

第六届中国青年志愿服务公益创业赛参赛项目简介

项目名称	非遗体验平台——非遗体验生态圈构建
申报方式	省级赛会单位推报
项目类别	文化传播与旅游服务
项目实施时间	2021-06至2023-08，共计26个月
项目简介（500字以内）	<p>党的二十大报告中提出，坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。文化和旅游部发布关于《文化和旅游部关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》围绕习近平总书记重要指示精神，推动更好满足人民日益增长的精神文化需求，推进文化自信自强，讲好中华优秀传统文化故事，推动中华文化更好走向世界。</p> <p>非遗奇遇记团队构建线上O2O模式，进行非遗体验服务等资源整合的生态圈建设，旨在整合各方资源优化整体服务，使非遗体验行业有更加迅猛的发展，让人们接触到更多有趣的非遗项目，让文创设计公司设计的产品充分接触市场。让传统的与现代的相融合，古老的智慧散发生命新活力、创造出新价值。</p> <p>通过非遗传承人、产品制造商等入驻的方式，做到线上线下整个流程的优化，在线上为非遗策划年轻化、趣味化的线上新媒体传播事件，消费者可提前了解非遗体验项目的概况，并根据自己的喜好与需求进行选择。在线下消费者可以与家人、朋友体验非遗传承项目。回到线上，消费者可根据自己的兴趣购买非遗产品，向非遗传承人学习非遗项目，并可购买相关学习材料用具。在这样一个完备的生态圈中，非遗传承人、产品制造商以及民宿等都能相关产品与服务的有效推广。</p>
社会成效和社会价值（300字以内）	<p>非遗体验平台是喀什大学学生对接喀什5A景区喀什古城与高台民居而诞生的项目，现如今已经有三年的筹备试营期。在此期间我们多次前往古城景区进行实地调查。在喀什大学与喀什市文化馆的支持之下，我们持续性地关注20余位非遗传承人（包含4位国家级传承人），今年6月份与喀什市非遗体验馆达成初步的合作意向。并在线上通过“问卷星”发布市场调查问卷，取得相关市场数据。</p> <p>今年我们推出新型IP形象设计，通过小红书、微信公众号进行宣传，进一步拉近非遗产品与消费者之间的距离。同时，我们喀什大学学生志愿团手把手教非遗传承人学习掌握电子商务相关平台操作程序，针对传承人的市场服务意识进行指导交流。</p>
运营保障（500字以内）	<p>“非遗体验平台”这个项目已经有三年的发育期。我们与喀什市文化馆、喀什市非遗体验馆和邮政快递达成合作关系。我们已经注册萃珍楼阁贸易有限公司（证照编号:26000000202304060549），同时与多名非遗传承人、非遗体验馆达成合作意向，在线上通过小红书、微信公众号进行广泛的宣传喀什当地特色文化资源，获得网友点赞数12000+。在资金支持方面，我们获得喀什大学100000元创新创业项目资金支持，廖俊峰、于海凤教授和王倩倩老师作为顾问。</p> <p>待非遗小程序平台搭建完成之后，解决消费者线下购买困难，以包邮到家的方式解决旅游过程中携带不变等问题，加速非遗产业化，促进非遗融入现代生活，打造新疆非遗旅游特色产业品牌。</p> <p>喀什大学志愿服务团为我们提供源源不断的高质量人力资源，成员涉猎领域广泛，可针对非遗传承人的市场服务意识、艺术设计能力、产品类型更新迭代等问题做出针对性问题解决。如今，我们已经开展多次志愿服务活动，对非遗传承人进行一对一指导，并帮助他们在网络上进行宣传获取流量。随着项目的不断发展，越来越多的设计师、品牌和机构开始加入，为非遗产品的产业化和市场化增添助力，项目覆盖广度不断提升。</p>
组织治理（500字以内）	<p>在喀什大学经济与管理学院志愿服务团的基础之上，我们注册了上海萃珍楼阁贸易有限公司，通过公益性和商业性的优势互补，搭建一套相对完整的人力资源架构建设，当下由学生创办的民营企业少之又少，当下大学生有很多公益想法，或已承办许多公益项</p>

	<p>目，但都未得到足够力度的延伸。我们组织治理的优势集中体现在内部团结稳定、注册流程熟悉、制度建设规范、盈利能力强等方面。</p> <p>由于本公司最初是由 5 个人创立，所以在公司创立初期，人力资源架构包括总经理、市场总监、技术总监、财务总监和设计总监，在公司建立的第一年，团队人员总数为 5 人。随着公司的不断发展与壮大，公司的人力资源越来越丰富，人员架构也不断得到完善，部分逐渐细分，总人数也不断增加，到了公司建立的都二年，团队人数有望达到 40 人，而到了第三年，人员继续扩大，第三年创业团队有望可达到 102 人。</p> <p>核心成员为企业内部员工，在此基础之上广泛吸收社会各界的志愿服务人员，尤其以喀什大学学生为代表。以线上服务平台运营为依托，引进和支持高校公益实践项目的发展，计划打造一个线上线下一体化的公益服务平台，形成具有规模效益、方便、快捷的公益服务产业链。</p>
<p>公益创业模式 (500字以内)</p>	<p>我们的非遗体验平台是一个公益性和商业性相结合的项目。在项目初期还是主要依靠政府和学校的支持，建立企业与志愿服务团相结合的嵌入式商业模式。创业初期依托于学校的志愿服务团的人力资源优势、政府的资源对接、政策优惠。尽快实现完成产业布局，实现该公益项目资金的自给自足。</p> <p>本团体并不以单纯追求经济效益为目标，而是为了积累社会各界资源，搭建社会基础资源池。我们的收入主要来源于以下5个方面：</p> <p>广告收入——5%、IP工坊订单费——10%、第三方平台中介费——15%、线上服务费——20%、产品销售抽成——50%</p> <p>以体验为核心宗旨服务于消费者，连接各方供应商资源汇集，形成一个完整的非遗旅游生态圈。通过非遗传承人、产品制造商等入驻的方式，做到线上线下整个流程的优化，在线上为非遗策划年轻化、趣味化的线上新媒体传播事件。在这样一个完备的生态圈中，非遗传承人、产品制造商以及民宿等都能相关产品与服务的有效推广，并且平台对抽取佣金的比例都低于其他宣传途径，但效益却远高于其他宣传途径。除此之外，为了支撑整个流程环节的开发与运营费用，我们选择入驻广告商，广告的植入采取柔性化植入，大前提是不影响消费者体验。</p>
<p>存在困难及下一步打算 (500字以内)</p>	<p>1、前期资金短缺，尽管已经得到喀什大学创新创业资金与学院经费的支持，但是在前期小程序搭建、日常活动消耗与项目宣传推广方面，花费金额较大，入不敷出，在一定程度上影响了公益活动顺利开展。</p> <p>2、技术风险，小程序在技术开发上的成功存在不确定性。同时由于计算机技术更新的加速，致使平台技术生命周期缩短，当新技术比预期提前出现时，原有技术将蒙受提前被淘汰的损失，这就产生了技术寿命的不确定性。此外，还存在黑客攻击或支付风险等问题。</p> <p>3、市场开发困难，尽管在前期市场开发已取得部分进展，但仍有众多手艺人并未意识到自己所掌握的技艺能够走向更大的市场，对于手艺的市场化、商业化价值没有感知，对入驻平台的意愿不大。同时缺乏创新精神，距离消费者的生活有一些距离，难以被广大消费者所接受。</p>