

2016年“创青春”全国大学生创业大赛

益旅光芒公益发展中心

创业计划书

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！



谢谢合作



广州大学
Guangzhou University

目录

第一章 项目概要	1
第二章 项目特征	3
2.1 创业特征	3
2.2 实践特征	3
2.3 公益特征	3
第三章 组织概述	5
3.1 组织名称	5
3.2 组织的宗旨	5
3.3 组织的文化	5
3.4 组织的最终使命	5
3.5 组织的LOGO	5
3.6 组织的结构	6
3.7 组织经营策略	7
第四章 产品和服务介绍	8
4.1 产品和服务概述	8
4.2 旅游活动类	9
4.3 康体休闲类	17
4.4 延伸产品和服务	20
4.5 产品和服务优势	24
4.5.1 团队成员专业优势	24
4.5.2 高质量志愿者团队	25
4.5.3 实地考察，了解真实需求	26
4.5.4 丰富高质的周边产品	27
4.5.5 完善的后续服务	28
4.6 产品和服务的后续发展	28
第五章 市场分析	29
5.1 市场调查	29
5.2 市场前景	29
5.3 市场环境分析	30
5.4 目标市场	31
5.4.1 目标市场宏观分析	31
5.4.2 目标市场覆盖策略	31
5.5 市场吸引力	32
第六章 竞争分析	33

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

6.1 竞争描述.....	33
6.1.1 波特五力模型分析.....	33
6.1.2 行业当前竞争特点总结.....	37
6.2 SWOT 分析.....	37
6.2.1 优势 (Strengths).....	37
6.2.2 劣势 (Weaknesses).....	38
6.2.3 机会 (Opportunities).....	39
6.2.4 威胁 (Threats).....	39
6.2.5 战略.....	40
6.3 主要竞争对手分析.....	41
6.4 划分并比较重要竞争者的优劣势.....	42
6.5 企业定位和发展战略.....	43
第七章 风险管理.....	45
7.1 可能出现的风险.....	45
7.1.1 政策风险.....	45
7.1.2 研发风险.....	45
7.1.3 市场开拓风险.....	45
7.1.4 出游风险.....	45
7.1.5 竞争风险.....	46
7.1.6 运营风险.....	46
7.1.7 财务风险.....	46
7.1.8 管理风险.....	46
7.2 规避风险对策.....	46
7.2.1 政策风险对策.....	46
7.2.2 研发风险对策.....	47
7.2.3 市场开拓风险对策.....	47
7.2.4 出游风险对策.....	47
7.2.5 竞争风险对策.....	47
7.2.6 运营风险对策.....	47
7.2.7 财务风险对策.....	47
7.2.8 管理风险对策.....	48
第八章 营销战略.....	49
8.1 营销计划定位.....	49
8.2 市场发展战略.....	49
8.3 营销沟通策略整合.....	50
8.3.1 广告促销战略.....	50
8.3.2 公共关系.....	52
8.3.3 文化推广.....	52

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

8.4 分销渠道.....	53
8.5 产品定价策略.....	53
第九章 财务分析	56
9.1 主要的财务假设与说明.....	56
9.2 资本结构及运用.....	56
9.2.1 资本结构及规模.....	56
9.2.2 资金的运用.....	57
9.3 中心的收入来源分析.....	60
9.4 报表分析.....	63
9.4.1 资产负债表.....	63
9.4.2 业务活动表.....	65
9.4.3 现金流量表.....	67
第十章 创业团队管理	70
10.1 管理团队简介.....	70
10.2 创业顾问.....	73
10.3 团队发展.....	74
10.4 招聘流程.....	75
10.5 绩效评估.....	76
10.6 薪酬与惩罚.....	77
10.6.1 薪酬制度.....	77
10.6.2 奖惩制度.....	78
10.7 保险及对困难员工的帮助.....	78
第十一章 附录	79
附录1 白云山半日游活动策划书.....	79
附录2 益旅光芒公益发展中心注册计划.....	88
附录3 协议和证书.....	91
附录4 关于视障群体出游的调查问卷（针对志愿者）.....	97
附录5 关于盲人旅游的调查问卷.....	103
附录6 关于家人对视障人士旅游的访谈表.....	104

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

第一章 项目概要

益旅光芒公益发展中心致力于开展盲人旅游服务，以视障群体的正常感官为切入点，为其量身定做旅游产品。借鉴美国残疾人旅游业的发展经验，关注残障群体的精神需求，建立生态发展模式，推动国内残疾人旅游业的发展。

近几年来，我国的旅游业一直保持平稳较快增长，2015 年我国公民出游规模达到 41.2 亿人次，但是，在目前国内 2.6 万多家旅行社中，极少有专门面向残障人士的出游服务。据第二次全国残疾人抽样调查显示，目前广东的残疾人总数达到 540 万，占全省人口的 5.86%。截至 2014 年底，全国针对残障人士的康复机构共有 6914 个、特殊教育普通高中学（部）187 个、残疾人职业培训基地 6154 个，但是，上述机构的主营业务中都未涉及旅游服务。

本团队在前期经营阶段主要面向视障人群，在广州市盲人学校、其他社工组织机构等进行了调查，了解视障群体的出游意愿及想法等。调查结果显示 64.1% 的视障群体都具有出游的意愿，但却因自身条件、景区配套设施不完善、旅行社服务技能较低等方面问题，视障人士出游面临严峻的现实困境。相对于聋哑人等，视障群体在旅游方面存在更多的困难和限制，我们希望以组织盲人出游为突破点，通过贴近视障人群需求的活动及无微不至的高品质服务，赢得视障群体的信任和支持，不断深化完善盲人旅游市场，以争取社会各界加强对盲人出游的重视。

- ◆主要服务：盲人出游、政府购买服务、益旅 APP、盲人展、众筹平台；
- ◆深入视障群体，通过面对面交流、问卷调查、电话访问等方式了解视障群体的成长经历、生活方式和群体出游的意愿；
- ◆现已与“广之旅”、广州市盲人学校等签订协议，与广大社工服务中心达成合作意向，已设计和开发了白云山旅游线路，白云山半日游活动已可供实施；
- ◆ 公开招募志愿者，邀请权威专家为志愿者进行全面、专业的培训，开展让志愿者蒙上纱布体验盲人的生活世界等活动；
- ◆ 在预期内完成社会组织注册任务，现已整合部分申请材料，制定进度表。

本团队经过实地调查、团队策划、实地踩线等方法，开展了一系列完善创业方案、设计旅游产品，开展康体休闲等活动，以下图 1-1 是本中心的创业技术路线图，发展前期主要服务对象为视障群体，中后期将逐步拓展到其他残障人士。本团队一直坚持着最终使命：为所有残疾人士创造幸福休闲的旅游休闲生活。以下我们用一张创业技术路线图更好地展示我们的创业项目。

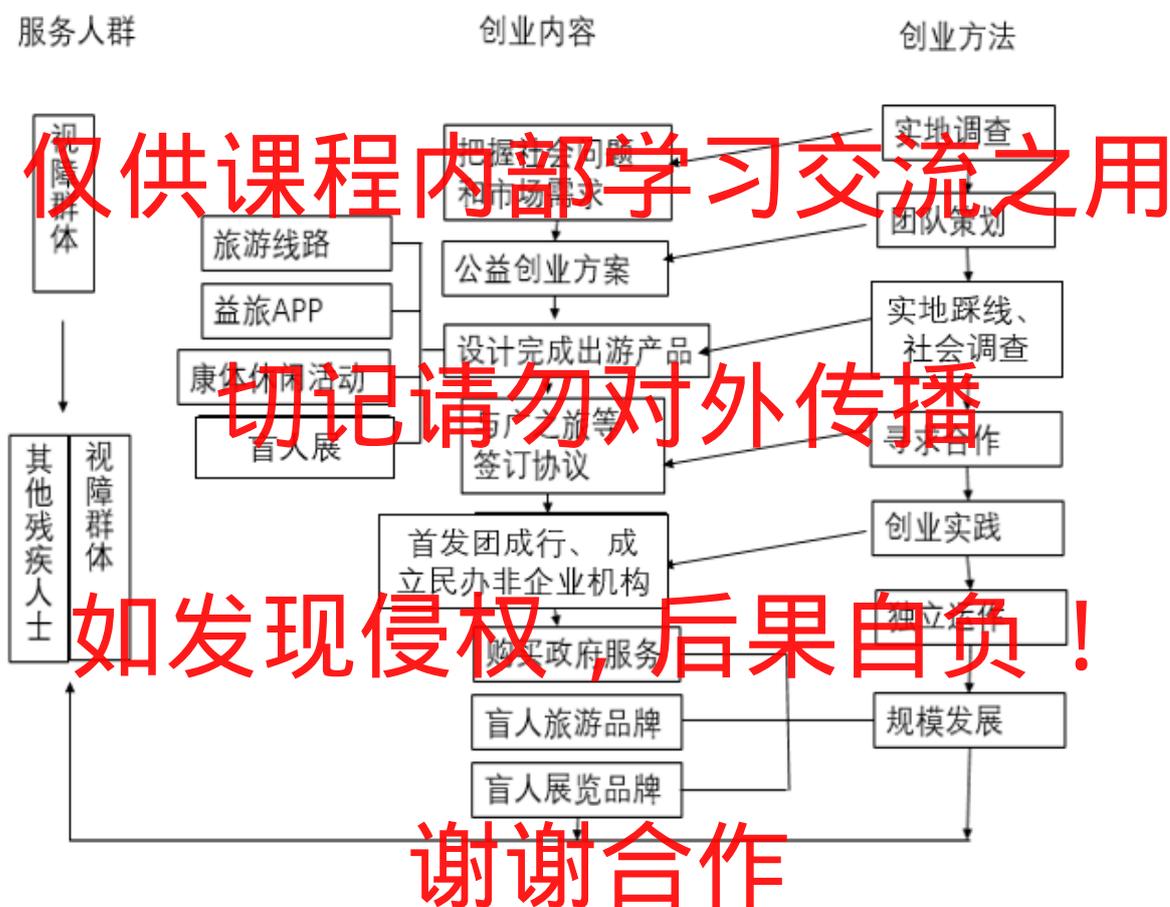


图 1-1 创业技术路线图

第二章 项目特征

2.1 创业特征

(1) 2015 年中国国内旅游突破 40 亿人次，旅游产业对 GDP 的综合贡献率超过 10%。但现阶段国内缺乏针对视障群体等残疾人士的旅游服务，有较大的市场需求；

(2) 益旅光芒通过开发的为视障人群等残疾群体提供的旅游服务，为社会创造了不少就业机会，实现了创业和就业的相结合；

(3) 本团队以“为视障群体设计的旅游线路”作为基础，逐渐扩大服务范围，使更多的残疾人受益；

(4) 通过少量资金撬动社会更多更广泛的资源，使更多的企业、景区、酒店等参与和支持本项目。

2.2 实践特征

(1) 本团队走访了广州市盲人学校、荔湾区街道办等地进行问卷调查、访谈，发放问卷 300 份，团队共回收 270 份，其中有效问卷 237 份，根据调查结果显示，具有出行意愿的视障群体占总数的 64.1%；

(2) 本团队已与国内著名百强旅行社：广之旅旅行社、广州市盲人学校、余荫山房等相关单位签订相关合作协议；

(3) 本团队计划并已着手申报成立民办非企业组织：益旅光芒公益发展中心。

2.3 公益特征

(1) 本中心的客户将由视障群体逐步拓展到整个残障群体，希望能够通过本中心的产品令视障人群等残疾群体得到与普通人同等的待遇，受到尊重，并能够积极融入社会；

- (2) 宣传公益理念、提高影响力，吸引并提高社会对视障人士的关注度；
- (3) 鼓励、支持社会公益力量的加入，特别是青年群体，需要培育和培养一班拥有专业素养的志愿者，让他们积极投入到奉献社会的工作中去。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

第三章 组织概述

3.1 组织名称

益旅光芒公益发展中心

3.2 组织的宗旨

“奉献爱的力量，关爱和尊重社会视障群体”

3.3 组织的文化

“群英荟萃，团结一心，发展助盲旅游，共同拼搏，共浴阳光”

群英荟萃意味着优秀的人才从各方聚集于此，团结努力，形成强大的凝聚力，上下一心共同致力发展助盲旅游的公益事业。同时宣传、普及公益理念，发动更多的企业和个人，关注社会弱势群体，为他们送去关怀，以此推动慈善事业，促进社会文明风尚，构建和谐社会。

3.4 组织的最终使命

“为残疾人士创造幸福休闲的旅游生活”

3.5 组织的LOGO

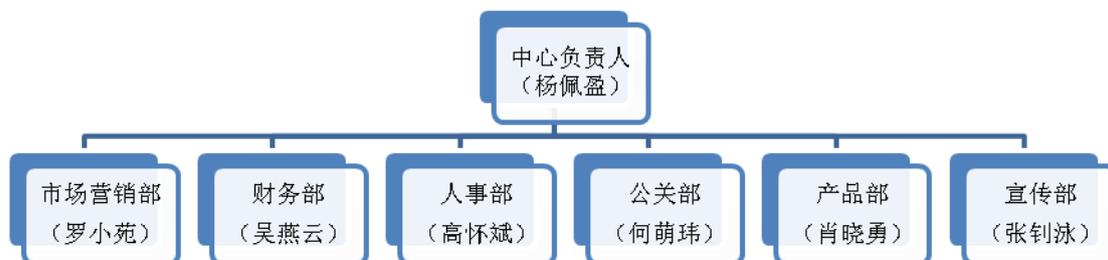
图中拄着拐杖的是本中心的服务对象——视障群体，后面的群山意指这个世界，最外围是太阳发散的光芒，图片底是本中心团队名。LOGO寓意本团队将带领视障群体翻山越岭，探索另外一个世界，为他们提供不一样的旅游体验，给他们带去光芒、关爱。因为本团队的存在，让他们的生活焕发光彩。



图 3-1

3.6 组织的结构

益旅光芒公益发展中心



仅供课程内部学习交流之用

图 3-2 中心的组织结构

切记请勿对外传播

表 3-1 中心的部门职能

<p>总经理</p>	<p>负责公益中心全面事务，在中心或组织内部拥有最终的执行经营管理决策的权力。主要职责是制定和监督企业战略的实施，维持中心的日常管理运营、组织实施本中心的工作计划和运营方案；同时是公益中心的直接代表人；拟定本中心的基本管理制度；提请聘任或解聘中心的管理人员和工作人员等。</p>
<p>人事部</p>	<p>负责内部管理、协调各部之间的关系；招聘本中心的工作人员、招募导游和志愿者，并做相关的培训、考核和规划工作，起到统筹兼备的作用。</p>
<p>市场营销部</p>	<p>进行市场调研、市场分析和关注竞争对手的情况等；根据市场部提供的信息负责总体的营销活动，决定本中心的营销策略和措施，并对营销工作进行评估和监控。</p>

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

公关部	负责对内、对外公共关系工作以及保持与品牌商家的长期友好合作，通过各种途径如广告等建立本中心和品牌形象。
财务部	负责资金的筹集、使用和分配，如财务计划和分析、投资决策、资本结构的确定，股利分配等等；负责日常会计工作与税收管理等。
产品部	根据市场需求和市场定位，不断更新、开发新的产品，以满足市场的需求。
宣传部	信息反馈接受中心，负责线上线下的线路、活动宣传。

仅供课程内部学习交流之用

3.7 组织经营策略

- (1) 市场导向：本中心会根据自身的优势和特点，进行准确的市场定位；
- (2) 勇于创新：为了在市场竞争中站稳脚跟，取得长足发展，本中心的产品和服务会不断创新，贴合视障群体的需求，为其提供新鲜多样的出游体验；
- (3) 随机应变：分析、把握市场经营环境，凭借自身经营优势的前提下，灵活自如，把有限的资源投入到一定的目标市场；
- (4) 富有特色：不断突出本中心的特色、个性和风格，表现出独特的差异性，建立一流的学习型组织和企业文化；
- (5) 不断开发新客户：以用户为中心，利用客户关系管理的理念为顾客服务、提高顾客忠诚；
- (6) 提高知名度：与企业合作，投放公益广告、派发宣传单、张贴海报，利用新媒体技术等进行宣传。

第四章 产品和服务介绍

4.1 产品和服务概述

本公益发展中心以视障群体除视觉外的正常感官为切入点，为该类人群设计开发适合于他们的出游路线和活动。本中心的主要产品和服务包括三个方面：旅游活动类、康体休闲类及延伸产品和服务。此外，本中心还与其他社工组织合作，为其他残障人士提供服务。

旅游活动类，出团范围主要为广东省内及周边地区，我们在调查和实地踩线的基础上，已经设计并形成了系列可供实施的线路：“白云山一日游”、“一起去听海”、“亲近大自然-阳江”、“触碰历史印记之博物馆精品一日游”等。使视障人群享受到旅行出游带来的身心享受和满足，同时每次出游均配有高质量志愿者提供贴身服务，以确保视障群体出游的绝对安全性和旅游体验的高质量。

康体休闲类活动主要组织视障群体参与一些同城活动，多为放松、休闲的体验，在放松身心的过程中与其他视障群体交流沟通，以帮助视障群体在活动中敞开心扉，走出封闭，融入正常的社会生活。在活动结束以后，本中心还会定时、定量、定性的提供最新的出游咨询服务和规划服务。

延伸产品和服务的对象为除视障群体外的残障群体，如坐轮椅的肢体残疾、自闭儿童和聋哑人等，使本中心产品和服务做到多样化和全面化，能够为更多的残障人士提供出游和休闲的服务，这也与我们的服务于整个残障人士的最终使命相契合。

本中心在前期的业务中，主要以视障群体为服务对象，随着中心的逐渐发展壮大，我们的延伸产品将不断丰富多元化。此外本中心的服务范围将从广东省内及周边逐步扩展到华东、华北等地区。

4.2 旅游活动类

(1) 白云山一日游（盈利模式：保本）

线路主题：亲近大自然，白云山鸣春谷听鸟叫

◆ 行程亮点：

白云山	广州市市肺，绿化覆盖率 95%以上，为国家 5A 级景区，让视障群体亲临大自然，感受纯净的空气，呼吸土壤的气息
鸣春谷	全国最大的天然式鸟笼，让视障群体置身鸟的世界，聆听不同鸟类的声音



图 4-1 白云山鸣春谷

◆ 行程安排：

时间	行程介绍	备注
9:00	抵达广州市盲人学校	
9:30	发车前往白云山	
10:00	抵达白云山景区	
10:30-11:00	到达能仁古寺前，听钟声、蝉声。介绍有关蝉的种类和知识，在教空旷的空地组织小游戏，如脑筋急转弯等。导游统一教唱歌曲，志愿者	导游和志愿者在讲解过程需注意用词，不要涉及“看”等敏感词汇；

	协助完成。	
11:00-11:30	在能仁古寺活动结束后，坐游览观光车上山，抵达白云山山顶公园，有序进入鸣春谷景区，志愿者购买后续用来喂食的鸟食。	志愿者组织好秩序，清点人数，注意盲人学生的安全
13:00-15:00	<p>进入大型鸟笼景区，志愿者协助盲人游览，导游和志愿者讲解介绍各类不同鸟的叫声，让盲人身处一片鸟叫的世界，感受大自然，同时学习不同鸟类的知识。</p> <p>导游带领进入大型天然鸟笼，志愿者协助盲人有序进入，盲人在志愿者的陪同下自由活动，在鸟笼中聆听各类不同鸟的叫声，感受大自然，志愿者负责盲人活动的安全性。在盲人听鸟叫声时，为其讲解该声音为何种鸟，该种鸟外貌特征如何，叫声有何特点，有关该类鸟的趣味知识等。自由活动结束后，导游集合盲人组织“听声辨鸟”的小游戏，随机依次选定几种鸟叫声，让盲人辨认为哪种鸟类，答对便送小礼品。让盲人在在感受大自然的过程中学习鸟类知识，将书本知识转化为可感知的实物，深化盲人对大自然的认识。</p>	<p>导游和志愿者讲解要细致，事先了解各类鸟类知识</p>
15:00-15:30	导游集队，清点人数，志愿者协助盲人下山	清点人数
11:50-12:30	返程回盲人学校，送盲人学生回学校，抵达广州市盲人学校，志愿者协助盲人下车，与学校负责人做好交接工作	在车上，邀请盲人学生分享这次活动的想法和感受

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

(2) 亲近大自然（阳江精品一日游）（盈利模式：盈利）

阳江是“中国十大最具幸福感城市”之一，拥有 20 多处总长达 35.4 公里的海滨沙滩，沙质纯洁，水清浪缓，在国内外海滩资源中可谓出类拔萃。



图 4-2 十里银滩海岸线

◆ 行程亮点：

十里银滩	视障朋友可以呼吸十里银滩清新的空气，拥抱徐徐的海风，感受洁净均匀的沙滩，是我国不可多得的几处洁净的海滩。十里银滩三面环山，总长 9.5 公里，海岸线长达 16.5 公里，已被载入大世界吉尼斯之最。
大角湾风景区	视障朋友可以在这里用视觉以外的正常器官感受最真实的大海。大角湾背倚青山翠岭，独得大自然垂青，以阳光、沙滩、海浪、海鲜驰名于世，是海陵岛知名度最高的景点。
贴身志愿者专业服务	为了保障视障朋友的出游安全及提升其出游满意度，本线路配有专业的志愿者贴身随行服务。本中心志愿者均经过严格筛选和专业培训，他们并非导游，而是你出游最贴心的陪同者，最放心的安全护航人。
快乐同游人	本团仅招收视障朋友，在平等开放愉快的氛围中一同出游，认识世界，交流谈心，敞开心扉，一起体验一场终生难忘的旅程。



图 4-3 大角湾美景

◆ 仅供课程内部学习交流之用

8:00	广州天河总统大酒店门前（附近公交站：天河南）集合
11:00-12:30	抵达阳江，午餐。
13:00-14:30	抵达十里银滩，游览十里银滩，感受细沙流过指缝间的细腻，感受海风随意吹过脸颊的力度，呼吸海风的特有气味，聆听海浪潮起潮落的乐章，用双腿感受海浪拂过的温柔，调动身体各个感官，感受亚洲最长海滩带来的绝妙体验。
14:30-15:30	抵达大角湾风景区，感受不同海滩带来的不同体验。稍后，志愿者组织安排游戏活动，团员分享旅途见闻感受。
15:30	集合返程

◆ 行程费用

费用包含：	<p>(1) 交通：广州往返阳江，阳江各景点间小交通，正规旅行用车的包车费；</p> <p>(2) 保险：专业旅游意外保险；</p> <p>(3) 午餐费用。</p>
-------	---

(3) 触摸文化印记（广州市内博物馆精品一日游）（盈利模式：微利）



图 4-4 南越王博物馆外观

仅供课程内部学习交流之用

◆ 行程亮点：

西汉南越王墓博物馆 (如图 4-4)	视障朋友可身临其境感受全方位感受 2000 年前岭南地区的社会风貌，与文化来次亲密接触。南越王墓的出土，被誉为近代中国五大考古新发现之一，主要展示南越王墓原址及其出土文物。
广东省博物馆	视障朋友可一次性欣赏四大展馆，领略不同文化领域的顶尖作品，全方位感悟文化之魅力。广东省博物馆陈列展览以广东历史文化、艺术、自然为三大主要陈列方向，分为历史馆、自然馆、艺术馆和临展馆四大部分。
贴身志愿者专业服务	为了保障肢体残障朋友的出游安全及提升其出游满意度，本线路配有专业的志愿者贴身随行服务。本中心志愿者均经过严格筛选和专业培训，他们并非导游，而是你出游最贴心的陪同者，最放心的安全护航人。
快乐同游人	本团仅招收肢体残障人士，在平等开放愉快的氛围中一同出游，认识世界，交流谈心，敞开心扉，一起体验一场终生难忘的旅程。

◆ 行程安排

9:00-11:30	抵达西汉南越王墓博物馆，博物馆的陈列展出较全面地反映了2000 多年前南越国时期岭南地区的社会政治、军事、经济、文化等概况，团友可身临其境全方位感受 2000 多年前的岭南地区社会风貌。
11:30-12:30	午餐
12:30-15:30	抵达广东省博物馆，博物馆陈列展览以广东历史文化、艺术、自然为三大主要陈列方向，在展陈内容编写上遵循功能、经济、创新、信息、科技、艺术、合理的原则，充分反映了岭南文化的独特个性和广东省博物馆的馆藏水平。
15:30—16:30	志愿者组织团友分享此次行程的感受
16:30	集合返程

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播



如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

图 4-5 南越王博物馆内

◆ 行程费用

费用包含：	<ul style="list-style-type: none"> (1) 交通：往返博物馆，正规旅行用车包车费用 (2) 门票：西汉南越王墓博物馆门票 (3) 保险：专业旅游意外保险 (4) 午餐费用
-------	--

(4) 奇妙的朋友（长隆野生动物园世界一日游）（盈利模式：盈利）



图 4-6 亲自喂食长颈鹿

◆ 行程亮点：**仅供课程内部学习交流之用**

<p>特色野生动物放养，与动物亲密接触</p>	<p>在步行游览区，视障朋友可以有很多跟动物亲近的机会，他们可以购买各种动物喜欢食物来投喂喜爱的动物。可以用香蕉投喂大象，它们会把鼻子举过头顶向你道谢；可以给刚出生小老虎喂奶；在长颈鹿广场，可以把拿着树叶亲手喂给温文尔雅的长颈鹿！（如图 4-6）</p>
<p>贴身志愿者专业服务</p>	<p>为了保障肢体残障朋友的出游安全及提升其出游满意度，本线路配有专业的志愿者贴身随行服务。本中心志愿者均经过严格筛选和专业培训，他们并非导游，而是你出游最贴心的陪同者，最放心的安全护航人。</p>
<p>快乐同游人</p>	<p>本团仅招收肢体残障人士，在平等开放愉快的氛围中一同出游，认识世界，交流谈心，敞开心扉，一起体验一场终生难忘的旅程。</p>

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

◆ 行程安排

8:00	广州天河总统大酒店门前（附近公交站：天河南）集合
9:30	抵达长隆野生动物世界
9:30-11:00	参观熊猫中心。整个中心面积达到 20000 平方米，是整个南中国地区最大的熊猫中心，目前居住着 10 只憨态可掬的大熊猫。 长隆野生动物世界六只熊猫宝宝来头不小，曾经给力亚运，视障朋友可以与熊猫宝贝来个亲密接触。
11:00-12:00	午餐
12:00-14:00	参观大象园。在中华区的大象园是集展示、互动、表演于一体的充满自然生态的展区。在这里，团友除了探访大象，还可以亲手进行投喂，投喂之后，聪明的大象还会用摆动鼻子表示感谢。
14:00-16:00	游玩亚马逊雨林，亚马逊雨林位于南门入口，这里有一片雾气弥漫的雨林中心，这里正是成百只火烈鸟的家，热闹而聒噪的火烈鸟叫声显示出这片雨林无限的活力。行走于热带雨林小道深入到雨林区的核心，为了模拟雨林的湿气和生态，沿途安装了高科技喷雾装置，即使在炎炎夏日，行走在雨林小道，仿佛如行走在真正的热带雨林一般凉爽湿润。
16:00-16:30	团友分享此次旅程的见闻和感受
16:30	集合返程

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



仅供课程内部学习交流之用

图 1-1 火烈鸟

◆ 行程费用

费用包含：	(1) 交通：往返长隆野生动物世界，正规旅行用车包车费用 (2) 门票：长隆野生动物世界门票 (3) 保险：专业旅游意外保险 (4) 午餐费用
-------	--

切记请勿对外传播

4.3 康体休闲类

如发现侵权，后果自负！

(1) 活动主题：同城交友

活动形式	内容简介
旅游分享会	分享参加团队旅游活动的体会、感受
盲人按摩交流会	分享学习按摩的经历，交流心得
DIY	一起学习制作手工艺品、下厨做菜等
全民 KTV	交流学习吹拉弹唱

谢谢合作

(2) 活动主题：让鱼亲亲我

活动特色：体验足底按摩的乐趣、抓住视障群体灵敏的触感、享受鱼疗的舒适感

活动安排:

14:00	广州天河总统大酒店门前（附近公交站：天河南）集合
14:30	抵达鱼疗中心
14:30-15:30	视障群体体验鱼疗，感受小鱼在于指尖的触感，在小鱼的穿梭中放松身心
16:00	集合返程

(3) 活动主题：忘情交谊舞 不如跳舞

活动特色：教视障群体跳交谊舞、在跳舞过程中获得友谊、培养快乐的生活情趣

活动安排:

16:00	广州天河总统大酒店集合出发越秀公园
16:30	抵达越秀公园，由专人教学交谊舞
16:30-17:30	通过练习交谊舞，增加彼此的了解，学习交谊舞其中蕴含的文化
18:00	集合返程



图 4-8 交谊舞学习现场

(4) 活动主题：粤剧越精彩

活动特色：通过一场奇妙的演出，带领观众体验一段神奇的粤剧人生，品味广州的历史与今天，从而擦亮“粤剧”和“珠江”名片。

活动安排:

16:00	天河总统大酒店集合，出发广州大剧院
16:30	领悟广府文化，倾听粤剧
18:30	集合返程



仅供课程内部学习交流之用

图 4-9 粤剧

(5) 活动主题：品鉴音乐之美

切记请勿对外传播

活动特色：通过走进音乐厅和聆听街头音乐，感受音乐的多样化，对不同风格类型的音乐有更加深刻认识和体验。

17:00	天河总统大酒店集合出发
18:00	抵达星海音乐厅
18:00-18:30	聆听音乐厅外的街头音乐
18:30-20:00	进音乐厅欣赏交响乐 (图 4-10)
20:00	集合返程天河总统大酒店
21:00	抵达天河总统大酒店

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



图 4-10 音乐会现场

4.4. 延伸产品和服务

(1) 长隆野生动物世界→动物百科知识普及一天游

适用对象：针对坐轮椅的残疾群体、自闭儿童、聋哑人

主题：我与动物有个约会

行程特色：能够近距离与动物接触，喂食动物；能够亲眼看到来自世界各地的国宝，和在平常生活过程中看不到的动物群种，且有志愿者一对一陪同，为他们讲解动物百科知识。

具体行程：

时间	行程介绍	备注
9:00 集合	出发长隆野生动物世界	切勿迟到，自带干粮
10:00	排队过安检，进入景区	
10:00-15:30	由志愿者陪同观光游览，午餐自行解决	注意安全，做好防晒防雨工作
15:30	集合，返程	

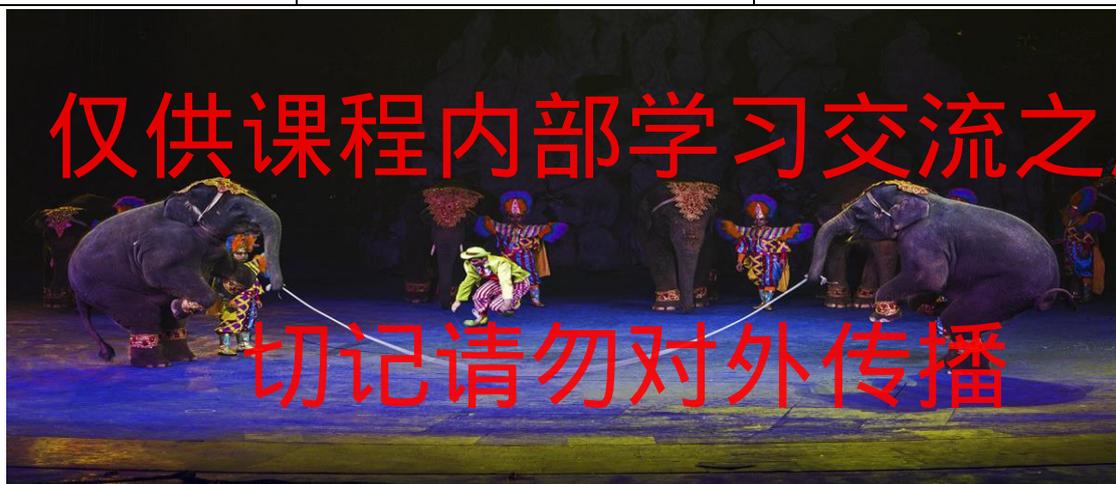
(2) 长隆国际大马戏游

适用对象：坐轮椅的视障群体及有肢体残疾的群体、自闭儿童、聋哑人

主题：魔幻传奇，震撼眼球

行程特色：集唯美、浪漫、惊险、刺激、欢乐、趣味、奇幻于一体，给他们带来前所未有的视觉体验。

时间	行程介绍	备注
17:30	集合出发长隆旅游景区	准时
18:30	抵达景区，过安检	注意安全
19:30	开始欣赏表演	
21:00	集合返程	清点人数



仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

图 4-11 大马戏

(3) 我们眼中的世界依然很精彩——摄影主题游

如发现侵权，后果自负！

适用群体：自闭症儿童、有肢体残疾的群体、聋哑人

行程特色：在沙面独具特色的建筑游走，拍摄最美的瞬间，寻找他们眼中的世界；

精心设计的野餐环节，让参与者一起畅谈。

谢谢合作

主题：我们眼中的世界

时间	行程介绍	备注
8:00	集合出发，前往沙面	守时
8:45	抵达目的地，分组根据不同线路前往观光摄影	
8:45-10:45	由志愿者陪同讲解，协助拍摄	
11:00	集合返程	清点人数

后期：收集图片，办一次摄影展，邀请参与线路的游客参展



仅供课程内部学习交流之用

(4) 南沙天后宫看海听海一天游

适用群体：自闭症儿童、聋哑人

主题：看海踏浪

行程特色：与大海来个亲密拥抱、欣赏黄昏的迷人景色；

切记请勿对外传播

时间	行程介绍	备注
08:00	集合出发	准时
10:30	抵达南沙天后宫海滩	注意安全
10:30-12:00	聋哑人：看海，踏浪 自闭症儿童：玩水，欣赏日落	
12:00-14:00	DIY 午餐	
14:00-16:00	娱乐活动	
16:00	返程	清点人数

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



图 4-13 天后宫

(5) 线路：陈家祠半日研学游

适用群体：聋哑群体、自闭症儿童

主题：一睹陈氏宗祠的风采，领略民间艺术

行程特色：参观民间艺术博物馆、近距离欣赏三雕两塑、广绣、象牙雕

时间	行程介绍	备注
8:00	集合出发	准时
9:00	抵达陈家祠	
9:00-11:00	观光游览学习	注意参观秩序
11:30	返程	清点人数



图 4-14 陈家祠

(6) 线路：广东科学中心一日研学游

适用对象：肢体残疾、自闭症儿童

主题：揭开科技的面纱

行程特色：亲自体验项目，了解科学知识

时间	行程介绍	备注
8:30	集合出发	准时
9:30	抵达广东科学中心	
10:00-15:30	自行观光游览	注意安全
16:00	返程	清点人数



图 4-15 广东科学中心

谢谢合作

4.5 产品和活动优势

4.5.1 团队成员专业优势

本中心的核心技术骨干均组织策划并亲身参与过出游、志愿服务活动等，对志愿服务和旅游出行路线规划有充足的经验。本中心的产品和服务可以保证高质量的个体体验以及科学化、人性化服务。随着本中心的不断发展与壮大，相关服务皆会有很大幅度的改进与提升，以此为视障群体提供更周全、更优质、更新颖的服务。

4.5.2 高质量志愿者团队

本中心拥有一批高质量志愿者服务团队，能够保障视障群体出游的安全性和出游质量。志愿者均经过严格筛选和全面培训，本中心配有高级导游讲师作为培训讲师，团队成员均有丰富的专业知识和服务技能，前来报名的志愿者都会得到相关全面的培训。本中心在前期已带领一批志愿者亲自体验视障群体的生活，以下是我们志愿者初体验的照片（如图 4-16、图 4-17） 以及志愿者参与培训的照片（如图 4-18、图 4-19）



图 4-16 蒙上双眼的志愿者触摸自然 图 4-17 蒙上双眼的志愿者感受海风



图 4-18 志愿者认真聆听培训内容

图 4-19 志愿者培训结束合影

4.5.3 实地考察，了解真实需求

本中心所有产品和服务均为实地考察，以了解视障人群的现实情况和最真实的需求，本中心的产品均以视障人群的需求为出发点和落脚点。以下是我们志愿者前去广州盲人学校调查、踩点、交流、洽谈的照片（如图 4-22 志愿刚抵达广州市盲人学校，等待保安人员联系学校的老师；图 4-23 志愿者和视障小朋友们的交流氛围极为融洽；图 4-24 小明（化名）带我们的志愿者去教室参观并想想我们展示他心目中的向日葵；图 4-25 志愿者离开之际，视障小朋友依依不舍；图 4-26 爱，只是一个小小的举动，小朋友们紧牵着我们的小手，是对我们志愿者的信任！有爱有信任，这个世界便不再黑暗！）



图 4-20 抵达学校

图 4-21 交流氛围融洽



图 4-22 参观校园

图 4-23 离别前的依依不舍



图 4-24 爱和信任

仅供课程内部学习交流之用

4.5.4 丰富高质的周边产品

每一次的出游活动，本中心的志愿者会穿着统一服饰（图 4-27 为本中心志愿服、图 4-28 为本中心志愿帽），同时视障群体也会拥有我们中心的吉祥物——阳阳（如图 4-29）、还有徽章（如图 4-30）等纪念品。本中心的吉祥物阳阳，是一个有笑脸的太阳，和本中心的精神、文化相契合，旨在为视障群体带去关爱。



图 4-25 志愿服



图 4-26 志愿帽

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作



图 4-27 吉祥物阳阳

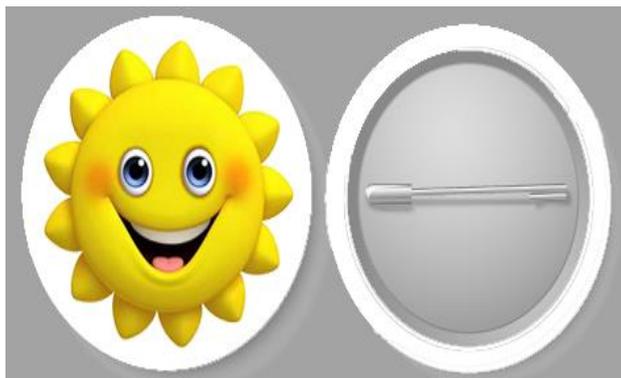


图 4-28 徽章

4.5.5 完善的后续服务

参与本中心活动的视障群体可以享受以下后续服务：
仅供课程内部学习交流之用

- (1) 为视障者家人建立 QQ 群，方便交流心得体会，以及提供建议；
- (2) 为每个参与活动的视障者建立一个客户档案，在其生日时间送上生日问候，在生日期间出游并可享受出游特价优惠；
- (3) 定期以电话访问的方式向每个视障者介绍最新的活动和出游咨询，包括新的出游路线、同城活动的详情、以及价格优惠景点。

4.6 产品和服务的后续发展

如发现侵权，后果自负！
在本中心发展的中后期，将会开发益旅 APP，APP 主要有团体线路的销售、私人定制、残障人士用品的销售、众筹——爱心接力、编写盲人旅游指南攻略、拍摄旅游视频等主体功能，进一步提升本中心的服务人群范围。同时，拓宽现金流的来源渠道。
谢谢合作

第五章 市场分析

本项目的市场分析总体特点可以概述为：“有市场、无服务”、“有需求、无组织”，项目服务内容具有良好的发展前景。

5.1 市场调查

本团队走访了广州市盲人学校、荔湾区街道办等地进行问卷调查、访谈，发放问卷 300 份，团队共回收 270 份，其中有效问卷 237 份，根据调查结果显示，有 74.6% 的人希望能够扩大自己的交际圈、扩宽自己的视野，同时加深对这个世界的认识，同时 71.2% 的视障人士对于出游都是担心出行的安全问题。基于以上分析，本中心在确保安全保障的同时，认为为视障群体服务的市场空间很大。高质量服务、安全系数有保障的出游活动一定会得到他们的信任。我们本着对视障人士负责的态度，一定会有越来越多的人选择我们的服务，使他们在享受服务中体会到社会的公平对待、对生活的热爱、在交友方面得到满足。在后期，我们会选择与更多的社会机构合作来扩大我们的市场，但也会同时保证服务质量的不断改善和提高，以尽量满足视障人士的需求。所以，我们的规模会不断的扩大，所服务的人群会越来越广，信誉度也会越来越高，在不久的将来，我们组织将会迈向新的里程。

5.2 市场前景

当下旅游产品消费市场正处于蓬勃发展阶段，消费群体几乎都锁定在健康人士，很少有为残障人士定制出游线路，为其提供旅游服务的。在中国，有将近 1300 万视力障碍者，在广东有将近 75.3 万视力障碍者，涉及将近 225.9 万家庭人口，在广州，几乎每 222 个人当中就有一个视力障碍者。面对庞大的视障群体，当今社会却缺乏一个专门性的组织机构能够为他们提供平等的享有旅游休闲机会的平台。由此，出现了为视障人士提供同城、出游活动的服务类组织。但是此类组织在我国极其少，且缺乏系统完整的、个性化、多方式的服务内容。因此，

组织功能更强，提供人性化、个性化、高质量咨询服务和组织出游服务、康体休闲活动的益旅光芒公益发展中心应运而生。

随着政府有关部门对社会福利旅游的关注与支持，视障群体生活水平的日益改善以及其旅游出行需求的增加，便于视障群体出行的新产品和技术的研发，皆为视障群体提供旅游出行市场创造了前所未有的市场机会。

5.3 市场环境分析

益旅光芒公益发展中心作为一家致力于视障群体出游、为他们提供康体休闲服务的公益组织，将市场投射在视障群体外出休闲服务上。以下是我们对这个市场的供求分析：

(1) 宏观环境分析

①随着社会的发展，旅游业已经成为国家经济发展的重要支柱产业。

②广州市中国最早引入志愿文化的城市，重视志愿者培训和志愿服务工作，广州志愿文化的成熟有利于本中心组织线路出游。

③法律政策的出台和完善。

④旅游市场的不断发展、完善和旅游模式的转变，视障群体旅游市场开始慢慢得到社会公众的认可。

⑤公益组织的成熟发展，给视障群体旅游市场提供了一定的组织基础和经济基础。

(2) 需求分析

①视力障碍者数量的不断增长。在中国，有将近 1300 万的视力障碍者；在广东，有将近 75.3 万视力障碍者，涉及 225.9 万的家庭人口；在广州几乎每 222 人中就有 1 位视力障碍者。

②大多数视障人士都有出游的愿望。据有效调查问卷 237 份中显示，其中具有出游意愿的视障人士占调查总人数的 64.9%。

(3) 供给分析

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

①在整个旅游行业中，针对视障群体提供的旅游服务供给几乎为零、康体休闲活动占极少部分，具有的专业水平较低。

②视障群体出行的新产品和技术的研发，皆为视障群体提供旅游出行市场创造了前所未有的市场机会。

③广州市内缺乏相关的社工培训机构。

④教育水平的不断提高，旅游行业和旅游从业人员素质的提高，旅游市场面向的群体更加全面化、专业化。

5.4 目标市场

5.4.1 目标市场宏观分析

本中心初期在细分市场后将目标市场定义为有购买能力的视障群体、缺乏一定的经济能力或者具有社会影响力的视障群体，有寻求公益合作的企业和社会服务机构、政府部门等。

(1) 有购买能力的视障群体

线路销售的收入是本中心运营资金的主要来源，主要开发针对视障群体其他正常器官为切入点，以听觉、嗅觉、触觉等为线路灵感，独具匠心的为视障群体设计旅游路线、提供康体休闲活动，满足他们的旅游需求。

(2) 缺乏一定的经济能力或者具有社会影响力的视障群体

通过为缺乏一定的经济能力或者具有社会影响力的视障群体提供旅游线路，激励视障群体努力创造自己的社会价值，创造社会效益，让广大公众对公益旅游、康体休闲活动有更深入的了解。

(3) 有寻求公益合作的企业和社会服务机构、政府部门

通过建立与企业之间、社会服务机构和政府部门的合作关系，通过企业资助，社会服务机构扶持，政府购买服务等方式，保障本中心的资金来源渠道与营销渠道。

5.4.2 目标市场覆盖策略

根据目标市场覆盖策略选择（图5-1），益旅光芒团队发展初期是为视障群体提供出游线路、康体休闲活动的产品和服务，根据他们的需求为他们提供不同种类的产品和服务。这样，我们在公益旅游方面树立了声誉、占领一定的市场，但一旦出现其它品牌的替代品或消费者流行的偏好转移，我们将面临巨大的威胁，这就需要我们的发展和应对了。

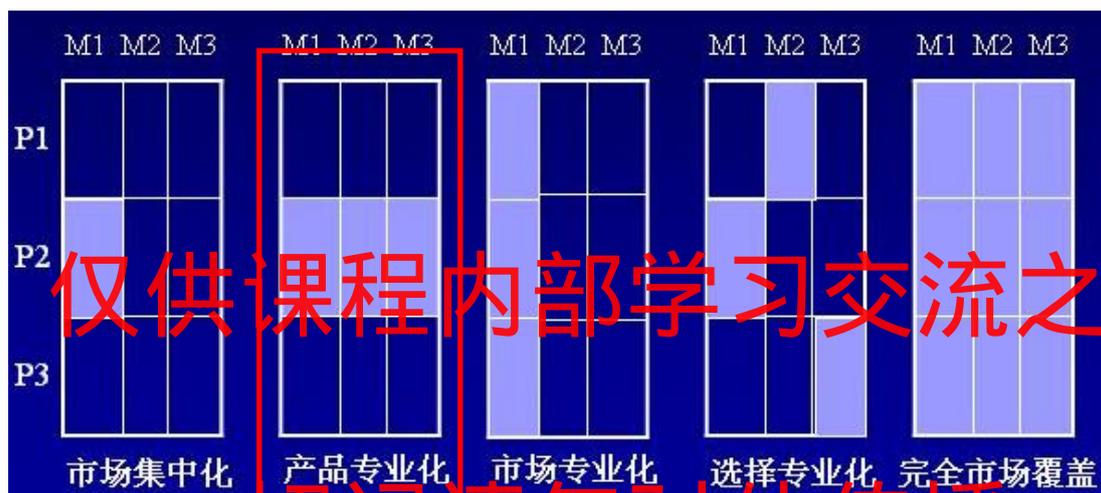


图 5-1 目标市场覆盖策略选择

5.5 市场吸引力

(1) “旅游+公益”模式

通过建立“旅游+公益”模式，开创旅游行业和公益行业的新时代。本中心将视障群体这一特殊群体与旅游行业相结合，着眼于旅游市场中视障群体的空白市场，满足视障群体的出游需求、注重其康体休闲活动，努力创造社会公益价值，提高视障群体生活的幸福度，希望其像正常人一样拥有出游康体休闲的机会。

(2) 专业与科学相结合

充分发挥本中心人员的专业知识与实践技能，为视障群体量身定制适合其出游的旅游线路、提供康体休闲活动。同时培养出旅游专业素质高、志愿服务能力强的志愿者，为视障群体出游、康体休闲活动的安全性和便利性做好基础。

第六章 竞争分析

6.1 竞争描述

在社会现有的非盈利组织中，极少有专门为盲人提供出游咨询、旅游出团的机构。根据本中心的前期调查，开展关于盲人出游业务的旅行社也极少，有且仅限是在特定的节日招募视障人士推出关于相关旅游线路供其体验，如中青旅推出的盲人旅游团“听海”，属于不连续的路线。这相比于我们专门性的组织机构而言，缺乏系统性和连续性，因此对我们的影响较小。相对于同为视障人士提供服务的社工组织，其多侧重于视障人士技能的培训、知识的学习等，极少涉及视障人士休闲旅游。因此，即使现有诸多非盈利组织，由于服务内容的不同质，服务方向也不尽相同，对中心的发展冲击力不大。下面我们用波特五力分析模型来对竞争进行分析。

6.1.1 波特五力模型分析

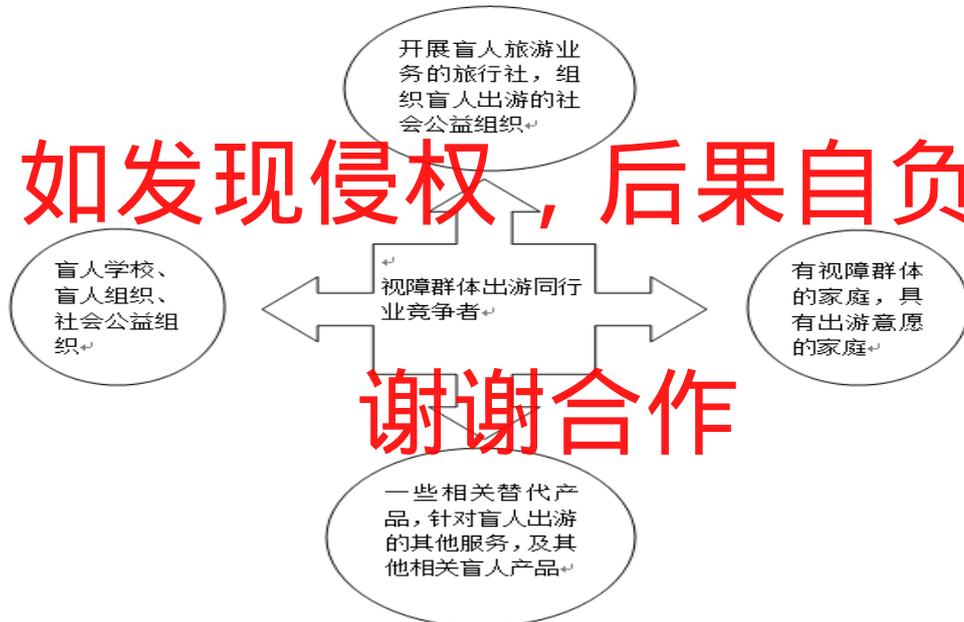


图 6-1 波特五力模型

按照波特的观点，一个行业的激烈竞争，根据在于其内在的竞争结构。在一个行业中存在五种基本的竞争力量，即：行业中现有企业间的竞争、潜在竞争者进入的威胁、供应者讨价还价的能力、购买者讨价还价的能力、替代品的替代能

力。这五种竞争力量的现状，消长趋势及其综合作用强度，决定了行业竞争的激烈程度和行业获利能力。下面是本中心波特五力模型分析。

(1) 供应商讨价还价的能力

传统意义上的供应商主要是提供旅游产品和服务的上游企业，包括交通运输、餐饮、酒店、旅游景区等。随着互联网的不断发展，景区、酒店、餐饮等旅游产品及服务的供应商与线上平台的合作更加的密切。视障群体出游也涉及到为其提供旅游产品和服务的供应商，如承包行程的旅行社、餐厅、旅游景区等。由于视障群体的特殊性，行动存在诸多不便，并会引发其他社会问题，比如：餐厅以视障群体用餐会影响其他人，行动不便为由，会因此拒绝视障群体进入或因而提高价格，这对这样会极大影响本中心活动的正常开展，为了确保能够确保本中心为视障群体量身定制的旅游线路的正常开展，本中心会跟不少于两家餐厅或景区建立联系，并对所选景点地区进行有效的甄别，尽可能选择支持公益事业的景区餐饮等旅游供应商。

同时，通过线上与线下的合作，为视障群体获取更加实惠的景区门票、酒店价格等。整体上看，益旅光芒公益发展中心在景区、酒店、交通等供应商的选择上处于优势地位，旅游服务供应商讨价还价能力相对处于劣势。并且随着互联网经济的发展，旅游 OTA 的迅猛发展，中心的还价能力还将继续提高。我们还会通过合作的形式维持长期战略合作关系，降低供应商议价能力。

(2) 行业现有企业间的竞争

本中心选取广东省出团人数最多的两家旅行社为代表进行说明，即广之旅国际旅行社和南湖国际旅行社。

表 6-1 与旅行社的竞争

	广之旅国际旅行社	南湖国际旅行社
优势	具有较为成熟的组团出团经验，口碑好，规模大，具有组织残障朋友出游的经验，社会资源丰富	有组织过 24 名盲人及弱视群体出游的经历，有一定的盲人出游经验，且出团可操作性强，线路成熟
劣势	没有组织过盲人出游的经验，较为侧重正常人群体出游。	推出的盲人旅游线路多为“蜻蜓点水”式，专业程度较低，频率不高。

表 6-2 与社会相关公益组织的竞争

	社会相关公益组织	益旅光芒公益发展中心
优势	对盲人及弱视群体和其他残障人士的了解较深，且拥有为视障群体等残障人士服务的丰富经验，社会认可度高，安全可靠	专门为视障群体及其他残障人士量身定做其合适的旅游线路，拥有一批优秀的导游和志愿者，并邀请高级导游培训人员对导游和志愿者进行培训，涉及面广，与其他社会公益组织达成合作，得到政府支持和社会企业的赞助
劣势	社会公益组织出于安全的考虑，较少甚至几乎没有组织过视障群体和其他残障人士出游，较多侧重于知识的学习和技能的培训	缺乏稳定的资金来源，且作为市场的开拓者，缺乏可借鉴的经验和模式，竞争对手多，竞争力大

(3) 购买者讨价还价能力

对于益旅光芒公益发展中心而言，产品的消费者主要有两类，一是通过信息获取个体报名的视障群体；二是通过政府相关部门、公益组织、企事业单位等集

中招募。然而，在中心发展初期，由于缺少影响力和号召力，不能够保证市场上的视障群体对中心的产品有较高的信任度，而且视障群体家属出于安全性的考虑，不愿让其参与本中心的旅游活动。

以上现象都表明，潜在消费者对本中心缺乏信任度。针对个体报名的视障人士，本中心提供的短线旅游多于长线旅游，外出旅游的次数将逐步增多，但众多旅行社也会提供类似的旅游产品，业务雷同、缺乏特色服务，用户几乎可以零成本转向其他旅行社。互联网的普及使消费者可以轻易搜索到需要的旅游产品信息，并可以进行充分的对比。潜在客户的地理位置分散，但网络平台使他们集中到一块，可增强他们的讨价还价能力。通过政府相关部门、公益组织、企事业单位等的集中采购，购买者掌握信息程度高，且因为其采购的数量较大，采购集中程度高，且这种集中采购一旦形成，并且合作成果显著的话，便会形成长期合作的关系。因此价格相对稳定，但采购成本占总成本的比重较大。购买者的讨价还价能力相对稳定。

(4) 新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新生产能力、新资源的同时，希望在已被现有企业瓜分的市场中赢得一席之地，这就有可能会与现有企业发生原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，严重的话还有可能危及这些企业的生存。由于公益活动的盛行，越来越多的人开始关注社会中的弱势群体，人们对社会福利旅游有了更多的关注和支持。社会中会出现各种各样的公益组织和福利旅游，对本中心有一定的冲击力。

①进入障碍

关于为视障群体出游提供服务的市场进入障碍较小，所需要的固定资产投资较小，资本较少，很容易通过复制和仿造的方式来突破。

②现有企业对于进入者的反应情况

预期现有企业对进入者的反应情况，主要是采取报复行动的可能性大小，

则取决于有关厂商的财力情况、报复记录、固定资产规模、行业增长速度等。目前现有企业对于新进入者的报复行为力度不大，预期新进入者带来的威胁会分散到相关公益组织、旅行社中来，进入的威胁度高。

(5) 替代品的威胁

两个处于不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。由于目前有关公益机构对于视障群体的学习、技能培训等的发展较为成熟，视障群体也倾向于选择传统的服务，因此替代性较强。但是随着人们观念的改变，对于生活质量的要求日益提高，这种替代性会逐渐减弱。

6.1.2 行业当前竞争特点总结

通过对行业竞争结构的分析可知，目前行业的竞争状况呈现以下几个特征：

① 需求大于供给，为视障群体提供出游的服务在市场中尚处于空白状态，供应商占据主动地位，购买者的订价还价能力处于劣势地位。

② 在现有市场竞争中，提供同类产品的竞争者几乎没有，但是产品和服务的模仿和可复制性程度高，新进入市场的竞争者冲击大。

③ 产品的替代性强，视障群体可以选择范围较广，且替代产品的发展更为成熟，但是随着人们对生活质量的不断追求，旅游产业的迅猛发展，替代性会逐渐降低。

谢谢合作

6.2 SWOT 分析

6.2.1 优势 (Strengths)

(1) 机构成员有旅游线路设计的丰富经验，能够设计出吻合视障人群需求、内容丰富的路线。团队成员多主修旅游管理专业，对开发适合视障群体出游的线路具备专业的知识储备和实践经验。部分成员有到盲人学校参与志愿活动，通过交流了解盲人学生内心想法。因此可尽可能去满足视障群体出游的需求。

(2) 团队成员均热衷于公益事业，投身于多项公益项目，对相关公益项目的

运作有一定的了解，其丰富经验能够切实保障为视障人群提供高品质的服务。其中，部分成员多次参加志愿者培训活动，累计志愿时长已超过 1000 多个小时。

(3) 顺应时代潮流，开展“社工组织+A”的合作模式，扩大资金来源和宣传渠道。加深与社会公益组织的合作，为社会公益组织提供旅游项目，由社会公益组织提供人力、物力和财力，增加社会公益组织项目的深度与广度，为社会公益组织增添新的活力。

(4) 采用志愿者一对一服务模式，提高出游安全性和保障出游质量。由于视障群体出游本身存在一定的安全隐患，因此本中心将创新出行的模式，通过招募高素质志愿者，并进行严格的筛选和培训，来确保出行的安全。在这种模式下既可以提高成本优势。

(5) 本团队拥有专业的创业指导顾问，能够帮助团队答疑解惑，给予专业指导，帮助团队快速发展壮大。

(6) 社会福利旅游的兴起，政府相关部门对公益活动的关注和支持。

6.2.2 劣势 (Weaknesses)

(1) 创业初期，虽然资金来源有多种渠道，但是资金的来源不稳定。由于我们是非营利性的社会公益组织，在组织初创期，资金主要来源于以下五大方面：政府资助、公益基金会赞助、企业合作、社会爱心人士捐助以及公众筹资活动募集。然而这些资金的来源在一开始都是不固定的，需要中心洽谈形成长期的合作，才能保障资金的来源稳定。

(2) 国家相关法律法规尚不完善。关于视障群体出游法制化、规范化的制度是中心健康发展的保证和前提。国家虽然鼓励和支持公益组织的发展，但是在关于公益组织发展和视障群体出游这方面的立法尚不健全。对于一些突发的状况、很难提供解决法律纠纷的相关法律依据，缺乏具体的规范的法律保障。

(3) 作为新兴市场的开拓者，缺乏可借鉴的经验和模式。由于益旅光芒公益发展中心开发的是旅游市场中未曾被关注的一个空白市场，因此缺乏可借鉴的经

验和模式，产品的设计、服务的提供都完全要依靠自主创新。

(4) 景区、酒店等旅游基础配套设施不完善。虽然现在不少的景区、酒店等针对残疾人有专门开设了残疾人专道，设有无障碍公共厕所等为残疾人出行提供便捷，但总体来说，大部分的酒店、景区在这方面的设施设备仍不完善，对视障人群出行的安全造成较大隐患。

(5) 团队成员均为在校大学生，缺乏相应的组织运营经验，其经验的不足将造成组织运营有一定的困难。

6.2.3 机会 (Opportunities)

(1) 弥补市场空白，竞争者少，创新性强。现阶段国内缺少针对视障群体的旅游服务，由于视障群体自身条件、景区配套设施不完善、旅行社服务技能低等方面限制，他们出游的机会极少，视障人士出游存在严峻的现实困境，当前几乎空白的市场难以满足视障人士出游的需求。且本中心开发的盲人旅游市场具有一定的创新性。

(2) 随着社会各界对公益事业的关注程度越来越高，政府以及社工组织给予公益组织的支持，为公益组织的发展创造了一个良好的社会环境。政府购买公共服务，对公益事业大力支持以及社工组织的蓬勃发展。同时，社会各种公共服务机制的完善，更为盲人出游提供了便利。

6.2.4 威胁 (Threats)

(1) 潜在竞争对手多，且产品和服务的可复制性强。虽然当前针对视障群体出游的市场竞争者少，但是由于本行业的进入障碍小，一旦行业市场态势好，效仿者便会趋之若鹜，新的竞争对手便会剧增，对本中心造成市场分割的风险。

(2) 关于视障群体出游的法律法规目前还不完善，一旦相关政策法规出台，政策的实施很有可能会给中心的发展带来严重的冲击。

(3) 随着社会公益组织和旅游行业的持续快速发展，这两个行业的结合将是必然趋势，替代品数量将会增加，竞争加剧。

6.2.5 战略

<p>S0 战略</p>	<p>由于益旅光芒公益发展中心是首个专门为视障群体及其他残障人士提供出游服务的社会公益组织，随着政府和社会公益组织加强对弱势群体的关注与支持，越来越多的人会加入到公益事业中来。且社会中缺少专门针对视障群体及其他残障人士的旅游服务，而据调查，较多的视障人士及残障人士都具有出游的意愿。随着政府和社会公众对公益关注度的提高，可以提高此类旅游的影响力。益旅光芒公益发展中心坚持“我以我言做你眼”的服务理念，为视障群体和其他残障人士提供合适的旅游服务，并携手各类媒体，微信公众平台、微博等新媒体进行宣传。</p>
<p>WO 战略</p>	<p>益旅光芒公益发展中心是一个公益组织，虽然资金来源渠道多样，但是没有稳定的资金来源。且作为一个新兴市场的开拓者，缺乏较为成熟可借鉴的经验和模式。因此，需要找到稳定的资金来源，尽可能找到一个实力较强的企业为本中心提供资金支持。由于益旅光芒公益发展中心是为视障群体及其他残障人士提供旅游服务的公益组织，在社会中具有较大的影响力、较强的公益性。由于慈善风潮的盛行，社会中很多知名企业都会利用公益活动作为一个手段，即公益营销，以此树立一个良好的公益形象，在社会中形成较好的社会影响力。所以，得到一个稳定的企业资金支持具有很大的可能性。同时，由于市场的空白，尽管缺乏经验，但可以通过与其他公益组织的合作，借鉴旅行社成功组织残障人士出游的成功事例，相信本中心可以通过不断的学习，改善产品，为视障群体及其他残障人士提供可靠优质的旅游产品。</p>
	<p>益旅光芒公益发展中心得到政府的大力支持，且专门为残障人士提供出游服务，虽与市面上的旅行社相比，缺乏较为成熟的出游组团的经验，与社会公益组织相比，服务的经验缺乏。然而，益旅光芒公益发</p>

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

ST 战略	展中心为残障人士量身定制其合适的旅游产品，提供的旅游产品专业性强，且还吸引了一大批热爱公益的志愿者对残障人士提供服务，“一对一”的服务模式让残障人士出游得到更安全的专业保障。
WT 战略	通过开展多种多样适合残障人士出游的旅游产品，增强旅游产品的差异性和多样性，提高产品的竞争力，培养出一批优秀的导游和志愿者，为残障人士提供优质服务，让更多的人认可本中心的旅游产品，让更多的人关注与支持我们的发展。且通过宣传打响益旅光芒公益发展中心的社會影响力，从而得到政府和社会企业的认可，形成稳定的资金来源，并与其他社会公益组织达成合作，进而提高本中心的竞争力。

仅供课程内部学习交流之用

6.3 主要竞争对手分析

确定竞争对手是分析竞争对手的首要问题，主要为确定现有竞争者和潜在竞争者。为提高效率，本中心必须把握重要的行业关系，确定重点分析对象，施以恰当的跟踪力度。确定现有竞争者和潜在竞争者的方法分别为：

切记请勿对外传播

6.3.1 战略群体法

战略群体由那些在行业价值链中位于相似的位置、拥有相似的资源、具有相似的特点和战略的企业组成。根据行业战略群体来确定竞争对手的方法称为战略群体法。它适用于确认现有竞争者。对于益旅光芒公益发展中心，确定的现有主要竞争对手有：

- ① 提供旅游咨询、旅游出行服务的传统旅行社
- ② 提供线上旅游信息，预订景点门票、酒店等的旅游 OTA 机构

谢谢合作

6.3.2 价值网图法

价值网图是一张企业跟踪地图，企业根据与自己相关的各个市场参与者提供给客户的价值，而不是根据不同的产品形式，来界定潜在竞争的对手。益旅光芒公益发展中心可根据旅游及公益组织行业的价值网图来确定潜在的主要竞争对手。在纵轴的方向，对于本中心，传统或者线上的旅行社或者 OTA 机构开发新产

品，提供为视障群体提供旅游出行的专项服务成为中心的潜在竞争对手。在横轴方向，对于中心，原有的非盈利组织或者残疾人组织等开始提供关于视障群体出游服务的将成为中心竞争对手。

6.4 划分并比较重要竞争者的优劣势

6.4.1 产品

本中心在产品要素方面，主要竞争对手的产品并非同质型，而是传统的旅行社、成熟的 OTA 机构向公众提供的旅游产品。由于这些机构成立时间长，行业发展成熟，产品开发已有一定的体系，价格相对低廉有，具有一定的优势，但是他们开发的旅游产品缺乏针对性，产品并不能满足视障群体的真正需求。

6.4.2 价格

本中心在价格要素方面，面对的主要竞争对手是以“价格战”为营销手段的传统旅行社和旅游线上平台。他们依靠上下游产业的长期合作，节约成本费用，从而形成价格优势。本中心成立初期，产品的开发还处于起步状态，尚未与一些景区等形成长期合作关系，外加志愿者参与需要一定的费用，因此在价格上处于劣势。

6.4.3 市场份额

我们通过产品生命周期与波士顿矩阵（图 5-3）的组合对市场份额这一要素进行分析。

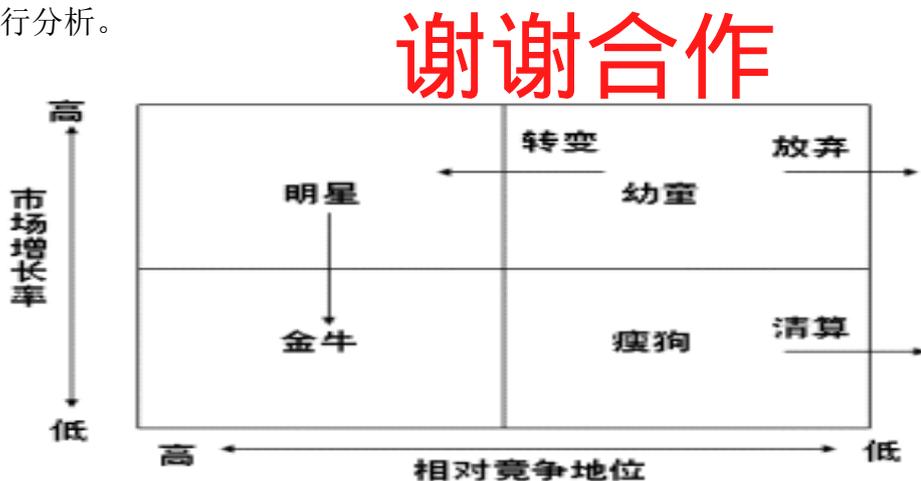


图 5-3 波士顿矩阵模型

目前传统旅行社的市场增长率受到线上旅游平台的冲击，在逐步降低。益旅光芒公益发展中心的相对竞争地位相对较低，但是市场增长率高，正处在幼童阶段，只要进行合理的产品开发、营销宣传等即可实现向明星的转变，提高市场份额。

6.4.4 营销方式

在营销方式要素上，中心的主要竞争者是已经有了成熟宣传平台的相关公益组织。一旦这些潜在的竞争者投入到开拓视障群体出游这一市场中来，利用他们成熟的线上宣传平台、广告投放、电台合作等方式将给中心带来很大的冲击。不过本中心注重多样化、创新的营销渠道，不仅会充分发掘互联网的价值，通过线上平台进行宣传、互动，也会结合线下，开展体验活动，如视障群体工艺品义卖等活动来进行营销。营销方式的多样化和创新性将帮助中心减缓冲击。

6.4.5 财物力量

传统旅行的社资金来源，前期主要依靠所有者权益的增加，债权人资本的投入，来源比较单一。由于我们设立的以是非盈利为目的社会公益性组织，在组织初创期，资金主要来源于以下五大方面：政府资助、公益基金会、企业与社会人士捐款以及公众募资活动和风险投资。因此在资金来源渠道方面，来源渠道广，有较大的优势。

6.5 企业定位和发展战略

6.5.1 企业定位

本中心是一个为视障群体提供出游服务的平台。在中心设立初期，会通过广州市政府以及广州各大旅行社、广州盲人协会的合作，为视障群体提供适合于他们的旅游产品。我们的旅游产品将以视障人士正常的其它感觉器官为切入点，尽量选择可以触摸到的实物（如雕塑公园、古城墙历史建筑），有独特的听觉感受（如海滨、瀑布、流溪等），有其它感官的特使体验项目（如划船、骑马等）的目的地。在企业的中后期，将扩大我们的服务对象和服务范围、服务地区，搭

建一个传播公益的平台（益旅 APP），让社会各界更加关注弱势群体的生活。

6.5.2 竞争战略和市场进入障碍

基于市场调查，本中心作为新进入者，在面对新的公益、旅游市场，存在一定的风险性；在初期知名度低、信誉程度不高，因此吸引的投资商相对较少。正因如此，才更应该走好第一步，为扩大知名度、提高本中心的信誉程度而努力经营好自己的产品，提供高质量的服务。由于为视障群体提供出游服务的市场进入障碍较小，很容易通过复制和仿造的方式来突破，比如一些旅行社或是公益机构会复制和仿造本中心的线路设计、活动策划等。当下越来越多拥有相似产品的企业，差异就在同质不同服务上面，只有形成本中心独特的经营理念 and 经营文化、运用独具特色的管理策略，才能从众多企业中脱颖而出。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

第七章 风险管理

在当今这个机遇和危机并存的社会，在我们捉住机遇的同时，也应该注意公益组织发展可能出现的风险。做好风险管理有利于本中心及时有效地处理出现的问题，使本中心能更加稳定快速地发展，并为视障群体提供更好的产品和服务。

7.1 可能出现的风险

7.1.1 政策风险

运营公益类组织往往需要政府及相关组织的支持和配合，否则启动资金将难以获得，如何获取其信任是关键，由于本组织涉及领域较新颖，注意到社会中视障这一弱势群体及其他残障群体，政府尚未发布相关保障文件

7.1.2 研发风险

益旅光芒公益事业发展中心的产品核心和研发重点均是针对视障群体需求而量身定制的独特出游线路、提供康体休闲活动。受视障群体特殊性和当前中国景区相关配套设施不完善等因素的限制，设计该类旅游线路、康体休闲活动要比设计普通出游线路和活动难度更大，同时承担更大风险。

7.1.3 市场开拓风险

无论是哪种公益模式，都必须得到目标群体的接受和社会大众的认可才能持续发展，如何让视障群体及其他残障群体了解并接受、社会大众认可我们的服务是我们市场拓展的重要因素。但目前现有的宣传力度低，市场上缺乏相关的组织视障群体出游的服务、康体休闲活动，缺乏一定的经验；组织发展初期由于资金有限，能够采取的宣传方式少，开拓市场难度较大。

7.1.4 出游风险

针对视障这一特殊群体，组织其出游或为其举办相关康体休闲活动的同时，容易出现出行不便、身体不适、抽搐、摔倒等问题，较容易出现突发状况，需要志愿者的贴身陪同。

7.1.5 竞争风险

公益组织属于低门槛行业，进入和退出难度较低，这就为其他竞争者进入该市场创造了条件。当前中国市场专注于视障群体出游、举行康体休闲活动的组织几乎为空白，市场上的盈利组织，涉及视障群体出游、康体休闲活动的服务少，因此竞争风险较小；对于其他相关的非盈利组织，多侧重于知识的学习和技能的培训，因此同类型企业对于我们的竞争风险较低。

7.1.6 运营风险

由于本中心外部环境的复杂性和变动性，以及本团队对市场环境认知能力和适应能力的有限性，尤其是对视障群体这一市场的敏感度较低，可能会导致公益运营活动达不到预期的目标，甚至造成巨大的损失导致运营困难。

7.1.7 财务风险

财务风险主要来源于资金短缺、初期融资困难和经营期间资金流动性风险。本中心是为视障群体提供出游、康体休闲活动服务，是一个较为新兴的领域，银行难以评估本组织价值，将导致本组织前期融资较为困难，不易筹集资金；发展后期，容易出现流动资金断流等风险。

7.1.8 管理风险

本中心成员在创业初期缺乏相应的公益组织运营管理经验，组织的管理机制仅通过参考相关资料或参考同类型组织设定，对于管理经验的不足造成的风险可能对组织的发展产生较大影响。

7.2 规避风险对策

7.2.1 政策风险对策

通过实时公布项目实施的最新进展及其他活动的信息，增强本组织管理的透明度和信任度；大型公众活动报备流程长，涉及环节多，不可控性较强，对活动能否顺利进行会造成较大影响，因此需要加强与政府及相关组织的协作，加强活动可控性。

7.2.2 研发风险对策

从视障群体的切身利益出发，有目的地为视障群体选择配套设施相对较完善的旅游景区，开发适合视障群体及其他残障人士的旅游线路、康体休闲活动，提高本中心研发线路、活动的专业性，更好地为其提供服务。

7.2.3 市场开拓风险对策

本中心要做好服务宣传和反馈的工作，让未接受过类似服务的视障及其他残障群体了解我们的产品，让参与过本中心活动的群体信任我们。通过不断的完善，找到最有效率的宣传模式和方法，加大宣传力度。同时建立好意见反馈机制，用最真挚的服务赢得目标群体的认可，扩大社会影响力。

7.2.4 出游风险对策

本中心会邀请权威的专家或主任对志愿者进行专业而全面的培训，让其掌握并处理好视障群体出游过程中容易出现的突发状况，并提前做好风险预案。另外在出游前向视障群体说明出游的注意事项，并有专业的一对一的志愿者陪同。

7.2.5 竞争风险对策

通过组织视障群体多次出游及举办相关康体休闲活动，扩大社会影响力，建立本中心的品牌，树立本中心良好的公益形象。

7.2.6 运营风险对策

本中心要健全组织内部的运营管理机制，在活动开展前做好充分的调研，预见可能出现的风险并及时制定出解决方案。同时设立专职负责运营的人员，监控活动的运营情况并做好每次活动的活动反馈和总结，提高运营能力。

7.2.7 财务风险对策

本组织必须至少要有 5 万元的银行存款来保证前 3 个月的日常运转，一旦低于 2 万元视为财务的预警期，以防止短期的财务运转困难；本组织必须对所有的固定资产投资采取严格的控制；第三，财务会计人员、出纳人员必须严格按照《企业资金管理制度》的要求严格进行会计工作，做到帐实相符、帐帐相符；最后，

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

组织有必要定期不定期进行资产盘查工作，以防止组织的资产流失。

7.2.8 管理风险对策

本中心管理人员会参加公益组织管理运营的相关培训，并向具有丰富公益组织管理经验的从业者学习，逐步发展出一套适用于本中心的管理组织体系。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

第八章 营销战略

8.1 营销计划定位

本项目的目标基于机构基本运作的同时，根据视障群体的出游需求而开发合适的旅游线路、提供康体休闲活动，为视障群体带来独特的体验，宣传普及公益理念，号召更多的企业和个人参与到旅游助盲的活动中。后期针对其他残障人士，如轮椅残疾人、自闭症、聋哑人等残障群体开发相对应的公益旅游产品，满足更多残障人士的旅游需求、康体休闲需求。

8.2 市场发展策略

8.2.1 前期（1-2年）：开发以广州为主的珠三角市场

(1) 成立益旅光芒公益发展中心社会公益组织，以广州、珠三角地区为目标市场，已经进行了实地考察、线路设计、活动策划。

(2) 与社工组织、盲人机构等其他公益组织合作，开发了适合视障群体的旅游产品。如和盲人学校达成合作协议、与广之旅旅行社合作，策划了白云山鸣春谷一日游的活动，计划于2011年6月底进行此次活动。

(3) 管理本中心的微信公众平台，已经招募和严格筛选了第一批志愿者，并邀请了盲人学校的专业老师对出游陪同的志愿者进行了专业的培训；

(4) 积极开展前期各项宣传活动，提高社会对视障群体的关注度，让更多的人了解、接受本中心的旅游产品，打开盲人旅游的市场。

(5) 在中心发展的第二年，逐渐将产品向聋哑人、自闭症、轮椅残疾人等残障群体进行拓展，为他们提供旅游活动、康体休闲活动等。

8.2.2 中期（3-5年）：占据广东及周边省份市场

(1) 扩大益旅光芒公益发展中心的规模，增加公益旅游的影响力，进一步扩大本中心的经营范围，在广东省及周边省份建立市场网络，进一步提高知名度；

(2) 根据市场需求，不断更新和开发与目标群体相适应的旅游产品和服务；

(3) 占据广东市场，然后拓展至广东周边的省份，形成良好的声誉和口碑。

8.2.3 后期（6-10年）：稳定业务发展，发展全国市场

(1) 稳定本中心的业务发展，根据其他残障人士的市场需求，开发合适的旅游产品，扩大公益旅游的覆盖面；

(2) 扩大经营范围，逐步覆盖中国市场，开创残障人士出游、康体休闲旅游、注重提升残障人士心理积极健康业务等公益旅游的风气；

(3) 寻求更高发展，优化服务，提高管理水平，树立良好的公益形象，形成自身的发展优势，实现本中心的可持续发展。

仅供课程内部学习交流之用

8.3 营销沟通策略整合

8.3.1 广告促销策略

(1) 杂志报刊

在较为大众熟知的报纸如《广州日报》、《南方日报》、《羊城晚报》刊登盲人出游的公益广告，宣传推广，提高大众对公益旅游的关注度。

(2) 宣传海报

在高校、公交地铁等地派发宣传单、张贴宣传海报等，提高本中心的知名度。

(3) 电视新闻

携手广东广播电台等进行大力的宣传推广，如在电视、广播中投放公益广告，吸引更多的人关注或者加入公益旅游的行列，进一步吸引更多热爱公益的社会人士对本发展中心进行投资与支持。

(4) 官网

官网的权威可信度较高，本中心的相关信息，如中心简介，发展概况，产品

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

信息，服务活动咨询等都将会在官网体现，让更多的人了解本中心的产品和服务。

(5) 微信公众平台

订阅账号宣传，建立公共微信号“YiLvgn”，直接向关注本中心的用户实时推送活动及宣传信息，对目标用户推送最新消息。图8-1、图8-2、图8-3、图8-4为益旅光芒微信公众号的截图。



图8-1 微信公众平台

图8-2 微信公众平台



图 8-3 微信公众平台

图 8-4 微信公众平台

仅供课程内部学习交流之用
切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

(6) 微博

通过微博，宣传本中心的文化、相关信息，并发布本中心的一些活动信息，在微博推广本中心的旅游线路。通过微博还可以投放平面广告与宣传视频，从而降低其他传统媒体广告费用。

8.3.2 公共关系

(1) 通过与社工组织机构共同组织举办公益活动来宣传本中心的公益形象。例如举办视障群体表演、手工艺品义卖等有关的活动。

(2) 与旅行社合作达成协议，由顾客自行在旅行社购买旅游产品，由我们提供旅游服务。当产品成熟后，可以由旅行社为我们进行宣传以及寻找目标市场。

8.3.3 文化推广

(1) 比赛活动

本中心始终代表公益的形象，热爱公益，坚持公益事业，奉献爱心。可以举办如以“寻找最美的视障者”等为主题的比赛活动，提高对视障群体的关注度。

(2) 宣讲活动

定期进行盲人出游的宣讲活动，可以邀请已参加过本中心出游活动的顾客分享出游体验，传递快乐，宣传公益文化。

(3) 举办盲人展

世人对残疾的印象里，盲人似乎最封闭。视觉的缺失、信息的屏蔽，使得盲人们深陷生存与身份焦虑，但黑暗也使他们远离外界干扰，更洞悉“少即是多”的秘密，更能体味听觉、味觉、触觉与嗅觉的美好，“看见”事物与美的本质。通过举办盲人展，让盲人触摸绘画，也让健全人戴上眼罩，体验非视觉绘画，以此来呼吁更多的人关注、关爱视障群体。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

8.4 分销渠道

8.4.1 线上营销

线上平台进行宣传及招募视障群体志愿者，通过视障群体志愿者自愿选择适合其出行的旅游线路，在网上报名。具体营销分为几个阶段，在不同周期采取不同线上销售手段。后期会有价格的相关选择，旅游产品也日趋多样化和多元化。

8.4.2 线下营销

(1) 直接营销：由我们益旅光芒组织直接负责招募视障群体，并邀请盲人学校的专业老师对陪同的志愿者进行专业的培训，与视障群体一起出游。

(2) 间接营销：与旅行社达成协议，合作。由顾客自行在旅行社购买旅游产品，由我们提供旅游服务当产品成熟后，可以由旅行社为我们进行宣传以及寻找目标市场。

8.5 产品定价策略

本中心将根据不同的细分人群，采取不同的价格策略，但是要优于竞争产品的价格，并能保证为视障群体提供更大的让渡价值，满足其需求。

在进行商品定价时不仅要考虑到商品的成本问题，还要对替代商品和目标群体进行详细的分析，针对环境的不同和各种变化采取灵活多样的定价策略，对基本价格进行适当的修订和调整，以使商品的价格既能为消费者所接受，又能为本中心带来较多的收益。在服务营销市场，各种有形产品定价的概念和方法均适用于服务产品定价，但是，由于服务受产品特征的影响，企业与顾客之间的关系通常比较复杂，企业定价不单单是给产品一个价格标签，服务定价战略也有其不同的特点。因此，我们必须重视定价在服务营销中的作用，研究服务产品定价的特殊性，同时，也要对传统定价方法在服务市场营销中的应用给予一定的重视。

影响服务产品定价的因素主要有三个方面，即成本、需求和竞争。成本是服务产品价值的基础部分，它决定着产品价格的最低界限，如果价格低于成本，企

业无利可图；市场需求影响顾客对产品价值的认识，决定着产品价格的上限；市场竞争状况调节着价格在上限和下限之间不断波动的幅度，并最终确定产品的市场价格。值得强调的是，在研究服务产品成本、市场供求和竞争状况时，必须同服务的基本特征联系起来进行研究。

（1） 成本要素

服务营销人员必须理解服务产品的成本随时间和需求的变化而变化。服务产品的成本可以分为三种，即固定成本、变动成本和准变动成本。我们机构兼具公益性和有偿性的服务，所以在控制成本上显得特别重要。在公益性服务上我们成本可能相对要高一些，所以我们要从各方面控制成本。在APP服务上，我们可以尽量地适当地减低成本。

（2） 需求因素

服务业公司在制定价格策略目标，并考虑需求因素的影响时，通常使用价格需求弹性法来分析。需求的价格弹性是指因价格变动而相应引起的需求变动比率，它反映了需求变动对价格变动的敏感程度。价格弹性对企业收益有着重要影响。通常企业销售量的增加会产生边际收益，而边际收益的高低又取决于价格弹性的大小。在现实生活中，不同服务产品的需求是不尽相同的，如果对服务的需求是有弹性的，那么其定价水平就特别重要。例如，在某些市场上，需求受到价格变动的影响很大（如市区公共交通服务、旅游娱乐等），而有些市场则影响较小（医疗、中小学教育等）。现代市场营销学的寻找理论有助于进一步解释需求的价格弹性。该理论认为，顾客对价格的敏感度取决于购买时选择余地的大小。可选择余地越小则需求越缺乏弹性；反之，如果顾客可选择余地越大则需求弹性也越大。选择余地的大小来自于顾客对服务产品有关信息和知识的获得程度以及他们对产品特征的认知，这些特征包括可寻找特征、经验特征和可信任特征。如果顾客能够根据可寻找特征评价产品，顾客选择的余地就比较大，产品需求就有较高的弹性。当然，对于大多数服务产品而言它们更多地是拥有经验特征和信任

特征，不过，价格本身就是一种可寻找特征。所以，在缺乏服务产品信息的情况下，顾客往往把价格高低作为衡量产品质量的一个指标，从而，他们对价格的敏感性也就比较高。现在的公益性创业项目的选择余地不是太大，此事业仍然处于萌芽发展阶段，价格弹性虽然存在，但是不大，但是我们仍然针对顾客的需求，推出价格优势。

(3) 竞争因素

市场竞争状况直接影响着企业定价策略的制定。在产品差异性较小、市场竞争激烈的情况下，企业制定价格也相应缩小。市场竞争所包含的内容很广，比如，在交通运输行业，企业之间的竞争不仅在不同品种之间的竞争，而且在不同运输工具之间、对顾客时间和金钱的利用方式之间都存在着竞争。总而言之，凡是服务产品之间区别很小而且竞争较强的市场，都可以制定相当一致的价格。此外，在某些市场背景之下，传统和惯例可能影响到定价（如广告代理的佣金制度）。对于服务企业来说，在市场上除了从竞争对手那里获得价格信息外，还要了解它们的成本状况，这将有助于企业分析评价竞争对手在价格方面的竞争能力。无疑，向竞争对手全面学习，对于任何企业都十分重要。服务企业要借鉴竞争者如何确定其成本、价格和利润率，这将非常有助于企业自己制定适宜的价格策略。我们的服务竞争对手有各大旅行社，也有各个社会公益组织，面临的竞争威胁较大，所以我们要灵活地了解竞争对手的情况，知己知皮，方能百战百胜，另外，要扬长避短，对比竞争对手的价格战略，我们推出更有竞争力的价格战略。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

第九章 财务分析

9.1 主要的财务假设与说明

本中心的财务预测以下假设为前提：

- (1) 本财务预测跨度为 2 年，宏观经济环境没有重大影响；
- (2) 在预测期间，不考虑利率变动的的影响；
- (3) 根据最新的会计准则，本中心购进固定资产进项税允许抵扣；
- (4) 本中心满足进本会计假设。

9.2 资本结构及运用

9.2.1 资本结构及规模

中心的注册资本为 5.8 万元，由项目资金 5000 元和自然人集资 38000 元，风险投资 15000 万元。资本结构和规模如下：

表 9-1 益旅光芒公益发展中心资本结构表 单位：元

资本来源	项目	队员入股							风险投资
股本结构	资金	吴燕云	罗小苑	何萌玮	高怀斌	杨佩盈	张钊泳	肖晓勇	
金额	5000	5000	5000	5000	5000	8000	5000	5000	15000
比例	8.6%	8.6%	8.6%	8.6%	8.6%	14%	8.6%	8.6%	25.8%

根据广州市 2014 年最新通过的《广州市社会组织管理办法》，广州的社会团体和民办非企业单位的注册资金为“认缴制”，1 元注册资金即可申办社会组织。因此本中心的注册资本不需要花费太多的资金。队员入股占注册资本的 65.6%，项目资金占 8.6%，风险投资占 25.8%。成立中心后，如果中心的现金流不够维

持运营，我们还将采取银行贷款等方式解决。在我们的计划资本结构中，并不打算采取银行贷款的方式，风险较小。

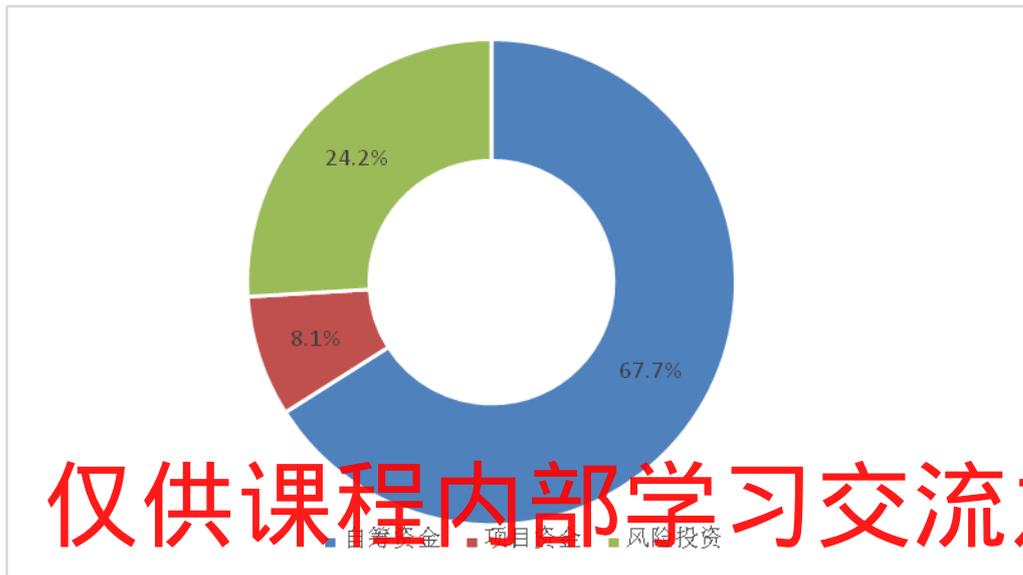


图 9-1 益旅光芒公益发展中心资本结构图

9.2.2 资金的运用

在中心成立初期，需要确立中心的办公地点、购入办公设备等。除此外，其余的资金视为流动资金。若现金流短缺，需要向银行进行贷款，我们将考虑合理的资产和负债比，资产负债率控制在 2 左右。

中心的资金运用主要在于开办费用、购入固定资产、线路设计和开展费用、志愿者培训费用等不可预见费用。其中，办公地点我们将设定在 1918 创意商务空间连锁，创业孵化基地。（如图 9-2、图 9-3）

1918 创意商务空间连锁介绍

创投服务；办公室租赁；工商注册、变更；财税托管；特殊业务许可证
免费增值服务：

1. 水电、办公家具（桌椅，打印传真）、会议室、洽谈室、水吧免费共享
2. 旗下所有的办公室最低 3000 元/年，合同到期后全额返还；
3. 大学生创业享受：一次性补贴 5000 元，社保补贴，用工补贴，带动就业补贴，岗位补助，场地租用补贴，创业培训补贴；

4. 优秀企业免费获得晨轲投资 3 万元种子基金，50-200 万天使资金；
5. 免费推荐到合作众筹平台、广州市股权交易中心挂牌。
6. 免费参与清霖计划和 1918 组织的各类创业沙龙、政策、风头、人才对接机会
7. 提供一站式创投服务，加入创业社群，会同资本大咖打磨项目，100 多位专家组成私董会辅导，真正帮助项目落地。



图 9-2 创业孵化基地环境



图 9-3 创业孵化办公环境



图 9-4 创业孵化办公环境



图 9-5 创业孵化办公环境

根据与基地工作人员的洽谈入驻事宜中，在创业初期，基地可免费提供水电、办公桌椅因此前期我们的固定资产不需要购置办公桌椅等，仅需提供一年 3000 元的费用。其余的如计算机、投影仪等设备，摊销期均以 5 年计算，5 年后需要重新投资，折旧方法采用直线法。

其中开办费用主要包括办公设备的购买和场地租借的财务费用、必要的经营费用和中心初期的宣传费用。如下表所示：

表 9-2 项目初期办公费用

项目名称	单价（元）	数量	总计（元）
场地租借费	3,000	1	3,000
电脑	3,000	2	6,000
投影仪	1,500	1	1,500
饮水机	178	1	178
电话机	69	1	69
宣传费用	500		500
其他费用	1500		1500
合计			17,747

由此可见，本中心初期剩余的现金为 45,253 元，中心成立初期现金流稳定，不需要采用贷款的形式筹资，降低中心的风险。此外，在中心提供服务产品及维持日常运营时所需要的费用，在后面我们会详细的列出

9.3 中心的收入来源分析

中心的收入来源主要有旅游线路销售收入、政府购买服务、与企业合作、益旅 APP、盲人展、企业与社会人士捐款以及中心的其他收入。

模式一：旅游线路销售收入

①以“广州白云山”线路为例，线路实施的支出需要：

包车费用 800 元+人员费用 250 元+门票费用 490 元+餐饮费用 840 元+保险费用 200 元+活动费用 190 元+宣传费用 200 元=约 2970 元。根据线路的成本核算，在市面上的销售定价为：135 元/人，每次线路的净收入保守估计以 50 人团计算为：1000 元。

以“白云山”等三条线路为例的成本总计（以 50 人出游为例）

	包车费用	人员费用	门票费用	餐饮费用	保险费用	活动费用	宣传费用	成本总计
白云山一日游	800	250	490	840	200	190	200	2970
阳江十里银滩一日游	2300	300	0	1200	200	280	510	4790
广州市博物馆一日游	800	250	450	840	200	150	400	3090

仅供课程内部学习交流之用

模式二：政府购买服务

通过参与政府部门的竞标项目，争取获得政府购买服务。将所获的限定性资金用于开展视障群体以及扩大至所有残障人士的出游服务。

模式三：与企业合作

通过与销售残疾人用品的企业达成合作，构建残疾人交流与产品销售的平台，提供更为专业的咨询服务。

通过与旅行社、酒店、景区合作，达成长期的旅游汽车租赁协议、住宿减免和门票减免协议等，从而降低中心的线路实际操作成本。目前中心已与广之旅旅行社达成合作关系。

模式四：益旅 APP

①广告模式

广告主支付广告费给我们益旅 APP 平台，我们保守估计以一个广告主收费 500 元/月，一个月有 10 个广告主，预计产生广告收入 $10 \times 500 = 5000$ 元

②线上线路的销售

益旅 APP 中线上旅游线路的销售，价格比线下下单便宜 8%，如广州白云山线路，线下销售价为 135 元/人，线上销售价为 129 元/人，净收入为 14 元/人。

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

初期保守估计每月通过益旅 APP 对线路进行预订的人有 100 人次，总计约 1400 元。

③残疾人用品的销售

益旅 APP 中有残疾人器材、用品的销售板块和残疾人二手器材交易市场，价格低于市场，而且有质量的保障。如残疾人的电动轮椅、助行器等等。因为本中心为公益组织，以为有需要的人提供优质的服务为理念，不会从中谋取很大的利润。我们在保障成本的同时，以 5%-10% 的利润为标准。保守估计每月有 1000-2000 元的收入。

模式五：盲人展
仅供课程内部学习交流之用

本中心通过与会展公司合作，嫁接起有特殊才能的视障群体与企业家、普通社会公众之间的桥梁。通过举办盲人展会，让盲人的“作品”，如手工艺品、摄影作品等走进公众的世界，也让致力于开发视障群体用品的企业能够有一个向有需求的群体展示的平台。展会将分类普通参展商和专业参展商，对普通参展商进行价格较为低廉的租借。对专业参展商收取更为高额的参展费。普通观众不进行票务费用的收取，专业观众收取门票。因此有了一定的票务收入和展位租借收入。

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！



谢谢合作

图 9-6、图 9-7 盲人展现场

模式六：众筹模式——如“爱心接力一公里”活动

在本中心的微信公众平台和益旅 APP 平台上，将有一个众筹的板块，是架起社会爱心人士与因生活条件差而无法实现出游愿望的人交流的一座桥。

9.4 报表分析

非盈利组织三大报表：资产负债表，业务活动表，现金流量表。

9.4.1 资产负债表

资产负债表

会民非 01 表

编制单位：益旅光芒发展中心

2017 年度

单位：元

资产	行次	年初数	期末数	负债和净资产	行次	年初数	期末数
流动资产：				流动负债：			
货币资金	1	250,000	450,000	短期借款	61	-	9,982
短期投资	2	-	-	应付款项	62	-	-
应收款项	3	-	23,000	应付工资	63	-	250,000
预付款项	4	-	-	应交税金	65	-	11,545
存货	5	-	-	预收账款	66	-	-
待摊费用	9	-	-	预提费用	71	-	8,526
一年内到期的长期 债权投资	15	-	-	预计负债	72	-	-
其他流动资产	18	-	-	一年内到期的长 期负债	74	-	-
流动资产合计	20	250,000	473,000	其他流动负债	78	-	-
				流动负债合计	80	-	284,053
长期投资：				长期负债：			
长期股权投资	21	-	-	长期借款	81	-	-
长期债权投资	24	-	-	长期应付款	84	-	-
长期投资合计	30	-	-	其他长期负债	88	-	-
				长期负债合计	90	-	-
固定资产：				受托代理负债：			
固定资产原价	31	-	59,690	受托代理负债	91	-	-
减：累计折旧	32	-	3,664				
固定资产减值	33	-	6,026				
在建工程	34	-	-				
文物文化资产	35	-	-	负债合计	100	-	284,053
固定资产清理	38	-	-				
固定资产合计	40	-	50,000				

无形资产:							
无形资产	41	-	35,151	净资产:			
				非限定性净资产	101	200,000	244,098
受托代理资产:				限定性净资产	105	50,000	100,000
受托代理资产	51	-	80,000	净资产合计	110	250,000	344,098
资产合计	60	250,000	638,151	负债和净资产总计	120	250,000	638,151

资产负债表

会民非 01 表

编制单位: 益旅光芒发展中心

2018 年度

单位: 元

资产	行次	年初数	期末数	负债和净资产	行次	年初数	期末数
流动资产:				流动负债:			
货币资金	1	450,000	675,000	短期借款	61	9,982	12,000
短期投资	2	-	-	应付款项	62	-	-
应收款项	3	23,000	32,600	应付工资	63	250,000	380,000
预付账款	4	-	-	应交税金	65	15,545	18,763
存货	8	-	-	预收账款	66	-	-
待摊费用	9	-	-	预提费用	71	8,526	10,500
一年内到期的长期 债权投资	15	-	-	预计负债	72	-	-
其他流动资产	18	-	-	一年内到期的长 期负债	74	-	-
流动资产合计	20	473,000	707,600	其他流动负债	78	-	-
				流动负债合计	80	284,053	421,263
长期投资:							
长期股权投资	21	-	-	长期负债:			
长期债权投资	24	-	-	长期借款	81	-	-
长期投资合计	30	-	-	长期应付款	84	-	-
				其他长期负债	88	-	-
固定资产:				长期负债合计	90	-	-
固定资产原价	31	59,690	65,659				
减: 累计折旧	32	3,664	4,030	受托代理负债:		-	-

固定资产减值	33	6,026	6,628	受托代理负债	:91	-	-
在建工程	34	-	-				
文物文化资产	35	-	-	负债合计	100	284,053	421,263
固定资产清理	38	-	-				
固定资产合计	40	50,000	55,000				
无形资产:							
无形资产	41	35,151	52,726	净资产:			
				非限定性净资产	101	244,098	340,063
受托代理资产:				限定性净资产	105	100,000	150,000
受托代理资产	51	80,000	96,000	净资产合计	110	344,098	490,063
资产合计	60	438,151	611,325	负债和净资产总 计	120	638,151	911,326

仅供课程内部学习交流之用

9.4.2 业务活动表

业务活动表

会民非 02 表

编制单位: 益旅光芒公益发展中心 2017 年度 单位: 元

切记请勿对外传播

项目	行次	本年累计数		
		非限定性	限定性	合计
一、收入				
其中: 捐赠收入	1	5,000	105,000	110,000
会费收入	2	20,000	-	20,000
提供服务收入	3	40,000	-	40,000
商品销售收入	4	108,500	-	108,500
政府补助收入	5	30,000	450,000	480,000
投资收益	6	-	-	-
其他收入	9	-	-	-
收入合计	11	223,500	555,000	778,500
二、费用				
(一) 业务活动成本	12	64,800	45,000	109,800
其中:	13			
线路活动成本	14	38,500	-	38,500
日常活动成本	15	5,500	20,000	35,500
义卖活动成本	16	20,800	25,000	45,800

如发现侵权, 后果自负!

谢谢合作

(二) 管理费用	21	200,500	250,000	450,500
(三) 筹资费用	24	18,689	-	18,689
(四) 其他费用	28	12,417	-	12,417
费用合计	35	296,406	295,000	591,406
三、限定性净资产转为非限定性净资产	40	-	-	-
四、净资产变动额(若为净资产减少额,以“-”号填列)	45	54,522	135,880	190,402

业务活动表

会民非 02 表

编制单位: 益旅光芒发展中心

2018 年度

单位: 元

项目	行次	本年累计数		
		非限定性	限定性	合计
一、收入				
其中: 捐赠收入	1	25,000	125,000	150,000
会费收入	2	35,000	-	35,000
提供服务收入	3	120,000	-	120,000
商品销售收入	4	128,500	-	128,500
政府补助收入	5	50,000	500,000	550,000
投资收益	6	-	-	-
其他收入	9	-	-	-
收入合计	11	358,500	625,000	983,500
二、费用				
(一) 业务活动成本	12	116,800	50,000	166,800
其中:	13			
线路活动成本	14	70,500	-	68,500
日常活动成本	15	20,500	25,000	45,500
义卖活动成本	16	25,800	25,000	50,800
(二) 管理费用	21	200,500	300,000	500,500
(三) 筹资费用	24	20,689	-	20,689
(四) 其他费用	28	16,000	-	16,000
费用合计	35	353,989	350,000	703,989
三、限定性净资产转为非限定性净资产	40	-	-	-

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权, 后果自负!

谢谢合作

四、净资产变动额（若为净资产减少额，以“-”号填列）	45	14,511	275,000	289,511
----------------------------	----	--------	---------	---------

9.4.3 现金流量表

现金流量表

会民非 03 表

编制单位：益旅光芒发展中心

2017 年度

单位：元

项目	行次	金额
一、业务活动产生的现金流量		
接受捐赠收到的现金	1	100,500
收取会费收到的现金	2	20,000
提供服务收到的现金	3	40,000
销售商品收到的现金	4	58,500
政府补贴收到的现金	5	200,000
收到的其他与业务活动有关的现金	8	19,500
现金流入小计	13	438,500
提供捐赠或者资助支付的现金	14	50,000
支付给员工以及为员工支付的现金	15	80,000
购买商品、接受服务支付的现金	16	28,500
支付的其他与业务活动有关的现金	19	12,417
现金流出小计	23	270,917
业务活动产生的现金流量净额	24	167,583
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资所收到的现金	25	-
取得投资收益所受到的现金	26	-
处置固定资产和无形资产所收到的现金	27	450
收到的其他与投资活动有关的现金	30	-
现金流入小计	34	450
构建固定资产和无形资产所支付的现金	35	25,000
对外投资所支付的现金	36	-
支付的其他与投资活动有关的现金	39	-
现金流出小计	43	25,000
投资活动产生的现金流量净额	44	(24,550)
三、筹资活动产生的现金流量：		
借款所收到的现金	45	5,500

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

收到的其他与筹资活动有关的现金	48	-
现金流入小计	50	5,500
偿还借款所支付的现金	51	6,500
偿付利息所支付的现金	52	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	55	-
现金流出小计	58	6,500
筹资活动产生的现金流量净额	59	(1000)
四、汇率变动对现金的影响额	60	-
五、现金及现金等价物净增加额	61	142,033

现金流量表

会民非 03 表

编制单位：益旅光芒发展中心

2018 年度

单位：元

项目	行次	金额
一、业务活动产生的现金流量		
接受捐赠收到的现金	1	120,000
收取会费收到的现金	2	35,000
提供服务收到的现金	3	110,000
销售商品收到的现金	4	76,050
政府补贴收到的现金	5	500,000
收到的其他与业务活动有关的现金	8	23,400
现金流入小计	13	864,450
提供捐赠或者资助支付的现金	14	67,000
支付给员工以及为员工支付的现金	15	480,000
购买商品、接受服务支付的现金	16	36,700
支付的其他与业务活动有关的现金	19	17,260
现金流出小计	23	600,960
业务活动产生的现金流量净额	24	263,490
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资所收到的现金	25	-
取得投资收益所受到的现金	26	-
处置固定资产和无形资产所收到的现金	27	1150
收到的其他与投资活动有关的现金	30	13,700
现金流入小计	34	14,850
构建固定资产和无形资产所支付的现金	35	43,600

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

对外投资所支付的现金	36	-
支付的其他与投资活动有关的现金	39	-
现金流出小计	43	43,600
投资活动产生的现金流量净额	44	(28,750)
三、筹资活动产生的现金流量：		
借款所收到的现金	45	8,000
收到的其他与筹资活动有关的现金	48	-
现金流入小计	50	8,000
偿还借款所支付的现金	51	9,500
偿付利息所支付的现金	52	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	55	-
现金流出小计	58	9,500
筹资活动产生的现金流量净额	59	(1500)
四、汇率变动对现金的影响额	60	-
五、现金及现金等价物净增加额	61	233,240

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

第十章 创业团队管理

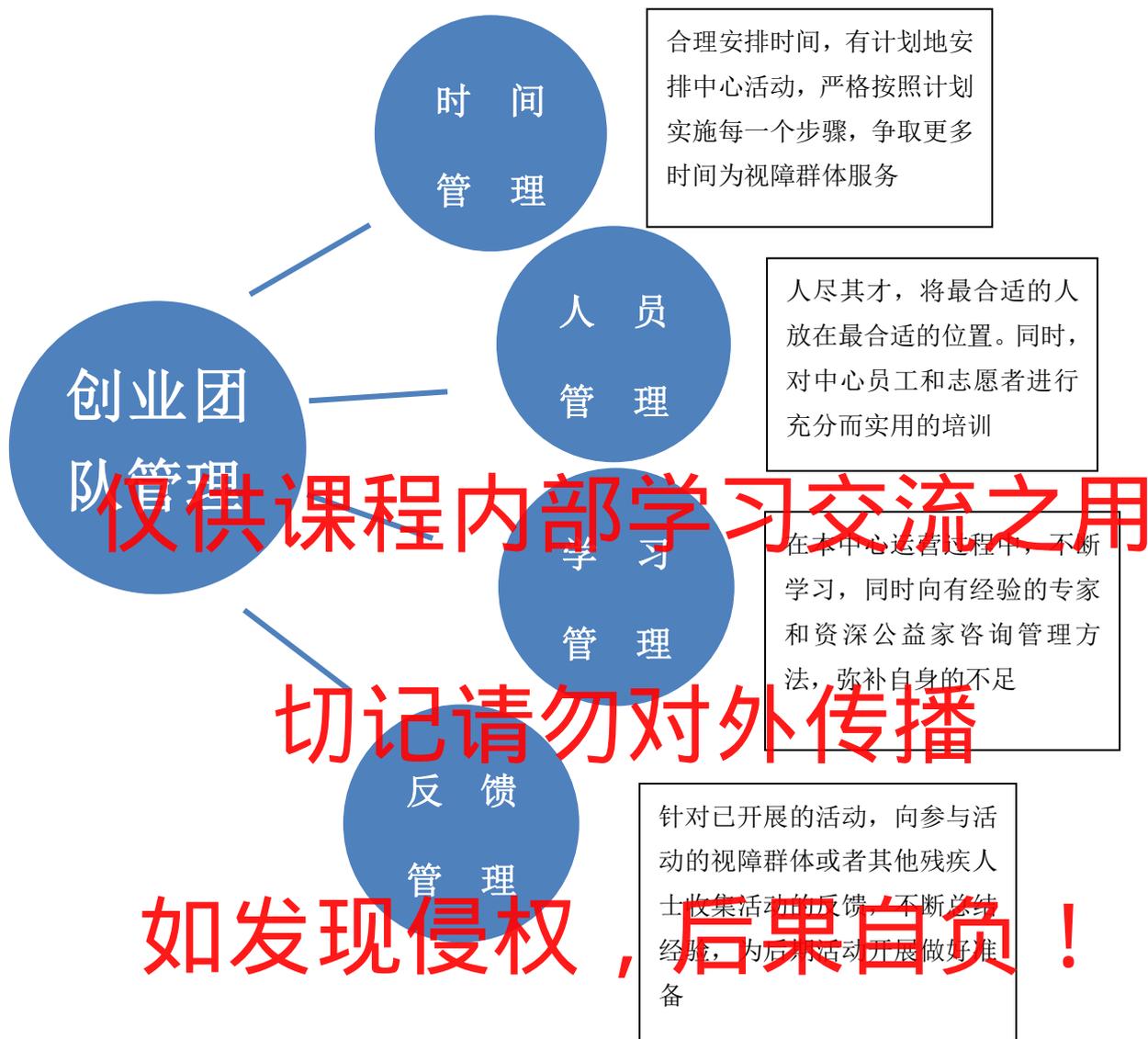


图 10-1 创业团队管理

10.1 管理团队简介

我们的团队名为益旅光芒，作为提出为视障群体提供旅游服务的倡导者，我们希望以我们的力量，可以给他们送去温暖、希望、光芒。本创业团队由我校五名学生组成，所学知识涉及旅游、管理、经济学、统计、信息技术等，为本中心线路产品的设计与更新奠定了坚实的基础；还涉及财务、会计及市场营销等扎实的知识，为中心的起步与发展打下基础。真的是群英荟萃，并且每位成员均有扎

实的专业知识和技能，强大的团队协作能力。我们有从事文化地理、旅游管理、旅游文化等领域的研究，热衷于公益事业，现研究南海公益项目的吴水田教授，以及参与多项国家和省部级课题、在创业挑战项目指导经验丰富的马大卫老师作为本中心的创业顾问，为中心的发展出谋划策，可说是如虎添翼。

本创业团队由跨年级学生组成，各成员有着扎实的知识理论基础，丰富的公益志愿服务经历和严谨的工作态度。团队成员学习成绩优异，团队中有4人曾获得过奖学金，其中有两名获广州大学一等奖学金，一名获得国家励志奖学金。我们秉承广州大学优秀的校园文化与团队协作、拼搏的企业精神，定能推进社会公益多元化的发展，呼吁更多的人关注社会弱势群体，为他们送去关爱与希望。我们是益旅光芒，我们相信：只要有爱世界便不再黑暗；只要心怀梦想、博学笃行、与时俱进，相信我们一定可以为社会做出一番贡献。

罗小苑，广州大学旅游学院在读本科生。曾参加过会展技能大赛、CIMCF2015上海首届“智慧星”创业大赛等。热衷于志愿服务活动，参加志愿活动时长达100多小时。曾任学院红会副秘书长，多次组织、策划和参与不同社工机构和工疗站等志愿服务活动，也去过广州盲人学校参与“爱与阳光”的助盲活动，与盲人学生进行深入交流。曾任学生会、班级干部，有较好的交际、组织策划、团队协作能力及充足的个人专业知识掌握。

杨佩盈，广州大学旅游学院在读本科生。主要研究会展及奖励旅游策划，擅长针对特殊群体定制的活动策划，曾获全国会展技能大赛一等奖及广州大学第三届模拟市场比赛一等奖。现在广州唯品会公司实习，掌握了一定的市场营销策划能力，对线上线下平台的推广比较熟悉，且具备丰富的组织策划经验，心思缜密细腻且有较强的数据分析能力。

肖晓勇，广州大学旅游学院在读本科生。现任导游社社长，阳光义工团部长以及班长，具有较高的组织管理能力。入学以来，二度成为广交会志愿者。同时，多次去工疗站参与义工服务，了解工友的平时生活，并顺利通过志愿服务岗位能

力的考核。曾参加过全国商务会奖旅游比赛并取得优异成绩。对旅游有一定的敏感度，同时具有较丰富的导游经验。

吴燕云，广州大学旅游学院在读本科生。曾担任过校青年志愿者协会干部，组织策划过各类志愿公益活动，具有一定的公益活动策划、组织、管理能力。热衷于公益事业，参加过志愿活动十多项，并且通过志愿服务岗位能力的考核。大学期间，接待旅游团经验丰富，对旅游者的需求较为了解。二专修读会计，对企业融资、财务状况能做出系统的预测与分析。

何萌玮，广州大学旅游学院在读本科生。在校级及院级社团锻炼中，取得一定的活动策划能力，学习观察能力较强，善于发现问题解决问题。曾获全国会展技能大赛二等奖，担任本校合唱团节目部副部长，曾担任多次活动主持人及参与各类型演出，思维敏捷。对市场需求反应准确，见解独到。

高怀斌，广州大学经济与统计学院在读本科生。已完成统计学、会计学、财务管理等课程的学习，能够熟练运用 SPSS 软件进行数据处理，可有效分析企业资产类型以及对企业财务状况做出系统的预测。曾担任新闻网络部副部长，擅长文案设计，具备基础摄影和微信公众号推送的能力，有助于活动的对外推广。曾担任广州大学红十字会副委，多次参与社区探访、献爱心看学校、公益献血等活动，志愿服务经历丰富，并在过程中收获成长和感悟。

张钊泳，广州大学旅游学院在读本科生。在学院有着丰富的社团工作经验，担任科研部部长，积累了不少技能。思维敏捷，在诸多问题上能够提出自己的见解。曾获旅游学院大学生涯规划优秀奖，并多次担任协会内的主持人。热衷于公益志愿活动，每逢活动结束后能够进行较为系统的总结，能够不断从活动中提升。

自确定本创业项目以来，本团队成员均在有计划、有目的的大量阅读并了解商品、营销、服务等相关知识，并深入生活，搜集与本中心的有关信息。得到了（中法）旅游学院等诸多学院教授以及同学的支持，并与社会中的公益组织，社会企业达成一定的合作，为本项目的实施提供了有力的技术保障和精神支持。

10.2 创业顾问

吴水田，本团队指导老师，博士，毕业于中山大学人文地理专业。现为广州大学旅游学院副院长、副教授，研究生导师。热衷于公益事业，现研究南海公益项目。主要从事文化地理、旅游管理、旅游文化等领域的研究，尤以岭南疍民文化为主要研究内容，主持教育部及广东省自然科学基金、广东省哲学社会科学规划课题等省部级科研项目 6 项，曾获广东省高等学校第五届教学成果奖一等奖，发表学术论文 20 多篇。



图 10-2 指导老师吴水田高级导游员证书

马大卫，工商管理专业，管理学博士学位，在日留学期间曾多次获得日本政府及文部省科研奖励，从教后获得教育部留学基金委科学启动基金科研资助，在校期间连续两年获得“广州大学最受欢迎教师”，工商管理学院优秀教师等称号。主持教育部基金项目一项，主持多项横向课题（总经费 49 万元人民币），参与多项国家、省部级课题。近三年发表中外文权威期刊 4 篇，作为广州大学创业研究院主要团队成员之一，指导过学生参加过多项创业挑战项目，均获得优异成绩。

10.3 团队发展

(1) 总经理定员 1 人，由团队负责人担任，负责公益中心全面事务，在中心或组织内部拥有最终的执行经营管理决策的权力。主要职责是主持中心的日常管理运营；组织实施公益中心的工作计划和运营方案；同时，是公益中心的直接代表人，负责与社会公益组织、社会企业的洽谈合作，确定合作方案；拟定公益中心的基本管理制度；提请聘任或解聘中心的管理人员和工作人员。

(2) 团队成员定期外出参加培训。在实施项目期间，对成员进行专业的培训对于团队的长期发展是非常有必要的。因此，中心会拟定计划，在不同的部门抽出表现优秀的成员，到专业的地方进行学习。回来后，将所学再交给其他的工作人员。这样，既不会影响中心的正常运转，还能让中心与时俱进，时刻得到改善。

(3) 采取以民主为主，成绩为辅的方式选举各基层部门的负责人。以投票选举的方式，让大家选择出自己心目中的管理人员。与此同时，高层管理部门也会对被推荐的人员的成绩进行评估。

(4) 采取多劳多得的方式，提高中心成员的积极性。每个人的劳动都会与自己的待遇挂上联系，这样对提高员工的工作积极性有极大的作用。

谢谢合作

10.4 招聘流程

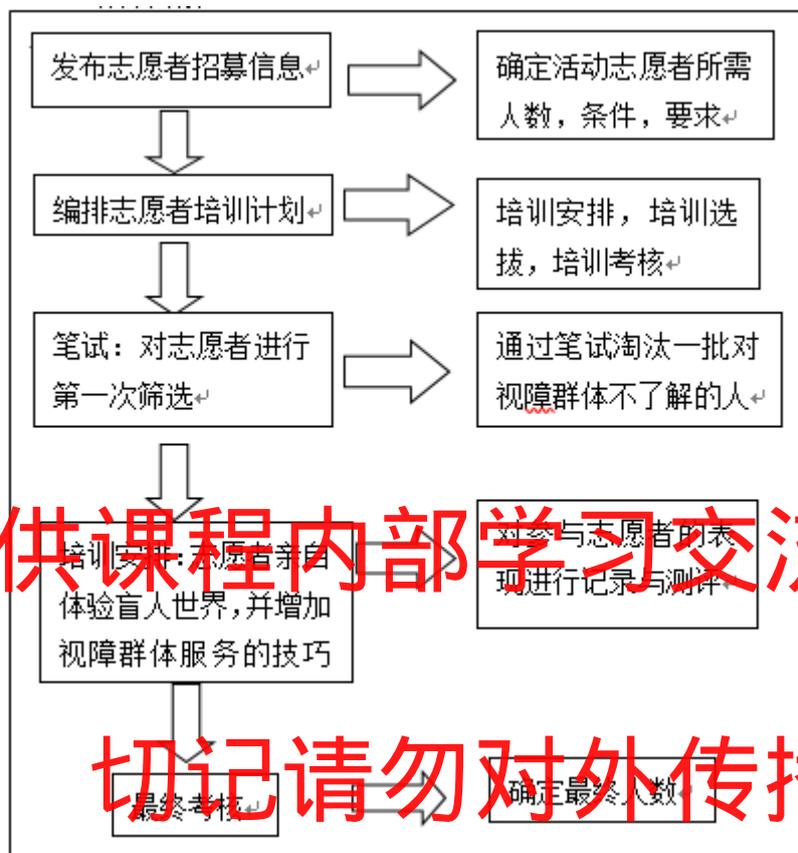


图 10-3 招聘流程

(1) 本中心作为一个公益组织，在招聘时会重点考虑以下几点：

① 志愿者的旅游知识、志愿服务经历，是否具有急救技能等，也是本中心考虑的招聘因素。

② 志愿者的自我认识、参与志愿活动的动机。只有正确认识自己，有爱心，愿意为他人提供帮助，送去爱心希望的志愿者才能顺利完成志愿服务。

③ 志愿者的健康状态。在志愿者服务活动中所需要的健康包括生理上的健康和心理上的健康，主要是身体的健康状况能够承担起不同种类的志愿活动，如户外的活动，需要志愿者起码能够承受得起户外阳光的暴晒，不会发生中暑或不适昏倒而退出服务活动。而心理方面的要求，要求志愿者能够控制自己的感情，因为面对服务对象的情况，不少志愿者可能会触景生情，或者在听完服务对象的不幸经历之后，可能会跌入一个心理“黑洞”。

④志愿者的价值观，即使没有志愿服务经验但是有强烈的奉献精神、乐于学习，本中心也会愿意对其培训，鼓励并支持乐心参与志愿服务的人加入我们。

(2) 为了本中心每一次的旅游活动能够顺利进行，出游前都会对志愿者进行全面、专业的培训和指导，如：

- ①什么是 NGO (non-government organization);
- ②了解并遵守本中心的规章制度，尊重他人、诚实守信、遇事沉着等;
- ③陪伴视障群体出游时的技巧和注意点;
- ④服务视障群体的原则和技巧;

⑤关于志愿者的流动性。

仅供课程内部学习交流之用

10.5 绩效评估

10.5.1 考核对象

- ①本中心全体员工，包括通过试用期的员工等。
- ②参与活动的志愿者。

切记请勿对外传播

10.5.2 考核目的

①作为表彰、晋升、解雇、调整岗位的依据，看重在工作表现、能力发挥工作态度、志愿服务等方面进行考核。

如发现侵权，后果自负！

- ②作为确定绩效工资、发放补贴的依据。
- ③作为潜能开发和开展志愿培训的依据。
- ④作为调整人事政策，实行激励，奖惩措施的依据，促进上下级的沟通。

谢谢合作

⑤帮助本中心员工及志愿者了解自身优缺点，使之扬长避短，不断提高工作效率与能力。

10.5.3 考核原则

- ①公平，公正，公开，人人平等，一视同仁。
- ②不同级别员工考核侧重点不同，不同岗位的志愿者根据岗位具体要求而作相应要求。

③实事求是，不掺入参评人的个人好恶。

④提倡考核结果用不同方式与被评者面谈，使之诚心接受，并允许其申诉或解释。

10.5.4 考核内容及方式

①工作任务考核（视每月志愿服务次数而定）。

②综合能力考核（由中心考评小组每季度进行一次）。

③年终表现考核（每年12月最后一个星期进行）。

10.5.5 考核依据

①员工及志愿者工作表现。

②是否使工作成果最大化。

③是否有助于提高中心效率。

④服务对象的反馈，包括视障群体及其他残疾人士。

10.5.6 考核人及考核指标

①自我鉴定，员工及志愿者对自己进行评价并写出个人总结。

②上级评估，员工的直接主管、志愿者部门主管，根据员工及志愿者平时工作表现及态度等方面的综合评估。

③中心考评小组，由各部门人员组成，主要用于年终表现考核，对员工进行全面的评价。

10.6 薪酬与惩罚

10.6.1 薪酬制度

本中心的薪酬主要由基本工资、奖金和福利构成。中心职工的工资水平由财务部和人事部共同制定，其中需根据中心年利润、薪酬管理、同行工资水平等因素、工作服务态度来决定。本制度是根据中心人事管理制度而制定的工资制度，坚持公平原则、人本原则、按劳分配原则。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

工资结构如下：

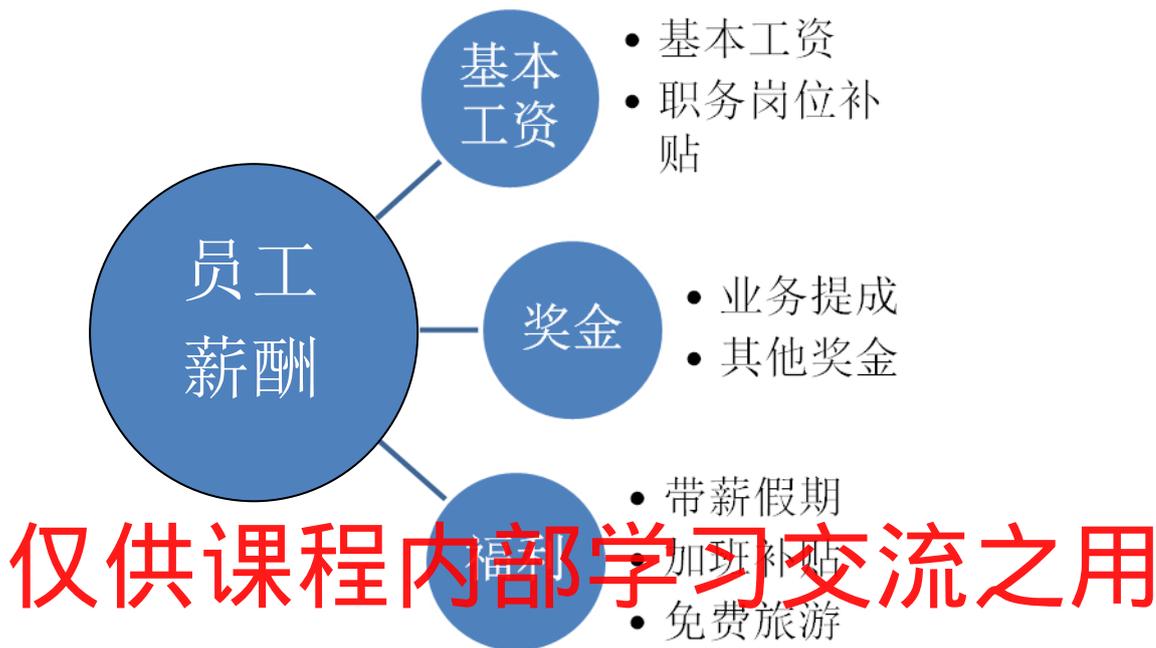


图 10-4 中心员工薪酬结构图

10.6.2 奖惩制度

中心有明确的奖惩制度，奖惩公平、公正，保障中心的健康积极发展。根据中心不同的发展要求，及时制定出符合中心规定以及相应奖惩制度。对中心做出突出贡献的员工及志愿者，中心会根据其对中心利益的贡献，奖励不同的金额；而对于不遵守中心该规定，给中心造成损失的员工或志愿者，中心必须按照规章制度，给出公正的惩罚。中心另外会有月结大会、年结大会，总结经验，及时了解中心的运营状况。对于表现优秀的员工及志愿者给予一定的奖励，同时给予表现不好的员工或志愿者做出相应的惩罚。

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

10.7 保险及对困难员工的帮助

对于每个进入中心的成员，都由中心出钱，及时的购买人身安全保险。中心也会每年年底也会按照盈利状况抽出一部分资金，用以帮助家庭有困难的员工。对于出现突发状况的员工，也可向中心申请帮助，中心调查情况属实之后，会根据情况给予一定的补助。

第十一章 附录

附录 1 白云山半日游活动策划书

白云山半日游活动策划

一、线路主题：亲近大自然，白云山鸣春谷半日游

二、活动目的：

1. 社会经济不断发展，当人们注重残障人士的基础物质消费的同时，却忽略了他们在精神上更高等级的消费。人生而平等，他们也有享受精神愉悦的权利。

此次白云山半日游活动不仅是带盲人学生走出课堂、享受精神愉悦，他们也可以像正常的孩子一样学习、了解、感受、探索大自然，更是为他们提供了一次出游的机会，本中心希望以此来吸引更多的人去关注他们的精神需求。

2. 牵手盲人学生体验旅游的乐趣，做他们的眼睛和他们一起拥抱大自然、体会生活的美好，在课堂外亲近、感受最真实的大自然。让他们在旅行中获得快乐、感受集体的温暖和社会的善意，从而融入社会。

3. 通过与盲人学生的近距离接触，深入了解他们的生活行为习惯，也让社会更加了解盲人的世界，更加贴近盲人的生活状态，从而发自内心的去关注他们、帮助他们。

三、活动时间：6月26日

四、活动地点：广州市白云山鸣春谷

五、前期准备：

1. 志愿者招募、面试（具体见附录 1）
2. 邀请盲人学校专业老师对志愿者进行培训（具体见附录 2）
3. 联系盲人学校负责人，确认参与活动学生的人数；联系广之旅确认媒体人数，最终确定出游时间、整个活动的人数（约 60 人）、巴士（1 辆大巴）
4. 购买出游活动所需的物资：矿泉水、互动活动所需小礼品（资费详见附录六）

5. 向全体志愿者发布活动信息，通知活动时间及注意事项等
6. 活动当天志愿者签到表（详见附录 5）
7. 活动主持，包括在车上的活动、抵达白云山以后的一系列活动
8. 召开出团前动员会议，针对出游活动中的可能出现的问题进行预防训练
9. 准备物品：队旗、徽章、志愿服与志愿帽、相机、所购物资等。

六、具体行程安排：

时间	行程介绍	备注
7:00-7:15	导游和志愿者在广州大学小工行集合签到	切勿迟到，物资清点
7:15	发车	在车上，再次强调要注意的事项
8:15	抵达广州市盲人学校	
8:15-8:30	志愿者协助盲人上车，清点人数	做好与校方交接工作，确保盲人安全
8:30	发车前往白云山	
8:30-8:45	导游组织破冰游戏：认人记名，志愿者协助	游戏规则见附录 4
8:45-9:00	导游组织小游戏：听声辨物，志愿者协助完成	游戏规则见附录 4
9:00	抵达白云山景区	
9:00-9:10	志愿者询问盲人身体状况，是否出现不适等；协助盲人学生如厕等，解决生理问题	控制好时间，准时集合，清点人数
9:10-9:30	志愿者一对一带领盲人学生坐游览观光车，每辆游览观光车坐 10 个人	注意保护学生的安全，车速不能太快
9:30-10:00	到达能仁古寺前，听钟声、蝉声。介绍有关蝉的种类和知识，在教空旷的空地组织小游戏，如脑筋急转弯等。导游统一教唱歌曲，志愿者协助完成。	导游和志愿者在讲解过程需注意用词，不要涉及“看”等敏感词汇；爬山控制在较慢的速度。规则见附录 4

10:00-10:25	在能仁古寺活动结束后，坐游览观光车上山，抵达白云山山顶公园，有序进入鸣春谷景区，志愿者购买后续用来喂食的鸟食。志愿者协助盲人学生如厕等。	志愿者组织好秩序，清点人数，注意盲人学生的安全
10:25-11:10	进入大型鸟笼景区，志愿者协助盲人游览，导游和志愿者讲解介绍各类不同鸟的叫声，让盲人身处一片鸟叫的世界，感受大自然，同时学习不同鸟类的知识。 导游带领盲人进入大型天然鸟笼，志愿者协助盲人有序进入，盲人在志愿者的陪同下自由活动，在鸟笼中聆听各类不同鸟的叫声，感受大自然，志愿者负责盲人活动的安全性。在盲人听鸟叫声时，为其讲解该声音为何种鸟，该种鸟外貌特征如何，叫声有何特点，有关该类鸟的趣味知识等。自由活动结束后，导游集合盲人组织“听声辨鸟”的小游戏，随机依次选定几种鸟叫声，让盲人辨认为哪种鸟类，答对便送小礼品。让盲人在在感受大自然的过程中学习鸟类知识，将书本知识转化为可感知的实物，深化盲人对大自然的认识。	导游和志愿者讲解要细致，事先了解各类鸟类知识
11:10-11:20	志愿者协助盲人喂食兔子、鸟类等	注意盲人喂食过程安全
11:20-11:30	导游集队，清点人数，志愿者协助盲人下山	确保人数正确，下山过程控制好节奏
11:40	到达白云山景区出口，志愿者协助盲人如厕等，解决生理问题，清点人数上车	准时集合，清点人数

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

11:50-12:30	返程回盲人学校，送盲人学生回学校，抵达广州市盲人学校，志愿者协助盲人下车，与学校负责人做好交接工作	在车上，邀请盲人学生分享这次活动的想法和感受
12:30-13:00	工作人员和志愿者用餐	清点志愿者人数
13:00-14:10	导游组织志愿者发言，表达此次行程的感受和收获；车上休息；返回广州大学	
14:15	抵达广州大学小工行，清点物资，派发志愿者证明	

七、后期工作：

1. 派发志愿者证明；
2. 采访盲人学生的出游体会和感受，撰写活动总结；
3. 活动照片网络展示、发布活动通讯稿；
4. 通过邮件方式收集志愿者的想法和建议（每名志愿者在出团第二天中午十二点前发邮件至负责人邮箱 584376869@qq.com）
5. 召开总结会议，总结归纳此次出游活动的优势和不足，如何改进。

八、注意事项：

1. 若当天天气有变或计划有变，以电话方式通知；
2. 志愿者时间观念要强，不可迟到；
3. 出发前再次联系盲人学校的负责人或学校老师，预计到达时间，若因交通等其他突发的原因导致到达时间延迟，要及时告知学校；
4. 各成员不得私自脱队，要服从带队人的安排，保证活动的顺利进行。活动结束后切勿擅自离开，离开要告知带队人；
5. 志愿者要积极主动和盲人学生交流，整个出游过程中要主动，特别是气氛活跃、游戏环节；
6. 到达白云山后根据负责人的要求开展一系列的活动，志愿者要主动引导盲人

学生参与活动，如若发生什么意外要及时跟负责人联系；

7. 整个出游过程注意用语特殊性，避开盲人忌讳的词汇，如“瞎说、瞎看”等；
8. 提醒各志愿者不要自拍和拍合照；
9. 导游声音要响亮，要活跃气氛和掌控整个活动现场；
11. 至少在活动两天前将此次出游活动的具体要求告知志愿者；
12. 提醒各位志愿者穿志愿服、带志愿帽和工作证。

九、负责人联系方式：

罗小苑 18814098458

吴燕云 15521143907

肖晓勇 15622194865

何萌玮 15602321168

张钊泳 15347409985

高怀斌 18826035567

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

十、益旅光芒志愿者招募流程

1. 制作宣传推文、宣传海报

2. 组织同学转发推文、张贴海报

3. 联合广州大学旅游学院团委红十字会发布招募信息（详见附录3）

4. 安排工作人员进行扫楼宣传

5. 统计报名人数，分批次进行第一轮面试（个人面试）

6. 根据第一轮面试情况筛选一部分同学进入第二轮面试（无领导小组讨论）

7. 根据第二轮面试情况选择合适的同学加入志愿者团队

十一、益旅光芒志愿者培训

1. 培训流程

①邀请具有丰富经验的广东省盲人协会成员、盲人学校专业老师为本次活动志愿者做专业培训，并协商清楚培训时间以及培训内容。

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

- ②制定培训当天的工作人员安排表。
- ③发布培训时间通知给每位志愿者，要求积极参与、不能无故缺席。
- ④培训当天志愿者签到。
- ⑤如期召开培训会，提醒志愿者在平时多加练习。
- ⑥根据当天内容做好资料整理。
- ⑦收集志愿者空闲时间，组织召开“温故知新”志愿者培训交流会。
- ⑧培训结束，收集志愿者心得以及相关建议。

2. 专业培训内容

- ①本次项目志愿者应具备的精神、责任及态度，以及所必须遵循的原则。
- ②探究如何建立与服务对象的关系。
- ③感受盲人群体的生活状况，分组进行情景模拟。
- ④根据对盲人群体生活状态的了解，传授陪伴盲人出行或进行户外活动的技巧。
- ⑤分情境传授与盲人交流的方法，提升聆听与同理心技巧。
- ⑥练习助人情绪处理，并尽量灵活运用。
- ⑦教授帮助盲人就餐的注意事项。

3. “温故知新”志愿者培训交流会内容

- ①组织志愿者相互认识，分组进行简短的破冰游戏。
- ②温习专业培训课所学内容。
- ③根据所学知识分组进行情景模拟练习。
- ④相互交流学习过程中的心得体验。
- ⑤再一次强调**注意事项**，如：

如果有学生出现身体不适，应立即通知医务工作人员、告知负责人；
在活动过程中要时刻注意盲人学生的状态，不可自己在一旁拍照；
熟记在活动地点的厕所位置，带领盲人学生解决如厕问题。

十二、“白云山鸣春谷，感悟大自然半日游”活动志愿者招聘通知

此次活动旨在帮助盲人学生体验旅游的乐趣，让他们在旅行的快乐中感受到生活的美好和社会的善意。也让社会更加了解盲人的世界，更加了解盲人的生活状态，从而发自内心的去关注他们，帮助他们。

现招募志愿者 15 人，条件如下：

1. 身体健康，具有吃苦耐劳精神，乐于奉献，热心于志愿服务等公益事业的在校大学生。

2. 遵纪守法，无违纪行为，服从安排，具有较强的社会公德意识。

3. 关注盲人人群，有一定的急救技能、助盲工作经验或志愿服务经历的优先。

4. 应变能力强，能很好处理现场突发状况。

5. 责任心强，善于沟通，有团队精神。

6. 时间较为充裕，有较多的可自我支配时间。

活动地点：白云山鸣春谷

活动时间：待定

活动说明：活动前会有专业人员对志愿者进行技能培训，活动结束后可开具志愿者证明，综测加 2 分。

报名方式：[报名者请按如下格式将个人信息发送至 584376869@qq.com。](mailto:584376869@qq.com)

姓名	
学校	
院系	
手机	
常用邮箱	

十三、小游戏规则

1. 认人记名

每名视障朋友配有一名志愿者，视障朋友需要通过沟通交流认识前后座位的其他视障朋友，需要记住三个要素：姓名、年龄、爱好。导游在志愿者的协助下让指定视障朋友回答前后座位视障朋友的三个要素，答对则下一位，若答错则要表演才艺。

2. 听声辨物

播放事先准备好的音频，其中包括一些大自然万物的声音、流行歌曲前奏等，辨认出答对加分，答错不扣分，游戏结束后积分最高的视障朋友可获得小礼品。

3. 教唱歌曲

导游统一教唱《我相信》、《隐形的翅膀》，志愿者协助一对一教唱，教唱完成后由视障朋友表演。志愿者需要事先学唱备用的两首歌。

4. 大家一起来造句

将学生和志愿者分成若干组（视学生人数而定），每组第一位同学说一句简短的话，小组成员排成一排，由第二位同学开始在第一位同学的句子上加词语，再将整个句子告诉下一位同学，第三位同学在第二位同学的句子上再加词语，告诉第四位同学，如此循环下去，一直传话到最后一位同学完成为之结束，（如：我在吃饭→我在家里吃饭→我跟爸爸在家里吃饭），所用时间最短的小组胜出，获得小奖品。

十四、签到表

编号	志愿者姓名	负责盲人姓名	联系方式	签到

十五、资费成本表

类型	项目	单价/元	数量	合计	负责单位	
旅游费用	大巴（53座）	1500	1	1500	广之旅	
	导游	300	1	300		
	入山、鸣春谷门票（非学生）	15	20	300		
	入山、鸣春谷门票（学生）	7.5	25	187.5		
奖品	矿泉水	2	120	240		
	笔记本（小礼品）	5	20	100		
	中性笔（小礼品）	3	20	60		
媒体	媒体（4-5家，邀请费、门票及观光车费用）	600	5	3000		
				合计		5687.5
旅游费用	游览观光车	50（上下山）	8	400		益旅光芒
物资准备	志愿服	28	26	420		
	徽章	2	30	60		
	小旗帜	2	30	60		
	志愿者餐补	15	40	600		
	急救药品			200		
宣传费用	宣传海报	20	10	200		
	宣传单（彩印）	1	300	300		
	横幅	80	3	240		
				合计	2480	
				总计	8167.5	

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

益旅光芒公益发展中心

二〇一六年六月四日

附录 2 益旅光芒公益发展中心注册计划

我们益旅光芒公益发展中心正在准备注册资料，现已整合部分申请材料，《成立登记书》可见下文《关于益旅光芒公益发展中心成立登记的申请》。预计在6月15日前完成资料筹备，并提交预审。根据《广州市扩大区县级市管理权限规定》预计在6月17日向广州市番禺区民政部门管理机关正式提交申请材料。若申请通过，7月5日之内将送交纸质材料，经核实，办理《民办非企业单位登记证书》领取等相关手续。领取《民办非企业单位法人登记证书》后，到相关部门办理有关手续，其流程和具体计划如下：

7月16日	刻制公章（公安局定点部门）
7月18日	办理组织机构代码证书（组织机构代码中心）
7月21日	办理税务登记（有关税务部门）
7月23日	开立银行基本账户
7月28日	将登记管理机关核准的章程原件、组织机构代码证及税务登记证复印件加盖公章，送登记管理机关备案

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

关于益旅光芒公益发展中心成立登记的申请

广州市番禺区民政局：

根据对民办非企业单位登记管理的有关规定，我中心属于利用非国有资产、单位（或个人）自筹资金，自愿举办、从事非营利性社会公益慈善服务活动的社会组织。中心住所设在广州市番禺区小谷围街广州大学教学区文俊楼。我中心的宗旨是倡导“奉献爱的力量，关爱和尊重社会视障群体”社会公共服务精神，遵守宪法、法律、法规和国家政策，遵守社会道德风尚，开展社会公益活动。我中心的文化是：“群英荟萃，团结一心，发展助盲旅游，共同拼搏，共浴阳光”。群英荟萃意味着优秀的人才从各方聚集于此，团结努力，形成强大的凝聚力，上下一心共同致力发展助盲旅游的公益事业。同时宣传、普及公益理念，发动更多的企业和个人，关注社会弱势群体，为他们送去关怀，以此推动慈善事业，促进社会文明风尚，构建和谐社会。

我中心的业务范围是：

我们中心是一个致力于开发残障人士的出游线路、为残障人士提供出游服务、保障残障群体旅行权利。为此我们提供以下两大类服务产品。

1. 基础产品和服务

(1) 自然景观类路线服务。其中包括畅游花海、亲近大自然等活动，旨在帮助残障群体走进大自然，体会自然的美好。

(2) 人文风俗类路线服务。其中包括触摸文化印记、奇妙的朋友和品鉴音乐之美等活动，让残障群体在平等开放愉快的氛围中一同出游，认识世界，交流谈心。

2. 延伸产品和服务

(1) 私人路线订制服务。可为那些不愿团体出游，对出游线路有特殊要求，希望独自或少量亲朋陪同出游，并有相应支付能力的视障群体提供一对一的针对

性线路设计。

(2) 同城交友活动服务。包含多种不同的活动主题，主要为广州市内以及周边城市的残障群体，为他们提供一个相互交流，展示自我风采，丰富生活的平台。

本中心建立中心负责人工作职责、人事部工作职责、市场营销部工作职责、公关部工作职责、财务部工作职责、产品部工作职责、宣传部工作职责、专职工作人员工作职责、志愿者管理制度等各项管理制度，对在业务范围内开展服务活动涉及服务收费的项目，严格按照物价局审定收费标准收费，不乱设收费项目，自觉接受有关行政管理部门和登记管理机关的监督和指导。

根据本中心举办的宗旨、目的和条件，相信能把中心办好，特向贵局申请注册登记。

仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

广州市番禺区广州大学益旅光芒公益发展中心

2016年6月5日
如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

附录 3 协议和证书

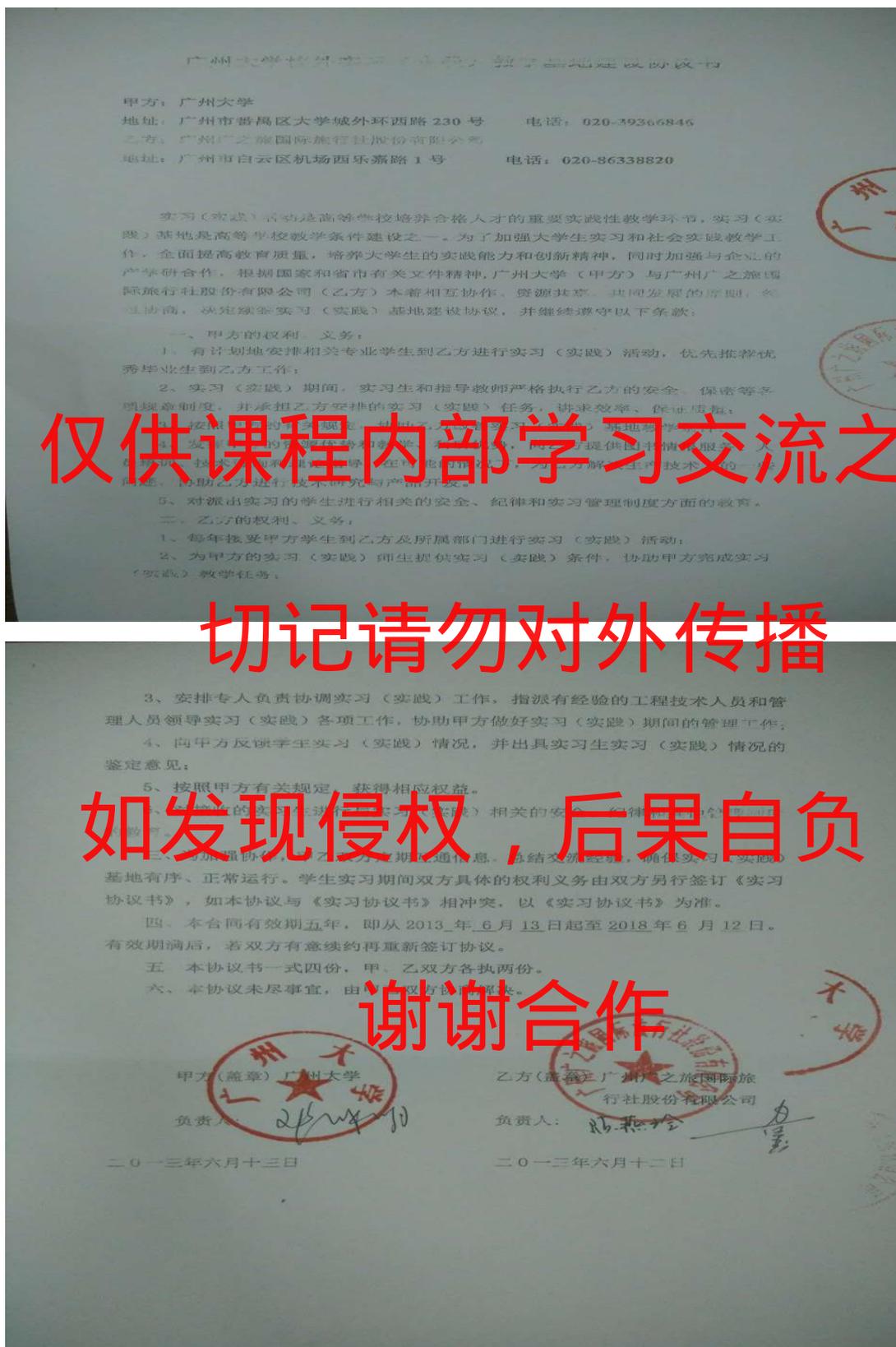


图 11-1、图 11-2 与广之旅国际旅行社的协议

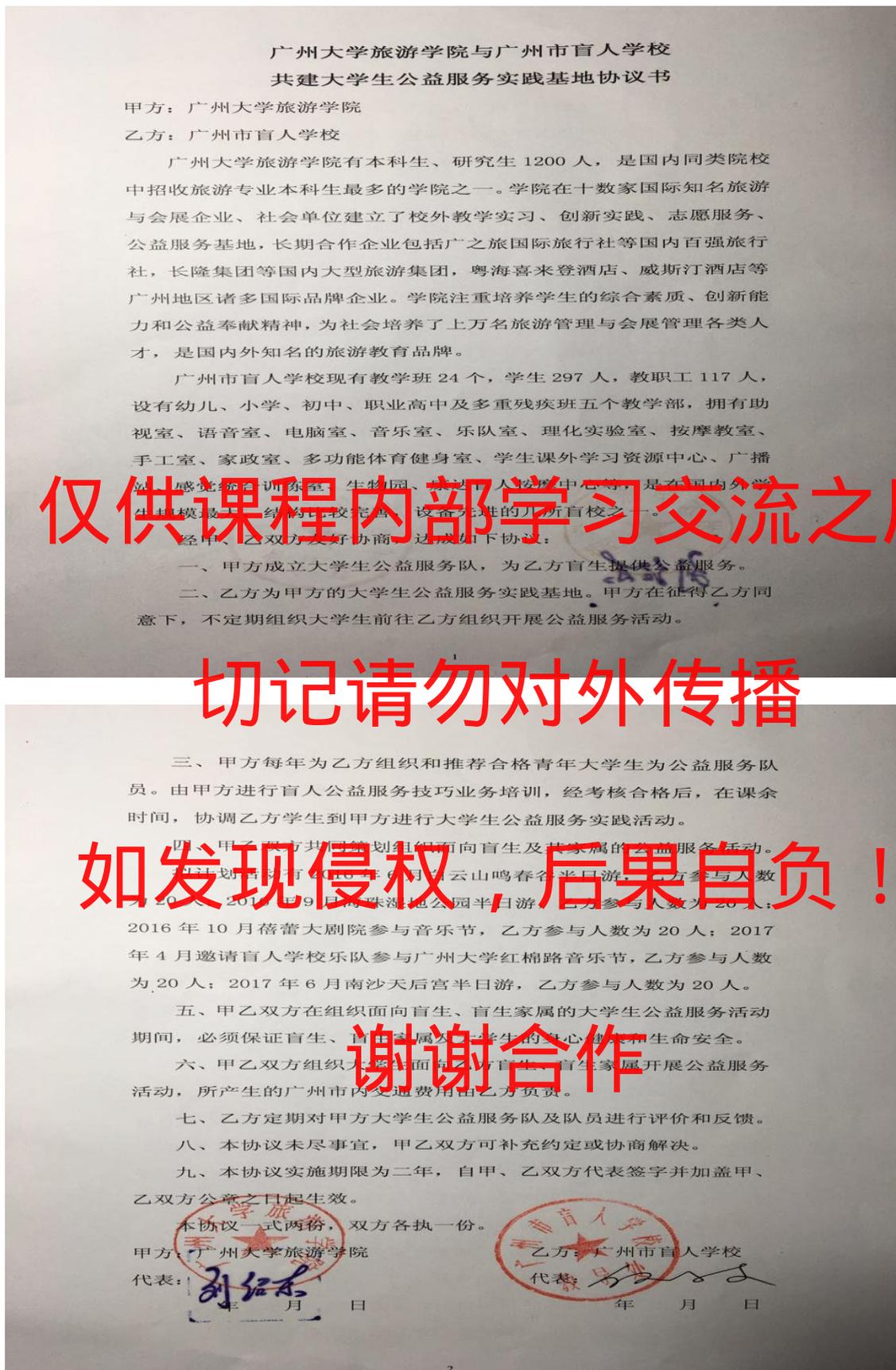


图 11-3、图 11-4 与广州市盲人学校的协议

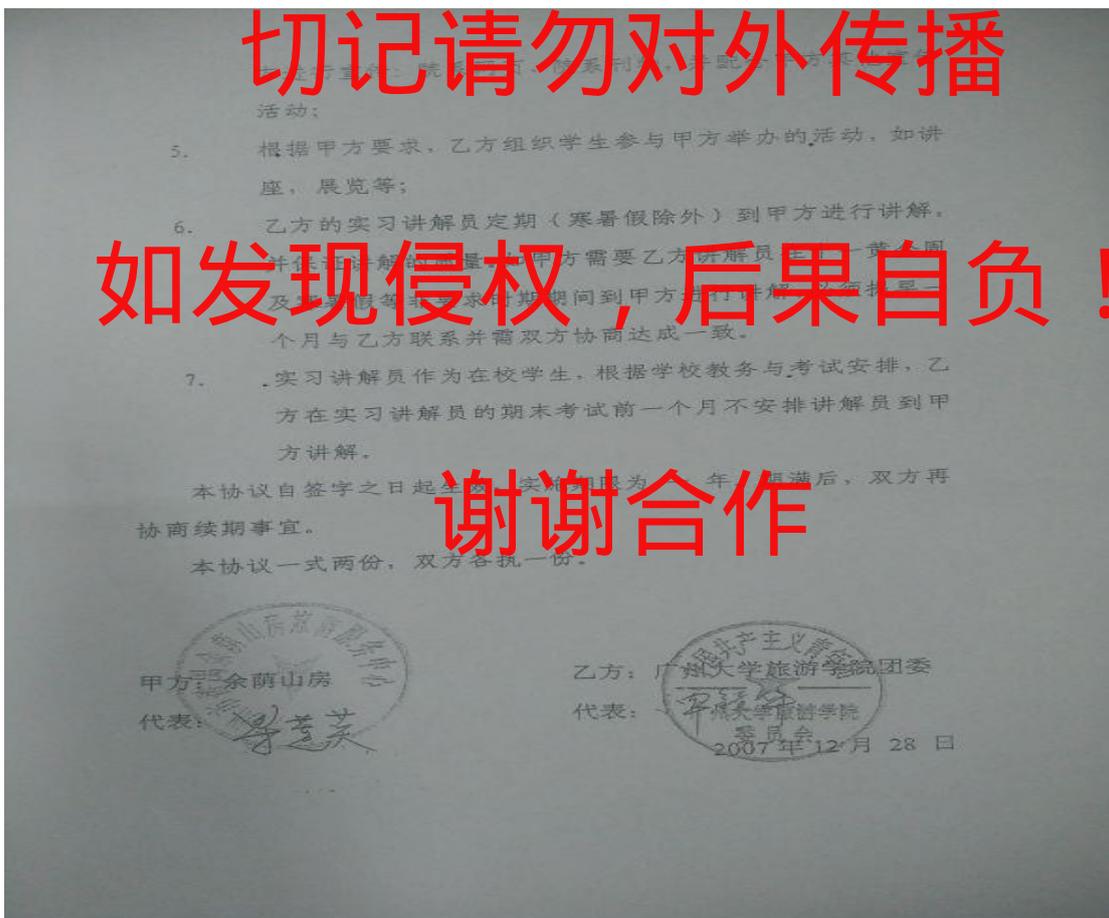
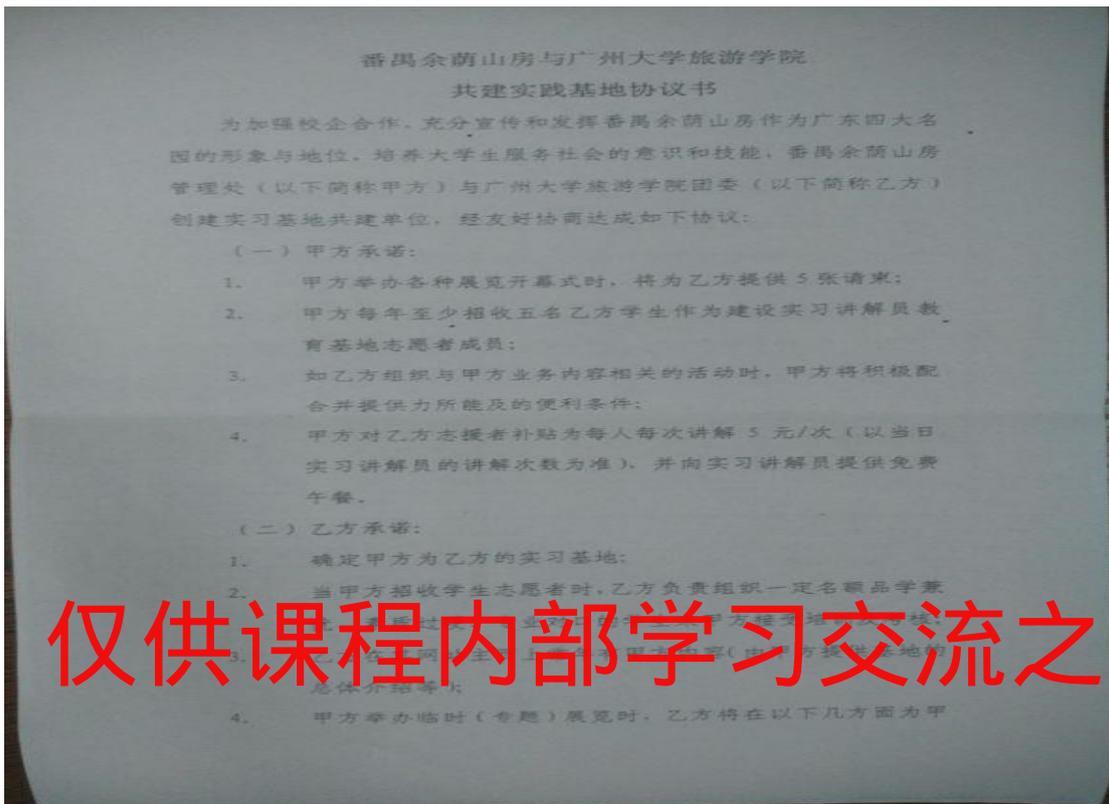


图 11-5、图 11-6 与余荫山房的协议

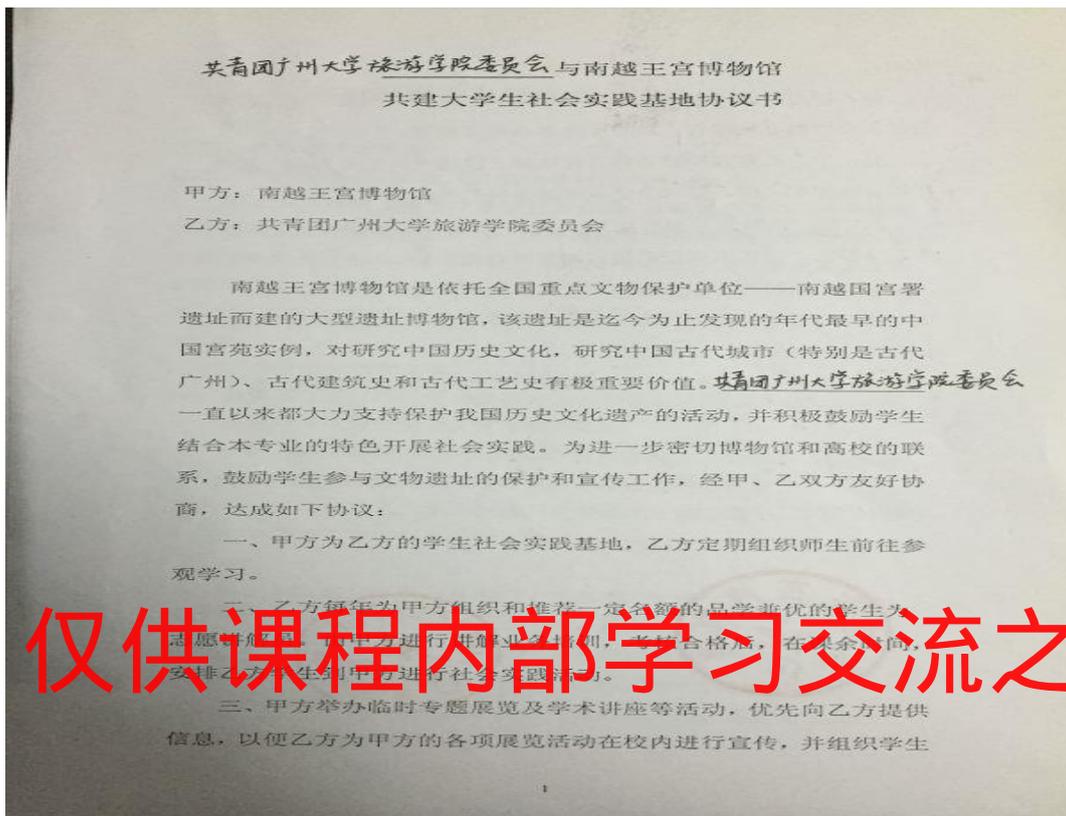


图 11-7 与南越王宫博物馆的协议
切记请勿对外传播

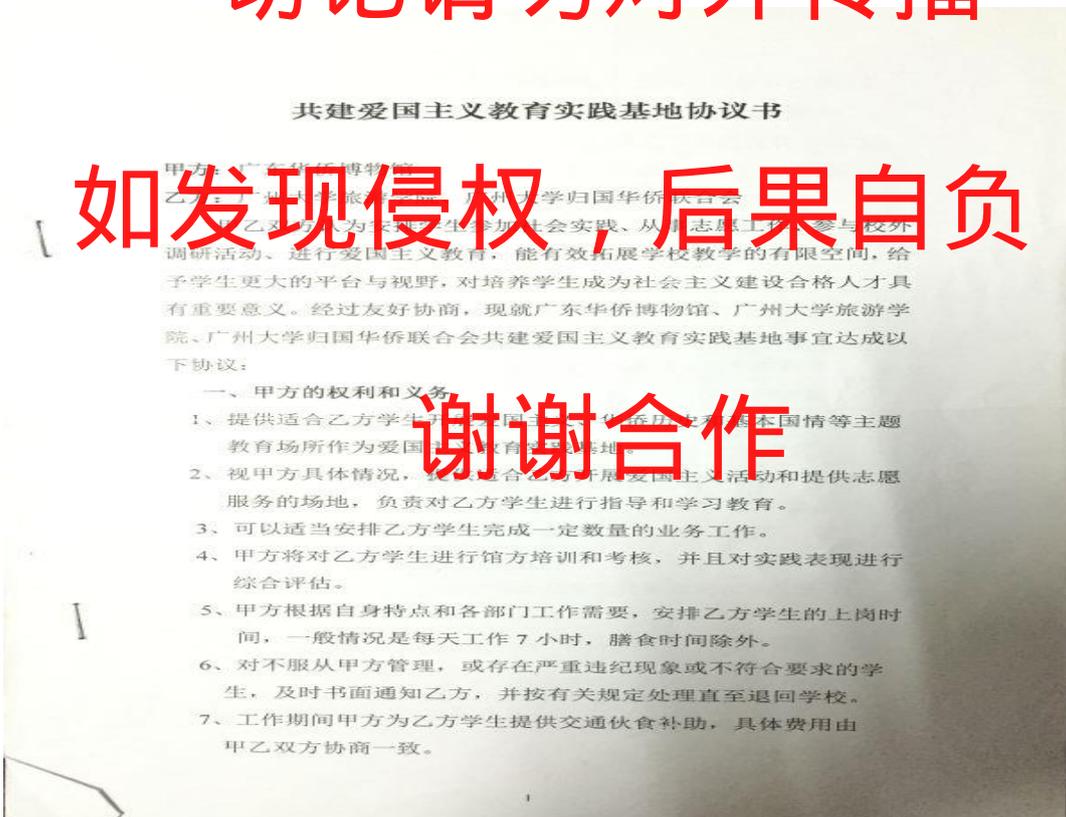


图 11-8 与广东华侨博物馆的协议



图 11-9 导游证



图 11-10 会计从业资格证



仅供课程内部学习交流之用

图 11-1 心理咨询师证



谢谢合作

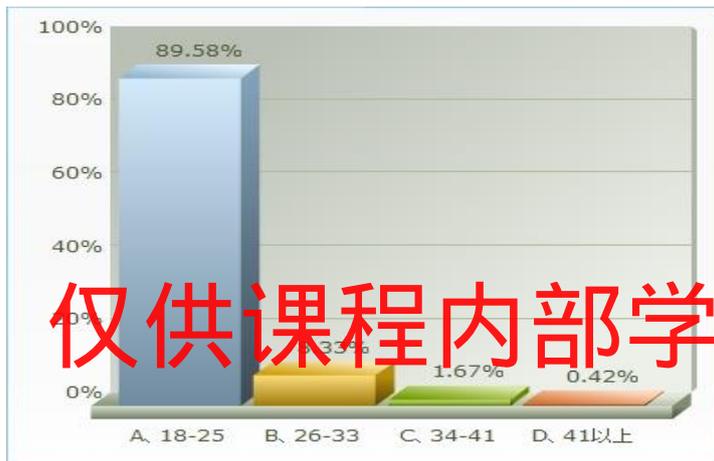
图 11-12 心理咨询师证

附录 4 关于视障群体出游的调查问卷（针对志愿者）

关于视障群体出游的调查问卷（针对志愿者）

数据与分析：

1. 你的年龄段？ [单选题]

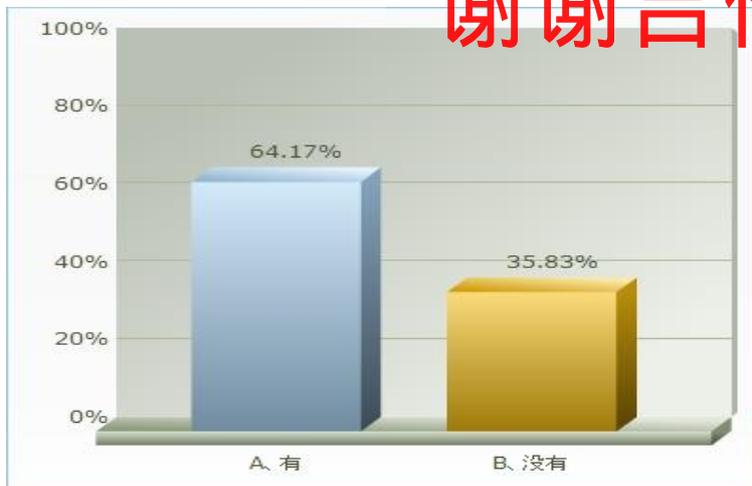


2. 你的职业是？ [单选题]

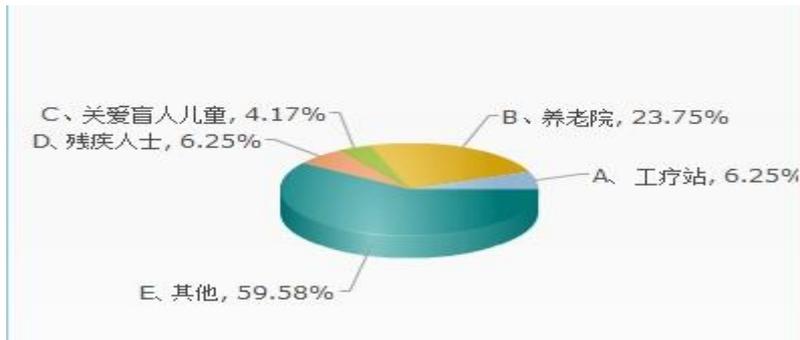


3. 你以前有没有志愿服务的经验？（选 B 则跳到第 5 题）

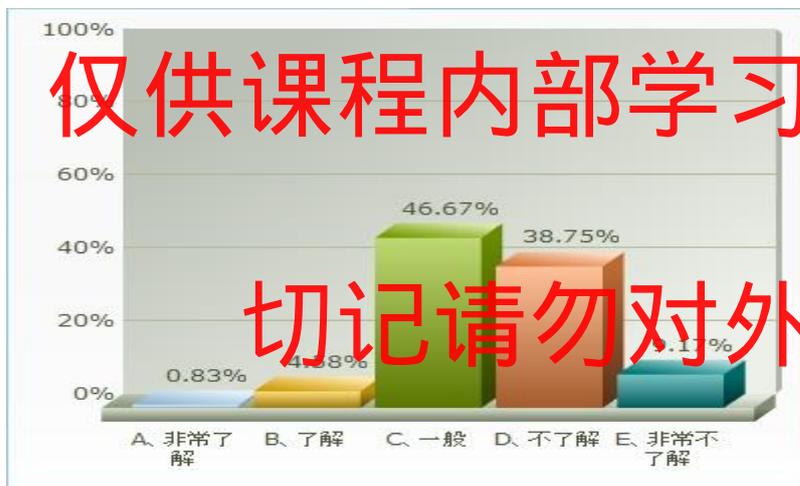
[单选题]



4. 你做过什么类型的志愿活动？ [单选题]



5. 你对视障人士的基本生活了解程度是 [单选题]



仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

6. 你认为视障人士适合什么样的娱乐方式？ [多选题]



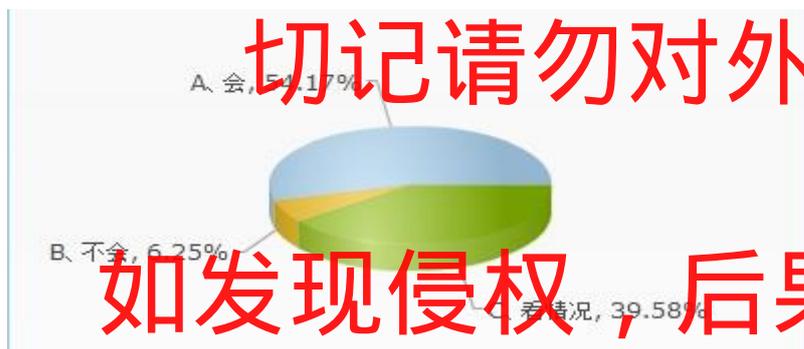
谢谢合作

7. 你支不支持视障群体参与出游？ [单选题]



仅供课程内部学习交流之用

8. 如果有机会让你参与关于视障群体旅游的志愿活动, 你会参加吗? [单选题]



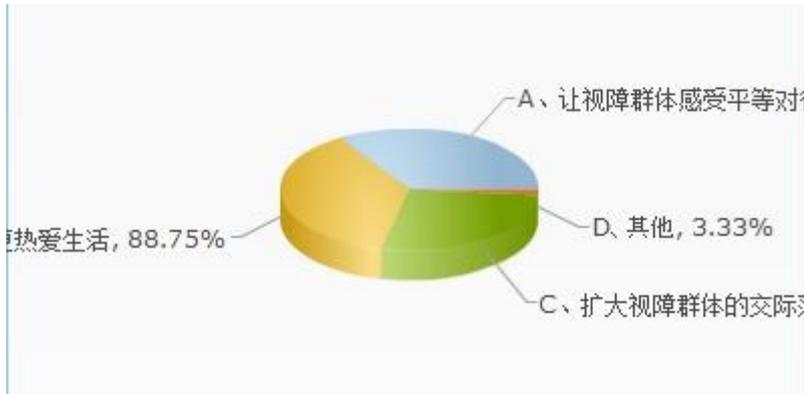
切记请勿对外传播
如发现侵权, 后果自负!

9. 你认为视障群体出游存在什么风险? [多选题]



谢谢合作

10. 你认为视障群体出游对视障群体自身有什么好处？ [多选题]



11. 你认为比较适合视障人士出游时间为多长？ [单选题]

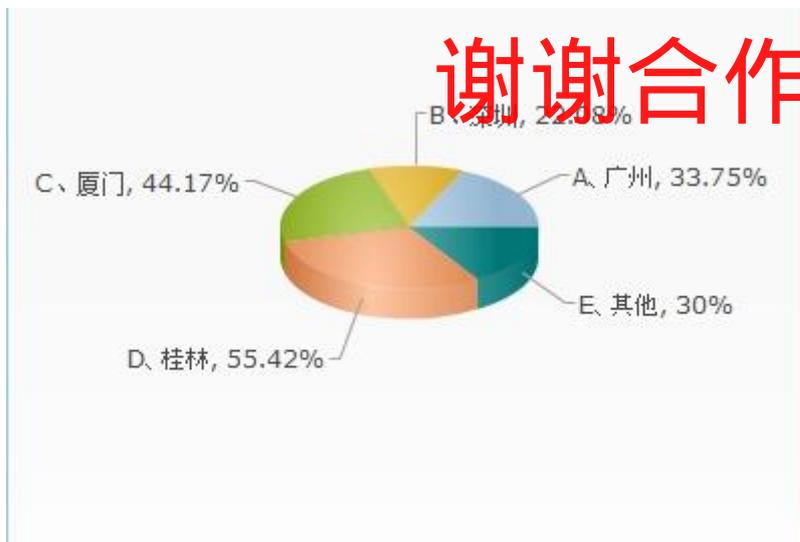


仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权，后果自负！

12. 你认为比较适合视障人士出游的地区有哪些？ [多选题]



谢谢合作

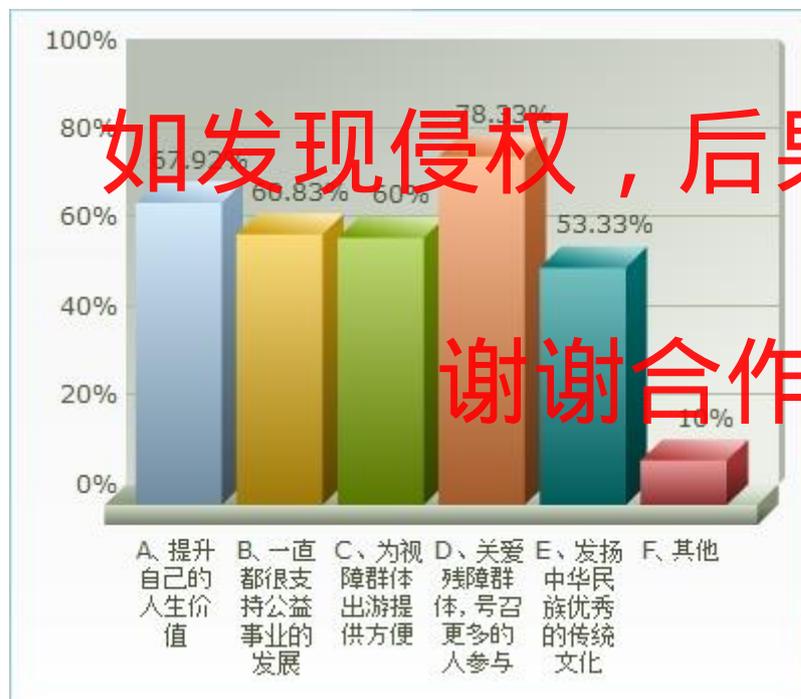
13. 你所具备的相关志愿服务知识程度? [单选题]



仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

14. 你认为参加视障群体出游的志愿者活动有哪些好处? [多选题]



如发现侵权, 后果自负!

谢谢合作

15. 你会鼓励身边的朋友来参与这种志愿服务活动吗？ [单选题]



仅供课程内部学习交流之用

通过以上对问卷问题的图表分析可表明：被调查者的年龄大多在18-25岁之间，且学生居多，64.17%的人有参与过志愿服务活动，76.67%的人支持视障者出游，54.17%的人会主动参与视障群体出游的志愿服务活动，65%的人鼓励身边的朋友一起参与，这就达到了带动更多的人参与视障群体出游的活动，传递更多的关爱，促进社会良好风气的形成。由于只有42.08%的人了解视障人士的基本生活状况，而有47.92%的人需要我们的专业的培训；同时有52.5%的人对相关志愿服务的程度也较低，他们对视障人士的生活存在模糊的状态，如果不能清晰地认识这些盲目参与志愿活动，会给出游的视障人士带来不必要的麻烦。

切记请勿对外传播

因此，为了视障群体出游活动更加顺利的进行，益旅光芒公益发展中心将会给参与活动的志愿者做专业的培训。在培训期前期、中期、后期，志愿者们都可以互相交流自己的看法，如果觉得比较有价值的信息还可以在平台上共享，以便更多的志愿者获益，以此推动我们组织的发展。

如发现侵权，后果自负！

谢谢合作

在这里，视障者们一定要相信，我们益旅光芒公益发展中心是站在视障者立场上的，工作人员拥有一定程度的专业知识。我们相信，本着对视障者负责的态度，一定会有越来越多的视障人士选择我们的服务，在活动中感受平等对待，使他们更加热爱生活，认识更多的朋友并扩大他们的交际范围。因为我们所提供的服务，都会在出游之前收集好所有的信息，以便让视障者更加放心。所以，我们的规模会不断的扩大，所服务的人群会越来越广，信誉度也会越来越高，在不久的将来，我们益旅光芒公益发展中心一定会迈向新的里程。

附录 5 关于盲人旅游的调查问卷

您好，本问卷针对广州市视障人群，以不记名的方式填写，旨在了解有关旅游的一些问题，我们保证不会泄露私人问题，感谢您的合作。

1. 你的性别是：

A、男 B、女

2. 你的年龄阶段是：

A、20 岁以下 B、21 岁-35 岁 C、36 岁-50 岁 D、50 岁以上

3. 家庭成员有：

A、2 名以下 B、3 名 C、4 名 D、5 名 E、其他（请注明）

4. 你想去旅游吗？

A、很想 B、一般 C、不想（原因：_____）

（选 C 直接跳过第 5 题）

5. 你倾向的旅游景区类型有哪些？

A、自然风光 B、康体休闲 C、文化遗址 D、民俗风情

E、娱乐消遣 F、生态农业 G、特色购物 H、科技文化

I、古村古镇 J、疗养胜地（如泡温泉） K、其他_____

6. 如果有专门为盲人免费定制旅游线路、提供旅游服务的机构，你愿意了解吗？

A、愿意 B、不愿意（原因：_____）

7. 如果该机构提供一对一的旅行志愿服务，您愿意参加吗？

A、愿意 B、不愿意（原因：_____）

8. 如果出游，你会担心什么？

9. 你希望在旅游中得到怎样的体验？

附录 6 关于家人对视障人士旅游的访谈表

关于家人对视障人士旅游的访谈表

基 本 信 息	访谈对象	
	访谈地点	
	访谈时间	
	编 号	要求：1. 根据被采访，有重点的记录相关信息； 2. 严格按照表格设置的要求，进行调研。
访 谈 详 细 情 况 进 程 记 录	1	
	2	
	3	
	4	
	5	
	6	
访 谈 总 结	值得保留的方面	
	有待改进的方面	

人物访谈提纲：

1. 请问您支持家人去旅游吗？
2. 在旅游方面，您会比较担心什么问题呢？
3. 如果有专门为视障人士定制旅游线路，提供旅游服务的公益机构，您会支持他去吗？
4. 您比较支持视障人士以什么方式出游？（组团、与朋友、与家人、单独）
5. 您会支持视障人士参加同城交友活动吗？



仅供课程内部学习交流之用

切记请勿对外传播

如发现侵权行为 后果自负！

编辑：罗小苑 杨佩盈 吴燕云

肖晓勇 何萌玮 高怀斌

张钊泳

谢谢合作