

扬州市职业大学 毕业设计（团队）说明书

题目：“绘设计”共享家装平台建设

学 院： 管理学院

专 业： 电子商务

班 级： 14级3班

姓 名： 戴凯

学 号： 141103305

指导教师： 赵子剑

完成时间： 2017年5月

摘 要

“绘设计”共享家装平台建设项目来自扬州鼠绘文化传播有限公司，涉及的知识与技能主要属于管理、营销、计算机等诸多学科。该公司原来主要从事装潢教育培训，现希望开拓业务进入装潢设计行业，因此委托团队进行调研，并运用互联网思维，整合扬州市内的装潢资源，发展公司自身核心竞争力，设计商业模式，并搭建网站框架。

该项目运用共享思维、互联网思维、VRIO 理论、蓝海战略思维、市场定位等，重新设计了家装商业模式。依托公司现有的设计师输出能力和与从公司毕业的往期设计师的人脉建立共享家装平台，让规模较小的装修公司不需要供养专职设计人员，降低了其运营成本，同时，促进装修市场实现专业化细分，让优秀的设计师凭借作品得到市场的认同，全面提升家装公司效益和行业服务品质。

关键词:共享家装；商业模式；电商平台设计

目 录

摘 要.....	I
1 市场调查与分析.....	1
1.1 市场现状.....	1
1.2 市场前景.....	1
1.2.1 家装市场前景.....	1
1.2.2 电商家装市场前景.....	2
1.2.3 自身情况分析.....	2
1.2.4 竞争对手分析.....	3
2 商业模式阐述.....	3
3 平台整体框架与功能.....	5
3.1 网站逻辑功能介绍与示意图.....	6
3.2 系统功能详述.....	6
3.2.1 网站管理平台的功能简介.....	6
3.2.2 用户管理系统的功能简介.....	7
3.2.3 注册会员的功能简介.....	7
3.2.4 交易信息与订单系统.....	7
3.2.5 站中站系统.....	8
4 网站界面与首页设计.....	8
4.1 网站整体风格.....	8
4.2 首页设计.....	9
4.2.1 导航栏设计，包括如下菜单按钮：.....	9
4.2.2 页中设计.....	9
4.2.3 页尾设计.....	10
参考文献.....	10

1 市场调查与分析

1.1 市场现状

2016年是我国全民奔小康的开局之年,也是建筑装潢行业“135”规划的开局之年,扬州的装修市场在“重装饰、轻装修”、“绿色健康”、“精装”、“服务提升”、“规范化”等新趋势的引领下呈现蓬勃发展的景象,但同时也存在以下问题:

1、问题一:装修市场设计师资源不够优化,专业性不强,优秀设计师供养成本偏高。

经过多年发展,装修市场发生了一轮又一轮嬗变,从初期的零工为主、装修公司为辅,发展到装修公司、工程队并存。装修公司依靠高品质设计赢得市场,工程队以低价分得份额,在相互的冲击之下,装修公司发展并不如人意,优秀设计师在装修公司运营成本中占比越来越大,规模化较低的装修公司设计师负荷相对不足,导致公司供养优质设计师比较困难,而失去优秀设计师的装修公司与工程队无异,缺乏竞争优势。

2、问题二:装修市场工程施工监理不足,隐蔽工程回溯资料缺失。

不管是装修公司还是工程队施工,为了赢得客户信任,在施工过程中设有工程监理环节,但施工工地的分散,装修公司员工成本的因素,使用工程监理不能到位,隐蔽工程施工过程查探,水电气、强弱电管线等后期维护工程数据资料缺失,建立客户隐蔽工程资料具有现实的意义。

1.2 市场前景

1.2.1 家装市场前景

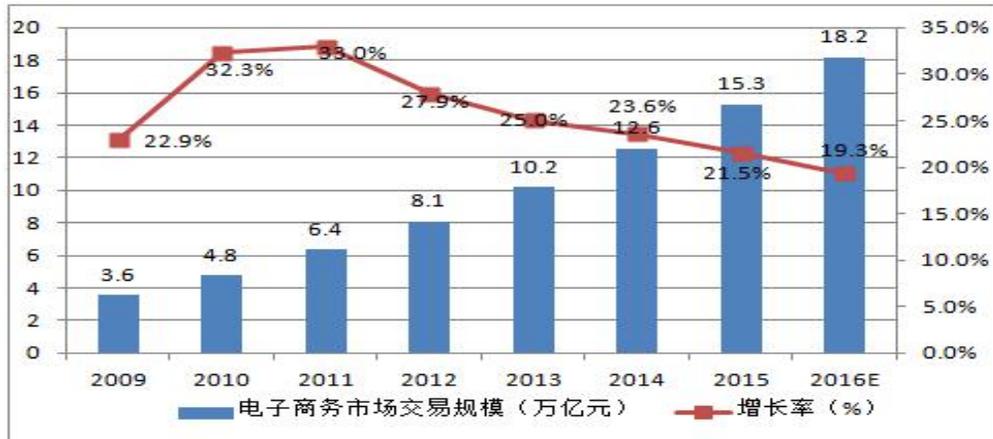
按照我国城市住宅建设的速度预算,到2020年,我国城市住宅存量达到200亿平方米以上,二次装修市场也将会有更大的发展空间。按每年有10%左右的存量住宅进行装饰装修,每平方米200元计算,2020年家装二次装修市场年产值将达到4万亿元。根据以上测算,仅住宅装饰装修这一部分,2020年,全国市场需求将达到8万亿元以上的水平。这是一个很可观的数字,这说明今后我国装修行业的发展有很大的潜在市场。据一项调查显示,在欲购房人群中有80%的人认为全装修房是发展的趋势,其中有68%的人打算在两年内购买全装修住宅,比去年增加20%。由此可见,家居装修市场之广阔,盈利额之高。再考虑到工商业装修,前景十分可观。

统计数据表明,目前扬州市现有规模化专业装潢公司有23家,其中自有设计人员仅有5家,非规模化装修公司51家,基本没有设计人员,80%的公司员工人数少于10名,难成企业规模,优秀设计人才紧缺是现在大部分装潢公司的首要难题。建立共享型装修市场设计团队,将解行业发展之困,有利于进一步推动装饰行业的健康、持续、良性发展。

1.2.2 电商市场前景

随着移动互联网的发展，中国电子商务发展迅猛，2016年度中国电子商务交易额达到18.2万亿元，同比增长19.3%，如表1所示。

表 1：2009-2016 年中国电子商务交易情况统计表



根据扬州市商务部门发布《2016年扬州市电子商务产业发展研究报告》，扬州市2016年电子商务用户超过3.5万户，电子商务交易额550亿元，同比增长超30%。根据规划，今年2017年电子商务交易额目标为700亿元。

1.2.3 自身情况分析

扬州鼠绘文化传播有限公司组建于2014年4月，初期在扬州职业大学众创空间孵化，2016年9月正式注册，公司注册资本金30万元，法定代表人刘德华为2013级艺术学院艺术设计专业学生。公司创立之处主要依托学校艺术学院学生市场进行鼠绘等技能培训，后与扬州国创装饰装修公司等企业合作，与学校专兼职教师共同努力，不断开发和完善课程，将培训内容覆盖到整个设计技术。

扬州市现有5家从事设计技术培训机构，均为复合业务，这些机构以会计证培训、二建资格培训等各种非学历教育为主体，不够专业。相较于这些培训机构，公司自身有三点优势：一是依托扬州职业大学艺术学院，师资力量雄厚，有着更好的口碑和强大的人脉；二是有自己的设计中心，学生实习、就业更为方便，对学员更有吸引力；三是学员实习期间作为公司派驻装修公司代表，一方面实习技能另一方面接洽业务，公司提前发放薪酬，用于抵冲培训费用，降低了培训费。因此成立时间虽短，培训业务呈现快速增长，到目前为止每年增长率超过100%，给公司带来了丰厚的经济回报的同时，也为使得公司在拓展业务时拥有一些区别于其他公司的资源：一是已经与扬州市的十二家装修公司通过供应设计师形成了战略合作关系；二是每年公司稳定培养出大量设计师；三是公司始终站在装修市场发展前沿。

1.2.4 竞争对手分析

公司拓展业务后的竞争对手主要有两类，一是互联网装修平台，如齐装网、美乐乐等；二是扬州本地的装修公司。针对互联网装修平台，我们主要针对其在三、四线城市还未能形成规模效应，通过共享设计师模式以更低成本和更优服务取胜；而本地的装修公司我们主要是避免直接竞争，运用蓝海战略思维，为整个产业链创造新的价值，更多构成合作关系。

2 商业模式阐述

在前期的调查和分析的基础上，我们运用共享思维、互联网思维、VRIO理论、蓝海战略思维、市场定位等，为其设计了商业模式，如图1所示。

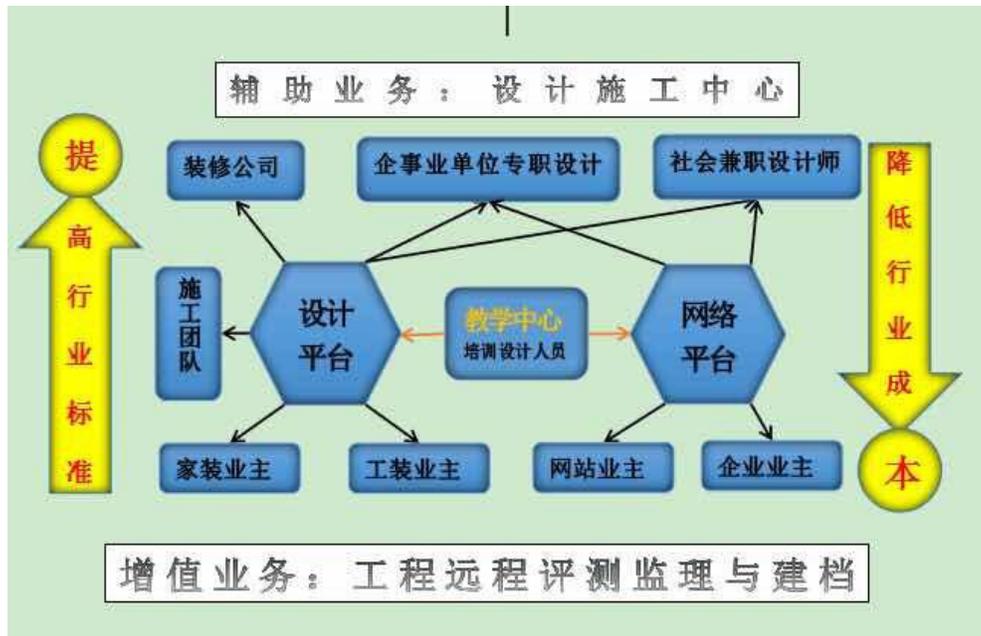


图1 商业模式示意图

商业模式的核心价值在于依托公司现有的设计师输出能力和与从公司毕业的往期设计师的人脉建立共享家装平台，让规模较小的装修公司不需要供养专职设计人员，降低了其运营成本，同时，促进装修市场实现专业化细分，让优秀的设计师凭借作品得到市场的认同（不需要从材料中吃回扣），因为更专业、更专注，装修设计品质更高，提升现有装修公司效益和提升全行业服务品质。

在此基础上拓展辅助业务，建立设计施工中心，实现施工工程对外发包，现有装修公司可以从本公司获取施工工程。

未来公司增值业务是进一步打造专业化的监理平台，减轻现有装修公司监理工作量，降低成本，隐蔽工程资料留存等业务开展，让客户有更好的体验。通过评测

与建档，完善质量保证监控体系，淘汰劣质装修公司，优化整个行业环境，为客户创造价值。

依托现有的教学中心，建立共享家装平台，设计师入驻平台通过网络直接与顾客互动是整个商业模式的核心，其设计细节示意图如下图2。

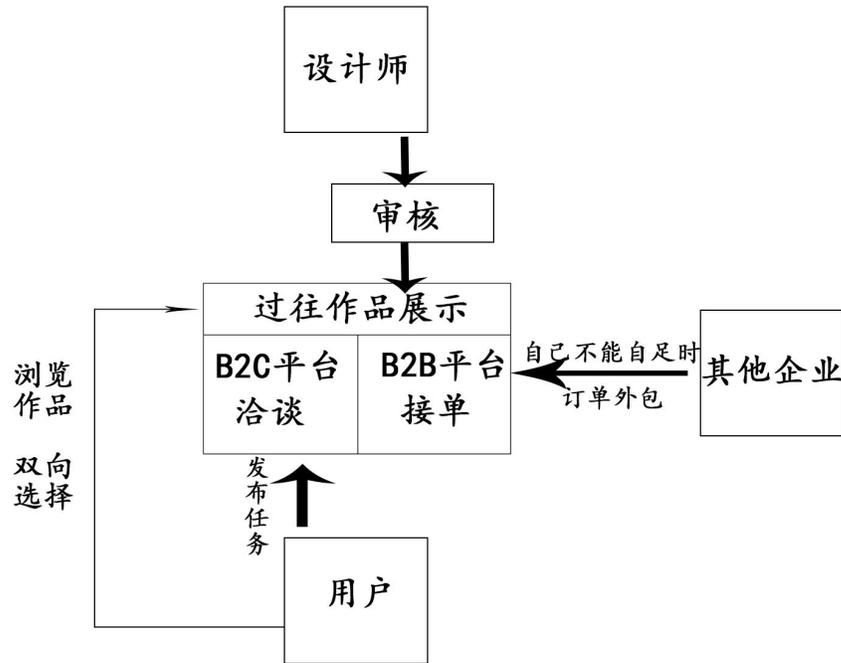


图2 商业模式核心部分——共享家装平台

如上图所示，商业模式的核心部分是面向三方的一个平台，设计师、用户、其他企业。

设计师可以通过注册、审核，来加入我们的平台，通过我们平台，设计师可以更好的跟用户进行洽谈，通过接单，设计师可以获得更多的实战经验，设计越得到用户认可获得越多的订单，得到更好的发展。

对于用户来说，我们是个B2C的平台，用户可以通过发布任务或者浏览设计师过往的作品，然后与设计师进行洽谈。用户可以参考设计师过往的作品或者根据自己的需求来选择自己所需要的设计，更好的达到用户的需求。

对于其他装修和施工企业来说，我们是个B2B的平台，是扬州市内资源合理配置的一个平台，合理的平衡扬州市内家装行业的供求关系。除了可以从我们这边接单，企业在自己产能不足时，也可以选择将订单转向我们网站，再由我们网站的设计师完成设计后，将设计图转回企业，然后交到客户手里，这样，既缓解了企业的压力，也缩短了客户的等待时间，这是一个三赢的局面。

最后是我们梳理的商业模式组成要素图，见表2：

表 2 商业模式组成要素表

重要伙伴	关键业务	价值主张	客户关系	客户细分
设计师 其他装修和施 工企业 扬州职业大学 相关专业教学	建成共享家装 平台 保持设计师培 训教学领先优 势	向用户提供个 性化和更高品 质服务的同 时，运用共享 思维、平台思	一对一 频繁而紧密的 联系，可以实 现个性化订制	对于网络运用 较为熟练，对 装修品质有较 高追求，对装 修市场有一定
团队	核心资源 输出设计师能 力 往期毕业设计 师的人脉	维，以设计师 为中心构筑商 业模式，保持 较低成本实现 较低价格的优 势	渠道通路 网站 APP 社交媒体 往期毕业生	了解，可能有 过装修经验， 愿意尝试新事 务的人群
成本结构 平台建设与维护费用		收入来源 设计师佣金提成 其他装修和施工企业业务的提成 对教学培训业务形成促进的隐性收入		

3 平台整体框架与功能

在校期间团队成员虽然也学习了网站建设、数据库等相关课程，但是我们还是缺少大型交互式站点开发经验，而且该公司希望成立自己的网络业务部门，自己建立和维护数据库，因此我们主要是帮助其搭建平台整体框架，并从网络营销的视角下制作用户界面部分供其参考。

3.1 网站逻辑功能介绍与示意图

网站逻辑功能介绍如下图3所示

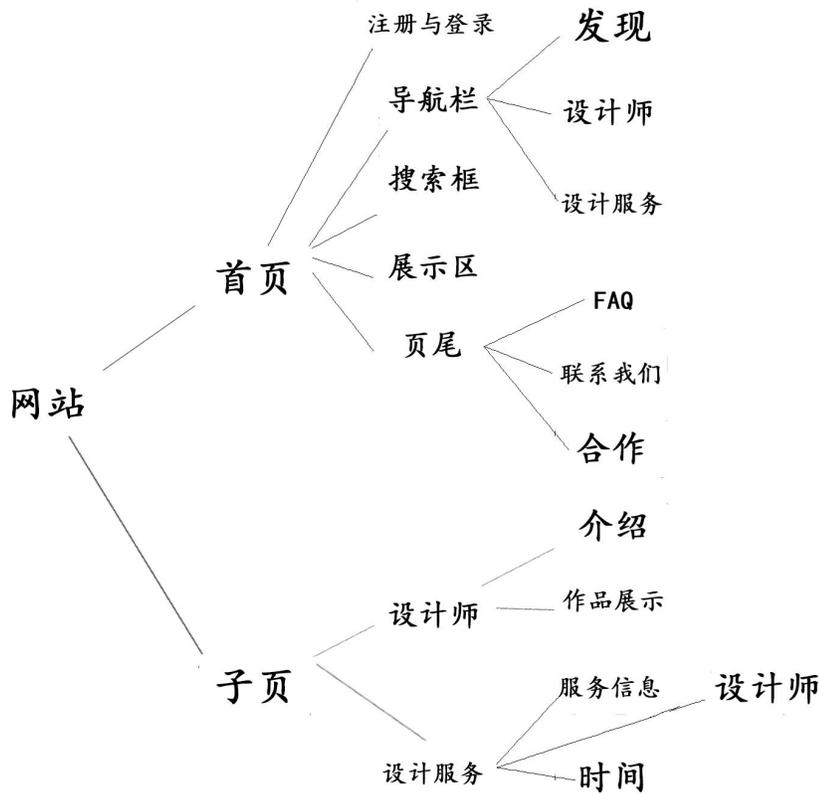


图3 网站逻辑功能介绍

由上图可见系统需要两个管理平台，一是网站的管理平台，二是注册设计师和装修客户的用户管理平台。网站管理员可在网站管理平台完成网站资讯的更新以及栏目的修改、维护工作。用户管理平台的会员采用级别制，不同级别享受的授权服务也不同，根据自己的级别，会员可在会员管理平台上进行信息的发布与管理、咨询和答复、评价等。

3.2 系统功能详述

3.2.1 网站管理平台的功能简介

网站管理平台负责平台基本功能的配置和管理，基本内容如下：

导航条管理：管理员对网站顶部及其他需要页面跳转的内容进行编辑，可编辑导航名称和导航的链接地址。

图片管理：用于UI界面中的图片管理。

网站信息反馈管理：给客户提供一个反馈信息，交流信息的平台。

站内搜索功能

3.2.2 用户管理系统的功能简介

对于不同类型的客户设定不同的会员类型，并有一个会员转化升级的功能，根据需求对设计师和装修客户进行分类管理与服务。

会员类型：为了便于管理，管理员可根据会员的具体情况对其进行类型划分，比如设计师与装修客户，注册的以及非注册的（第三方平台链接登录）再根据类型进行具体的服务授权，如设计师的享有认证资格等等。

会员级别：管理员依据会员享有的不同服务权限来实现级别划分，如普通会员、白银会员、VIP黄金会员。

设置会员权限：有了级别划分，就可以根据级别的不同来区分各级别会员所享有的具体权限，例如普通会员只能享受免费的信息上传以及浏览等服务，但是白银会员在此基础上增加了免费体验部分设计的服务等服务，有了会员权限的设置，一来便于管理，二来可以增加企业收入。

审核会员：会员在提交会员权限申请的时候，需要经过审核才能取得会员资格。

3.2.3 注册会员的功能简介

会员注册成功后需要功能如下：

修改注册资料：修改信息、添加信息、忘记密码、重置密码、会员安全保护等。

会员权限申请：不同等级的会员，有不同的访问权限。管理员有可以对会员开通和等级升级的权限。

我的收藏夹：查看、维护收藏的信息内容。

我的设计师：查找、添加设计师，查看设计师的资料和以往作品，点赞等。

3.2.4 交易信息与订单系统

发布供求信息：将设计作品展现出来和发布需求信息的系统。

我发布的信息：删除已经发布的消息，将现有的消息进行更新。

设计作品分类管理：根据会员等级提供为自己作品可以建立分类（如设计风格、面积大小等）更便于管理的功能。

订单功能：下单、撤回订单、修改订单、支付等功能

交易信息与订单系统是网站交易部分的核心，其逻辑关系如下图4所示：

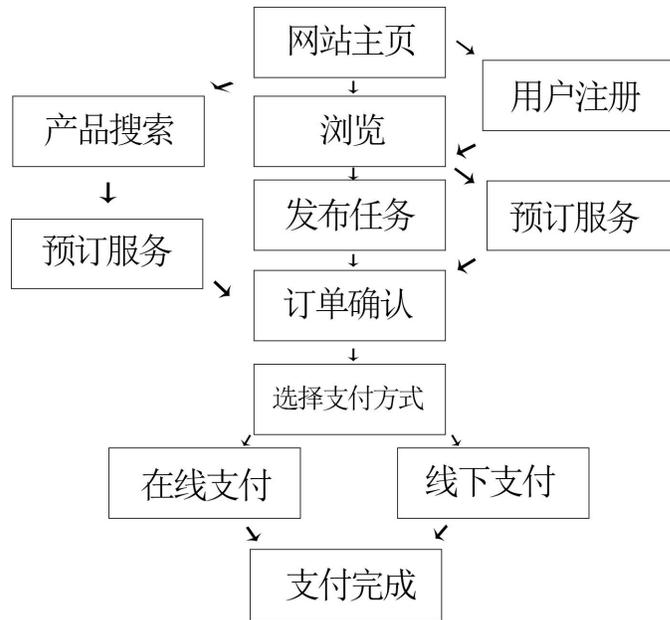


图 4 交易信息与订单系统逻辑关系图

3.2.5 站中站系统

站中站给用户提供了一个交互与展示的平台，可显实设计师的设计、个人荣誉、个人动态等。站中站拥有留言功能，其功能如下：

荣誉证书：将自己的荣誉证书上传增加客户信任。

相册：建立个人相册，可以进行编辑，增加或者删除等动作。

个人动态：发布、管理个人动态信息。

自定义页面管理：可以自己设置栏目的数量以及显示量，可以自己编辑该页面的显示内容。

参数设置：会员可以设定关键词，自己对关键字进行定义，这样用户找起来更方便。

4 网站界面与首页设计

4.1 网站整体风格

我们做的网站是黑、白、灰为主色调，这种风格看上去比较简洁大方，给人营造了一种舒适简约的感觉，满足消费者对网站的视觉要求。一个简单风格的网站通常是褪去华丽的外衣，直接显示基本功能。白色是一个优雅的颜色，再结合一个干净透气的布局，会使整个网页显得大气时尚。黑色优雅沉稳，给人一种简约的现代感。灰色介于黑白两色之间，不用比白色纯洁，不用比黑色空洞，更好的衔接两种

色调。创新的格局方式，避免内容排版过于单调，尝试使用大量留白，划分信息层次、图片错位布局以及数字符号的巧妙运用都能让网页更加出彩。

4.2 首页设计

众所周知，网站首页是网站最重要的一个模块，好的网站首页可以为网站导入更多的流量，也是提高网站总体竞争力的重要组成部分，他是第一内容要页，网站首页要有一个简明扼要的主题，就是满足用户的具体需求，所以栏目的设置至关重要，与此同时网站首页的风格要与公司的产品风格以及公司形象相契合，在满足用户需求的同时要求网站首页具有观赏性，美观大方，栏目简洁明了但是内容丰富，不可杂乱堆砌。根据这几个原则，我们对网站首页做了如下的设计，采用ASP动态页面制作首页，营造一种灵动感，可以瞬间能抓住用户的眼球，采用了用户体验感较高的大区块划分概念，分成几个大模块来凸显公司产品的风格，有最新的实时动态信息栏目，方便用户的浏览，注重主次区域的协调感，突出栏目设计的层次感。循序渐进吸引用户。

4.2.1 导航栏设计，包括如下菜单按钮：

4.2.1.1 首页

用户在深入浏览网站的时候，可以快速返回首页。

4.2.1.2 设计师

在这里，我们将展示设计师的基本信息，展示他们的作品，让商家、游客以及别的设计师更加了解我们网站里的设计师。让顾客在了解设计师的情况下，更放心选择我们的服务。

4.2.1.3 设计服务

在这里，商家或游客可以发布自己所需要的设计任务，明码标价，可以备注可以所需要的要求。这里是设计师和商家买家的交互中心。

4.2.2 页中设计

4.2.2.1 Banner 滚动广告

可以推荐网站的优质产品或内容，位于首页的最瞩目的位置，是最能吸引别人眼球的地方，所以要放上人们比较关注的内容，比如最近的优惠活动、好的设计展示，新入驻的设计、课程的更新信息、后期可以出租广告位。

4.2.2.2 推荐设计师

好的设计师可以设计出好的作品，推荐设计师可以让商家或者买家有更好的设

设计师可供选择，让用户有更好的用户体验。作品展示可以让一些没有装潢头绪的用户找到一些灵感，再加上一些自己想要的一些元素，从而形成一种属于用户自己的个性化的设计。也可以让设计师更好的展现自己的风采，向用户展现自己的实力。

4.2.3 页尾设计

4.2.3.1 关于网站

可以在游客进行浏览的时候，更方便的回到首页，以加强游客的便利性，方便游客更快捷的进行下一步浏览。

4.2.3.2 FAQ 设计

帮助用户解决在使用网站的过程中所遇到的一些普遍性的问题，也可以减少客服的工作量。

参考文献

[1]论“互联网+”时代建筑装饰装修行业发展新趋势[J]. 于春光. 工程技术, 2016(12) .

[2] 室内装修设计的网络营销[J]. 石文静. 商场现代化, 2015(15).

[3] 信息网络平台在房地产档案管理中的应用[J]. 李媛. 工程技术, 2016(13).

[4] 基于云计算技术的沈阳大学校企资源共享平台建设[J]. 谢英红, 涂斌斌, 任苹. 教育, 2016(07) .

[5] 试论网站群在企业网站建设和安全管理中的应用[J]. 郭靖, 赵丹. 经济管理, 2016(05) .

[6]小型电子商务网站建设与发展[J]. 于红岩,吕佳庆,韩雪,刘玉洁. 电子商务. 2014(02).

[7]乌跃良. 论试电子商务网站的运作[J]《东北财经大学学报》, 2014, 5: 16-19.