

曼特尔 精神病患救助 认领网站



摘要

据 2019 年中国精神卫生调查（CMHS）的数据调查，来自中国除港澳台地区的 31 个省、自治区及直辖市，157 个具有代表性的国家 CDC 疾病监测点（县/区），共 32 552 人中，排除痴呆后，六大类精神障碍（心境障碍、焦虑障碍、酒精/药物使用障碍、精神分裂症及相关精神病性障碍、进食障碍、冲动控制障碍）的加权 12 个月患病率为 9.3%（95% CI 5.4-13.3），加权终生患病率为 16.6%（13.0-20.2）。在精神疾病高发的今天，越来越多的流浪精神病患者流落街头，救助机构在收容这些流浪患者时也逐渐出现床位紧张、人员短缺的情况。以海南省为例，海南省“三无”精神病人约 1500 人左右，而现有的精神病医院只有两家，个体精神病医疗机构 3 个，完全不能满足收容病人治病的需求。不仅如此，社会对于精神病患这一特殊群体仍存在广泛歧视，对精神病患群体的主观偏见也是大量流浪精神病患的主要成因之一。

精神病患者的出走甚至亲属的抛弃，可能给家庭、社会造成损失。且病人在外，无人照顾，同时病人在精神症状的支配下可出现违法犯罪行为，给社会造成极大的危害。同时，流浪精神病人被送往救助站后往往难以被家属找到，为此，“——”精神病患者认领网站以缓解目前社会中存在的精神病患与亲属之间认领障碍为核心开展，同时旨在帮助纠正社会群体对于精神病患者群体的错误认知与歧视。令人们能够站在精神病患的角度，客观地看待这一群体，缓解社会与他们之间存在的矛盾；帮助被送往救助站后的精神病患者联系亲属并认领，有针对性地解决救助站与精神病医院的大量患者滞留问题。

网站以帮助家属认领患者为主要目的，提供救助站收容病人的照片、详细信息、救助地点等，为寻亲家属提供直观的检索筛选条件；并以直观的方式进行精神疾病的知识普及。在患者信息搜寻界面，家人朋友可以根据相关信息搜索想要寻找的患者，并根据提供的救助站地址前往认领。同时，网站将逐渐与国内各地的精神病患救助站、医院建立联系，建立患者信息库，以互联网和线下相结合的方式为走失的患者和其家人提供帮助。“——”以网站为主要运作方式，同时采用以微信公众号程序、抖音等新媒体手段，乃至各医院的官方网站的由小及大的宣传方式，以社会效益为核心，以中国社会环境为大背景，为广大群众提供帮助

精神病患的平台，进而为精神病患者提供正面积极的社会环境。

目录

摘要..... 1

一、项目概述..... 4

 (一) 项目简介..... 4

 (二) 项目背景..... 5

 (三) 可行性分析..... 6

二、服务介绍..... 7

 (一) 网站介绍..... 7

 (二) 网站服务..... 7

 (1) 精神疾病普及..... 7

 (2) 亲属认领..... 8

 (3) 患者信息录入..... 9

三、前景分析..... 9

 (一) 社会需求..... 9

 (二) 社会对精神疾病的关注度持续增加..... 11

四 机会分析与发展..... 12

 (一) 外部环境..... 12

 (二) 机会与问题分析..... 13

 (三) 战略发展..... 14

 公益发展战略..... 15

 1. 扩大援助范围..... 15

 2. 持续软件开发..... 15

 3. 加强融合教育..... 15

 4. 开展公益宣传活动..... 15

五、市场营销与商业模式..... 17

 (一) 市场营销..... 17

 (二) 运营方式..... 18

 1.商业模式..... 18

 2.用户增长方式与空间..... 18

 (1) 用户增长方式..... 18

 (2) 增长空间..... 19

 (3) 合作..... 19

六、管理体系..... 20

 (一) 组织初步架构..... 20

 (二) 职位职责..... 20

 (三) 团队建设..... 21

七、财务规划..... 错误！未定义书签。

八、风险控制..... 28

 (一) 拓展市场与宣传相结合，避免宣传不佳导致的发展问题。..... 28

 (二) 调整网站建设重心，增加用户针对性。..... 28

 (三) 利用互联网运营方式，适应社会市场的发展。..... 28

 (四) 及时了解市场变化，降低市场变化带来的风险。..... 29

一、项目概述

（一）项目简介

据 2019 年中国精神卫生调查（CMHS）的数据调查，来自中国除港澳台地区的 31 个省、自治区及直辖市，157 个具有代表性的国家 CDC 疾病监测点（县/区），共 32 552 人中，排除痴呆后，六大类精神障碍（心境障碍、焦虑障碍、酒精/药物使用障碍、精神分裂症及相关精神病性障碍、进食障碍、冲动控制障碍）的加权 12 个月患病率为 9.3%（95% CI 5.4-13.3），加权终生患病率为 16.6%（13.0-20.2）。在精神疾病高发的今天，越来越多的流浪精神病患者流落街头，救助机构在收容这些流浪患者时也逐渐出现床位紧张、人员短缺的情况。以海南省为例，海南省“三无”精神病人约 1500 人左右，而现有的精神病医院只有两家，个体精神病医疗机构 3 个，完全不能满足收容病人治病的需求。不仅如此，社会对于精神病患这一特殊群体仍存在广泛歧视，对精神病患群体的主观偏见也是大量流浪精神病患的主要成因之一。

精神病患者的出走甚至亲属的抛弃，可能给家庭、社会造成损失。且病人在外，无人照顾，同时病人在精神症状的支配下可出现违法犯罪行为，给社会造成极大的危害。同时，流浪精神病人被送往救助站后往往难以被家属找到，为此，“曼特尔”精神病患者认领网站以缓解目前社会中存在的精神病患与亲属之间认领障碍为核心开展，同时旨在帮助纠正社会群体对于精神病患者群体的错误认知

与歧视。令人们能够站在精神病患的角度，客观地看待这一群体，缓解社会与他们之间存在的矛盾；帮助被送往救助站后的精神病患者联系亲属并认领，有针对性地解决救助站与精神病医院的大量患者滞留问题。

网站以帮助家属认领患者为主要目的，提供救助站收容病人的照片、详细信息、救助地点等，为寻亲家属提供直观的检索筛选条件；并以直观的方式进行精神疾病的知识普及。在患者信息搜寻界面，家人朋友可以根据相关信息搜索想要寻找的患者，并根据提供的救助站地址前往认领。同时，网站将逐渐与国内各地的精神病患救助站、医院建立联系，建立患者信息库，以互联网和线下相结合的方式为走失的患者和其家人提供帮助。我们以网站为主要运作方式，同时采用以微信公众号程序、抖音等新媒体手段，乃至各医院的官方网站的由小及大的宣传方式，以社会效益为核心，以中国社会环境为大背景，为广大群众提供帮助精神病患的平台，进而为精神病患者提供正面积极的社会环境。

（二）项目背景

据统计我国约有精神病患者 1600 万，其中约有 3.8 万为流浪精神病患者。流浪精神病患者由于种种原因流落街头，不仅影响了市容市貌，且部分患者可能会饿死或出现冲动攻击行为，甚至造成流血事件，影响社会治安。

精神分裂症为重型精神障碍，病情往往迁延不愈，社会功能受损，患者无经济来源，导致家庭困难，监护人照料困难。因此，有的患者即便走失很长时间，其家属也没有打算找回；另有部分患者家属虽能取得联系，但是找各种理由迟迟不愿接回；还有部分患者家属经济条件较差。患者走失后。想找回但不知如何找、盲目找，或因为经济原因放弃寻找。除此以外，有部分流浪精神病患者。是因外

出打工过程不顺，或因某些原因受到刺激。突发精神症状，失去自我控制能力，所以流浪街头。流浪精神病患者多因言行紊乱入院，大多由救助站送入，而患者住院治疗后，因为大部分患者家属无法取得联系或不愿意接回。出院时大多为救助站接走后送回原籍。武汉的研究也显示，即便当流浪精神病人病情稳定后，也少有家属主动办理出院，或是因为找不到家属，或是因为家人不愿认领。因此，如何协调医院、救助站和病患之间的关系，建立有效的流浪精神病人管理、认领体系是亟待解决的问题。

（三）可行性分析

我国流浪精神病人和国外比较，据丁万涛报道国外数据，在欧洲的研究发现精神分裂症外出流浪的发生率在 33%-50%，其中有 5% 的病人长期在外。在美国大约有 12.5 万的重症精神病患者流浪街头或居住在避难所。按照国外的流浪精神病人 5% 长期在外这一比例，我国现有 1600 万重症精神病人，流浪精神病人数应有 80 万，建立精神类疾病与患者群体的普及、管理、服务体系，对于维护精神病人的基本权利，维护社会稳定，促进社会和谐，具有积极的现实意义。

目前我国流浪精神病患极大部分都是来源于亲属因歧视的主动遗弃，除此之外，有相当一部分的患者在家属不知情的情况下因疾病原因走失，且家属仍和患者保持着相当的感情纽带，渴望找回患者；同时，收容、治疗精神病患者对国家的资源、人力物力有着极大的消耗，帮助有寻回意愿的亲属找到其患病家属无疑能大幅减轻社会财政负担。这种情况下，社会对我们的认领网站存在客观上的需求，同时我们将与相关机构合作，保证病人的身体、精神状况合乎送回的标准，并对其家属、家庭环境进行适度的评估，以最大程度的保障患者和家属的利益。同时我们会在网站建立时保证医院、救助站端与家属等使用者端相对独立，并进

行严格审核，防止恶意发布虚假信息、虚假认领患者等情况。

二、服务介绍

（一）网站介绍

曼特尔流浪精神病患者认领网站是当今流浪精神病患现状为背景，主要面向流浪精神病患者家属和救助医院，由精神疾病普及板块、亲属认领、患者信息录入三大板块构成。精神疾病普及板块将通过专业知识的普及，使得大众增加对精神病患群体的理解、认同与接受度；亲属认领主要面向患者亲属，亲属可在此板块根据性别、走失地、大致年龄等基本信息进行检索并提出认领申请；患者信息录入板块则面向救助站与相关医院，工作人员可在此板块录入患者照片、收容地与基本信息，为亲属提供认领基础信息。

通过网站的直观认领信息，大众能在短时间内浏览并寻找家属，同时网站将辅以新媒体手段及线下宣传进行社会层面的推广。为保证患者和亲属的利益，网站用户在注册时需要依照网站规定的进行实名认证才能进行相关信息检索和提出申请。

（二）网站服务

（1）精神疾病普及

在调查结果中，我们可以看到大部分病患群体常年受到社会歧视，解决社会对于精神病患群体歧视和偏见的方案之一就是提高普及度。基于此，网站会在普及板块中向大众介绍精神疾病的分类，从成因、病症到治愈可能等方面，引导大

众认知，站在客观的角度理解精神疾病对人的影响。

同时我们会提供精神疾病病因形成的说明图片，提供精神病患者发病时的神经情况分析等，将复杂、抽象的医学问题、医学文章通过最直观、易于理解的方式呈现到用户的面前，人们对于直观画面感受到的心理刺激程度远远高于抽象文字，网站此板块就是为了让更多的人了解到精神病是一种复杂的神经类疾病，与其他人体疾病同等，为精神疾病患者提供更好的社会环境，让社会给予他们与其他患者相同的理解与关怀。

(2) 亲属认领

在这一部分，网页会将医院、救助站录入的患者信息直观地展示在界面上。网站提供患者的大致信息，以及设立了详细的检索条件。

患者照片与名字平铺在检索界面上，点击照片即可显示更详细患者信息：年龄、走失地、救助时间、当前所在医院/救助站，以及医院工作人员的备注。家属可在检索栏输入相关条件，网站会调出符合条件的所有患者，以便家属缩小搜索范围。在认领通过前，前亲属必须通过网站实名认证以及医院对其基本信息资料的严格审批，以保证患者利益不受恶意人士损害。医院以及网站会合作审核亲属的家庭环境是否符合认领标准并对后续状况进行跟进，在一定程度上防止突发事件的发生以及保障各方的利益。

我们希望借助认领板块帮助有意愿寻找走失患者的家属，为他们提供在无数的可能性中寻找家人的机会和平台，这部分也是为了每一位患者都能借此顺利和亲属团聚并回到自己的生活环境里去，得到妥善的安置和关怀。并在此条件下，减轻社会和医院的各方面负担。如果社会上的每一个人都能正视精神疾病，并尽自己所能的帮助病患群体，寻回走失的患者，我国的流浪精神病患滞留问题将会

得到极大的改善。

（3）患者信息录入

为了尽可能保障大部分滞留病患的利益与解决社会财政负担问题，我们将会和尽可能多的医院以及救助站合作，这一板块为医院和救助站提供了登录患者信息以便家属认领的渠道。各医院和救助站在经过网站审核后可以将基础信息录入网站，并通过本板块发布患者的照片、年龄、救助地等信息，以辅助亲属认领板块的功能运作。在这一板块中，网站对于医院以及救助站的审核将更为严格，机构需要提供在卫生行政部门审批、注册的实际情况，医疗机构的类型，成立的背景、时间长短，行业中的口碑等相关证明，同时说明本院是否有能力将患者送回，没有的话则需注明地址并引导家属前往认领患者。

通过这一板块，网页和各相关机构将密切合作，提高各区域医院、救助站的参与率并协助录入更多的患者信息，以求在最大程度上保障患者、亲属的利益，减轻政府的财政负担。

三、前景分析

（一）社会需求

根据世界卫生组织称，精神疾病在中国人口中的比例占为 7%，这个已经超过了心脏病和癌症，目前也是中国医疗体系中最大的负担。在中国，每 8 个人中就有 1 个是精神疾病患者，精神疾病治疗市场，规模预计可达 136 亿。

精神疾病不同于其它类型疾病，人们对它的知晓率低，识别率也低，我国各类精神疾病患者人数在 1 亿人以上，但公众对精神疾病的知晓率不足 5 成，就诊率更低。精神病患者是多种多样的，一般特点包括异常的思维、观点、情绪、行为以及与他人的关系。

精神病易被家庭和社会忽视、回避，部分精神病患者在发病期得不到及时治疗，无家庭扶持、赡养、治疗，缺乏监护人照料，往往流浪街头。这类流浪精神病患者是精神疾病中较特殊的群体，近年来引起了国内外的广泛关注。流浪精神病患者的救治、管理以及认领是国家和社会难题之一。

在成都市流浪精神病患的调查中，患者因言行紊乱入院的最多，占 40.99%；其次为冲动打人和扰民，分别占 24.04%和 15.86%。同时，合并传染性疾病调查结果显示，样本患者中有 29.66%合并脑血管病，20.44%患合并高血压。在所有收治患者中乙肝的患病率为 6.00%，丙肝为 1.97%，梅毒为 4.93%，艾滋病为 2.76%。结核为 0.89%。

精神病患者情绪不稳定，对别人的看法异常敏感，日常交际会受到极大的影响，很多人因此而自杀或伤害他人。我国每年因精神疾病受伤甚至死亡的人数不可小觑，再加上大量的治疗、救助人力物力消耗，精神疾病给人们带来的负担是巨大的。随着流浪精神病患数量的逐渐增加，救助认领精神病患者的需求不断增加，正成长为一个巨大的市场。

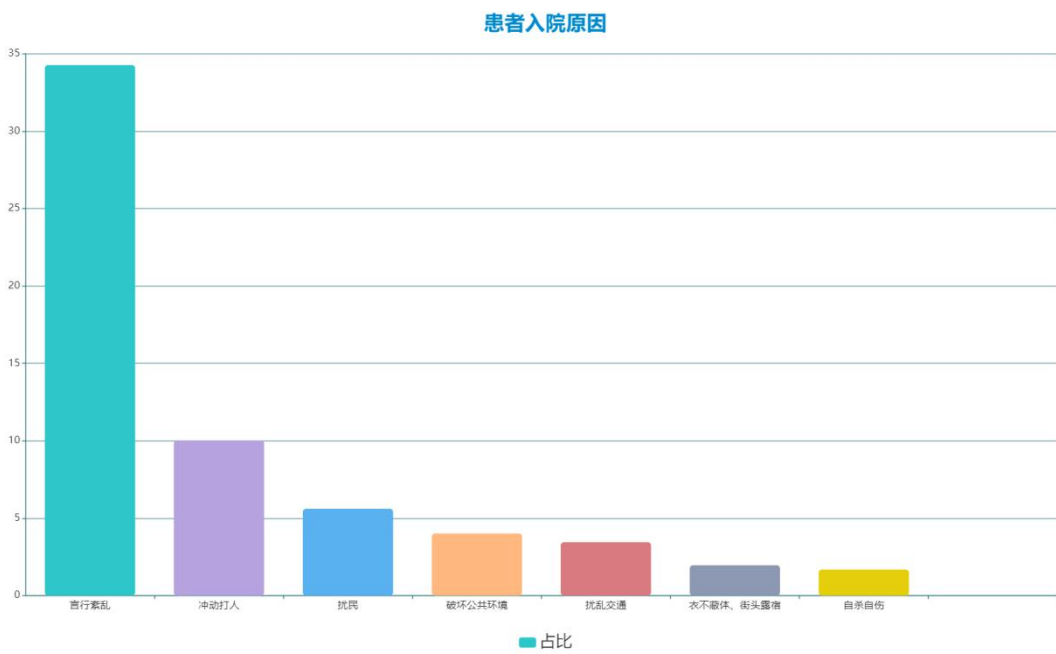


图 精神病患入院原因

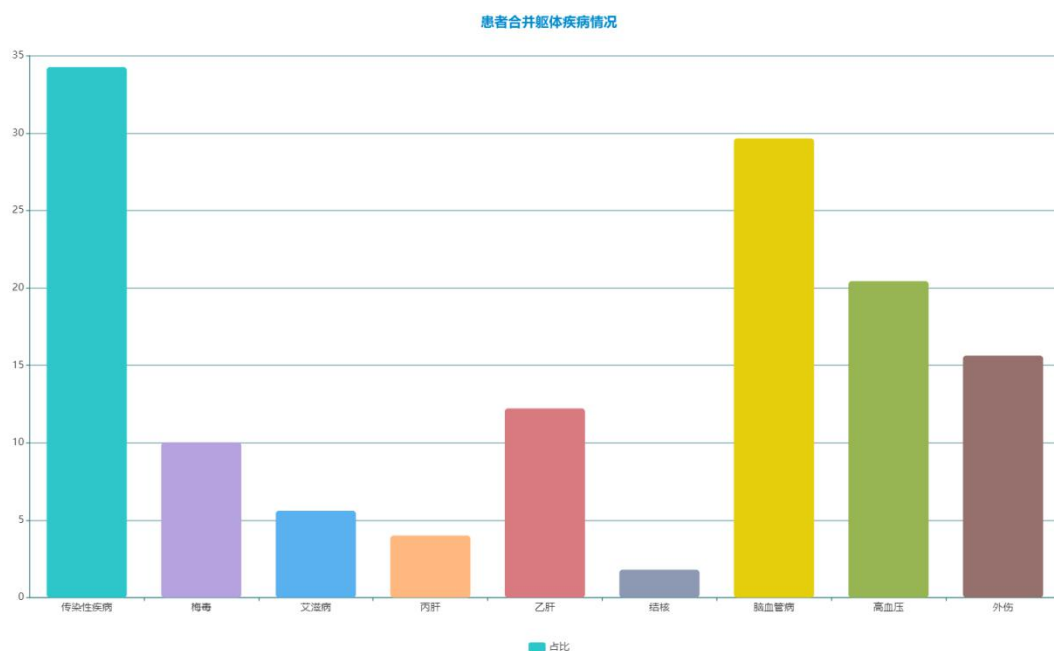


图 精神病患合并躯体疾病情况

流浪精神病患者传染病的患病率高，且大部分患者的行为对于社会秩序有着相当程度的影响。因此，加强此类患者的救助、管理，减少患者流浪，并在联合救助站、医疗机构等建立完善的登记和救助系统很有必要。作为一种高致残性疾病，抑郁障碍已经成为我国一个重大的公共卫生问题。

（二）社会对精神疾病的关注度持续增加

2019 年 7 月国家卫健委发布《健康中国行动（2019～2030 年）》，其中对心理健康促进行动的要求：“借鉴精神卫生综合管理试点工作经验，相关部门要建立完善精神卫生综合管理机制，联合开展严重精神障碍患者登记报告、救治救助、康复服务等工作”，“强化严重精神障碍患者综合管理服务”；

沈阳静安医院推出「精卫法规」系列文章，普及相关法律法规知识，帮助精神障碍患者及家庭更好地预防和治疗疾病，让社会中这部分弱势群体得到更多人的援助与善待。

国家发布相关政策保障精神病患的治疗与关怀：患者可享受残疾人待遇，个人营业或家人经商可免税；家庭贫困户可以享受低保，特困家庭可享受民政的困难补助；办理相关手续后，可免费服用常规的抗精神病类药物。

这些政策的背后，反映出的不仅是政府、社会对精神疾病关注度的提高，还存在患者利益保障制度不完善，病耻感强，相关知识普及服务缺乏等问题。相关补贴制度也反映了政府对坚持照顾患病家属的呼吁。因此，精神疾病患者救助认领网站的创建是很有必要的。

四 机会分析与发展

（一）外部环境

2011 年起，中共中央将加强和创新社会管理作为“十二五”规划发展的重要内容，而公益创业也正是顺应社会管理创新的要求，有利于形成社会协同、公众参与的社会管理格局。2011 年的两会上，全国政协委员，共青团上海市委副书记陈凯 提出，公益创业在一定程度上与传统市场中的企业竞争不同，更加容易得到政府的 政策支持和民众的认同，资金筹集方面还可以得到基金会和慈善捐款的注入。这决定了大学生更适合公益创业，因此也展现了我们公益创业的必要性和可能性。

技术因素分析

随着科学技术的发展，各种先进的技术和仪器逐渐应用于对精神病流浪者的研究与干预中，例如，可以从生理层面上研究精神病的病因，人类对大脑的探索，多感官统合训练等可用于精神病患者的康复训练，并取得不错的疗效。因此，科学

技术的不断发展为精神病患者的康复增加了希望。

（二）机会与问题分析

通过 SWOT-PEST 分析，将对我们改项目内部和外部条件进行综合和概括，进而分析现存的优势、面临的机会和威胁，具体分析情况见下：

优势 S		劣势 W
网站，APP 开发，减少各方的人力、财力投入； 与医院，公益组织的合作，既降低投入，又保证了专业性又具有支撑公益化中心运营的商业模式； 使用大数据资源作为技术手段，确保信息来源的真实性与合理性		新型运营模式不够成熟； 成立时间短，知名度低。
机会 O	SO 分析	WO 分析
我国现有流浪精神病患者数量多并呈上升趋势，需要解决的问题严峻； 我国现有的康复机构不能满足市场需求； 现有的精神病患者来源模式比较单一，缺乏系统性； 现有构缺少普适性和可持续性。	公益性康复第三方平台，创业性新型运营模式； 合理利用大数据技术，及时更新患者数据和跟踪技术，形成行业技术优势； 网站对每一位患者提供较为详细的个人信息并保证信息安全； 积极推动网站内部文化建设，完善员工培训和再培训。	运用低成本、“自造血”运营模式带动平台可持续运转； 努力做好宣传工作，让更多人了解流浪精神病患者，提高平台知名度。
威胁 T	ST 分析	WT 分析
同类型平台可能将提前扩张，抢占市场； 现有精神病康复机构行业资源集中，有垄断趋势，不利于新小企的初期发展	整合大数据资源，保持行业技术领先； 聘请大数据专家进行及时技术指导，形成良性竞争环境。	明确公益定位，不断吸引客户群； 与互联网公司合作，确保平台技术的专业性，为平台树立良好的口碑，扩大市场占有率； 积极开展精神病患者数据收集，整理的研究，不断开拓高效的模式。

（三）战略发展

基本战略

1. 成本领先战略

平台采取的与公益组织合作的方式将平台运营成本将低于同行业中的其他公司，这使得平台的公益性商业模式的运营低于其他机构。这一优势在行业内进行生源竞争时尤其明显，即平台的低成本高效运作，这无形中增加了中心的同行业竞争力。

2. 特色优势战略

平台的主要特色体现在 APP 客户端、家庭公益援助计划以及交流这三方面。

（1）APP 客户端

目前，平台计划开发 APP 手机运用程序，该软件免费为患者家庭提供相关资讯和一些流浪者信息，平台将不断开发完善软件。软件的开发和使用有利于患者家属在轻松地环境下检测查询信息，帮助更多家长从各种繁荣复杂的数据信息中解脱出来，让更多患者家庭受益。

（2）家庭公益援助计划

平台通过建立网站，收集需要帮助的流浪者的信息；达到每日更新，实时数据跟新，并分地域分地域建立联系，达到效率最大化。

（3）交流

由于对精神病流浪者的救助一直都处于研究探索之中，所以相互交流共享变得极为重要，平台通过定期举办交流共享会来促进机构和患者家庭之间的理论实践共享；并会把共享得到的成果以周期授课、不定期的讲座等形式与其他机构分

享。基于这一创业性创新型系统的支撑，使平台具有可行性、普适与可持续发展性，并力求在业内独树一帜。

公益发展战略

1. 扩大援助范围

与多所医院以及公益性组织进行合作，加大对志愿者的培训，深入贫困偏远地区，深入更多有需要的精神病流浪者家庭，扩大免费家庭援助的服务范围，让更多的有需要的患者和家庭得到关怀和帮助。

2. 持续软件开发

继续开发有针对性的精神病流浪者辅助软件，为更多的患者及家庭提供更多的实用的免费软件，帮助患者家庭减轻负担，实现对他们有效帮助。

3. 加强融合教育

加强与康复机构的合作，再将患者认领之后，在康复机构恢复其基本的交流能力的患者回到家庭，更好地接受治疗，融入社会。

4. 开展公益宣传活动

与社区进行合作，开展大型公益宣传教育活动，让更多的社会人士了解精神病症，关注流浪者，呼吁更多的人来关爱精神病流浪者。同时前来参加活动的人可免费进行现场咨询。

初期发展战略	<p>平台运行初期，着重进行信息共享，切实实施宣传策略以打出中心品牌，绝对投身于中心服务项目中。使中心在流浪者救助行业立足的同时能够稳固发展。</p> <p>一方面实施与公益组织合作，形成互利共惠；不断学习，更好地为患者家庭提供帮助；建立流浪者信息论坛平台，紧密联系患者家庭与机构方；开设对网站平台人员的定期授课、不定期讲座等形式的培训等工作使中心获得收益。</p> <p>初期进行学术共享、经验交流及培训，可以扩大中心知名度，并且提高从业人员的专业水平，促进救助精神病流浪患者事业的发展。</p> <p>另一方面，平台会专注于公益事业，将尽心尽力做好家庭支持服务及社区融合服务。家庭支持服务方面中心不但会实时更新 APP 内容，还会将中心盈余的 15%来对有需要的家庭及更多偏远贫困地区的家庭进行支持服务。社区融合服务方面中心会将盈余的 10%用于不定期的策划公益宣传活动、融合教育和多种社区活动等，增进社会对精神病流浪者的理解和接纳。</p>
中期发展战略	<p>运营中期，平台会从以下几方面进行扩展：</p> <p>（1） 稳发展</p> <p>运行中期，各种服务已基本定型，在大体框架不变的基础上，进行经验下的再调整，使其更加完善的帮助更多的精神病患者家庭。着重通过共享协同效应，实现总体效益超过原来独立效益之和，即“1+1>2”。这样不但占领了更多的市场份额，也使平台对精神病救助市场的控制能力增强，可以使平台获得某种形式的垄断，给平台带来更多的竞争优势和合作利益。</p> <p>（2） 增平台</p> <p>运行稳定后，平台会增加运营系统中的平台：首先，将扩大培训交流平台的联系方，将一个地区与一家康复机构扩展为一个地区患者与多家康复机构，创建并不断完善论坛，进行交流切磋；加大自救助患者方面的实践、学术研究，增大论文发布量，提高知识水平，促进多维度进步；其次，增加在社会上的精神病患者知识宣讲培训班，加强公众对这一方面的关注度，迎合社会保障制度，全面关爱精神病流浪人士；再者，扩大平台公益规模，在条件允许的基础上增加家庭支持数量，增加公益宣传活动等社区融合项目，使精神病真正被人们正确的认识，使受惠的患者家庭不断增多。</p> <p>（3） 加分支</p> <p>经过市场调研等手段进行市场分析，在合适的线下的分支，并将这种合理公益化的组织复制到其他需要的地方，提高查询到的精神病患者的流浪率，造福更多的患者家庭。</p>

后期发展战略	<p>运行后期，平台发展已步入正轨，开始稳健发展。此时，平台将不断完善各项服务，做到尽善尽美。例如开展更加多元化、多视角的培训课程；汲取最新最优的康复质量方法及咨询不断进行自我更新；全面完善 APP，尽力做到“零误差”等。</p> <p>还会根据自身发展扩大公益项目，扩充自身，将创业性的公益事业发展到中国精神病流浪者关注度发展相对薄弱的各地，让更多的患者及其家庭受益，促进整个救助行业的良性发展</p>
--------	--

五、市场营销与商业模式

（一）市场营销

（1）营销目的

作为互联网产品，我们想要的营销效果就是流量和转化率，因此，我们在流量上的营销手段就是：

自建流量入口（自媒体）：如微博上的官方账号，微信上的官方公众号等；

购买流量入口（付费媒体）：如流量网站推荐等；

扶植流量入口（口碑媒体）：如分享有礼，或有感分享等；在获取流量的同时，使用创意营销的手段使用户记住、爱上、分享我们的产品；利用促销手段，如建立收费会员制度等，吸引访客和用户付款，将流量转化成利润。

（2）营销策略

我们会利用移动互联网的特点，搭配营销心理的手段，实行互联网营销的策略：消弭心理距离（社群化、场景化）

社群化：针对不同的群体，我们致力于将其发展成各个群体都适用的网站，例如针对学生用户，我们将会利用眼球经济的手段，如虚拟情景游戏，漫画等吸引他们关注我们；针对想深入了解精神病患的群体，则利用精神病患纪录片汇总，为不同群体实行不同的推荐。

场景化：我们可以根据用户在产品经常使用的功能，如漫画，纪录片等功能的同时，可以适时推荐如将举办的活动场地和相关研究等，帮助用户更深入了解。

（3）具体手段

一是针对目标用户的特点，通过分众广告精确投放到写字楼等地区快速积累用户，实现线上线下流量的有机结合；二是利用我们商业模式的优势尽可能宣传我们的线上漫画以及纪录片，打响知名度并向市场证明我们的产品；三是通过之前在线上网站中积累下来的素材，购买线上 KOL 营造话题，进一步扩大我们的知名度。

（二）运营方式

1.商业模式

与关注其他疾病的公益项目相比，我国的精神疾病情况没有得到足够的重视，有关研究与公益项目建设明显滞后。传统公益类网站的价值在于提供了大众科普的平台与举办线下活动提高社会影响，依靠网站点击率和广告服务而盈利。而此网站为用户、社会创造了更为实际的价值。一是为病患家属提供了寻回亲人的求助平台，将精神病患者不会被放弃的观念散播到社会中，以求缓解家属与患者的病耻感，在面对精神病患者的时候能以更积极轻松的状态为他们提供真正的关怀；另一方面，医院与救助站也能借此平台将患者送回，解决大量滞留病患带来的财政负担、人力不足等问题。

2.用户增长方式与空间

（1）用户增长方式

用户增长方式主要依靠用户之间的传播裂变：进入并使用我们网站的人将会成为第一批用户；当这批用户通过分享活动或交流等其他手段引导其他用户进入我们的网站或支持转发我们网站的公众推文等，以此扩大影响力获得第二批用户，并依此循环。

(2) 增长空间

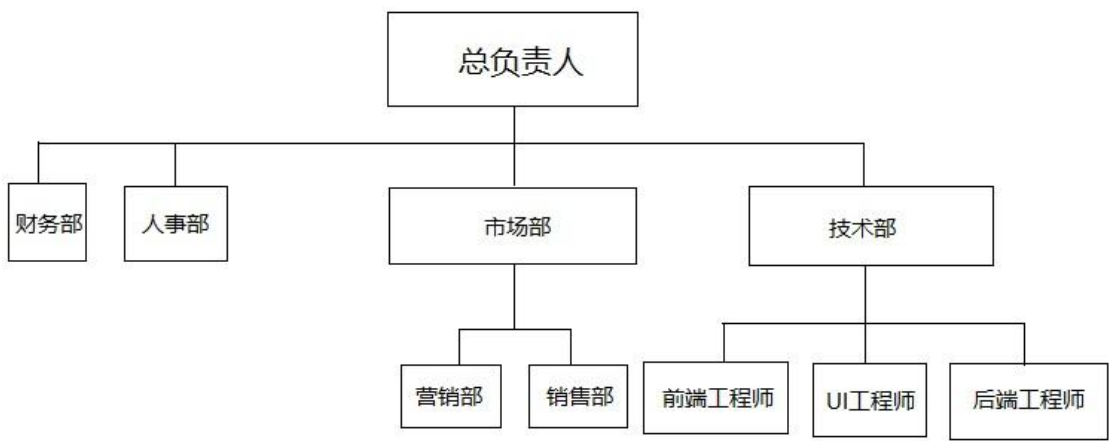
我们在支持用户注册的同时，也支持第三方平台账号的登入：如 QQ，微信等，允许第三方账号用户接入，可以更高速获取用户。目前我国每年举办的公益活动数量逐渐增加，并且政府对于精神疾病的重视度也逐渐上升，相关领域的增长空间预期非常乐观。

(3) 合作

我们会积极参与公益组织合作，高质量公益活动会吸引我们的目标用户，并且目标用户拥有分裂效应，也是我们的盈利来源。

六、管理体系

（一）组织初步架构



组织架构图

（二）职位职责

总负责人：统筹管理各部门组别的工作，根据网站运行状况合理召开会议、进行协调，及时发现团队各方面运行的的问题并作出改进。

财务部：对团队的各方面开销进行整理，负责资金的筹集、使用和分配，保证资金链的完整性；同时负责日常会计工作与税收管理，保证政府部门与银行的正常对接，并规划下一年度的财务工作。

人事部：制定人事管理制度，向总负责人提出合理化建议，负责人力资源的分配和协调，员工绩效考核和审查，以及员工工资的计算工作。

市场部：主要分为运营和营销两部分。负责对网站运营方向和具体工作进行控制。

技术部：主要分为前端、后端和 UI 设计三个部分。各个板块的工程师分别负责

对应的工作，共同商讨开发相关内容。

运营部：针对市场情况的变化，分析市场数据，及时发现运营中存在的问题，调整运营方式。

营销部：通过整理用户反馈，及时调整营销策略，保证营销效果。

前端工程师：利用各种 web 技术进行客户端产品、JavaScript 和 Flash 模块的开发，同时结合后台开发技术模拟整体效果，致力于用技术改善客户的体验。

后端工程师：负责数据提供和处理，开发后端程序

UI 设计师：对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计。

（三）团队建设

本项目的团队共有 2 名成员，包括来自国际商学院金融工程专业、财务管理的学生。本项目团队在人员构成上具有较强的稳定性和凝聚力。在长期的合作过程中，团队成员不断磨合，建立良好的团队合作、互帮互助的氛围，不断培养良好沟通能力与团队合作精神。

团队成员具有丰富的活动举办和实践工作经验，具有相关项目经验，能够很好的划分任务，完成任务。团队成员分别负责根据文献及问卷结果制定流浪精神病人症状认知普及计划，对国内流浪精神病患者现状的分析以及发展趋势研究，分析流浪精神病患者需要的支持，以及对项目进行市场调查及分析、发掘潜在用户、建立项目的商业模式模型。

本团队具有强烈的责任心和使命感，对创新及公益有极大兴趣，是锐意创新、勇于实践的一个年轻团队。项目成员有较丰富的项目经历，同时所有成员学业成绩位居班级前茅，专业知识扎实；项目成员来自学校不同部门，任职学校部长、社长等，曾多次举办或参加面向全校的实践活动比赛，均拥有丰富的活动组织经历及经验；全体成员在不同方面各有建树，有突出的自学能力、创新能力与实践能力。项目成员拥有项目实施过程中需要的全部素质和经验，各有特色，各司其职，能够很好地完成各自工作并相互帮助，共同推动整个项目的顺利进行。

七、财务计划

（一）筹资来源

目前处于天使轮融资阶段，计划融资 200 万元，出让 10%的股份。预计未来一年项目将花费 1767548 元。规划资金主要用于产品运营维护、宣传推广等方面。为保证项目的顺利开展，我们合理规划了资金的用途。

（二）成本规划

（1）员工工资

具体流出如下表所示：

开发人员		数量	预计工资（元/月）	合计工资（元/月）
产品经理		1	2000	2000
前 端 开 发 人 员	网 站 工 程 师	2	4000	22000
	IOS 工程师	2	5000	
	Web 前 台 系统	1	2000	
	Web 后 台 系统	1	2000	
后端开发人员		1	2000	2000
UI 设 计 师	平 面 设 计 师	1	2000	4000
	交 互 设 计 师	1	2000	
测试工程师		1	2000	2000

预计开发周期为 3 个月（每周 5 个工作日）

（2）宣传推广

表 8 宣传推广

渠道	具体方式	预计费用（元）
线上	微博推广	75000
	微信推广	340000

	其他推广	100000
线下	传单/海报	3000
	摊位宣传	10000
	线下活动	20000
合作商	社区	350000
估算宣传推广费用为		898000 元

费用说明：

微博大 V 推广费用大约 1500/条，具体根据粉丝数量的不同而定价不同。微博人数众多，适当利用大 V 进行宣传推广，使产品迅速出现在公众视线，建立用户庞大群体。

微信推广结合新媒体特点增加用户数量,红十字会等公益公众号等宣传费用相对较高，每条推送大概需要 800~1500 元，此处暂估为 1000 元/条。另一方面，预计投入 20 万元用于微信朋友圈广告推广该部分可为所有刷朋友圈所看见，效果较好。通过该渠道的大力推广，基本可以使得目标用户群体注意到我们的产品。

通过与社区举办方合作宣传，则能实现“精准投放”，将我们的网站直接呈现给我们的目标客户群，能有效地增加用户人数的同时，提高我们网站的知名度。

（3）运营费用

表 9 运营费用

	具体内容	数量	预计费用（元/月）	预计费用（元/年）
职工薪酬	营销人员	2	5000	120000
	网站工程师	2	6000	144000
	IOS 工程师	2	6000	144000
	财会人员	1	3000	36000
	运营总监	1	4000	48000
管理费用	总负责人	1	6500	78000
	办公费		2000	24000
	差旅费		5000	60000
	服务器租用	1		16874

（4）后期维护

表 10 后期维护

	具体内容	预计费用（元/月）	总计费用（元/年）
后期维护	优化更新	5000	72000
	维护	1000	

（三）预期收入

收入来源：平台广告费、增值服务费。

产品有形价值主要由平台广告费用、增值服务费两大部分组成，由于产品主要针对抑郁症的信息整合，收入来自于社会或者政府支持，平台广告费与增值服务费。当然这只是产品的有形价值，相比而言，产品的无形价值部分高于有形价值，因为我们的产品致力于有效率地满足用户的需求。

根据企业前 12 个月的经营状况预测，对企业的现金流量做了如下分析：

（1）预估现金流量

表 11 预估现金流量表

项目	本期金额
一、经营活动产生的现金流量：	210,000.00
销售商品、提供劳务收到的现金	210,000.00
其中：	
社会或者政府支持	30,000.00
平台广告费	150,000.00
增值服务费	30,000.00
经营活动现金流入小计	210,000.00
购买商品、接受劳务支付的现金	1,106,874.00
其中： 宣传推广费	898,000.00
管理费用	208,874.00
支付给职工以及为职工支付的现金	588,674.00
支付的各项税费	6,300.00
支付其他与经营活动有关的现金	
经营活动现金流出小计	1,701,848.00
经营活动产生的现金流量净额	-1,491,848.00
二、投资活动产生的现金流量：	-
投资活动现金流入小计	-
投资活动现金流出小计	-
投资活动产生的现金流量净额	-
三、筹资活动产生的现金流量：	-
吸收投资收到的现金	2,000,000.00

子公司吸收少数股东投资收到的现金	
收到其他与筹资活动有关的现金	20,000.00
筹资活动现金流入小计	2,020,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	2,020,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-
五、现金及现金等价物净增加额	
加：期初现金及现金等价物余额	528,152.00
六、期末现金及现金等价物余额	528,152.00

(2) 预估损益

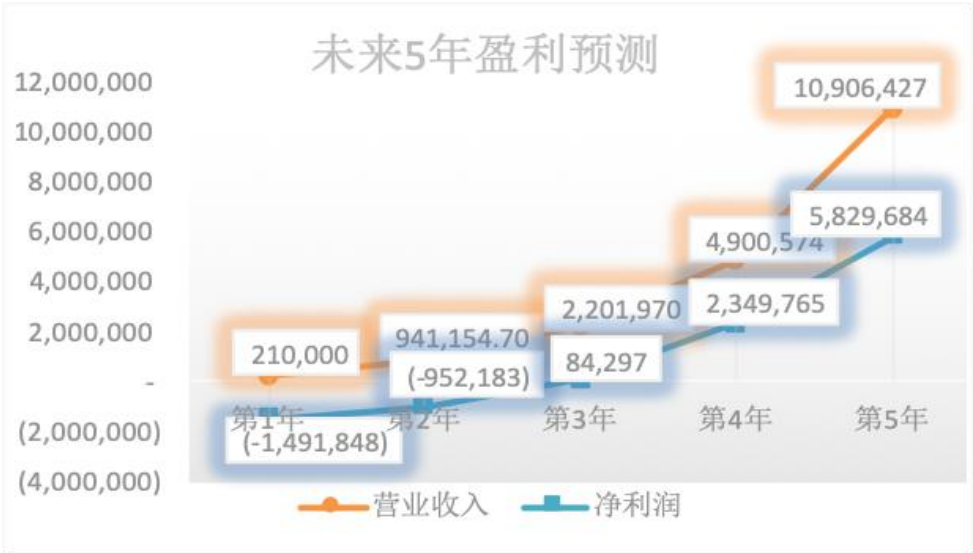
表 12 预估损益表

项目	本期金额
一、营业总收入	210,000.00
其中：营业收入	210,000.00
二、营业总成本	1,701,848.00
其中：营业成本	588,674.00
税金及附加	6,300.00
销售费用	898,000.00
管理费用	208,874.00
财务费用	-
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	-1,491,848.00
加：营业外收入	-
减：营业外支出	-

四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	-1,491,848.00
减：所得税费用	-
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	-1,491,848.00
六、其他综合收益	-
七、综合收益总额	-1,491,848.00

（3）未来 5 年盈利预测

表 13 未来 5 年盈利预测



初期活动场次月增长率 50%，预计覆盖 10 万以上用户，最初半年小步快跑，为后续大范围推广积累经验，拒绝无意义烧钱。

（4）项目价值估算

根据未来经营活动现金流量折现，估算企业价值：

表 公司价值估算

单位：元

	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
现金净流量	-1491848	-952183	84297	2349765	5829684
折现率	0.8173	0.6679	0.5459	0.4461	0.3646

折现值	-1219238	-635987	46016	1048288	2125521
-----	----------	---------	-------	---------	---------

(四) 融资方案

融资类型	股权融资
融资计划	200万元，出让10%股份
发行对象	天使投资人
认购方式	可分成10份，20万元/份
投资收益	浮动收益：企业经营利润分红
分红周期	年度
资金用途	系统升级、销售推广

投资锁定周期：3 年；

投资续存周期：5 年

八、风险控制

（一）拓展市场与宣传相结合，避免宣传不佳导致的发展问题。

由于精神疾病在近些年来才逐渐被人们关注起来，而且关注人群主要集中在 80 后、90 后，所以前期的用户可能会较少。我们可以通过线上与相关公益组织、政府组织合作宣传、在各大搜索引擎进行网站宣传、并线下与一些公益组织、教育组织进行宣传合作，扩大宣传范围，吸引人们关注并认识精神疾病，扩大社会影响力。

（二）调整网站建设重心，增加用户针对性。

由于缺少专业人员的指导且网站初期缺少足够的用户数据进行分析，可能会存在对于用户的针对性不强、不能专业全面帮助用户等问题，团队可以聘请一些专业的用户分析师与互联网运营进行指导，帮助网站提高针对性、强化功能性。

（三）利用互联网运营方式，适应社会市场的发展。

网站不同于传统社会服务业，其发展需要结合现代信息技术，针对精神疾病问题做适当的普及，我们不仅是一个为用户提供寻回渠道的功能性平台同时也是一个帮助社会正确认识精神疾病的服务性网站。在经营过程中可能会存在服务流程受阻、合作遭拒、社会意愿不强、财务赤字等问题。针对这些问题，我们会不定期地发布相关问卷，积极地收集用户反馈，并根据收集的信息进行功能性与服务性上的改进。

（四）及时了解市场变化，降低市场变化带来的风险。

除了市场对这方面的关注度缺陷外，我们面临的主要市场风险是相同类型的网站竞争。目前针对精神疾病的网站并不多，但我们也应不断地发展自身，未雨绸缪。及时了解更多精神疾病领域的最新消息，关注科学研究及治疗方法，并结合社会情况不断完善和扩展网站的服务内容。

（五）关注财政方面，及时调整经营策略。

我国目前的借贷机制较为僵化，利率体系不够完善，利率的浮动幅度不稳定，贷款较困难，可能出现网站陷入财政危机的情况；同时我国的一些规章制度也在随着社会的发展不断变化，需要一套适应政策变化的机制加以应对。针对财政问题，我们可以寻求社会以及政府的力量的帮助进行融资或贷款，并根据政策调整变化我们的经营策略。