



## 目录

1 执行总结.....	3
1.1 背景及意义.....	3
1.2 执行概要.....	3
2. 市场分析.....	4
2.1 目标市场定义与描述.....	4
2.2 客户细分.....	4
2.3 竞品分析.....	6
2.3.1 “云游敦煌” 竞品分析.....	6
2.3.2 其他竞品分析.....	7
3. 产品介绍.....	7
3.1 产品概述.....	7
3.2 组织架构.....	8
3.3 核心功能.....	9
3.3.1 风格迁移与图片修补.....	9
3.3.1.1 风格迁移.....	9
3.3.1.2 图片修补.....	10
3.3.2 资讯提供.....	12
3.3.2.1 敦煌相关介绍.....	12
3.3.2.2 系列讲解视频.....	13
3.3.3 论坛.....	13
3.3.3.1 社区交流.....	14
3.3.3.2 创作激励计划.....	14
3.3.4 商城.....	15
3.3.4.1 文创产品.....	15
3.3.4.2 用户自营.....	16
3.3.5 个人中心.....	17
3.3.5.1 基础功能.....	17
3.3.5.2 创作激励记录.....	18
3.3.6 产品优势.....	19
3.4 后期维护.....	19
3.4.1 维护目标.....	19
3.4.2 维护内容.....	20
3.4.3 维护周期.....	20
3.4.4 维护与优化建议.....	20
3.5 未来规划.....	21
4. 项目方案.....	21
5. 运营计划.....	22
5.1 前期运营策略.....	22
5.2 中期运营策略.....	23
5.3 后期运营策略.....	23
5.4 总体营销方式.....	24
6. 风险评估和应对策略.....	24

6.1 技术层面.....	24
6.2 运营层面.....	25
6.3 内容层面.....	25
6.4 合作层面.....	25
6.5 财务层面.....	25
6.6 社会风险.....	26
7. 组织结构和管理团队.....	26
7.1 团队构成（学生） .....	26
7.2 管理团队.....	28
7.3 公司结构.....	28
7.4 团队绩效管理.....	29
7.4.1 成员考核机构.....	29
7.4.2 考核时间.....	29
7.4.3 考核方式.....	29
7.4.4 评估维度.....	29
7.4.5 绩效考评结果.....	30
7.4.6 绩效考核反馈.....	30
7.4.7 绩效面谈.....	31
8. 财务概述.....	31
8.1 财务规划.....	31
8.1.1 收入预测.....	31
8.1.2 支出预测.....	31
8.1.3 利润预测.....	32
8.2 经费规划.....	33

# 1 执行总结

## 1.1 背景及意义

在当今社会，随着国家文化自信的提升和国潮文化的兴起，越来越多的青年人开始热衷于探索与传承中华优秀传统文化。中国文化遗产研究院于 2024 年 4 月 18 日发布的全国 55 家国家考古遗址公园的最新运营数据显示，2023 年 55 家公园仅门票收入就同比增长了约 5 倍，相关文创、考古研学等文旅消费需求更是大幅上升，再创新高。

敦煌文化，作为中华文化的瑰宝，以其独特的艺术魅力和深厚的历史底蕴，吸引了大量年轻人的关注。以敦煌文化为背景的网络剧《长月烬明》的宣传海报“十二神整体图”一经放出便以绮丽浓郁的敦煌壁画抓住观众眼球，剧集未播先热，吸引近 500 万观众预约观看。2019 年敦煌研究院发布的“敦煌诗巾”小程序，上线一个月就有 300 万用户参与。近年来，随着科技的发展与互联网的普及，传统文化与现代科技的结合成为了新的趋势，为传统文化的传承与发展注入了新的活力。

特别是在国家层面上，对于敦煌文化的保护、传承与发扬给予了高度重视。2019 年 8 月 19 日，习近平总书记在敦煌研究院考察时强调，研究和弘扬敦煌文化，既要深入挖掘敦煌文化和历史遗存蕴含的哲学思想、人文精神、价值理念、道德规范等，更要揭示蕴含其中的中华民族的文化精神、文化胸怀，不断坚定文化自信。这一政策风向为敦煌文化的传承与发展提供了强有力的支持。

本项目立足于时代背景，旨在通过现代技术手段，为热爱敦煌文化的用户提供一个集图片处理、资讯获取、交流互动与文创产品购买于一体的综合性平台。我们观察到，青年群体对于敦煌文化有着浓厚的兴趣，他们渴望通过更加直观、互动的方式深入了解和体验敦煌文化。同时，市场上对于敦煌文创产品的需求也在不断增长，这为项目的实施提供了广阔的市场空间。

## 1.2 执行概要

本项目的核心目标是打造一个集内容创作、分享、交流、学习于一体的敦煌文化社区，满足斜杠青年群体的表达欲和社交需求，同时推动敦煌文化的传承与弘扬。市场定位上，我们针对的是对敦煌文化感兴趣，并愿意通过在线平台展示和分享的青年用户。

我们的竞争优势在于用户参与度高、内容丰富多样、激励机制完善以及强大的品牌影响力。通过与敦煌研究院等权威机构合作，我们将确保平台内容的权威性和高质量。在财务预测方面，我们预计在项目初期通过广告和会员制度实现盈利，随着用户基数的增长和平台品牌影响力的提升，我们将逐步引入更多元化的商业模式。

## 2. 市场分析

### 2.1 目标市场定义与描述

我们的目标市场是 18 至 35 岁的青年用户群体，特别是那些对敦煌文化有浓厚兴趣并乐于通过在线平台展示和分享的用户。这一群体通常具有斜杠化、去中心化的特点，拥有多元技能和广泛的兴趣爱好，这些青年人在社交媒体和自媒体平台上十分活跃，善于运用网络平台展示自我、分享生活。市场规模庞大，且随着敦煌文化在青年群体中的关注度不断提升，预计市场规模将持续增长。通过深入分析这一用户群体的特点和需求，我们将平台定位为：一个集内容创作、分享、交流、学习于一体的敦煌文化在线社区，为青年用户提供一个展示个性、交流思想、分享创意的专属空间。

### 2.2 客户细分

我们的客户涵盖了多个细分群体，他们对敦煌文化怀有深厚的情感和浓厚的兴趣。通过深入了解这些客户的需求和偏好，我们能够更好地为他们提供定制化的服务和体验。

### **1. 敦煌文化爱好者：**

这类客户对敦煌文化有着深厚的情感，他们渴望通过我们的平台深入了解敦煌的历史、艺术、建筑和宗教等方面的知识。他们喜欢阅读关于敦煌的书籍、观看纪录片，并可能参与线上或线下的敦煌文化讲座和展览。

他们通过平台浏览敦煌相关的图片、视频和文章，与其他爱好者交流和分享心得，以此增进对敦煌文化的了解和认同。

### **2. 创作者和艺术家：**

这类客户是敦煌文化创作的积极参与者，他们可能是画家、摄影师、设计师等。他们通过我们的平台展示和分享自己的敦煌文化作品，寻求灵感和反馈。

他们使用我们提供的图片修复和风格迁移功能，将自己的作品与敦煌文化相结合，创作出具有独特艺术风格和文化内涵的作品。

他们还可能参与我们组织的创作比赛和展览，与其他创作者交流和合作，共同推动敦煌文化艺术的发展。

### **3. 教育工作者：**

这类客户是敦煌文化教育的重要推动者，他们可能是学校教师、博物馆讲解员、文化机构工作人员等。他们通过我们的平台为学生和公众提供关于敦煌文化的教育和普及服务。

他们使用我们提供的在线课程和教学资源，帮助学生了解敦煌文化的历史、艺术和科学价值，培养学生的文化素养和审美能力。

他们还利用我们的平台组织线上或线下的教学活动，如讲座、研讨会、工作坊等，为学生提供实践机会和交流平台。

### **4. 旅游和文化遗产保护者：**

这类客户对敦煌文化遗产的保护和传承具有浓厚的兴趣。他们可能是旅游从业者、文物保护专家或志愿者等。

他们通过我们的平台了解敦煌旅游资源和文化遗产保护项目，参与相关活动和讨论，为敦煌文化的传承和发展贡献自己的力量。

#### **5. 敦煌考古修复工作者：**

对于敦煌考古修复工作者，我们的产品提供了图片修复功能，能够对受损的敦煌壁画图片进行修复。通过去除污渍、填补裂缝、恢复色彩等手段，使得受损的图片恢复到接近原始的状态。

通过我们的图片修复服务，他们可以获取到更清晰、更准确的图片资料，为后续的文物修复工作提供有力支持。此外，修复后的图片还可以作为教学和研究资料，帮助考古修复工作者更好地理解 and 掌握文物修复的技术和方法。

## **2.3 竞品分析**

### **2.3.1 “云游敦煌” 竞品分析**

目前市场上最同类质产品只有“云游敦煌”小程序，其主要功能为满足用户探索、游览敦煌文化的需要，以及保护敦煌石窟艺术。对比分析可发现在功能性、社交性、个性化营销上本产品与竞品差距均较大：

#### **1. 图片修复与风格迁移功能：**

本产品提供独特的图片修复功能，用户可以上传残缺的敦煌风格图片并获得修复后的示意图，这一功能在“云游敦煌”中并未提供，能够满足用户对图片完善的需求，尤其是对于研究和欣赏敦煌艺术的专业人士和爱好者而言，这是一个显著优势。

风格迁移功能允许用户将普通图片转化为敦煌风格，增加了互动性和趣味性，这一点也是“云游敦煌”所不具备的，能够吸引更多年轻用户和对艺术处理感兴趣的群体。

#### **2. 论坛交流与创作激励：**

本产品通过论坛为敦煌爱好者、美术从业者、考古从业者等提供了一个专业的交流平台，这在“云游敦煌”中并无类似功能。论坛不仅能够促进用户间的交流，还能通过创作激励计划激发用户的创造力，形成社区内的良性互动。

创作激励计划通过周期提供话题和奖励机制，鼓励用户创作敦煌风格作品，这一点比

“云游敦煌”的用户自主创作功能更加系统化和具有激励性。

### 3. 商城与版权运营：

本产品的商城功能允许用户购买文创产品、敦煌相关纪念品以及用户创作的作品，这为平台提供了多元化的盈利方式，并为用户提供了展示和销售自己作品的渠道，这一点在“云游敦煌”中并未体现。

通过购买创作激励作品版权并进行文创产品设计，本产品能够更深入地挖掘敦煌文化的商业价值。

### 4. 个性化体验：

尽管“云游敦煌”也提供了个性化推送和解读，但本产品通过论坛、创作激励和商城等功能，为用户提供了更为个性化和多元化的体验路径，使用户能够更深入地参与到敦煌文化的探索与创作中。

综上所述，本产品相较于“云游敦煌”，在图片处理功能、用户交流与创作激励、商业运营以及个性化体验方面展现出了明显的不同，能够更全面地满足用户对于敦煌文化的欣赏、学习、交流和创作需求。

### 5. 平台优势：

本产品是独立的 APP，相较于“云游敦煌”的小程序形式，APP 在功能和用户体验上通常更加全面和深入。APP 可以提供更丰富的交互设计、更流畅的操作体验，以及更强的数据处理能力。同时，相较于小程序，APP 在数据安全和隐私保护方面通常能提供更强的保障。本产品 APP 可以通过更严格的加密措施和用户权限管理，确保用户数据的安全。

作为 APP，本产品为用户设备上拥有更稳定的运行环境，可以充分利用设备的硬件资源，提供更高质量的服务，如高清图片展示、流畅的视频播放等。

## 2.3.2 其他竞品分析

除云游敦煌小程序以外，其他同类产品大多集成在抖音或美图软件，作为附属小程序，如抖音平台“莫奈花园”小程序能够将图片转化为如莫奈风格。

然而，本产品专注于敦煌文化风格迁移和图片修复，提供了一整套完整的功能体系，包括图片修复、风格迁移、论坛交流、创作激励、商城等，每一项功能都围绕敦煌文化展开，形成了完整的用户体验闭环。

除了基本的风格迁移和图片修复功能外，本产品还提供了丰富的资讯内容、教育功能（如系列讲解视频）、社区交流（论坛）以及商业服务（如文创产品销售），满足了用户在文化学习、艺术创作、社交交流等多方面的需求。

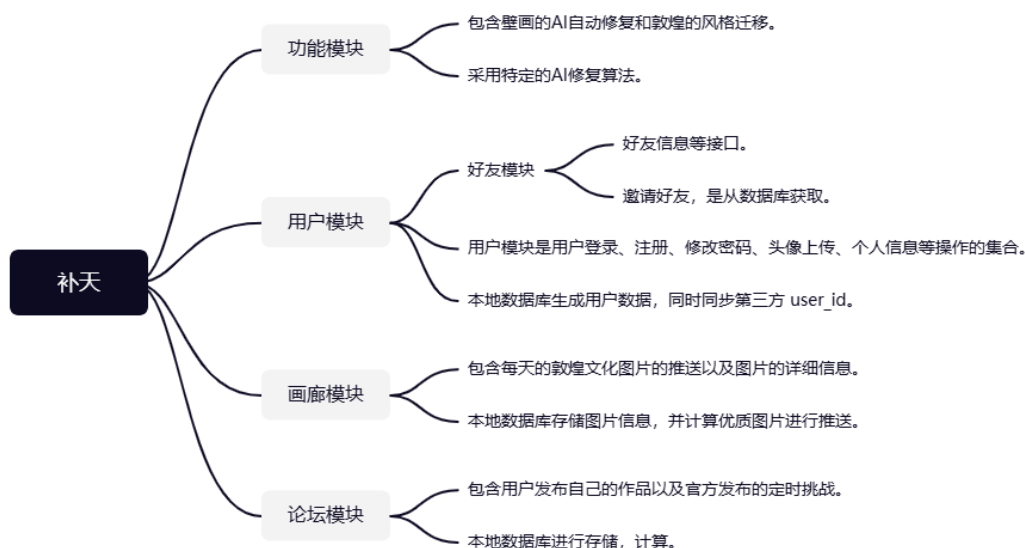
其他产品大多作为抖音等平台的一个附属项，缺乏完整的功能体系支持，对于敦煌文化等特定领域的服务支持相对单薄。

## 3. 产品介绍

### 3.1 产品概述

本项目致力于开发一个专注于敦煌文化保护与传承的综合性应用平台，融合了图像处理技术、文化资讯传播、社区互动和电商功能，为用户提供多元化的敦煌文化体验。平台主要面向敦煌爱好者、美术从业者、考古从业者、文物修复从业者等用户，旨在通过现代科技手段，实现敦煌文化的数字化保护与创新传播。

### 3.2 组织架构



- (1) 敦煌文化普及与教育：平台通过图文、视频等多种形式，向用户展示敦煌文化的历史、艺术和科学价值。同时，我们提供在线课程和教学资源，帮助用户深入了解敦煌文化，

提升文化素养。

- (2) 图片修复服务：针对敦煌考古修复工作者，我们提供高精度的图片修复功能。通过先进的图像处理技术，修复受损的敦煌壁画图片，为文物修复工作提供精准参考。
- (3) 风格迁移与创作支持：为创作者和艺术家提供风格迁移功能，将现代元素与敦煌文化相结合，创作出具有独特艺术风格的作品。同时，我们提供创作灵感和技巧分享，激发用户的创作热情。
- (4) 社交与交流平台：用户可以在平台上分享自己的作品、心得和见解，与其他敦煌文化爱好者交流互动。我们建立论坛和社群，为用户提供一个开放的交流平台。
- (5) 文创产品销售：平台还销售与敦煌文化相关的文创产品，如书籍、艺术品、纪念品等。用户可以在购买产品的同时，进一步了解和体验敦煌文化的魅力。

### 3.3 核心功能

#### 3.3.1 风格迁移与图片修补

用户可上传图片，利用 AI 技术实现敦煌风格的迁移或图片修补功能。修复后的图片将保留原始图片的基本信息，同时融入敦煌文化的特色。

##### 3.3.1.1 风格迁移

###### 1. 功能描述

用户可以上传任意照片，通过平台的风格迁移算法，将照片转换成具有敦煌壁画风格的艺术效果图。

这一功能不仅可以用于个人创作，还可以应用于文化宣传、教育和艺术创作等多个领域。





## 2. 技术实现

利用深度学习中的风格迁移算法，将用户上传的照片与敦煌壁画的艺术风格进行融合。

具体步骤包括：

- (1) 数据准备：收集和整理大量敦煌壁画图像作为训练数据集。
- (2) 算法训练：使用卷积神经网络（CNN）进行训练，提取敦煌壁画的风格特征。
- (3) 风格应用：通过风格迁移算法，将提取的风格特征应用到用户上传的照片上，生成敦煌风格的效果图。

## 3. 用户界面

- (1) 照片上传：用户在平台上传需要转换风格的照片。
- (2) 风格选择：平台提供多种敦煌壁画风格选项，用户可以根据喜好选择不同的风格。
- (3) 效果预览：用户上传照片并选择风格后，系统实时生成效果图，用户可以预览。
- (4) 下载与分享：用户对效果满意后，可以下载高分辨率的敦煌风格图片，并分享到其他平台。

## 4. 交互设计

- (1) 上传按钮：清晰易见的上传按钮，方便用户进行操作。
- (2) 风格预览：多种风格预览图供用户选择。

- (3) 实时生成：点击生成按钮后，系统即时反馈生成效果图。
- (4) 下载分享：简单明了的下载和分享按钮，用户可以一键保存或分享。

### 3.3.1.2 图片修补



#### 1. 功能描述

用户可以上传残缺的敦煌风格图片，平台提供智能修补算法，生成修复后的示意图，可以应用于文化遗产修复、教育和研究等多个领域。

#### 2. 技术实现

基于图像修复算法，结合敦煌壁画的风格和纹理特征，对缺失部分进行合理补齐。具体步骤包括：

- (1) 数据准备：收集和整理大量完整和残缺的敦煌壁画图像，构建训练数据集。
- (2) 算法训练：使用生成对抗网络（GAN）进行训练，学习敦煌壁画的修复特征。
- (3) 缺失识别：利用图像处理技术自动识别残缺区域。
- (4) 智能修补：基于训练好的修复算法，对缺失部分进行合理补齐，生成完整的示意图。

#### 3. 用户界面

- (1) 图片上传：用户在平台上传需要修补的残缺敦煌风格图片。

- (2) 缺失识别：系统自动识别并标注缺失区域，用户可以手动调整识别结果。
- (3) 修复预览：系统根据修补算法生成修复后的示意图，用户可以预览修复效果。
- (4) 下载与分享：用户对修复效果满意后，可以下载高分辨率的修复图，并分享到其他平台。

#### 4. 交互设计

- (1) 上传按钮：直观的上传按钮，方便用户上传图片。
- (2) 识别调整：自动识别缺失区域，并提供手动调整工具，用户可以精确定义缺失部分。
- (3) 修复生成：点击修复按钮，系统自动生成修复示意图。
- (4) 预览对比：提供修复前后对比功能，用户可以明确修复效果。
- (5) 下载分享：清晰的下载和分享按钮，方便用户保存或分享修复后的图片。

通过风格迁移和图片修补功能，平台不仅为用户提供了创新的艺术创作工具，还在敦煌文化的数字化保护和传播方面做出了重要贡献。这些功能结合先进的人工智能技术，使得用户能够轻松实现高质量的敦煌风格创作和残缺壁画修复，进一步推动敦煌文化的普及和传承。

### 3.3.2 资讯提供

设立资讯页面，定期更新敦煌相关介绍、作品介绍等内容，让用户深入了解敦煌文化。同时，提供敦煌系列讲解视频，满足用户的学习需求。

#### 3.3.2.1 敦煌相关介绍

##### 1. 内容

平台汇集了丰富的敦煌文化相关资讯，内容涵盖以下几个方面：



- (1) 历史背景：详细介绍敦煌的历史沿革、文化传承和重要事件。
- (2) 艺术研究：收录国内外学者对敦煌壁画、文物的研究成果和论文，深入解析敦煌艺术的独特魅力和技艺。
- (3) 旅游指南：提供敦煌旅游的实用信息，包括景点介绍、游览路线、交通指南、住宿餐饮推荐等，帮助用户规划敦煌之旅。

## 2. 形式

- (1) 图文并茂：通过高清图片和精美排版，配合深入浅出的文字介绍，让用户直观感受敦煌文化的魅力。
- (2) 视频展示：制作高质量的视频内容，涵盖敦煌文化的各个方面，生动呈现历史故事和艺术特色。
- (3) 互动图表：利用数据可视化技术，制作互动图表，帮助用户更好地理解敦煌的历史和艺术。

## 3. 动态更新

- (1) 实时更新：平台与敦煌研究院及相关学术机构合作，实时更新最新的敦煌研究成果和保护进展。
- (2) 新闻推送：用户可以订阅感兴趣的主体，当有新资讯发布时，平台会通过推送通知用户。
- (3) 专题栏目：定期推出敦煌专题栏目，深入探讨某一特定主题，提供深度阅读和学习的机会。

### 3.3.2.2 系列讲解视频

#### 1. 内容

提供丰富的敦煌文化系列讲解视频，具体包括：

- (1) 敦煌壁画：讲解敦煌壁画的历史背景、艺术风格、代表作品等。
- (2) 文物介绍：介绍敦煌出土的各类文物，包括其历史价值和艺术特色。
- (3) 修复过程：展示敦煌壁画和文物的修复过程，讲解修复技术和背后的故事。
- (4) 学术讲座：邀请敦煌研究领域的专家学者进行专题讲座，深入解读敦煌文化。

#### 2. 用途

- (1) 学校教学：视频内容可以作为学校课程的辅助教学资源，帮助学生更直观地了解敦煌文化。
- (2) 个人学习：普通用户可以通过观看视频，系统学习敦煌文化的各个方面，提升文化素养。

通过详尽的敦煌相关介绍和系列讲解视频，平台为用户提供了一个系统了解和深入学习敦煌文化的多媒体资源库。丰富的内容和便捷的用户界面设计，不仅满足了不同用户的学习需求，还促进了敦煌文化的普及和传播。

### 3.3.3 论坛

设立论坛板块，用户可在此发布帖子、评论、交流心得。论坛设置多个子版块，满足不同用户的需求。同时，设置管理员和版主，维护论坛秩序。通过周期提供话题，如敦煌残缺壁画的修补等，鼓励用户发挥创意进行创作。设立投票机制，选出优秀作品进行奖励并购买版权。此计划旨在激发用户的创作热情，推动敦煌文化的传承与创新。

#### 3.3.3.1 社区交流

##### 1. 功能描述

为敦煌爱好者、美术从业者、考古从业者、文物修复从业者等提供一个交流和分享的平台。用户可以在此平台上自由发表自己的见解，分享经验和知识，进行专业讨论和问题解答。

##### 3. 论坛功能

- (1) 发帖功能：用户可以发布主题帖，分享心得、提出问题、发布研究成果等。
- (2) 评论功能：用户可以在主题帖下进行评论，与发帖者和其他用户互动交流。
- (3) 点赞功能：用户可以对自己喜欢的帖子和评论进行点赞，表达支持和认可。
- (4) 分类板块：论坛设置多个板块，如敦煌艺术、壁画修复、考古研究、艺术创作等



用户可以根据自己的兴趣选择相应的板块参与讨论。

- (5) 置顶与精华：管理员可以将优质帖子置顶或设为精华帖，方便用户快速获取高质量内容。

## 2. 用户界面

- (1) 分类明确：论坛首页展示各个板块，用户可以清晰地看到不同主题的讨论区。
- (2) 简洁易用：界面设计简洁，操作简单，用户可以轻松浏览、发帖和评论。
- (3) 搜索功能：提供强大的搜索功能，用户可以通过关键词快速找到感兴趣的帖子和讨论。
- (4) 用户互动：提供私信功能，用户可以进行一对一交流，促进更深入的讨论和合作。

### 3.3.3.2 创作激励计划

#### 1. 内容

平台定期发布创作话题，激发用户的创作热情。例如，给出一张残缺壁画，让用户发挥想象进行填充修补，或者提供一个敦煌故事背景，让用户创作相关的艺术作品。

#### 2. 激励机制

- (1) 用户投票：每次创作活动结束后，平台开放投票功能，所有用户都可以参与投票选出最优秀的作品。
- (2) 奖励设置：根据投票结果，评选出前三名作品，给予丰厚奖励。奖励形式可以包括现金奖励、文创产品、平台虚拟币等。
- (3) 版权购买：平台购买优秀作品的版权，将其用于后续的文创产品开发和推广。
- (4) 展示平台：获奖作品将在平台上重点展示，提升创作者的知名度和影响力。

#### 3. 目的

- (1) 激发创作热情：通过创作激励计划，激发用户的创作热情，吸引更多用户参与敦煌风格作品的创作。
- (2) 推动作品传播：通过奖励和版权购买，鼓励优秀作品的创作和传播，进一步推广敦煌文化。
- (3) 增强用户粘性：通过定期举办创作活动和奖励机制，增加用户的活跃度和平台粘性，构建一个积极互动的创作社区。

通过详尽的社区交流功能和创作激励计划，平台不仅为敦煌文化爱好者和专业从业者提供了一个互动交流的空间，还通过创作激励计划推动了敦煌风格作品的创作和传播。丰富的功能设计和激励机制，不仅能够满足用户多样化的需求，还能促进敦煌文化的传承和创新。

### 3.3.4 商城

提供文创产品设计和售卖服务。购买创作激励作品版权后，进行文创产品设计并官方售卖。同时，售卖敦煌相关明信片、书签、信封、书籍等周边产品。此外，允许用户自行售卖画作、产品、约稿等，平台抽取一定比例的佣金。

#### 3.3.4.1 文创产品

##### 1. 产品类型

平台购买创作激励作品的版权后，将其设计成各类敦煌风格的文创产品，主要包括以下几种：

- 明信片：精美的敦煌风格明信片，适合作为纪念品和礼物。
- 书签：设计独特的敦煌主题书签，兼具实用性和艺术性。
- 信封和信纸：敦煌风格的信封和信纸，让书写信件也充满文化气息。
- 书籍：包含敦煌文化、艺术研究、旅游指南等内容的书籍，满足读者的学习和收藏需求。
- 海报和挂画：印有敦煌壁画和艺术作品的海报和挂画，适合装饰家居和办公环境。
- 文具和小饰品：如笔记本、手账本、手机壳等，设计融入敦煌元素，日常使用中传播敦煌文化。

##### 2. 销售渠道

- (1) 线上商城：平台设有专门的线上商城页面，用户可以方便地浏览和购买各类文创产品。商城界面设计美观，分类清晰，用户体验良好。
- (2) 多平台销售：除了自有平台，文创产品还可以在其他电商平台（如淘宝、京东、

天猫等) 进行销售, 扩大市场覆盖面。

- (3) 定期促销: 通过限时折扣、节日促销等活动, 吸引更多用户购买, 提升销售额。
- (4) 会员专享: 针对平台会员, 提供专属优惠和限量产品, 增强用户粘性和忠诚度。

### 3.3.4.2 用户自营

#### 1. 功能描述

平台为用户提供自营销售功能, 用户可以在平台上售卖自己的画作、敦煌风格产品, 或接受约稿:

- (1) 画作销售: 美术爱好者和专业画家可以在平台上展示并售卖自己的敦煌风格画作。
- (2) 文创产品: 用户可以设计并销售自己的敦煌风格文创产品, 如手工艺品、饰品等。
- (3) 约稿服务: 用户可以发布约稿需求, 或接受其他用户的约稿请求, 进行定制创作。

#### 3. 平台抽成

- (1) 合理抽成: 平台对每笔交易进行合理抽成, 具体比例根据市场情况和用户反馈确定, 既保障用户利益, 又实现平台盈利。
- (2) 透明收费: 收费标准公开透明, 用户可以清楚了解每笔交易的费用明细。
- (3) 收益保障: 平台为交易提供保障措施, 确保用户的交易安全和收益。

#### 4. 用户界面

- (1) 店铺管理: 用户可以在个人中心创建和管理自己的店铺, 上传产品图片和描述, 设置价格和库存。
- (2) 交易记录: 用户可以查看详细的交易记录, 包括销售额、订单详情、抽成费用等。
- (3) 客户沟通: 提供消息系统, 用户可以方便地与买家沟通, 了解需求和反馈。
- (4) 评价系统: 用户可以查看和管理买家对产品的评价, 提升店铺信誉。

通过打造文创产品销售和用户自营两大功能模块, 平台不仅为敦煌文化的推广和传播提供了新的途径, 还为用户创造了分享和获利的机会。线上商城和用户自营的结合, 既丰富了平台的商业模式, 又提升了用户的参与度和满意度。平台通过合理抽成实现盈利, 同时保障用户的利益, 构建一个共赢的生态系统。

### 3.3.5 个人中心

提供用户注册、登录、个人信息管理、订单管理、收藏夹等基础功能。用户可在此查看自己的创作成果、购买记录等。

#### 3.3.5.1 基础功能

##### 1. 用户信息管理

- (1) 个人资料编辑：用户可以在个人中心编辑个人资料，包括昵称、头像、简介、联系方式等。
- (2) 账户信息管理：用户可以管理账户安全设置，如修改密码、绑定手机和邮箱、设置安全问题等。
- (3) 隐私设置：用户可以设置个人资料的公开程度，选择哪些信息对其他用户可见。

##### 2. 作品管理

- (1) 上传作品管理：用户可以查看和管理自己上传的所有作品，包括风格迁移和图片修补的成果。可以对作品进行编辑、删除、或设置为公开/私密状态。
- (2) 修复记录：用户可以查看自己使用图片修补功能的历史记录，方便再次查看和下载修复后的示意图。
- (3) 作品分类：用户可以对对自己的作品进行分类管理，便于查找和展示。

##### 3. 订单管理

- (1) 购买记录：用户可以查看在商城的购买历史，包括订单详情、支付状态、物流信息等。
- (2) 订单状态：实时更新订单状态，用户可以查看订单的处理进度，如待支付、待发货、已发货、已完成等。
- (3) 售后服务：用户可以申请售后服务，如退货、换货和退款，并查看售后处理进度。

##### 4. 社区互动



- (1) 发帖和评论记录：用户可以查看自己在论坛的所有发帖和评论记录，方便回顾和管理。
- (2) 关注和粉丝：用户可以查看自己关注的用户和粉丝列表，进行管理和互动。
- (3) 消息通知：用户可以查看社区互动的消息通知，如评论回复、点赞提醒、新粉丝关注等。

### 3.3.5.2 创作激励记录

#### 1. 功能描述

记录用户参与创作激励计划的所有作品和获奖情况，详细展示创作过程和成就，激励用户进一步创作。

#### 2. 展示界面

- (1) 创作历程：以时间轴的形式展示用户参与创作激励计划的历程，每次活动的作品提交和评选情况一目了然。
- (2) 获奖情况：用户可以查看自己在各次创作激励计划中的获奖情况，包括获奖作品名次、奖励内容等。
- (3) 作品展示：专门的展示页面，用户可以查看和分享自己参与创作激励计划的作品提升曝光率。
- (4) 激励反馈：用户可以看到其他用户对自己作品的投票和评论，获取反馈和激励。
- (5) 成就徽章：平台为用户设计创作成就徽章，根据参与次数、获奖次数等授予不同等级的徽章，展示在个人资料页，激发用户的创作热情。

个人中心为用户提供了全面的管理功能，涵盖用户信息、作品管理、订单管理和社区互动等方面。通过创作激励记录，用户可以系统地回顾自己的创作历程和成就，获得持续的创作动力。完善的个人中心设计，不仅提升了用户体验，还增强了用户在平台上的参与感和归属感，有助于平台用户群体的稳定和发展。

### 3.3.6 产品优势

本项目通过整合风格迁移、图片修补、文化资讯、社区互动和电商功能，打造一个多功能、互动性强的敦煌文化平台。通过现代技术手段，实现敦煌文化的数字化保护和创新发展，满足用户多样化的需求。平台的建立不仅为敦煌文化爱好者提供了一个交流分享的平台，还推动了敦煌文化的普及和传承，具有广阔的市场前景和社会意义。本产品具有以下优势：

- (1) 技术领先：我们采用先进的图像处理技术和人工智能技术，为用户提供高质量的图片修复和风格迁移服务。
- (2) 内容丰富：平台涵盖敦煌文化的各个方面，为用户提供全面、深入的学习体验。
- (3) 用户友好：我们注重用户体验，提供简洁明了的界面设计和便捷的操作流程，使用户能够轻松上手并享受使用过程。
- (4) 社区活跃：我们建立了一个活跃的社区，鼓励用户分享和交流。这不仅能够增强用户之间的联系，还能够促进敦煌文化的传承和发展。
- (5) 服务全面：除了基本的学习和创作功能外，我们还提供商业服务，如文创产品销售等，满足用户多样化的需求。

## 3.4 后期维护

### 3.4.1 维护目标

- (1) 确保 APP 的稳定性和安全性，降低故障率。
- (2) 持续优化 APP 性能，提升用户体验。
- (3) 及时修复已知问题和用户反馈的 bug。
- (4) 根据市场变化和用户需求，对 APP 进行功能迭代和更新。

### 3.4.2 维护内容

#### 1. 日常监控与故障处理

- 对 APP 服务器、网络、数据库等进行实时监控，确保稳定运行。
- 及时处理系统故障、网络故障、数据库故障等，确保故障恢复时间最小化。

#### 2. 版本更新与维护

- 定期发布新版本，修复已知问题，优化性能，增加新功能。
- 针对不同操作系统和设备进行兼容性测试，确保新版本在所有平台上都能正常运行。

#### 3. 用户反馈与需求收集

- 设立用户反馈渠道（如 APP 内反馈、社交媒体、邮件等），及时收集用户反馈和需求。
- 对用户反馈进行分类整理，评估优先级，制定处理计划。

#### 4. 安全加固与漏洞修复

- 对 APP 进行安全审计，发现潜在的安全隐患并及时修复。
- 监控网络安全动态，及时修补已知的安全漏洞。

#### 5. 数据分析与优化

- 收集并分析 APP 的使用数据，了解用户行为、使用习惯等。
- 根据数据分析结果，优化 APP 功能、界面设计、交互体验等。

### 3.4.3 维护周期

- (1) 日常监控：7x24 小时不间断监控。
- (2) 版本更新：每季度至少发布一次新版本，重大问题和安全漏洞可随时发布紧急更新。
- (3) 用户反馈处理：收到用户反馈后，24 小时内给出响应，并尽快给出解决方案。
- (4) 安全加固与漏洞修复：发现安全漏洞后，立即进行修复并发布更新。

### 3.4.4 维护与优化建议

- (1) 持续关注行业动态和技术发展，及时引入新技术、新工具提升 APP 的性能和用户体验。
- (2) 加强与用户的沟通和互动，了解用户需求和市场变化，为 APP 的功能迭代和更新提供

有力支持。

- (3) 定期对 APP 进行安全审计和性能测试，确保 APP 的安全性和稳定性。
- (4) 建立完善的文档和知识体系，方便团队成员之间的协作和知识共享。

### 3.5 未来规划

我们将继续深化对敦煌文化的研究和探索，不断完善和优化产品功能。未来，我们将拓展更多与敦煌文化相关的服务领域，如虚拟现实（VR）体验、增强现实（AR）互动等，为用户带来更加丰富多彩的敦煌文化体验。同时，我们还将积极寻求与更多合作伙伴的合作机会，共同推动敦煌文化的传承与发展。

## 4. 项目方案

时间阶段	项目进展阶段	工作明细
2024 年 2 月-3 月底	筹备阶段：完成团队组建，项目方向确立，策划初步定稿	队伍组建，队员招募，指导老师确立，初步明确项目大致方向，做好项目市场调研，了解基本需求与目标用户群体。
2024 年 4 月-2023 年 5 月		团队进一步研究讨论项目方向，确定项目计划，完成相关申报材料和答辩材料的撰写与项目系统结构框架的策划，为原型阶段做好铺垫。
2024 年 5 月-5 月中旬	Demo 阶段：实现项目必要技术验证，完成一个可执行的 demo	学习了解项目需要的核心技术教程及相关论文。
2024 年 5 月中旬-5 月底		基于策划修改稿，实现项目必要技术验证，构建项目底层代码框架。搭建项目整体框架。并在框架下完成一个可执行的 demo。
2024 年 5 月月底-6 月初		基于原型阶段的 demo，进行封闭性技术测试，验证调整产品方向，设计规划项目后续 UI、关卡。
2024 年 6 月初-7 月底	Alpha 阶段：完善项目代码逻辑，定义完整的数据结构，使项	在原型阶段的项目底层框架下，完善代码逻辑，定义完整数据结构，提高项目完成度。

2024年7月底-9月初	目具备 Beta 测试条件。	完成项目主体内容开发，使项目具备 Beta 测试条件。
2024年9月初-9月中旬		将项目代码资源封装打包，与院校展开内部测试并收集反馈结果，对项目出现的问题进行总结排查。
2024年9月中旬-9月底	Beta 阶段：完善美术、UI、代码逻辑，实现完整可发布版本。实现产品后台服务器和数据分析系统搭建	根据院校交流反馈情况，完善美术、UI 和代码逻辑。实现可发布版本。设计后台数据收集框架模型。
2024年9月底-10月底		后台服务器搭建和后端接口设计，包括模型服务器，数据库服务器，文件服务器等模块。
2024年10月底-11月底		设计后台数据处理框架模型，搭建基于机器学习的用户数据分析系统，设计数据可视化接口。
2024年11月底-2024年12月中旬		系统前端搭建，包括数据的统计分析可视化，实时画面标记显示和时空可视化分析等。
2024年12月中旬-2025年1月底	迭代阶段：项目进入测试-迭代周期，不断修正后台数据分析模型，提供若干份项目用户数据分析报告	项目封装打包，不断测试迭代，收集用户使用信息，得出若干份用户分析报告。
2025年1月底-2月底	产品阶段：项目产品线上发布，更新产品直至相对稳定，产生一个可长期运行的产品版本	项目最后优化调整，线上发布，收集 bug 反馈信息，更新产品版本，直至产品相对稳定可靠。
2025年3月初-3月底	结项阶段：技术分析总结，完成项目结项	根据项目实施情况进行项目结项。

## 5. 运营计划

### 5.1 前期运营策略

#### 1. 功能推广

- 前期将重点推广风格迁移和图片修补功能，通过社交媒体、专业论坛、艺术网站等渠道进行广泛宣传。
- 制作精美的功能演示视频和教程，展示功能的实用性和创新性，吸引用户尝试。
- 举办线上图片修复大赛，邀请用户提交修复前后的对比图，增加话题曝光和用户参与度。

## 2. 用户与创作者入驻

- 设立专门的入驻通道，简化入驻流程，提供创作者入驻指南和扶持计划。
- 邀请知名艺术家和创作者入驻平台，利用他们的影响力吸引更多用户关注。
- 为入驻的创作者提供技术支持和创作指导，帮助他们更好地利用平台功能进行创作。

## 3. VIP 模式营销

- 推出 VIP 会员服务，提供去水印、限制使用次数的风格迁移和图片修补功能，吸引用户付费。
- 设置合理的 VIP 会员价格和优惠政策，提高用户购买意愿。
- 通过 VIP 会员特权，如优先参加活动、享受独家内容等，增加用户粘性。

# 5.2 中期运营策略

## 1. 社区建设

- 加强社区建设，建立活跃的用户互动社区，鼓励用户分享作品、交流心得。
- 设立专门的创作板块，展示优秀创作者的作品，提高创作者曝光度。
- 举办线上创作活动，如主题创作比赛、创意征集等，激发用户创作热情。

## 2. 创作激励

- 设立创作基金或奖励机制，对优秀创作者进行奖励和扶持。
- 鼓励用户投票选出优秀作品，对前三名给予现金奖励、平台资源支持等。
- 购买优秀作品的版权，为后期文创销售做好准备。

# 5.3 后期运营策略

## 1. 文创销售

- 利用前期和中期积累的版权资源，开发文创产品并进行销售。
- 与知名品牌或设计师合作，推出联名文创产品，提升产品价值。
- 在平台内设置专门的文创产品销售区，提供便捷的购买体验。

## 2. 联名合作

- 与其他官媒平台、文化机构等进行联名合作，共同推广敦煌文化和产品。
- 通过联名活动、线上线下展览等方式，增加产品曝光度和用户参与度。
- 借助合作方的资源和渠道，扩大用户群体和市场份额。

## 3. 持续优化

- 根据用户反馈和市场变化，不断优化产品功能和用户体验。
- 拓展新的服务领域，如虚拟现实（VR）体验、增强现实（AR）互动等，满足用户多样化需求。
- 加强与用户的沟通和互动，建立稳定的用户关系，提高用户忠诚度。

# 5.4 总体营销方式

## 1. 广告宣传

- 利用社交媒体、广告平台等渠道进行广告宣传，提高产品知名度和曝光度。
- 针对不同用户群体制定精准的广告投放策略，提高广告效果。

## 2. 内容营销

- 制作高质量的敦煌文化内容，如文章、视频、音频等，吸引用户关注和分享。
- 与知名创作者合作，共同创作具有影响力的内容作品。

## 3. 社交媒体营销

- 利用社交媒体平台进行用户互动和内容分享，建立稳定的粉丝群体。
- 定期举办线上活动和互动话题，增加用户参与度和粘性。

## 4. 线下活动

- 举办线下展览、讲座、研讨会等活动，增加产品曝光度和用户参与度。
- 与文化机构、艺术团体等合作，共同举办具有影响力的文化活动。

## 6. 风险评估和应对策略

### 6.1 技术层面

- (1) 涉及大量信息数据的存储、分析、处理，存在信息安全隐患。要确保信息安全技术防护到位，确保数据安全以及保护用户个人隐私
- (2) 需要稳定的服务器和网络环境来确保系统的整体稳定，需要处理大量的用户访问和数据传输，如果系统架构不稳定或存在漏洞，可能会导致平台崩溃或数据丢失，将会严重影响用户体验和平台声誉。
- (3) AI 技术的使用，涉及 AI 的调试、使用等问题，及其背后数据可能出现的不完备、不达标、虚假错误以及侵权等问题
- (4) 个性化推送算法的完善，尽可能地避免信息茧房，让更多创作者的灵感得以碰撞并进行实时沟通，促进用户积极参与创作

### 6.2 运营层面

- (1) 营销策略风险：竞品的营销有多方参与甚至有官方宣传的情况下，怎样提高自身宣传力度，来提高品牌知名度和影响力。
- (2) 目标受众风险：怎样拓宽受众范围，扩大用户规模和商业价值，让更多富有创造力亦或是鉴赏力的人参与使用平台。
- (3) 盈利模式风险：初期的盈利模式能否持续稳定保持，可能面临诸多挑战，如用户付费意愿低、广告收入不稳定等。

### 6.3 内容层面

- (1) 版权问题：用户所上传的敦煌文化相关创作可能涉及版权问题，如未经授权的敦煌文化作品、图片等。平台需要建立有效的内容审核机制，确保用户上传的内容合法合规，

避免版权纠纷。

- (2) 用户生成的内容可能存在质量参差不齐的情况，包括低质量、重复或恶意内容。平台需要建立内容质量评估机制，通过用户举报、自动检测等方式对不良内容进行清理，维护平台的良好氛围。

## 6.4 合作层面

- (1) 是否要跟敦煌研究院达成官方系统的合作，以更好地实时获取敦煌文化相关信息
- (2) 可能需要与多个合作伙伴共同开展业务，如内容提供商、技术服务商等。如果合作伙伴出现违约、欺诈等行为，可能会对平台造成损失。

## 6.5 财务层面

- (1) 平台的运营需要资金支持，包括服务器租赁、内容创作、市场推广等方面。预设盈利局面，需要合理规划资金使用，确保平台的稳定运营

## 6.6 社会风险

- (1) 线上平台更容易受到社会舆论的影响，如负面评价、谣言等。需要积极应对可能出现的社会舆论，及时澄清事实，维护平台的声誉和形象。

# 7. 组织结构和团队

## 7.1 团队构成（学生）

姓名	学校	学号	专业	联系方式
逯文叙	华中师范大学	20222143	计算机科学与技术专业	1899015244

		33		7
翟苙坤	华中师范大学	20212139 69	计算机科学与技术专业	1326210420 6
昌宇	华中师范大学	20212140 43	计算机科学与技术专业	1860272179 5
刘孟谦	华中师范大学	20232145 36	计算机类	1399009127 2
宋思缘	华中师范大学	20222142 78	计算机科学与技术专业	1810296733 9
叶冀宇	华中师范大学	20212145 64	计算机类	1324019352 5
张晨薇	华中师范大学	20212145 12	计算机类	1594963833 4

**负责人：**

**逯文叙**，男，华中师范大学计算机学院计算机科学与技术专业 2022 级本科生。

有较强沟通协作、策划撰写能力，熟练掌握 C++，Python 等语言，涉及前端开发、数据库设计与搭建、视频剪辑等方面，有丰富项目经验，曾获 2022 年华中师范大学计算机学院生产实习团队一等奖、个人优秀奖，挑战杯英才培训营“优秀营员”，“立言杯”辩论赛初赛最佳辩手等荣誉。

**队员：**

**翟苙坤**，女，华中师范大学计算机学院计算机科学与技术专业 2021 级本科生。有较强沟通协作、策划撰写能力，掌握 C++、JAVA 等语言，擅长前端设计与实现，项目经验丰富，涉及软件设计、web 网页搭建、视频原创剪辑、线上下软硬件结合等多方面，获大学生创新创业大赛 B 级立项，全国大学生电子商务“创新、创意及创业大赛三等奖，计算机设计大赛中南赛区一等奖、二等奖，曾任计算机学院学术与科技创新部部长、团委学生会文体中心负责人，获优秀共青团员、三好学生等荣誉，获逸华励志奖学金、博雅丹桂奖学金。

**昌宇**，昌宇，男，华中师范大学计算机学院计算机科学与技术专业 2021 级本科生。有较

强沟通协作、策划撰写能力，熟练掌握 JAVA，python 等语言，擅长后端开发，项目经验丰富，涉及软件需求设计、web 网页搭建、视频剪辑、后端架构设计等多方面。

**宋思缘**，女，华中师范大学计算机学院计算机科学与技术专业 2022 级本科生。掌握 C 语言，c++ 编程语言，目前正在进一步学习 java，积极参加校内活动，具有较为丰富的志愿经验，有较强的实践能力和沟通能力，曾获“畅想杯”最佳辩手等荣誉，曾担任计算机学院辩论队教练。

**张晨薇**，女，华中师范大学计算机学院 2023 级本科生。目前正在学习 C 语言，C++，Python 等编程语言，熟练掌握 PR，PS，SOLIDWORKS 等软件的使用。有较强的团队沟通交流合作能力，文案、策划案编写能力。目前担任计算机学院团委实践与志愿服务部部长、学生会学术与科技创新中心部长、计算机学院 2301 班班长。还积极参加各种社团，如计算机学院辩论队，获得 2023 年“畅想杯”冠军目前担任辩论队副队长。热衷于创新创业，课外积极参加科研比赛，加入科研项目组学习。曾获 2023-2024 年度计算机学院优秀部委，院级团干培训优秀学员，院级挑战杯英才培训营优秀学员。

**刘孟谦**，男，华中师范大学计算机学院计算机类 2023 级本科生。掌握 C、C++、java、python 等编程语言，以及 markdown 文件的编辑。蓝桥杯软件赛 C/C++A 组三等奖。擅长安卓平台的 APP 开发。积极参加校内活动，现任计算机学院辩论队副队长。

**叶冀宇**，男，华中师范大学计算机学院计算机大类 2023 级本科生。掌握 C 语言编程，了解模拟电路设计，能熟练使用各常见 DAW 软件。积极参加校内活动，曾任计算机学院文体中心部委，现任计算机学院辩论队队长。曾获畅想杯冠军、决赛最佳辩手。

## 7.2 管理团队

公司将配有四个高级管理人员：首席执行官（CEO）、首席运营官（COO）、首席财务官（CFO）、首席市场官（CMO）。

首席执行官（CEO）：负责公司的整体运营和战略规划。CEO 应具有强大的领导力和

决策能力，以及在相关行业的丰富经验。

首席运营官（COO）：负责公司的日常运营，包括产品开发、供应链管理和客户服务。COO 应具有良好的组织和管理技能，以及在运营管理方面的经验。

首席财务官（CFO）：负责公司的财务管理，包括预算编制、财务报告和风险管理。CFO 应具有扎实的财务知识和经验，以及良好的分析和决策能力。

首席市场官（CMO）：负责公司的市场营销，包括品牌建设、市场推广和客户关系管理。CMO 应具有创新的市场营销理念和丰富的营销经验。

### 7.3 公司结构

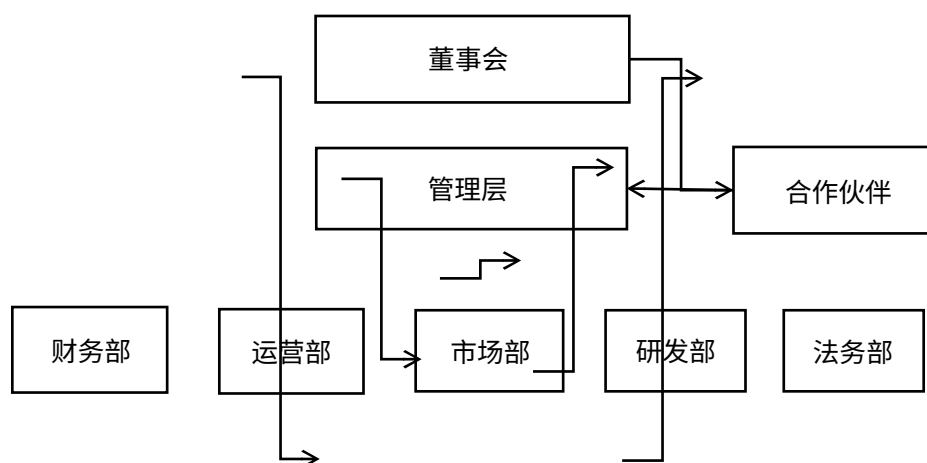
公司结构按照职能性质构建，由董事会、管理层、员工、合作伙伴构成，

董事会：由公司的主要股东和高级管理人员组成，负责监督公司整体战略和政策。

管理层：由 CEO、COO、CFO 和 CMO 等高级管理人员组成，负责公司日常运营和管理。

员工：按照职责分为不同的部门，如产品研发部、运营部、财务部和市场部等。

合作伙伴：公司与供应商、博物馆等其他业务伙伴建立合作关系，以支持公司的运营和发展。



## 7.4 团队绩效管理

### 7.4.1 成员考核机构

本项考核工作由各部门负责人为主导，带领部门内部成员组成的考评小组进行考评的组织、培训、资料准备、制度解释、协调、成员申述和总结等工作。本着达成目标，挖掘问题，分配利益，促进成长，人员激励的目的，带着公平公正公开的原则，展开成员考核。

### 7.4.2 考核时间

第一种为日常考评。对各部门工作者的出勤情况、产量和质量实绩、平时的工作行为所作的经常性考评，此结果在部门内进行公开。

第二种为定期考评。按照固定的周期进行季度考评和年度考评。考评的内容由各部门的组长和主管人员在季度初，年初商定公布。最终结果面向全体工作者展示。

### 7.4.3 考核方式

考核方法为 360 度考核法与 KPI 法结合。

针对部门内部的个人，被考核者均采用 360 度考核的方式。考核角度为“同级”、“上级”、“下级”、“自我”四个，其中，自评仅作参考，不列入考核分数，“上级”占 45%，“同级”占 30%，“下级”占 25%，各部门每月评出的优秀率应不高于 5%，较差率不低于 5%，其他的评分也应保持一定差别。

### 7.4.4 评估维度

#### a. 考评维度的设计

考评的维度主要有：

绩效维度：指成员通过努力完成工作任务，取得的工作成果；

态度维度：指成员对待工作任务的态度；

能力维度：指成员在工作过程中体现出来的应事能力。

## b. 考评维度的权重

权重是一个相对的概念，是针对某一指标而言，是指该指标在整体指标中的相对重要程度，以及该指标由不同的考评主体评价时的相对重要程度。

不同的考评主体对不同的考评对象评分的权重不同。

高层管理者考评维度及权重：

高层管理者考评维度及权重

考核维度	权重
绩效维度	20%
态度维度	25%
能力维度	55%

普通成员考评维度及权重：

普通成员考评维度及权重

考核维度	权重
绩效维度	50%
态度维度	35%
能力维度	25%

## KPI 评估

KPI 指标评估主要用于成员绩效维度的评估。员工管理部配合每个部门根据部门工作任务为部门职位设定详细的 KPI 指标，制定 KPI 指标绩效评估表，按季度进行填写评估。

### 7.4.5 绩效考评结果

绩效考评结果与成员薪酬、奖励（包括晋升）等密切相关。

### 7.4.6 绩效考核反馈

在每次绩效考核工作结束后，考核小组应及时将考核结果告知被考核人本人，并将考核结果公开，确保本人及相关人员看到绩效考核具体的结果。同时将结果整理后告知其上级，并与上级进行沟通，做好绩效反馈。对于绩效考评成绩不达标的成员，需填写绩效考核改进表。

### 7.4.7 绩效面谈

面谈时应营造和谐，轻松的气氛。说明面谈目的、时间和步骤，讨论每项工作目标完成及考核情况。对成员的相关工作进行点评和指导，促进成员在下一阶段的提升和改进。

## 8. 财务概述

### 8.1 财务规划

#### 8.1.1 收入预测

- (1) 广告收入：通过对目标用户群体的精准定位和广告投放效果的历史数据分析，预测广告点击率、转化率及单价，从而估算出广告投放的总收入。考虑到市场趋势、广告平台政策变化以及竞争对手的广告策略，对广告投放收入进行动态调整。
- (2) VIP 会员收入：根据用户付费意愿、VIP 会员定价策略以及用户留存率，预测 VIP 会员

的付费转化率及用户生命周期价值，进而估算 VIP 会员的总收入。随着用户增长、市场接受度的提高以及 VIP 会员权益的升级，对 VIP 会员收入进行动态调整。

- (3) 文创产品销售收入：基于产品定价、市场需求、销售渠道以及营销策略，预测文创产品的销售量及销售总额。考虑到市场趋势、消费者偏好变化以及竞争对手的产品策略，对文创产品销售收入进行动态调整。

### 8.1.2 支出预测

- (1) 技术开发与维护费用：包括平台开发、功能更新、服务器维护等费用。
- (2) 营销与推广费用：包括广告投放、社交媒体营销、内容营销等费用。
- (3) 人员成本：包括员工工资、福利、培训等费用。
- (4) 其他运营成本：包括办公租金、水电费、差旅费等日常运营成本。

### 8.1.3 利润预测

#### (1) 预期利润计算：

##### 在收入方面：

- 广告投放收入：预计年收入为 800 万元人民币。
  - VIP 会员收入：预计年收入为 1,200 万元人民币。
  - 文创产品销售收入：预计年收入为 600 万元人民币。
- 总计预计年收入为：2,600 万元人民币。

##### 在支出方面：

- 技术开发与维护费用：预计年支出为 400 万元人民币。
  - 营销与推广费用：预计年支出为 300 万元人民币。
  - 人员成本：预计年支出为 600 万元人民币。
  - 其他运营成本：预计年支出为 200 万元人民币。
- 总计预计年支出为：1,500 万元人民币。

因此，预期利润为：

预期利润 = 预计年收入 - 预计年支出  
= 2,600 万元人民币 - 1,500 万元人民币  
= 1,100 万元人民币

## (2) 利润构成分析：

### 主要盈利点：

- VIP 会员收入依然占据了最大的收入份额，为 1,200 万元人民币，占总预计收入的 46.15%。这表明 VIP 会员服务仍是本产品的主要盈利点。
- 广告投放收入紧随其后，为 800 万元人民币，占总预计收入的 30.77%。
- 文创产品销售收入为 600 万元人民币，占总预计收入的 23.08%。

### 潜在风险点：

- 虽然人员成本在总支出中占比仍然较高（40%），但由于整体支出水平较低，风险相对可控。
- 营销与推广费用为 300 万元人民币，占总预计支出的 20%。在有限的预算内，如何高效利用这些资金进行推广将是关键。

## (3) 经营决策依据：

### 针对主要盈利点：

- 继续保持对 VIP 会员服务的投入，通过提升服务质量和用户体验，增强用户黏性和续费率。
- 精选广告投放渠道和内容，确保广告投入能够带来有效的转化和用户增长。
- 优化文创产品设计，提升产品质量和附加值，以吸引更多消费者购买。

### 针对潜在风险点：

- 在控制人员成本的同时，关注员工的绩效和工作效率，确保人员投入能够产生相应的价值。
- 精准投放营销资源，通过社交媒体、线上活动等方式提高品牌知名度和用户参与度，以较低的成本实现良好的推广效果。
- 加强与供应商和合作伙伴的沟通与合作，争取更优惠的采购价格和合同条款，降低运营成本。

## 8.2 经费规划

序号	经费支出科目	细则	金额 (元)
1	资料费	资料收集	1000
		数据标注	1000
2	耗材费	资料打印、论文出版等	1000
3	系统开发	开发设施	5000
4	成果出版费用	软件著作权	1000
		研究成果论文发表	1000
经费合计:			10000