

2023 商业模式设计期末作业

姓名：
学号：
联系方式：

（1）谈谈你对商业模式设计这门课的理解与体会。例如，哪些内容对你最有启发，你又有哪些进一步的想法（20 分）

答：商业模式不仅是赚钱的方法，而是一套系统化的计划，包括产品/服务概念、市场定位、供应链管理等，旨在满足市场需求和有效配置资源。通过发现需求、确定市场、构建核心竞争力等步骤，商业模式可以确保企业的战略方向和盈利机制的一致性

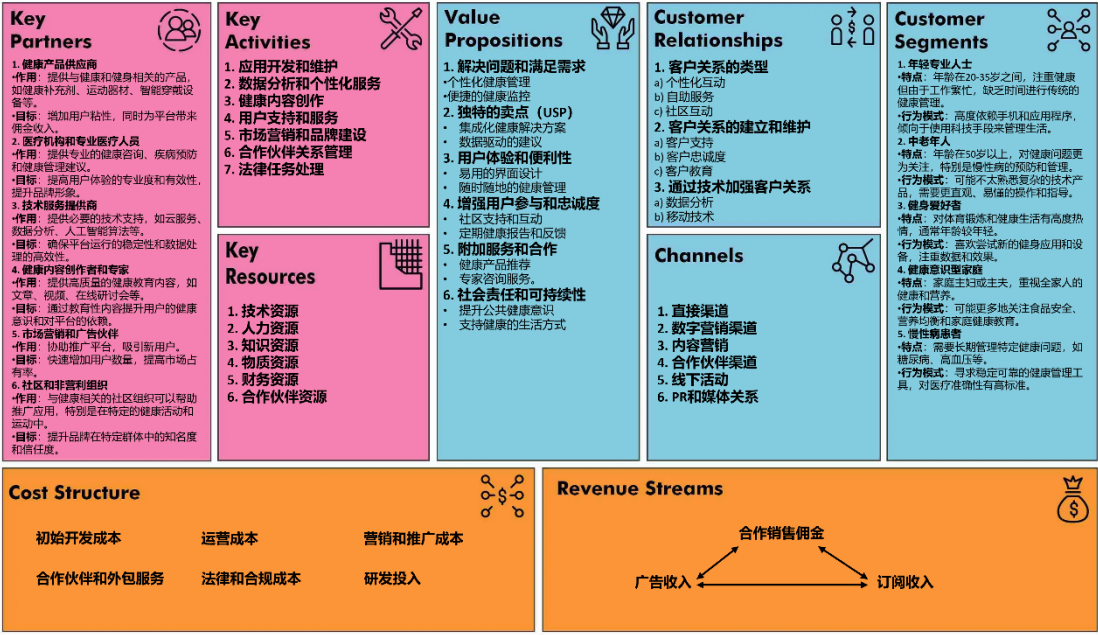
这门课程让我深刻意识到，商业模式是一种系统性的思维和方法论。我特别受启发的是 Business Model Canvas 工具的应用，它能够帮助我从不同维度全面审视和构建一个商业模式。此外，平台经济的内容也让我意识到在数字化时代，如何构建和运营一个有效的多边平台至关重要。这门课程不仅仅是理论的学习，更重要的是提供了将理论应用到实践的机会。我对课程中的案例分析和小组讨论印象很深，这些都让我能够将所学知识应用于实际问题的解决。课程教会了我如何跳出传统框架，从更广阔的视角来看待商业活动，这对于培养创新思维非常有帮助。

我比较好奇，如何将这些理论和工具应用到实际的创业项目中，特别是在资源有限的情况下如何创造独特的价值并实现盈利。同时，我也想探索如何利用最新的技术趋势，如人工智能、大数据等，来创新和优化传统商业模式。我也期待将课程中学到的知识应用于未来的职业生涯，特别是在面对快速变化的商业环境时，如何灵活调整商业模式，寻找新的增长点。

（2）请使用商业画布技术，对你自己目前的创业项目或者创业构想（如果都没有，可选一个自己比较感兴趣的领域），进行商业模式分析诊断与优化创新。（50 分）

- 9 模块的商业画布的整体结构（可以手绘）
- 收益方式和成本模式
- 如何提高自己的商业位势
- 尽可能有实际数据和严谨逻辑来支持自己的分析

答：
商业画布：



商业画布内容补充说明：

关键合作伙伴：

1. 健康产品供应商

作用：提供与健康相关的产品，如健康补充剂、运动器材、智能穿戴设备等。

互利关系：平台可以推荐这些产品给用户，而供应商则提供产品和可能的优惠给平台用户。

目标：增加用户粘性，同时为平台带来佣金收入。

2. 医疗机构和专业医疗人员

作用：提供专业的健康咨询、疾病预防和健康建议。

互利关系：医疗机构可以通过平台扩大其服务范围和患者基础，平台则通过合作提高服务的专业性和可信度。

目标：提高用户体验的专业度和有效性，提升品牌形象。

3. 技术服务提供商

作用：提供必要的技术支持，如云服务、数据分析、人工智能算法等。

互利关系：技术提供商通过合作获得业务和技术展示的机会，平台则通过高级技术提升用户体验和服务效率。

目标：确保平台运行的稳定性和数据处理的高效性。

4. 健康内容创作者和专家

作用：提供高质量的健康教育内容，如文章、视频、在线研讨会等。

互利关系：内容创作者获得更广泛的受众，平台通过高质量内容吸引和保留用户。

目标：通过教育性内容提升用户的健康意识和对平台的依赖。

5. 市场营销和广告伙伴

作用：协助推广平台，吸引新用户。

互利关系：营销伙伴通过合作获得业务机会，平台则通过有效的营销策略扩大用户基础和知名度。

目标：快速增加用户数量，提高市场占有率。

6. 社区和非营利组织

作用：与健康相关的社区组织可以帮助推广应用，特别是在特定的健康活动和运动中。

互利关系：这些组织能够通过平台接触到更多关注健康的人群，而平台可以通过这些合作提高其社会责任感和社区影响力。

目标：提升品牌在特定群体中的知名度和信任度。

关键活动：

1. 应用开发和维护

技术开发：开发一个用户友好、功能全面的移动应用，包括前端和后端的工作。这包括界面设计、用户体验优化、数据存储和处理功能的实现。

维护和更新：定期对应用进行维护，确保其稳定运行，同时根据用户反馈和市场趋势更新功能和内容。

2. 数据分析和个性化服务

用户数据分析：收集并分析用户数据（如健康状况、活动习惯），以提供个性化的健康建议和计划。

算法优化：不断优化数据分析算法，提高个性化建议的准确性和有效性。

3. 健康内容创作

内容创作：创作有关健康和健康生活方式的高质量内容，包括文章、视频、健康小贴士等。

专家协作：与医疗专家合作，确保提供的内容具有专业性和准确性。

4. 用户支持和服务

客户服务：提供用户支持，如应答主用户查询、解决技术问题。

用户反馈管理：收集和分析用户反馈，以改进应用功能和用户体验。

5. 市场营销和品牌建设

推广活动：通过社交媒体、在线广告、内容营销等渠道推广应用。

品牌建设：建立和维护品牌形象，通过公关活动和社交媒体互动提高品牌知名度。

6. 合作伙伴关系管理

伙伴关系维护：与健康产品供应商、医疗机构和技术服务提供商建立和维护良好的合作关系。

协同合作：与合作伙伴一起开发新的产品或服务，或共同进行市场活动。

7. 法律任务处理

遵守法规：确保应用遵循所有相关的法律法规，如数据保护法规。

用户隐私保护：实施强有力的数据安全措施，保护用户隐私和个人健康信息。

关键资源：

1. 技术资源

移动应用平台：作为服务交付的主要渠道，一个功能强大、用户友好的移动应用是至关重要的。这包括应用的开发、维护和持续更新。

数据分析能力：为了提供个性化的健康建议，需要强大的数据处理和分析能力。使用大数据和 AI 技术可以帮助更准确地分析用户数据，提供更有针对性的建议。

2. 人力资源

健康顾问团队：专业的健康顾问、营养师和健身教练等，他们为用户提供专业建议和个性化服务。

技术开发团队：负责应用的开发和维护，确保应用的稳定运行和持续更新。

市场和客户支持团队：进行市场研究、用户反馈分析以及提供客户服务。

3. 知识资源

健康和健身知识库：涵盖各种健康和健身主题的信息库，为用户提供可靠的信息来源。

用户行为数据：收集的用户健康数据和行为模式，用于改进服务和提供个性化建议。

4. 物质资源

服务器和存储设施：用于存储大量用户数据和支持应用的云服务。

办公设施和设备：团队工作和运营的必要物理空间和设备。

5. 财务资源

资金：用于支持业务的初期开发、市场推广、日常运营和未来扩张。

6. 合作伙伴资源

合作医疗机构和健康产品供应商：与医疗机构的合作可以提供更深层次的健康服务；与健康产品供应商的合作可以扩展服务范围，同时作为额外的收入来源。

价值主张：

1. 解决问题和满足需求

个性化健康管理：针对不同用户群体（如年轻专业人士、中老年人）的健康需求提供个性化的健康管理方案。

便捷的健康监控：通过移动应用，用户可以轻松追踪自己的健康指标，如饮食、运动、睡眠等。

2. 独特的卖点（Unique Selling Proposition, USP）

集成化健康解决方案：应用集成了饮食建议、运动计划、健康教育和监测等多项功能，提供一站式健康管理服务。

数据驱动的建议：利用数据分析和人工智能技术，为用户提供基于数据的个性化健康建议。

3. 用户体验和便利性

易用的界面设计：应用设计简洁直观，便于用户快速学习和使用。

随时随地的健康管理：用户可以随时使用手机查看健康数据和获得建议，增加了健康管理的灵活性和便利性。

4. 增强用户参与和忠诚度

社区支持和互动：建立一个用户社区，鼓励用户分享经验、相互支持，增加用户粘性。

定期健康报告和反馈：提供定期的健康报告和改进建议，帮助用户了解自己的进步和需要改进的地方。

5. 附加服务和合作

健康产品推荐：与健康产品供应商合作，为用户推荐高质量的健康产品。

专家咨询服务：提供专家咨询服务，如营养师、健身教练的在线咨询。

6. 社会责任和可持续性

提升公共健康意识：通过教育内容和活动提高公众对健康问题的意识。

支持健康的生活方式：鼓励用户采取更健康的生活习惯，对个人和社会都有益。

客户关系：

1. 客户关系的类型

a) 个性化互动

个性化服务：提供用户个性化健康建议，基于他们的健康数据和偏好定制服务。

专家咨询：使用户能够直接与健康专家进行交流，获得专业的建议和指导。

b) 自助服务

应用功能：用户可以自主使用应用的各种功能，如健康跟踪、饮食和运动建议。

用户指南和 FAQ：为用户提供详细的使用指南和常见问题解答，以帮助他们更好地利用平台。

c) 社区互动

线上社区：建立一个线上社区，让用户可以相互交流健康经验和挑战。

健康挑战和活动：组织线上健康挑战或活动，鼓励用户参与和互动。

2. 客户关系的建立和维护

a) 客户支持

24/7 客服：提供全天候的客户支持，解决用户的疑问和技术问题。

定期反馈：通过调查和反馈机制了解用户的需求和满意度。

b) 客户忠诚度

奖励机制：为长期用户和积极参与者提供奖励和激励，如优惠、礼品或特别功能的访问权限。

定期更新：持续更新应用内容和功能，保持产品的吸引力和实用性。

c) 客户教育

健康教育内容：提供有价值的健康信息和教育内容，帮助用户更好地理解和管理他们的健康。

研讨会和网络研讨会：定期举办线上研讨会和研讨会，提供更深层次的健康知识。

3. 通过技术加强客户关系

a) 数据分析

个性化推荐：利用数据分析提供更精准的个性化健康建议和内容。

用户行为洞察：分析用户行为数据，不断优化应用设计和功能，以提高用户体验。

b) 移动技术

移动优先：确保应用在各种移动设备上都有良好的性能和用户体验。

推送通知：利用推送通知保持与用户的实时互动，例如提醒、健康小贴士。

渠道：

1. 直接渠道

移动应用商店（如 **Apple App Store**, **Google Play**）：这是最直接的渠道，用户可以在这些平台上下载应用。通过优化应用商店的关键词和描述，可以提高应用的可见性和下载率。

官方网站：网站不仅可以提供应用下载链接，还可以展示更多关于应用的信息、用户评价和联系方式，以及健康相关的内容。

2. 数字营销渠道

社交媒体平台（如微博、微信、Instagram、Facebook）：通过社交媒体进行推广可以扩大品牌曝光度，吸引潜在用户。可以分享健康小贴士、用户故事、健康挑战等吸引关注和参与。

电子邮件营销：通过定期的电子邮件通讯，提供健康资讯、应用更新和特别优惠，以保持用户的参与度和兴趣。

3. 内容营销

博客和文章：在官方网站或其他平台（如简书、知乎）发布关于健康和生活方式的文章，提高品牌的专业形象，同时吸引流量和提高 SEO 排名。

视频和直播（如 Bilibili、YouTube）：发布有关健康生活方式的视频内容或直播健康相关话题，以视频形式吸引用户，并促进应用的下载和使用。

4. 合作伙伴渠道

健康产品公司：与健康产品品牌合作，进行联合推广活动或在应用内推荐其产品。

健康与医疗机构：与医院、健身房等机构合作，为其会员提供特别优惠，同时借助这些机构的信誉和客户基础来增加应用的可信度。

5. 线下活动

健康讲座和研讨会：在社区中心、学校或企业举办健康相关的讲座和研讨会，提高品牌知名度，同时吸引潜在用户下载和使用应用。

健康博览会和活动：参加相关的行业活动和展览，与潜在用户面对面交流，提高应用的知名度和可信度。

6. PR 和媒体关系

媒体报道：通过新闻稿和媒体接触，争取应用上市、重大更新或特别活动的报道。

博主合作：与健康和生活方式相关的博主合作，通过他们的社交媒体渠道来推广应用。

客户细分：

1. 年轻专业人士

特点：年龄在 20-35 岁之间，注重健康但由于工作繁忙，缺乏时间进行传统的健康管理。

需求：追求快速、便捷的健康管理解决方案，如快速健身指导、健康饮食建议。

行为模式：高度依赖手机和应用程序，倾向于使用科技手段来管理生活。

2. 中老年人

特点：年龄在 50 岁以上，对健康问题更为关注，特别是慢性病的预防和管理。

需求：需要简单易用的应用界面，对健康监测和定期医疗建议有较高需求。

行为模式：可能不太熟悉复杂的技术产品，需要更直观、易懂的操作和指导。

3. 健身爱好者

特点：对体育锻炼和健康生活有高度热情，通常年龄较年轻。

需求：寻求高级健身计划、运动数据追踪和分析。

行为模式：喜欢尝试新的健身应用和设备，注重数据和效果。

4. 健康意识型家庭

特点：家庭主妇或主夫，重视全家人的健康和营养。

需求：需要家庭健康管理功能，如家庭成员的健康数据跟踪和管理。

行为模式：可能更多地关注食品安全、营养均衡和家庭健康教育。

5. 慢性病患者

特点：需要长期管理特定健康问题，如糖尿病、高血压等。

需求：对疾病特定的健康管理和跟踪有高需求，如血糖监测、血压跟踪。

行为模式：寻求稳定可靠的健康管理工具，对医疗准确性有高标准。

成本结构:

1. 初始开发成本

应用开发：这是启动阶段的主要成本，包括软件开发、用户界面设计、测试和发布等。这可能涉及到雇佣开发人员或与外包公司合作。

市场调研：在产品开发前进行市场调研，以确定目标用户群、竞争对手分析和市场需求。

2. 运营成本

技术维护和更新：定期更新应用以修复漏洞、改进功能和添加新内容。这包括软件许可、服务器托管费用和维护工作的成本。

员工薪资：支付给团队成员（如开发人员、健康专家、市场和客户支持人员）的薪水。

办公空间租赁：如果有实体办公室，需要支付租金和相关运营费用（如水电费、网络费）。

3. 营销和推广成本

广告费用：为了吸引用户下载和使用应用，可能需要在各种渠道（如社交媒体、网络广告、线下活动）进行广告推广。

公关和品牌建设：包括品牌设计、内容营销、社交媒体管理以及与健康博客和论坛的合作推广。

4. 合作伙伴和外包服务

合作佣金：如果与健康产品供应商或其他商业伙伴合作，可能需要支付一定比例的销售佣金。

外包服务费用：如使用外部服务提供商（例如云服务、法律咨询、财务管理等）可能产生的费用。

5. 法律和合规成本

法律顾问费：确保应用符合所有适用的健康信息隐私法规和行业标准。

认证费用：如果应用涉及特定的医疗或健康标准，可能需要支付相关的认证费用。

6. 研发投入

新功能开发：为了保持竞争力，定期研发和推出新功能或服务。

市场和用户研究：持续进行市场趋势和用户需求的研究，以指导产品迭代和改进。

收益方式

1. 订阅收入

基础和高级服务区分：应用可以提供基础服务免费，而高级服务如个性化健康计划、专家咨询等则需要订阅付费。这种模式鼓励用户首先体验应用，然后为更专业、更深入的服务付费。

定价策略：订阅价格可以根据服务类型、时长（如月订阅、年订阅）进行差异化定价。此外，还可以提供试用期，让用户在决定订阅前体验高级功能。

潜在收益：根据用户数量和转化率，订阅模型可以带来稳定且可预测的收入。例如，如果有 10,000 名活跃用户，其中 5% 选择订阅每月 10 美元的高级服务，则每月可产生 5,000 美元的收入。

2. 广告收入

目标广告：应用内可以展示与健康 and 生活方式相关的广告。这些广告可以是针对特定用户群体的，如运动装备、健康食品、健身会员卡等。

收入模型：广告收入通常基于 CPM（每千次展示成本）或 CPC（每次点击成本）。举例来说，如果应用每天有 5,000 次广告展示，以 CPM 为 2 美元计算，则每天可赚 10 美元，每月则为 300 美元。

用户体验考量：需要平衡广告收入和用户体验。过多的广告可能会影响应用的使用体验，从而导致用户流失。

3. 合作销售佣金

产品推荐：与健康产品供应商合作，如健康食品、健身器材、健康检测服务等，通过应用推荐这些产品或服务。

佣金模型：每当用户通过应用购买这些产品或服务，平台可以获得一定比例的佣金。比如，如果通过应用生成的销售额为每月 1 万美元，而佣金比例为 10%，则每月可赚取 1,000 美元的佣金。

信誉和透明度：需要确保推荐的产品和服务与应用的健康理念相符，并对用户明确表示这是广告内容，以维护应用的信誉和透明度。

成本模式

- （1） 初始投资：包括应用开发和市场推广。
- （2） 运营成本：固定成本如员工工资、办公租金和服务器维护费。
- （3） 变动成本：如市场营销活动和合作佣金支出。

提高商业位势的策略

- （1） 市场定位：定位为个性化和专业的健康管理平台，与普通健康应用区分开来
- （2） 用户参与：通过用户反馈和行为数据不断优化应用功能和用户体验。
- （3） 合作伙伴关系：与知名健康品牌和专业医疗机构合作，提升品牌可信度。
- （4） 技术创新：利用大数据和 AI 技术提供更精准的健康建议和分析。

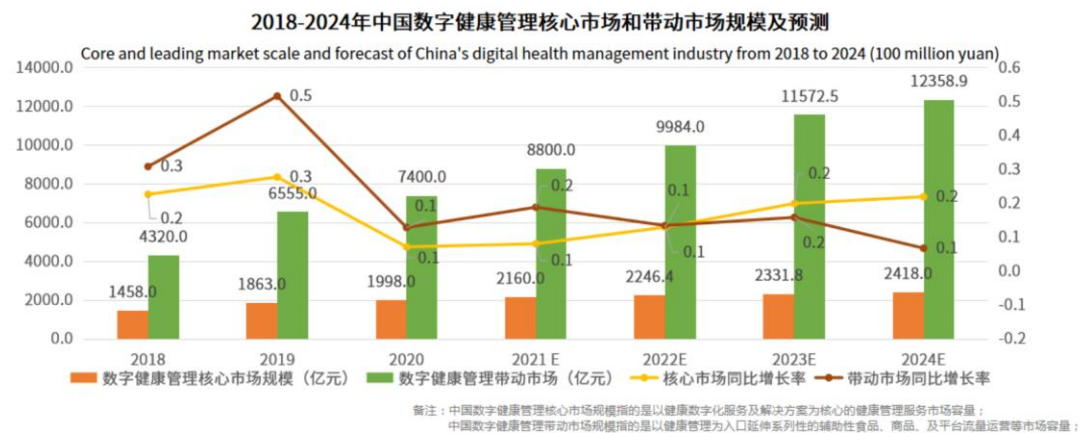
数据与分析

- （1） 根据市场研究，健康管理应用的市场需求持续增长，尤其在年轻专业人士和中老年人群中。

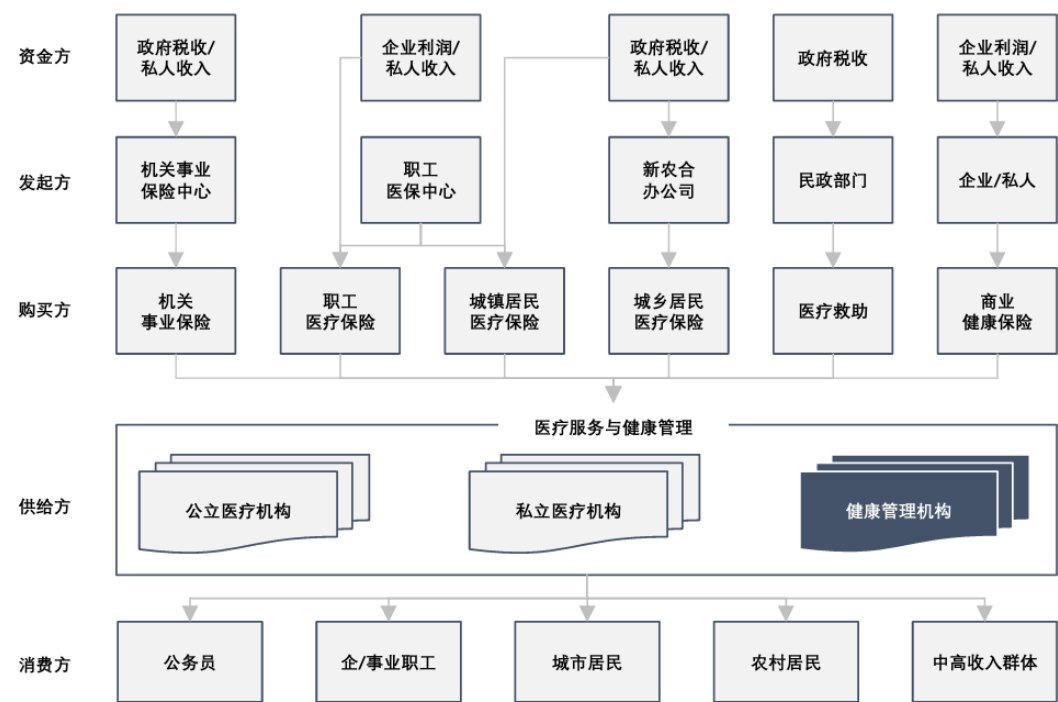
新冠疫情的爆发让人们更加注意健康管理，数据显示，2021 年中国健康管理及健康解决方案市场规模达 43882 亿元，2016-2021 年均复合增长率为 12.4%，预计 2023 年中国健康管理及健康解决方案市场规模将达 5528.3 亿元。

《“健康中国 2030”规划纲要》定下明确目标：到 2020 年，健康服务业总规模超 8 万亿，到 2030 年达 16 万亿。在“健康中国”正式成为中国发展的核心理念下，健康产业已经成为新常态下服务产业发展的重要引擎。康养管理服务为增速最快的细分领域，数据显示，2021 年中国康养管理服务市场规

模达 3618 亿元，2016-2021 年均复合增长率为 21.2%，预计 2023 年将增长至 12858 亿元。



(2) 订阅模式在类似应用中已证明有效，能为企业带来稳定的收入流。
这是中国目前的健康保障系统机制，我们介入的即为健康管理系统：



(3) 当然也有一定风险，分析如下：

事故风险：整体健康管理服务过程中，存在健康管理事故风险，如因医务人员疏忽、检测设备故障、健康状况复杂性、消费者个体差异等因素导致一些健康管理差错、健康管理意外损害、健康管理纠纷事件，进而影响健康管理效果。

市场风险：中国从事健康管理服务的企业较多，市场较为分散。已有部分相关企业通过资本的方式,涉足健康管理服务。与健康管理服务行业相关的公司，可通过资源整合、产业链延伸，抢占健康管理服务市场。

扩张风险：健康管理服务行业属于第三方服务行业，行业发展注重服务品质、声誉的积累。健康管理企业需不断扩大服务范围，增加分支机构、健康管理门店的数量，以提高用户触达率及用户满意度。

（3）商业模式对于你的人生规划是否有借鉴意义，谈谈你的想法。（20 分）

答：

作为一名计算机科学与技术学院的学生，学习和理解商业模式对我的人生规划具有重要的借鉴意义：

1. 技术与商业的结合

在计算机科学领域，技术创新是核心，但成功的技术应用往往需要有效的商业模式。了解如何将技术创新转化为商业成功是非常重要的。这种知识可以帮助我将技术解决方案更好地推向市场。

2. 创业视角

作为软件工程专业的学生，我之后会涉足创业。在这个过程中，了解如何构建和实施一个有效的商业模式是关键。商业模式不仅影响产品的市场接受度，还直接关系到企业的财务健康和可持续发展。

3. 市场洞察力

商业模式的学习可以提升我的市场洞察力。了解市场需求、客户行为以及如何通过不同的商业模式满足这些需求，对于开发用户友好的技术产品至关重要。

4. 跨学科能力

当代的科技创新越来越强调跨学科合作。对商业模式的理解有助于我在多学科团队，特别是在涉及到产品开发、市场营销和财务规划等方面中更好地沟通和协作。

5. 职业发展

在未来的职业生涯中，无论是作为企业的技术专家还是管理者，对商业模式的理解都将是一个重要的资产。这不仅可以帮助我在技术角色中做出更具商业意义的决策，也为日后可能的管理角色打下基础。

6. 持续学习的重要性

商业环境和技术领域都在不断变化，这要求我作为一个学习者和专业人士，必须不断学习和适应新的商业模式和技术趋势。

商业模式的学习不仅对我的技术专业有补充意义，而且对于我个人的职业发展、创业潜力和市场理解都有着不可忽视的影响。它提供了一个全面理解市场和商业运作的框架，这对于任何希望在当今快速变化的科技领域取得成功的人都是宝贵的。

（3）关于这门课内容、讲课方式、组织安排等的建议。（10 分）

答：

1. 实际案例分析：

增加更多与当前市场和技术趋势相关的案例分析，如数字化转型、可持续商业模式等。多引入失败案例分析，帮助我们从中学习和识别常见陷阱。

2. 技术与商业的结合：

班上有很多技术专业学生，可以强调技术创新与商业模式设计的结合，如何将技术优势转化为商业成功。

3. 客座讲师邀请：

可以邀请来自不同行业的专家和企业家分享他们的经验和见解，在线或者离线都可以。

如有可能，请附一张个人生活照片和简短的自我介绍