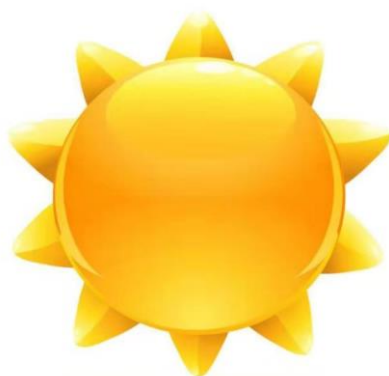




E 养老

基于工行三融系统的养老服务平台



参赛作品：E 养老——基于工行三融系统的养老服务平台

前言：

E 养老是一个建立在工行三融系统基础上，为老年人提供全面系统服务的移动应用型平台。针对现如今社会老龄化日益加剧的现实，工行作为一个优秀的、以实干、创新著称的企业理应扛起养老产业的一面大旗。通过 E 养老，在社会更广泛的中年人中使用，使其对其父母的健康问题更加重视。而工行 E 养老将根据下属保 E 保基于“融 E 联”搭建的线上线下互动平台模式，为老年人提供适合的、有针对性的优质服务。

对于一件产品，我们首先需要想到的就是它所包含的创意与商业模式架构中的价值主张，我们以优质服务作为基础，针对的，是广大的老年市场。市场的潜力不必多说，我们更需要思考的，是老年人需要什么样的产品，我们拥有什么样的资源，以及未来市场的发展方向。

老年人可以通过我们这个平台实现线下体检，线上诊疗，可以根据体检报告得到专业的养生意见与相关产品推送，我们将为客户提供最恰当的卖家。而相对应的，卖家将会从工行获得更大的用户群。我们的客户可以是散客，也可以针对相关单位，通过 APP 的平台，最大程度的减少成本，以 B TO B 乃至 B TO C 的商业模式最大程度的为客户高效服务。

相关服务并不仅限于疾病的预防，通过 E 养老下属的老 E 贷、老 E 行，老人将获得更有针对性的理财、出行推荐。不论是产品商家，还是资金运转，日常生活方面的推荐，我们基于的都是我们工商银行所拥有的巨大信息与金融资源。

除了造福老年群体，优化配置资源外，盈利模式亦是重要的。长期来看，我们要打造的是工行的品牌形象，是信誉度，这才是一个金融企业能够拥有的护城

河。而从短期来看，我们的营销战略可以通过融 E 购相关竞价排名，广告收益，资金流的运转与相关的合作等进行实现。但必须要说明的是，这并不是主要的方式，作为看的更长远的企业，长期工行要实现的，一定是社会责任感与品牌效益的双丰收。

目录

前言：	1
1. 产品创意	3
2. 产品介绍	5
3. 产品流程介绍	15
4. 市场分析	24
5. 可行性分析.....	25
6. 盈利综述	30
7.营销宣传	31

1. 产品创意

是什么引发了我们这个创意呢，我认为来源于我们的价值主张，而在“为了中老年服务，为这个社会创造价值的同时实现资源的优化”的主张下，我们更加关注的便是我们所细分的市场，它更需要什么？

1.1 老年人的保健需求

老年人需要什么？老年人需要的是高质量可以信赖的产品与服务。

随着老龄化的日益加剧，我国已经成为了世界老年人口最大的国家，数据显示，截止目前，我国 60 岁以上老年人口超过 2.3 亿。作为一个急剧扩张的团体，他们体现出了两方面的特征。一，高需求，老年的需要体现在方方面面，存钱理财的需要、就医保健的需要、外出旅行的需要等等等等。但作为一个相对封闭的团体，一个使用资源能力相对薄弱的团体，实现具有一定的难度。二，高标准，很多老年人不是没有钱，而是年迈的他们更喜欢稳健的投资以及高质量的产品服务。

1.2 年轻人的孝心与务实

年轻人在乎什么？年轻人在乎的是父母是否能真正得到靠谱的服务。

现在年轻人都很孝顺，但对于父母花钱有一个难题是普遍存在的，那就是——不放心！现如今很多老人在社会机构的宣传中花高价买保健品、保健器械，往往效果达不到预先的期待，可老年人似乎仍旧乐在其中，这让部分子女大为光火。他们希望老人的钱能用到实处，安全，有效，放心。

1.3 合作企业的需要

合作企业需要什么？他们需要的是巨大的客流量。

应该说在现在这样一个养老保健产业乱象下，一个很大的问题就是我们的客户找不到合适稳靠的生产商。换句话说，我们的老年人缺乏途径，而我们真正优秀的生产企业难以与老年市场达成联系。我们需要一个平台，一个媒介机构来媒合优秀的厂商与有切实需求的消费者。我们对应的服务，所面临合作的厂家包括养老设备、保健产品的生产，医院，乃至我更多的服务下，比如，老E行中与相关线下商店、景点的合作。我们以工行的主体信誉作为保证，一手托两家，实现资源优质配备。既起到了中介机构的职能，又是一个十分优秀的推荐平台。

那么说到最后，既然我们以工行作为主体，我们就要考虑工行做这项业务的可行性与必要性。

可行性是以我们的资源作为保证的，作为国内知名商业银行，无论从资金流转方面的能力，给予融资的权限以及品牌信誉、业务熟练度各个方面都是一流的。我们有充分的资源可以保证与促进业务的进行与未来发展。

必要性首先提及一个竞争问题。从业务壁垒角度来看，我们提供的业务未必具有很强的护城河，因此尽早的进军养老相关产业，可以及时抢占一个不错的市场份额。另外就是我们的品牌效益，任何一家公司想要走的长远，品牌的护城河是最重要的。因此，通过本项业务、本平台去积攒客户信誉，积攒品牌在老百姓、在细分市场中的口碑才是最终的目的。当然，我们的盈利手段也会是多元的，在接下来的项目计划中会有详细介绍。

2. 产品介绍

2.1 产品定义

E 养老是依附于工行现有三融线上终端上的一个多维度服务平台，其商业模式以 O2O 为基础，B2B 为辅，但最终面对的是我们老年市场的每一个消费者。

它分为三个模块，老 E 贷、老 E 行、保 E 保，并依此实现不同的职能。

老 E 贷是专门面对老年人的金融理财产品。

老 E 行主要包括景点推荐、旅游团推荐、线下商店折扣等等。

保 E 保作为 E 养老的核心业务，包括线下医院推荐，体检，电子报告上传，专业分析推荐养老产品，送货到家的全流程服务。

我们可以看到，这三个模块都紧紧的和工行的基础资源紧紧相连，可充分利用和发挥工行的主体作用与价值。

以保 E 保为例，我们将与优秀的生产厂家联合，以平台形式为优秀企业创造一条进驻老年市场的快捷通道；通过对医院的推荐，为医院扩大客户来源；通过全流程高质量的服务，为老年人的养老、生活保驾护航。我们可以看到，保 E 保利用的是工行的平台资源、资金资源与信誉，而创造的是社会价值。工行可以通过这种方式进一步确立自己在社会公众面前的品牌形象。

2.2 产品受众

E 养老针对的服务对象是老年市场，以子女作为操作的终端，与多方企业联合，目标打造一条全流程养老产业生态链。

2.3 产品宗旨

E 养老的核心宗旨是以三融平台为基础，利用现有资源发挥工行主体职能，

带动推荐-线下(生产)-服务终端市场一条龙养老产业链,提升线上线下交易量,实现社会资源优质配比。

2.4 产品创新模式

2.4.1 整合社会资源

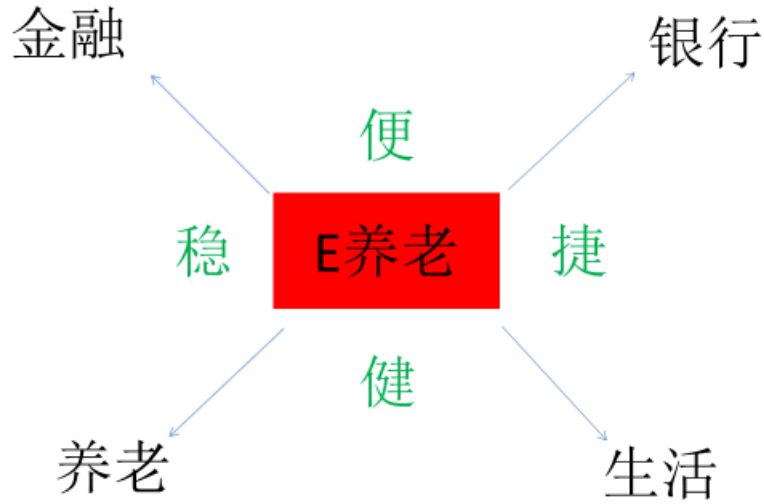
E 养老通过整合生产厂家、医院为主的合作企业、工行的主体资金、信息资源与老年市场三个方面实现养老需求与企业对应服务的便捷对接。老年市场对于高质量的产品服务是急需的,他们往往具备着相对稳定的资金储备与急切的养老相关消费欲望但苦于没有合适的途径,而无论是医院、生产厂家还是线下商店都十分的渴望一种创新的营销模式,扩大客户流。E 养老以互联网平台的形式,通过线下体检与线上的电子报告、相关产品推荐、物流模块满足老年人所需要的高质量要求,实现金融保障、养老保健、智能推荐、线下优惠等多功能全方位服务。这是一个整合社会资源的过程。把优秀的生产力与老年市场紧密联合,以金融的方式发挥工行的主体作用,同时也起到了中介与推荐职能,一举多得。

2.4.2 全方位、全流程

在这里,要描绘的是 E 养老所蕴含的两个体系思想,全方位与全流程。

全方位,是以我们 E 养老下的三个下属功能模块作为基础的。老 E 贷,旨在为老年用户提供最稳健的投资理财方案,针对老年人设的思维习惯与需求发展有特异性的服务模式,这种模式思想在各个维度的服务上是普遍体现的。我们再来看老 E 行与保 E 保,基于融 E 联与融 E 购的双平台发展的线上线下服务,旨在为老年人打造高质量的生活方式。可见 E 养老的服务是立体的,一方面是从金融、养老、旅行、日常生活多个角度进行展现,而另一方面,也体现出了对社会资源的优化配置,以实现全方位的老年生活质量的提升。

E养老产品功能示意图



全流程，体现出了我们这款产品的深度与价值。以保 E 保为例，线下体检、线上电子报告、产品推荐、物流送货大家，带动推荐-线下（生产）-服务终端市场一整条养老产业链。养老是势在必行的，每一个优秀的相关生产厂家，都有能力有资格去占据属于自己的市场份额，工行以自己的信息与资金资源作为保证，带动整个养老产业链向前发展，从某种程度上而言，也实现了社会价值的提升。

2.4.3 以年轻人作为操作终端的使用者

应该说，对于老年市场的开发运营，一个十分关键而且严峻的问题就是老年人不会使用网络。在一个互联网+的时代里，几乎各行各业都离不开网络的支撑。作为营销的主要手段，我们以 APP 平台的形式起到工行的主体作用，就势必需要使用者会使用 APP。因此，我们把操作终端的使用者定义为有操作能力的年轻人，他们将为老年人的消费走下第一步，也是最重要的一步。

那么，我们该如何刺激年轻人按照我们的预设去进行操作便是我们下一步需

要集中思考的问题。在这里，我们主要抓住两点，第一，就是需求。在融E联的界面里，一个新颖的养老产业话题一定能激起对父母健康上心的年轻人的眼睛。所以E养老要做的事情，就是直接切入主题，让用户一打开这个界面，就能迅速的感受这项服务的稳健与热情。稳健是工行的一贯形象，而热情就是一定要年轻人能够相信与感受到那份服务的热度的存在，毕竟，交给一个APP开发商的印象塑造时间并不是很长，反馈则是及时的。第二，就是如何在付出最小的代价，利用现有的资源实现最大规模的客户群。在这里，APP的界面自然是吸引年轻人的主力军，我们面对的终端是C，是客户，这个是无疑问的。但我们完全可以建造平台与B的联合，比如与用户者单位的联合。举个例子，我们和一个大型的国企商讨，对公司的员工进行宣传，甚至可以通过福利的形式对老人进行优惠，比如说免费体检、现金折扣等等。通过这种方式以最小的人力、物力实现大规模的宣传效果。可以激发年轻人作为操作终端的热情，提高产品实际运行的可行性。

2.4.4 线上线下一体化经营模式

E养老可以实现线上、线下一体化的O2O服务。线上作为信息的沟通渠道，而线下则作为服务的实际运达方式。老人及其子女可以通过平台上传电子体检报告或者需要的类型数据，获得相对应的推荐，而另一方面线下的实体商店、生产厂家等等可以通过该应用将自己的产品展现给需要的用户，将线上的营销宣传与线下的服务配送紧密结合。线下双方的需求通过线上平台实现信息的及时交互，通过线上付款的形式，最终在线下完成标的物的送达。一体化的线上线下经营模式可以为双方客户的需求与资源交互提供适时、妥当的途径，为工商银行赢得更大的老年市场占有率与资金流动带来的收益。

2.4.5 打造以银行为中枢的养老产业链

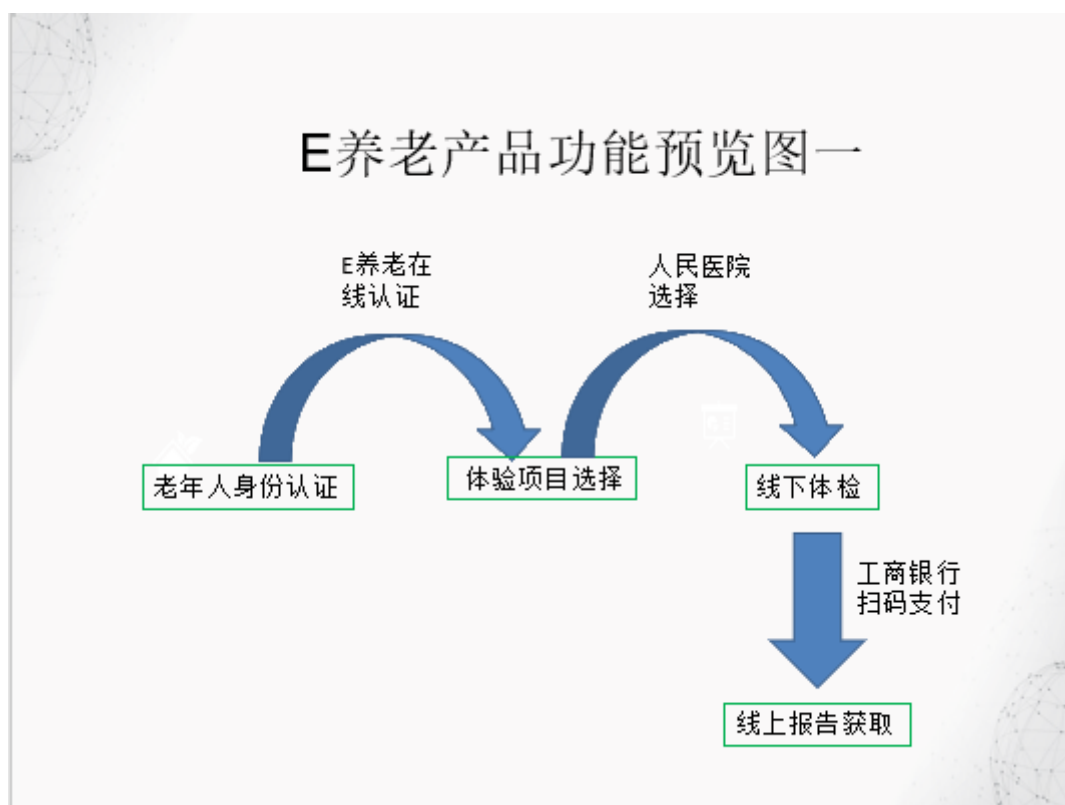
通过 E 养老平台的搭建，由银行统一整合养老市场与养老相关产业的资源能量，以产业链双方的需求作为目标提供最合适的具备特异性的服务。实现线上线下一体化，为老年人获得优质服务提供途径，给相关企业带来客源，而银行在其中不仅可以收获资金流转中的天然收益，更可以借此在社会公众面前巩固自己负责任的优势形象。从社会发展的角度，从整体的视角上去看，推动的是整个养老产业链的向前发展。这个产业链以工行作为中枢，向不同的需求源头也同时是资源源头发散，通过 E 养老平台进行信息、资金资源的交互。工行于其中既可以充分发挥主体作用，也可以通过对相关产品、服务的推荐，沟通实现媒合与推荐的职能。多方各取所需，对于银行而言，可借此增加客户量以及在老年市场中的市场占有率，也可以在资金的流转过程中直接获益，从更长期的角度，更能够确立一个优秀的信誉形象，打造自己的品牌形象；对于与工行合作的企业，首先可以获得更大的客流量，更多的信息来源，其次也能够节约成本，获得工行给予的资金（如融资）支持等等。而作为这个项目的服务对象，也是直接的受益者，老年人可以了解更多的养老信息，得到适当的养老指导推荐，便捷、稳靠的生活方式，真正从质上能够提高生活水准。实现了多方共赢。

2.5 产品功能概述

2.5.1 功能一：线下体检，线上报告

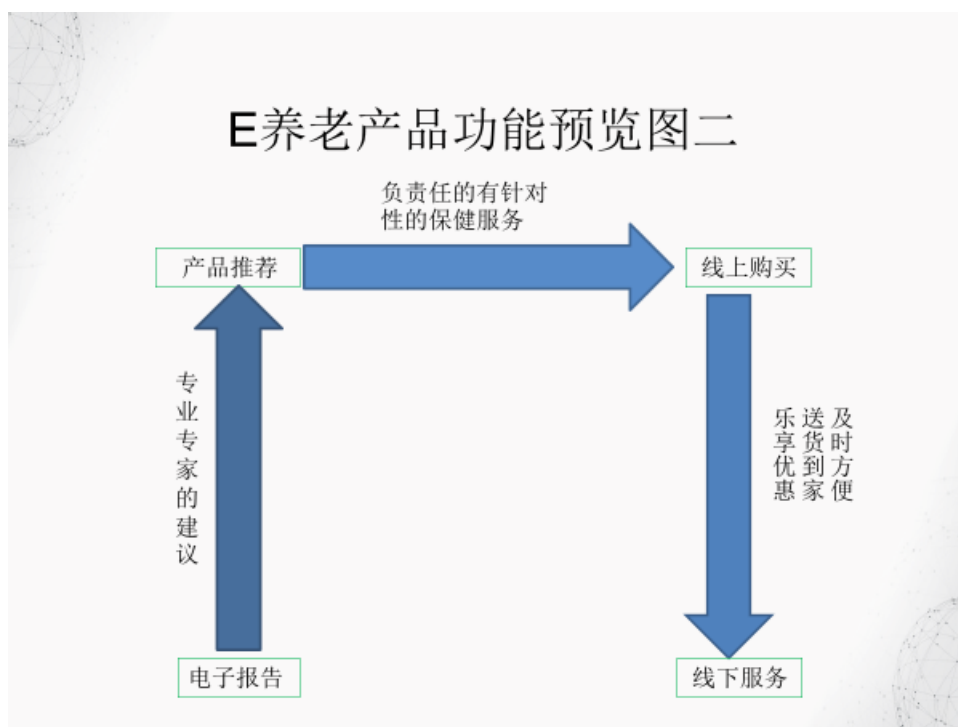
在完成老人信息注册并进入 E 养老的主界面后，系统会首先按照之前提供的老人地理位置及身体状况、曾患病等具体信息推荐附近与工行有合作的医院，并在不同时间节点提供不同的活动，比如线下体检优惠。这隶属于保 E 保平台，会根据你的体检需求，体检项目的规划自动生成工银支付二维码，去医院进行自己需要的选择的体检后可以扫码优惠支付，以老年账户余额作为支付方式，增

加工行业业务。体检后，老人可在一定时间后收到医院反馈给我们的专业体检报告与相关诊疗意见，通过 APP 平台对自己的身体状况以及健康建议有一个基础的了解。



2.5.2 功能二：养老产品线上购买，线下配送

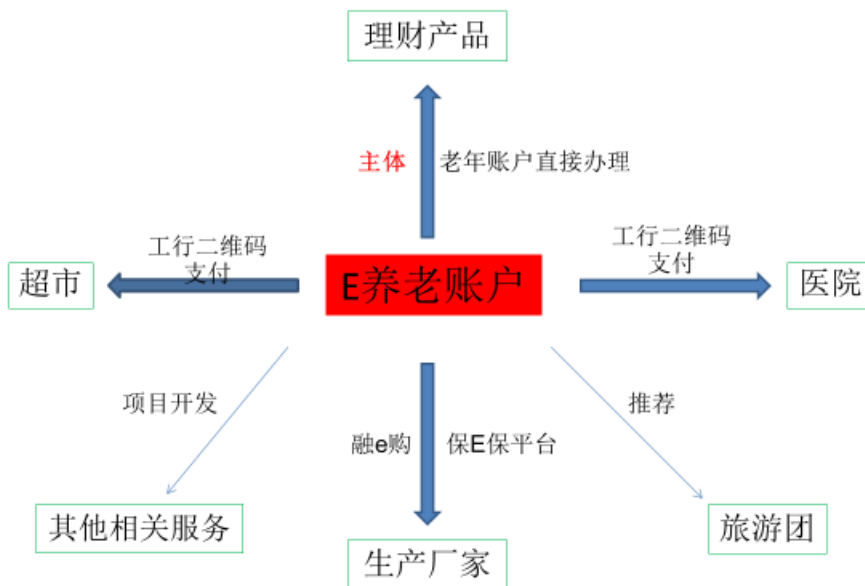
在用户得到了具体的健康建议后，E 养老平台将根据自己的信息资源与合作优势对老年人需要的产品进行相关推荐。比如老人有糖尿病，针管、试纸、相关药物便是一系列需求，以糖尿病足的预防举例，为了防止糖尿病并发症-糖尿病足的发生，现在很多的老年人对于一个保健袜是有急切需要的。我们可以在相关体检报告及保 E 保的界面上提供相关的产品，“您可能需要？”，点击之后，针对你的现有身体状况，E 养老会做出相应的推荐——保健袜，并进入融 E 购平台进行购买。购买后，生产厂家将在限期内把产品送货当家。真正实现，你需要，我送达，高质量的配送服务。



2.5.3 功能三：老年账户的生成

为了更好的完善 E 养老相关支付业务，增加产品运营的可行性，E 养老将专设“我”界面，其中的钱包将类似微信钱包的功能，但因为直接针对 E 养老相关业务而具备了账户的特异性。那么，老年账户是做什么的呢？首先，需要将账户与工银进行绑定，可以进行银行的转账与提现功能。之后在 E 养老平台上进行的所有支付相关业务均将以老年账户作为载体运行。更加便捷、更加高效，确立了 E 养老作为主体的基本特征。

E养老产品功能预览图三

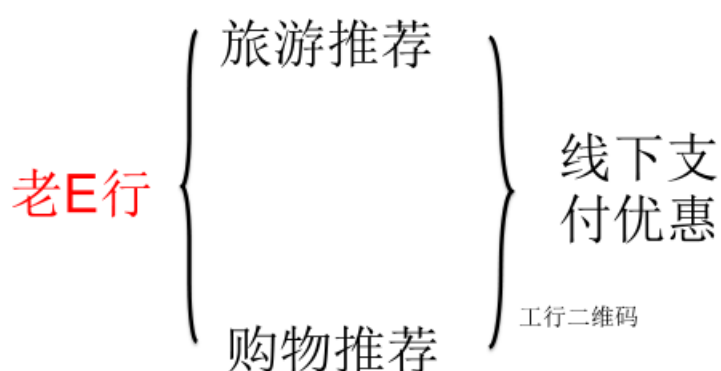


2.5.4 功能四：你存钱，我理财

E养老将根据老年人的心理，及消费观念打造与其相适应的工行养老理财产品。更加的稳健、具有针对性。由于老年人多属于风险厌恶型，因此如何打动老年客户就需要特别的考量。我们可以为老年人打造专属理财产品，这种理财产品一定要有两个特点，第一就是保本，第二就是长期化。因为老年人往往对于自己的钱看的很重，可以不挣太多，但是绝对不能亏本，所以保本性一定要加以强调，以工行强大的信誉与资金作为支撑，这个性质是足以令人信赖的；第二就是理财产品长期化，针对老年人喜欢存钱，但不经常用钱、取钱的特点，我们可以在适当给老年人增加利息的情况下设计长期理财产品。从长期的角度来看，老人可以得到他们需要的较高收益，站在工行的角度，可以得到更长时间的资金使用权，对于双方都是有利、可以接受的，保证了可行性。另一方面，我们可以定期的推出具有吸引力的老年人特惠理财活动，而购买老年专属理财产品，获得相关优惠条款需要以老年人身份开办工行卡与网络业务，工行可以在这个过程中获得更多

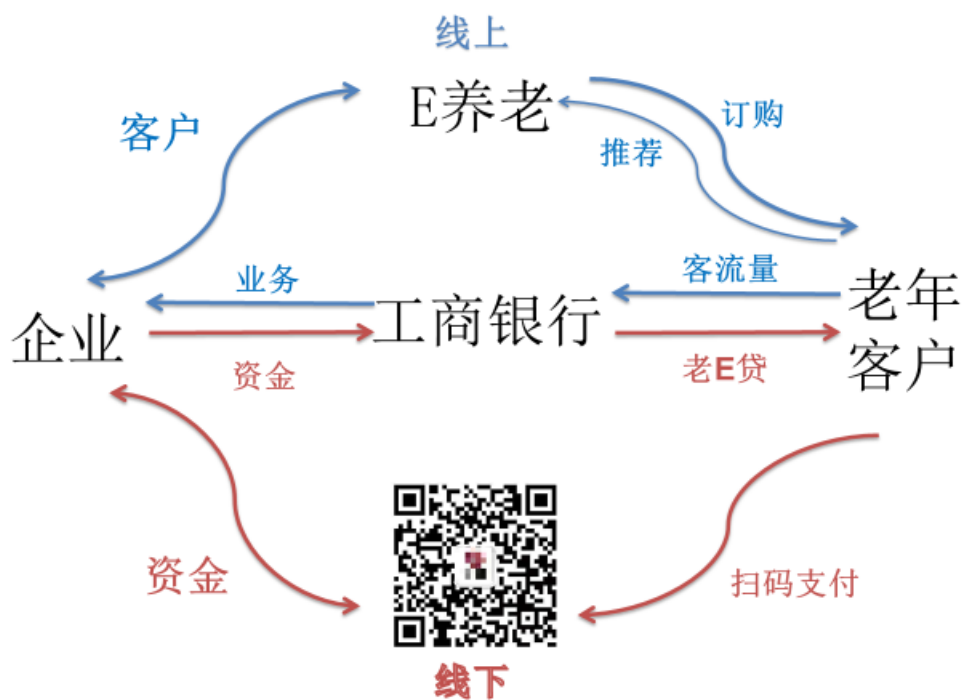
的客户，扩展更多的业务。为了更加的高效便捷，针对老年人的特点，老年人有工行卡的可允许子女代替老年人在网上自助注册，但需要相关身份信息及照片验证，而老年人尚不具备工行支付条件的则需到工行营业网点进行线下快捷办理。

E养老产品功能预览图四



2.5.5 功能五：你出行，我买单

现在很多老年人都喜欢去旅游，但是子女对于老年人的出游安全性一直持有保留态度，并不十分支持；另一方面旅游的消费问题也是老年人所关注的。针对这一现象，E养老下属老E行将与国内知名旅行社合作，提供专门的夕阳红旅行团推荐与优惠。依然以老年账户作为支付方式。除此之外，凭借工行与国内更多线下超市的合作，工行将对老年人的购物选择做出推荐，并生成相对应的工银支付二维码，在有效期内购物便可获得优惠。总而言之，工行将凭借更多线下的优惠活动推动更多的线上业务，这也是E养老平台各项业务的基本思想之一。



2.6 建立线上线下一体的养老产业模式

之前提过的 E 养老的核心思想之一便是线上线下一体化经营的理念，作为以 O2O 作为商业模式基础的 E 养老平台，目标是建立一个线上线下一体化的养老产业模式。这种模式于 E 养老的多种功能中均可看到身影。保 E 保中的线下体检、线上就医，线上购物、线下配送，老 E 行中的线下优惠，线上推荐等等均是依照这样的一种思想去搭建的。在这样的一个养老产业模式内，**工商银行**既可以起到业务主体的作用，更能够以一种中介的形式，或者推荐的业务平台存在。起到多维的职能作用。在老 E 贷，养老金融核心业务中，工行作为主体为老年客户提供适合的理财产品，通过工行卡的网上业务办理直接增加业务量；而在保 E 保和老 E 行的相关线上推荐与线下服务模式中，工商银行以平台形式作为渠道，媒合多方资源，实现了智能推荐、工银二维码自动生成、线上订购等多种功能，保证了养老产业服务的顺利进行，也是对现有养老产业模式的一种创新。

对于**老年客户**而言，通过这样一个新的养老产业模式可以迅速的稳健的得到

广泛的信息来源与高质量的服务；对于**合作企业**而言，不仅可以扩大自己的客流量，更可以借助工行、借助 E 养老这个平台扩大自己的影响力与知名度；**工行**在整个产业链的流转过程中有多种盈利模式，包括竞价排名、广告费，更可以扩大自己的工行客户量，增加相对应的业务量，占据更大的市场份额，进驻颇有潜力的老年市场。此外，从长期来看，我们将以稳健的养老服务为标的获得巨大的**品牌效益**，拥有在社会市场资源中属于自己的**业务护城河**。

3. 产品流程介绍

3.1 注册

用户第一次看到这个产品将在融 E 联的业务界面中，届时会有相应的产品宣传。点击“E 养老”图标，会自动进入我们的产品 APP。E 养老 APP 类似于融 E 联下属的 E 生活 APP，是一个独立的 APP 软件。进入之后，会自动弹出注册界面，需要填写老人的姓名、年龄、住址、身份证号、曾患病等基本信息，才能进行下一步操作。

【1】快速操作，快速注册

【2】提交注册信息：自助注册，填写姓名、年龄、所在城市、住址、身份证号、薪资水平、曾患病等基础信息

【3】信息认证通过：提交并确认信息准确后，会提示注册成功，并进入 E 养老的首页。

3.2 领取体检优惠二维码

作为新加入 E 养老平台的新用户，E 养老将对其进行附近医院的体检与相关

优惠活动的自动推荐。点击附近老人有意愿去体检的医院（可以清楚的看到该医院的优惠力度，具体优惠体检项目，体检套餐等等）并进行体检项目与套餐的选择，选择过后，将自动生成工银支付二维码。老人可持身份证明与工银二维码去医院进行专项优惠体检。

【1】 更加优秀的医院将获得更多的人气点，该地区最受欢迎的医院将获得人气王称号

【2】 体检套餐包括各种体检项目，根据不同医院的需要推出不同的体检项目组合。对于新加入 E 养老平台的用户或者不活跃用户可定期推出限额专项体检优惠活动

【3】 工银二维码将以老年账户的形式进行支付业务

【4】 医院需确认老人的身份与二维码所包含的老人账户信息一致

【5】 老人须在限期内体检，过期无效。



注册成功后设置密码
进入 E 养老首页





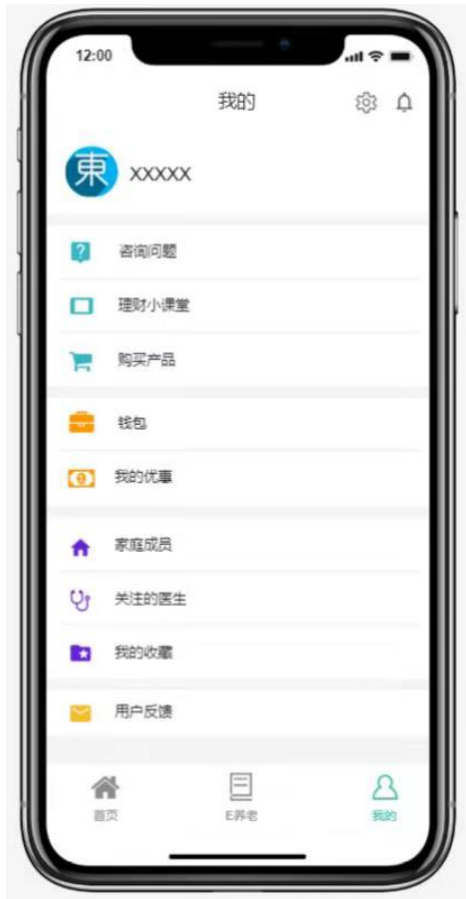
第一次进入 E 养老平台的客户系统将自动提示，提供针对客户地理位置信息的人气医院推送及体检项目的具体优惠情况。

3.3 老年账户

E 养老内几乎所有的业务都以老年账户作为支付方式。在得到二维码后，为了得到体检优惠，用户需将老年账户与已有的工商银行卡绑定，进行充值与提现业务。

【1】老年账户是一种钱包功能

【2】所绑定的工商银行卡客户身份需与老年本人身份一致。不可用子女的工行账户作为替代。



老年账户，一种类似于微信钱包的功能，镶嵌在工银E养老平台下的“我的”界面，通过“我的”，我们可以对自己在E养老接受的服务以及评价有一个基本的了解。

3.4 电子报告的收存

体检过后，医院会把患者的体检报告及相应建议发给E养老后台，E养老系统会把体检报告自动发给对应的客户。

3.5 相应推荐业务

应该说，推荐业务是E养老的主营业务之一。E养老下属的推荐业务主要分为三个模块。

(1) 在保E保界面，除了健康知识小普查，你不知道的养生窍门等等信息的推送外，E养老将根据老人的健康状况提供相应的产品推荐与活动推荐。

【1】不同的疾病对应不同的产品推荐。例：患者患有糖尿病，相应的配套产品如，针管、试纸、血糖仪、降糖药、硝酸甘油、保健袜等等产品会有相应的推送。

【2】相对应养生课堂、养生营的推荐

(2) 旅游推荐，选择老人打算去的地点和方式。例：老人想去西安旅行，有相应的匹配界面，需填写自己的需要如，地点西安，时间 11 月上旬，希望去的经典，希望前往的方式等选项，系统根据已填写的老人的需要自动匹配出适合老人的旅行团与其联系方式，并给予相对应的优惠福利。

(3) 购物商场推荐

根据老人的地理位置，向老人推荐附近商场的打折活动，并可持工银二维码到线下商场进行优惠支付。

【1】以上推荐功能工行均可通过竞价排名的方式向合作企业收费

【2】绑定工商银行卡的老年账户支付为参加活动的唯一方式

线下服务活动需确认参加者与二维码绑定的 E 养老账户持有人一致。

3.6 养老理财

在老 E 贷界面，用户可根据需要选择对应的理财产品或存贷业务。

【1】未办理网上银行的老年账户需进行网上银行业务办理申请

【2】网上银行业务可由子女帮助线上自助办理，也可到线下营业网点进行办理

【3】老年人需完全理解理财产品的性质及其所具有的优势和可能具备的风险，并进行确认。对于已经发生的理财业务，工行 E 养老平台拥有最终解释权。



这是 E 养老的官方咨询界面，如用户可以对在线客服进行线上聊天，咨询物流进展情况；在“关于 E 养老”中，有相关信息与资料；企业可根据线上服务平台对于自己现在服务的一个基本状况与客流量进行寻查与了解，并可以根据自己的需求做一个及时的反馈。

3.7 企业的参与方式

通过宣传将需要准确送达有需求的企业手中。在 E 养老的注册界面另设一栏：我是企业。点击之后可以进行企业基本信息的注册。

活动基本介绍：在注册之前，有专门的说明书，对不同企业涉及的不同业务，所需负担的义务与拥有的权利进行详细说明与定义，需同意后才能继续进行注册操作

提交注册信息：自助注册，填写企业基本信息，工商银行卡卡号，企业联系方式（固定+移动电话），企业地址，电子邮箱，并将营业执照、单位负责人（法定代表人）的身份证正反面拍照上传

信息认证通过：提交成功后，会显示提示，“感谢您的注册，我们将在 7 个工作日之内联系您。”

在 7 个工作日内回复企业，与企业洽谈合作事宜。如意向达成一致，双方将就共同涉及业务签订电子合同。电子合同成立之后，不违背我国法律的前提下，合同自动生效。

企业可在 E 养老的在线平台自助查询自己现在提供的服务满意度、客流量等信息。

3.8 E 养老权限

工行具有查阅用户个人信息、注册信息、资金状态、企业信息的基本权限。

E 养老系统有权根据服务反馈对老年用户与商家进行信用评级，对参加推荐竞价排名的企业提供人气指数。

4. 市场分析

任何一个产品，想要走的远，都必须对于营销的对象有一个较为清晰的市场定位，并针对细分市场的需要与市场的状态对服务模式进行及时的调整，最终提供有差异性的高质量服务产品。E 养老，正是在对于老年市场的特点进行深入了解的基础上产生的创意，并希望依靠全方位、全流程的理论思想与线上线下一体化的经营理念打造一款真正能够提高老年人生活质量的产品。

4.1 巨大的市场空白

一方面，老龄化已经是一个不争的事实；另一方面，老年市场有着巨大的发展潜力。随着老年人口的增加与老年人知识储备与资金储备的提升，老年市场已经成为了一块诱人的大蛋糕，打开其市场就代表可以获得源源不断的客流量。但由于老年人对于电子产品的接受能力低、对于新兴事物起抵触情绪、信息资源不畅通等等原因，在具有巨大市场潜力的老年群体中，市场却仍旧处于空白、待开发的状态。

4.2 老年人更相信稳健的产品

老年人经过一辈子的积累，往往已经具备了不错的经济实力与消费能力，但由于老年人对于消费往往更加谨慎，想要打动老年客户，便需要在产品的性质与功能上做功夫。E 养老下属的三个模块所提供的功能，无论是老 E 贷的理财产品、保 E 保的检查配送义务还是老 E 行的推送业务都针对老年人谨慎的特点提供更加具备稳健性的产品服务。

4.3 老年人喜欢优惠

这点不用多说，老年人喜欢优惠在社会上是有普遍共识的，而工银快捷支付、

工银优惠二维码的使用可以有效的刺激消费。

4.4 老年人具有强大的宣传能力

宣传是必要的，而对于老年人这个市场而言，满意的消费者完全可以承担工行在产品宣传营销方面的一部分责任。老王阿姨觉得这个软件好，买的产品好，一定会在茶余饭后告诉老张阿姨，老张阿姨出去旅个行、购个物可能会把产品推荐给更多的驴友。老年人本身喜欢唠嗑，并且容易互相影响的特点决定产品可以在老年市场传播的更加迅速，更加高效。

5. 可行性分析

5.1 缺乏竞争

根据创意产生前期对于其他四大国有商业银行农、建、中、招的调查，其在养老方面的业务主要集中在养老金，对于其余养老业务尚没有涉及。面对 E 养老相关产品功能的市场尚存在较大空白。

5.2 该市场具备巨大开发潜力

无论是企业还是银行、老年用户都可以在资源与信息的交互中充分受益，现有的功能可以满足三方最迫切的需求。对于该产品的巨大发展潜力，我们将从以下两方面进行论证。

(1) 老年市场本身的发展潜力

老年市场是一个有巨大空白的市场，这本身就决定了其巨大的发展空间；另一方面，由于老年人的逐渐高知化，对于互联网产品的接受程度必定升高，这都决定了老年市场所具备的巨大潜力。

(2) 服务与功能有待开发

现有的功能想要更好的实现必然需要更多的配套服务作为支撑。以保 E 保为例，其全流程的理念决定了其在 E 养老产品服务中的核心地位，那么，我们是否可以将类似的产品理念扩展到其他的模块呢？比如老 E 贷，除了理财产品与存贷业务，老年人对于金融资金上面的需求还有哪些？我们如何进行服务？在旅行的过程中，在购物后，我们又是否能推动、开展别的对应业务刺激消费？我们的核心业务是否会发生转变？老年人最需要的是什么？这都是我们在业务开展过程中需要思考的问题。

但总而言之，尽管还未涉足，我们已然对于市场存在了一定的把握能力，换句话说，这个市场具有一定的确定性。首先，这是一个竞争程度较低、行业集中度较低，一旦开展业务，根据老年人喜欢口口相传的特点，可以收获巨大发展速度的市场。其次，我提供点子，满足了大家的需要，市场便会迅速将资源集中到这个市场里，这早已成为了有识之士的共识。没有我们做不到，只有我们想不到，根据市场的回馈进一步的发展和升级我们的业务可以使我们的产品功能更加完善，同时市场所具备的巨大潜力也能保证产品的可塑性和更多可行的发展方向。

5.3 投资的必要性

E 养老通过平台直接与老人的子女产生联系，其背后具有非常庞大的客户群体，可以为企业带来巨大的收益。银行可对与其合作的企业开放小额贷款、融资、二维码支付、相关产品销售等环节，使企业具有更大的利润空间。

5.4 技术可行性

E 养老作为一个相对独立的 APP 平台与功能模块所依附的是工商银行三融系统平台，很多技术问题都可以以三融系统作为依托进行解决。比如保 E 保内的

流程末端——相关保健产品推荐——线上购货，就是依托融 E 购平台进行技术实现的；另一方面，对于客户信息的确认也可以与银行系统的相关备案信息进行联系和验证。既保证了客户信息的真实性，也能够很好的保障信息安全。

5.5 安全性分析

产品的安全风险主要包括系统性风险与非系统性风险。

系统性风险是指金融机构从事金融活动或交易所在的整个系统（机构系统或市场系统）因外部因素的冲击或内部因素的牵连而发生剧烈波动、危机或瘫痪，使单个金融机构不能幸免，从而遭受经济损失的可能性。系统性风险包括政策风险、经济周期性波动风险、利率风险、购买力风险、汇率风险等。

非系统性风险包括信用风险、技术风险和法律风险

(1) 信用风险：无论是企业还是个人都具有一定的信用风险，比如企业或个人的违约行为，未在合同写明的第三方业务细则，双方的理解误差等。针对这一可能风险，E 养老应提高相关企业与个人进驻平台的门槛，应对企业的经营状态、经营信誉、现金流、业务关系有一个基本的了解，对个人的信用评级进行调查，在进行关键业务前对信誉等信息进行核定，从源头上保证业务、服务能够安全的进行下去；设立双方互评功能，用户可以对商家的信誉与服务态度、质量进行评价或者投诉，商家也可以对未履行责任的客户进行信誉降级的相关操作。E 养老将对相关操作进行核实与确认。

(2) 技术风险

技术风险包括技术问题、系统功能设计不完善或者系统在运行时偶发故障所带来的风险。我们知道，作为一款网路产品，及时性是其优势，也是必须保证的一种特质。而操作风险的发生则很可能引起消息的滞后，功能的丧失，另一方面

也会导致客户信息、评级信息的流失，手机安全认证方面的漏洞，不利于 E 养老的后台控制。

我们看到，E 养老，作为依托于三融系统的衍生产品，将得到工商银行相关部门专业技术人员的大力支持，因此可预见的技术问题可以进行及时解决。通过用户的反馈和日常的护理防患于未然，通过专业的团队对突发事件进行处理，将技术风险掌握在可控制范围内。

(3) 法律风险

法律风险包括客户信息的泄露，网络诈骗案件的发生等等事件。作为控制，工商银行应通过手机验证码和银行备案信息对申请者进行身份核实，通过后台防护系统的有效运行对用户信息进行保障，通过前期相关条款和运营过程中的温馨提示等形式增强用户的安全意识。

以上三种非系统性风险都可以通过问题发生之前的前期控制进行解决，一方面从信息的源头入手进行核实与疏导，另一方面也需要在日常的维护工作中对发生的安全隐患及时处理、及时更正。

5.6 经济效益可行性

老年群体的庞大决定了其市场背后所蕴含的巨大经济价值。而正是以这份经济资源为导向，以工行现有资金资源作为依托的形式思想决定了 E 养老产品及下属功能模块的运行方式。从中行的角度，我们认为所能够获取的经济利益分为以下三个方面：

(1) 客流量

“民以食为天”，“消费者就是上帝”，对于一个服务性质的行业来说，客流量就是潜在利润，就是生命线。在这样一个全流程的养老产业链中，工行不仅可以

收获老年市场的终端客户也可以获得更多的企业资金来源与相对应的资本流动。首先，不管是老年客户还是企业，享受这个平台服务功能的前提是拥有工商银行卡乃至网络银行的功能，凭借相关业务的扩展，与市场影响力的增大，必能在老年市场中吸纳更多稳定的客户，并依靠老 E 贷相关理财产品进行资本的流动，使双方受益。

(2) 相关盈利

可以获取的盈利方式是多维多方面的，具体的选择需要依照工行发展战略进行取舍，在这里，我们将对可以产生的直接利润进行概括描述。可预见的直接利润包括竞价排名、广告费、平台月租费等等，也可以在资本与物流的衔接阶段分享一部分折扣，于客户与企业的联系中分一杯羹，但在此，我们并不对此做出推荐的建议。

(3) 品牌效益

在前言中已经对此有所说明，品牌效益才是一个服务型行业能够拥有的护城河，也是这个企业想要做大做强真正的立身之本。通过整个养老产业链的产生与升级，这个惠及企业与老年人，在年轻人中间广泛传播的平台一定会得到社会公众给予它的公正评价。我们的建议是，作为一家负责任、拥有强大信誉的优秀公司，工商银行一定要在 E 养老的相关运营方式与具体盈利手段的选择方面把眼光放的更加长远。因此，我们 E 养老所最终旨在实现的利益，既不是短期内的巨额收益，也不仅仅是整个资本流动过程中可以获取的部分利润，而是在实现高质量服务基础上产生的公众、舆论中产生的品牌效益。让人家一提起工行，就对它的服务深度和广度竖大拇指。这才是我们所能够拥有的最大经济效益。

6. 盈利综述

在之前对于经济效益的可行性分析中对相关可以创造的经济利益有了一个基本的介绍，在这里，我们将从更细致的角度对具体相关经营事项进行总结。

(1) 银行在线下业务中的主导性

无论是线下购物还是旅游，包括体检，都是以老年账户作为支付手段，以工银优惠二维码作为支付途径。这决定了工银在线下相关业务中的主导地位，可以以此获得更多的客源与资金流入。

(2) 银行在线上推荐职能中的优势地位

“线上推荐，线下支付”作为 E 养老平台的核心思想之一，其重要的起始点便是对于优秀合作企业的推荐。企业需要通过平台途径向消费者展现自己，用户从平台上找到自己心仪的产品、服务，都依附于 E 养老的线上平台。通过线上的推荐功能，工行不仅占据了信息的制高点，也拥有了对于资本、服务流动的控制能力。信息，就是经济资源。

(3) 扩大交易结算规模

工银优惠二维码的使用，可以促使更多的老年用户加入到工行的大家庭中。在线下的支付业务中，每一次的扫码都相当于一次交易结算，扩大工银的交易结算规模。

(4) 节省宣传费用

老年人具有极强的宣传能力，通过优质的服务以及二维码的使用，使老年人成为宣传工作的一分子，将为产品的后续宣传工作节省大量的宣传成本。

(5) 以 E 养老作为依托确立工行品牌形象

作为直接面向老年市场的惠民工程，完全可以在工行相关线上产品的推广、品牌的树立方面下功夫。打出感情牌、惠民牌，也真正的服务于老百姓，并在线上的具体功能实现途径中能够有所体现，加上社会舆论适时的引导，与社会公众公正的评价，在长期获得更大的品牌效益，拥有自己在市场占有率基础上的业务护城河。

7.营销宣传

7.1 单位宣传

由于我们所面对的操作终端主要是老年人的子女，对于青年人有针对性的营销宣传手段是必要的。除了已经拥有融E联客户端，有工行网上业务的客户可自主进行操作之外，可以通过对定点公司、单位的宣传对用户的扩展工作加以实现。可以先针对与工行有业务往来的公司先行宣传，并对于先进驻E养老平台的客户加以优惠福利，保证产品初期的宣传力度。

7.2 营业网点推介

在各个工行营业网点可以通过设置宣传栏，LED屏滚动播放，或者工作人员推荐等形式对前来办业务的目标客户进行宣传。

工作人员应根据老人的需要为老年人办理业务，可在服务前台为老年人办理E养老相关服务。

7.3 社区宣传

在老年人集中区域、养老社区和养老机构中进行宣传，目的是使老年人对于E养老的服务有一个基础的认识与了解，不抵触，并可能会将自己的需要告知子

女。相应的宣传手段包括：宣传册、社区宣传讲座等，线下工作人员可以帮助老人讲解和办理 E 养老相关业务。

7.4 中国工商银行官方平台宣传

工行电子银行部可在中国工商银行 APP 和融 E 联的界面上进行 E 养老产品的相关推荐、动图、广告或提示；通过工行官方的公众平台对 E 养老的功能进行宣传等。

7.5 网站平台宣传

通过百度、网易、搜狐、腾讯、新华网、人民网、新浪网等知名网络平台打软文广告，向用户推荐我们的产品。并可通过搜索引擎、关键字的方式加大在网络推广上的力度。

7.6 公益活动推广

可借助银行有赞助或以其他形式参与的社会公益活动进行产品推介。