

商业计划书

流浪动物救助小组

二〇二〇年四月

第一章 概述

1.1 项目概述

我国流浪动物的现状并不乐观。据不完全统计，中国目前有近 4000 万只流浪狗和近 1000 万只流浪猫，数量庞大且在各城市都有不同程度的体现，影响了城市居民的正常生活，并对社会公众有一定的威胁性；另一方面，目前中国没有规范化管理流浪动物的机制，民间流浪动物救助站资金困难，乱象频发。因此，如何使流浪动物拥有一个更好的归宿成为亟待解决的难题。随着“互联网+”模式宠物经济的快速发展，线上领养渠道需求逐渐变大，这为流浪动物的救助提供了新思路。

“四四”是一款针对流浪动物救助与领养的公益类移动应用。我们以“领养代替购买”为理念，为用户提供领养和送养的安全平台，同时为救助站提供援助，为流浪在各个角落的动物提供帮助，同时保留目前市场上常见的社交模块和宠物服务模块，开设“云养宠”功能，增加社交性和互动性。我们努力探索流浪动物救助方式在互联网平台下的创新，产品旨在解决目前流浪动物公益救助所存在的问题，希望做出实质性的作用。

1.2 项目背景

1.2.1 政策背景

国内宠物收容的相关法律法规的研究：我国现有的动物保护法及法规《野生动物保护法》主要是保护野生动物，而且是限定于濒危的、有极高科研价值的野生动物。动物中的绝大部分如农场动物、娱乐动物、宠物、实验动物等则没有被纳入被保护之列。而 2002 年《实验动物管理条例》首次增加了动物福利的内容。但也仅限于提到，并没有具体措施，更谈不到违法行为的处罚问题。因此，法律的滞后已严重影响到了社会的发展。2009 年 9 月 18 日，我国首部《中华人民共和国动物保护法(专家建议稿)》正式公示征集意见。虽未正式实施，但相信完善后的正式法律将会大大规范现有的流浪动物的管理和救助工作，真正地让动物保护志愿者们有法可依、有理可据地为动物们谋求其应有的权力。

1.2.2 行业背景

据调查，目前市场上关于保护动物的 APP 数量极少，如 IOS 的动物保护者，有关宠物的 APP 软件绝大多数侧重于购物分享和爱宠人士的动态交流方面，而大多数流浪动物组织依靠微博和公众号进行宣传 and 发布领养信息，但是这些信息很快就会被覆盖，难以形成一定的传播力，同时收容所经济来源一般是好心人捐助、淘宝周边售卖、转账等形式，难以维持稳定。所以，市场上迫切需要一个完善的、具有公信力的流浪动物救助平台，以解决公益救助过程中出现的问题。

1.2.3 市场痛点

(1) 用户在领养中反馈的问题，比如：领养条件苛刻，领养过程繁琐、宠物信息的真实性等等，领养流程不够完善和规范。

(2) 现存机构大多负债累累，资金不稳定，难以生存，并且生病残疾的动物很多。即缺乏稳定的资金支持。

第二章 基本情况

2.1 团队简介

“救助流浪动物”团队由 6 名来自华南师范大学生命科学学院、教育信息技术学院和美术学院以及数学科学学院的本科生组成。项目以救助流浪动物为出发点，旨在减少流浪动物问题，同时为有爱心的爱护动物一族和流浪机构之间搭建沟通桥梁。团队中的六个成员各自发挥专长，各司其职，不断打磨项目，在讨论与实践相互促进，相互成长。

2.2 产品名称与性质

四四 APP（4 月 4 号是国际流浪动物日，同时也取四的英文“four”的谐音“for”之意，以表我们为流浪动物和流浪机构提供帮助的初心）是兼具公益与商业属性的流浪动物救助与管理平台 APP 客户端。

2.3 产品简介

“四四”流浪动物救助 APP 是一款旨在帮助流浪机构解决流浪动物过多和资金不足的困境，同时为爱护动物一族提供线上云养宠服务的 APP。我们旨在搭建起爱护动物一族和救助机构之间的桥梁，同时能够帮助流浪动物救助机构更好得安置与救助流浪动物，减少流浪动物所带来得问题，给流浪动物提供更好的生活环境。除了主营业务之外，我们还提供了线上商城以及社交动态分享，为用户线上云养宠提供更全面的服务和社交平台。

第三章 行业情况

3.1 竞品分析

3.1.1 买只宠物（性质：宠物买卖平台）

拥有完整的宠物日常用品以及宠物交易系统，该软件拥有积分的使用。可以通过地图地理位置为顾客获取便利，同时拥有宠物医疗狗狗训练知识，萌宠排行百科知识问答以及犬证办理，训犬教程等。还有寄养服务。覆盖广，并不局限于狗猫，还有乌龟等。

3.1.2 宠物家（性质：宠物服务）

提供应用内购买项目，“平价服务”和“平价商品”，会针对有宠物的用户群体，在定位后，自动寻找附近的宠物美容店，宠物超市等，寄养，专业美容师的预约，还有一个能够分享自己宠物以及可以与别人交流的平台。目前在北京、深圳、上海共有 150 多家直营连锁。

3.1.3 云养猫（性质：线上养宠）

满足那些不能在线下养猫，但是又喜欢养猫的人群而研制的一款软件，人们可以通过网络空间虚拟喂养宠物，能省去许多养宠中会遇到的很多麻烦。同样也会提供宠物用品以及同好的交流平台。

3.2 产品优劣势分析

3.2.1 产品优势

1. 能够合理分配流浪动物，并帮助流浪机构的许多资金以及宣传上的困难。
2. 提升群众的生活品质。
3. 随着单身人群不断增多及人们陪伴需求的提升，繁忙生活下的情感治愈需求，宠物经济发展势头迅猛。
4. 目前正在做流浪动物资助相关的平台并不是很多，上升空间大。

5. 网络上所宣传的动物视频会增加喜爱动物的爱心人士。

3.2.2 产品劣势

1. 在流量与宣传上普通宠物的圈子明显比流浪动物还大。

2. 对于人的日常生活动物并不是必需品，用户的流动性很大。

第四章 产品设计方案

4.1 原始需求

1. 流浪动物得到好的归宿。
2. 救助机构维持运营。
3. 搭构领养平台。
4. 搭构社交宠物平台。

4.2 目标用户

1. 救助机构：
2. 普通爱心人士：
3. 领养意向群众：

4.3 情景分析

4.3.1 针对救助机构

情景 1 关键词：政策福利低；资金少；收入渠道有限且不稳定。

用户行为过程：在平台发布视频宣传并申请开放捐助通道，也可以在平台发布云养宠信息，机构可以在平台提取云养宠资金作为维持机构运行的资金。若短期内出现资金紧缺问题，可以向平台申请紧急资金。

情景 2 关键词：流浪动物的品相差；收养流程麻烦；收养渠道的宣传少；流浪动物过多；收容量远大于送出量。

用户行为过程：发布流浪动物领养或宠物走失信息，在平台的协助下将流浪动物成功转送至领养人手中。

4.3.2 针对普通爱心人士

情景 1 关键词：流浪动物肆意繁衍。

用户行为过程：发布救助信息，在短时间后能够获得最近救助机构的回复，当流浪动物被收容后，能够的到救助机构的反馈。

情景 2 关键词：宠物走失成为流浪动物。

用户行为过程：发布宠物走失信息或在平台上搜索走失宠物信息，如果在平台上发现了自己的宠物，可以与用户或者机构第一时间联络；如果别人发现了自己的宠物，也可以通过私信联络。

4.3.3 针对领养意向群众

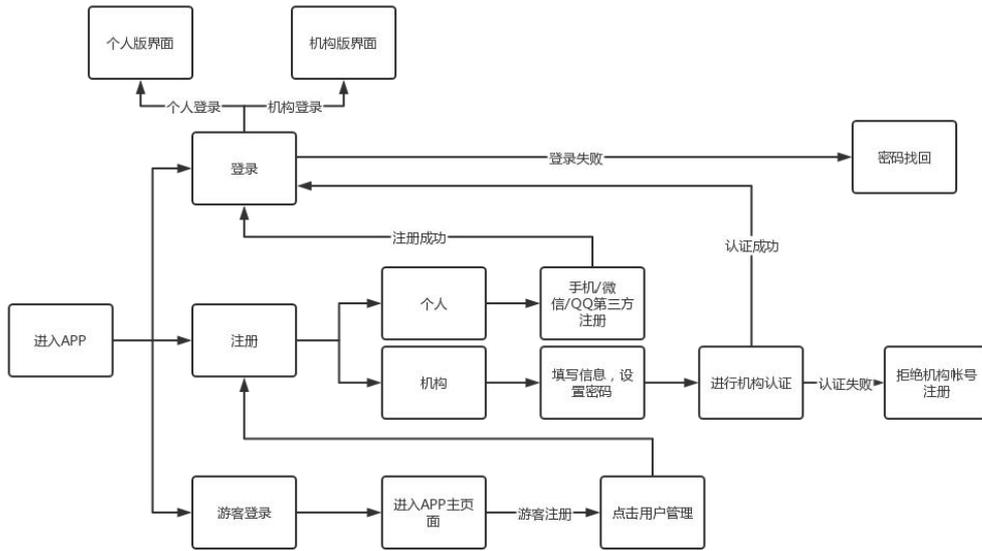
情景 1 关键词：没有饲养条件。

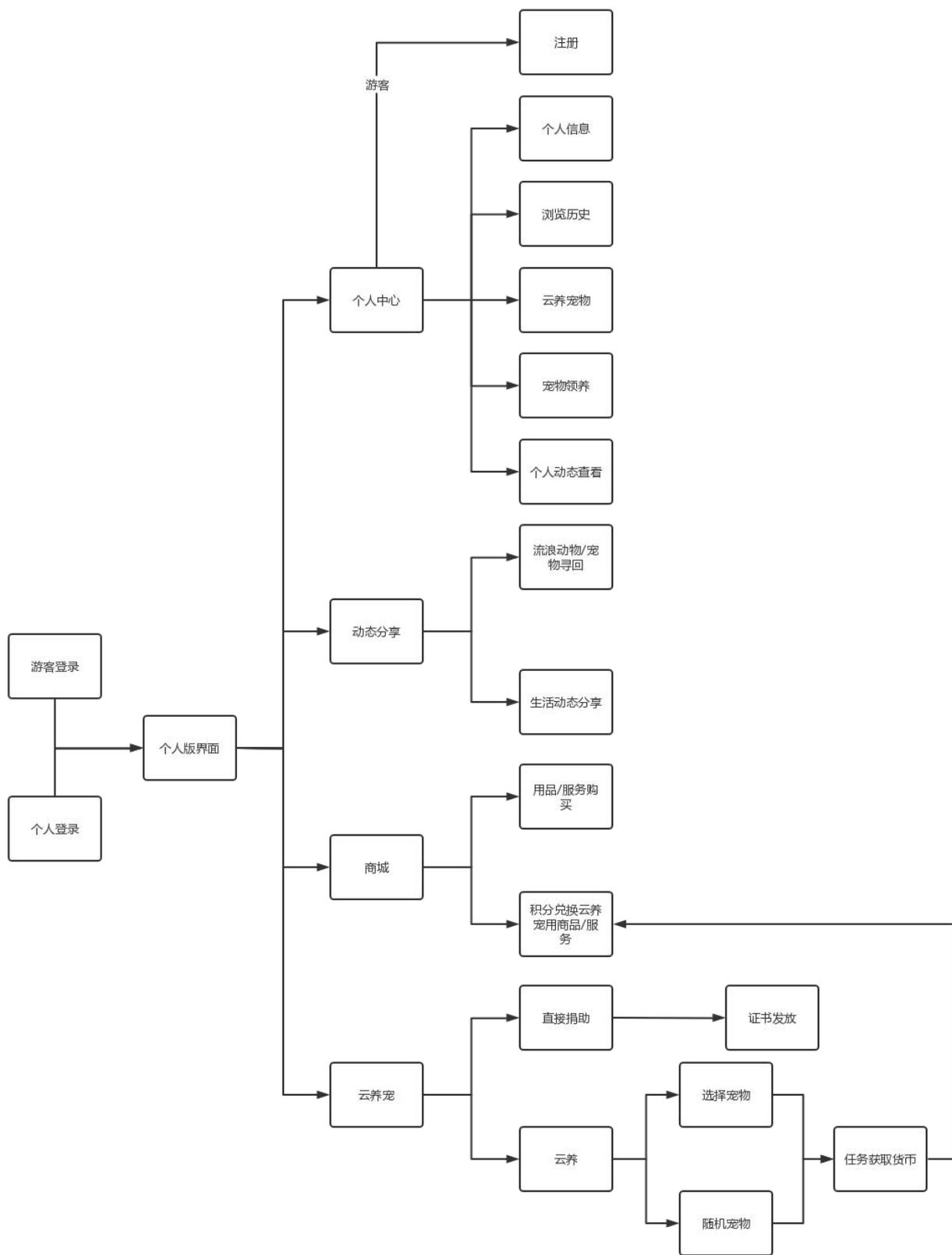
用户行为过程：在平台上寻找自己喜欢的动物，进行云养宠。报名参加线下活动，与动物近距离接触。

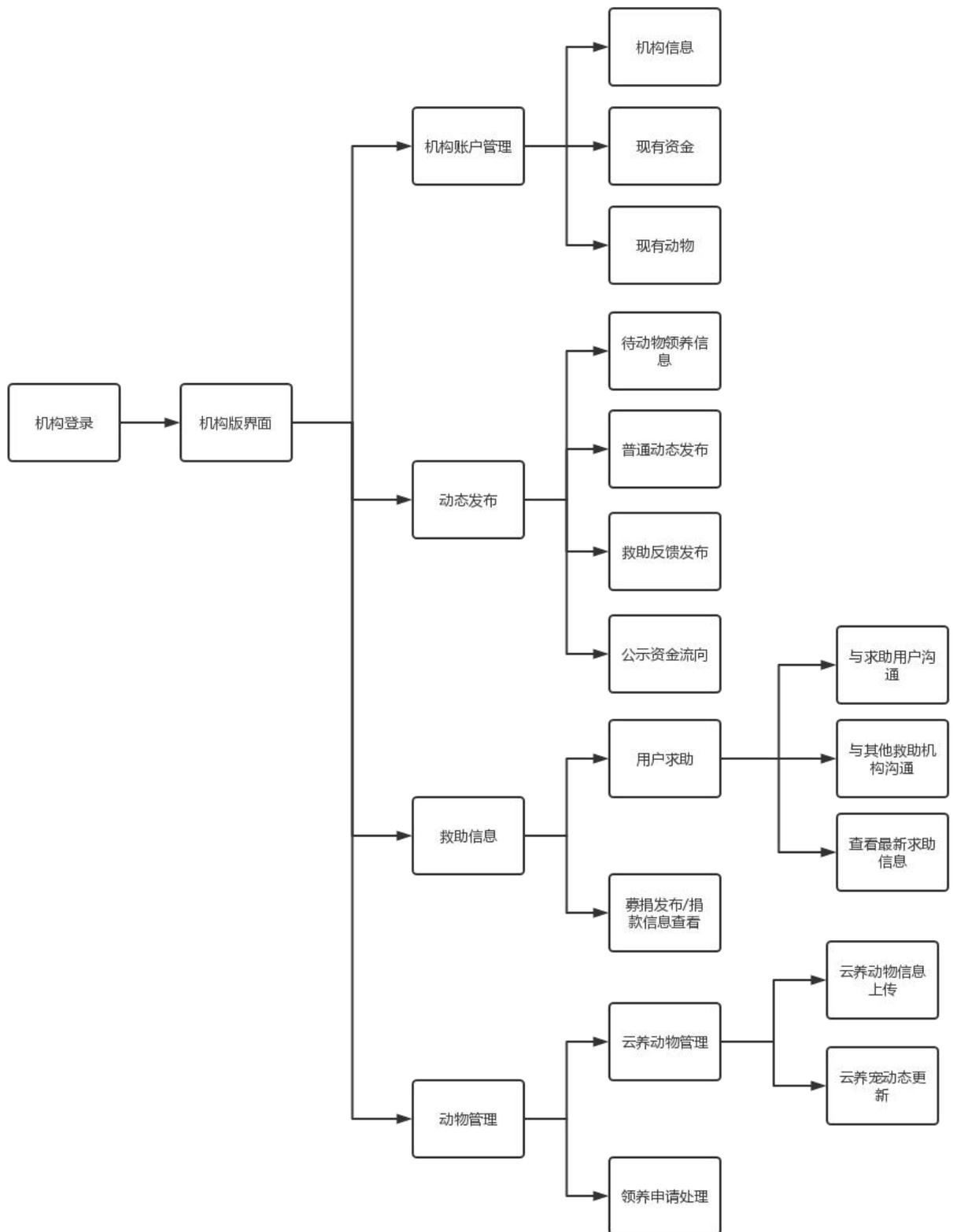
情景 2 关键词：不知道如何救助流浪动物。

用户行为过程：在平台上学习相关知识，领养流浪宠物后在平台上一键购专门为养宠新手设计的宠物用品套餐，并且后续在平台上继续购买宠物用品与宠物服务。

4.4 功能设计







第五章 市场方案

5.1 商业模式

我们 APP 是以公益为出发点，所以 APP 上所取得的盈利除去维持 APP 运营，其余的会提供给各救助机构。集资方式主要通过云养宠功能、接受捐款和商城、游戏区投放广告方式。

5.2 营销模式

主打公益旗号，以“云养宠“为突出卖点，前期通过在各高校平台、短视频平台宣传，吸引高校学生，再慢慢通过高校学生对身边人的宣传扩大市场。

与救助机构合作，请救助机构帮忙宣传。

5.3 发展规划

作为一个公益低运营成本 APP 长期存在，降低生存成本，从而将更多的收益用于救助流浪动物。

第六章 风险

6.1 政策风险

1、国家经济制度的变革、经济法规和经济政策的修改、产业政策的调整等可能导致经济收益情况变动，致使实际的经济效益与预期的经济效益相背离。

2、法律规定 APP 要严格保护用户的个人信息。用户注册时，机构、APP 均收集到了用户的个人信息，不严加保护可能导致信息泄露。

3、法律规定反诈骗。APP 采用云养宠方式，用户完成线上任务来饲养宠物，可能出现非法机构通过此方式对用户进行诈骗。

4、法律规定不得在网上传播不健康的内容。产品允许机构进行广告宣传来获取收益，可能存在非法机构传播负能量的广告，造成恶劣影响。

5、法律规定当宠物行为与他人发生纠纷时，需要采取法律措施。产品允许采用领养方式，领养的流浪动物可能出现咬人等情况，侵犯领养人的权利。

6.2 研发风险

1、技术风险——开发 APP 需要软件开发技术、信息加密技术、界面设计技术等，任何一项技术不达到要求，都会使产品达不到用户需求。

2、费用风险——中途可能需要多次修改和调试产品，使得开发费用要增加，预估的费用可能不足。

3、进度风险——任何一项开发步骤不能如期完成，都会导致产品进度延期。研发团队可能因意外不能按时完成开发任务，开发进度延期，不能确保产品如期上市。

6.3 团队关键人员风险

1、开发人员中途离职，使得产品不能如期开发完成。

2、开发人员能力不足，使得产品不能开发出来。

6.4 财务风险

财务风险来源于企业资金利润率和接入资金利息率差额上的不确定因素以及借入。

6.5 市场开拓风险

刚上市的产品，可能会因为产品较新、少有人知道、类似产品多且竞争激烈，使得产品在市场上难以占有份额，开拓难。

6.6 运营风险

1、运营初期用户较少，导致没有足够的资金来运营。

2、对于机构来说，通过视频宣传与开放捐助通道，能够为收容机构提供帮助，但流量较低的收容机构可能很难通过这种方式获得资助，达不到所有机构都满意的效果。

3、当收容机构出现资金短缺情况时，平台通过流量广告等所获得的收入在减去运营等成本后，将多余资金作为紧急资金，在机构提出帮助申请后将拨出一定资金作为支持，但是该方法会减少平台的收益。

4、通过云养宠方式，能够长期为收容机构提供帮助，但会增加收容机构的工作量，并且需要通过一定方式刺激用户的长期云养宠意愿。

5、放置类游戏作为云养宠的方式之一，能够帮助平台吸引流量、增加广告收入，但是平台运营维护成本会增加，并且放置类游戏很难吸引用户长期游玩。

6.6 风险对策

1、开发前，让团队人员接受足够的专业能力训练，严格讨论安排好进度，确保产品可以开发出来。

2、开发过程中，严格跟进进度，有问题或需求变动要及时调整。

3、开发完后，产品初上市时，可选择一小部分机构、用户进行试验，看一下效果，再逐步扩大。

4、时刻关注国家经济政策的变动，对运营方式灵活调整以适应经济环境。

5、严格保护用户信息，防止泄露。

6、对注册的机构、用户严格审查，防止诈骗或宣传负能量的不法分子进入，一旦发现，给予封号。

7、采取多元化的经营方式，多方面进行收益。

第七章 进度表

实施计划	起止日期	计划完成目标	成本	状态
撰写需求文档与制作原型	2022.4-2022.5	完成需求文档与原型制作，对接 APP 开发	——	进行中
APP 开发	2022.6-2022.12	APP 通过测试并正式上线	约 30 万左右	待办
APP 运营及维护	2023.1-	APP 正常运作与版本更新		待办
宣传推广	2022.12-	吸引用户流量		待办
.....				