广东省高等学校质量工程高职类立项建设项目建设方案

院 校 名 称 广东工程职业技术学院 （公章）

项目名称 俊禾品牌卖场设计有限公司

项目类型 大学生创新创业训练计划项目

项目负责人 尹一军 （签章）

大学生创新创业训练计划项目建设方案

第一部分 公司基本情况

一、公司简介

俊禾品牌卖场设计有限公司的大学生创新创业训练“梦厅堂”项目是一支活力迸发的学生团队，在学校导师用心的指导下，前期采用导师团队研发的俊禾“三大系统、六大模块”的设计思维成果，以专业的团队及经典设计哲学、设计美学为客户打造适合市场的恰当的整体卖场，创造经典品位生活！以此为基础开展创业训练。通过品牌设计，挖掘品牌的核心竞争力，助企业进行品牌卖场的策划、营销，以此支持软件的开发。DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版主要以方便、快捷的设计软件为特色，通过填写品牌调查选择题问卷，生成一符合商家品牌文化的记忆点图形，再根据软件上相关简单易操作的功能，生成品牌自主图形，可预览品牌图形 VI 及 SI 效果，可以最低成本经营自身门户网站，相关服务成本至少比同行业低百分之九十以上。2.0 造店小程序（升级版）主要是方便用户在线设计店面装修和品牌 LOGO 的小程序。自带海量营销文案和装修图库，Logo 及 VI 装修跨界设计制作一步到位，并整合了广告制作公司及装修公司。

二、项目特色与创新点

1. 广东梦厅堂品牌设计策划科技公司的 “三大系统、六大模块”从策划、营销和设计的角度出发来进行设计。

（1）空间设计体现服务型连锁企业文化营销

（2）空间设计实现企业品牌营销策略

（3）空间设计与连锁企业标准化营销

（4）空间设计促进服务型连锁企业成本控制

（5）空间设计促进企业对服务质量的营销

（6）空间情节与营销

2.将设计思维智能化，DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版和 2.0 造店小程序（升级版）。

持续性的创新性的研究和进步学习，拟定对 DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版和 2.0 造店小程序（升级版）的开发和积累。

1.DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版主要功能为使用者提供简单易操作的图形编辑生成软件，帮助使用者节省成本，满足普通人设计意愿。其生成步骤主要为以下三大点：

（1）品牌调查

使用者根据自主品牌的概况，在平台提供的调查问卷上做选择题（包括目标消费者人群、行业归属、消费者年龄段、消费者需求、消费者动机等），从而平台系统将自动生成符合使用者品牌概况的“品牌记忆点”及“品牌关键词” ，为图形生成做前期铺垫。

（2）图形生成

在图形搜索引擎一栏填入“品牌记忆点”，引擎自动搜索相对应图片，根据使用者自

身喜好，配合各类风格辅助图案图形，利用平台自带调整功能，统将半自动帮助使用者生成一完整的品牌标识符号。

（3）导入应用（SI、VI）

SI：通过选择各类风格的店面、收银台及橱窗展柜模型，通过系统自带调整功能，将上一步骤生成完成的品牌图形符号导入店面模型，生成一卖场概念店。

VI：通过选择各类风格的 VI 模块，系统将自动将上一步骤生成完成的品牌图形符号导入，生成一整套 VI 系统。

3.2.0 造店小程序（升级版）造店是一款方便用户给店铺设计店面形象和 LOGO 品牌设计的小程序，提供便捷且个性化的线上店铺装修设计服务。

造店能解决客户想要装修店铺但不想往装修设计公司来回跑或者用户所在的地方离装修设计公司较远的问题，造店小程序实现了随时随地设计店面，用户可通过小程序轻松设计、预览、导出自己的设计图。

造店小程序简单、易操作，提供 LOGO 设计、广告文案和店铺设计的功能，让用户可以直接在手机小程序上设计自己店铺的 LOGO 和店面形象，且能更直观地预览装修后的店铺效果和 LOGO 使用效果及广告语并导出图片。在完成设计后，还可以通过小程序找合适的装修公司实施。

根据该项目的创新性跟特色，项目已通过企业的合作进行了软件的程序开发，目前已申报了软件的著作权的申请。

三、团队介绍

梦厅堂团队是由广东工程职业技术学院设计与艺术系及学校的的优秀学生组成，除了学业上成绩的名列前茅外，其他的执行能力也相对的出类拔萃，这里涵括的学生会主要干部，协会的会长，班级的班长，更主要的是得蒙指导老师——尹一军老师的淳淳教导，尹一军老师是广州美术学院硕士研究生，暨南大学技术经济管理学博士，硕士学位高级建筑师，广东工程技术学院艺术系品牌卖场设计导师，设计获奖无数，经验丰富，作为俊禾公司的坚强后盾，无论是在精神或者是在其他方面上，都给公司成员很大的鼓舞。

对于设计与艺术系专业的学生，集结了商业环境艺术专业和视觉传达专业的优秀学生，通过思考和了解，整合相关的设计图形和文字的图集，将文字联系图形，再由图形排列构成独特的视觉符号，最终在终端展示。

梦厅堂团队的优势：

1. 团队专业的商业空间设计思维能力，理论知识的支持。
2. 梦厅堂的设计哲学思维有俊禾品牌卖场设计有限公司的“三大系统，六大模块”的专利的支持，专利作为软件及平台的基础。

俊禾“三大系统、六大模块”的版权专利

3. 我们通过课题的研究和社会的实践深知品牌因精神而胜出，是企业的灵魂所在，卖场是品牌精神的一个缩影，我们追求卓越创新，为顾客量身打造属于市场的品牌卖场。

4. 学设计就是需要用创新的思维方式，在商家及消费者的角度深入研究品牌卖场内涵，利用空间创新设计思维法进行设计，协助商家实现品牌卖场腾跃及持续发展。

5. 导师引领下的团队专注品牌营销策略及品牌商业空间之道，为客户创造新卖场经济价值。团队深知突破性的商业空间设计，通过严谨、准确而系统的工作方法来实现。

四、DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版和 2.0 造店小程序（升级版）软件的可行性及前景

通过先关文献的阅读我们可以发现，已有的大部分关于设计的研究，国外的商业设计集中在对超市以及购物中心等大空间类型方面，而较少针对服务性连锁商业空间设计的形成过程做过深入研究；国内基本集中在泛义上的商业设计，如《展示设计与材料》、《环境照明设计》或者是关于以商业经营为目的的著作如《连锁经营原理与实务》、《卖场策划》、《卖场营销》等。而针对特定类别商业细分的服务型连锁商业空间设计的文集则甚少，特别是把现代服务学、市场营销学、连锁经营学、卖场策划学等同建筑学、标准化设计、品牌设计、室内设计一起整合来进行研究的书籍和文献，到目前还没有先例。而对于与此相适应的软件更是少之胜少。

前期的准备不仅只是对于一个创业项目市场的研究，同时也参加了广泛的社会实践。团队成员借助寒暑假期进入设计机构实践，参加大型的设计比赛奖项。而有的成员也进入市场进行销售的工作，捕捉商业空间消费者的心理和设计心理学进行总结。跟导师定期的进行了

团队的头脑风暴，得出此次的创业训练的结晶。与此同时将设计带入软件的设计和开发中去。

通过搭建梦厅堂软件及平台，能够让电商通过对软件的使用，规范化其商家对品牌设计的认识，节省成本来构建品牌终端卖场，随着淘宝线上的风生水起，线上跟线下的结合，也是其未来的品牌企业的发展趋势，线上的发展也催生终端形象的需求。而梦厅堂借助俊禾品牌卖场设计有限公司的沉淀，在开发智能的软件平台，为中国企业逐步走向品牌化有指导性意义。

在这个人人都拥有微信的时代，小程序的出现给用户的沟通交流及生活提供了便捷。当前微信小程序累积用户以超过 8.4 亿，整体增速平稳，微信小程序的发展侧重点由拉新转向运营，小程序商业模式已得到验证，用户对小程序的使用习惯已养成，是一个良好的发展平台。

基于此在 DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版获得一定的成果积累后，开发了 2.0 造店小程序（升级版）。加上小程序的开发周期短上线速度快，借助微信这个平台的优势，在推广运营方面也可以节约很多成本，在项目初期无需让用户单独安装一个 app 或者记住一个网址。利用二维码、微信分享链接即可把我们的小程序推广出去。微信属于熟人社交，来自熟人圈内的分享往往比广告成效更高。

五、业务内容

梦厅堂软件平台主要是在以营销策略分析/品牌设计策略/VI 基础及应用/ SI 空间卖场形象效果图表现及施工图的基础上进行软件的开发——梦厅堂主要以方便、快捷的设计软件为特色，通过填写品牌调查选择题问卷，生成一符合商家品牌文化的记忆点图形，再根据软件上相关简单易操作的功能，生成品牌自主图形，可预览品牌图形 VI 及 SI 效果。

营销策略分析：根据客户企业的历史，现状，愿景，为客户指一条提升营业额的道路

品牌设计策略：分析客户企业的企业文化，为企业打造一个面对社会大众的品牌形象，增强消费者对客户企业的购买欲

VI 基础及应用：企业对内可以征得员工的认同感，归属感，加强企业凝聚力，对外可以树立企业的整体形象，资源整合，有控制的将企业的信息传达给受众，通过视觉符码，不断的强化受众的意识，从而获得认同

SI 空间卖场形象效果图表现及施工图：品牌形象设计的最终表现

六、产品亮点

1.不要基础

DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版和 2.0 造店小程序（升级版）界面直观，操作简单，比同类软件更好用。每个人都能轻松上手，从此设计不求人。

2.神奇设计思维

独有的俊禾“三大系统、六大模块”的设计思维系统，助企业商家轻松构建独特的品牌符号，用视觉的钉子和语言的钉子相结合。

3.风格各异

拥有时下最热门、最流行的卖场风格、材料选择，不同特效的叠加令 LOGO 个性十足,符合标准且易于识记。

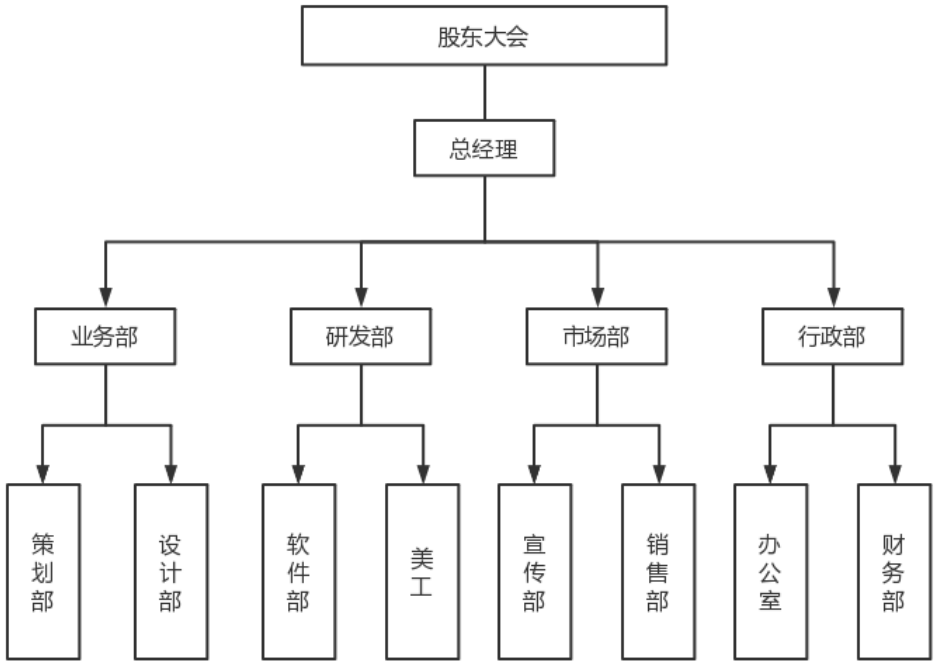
4.随心所欲

自由挑选符号、卖场模版搭配、形成品牌系统化文件，根据需求的内容的不同而进行选择。

5.一步到位

设计落地一部到位，生成的设计效果可以直接对接广告制作、装修公司，随时在线咨询和制作。

七、公司组织架构



第二部分 公司管理团队及研发人员情况

一、主要股东介绍

尹一军：男，48 岁，广州美术学院硕士研究生毕业，高级工程师、高级室内建筑师、暨南大学品牌核心竞争力博士，广东工程技术学院副教授。品牌卖场设计导师、俊禾品牌空间设计策划机构创始人、广州服装行业协会连锁品牌卖场设计顾问、广州美容化妆品行业协会宝宣集团连锁品牌卖场设计顾问、广州扶元堂集团连锁品牌卖场设计顾问、广州拉丁餐厅集团连锁品牌卖场设计顾问、湖北利时珠宝博艺园设计策划顾问、头彩连锁品牌设计顾问、深圳兴日生产业园设计策划顾问。

二、员工情况

黄健杨 男 人文艺术艺术学院 环境艺术设计专业

二级学院学生会副主席

获得美的的“最佳销售员”称号

多次参加国美的路演主持和云南白药牙膏的活动主持

性格活跃，乐于与客户沟通和交流，

熟识品牌设计的专业知识

刘创劲 男 人文艺术艺术学院 环境艺术设计专业

班长，担任学院艺术团团长

平时做事积极认真，思维广阔，富有创造性

善于对品牌卖场空间的灯光及色彩效果有独特感受

注重视觉营销美学。

黄凤岚 女 人文艺术艺术学院 环境艺术设计专业

艺术系的辩论队队长，敢于发表自己见解和看法

制图的能力较强，熟悉卖场空间造型布局

对卖场空间的制图和建模能力独当一面

陈海民 男 人文艺术艺术学院 环境艺术设计专业

学院合唱团团长

书法协会外联部部长

戏剧社演艺部部长

做事认真负责，勇于发言，表达自己的想法

是团队头脑风暴的组织者，

有利于团队策划和设计思维的开发

陈浦丽 女 人文艺术艺术学院 环境艺术设计专业

学习能力强，富有上进心，做事认真

对学习十分执着，富有激情，有自己独特的想法

喜欢探讨和研究品牌策划，总能找出新的亮点

翁一湘

女 设计与艺术系 视觉传达艺术设计专业

院团委宣传部部长，学院“三好学生”

学院第五届主持人大赛季军

第二届法律知识竞赛优胜奖

做事认真负责，执行能力强

平面视觉设计方面设计优秀

参与过相关的企业品牌 VI 的设计。

沈芝莹

女 经管学院 物流管理专业

管理工程系学生会主席

院部优秀学生干部

做人正直、干练，做事认真、脚踏实地

在校期间在品牌设计公司当过行政专员

负责日常的行政工作和线上推广

对于品牌设计的知识和日常工作流程较清晰

三、公司管理团队：

1.尹一军（指导老师）：

俊禾品牌策划机构空间设计创始人

暨南大学品牌核心竞争力博士

广州美术学院硕士研究生毕业

高级工程师、高级室内建筑师

DREAMHALL 设计策划软件创始人

《连锁卖场设计策划》作者

2.曾紫琳（指导老师）：

俊禾品牌策划机构空间设计项目负责人

广东省保健食品行业协会副秘书长

初级环艺设计师

3.郑玲玲（指导老师）：

广州美术学院硕士

中级工艺美术师、职业指导师

广州柏悦巽德装饰设计有限公司兼职设计师

《基础构成设计》副主编

《软装设计教程》副主编

第三部分 公司业务及技术

一、公司业务及变动

1.主营业务分类

平台的主营业务范围包括以下四部分：

A、增值服务

DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版和 2.0 造店小程序（升级版）两个软件按级别分类可得到相应的权限，权限越高可使用的素材越多。

B、入驻合作

软件对接广告制作服务商和装修公司，收取入驻合作费用。

C、商家广告

软件平台上提供广告摊位供合作商租赁，包含弹出资讯页面穿插广告、社区论坛软文推广等。

D、商家定制版

平台为“商家用户”提供简易编辑小程序和网站，展示各商家其产品、企业文化等，付费使用。平台可提供专业代管网站服务。

2．业务区域分布

先在广州珠三角区域展开，随后逐步扩散。

二、公司主营业务流程

1.DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版主要功能为使用者提供简单易操作的图形编辑生成软件，帮助使用者节省成本，满足普通人设计意愿。其生成步骤主要为以下三大点：

（1）品牌调查

使用者根据自主品牌的概况，在平台提供的调查问卷上做选择题（包括目标消费者人群、行业归属、消费者年龄段、消费者需求、消费者动机等），从而平台系统将自动生成符合使用者品牌概况的“品牌记忆点”及“品牌关键词” ，为图形生成做前期铺垫。

（2）图形生成

在图形搜索引擎一栏填入“品牌记忆点”，引擎自动搜索相对应图片，根据使用者自身喜好，配合各类风格辅助图案图形，利用平台自带调整功能，统将半自动帮助使用者生成一完整的品牌标识符号。

（3）导入应用（SI、VI）

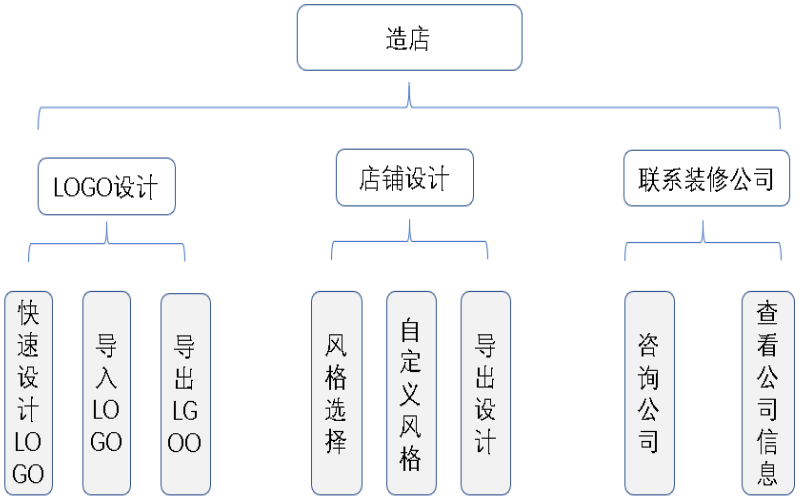
SI：通过选择各类风格的店面、收银台及橱窗展柜模型，通过系统自带调整功能，将上一步骤生成完成的品牌图形符号导入店面模型，生成一卖场概念店。

VI：通过选择各类风格的 VI 模块，系统将自动将上一步骤生成完成的品牌图形符号导入，生成一整套 VI 系统。

2．2.0 造店小程序（升级版）造店是一款方便用户给店铺设计店面形象和 LOGO 品牌设计的小程序，提供便捷且个性化的线上店铺装修设计服务。

造店能解决客户想要装修店铺但不想往装修设计公司来回跑或者用户所在的地方离装修设计公司较远的问题，造店小程序实现了随时随地设计店面，用户可通过小程序轻松设计、预览、导出自己的设计图。

造店小程序简单、易操作，提供 LOGO 设计、广告文案和店铺设计的功能，让用户可以直接在手机小程序上设计自己店铺的 LOGO 和店面形象，且能更直观地预览装修后的店铺效果和 LOGO 使用效果及广告语并导出图片。在完成设计后，还可以通过小程序找合适的装修公司实施。



三、平台优势

作为行业首家利用将设计方法融入 IT，将设计全民化的设计公司，公司储备四大库。分别为两词库（记忆点词汇库、品牌关键词库）、两图库（记忆点图形库、辅助素材库），四大库由专人专项耗费大量时间精力积累而成，并予以高度加密。公司经营期间将定时定量升级与维护，同时由专业 IT 人员实时监控后台，防止各种黑客行为发生，确保平台可复制性低。

经过 16 年的行业洗礼、经验沉淀，公司对平台图形生成效果把握度较高，一般 IT 行业公司将望而却步。

中国大陆设计行业发展快而混乱，梦厅堂平台的出现将可能在业内掀起新一轮革命，平台在为满足普通人设计欲望的同事，将为普通商家节省设计投资成本，为国内份额巨大的中低端设计师节约工作成本，实现双赢双利的共生局面。

亮点

1.史上最“傻瓜”，人人都会用！

“梦厅堂”同类软件更好用，DREAMHALL 软件系统 1.0 初级版和 2.0 造店小程序（升级版）界面直观，操作简单，比同类软件更好用。每个人都能轻松上手，从此设计不求人。

2.神奇设计思维

独有的俊禾“三大系统、六大模块”的设计思维系统，助企业商家轻松构建独特的品牌符

号，用视觉的钉子和语言的钉子相结合。独有的通过策划分析，文字与图形的结合，通过功能特效比如百叶效果、螺旋效果、放射效果、肌理效果、不规则效果、系统特定效果等。生成新的品牌符号。

3.海量图库，风格各异

自带的海量词库和图库多彩文字满足商家实际情况的需求，创意无极限。拥有时下最热门、最流行的卖场风格、材料选择，不同特效的叠加令 LOGO 个性十足,符合标准且易于识记。

4.随心所欲

自由挑选符号、卖场模版搭配、形成品牌系统化文件，根据需求的内容的不同而进行选择。

5.一步到位

设计落地一部到位，生成的设计效果可以直接对接广告制作、装修公司，随时在线咨询和制作。

第四部分 营销战略与实施计划

一、营销思想：

以帮助中小企业、个体经营商树立品牌形象为愿景，帮助开新店的初创店主和已开店想品牌升级的店主，解决店铺门面设计问题，解决店主找装修公司及品牌商标 LOGO 设计的问题，解决店主与设计师沟通理解差异造成的信息不对称问题。并将品牌意识传播与各商家，以方便快捷的业务操作服务于各商家。

1.梦厅堂的业务特色

梦厅堂主要以方便、快捷的设计软件为特色，将设计思维智能化、全民化、模块化，搭建 020 设计平台。对接电商和卖场设计，整合广告制作与装修公司，实现设计落地一步到位。，可以最低成本经营自身品牌，相关服务成本至少比同行业低百分之九十以上。

2.盈利模式深层错位

低成本门户展示，汇集全国各大小商家，打造地域社区商家展示平台，最终使全国每一处地方都能查到相应的商家，浏览商家的产品、服务、文化等。打造国内首个商家形象展示平台。

二、产品销售成本的构成及销售价格制订的依据

1.产品销售成本的构成

（1）市场推广费用，主要包括各类广告推广的费用，比如传统纸质广告、网络推广广告。

（2）销售队伍工资、差旅及相关费用，主要包括销售队伍工资、出差交通费、住宿费、市场推广费等。

（3）销售队伍激励，主要面向不同级别的销售队伍实现不同程度激励的费用。

2．销售价格制定的依据

产品销售价格制定依据主要包括以下几部分：

（1）人力资源成本，软件产品的研发、销售、实施与服务主要依托于强大的研发团队、销售团队、工程实施与服务团队。为此，人力资源成本是产品销售价格制定的重要依据之一。

（2）产品销售成本，主要包括产品推广的市场费、差旅费、销售队伍激励等。

（3）场地办公成本，主要包括研发办公、培训办公、分公司与办事处等场地租赁费用及水电费等。

（4）综合管理成本，主要包括产品研发、销售与服务配套的费用，比如财务管理、行政管理、员工福利等。

（5）预期利润，主要是公司持续发展与股东收益等考虑的需要。

三、产品推广与销售策略

1．销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商的策略与实施

2．广告促销的策略与实施

广告促销上现在主要通过行业平面与互联网广告（比如《煤炭科学技术》、《煤炭工程》等杂志的平面广告及其网站广告）以及百度推广。

3．产品销售定价的策略与实施

产品价格策略上总体低于竞争对手，不论是产品的直销价格还是给合作伙伴与代理商的价格，面对合作伙伴与代理商跟年度销售收入给予 5%的返点。

4．销售队伍构建的策略与实施

销售队伍构建上，主要构建基于市场总监的分级销售管理团队，市场总监、分公司（或办事处）总经理、销售经理与销售员的四级销售队伍，实现不同级别的考核与激励。

5．产品售后服务方面的策略与实施

产品售后服务与技术支持上，我们建立专业服务总监负责制，主要包括产品技术培训、产品售后服务与用户技术支持。

6． 网络推广

（1）微博广告推广

网络长期投入，宣传造店小程序服务内容及相关产品资料等，介绍服务对象人群。

（2）抖音广告推广

网络短视频用户量十分庞大，可面对更多的人群推广。

（3）网站搜索引擎推广

根据资料显示：搜索引擎是 83.4%的用户得知新网站的主要途径，即商业决策相关人士会将搜索引擎作为查找新网站的主要途径。创业团队利用网络来搜索产品信息的方式除了交易平台外，还会使用搜索引擎。据调查资料显示，目前国内使用居前两名的搜索引擎分别为 Baidu（百度）和 Google（谷歌）。百度是全球最大的中文搜索引擎，全球 10 大网站之一，覆盖 95%的中国网民，是创业团队推广的重要平台，而 Google 是全球最大的搜索引擎。普拉斯将利用这两个搜索引擎来增长网络信息的被获取渠道。（百度竞价排名的购买价格为每点击价格 0.3 元起，Google 搜索结果优化的购买价格为 2 万元/年左右，网站点击次数不限），预计这一项年投资 3.5 万元。

（4）网站合作

与内容详尽的其他网站交换链接，建立互相连接的合作关系，增加网站的访问量、知名度和影响力。

二、营销业务类型

以广州本地为试点，以地毯式派遣地面部队攻克每个区域，打造样板城市，继而大力推广，加强平台建设，加大业务力量，加强市场调研，在全国各大小城市同步开展。

三、营销运作模式

采取代理制，广东省以外的区域以省为单位，吸纳总代理，建立分公司，独立扩展业务，由总部统一管理。

四、经营策略

1．对公司的管理。维持经营效率是公司的主要管理课题，管理者需要致力于管理上的改良、业务系统的整合、强调综合绩效以改善经营效率。

2． 加强公司形象，提高知名度，吸引客户，同时借助形象的提升，增强市场竞争力，以此为策略的基本方向，让客户对“设计影响营销”这个观念产生认同感，提高客户的满意程度。

3． 创造区域优势。其主要的策略是以区域型的经营使其在区域的相对规模变大，在区域内取得较高的竞争地位，求的生存的空间，奠定获利的基础，再求经营范围的扩大。

4． 运用开发的软件来提升品牌设计的效率。

第五部分 市场情况与发展战略

一、行业情况分析

国内的连锁商业卖场空间设计普遍存在“粗糙、混乱、抄袭”的现象。施工队“送设计”或“设计费从装修费用中扣除”的情况，客观上造成了设计的低水平与低质量。

设计行业出现这样的问题，究其原因是设计师们在做商业卖场空间设计时，一是没有基于在企业营销策略的基础上应用设计思维；二是缺乏对商业卖场空间更细和分层面的专项设计研究，以及缺乏对服务型连锁商业卖场空间的设计研究。

当前，越来越多的商业卖场空间设计师虽逐渐领悟到，必须利用标新立异的设计才能使商业卖场空间吸引顾客。当前服务连锁商业的进化，已经从根本上改变了其自身的形态，因此，我们需要整理、挖掘企业核心竞争力，打造更深刻的、基于营销策略的服务型连锁商业卖场空间设计系统，是当下服务型连锁商业卖场空间设计追求的目标。

二、SWOT 分析

1.优势（ｓｔｒｅｎｇｔｈ）

（1）成熟的设计思想和比较完善的设计理论方法体系，让梦厅堂设计相对于同类设计软件产品更容易操作，让普通小商家可根据自身品牌的诉求，勾画出吻合自身品牌理想的 logo 或图形，生成应用到自身的品牌视觉系统，并可按照自身喜好，调整出未来店面形象的概念图。与同行竞争者差异的是该软件更赋设计思想，更傻瓜化操作，使用成本之低，产出价值大，是未来推进设计行业发展的一大力量，实现“全民设计”的一大利器。

（2）基于软件本身的开发难度，架构师构思好整个软件架构后，需要专项研发队伍采用封闭式管理至少耗费一年以上才可将源代码写出，网上或各类渠道并无相关源代码购买，只须管理好源代码以防泄露，同行竞争对手并无法轻易模仿抄袭。

（3）创业团队人员多以视觉艺术出身，通过组织招募创意绘图人员做图形量的积累，另一方面寻找优质图形购买渠道，在软件开发的同时，同步进行图形图库积累。所积累的图形均为矢量可编辑图形并拥有一定知识产权，使用者须注册或付费方能下载，同行业竞争对手亦无法轻易模仿或偷窃。

（4）基于软件平台的特性，投入市场后需要大量的投入人力物力做营销宣传，项目团队领导者有能力、有渠道、有资源解决此方面的困难。

2.劣势（ｗｅａｋｎｅｓｓ）

（1）团队设计成员相对年轻，社会经验尚须持续积累，社会资源整合能力仍需团队领导者的带领、指导与跟进。

（2）品牌知名度不够，暂无知名的网络平台运营商合作将其扶持起来，如抖音、天猫、淘宝、腾讯等。

3.机会（ｏｐｐｏｒｔｕｎｉｔｉｅｓ）

（1）品牌整合设计市场广阔，通过成功的设计定位使得一个品牌连锁产生每年由数十间到上百间的开店速度，让各路嗅觉敏锐的商人一一效仿，服务型连锁品牌的大流同时也带动了设计行业的发展。消费者对品牌视觉重要性的意识越来越普遍也形成了让梦厅堂孵化的理想

大环境。

（2）国际营销策划界顶级大师劳拉·里斯近期首部作品《视觉锤》的面世，受到全球企业家的关注。讲述如何在视觉时代的定位之道，拉升国内国外各大中小企业家对品牌视觉的认知与重视，在此大环境下推动视觉图形软件傻瓜化、全民化无疑是一行业革命的转折点。

（3）梦厅堂公司的团队不断壮大，梦厅堂的设计系统不断的完善，梦厅堂的客户并不断的增加，通过各种渠道的推广，品牌知名度也在不断的扩大影响。

（4）广东俊禾品牌卖场设计有限公司的鼎力相助，可使整个项目运行中少走弯路，可令更多的企业家接触、了解梦厅堂，从而营造新的机遇关系。

（4）随着国民经济的突飞猛进，国内对知识产权的消费呼声也越来越高，未来的社会，将极大可能的完成实现各类软件、应用的付费普及化。

4.风险（ｔｈｒｅａｔｓ）

（1） 市场切入点不明朗，在何时以何种方式与哪个运营商合作，未知因素较多、变化性较大。

（2） 市场占有率不够，需要大力建设线上品牌推广队伍和地面营销部队。

（3）设计公司如林，设计水平高低不等，设计价格也参差不齐；就低水平低收费而言，梦厅堂设计收费相对较低，但是要考虑到软件的重复使用率以及目前国内国民普遍对知识产权收费的意识不强等因素。

（4）资金资源的风险，建立一个公司所需资金量大，同时也需要维持它运转的资金。一旦资金资源不足，无法按照预定计划到位，那么公司将无法运转建设。即使梦厅堂的领导者以及背后给予各项支持的俊禾公司在这一方面可提供相应支持，但不可确立因素多少还是相应存在，所以在资金管理方面仍警惕对待。

（5）外围设计公司的联合抵制，因梦厅堂一旦诞生及推广成功，将很大程度的嫌弃业内的革命风暴，或许会对设计能力较弱的设计工作室造成业务上的冲击，从而使得该群体联合起来呼吁抵制，亦是存在一定可能性。

三、风险分析

1．外部风险

——有限的资金资源

建立一个公司所需资金量大，同时也需要维持它运转的资金。一旦资金资源不足，无法按照预定计划到位，那么公司将无法运转建设。所以在资金管理方面务必警惕。

2．市场风险

——市场的不确定性

一开始，目标客户可能还存在信任与习惯的障碍，因而要让目标客户在短期内接受并委托接触设计公司为之服务，困难还是比较大的。

——寻求与其他装饰工程公司合伙的不确定性

广州其他大中装饰工程公司能否接受我们的合伙计划，并为我们梦厅堂公司提供技术、管理、资金等方面支持困难较大。

3．合理性和可实现性

选择设计行业为创业项目，首先是因为俊禾品牌卖场设计有限公司具备强大的人力资源和技术优势，它为梦厅堂公司提供了强有力的后盾。

四、项目进度安排

创业初期阶段(第一、二年)

1.我们初期阶段的发展模式可以考虑利用广东梦厅堂品牌设计策划科技公司幕后指导老师，同时也是俊禾设计系统的创办人尹一军先生出版的书籍《连锁卖场空间》做宣传，同时利用公司的设计系统为公司本身设计一个合适的形象，与百度，搜狐等网站合作进行推广。与广州一些装修工程公司联系，谋求建立设计施工联合体。这是因为，自身都存在规模小，孤立发展的特点，有的公司具备客户资源，有的具备区域优势。我们通过资本运作，实行横向联合，整合资源，优势互补，降低成本，风险共担。

创业发展阶段（第三、四年）

接触广告公司在发展初期的规范运营中积累了相当的经验，在广州市场具有一定的名气，被越来越多的客户认同，同时公司人员的设计水平，设计效率随着发展上了一个台阶，那么这个阶段的目标是进一步树立俊禾品牌卖场设计有限公司的品牌形象，并对市场进一步推广，把我们的广告业务目标发展到大中企业。

1． 在广州主要商业街道捐赠价值数以万元计的户外广告，其中一部分广告牌用于向民众输送公共服务信息。无形中使广告牌不再被视为“道路污染”，而是对社会有所贡献。另一部分可以用于广告出租，获取收益。

2．初步建立一个稳定的客户群。能够在广州市主流媒体做广告宣传，影响力开始向珠三角，长三角覆盖。

3． 把俊禾公司向全国各地推广，公司利润将趋向稳定化。

4． 将开发的梦厅堂软件开发完成，投放市场当中。软件的强势竞争力可以用以设计课程的教学和商业的设计，大大可以所短其设计周期。