# 项目概述

## 公司简介

**【公司名称】**博青科技有限公司

**【营业范围】**一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；网络技术服务；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；软件开发；专业设计服务；社会经济咨询服务；市场营销策划；品牌管理；广告设计、代理；会议及展览服务；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。

**【公司简介】**致力于以互联网技术推动乡村文旅、社会文博事业发展的创新型、平台型企业。是一家链接政府、企业和社会组织资源的专业平台支持型企业。

公司提供大学生党建实践信息化系统、智慧乡村与文博实践云平台（乡村文博）、智慧乡村产业发展派单平台（村民接单）、企业文化共享服务平台、博物馆志愿实践及培训系统。

## 项目背景

### 政策背景：“口袋富”带动“脑袋富”

共同富裕是社会主义的本质要求，是中国式现代化的重要特征，也是中国人民长久以来的共同期盼。共同富裕是全体人民的富裕，是人民群众物质生活和精神生活都富裕。当前，我国已进入新发展阶段，新阶段指向新目标，新目标引领新征程。要实现到2035年“全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展”的目标，必须坚持物质富裕和精神富裕相统一。

浙江省委书记袁家军日前在省委文化工作会议上表示，我们要打造思想理论高地，展现“红色根脉”守护传承、思想力量充分彰显的新气象；要打造精神力量高地，展现人文精神标识鲜明、人民精神昂扬奋进的新气象；要打造文明和谐高地，展现崇尚美美与共、自信开放包容的新气象；要打造文艺精品高地，展现文艺高峰涌现、创造活力充沛的新气象；要打造文化创新高地，展现文化引领驱动、形神融合兼备的新气象。在“口袋富起来”的同时，实现“脑袋富起来”。

### 政策背景：基本建成世界博物馆强国

2021年5月24日，中央宣传部、国家发展改革委、教育部、科技部 、民政部、 财政部 、人力资源社会保障部、文化和旅游部 、国家文物局联合发布《关于推进博物馆改革发展的指导意见》。

以“坚持正确方向、坚持改革创新、坚持统筹协调、坚持开放共享”为基本原则，以“基本建成世界博物馆强国”为总体目标。到2025年，形成布局合理、结构优化、特色鲜明、体制完善、功能完备的博物馆事业发展格局，博物馆发展质量显著提升，在弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化，构建公共文化服务体系、服务人民美好生活，推动经济社会发展、促进人类文明交流互鉴中的作用更加彰显。到2035年，中国特色博物馆制度更加成熟定型，博物馆社会功能更加完善，基本建成世界博物馆强国，为全球博物馆发展贡献中国智慧、中国方案。

让文物走进生活，文旅商共建博物馆落地杭州。2022年2月26日，“国丝·时装博物馆”在杭州地标性建筑杭州大厦开馆，并将在其中举办长期的特展。这也是中国国有博物馆首次走进城市中心的商业空间。

### 政策背景：全面推进乡村振兴重点工作

《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》于2022年1月4日正式发布。

《意见》指出，做好2022年“三农”工作，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，深入贯彻中央经济工作会议精神，坚持稳中求进工作总基调，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展，促进共同富裕，坚持和加强党对“三农”工作的全面领导，牢牢守住保障国家粮食安全和不发生规模性返贫两条底线，突出年度性任务、针对性举措、实效性导向，充分发挥农村基层党组织领导作用，扎实有序做好乡村发展、乡村建设、乡村治理重点工作，推动乡村振兴取得新进展、农业农村现代化迈出新步伐。

《意见》要求，全力抓好粮食生产和重要农产品供给；强化现代农业基础支撑；坚决守住不发生规模性返贫底线；聚焦产业促进乡村发展；扎实稳妥推进乡村建设；突出实效改进乡村治理；加大政策保障和体制机制创新力度，扩大乡村振兴投入，强化乡村振兴金融服务，加强乡村振兴人才队伍建设，抓好农村改革重点任务落实。坚持和加强党对“三农”工作的全面领导，要压实全面推进乡村振兴责任，建强党的农村工作机构，抓点带面推进乡村振兴全面展开。

### 消费者：文旅需求旺盛，存在信息壁垒

2020年，全国博物馆举办2.9万多个展览，接待观众5.4亿人次，其中未成年人观众1.3亿人次；2019年上半年全国乡村旅游总人次达15.1亿次，同比增加10.2%。可见近年来，消费者对博物馆与乡村文旅产品需求逐渐旺盛。然而，承接这些信息的平台通常较为隐蔽，并且各种旅游信息混杂，有关博物馆与乡村文旅产品的信息较为分散，消费者通常要花费大量的时间和金钱成本进行出行预约、攻略等准备。

### 大学生：社会实践连续性差，形式单一

大学生进行暑期志愿实践过程中面临的最大问题就是暑期实践的连续性差。通常各种志愿活动的时间都很短，并且活动地点距离遥远，未形成集群；而且志愿活动的内容通常局限于疫情防控、献血服务等等。

### 目的地：缺乏高素质人才，人力成本高

博物馆的现有职员和乡村农民的数量不足以迎接大量的消费者，需要数量更多、质量更高的人力资源更好地为博物馆与乡村文旅产业服务。

## 项目简介

项目将大学生党建实践信息化系统、智慧乡村文博实践云平台、智慧乡村产业发展派单平台、企业文化共享服务平台多种平台结合起来，为博物馆与乡村、大学生、消费者三种群体服务，最终产品为一款平台式APP。

## （四）可行性分析

### 1.产品可行性

**【技术可行性】**在技术方面，项目需要设计一款平台式APP，完成博物馆与乡村、大学生、消费者三方的连接，提供三方共同平台服务，该APP将由本项目技术人员完成。

**【组织可行性】**在组织架构方面，项目拥有专业的管理人员、财务人员、技术人员，从各方位全面支持平台持续运行。

**【时间可行性】**在产品落地所需时间方面，APP设计需要约6个月的时间，同时需要集中各种信息资源，所需时间约12。

### 效益可行性

①与企业博物馆和乡村政府合作 收取固定/提成广告费用和服务费用

②与大学合作 收取服务费用

③向消费者收取服务费用（手续费用）

## （五）创新点分析

### 1.市场痛点

①解决博物馆、乡村文旅人力资源有限的痛点

②解决大学生暑期实践连续性差的痛点

③解决博物馆、乡村文旅景点信息分散的痛点

### 产品优势

①一体化

APP结合大学生党建实践信息化系统、智慧乡村文博实践云平台、智慧乡村产业发展派单平台、企业文化共享服务平台为一体，是文旅资源方、人力资源方、消费者方可以共同使用的平台。

②信息化

APP通过使用地图工具、定位工具、资源库工具实现平台上的信息化，能够使消费者迅速找到目标地点的相关信息，以及距离自己一定范围内的资源信息。

### 3.项目竞争力

①市场需求

②成本

③社会效益

# 市场分析

## （一）产品市场行业分析（PEST分析）

## （二）产品现状分析

## （三）问卷调查反馈分析（市场规模、人数分析、客群动机分析、有效用户数量分析、客户吸引度满意度调查）

# APP介绍

## 设计内涵及意义

APP在当下社会陆续成为了互联网背景下一种全新的传播渠道，智慧旅游O2O类APP通过手机这种移动终端的使用率，将线下文博资源整合归类进行信息化处理，从线下搬到线上，线上发布目的地开放日信息，游客下单计划出行游览，大学生化身“领队”进行社会实践，目的地化身“滴滴司机”提供交通、住宿等服务。联动村民-企业-游客-学生四方主体，打破信息壁垒，盘活社会闲置文化资源，让大众走进文化厅堂感受文化的魅力，在“口袋富起来”的同时实现“脑袋富起来”。

推动文旅融合是大势所趋。文旅融合的大力推动，有助于让广大人民群众更好领略优秀传统文化，更加坚定文化自信，形成更强大的国家认同。文旅融合为文化引入庞大的消费市场，为旅游注入文化的磅礴力量。“博青”APP的开发设计，在将线下文博资源信息化集成处理的过程中，利用新媒体的传播设计为传统文博资源的发展拓宽应用渠道，助推文旅融合的发展。数字传播对于盘活闲置文博资源起极大的作用。通过互联网这个时效性高，传播范围广的平台，进行合理有效的传播。与此同时，联动乡村-企业-消费者-大学生四大主体，形成良好的资源循环结构，解决各方痛点问题。

## 设计原则

### 1.满足文旅融合需求

### 2.满足易操作、好上手需求

### 3.丰富娱乐需求

### 4.实现智能人机交互需求

## （三）APP logo设计

Logo图标

设计概念说明

APP/功能图标、配色

## （四）内容设计

APP模块框架展示

【正常版】首页（推荐，关注）-消息-商域-博青秀-我的

【大学生】首页（推荐，关注）-消息-签到-博青秀-我的

【商家】首页（推荐，关注）-博青秀（发作品）-订单-消息-我的

【文字】板块简介

【界面展示】

### 1.首页功能介绍

### 2.消息板块功能介绍

### 3.博青秀板块功能介绍

### 4.商域板块功能介绍

### 5.签到板块功能介绍

### 6.订单板块功能介绍

### 7.我的功能介绍

## （五）用户端展示

登录过程（选择不同身份）

学生端（需要身份码和审核）

商家端（需要身份码和审核）

游客端（正常登陆，无限制，实名认证，一ID一账号）

## 视觉识别设计

（周边产品：帽子、T恤、帆布袋、杯子、工牌、明信片）

# 核心竞争力

## 产品优势

**【整合人力资源】**

目前，乡村文旅人力资源存在以下几个问题：缺少高层次高学人才、从业人员年龄偏大、从业人员待遇不高，流动性差以及从业人员缺乏培训等问题。“博青”app通过构建智慧乡村文博实践云平台（乡村文博）、智慧乡村产业发展派单平台（村民接单）、博物馆志愿实践及培训系统，将大学生这一优秀人力资本引入乡村文旅和博物馆产业中，并行培训。在深刻了解乡村文旅和博物馆历史的同时，借助平台，获得社会实践经历。

**【福利大学生群体】**

“博青”app只面向在校大学生，实施严格的审核机制，严格保护大学生的隐私信息等。针对大学生灵活的自主学习时间，以及短期性实践的特征，我们控制以及倾向发布短时间活动实践内容。

**【社群服务】**

目前大学生可以交流相识的场合较少，课堂、社团、学生 会等都带有一定局限性，而“博青”平台提供了一个畅通无阻的交流渠道，类似“朋友圈”的社区功能带来亲切、 温暖的氛围。由于采用的是实名制，且范围是单一大学，欺诈性信息可以得到控制，即便受骗也能做到有迹可查。大学生可以在社区中记录自己的生活，同学们可以互相认识拓展人脉，通过他人分享工作、学习、生活等的感悟，自己对于下一次实践能够有更加明确的方向。

**【三方合作共赢】**

合理利用平台进行暑期实践，提高学生社会责任、进行文化自信教育、专业衔接教育。大学生的暑假实践大多是短期性活动，学生体验性较强且以个人发展为主要目的参与暑期实践，在暑期实践的体验过程中服务社会、回馈社会，担起建设美好社会的责任，真正实现综合素质教育。在实践中提高学生社会责任，对其进行文化自信教育以及专业衔接教育。

“博青”app将对入驻企业进行严格审核，滚动发布信息，为企业文化宣传活动寻找合适的导览人，与此同时帮助社会进一步了解企业文化。目前大学生可以交流相识的场合较少，课堂、社团、学生 会等都带有一定局限性，而“博青”平台提供了一个畅通无阻的交流渠道，类似“朋友圈”的社区功能带来亲切、 温暖的氛围。由于采用的是实名制，欺诈性信息可以得到控制，即便受骗也能做到有迹可查。大学生可以在社区中记录自己的生活，同学们可以互相认识拓展人脉，通过他人分享工作、学习、生活等的感悟，自己对于下一次实践能够有更加明确的方向。

**【重点聚焦】**

“博青”app只发布乡村文旅和文博的活动，以及入驻企业的文化宣传活动。涉及活动具有针对性。

## 市场优势

**【填补大学生时间空白】**

大学生的暑假实践大多是短期性活动，学生体验性较强且以个人发展为主要目的参与暑期实践，在暑期实践的体验过程中服务社会、回馈社会，担起建设美好社会的责任，真正实现综合素质教育。在实践中提高学生社会责任，对其进行文化自信教育以及专业衔接教育。

从市场层面上看，目前大学生寻找兼职以及暑期实践的平台包括：“58同城”同类app、企业公众号、QQ等咨询群、义工岗位软件“志愿汇”。但在实践后，我们发现以上平台岗位的发布渠道都存在小的缺陷，且客户群体大都是社会人士，不能保障大学生的权益。而“博青”app建立的大学生暑期实践平台可以弥补市场和法律的空白，满足大学生的暑期需求。

**【推进乡村旅游全产业链的发展，填补下游空缺】**

在“十四五”规划下，文化和旅游部不断推进乡村旅游全产业链的发展，而在过去的5年内，中国休闲农业和乡村旅游中游产业（农家乐(家庭旅馆)、观光采摘园、高科技示范园区、生态农业园、市民农园、休闲度假农庄及民俗文化村）迎来快速发展，然而下游行业（旅行社、旅游网络公司、周边旅游景区、城市酒店、文化传媒公司等）增速较慢。app作为下游产品，市场竞争较小，且存在广阔发展潜力。

**【紧抓文博产业商业化机会】**

目前政策放开对博物馆商业化的限制，持续刺激和支持文博产业化发展；博物馆运营资金不足，进一步加速博物馆自驱性的发展博物馆商业化；博物馆产业也加强数字化发展，缩减与用户距离，通过市场及时反馈，指导商业化发展；近年我国国民收入提高，提升了居民文化消费能力，促进文博产业发展。

**【乡村振兴与精神富裕并行】**

党的十九大报告提出乡村振兴战略，目标是实现“产业振兴，生态宜居，乡风文明，治理有效，生活富裕”。精神和物质从来都不是对立的，而是相辅相成、缺一不可。在推进乡村振兴的关键时期，深入探究精神富裕，对于农民个体、农村集体、基层组织而言，都有着重要的理论价值和现实意义。推动精神富裕是凝心聚魂的文化工程。一方水土孕育一方文化，造就一方风土人情。中国人重乡情、重故土，“老乡”是中国人沟通感情、拉近距离最亲切的称呼。中国乡村历来重视文化建设，建祠堂、办义学、看社戏，物质财富与精神财富的交融，形成各地独具特色的地域文化。

乡村是传统文化的载体，每个中国人都有着挥之不去的“乡愁”情结。一是留存记忆。小桥流水、古树老屋，这些乡村记忆在村庄规划、村庄建设时应当充分考虑，有价值的应加以保护修缮。皮影剪纸、花鼓田歌等非物质文化遗产应通过多种技术手段加以传承。二是厚植土壤。编写村志、设立村庄博物馆，组织“赛龙舟”等传统民俗活动，建设农村文化阵地，培育乡土文化人才，壮大乡村文化队伍。三是活化创新。文化和产业结合是传统文化得以永续发展、创造性转化的最好方式。浦东川沙镇连民村村民深挖农耕文化的现代价值，构筑现代乡村文化，以自然资源入股，打造玫瑰花田，引入连锁民宿品牌，每一栋楼都采用特色主题，如烘焙、陶艺、稻香等，让游客在其间享受咖啡拉花、制作陶器、学习草编等乐趣，山水田林湖因文化因子而光华四溢。

“博青”App以文化振兴为先导，以乡村旅游为抓手，把精神扶贫与精准脱贫结合起能，把“富脑袋”与“富口袋”结合起来，把红色文化与乡村旅游结合起来，焕发了群众脱贫致富的生机活力，提升了农村精神文明程度，提高村民幸福指数满意度。

## 团队优势

**多元化：**团队5人来自4个专业、2个年级。团队人员拥有电子商务，管理学，会计学，编程设计，视觉营销技术、网络营销、计算机技术等专业知识。在项目初期，团队具备高度的热情和强烈的团队合作精神，为项目提供了动力和帮助。团队利用校园资源，进行初期的推广和实施，并进一步了解了学生暑期实践的问题以及大学生实践意愿。

**成熟性：**团队成员在校成绩优异，多次获得学业奖学金，拥有大赛参赛经验。团队成员的组织领导能力突出，有现任班级班长、班级生活委员、学院学会会主席。在项目实践中，团队交流顺畅。

**创新性：**团队成员多面发展，团队成员c在课余时间自主创建手帐产品、团队成员b自主运营公众号、团队成员a主动学习心理学知识。这使团队在头脑风暴时，迸发出更多奇思妙想。

# 盈利模式

“博青”项目致力于服务大学生社会实践的综合服务平台，目的在于让在校大学生人群更快找到、更易学到所需所适的实践活动，实现经济、高效、精准、专业的实践指导。“博青”项目致力于为乡村政府、企业博物馆、社会博物馆提供专业平台，帮助其找寻便捷、有效的人力资源。项目在乡村振兴背景下，追求共同富裕，以精神共富为主线，设计了“产品+服务”的盈利模式，前期以产品作为主要盈利点，中后期以服务为主增强客户粘度。

## 网络广告

“博青”是一个从解决用户需求和社会资源闲置问题所产生的产品，精准掌握了 用户“如何获得人才”“如何找寻实践活动”的情况。我们基本可以实现瞄准用户的痛点推荐广告。广告商合作条件：①盈利性旅游类产品，如：飞猪、携程等；②人才招聘平台，例：58同城、boss直聘等。

## 社群运营

目前大学生可以交流相识的场合较少，课堂、社团、学生 会等都带有一定局限性，而“博青”平台提供了一个畅通无阻的交流渠道，类似“朋友圈”的社区功能带来亲切、 温暖的氛围。由于采用的是实名制，且范围是单一大学，欺诈性信息可以得到控制，即便受骗也能做到有迹可查。大学生可以在社区中记录自己的生活，同学们可以互相认识拓展人脉，通过他人分享工作、学习、生活等的感悟，自己对于下一次实践能够有更加明确的方向。

## 村企赞助

## 网络广告

## （五） 付费入驻

近年来，城市企业文化建设进行的如火如荼，而随着企业的发展，未来企业的核心是融合、联接、整合。基于这种企业核心的变化，企业展馆的展示形式也越来越多样化，更加关注互动性、科技型。

目前，大众对企业展馆对认知较少且信息发布平台较少，而展馆导览工作人员较少。企业入驻“博青”平台后，通过发布企业展览信息，进一步宣传企业文化与产品服务。借助平台，找寻专业导览人员，为企业减少相关人力成本。

# 财务预测与分析

## （一）财务假设

## （二）税率

## （三）利润分配方案

## （四） 营业收入成本分析

## （五） 主要财务报表

## （六） 营业收入预测

## （七）营业成本预算

# 融资计划与风险预测

## （一）公司股本结构

## （二）资金使用计划

## （三）风险预测

## （四）风险应对

# 发展战略

## （一）未来半年规划

## （二）未来两年规划

## （三） 最终愿景

附录