

旅心計劃

Heartour

让旅人帮助旅人，让旅人一起帮助当地人

“我们相信，
年轻人的温度决定世界的温度”

创业团队



丁媛靜/Cindy

商业策略

团队中负责潜在市场的分析与营运模式的建立，协助团队结合公益价值提出可行的获利方案。

- 创办南京维秀文化传播有限责任公司任企业法人总经理
- 2010年十大最具创业精神大学生



郭頌毅/Craig

产品发展

团队中负责时间与计划的安排，透过使用者的需求分析找出机会，提出可能的解决方案。

- 创办索尔国际有限公司与集能光电国际股份有限公司共同创办人
- 2008年全国大专优秀青年(台湾)

18 DAYS 远征过程

NOW



西宁
7/29-今日



西安
7/24-7/29



贵州
7/18-7/23



上海
7/13-7/17

1

深度访谈了解好与不好的
Gap year 经验

2

a.初步产品概念设计
b.当地进行产品概念验证

3

设计产品概念原型
透过Gapper进行测试



1. OBJECTIVE

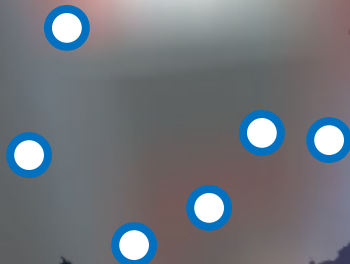
故事一 / 国外GAP YEAR



故事一 / 国外GAP YEAR



故事二 / 国内 GAP TIME



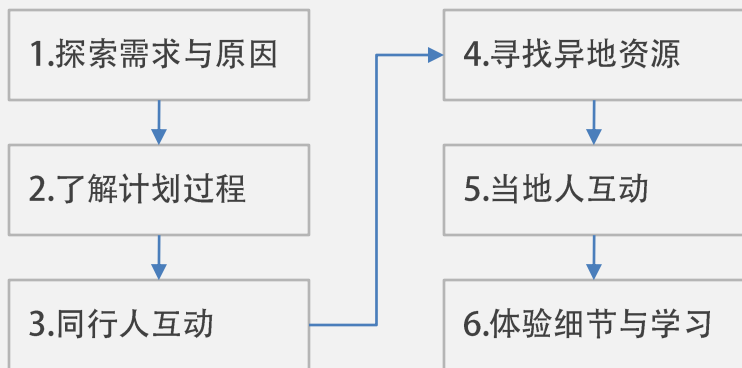
GAP YEAR V.S GAP TIME

	特点	相关机构	认可度	成熟度
国外GAP YEAR	国际性 公益性 职业化	STA 事业信托 Think Pacific Xtreme Gap Shumba Experience up with people WWOOF IVHQ HELFX Quest overseas Dynamy	高	高
	强目的性			
国内GAP TIME	本土性 体验式 流动性	雷励中国 AIESEC 相关网站	低	低
	弱目的性			

2.INSIGHT & OPPORTUNITIES

目标族群与深入访谈

我们从上海到贵州，经过潜在用户的深入访谈与产品概念验证，列出机会点，并透过当地文化专家与侗寨民族的家庭进行概念的验证，了解地方对旅人的看法。



稻草人领队



复旦背包客



国外Gapper



国内Gapper



国内Gapper



当地服务志愿者



地方团县委副书记



当地客栈老板



当地侗寨家庭

1

有目的/任务性的Gap time 比再多的攻略要有意义

机会1: Gap with Purpose

提供Gapper有架构性与自由度的Gap time方式，协助Gaper确认目标与参与（让Gapper能安排自己将参与的任务）

“我常常看到很多同龄人没有目的与计划的出发，很多是一种逃避现实与不负责任的行为。”

— 稻草人领队

1

有目的/任务性的Gap time 比再多的攻略要有意义

- 没有计划和目的的出走，容易使Gapper到头来有些迷失且是一个逃避现实与不负责任的行为

- 相反的，Gapper认同有计划与有目标的gap time往往能帮助Gapper成长改变

- 当今，简易的劳力出卖=“义工”是支持Gapper行走的最普遍的方式，然而，这种方式极大程度限制了Gapper的自由和真实的体验

机会1: Gap with Purpose
提供Gapper有架构性与自由度的Gap time方式，协助Gaper确认目标与参与 (让Gapper能安排自己将参与的任务)

2

Gapper们能具备较坚韧性格 来自与人接触的信任与鼓励

机会2: Gap with Trust
提供Gapper个互助机制，建立身份认证，
透过机制拉近人与人之间的信任与距离
(让Gaper帮助Gaper)

“在我们旅途中我们不只一次得到别人的帮助，所以过程中我们也很乐意帮助相同类型的人或信赖同行的人，现在的社会就是缺少这样的信任关系。”

— 樱子和狗子

2

Gapper们能具备较坚韧性格 来自与人接触的信任与鼓励

- 多数的Gapper能独自行走在未知和冒险的旅途

- Gapper是需要社会帮助，认同和鼓励的群体，通常他们有自己的想法，在现有环境中不被接受

- Gapper在Gap time的过程中很乐意帮助相同类型的人或信赖同行的人，现在的社会就是缺少这样的信任关系(青旅提供“找到志同道合”的环境)

机会2: Gap with Trust
提供Gapper个互助机制，建立身分认证，
透过机制拉近人与人之间的信任与距离
(让Gaper帮助Gaper)

3

帮助当地人，要从旅人的洞察开始 Gapper间彼此会交流与传递这些发现

机会3: Gap with Activate
提供Gapper随时传播所见的需求与问题，
通过发起任务让更多旅人关注与行动
(让Gapper能发起任务)

“当我看到12岁的表妹沉溺于早恋无心上学，你会知道其实乐里最缺的是教育，如果有机会我希望可以把这样的信息透过旅人能传递真实的需求。”

- 小榕女

3

帮助当地人，要从旅人的洞察开始 Gapper间彼此会交流与传递这些发现

- Gapper 是行走在真实世界最前端的探索者，他们愿意搜集，记录与传递他们的故事

- 多数的Gapper有良好的教育背景和素质技能，能更容易的发现别人或地方的问题与价值

- 知识和眼界的局限，使当地人无法知道自己需要什么，容易被单纯的功利引导影响地方的破坏 (未开发的当地人知足；受开发的当地人只要钱)

机会3: Gap with Activate
提供Gapper随时传播所见的需求与问题，
通过发起任务让更多旅人关注与行动
(让Gapper能发起任务)

4

Gap time 会驱使人对社会多些关注 并期待能从社会付出中获得认同

机会4: Gap with Society
驱动Gapper建立公益项目，透过自己的
知识和技能影响更多人一起帮助当地人
(让Gapper们一起帮助当地人)

“去年我幫南木達小學募集到79件冬衣，
我並不覺得這件事的價值低於我過去每
月7K的月薪，這是在間隔年前沒有預
想到的。”

— 洪旦

4

Gap time 会驱使人对社会多些关注 并期待能从社会付出中获得认同

- Gapper 的动力多数以自发性的团队方式一起帮助当地人，会期待获得更多认同

- Gapper 在不同的地区习惯与当地人互动取得讯息，和当地人面对面的沟通是帮助当地人前，最直接认识与了解问题的方式

- 当地人通常对帮助他们的 Gapper 有相当程度的认同以及敬意与感恩

机会4: Gap with Society
驱动Gapper建立公益项目，透过自己的知识和技能影响更多人一起帮助当地人
(让Gapper们一起帮助当地人)

5

Gap的旅行非连续性且纪录分散保存
许多片刻回忆的分享依赖头脑记忆

机会5: Gap with Memory
提供Gapper记录和分享Gap time中具有
价值与意义的Moment
(让Gaper能记录执行过的任务)

“一年的Gap year给了我很多美好的瞬间；时隔四年，最深刻的只记得我在瑞士的巴萨尔戏剧节上表演一段德语的戏剧获得最佳女配角。”

— 蔣威

5

Gap的旅行非连续性且纪录分散保存 许多片刻回忆的分享依赖头脑记忆

- Gapper 在旅途中最有意义的Moment 往往消逝即逝，需要有能整合事情与地点的记录方式来保留最有意义的故事

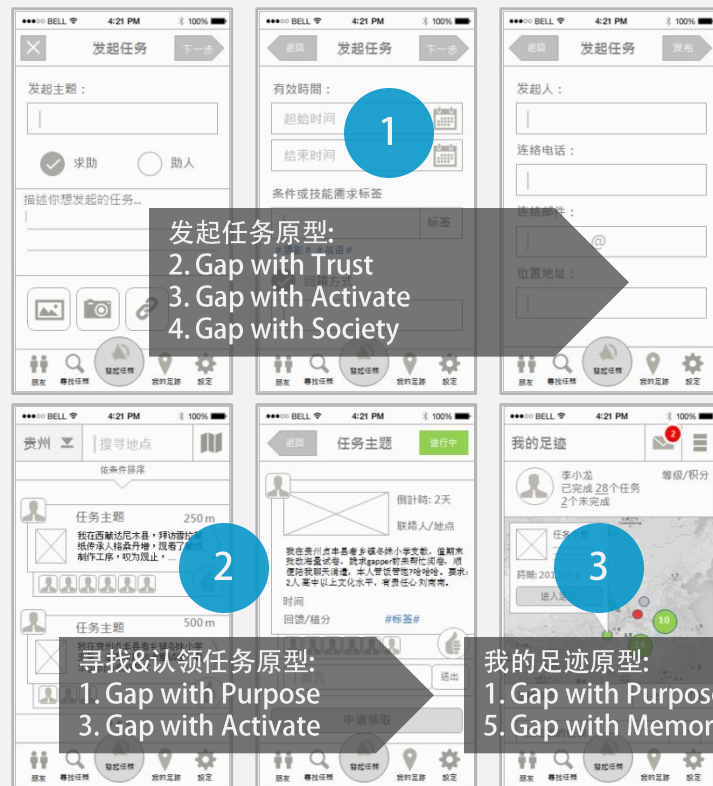
- Gapper 乐于分享自己帮助别人和被别人帮助的经历，通常对方也会乐意分享他们的故事

机会5: Gap with Memory
提供Gaper记录和分享Gap time中具有
价值与意义的Moment
(让Gaper能记录执行过的任务)

3.PRODUCT PROTOTYPING & USABILITY

附录一：原型设计

- 机会2&3&4 设计发起任务，让旅人互助以及帮当地人发起需求(公益项目);
- 机会1&3 设计寻找与参与有意义的任务
- 机会1&5 设计任务足迹的记录/管理/分享功能



原型概念测试 & 展示

Methodology: Think aloud

从贵阳做了初步测试并进行快速的调整；到了长途火车上与西安的青旅做了第二轮的测试；我们设计主要3个key features做为旅心app的展示：




1 发起任务

Key features:

- 主题卷标
- 求助/求帮助人
- 任务时间
- 标签技能匹配

用户测试与需求: #实时性#

 推送自己的任务

 实时通讯功能



2

寻找与认领任务

Key features:

- 位置定位 / 搜寻
- 留言与对方提问问题
- 个人卷标匹配
- 标示位置距离

用户测试与需求: #有效追踪# #吸引力#



随时对任务管理



累积积分换折价券



3 我的足迹

Key features:

- 个人资料与通讯管理
- 累积活动记录
- 列表或地图显示
- 待完成任务管理

用户测试与需求: #分享# #延续性#



将任务故事分享



建立简历提升工作机会

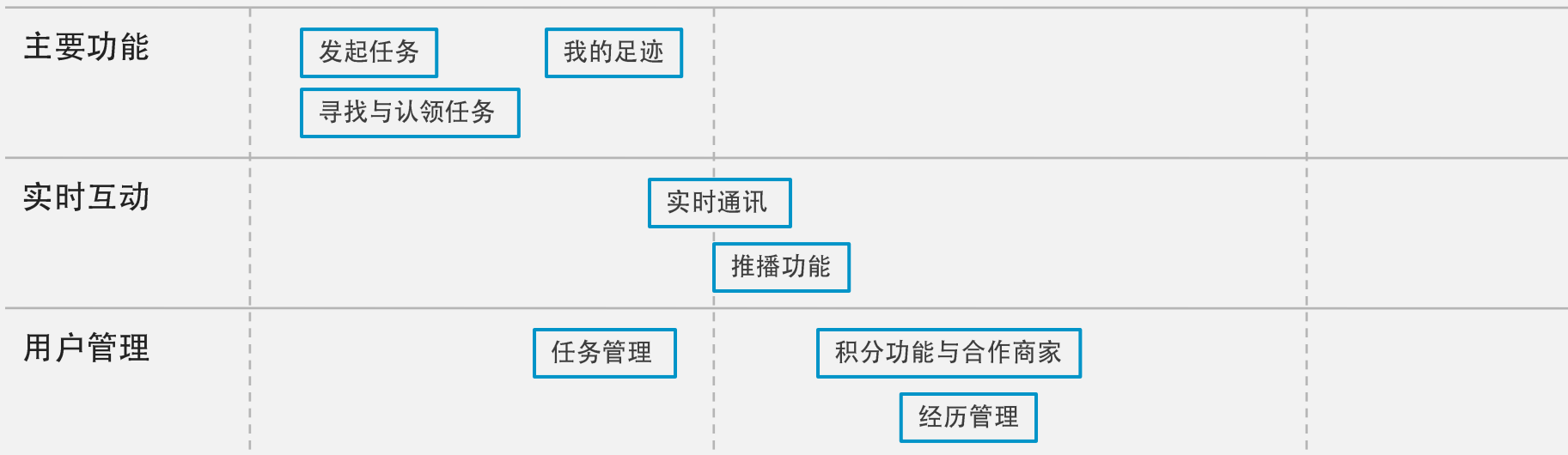


- 已完成
- 待完成
- 领取失败

ROAD MAP

1 – 3 MONTHS

3 MONTHS – 1 YEAR



4. BUSINESS MODEL OF SOCIAL ENTERPRISE

市场推广计划

Step 1 [扩散]



1. 火车，客栈和青年旅社以附带二维码的平面广告进行
2. 向豆瓣网上21个Gap year 主题小组进行 " 事件营销 "
3. VIP邀请码免费使用

Step 2 [精准]



1. 依托合作商平台进行市场推广 (餐厅，旅社等)
2. 依托NGO，校园公益社团平台进行推广
3. 在Gapper常用的网站上精准定位，进行目标营销

Step 3 [推广]

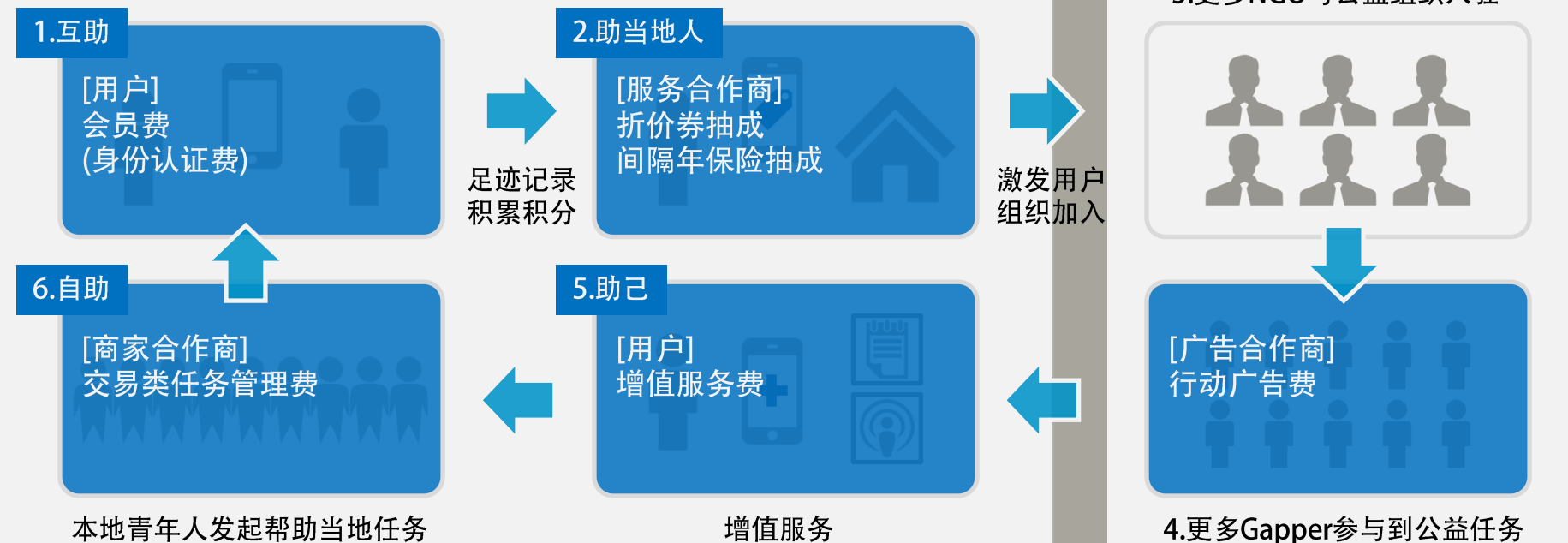


1. 依托公益项目广告平台，联合推广app
2. 利用媒体，网络，巧借东风推广app

商业模式: 帮助中国青年获得更好的间隔年体验



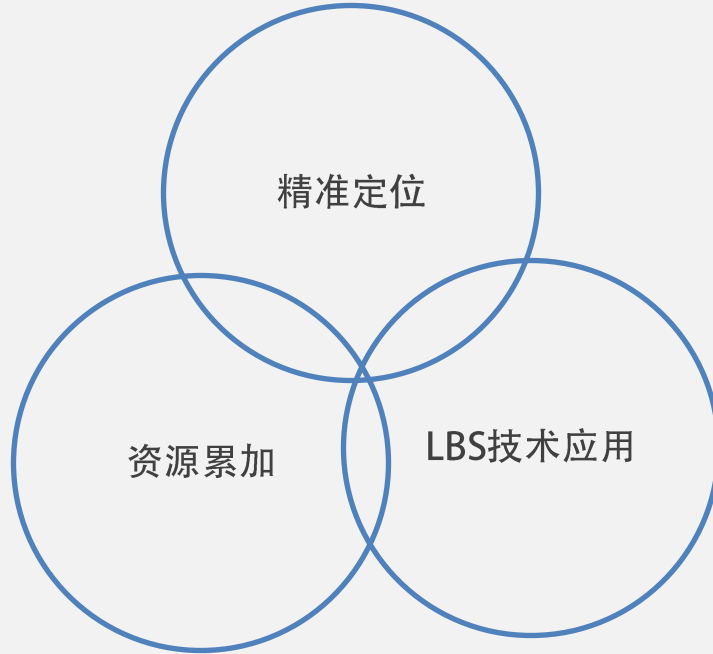
盈利模式



竞争优势与分析

	同类企业/机构	受众	产品形式	盈利模式	费用	互动性	时效性
国内	旅心计划APP	18—30岁的Gapper	APP	1+N	50/年 	强 	强 
	Gapper义工旅行网	有Gap year意向的年青人	义工项目	会员费+项目费	300 + 项目费	弱	弱
	国际志愿者网络	有做志愿者意愿的朋友	网站	会员费+项目提成	200 + 项目费	中	弱
	我的互惠网	有12岁以上较好经济条件年轻人	网站	会员费+项目费	980 + 增值服务费	中	弱
	间隔年旅行网	有Gap year意向的年青人	网站	非营利	无	中	中
国外	AIESEC	大学生	交流项目	申请费+项目费	300 + 项目费	弱	中
	IVHQ	所有有意向参与国际义工的人	网站	会员费+项目费	2000 + 增值服务费	弱	中
	WWOOF	致力于以轻劳动力换食宿朋友	网站	会员费	320 + 增值服务费	弱	弱

核心资源



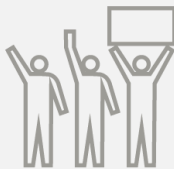
SOCIAL IMPACT

Step 1 [互助]
我们让Gapper旅人互助



正面的社会认同与信任

Step 2 [助人]
旅人一起帮助当地人



形成当地的公益网络

Step 3 [自助]
当地年轻人发起帮助当地人



授人以鱼不如授人以渔

NEXT

3--6个月的规划

8月-9月

招兵买马，安营扎寨：进一步招募完善创业团队，需招募工程师1名，财务经理1名，广告经理1名，组成五人核心创业团队。现已经获得南京市东南大学科技园支持，表示如有进展可获得该园一年的免费办公室一间。

10月-12月

产品雏形出炉：本阶段团队将在本次调研和专家指导的基础上研发出产品的1.0版本，并且在云南丽江进行小范围内的第一轮产品测试。

12月-2月

产品再升级，融资筹备：基于第一轮产品测试结果，对产品进行再升级，并且积极筹备产品第二轮测试，并且开始项目上市前的融资筹备工作。

项目启动成本

人力成本：36万

场地租金：政策支持

研发成本：10万

设备成本：5万

注册成本：4万


行销成本：50万

流动周转资金：10万

其它：5万

总计：120万

其中团队自筹50万，拟定天使投资70万



众行天下，公益间隔

THANK YOU
Q & A