



项目计划书

项目名称：爱上课

负责人：李 轩

电话：18844195615

邮箱：763021008@qq.com

目录

第一章 项目概述.....	1
1.1 项目概述.....	1
1.2 团队简介.....	1
1.3 产品与服务介绍.....	1
1.4 市场分析.....	1
1.5 盈利和营销.....	1
1.6 融资与财务.....	1
第二章 团队描述与管理.....	2
2.1 团队构成.....	2
2.2 团队核心成员.....	3
2.3 导师团队.....	4
2.4 团队文化.....	4
第三章 产品与服务介绍.....	5
3.1 网站.....	5
3.2 微信平台.....	5
3.3 优势分析.....	6
3.4 发展规划.....	7
第四章 市场分析.....	8
4.1 市场分析.....	8
4.2 市场定位.....	9
4.3 市场预测趋势.....	10
4.4 同业竞争.....	10
第五章 盈利和营销.....	11
5.1 盈利模式.....	11
5.2 营销策略.....	11
5.3 分销渠道以及合作伙伴.....	11
5.4 定价战略.....	12
5.5 市场沟通.....	12
第六章 融资与财务.....	13
6.1 融资计划.....	13
6.2 初期财务.....	13
6.3 发展期财务.....	13

摘 要

“爱上课”是一个“互联网+”教育的C2C平台，以“互为人师”为理念细耕大学生“陪读”和大学生“辅导班”市场。无论你在生活中是老师还是学生，都可以在平台上申请当老师，创建自己的课程，教授所擅长的技能。用户通过线上约课、线下授课的方式达到知识的共享。利用每个人潜在的好为人师的心理，挖掘其自身的教学潜质，合理配置闲置的学习资源，真正实现人人都能当老师的产品理念。而作为学生，对课程的选择也不只局限于平台中老师所发布的课程，学生可以在平台上发布自己想学习的课程进行求课，具有相关能力的用户可以接课为学生讲授，实现C2C的教育模式。

通过前期的调查问卷分析，各年级学生期末想找学霸帮忙却困难重重的现象颇多，且考研的学生大多认为考研机构性价比低，却没有其他学习途径可以选择。然而学生中存在很多闲置教学资源，很多时候不需要找所谓高价格的名师来讲授，学生当老师更能了解学生的心理，能更有效地解决实际问题，这也是我们认为人人皆老师的一个原因。并且市场上教育类网站大多基于小初高中B2C的教学模式，而爱上课的特色之一就是立足高校，发挥本地优势，利用校园各种学习资源，创新大学生“一对一陪读”以及“一对多辅导班”的市场。

爱上课目前主要有两款产品：微信平台 and 网站（处于测试阶段），未来将会推出IOS以及安卓APP客户端。目前平台共有11位申请通过的老师，其年级涉及大一至研二，在6-7月份微信平台运营阶段共举办7次课程，其中包括高数、C++、物理等涵盖多个年级的专业课程，此外还有职场经验分享等，累计上课人数达到150余人次，得到广大学生一致认可。随着用户量的积累，还会有更多类型的课程在平台中出现，平台将会从中收取一定比例的中介费。并且后期业务逐渐向社会拓展，用大学生的教学资源来满足社会上的学习需求，让学生的知识服务社会，实现人人皆老师的价值意义。

第一章 项目概述

1.1 项目概述

爱上课，致力于为全国高校学子打造一款线上求课约课线下授课学习的互助式学习平台。一方面，充分挖掘每一个人身上的教学潜质，激发创新性，改变传统的兼职行业；另一方面，为更多有学习需求的人提供一个极具个性化的学习平台，在这一个开放的平台中，学生任意挑选你所感兴趣的课程，若没有相应课程，学生可以自己独立将课程信息发布到平台上，等待有意愿的老师接课或者通过我们帮助进行教学资源的合理匹配。而如果想当老师也不必拥有博士头衔，只要有激情想分享你的技能你的知识，爱上课就是你的舞台。

1.2 团队简介

爱上课团队，一支年轻有梦想有激情热衷于实践的团队。团队全部由吉林大学研究生以及本科生组成。团队秉承着感恩的价值观，以设计优先的产品思想，贯彻数据驱动的方针，打造一款“人人皆是老师”的高校“天猫式”学习平台。

1.3 产品与服务介绍

目前的产品集中在微信公众平台及官方平台网站。未来会推出 APP 客户端。

1.4 市场分析

根据对当下的社会环境政策分析以及对大学教育的相关调查，我们发现现在的市场即将迎来一个互联网+的热潮，而且高校学生的学习需求越来越个性化多样化，却没有一款很好的产品能满足个性化学习需求。而本产品是一款基于本地的 C2C 模式个性化学习平台，符合社会发趋势，迎合大学教育的现状，具有良好的发展前景。

1.5 盈利和营销

前期我们以免费公开课的形式，积攒一定的用户量，中期通过数据驱动调整重点课程的设置，把重心放在考研，期末等课程，后期逐步扩大优质课程，调整课程策略，构建人人都能当老师的教学资源共享平台。

1.6 融资与财务

根据前中期的发展状况，适当调整，提升用户量，再根据实际情况找投资人协商。

第二章 团队描述与管理

2.1 团队构成

团队文化的重中之重是懂得“感恩”，真正的把用户的感受放到第一位，懂得感恩导师、感恩团队、感恩机缘。“爱上课”团队是一支全部由吉林大学在校大学生组成的创业队伍。本团队致力于为全国高校学子打造一款“天猫式”的互助学习平台。通过线上求课约课，线下授课学习的新颖方式，让学习真正促进我们的成长，让学生重新定义自己的 Level，并将自己的才智借助互联网平台充分展现，做到人人皆是老师！

“爱上课”创业公司下设技术部、市场部、运营部、产品部、财务部、行政部六个部门，公司 CEO 及各部门主要负责人均由吉林大学爱上课有限公司创业团队的成员担任，团队结构如下图 1 所示。团队成员全部是来自于吉林大学计算机科学与技术学院以及软件学院的研究生、本科以及刚毕业的在职员工。团队成员热情向上，充满活力，偶然的头脑风暴让大家萌生了共同创业的梦想。一群年轻人凭借着坚持、合作以及自身拥有的开发、产品、运营等项目经验，不断摸索，在梦想的路上前进着。

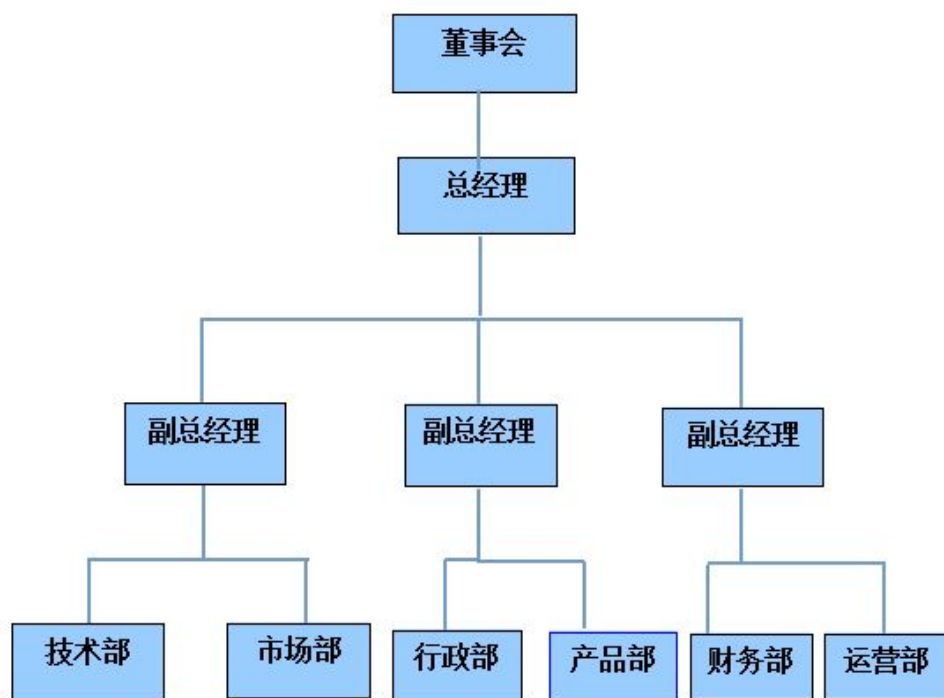


图 1 团队结构

2.2 团队核心成员

总经理：魏云峰，男，吉林大学 2013 级软件学院研究生（数据挖掘方向）。2014 年校优秀学生干部，2014-2015 年担任吉林大学软件学院朋辈心理辅导员。擅长人际交流和活动组织。2015 年 6 月被评为校优秀朋辈心理辅导员。2013 年 6 月参与吉林大学校团委网站的开发，并负责网站服务器的搭建。在互联网+比赛中主要负责微信公众平台的开发、参与项目的决策讨论以及后期的数据挖掘。

副总经理及设计总监：王晨，男，吉林大学 2014 级软件学院研究生、模型师、设计师、Pythoneer 工程师。本科期间获得校优秀学生干部及多次校奖学金，美国大学生数学建模竞赛二等奖。拥有多次产品设计师实习经历。对设计的热爱使其对产品设计方面非常敏感并能够主动把握用户体验。利用自身的技术优势，能运用时下流行的架构将相应的设计进行实现。目前主要负责网站平台的 UI 设计及开发。

副总经理及产品主管：宋丁珂，女，吉林大学 2011 级计算机科学与技术学院本科生。吉林大学心舞舞蹈协会会长及创办人之一，曾任计算机学院艺术团秘书长及舞蹈部部长，本科期间多次获得校优秀学生干部、院优秀学生干部、院优秀学生和单项奖学金，并参加过支教等社会实践活动。曾在去哪儿网担任产品经理实习生，本科毕业后任去哪儿网产品经理。在公司工作期间经手大量项目，有较丰富的产品设计经验和需求文档编写经验。主要负责产品框架的设计。

副总经理：李轩，女，吉林大学 2012 级计算机科学与技术学院本科生。曾获 2015 年美国大学生数学建模竞赛成功参与奖、2015 年数学建模网络挑战赛优秀奖、院辩论赛最佳辩手。曾任院艺术团副秘书长及吉林大学西门子学生圈秘书部副部，擅长组织项目，是团队的点子王。参与 2014-2015 年大学生创新创业训练国家级项目，发表学报论文一篇并顺利结题，有一定的文案撰写能力。曾参与吉大学生自主开发的小伙伴 APP 的运营推广工作。有清晰的数学逻辑思维和出色的实践能力。在本产品中负责部分产品设计、运营推广、文案撰写以及项目决策讨论等。

市场总监：赵力奇，女，吉林大学 2012 级软件学院本科生，极客创业协会副会长。曾获 2014 年中国计算机设计大赛获优胜奖。任 KEF 运用英语俱乐部成员，有较强的口语能力，能流畅完成日常英语口语交流，在学院举办的两次国际会议中担当志愿者，善于沟通，有一定的领导协调能力，应变能力快以及良好的宏观调控能力，有一定的 Java 编程基础。

运营主管：胡晓宇，女，吉林大学 2013 级计算机科学与技术本科生。对产品运营有浓厚的兴趣，具有较强的学习能力，现于去哪儿网运营部实习。乐于动手实

践，思维谨慎，善于分享和交流，有较强的沟通协作能力；有一定英文阅读和表达能力，富有创新性。

财务总监：刘宜乐，男，吉林大学 2014 级计算机学院本科生。在由长春市环保局、长春广播电视台举办的大学生环保创意视频竞赛中获一等奖，在我院团委信息部举办的创意视频大赛中获一等奖。熟悉 c/c++ 语言，独自开发学生个人信息管理系统，对学生基本信息和成绩信息进行管理与统计。对网站开发有一定的兴趣，了解 html、div+css、javascript 等网页设计技术，动手能力强，分析问题思路清晰。

行政总监：徐京徽，男，吉林大学 2014 级计算机科学与技术本科生。在吉林大学计算机学院文宣和商学院团委组织部合办的“追忆高三”主题活动中获一等奖。在我院团委组织部举办的活动中获得才艺优秀奖。在院团委女生部举办的麦霸秀活动中取得第二名。在院新生辩论赛中获得最佳辩手奖。学习成绩优异，英语能力较强，有较强的行政能力。

2.3 导师团队

徐昊，吉林大学公共计算机教学与研究中心副教授。2011 年获得意大利 Trento 大学计算机科学博士学位，现为意大利 Trento 大学客座教授，日本高知工科大学兼职教授。主要讲授网页设计与制作、数据科学与大数据分析 & 高级语言程序设计等课程。研究方向为知识管理、数据分析、人机交互。开发和运营网站、微信公众平台等互联网项目十余项，有丰富的技术创业经验，能够从技术和运营上给予学生支持与指导。同时，在该领域发表科技论文 20 余篇，主持国家自然科学基金项目 1 项，博士后项目 1 项，长春市国际合作项目 1 项，参与管理欧盟项目 4 项，具有丰富的项目管理能力。

2.4 团队文化

爱上课团队的理念是“Design First”，力争达到校园互联网产品用户体验的新高度，为广大学子真正的提供一款高质量高服务的学习平台。以数据驱动为第二理念，根据用户数据不断地分析其个性化的需求，做到个性化的学习推荐。核心理念是做到人人都能当老师，充分挖掘每个人身上的价值，从而培养更多的创新型复合型人才，做到资源共享交流，培养学生的学习主动性，让学习不再枯燥乏味！

第三章 产品与服务介绍

3.1 网站

开发爱上课网站，提供全方位的功能，激发学生的学习热情，做到人人皆是老师。以下是网站基本功能：

- (1) 约课：一对一或一对多的教学模式；
- (2) 求课：一对一或一对多的教学模式；
- (3) 公开课：公益性课程教学。

网站采用时下流行的技术架构进行实现。数据及服务器端采用国内的二代云提供商 LeanCloud，后端采用 Python 语言进行实现，前端采用 Bootstrap+Angular.js。根据项目进度，我们将对网站进行快速迭代，并推出 iOS 与 Android 客户端。

3.2 微信平台

当前微信已经是人们生活当中必不可少的一部分，而衍生出来的微信公众平台对于企业来使，不仅能为公司产品积累用户量，提高用户粘合度，也更能进一步接触用户了解用户，为用户提供一个更为方便的使用途径，也为产品不断迭代的发展提供途径。

因此我们建立了爱上课旗下的“约了 me”微信公众平台。微信平台的有以下几个部分：

- (1) 我要求课：
 - a. 教师信息：我们会将平台上所有老师的信息整合起来发布，方便用户了解平台老师的基本情况，更好的选择自己所感兴趣的课程。
 - b. 报名上课：用户通过此功能可以对近期的课程报名上课，如果没有关注平台，即转发消息到朋友圈截图并发给平台，并且填写平台给出的报名表即报名成功；若已关注平台，直接填写报名表上课即可。
 - c. 想当老师：如果你想来平台认识更多志同道合的伙伴，与大家脑洞大开，分享你的故事你的技能你的经历，填写平台给出的申请表发给平台即可，经平台审阅后给予回复。

d. 近期课程：我们会将近一周内的课程提前发布。学生们可以在这里选择喜欢的课程进行约课。

（2）我要约课

a. 求课信息：发布学生的求课信息，老师可以查看信息，选择是否接课，如要授课，可以自行联系或者平台帮助自行匹配教学资源。

b. 我要接课：老师对学生发布的课程如有教课意愿，则可以选择接课

c. 发布课程：学生可以将平台上没有提供的课程但是自己想要学习的课程，填写求课表发到平台上即可，平台会进行整理发布到求课信息中，达到资源的整合。

（3）更多内容

a. 小编推荐：推荐以往的精品课程，方便新用户的了解以及老用户的课程回顾及查看。

b. 关于我们：将团队的故事文化以一种朋友之间聊天式的方式分享给大家，符合平台的定位——Share 你觉得有价值的故事。让更多的人了解我们，也为我们提供更多建议，为以后的平台招聘打下基础。

3.3 优势分析

通过前期的市场调查分析，我们发现基于本地的校园学习类产品并不多见，大部分只是对课程表、空自习室、外卖等做文章，但是大学生最重要的还是学习，所以以“课”为切入点进行研究，将会有很大一部分的市场优势。

首先根据对期末复习这一现象的调查，我们发现“学生找学霸帮忙复习”的现象较多，而原因在于学生做老师能更加了解和掌握学生的复习痛点，并且能以一个学生的角度浅显易懂的描述问题。所以各专业的学霸或者相关方面较突出的学生完全有能力当学生的老师。

另外，据前期的考研市场调研分析，考研市场利润巨大，性价比低，很多考研机构的老师只是相关学院的研究生，虽然向学生收取的课时费较高，但是有的老师的薪水却只占到十分之一。所以一些优秀的研究生也是我们可利用的学习资源。并且在校园生活中有很多兴趣爱好的达人，而这些人也更愿意结交更多志同道合的人，分享和学习彼此的长处。所以我们很大的优势在于本地性强，可以充分利用本地校园资源，为同学们提供一个合理配置学习资源的平台，通过分享知识构造一个基于技能的社交网络，并且这符合当年轻人的生活习惯和思维方式，从而实现人人都能当老师的产品理念。

而针对其他方面的学习，比如职场学习、留学经验等一系列与学生息息相关的各种学习需求，学生都可以申请当老师，当然我们会有相应的审核机制，申请时提交相关证明或教学视频等，保证平台的教学质量。

总之，我们要让大家融入到人人皆是老师的大氛围下，充分利用自己的价值以及学校的各种学习资源，更好的成长发展。

3.4 发展规划

（1）学生大数据系统：研发集所有学生数据于一体的个性化平台信息系统，建立基于个人学习系统的个性化的学习推荐机制，匹配相关合适的老师，更智能化的为学生提供服务。以数据驱动为产品核心，不断地迭代产品功能，通过大数据的挖掘，开设学生更感兴趣的公开课，从需求中来，到需求中去。

（2）社交式的学习平台：我们的产品定位是“人人皆是老师”，是一个“天猫式”的学习资源平台，一端是学生的学习需求，一端是老师的资源，将线下的资源融入互联网思想，在平台上进行匹配整合，并不是刻板的你教我学，而是真正让年轻人融入进来，在社交中学习。通过学习将人联系到一起，打造一个社交式资源共享平台，形成 Social Network，让学习资源的不断迭代，给学生提供全方位的学习途径。

（3）开发手机 APP：为更好的方便用户，粘合用户，我们会推出手机 APP。根据手机用户的习惯定制具有特色的功能，建立起更强大的社交网络，我们相信人与人的联系会迸发出更多的创新火花，带来意想不到的效益。

第四章 市场分析

4.1 市场分析

4.1.1 大学教育环境分析

团队采用问卷调查的方式调查了大学生的学习态度以及对大学教育的认识。2015年5月，我们面向吉林大学中心校区的在校生展开了关于大学教育弊端相关问题的初次调查，经过筛选、修改后形成正式问卷，调查历时一周。调查形式为网上发放调查问卷，涉及吉林大学各个学院，共回收问卷203份。

4.1.1.1 大学生对大学教育的认识

调查发现：76%的人选择在大学主要学习专业知识；67%的人决定充分挖掘自己的价值；54%的人希望通过大学的学习找到自己适合的方向和岗位；59%的人希望通过大学的历练为走入社会做准备。

分析调查报告可知，大多数学生希望在大学获得更多的知识，能有机会锻炼自己，实现自己的价值，并且为今后的工作做准备。

4.1.1.2 对大学课程安排的建议

调查发现，34%的人希望大学能开设个性化的课程；78%的人希望大学开设更多实践课程；65%的人希望大学开设专业前景分析以及相关行业介绍的课程。

通过查找资料发现，哈佛本科生现行课程包括三个部分：专业课、选修课和核心课程。三类课程的整合为每个学生搭建合理的知识结构、充分体现个性特征，打造了一个可调节的知识平台。日本大学的“四年一贯制”课程体系对培养创造性人才具有积极的导向作用。但是目前国内大学的课程设置基本状况是“拼装多，整合少”，缺乏对学生个性化的培养以及展示自我的机会。

4.1.1.3 大学生的期末复习状态

调查发现，85%的人通过期末的短暂突击应对考试，并且大多数人难以找到合适的人为自己讲解难题，这也是如今挂科率较高的原因之一。而针对能否找到合适的学霸这一问题我们又进行了详细的调查，78%的人难以找到学霸，其中大多数人是因为不好意思多次找学霸。而调查中大家反映的较难科目也比较集中，例如：高数、线性代数、C语言、英语等。因此，集中大范围的力量，充分的挖掘每个人身上的潜质，降低老师的门槛迎合了广大同学的需求。想当老师不必拥有一个博士头衔，只要你愿意给大家传授你擅长的知识。

4.1.1.4 考研市场

在调查问卷中，我们同样设置了关于考研的相关问题。对于本科毕业后是否考研，56%的人选择是。据相关资料，考研人数逐年递增，这也导致了考研市场演变成绝对的卖方市场。据市场调查，市场上的考研机构收费极高，性价比却很低，部分学生不满现状却又找不到其他补习的途径。针对这一空白，我们的产品设置了专门的考研板块，从学生的角度考虑，提供针对性强、性价比高的考研辅导。

4.2 市场定位

4.2.1 目标人群分析

该产品的主要用户群体为高校有学习需求以及想分享知识的学生。

首先，随着时代的进步，信息不断迭代，社会发展速度越来越快，学生们接受新鲜事物的能力也越来越高，更想从各个方面汲取知识信息，充实自己。但是现阶段高校（例如吉林大学）针对学生个性化学习需求的产品或服务并不完善，据不完全调查，吉林大学的校园产品中并没有一款深入学生内部了解学习需求，满足学生个性化学习需求的产品。

第二，该群体的学习需求不断的迭代，大一至大四，研究生阶段，博士生阶段，每一个阶段的学习需求不尽相同，但是这确实是每一个学生必然会经历的过程。通过爱上课，可以在低年级阶段就开始培养学生个性化的学习习惯，伴随年级的升高和学生的成长，可以从平台的用户申请成为平台的老师。并且，不光是学霸可以申请当老师教授专业知识，相关的考研、面试等经验都可以在平台申请分享，在前期的运营阶段，就有一些申请在平台当老师的学生教授极具特色的课程，例如微软亚太研究院师哥教你如何写高大上的论文，美国高校师哥的出国留学经历，职场博士教你如何写简历以及其他兴趣类课程，如舞蹈课、音乐课等，通过一种朋友圈的方式聚集人才，分享知识，让每个人心中好为人师的冲动化为现实动力，更好的实现自我价值，做到人人都能当老师的产品理念。

第三，由于当今兼职市场管理混乱，大学生在社会上做兼职并不是很稳妥的赚钱方法，但是又有很多大学生想通过兼职锻炼自己并且赚取一些生活费。本团队致力于打造一款人人都可以参与的教育平台，学生可以兼职当老师，教授你所擅长的课程，从中赚取课时费，可以以一种安全有价值的方式达到兼职的目的，但这又不仅仅是一个意义简单的兼职。通过在爱上课担任老师，在认识更多志同道合的伙伴，给别人带来知识的同时，也能发掘自身的问题，以一种否定之否定的形式不断地发展完善自己，达到双赢。

4.2.2 产品定位

面向拥有专业知识和聪明才智，或者对教育有个性化需求的普通人，开发出一款人人皆可参与的教育平台。

4.3 市场预测趋势

当今社会竞争压力越来越大，学生逐渐意识到自我发展规划的重要性，从而产生了很多个性化的学习需求。因此，如何更智能地了解学生的学习需求，从而更好的服务学生是团队未来的发展方向。团队在大数据挖掘方面具有一定的优势，会不断地根据大数据分析调整发展策略。在未来，团队会将产品打造成任务模式，将学习变得具有游戏性，进一步激发学生的挑战欲望以及乐于闯关的天性，绑定用户，提高用户粘度。平台的收费标准大体依照老师和学生的定价，相比市场上的传统行业产品有一定的价格优势和竞争力，因此预计本产品会有非常好的市场发展前景。

4.4 同业竞争

从现教育市场中模式较新颖与本产品有相关契合度的产品选择“跟谁学”产品作竞品分析如下：

产品模式：跟谁学是一个 O2O 找好老师学习服务电商平台，跟谁学跟踪每一位学员的个性化需求及偏好，利用海量数据挖掘技术进行精准匹配，帮助学员找到最合适的老师，帮助老师最大化地体现自身价值；

爱上课是一个 C2C 的人人都可以当老师的教育平台，立足校园生活，做校园内的学习资源的整合，力求人人都能当老师，只要每个人提供的技能有用，就应有相应的市场。此外，学生可以直接提出自己的问题或者线上求课，由其他有能力解决的用户选择答疑或接课。

其中，跟谁学强调帮助老师实现自我价值，而爱上课则是帮助每一个有知识且乐于分享的人，挖掘其教学潜质，实现每个人的价值。爱上课还兼顾了顶端到底端和底端到顶端两种服务模式，学生不必局限于通过选择老师学习，而是可以直接发布自己的需求，等待有能力的老师响应。并且这是一个 C2C 的平台，用户的价值不只在于使用产品获得知识，更能够成为产品的上层建筑，申请当老师，使得用户的知识能够影响更多的人，从而逐渐扩大基于技能的社交网络。

第五章 盈利和营销

5.1 盈利模式

首先，平台在前期没有盈利。我们通过举办一些免费的线上和线下结合的活动，比如说期末找学霸为同学们讲授一些期末考试及相关的内容，考研经验分享，找工作经验分享等等，积累一定的用户量，在此基础上，之后的盈利模式可以分为三个部分：

（1）广告收入，在有了一定用户量之后，可以为一些相关的商家或企业在我们的页面上做一些广告推荐，例如考研辅导班的推荐，比较好的学习网站推荐，以及书籍一类等等的推荐。

（2）抽取提成，用户量较多之后，老师和学生在我们平台上达成约课或求课，每个老师需要向我们平台支付 5%左右的提成，学生则是免费预约想要上的课程。

（3）设置精品课程，设置类似淘宝和天猫的模式，教师在我们平台放置课程是不收取费用的，只有在达成课程交易后才在中间抽取提成，而如果是比较热门的老师，同时也希望在我们的平台上比较好的位置放置自己的信息或课程信息，需要向我们平台提出申请，成为类似天猫的专业商家。

5.2 营销策略

我们的模式是 C2C 的线上与线下结合的方式，初期我们主要抓住的是期末考试找学霸，考研求指导这两个需求，通过免费与收费结合的方式，提升我们的用户量，打出我们“爱上课”的品牌，让更多的用户了解我们，中期我们会根据前期的一些调查问卷，用户反馈，以及数据分析，在拥有了一定的用户之后，调整我们课程的设置，课程方面会推出几个重点课程，例如考研课程，计算机方面的课程，兴趣爱好方面的课程，以及一些在我们平台上取得良好口碑的老师，对他们进行大力的宣传，从中收取教师认证费，在未来，我们依然会动态的调整我们课程已经重点课程的设置，找出较受欢迎的课程和方向，实现人人都能当老师的教学资源共享平台，挖掘每个人的教学资源潜质，实现教学资源的合理分配。

5.3 分销渠道以及合作伙伴

未来，我们主要以线上约课求课，线上线下上课的模式，更好的实现线下产业与互联网的结合。

合作伙伴主要分为校内和校外两个部分，首先校内得到了老师，学院的大力支持，为我们争取到了许多校内的资源，在之前的大学生创业大赛中我们也取得了较好的成绩；其次就是校内的社团，和校内社团合作，为我们提供了各个领域的优秀人才，他们更加愿意去分享自己的技能。校外合作伙伴主要是一些辅导班，例如考研辅导班，公务员辅导班，出国等辅导班，通过和这些辅导班的合作，第一可以推广我们的品牌，第二可以使我们的课程更加的专业和细致。

5.4 定价战略

如图 2 所示，前期课程免费，中期收费课程大约收取每节课 5%的提成，后期广告收入提高以及天猫式平台收取约 10-15%的提成。

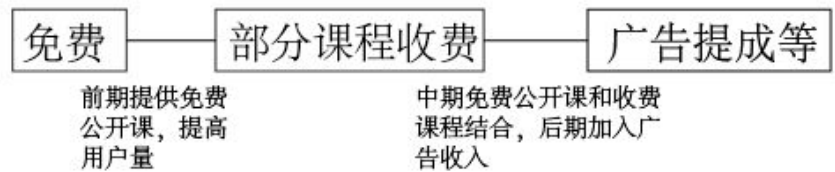


图 2

5.5 市场沟通

市场沟通主要是前期做好市场分析及市场调研，为之后课程以及课程方向的动态调整做出指导，还有和辅导班的沟通，当我们根据之前的调查问卷，课程的数据等作出分析后，一定要及时，准确的调整我们相关课程的设置，这样才可以抓住市场的需求，在市场中站稳脚跟。

第六章 融资与财务

6.1 融资计划

爱上课前期一直处于产品开发和微信平台初步运营阶段中，目前面临的主要困难是资金问题。现在项目产品技术基本成熟，而且爱上课与其他网站提供的服务比较，具有鲜明的本地特色和创新性，经过前期的推广，已经得到广大学生和老师的支持与参与，此时对项目进行投资，风险已经大大降低，并且可以得到良好的投资回报。

6.2 初期财务

前期主要的投资是技术、运营等投资，具体资金如下表所示：

项目	花费金额（万元）
网站开发	1
服务器租用	2
平台运营	2
其他	1
总计	6

总计 6 万元整。

6.3 发展期财务

在发展期，涉及更多的资金支出，例如 APP 开发、商务拓展等其他费用，具体资金如下表所示：

项目	花费金额（万元）
网站维护	20
服务器租用	20
平台运营	20

APP 开发	5
商务拓展	20
其他	20
总计	95

总计 105 万元整。