**校园互助平台**

# 摘要

大学生群体是现今社会上一个非常独特的群体，他们有着多种多样的个性化需求，敢于创新并愿意尝试创新。但是现实发展却束缚了大学生的施展空间，课程紧凑，社团生活密集等现实状况导致大学生时间较少，大学生时间不由自己分配，有事时又要被取快递，排校车琐事烦恼。为了改善这种情况，我们拟搭建一个平台，用于大学生劳动交换，如：在空闲时候帮别人取快递，换取烦忙时别人帮自己取快递的机会……这种利用劳动换取劳动的方式也恰巧迎合了大学生群体无收入来源，不愿付出金钱换取劳动力的心理状态，能够让大学生付出最少的成本，互帮互助的完成更多事情，节约时间和效率，新颖的方式也能更好的吸引大学生的目光，充分实践其乐于助人的一面。

为了迎合大学生群体的需求，更加适应大学生群体，我们创建的平台不收取或极少量的收取信息中介费用，但是中国大学生数量庞大，7000万大学生的存在也让我们设计的平台有更多的流量收入，从而能够获取更大的盈利空间。

当然，大学校园内的群体也不仅仅包括学生，我们的平台终端发展客户群也会逐步完善，从学生覆盖到老师再到学校内的各个组织机构，用新颖的模式来满足大家的个性化需求，提高大学校园内的总体办事效率。

此种模式也适用于大学校园外的社会，未来我们也会将劳动换劳动的形式发展为劳动技能和能力的交换与出售，惠及整个社会，吸引更多的客户群体，让平台的发展更加完善。

# 第一章 公司介绍

## 一、公司成立与宗旨

如今许多大学都设立有新校区和老校区，而新老校区之间往往距离较远，这一客观情况造成了大学校园的时间差、空间差和信息交流的滞后性，给学校师生带来许多不便。同时，由于当代大学生课业压力重，社团活动紧凑，也导致了大学生时间自主控制性弱，有事时又要去完成取快递，排校车等琐事，十分苦恼。为解决这一问题，团队计划成立诚邦科技有限责任公司。

本公司的宗旨为“帮你帮我帮大家”，即促进大家互相帮助，加强个体之间的联系，促成双赢甚至多赢的局面，给予每个人服务他人以及赚取资金的机会。诚邦有限责任公司通过利用完善的电子网络平台，使得消费者的个性化需求得到满足，个体之间的联系更加紧密。该平台涉及多个领域，我们也会将其不断完善，使此平台能够尽量涉及到在校人员生活的方方面面。以此平台为媒介，为每一个人提供帮助他人的机会，也迎合了当代大学生无收入来源，不愿意付出资金请求帮助的心理，用最少的成本取得最大的利益，充分吸引大学生的目光，提高使用率，增加平台流量。

## 二、公司经营范围及提供的产品服务

### 1. 经营范围

在公司的前期发展中，由于我们发展的初期的发展地点是大学校园，所以发展对象以大学生为主，公司将慢慢对服务范围进行扩展，附加其他的服务功能，将教师团队与学校的其他职能机构加入到服务对象中，当技术与管理成熟以后，再将服务对象扩展到社区，力求业务种类多种多样，满足广大社会人群的需求。

### 2. 产品服务

**（1）预约型服务**

①代取快递

网购已成为我们生活中必不可少的一部分，随之而来的就是取快递时的各种问题。几乎每个大学校园里都分散着至少5个不同的快递点（如西北工业大学共7个，分别分布在云天苑附近，星天苑附近以及校外），距离学生宿舍较远，学生们的日常收取快递变得不太便捷。除此之外，许多学生因为课程的原因经常延迟收取快递，这也给快递工作人员带来了很多不便，尤其是在本已爆满的情况下，这是对时间、人力、物力的浪费。

因此，我们针对这种快递爆仓却无法缓解、学生有快递却因各种原因不能及时领取的情况做出了相应的改善措施。我们拟创建一个程序端口提供一个平台，使用客户可以在该平台上实名注册并且绑定银行卡或相关支付交易平台，每当收到快递时，使用者若有急事或者其他原因不能去领取可以在其上发布自己需要领取的快递的大体信息和相应的悬赏金额，与此同时有到达相同快递点快递的同学就可以依据报酬决定帮助与否，代取快递的同学就可以获得相应的报酬，这样一来，大量节省了精力和时间，同时也缓解了快递点的压力。

公司通过实名制注册来保证被取快递的安全性，帮领成功后使用者可通过平台获得的收益，并且可用收益换取不同的奖励，也可以直接提取现金，这为勤工俭学的同学提供了一种渠道。

②代排队

由于校车发车的时间点大多是同学们刚下课的时间，因此很多同学没有时间或者临时有其他事无法排队，我们的平台可以让这样没有课或者临时没事情同学帮助同学排队等校车然后获得一定的小额利润，一举两得。

目前使用者可利用该平台寻求餐厅代排队和代排校车的帮助，同时也可帮别人排队，考虑到公平因素，只限一人代一人排队，不可一人帮多人排队。

③其他预约服务

本公司还注重于同学们在日常生活中的各种小事之间的互动、沟通、帮助，在平常的校园生活中我们总会遇到一些小事，但是由于各种原因，我们无暇去顾及。这时大家的相互帮助就可以达到每个人空闲时间利用的最大化，还可以得到适量的报酬。

目前我们所涉及的包括洗衣房衣物的取送、早叫醒服务以及代打印的服务，举手之劳的同时还增进了同学友谊。

**（2）定制型服务**

①课程互助辅导

同学们来自不同的专业，各自都有擅长的科目，同样也有弱势之处。例如计算机学院的学生面临英语四六级考试，需要外国语同学的帮助；而外院的同学则需要计算机等级考试辅导。为了方便学生们寻求专业帮助，平台开设课程互助辅导项目，同学们可通过此平台进行课程互助辅导联系。

②紧急事务

生活中紧急事务时有发生，比如老师要赶校车，一卡通却落在了上课的教室；又比如时常需要交一些比较重要快到截止时间的表格，但是相关人员却有课或者有会议……如此种种的紧急事件，需要快速的应答，为了保证服务同学、老师们于任何时间都能得到帮助，公司特设紧急事务帮助，使用者可根据事情的紧急程度选择服务。相对的报酬以及安全系数就会高一些，只有认证信息完整的同学或老师才能接取此类任务，以保证这种紧急重要的任务完成的时效性以及合格度。

③拼车

由于我校新老校区距离较远，出行一般只有三种方式：校车、公交和出租车，但这三种途径都存在自己的缺点。校车优先服务于老师，且排队的人非常多，一般需要提前半小时到一小时去排队才能坐上，甚至在老师多的时候学生提前一个小时去排队也坐不上。再说公交，由于公交系统需停靠站点，因此速度最慢，时间最久，大约需要2小时左右；另外其乘坐环境较差，车辆行驶时的摇晃使容易晕车的同学会很难受，节假日还会人满为患；同时车上乘客的素质良莠不齐，对我们同学的财产甚至人身会有一定的威胁，安全问题是一个很大的隐患。再说出租车，其花费高，单人乘坐出租往返于新老校区需50块左右，因此拼车就成为一个很好的减少花销的方法。

平台给需要拼车的同学以及老师们提供约拼的平台，这样首先保证我们的拼友是同学，降低不安全的因素，还可以交到新朋友，一举两得

同时关于平台的各种功能，我们会根据时间的推移以及推广之后对使用者一系列的调查，让使用者提出相关意见，不断完成软件可以涉及的各个领域，力求涉及到校园生活中需要帮忙的方方面面，同时以此保证软件的竞争力，从人性化的角度出发，需求同学们对其他方面的需求，并不断完善软件相关的功能，定期对程序进行修改，最大化程度上满足消费者的各种需要。

**（3）未来拓展服务**

①学校各部门预约

由于新老校区之间距离较远，车程往往在40分钟以上，加之某些业务程序繁琐，老师同学们需要到学校某个部门办理相关手续时多有不便。因此平台后期将引入学校各个部门的预约服务，师生们有需要即可通过平台与部门负责人对接，进行提前预约，节省了时间和精力，学校各部门也可提高办事效率，一举两得。

②师生联系

每当考试临近时总有许多同学需要寻求相关老师进行疑难辅导，但是每个老师的答疑时间都是有限的，经常有许多同学因为有课等原因无法参与答疑，导致很多问题无法得到解决，因此我们就想到了运用这样的一个平台为他们提供联系老师的机会，这样不仅可以帮助同学答疑解惑，当老师需要做项目的时候也能够帮助老师寻找到相应的人才。

③社区邻里互助

当平台发展成熟以后，需要运用在大学中积攒的经验进行商业转型，将市场目标逐渐扩张到市里的各个小区，在家属区中寻求新的客户。帮助全市甚至于全国的社区的居民解决生活中的种种小事，这就要求我们开发根据各个小区的不同需要，创造出新的功能，扩大新的市场。例如某户老人身体突然不适，需要邻近的人急救，便可通过平台找到社区中从事医疗工作的住户，向其寻求紧急医疗救助。邻里之间互相帮助，形成“拆掉高墙手牵手，帮你帮我大家帮”的和谐氛围，构建和谐社会。

## 一、项目背景

### 1．大学校园内由于空间、时间差，导致信息分享不及时以及缺失及效率的降低

据调查，现存的大学有百分之七十三存在两个或两个以上的校区，其中百分之六十八的大学两校区分布距离超过10公里，因此大学城的空间差异变大，许多大学生因为空间差异而无法及时获取重要信息，及时完成重要事情，多校区间频繁转移，耽误精力，浪费许多宝贵的时间。

同时，也由于一些大学生的任务清单上有许多事情的事件交叉重叠，时间差异存在，在同一时间许多学生没办法忙多个事情，因此需要其他人的帮助。

### 2．大学生群体乐于互助，但缺乏提供帮助信息的平台

大学生群体热心，充满朝气且乐于互助，但由于现实状况制约，没有平台可以直接提供需求与供给的对接，因此导致许多需求供给信息滞后，无法达到效果，因此需要这样一个平台，以满足大学生的愿望。

### 3．大学生的个性化需求，群体特殊，要求独特

随着模式的不断创新，大学生的个性化需求也越来越旺盛，更多的大学生希望利用自己的劳动来换取酬劳，从而得到一种独特的成就感， 大学生无收入来源故很少有人愿意付出金钱去换取别人为自己劳动，但是用自己的劳动换取别人帮助自己，恰好解决了这一矛盾，我们平台的研发恰好完美的迎合了这一需求。

### 大学生之间日渐疏远的人际关系

由于网络社交媒体的发展，大学生的线下活动变少，线下交往也逐渐变少，许多大学生苦于找不到线下交流的机会，因此通过这样一个平台，不仅可以线上分享信息，也可以达到线下沟通的职责。

## 二、项目具体内容

“校园互助平台”是为了解决许多学生因课业、竞赛、社团等活动而无法及时做一些事情，满足大学生的个性化需求，达到信息沟通及时的目的而设计的，在此，我们拟创建一个端口来提供一个平台，使用者可以在该平台上发布自己急需完成但却因种种原因没空脱身、或者因为客观因素无法完成的事情作为任务。这时，有时间、精力或者同样也要做类似事情或者希望在闲暇之余做一些有意义的事情的同学可以在平台上进行“接受任务”操作，替该同学完成任务，并且进行相应对接。

平台以积分作为中间等价物，可以通过完成任务、运营者赠送或者充值取得。每一个任务会涉及基础积分报酬，视情况可以增加积分报酬，由任务发布者根据完成的质量自行评定。使用积分的目的旨在完成“劳动换劳动”的服务过程，积分也可以换取等额人民币。

我们计划通过提高平台的影响力，增加平台的客户流量以得到更多的收入。

### 商业模式

整个项目在产品上分为两个模块：使用者前端和开发者后端。使用者前端供使用者发布及接受任务、获取积分、更改个人信息等，在使用者前端页面，用户与用户之间直接接触、交易。

开发者后端分为技术部门和推广部门两个部分。技术部门负责平台运营维护及升级，推广部门则负责平台的广告赞助对接，宣传客服工作。

校园平台

技术支持

使用者前端

开发者后端

咨询、客服

积分

技术部

推广部

任务接受者

任务发布者

### 劳动换劳动或等值货币的任务模式

劳动换劳动的任务模式，是我们通过实践创新出来的一种新的线上校园平台模式，即以积分为中间渠道，在投入现实货币很少甚至不用投入现实货币的条件下，即可以通过用给予积分为条件发布任务等待别人完成。同时自己也可以通过完成别人的任务来获取积分。一来一回，通过劳动换劳动实现互助。

同时积分和现实货币也可以等额兑换，可以通过充值来获取更多积分，也可以通过提现来将积分换成货币。

现实货币

完成任务

发布任务

积分

提现

充值

后台赠送（初次注册、特殊节日）

### 盈利模式

### 该平台主要通过平台本身功能的积分充值和增值服务，以及由推广后猛增的流量带来的商业合作以及商业广告费。具体内容见下表。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **赢利点** | **获利对象** | **说明** |
| **积分充值** | 学生用户 | 跟现实货币1:1兑换，可用于发布任务，随时可以提现 |
| **商业合作** | 商家 | 校园兼职、活动作为任务发布在主页面 |
| **增值服务** | 学生用户 | 匿名发布，置顶发布，特殊任务发布等不同于一般用户的操作 |
| **商业广告费** | 商家 | 商家在主页投放广告 |

## 三、项目宗旨

“校园互助平台”的目的在于利用不同用户的分散时间，互帮互助去完成更多的事情。用户而言，可以达到节约时间精力，提高效率，并且在平台独有的任务模式下，完成任务会得到一定的成就感，甚至可以在空余时间给自己赚外快的机会。同时也可以通过这样的平台达到线下交友的目的。于利益相关商家（如快递点、校车运营服务人员、出租车服务公司等）而言，可以整合资源，提高工作效率，更利于快速发展。

## 四、项目特点

本产品拥有以下六大特色：

### 独特的“劳动换劳动”模式

“校园互助平台”采用“劳动换劳动”的模式，以积分为中间桥梁，任务过程中不涉及任何现金交换，只要还有积分，并且用户也愿意付出劳动，那么就可以用自己的劳动换取别人对你的帮助，实现最终的互帮互助。

### 实名认证，安全保障

“校园互助平台”专门为大学校园设计，拟通过实名认证学生卡，或者对于大学校园内不是学生的群体实名认证身份证，安全问题能够得到独有的保障。

### 积分与现实货币的兑换功能

“校园互助平台”内的积分还可以与现实货币进行一比一等额兑换（兑换细则见市场营销—价格策略）。积分提现功能为家境困难、需要勤工俭学的学生多提供了一种选择。

### 同学间形成互帮互助的良好氛围，满足多样个性化需求

线上联系，线下互助，积分奖励促进了大学生之间互帮互助的氛围，也鼓励用户更多的走出寝室、走出自习室，帮自己，也帮别人做一些力所能及的事。也满足了大学生本身的个性化需求。

### 独特的任务发布接受模式

“校园互助平台”主要采用任务发布及接受完成来进行互帮互助，更添趣味性，也使完成任务的用户增加一定的成就感。

### 独特的VIP升级机制

“校园互助平台”不同于传统的平台采用充值会员制的方式，我们采取鼓励会员制的方式，对活跃用户（月发布任务量超过一定数量的用户）赠予VIP头衔，三个月活跃度达不到标准，则VIP自动熄灭。成为VIP可以在发布任务时置顶任务，发布专属定制任务（不采用平台现有的任务模板），在接受任务时可以优先挑选。提高了用户的活跃积极度。

## 五、核心服务介绍

本产品主要包含以下三种大类核心服务：

1.预约型服务：

①代排队

②代取快递

③代取洗衣房的衣物

④代打印

2.定制型服务：

①课程辅导（采用互助辅导形式，互相辅导擅长的科目）

②紧急任务

③拼车（拼车进城或者去飞机场、火车站等地）

3.其他未来拓展业务：

①学校各管理各部门联系及预约

②邻里间互助

③联系老师

每一项核心服务都有相应的说明和建议付出的积分值。每一项任务都是校园内的日常生活项目，是顺手就可以完成的事情。难度差距不大。

## 六、研究与开发进度

### 1. 研发流程

“校园互助平台”的开发流程主要是以下九步：

第一步，搭建整体框架，包括网页、微信小程序以及手机平台；

第二步，完成”校园互助平台”主要功能设计；

第三步，完成”校园互助平台”大概界面设计；

第四步，将第二步和第三步相结合即可得到”校园互助平台”产品Demo；

第五步，优化UI设计；

第六步，提升用户体验；

第七步，评估工作量及时间；

第八步，试运行，统计数据；

第九步，根据试运行结果进行最终完善。

### 2. 运行计划

第一阶段，首先将项目的初步计划定下，包括项目的服务种类、适用人群等等具体耗时1-2周（已完成）；

第二阶段，根据已定下的项目基本信息做调查问卷，来完成市场调研，以确保下一步项目的具体制作上能够成功的对接市场。具体耗时1周（已完成）；

第三阶段，制作”校园互助平台”，计划耗时3-5个月（半完成）；

第四阶段，试运行并统计数据，总结问题，计划耗时1-2个月（未开始）；

第五阶段，完善并最终上线，计划耗时1个月（未开始）。

# 

# 第三章 市场分析

任何一个项目都缺少不了前期的市场调研和市场分析，本项目也不例外。由于本项目是一个目标客户群相对明确的项目，全部围绕着高校展开，而且面对的是一个相对较新的市场领域，所以以下一些章节的目标相对明确，本章将从市场背景、目标户群、竞争对手和自身 SWOT 的分析，最后将预估本项目将会占有的市场份额及未来的发展。

## 一、市场背景探查

### 1. 客户群体庞大，市场需求大

根据国家统计局发布的统计数据显示，截至2016年12月，中国的全部在校大学生人数为3709.2万人。这也就是说我们的用户规模可多达3700万余人，数量庞大，市场潜力巨大。以西工大为例，便有至少3万的待开发客户群体。

### 2. 校园互助模式平台的需求

目前，许多人想到利用朋友圈、空间、微博等方式来发布自己的需求，但成果颇微，一是由于传播范围狭小，二是由于针对性弱，因此这种信息交互平台的出现显得极为迫切，据调查，目前市面上并没有任何采取“劳动换劳动”的互助解决任务形式的平台，这是校园项目开发的处女地，更具创新观念，也更容易推广。

### 3.大多数商家功利化，不适合学生群体

目前大多数商家在进行品牌推广时，摆脱不了功利化的思维，一味的追求利益，而不能更好的考虑大学生的需求，不能为客户周全考虑。而”校园互助平台”是一个以服务为主的信息交互互助平台，能更好的满足学生群体的需求，得到大学校园内各群体的青睐。

### 流量经济的发展

网络的发达令许多品牌更喜欢将宣传放在网络上合作，更多的商家合作也愿意在网络上进行，因此流量经济应运而生，我们的平台也计划借助流量的发展进行收入。

## 二、目标客户群分析

初期客户群体发展主要为在校大学生，未来还会不断开发新的项目，预计在上线一年内，客户群体由在校大学生发展到学校的老师、学校的各个职能部门。使客户群体的性质扩大，广度扩大。上线两年半内，推广至社会，进一步扩大客户群体。

### 1. 客户消费特点分析

（1）极易受到同学间和外界的影响，更愿意使用流行的软件

由于学校是个相对独立的圈子，所以大学生在某些方面也会不同程度的与周围人保持一致，而新的东西一旦在学生圈子里传开，蔓延的速度便相当快。

（2）追求品牌，追求时尚，追求新奇

当代大学生大多数都处于18到24岁的年龄段，正值青春焕发的阶段，对新鲜流行的事物都充满了向往，关注最新最时尚的前沿。他们是新商品、新消费方式的追求者、尝试者和推广者，他们是社会潮流的引领者，对其他群体具有较强的影响力和辐射力，这也能给商家带来很大的价值。

（3）快节奏生活压力大，更加重视服务方便性，生活便捷性

由于课业压力和各种社交活动的增多，大学生对琐碎小事的掌控程度变低，而且大部分人更愿意把自己的时间投入到工作、学习与休息上，所以对生活的便捷度要求提高，更重视服务的方便性，因此对于这种互助的服务也更感兴趣。

（4）大学生无固定收入来源

由于大学生群体虽然是成年人，但很少有人有固定的收入来源，所以面对众多的大学生不愿意以付出报酬的方式让别人为自己工作的心态，我们的“校园”平台积分兑换的方式更好的迎合其喜好。

### 2. 需求分析

| **需求种类** | **诉求点** | **使用平台后的效果** |
| --- | --- | --- |
| **取快递** | 在规定取件的时间内，不造成快递点快递拥挤，特殊天气能够省时省力 | 快递点滞留快递变少，节约人力，提高效率 |
| **拼车** | 紧急或者没有校车的时候能快速进城，去机场火车站更方便 | 同校一起拼车，更安全，节约时间 |
| **取衣服** | 在一楼洗衣机的衣服能够在一小时后准时取出并送到目的地 | 洗衣机长时间占有率变小，衣服丢失情况减少 |
| **排校车** | 无法抽身提前排校车，能够有人帮忙排队，以便于及时搭乘上校车 | 方便没时间排校车但急于进城的人能及时赶上校车 |
| **占座** | 能够提前得到自习、食堂座位，不必到现场再到处寻找 | 提高学习效率，加强图书自习室的上座率 |
| **代打印** | 需要用的资料或者文件，自己目前不方便打印，希望能够及时打印出来 | 即使自己没空也能将重要文件或者资料打印出来，不会耽误正事 |
| **辅导互助** | 临近期末有不懂得知识点或问题，需要有人辅导 | 能够快速找到共同自习，共同学习的小老师，也可以与老师提前预约，进行答疑 |
| **学校各部门联系及预约** | 学校的职能部门组织结构繁杂，开放时间不同，许多人着急办事却找不准时间。 | 提前预约到位，节省效率，也方便学校部门统计业务。 |
| **邻里互助，社区服务** | 社区中存在自己暂时需要人帮助的事情，但可能由于大家平时沟通不够而找不到人 | 需要帮助的事情能顺利解决，促进邻里间的感情，加强交流 |

## 三、市场定位

### 1. 市场定位

“校园互助平台”项目市场定位为大学生市场，平台 的性质定位为“互助+劳动换取”；

“校园互助平台”项目的用户群目前定位为在校大学生，未来会升级发展到校园内的老师、职能机构，最后推广至社会，社区及政府部门。

### 2. 产品需求定位

对于大学生用户，产品将优先满足以下需求：

1. 校园独有的社交和交际圈子；
2. 满足大学生节约时间、提高效率的个性化需求；
3. 满足大学生社会实践、勤工助学的服务要求。

对于教师及职能部门而言，产品将满足以下需求

1. 提高部门办事效率，减少部门与部门，学生与部门，老师与部门之间对接的信息缺失问题
2. 加强老师、学生、职能机构之间的沟通与理解

对于社会群体而言，产品将满足以下需求

1. 加强人与人之间的交际
2. 提高人与人的互助信任水平
3. 提高办事效率，节约时间成本

### 差异化价值点定位

总的来说，虽然我们是相同项目的首位开创者，但由于我们是这个市场的新进入者，必须采取差异化的定位路线，根据本项目的商业模式，我们的差异化定位点主要体现在以下几个方面：

1. 创新的模式：独特的“劳动换劳动”的互助模式，更创新更前卫，也更容易被接受；
2. 更大程度的满足多个用户群体的个性化需求。我们的产品面向群体是不具有局限性的，会随着进步而不断发展，竞争力十足。

## 四、竞争分析

目前市面上尚不存在此种平台，其任务发布和完成任务的互助方式也独树一帜。考虑到同类竞争，目前国内市场上还没有出现类似的平台软件。虽然我们的平台是完全创新点，但是估计会有类似的平台相继上市，所以我们必须考虑到平台的持续创新，抓住用户。

人们对平台的态度大多是“用一次即抛”。根据调查显示，对于很多平台，“打开次数为1次”的用户占比35%，“打开次数为10次”的比例仅有17.6%。移动应用平台的生命周期平均只有10个月，85%的用户会在1个月内删除已下载的应用。其中又以社交类平台竞争最为残酷，死亡率达35%。因此，平台需要切实人们的需要才能存在更长时间。而我们研发的这款平台的受众群体主要为在校大学生，将适用范围缩小以后，可以牢牢抓住受用者群体的可能性就有了极大的提高。

从适用范围来说，此平台可以适用于各个高校，其主要面向人群是在校大学生，群体庞大，不完全统计，目前中国在校大学生人数约为3000万。由于大学生日常上课时间紧凑，所以完成一些没时间做但必须做的事情会大学生带来一些压力，并且大学生有多种多样的个性化需求。因此这个平台的研发给大学生的生活提供了极大便利，对大学生群体有极大的吸引力。同时这个平台的发展空间也非常广阔，未来他的发展不仅局限于针对大学生，还会针对教师群体、职能部门群体以及社会群体。

从造价上来看，作为一个服务性的平台平台，它是一个信息交互平台，通过发布自己的需要完成的事情，接受任务者查看任务信息使双方达成共识，互助完成，对于用户群体来说，此平台使用的成本低，对于开发者来说，一次性开发过后，其投入资金也相对其他项目较少，创业可行性高

## 五、SWOT分析

### 1. 优势分析

（1）模式创新上的优势

“校园互助平台”采用创新的“劳动换劳动互助”模式，并且辅以任务对接的方式增加趣味性，这是市场上非常少见的趣味与实用相结合，并且令使用者付出极少得到很大的回报。

（2）市场需求的优势，客户群体优势

“校园互助平台”在市场调研中显示需求极大，且客户群体为大学生，对创新事物的接受及推广能力胜于其他任意一个群体。

（3）成本优势

项目才有平台为主体，除开技术制作和宣传，基本零成本，相比其他实体项目，成本更低，因此利润也更可观。

### 2. 劣势分析

（1）产品不完善。由于产品或服务都是新开发或新推出的，因此功能可能不完善，质量也可能不稳定，需要在初创期不断改进。

（2）缺乏原始用户积累，这点得靠时间一点一点的来弥补。

（3）企业没有知名度。新创建的企业没有办法马上就提高知名度，因此对企业的美誉度、融资需求都有影响。

### 3. 机遇分析

（1）资本的到来

越来越多的资本觊觎校园市场这块大蛋糕，这个时候如果做出一款校园流行的产品，那么必然是投资的热点。

（2）大学生的刚性需求

许多大学生对此产品的出现抱着非常需要及热切渴望的态度。

（3）平台市场的繁荣和电子产品的不断发展

大类市场的繁荣对一个新平台的推广有许多好处，不必自己开创新的推广模式。同时承载平台的电子产品不断更新，不断普及也使平台的不断发展有了更加有力的依托。

### 威胁分析

日后同类平台的兴起，使竞争变得更加激烈。对此需要不断地更新换代，不断创新，增加更多新的功能。

# 

## 二、价格策略

我们运用成本导向定价法、竞争导向定价法和顾客导向定价法等定价方法，综合考量了开发成本、预期利润、自身竞争实力、市场需求状况等因素，对各项服务的价格进行了初步制定。

### 1. 面向使用者（大学生）的价格策略

我们根据目前市面上的应用程序中的收费服务（新浪微博会员服务、QQ 会员服务等），结合校园平台内相关增值服务制定出以下的价格策略：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **收费类别** | **定价策略** | **详情** |
| **积分提现及购买** | 竞争导向定价法 | 与现实人民币等值，1积分=1元人民币 |
| **任务置顶** | 顾客导向定价法 | 1.5元/次 |
| **发布匿名任务** | 顾客导向定价法 | 1.5元/次 |
| **说明：校园平台提供的“发布定制任务”服务只有达到活跃度要求后获得升级的会员用户可以享受，故此项服务不涉及额外收费问题。** | | |

### 2. 面向商家的价格策略

校园平台还可为各商家提供广告平台来营利，以低价的广告费吸引学校周边商家，我们综合比较了各门户网站的广告报价，结合校园平台的预计使用人数估值制定出以下的价格策略：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **收费类别** | **定价策略** | **详情** |
| **发布广告** | 成本导向定价法 | 不同位置价格不同，50元/周到100元/周不等 |

## 三、渠道策略

校园平台项目的渠道分为高校合作渠道和快递公司渠道两条，这两条渠道的建设方法和阶段目标分别如下。