黄子琰

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 一、渠道通路  ·以网页为主  ·若以后发展起来了可以开发APP、小程序来拓宽提供途径 | 六、关键业务  ·算法课程开设  ·比赛承办  ·广告代理 | 二、提供资源  ·算法课  ·练习算法的题库  ·算法竞赛  ·交流分享平台 | | 七、客户关系  以高粘性、高互动、高实时性的在线社区互动交流分享维系用户 | 三、面向群体  ·学习算法的小初高大学生  ·计算机领域人员  ·考研计算机方向的学生  ·算法爱好者  ·广告商 |
| 八、构成人员  用户、比赛举办方、广告商、网页维护、网页开发设计、宣传人员、评测机维护、题库收集、社区管理人员、授课老师、比赛练习监督人员 | 九、核心理念  让想学习算法的群体能够享受到实惠的课程，更加方便地获得前人整理好的优质资源，提供算法学习者刷题、熟悉竞赛的平台 |
| 四、成本支出  ·聘请相关课程的专业老师的薪资网页技术维护的费用  ·推广宣传产生的费用  ·网页开发支出  ·引用题库的费用 | | | 五、收益来源  ·相关课程的报名费  ·广告代理费  ·会员充值费  ·大中型比赛承办费用 | | |

关于一个算法平台的商业模式画布

蔡学成

创新创业项目：奶茶店

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 重要伙伴：  操作工两名  服务员一名  店面人员分早、中、晚三班，交叉轮流。一般店面操作人员要保证两个，早上和晚上人流稀少，可以只安排一个人值班。针对店面的业绩情况还可以制定一个奖惩制度，根据店员的业绩来给她们适当的奖励和惩罚，这样可以激发她们工作的积极性。 | 关键业务：  为客户提供奶茶 | 价值主张：  顾客就是上帝，尽力满足顾客的需求  进入市场，随着市场不断做大，占据更多的市场份额。 | 客户关系：  买卖关系 |
| 客户部分：  在开业和节假日的时候，做一些活动可以吸引消费者的注意，提高销售额。在生意平淡的时候也可以做些活动，利用各种手段刺激市场，增加销量。 | 核心资源：  奶茶店是要求规模和档次的行业，也是一个对产品和服务要求严格的行业，消费者必然在意自己消费价值的充分体现。要达到这些，对资源、技术有很高的要求。选择加盟合作方式，获得充分的资源、先进的设备和技术，也避免不少经营风险。 | 渠道通路：  原材料严格把好质量关，选取原汁原味的天然资源，保证口味的正宗与地道;把握恰当的奶、茶、水的比例，解决选材与配比比例的问题。  多采用加盟店的渠道方式。而且奶茶店加盟一直是以连锁经营的方式出现。主要的渠道模式是：总公司——加盟店——消费者。 | 优劣分析  1．厂商创造的系列奶茶，价格偏高，品种单一，且口感不如现做的入口。  2.店内销售及外卖服务在一定程度上能够吸引更多的消费者。  3.奶茶的季节性消费较为明显，不能达到很好的消费额度。 |
| 成本结构：  在用上电，采取购置技能电灯泡，这样既环保又节约。在用水方面，做到了一水多用。水和电尽可能的做到回收利用。货物进出所有工作人员必须用有效凭证来到出纳处报销，此外，由出纳管理财务，会计每日一次对账，店长一星期一次查账。 | 收入来源：  奶茶店针对的主要是年轻人市场，在价格方面要低，中，高档，针对不同消费能力的消费者。奶茶店主要的消费人群是：  1.学生，主要是大学生，中生，初中生，为奶茶店主要的消费人群。  2.年轻人，在工作之余，和朋友，同事，女朋友等来奶茶店消费，也是奶茶店的主要消费人群。  3，女性朋友，特别是年青女性，和女学生，是奶茶店的主要消费人。 | 威胁分析：  1.竞争对手有其固定范围的消费群，且决对不会甘心奶茶市场份额的减少，一定会采取相应措施;  2.随着各类食品供应种类及数目的不断增加，消费者可供选择的领域越来越广，选择余地越来越大，产品差异化不够，饮料类诸如可乐、橙汁、椰汁、牛奶、纯净水等一定程度上瓜分了本已有限的需求市场。  3.奶茶系高脂肪、高热量食品。大多数女生也许会对这类饮品感到反感。 | 设备选购;  1、封口盖必须与杯口直径大小一致，而且购买时要检查一下封口盖，是否有十字花刀，这样可以给顾客带来方便。一大包的卖，这样可以节约成本。  2、杯子的价格相差不大，质量却相差不少，而且杯子很重要，要多跑几家，认真选购。  3、吸管选购的时候要注意用料的厚薄。 |

南昊冉

商业模式：利用人工智能技术开发的家用智能空气湿度调节机。

客户类型：对于重大发展城市（上海、深圳等）居住干燥感到烦恼的人群。

收入来源：消费者购买器械以及后期保修的费用。

价值主张简要要素：新颖、节能、环保、可定制化、品牌口碑好、价格实惠、使用风险低、成本节约。

商业战略：通过低利润高销量普及市场，再通过产品更新提高利润和使用价值。

战略资源：核心技术、核心人员、加盟公司。

商业模式画布：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 战略资源：   1. 核心技术：空气制湿，湿度监察 2. 核心人员 3. 加盟公司：与品牌公司合作。 | 价值主张：  1.器械新颖  2.节能环保  3.品牌口碑好  4.价格实惠  5.可专人定制  6.产品使用风险低  7.产品制作成本节约  8.产品价值高  9.。。。。。。。 | 客户类型与关系  类型：   1. 被居住干燥困扰 2. 想要提升居住环境   关系：  1.定期的器械保养与客户形成密切关系  2.调查问卷 |
| 商业战略：  低利润制造高销量，产品更新促进增值。 | 收入来源：   1. 购买器械 2. 后期保修 |

曾瑞

校园咖啡店的商业模式画布  
核心资源：一个可以用来学习，交流，休闲的场所、有完善的硬件设施设备、咖啡，甜点的制作技能、完善的组织架构以及管理团队。  
关键业务：制作与售卖咖啡（支持线上下单，线下配送）、出租场所，承建团建活动、提供休闲，学习的场所。  
客户群体：有咖啡爱好群体、教职工及其家属，外校人员  
价值服务：我们提供咖啡饮品服务，提供一个可以用来学习，交流或者休闲，娱乐的场所。  
渠道通路：公众号写推文进行宣传，承建团建等大型活动，海报，进店送券。  
客户关系：客户进店热情问候，交流保持微笑，对新建议及时改进，  
重要合作：咖啡原料供应商，兼职人员，校园有人气同学。  
收入来源：销售咖啡饮品所得，销售甜点所得，承建团建所得，会员入会所得  
成本结构：租聘成本，装修成本，水电成本，人力成本，维护成本营销成本

孔德鑫

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 重要伙伴：   1. 各校园物业 2. 程序设计与管 理者 3. 大学生 4. 物流系统 5. 社会群众 | 关键业务：   1. 旧物回收 2. 旧物出售 3. 交易渠道管理者 | 价值主张：  通过构建一个适用有信誉的平台辅助大学生处理旧物，同时,向有需求的大学生出售旧物，使在校大学生旧物与社会旧物关联。  构建平台，方便同地域大学生交易。 | | 客户关系：  物流：辅助  物业:辅助  社会群众：受众|资源提供者  大学生：受众|资源提供者 | 客户细分：   1. 社会群众   买/卖 家   1. 在校大学生   买/卖 家 |
| 核心资源：   1. 平台应用 2. 物业协作 3. 大学生 4. 信息资源 | 渠道通路：   1. 买家卖家直接对接 2. 卖家交付，平台中转，买家收货 3. 卖家交付，平台收货 4. 平台寄出，买家收获 |
| 成本结构：   1. 物业协助费用 2. 物流费用 3. 平台运营费用 4. 售后损失 | | | 收入来源：   1. 平台点击量 2. 渠道费 3. 抽成 4. 应用部分功能额外费用 | | |