想。例如，安徽风阳乡村墙绘艺术，创作团队在施工前针对当地人文、风貌、气候进行一定的了解，当地的传统文化有“花鼓戏”“风画”，建筑风格受明代建筑风格影响，在打造新民居时，当地政府严格把握了美丽乡村的特点，乡村路口牌楼的设计、民居的设计、街道的设计等都遵循着地方民俗特色。

墙绘艺术绘于民居的外墙，是村落艺术文化的名片，可以给人留下深刻印象。乡村振兴建设中的墙绘艺术让新民居变得富有个性，告别一成不变，打造出独特的村容村貌，展现了乡村振兴战略背景下新民居“名片化”的特点。



3、乡村文化传播的需要

很多乡村战略背景下的墙绘艺术在创作中结合了当地的自然风貌、历史背景，以及当地的民风民俗，挖掘生活中的真人真事和为地方发展做出贡献的人，将地域性文化融入到墙绘艺术创作中，以来丰富当地居民的精神和文化生活。

*

墙绘艺术不只可以美化亮化乡村环境，同时也是乡村文化传播的重要手段，墙绘

艺术以图像表达将乡村政策、党建文化、民俗文化、传统文化传播到老百姓的生活中。图案辅以丰富的色彩，比单纯的文字更引人注目，乡村文化传播和发展离不开墙绘艺术，文化如果以书本、报刊的形式来传播，乡村居民很难吸收。乡村振兴战略背景下的墙绘艺术则通过卡通画、连环画、标志、符号、叙事小故事的形式进行表现，使乡村居民更易于接受。先前，乡村的墙绘内容单一，大多是一些政策类、口号类或是商家做的广告墙。经过时代的发展，人们对美的要求越来越高，撇弃了落后的墙体广告，逐步对生活环境的规划和美化提出了要求，通过审美提高和美育下乡的政策落实，墙面上简单的大字、随意的涂鸦已经不能够满足乡村居民审美需求，有思想有美感有特色的墙绘艺术，成为真正的乡村文化主流。



随着这些年我国社会经济的不断发展，人们对精神和文化的追求愈加强烈，墙绘

艺术作为一种乡村景观艺术表现形式，在提高村民文化与精

*

神追求方面起到重要影响，墙绘艺术吸收传统文化元素，为乡村墙绘艺术带来更丰富的文化内涵，同时传统文化在现今时代里发生了更新、融合，变得更具生命力。例如，我们可以在传统中式建筑墙壁表面融入戏曲文化；传统纹样可以出现在具有现代化科技的内容里面；中国具有吉祥象征意义的图纹可以与西方的艺术种类相结合；以及文字篆刻等传统元素都可以注入不一样的新内容。这样做不仅可以增强墙绘艺术的视觉效果，同时将文化中西相融、古今贯通，是对文化传播和发展的体现，乡村振兴建设中的墙绘艺术丰富了乡村街道的色彩，又将文化与乡村居民拉的更近。这个时代，文化传播速度非常快，从人们口口相传的时代已飞速发展到了信息时代，创作出一个乡村的优秀墙绘艺术文化，便可以传播到更多的乡村，起到很好的影响和带头作用。居民可以通过微信图片、视频转发等方式，让更多的人看见新奇的、不一样的墙绘艺术。



4、国家政策引领

以新国发 2 号文件为题材的乡村墙绘艺术对乡村居民的思想文化起着向导和指引作用，以新国发 2 号文件入画，采用文为

*

主图片为辅的表现方式，将政策内容宣传至每一位乡村居民，充分利用墙绘艺术墙面进行展示、公告，这样能够让居民走出家门时如读书看报般了解最新时代方向。乡村振兴的实施离不开党的领导，利用墙绘结合新国发2号文件宣传是为了给广大人民群众指引正确的前进道路，是为了让乡村振兴战略能够在乡村居民的生活和内心落地生根，让乡村居民自己成为创建文明乡村的主力军。



近几年出现在乡村村社墙壁上的口号是乡村振兴战略背景下艺术产物。该类题材墙绘艺术响应了时代号召，对居民的思想有着引导的作用，色彩简单亮眼，由风景内容、好人好事配图与文字相结合，文字内容表现多采用庄重的黑色或红色，红色效果非常醒目和耀眼，是华夏民族最具代表性的颜色，在国人心中占据地位是其他颜色无法替代的，有喜庆、火焰、吉祥幸福之意，有深厚的民族文化心理和情感色彩：黑色比其他色彩更具稳定性，与其他颜色不同，属于无色系颜色，黑色在中华传统美学中占据

*

重要地位，黑色往往给人一种庄严、权力的象征，能够与其他色彩拉开距离。



此类题材的乡村墙绘艺术表现中，文字是墙绘艺术表现内容的主体，前期设计中要注意字体的大小，不要丢失画面主体地位和口号传播目的。内容加强表现党的精神文明领导建设，要让乡村居民牢牢记住党的领导方针，关注于新国发2号文件，重视未来十年贵州的发展。以时代政策为题材墙绘艺术主要从爱国教育、典型示范、时代精神等几个方面来创作，以乡村精神文明建设推动乡村全面发展的精神动力和思想保障，全面推动乡村振兴战略的实施。

（四）、项目起源

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大、十九届二中、三中、四中、五中全会精神，特别是其中关于乡村振兴战略的重要指示精神，积极落实相关文件要求，

*

引领广大青年志愿者、新兴青年群体在乡村振兴战略实施中发挥青春力量，进一步弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，聚焦实施脱贫攻坚到乡村振兴战略，用专业去奉献乡村、用实践去改造乡村，开展青年“共护诗画万丈墙，同筑百年乡村梦”绘美乡村墙绘志愿服务行动。

项目起源于我校 2019 年 8 月暑期三下乡青春心向党，建功新时代“美丽中国”实践团，志愿者们通过在当地干部的带领下，针对“美丽中国”、“美丽乡村”建设的调研，结合当地资源利用、问卷开展调研，对当地居民，村干部及相关人员进行访谈，了解当地具体情况，针对脱贫攻坚等时代政策，开展一丝不苟、精益求精的墙绘志愿活动。2021 年前往好花红村，进行暑期社会实践活动前，与当地村支书交流当地情况得知村里文化广场的墙绘已经有出现掉色、被小朋友乱涂乱画的情况。实践队绘画小组以“乡村振兴”、“民族团结”为主题，设计相关的墙绘图案。前往文化广场墙绘的位置对原有墙面进行修补改善，让原本失去光彩的墙面又重新展现出一道生机。过程中，村民们对同学们的扎实专业技能和敬业精神给予了高度认可。村民们积极支持同学们活动，搬来桌椅板凳，送来热水，大人和孩子纷纷围观绘画活动，称赞贵州商学院学子的好作风和大学生的高水平，丰富多彩的主题墙绘志愿活动不仅美化了环境，提升了乡村文化品质，丰富了社区宣传教育内涵。



助力乡村振兴 打造美好家园



绘美乡村 市场分析

MARKET ANALYSIS

*

二、市场分析

（一）目标市场定位

当下，文化传播的形式越来越丰富，随着自媒体、网络的崛起与普及，传统的文化传播方式受到极大的打击。然而，有一种文化传播方式在乡村却有无法替代的作用，这种方式就是乡村墙绘。今天的人们生活在数字时代，文化传播的媒介渗入了人们的衣食住行，与人们的日常生活紧密联系；乡村墙绘是新时代文化的标志性产物，既有主流文化的特征，又有亚文化的属性，已经冲破“工具”的枷锁，拥有更加丰富的意义。通过墙绘来装饰街区，不仅能增添街区的色彩，还能改善街区的环境缺陷、开拓环境空间。墙绘艺术具有即时性、流行性等特点，而且创造成本低、过程简捷，正因如此，墙绘逐渐成为装饰城市的新潮流。如今，这股流行之风蔓延至农村，墙绘代替了以往大型建筑物上壁画的地位成为了新宠。当下，乡村墙绘不再仅仅是乡村建筑物的附属物、政策与信息的传播工具，同时也是输出优秀乡村文化的载体，是建设“美丽乡村”、带动乡村经济发展、推动乡风文明发展的“利器”。

（二）市场规模分析

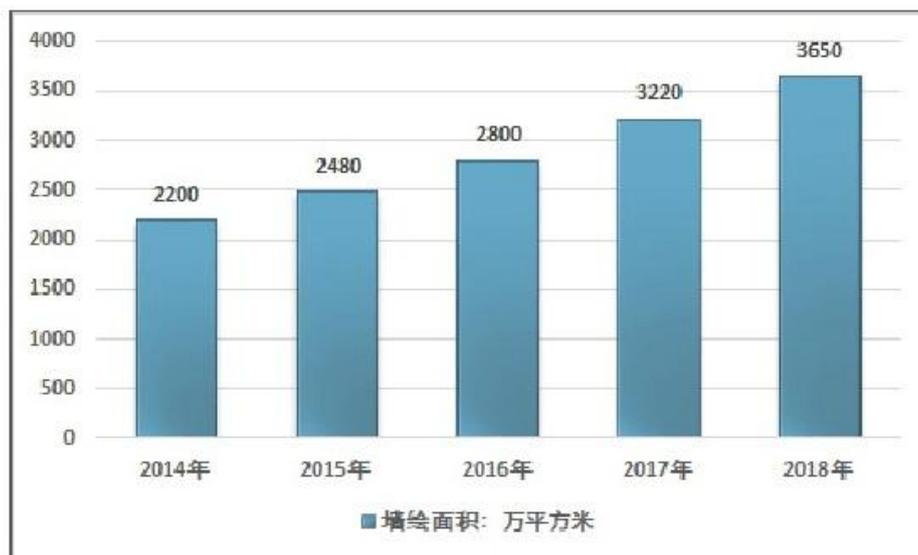
1、行业市场规模

墙体彩绘在现代空间中的装饰作用越来越大，许多用户会将其作为空间装饰设计中的重要选择，通过绘制工艺的发展和革新，墙体彩绘将会达到艺术性和经济性的平衡，从而进一步打开装饰

*

市场，为更多的消费人群所接受。2014年中国墙绘行业完工面积约2200万平方米，到2018年增长到了3650万平方米。

2014-2018年中国墙绘行业完工面积情况



资料来源：智研咨询整理

2、竞争对手分析

墙绘流行初期，市场需求巨大，优秀成型画师团队供不应求，一时间墙绘市场鱼龙混杂。行业整体绘画水平被降低，人们对墙绘产生了不好的印象，随着近几年的市场调整，真正有功底，有能力，能够绘制各种高难度墙绘作品的成型墙绘团队被认可，市场逐步走上成熟与正轨，很多技艺不过关的画师逐渐被市场淘汰。而随着而来的就是高技术，高优质的绘画团队不断占据着墙绘市场份额，要想在现阶段进入墙绘行业，并且能有一席之地，就要从技术、市场、管理等方面严格把控，且还需跟随时代发展脚步，接受时间考验，才也许有发展空间。

目前为止，贵州地区的墙绘机构并不多，比如现在做得比较

*

好：飞鱼墙艺、恒绘彩绘、龙腾竣兴装饰等机构，这些机构在贵州市场口碑还算不错，占据着一定的消费市场。但是很多机构的创立时间都不是很长，基本上都是近几年创立，市场消费者也不是很稳定，这对于我们“绘美乡村”项目进入贵州墙绘市场有一定潜在进入能力。

（三）宏观环境分析（PESTEL）

1、政治分析

（1）乡村面貌改善

中央印发的照片墙行业发展十四五规划纲要明确要求到2021年照片墙行业将增加23%，各地方出台了地方政策，提高照片墙行业渗透率。2020年照片墙行业市场享受政策红利，国务院政府工作报告指出照片墙行业将会有利于提高民众生活质量。把乡村建设摆在社会主义现代化建设的重要位置，优化生产生活生态空间，持续改善村容村貌和人居环境，建设美丽宜居乡村。

（2）乡村文化建设

中央一号文件中提出乡村振兴战略五大目标之一——文化振兴。旨在繁荣兴盛农村文化，焕发乡风文明新气象。千百年来，乡村文化凝聚着乡土之美、人文之美。加强农村思想道德建设和公共文化建设，培育文明乡风、良好家风、淳朴民风。中国人民大学农业与农村发展学院教授孔祥智表示，目前我国乡土性特征已经发生变化，乡村社会的实体结构及乡土文化呈现新趋势，构成了中国乡村社会的后乡土性特征。

*

2、经济分析

当今中国最火爆的内需市场，非地产建筑行业莫属。据权威机构统计：中国用于建筑装饰行业的资金高达1万亿元，而且每年仍在以接近20%的速度增长。而家装市场产值每年超过3000亿元，增长速度接近30%。若加上宾馆、酒店、写字楼等其它各类装修，总产值近5000亿元。可见，伴随着经济的高速发展，21世纪的中国建筑装饰产业已经进入了一个空前繁荣的时代。

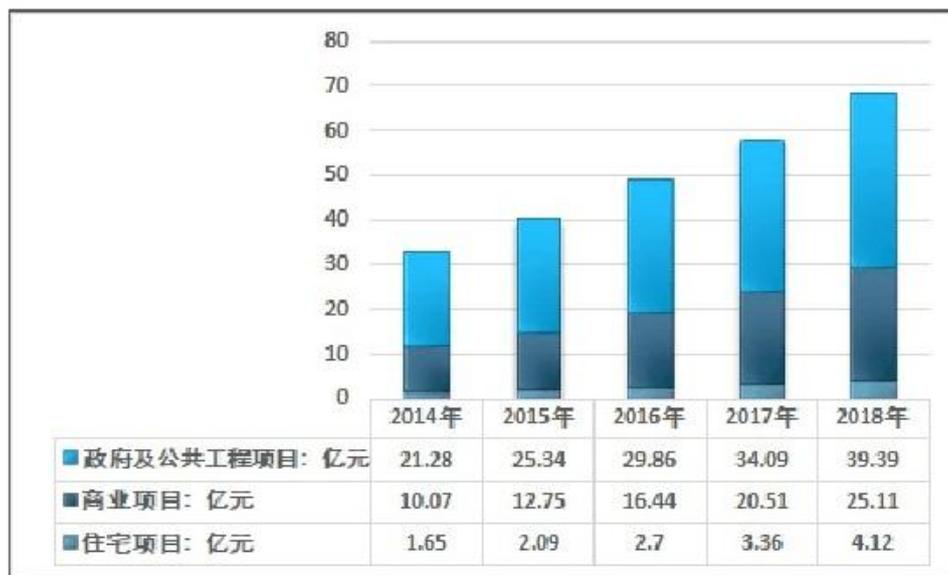
按照《中国人均住房的发展规划》的要求，2020年城镇人均占有住宅应达到32平方米，也就是说2020年的城镇住宅竣工面积将达到140亿平方米。加上当前存量住宅11亿平方米进入维修期，以及写字楼、商铺、酒店及老房改造装修等，建筑装饰市场规模将继续扩大。而建筑的主体就是墙面，按建筑面积的3.5倍计算（顶棚+四面墙-门窗），墙体面积总量达到近两千亿平方米，墙面装饰具有广阔的市场前景，发展潜力难以估量。

照片墙行持续的火热需求和资本好使得照片墙行业发展长期向好。下游行业交易规模增长，为照片墙行业提供充足的发展动力。2020年居民人均可支配收入4403元，同比增长4.7%，居民消费水平的提高为照片墙行业市场发展提供经济基础。

2018年国内墙绘行业市场规模68.62亿元，其中，住宅项目4.12亿元；商业项目25.11亿元；政府及公共工程项目39.39亿元。

*

2014-2018 年墙绘应用市场需求特征



资料来源：智研咨询整理

3、社会分析

(1) 墙绘带动乡村旅游经济

随着乡村振兴战略的全面实施，墙绘的现实意义和重要价值正在被重新认识。墙绘担负宣传使命，在创新中不断发展。早期的中国乡村，墙绘依托其公共性、视觉冲击力等担负着宣传国家政策的重要使命。很长一个时期，乡村墙体基本被大字覆盖，除了标语口号，还有一些广告语，很难说得上美感。如今的乡村，墙绘的宣传使命仍在延续，而且在创新中取得了不错的发展。国画、漫画、3D 立体画的广泛运用，写实、写意等不同风格的争鸣，使乡村墙绘不再是单调宣教，而是多彩传播，人们在潜移默化中学习国家政策，又在审美享受中进行自我消化。比如各地围绕中国共产党成立 100 周年、社会主义核心价值观等内容开展主题创作，绘制“党史宣传墙”“政策明白墙”“文明新风墙”等，

*

在群众中得到了积极反馈。

墙绘助力乡村“美容”，让乡村有颜值更有气质。公共艺术的使命应满足并服务于公众的审美需要和功能需求，强调与公共空间环境及公众生活的融合，且在艺术创作过程中应注重公众的参与意识。在美丽乡村建设过程中，墙绘艺术的“美容”功能不应被忽视。公共艺术没有特定风格、流派和形式，主要目标是改善生活环境，满足群众的精神文化需求。比如实行“一墙一文化，一村一风景”的构思，根据当地民俗、传统文明、产业特色等绘制“荔下乘凉墙”“鼓贺丰收墙”“传统文化墙”等具有一定的借鉴意义。村容村貌焕然一新，文化底蕴、艺术气息被激活，真正让乡村实现了有颜值更有气质。

墙绘添彩乡村旅游，带动村民增收致富。近年来，乡村旅游逐渐成为乡村振兴的重要手段。为了吸引更多游客，一些村镇在墙绘上也下足了功夫。通过打造“彩虹村”“油画村”“画虎村”“动漫村”“壁画村”等，完善配套设施，营造主题乐园、主题公园氛围，把村庄改造成“网红打卡地”，一些贫困村甚至通过墙绘的华丽转身实现了脱贫致富。乡村环境的改善不仅能够满足当地老百姓的精神文化需求，还会吸引周边及外地游客的到来，进而吸引人才回归或进驻，吸引商业投资等，最终通过乡村旅游带动村民增收致富，使得乡村在发展中更有底气。

（2）墙绘助力乡村文化传承

墙绘有助于乡村传统文化、红色文化的传承。在广西平果市

*

果化镇，一些村庄打造同心文化广场，通过墙绘讲述少数民族知识，展示 56 个民族的传统文化内涵和民族风情，展示中华民族一家亲等内容，宣传民族政策、传承民族文化，深刻表达各民族之间紧密团结、守望相助、民族大融合的美好景象。在屈原故里湖北秭归，一些乡村不仅绘有巨幅屈原像，还以墙体打造文化长廊，通过墙绘讲述屈原作品和背后故事。在井冈山等革命老区，以墙绘形式、红色内容“武装”村庄的做法也让游客眼前一亮。墙绘艺术的开放性，为公共空间的装饰，重要观念的表达提供了路径，也为文化传承、文化自信的提高添了彩。

4、科技分析

科技赋能、大数据、人工智能、云计算、5 G 等逐步从 1、2 线城市发展到 3、4 线城市，实现照片墙行业科技体验的普及化。照片墙行业引入 ERP 、 OA 等系统，优化信息化管理施工环节，提高了照片墙行业效率。

对于乡村规划阶段，相比较传统的彩绘技术引入了电脑技术（CAD 绘图），改变了原始的徒手工艺打型，改进了颜料配置方式和工序，提高了效率，缩短了施工工期，保证画面质量，延长了画面附着时间。

5、环境分析

（1）践行绿水青山就是金山银山

2018 年 7 月 7 日，习近平总书记在致生态文明贵阳国际论坛 2018 年年会的贺信中讲到，生态文明建设关乎人类未来，建设绿色家园是各国人民的共同梦想。国际社会需要加强合作、共

*

同努力，构建尊崇自然、绿色发展的生态体系，推动实现全球可持续发展。中国高度重视生态环境保护，秉持绿水青山就是金山银山的理念，倡导人与自然和谐共生，坚持走绿色发展和可持续发展之路。我们愿同国际社会一道，全面落实 2030 年可持续发展议程，共同建设一个清洁美丽的世界。



(2) 墙绘颜料向环保转变

目前越来越多的人关注墙绘颜料是否对人体健康有危害作用，消费者更加倾向于无毒无害的墙绘颜料。而我们团队在墙绘所使用的施工材料是丙烯颜料，丙烯颜料是一种环保材料，丙烯颜料的成分有人工合成的聚合颜料，主要成分是丙烯树脂，丙烯颜料是没有毒的。丙烯颜料具有抗氧化强、不褪色、画面不反光、颜色色彩饱满鲜艳等多种优点，消费者完全可以打消对于丙烯颜料有没有毒的顾虑。

*

(3) 墙绘艺术逐渐生活化

随着人们生活水平和审美水平的提高,物质极大丰富的现代社会人类更加重视人类自身的价值、生存环境与发展空间,现代人每天都生活在不同的空间中,他希望在所生活的环境里能够感到舒适便捷,这个观点成为现代人生活理念。墙体彩绘艺术最大限度的满足人的视觉需要,创造了商业场所、娱乐场所空间的视觉奇迹,不仅大大提升商户的品味和档次,也为吸引客流、促进销售起到了重要作用。越来越多的酒店宾馆、酒吧、K T V、餐饮场所、幼儿园、购物中心、商场、体育馆、写字楼、文化步行街、时尚店铺,采用了极具创意和视觉冲击的墙体彩绘,成为一道道独特的商业风景。

墙绘工作室是来自街头的涂鸦艺术,近几年,很多外国的街头艺术家也把这一艺术搬到了日常的生活中。不同的就是它脱去了狂野的外衣,变得更加家居化,适合各类人群来装扮自己的居室。墙画是人文风格的体现。手绘墙画在都市渐热,它主要是根据主人的爱好和兴趣,服从于家居的整体设计风格,在自家墙上绘出各种图案来装饰居家。

6、法律环境

1990年9月7日第七届全国人民代表大会常务委员会第十五次会议通过,根据2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》第一次修正,根据2010年2月26日第十一届全

*

国人民代表大会常务委员会第十三次会议《关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》第二次修正，根据2020年11月11日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十三次会议《关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》第三次修正。

第一条 为保护文学、艺术和科学作品作者的著作权，以及与著作权有关的权益，鼓励有益于社会主义精神文明、物质文明建设的作品的创作和传播，促进社会主义文化和科学事业的发展与繁荣，根据宪法制定本法。

第二条 中国公民、法人或者非法人组织的作品，不论是否发表，依照本法享有著作权。外国人、无国籍人的作品根据其作者所属国或者经常居住地国同中国签订的协议或者共同参加的国际条约享有的著作权，受本法保护。外国人、无国籍人的作品首先在中国境内出版的，依照本法享有著作权。

未与中国签订协议或者共同参加国际条约的国家的作者以及无国籍人的作品首次在中国参加的国际条约的成员国出版的，或者在成员国和非成员国同时出版的，受本法保护。

第三条 本法所称的作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以一定形式表现的智力成果，包括：

- （一）文字作品；
- （二）口述作品；
- （三）音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品；
- （四）美术、建筑作品；

*

(五) 摄影作品；

(六) 视听作品；

(七) 工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品；

(八) 计算机软件；

(九) 符合作品特征的其他智力成果。

第四条 著作权人和与著作权有关的权利人行使权利，不得违反宪法和法律，不得损害公共利益。国家对作品的出版、传播依法进行监督管理。



助力乡村振兴 打造美好家园



3 绘美乡村 痛点分析

PAIN POINT ANALYSIS

*

三、痛点分析

(一) 需求侧

2、乡村墙绘传播持久性差，前期经济效益不明显

乡村墙绘的传播具有很强的地区性，作品保护难度大。农村文化建设滞后，精神文明建设也存在一些突出问题，传统陋习根深蒂固，一些村民文化素质低下，部分乡村对墙绘的认识不足，重视不够，工作结合不到位。一般情况下，乡村墙绘的绘制场所较为简陋、原料相对廉价、村民缺少保护意识，导致乡村墙绘作品较于城镇墙绘作品更容易遭到破坏，墙绘的传播持久性更差。究其原因，是由于许多不合格的乡村墙绘作品带来的经济效益过低，甚至是负向的，而且缺少美感，对乡村人居环境改善与乡村经济发展没有实质性的帮助。

“大栅栏王宏涂鸦墙成杂物墙，之前设计周请来多为画家进行墙绘，现在却被建筑材料遮挡”。之前一个半月时间完成的许多汇集老北京特色的涂鸦作品吸引了不少游客和市民打卡拍照，但却被人发现，200米的涂鸦如今被杂物堆满，很难再找到一处干净的角落，涂鸦作品变为杂物背景墙，着实令人惋惜。

*



“把冷清的村庄画成景区，曾遭到村民质疑‘搞破坏’”。河南新乡辉县小屯村，原本是一个贫困落后，冷冷清清的村庄，在通过 90 后墙绘从业者尚勤杰在村庄房屋外墙上各种“涂鸦”，变成色彩斑斓的墙绘“网红村”，游客络绎不绝。全国各地网友慕名而来拍照打卡，仅在 2021 年春节的几天，小村村民摆摊小吃能赚上万元，差不多是以前一年的收入。但是在最初，小屯村的村民对于画墙绘的事情很排斥，觉得他在“搞破坏，瞎胡闹”，把村子里面弄得花里胡哨不像个正常居住的地方。



一方面是思想保守的村民阻止创作，另一方面又有村民中的长辈对于创作提出各种要求，比如狮虎龙蛇不能画，会吓坏孩子；

*

画麦田就得再画一条小河，这样才显得有趣，这对于创作者来说，遭受到各种质疑、指挥，一度陷入迷茫，常常自问还有没有必要坚持下去。从2020年3月到2021年，将近一年的时间，逐渐有游客被活灵活现的墙绘吸引，更多的人走进了村庄，给村里的居民带来可观的经济效益后，对于墙绘的工作便不再质疑，反而很支持相关工作。



2、乡村振兴文化旅游结构问题有待解决、建设投入资金不足

贵州省的文化旅游项目虽然经过一段时间的发展后已经具有相当的规模，也在中国市场小有名气，形成了个别有规模的文化旅游点，但是由于贵州具有市场竞争力的文化推力企业较少，创新也不足，文旅融合的发展受到极大的限制。且由于贵州的文旅行业仍然存在融合度不高、旅游内涵不丰富、旅游层级低、体验性活动不多等结构问题，目前难以形成规模效应和辐射效应，严重制约了文化旅游产业的发展。

*

贵州省的文化旅游产业资金主要靠各级财政投入，民营资本介入得比较少，发展和融资渠道较为单一。目前，市场上属于文化旅游行业得民营企业大多规模都比较小，市场运作能力低，一定程度上影响了文化旅游业的发展。

3、需求者对墙绘资金、维护的认知及重视不足

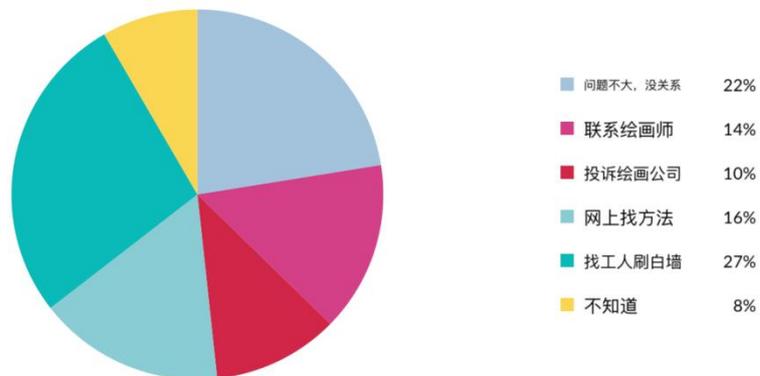
墙绘材料的应用在一定程度上体现了乡村经济发展和乡村环境建设的变化。许多需求方在资金方面对于墙绘的认知和重视不足，以至于在实际的墙绘工作开展过程中，缺乏足够的资金去设计和维护墙绘，由于天气或其他因素，墙绘逐渐发生破损，但是得不到修缮和重新制作，从而影响到弘扬乡村文明的效果。管理维护不够，随着时间的推移，部分内容已经不适应时代的要求，影响了墙绘整体带来的传播文明、改善环境、弘扬文明风气的效果，再者资金投入不足，一些乡村没有必要经费或缺少资金来源渠道，基本上都是从农村其他工作经费中挤用，在一定程度上不利于调动基层的工作积极性，影响了墙绘的推广和建设质量的提高。

*



墙绘颜料一般用的都是丙烯颜料，这种颜料色彩鲜艳，不容易褪色，而且防擦防湿。但凡事都有优劣之分，有些顾客为了减少成本预算，选择用低质量的颜料，因此画出来的颜色不够好，还容易掉色。据网络调查，许多人并不清楚墙绘工作售后维护工作，在墙绘后期受到脱落、掉色等问题，会选择不采取任何措施，大不了重新刷白墙，少部分的人会选择联系当初的绘画室来进行修复，也有部分人会选择直接投诉绘画公司。

墙绘后期墙面脱落、掉色，你会怎么做？

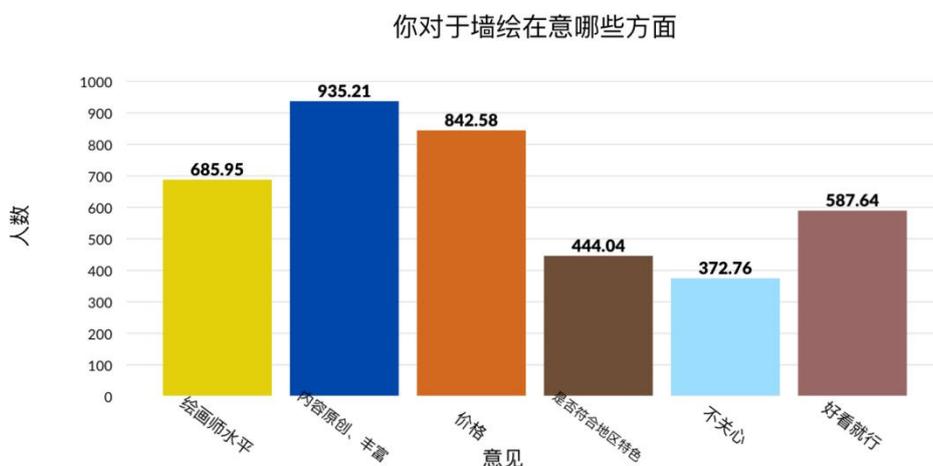


*

（二）供给侧

1、墙绘创作缺乏乡村“原创性”

我国乡村文化是由不同地域的乡土元素共同构成的，乡村元素在营造美丽乡村景观中的应用策略分为3步：保护、再现、活化。高质量的乡村墙绘，能将优秀的乡村文化再现在大众眼前，并将其中蕴含的可贵精神活化。但我国多数的乡村墙绘作品中，存在内容无营养、时效性差、同质性等问题，缺乏原创性与创新性，缺少具有独立思维的作者，在主题内容与展现形式上存在对国外墙绘作品不同程度的模仿与抄袭。墙绘工作建设缺乏统一规划，墙体设计和布局不合理。风格单一，形式内容雷同是乡村墙绘普遍存在的弊病，非常容易造成人们的审美疲劳，难以突出乡村文化建设的地方特色，比如：许多地方有刷白墙，这是美化村容村貌的有效举措，但是一刀切地刷白墙却也破坏了一些地方原有的村居特色。



2、墙绘从业人员水平参差不齐

*

墙绘流行初期，市场需求巨大，优秀成型画师团队供不应求，一时间墙绘市场鱼龙混杂。行业整体绘画水平被降低，人们对墙绘产生了不好的印象。虽然随着近几年的市场调整，真正有功底，有能力，能够绘制各种高难度墙绘作品的成型墙绘团队被认可，市场逐步走上成熟与正轨，很多技艺不过关的画师逐渐被市场淘汰，但是墙绘本身缺乏专业的墙绘设计者，现有的创作者大多来自政府部门中一些业务能力较好的人员，虽然业务能力较强，但是专业性不足，队伍不稳定，缺乏专业人员的指导、帮扶，导致墙绘设计布局不合理，整体美观性欠缺。

3、行业竞争追逐价格战，漫天要价

每一幅好的墙绘作品，无不浸入画师的心血，其所耗费的人工成本和时间是无法估量的。但随着墙绘行业逐渐进入市场，根据市场规律：同一类作品，同一地区，价格必定相差无几。但往往有从业者的报价远低于市场，追逐价格战，在绘画水平和材料上做猫腻，致使社会上许多不合格的墙绘作品出现。



据网络统计，市面上的墙绘主要有四种类别，每种类别的价格都有所不同，而市场上为了抢占用户，同一个项目金额可相差

*

几百、几千甚至上万。下表为现社会市场最低报价：

序号	类别	价格/平方米
1	通过独特设计方案塑造视觉效果	125 起
2	线描或简约方式装饰	58 起
3	根据实际场景用插画系列	145 起
4	逼真的绘画方式塑造场景感	258 起

4、其他装饰行业、手段的冲击

(1) 主流墙绘绘制方式的冲击

第一种是人工绘制，需要人工画师亲自绘制；第二组是使用较为方便的喷绘机绘制。喷绘机是采用特殊的环保有机颜料，颜色鲜艳，耐用，防水，并且完全个性化定制，只要在电脑中设置好，喷绘机会自行进行打印，简单省事。

(2) 多样化的装饰手段冲击

第一种是定制贴纸，也就是俗话说的墙纸。通过定制个性化图案的墙面来实现墙面的装饰效果。这种方式不需要工人现场绘制，使用很方便，并且可以批量化生产，节约时间成本，价格很便宜，顾客也可以亲自动手进行操作。比如：许多大学生选择购买墙纸一类的贴纸装饰，来进行寝室或者出租屋的装饰、外出务工的年轻人也会选择这类材料进行住处的一个布置。

*

第二种是镂空拓印型，这类方式是事先将设计好的图案印在纸上，并对部分图案进行镂空处理。顾客拿到模板后可以根据自己的审美在墙上进行颜色的填充。这种形式充分增加了顾客的参与感，利于提升消费者满意度。这类模板也可以实现批量生产，也不需要人工画师上门进行绘制，节约了人工成本，因此价格方面也是相对较低。



助力乡村振兴 打造美好家园



4 绘美乡村 商业模式

BUSINESS MODEL

*

四、商业模式

（一）项目定位

围绕乡村振兴、社会主义新农村建设、农耕文化、乡村风景等题材，以弘扬美丽乡村文化为目标，用村民喜闻乐见、通俗易懂的农家画的形式对乡韵乡情进行描绘展现，助力高质量完成农村人居环境整治任务，共建美丽乡村，以文化助力乡村产业经济发展。

采用“公益+学校+企业+政府”进行运转，首先采用“公益+学校”结合，依托于高校美术设计专业特点，在高校内打造“绘美乡村”项目组为高校对接帮扶点进行墙绘设计，向高校内美术学、环境设计、视觉设计等专业招募志愿者保证绘制人员专业配置同时对项目志愿者提供专业的培训，结合乡镇特点打造“网红乡村打卡点”。以此项目在对本工作室进行宣传，打造工作室品牌效应，提高工作室知名度，为高校公益项目成员提供实践岗位及就业岗位。

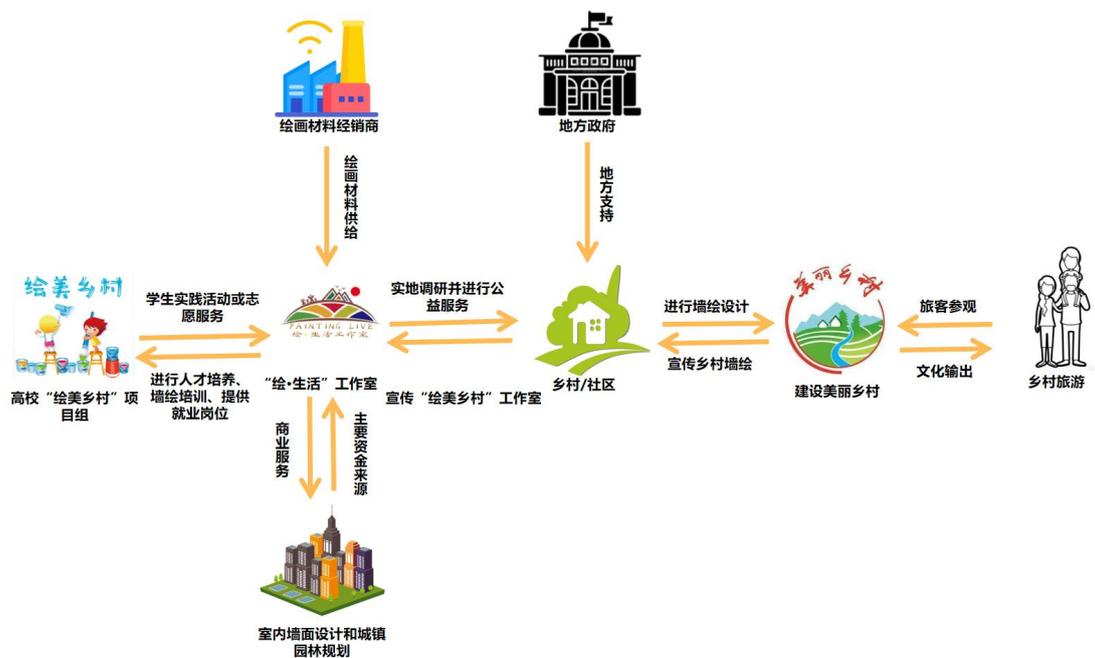
通过“公益+政府”结合，通过“绘美乡村”项目，在乡村开展公益服务，免费设计墙绘，由政府提供志愿者培养基金、车费、住宿、餐食、补贴（培养基金用于志愿者业务技能培训）。通过对点项目服务与政府达成良好合作意向，为绘美乡村项目提供源源不断的工作室项目场地，以及部分物资支持。

*

采用“公益+企业”融合，通过公益事业运营条件将社会资本引入到志愿公益当中，其次通过与材料供销商形成供货关系，利用公益项目、工作室工程项目带动供销商的货品达成企业合作。整合企业内部的采购体系，统一向供应商采购，实现批量采购获取折扣。同时通过绘美乡村项目组将企业引入乡村打造乡村文化产业助力乡村振兴，取得互利共赢的效果。

（二）工作室商业版图

在重点运行“绘美乡村”项目的同时，工作室内部承接其他项目工程，重点围绕城乡规划、墙绘设计、室内设计等。通过“绘美乡村”项目组对工作室进行宣传，通过与政府构建良好的合作方式获取更多项目资源以达到工作室内部造血功能，从而反哺“绘美乡村”项目。



（三）价值模式

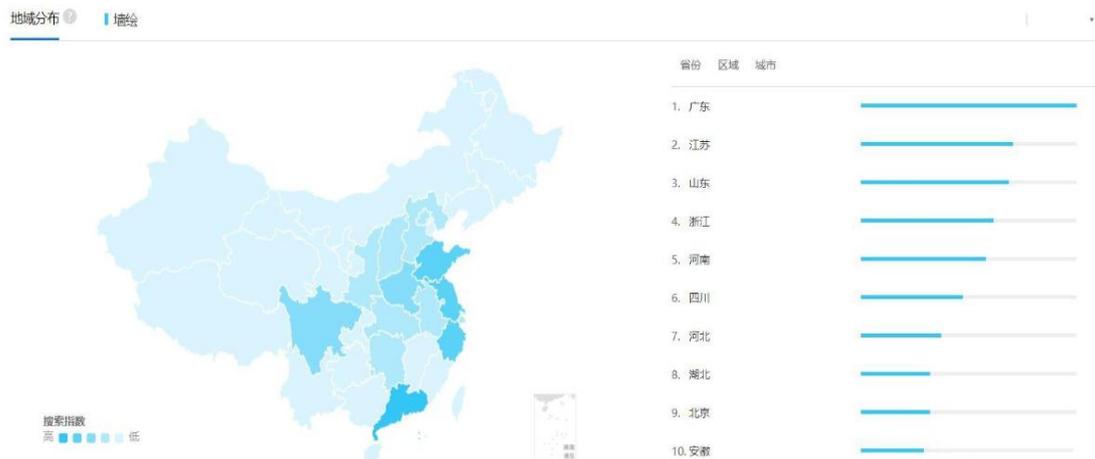
*

1、目标群体

2020年12月，习近平总书记在中央农村工作会议上强调，民族要复兴，乡村必振兴。脱贫攻坚取得胜利后，要全面推进乡村振兴，这是“三农”工作重心的历史性转移。实施乡村振兴战略是建设美丽中国的关键举措。乡村是生态涵养的主体区，生态是乡村最大的发展优势。乡村振兴，生态宜居是关键。实施乡村振兴战略，统筹山水林田湖草系统治理，加快推行乡村绿色发展方式，加强农村人居环境整治，有利于构建人与自然和谐共生的乡村发展新格局，实现百姓富、生态美的统一。乡村振兴，乡风文明是保障。实施乡村振兴战略，深入挖掘农耕文化蕴含的优秀思想观念、人文精神、道德规范，结合时代要求在保护传承的基础上创造性转化、创新性发展，有利于在新时代焕发出乡风文明的新气象，进一步丰富和传承中华优秀传统文化。

本项目的主体目标群体是地方村镇，围绕乡村振兴及乡村文化进行墙绘项目设计以及乡村生态环境规划；次要目标群体是城区以及企业，进行公共空间设计、园林景观设计、城区规划等；一般目标群体是个体户进行室内空间设计、软装设计、墙面设计等。

*



2、目标市场

本工作室的目标市场为政府及个体用户，以政府为中心、个体用户为半径进行市场覆盖。

随着经济发展，普通大众装饰艺术需求意识得到提高，商业与住宅墙绘装饰消费被普遍接受。我国旅游业、会展业、餐饮业等现代服务业也得到了快速的发展，涉外酒店、会展中心、剧院等基础设施进入了大规模建设时期，这些公共建筑工程的建设和使用，不仅扩大了墙绘行业的市场需求规模，而且对墙绘的质量、档次提出了更高的要求，不断推动墙绘行业的整体水平向更高层次发展。此外，政府部门对于城市公共艺术投资规模增长，将带来墙绘需求。

城市形象建设转向精细化，将逐渐推动城市建筑外墙的美观需求，近几年公共建筑领域的墙绘逐渐增加，施工场地围挡墙绘已经成为主流，预计未来随着城镇化持续进行，人民对美好生活的向往凸显，建筑与房地产行业对墙绘的需求将持续增长，推动行业市场规模的不断扩大。墙体彩绘在现代空间中的装饰作用越

*

来越大，许多用户会将其作为空间装饰设计中的重要选择，通过绘制工艺的发展和革新，墙体彩绘将会达到艺术性和经济性的平衡，从而进一步打开装饰市场，为更多的消费人群所接受。



（四）资源模式

1、核心资源

乡村振兴战略是2017年10月18日中共十九大作出的重大决策部署，是决战全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务，是新时代“三农”工作的总抓手。而“绘美乡村”是在积极响应国家乡村振兴战略布局中孕育而生的。

目前，本团队已经在贵州商学院设立专门的公益项目组“绘美乡村”，通过高校实践团队已经完成与贵州金沙、惠水等地。同时通过该校公益项目组与贵州团省委达成了项目合作关系，在团省委的鼎力支持下成功取得安顺镇宁等地区的墙绘项目工程。

*

与此同时也同贵州亚南文化艺术有限公司达成了项目合作，为牛场布依族乡红锦小学进行了墙面的绘制。

2、相关业务

索引号：000014349/2021-00148
发文字号：国发〔2021〕25号
主题词：
主题分类：农业、林业、水利\农业、畜牧业、渔业
成文日期：2021年11月12日
发布日期：2022年02月11日

标 题： 国家发展改革委关于印发《2022年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》的通知
发文字号： 发改规划〔2022〕371号
主题分类： 城乡建设、环境保护\城市规划
成文日期： 2022年03月10日

发机关： 发展改革委
来 源： 发展改革委网站
公文种类： 通知
发布日期： 2022年

【字体：大 中 小】

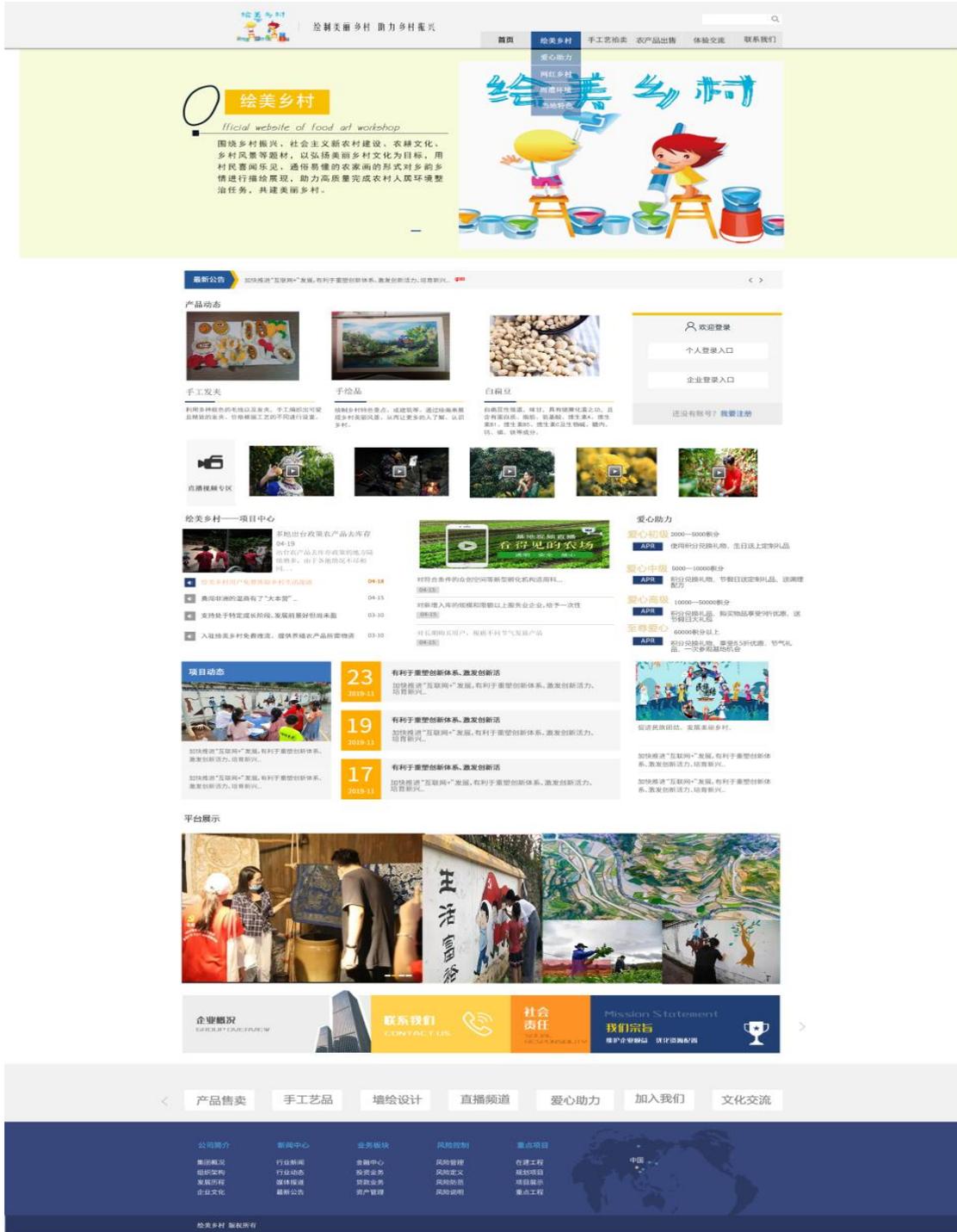
国家发展改革委关于印发《2022年新型城镇化和城乡融合发展重点任务》的通知 发改规划〔2022〕371号



本项目主要围绕乡村振兴开展墙绘项目，同时为乡村打造文化产业链“特色文创产品”，利用工作室搭建文创项目PC端平台进行售卖农村土特产、文创产品等，同时可进行相关旅游业务

*

的订购。通过高校志愿团队提供勤工俭学岗位，促进高校毕业生就业率。



“绘美乡村”平台 PC 端

*



公众号



绘·生活工作室



发消息



在重点运行“绘美乡村”公益项目助力乡村振兴，绘制美好生活。工作室内部承接其他项目工程，重点围绕城乡规划、墙绘设计、室内设计等。

493 篇原创内容 7 个朋友关注

消息

视频

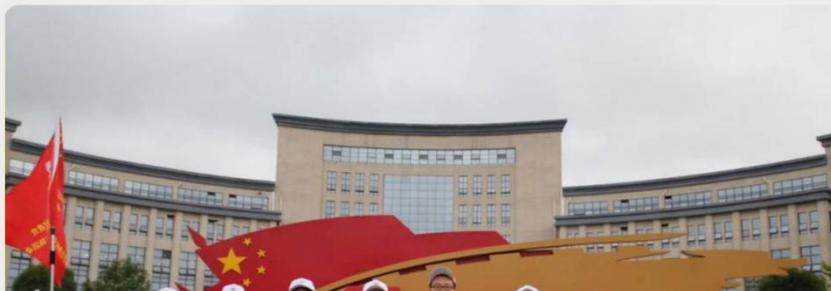
服务

3月12日



共绘乡村墙，同筑振兴梦

2月27日



微信公众号



助力乡村振兴 打造美好家园



5 绘美乡村 运营模式

OPERATING MODEL

*

五、运营模式

(一) 营销目标

根据本团队调查，2021年8月27日，中央农村工作领导小组办公室国家乡村振兴局下发《关于公布国家乡村振兴重点帮扶县名单的通知》，确定了160个国家乡村振兴重点帮扶县。贵州省有水城区、正安县等20个区（县）被列入该名单，如下图。所以团队“绘美乡村”公益服务，重点在这些重点帮扶县，同时也在除名单外的县区进行“绘美乡村”公益服务。根据团队的综合实力，制定了市场导入期发展目标。



贵州	20	水城区、正安县、务川仡佬族苗族自治县、关岭布依族苗族自治县、紫云苗族布依族自治县、织金县、纳雍县、威宁彝族回族苗族自治县、赫章县、沿河土家族自治县、松桃苗族自治县、晴隆县、望谟县、册亨县、锦屏县、剑河县、榕江县、从江县、罗甸县、三都水族自治县
----	----	---

第一年，首先在贵州省金沙县、纳雍县、大方县、威宁彝族

*

回族苗族自治县等 10 个县（区）为主要目标市场，开展公益服务活动，宣传普及乡村振兴和文化振兴相关知识，推动乡村振兴，建设美丽乡村。进而打通我们的市场，奠定公益组织初步的基础，为“绘美乡村”人才培养基金提供支持，为高校提供公益服务开展的平台，同时为“绘生活”工作室室内墙面设计和城镇园林规划等业务进行宣传。同时商业服务在进行公益服务的县（区）进行开展，这是工作室的主要经济来源，为工作室进行公益服务提供造血功能，更好地开展公益服务。

第二年，利用第一年奠定的优势资源，打通 10 个县的周边县城争取进一步的扩大市场，形成一定的行业竞争优势，保持良好的口碑，在区域中有一定的知名度。

第三年，在前两年的基础上全面打通整个贵州市场，让更多的人认识墙绘和园林设计，最后完成项目总的 3 年营销目标。

开展“共护诗画万丈墙，同筑百年乡村梦”绘美乡村墙绘志愿服务行动，以文化助力乡村产业经济发展，改善乡村风貌。

（二）产品策略

1、产品品牌定位

“绘·生活”工作室开展“共护诗画万丈墙，同筑百年乡村梦”绘美乡村墙绘志愿服务行动，以文化助力乡村产业经济发展，改善乡村风貌。

“绘·生活”前期目标市场定位为国家乡村振兴重点帮扶县（区）及其周边县，打造“助力乡村振兴，建设美好家园”的公

*

益服务活动，同时为“绘·生活”工作室室内墙面设计和城镇园林规划等业务进行宣传，以此来定位我们的品牌。项目的出发点是国家乡村振兴重点帮扶县（区），因生态文明建设就是把原来的可持续发展提升到现在的绿色发展高度，为让后人“乘凉”而现在“种树”，给未来留下更多的可持续发展的生态资产。建设生态文明，是关系人民福祉、关乎民族未来的长远大计。生态文明建设是中国特色社会主义事业的重要内容之一，关乎民族未来，关系人民福祉，关系着“两个一百年”的奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的实现。走向社会主义生态文明新时代，要牢固树立绿水青山就是金山银山的强烈意识。我们一定要把推进生态文明建设作为重大民生实事紧紧抓在手上”，生态文明建设内容，树立顺应、尊重、保护自然生态文明理念，坚持把生态文明建设融入经济、政治、文化、社会建设的各方面和全过程。

坚持保护环境、节约资源。保护优先、节约优先、自然恢复为主，着力推进绿色发展、循环发展、低碳发展，形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式及生活方式，从源头上扭转生态环境恶化趋势，为人民创造良好生产生活环境，为全球生态安全做出贡献。就需要宣传和落实优化国土空间开发格局，全面促进资源节约，加大自然生态系统和环境保护力度，加强生态文明制度建设等一系列政策。

而墙绘艺术就刚好，可以将生态文明建设的一系列相关内容和政策用更加鲜明的方式展现出来。让人民群众用另一种方式学

*

会方针政策，鲜明的色彩比方正的字块更具有趣味性和视觉冲击力，能给人留下更深刻的映象。

同时，现如今的人们也热爱墙绘，室内装修也会选择墙绘来装饰自己的家庭，企业也是如此，墙绘项目壁纸更加有气质，使室内装修显得不一般。

“绘·生活”不仅在乡村开展“绘美乡村”公益服务活动，同时也开展室内墙面设计和城镇园林规划等商业业务，为公益服务造血，更好地开展“绘美乡村”公益服务活动。

2、创立品牌基础策略

最初必须以客户得高度满意度来树立良好的、稳定的品牌形象，使项目获得和稳定刚刚认同我们项目品牌的消费者。“绘·生活”工作室，主要开展的是设计方面的业务，必须得以质量作为第一保障，只有质量有了充足的保证才能得到相关部门的认可，同时能吸引更多的客户，拓展商业业务。

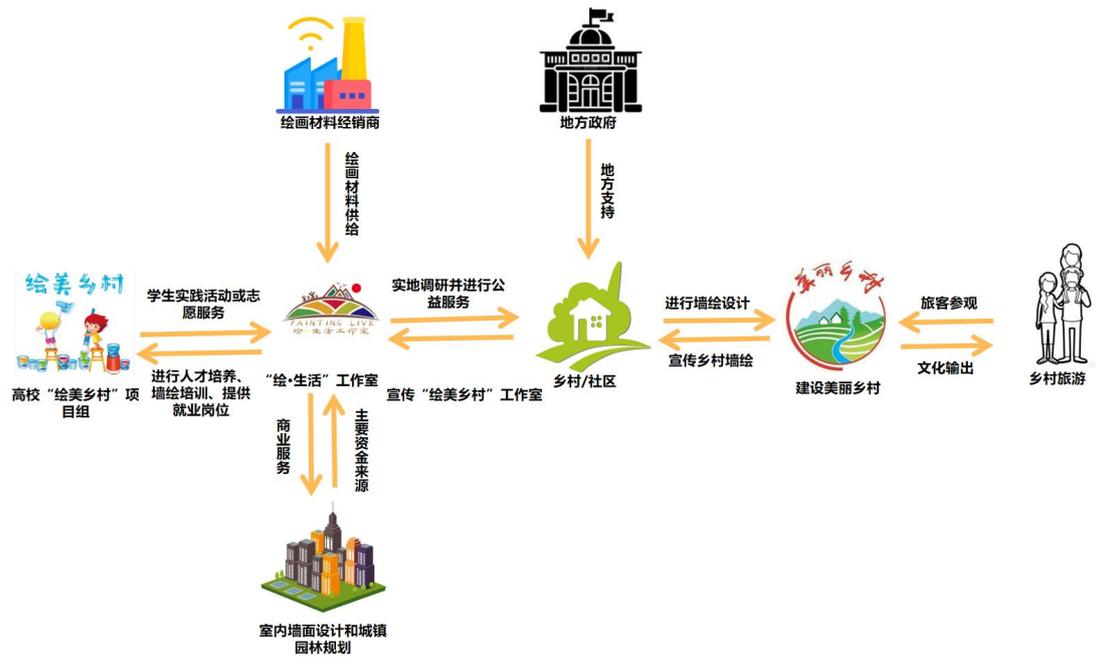
3、品牌重新定位

由于市场环境的变化，公益组织发展战略发生变化，品牌往往需要重新定位。在项目发展过程中，会遇到各种各样的机遇和挑战。我们项目在中后期的发展将更加重视对顾客满意度的提升，为顾客打造更加贴心舒适的服务体系，在对市场的变化发展的充分分析和定位后，及时重新对品牌进行再定位。

（三）营销策略

1、服务模式

*



服务模式具体内容，商业模式板块已介绍。

2、价格策略

“绘·生活”工作室的“绘美乡村”项目，在乡村开展公益服务，免费设计墙绘，从高校招募志愿者进行墙绘制作，通过政府提供志愿者培养基金、车费、住宿、餐食、补贴（培养基金用于志愿者业务技能培训）。我们工作室进行精心指导。墙绘的材料须从工作室进行购买，质量保证，价格为市场价百分之九十。

商业业务的开展的价格根据客户的需求进行定价，普通图案的价格 100 元起/平方，复杂图案的价格 300 元起/平方，根据市场价格进行波动。

商业业务的开展的价格根据客户的需求进行定价：小尺幅手绘（低于 1 平方米），例如开关、橱柜、服饰、鞋等手绘装饰依照件数为单位进行收费，具体收费标准为依据画面的复杂度和难

*

易程度以及手绘产品的品类来决定；大尺幅手绘(超过 1 平方米)，按照价格=面积*单价的方式计算。

(四) 推广策略

1、非媒介推广

(1) 与高校合作

依托于高校美术设计专业特点，在高校内打造“绘美乡村”项目组为高校对接帮扶点进行墙绘设计，向高校内美术学、环境设计、视觉设计等专业招募志愿者保证绘制人员专业配置同时对项目志愿者提供专业的培训，结合乡镇特点打造“网红乡村打卡点”。以此项目在对本工作室进行宣传，打造工作室品牌效应，提高工作室知名度，为高校公益项目成员提供实践岗位及就业岗位。

(2) 印制宣传单或海报

有了好的项目和价格策略还不够，重要的是要把它们宣传出去，让更多的人了解我们，宣传单和海报是项目开展的一扇窗口，可以将乡村振兴、墙绘、室内墙面设计和城镇园林规划的相关知识向大众宣传。可以通过在开展公益业务时候推广我们的项目，并且我们可以在各个城镇利用发放传单作为推销方式，通过这种方式宣传我们的公益服务和商业服务，助推项目的开展。

2、自媒体推广

媒体策划是当代营销整合的重要核心，是公益组织品牌传播和市场推广的关键之一，做好这一项工作，将直接关系到我们项目成长初

*

期的形象宣传，主要从网络营销着手。在开展公益服务和商业服务时候，拍摄视频上传到自媒体平台，让更多的人了解我们。

前期：在快手、抖音等短视频平台进行宣传普及乡村振兴、墙绘、室内墙面设计和城镇园林规划的相关知识，为项目开展进行引流。

后期：在发布短视频的同时，放上链接，观看用户吉粉丝用户可以通过链接下单，同时和我们进行联系。

（五）现有成果

1、核心资源

团队成员皆是来自贵州商学院的优秀青年，多次参加学校的志愿者服务活动，唐诗成员是贵州商学院青年志愿者联合会主席。项目得到学校的大力支持，同时也是项目的合作方。协助“绘美乡村”工作室开展公益服务，为工作室提供志愿者更好地开展志愿服务活动，同时工作室为贵商青年志愿者提供志愿平台。也得到贵州商学院对接的乡村振兴的县——金沙县的支持。

2、已开展的活动（以贵州商学院为首个项目基地试点）



2019年8月项目进行了实施，至今项目开展的成效有：

- (1) 2022年安顺市镇宁布依族苗族自治县“布依赶表”主题墙绘；
- (2) 2021年惠水县好花红村“布依婚嫁”主题墙绘；
- (3) 2020年白云区社区主题墙绘；金沙县岩孔镇清风社区“社会主义核心价值观”墙绘；
- (4) 2019年牛场布依族乡石龙村“民族团结”主题墙绘。

以上艺术墙绘的推出，得到了当地村民们的支持和喜爱，村民对同学们扎实的专业技能和无私的志愿精神给予了高度评价

*

和认可。在墙绘工作的同时，同学们在农村广泛开展党史宣传教育，开展社会实践，锻炼技能、施展才华、服务社会的同时也获得了实践的場所和平台。一村一落皆美景 美丽乡村入画来，艺术墙绘让原本老旧、空白的墙壁变得色彩斑斓。通俗易懂、形象生动的内容吸引着村民和游客驻足观赏。做精乡村旅游，以农造景、以景带旅、以旅兴农的理念，帮助提高村民经济收入的同时提升幸福感。

3、项目取得的成果

过去四年共开展服务（5）次，参与志愿者共（300）人，其中 35 岁以下志愿者（200）人，服务对象（5000）人。项目开展不仅得到了大众的认可，还得到社会媒体的报道。

*

贵州商学院2021年暑期三下乡|民族团结一家亲，我与群众心连心

贵州青年 8月19日



8月18日上午，贵州商学院2021年“永远跟党走，奋进新时代”暑期三下乡社会实践活动多彩黔青实践队兵分两路，调研小组进行了实地走访，对当地群众进行民族团结意识的问卷调查和普通话推广，了解当地民族团结意识情况和普通话普及程度，开展“我为群众办实事”实践活动，积极发扬不怕苦、不怕累、全心全意为人民服务的精神。



贵州商学院2021年暑期三下乡|民族团结一家亲，我与群众心连心

2021-09-14 BLISS

中国青年网贵阳9月14日电（通讯员 龙庆雨）“一日之计在于晨”，纯白色的志愿者们身着于身，青春炽热之血静静流淌。踏着清晨明媚的阳光，贵商三下乡黔青多彩实践队的队员们，早已准备就绪，个个满怀激情、整装待发。8月18日上午，“永远跟党走，奋进新时代”暑期三下乡社会实践活动多彩黔青实践队兵分两路，调研小组进行了实地走访，对当地群众进行民族团结意识的问卷调查和普通话推广，了解当地民族团结意识情况和普通话普及程度，开展“我为群众办实事”实践活动，积极发扬不怕苦、不怕累、全心全意为人民服务的精神。



图为实践队绘画小组同学墙绘修补工作。中国青年网通讯员申小旭摄



图为实践队绘画小组同学墙绘修补工作。中国青年网通讯员申小旭摄

【我为群众办实事】贵州商学院组织开展2021年暑期三下乡社会实践活动

韦情 2021-08-24 14:51

热度: ★★★★★

8月18日，贵州商学院举办2021年“永远跟党走，奋进新时代”暑期三下乡社会实践活动，参加此次活动的贵州商学院多彩黔青实践队队员来到惠水县进行实地走访。



活动中，多彩黔青实践队队员对当地群众进行民族团结意识问卷调查和普通话推广，帮助少数民族群众融入新时代；积极开展“我为群众办实事”实践活动，帮助当地群众清扫街道；看到当地的墙画破损，绘画小组成员对墙画进行修补……



项目不仅得到了社会媒体的报道，还在各类大赛中获得不错的成绩，在第十七届“挑战杯”贵州省大学生课外学术科技技能作品竞赛中荣获省级三等奖；贵州省第三届志愿服务项目大赛中荣获省级银奖。



*

（六）项目优势

“绘·生活”工作室在高校创建“绘美乡村”项目组，在乡村开展“绘美乡村”公益项目，相关政府提供志愿者培养基金，培养基金用于志愿者业务技能培训，为项目更好的开展，为社会提供更多的人才。“绘美乡村”公益项目在乡村开展的墙绘的材料须从工作室进行购买，质量保证，价格为市场价百分之九十。

“绘·生活”工作室，开展“绘美乡村”项目为工作室开展商业业务进行宣传。商业业务为工作室造血，更好地开展“绘美乡村”公益项目。

（七）未来五年规划

本项目前期以贵州省 10 个县（自治州）为主要目标市场，用 3 年时间推广到贵州所有的县（自治州），再用 4-5 年时间在巩固贵州省市场的情况下，分别先后打开云南、四川、广西等市场。

3 年市场规划





助力乡村振兴 打造美好家园



6 绘美乡村 财务分析

FINANCIAL ANALYSIS

*

六、财务分析

1. 融资需求：

(1) 第一轮融资金额：50 万

(2) 第二轮融资金额：20 万

表 7-1 股权分配表：

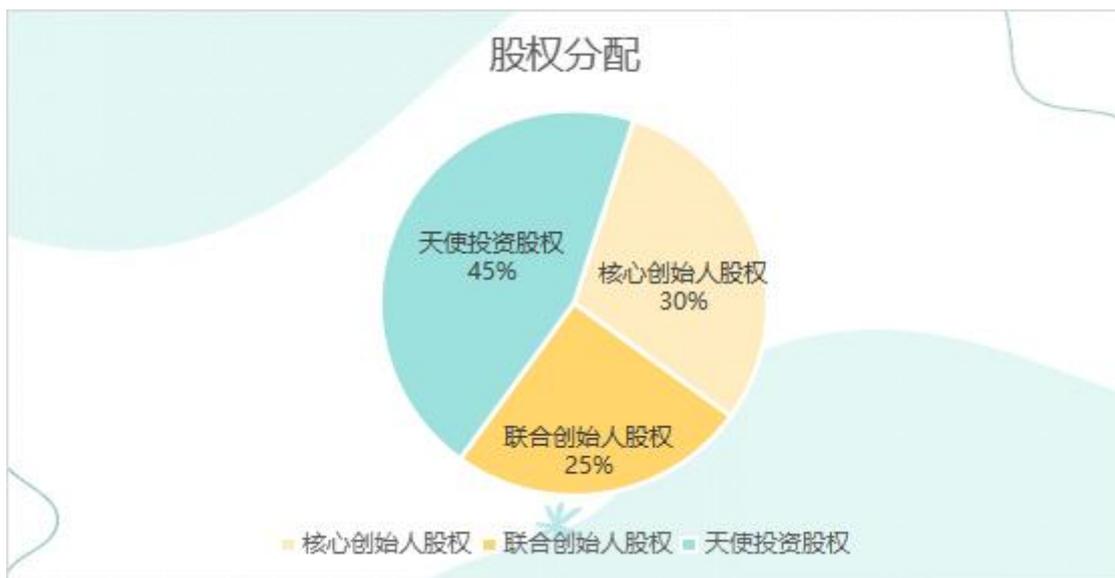
(单位：万元)

	核心创始人 股权	联合创始人 股权	天使投资股 权
估值金额	12	10	18
占比	30%	25%	45%

(二) 投资分析

1. 资金需求说明

预计资本的前期投资：前期由团队投资 25 万元，联合创始人投资 10 万，申请天使投资 15 万元，共计前期资金 50 万元。根据同类



软件发布的财务数据以及软件运营所需的费用估算；运营阶段的成本

*

主要包括员工培训、员工工资、材料采购费用、启动资金、基本设施、广告宣传费等。

2、原始投资预算

项目计划未来将在贵州省贵阳市白云区调研地区展开运行。平台的搭建，以及平台软硬设备投入、建立在网上了解类似的平台资源的广告以及 UC 浏览器弹幕广告、微信、微博、抖音、海报广告的推广费用、未来公司职工薪酬期间费用、平台的运行维护成本的估算，原始投资预算以一定的预算假设为基础。

项目	明细	设备	成本
网站	固定费用	空间费用	200 元/年
		服务器费用	5000 元/年
		域名费用	60 元
	开发、维修费用		3000 元
	网站申请费		100 元
预测成本合计			8360 元

项目	明细	设备	成本
微信公共号	固定费用	认证费用	300 元/年
		服务器费用	3000 元/年
		域名费用	50 元
	其他费用		1000 元
	腾讯申请费		300 元
预测成本合计			4650 元

*

2、未来五年费用与收入财务预算分析

我们将从销售假设和具体科目假设等方面详细阐述公司的财务预算假设。

(2) 利润分配假设

考虑到公司未来发展需要用到大资金，为避免外部融资的成本和风险，未来五年利润都将留存企业，暂不向投资者分配。从 2023 年开始，年按公司净利润的 10%提取法定盈余公积，累计法定盈余公积达到注册资本 50%后，提取一般盈余公积，留作日后业务发展之用。

(3) 具体科目预算假设

表 7-3 财务科目预算假设表：

科目	预算假设
应收账款	• 本工作室每笔收入均按照与合作方签订的意向合同进行收款。
固定资产	• 固定资产包括平台软硬件设备及其服务器、技术专利等无形资产技术，折旧年限 10 年，采用直线折旧法，无残值
应付账款	• 本公司本月的应付账款按照本公司与合作方的合同时间付账
实收资本	• 本公司在之后五年内除上市融资外，还采取股权与债权的融资。
营业税金及附加	• 自 2022 年 9 月 1 日起，项目将在贵州商学院试行。本公司自 2023 年开始享受结构性税，税负下降。

*

所得税	• 基于谨慎性原则，在财务预算中拟按 25%缴纳所得税，不考虑税收优惠政策。
-----	--

（三）效益预测（未来五年的销售收入，利润，资产投资回报率等）

随着公司未来五年的发展与投入，期间费用与收入的预测，根据未来五年净利润预测将投资回报率逐步预算，得到以下未来五年的销售收入、利润，资产投资回报率统计表。

1、项目生产预算费用

平台运营托管费（机位费+日常维护费）每年 0.5 万元，员工薪酬（公司管理层及技术人员 8 人：人均工资 1500 元/月招聘在校大学生普通职工 5 名，每人 1000 元/月，职工薪酬年总计：26.4 万元。

注：从第二年起，其他员工按照市场需求比例依次增加，即未来四年起公司职工薪酬年总计分别为：26.4 万元、62.4 万元、104.4 万元、164.4 万元、236.4 万元）。

在市场推广费用方面，主要采取快手、抖音、小红书、豆瓣、微信公众号网络宣传等线上推广，海报、传单等进行线下推广，费用均为贵阳市市场进行。公司前三年将每半年定期在试点高校（任选两个）办一次线下推广展会，预计每个展会经费 1000 元，其他物资 1200 元，即每年活动经费总计分别为： $(1000 \text{ 元} + 1200 \text{ 元}) \times 2 \times 2 \text{ 个高校} = 8800 \text{ 元}$ 。

工作室人工接送车辆，前三年不准备接送车队，第四年期开始成立项目车队，准备购买 1 辆五菱荣光作为项目车辆（1.5L 手动 加长基本版 国 VI），1 辆长城风骏皮卡车作为材料运输车辆（2021 款 手

*

动 汽油 2.4MT 四驱进取型 平槽货箱)。五菱宏光价格为 60000 元，元；长城风骏皮卡价格为 78800 元，即购买费用为 138800 元；。每辆五菱荣光的排耗量为 9L/百公里，预计一辆项目车一天行驶 150km，两个月使用二十次，即物流配送油费年总计： $9\text{L}/\text{百公里} \times 1.5 \text{ 百公里}/\text{天} \times 12 \text{ 月} \times 20 \text{ 天} \times 1 \text{ 辆} \times 8.9 \text{ 元}/\text{L} = 28836 \text{ 元}$ ，两辆长城风骏 5 排量为 2.4L/百千米，预计一辆车一天行驶 150km，则为 7689.6 元；共计：36525.6 元。公司合伙人均为在校大学生，创业前三年公司办公地、电费均由学校黔青梦工场提供。国家鼓励大学生创业，在创业初期 1-3 年免除相关税费。

未来 5 年项目生产费用预测表 7-4: (单位:万元)

序号	费用名称	明细费用	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
1	平台运营托管费	机位费	0.2 万	0.2 万	0.2 万	0.2 万	0.2 万
		日常维护费	0.3 万	0.3 万	0.3 万	0.3 万	0.3 万
	人员薪酬	职工薪酬	26.4 万	62.4 万	104.4 万	164.4 万	236.4 万
	媒体宣传费用	海报、传单	1 万	1 万	1 万	1 万	1 万
自媒体平台		8 万	8 万	8 万	8 万	8 万	

*

3	线下会展活动费	置办活动经费	0.88万	1.32万	2.2万	3.08万	4.4万
4	网站维修费	版本升级费	0.02万	0.02万	0.02万	0.02万	0.02万
5	仓库费用	仓库铺租赁费	12万	12万	12万	24万	24万
6	物流车辆相关费用	车辆采购费	0万	0万	14万	0万	6万
		物流配送油费	0万	0万	3.60万	3.30万	4.41万
		车辆维修保养费	0万	0万	1.2万	1.5万	2万
7	合计		48.8万	85.24万	146.92万	205.80万	286.73万

备注：2022年到2023年我们公司入住贵州商学院黔青梦工场，所以前两年水电费以及房租费为零。

2、项目生产预算收入

(1) 材料代销

绘画材料代销，按照盈利13%进行提成。按照实地调研情况统计，平均大型绘画材料市场每年成本为80万，按照平台代销数量预计为

*

其 60%进行计算，每年通过平台收益为 48 万，其中平台收取 6.24 万，第一年按照贵阳聚文轩美术画材大型批发部计算，每年平台收入为 6.24 万。第二年开始扩大到贵阳两个区市场，增加到两个商铺，则平台收入为 12.48 万，第三年将打通贵阳市三家商铺市场，则平台收入为 18.72 万，第四年市场将扩大到贵阳市的四个商铺，则收入为 24.96 万，第五年市场将扩大到贵阳市的五个商铺，则收入为 31.20 万。

(2) 平台自营

第一年于高校建立平台为高校美术生提供画材，同时为项目提供画材。每个学校按照 600 个消费者，三天为一个周期计算，其中一个月平均消费十次，在每一个消费者消费情况下获得收益 2 元/人，则一个月为 $600*2*10*2=24000$ 元，一年按照八个月计算，则每年的收入为： $600*2*10*2*8=192000$ 元。

校内团队按照公益项目计算，每个项目材料 10000 元计算，一个项目收益 6000 元，按照一年 6 个项目结算，则每年收入为：36000 元。（公益项目，不含人工费）

商业项目，按照 500 元/平方米计算（免除设计费），材料按照 60 元/20L 计算，1200 平方米/20L，一个项目最少使用 10 种颜色，白色按照双份计算。则每个项目所需费用按照 1200 平方米进行计算： $1200*500+60*12=600720$ 元，每年按照 4 个项目结算收益： $4*600720=2402880$ 元。

共计每年收入： $36000+192000+2402880=2630880$ 元

*

后期扩大消费市场，则未来五年平台自营收入分别为 263 万、376.8 万、544.0 万、740.0 万、955.2 万。

3、项目财务预计表

表 7-5 项目财务预计表

(单位：万元)

年份	预计成本	预计收入	预计净利润	利润率	预计投资回报率 (平均)
2022 年	48.8	25.44	-23.36	-47.87%	49.19%
2023 年	85.24	85.28	0.04	0.05%	
2024 年	150.62	162.72	12.1	8.03%	
2025 年	205.80	264.96	59.16	28.75%	
2026 年	286.76	386.40	99.64	34.75%	

4、项目未来五年预计利润表分析

备注：本公司在第一年员工培养、技术投入成本费用较大，次年起则相对减少这方面的投入，由上图可知未来五年内本公司利润一直处于稳步上升趋势。

1、利润分配假设

考虑到工作室未来发展需要用到大资金，为避免外部融资的成本和风险，现将前三年利润都将留存企业，暂不向投资者分配。从 2023 年开始，年按工作室净利润的 10%提取法定盈余公积，累计法定盈余公积达到注册资本 50%后，提取一定的盈余公积。

*

2、项目未来五年预计利润率表





助力乡村振兴 打造美好家园



绘美乡村

风险分析

RISK ANALYSIS

*

七、风险分析

(一) 经营风险分析

1. 绘画材料及墙绘质量是否可靠

许多“行画”的画师甚至只经过简单培训便上岗，采取的是量化生产的模式。“为压缩成本，许多“行画”除雇佣低廉的画师外，在用料方面也是精打细算，尽量使用低价劣质的画布和颜料。”低劣的化学添加剂含有大量苯和挥发性有机有害气体等物质，对人体健康十分有害，也直接影响到墙绘的总体效果，缩短墙绘寿命。

风险管理计划：

(1) 严格把控绘画材料品控。所有画材送到工作室前都需经过质量安全检测，并出示检测报告，未通过质检的画材将不被本工作室使用，如若出现商品质量问题，本工作室将根据事先签订的协议保留向供货渠道追责的权利。

(2) 由学校向工作室推荐绘画基本功扎实且有墙绘经验的学生。

2. 画材供应是否有保障

受包括疫情、供应商信用、资金不足、物流运输障碍等多种因素的影响，工作室可能会出现材料供应不足的问题。

风险管理计划：

(1) 本团队成员因提前对市场信息进行调研和分析，对有需求的城镇进行园林规划及各大酒店、饭店等场所进行室内墙面

*

设计，从而获得资金来源，使工作室平稳运行。

(2) 得到政府支持，由政府提供实施场地及物质上的帮助。

(3) 本项目将与多家材料经销商签订战略合作协议，如青竹画材、米娅画材等，以保障充足的材料源，避免出现因一家公司违约而影响商品交付的风险。

3. 市场需求的预测是否准确

准确的经验数据、科学合理的预算方法、和专业的市场调研是预测市场需求的前提，但工作室成立时间较短，或许会存在前期预算不准的情况，而导致库存材料积压，垫付资金过高，影响项目后期的利润水平。

风险管理计划：

(1) 加强市场调研，深入了解客户个人需求，以及大众需求的走向，弥补历史经验不足的缺陷。

(2) 前期实行“帮买帮画”制，客户需在工作室购买材料，然后对应客户需求进行材料配套然后免费绘画，用低价给到好品质，有效解决库存问题。

4. 团队风险分析

(1) 团队成员沟通和协作风险

工作室各成员沟通不良会直接影响到项目的进展情况，团队成员可能在技术、产品需求、项目发展方向上存在差异，导致团队的沟通和协作出现问题，进而影响工作效率。

风险管理计划：项目进度的质量和关键在于，团队成员应齐

*

心协力为项目目标服务，并科学有效的管理。工作室在成立初期规范好工作室性质、使命、经营宗旨、经营业务范围等。

也可通过团建的方式培养团员间的合作能力和沟通技巧，建立公益组织文化，倡导团建互助的工作尚风。

（2）管理层风险分析

项目管理层工作经验较为缺乏，市场的洞察能力有限及不足，导致一定的偏差。管理层所拟定的方案和决策会在项目运转中出现问題，还可能导致管理效率低下，信息传递不畅的问题。

风险管理计划：

项目者应听取团员意见，整合出较优方案，利用自身专业特点充分发挥才干，尝试自身优势，提高管理水平。完善内部组织结构，用分权方式来提高工作效率，灵活应对市场变化，保障信息的可靠性与传递的通畅性。

（二）财务风险分析

1. 融资风险

项目在创办的初期可能会遇到融资难的问题。融资的运行问题能直接影响到项目能否合理运行，因融资本身导致资本增值缩小甚至减值，则会形成财务风险。负债融资可能会让资金利润小于贷款利润，当运行状况良好时，项目资本报酬率高于举债利率。如果经营状况不好，这笔利息也得由项目负责。

风险管理计划：

*

本项目属于公益类别项目，在成立初期将不涉及债务融资，而是采用战略合作的方式获取战略合作公益组织的天使投资。后期项目经营稳赢后将考虑多种融资渠道，构建科学的资本结构。

2. 现金流风险

若项目的现金净流出现问题，可能导致项目生产经营陷入困境、收益下降，同时资金链的断裂会使项目无法正常履约，导致项目形象和信誉遭受严重损失，最终陷入财务困境，甚至可能出现破产危机。

风险管理计划：

持有流动性较高的资产，在项目成立初期暂时采用紧缩的信用政策，以保障充裕现金流。严格控制资本支出，减少不必要的开支，节约成本，定期监测各类财务比率的变化，及时发现并处理可能出现的财务问题。



助力乡村振兴 打造美好家园



绘美乡村

企业介绍

ENTERPRISE INTRODUCTION

*

八、企业介绍

“绘·生活工作室”采用“项目合伙人+志愿者”的组织模式，“合伙人”为常驻核心成员，内部实行矩阵式组织结构，人员同时担任常规职能工作与特定项目的协同工作。在保证机构正常运转的同时，团队还以单个或系列项目形式，对外招募具有绘画功底的志愿者工作人员开展项目，由合伙人进行统筹管理。

（一）组织架构

“绘·生活工作室”设总经理和财务部、行政部、设计部、市场部、媒体运营部5个职能部门与项目统筹。

总经理：主持工作室日常经营管理，组织实施工作室年度经营计划和方案。

行政部：1. 拟定工作室的基本管理制度，制定工作室的规章制度，

沟通渠道和有效的激励机制，全面负责人力资源部门的工作。
2. 负责服务协调总经理办公室工作，核查落实总经理安排的各项工作，并及时反馈。3. 负责安排各种会议，做好记录，编写会议纪要并传达。4. 负责各类物品的采购工作。5 根据各个部门的人力资源需求，做好人员分布。6. 负责制定工作室绩效考核方式，进行考核，并提出奖惩戒律。

财务部：1. 负责工作室日常财务核算，对组织的财务、资金、成本，费用实行宏观管理。2 参与工作室及各个部门对外经济合同的签订工作。3. 原材料进账及成本处理。对组织的财务、资金、

*

成本，费用实行宏观管理 4. 健全内部财务运作规范和经济责任制度并实施检查监督。

媒体运营部：1. 负责对外联络、公益平台日常传播与新媒体运营等工作。 2. 抓住热点，对资源进行整合。3. 做好产品宣传。

市场部：1. 调查消费者购买心理和行为。2. 实时做好市场行情的调查 3. 建立完善营销信息收集，处理，交流及保密系统。

设计部：1. 负责制定设计方案，编制相关技术文件，解决实施中的设计问题，及时记录各种工作要素，编制齐全的图纸及产品文件。

（二）工作室工作机制

在**沟通机制**方面，除了使用基于职能线与项目线的上级指示、下级汇报和工作会议等传统的正式沟通方式，工作室还十分注重各部门内聚力和信息反馈速度，实行团队动态管理，根据发展需求有目的地健全“短、平、快”的扁平式沟通渠道，如全员会聚进行压力宣泄，解决内部人员负面情绪，建立良好积极的团队氛围；每周按时进行工作日志交付，各部门之间相互点评，拉近各层成员的距离，使成员的建言可以很快地反馈到领导层，增强成员对集体的归属感、集体荣誉感与参与感。

在**绩效考评**方面，在项目期初，由负责项目的项目经理和相关职能部门经理沟通，得出该项目的预期阶段性目标，并予以周知。项目进行过程中，项目经理实时跟进部门项目进程，并予以记录。每一阶段末经理与职能部门沟通项目进度，并辅助其以目标

*

达成（40%）、质量（30%）、工作态度（15%）、组员评价（15%）的比例（满分 100）完成对成员的考核。绩效考核 90 分以上者，予以颁发“优秀项目成就奖”，并有机会成为核心产品项目的负责人。

（三）团队成员介绍

	姓名	学校	班级
团 队 成 员	申小旭	贵州商学院	环境设计
	唐诗	贵州商学院	市场营销
	何蕊	贵州商学院	环境设计
	敖亚妮	贵州商学院	环境设计
	林仁淞	贵州商学院	会展经济与管理
	李娟	贵州商学院	数据科学与大数据技术
	周彬	贵州商学院	物联网工程

*

申小旭

团队分工： 总经理、 财务分析

性别： 女 政治面貌： 中共预备党员

地区： 贵州遵义 手机： 18089603409

年龄： 22 出生日期： 2000.02.13

电子邮箱： 3097571609@qq.com



教育背景

2019-至今	贵州商学院	环境设计	本科
---------	-------	------	----

所获奖项：2020 年 11 月在第七届“创青春”中国青年创新创业大赛全国金奖、贵州商学院校赛一等奖及华南赛区前 100 强；获得 2020 学年国家奖学金、2021 学年国家励志奖学金，连续两年获得校级一等奖学金、自强奖学金。2021 年 5 月获得“优秀共青团员”称号、获得“最美运动风采”一等奖；获得“唱支山歌给党听”比赛二等奖；“互联网+”大学生创新创业大赛校赛优秀奖、省级铜奖；院级“学党史. 颂党恩. 跟党走”二等奖；担任苏商入黔“强省会”志愿者。贵州省第三届志愿服务大赛省级银奖。

校园经历

2019 至今 任职环境设计 19-1 班班长

2020-2021 任职院团委社团联合会监督检查部部长、贵州商学院第三届学生委员会委员；

2021-2022 任职贵州商学院第四届学生委员会委员，野生动物保护协会会长，院团委社团联合会主席团成员

*

唐诗

团队分工：合伙人、市场调研

性别：女

政治面貌：共青团员

地区：四川

手机：18593884591

年龄：22

出生日期：2000.01.08

电子邮箱：2636296250@qq.com



教育背景

2019-至今

贵州商学院

市场营销

本科

所获奖项：2020年，“外研社国才杯”全国英语阅读大赛校级初赛三等奖；数学建模校内赛三等奖；共青团白云区第十一次代表大会志愿服务“优秀志愿者”称号。2021年，全国大学生数学建模竞赛贵州赛区成功参赛奖；2021年贵州“强省会”行动推介暨“苏商入黔”集中签约活动志愿者；2021年生态文明贵阳国际论坛志愿者；第七届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛贵州商学院校赛优秀奖；第十七届“挑战杯”贵州省大学生课外学术科技作品竞赛三等奖；贵州省第三届志愿服务项目大赛银奖

校园经历

2020.09-2021.07 贵州商学院社团联合会志愿者工作部部长、环境保护协会副会长

2021.09-至今 贵州商学院社团联合会主席团成员、青年志愿者联合会主席、市场营销

19-1班双学组长

*

何蕊

团队分工：技术合伙人、项目负责人

性别：女

政治面貌：共青团员

地区：重庆市涪陵区

手机：18315169151

年龄：18

出生日期：2003.07.18

电子邮箱：1196567213@qq.com



教育背景

2021-至今

贵州商学院

环境设计

本科

所获奖项：贵州商学院 2021 年“青春三走”系列活动之第四届足球宝贝体操大赛三等奖；2021 年贵州商学院军训“优秀标兵”；文化与艺术传媒学院“青春献党 爱我中华”活动优秀奖

校园经历

2021 年至今 贵州商学院青年志愿者联合会成员

2021 年至今 贵州商学院大学生艺术团团员

2021.11 参与贵州省山地紧急医学救援体系建设成果展示暨新冠肺炎聚集性疫

情处理应急演练志愿者

*

敖亚妮

团队分工：合伙人、风险分析

性别：女 政治面貌：群众
地区：贵州省务川县 手机：18784963571
年龄：21 出生日期：2001.01.01
电子邮箱：851155459@qq.com



教育背景

2019-至今 贵州商学院 环境设计 本科

所获奖项：风华百年传承创新文化创意大赛三等奖；贵州商学院 2021 年“青春三走”系列活动之第四届足球宝贝体操大赛三等奖；《中流砥柱与历史使命》手抄报竞赛优秀奖

校园经历

2020.03-2021.6 贵州商学院文化与艺术传媒学院团总支学生会监察部成员

林仁淞

团队分工：合伙人、展会布置

性别：男 政治面貌：共青团员
地区：贵州瓮安 手机：15285303574



*

年龄： 22 出生日期： 2000.03.25

电子邮箱： 1913842640@qq.com

教育背景

2019-至今 贵州商学院 会展经济与管理 本科

所获奖项：2020—2021 学年获国家励志奖学金，一等奖学金，获自强奖学金，第十七届“挑战杯”贵州省红色专项赛三等奖、第七届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛校赛三等奖，贵州省第三届志愿服务大赛银奖，“学党史·颂党恩·跟党走”校园文创大赛书法类优秀奖、“知恩至诚，资助育人”主题演讲比赛第一名，贵州商学院第一期“一站到底”知识竞赛答题一等奖第二、三期获得二等奖，获得国际教育学院优秀志愿者，贵州商学院优秀志愿者，获得“魅力团支书”称号，跳绳比赛优秀奖，2021 年获得百万同题英语写作大赛优秀作品

校园经历

2019.03-至今 贵州商学院 国际教育学院青年志愿者服务团团长

2021 年 “苏商入黔”强省会志愿服务活动，暑期三下乡社会实践活动

李娟

团队分工： 合伙人、平台运行

性别： 女

政治面貌： 共青团员



*

地区：贵州省黔西南州兴义市 手机：13379696815

年龄：21 出生日期：2000.10.24

电子邮箱：2725707031@qq.com

教育背景

2019-至今	贵州商学院	数据科学与大数据技术	本科
---------	-------	------------	----

所获奖项：2019年，贵州商学院“我未谋面的辅导员”征文比赛三等奖。2020年，贵州商学院四等奖学金；第十届中国（贵州）国际酒类博览会线上活动和贵州酒类博览会志愿服务活动志愿者；2021年，贵州省高校网评员培训学员；“青春闪光”青年培训工程”培训班学员；贵州“强省会”行动推介暨“苏商入黔”志愿活动志愿者；贵州商学院第一期学生社团骨干培训班学员；贵州商学院第五期青马班学员；第七届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛中获省级三等奖；第七届“创青春”中国青年创新创业大赛（互联网组）互联网创意营销大赛中荣获校极一等奖、华南赛区前100强、国家级金奖；

校园经历

2019.09-2020.06 贵州商学院社团联合会办公室干事、计算机与信息工程学院学生会干事

2020.08-2021.06 贵州商学院社团联合会办公室部长、国学社社长

2021.10-至今 贵州商学院社团联合会主席团成员、学生会主席团成员

周彬

团队分工：合伙人、营销策略

*

性别：男 政治面貌：共青团员

地区：贵州省大方县 手机：18685742680

年龄：26 出生日期：1995.05.27

电子邮箱：2657668984@qq.com



教育背景

2019-至今	贵州商学院	物联网工程	本科
---------	-------	-------	----

所获奖项：2020 年，第十届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛中荣获校级三等奖；第六届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛中荣获校级特等奖、省级铜奖；第十二届“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛中荣获校级特等奖、省级金奖、省级银奖、国家级铜奖；第五届全国财经财经院校创新创业大赛中获得校级特等奖、国家级三等奖。2021 年，中国国际大数据产业博览会志愿者，第十届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛中荣获校级三等奖；第七届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛中荣获校级一等奖、省赛金奖、省赛银奖；

校园经历

2019.09-2020.0 北京华图宏阳教育文化发展股份有限公司贵州分公司 贵州商学院代理

2020.08-2021.07 贵州商学院荧光公益协会 组织部部长

2020.10-至今 贵州商学院 ADO 爱创空间副会长、黔青梦工场小助手

（四）组织顾问



耿翊

贵州大学美术学院院长（全国）
教育书画协会高等美术教育分会
常务理事；中国美术家协会会员，
贵州油画学会副会长。



徐恒

现为贵州省美术家协会主席；贵
州大学美术学院教授。中国美术
家协会会员，农工党贵州书画院
副院长



李京涛

贵州财经大学艺术学院讲师，环
境设计系系主任，上海浦东建筑
设计院设计总监。

*



杨光学

贵州师范学院美术与设计学院教师。中国书法家协会会员、贵州中国画学会理事、国家民族画院特聘画家。



杨钢

副教授。主要研究方向：环境艺术设计及理论，设计教育。



郭霞

贵州大学管理学学士，共青团贵阳市白云区委员会书记。

*



姚莉纹

共青团贵阳市白云区委员会副书
记。



罗欢欢

惠水县音乐家协会副主席，曾荣
获“词曲中国”大型原创词曲大
赛银奖。



邵祥

国家一级播音员，全国青少儿普
通话与口才测评员，贵州省戏剧
家协会会员，贵州省青联委员，
黔南州青联委员。

（五）指导老师

*



杨斌

艺术学硕士，贵州商学院青年志愿者联合会指导教师、贵阳市白云区团委兼职副书记。曾多次获全省先进个人，多次指导学生参与贵州省“挑战杯”获奖。



邓姗姗

戏剧与影视学硕士，曾在纳雍县电子商务发展中心纳雍县“脱贫攻坚·青春助力”扶贫产品设计暑假培训班获得优秀指导老师。



吴龙炫子

本科：西安电子科技大学（专业：信息管理与信息系统）

研究生：贵州大学（专业：工商管理）

研究专长：数据分析，信息管理，信息系统

车浩强

环境艺术设计专业教师。贵州赛区书画摄影类

一等奖、二等奖。指导学生参加国家

*



林钦

贵州财经大学艺术学院音乐舞蹈系系主任，多次在国内各种专业比赛中获奖。



绘美乡村

■ 绘制美好生活





绿色书屋项目 项目计划书

学 校： 贵州商学院

指导老师： 石金字

日 期： 2022年3月16日

目录

1、团队简介	1
1.1 团队概况	1
1.2 团队成员介绍	1
1.3 指导老师	6
1.4 项目顾问	错误！未定义书签。
2、项目背景	6
2.1 项目介绍	6
2.2 产业背景	8
2.3 项目意义	12
3、产品及服务	14
3.1 产品	15
3.2 服务计划	18
3.3 服务模式概览	20
3.4 平台建设和商业模式流程	25
4、可行性研究	36
4.1 项目可行性	36
4.2 市场分析	36
4.3 社会市场分析	45
4.4 风险预测及应对措施	48
4.5 合作伙伴	50
5、营销策略	51
5.1 成本的构成	51

5.2 销售价格的制定	51
5.3 营销方式	52
5.4 详细策略	54
5.5 数据流程图:	64
6、产品开发	64
6.1 二手书主要来源（中后期模式）	64
6.2 二手书质量相关	71
7、财务分析	72
7.1 资金用途	72
7.2 使用计划	77

1、团队简介

1.1 团队概况

我们团队是来自于贵州商学院的一支团队。整体由 5 名在读本科生一名指导老师构成，我们团队向来奉行的主旨就是实践出真知，我坚信一切的成果都需要理论结合实践再辅以时间才能取得。

1.2 团队成员介绍

杨再顺

团队分工：人员管理

性别：男

年龄：20

地区：贵州镇远

出生日期：2002.04.12

手机：15885124310

电子邮箱：
2200861488@qq.com



教育背景

2021-至今 贵州商学院 会展经济与管理 本科

技能特长 计算机，策划，经济分析，设计

所获奖项：

2021 军训风采大赛第三名，校级军训先进集体一等奖，2021 院级青春献党爱我中华舞台剧第一名，征兵宣传视频比赛校级优秀奖。

实践经历

2022-至今 贵州商学院 国际教育学院青年志愿者服务团副团长

2022.19-2022.28 参加镇远县返乡大学生“春晖行动·风筝计划”

朱润真

团队分工：活动策划

性别：男

年龄：19

地区：河南洛阳

出生日期：2002.06.08

手机：15716737923

电子邮箱：2088409171@qq.com



教育背景

2020-至今

贵州商学院

会展经济与管理

本科

技能特长

计算机，活动策划

所获奖项：

第十七届挑战杯红色文化之旅专项赛道省赛三等奖；第七届互联网+校赛三等奖；贵州商学院征兵宣传视频二等奖；曾获得国际教育学院优秀志愿者称号。

实践经历

2020.10

担任第五届贵州商学院学生会成员

2021.3-至今

担任商学院创新创业部部长

2021

“苏商入黔”强省会志愿服务活动，暑期三下乡社会实践活动

王文雪

团队分工：财务管理

性别：女

年龄：20

地区：山东临沂

出生日期：2001.11.22

手机：13245398408

电 子 邮 箱

2192946730@qq.com



教育背景

2020-至今 贵州商学院 金融工程 本科

技能特长 金融投资，财务管理

所获奖项：

经金学院 2021 年度一等奖学金；金话筒主持人大赛优秀奖；2021 年外研社·国才杯写作大赛初赛一等奖、决赛三等奖；2021 年外研社·国才杯阅读大赛二等奖；批改网 2021 年百万同题英语写作大赛优秀作品奖

实践经历

2021.09-至今 贵州商学院 经济与金融学院青年志愿者服务团团长

2021.07 参加山东省暑期青鸟计划 在民政办实习学习

谭晨雨

团队分工：运行管理

性别：女

年龄：21

地区：重庆市

出生日期：2001.04.7

手机：17320471026

电子邮箱：
3042249923@qq.com



教育背景

2020-至今 贵州商学院 工商管理 本科

技能特长 战略管理、经营决策

所获奖项： 贵州高校团支部微团课比赛省级三等奖，贵州商学院 2020- 2021 年度二等奖学金，征兵宣传视频比赛校级二等奖，微团课比赛校级二等奖，第三、四届足球宝贝比赛校级二等奖，金话筒主持人大赛院级三等奖，微党课比赛优秀奖，职业生涯规划比赛优秀奖等。

实践经历

2020.10-至今 贵州商学院管理学院工商管理 20-1 班团支书

2021 青春强省会·云岩区“五治”行动志愿服务活动

龙弈丹

团队分工：营销策略

性别：女

年龄：19

地区：贵州铜仁

出生日期：2002.8.23

手机：18285615715

电子邮箱：
1903045263@qq.com



教育背景

2020-至今

贵州商学院

会展经济与管理

本科

技能特长

营销策略 宣传

所获奖项：国际教育学院 2021 年辩论赛三等奖。

实践经历

2020.10-至今

各假期社会实践

1.3 指导老师



石金字

中共党员，硕士研究生，助教，毕业于贵州师范大学英语语言文学专业。大学外语教学部（国际教育学院）教学与科研办公室副主任，同时承担大学英语教学工作，系贵州商学院英语协会指导老师。

2、项目背景

2.1 项目介绍

旧书无法收纳，堆积在寝室占据了大量的空间；想买书但又不想苦等物流，这是校园中一部分同学的苦恼。本项目旨在帮助校园中有买卖旧书苦恼的同学，让你轻松交易没烦恼。本平台将以校园交易为中心，兼顾同区域跨校交易，以帮助同学们达到最快交易的需求。

本平台业务主要分为两种。第一，为同学们提供一个二手书交易平台，而且本平台会认真分析各类书籍的实际情况，从质量、定价等多各方面来保证平台内书籍的流通质量。第二，本平台接受各行各业慈善人士的赠书行为，不论是什么身份，只要您有意捐赠，本平台都

会接受。若有需求，可将书籍明码标价售出，所得皆捐赠予慈善组织；若无需求，本平台会将所剩余书籍同意捐赠给慈善机构，将书籍带给更多喜欢阅读的人。

本平台立志成为同学们读书学习的小帮手。我们将为二手书交易提供一个稳定可靠的环境，支持同学们在阅读这条道路上能够发光发热。同时，也为慈善公益活动给予了很大的帮助和支持。

高校教学教材、参考书、考研材料等相关书籍价格比较高，学生购买时要花费较高费用，这对于学生来说是一笔较大的开支，尤其会给家庭困难的学生造成很大的经济压力，鉴于二手书的可利用性，我们希望通过组建发展我校二手书市场交流平台，这将是一个很好的项目。对于高校的教科书的改动一般都有限，大部分教材知识要点基本不变，同时与之相对应的参考书、考研资料（除政治外）变动也相对较小。二手书完全可以进行回收再利用，以此来节约成本。特别是目前每年大学生毕业后，都会有大量书籍需要处理，一般处理方法通过收废品处理掉，只有极少部分卖出去。况且，大学阶段的教育是一种广博的通才教育，需要学习各个方面的知识，这样就会用到很多教材，而大部分的教材也就是在最初学习的时候需用，然后就被闲置。这样以来，很多教科书还是可以进行重复利用，二手书教材的来源可以说是很广泛的。与此同时，每年都有很多学生修读二专业的课程，上课时就需要一本课本，通过绿色书屋这个平台，双方的利益都能得到满足，因此绿色书屋市场前景好。

2.2 产业背景

2.2.1 政策支持

国家发展改革委联合商务部等有关部门印发了《关于加快废旧物资循环利用体系建设的指导意见》（发改环资〔2022〕109号，以下简称《指导意见》）构建废旧物资循环利用体系是发展循环经济、建设资源循环型社会的重点任务。对于完善我国废旧物资循环利用体系，提高资源循环利用水平，提升资源安全保障能力，助力实现碳达峰碳中和目标具有重要意义。闲置资源优化利用是绿色消费的重要内容，也是节约资源的重要体现。我国二手商品交易尚处于起步阶段，长期以来，居民处置闲置资源主要通过线下渠道开展，面临可处置品类少、处置效率低、人群参与度低等因素的制约。随着电子商务的迅速普及，互联网与传统行业的快速融合，产生了大量新兴应用场景。闲置资源数字化、平台化交易成为新的时代课题。《指导意见》明确指出，要积极推动二手商品交易，丰富二手商品交易渠道，鼓励“互联网+二手”模式发展，促进二手商品网络交易平台规范发展，支持线下实体二手市场规范建设和运营，鼓励建设集中规范的“跳蚤市场”；完善二手商品交易管理制度，分品类完善二手商品鉴定、评估、分级等标准体系，研究解决二手商品转售、翻新等服务涉及的知识产权问题；加强二手商品交易的市场监管，规范二手商品流通秩序和交易行为。这些政策措施将有力的激发二手市场的巨大潜力，推动二手商品交易蓬勃发展。

2.2.2 社会背景

“绿色发展战略”作为当今社会的主题，资源的高效利用是时代的呼声，节约资源、循环利用成为合理使用有限资源的重要途径。循环利用书籍符合目前国家“保护环境，绿色发展”的倡导，有利于把环保理念融入到日常校园生活当中去；而且书籍在知识的传递中起到了重要的媒介作用，所以加强书籍的流通效率，对教育事业的发展有很大的帮助。

与此同时，符合社会低碳发展的趋势。据不完全统计，地球上每年有 4000 平方千米的森林消失。森林资源是吸收 CO₂ 的重要部分，二手书籍的回收利用有利于减少对森林资源的消耗，实现经济发展与生态保护双赢的模式。通过二手书籍的再利用，有效降低了高碳能源的消耗和温室气体的排放。

根据国家统计局的数据显示，2018 年中国社会消费品零售总额达 38 万亿，庞大的社会消费品基数，为二手交易市场创造了巨大的供给和潜力空间。如今，中国闲置物品的交易规模正在以每年 30% 以上的速度高速增长，预计到 2020 年市场规模可以达万亿级别。在消费结构参差多元的中国市场，一二线城市不仅是二手物品流转的主要市场，通常也是二手商品的供应地，而下沉市场正在成为流入地，其 6 亿用户已经成为二手市场爆发的变量所在。

都在说下沉市场，而从目前的数据看，确实也有大量的闲置物品，在从一二线城市快速流转 to 三四线城市用户手中。“对于一线城市来说，当我们用着很贵东西的时候，其实下线城市还有很多的消费需求没有被满足。”

二手交易市场其实是一个内外交融的市场。中国结构性的土壤，恰恰给国内二手市场的发展带来了巨大的机会，而大量 C 端闲置的物品，形成了充足的供给。





如果以每吨纸需砍伐4棵平均
20年树龄的树木作原料的话
，1年就有近13亿棵这样的大
树从地球上消失

2.2.3 校园背景

随着大学校园内掀起倡导的低碳环保热潮，高校学生教材及其他书籍的目前的处理方式已被大多人所关注。为了积极响应构建资源节约型、环境友好型社会的时代要求，减轻学生的经济负担，提高教材及其他书籍的循环利用，倡导绿色校园建设，建立一个高校二手书市场显得尤为重要。另一方面，在大多数学生的眼里，回收二手商品进行再销售不仅具备社会实践性，同时具备一定的公益性。随着交易模式的不断规范，产生的利润可以捐助给学习和生活中有经济困难的学生，对构建校园贫困助学体系”倡导勤奋自强”无私奉献的道德风尚有积极作用。

以我校为例，学校周围没有大型的书店和二手书市场，这导致学生在购书方面存在一定困难，只能通过周围同学介绍和电商平台购书，但是网上购书弊端很大，价格与质量参差不齐，运发时间存在不确定性。而大学生是一个对于书籍要求较高的消费人群，同时大部分学生手中拥有很多书籍并且没有合适的处理方式，这就为二手书籍提供了稳定的来源，消费者兼具项目商品供应者，这是一个极具有潜力的市

场。

在校园内构建二手书网上交易平台，买卖双方通过这一平台能够及时的掌握书籍的具体情况以及双方的信息，实现快速交易。对于买家而言，网上交易平台可以将二手书详细分类，并详细标明其中的信息，为买家提供了更大的选择空间。对于卖家而言，网上交易平台可以使卖家摆脱传统的线下传统售卖方式，更加便捷快速地售出手中的二手书。

2.2.4 政治背景

(1) 在教育事业越来越受重视的今天，教育出于优先发展的地位，因而国家对教育的支出不断增加，支持着教育事业的快速发展。同学们在经过多年教育后养成一种对知识的向往，使他们在书籍上的投入有所增加。

(2) 随着高校教育的发展，专业不断细分，专业书籍也与日俱增，二手书市场必然随着高等教育的发展而进一步扩大。

(3) 二手书店的二手书循环经济，节省资源，保护环境，根据国家对资源重复利用企业的扶持，能够申请得到免税或税收补贴的优惠政策，为书店的进一步发展提供资金。

(4) 国家鼓励“大众创新，万众创业”，我们创办的“绿色书屋”是一个学生团队组建的项目，旨在为学校同学提高服务，我们可以通过相关政策申请一定的启动资金和风险资金。

2.3 项目意义

2.3.1 符合社会低碳发展的趋势

据不完全统计，地球上每年有 4000 平方千米的森林消失。森林资源是吸收 CO₂ 的重要部分，二手书籍的回收利用有利于减少对森林资源的消耗，实现经济发展与生态保护双赢的模式。通过二手书籍的再利用，有效降低了高碳能源的消耗和温室气体的排放。

2.3.2 促进书籍的循环利用

书籍的循环利用提高了纸张的利用率，节约了社会资源，延长了书籍的使用寿命，但也没有降低阅读体验。一本闲置书籍经二手书交易平台出售，可以将学生手中的闲置资源变现，并投入到想要的新书中，实现了闲置书籍的再利用和使用价值的再次体现，把一本书的价值发挥到了最大。

2.3.3 为学生提供便利的平台

在校园内构建二手书网上交易平台，买卖双方通过这一平台能够及时的掌握书籍的具体情况以及双方的信息，实现快速交易。对于买家而言，网上交易平台可以将二手书详细分类，并详细标明其中的信息，为买家提供了更大的选择空间。对于卖家而言，网上交易平台可以使卖家摆脱传统的线下传统售卖方式，更加便捷快速地售出手中的二手书。

2.3.4 助力公益事业

通过这一平台所获得的利润，将按照一定比例捐赠给学校的相关服务公益机构，助力公益事业。同学们向本平台捐赠的书籍，我们将通过开展“建设爱心书屋，捐赠爱心图书”的公益捐赠活动，以特别

的方式给书籍相对匮乏地区的孩子给予一份礼物，让知识在爱的手中传递。

3、产品及服务

实施步骤	时间起止 (年、月)	建设内容	实施 周期
第一阶段（初期）	2022年4月-5月	<p>(1) 构建网络交换信息平台。</p> <p>(2) 对这一平台进行宣传，提高平台知名度，打开市场。</p> <p>(3) 小规模地收购急需出二手的卖家手中的二手书。</p> <p>(4) 收集二手书籍以及买卖双方的基本信息。</p> <p>(5) 以这些书籍信息为基础，上传信息至平台，完善平台运行和管理。</p>	2个月
第二阶段（中期）	2022年6月-12月	<p>(1) 对网络信息平台的功能进一步进行开发（筛选，购物车等功能）。</p> <p>(2) 通过各种传媒手段，进一步扩大该平台在学校内的知名度。</p> <p>(3) 扩大收购规模，收购卖家手中急需出二手的二手书，并将信息上传至交易平台。</p> <p>(4) 助力公益事业。将捐赠来的图书与校内爱心公益社团合作，共同助力书籍爱心传递。</p> <p>(5) 实行文竹小镇计划，打造绿色文学艺术小镇。</p>	6个月

<p>第三阶段（后期）</p>	<p>2022年 12月 -2023年 3月</p>	<p>(1) 构建二手书籍的仓储存放场地，并对已经收购来的书籍进行分类整理储藏。</p> <p>(2) 进一步扩大二手书的收购规模，扩大交易平台的书籍信息量，便于卖家有更多的选择。</p> <p>(3) 将每一本书籍的盈利按比例捐赠给校内爱心公益社团，助力公益事业。</p> <p>(4) 继续扩大文竹小镇的建设空间，打造出文学与民族艺术等多元化为一体的艺术小镇。</p>	<p>3个月</p>
-----------------	--	--	------------

图 1.1: 项目实施周期表

3.1 产品

3.1.1 平台介绍

本课题主要针对学校部分同学苦于卖出自己不用的书，又无正规渠道卖书，导致出现的一系列问题，提出一个更好的二手书交易平台。本平台将以学校为中心，兼顾同区域跨校交易，以帮助大家实现最快出售书籍的目的。本平台主要业务分为两个方面，第一，为同学们提供一个二手书交易平台，平台将为同学们提供质量、定价等方面的参考信息，保证书籍交易的保质保量。第二，平台将接收慈善人士的赠书行为，若有需求，将明码标价卖出，所得皆捐予慈善组织，若无需求，平台会将剩余图书统一捐赠给接收图书捐赠的慈善机构。

本平台立志成为帮助同学们更好的进行学习生活的平台。平台将为二手书交易提供一个稳定可靠的环境，支持同学们对书籍知识的探

索，同时，也为慈善人士的公益活动提供一定的帮助与支持。

3.1.2 产品类别及受众群分析

旧书并不耽误使用，特别像考研、考证等专业资料价格比较昂贵，在考试结束后基本上不会再继续使用，与其丢掉不如放在二手书交易平台上，给更多需要资料的同学提供帮助。而且旧书比起新书来说也更加经济实惠，更加环保，大家都可以各取所需，商品也物尽其用。对于不同类别的书籍，受众群体自然也不一样，所以可以从以下几个方面进行分析：

(1) 各类课辅资料

这类书籍通常是用来辅助我们学习方面的，针对的目标群众就是全体学生。购买者可以在这里找到和自己专业相关的书籍，如：课本、一些习题集、考试资料等；也可以找到与考研、考证相关的书籍。对于有需求的同学们来说，这是划算的。因为他们很清楚这些资料的自身价值，当他们看到这类书籍能够以二手书的价格来出售时，心理是欢腾的。在他们看来，自己是赚了。

(2) 教科书

这类书籍主要是学校内各专业的同学们上课的书。高年级的同学学完觉得用不上了，就可以把书挂在平台上出售，低年级的同学可以通过购买高年级的久教科书来查看笔记，提高自己。而有一些粗心的同学有时候会把自己的书弄丢，可以直接在平台上进行购买，既节省了时间又能剩下一些钱。

(3) 各类名著

这类书籍对于爱书人事无疑是最大的诱惑，所以这类书籍我们的目标群体是喜欢阅读的同学和一些即将毕业的同学。对于商家来说，这是我们最想保持畅销程度的一类书籍。这一类的书籍原价格相比其他类别书籍都显得稍微贵了一些，而在我们的二手书平台上，顾客却能以一个相对来说优惠的价格买到，不论从那个方面出发，对学生来说都是一种极大的优惠。而对于毕业生来说，更多的填充知识，对市场了解分析更清晰，都是身处竞争场他们能够获得最大的优势。

（4）工具书

这类书籍主要是我们平时学习时能用的上的，如词典、字典、百科全书和资料等。不论是大一刚进校的新生，还是大四即将毕业的应届生，工具书对他们的帮助都是非常大的。在做作业或遇到难题时，都可以选择工具书来解决问题，而且多翻多看也能够强化我们的记忆，更加丰富我们的知识。

（5）杂志、周刊

这类书籍大多数是一些过时的杂志，周刊及小说等休闲读物，我们的群体也是面向全体在校生。虽然对于在校生来说这类书籍没有太多的价值，但对于购买者来说还是具有一定的吸引力的。当看到平台上有自己喜欢作家的作品，还有自己追星偶像的杂志时，都会忍不住去了解情况。而且有一部分人群，他们是喜欢收集杂志周刊这类读物的，因为这类读物它们只是在时间上有些过时但其内容并没有任何问题，阅读起来完全没有任何阻碍和压力，更何况是低价购买。

（6）其他类书籍

这类的书籍都是人们不怎么感兴趣的，大多为学校统一下发的书籍，比如：大学生就业指导、大学体育等。同学们最这类书籍提不起兴趣阅读，所以一般都将会作为慈善捐赠物，提供给真正有需要的人群。

本平台面向的群体主要是在校大学生，而对在校大学生来说，经济状况应该是差距不大，因为大多经济来源都是通过父母家庭所提供的，少部分同学通过兼职等渠道赚取生活费。但总的来说，都不富裕，所以二手书平台是大家的一个很好的选择。由于二手书籍的特殊性，超过一半的顾客都对产品的价格有着特定的要求，他们都希望能够在原价的基础上，给到他们最大的优惠。不同专业的同学所需专业书籍自然也就不同，爱好不同的同学在选择书籍上也会有一定不同，不同性格的同学的购买行为也会不一样。但正因为有这些不一样的地方，也使得顾客的需求更加多样化，平台针对多样化的需求，从而也会有多样化的产品及其服务。此外，消费者购买的决策过程也分为五个部分：认识需要、信息搜索、评估选择、购买决定和购后评估。每一个阶段都是不能忽视的部分，需要做好每一个阶段，才能够维护好平台的形象。

3.2 服务计划

3.2.1 前期

平台将会对经手书籍进行质量检测、定价评估、联系买家，为同学们的书藉交易提供保障，进行前期的宣传。（无偿）

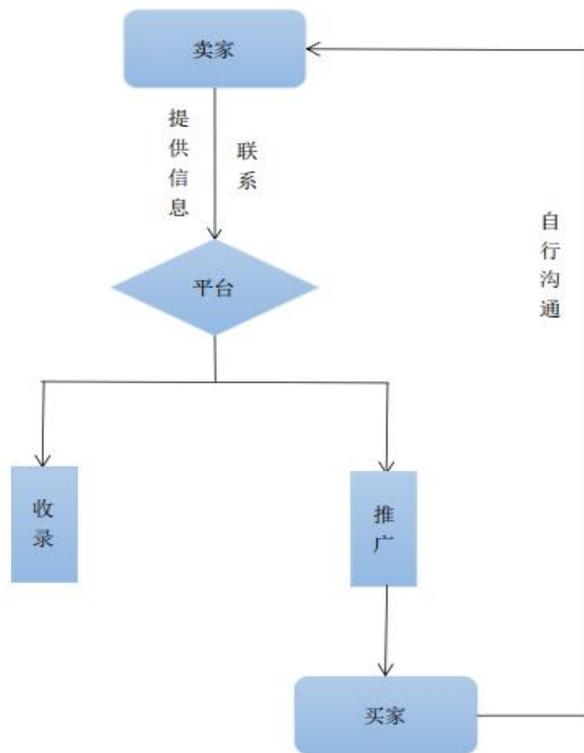


图 1.2: 初期服务流程图

3.2.2 中后期

平台将进行购书，增加库存；提高服务质量，优化顾客体验。为更好的开展后续活动，平台将开始收取部分费用以供平台运营。

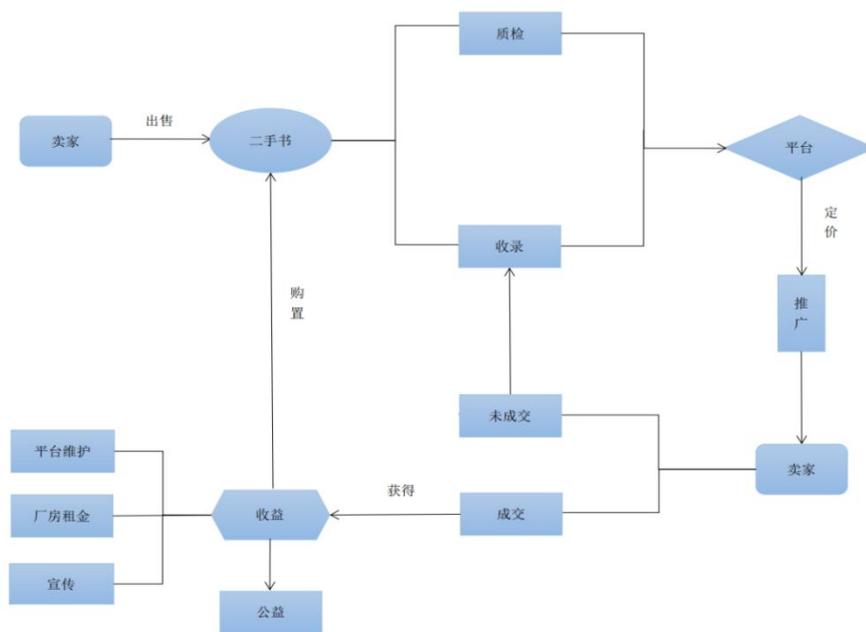


图 1.3: 商业模式流程图

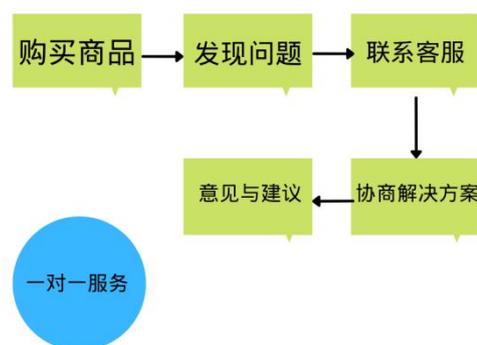
3.3 服务模式概览

(一) 服务模式构建

通过市场调研我们发现，校园二手书属于二手电商中一个垂直细分领域，其定位为在校大学生。在校大学生们通常会通过学校购买所学课程书籍，也会根据个人喜好在线上或线下购买需要的书籍。但这些书籍大多在学完或看完后就会被堆积在宿舍，或直接扔掉，这样的行为是十分浪费的。

针对之类情况，我们构建了一种服务模式，能够帮助同学们在平台买卖旧书时所遇到的问题。这种模式就是一对一服务模式。当同学们购买平台上的二手书后，我们会将书籍去向情况进行存档，以防丢失数据。在购买者购买书籍七天内我们支持客观原因的退货退款申请，即非人为损坏我们都将会继续处理。当购买者发现书籍有问

题时，可以联系人工客服，客服人员将会与购买者协商，以得到一个最佳的解决方案。解决方案将会在 24 小时内实施。而当消费者问题得到解决后，平台会邀请顾客填写一份问卷，在问卷中顾客可以提出自己的意见与建议，对服务的满意度。这将会作为平台优化的方向。



（二）服务体系构建

根据消费者的不同需求，我们将构建服务体系如下：

1. 对于时间或有其他不便的同学，平台可提供上门取货、送货或自提服务
2. 建立线下站点，用于屯放收集的二手书籍，和管理日常书籍运作，如快递。
3. 顾客可以通过电子平台了解产品，结合自己需求下单

绿色书屋小程序首页主要包括：有各类秒杀专场，畅销产品等（如首页图）。如果看到感兴趣的物品，可以直接点击查看和购买。也可以在最上方的搜索框内输入你想要查询的物品，这样就能更快的找到你的心怡好物。



(首页图)

产品列表页面主要包括：租赁专区、爱心捐助、售卖专区和福利专区（如产品列表图）。能够更好的帮助消费者快速找到心仪产品。租赁专区的租赁方式类似于图书馆的管理模式，只不过比图书馆多了收取押金这一步，这也是为了防止书籍受到损害。爱心捐助区主要是为慈善捐助者提供的区域，在这个区域中捐赠书籍最终去向是慈善组织或书籍购买者。售卖专区就是能够买得旧书的区域了。福利专区会不定时的开展秒杀，特惠价购书等服务。



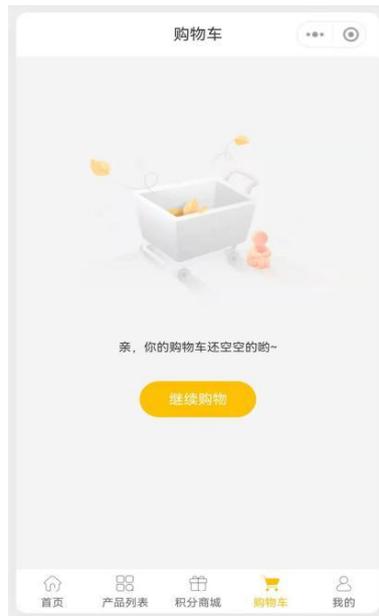
（产品列表图）

积分商城页面（如积分商城图）。同学们通过购书或卖书，还有平台不定期开展的积分活动，都能够获得一定的积分，当积分攒到某一数额后可以用积分在平台换取小礼品。如：圆珠笔，方格本等。成功换取小礼品后，填写自己的联系方式，将会有志愿者将小礼品送到你手上。



（积分商城图）

购物车页面（如购物车图）。顾客们所挑选的心怡商品都会记录在这里，但是购物车的容量是有限的，如果购物车内商品达到上限，将不能加入额外的商品，所以一定要记得按时清理购物车内的商品。



(购物车图)

最后一个我的页面，也是功能最多的一个页面（如我的页面图）。你可以在这里查看商品的交易情况，也可以查询到自己的积分情况。平台还可以提供会员服务，充值会员后，你将可以先于他人一步看到即将上新的书籍，在书籍的价格上也可以享有比别的消费者多的优惠政策。

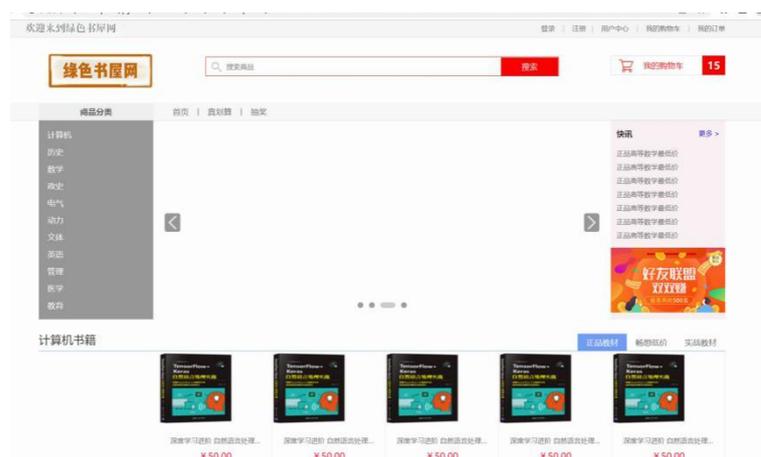


(我的页面图)

同时同学们也可以通过绿色书屋的网站查询相关书籍详细信息，找到心仪的书籍后下单购买。



(绿色书屋网站登录页)



(绿色书屋网站首页)

我们会定期对平台销售或捐赠记录情况进行分析，分析出最热销的产品类别，并在小程序和网页首页上进行推荐宣传。

3.4 平台建设和商业模式流程

3.4.1 平台建设

我们将平台建设分为前期、中期、后期三个阶段，每个阶段都有不同的实施方案（如图）。在收购二手图书时，我们会严格把关书籍的质量、内容，外观等方面，保证让顾客拿到的每一本书籍都是积极

正能量的。

实施步骤	时间起止 (年、月)	建设内容	实施周期
第一阶段（初期）	2022年4月-5月	(1) 构建网络交换信息平台。 (2) 对这一平台进行宣传，提高平台知名度，打开市场。 (3) 小规模地收购急需出二手书的卖家手中的二手书。 (4) 收集二手书籍以及买卖双方的基	2个月

		本信息。 (5) 以这些书籍信息为基础，上传信息至平台，完善平台运行和管理。	
第二阶段（中期）	2022年6月-12月	(1) 对网络信息平台的功能进一步进行开发（筛选，购物车等功能）。 (2) 通过各种传媒手段，进一步扩大该平台在学校内的知名度。 (3) 扩大收购规模，收购卖家手中急需出二手书的二手书，并将信息上传至交易平台。 (4) 助力公益事业。将捐赠来的图书与校内爱心公益社团合作，共同助力书籍爱心传递。	6个月
第三阶段（后期）	2022年12月-2023年3月	(1) 构建二手书籍的仓储存放场地，并对已经收购来的书籍进行分类整理储藏。 (2) 进一步扩大二手书的收购规模，扩大交易平台的书籍信息量，便于卖家有更多的选择。 (3) 将每一本书籍的盈利按比例捐赠给校内爱心公益社团，助力公益事业。	3个月

在平台初步建立后，我们将会以下图中的商业模式流程来继续管理（如图）。我们会保证每一步流程都是公开透明的，顾客们可以查看到书籍来源以及去向，当然我们不会透露卖家与卖家的真实信息。

（二）绿色书屋可持续性发展

在重点运行“绿色书屋”项目的同时，我们也将开展其他的项

目，比如：“大山里的故事”、读书交流会、书博会、文学展会以及通过网络直播讲述故事吸引观众来购买我们的书籍，其次打造自己的文创产品，进行项目宣传，为绿色书屋提供资金来源。



项目计划示例：文竹小镇计划

我们将在贵阳打造一个小镇，名字为文竹小镇，把我们的书籍在这个小镇进行售卖。通过卖二手书让衰败的小镇重新焕发活力，从而带动整个小镇的经济，通过旅游业的发展，让其成为贵阳乃至整个贵州省最具有书香气息的小镇，也让其成为读者向往的地方。这个小镇不仅可以调动起读书文化，而且还可以宣传小镇的特色文化，建立起独特的文化历史气氛。我们将买下这个古镇的一些废旧的房屋和工厂，将其改造成为一间间各具特色的充满艺术气息的二手书店。

我们对于在文竹小镇的开店的摊主也提出要求，要求他们必须学有所长，并且一定的英语，这样方便外国游客来旅游的时候能进行一定的交流。并对他们进行一定的培训，且各家书店要有所侧重，各个

书店有各个书店的特点，从而保证书市市场的质量。在文竹小镇的二手书书店中，我们装了我们自己制作的书籍工艺品，有突出具有传统民族文化的精品书店，也有傍山而立的户外无人看守书店，还有其他多元主题的细分品类书店。同时我们也改造了许多本地原本废弃或老化的建筑空间，使得每家书店各具特色，成为当地的一道亮丽的风景线。我们的二手书籍售卖书商和书籍还改变了文竹小镇的外貌和装修风格，书架被拿来当做围墙，整个小镇随处可见的迷你书架。

我们打造的小镇注重历史建筑和风貌的保护，没有因旅游业的发展过度商业化，从而失去小镇自由的文化特色。各类各具特色的书店，手工艺品点商店，艺术品展览画廊丰富了小镇的旅游资源和特色文化，在设立一个文竹艺术节，更进一步推进了小镇的旅游业的发展。书和阅读是这个小镇最重要的元素，但是小镇不只有书，还有艺术品的展厅跟一些打卡点和完善的绿色系统为户外活动爱好者提供了多项选择，也营造了一种属于小镇自己的独特生活方式。

（三）商业模式

3.4.2 商业模式

1. 项目定位

围绕绿色发展、建设生态文明为题材，树立尊重自然、顺应自然、保护自然的生态文明理念、把生态文明建设放在突出地位，融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设各方面和全过程，推动美丽中国建设，打造美丽城市。

采用“公益+学校”进行运转，首先采用“公益+学校”结合，

依托于高校大学生消费群体，在高校内打造“绿色书屋”项目组为高校提供二手书籍市场平台，合理利用大学学生的书籍，将资源最大化，同时可与各高校志愿服务组织合作，开展书籍回收活动，其次校内绿色书屋站点可向高校大学生提供实习场地，提升书屋知名度。

通过“公益+政府”结合，通过“绿色书屋”项目，与政府文化局以及图书馆合作定期进行旧书籍的处理与销售，同时与当地教育部门进行合作为各中小学以及大学提供所需要的书籍，达成良好的合作，其次政府也可以为我们提供基础设施工作场地以及物资支持与政策帮扶。

采用“企业+公益”融合，通过公益事业运营条件将社会资本引入到志愿公益当中，其次通过与贵州省内公益组织合作，打造出品牌产业，“大山里的故事”以音频和录播的形式为山区的孩子讲述故事，介绍我们的书籍，同时我们将会助力公益向山区捐赠我们的书籍，或者在当地建造绿色书屋站点不仅提供书籍同时提供学习场地并且每年在高校招募大学生支教志愿者，辅导当地场地，推动当地教育事业的发展。

2、目标群体

闲置经济成了新时代的潮经济，线上二手书市场也如火如荼，但二手课本在二手书市场里处境尴尬，面临供需不匹配、价格不统一、盗版难辨别等多种问题。但不可否认的是，在图书市场中，课本需求一直很难被忽视，份额占比不小。新闻出版总署的数据显示，2019年中国新版课本出版 19890 种，占 2019 年全国新版图书的 39%。其

中，课本重印总数是新版的 3 倍之多，2019 年课本新版 19890 种，重印 67283 种。

高市场占比和高重印率，让课本市场自带流量，同时课本又具有标准化程度高、更新迭代慢的特点，二手课本市场不容忽视。同时，课本尤其是大学课本使用时间短，流转需求大，成为大学校园里天然的闲置资源。毕业季，大量课本被低价处置，甚至被当作废旧物品回收处理。如何减少非必要的重印，是共享经济下需要思考的问题。本文以校园二手实体书店作为切口，分析目前二手课本的机遇和挑战，对接线上和线下，让二手课本活起来，让共享课本活起来，让闲置资源活起来。

不同于中小学阶段的课程学习，大学阶段课程繁多，课本使用周期短、更新快，学生对二手课本需求量大，同时二手转卖能一定程度缓解学生的生活压力，二手书市场较为活跃。据闲鱼发布的《2020 闲鱼绿皮书》，2019 年以来，闲鱼回收图书 740 多万本。阿里巴巴财报显示，截至 2021 年 6 月，闲鱼用户数超过 3 亿，每三个网民就有一个在用闲鱼，“90 后”用户占比超过 60%。二手书市场在智能化、网络化、平台化的时代潮流中发展迅猛，二手课本市场搭载着互联网的东风也逐渐活跃起来。

活跃背后，二手课本市场仍存在不少问题，比如成交效率低、供需不对接、信息不对称、书籍不充足、邮费价格高等。而分析二手课本市场的症结和问题，首先要清楚大学生需要什么课本，需求量是多大。在大学，课本大致分为两类，一类为规定教材。2019 年教育部

发布《普通高等学校教材管理办法》，针对部分专业课以及大学通识必修课的书籍做了规定，此类课本改版周期大概为三年，周期内的书籍可被重复利用，二手课本需求量大；另一类为其他课程书籍，因为学校、专业的不同而有所差异，但在一定周期、学校范围内，课程稳定化程度较高，用书需求也较稳定。

综上，二手书在校园内部需求量大，在周期范围内用书稳定，销售二手书的校园书店应运而生。以上海财经大学校园二手书店为例，2007年，“淘来淘趣”正式成立，主营二手书业务，到2012年，淘淘拥有实体书店，到2015年全年二手书营业额达到335558.3元，到今年淘淘更换新版系统，开学期间日营业额多次超过万元。“从校园来、回校园去”是二手课本买卖的核心，绿色书屋也是这个理念的践行者。

本项目的主要定位人群为各大高校大学生，围绕“从校园来、回校园去”的发展理念，主推教科书籍以及考研资料等书籍，兼办校园分享会，利用书籍讲好中国故事，我们的故事。

3、目标市场

二手课本用户既是供给者也是消费者，线上二手平台供需对接需要耗费大量成本，而线下校园书店因其地域优势天然对接买家和卖家。硬币有两面，线下同样存在问题，比如人力物力有限，数据分析能力不足，但线上平台拥有线下书店所缺乏的人力物力资源和数据处理能力。线上线下就像两块拼图，一块凸出来，一块凹进去，如果线上和线下能实现兼容对接，或许能开辟二手课本市场真正的蓝海。

首先分析线上。目前国内线上二手书有两种模式。一种是 C2B2C (Customer to Business to Customer)，类似于之前的旧书回收，通过低价收购然后抬价卖出，赚取中间差价，采取薄利多销的运营模式。但此类模式容易产生规模效应的同时，也因为大量的收书卖书，不可避免多了一层筛选过程，在收购、审核、翻新、运输等过程中都需要耗费大量人力物力，也容易产生盗版风险。旧书批量回收延长了二手课本的收售链条，供需不匹配还会产生大量积压，增加仓储成本，容易产生收支不平衡的问题。

另一种模式是 C2C (Customer to Customer)，买方直接对接卖方，比如闲鱼、孔夫子旧书网等平台。此模式需要搭建一个透明公正、高流量、高关注的交易平台，对卖家的诚信要求也较高，所以不可避免增加了平台运维成本。同时因为线上书店失去了实体书店地域临近的区位优势，买家需要承担高额的运输费用。

实行“双轨制”，用户即可以选择把书卖给个人，也可以选择把书卖给转转，C2C 和 C2B2C 两种模式共存，满足不同用户的需求。这一做法效果显著，转转二手书自营业务成长速度非常快，依托于平台庞大的流量和腾讯微信、小程序生态资源，转转业已成为二手书电商领域的头部玩家。

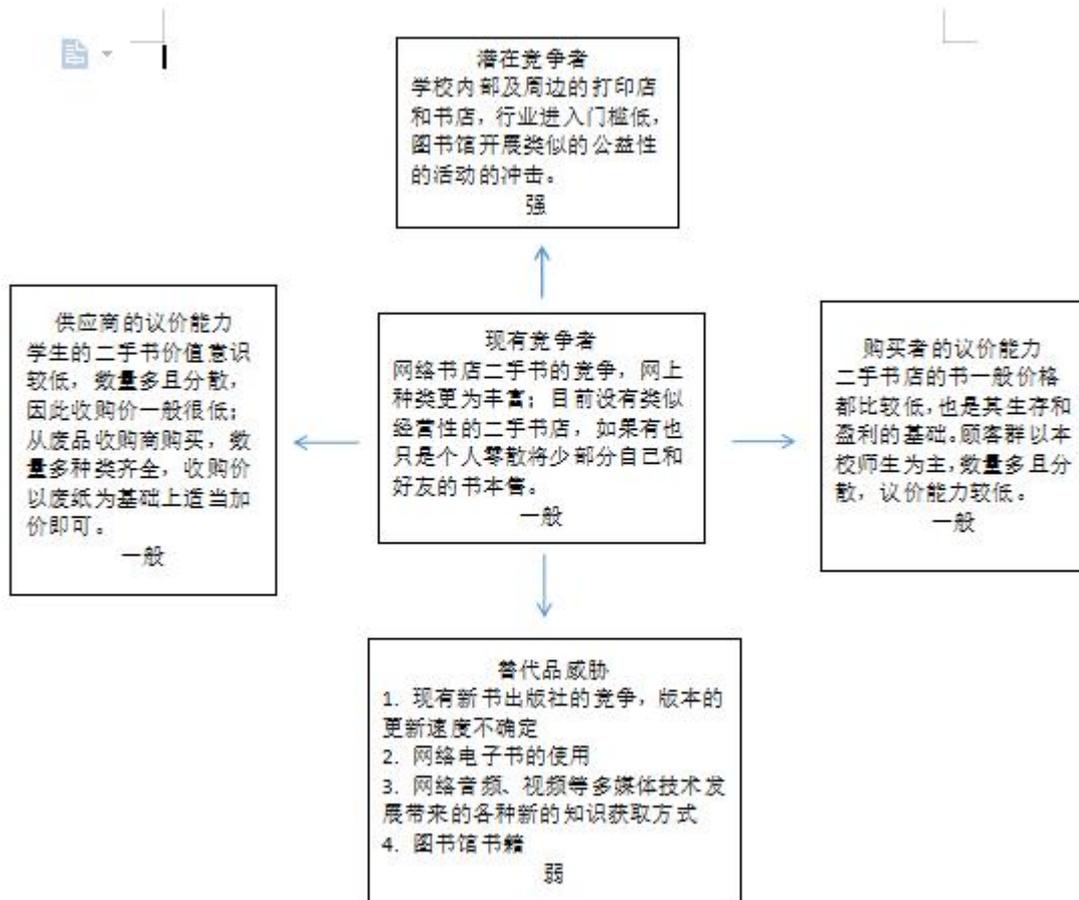
4、横向对比分析

相对于目前市场上同类的竞争对手，我们项目也根据它们各自的优点与缺点进行分析，找出他们所占据市场的薄弱部分进行深度开发。从而让自己的产品能够在当今大环境中有一席之地。

闲鱼：闲鱼作为中国二手市场中的巨头行业，目前占据了二手市场的不少部分，它的优点是 APP 使用较为简单，上手容易。闲鱼还有一个最为明显的特点，那就是它拥有很大的用户流量，有阿里的信用体系作为参考，提供的相关功能相对完善。但他也有一个缺点，就是它的流通率太低，有点类似第二个淘宝，管理不到位，与淘宝内部互联互通的能力不强，口碑目前不是很好。

转转：转转作为一个综合类的二手网站，它具有分类齐全，模式多样，支持拍卖、免费领取、自营业务等很多实用功能，在二手软件里面算是功能比较强大使用的一款 App。但它也有一个很大的缺点，就是它不支持社交功能，这一块做的不是很好。

拍拍：拍拍是京东旗下的一款二手交易网站，它延续了京东的一贯作风，注重产品质量，严格把关，并把服务售后做的很优秀。拍拍支持二手商品无条件退换，并且他有充足的商品来源，可以快捷的完成二手商品与买家的交易，并将二手商品再以更高的价格卖出去。但它的宣传工作做的并不是很好，客户来源大部分都是京东分流出来的。此外，它的社交系统也并不是很好，大部分商品下面缺少购买反馈，从而导致买家无法判断商品的好坏。



因此，我们项目打算将中心放在二手市场中需求较大的二手书市场中来。目前二手书市场并没有一个可以对市场做到大部分掌控的产品。因此我们项目的可行性以及发展性很高。我们的项目将会结合目前二手网站的优点，我们会对产品的质量进行严格把控，对二手书进行检查，确保质量过关后才进行销售。除此之外，我们也会加大对产品社交方面的开发，例如其他二手产品缺少的社区，好友，商品评论等进行开发和研究。并且，我们还会结合书籍知识的流动性，可传递

性来举办各种各样的线下线上活动来促进买家卖家的交流沟通，促进商品的流动。并且，我们还会开展公益性的项目来进行产品的拓展，打造以书籍为核心的一系列项目，例如读书分享，乡村读书会等。

除了读书之外，你还能收获什么？

分享心得



我们还完全欢迎你用读书会的PPT去做分享，告诉他人，你是怎么学习的

你会加入我们绿色书屋读书会的社群，这里面可真是什么人都有。经常有什么事在群里面就解决了，他们共同的特征是爱学习，正能量

线下沙龙



只要加入绿色书屋读书会便可以参加我们在各个地方的分会的线下沙龙活动，同时您还可以和我们团队进行面对面交流

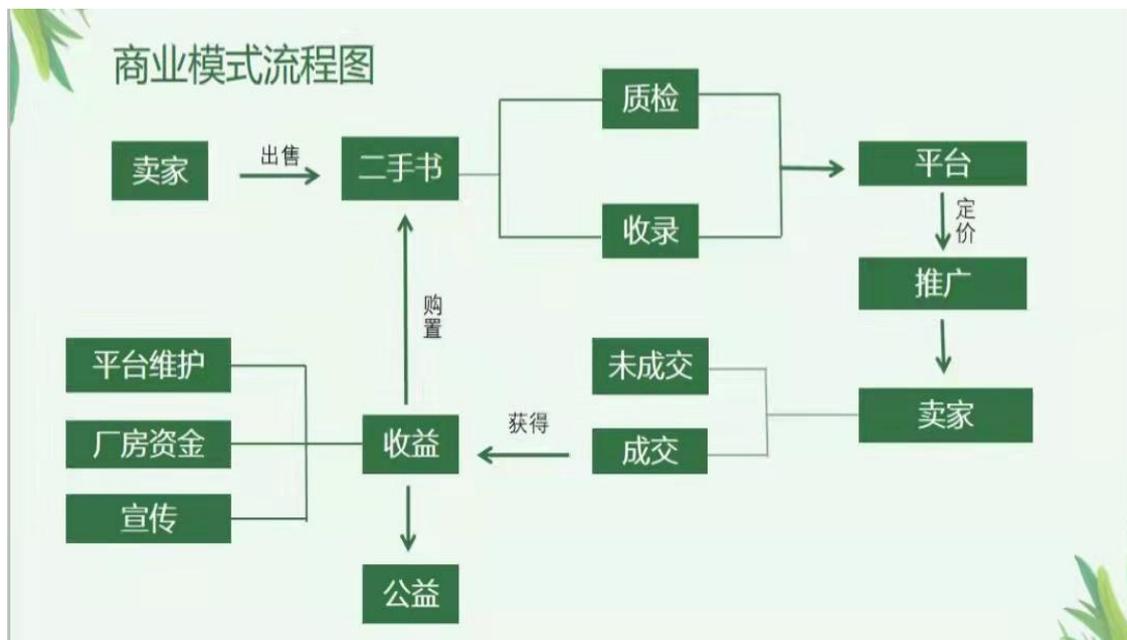
我们现在有包括正安县，织金县，纳雍县，赫章县，湄潭县，锦屏县，剑河县，榕江县，从江县，镇远县，三都水族自治县

公益活动



为了感谢您对绿色书屋的支持，同时，为了帮助更多的人养成读书的习惯，让更多山区的贫困儿童能看上书，我们会给他们提供书籍

孩子们需要的不只是奥数课，还需要同过书籍认识外面的世界，我们邀请您与我们一起为贫困儿童打开书中的奇妙世界



4、可行性研究

4.1 项目可行性

4.1.1 工具

目前可直接借助于微信公众号与小程序构建二手书交易平台，也可以利用淘宝与闲鱼等 app 开设网店，不存在技术性难题，而且稳定性高，具有很强的可操作性。

4.1.2 技术

本小组有负责设计平台运营企划的成员，以保证计划进度和预算不超成本。也有成员专门负责二手书交易平台的日常维护，实时更新平台数据，保障交易平台的正常运行。其他成员可以对收购来的二手书进行质量检测，对接有需求的卖方与买方，尽可能最大地为双方提供便利，保障双方权益

4.2 市场分析

4.2.1 市场调研

为了确保我们项目的发展前景，我们团队进行了调研。

第一个调研主体：贵阳实体小书店

调研结果：实体小书店主要是关于对一些教辅书籍的售卖，其他种类的书籍量较少。主要经营业务：借阅、出售书籍以及图书读书会协会。对于二手书籍处理基本上没有涉及也没有考虑。

第二个调研主体：贵阳大型书店（以钟书阁为例）

调研结果：大型书店的主要经营业务与小书店相同：以借阅、出售书籍为主，以及不定期举办图书活动。唯一不同是售卖范围扩大，书籍可选择种类增多。整体书店库存大约三百万，对书籍进行不定期的更新，一年约有两次更新。书籍来源：市场进货。处理方式：对于淘汰书籍进行退货。

第三个调研主体：二手书店（以也闲书店为例）

调研结果：二手书店主要经营业务：实体店、网上出售二手书籍以及与各高校、图书馆书籍供应。工作内容：书籍的回收与提供上门收书的一种方式。在收书时会对书籍进行一定的质量与类别的把控，会对回收的书籍进行一定的筛选，会对书籍进行一定的质检，消毒，定价。书籍来源：高校、图书馆、顾客、书友。书籍定价：基本上是根据孔夫子网上的平均价格来制定的。

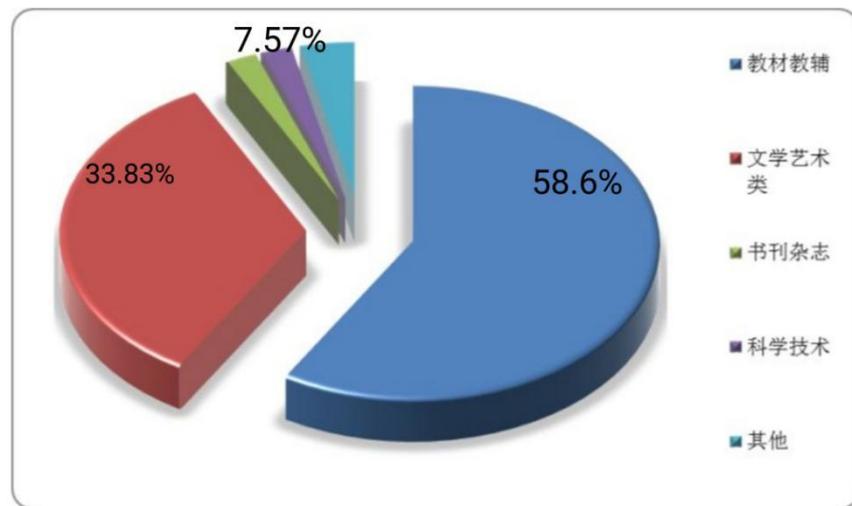
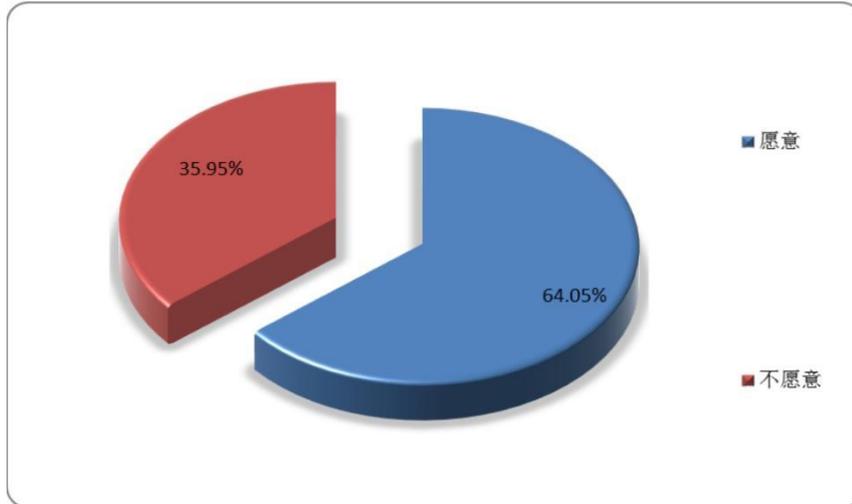
以上是我们市场调研结果。

4.2.2 二手书市场容量分析

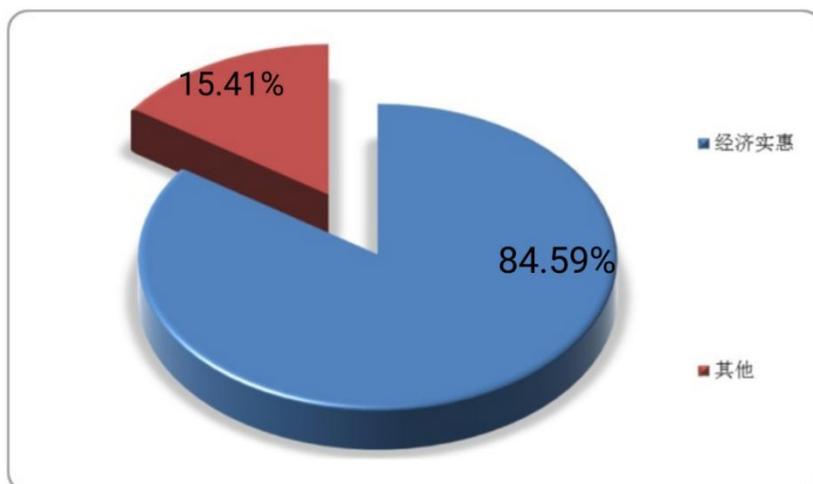
目前我国高校二手图书市场供应链较为完整，主要以学生为主，需求方与供应方均为学生，校内市场自给自足，形成完整供应链。二手图书的供给主要来自于个体集合，个体存书是二手图书市场最广泛的来源方。市场经营者与供方取得联系，经营者采取上门取货的方式，旧书存量积少成多，不断形成商品经营规模，达到持续经营的目的。且高校二手书市场以高校学生为主，高校内每个个体均为供方，收到的交通、物流限制较小，经营者运营较为流畅，可满足大多数高校学生二手图书需求。

而现阶段在校大学生将近一万多人，通过估算，每年毕业的学生有 3000 人左右，其他年级有 10000 人，毕业生至少都要读 80 门课程，除去公共课外，至少要读 50 门专业必修课、选修课、校选课，以每人有 50 本课本来讲至少每年要产生 15000 本左右的课本，如果把其他课程的辅导书算进来的话，那么至少还有 1000 本。同时考虑到考研、考公的学生，我校至少每年有 100 人会考研、考公，每人至少都会 5 本辅导书，那么就有 500 本左右的书籍；加上学生为参加一些其他的资格证书的考试所购买的书籍，至少还会有 20000 本左右的书籍。因此每年至少有 75000 本的书籍要处理，其中以 5000 本通过各种渠道以较高的价格卖给学生，还有两万本学生带回家里，那么每年至少有 50000 本书籍需要处理。

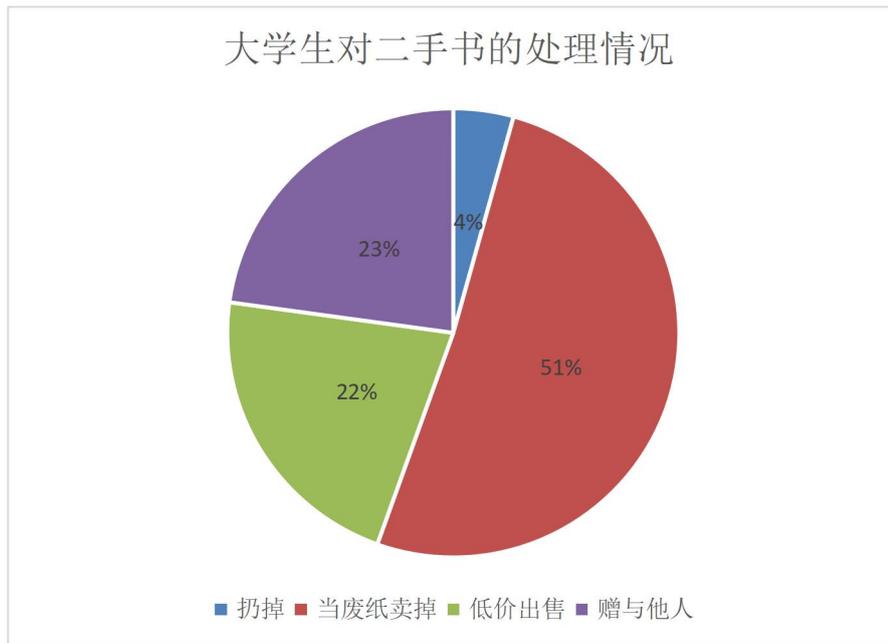
同时在消费者需求方面，以贵州大学为例。有 64.05% 的学生愿意购买二手图书，35.93% 的学生不愿意购买二手图书。在愿意购买的学生中，教辅资料需求占大多数，达到 58.6%；愿意购买艺术类书籍的学生占 33.83%。除此之外，还有学生想要购买书刊杂志、科学技术以及其他类书籍，只占愿意购买书籍学生的 7.57%。由此可以看出教辅类资料和艺术类书籍占据高校学生购买意愿首位。



高校学生们选择购买二手书籍的原因比较多，并不是单一的。大多数学生选择购买二手书籍，是因为其经济实惠的缘故。占比愿意购买二手书籍学生的 84.59%。另外，现在社会提倡绿色环保，人们在日常出行活动中都会表现出环保的理念。所以，有的学生购买二手书籍是因为绿色环保理念，这个理念行为也是对二手书籍的循环利用。还有的学生会因为物流、收藏、爱好等方面的原因从而选择购买二手书籍。不过这些都只是占据少数。综上所述，我们可将高校学生购买二手书籍的原因分为两个大类：经济实惠和其他综合原因。



通过日常的观察，加上本次的调查研究，我们发现目前本校的二手市场仍未真正形成，只是存在着个别交易，但大多数是以按斤卖给收购的人。从卖方角度来讲，二手书单位成本基本为零，但如果直接把书卖给学生的话，就会产生很大的时间成本，尤其对于即将毕业的学生，由于他们在大四有很多的事情，时间很大，如果把花太多的时间在卖二手书的话将会产生很大的机会成本，因此，从效益和成本来讲只能花很少的时间卖二手书，因此卖给收购是个很好的选择，也是很差的选择，因为书籍的价值被严重低估了。

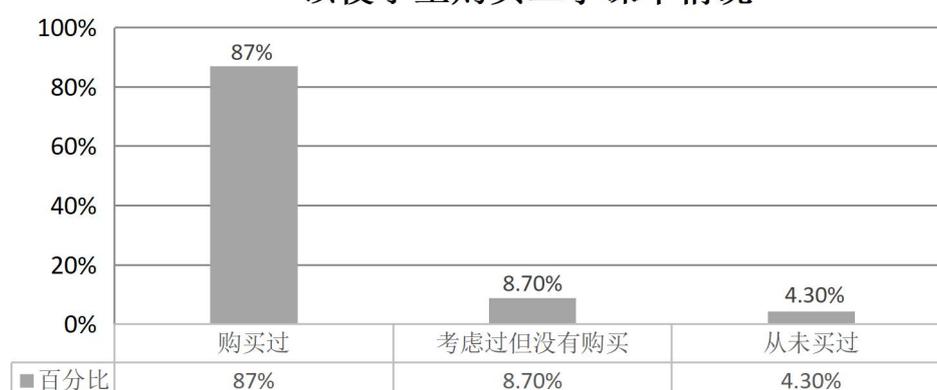


从买方的角度来看，目前由于学的课程并不是都会有发课本，保守估计这样的课程至少有 20 门，以目前新书的价格来算至少每本要 25 元，如果是复印的每本也要 15 元左右，而从前二手书渠道获得的每本书至少 10 元，甚至更高，而且目前的二手书渠道，这个平台能够获取所需书籍的是相当有限，从外面夜市的书摊也是一种渠道，但它量少、种类少、很多都是几年前的。

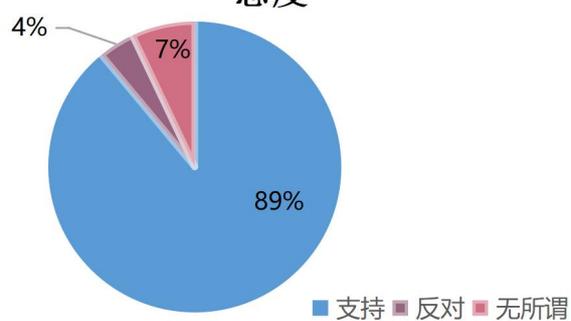
此外本组在线下进行了调查，发现在 QQ 和微信这些社交软件中，存在着大量自发组建的“跳蚤书市”，但都缺乏合理的运作模式，交易往往是以“叫卖”的形式完成，而且存在着用户过于分散的短板。由于是同学自发组建的群，碍于人脉与交际的限制，卖家与买家不能集中在一起，经常会出现一个群中有需求而在另一个群中有供给的现象，无形中造成了对双方的阻碍，最后只能是“擦肩而过”，书的价值未能得到最大地挖掘。所以，无论从需求和供给来看，二手书交易

平台都有广阔的市场资源。

该校学生购买二手课本情况



关于在本校建立二手书交易平台的态度



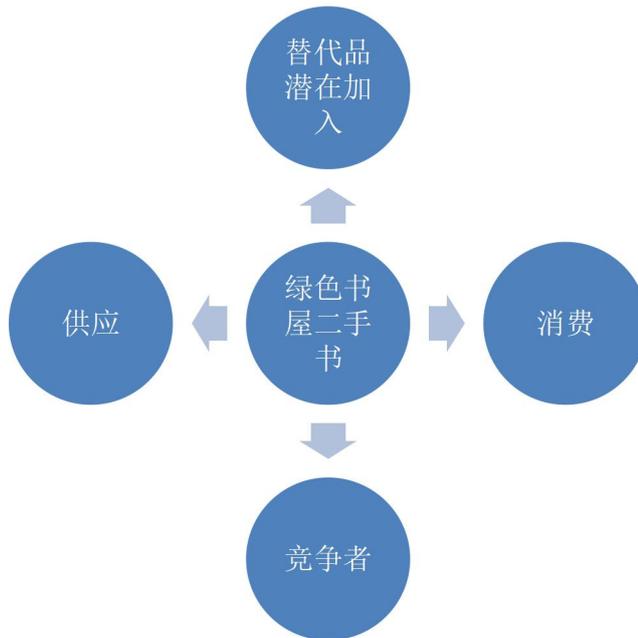
综合上述分析，绿色书屋市场是个前景很大的市场。

4.2.3 目前二手书市场的利益链条及其盈利状况

二手书的价值主要来源于二手书各个流通环节，其流通环节主要包括以下几个方面：（1）收购二手书；（2）储存二手书；（3）销售二手书。那么利润就来自于卖出的价格减去收购的价格，在从中扣除储存的费用，还有各种其他费用。那么这里面就有几个方面的利益，一个是卖方的利益，即二手书买方愿意出多少价格的问题，如果他们价格出得太高的话，对于我们就没有利润可言，那么这就改变另一种营运模式，靠收取手续费来获利；其次，由于全校的学生那么多，不可能单单我们团队人员去收购，这就要雇佣同学去进行收购，于是就产生了雇佣的成本；由于二手书市场进入相对比较简单，当这个市场成熟了，就难以避免竞争，因此在前期为了打响知名度，就要有一定的广告投入。最后就是买方的利益，由于买方对于二手书一开始就有一定可以接受的价格，一般来讲爱这个价格要低于复印书本的价格。因此二手书市场就由卖方、收购人、运营商、买方构成。因此为了提高盈利，就必须降低收购价格，但又不能明显低于收废纸的价格，其次，卖出去的价格也不能高于复印书本的价格。

虽然通过上述分析，我们知道，二手书市场利润还是挺可观的，但是由于目前本校二手书市场仍未形成，对于卖书的人来讲，由于书本对他们来讲单位称接近于零，而目前二手交易平台仍不成熟，很多的书籍只能以非常低廉的价格卖给收购的人，虽然能够获得一部分利润，但相对通过二手书交易平台来讲还是比较少的。而对于买书的人来讲，二手书籍的价格、方便性往往会对它们产生影响，目前在外面

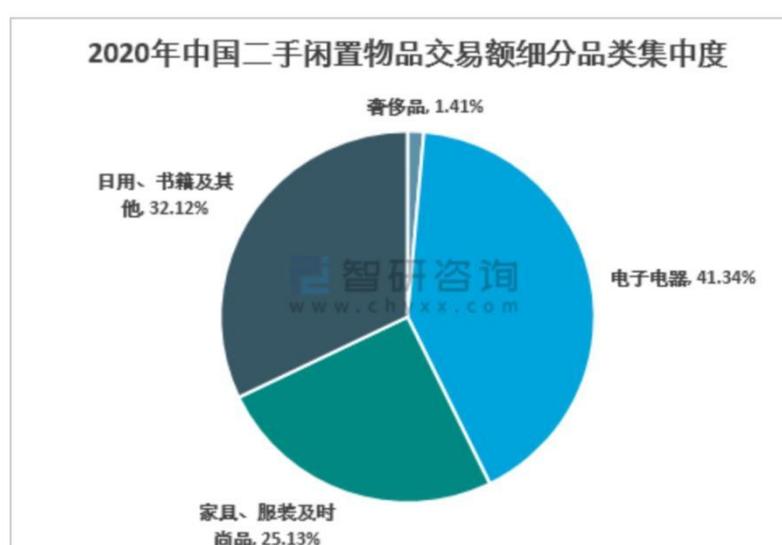
也是小摊买的价格往往偏高，买的也相对来讲比少。因此，可以这样说，目前二手书市场盈利还是比较小，但这并不代表他不盈利，主要还是没有这个成熟的交易平台。

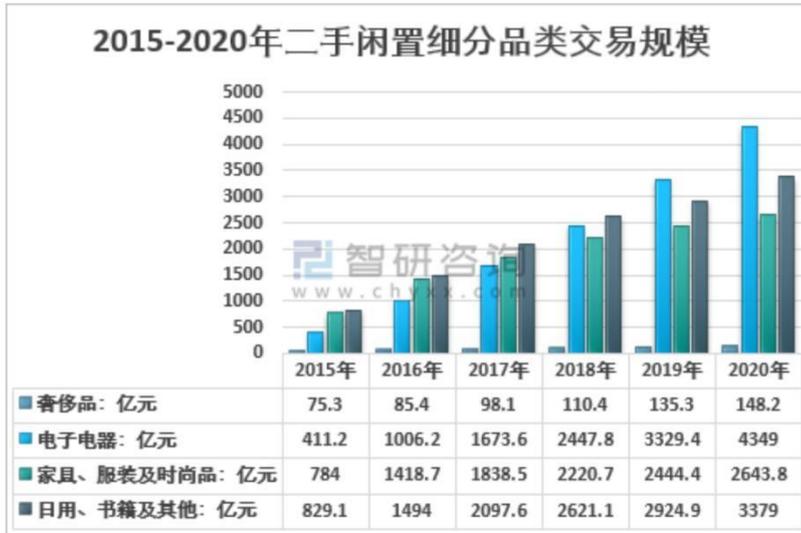


简易利益链条图示

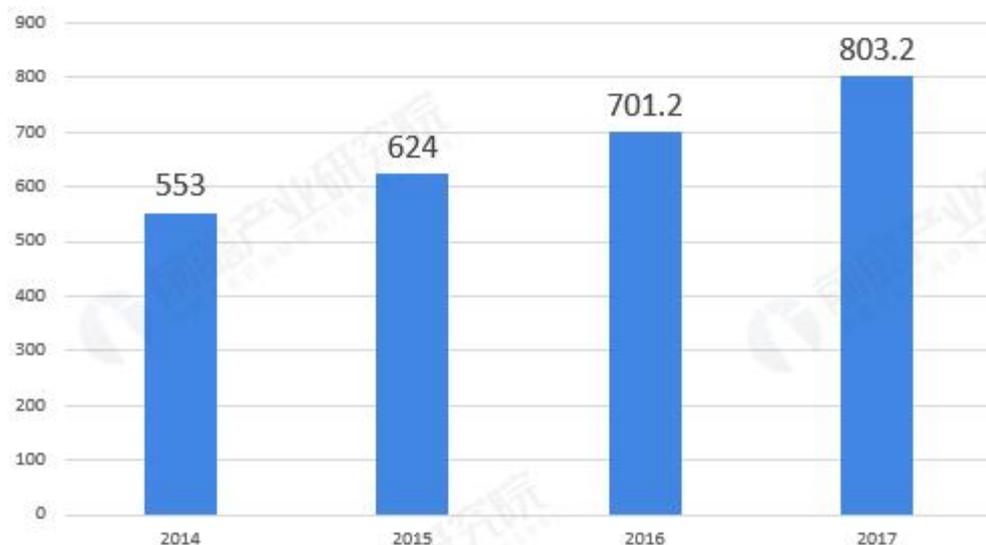
4.3 社会市场分析

我国二手闲置物品市场历史悠久，电子商务的发展极大地促进了二手闲置物品市场的发展。我国二手闲置物品电商的起步约在 2002 年，早期主要是传统的线下行业寻求信息化和分类信息网站提供二手交易服务。如传统的旧书行业结合互联网而搭建的 C2C 平台孔夫子旧书网、转转的前身为 58 同城二手平台。随着用户增多和各方资本巨头的切入，行业进入细分试错阶段，有了许多二手交易平台的涌现，如阅邻、多抓鱼、有路网等二手书籍交易平台。根据数据显示，我国二手闲置物品交易市场涉及产品品类繁多，如消费电子、家用电器、家具、服装、奢侈品、书籍、日用品、玩具、日化用品等，都是比较典型的代表品类。其中电子电器产品是最大的交易品种，而日用、书籍及其他品类的交易金额占比 32.12%，位居第二。再从具体细分市场来看，我国日用、书籍及其他产品交易金额从 2015 年的 829.1 亿元增长至 2020 年的 3379.0 亿元。





近几年我国图书零售市场规模都在以 10% 以上的速度增长。根据开卷发布的《2017 年中国图书零售市场报告》显示，2017 年，中国图书零售市场总规模为 803.2 亿元，较 2016 年的 701.2 亿元同比增长 14.55%，延续了近年来的增长势头。2018 年 8 月 21 日，开卷发布了《2018 上半年中国图书零售市场趋势和特点》，数据显示，2018 年 1-6 月图书零售市场持续增长，增幅为 11.37%，规模增长幅度有所回落，但仍保持在 10% 以上。图书市场的快速发展，自然也让二手书市场日益壮大。



二手书的发展对于大学生群体的意义更加明显。随着国家对高等教育的改革，越来越多的学校已经不再要求学生统一订购课本。高校教材存在着定价高、内容更新率低、使用频率低的特点。如果每届学生都买新课本，实际使用频率并不是很高，就会造成极大的资源浪费。校园二手书市场是一个较为封闭的市场，教材、教辅在校园有着较大的供给和需求，高校二手书教材有着广阔的市场空间。根据国家统计局和教育部发布的最新数据显示，2017年全国共有在校大学生人数3833万。按照每名大学生一年需要15本教材来计算，一年就需近6亿册教材。高校二手书的循环使用意义重大，如果不进行有效的重复使用，将会造成巨大的资源浪费。针对在校大学生的二手书消费情况开展了问卷调查。调查结果显示，在校大学生购买二手书的意愿较高，有87%的人表示愿意购买二手书，其中在购买二手书的品类上，表示购买课本教材的数量占到77.24%。

图表2：中国闲置物品交易规模和在线二手用户规模
(单位：亿人，亿元)



综上所述，目前图书市场快速发展，市场规模稳步扩张，而读者对二手书的购买意愿也比较强烈。结合这两者因素，可以看出未来图书市场规模空间巨大。

4.4 风险预测及应对措施

在起步阶段可能遇到技术性难题？

在起步阶段我们会邀请学校内相关专业的老师作为指导老师，老

师将会提供技术性支持以供团队成员学习。此外，本项目本质上是一个二手书交易网站，且针对范围仅为在校学生，因此开发较为轻松，具有很高的研发成功率。

缺少卖方或买方，平台无流动性，名存实亡？

在项目初期，我们会联系学校的一些部门共同举办活动，同时宣传公益思想，鼓励学生进行公益事业。从而吸引一部分学生关注本项目，从而为项目提供基本的客户。

买方担心二手书的质量问题，从而造成名誉损失？

在每一次交易之前，我们都会对本次交易的书籍质量进行评估监测，只有书籍质量超过一定的标准之后会在平台上进行认证，证明此书质量过关。对于书籍有瑕疵或某地方有污渍破损情况的，我们也会对其进行标注。（详情请见 6.2 二手书质量相关）

书籍处理方式少，导致书籍堆积？

初期我们会加强宣传工作，保证书籍销售渠道充足，需求量高。当度过亏损期后，我们的书籍还会用在之后的项目推展中。例如：书籍收藏，书籍捐赠，投入“文竹小镇”的建设等。

交易安全性怎么保证？

我们会在我们的系统中开设买家与卖家申诉通道，买家或卖家可以在一定时间内进行申诉，我们的工作人员会根据一定的评判标准来判别属于哪一边的责任并进行追责。并且若由我方发出的书籍买方若有不满意的地方，我们还会有无条件退款等服务来保证买方的良好购物体验。

初期人员不足风险？

在项目初期，我们会先立足于学校然后逐步进行扩张，我们的内部工作人员（包括快递服务，客服服务，网站维护服务等）会从学校相关专业进行招募，并请相关专业人员进行一定的培训。在项目规模扩大以后，我们会逐渐引进专业人才来提高服务品质，提高团队实力。

4.5 合作伙伴

为了能有更多丰富的书源，给消费者提供更多的选择，我们还会寻找一些合作伙伴作为我们书源的收集方。由于本项目设有线上站点，所以在物流方面也可以寻找合适的人选，以减轻工作的强度，保证平台的顺利运行。

（1）在校学生

在校学生手中有很多的闲置书籍，基本都堆积在寝室，如果不加以处理，将来也只能是当做废品卖掉，很浪费资源。一部分的同学想将自己的书籍拿给学弟学妹们，希望能够帮助到他们的学习；还有一部分的同学也希望自己能够拿到一些往届的资料。那么他们就可以通过这个平台来实现自己的想法，一举两得。

（2）废品收购者

据了解，学校周边废品站囤积有大量废弃的二手书籍，很大一部分都还是完好的，这就是一个很好的资源。我们可以通过与废品站的老板合作，收集旧书。一方面老板没有任何损失，另一方面我们平台的书源也能得到扩张。

（3）校内志愿者

我们可以在校内招募愿意勤工俭学的同学们，来分担我们的物流压力，按次数结算工资。这样一来，我们的物流压力能得到很好的缓解，同时也能够帮助到在经济上有困难的同学。

5、营销策略

5.1 成本的构成

5.1.1 前期

主要以平台业务宣传、运行、维护费用为主。

5.1.2 中后期

以购书费用和场地费用为主，平台维护费用等日常费用支出与前期类似。

5.2 销售价格的制定

5.2.1 书籍分类

我们大致将书籍分为了专业书籍，课外书籍，网络小说、世界名著四大类，不同类别的书定价不同。专业书籍定价较高，将于原本定价的 60%进行定价；课外书籍分课外专业（即无强制要求阅读的有关专业的书籍），课外娱乐书籍（为丰富课余时间，增添乐趣的书籍）。前者定价相较于后者定价高，前者将于原本定价的 55%定价，后者将于原价的 50%出售；网络小说定价为原价的 45%；世界名著定价为原价的 60%。

5.2.2 书籍新旧

新书将会提价 20%出售，以专业书籍为例，在原价 50%的基础上，

增加 20%，即 70% 出售，旧书反之。

5.2.3 保管程度

保管良好（无涂写或少涂写，无缺页，无虫蚀）可提价 5%，保管较差，降价 5%，保管极差，降价 10%。

5.3 营销方式

5.3.1 提供优质的顾客服务

二手书网络营销的信息沟通是买者卖者双向互动性和二手书信息阅读可读性，在这过程中同时具备选择性与便捷性。在网上营销过程中微信小程序（微信公众号）可有效针对潜在客户和目标顾客，提供优质售前和售后服务。建立起微信小程序（微信公众号）与顾客紧密的联系，留住原有的老顾客更能吸引新顾客进行二手书买卖。

5.3.2 更新二手书交易信息

平台可以利用网络向顾客不断地提供相关产品的信息，例如二手书出版社，版次，印次，定价和使用信息等，并适时地更换二手书信息，保持平台发布信息的新鲜感、吸引力与亲和力，以激发挖掘新老顾客潜在买卖欲望，引导同学们参与到二手书的交易的相关环节。

5.3.3 方便顾客购买

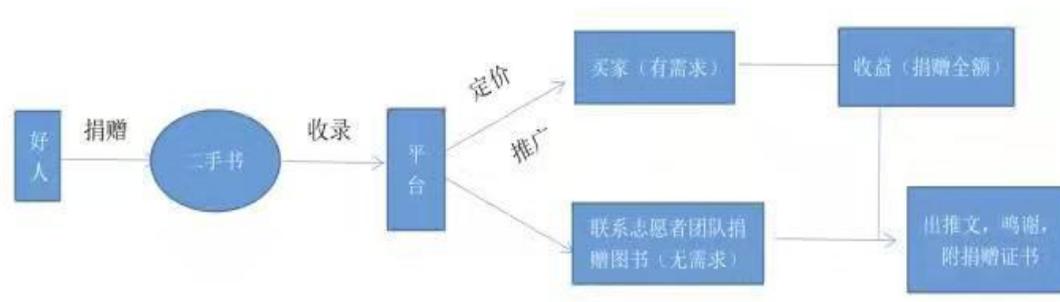
利用网络实施在本学校内达成交易的网络营销体系，对顾客而言最重要一点就是方便出售与购买二手书，从而减少同学们在二手书出售与购买的时间和精力上的支出与消耗。对于交易平台而言，实现简单化的销售渠道就能有效的降低销售成本、减少运营管理费用的目的。

5.3.4 提高交易平台知名度

我们可以通过平台的个性设计，突出宣传，提供人性化设计。以此来扩大平台知名度和影响力，为平台运营提供稳定的客源市场。

5.3.5 提供公益服务

本平台支持书籍捐赠活动，任何捐赠给本平台的书都将会用于公益事业，我们将对接校内志愿者服务社，通过捐款（捐赠书籍所得的收益全额捐献）和捐书两种方式助力公益事业。捐赠完成后，本平台将会以公众号推文形式鸣谢捐赠者（匿名或实名），并附以捐赠证书对捐赠者给予反馈。



5.3.6 销售网络

利用现有资源在网站上建立属于自己的网站，参照樊登读书会的网络模式搭建自己的平台，以白云区为基点逐步向外扩张，最后形成一个全国范围的网络平台

5.3.7 售后服务

由平台运营者对二手书实行包换与包退，处理买卖双方的来访和

电话投诉意见，解答同学们的疑惑，同时用各种方式征集同学们对二手书交易的相关意见，并根据具体情况及时改定。对同学们的意见需耐心聆听，听出真意，提供解决方案，通过优质的服务树立良好的形象，提升同学们的满意度。

5.4 详细策略

品牌策略

1. 品牌定位

由于二手书市场进入难度很小，为了能够长久的经营下去，因此我们的项目就必须要有个有知名度的品牌，而二手书市场主要就是书籍的循环使用，因此，我们的核心价值就是绿色书屋，所谓的绿色书屋就是指书籍的循环利用，节约资源，也就减少用于生产纸的森林树木的砍伐量，我们项目是符合当前低碳经济的发展要求的。我们将围绕这个核心竞争力开展我们的品牌推广工作，采取适当的品牌战略，为此，我们将围绕一下几个方面展开工作：

（1）品牌定位：

好的品牌定位是品牌成功的一半。品牌定位是为了让消费者清晰地识别记住品牌的特征及品牌的核心价值。在产品研发、包装设计、广告设计等方面都要围绕品牌定位去做。

如舒肤佳的品牌定位就是“除菌”，多年来舒肤佳广告始终是“除菌”，经过一次次加深消费者的记忆，最终达到想“除菌”就选舒肤佳的目的。因此，我们品牌的“绿色书屋”就定位于二手书籍的循环利用、节约资源、优质服务，为广大同学提供所学的二手书籍等，同时还会提供其它一些服务。

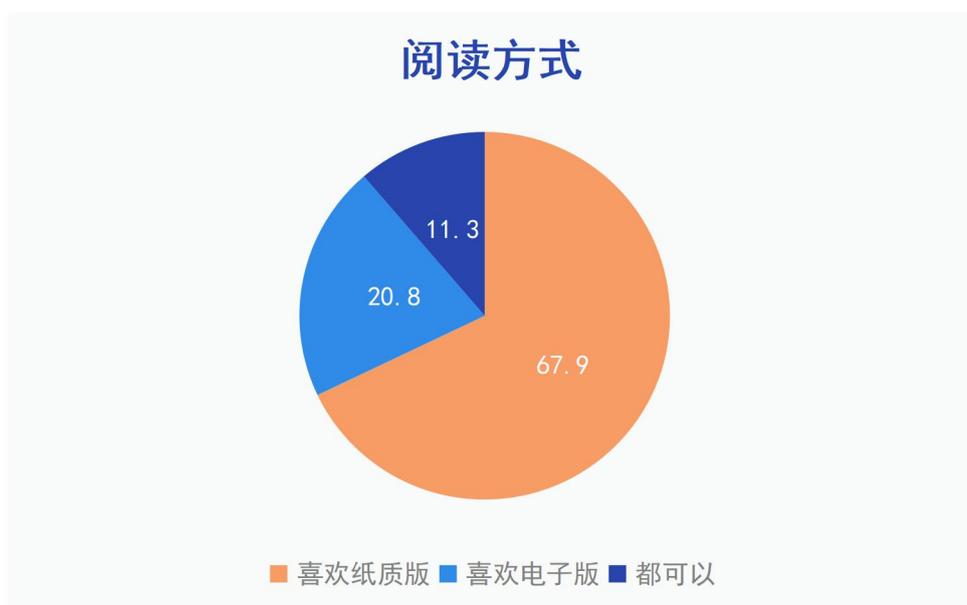
(2) 战略规划：

企业要经过品牌策划和战略规划来提升品牌形象，提高消费者对产品的认知度、忠诚度，树立企业良好的品牌形象。首先，质量战略是实施品牌战略的关键、核心，质量是产品的生命，严格的质量管理是开拓、保持、发展名牌的首要条件，因此我们在提供二手书籍的时候就必要保证我们书籍的质量，再回收二手书籍的时候要有一定的把控。其次，市场战略是实施名牌战略的根本，实施市场战略一定要树立市场导向观念。从二手书籍的出租到出借都必须牢牢扣住市场变化这一主题，最大程度地满足学生的需求。

属性定位：绿色发展、公益

当今社会提倡“绿色发展战略”，保护环境，绿色发展，因此无纸化阅读与二手书阅读是两个择优的选择。但是根据研究(如下图)

在手机阅读量用户增多的同时，有超过一半以上的用户仍然喜欢纸质版读书。因此总结得出：二手书阅读既符合国家发展战略，又能满足读者需求。同时，我们将会拿出所赚利益去投身公益项目，服务公益机构，助力公益事业。



利益定位：优惠、便宜

为有需求购买二手书籍的用户提高优惠的价格、满意的服务（目前我们主打用户为贵州商学院大学生），以求达到双赢的局面。

用户定位：有需求购买二手书籍的用户（主打贵州商学院大学生）

根据调查，贵阳市白云区还没有一家二手书屋开店，这导致同学们大学生以及想购买二手书籍对象只能通过网购，而大学生是一个对于书籍要求较高的消费人群，同时大部分学生手中拥有很多书籍并且没有合适的处理方式，这就为二手书籍提供了稳定的来源。

质量价格组合定位：高质量、低价平民

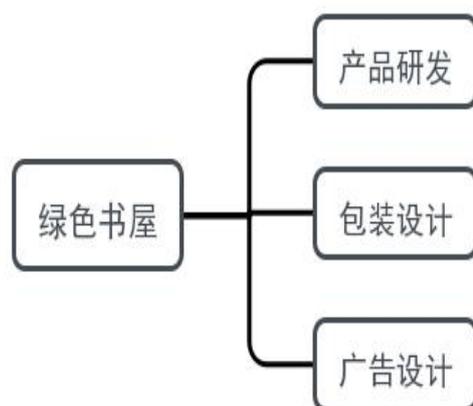
因为我们项目主打用户为当代大学生，所以定价不会高，走低价营销策略。同学们在购买二手书籍后，将拿去认真学习阅读，所以同

时质量也得高要求。总结，高质量但是价格平民。

2.包装战略

对于二手书籍，很多人马上就会把它联想到那些按斤的书籍，同时也会联想到外面舒坦买的二手书籍，也有少数的学生的经过学校论的二手市场达成单个的交易，给人的的印象就是不很正规。为了改变我们对二手书籍的看法，就必须对二手书籍这个项目进行包装，我们将采取以下具体措施：

(1) 经过开展一期的关于二手书籍的知识讲座或者相关的只是竞答，宣传别的国家对于二手书籍的处理方法，同时让更多的学生了解二手书籍的价值，出售、使用二手书籍是环保的行为，同时也能够的很大的好处。



(2) 进行广告宣传，提升平台形象。

定价策略

定价目标：前期—市场占有率最大化

中后期—产品质量最优化

前期：我们项目平台刚刚建立好网页与小程序，还不够稳定，为了能够维持项目的可持续性发展，则我们商品将通过定价来控制市场的地位，既市场占有率最大化。因为，当我们绿色书屋项目在市场赢得最高占有率之后将享有最低的成本和最高的长期利润。所以在前期，将尽可能低的价格来占有市场领先地位。

中后期：项目已经稳定下来，我们所需要做的就是提高产品质量，来吸引新顾客与老顾客，同时为以后项目做大做广提前做准备。因为如果项目顺利的话，我们项目绿色书屋将能够在贵阳市二手书屋占据市场老大垄断市场，我们将会有机会与学校等大型企业合作机会，所以产品质量格外重要。不能因为是二手书籍就忽视产品质量。因此我们将会设置过滤选选二手书籍。具体筛选内容在前面产品服务。

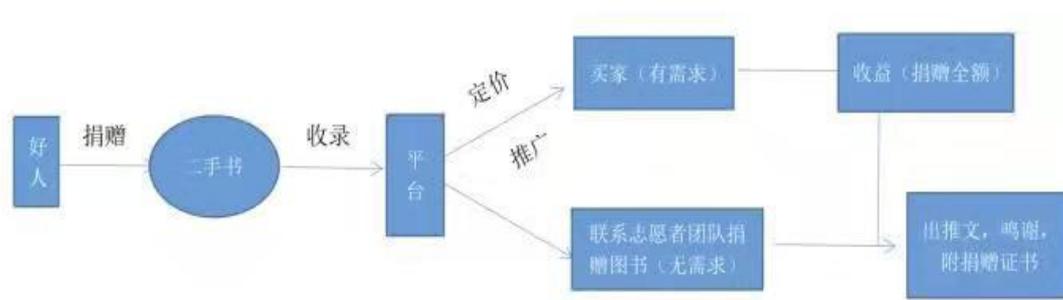
定价策略：前期—招徕定价

中后期—带有慈善捐助性质的 PWYW 定价

前期：项目才开始发展，为了能吸引顾客，扩大知名度，我们将采用招徕定价以达到目的。表现为：特意将某几种商品的价格定得较低吸引顾客，在二手书屋上采取行动在可以将热门的人文社会类书籍等定价标低来吸引顾客。

中后期：本项目的属性定位为绿色与公益。在中后期项目已经稳定，我们可以采用 PWYW 战略定价，来完成公益捐赠。PWYW 定价战略为：“Pay Want You Want”，即是消费者支付自己想支付的任意

价格。让购买者定价权最大化为前提的顾客参与定价策略，随后我们项目负责人将购买者所支付价格的一半学校的相关服务公益机构，助力公益事业。本策略的先天优点为：由于大学生普遍有较高的道德意识和社会责任意识，社会公益理念，所以同学们基本上都会有较强的意愿来购买二手书籍。总体来估预期期收益是比较乐观的。也是符合本项目的公益理念。具体捐赠公益流程见下图：



渠道策略

分销渠道策略

确定渠道目标

1、提高渗透率——根据目前项目的设计，我们打算将二手书屋扩大规模到贵州商学院乃至贵阳市大学城大学生。

2、开辟新的营销渠道——通过利用的二手书屋潜在市场，开发新的营销渠道。

3、提高二手书屋的营销周转率——这是项目提高经营效率的重要目标。

4、确定物流成本服务质量目标——财务人员往往强调低物流成本，但是一味的降低物流成本而忽视顾客满意度，这是市场营销所不能接受的。

5、以绿色书屋为起点，定期展开书友会，建立联系伙伴利用网络直播讲述书籍的故事传承国学文化，提高影响力，打造品牌建设。

明确渠道方案

网络营销：

1、通过互联网网页构建一个“绿色书屋”二手书市场信息与服务平台，以这个平台为基础，提供二手书的资源和市场信息以及进行购买和出售书籍的交易行为。

2、同时利用这个网络平台建立一个买方和卖方共同的市场，买方可以直接从上面搜索购买自己需要的书籍，卖方可以直接从上面出售自己要卖的书籍，编辑书籍的信息以提供给买者，本平台从而起着—一个中介平台和促进双方实现交易的作用。

3、提供优质的顾客服务。二手书网络营销的信息沟通是买者卖者双向互动性和二手书信息阅读可读性，在这过程中同时具备选择性与便捷性。在网上营销过程中微信小程序（微信公众号）可有效针对潜在客户和目标顾客，提供优质售前和售后服务。建立起微信小程序（微信公众号）与顾客紧密的联系，留住原有的老顾客更能吸引新顾客进行二手书买卖。



4、更新二手书交易信息。平台可以利用网络向顾客不断地提供相关产品的信息，例如二手书出版社，版次，印次，定价和使用信息等，并适时地更换二手书信息，保持平台发布信息的新鲜感、吸引力与亲和力，以激发挖掘新老顾客潜在买卖欲望，引导同学们参与到二手书的交易的相关环节。

5、方便顾客购买。利用网络实施在本学校内达成交易的网络营销体系，对顾客而言最重要一点就是方便出售与购买二手书，从而减少同学们在二手书出售与购买的时间和精力上的支出与消耗。对于交易平台而言，实现简单化的销售渠道就能有效的降低销售成本、减少运营管理费用的目的。

实体营销：

1、通过在校园内张贴海报的形式宣传“绿色书屋”二手书交易平台，在各学院宿舍楼楼道里有针对性的张贴宣传海报，以期建立覆盖整个校园的宣传网络，打响这个品牌，使其为全校学生所利用和服务。

2、同时，定期在学校商云广场或者寝室楼下举行“绿色书屋”

二手书市场交流会，进行二手书籍的回收与出售，同时宣传这个平台，让更多的同学认识和了解我们，使我们的市场覆盖面扩散到每个同学中。

3、在各学院招收代理，进行各学院书籍的回收，以及对各学院需求书籍的同学进行送货或者咨询等服务同时利用同一个学院这种关系，有利于更好地实现书籍的回收，同时促进书籍交易与租用的实现。

4、通过低价回收毕业生的书籍及材料，或者某些同学不使用书籍，以用来租用或者出售给需要这些书籍和材料的同学，既满足了同学们的需求，又达到一个收益的效果，并且促进书籍的循环回收再利用。

促销战略：

1、联合各高校举行大型二手图书展销会，利用图书馆的储书以及我们手中所回收的书籍举办类似的活动，能达到很好的宣传自身的效果。

2、植入式广告。在收购的废旧书籍中插入公益性广告，以打造属于我们的“绿色书屋”品牌知名度，使之为更广阔范围的同学接受、认可和使用。

3、开展考研讲座，同时对自己手中掌握的考研资料和参考书、复习书进行宣传，进行售卖或者建立一站式出租服务，例如我们先把考研资料租用给要考研的同学，待其考研后向他们回收的方式，这样就再一次回收利用资源，并且节约他们的支出。

4、助力公益事业，关注大山里的儿童，做好大山里的课堂，讲好我们的故事，读一本好书，品一段人生。

宣传策略：

要将产品推销出去，首先要使广大消费者认识我们的项目，了解产品。为此，须加强促销宣传，沟通产销、供需之间的信息交流。对于二手书籍市场，宣传显得越来越重要了。我们绿色书屋作为一个平台，为广大学子提供二手书籍资料，只用通过良好的宣传才能使我们的项目得以成功。为此我们采取了以下策略。

1、线上宣传（主要）借助于学校内部已有的跳蚤市场，通过跳蚤市场内部的QQ群和微信群进行宣传，或借助于贵州商学院发展较为成熟的公众号和小程序进行宣传，（例如贵商青年，贵商表白墙），进行投稿置顶宣传或者商务合作宣传。

2、线下宣传。借助于发传单，发广告等方式在学校内部进行宣传，打出知名度，以及向贵州商学院新媒体中心进行投稿。

3、开展二手书籍展览会与“旧书交换”活动，给同学们一个交流的平台，提升品牌形象和知名度。

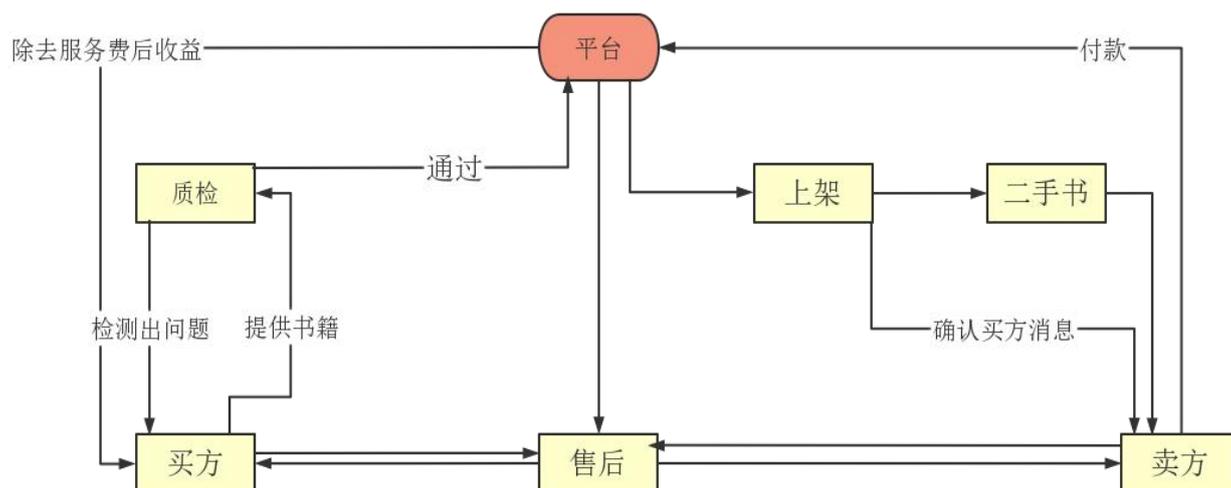
4、在自己所搭建的平台上定期发布音频，讲故事，以及针对我们的顾客开展会员制服务，开发周边产品，在会员日的时候送上我们的祝福以及礼品。

售后服务：

由平台运营者对二手书实行包换与包退，处理买卖双方的来访和电话投诉意见，解答同学们的疑惑，同时用各种方式征集同学们对二

手书交易的相关意见，并根据具体情况及时改定。对同学们的意见需耐心聆听，听出真意，提供解决方案，通过优质的服务树立良好的形象，提升同学们的满意度。

5.5 数据流程图：



6、产品开发

6.1 二手书主要来源（中后期模式）

6.1.1 二手书分析

每到毕业时季，收拾搬东西是这令毕业生感到苦恼的，很多人就都会面对这样一个问题，自己的那些旧书该怎么处理？送给师弟师妹，卖给学校的二手书回收摊，放到网上卖掉，又或者是直接扔了。

不单单是毕业生，平时我们看过用过的书也都会面临这样的问题，我们总希望自己看过的书籍不是仅仅被我们看过之后就一直被搁置，

我们希望可以发挥其剩余价值来换取更多的利益。这一需求点早已被很多人看到，而且看书、读书的人不在少数，二手书的市场规模理论上还是非常可观的。所以本平台就这一方面，进行二手书回收、提供二手书买卖平台、二手书的共享互换阅读等不同形式，试图让二手书在不同用户之间流动起来。

一、纸质图书

1. 阅读习惯

尽管电子书，音频栏目等的逐渐普及，受到越来越多人的认可，更为环保。但不可否认的是，纸质书籍在对于知识的系统学习上确实存在有不可替代的作用。

(1) 翻阅体验

纸质书的翻阅体验一直是电子阅读设备想要模拟出来的，但终究难以在一个平面显示屏上实现“翻书”的过程，纸质书的特点在于其质感，当手中捧着书时，对于书中的内容会有更大的掌控欲，通过翻阅，能够快速地查找到书中的内容，这是电子设备的“输入跳转”“上下拉动”所难以做到的。

(2) 阅读专注度

阅读是一个私密度较高的活动，需要有相对安静的环境，不能有太多的干扰，而电子设备却容易带来干扰，各种社交信息、其他应用程序、碎化信息等的干扰，这些都会让阅读中断，降低阅读者的专注度。

(3) 标记注释

很多人都有看书做笔记、标注、摘抄、关键词记录等习惯，但在电子阅读上做标注注释确实很不方便，虽然有的电子设备已经推出了之类的功能，但都只局限于特定的电子产品，对于大多数用户来说还是很难操作。

电子书与纸质书之间并没有绝对的谁好谁坏，各有优劣，只是对于一部分人来说纸质书所形成的阅读习惯是很难改变的。面对电子产品的冲击，纸质书并没有消亡的迹象，在近几年的纸质图书阅读量上甚至有回暖的趋势。

2. 二手书籍

书跟其他不同类型产品的差别在于书籍容易被盗版，盗版书籍对于阅读内容及阅读体验都会产生影响，盗版书籍上的错误信息、内容遗漏等容易产生误导，所以读者对于书籍的购买保有一定的谨慎。而对于二手书的购买最关注的就是书本有没有受损，整不整洁，字迹清不清晰，内容有没有遗漏，书能不能给人好的感觉。看书阅读是一件很需要集中注意力的事情，很容易受到其他因素的影响，而读物的好坏、新与旧很容易影响到阅读的心情，进而影响阅读效率。对于二手书这方面的顾虑也在一定程度抑制了二手书市场的发展。

3. 交易阻力

纸质书籍也存在其明显的缺陷，易受损，易受潮，难以存放，容易受到蟑螂等的侵害，对于已经用过的书本，我们更多时候会用一个箱子装起来然后堆放到角落、床底，特别是教材类型的读物，这无疑

就加速了书本的损坏，到最后就只能是卖给收废品，或者直接扔掉。居住的空间面积有限，我们没有太多的位置来堆积过多的书本，必须快速地将这些书本在未被损坏前就能被转出，而且这一转出必须是快速有效率的，即我想卖或者捐这些书的时候，需要很快的就能有下家来接手，一旦转出被延误中断，书本就会被重新搁置，就会被重新遗忘在角落，直至被损坏。而这其中就会涉及到了成交交易效率的问题，而影响成交效率的一大关键就在于平台方的运行模式。

对于图书的二手卖出，大多数人考虑的首因素还是价格，如果开出的价格过低，还不如不卖直接送人，做个顺水人情。二手书售卖之所以价格低，是因为一部分要分配给了运费开支，而运费又受到距离的影响，距离范围的限制又会造成图书的数量品类有限，图书品类数量有限就会过滤掉购买者，大量的图书需求未能得到满足，用户基数就会逐步减小。

区域限制的图书交易可以消除降低运输成本来提高书本收购单价，但这又限制了图书的数量品类，难以吸引用户，用户基数不高；而没有区域限制，又需要支付高昂的快递运输费用，而进步拉低了收购价，低价又过滤掉了大量的意向买卖用户。二手图书的交易是一个多因素相互博弈的过程。

二、图书处理方式

1. 卖

这种处理方式是对于大多数人来说都想要采取的方式，通过售卖二手书籍，换取一定的经济利益；现有的二手闲置物品交易平台就都

是采用买卖的方式。

2. 捐

将用过的书籍捐赠给有需要的群体，可以通过捐书获取公益积分，可兑换其他物品等不同形式。但公益捐书这一形式现实情况也不是很理想，捐赠收到的书籍大多数质量低，已没有什么用途的教材书籍，捐赠仅被大多数人当做是旧书处理的一大途径，丝毫没有是以帮助他人作为出发点。另一方面，公益组织的不透明性，让许多人排斥物品捐赠，认为公益只不过是一个幌子。

3. 租

进行书籍的租赁借出一般是因为这本书我还要只是现在不用，采用租赁与借用的方式实现书籍的周转流通，类似于图书馆、读书室的形式，尔后可从中收取一定的借用租金，租借的形式只让图书的使用权发生转移，而所有权始终没有改变，租借来的书虽然在手上但不属于自己的，没有能在上面进行笔记标记的权利，阅读学习的效率和体验会受到一定的影响，所以对于需要深度学习的内容，一般不会采用租借的方式。租借给他人最担心的就是借书人对于书籍的维护，需要依托于强有力的监管力度。

4. 造

另外我们将收购来的价值低廉的以及无法达到我们要求的二手书籍，我们会以另一种方式来处理这些二手书籍——将他们送到我们的书籍处理加工厂，把这些书籍打成碎纸屑，随之进行二次加工，达

到变废为宝的高效利用。那么它有以下三种用途：第一、可以把他们做成供学生们使用的草稿纸、素描纸等产品，达到变废为宝的目的；第二、把它们做成一些包装纸盒，在纸盒上面印上一些我们设计出来的贵州的少数民族传统文化，让各大用户能够了解到贵州的历史文化，增进民族文化的传播；第三、把它们做成一些工艺品，列如书雕、书盆、书版画等艺术品，突出它们的艺术性，让绿色环保与艺术性相结合。

6.1.2 捐赠渠道获得

捐赠主要通过以下几种方式进行：

首先是于学校的院团委进行合作，举办一些捐书赠书的公益性活动，通过号召广大师生投入到公益事业中积累知名度以及拓展平台的公益活动规模，从而引导在校师生进行公益活动，追求实现社会价值。我们会在活动现场对捐赠的书籍进行收集整理，并立即向捐赠者发布一个电子捐赠凭证，收集的书籍将会以两种形式进行处理。一：将书籍上架平台商城，进行售卖，随后将部分售卖所得作为公益基金捐赠给公益基金会。二：我们会与某个偏远地区的当地政府对接，将书籍送给需要这些读书的儿童们，同时捐赠者可以实时看到自己的书籍被送往哪里，关注公益事业。并且在项目的后期，我们还会试着开通受捐赠者与捐赠者之间的留言板块，从而使捐赠者获得满足感与成就感，拉近彼此之间的距离。

其次，我们还会在平台上开放常驻捐赠渠道，捐赠者可以拿着自己要捐赠的书籍到制定的捐赠地点进行捐赠，我们会对这部分书籍进

行整理，并按照上述两种方法进行处理。

6.1.3 中介/委托获得

我们会向用户提供一个校园内部绿色安全的二手书交易平台，如果有卖方想要处理掉自己手中的二手书籍，可以在我们的平台选择以下两种方式进行售卖。一：卖方直接在平台上发布售卖信息，平台上会收取书籍的相关信息并进行上架，但此商品不会被本我们平台进行质量认证，在买方进行购买时我们会对其行为进行告知与确认，随后双方自行在线下完成交易。（此过程平台仅收取一定的上架费用）。二：卖方将书籍交到指定地点，我们会对其质量进行监测并进行认定（详细标准请见二手书质量相关板块），并上架平台进行售卖。当有买家通过平台购买后，我们会将二手书籍送至与买方约定的地点进行交易。（此过程我们会在交易完成后收取一定的托管费和上架费）。

费用表（暂定）	
上架费用	0.5 元/次
托管费用	成交价格的 5%
快递费用	1 元/次

6.1.4 购买获得

学校的图书馆有大量的图书，我们会与图书馆部门进行沟通，将一些换新下来的旧版图书进行收购，在购买时我们也会对图书的质量

进行监测，通过质量监测后我们会将书籍的情况进行平台登记并进行上架售卖。该种书的价格会极大地低于市场平均价格，其来源和成本都不需要过高的投入。从而以此来获得大量的二手书籍。

6.2 二手书质量相关

6.2.1 回收保障：

再回收二手书籍时，我们会将书籍的各种情况记录下来并进行登记，统计的信息包括出版日期，购买日期，书籍购入价格，内部受损情况，正/盗版，并附有照片可供买方进行查看。通过信息公开化来保证买方不会购买到受损情况严重的二手书籍。

而在收集二手书籍的选品过程中，难免会遇到书籍类型过于雷同的情况，根据这种情况我们制定了专门的解决办法。首先在图书收集上我们不会限制图书的类别和数量。当收集阶段完成后，我们会对所收集到的二手书籍进行清点，将书籍按类别分好，整理出每本书的数量。将书籍上新到平台时，数量少的书籍可以选择全部上架，而数量较多的书籍可以选择分批次上架，或上架一部分，剩余书籍可以选给慈善机构作为慈善捐赠。同时，一些销量滞留书籍也可以选择捐赠给慈善机构，给其他需要这些书籍的人。而且我们会定期对书籍的销售情况做一个分析，为下一次的书籍回收与销售提供帮助。

6.2.2 平台信息保障：

卖方如果想要上架自己想要出售的二手书，必须严格按照平台的规定进行信息的上传，拍照以保证信息公开透明化，拒绝填写的卖方我们不会将其的商品上架。在卖方进行商品上架后，买方就可以通过平台内置的搜索引擎搜索到卖方上架的商品，买方可以通过平台上的筛选按钮来进行大数据的筛选，以此来找到自己中意的书籍。买方如果点进的是没有进行质量认证的商品的界面，在购买付款时，会弹出窗口提示，提示“该商品为无质量监测商品，请谨慎下单”字样。

6.2.3 信息同步保障：

我们的平台会保持信息状态更新，包括当前书籍最新板式的情况，正/盗版的情况，书籍市场价格等，并根据情况的变化进行相应的价格调整。同时，我们也会保证二手书籍信息的同步更新，卖家每过一定的时间要对自己的书籍进行质量确认，即拍照片。一次来确保买家的权益不会受损，买到质量不好的二手书籍。

7、财务分析

7.1 资金用途

7.1.1 建立书籍交易网络信息平台

我们希望构建一个公众号、app、或者平台网站，来为同学们购买二手书提供便利。构建平台与后期的平台维护需要一定的投入资金，

从而保证交易平台的正常运营。成本较低，绿色书屋公益组织书本的主要来源是收购学生们的旧书。对于学生而言，相对于以质量计量的方法出售要合乎学生他们本身的预算，而却对于他们来说也比较方便。对卖书的学生也比较有一定的吸引力，能保证足够的货源。而且我们也可以以较低的价格购得二手书籍，所以我们需要一定的资金来购买回收一些二手书籍。在满足学生购买二手书籍需求的同时，为他们的消费行为提供比较便利的渠道，并给广大读者们提供一个交流平台，方便广大的学生读者推荐他们自己喜欢的书籍，教材，杂志等；并且交流他们的读书心得，对他们读过的书籍的一些关于他们自己的见解和对于作者的一些感悟，大家能够一起彼此交流相关信息，最大限度的扩宽自身的视野。与此同时，我们本着“为大学生服务，替大学生省钱”的宗旨经营该店，我们会投入一定的资金建立一些可供大学生进行在校兼职的岗位让他们进行社会实践。有效的降低成本，提高书籍的利用率，用真诚的心态去经营和管理。在后期业务扩展部分将积极寻求合作伙伴，在各大学校开设连锁店铺，以此实现规模性经营。具体资金预估投入所占比如图 7.1.1.1 所示：

表 7.1.1.1 资金预估投入所占比 单位： 元

资金用途	公众号制作	app 制作	平台网站制作	线下岗位场地建立
资金数额	50	50	100	300

资金占比	10%	10%	20%	60%
------	-----	-----	-----	-----

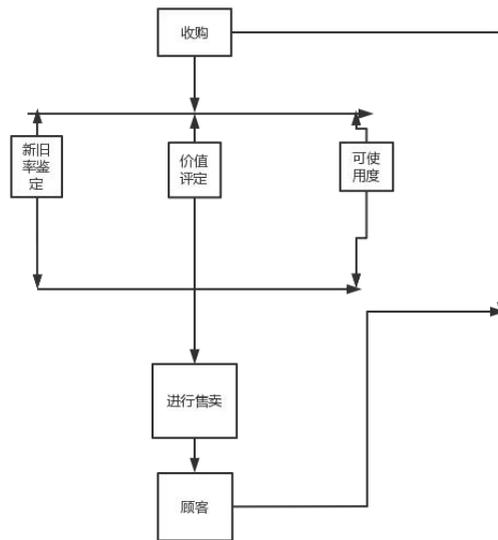
7.1.2 建立线下书籍整理中心

经过我们团队进行一定的市场调查，我们分析总结出在校大学生消费者群体存在巨大的市场潜力，一方面，大学期间多数情况以自学为主，学生自己除开上课时间外拥有非常多的自由时间支配。因此，课外阅读需求便凸显出来；另一方面，学生可以按照自我意愿来计划学习，而在没有老师的辅导的情况之下，各种工具书籍，教辅书籍等需求量在逐渐增大。在校大学生还没有工作，大多数的零花钱与学费都来自于他们的父母，手里面并不宽裕，而对于一些比较困难的家庭来说，读大学无疑是一种负担。；因此，就会有一些大学生开始做一些兼职，而我们就可以利用这一点在学校租用一个地方，这个地方用来整理我们回收来的一些二手书籍；对回收来的而二手书籍进行分类整理。然后在校园找一些人员来帮我们进行管理，这样我们在为在校大学生提供二手书籍的同时，也为在校大学生增加了就业的岗位。尽管我们的项目是以网络平台进行交易运营，但是书籍这样的实物最终需要有线下的交易基地和管理团队，线下整理中心可以帮助买家和卖家进行质量检测和货物存寄。所以这需要一定的人力资源和土地空间资源。

7.1.3 二手书收购

二手书，作为我书店主要收入来源，鉴于为学生节省开支，我们特此推出二手书“收购——销售”循环模式，把闲置在学生手中的二手书籍。通过价值评定，新旧率鉴定，然后支付一定费用购进我们在线下设置的书店，供其他同学租借。其中，二手书籍来源主要集中在各图书市场挤压库存，学生闲置书籍，废品回收站（该货源必须进行书籍新旧率，可使用度指标来进行考量），最大程度节省成本。对书主来说，可以得到更高的利润相对把书称斤卖掉。充分得到资源的优化配置，对买家来说则可以购买到更加优惠的书籍，等他用完后，又可以把书拿到我们书店继续销售。如此循环，对我们可以增加货源，对书主，又可以收回原来买书的成本，等于是进行租借了一段时间。对社会来说，既节约了资源，又利于环保，是一件利人利己利社会的事。循环模式流程如下图：

流程图 7.1.1.2 收购——销售模式



7.1.4 项目宣传

为提高平台知名度，宣传是必不可少的手段。平台运营初期，计划以印制传单为主；中后期待平台逐渐完善，计划开展与其他公众号平台展开商务合作（如贵商青年等在校内具有较高知名度的公众号），这也需要一定的资金投入。

以我们的网络平台为主，开展意见、建议采集，集思广益地把大家的想法，区域。附近有住宅区，顾客群体丰富。确定了选址后，书籍配置也要更为多样化，除了教授学生需求籍以外，也要配置一些大众化的生活类、少儿类书籍。或对我书店的一些建设性建议收集起来，整理、分析以便更好指导我店进货种类、价位、风格等。

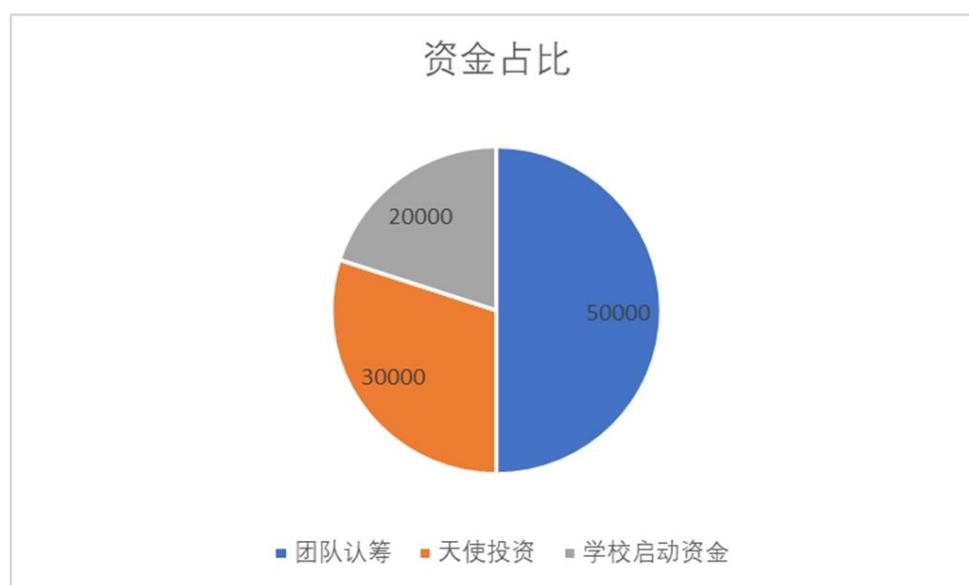
便利、快捷的送货服务，对那些租借等需求的顾客，按照他所留下的地址进行一定范围内的送货上门服务。还可以进行电话订购，如有需要，也可以送货上门！如果产品过于单一，会面临比较大的风险。

因为一开始做，没什么知名度，许多人不知道，市场会难以打开，这样，会很容易导致亏本的。为了能使盈亏平衡，所以要增加一些同学们很需要的，很容易卖的东西，如文化用品，十字绣等等，这些都是很畅销，很有盈利能力的。

7.2 使用计划

前期资金来源

我们前期的资金来源主要依靠于创始人投资，合伙人投资，以及投资机构。预计总需求资金为：**10 万元**，投资占比如图：



原始投资预算

项目起步所花费大多在人员雇佣，员工培训，平台搭建，场地租用，二手书购买，广告宣传等方面。

项目计划先于贵州省贵阳市白云区进行试点，在网上进行平台的搭建，以商学院为起点逐步覆盖整个白云区。资金花销主要分为：平台搭建，宣传费用

项目	明细	费用
平台搭建	服务器租赁	5000/年
	域名费用	60/年
	场地费用	1000/月
	开发维护费用	3000 元
合计		9060 元
宣传费用	传单打印	200 元
	活动宣传	500 元
	人员雇佣	1000 元
合计		1700 元
获取书籍费用	图书馆收购	5000 元
	回收所收购	5000 元
	二手书籍收购	2000 元
	书籍翻新处理	10000 元
合计		22000 元
	雇佣费用	960 元/月/人
合计		115200 元/年
总合计		163937

平台搭建在初期使用估计为 43760 元，预使用腾讯提供的服务器进行平台的搭建，除此之外，在项目初期为了获得知名度，因此需要

进行宣传，主要通过雇佣学生发传单，以及线下宣传的方式来进行知名度的提高。书籍的来源方面，我们打算对接学校的图书馆以及白云区的一些书店，图书馆等地方来进行书籍的补充，还可以在线下设置回收点来进行二手书书库的补充。然后在项目中期，预计招募 10 名在校大学生来进行项目初期的工作，薪资为 960 元/人/月，进行第一批工作人员的培训。此外，在项目初期将预计与校方联合组织两场大型书籍相关类活动来提升知名度以及消费人群。

项目 5 年费用预测

成本明细表						
						单位：元
费用名称	明细费用	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
主营业务成本	平台搭建——服务器租赁	5000	5000	5000	5000	5000
主营业务成本	平台搭建——域名费用	60	60	60	60	60
主营业务成本	平台搭建——场地费用	12000	12000	12000	12000	12000
主营业务成本	图书馆收购	5000	5500	6050	15000	30000
主营业务成本	回收所收购	5000	5500	6050	15000	30000
主营业务成本	二手书籍收购	2000	2200	2420	15000	30000
主营业务成本	书籍翻新处理	10000	11000	12100	21000	28000
管理费用	平台搭建——开发维护费用	3000	3000	3000	3000	3000
销售费用	传单打印	200	220	242	1500	3000
销售费用	活动宣传	500	550	605	5000	8000
管理费用	劳务费	1000	1100	1210	6000	10000
应付职工薪酬	员工工资	0	0	115200	230400	28800
合计		43760	46130	163937	328960	187860



项目财务预测表（注：此表仅供参考）

7.3 项目预期

项目财务预测表（注：此表仅供参考）

预计简易利润表					
单位：元					
项目	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
一、主营业务	0	0	0	0	0
减 主营业务成本	39060	41260	43680	83060	135060
主营业务税金及附加	0	0	0	0	0
二、主营业务利润					
加 其他业务利润	0	0	0	0	0
减 销售费用	700	770	847	6500	11000
管理费用	4000	4100	119410	239400	41800
财务费用	0	0	0	0	0
三、营业利润	60000	80000	200000	350000	500000
加 投资收益	0	0	0	0	0
补贴收入	0	0	0	0	0
营业外收入	0	0	0	0	0

四、利润总额	16240	33870	36063	21040	312140
--------	-------	-------	-------	-------	--------



资产负债简易预测表（注：此表仅供参考）

预计简易资产负债表					
单位：元					
项目	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
资产					
流动资产	116240	133870	251263	351440	440940
非流动资产	0	0	0	0	0
资产合计	116240	133870	136063	121040	412140
负债					
流动负责	0	0	0	0	0
非流动负债	0	0	0	0	0
负债合计	0	0	0	0	0
所有者权益					
实收资本	10	10	10	10	10
资本公积	0	0	0	0	0
盈余公积	1624	3387	3606.3	2104	31214
未分配利润	114616	130483	247656.7	349336	409726
所有者权益合计	116240	133870	251263	351440	440940

