

乐享银龄 App 商业计划书

目录

第一章 销售主张	2
1.1 APP 内容简介	2
1.2 销售主张	2
第二章 目标用户角色	3
2.1 用户画像描述	3
第三章 销售渠道	12
3.1 老年群体	4
3.2 政府及社会机构	4
第四章 关键财务指标	5
4.1 财务预测	5
4.2 收入预测	5
4.3 成本预测	5
4.4 损益预测	5
4.5 相关预期投资	5

第一章 销售主张

1.1APP 内容简介：

该 app 致力于变成以老年人为中心的非遗教育资源平台，通过对接非遗传承人与非遗机构，依托团队自主开发的安卓 App，打造一条服务于老年群体的“非遗 + 旅游”、“非遗 + 文创”、“非遗 + 教育”的传承与创新之路，满足老年群体日益增长的文化需求，重塑老年群体形象，使其重新发挥育人作用，最终实现缓解社会老龄化问题的目的。



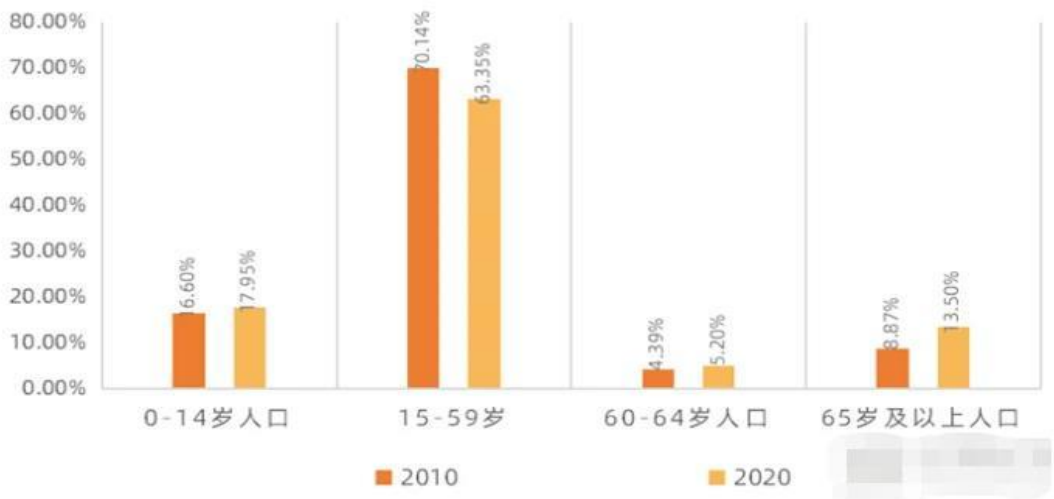
(开发原型样图)

1.2 销售主张

1.2.1 带动老年教育行业发展，普惠性服务覆盖广佛地区

依托自主开发的 App，打造老年非遗平台，构建非遗传承人-高校团队-社区养老

机构三方资源联动圈，通过团队与非遗传人或非遗相关机构对接合作，共同打造服务于老年群体的“非遗 + 旅游”、“非遗 + 文创”、“非遗 + 教育”的老年非遗资源平台，并通过该三条线路进行盈利，为老年教育行业提质增效，提高优质老年教育资源供给。同时团队与广佛地区的社区养老机构有效联动，加快发展老年教育，进一步扩大普惠性服务供给覆盖面，满足老年群体文化教育需求，为国家积极应对人口老龄化问题添砖加瓦。



(图 1：2020 年人口比例分布图)

1.2.2 解决政府痛点问题，助力老年群体“再社会化”

2022 年 2 月，国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》，倡导创新发展老年教育，构建和完善兜底性、普惠型、多样化的养老服务体系，满足老年人日益增长的多层次、高品质的养老需求；该 App 以非遗研学为主线，通过“旅游”+“课程”两种形式，有效联动多方社会资源，创新发展老年教育，为老年人提供老年非遗教育资源平台，而老年群体通过继续学习、终身学习等方式重新融入主流社会，助力老年人“再社会化”。同时老年教育有助于培育积极老龄

观，在一定程度上缓解了老年人退休后出现的心理落差，有效改善老年人心理健康问题，切实增强广大老年人的获得感、幸福感、安全感。我们借此也可以和政府合作，获取政府补贴。

第二章 目标用户角色

2.1 用户画像描述：

- (1) 年龄阶段：65 岁及以上的退休人员
- (2) 家庭经济状况：居住在广佛深三地，小康家庭，每月有一定的零用钱。
- (3) 存在的共性问题：
 - ①老年人空闲时间过长，无所事事，容易出现孤独、沉默等消极情绪。
 - ②老年人需要陪伴和关怀，社交性需求大。
 - ③老年群体要通过从“受教者”向“授教者”角色的转变从而打破年龄偏见。
- (4) 对广佛非遗文化的认知与理解：

服务对象作为广佛非遗文化成长历程的“见证者”，存在对非遗文化了解尚浅，对新型文化不理解的问题，他们缺少获取真实有效信息的途径，体验感不足，难以形成清晰正确的认识。

第三章 营销渠道

3.1 老年群体

(1)针对主要面向老年人的项目，推广时应选择老年人较为喜欢的传统营销渠道和新媒体营销渠道相结合的方式，以此提高项目知名度和吸引目标用户的参与度。

(2)传统营销渠道方面，可以选择面向老年人的传媒平台，例如老年人杂志、电视台、广播等，通过传统媒体宣传该项目，提高项目的曝光度和认知度。此外，可以在社区、公园、商场等老年人聚集的场所发放传单、宣传册等传统宣传材料，吸引老年人的注意力和参与度。在新媒体营销渠道方面，应选择老年人常用的平台，如微信等社交媒体平台，建立该项目的官方账号，进行线上宣传，发布项目相关的资讯、活动等信息，与用户进行互动，提高用户的粘性。此外，可以在各大老年人网站、论坛等老年人聚集的网络平台开展推广活动，吸引老年人的目光。

(3)综上所述，应该针对老年人的特点，选择结合传统营销渠道和新媒体营销渠道的方式进行推广，提高该项目在老年人中的知名度和影响力。

3.2 政府等社会机构

(1)口碑营销：由于该项目公益性质较强，可以通过和已有的政府相关慈善组织、志愿者机构建立合作关系，将该项目的优势和价值传递，并通过政府起到资金支持及背书作用，吸引更多的志愿者和慈善组织参与该项目。

(2)公共关系营销：该项目的特点是为社会公益事业服务，因此可以通过媒体宣传和公共关系活动来提高该项目的知名度和声誉。比如，通过与媒体合作，宣传该项目的优点和价值，或者组织公益活动来增加该项目的曝光率和社会认知度。

4. 关键财务指标

4.1 财务部分

App 成长分为四个时期，冷启动时期，成长期，成熟期，转型期，即前期，前中期，中期，长期。App 目前尚处于冷启动阶段，财务方面设立的指标以预测为主。设立五个关键指标，收入预测、成本预测、损益预测、预计投资回收期、预计投资回报率

4.2 收入预测

App 收益来源有广告，非遗文创，商家引流分红，政府补贴，老年教育，老年旅游。短期内 app 主要处于成长发展阶段，收益以政府补贴为主，预计补贴 2w/年。前两年自负盈亏，从第三年开始，app 逐渐走向成熟，核心收益分为四大板块，广告(50%)、商家分红与引流资费(30%)、老年旅游与教育（10%）、非遗 ip 的文创产品（10%），预计盈利 10w，每年逐渐递增 10w 至 30w。长期发展 app 或转型，收益以广告为主，预计年盈利 10w。

4.3 成本预测

前期产品开发资金 1w,app 推广 30w。

4.4 损益预测

前期 app 投资多收益少，短期内 app 处于亏本阶段，app 发展为成长期逐渐走向盈利，于成熟期实现完全盈利。

4.5 相关预期投资

预计投资回收期：2 年

预计投资回报率：App 周期预计 7 年，预计盈利总 80w,平均年盈利 16w，预计投入 30w，

预计投资回报率为 53%