



知书达理

——知晓人生两件事

指导老师：刘进军 付静

目录

一、服务介绍	1
(一) 项目概况	1
(二) 创新点及优势	2
二、可行性分析	2
三、外部环境分析	4
(一) 国内大环境	4
(二) 全球文化环境	7
(三) 技术环境	8
(四) 社会环境	8
四、市场与竞争分析	9
(一) 市场现状分析	9
(二) 行业竞争环境分析	10
(三) 创业机会分析	11
(四) 项目分析	13
五、营销策略	14
(一) 营销方式	14
(二) 目标市场	14
(三) 收费标准	15
六、项目效果展示	16
(一) 产品概述	16
(二) 产品结构	17
(三) 产品详细介绍	18
1. 主打方向	19
2. 主界面展示	20
3. 婚礼界面	21
4. 丧葬界面	23
5. 用户登录界面	25
6. 论坛界面（暂未上传）	25
七、风险评估	27
八、财务分析	28
(一) 主要财务假设	28
1. 外部环境	28
2. 内部环境	29
(二) 财务预测	29
(三) 融资回报分析	30
1. 融资方案	30
2. 投资回报来源	31
3. 投资回报方案	32
九、团队介绍	34
(一) 团队介绍	34
(二) 团队文化与愿景	35
(三) 拟成立公司组织构架	36

（四）团队人力资源政策	38
1.薪酬制度	38
2.人力资源管理宗旨	38
3.培训	38
4.职业生涯管理	38

一、服务介绍

（一）项目概况

在中共中央办公厅，国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中指出，综合运用报纸、书刊、电台、电视台、互联网站等各类载体，融通多媒体资源，统筹宣传、文化、文物等各方力量，创新表达方式，大力彰显中华文化魅力。实施中华文化新媒体传播工程。加强国民礼仪教育。加大对国家重要礼仪的普及教育与宣传力度，在国家重大节庆活动中体现仪式感、庄重感、荣誉感，彰显中华传统礼仪文化的时代价值，树立文明古国、礼仪之邦的良好形象。创新人文交流方式，丰富文化交流内容，不断提高文化交流水平。

现如今，总会因为各地的文化礼仪不一样，而使外地人不能很快的入乡随俗，甚至有些本地人连自己当地的习俗风俗都不太了解，像婚庆、丧葬以及各种节日；年轻人不了解民俗礼仪怕表现不得体而担心，一些长辈在一些礼节上是非常注重的；越来越多的人对婚礼丧葬等习俗的操办，都是请当地年长者操办，甚至是当地的婚庆公司、戏班子来办，由此而来，出现了民俗文化只是掌握在少数人的手中；同一个村子的婚庆丧葬文化也有不同，可能会出现文化差异尴尬。针对这些问题，在我们的平台为其准备了丰富的资料，针对固定地区提供资料查询，并设立论坛，讨论助力年轻人对传统婚庆，丧葬文化的了解。为此我们收集整理各类材料制作了知书达理平台，服务于广大青

年，解决大家对地方文化风俗习俗的快速查询问题。

（二）创新点及优势

1. 通过地图的形式，展现出各省份对应的代表传统习俗，同时通过展示我们可以看到各地对传统文化的重视程度，每种文化所对应的要求底线有哪些；

2. 通过对所在地的查询，为用户展示出所在地的传统习俗，特别提醒所在地最为注重的一些基本情况；

3. 通过对论坛中某些地区的优质回答的收纳，使我们的产品更细化，更贴近当地名风名俗；

4. 通过采用丰富的图片、视频、笔记等形式对当地习俗进行一个阐述，让年轻人更清楚的理解和学习当地风俗，做到入乡及随俗；

5. 百度等对于某地的传统文化没有具体而细致的描述，而我们的产品，能具体到步骤，这是一个实质性的突破；

6. 方言学习板块，民俗文化中会运用到各种方言的习惯说法，加入此板块更能带动用户了解当地文化；

7. 增设礼仪学习模块，提供给公司服务部门培训使用。

二、可行性分析

（一）政策支持

国务院重大国策中阐述全面复兴传统文化，我国在加强传统文化保护有助于传承和发扬中华民族精神，因此我国相继出台多项政策推

动传统文化的发展和创新。如 2019 年 10 月中共中央、国务院发布《关于全面深入持久开展民族团结进步创建工作铸牢中华民族共同体意识的意见》提出传承发展中华优秀传统文化，大力实施中华优秀传统文化传承发展工程，推动中华优秀传统文化融入国民教育、道德建设、文化创造和生产生活。党的十九届五中全会《建议》提出：“传承弘扬中华优秀传统文化”。传承弘扬中华优秀传统文化，是推进社会主义文化强国建设、提高国家文化软实力的重要内容。基于原本的政策支持和创新拓展，我们所做的产品完全符合这些条件，使用我们的项目具有非常高的可行性。

（二）服务领域

目前市面上没有同类型的产品并且没有成型的企业，我们在网站的设计上以婚庆和丧葬为重点，准备的材料充分。加上现在的年轻人对自己的家乡的传统的风俗，礼节都不太了解，所以迫切需要对这些传统风俗进行保护，防止文化财富的流失。

（三）硬件条件

本开发组所在的 Jplus 工作室在信息大楼，提供了基本的研究开发环境，并在阿里云长期租赁了一台轻量级服务器，通过该服务器其它平台的运行情况，可以支持每秒百次访问，该性能可以支持本服务平台的前期运行。随着平台发展也可进一步租赁更好的服务器。

三、外部环境分析

（一）国内大环境

中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，强调文化是民族的血脉，是人民的精神家园。文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。中华文化独一无二的理念、智慧、气度、神韵，增添了中国人民和中华民族内心深处的自信和自豪。为建设社会主义文化强国，增强国家文化软实力，实现中华民族伟大复兴的中国梦，现就实施中华优秀传统文化传承发展工程提出如下意见。

要在以习近平同志为核心的党中央领导下，各级党委和政府更加自觉、更加主动推动中华优秀传统文化的传承与发展，开展了一系列富有创新、富有成效的工作，有力增强中华优秀传统文化的凝聚力、影响力、创造力。

高举中国特色社会主义伟大旗帜，全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略，紧紧围绕实现中华民族伟大复兴的中国梦，深入贯彻新发展理念，坚持以人民为中心的工作导向，坚持以社会主义核心价值观为引领，坚持创造性转化、创新性发展，坚守中华文化立场、传承中华文

化基因，不忘本来、吸收外来、面向未来，汲取中国智慧、弘扬中国精神、传播中国价值，不断增强中华优秀传统文化的生命力和影响力，创造中华文化新辉煌。

牢牢把握社会主义先进文化前进方向。坚持中国特色社会主义文化发展道路，立足于巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位、巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础，弘扬社会主义核心价值观，培育民族精神和时代精神，解决现实问题、助推社会发展。

坚持创造性转化和创新性发展。

到 2025 年，中华优秀传统文化传承发展体系基本形成，研究阐发、教育普及、保护传承、创新发展、传播交流等方面协同推进并取得重要成果，具有中国特色、中国风格、中国气派的文化产品更加丰富，文化自觉和文化自信显著增强，国家文化软实力的根基更为坚实，中华文化的国际影响力明显提升。

中华人文精神。中华优秀传统文化积淀着多样、珍贵的精神财富，如求同存异、和而不同的处世方法，文以载道、以文化人的教化思想，形神兼备、情景交融的美学追求，俭约自守、中和泰和的生活理念等，是中国人民思想观念、风俗习惯、生活方式、情感样式的集中表达，滋养了独特丰富的文学艺术、科学技术、人文学术，至今仍然具有深刻影响。传承发展中华优秀传统文化，就要大力弘扬有利于促进社会和谐、鼓励人们向上向善的思想文化内容。

深入阐发文化精髓。加强中华文化研究阐释工作，深入研究阐释中华文化的历史渊源、发展脉络、基本走向，深刻阐明中华优秀传统

文化是发展当代中国马克思主义的丰厚滋养，深刻阐明传承发展中华优秀传统文化是建设中国特色社会主义事业的实践之需，深刻阐明丰富多彩的多民族文化是中华文化的基本构成，深刻阐明中华文明是在与其他文明不断交流互鉴中丰富发展的，着力构建有中国底蕴、中国特色的思想体系、学术体系和话语体系。加强党史国史及相关档案编修，做好地方史志编纂工作，巩固中华文明探源成果，正确反映中华民族文明史，推出一批研究成果。实施中华文化资源普查工程，构建准确权威、开放共享的中华文化资源公共数据平台。建立国家文物登录制度。建设国家文献战略储备库、革命文物资源目录和大数据库。实施国家古籍保护工程，完善国家珍贵古籍名录和全国古籍重点保护单位评定制度，加强中华文化典籍整理编纂出版工作。完善非物质文化遗产、馆藏革命文物普查建档制度。

推动中外文化交流互鉴。加强对外文化交流合作，创新人文交流方式，丰富文化交流内容，不断提高文化交流水平。充分运用海外中国文化中心、孔子学院，文化节展、文物展览、博览会、书展、电影节、体育活动、旅游推介和各类品牌活动，助推中华优秀传统文化的国际传播。支持中华医药、中华烹饪、中华武术、中华典籍、中国文物、中国园林、中国节日等中华优秀传统文化代表性项目走出去。积极宣传推介戏曲、民乐、书法、国画等我国优秀传统文化艺术，让国外民众在审美过程中获得愉悦、感受魅力。加强“一带一路”沿线国家文化交流合作。鼓励发展对外文化贸易，让更多体现中华文化特色、具有较强竞争力的文化产品走向国际市场。探索中华文化国际传播与交

流新模式，综合运用大众传播、群体传播、人际传播等方式，构建全方位、多层次、宽领域的中华文化传播格局。推进国际汉学交流和中外智库合作，加强中国出版物国际推广与传播，扶持汉学家和海外出版机构翻译出版中国图书，通过华侨华人、文化体育名人、各方面出境人员，依托我国驻外机构、中资企业、与我友好合作机构和世界各地的中餐馆等，讲好中国故事、传播好中国声音、阐释好中国特色、展示好中国形象。

充分调动全社会积极性创造性。传承发展中华优秀传统文化是全体中华儿女的共同责任。坚持全党动手、全社会参与，把中华优秀传统文化传承发展的各项任务落实到农村、企业、社区、机关、学校等城乡基层。各类文化单位机构、各级文化阵地平台，都要担负起守护、传播和弘扬中华优秀传统文化的职责。各类企业和社会组织要积极参与文化资源的开发、保护与利用，生产丰富多样、社会价值和市场价值相统一、人民喜闻乐见的优质文化产品，扩大中高端文化产品和服务的供给。充分尊重工人、农民、知识分子的主体地位，发挥领导干部的带头作用，发挥公众人物的示范作用，发挥青少年的生力军作用，发挥先进模范的表率作用，发挥非公有制经济组织和社会组织从业人员的积极作用，发挥文化志愿者、文化辅导员、文艺骨干、文化经营者的重要作用，形成人人传承发展中华优秀传统文化的生动局面。

（二）全球文化环境

在全球一体化发展的大背景之下，中西文化的碰撞、交流，促进

了跨文化发展的格局。中国具有五千年的灿烂文明史，丰富的历史文化积淀，决定了统文化传承与发展的必要性与重要性。但从实际来看，中国优秀传统文化传承与发展面临困境，尤其在西方文化的冲击下，传统文化在现代文明中的发展空间日益缩减，“过度”的反传统，保护力度的缺乏，都成为当前优秀传统文化传承及发展的重要问题。

（三）技术环境

随着网络的普及和计算机技术的不断发展，大数据分析在各类环境下运用的也十分成熟，我们利用这个优势在全国范围类收集相关信息，并且利用网络交流的方式从用户中细化我们收集的资料。非常利于我们对相关习俗文化的继承和弘扬，从老人口中口口相传的东西也得以流传，年轻一代也会学习我们的传统文化，取其精华弃其糟粕，我们的平台在这个过程中起到提供信息资源的作用，通过关键词分析，我们对收集的信息，进行分类调整，方便用户在查找时可以准确的锁定信息。

（四）社会环境

优秀文化的传承，是文化作为一种“生命”延续的关键所在。当前，我国很大部分的传统文化，面临后继无人的问题。年轻人不愿学、老一辈人渐渐老去，这样尴尬的传承及发展现状，是中国传统文化可持续发展亟需解决的问题。首先，文化传统与发展的社会基础面缺乏，传统文化在现代文明发展中显得越发渺小，缺乏时代价值的体现；其

次，传统文化发展难以与时俱进，僵化的文化形态、单一的文化形式，无益于传统文化的可持续发展；再次，社会对传统文化的热度不高，传统文化在现代社会发展中的作用弱化。虽然国学热的兴趣，对于推进传统文化的发展起到重要的作用。但总体而言，发展力不足。

我国传统文化流失问题严重，文化保护工作的开展十分紧迫。首先，我国政府部门应强化传统文化的保护，从法律法规的出台、政策的实施，确保文化保护工作落到实处；其次，政府部门应强化文化保护的保障。通过完善文化建设的基础设施，为文化保护工作的开展，提供必要的设施保障；再次，扩大文化保护的宣传教育，提高民众的思想认识，能够站在文化继承及发展的角度，尊重传统文化的价值地位。传统文化的继承和发展，是一个过程，需要保护工作的开展，更需要良好发展环境的创设，筑牢传统文化保护的“藩篱”。

四、市场与竞争分析

（一）市场现状分析

国外掀起了一阵学习中国传统文化的浪潮，在美国有 800 多所大学设有中文系，许多中学也都开设了中文课，有些州（如犹他州）还通过法律规定汉语作为中学必修课。法国有近 3 万人学习汉语，人数居欧洲首位，开设汉语专业的大学有 38 所，其他类型高校近 90 所，开设中文课程的中小学数量为 149 所。

阶段儿童服务多出生与二十世纪 80 年代，具有超前的消费意识及较高的文化程度，对于传统文化教育也更为重视，将会有力地推动传统文化教育行业的发展。另一方面得益于近年来，一二线城市人均收入水平的提高。根据中国产业信息网的调查显示，近 6 成的家长把孩子的教育投资列在首位，35 的城市家庭每月在孩子身上的传统文化教育支出在 3000 元左右，10%的家庭每月支出在 3000 元以上。由此可见，在传统文化的市场方面，有许多的机遇去开发。

现近几年来，汉服、国学热、传统工艺等相关的传统文化，逐渐成为了一种潮流，越来越多地出现在年轻人的日常生活中。中国传统文化市场达 5000 亿元，保持稳中向上的发展趋势。传统文化行业覆盖人群规模大、服务及服务用户占比高、市场规模巨大、市场销量紧缺、符合增长率奇高，传统文化市场规模及需求非常大。



（二）行业竞争环境分析

行业盲目扩张阶段结束，开始细分市场。近年来，汉服、国风游戏、历史古装剧等都为传统文化在市场的活跃点。2020 年，我国汉

服爱好者达到 516.3 万人、汉服市场规模达到 63.6 亿元，同比增速超过 40%。国风游戏市场已经超过 300 亿，累计 2300 多个游戏作品，用户量超过 3 亿人，占据游戏用户总量的 50%，已经成为中国游戏市场不可忽视的一部分。在这个信息发达的社会，无论是汉服宣传还是国风游戏等，都通过互联网进行发展。传统文化市场大部分被大热的汉服、国风游戏等所占据，但却在互联网上留下了主打宣传中华文化尤其是主打宣传民俗文化这部分的空间。

资本在市场从来都是在逐利的，汉服、国风游戏、古装剧等都在商业模式上发展，而在公益性的传统文化上宣传较少。在调查的过程中，发现通过互联网宣传中华传统文化的网站不多，中华人民共和国文化部外联局主办的中华文化网更是主打宣传大型文化交流，是面向世界了解中国传统文化，而在面向用户地区、面向用户体验上的网站占比低，能做大、做强的网站基本没有，所以在市场这部分的空间可以进行开发，以我们现有的技术可以在这空间部分立足脚跟，根据市场需要慢慢发展最终占据一席之地。

（三）创业机会分析

2017 年中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，专门针对中华优秀传统文化。究其内容可知，关于中华优秀传统文化的传承和发展，越来越受重视，文化的内容越来越丰富，传播范围以及传承的受众越来越广，并且对于青年一代传承传统文化有着高度的重视。中国手机网民对“互联网

“+”传统文化发展期望因素上，68.4%的手机网民期望通过“互联网+”以推动传统文化资源在用户群中的公平分配；59.0%的手机网民则认为“互联网+”有利于传统文化的有效传播。“梨园梦”分析认为，不管在资源分配，还是传播教育上，大众普遍认为传统文化应该利用互联网进行更深度的革新，从而促进国内传统文化产业升级。

从数据显示，2017年中国“互联网+”传统文化应用用户规模将达到2.86亿人，增长率为56.8%。同时，互联网为传统文化市场注入活力；

随着互联网+传统文化产品进一步完善，用户普及程度将持续走高，未来“互联网+”传统文化应用用户规模将保持快速增长势头。



部分传统文化企业服务水平参差不齐，研发无法满足用户个性化需求，部分传统文化行业涉及与市场需求不符，交付给传统文化消费者的设计产品匹配性不足，这些都是项目可进行的切入点。

项目技术实用性、可移植性强、实用度高，在基于标准数据集的实验研究，在互联网发展前沿的角度尽力满足用户个性化的需求，交

付给用户的产品内容匹配性高。在项目网站与用户之间，会提供交流的区域，网站内容有错误或者有遗漏都可以进行反馈，确保项目所含的民俗资料是较为新奇的，带给用户不同于普通传统文化搜索网站所带来的体验。

（四）项目分析

目前国内还没有一款综合服务平台是面向地区、面向用户来提供各地风俗习惯。“知书达理”风俗礼仪综合服务平台通过按照地域进行划分进行归纳所在地的习俗，可以通过精准定位和查询两种方式进行地域习俗查询，可以综合考虑多方习俗了解忌讳事项等等。

“知书达理”为了最大程度地方便用户，选择使用第三方的阿里云的短信服务平台，实现用户通过手机号登录注册。用户登陆后可以享受更精准的推送和更好的服务体验。

“知书达理”开放论坛功能，在论坛中用户可以浏览其他用户所在地区的趣闻与民俗，同时分享用户自身所在地区的民俗，论坛帖子所含有的评论点赞收藏等功能更是提高用户的使用体验和用户之间的互动性。

“知书达理”将会提供与网站后台管理员反馈的区块，在此区块，用户可将发现的错误的网站民俗内容进行反馈，或是在网站内容基础上的添加内容都可以进行反馈，审核通过后，网站会进行更新，确保用户能通过网站得到正确、有效、新鲜的民俗内容。

五、营销策略

（一）营销方式

网站具有很好的利润来源，并且这种利润来源的方式并不影响用户使用网站，网站的利润的来源将会全部来自用户 VIP 会员或者是广告的费用。

用户 VIP 会员面向有需要下载网站民俗内容资源的用户，网站内容免费为用户查询、学习，但想获取完整的文档资源，需开通网站的会员服务，会员能提供更大容量的收藏栏，更精准的查询内容，和在网站浏览时免广告的优质使用体验。

其中广告费是网站的利润的最大来源，因为网站提供了专门的广告位来对有广告投放需求的商家进行宣传。在不妨碍用户的阅读和使用前提下，在网站部分区域进行投放广告，商家收获了流量，网站收获了利润，是一种双赢的结果。所以广告费对于网站的利润是最为主要的基础来源。

（二）目标市场

此项目面向以宣传传统文化和民俗文化市场的面向青年一代，面向现在主流传统文化的市场，面向所有使用互联网以及部分不使用但是准备使用的人。

“知书达理”网站具有直接面向用户生活习惯、生活风俗的特点，比如用户可以详细了解各地风俗更易于入乡随俗。在互联网飞速发展

的信息大爆发的时代，社会上的传统民俗正在经历时代上的传承断层，传统民俗逐渐被淡忘，慢慢在人们眼前消失，而青年一代对于老一辈的传统文化、传统习俗更是一知半解。故面向互联网影响巨大的青年一代更容易进行开拓市场，在具有探索和易于接受事物的青年一代上更易开展网站的宣传。

网站网站由于自身的特点逐渐也会吸引那些没有找到使用互联网的目的的人群来使用，因为他们找到了使用互联网能够与实际生活学习紧密结合的方式。

国内的互联网市场正在强劲的增长，中国互联网使用人数已经达到全球第二的水平，但是即便如此也只占了中国人口的 7.23%，所以未来互联网的用户将会持续增长，而一种实际的跟用户生活现实种相联系的网站将会是用户的新宠。以这种思想的“知书达理”网站的目标就是为中国的互联网用户提供一种正确的、与实际生活习俗更加接近的精准的传统文化和民俗文化。

（三）收费标准

广告位名称	大小（像素）	广告显示	月资费	年资费
拉幕广告	950px-360xp	动态（可静态）	750 元	8000 元
首页右侧按钮广告	375px-265px	静态	500 元	5000 元
首页左侧按钮广告	375px-265px	静态	500 元	5000 元

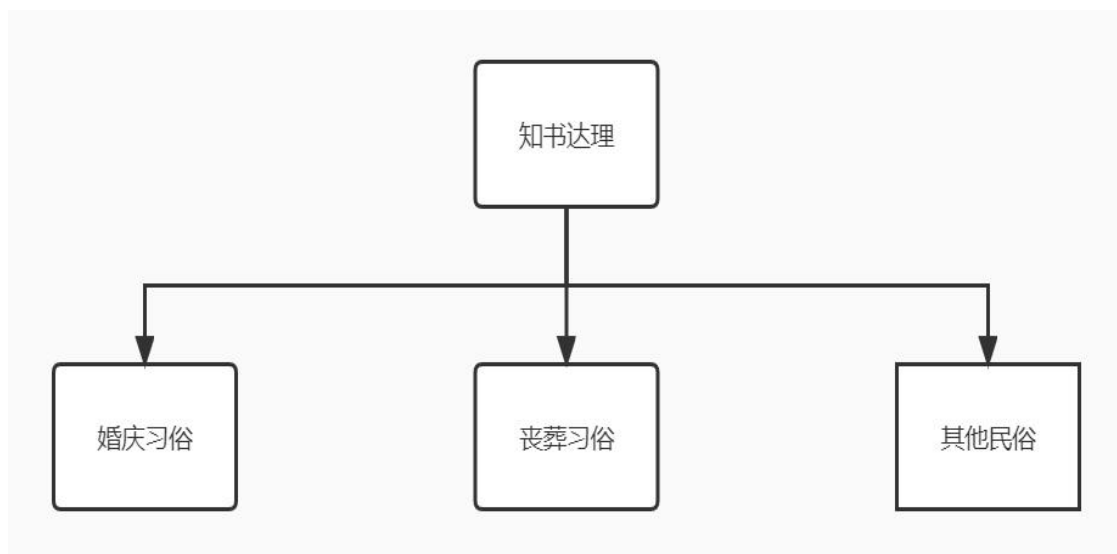
首页下部横幅广告	950px-90px	静态	1000 元	10000 元
论坛左上角按钮	375px-265px	静态切换	750 元	7500 元
商家产品博客介绍		单独页面	1000 元	1200 元

六、项目效果展示

（一）产品概述

“知书达理”风俗礼仪综合服务平台是由在校学生开发和运营的地域民俗查询服务网站平台，致力于打造记录地域民俗的互联网入口。根据学生团队的发展战略，项目发展前期专注于婚庆和丧葬相关的地域民俗领域。

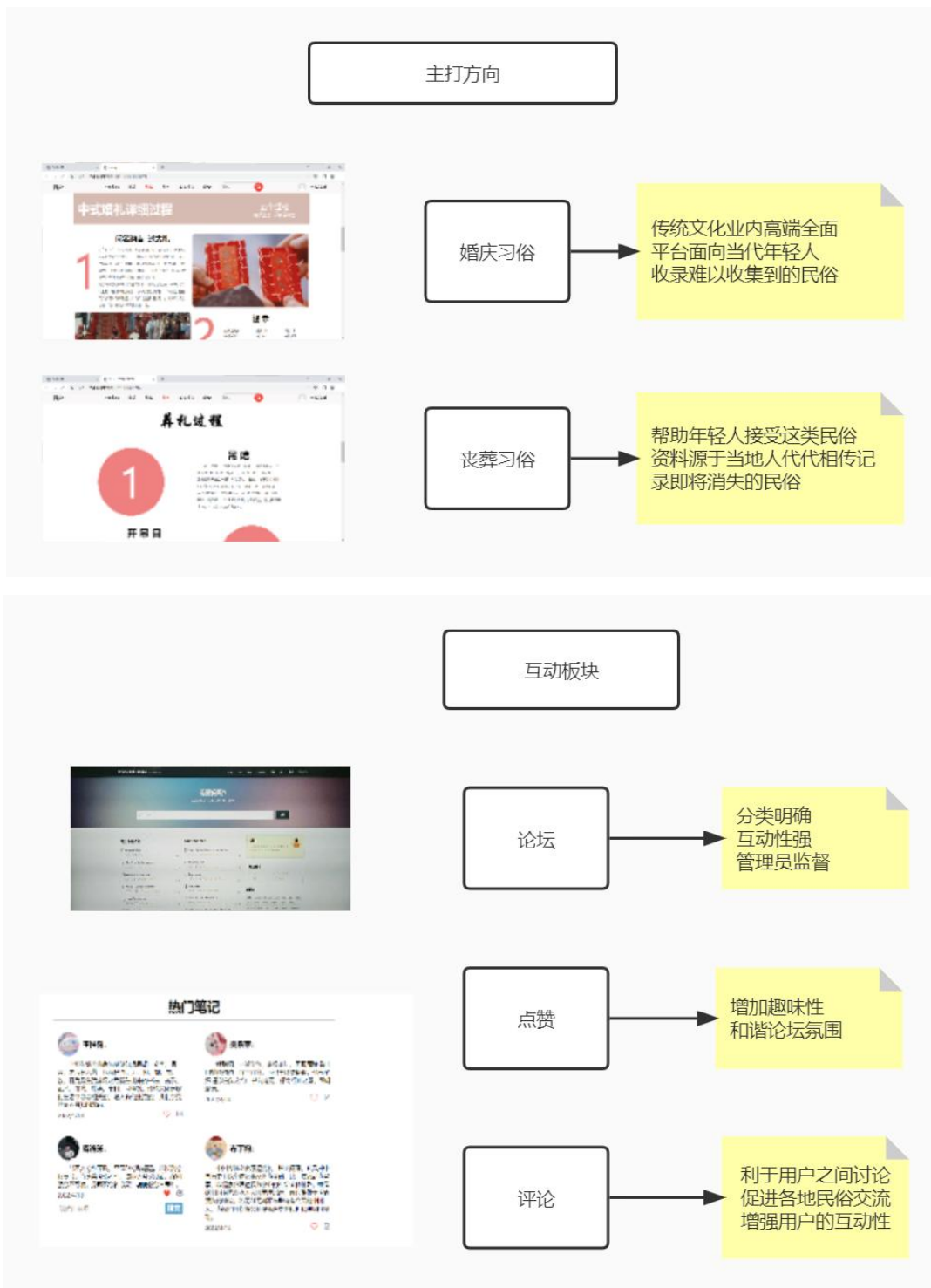
（二）产品结构



“知书达理”风俗礼仪综合服务平台主要分为两个主要风俗和一个互动板块。

作为主打的方向，“婚庆习俗”和“丧葬习俗”集合了全国范围内各地域的婚庆习俗和丧葬习俗，方便用户查看，帮助用户搜索习俗。“婚庆习俗”和“丧葬习俗”针对青年用户，便于在平台进行了解民俗、学习传统、弘扬文化。

互动板块针对用户之间的交流，开发了点赞、评论和论坛等多个模块。为用户之间的互动提供了机会，不局限于停留在一般的查阅平台，同时注重用户的体验反馈，论坛提供的反馈窗口更提升了平台的质量。



（三）产品详细介绍

学生团队经过两年的学习，从最初的中华文化民俗服务平台，发展为传统文化中的“婚庆习俗”和“丧葬习俗”的两大主打方向，增

加了文章的多样性、拓展了用户间的互动板块、提供了搜索的精确定位等，不断完善结构和服务，打造更好的用户体验。

1.主打方向

婚庆习俗和丧葬习俗

最快、最全、最准：“快”网站可第一时间将各地区搜寻、发现信息并汇总到查询系统中。“全”目前该平台涵盖了23个省、5个自治区、4个直辖市的民俗信息，信息覆盖率相比其他传统文化网站高。“准”系统每隔2天就会对所有信息进行更新，如果各地民俗信息有变动，确切查证后，我们可以及时进行改正，另外还会以论坛置顶帖子通知关注论坛使用的注册用户。另外，通过网站的另一个板块“用户体验反馈”将用户反馈的正确民俗信息进行审核，添加或删除正确的文章和论坛板块中。

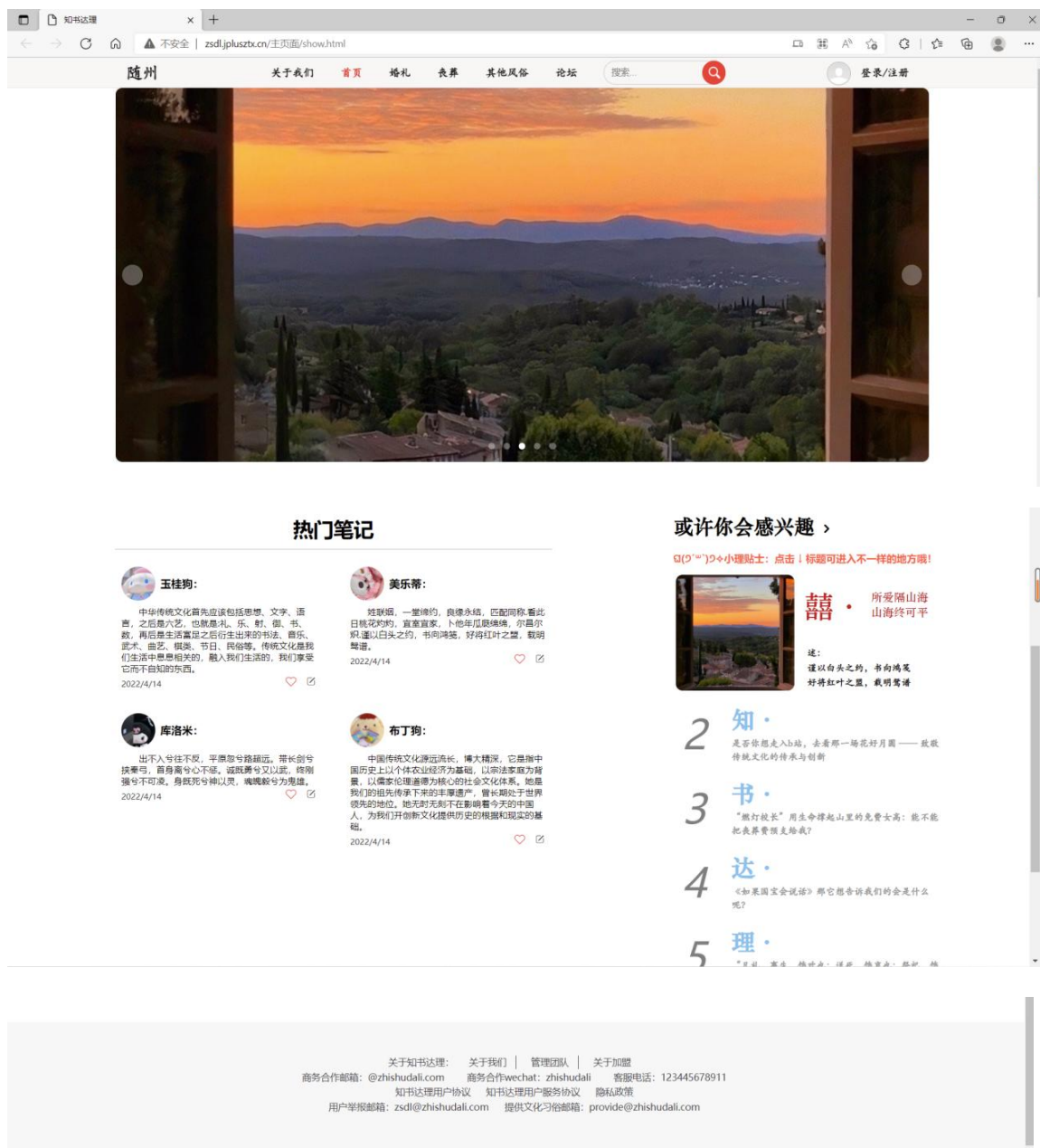
直击用户痛点：当前，我国很大部分的传统文化，面临后继无人的问题。年轻人不愿学、老一辈人渐渐老去，这样尴尬的传承及发展现状，是中国传统文化可持续发展亟需解决的问题。首先，文化传统与发展的社会基础面缺乏，传统文化在现代文明发展中显得越发渺小，缺乏时代价值的体现；其次，传统文化发展难以与时俱进，僵化的文化形态、单一的文化形式，无益于传统文化的可持续发展；再次，社会对传统文化的热度不高，传统文化在现代社会发展中的作用弱化。

针对青年一代：在信息科技发达的社会，在青年一代往往缺失最

知书达理——知晓人生两件事

基本的地域民俗知识，纷纷步入大城市，遗忘家乡最基本的人文风情和民俗文化。综合服务平台查询系统的受众主要是青年有需求、有想法并想深入了解的青年一代。

2.主界面展示

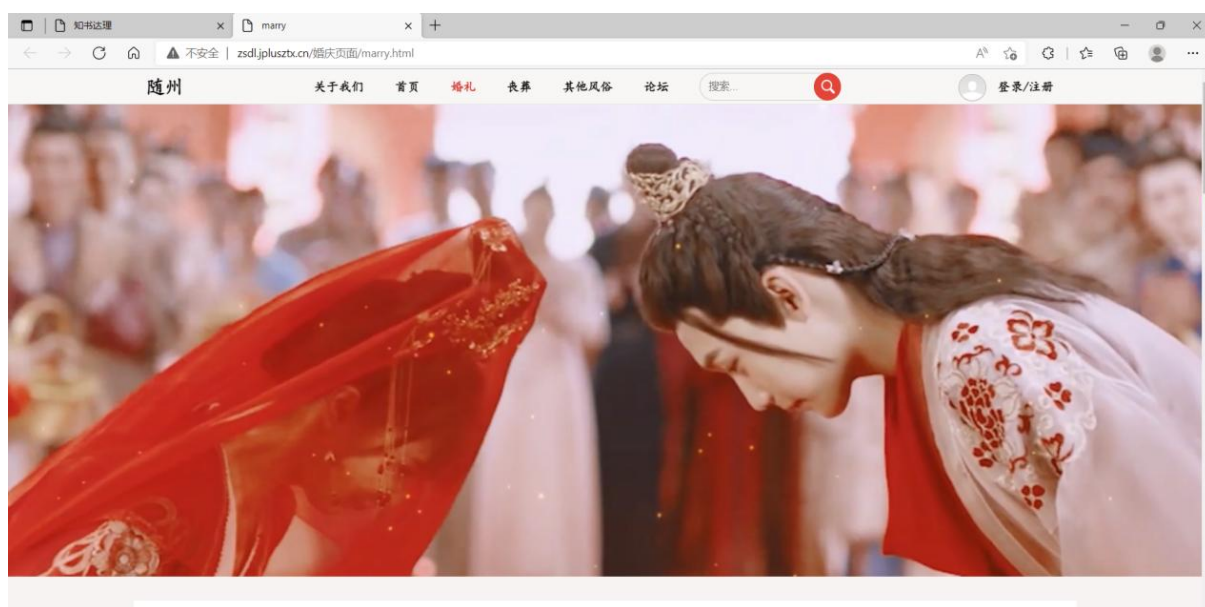


这为网站的首页面，首页面采用轮播图的效果展示网站的特色，主要是面向地区文化红白风俗的网站。

在网站上方为导航栏，设有地区定位、关于我们、首页、婚礼、丧葬、其他风俗、论坛等跳转链接以及搜索栏和用户登录跳转网页。

在网站下方是精选用户笔记分享，这个板块可以直接跳转到笔记内容，这个板块也设置了其他用户评论框框，下方右侧导航栏为用户兴趣相关推荐，点击链接即可跳转到相关推荐页面。这个界面是一个大众化设置，会展示有趣的风俗文化。当用户设定地区之后将会进行个性化定制网页。

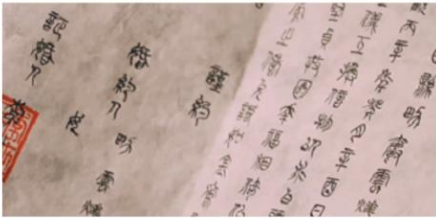
3.婚礼界面



结发为夫妻，恩爱两不疑。欢娱在今夕，嬿婉及良时。
征夫怀远路，起视夜何其？参辰皆已没，去去从此辞。
行役在战场，相见未有期。握手一长叹，泪为生别滋。
努力爱春华，莫忘欢乐时。生当复来归，死当长相思。

婚礼过程

知书达理
带您走进您所不知晓的中式婚礼



中式婚礼详细过程

五个过程
知书达理·详细告诉您

问名纳吉 过大礼



问名纳吉 过大礼

1

男方和女方的生辰八字分别送到对方家（本人通过微信转送知悉女家长辈），由算命先生或长辈推算相合度，以及婚嫁吉日（用红纸写出，包括「彩礼吉日」「接亲当日出发吉时」，拍摄或拍摄视频告知男家）。问名纳吉后，新人在婚嫁吉日的任意吉日到民政局登记结婚。
双方家庭沟通确认「彩礼吉日」，有必要的还可以确认「彩礼金额」和「彩礼仪式」，并按约定给彩礼。（本人当日由男方父母转账彩礼至女方父母给定银行账号，女方家婉拒告知祖宗和在天津人过大礼定亲一事）。



2

迎亲

起礼接亲 迎新郎 堵门 敬茶改口 送亲 迎新娘

小贴士：可点击以上进行跳转哦！

过门

3

新人到达男家屋门口，男家迎亲的女性长辈牵起新娘的手，引进门。※进门时，新人绝不可踩门槛，应跨过去。新人进家后，男家长辈先引导新人到新房就坐等候，待一切准备妥当后，再引导新人到大厅见男家父母，敬感恩茶并改口（同上）。敬完茶后，新人与婆家合影，在场人吃糖水汤圆（愿新人日子甜甜蜜蜜）。



铺房安床

4

女家（或男家）女性长辈，用新娘嫁衣在新床上将被褥，床单铺好，再铺上龙凤被，被上撒各式喜果，如花生、红枣、桂圆、莲子等，象征新人早生贵子。
※抬床的人、铺床的人以及最喜果的人都是精挑细选出来的“好金人”——父母健在、兄弟姐妹齐全、婚姻和睦、儿女成双（希望这样的人能给新人带来好运气）。
铺好床后，由新娘的弟弟或新郎家的任一女婿，将陪嫁的两盏长明灯（红色的灯）点亮。
※长明灯一旦点亮后就不许熄灭，必须到第二天早上才可熄灭（有的地方是要求不分昼夜持续亮3天，等待三朝回门后，由娘家人来熄灭）。

滚床 三朝回门

5 结婚当天，新媳妇还没有进洞房前，找两个五六岁的小男孩儿，到婚床上打几个滚。打滚时，要从床脚滚到床头，再从床头滚到床脚。一共滚三个来回。滚床有赏钱。
在婚后的第三天，娘家派双数代表带礼品探望新人，午饭后探望人返女家，男家长辈给红包送离。然后新娘在新娘的陪同下，带父母红包、猪肉面条等礼品回娘家探望，并在晚饭前随丈夫回到大家。



中式婚礼第二之迎亲步骤

六个过程
知书达理·详细告诉您

上图为网站的婚礼页面，页面用文字和图片详细讲述了传统婚礼的逐项事宜，此界面设计能让用户大致了解中式婚礼的流程，用户会了解婚礼的流程和注意事项，在了解中学习，在了解中传承。

4. 丧葬界面



葬礼过程

吊唁

称“吊李”。男李坡丧期一般3日,因风水先生卜算为7日内、月内。最多3年,称“丘坎”。男李最长。吊唁者均戴白帽或白帕(今改为黑纱、白花)。李子手拿柳木棍(有的以竹棍或梧桐棍为杖),意即“男”取财于外,李子以杖为杖;“女取财于内,李子以桐为杖,用白纸条缠成“丧棒”。对前来吊唁者,唢呐声起,李女在檐旁连敲数哭,以示为男李者还礼。

开吊日

备酒席宴谢吊唁者。门口(或棺槨停放处附近)设鼓乐班演奏,称“敲夜闹鼓”。吊唁者,以花圈、火纸、纸扎、帐幔、供献等祭器为多。雇人夜间唱丧歌(称“夜闹歌”“李歌”)、演皮影戏等,围绕灵柩进行,通宵达旦,称“坐夜”。夜半将灵柩抬起垫高,以备天明出殓,称“升灵”(又称“升棺”,谐音为升官)。

做功德

唐唐僖宗遭逢过度火灾身亡，称“敬德帝”“敬德帝”。
出殡日期、时辰由风水先生（亦称阴阳先生）依生辰八字而定。灵柩出殡当天（按传统习俗安葬属工匠行业），称“出小年”，概不直书国号。出殡时由长子或孙持孙执哭牌跪哭，打“哭纸盒”，有的叫打“幡子”，长子捧哭牌，然后鼓灵，男孝子于灵柩前方拉线，女孝子随灵柩后送灵。灵柩前献乐，纸扎、花圈、香炉依序抬棺。灵柩后双木杠抬扎，盖粉色棺罩，饰龙头龙尾16人抬棺（称“抬杠”），2人抬臂。沿途敲火铳（称“买路钱”），放炮鸣、奏乐至墓地。

葬埋和下井

拜跪称“上山”、“下葬”。挖墓穴前，按照风水先生测定的时辰，例行“动土”仪式，由押行在前孝子于墓穴左前方，由后至前方挖3锄，挖掉锄头朝西，不回头。其他孝子将工收好，放直墓地周围，行4行以示挖了地方为忌。入墓穴前（称“下井”）前，孝子在井底烧火纸焚蜡，称“暖井”。用五谷杂粮煮饭，杀鸡鸣于穴井，孝子穿衣(孝服)挂五色，程式毕，掘土封墓。当日晚，孝子用纸草或草草制草草置穴墓左前侧焚，称“燎棺包”、“燎火包”。

床草和衣物

逝者去世之后，他(她)的部分衣物会在逝者去世当日烧掉的，但逝者生前用过的寿褥、寿席、寿被褥罩和衣衾的时候有讲究的，一般是寿终正寝的时候躺到哪个方向，便用哪个逝者待安葬在哪个方向，也有人这么认为，他们认为寿褥罩和衣衾的方向话，逝者的子孙的福祸寿命会长，二是第二天在寿终正寝的灰坑中间填黄泥的，填黄的面积越小，证明逝者的后代就会越发(财)，反之，就会变得衰败，因此，在寿终正寝之后两天，孝子们一般会去为地窖中填埋一些硬物，防止坍塌。同时，孝人们会在寿终正寝之后把逝者什么送到灰坑呢，如果有灰坑上是什么动物(狗)印出来生就会变成什么(人)。

其他

逝者不管自然死亡还是，还是因病去世，还是意外死亡，停放地点是有讲究的，不能随意停放于任何方式死亡，如果在家里因病死亡，那么，逝者的尸首(殓葬)会自然从家里停放至家里(里屋正中)，一般情况下，逝者家里有几个儿子，会选择停放在长子家中，也有选择停放在尸首停放处为家祖辈的，但如果是逝者在外因病死亡，则逝者的尸首就不停放在家里，而是在长子或长子家里搭一个棚子停放，其原因是因为逝者“死不回家”，于是尸首就停于尸首放在棚外，如果这个棚子搭在长子家停放，那么，长子家内外，会全吊孝，如果孝子不孝，孝的情况也可以停放在室内，但必须要有个仪式(孝子先行跪告一番，请告内容大意是：请求长辈理解并原谅晚辈的过错)，然后将逝者抬到棚白布架上，由孝子反手将逝者抬入堂屋停放。



此图为网站的丧葬页面，页面上方用回归自然的思想语句缓解网站用户对死亡的避讳与恐惧，下方继续为用户带来关于地区的丧葬风俗。

5.用户登录界面



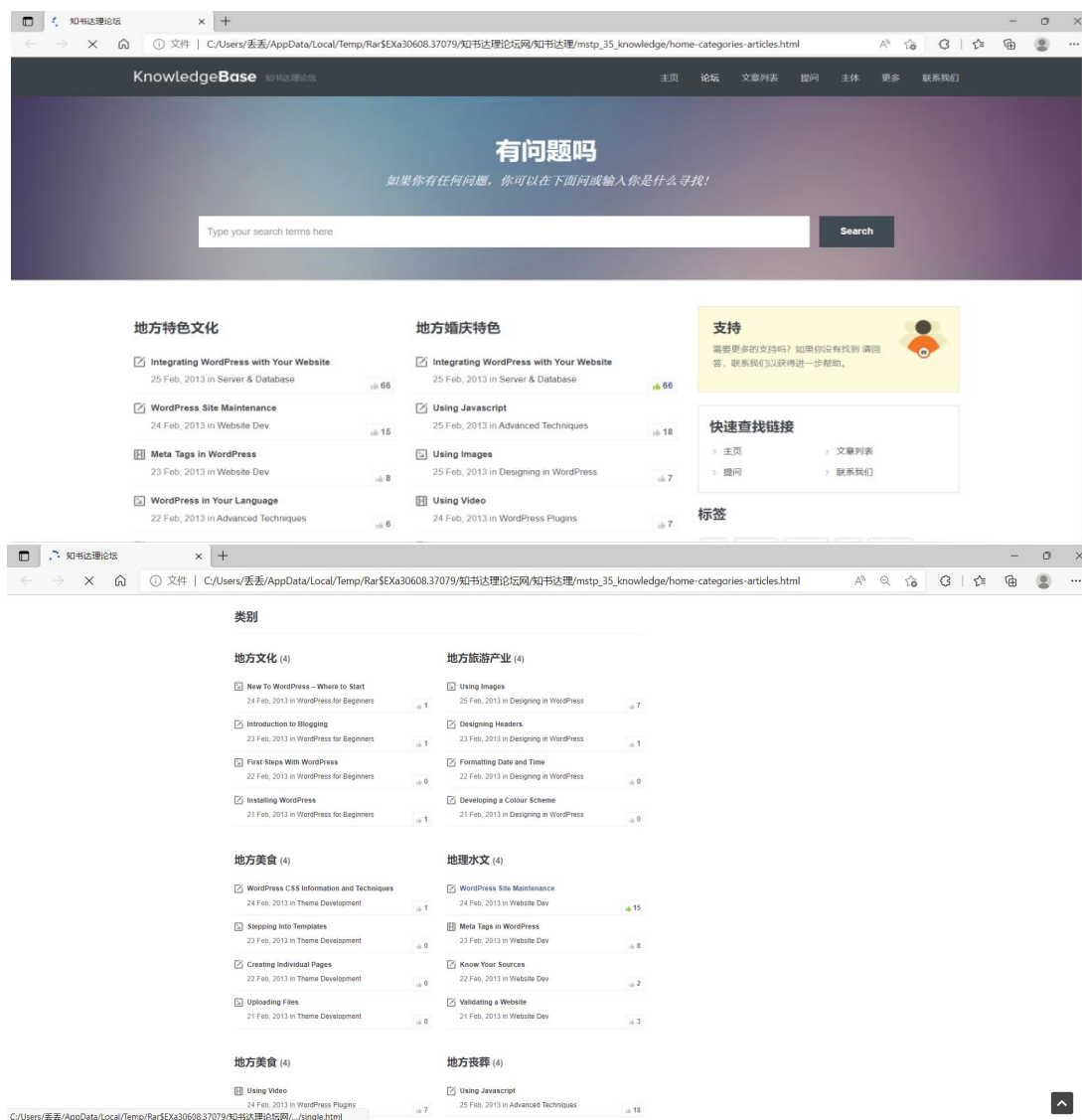
此图为用户注册登录页面，简洁大方的登录页面是本项目的设计理念，用户在此页面登陆后会进行跳转回首页面，解锁个性化网站功能和个性化服务。

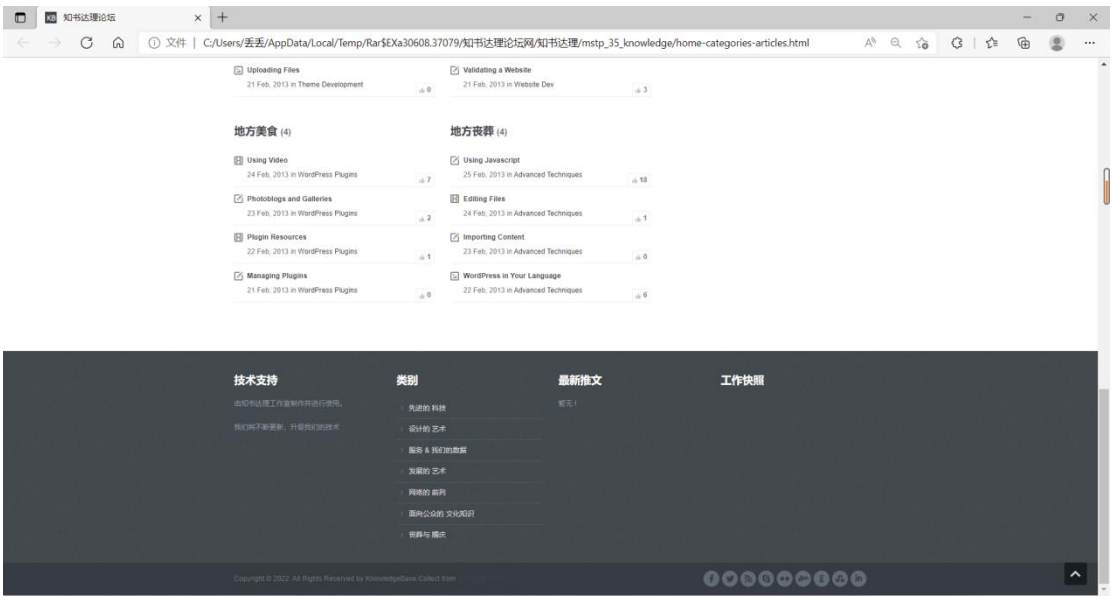
6.论坛界面（暂未上传）

该界面提供给用户发帖进行讨论，是一个专门的论坛界面，在这

知书达理——知晓人生两件事

个界面我们管理员可以收集不同地方的风俗习惯，当然也是有报酬的。也是一个对我们的界面内容提出意见的地方。用户体验反馈：论坛右上方有“联系我们”按钮，跳转窗口后有信息反馈栏，用户可以向我们反馈正确信息，并提供宝贵建议，一旦后台管理员核实信息无误后，将其信息进行更新，提升用户的平台体验效果。帖子互动功能：增加用户对增加用户对平台的粘性。支持用户评论及互动，同时增加文章本身的观看价值和乐趣。论坛满足用户的期望需求，提升了用户体验。而点赞多的帖子会提升帖子被推荐的概率。





七、风险评估

创业风险	分析	对策
行业风险	传统文化方面的创业越来越火，同行越来越多，我们在本行业的压力也越来越大。	竞争推动进步，平常心看待竞争，努力提升自身。
技术风险	目前主要优势是比百度百科细，能让查询者更精确的了解信息。所以时间长久后就需更新算法等，防止技术断层。	珍惜每一次项目机会，累积项目经验及口碑，团队发展初期在战略发展地区做出业内口碑，后期逐渐拓展。

管理风险	<p>1. 团队刚成立时，成员相对缺乏一定的管理经验以及科学对策，不能对市场和管理有良好的认知和实践。</p> <p>2. 各部门之间的合作运转不协调。</p>	<p>1. 不断向传统文化产业比较成功的项目学习，并运用于实践当中。</p> <p>2. 加强部门之间的合作。</p> <p>3. 外聘有着丰富公司管理运营经验的指导老师。</p>
资金风险	<p>成立初期，盈利不是特别明显，可能会出现资金短缺的情况。</p>	<p>主要成本是人力和技术，实际需要投入的金钱量不大，且有湖北师范大学创新创业基地对团队政策上与经济上的扶持，在项目预期进展内，资金周转不是问题。</p>
市场风险	<p>1. 团队刚成立时，成员相对缺乏一定的管理经验以及科学对策，不能对市场和管理有良好的认知和实践。</p> <p>2. 各部门之间的合作运转不协调</p>	<p>1. 向业界较为成功的企业经行学习，并运用于实践当中。</p> <p>2. 加强部门之间的合作。</p> <p>3. 外聘有着丰富公司管理运营经验的指导老师。</p>

八、财务分析

（一）主要财务假设

1.外部环境

国家宏观经济政策无重大改变，基本保持稳定的状态，传统文化

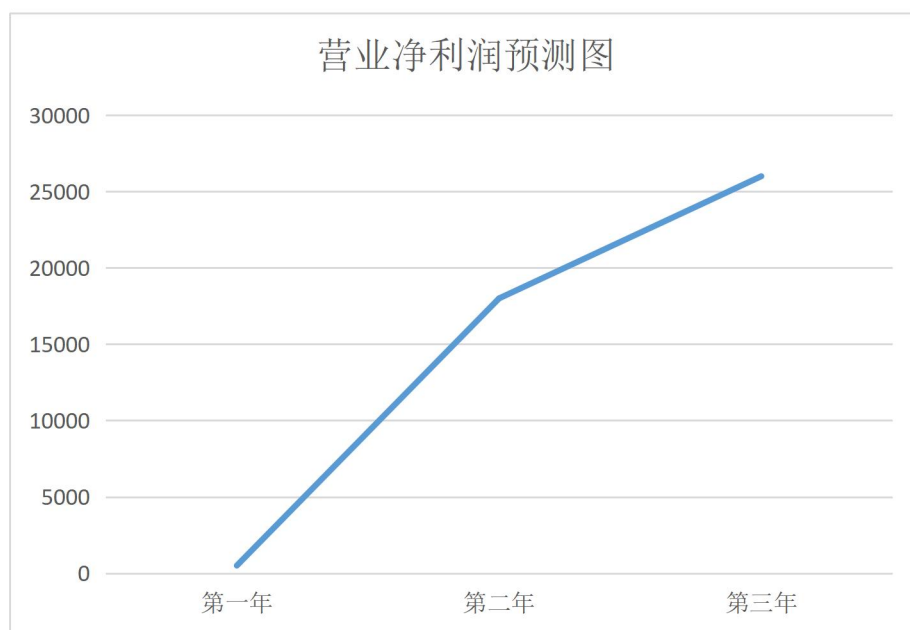
产业发展稳定，其改变不会对团队的正常经营产生严重影响。

2. 内部环境

团队营运的资金、人员均到位，经营决策无重大失误，营运过程连续且能够保证产品质量；

（二）财务预测

项目/年份	第一年	第二年	第三年
营业收入	10000	50000	100000
减：营业成本	2000	3000	4000
市场调研费用	5000	7000	20000
技术研发费用	2000	20000	40000
财务费用	500	2000	10000
营业利润	500	18000	26000



从预计利润表和利润回报折线图中我们可以看出，在业务项目状态健康的条件下，项目在第一年就可以实现盈利，团队的盈利速度和水平都相当可观，且净利润呈现不断增长的态势，这主要是由于一单项目成功后所带来的附加隐藏客户就会被带出来，在规模效应下利润就越理想。需要注意的是，本团队是大学生创业，有着一系列经的优惠政策，我们应利用前几年的有利条件实现盈利的最大化，减少后期市场成熟后边际贡献下降带来的影响。总体来看，盈利能力是非常可观的，说明我们的项目更是可行的。

（三）融资回报分析

1. 融资方案

（1）银行贷款银行是企业最主要的融资渠道。按资金性质，分为流动资金贷款、固定资产贷款和专项贷款三类。专项贷款通常有特定的用途，其贷款利率一般比较优惠，贷款分为信用贷款、担保贷款

和票据贴现。

(2) 风险投资/股份融资指向其他投资者出售公司的所有权，即用所有者的权益来交换资金。这将第八届中国“互联网+”大学生创新创业大赛涉及到公司的合伙人、所有者和投资者间分派公司的经营和管理责任。权益融资可以让企业创办人不必用现金回报其它投资者，而是与它们分享企业利润并承担管理责任，投资者以红利形式分得企业利润。

(3) 互联网金融平台相比其他的投资方式，互联网金融平台对申请融资的企业进行资质审核、实地考察，筛选出具有投资价值的优质项目在投融界等投融资信息对接平台网站上向投资者公开；并提供在线投资的交易平台，实时为投资者生成具有法律效力的借贷合同；监督企业的项目经营，管理风险保障金，确保投资者资金安全。爱投资创造的融资方式是让专业的机构做专业的事。一方面利用互联网公开的优势、开放性的优势，同时结合传统的金融机构在风险控制、信贷审核等等方面的专业度。作为一个投融资的平台，处在中间的结合的地位，两边是投资者和有融资需求的需求方，但是又和第三方的担保机构进行密切合作。对用户的投资进行专业性的担保。同时还和像信用评级机构、资产管理机构合作，为用户的投资信息提供全方面的解读，以及对资产处置后续提供保障。

2. 投资回报来源

(1) 企业长期投资者源于企业不断持续盈利增长的现金流，赚

取企业成长的钱，从投资的角度，是投资者站在企业股东的角度获取股东收益的投资思路做投资。此种方式稳妥又安心，但是速度比较慢，一般情况下短期不会有暴利，需要靠复利增长。长期持有一个好的公司的股票，获得企业的经营回报。但实际上要了解、评估企业的内在价值，长期关注企业的长期经营发展，对投资者的要求很高，还需要有足够的耐心。企业做大做强需要的时间通常都是 10-20 年，甚至更长。

（2）是企业价值由低估到合理或高估的非理性波动由于股票市场极度低迷企业价值明显被低估，也就是股票价格显著低于企业价值，开始投入，持有到股票市场预期合理或极度乐观的时候，卖出获利的投资思路。该来源是理性的投资者利用股票市场的特点，用常识和智慧赚钱。一般需要至少 5-10 年时间。

（3）是赚取通货膨胀的现金货币的贬值通常要高于政府公布的 CPI 数据，为了让自己的资产保值并稳步增长，投资者必须把现金投入到资产质量优良且未来盈利能力稳定持续的资产中，让资产回报更优。这是对长期持有优质资产对抗通胀资产的一种回报。对抗通胀需要的时间比股票市场一个轮回 5-10 年的周期要更长。

3.投资回报方案

（1）兼并收购，根据投资者的意愿，我们可以与大的行业公司并购，进行资本结合，以获得现金回报。

（2）持续经营，通过可持续发展规模化经营，严格管理，取得

运营收益，收回投资，从而取得效益增长。

（3）公开上市，此方式最能体现我们的市场价值，对风险投资者也是最理想的退出并获得高额回报的方式，我们可以在2-3年内在中国国内上市，投资人股权不高于50%。投资退出机制是指风险投资机构在所投资的风险企业发展相对成熟或不能继续健康发展的情况下，将所投入的资本由股权形态转化为资本形态，以实现资本增值或避免和降低财产损失的机制及相关配套制度安排。风险投资的本质是资本运作，退出是实现收益的阶段，同时也是全身而退进行资本再循环的前提。风险投资家的投资退出，我们将同投资者进行友好协商，制定有利于双方风险投资的退出策略，并在专业机构投资咨询公司等协助下完成操作。我们主要提供主三种方式，包括股份转让、股份回购和公司清算。

①股份转让

股东对所持有的公司股权的转让权是公司法中的一项基本法律制度。在中国现行的外商投资法律制度下，境外投资者可以通过向所投资的外商投资企业的其他股东或第三方转让所持有的股权而退出原有的投资。根据进行股权交易的主体不同，通过股权转让的退出机制包括离岸股权交易和国内股权交易两种情况。

②股份回购

如果风险企业在渡过了技术风险和市场风险，已经成长为一个有发展潜力的中型企业后，仍然达不到公开上市的条件，它们一般会选择股权回购的方式实现退出。股份回购对于大多数风险投资者来说，

是一个备用的退出方法。当风险企业不是很成功的时候，为了保证已投入资本的安全，便可采用此种方式退出。由于企业回购对投资双方来说都有一定的诱惑力，所以风险企业从风险投资家手中回购股权的方式发展得很快。在美国，从企业数目来看，风险企业回购已成为风险投资退出的最主要的途径。

③公司清算

通过公司清算来退出投资是投资者的最后的选择，因为任何投资者在决定投资时都不希望日后公司解散、破产和清算。但如果因为所投资的企业经营失败等原因导致其它退出机制成为不可能时，对公司解散和清算将是避免更大损失的唯一选择。现行的《中外合资经营企业法实施条例》第14章、《中外合作经营企业法实施细则》第8章和《外资企业法实施细则》第12章对三类外商投资企业的解散和清算做了原则性的规定。1996年7月9日，外贸经部制定发布了《外商投资企业清算办法》，以部门规章的形式对适用于外商投资企业的普通清算和特别清算两种制度做出了全面的规定。

九、团队介绍

（一）团队介绍

团队名称：知书达理

“知书达理”直观表达了我们团队的服务核心，知、达：懂得。有教养，懂礼仪。运用专业知识、专业技术、对传统民俗文化进行大

数据分析将传统文化，以及口口相传的口头文化，连接到互联网的世界中来，在线上开拓传统文化知识的平台，提供一个良好的学习网站环境，又能使这些知识服务于现实生活，这便是“知书达理”的魅力所在。

知书达理团队的指导老师为湖北师范大学计算机与信息工程学院，计算机科学系主任，刘进军博士，主要研究方向为：数据溯源、数据储存、信息安全、计算机教育。

知书达理团队的成员均为计算机专业学生，可熟练运用网络技术搭建我们的平台，并且我们有充足的时间对地区进行调研，对数据进行收集整理，准确度进行更新，并在不断学习中对相应的技术进行更新。

知书达理团队是一个踏实苦干、精通专业知识善于管理和经营、具有强责任感和事业心的青年创业联盟团队。为了钟爱的专业知识为了创造更美好的世界，我们干劲十足、努力拼搏、勇往直前！

（二）团队文化与愿景

团队文化：追求卓越无止境，与时俱进创未来。

价值观念：让专业技术更好的服务于社会。

团队理念：目标同向，负重领先，默契信任，风险共担。

团队愿景：做传统文化查询的领头羊，让每一个人都知书达理。

(三) 拟成立公司组织架构

部门	工作职能
总经理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 组织实施公司全局业务发展规划、年度经营计划，负责完成责任目标和年度计划； 2. 全面主持公司的行政、财务和人事工作，组织制定公司的机构设置和人员编制，对公司发生的重大事情进行奖励和惩罚措施； 3. 加强公司职工队伍和干部队伍建设，不断提升各类人员的个人素质和业务素质； 4. 带领职工进一步推进后勤服务社会化改革，公司立足校园，并面向社会各个市场，开拓创新，不断将公司发展壮大； 5. 负责组织制订和健全公司各项规章制度，积极进行各项改革，推行岗位责任制，不断全面提高公司管理水平； 6. 主持制订公司年度预决算、审批公司重大经费的开支、公司留成基金的使用和分配方案。
财务部门	<ol style="list-style-type: none"> 1. 负责公司日常财务核算，参与公司经营管理； 2. 根据公司资金运营状况，进行合理调配资金，确保公司资金正常运转； 3. 严格财务管理，加强财务监督，督促财务人员严格执行各项财务制度和财务纪律； 4. 搜集公司经营活动状况、资金动态、营业收入和费用开支的资料，并进行合理分析和适当提出建议，定期向总经理汇报工作情况。
市场部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调查、与客户建立保持良好关系； 2. 负责接订单、销售预测、完成客户与技术部之间的交互工作； 3. 与此同时，对我们公司的产品进行宣传，已获得更多用户的信任与支持。

门	4. 为客户与技术部门的交互部门，在项目初期，技术部正式动工前所有的沟通与指导文件都由市场部门完成。
人力资源部	<p>1. 定期收集公司内外人力资源资讯，建立公司人才库，保证人才储备；</p> <p>2. 负责员工日常劳动纪律、考勤和绩效考核工作，并办理员工晋升、奖惩等人事手续；</p> <p>3. 负责建立、健全公司人力资源管理系统，确保人力资源工作按照公司发展目标日趋科学化和规范化；</p> <p>4. 制订和实施人力资源部年度工作目标和工作计划，按月做出预算及工作计划；再根据每年度公司的经营目标和公司的人员需求计划审核公司的人员编制，并对公司人员的档案进行统一的管理。</p>
技术部门	<p>1. 对产品开发的技术框架进行整体规划，协调并控制项目开发技术方案，对产品质量负责。</p> <p>2. 解决开发团队中出现的技术问题和难点问题。</p> <p>3. 执行上级主管交给的工作任务，按时保质、保量的完成项目开发任务。根据项目开发进度和任务分配情况，完成项目的开发任务。</p> <p>4. 根据需求文档设计并编写测试用例。根据测试计划搭建和维护测试环境，完成平台的功能测试、性能测试。并执行测试用例反馈跟踪产品 Bug。</p> <p>5. 定期对服务器升级更换及软硬件维护保证服务器的正常运转。定期对服务器硬盘进行清理，定期保存检查系统日志。</p>

（四）团队人力资源政策

1.薪酬制度

薪酬设计原则：内部公平竞争，团结一致对外竞争。

按项目分工设置项目盈利比，个人收入按照分工去拿对应的项目比例分红，本着能者多劳多劳多得的原则，每位职工对自己的薪资必须保密，以确保公司内部平衡。

2.人力资源管理宗旨

通过满足员工关键需求，让员工创造出最大价值，打造激情精英团队。

3.培训

依据战略目标及个人的职业发展需要，并秉承“抓准需求、清楚目标、找出差距、务求实用”的培训原则来指导公司的培训工作。每一位员工都有机会参加相应的培训，培训内容包括业务技能、管理技能、公司文化、个人提升等诸多方面。公司希望每位学员都带着创新的动机和发展的愿望来参与互动式的学习，然后再回到实践中，在新的平台上进行更高层次的创新，从而形成不断循环、螺旋上升的过程。

4.职业生涯管理

团队与新加盟的成员共商职业发展规划，辅之相应的培训并在适当的时候给予施展才华的舞台，激励并发挥团队成员的积极性，以提

知书达理——知晓人生两件事

升团队成员的综合素质。职业生涯管理充分的考虑了每位成员的不同情况，将团队成员的个人目标和公司目标结合起来，在寻求公司目标效益实现的同时，为团队成员实现自己的个人目标创造条件，探寻适合每位成员发展方向的道路。