

舒心之旅——你的情绪发泄地

目录

摘要.....	2
一、项目概要.....	2
1.1 项目背景.....	2
1.2 项目简介.....	2
1.3 项目优势.....	3
1.4 项目意义.....	3
二、公司简介.....	3
2.1 公司 Logo 及设计理念.....	3
2.2 公司组织结构及团队成员.....	4
2.3 公司文化.....	5
2.4 公司制度.....	5
三、市场分析.....	6
3.1 经济环境.....	6
3.2 技术环境.....	6
3.3 心理变量.....	6
3.4 市场分析.....	6
3.5 内外部环境分析.....	6
四、产品服务.....	7
4.1 产品服务介绍.....	7
4.2 产品服务理念.....	8
4.3 产品服务过程.....	8
4.4 产品服务优点.....	8
五、运营计划.....	9
5.1 人员招聘和培训.....	9
5.2 小程序研发过程.....	9
5.3 运营目标.....	9
5.4 运营效果.....	
六、营销策略.....	
6.1 营销方式.....	
6.1.1 品牌策略.....	
6.1.2 价格策略.....	
6.1.3 经营策略.....	
6.1.4 广告策略.....	
6.1.5 会员积分制策略.....	
6.1.6 个性化策略.....	
6.2 营销目标.....	
七、投资与财务分析.....	
7.1 股本结构.....	

7.2 资金的来源与应用.....	
7.3 主营业务收入分析.....	
7.4 财务预算.....	
八、可行性分析.....	
8.1 经济可行性.....	
8.2 技术可行性.....	
8.3 管理可行性.....	
8.4 市场可行性.....	
九、风险及对策.....	
9.1 市场风险及对策	
9.2 财务风险及对策	
9.3 管理风险及对策	
9.4 技术风险及对策	
9.5. 资金退出风险及对策.....	
9.6 成本控制风险及对策.....	
十、退出方式.....	
10.1 并购退出.....	
10.2 公开上市（即 IPO）	
10.3 股权转让.....	
10.4 破产清算.....	
附录.....	
情绪发泄室市场调查问卷及问卷分析.....	
情绪发泄个人安全承诺书.....	

摘要

在学业、情感、就业、人际关系等多种社会因素的影响下，当代大学生的心理健康现状不容乐观，近年来出现的一些大学生事件也凸显出大学生心理健康问题的严重性，因此本团队从加强大学生心理健康教育、缓解大学生心理压力的角度提出此项目。此项目从“线上舒缓、线下解压”的方向出发，分为线上、线下两种业务类型：线上依托小程序开展匿名宣泄、倾诉聊天、心情音乐、解压游戏等，并可预约线下体验。线下依托学校学工部门，对在校大学生进行相关的心理疏导和减压服务，为大学生心理健康管理做出贡献。此项目致力于为在校大学生提供全面、贴心的解压服务，从而避免因压力过大而导致情绪崩溃，营造轻松、积极向上的校园氛围。

一、项目概要

1.1 项目背景

随着社会的发展，生活节奏不断加快，社会竞争也日益激烈。大学生在学业、情感、就业、人际关系等多种因素的影响下，当代大学生出现了各种各样、不同程度的心理问题；从近些年来出现的关于大学生的事件里也同样凸显出大学生心理问题的严重性。从多方考虑，团队提出此项目，为当代大学生提供一种合理合法的渠道，将这些非理性的情绪表达出来，度过一个开心、充实的大学生活。

1.2 项目简介

本项目从“线上舒缓、线下解压”的方向出发，分为线上、线下两种业务类型：线上业务依托小程序展开，设置匿名宣泄、倾诉聊天、心情音乐、解压游戏等等，并可在小程序上预约线下情绪发泄室的体验；线下业务是在保证发泄者自身安全的情况下，提供场地让顾客进行自由发泄，发泄项目多样，如：砸墙、涂鸦、哭泣、解压的diy手工制作等；之后团队会不断引进当下流行的解压项目，对发泄项目进行不断的更新，以保持我们的竞争优势。

1.3 项目优势

本项目顺应时代潮流、从关心大学生心理健康的角度出发，提出此项目，为完善高校基础设施建设贡献力量；本项目分为线上、线下两种业务类型，两种业务类型同时运营，并且线上、线下内容丰富有趣，符合大学生的需求，市场前景良好。全国高校众多，大学生群体庞大，市场范围广，且消费能力较强，发展空间大。本团队致力于提供给顾客更好的体验感，更自由的发泄空间、更贴心、周到的解压服务；本项目重点特色是线下的情绪发泄室依托学校学工部门，并有老师对在校大学生进行心理疏导。

1.4 项目意义

使顾客在一个安全与受保护的环境下，通过合理使用发泄设备，把自己内心的矛盾与痛苦情绪进行释放，既减轻了心理上的压力，也避免了自我否定的内心冲突，使顾客恢复到一种较好的状态，以平静、乐观、热情的心态去度过美好的大学生活，最终可以实现目标与理想。

二、公司简介

2.1 公司 Logo 及设计理念



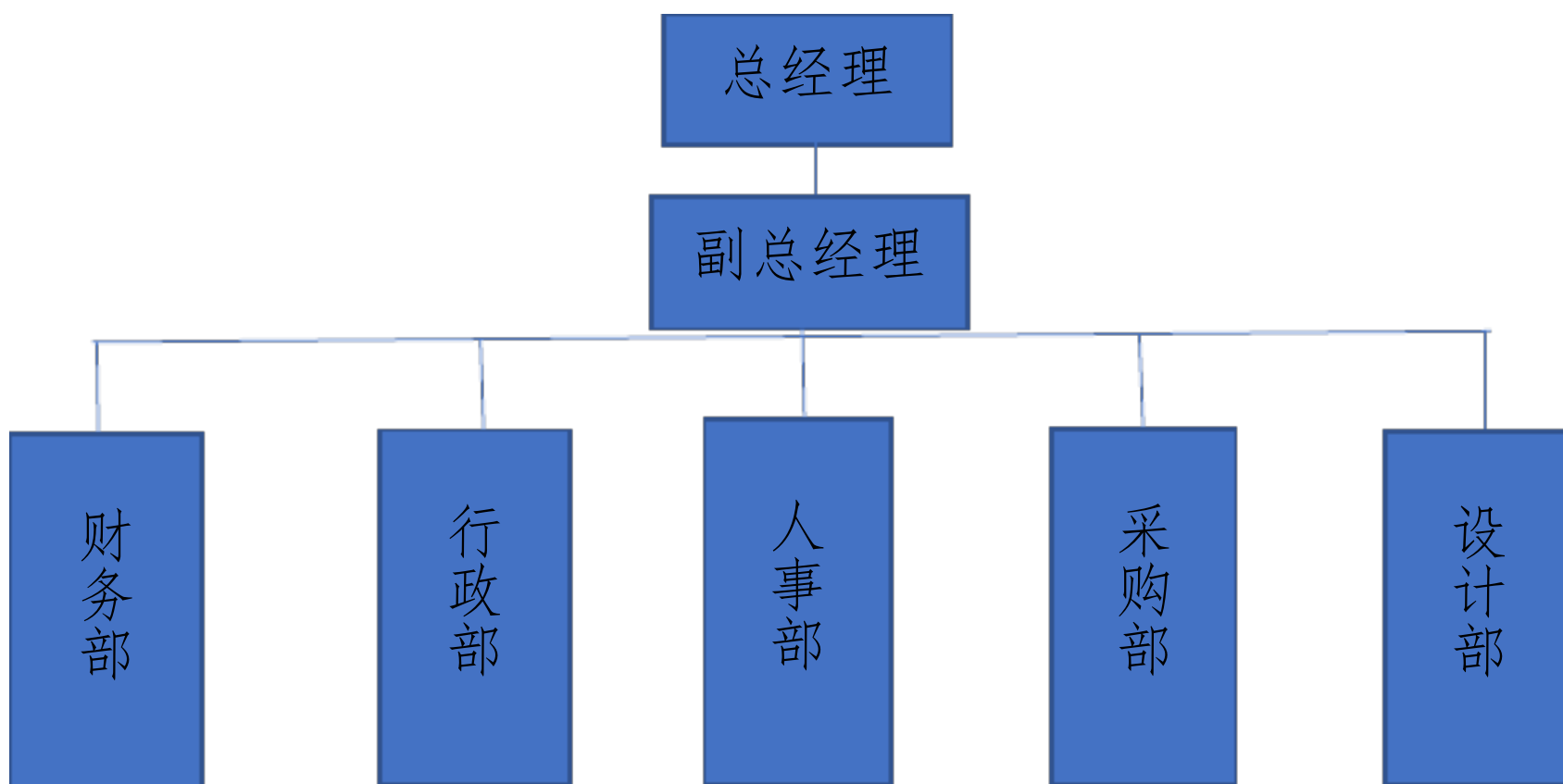
图片的组成元素是：棕色的卡通熊，英文字母 BRANDNAME

象征意义：熊寓意强大和力量，象征着勇气和力量。熊有冬眠春醒的特性，能够随季节而循环变化，成为体现生命与再生女神能量的动物意象。由于坚信熊具有这种自我复生能力，所以古人才视之为神力的化身，即超人能量的体现者。棕色代表着稳定和中立，也是地球母亲的颜色，体现着广泛存在于自然界的真实与和谐；棕色是稳定与保护的顏色，它代表着充满生命

力和感情；棕色是一种可靠、值得信赖的颜色，当颜色由浅棕色逐渐加深时，一种真实的感觉也逐渐演变成了让人信赖，象征着阳刚之气的颜色，也意味着确定和旺盛的生命力。喜欢棕色的人非常热爱生活中最美好的事物，他们富有感情，喜欢美食、美酒和有人陪伴。所以当大家看到棕色的卡通熊，会给人以舒适、放松、愉悦的感觉。

2.2 公司组织结构及团队成员

2.2.1 公司组织结构



2.2.2 团队介绍

团队成员共有 5 人，我们是一支团结向上，勇于创新的团队，在创业过程中我们分工明确、互相学习，对本项目有着深刻的探索和不同的见解。

成员	简介
A	具有创新意识，有一定的领导力和应变能力，善于交流，主要负责对外的交流和宣传，以及领导各部门的工作和财务管理。
B	具有较强的沟通、团结能力，工作积极性强，可以很好的调动团队成员的工作热情，主要负责各部门的运营合作以及与顾客的沟通。

C	具有较强的想象力，风趣幽默，可以很好的调节工作氛围，主要负责研究新的发泄板块，以及线下场所的管理。
D	具有较强的团队合作精神和较高的逻辑分析能力，能够洞察客户需求，主要负责对接客户以及合作事宜和物品采购。
E	具有较强的学习能力、较高的执行力、认真细心，对线上业务有自己的见解，主要负责线上小程序的运营和人事管理。

2.3 公司文化

以人为本，无微不至。本公司的宗旨是为各高校学生提供合适、合理的发泄方式，对有坏情绪以及有心理问题的同学提供心理疏导、解决问题，帮助大学生度过一个开心、充实、愉快的校园生活。本公司是一家处于初创阶段的公司，始终把更好为顾客排解心理压力与坏情绪放在第一位，尽可能的帮助每一位顾客解决烦恼。

团结协作，开阔创新。公司员工进行专业培训，能力出众，公司内部相互协作，具有精诚团结的凝聚力；发泄场所安全有创意，为顾客提供良好的体验感。

2.4 公司制度

为严明纪律，维护工作秩序；为奖惩分明，调动工作积极性，提高工作效率；经过一定的程序严格制定相应的制度。

强化工作流程、明确岗位职责；倡导树立“一盘棋”思想，公司全体团结互助；实行奖惩制度，奖：奖金制度：根据各部门的阶段工作考核情况进行奖励的发放；罚，如有迟到早退，因服务态度不好被顾客投诉等情况公司将会通报批评，情况严重者会有经济处罚；不断学习，提高水平，精通业务；积极进取，勇于开拓，求实创新。

三、市场分析

3.1 经济环境

经济发展迅速，居民可支配收入提高，消费层次与消费结构发生极大的改变，大学生生活水平支持娱乐和日常生活，而且大学生日常兼职，经济来源较广，由此有资金支持大学生情绪发泄的需求。

3.2 技术环境

依托互联网技术革命，催生线上行业不断发展并快速渗透市场，改变居民消费习惯，线上消费成为新的增长点；小程序简单、便捷更加符合当代年轻人的需求。

3.3 心理变量

随着社会经济发展，人们的吃不饱穿不暖的生活压力转变为对美好生活的需求，人们的心理愿意拿时间、金钱去体验一些新鲜事物，去发泄自身的压力，重视自身的健康程度。尤其当代年轻人，更加注重精神与物质的协调发展，对此类情绪发泄室兴趣颇大。

3.4 市场分析

大学生要承受来自各方无形的压力，并且大部分大学生学习的快节奏，根本没有较多的时间用在发泄压力上；而且能够进行情绪发泄的地方较少。全国高校众多，大学生群体庞大，市场广阔。从多方面分析可以预测发泄屋在以后的市场需求还是很乐观的。

3.5 内外部环境分析

S:

- 1 大学生群体大，市场广阔。
- 2 扎根于大学，可以提供缓解压力的力量雄厚。
- 3 各种社团，可以利用社团发展本项目，以实现成功运行。

W:

1 依托学校学工部门，情绪发泄屋发展考虑因素较多。

2 学生有时会受到学校任务影响，可能与情绪发泄室预约发泄时间上有冲突。

O:

1 随着物质生活水平的不断提高，人们对精神生活更加重视，人们更乐意在精神生活上进行投资。

2 市场所拥有的持续性，可以提供更大的商业机会。

T:

1 同行业竞争者较多，竞争压力较大。

2 宣传不到位，知名度较低。

四、产品服务

4.1 产品服务介绍

从缓解大学生的压力的角度出发，发泄室经过多方面的研究设置了一系列的服务项目。服务项目是根据不同需求专门建立的，发泄室在发展中会针对更多需求来提供顾客想要的服务项目，并且会不断的引进新型的解压服务项目。

业务类型	具体产品介绍
线上业务	匿名宣泄
	倾诉聊天
	解压游戏
	解压音乐
线下业务	砸墙
	哭泣
	涂鸦
	解压玩具售卖

	漂流瓶活动
	专业的心理咨询
	专业指导的体育运动
	新型解压小游戏（如流体熊的手工diy）

4.2 产品服务理念

贴心服务，排空郁闷，乐观引导，积极向上。每个人都会有无处发泄的情绪，本项目希望通过提供多样的解压服务，能够有效帮助大学生正确对待并发泄不良情绪。同时希望大学生能在情绪发泄室可以体验一场舒心之旅，也希望通过此项目可以为大学生的心理健康建设贡献一份力量。

4.3 产品服务过程

售前服务	为顾客介绍情绪发泄室的服务项目、计费方式、价格，让顾客对情绪发泄室有初步的了解；同时签订安全承诺书，防范突发的安全风险问题。
售中服务	为顾客提供全面、贴心、热情的服务，及时解决顾客的问题。
售后服务	发泄结束后，做好体验调查，关注顾客情绪，并且根据顾客的反馈及时改进产品服务。

4.4 产品服务优点

1. 情绪发泄室设置在校内，非常便捷，能够节约顾客的时间。
2. 价格适当，在学生能够消费的合理区间。

服务贴心、热情、全面，关心顾客的需求。

五、运营计划

5.1 人员招聘和培训

随着经济的发展，人才竞争成为企业竞争的关键，招聘和培训工作是企业获得高素质人才的主要方式，招聘工作的成功与否决定着生存与发展。短期内快速的完成项目发展初期的员工招聘工作，可与专业招聘和员工培训公司通力合作，也可在校园内进行招聘。

人员培训分为岗前培训和在岗培训。岗前培训：在员工正式工作之前进行培训，包括：企业文化、公司制度、工作要求等；在岗培训：各部门根据工作需要，定期对员工进行培训。

5.2 小程序研发过程

1 梳理小程序开发功能需求

2 需求报价，确认小程序开发公司

3 设计小程序的前端界面

4 小程序前端后端程序代码编写

5 小程序测试

6 小程序发布上线

7 售后维护：小程序开发完成上线后，需要定期对小程序进行维护更新，确保小程序运行的安全性和稳定性。

5.3 运营目标

第一阶段：线下平台和线上小程序完善期：线上线下平台基本建设阶段，包括和学校学工部门达成合作、线下场地的布置、小程序流程的优化以及页面美化，保证小程序初期内容的信息量。

目的：保证线下场地的按时开放和小程序的流畅、稳定运转，以及小程序内容的基本完整。

第二阶段：线上线下试运营期：这个阶段的主要任务是线上线下的初步推广和线下活动以及小程序性能的进一步完善。

:形成自己的风格、提高线上线下平台流量。

第三阶段:线上线下平台运营中期:由于前期的宣传和推广,为平台带来了一定的流量,所以这个阶段的重点应该放在合作商家的拓展并及时有效的搜集用户反馈信息,另外网站的线上和线下推广还需要进一步的跟进。在网络营销方面,开展一些线上、线下商务活动,主要是:网络广告、网站合作、联合商家线下推广。

目的:提高用户转化率、培养客户的黏性、提高平台服务质量。

第四阶段:网站运营后期:建立平台品牌价值是这个阶段的首要任务,在前面两个阶段的运营过程中,提高了平台流量的同时,积累了较多用户资源。因此在做平台推广和内容建设开发的同时,平台的营销活动的进一步开展,将是我们工作的重点。主要是:对小程序和线下用户数据进行分析,提高网络营销市场开拓,进一步完善线下平台和线上小程序的功能,拓展平台产品。

目的:市场开拓、为占领市场做准备。

5.4 运营效果

- 1 线上线下宣传的流量进行变现,吸引更多顾客,扩宽市场。
- 2 小程序和线下活动使情绪发泄室被大学生广泛了解,潜在用户增多。
- 3 有更多广告商来谈合作,增加了广告收入。

六、营销策略

6.1 营销方式

6.1.1 品牌策略

当今企业已进入品牌国际化竞争的时代,公司进行品牌营销可以扩大知名度,树立良好的形象,建立与顾客良好的关系。

6.1.2 价格策略

按照市场价来制定价格。经营初期会举办一些活动,来吸引顾客;如线下开业第一天所有

积分兑换各种精美礼品等等策略，以价格策略来达到无形的宣传目的。

6.1.3 经营策略

经营策略不能一成不变，必须随内部条件、外部环境的变动而调整。

专业化：走专业化的经营之路，用专业的人才实现经营和管理的专业化，为客户提供专业的产品和服务，塑造良好的企业形象。

规范化：通过规范的管理制度和经营准则，建立公司员工的行为规范和企业经营风格。以专业化开拓市场，以国际化引领竞争，以规范化立足市场。

6.1.4 广告策略

本项目将采取发传单、张贴海报等线下手段及发朋友圈、说说、抖音等手段来进行宣传，提高平台的知名度、美誉度和影响力。

6.1.5 会员积分制策略

会员积分制是本项目的一大亮点，不论线上、线下都可免费办理会员，会员分为初级、高级、至尊三个等级，所有顾客开始都为初级会员，后期可靠积分逐渐升级，也可直接充值来进行升级，不同的会员会享受到不同的折扣服务，而且各种福利活动也不同。

6.1.6 个性化策略

为每个顾客建立自己的客户档案，档案必须是动态的，每一次与客户接触后，及时将信息输入到档案中，在顾客不必言传的情况下，送上贴心的服务和建议，开展个性化服务正是体现了现代市场竞争趋势。

6.2 营销目标

利用北华航天学院位于市中心的优势，进行经济资源的整合。提升品牌知名度，吸引更多的顾客，促进销售的增长，实现盈利的基本稳定。争取以较少的营销利润获取较大的营销利润，

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/438106061015006043>