

自有品牌自助云打印项目

惠阳淡水厂家采购与 90 天试点计划书

厂家比选 产品架构 市场判断 单位经济 合规闸门 执行 SOP

品牌 项目名称待定 小程序、商户号、域名与数据必须归我方控制

建议 先用 1 台完成 20 人封闭验机 通过后启动 3 台 90 天试点

场景 成熟社区优先 成人商业与厂外生活圈并行 首轮排除 K-12 校内

预算 1 台样机上限 12,000 元 3 台标准试点总上限 28,000 元

扩张 连续 28 天达标后按批复制 不执行一天一台

内部决策稿

0 一页结论 先把品牌和数据掌握在自己手里

最终建议 有条件推进

这不是加盟或复制“珍好印”，而是新建一个名称待定、收款和数据由你方掌握的自有品牌。第一顺位向爱印通、印点点、飞登索取同口径 OEM 报价，另向磐众索取完整机柜价；先用 1 台真机与 20 名新用户封闭验机，通过后才把 3 台分别投入成熟社区、成人商业就业和厂外生活圈做 90 天可撤回试点。

判断项	结论	决策含义
需求是否存在	存在验证价值，以急、小、近、夜间可用为假设	聊天只能形成访谈线索，须用现场订单验证 [S43]
淡水是否值得试	值得。人口密集、居住和商业节点集中	必须逐点验证，区级人口不等于点位订单
厂家是否已选定	未定；爱印通是透明价第一顺位，印点点/飞登并行压价	样机、后台和合同未通过前不下批量单 [S45][S47][S49]
截图价格是否能赚钱	竞品价可作首轮定价锚点，不能当自己的成本或销量	关键阈值约 11 个成功订单/日
学校是不是首选	不是。当前扫码模式与 K-12 手机管理不匹配	首批只做可独立用手机付款的成年人场景 [S43][S44]
便利店是不是空白	不是。访谈称淡水多数便利店可代打，待 30 店实测	既是主要竞争者，也可能成为有人看护的合作宿主[S43]
朋友口述能否采信	只能视作待核验销售线索	随机抽机、拉 90 天原始订单与结算
最大风险	平台锁定、品牌/数据不归己、隐私、点位低效	任一 P0 闸门不过，暂停付款与投放

六个必须记住的数字

数字	代表什么	如何使用
1 台	封闭验机规模	样机总授权≤12,000 元；通过后才进入公开点位
20 人	首次使用可用性样本	至少 18 人无需协助完成完整订单

数字	代表什么	如何使用
3 台	正式试点规模	分别测试成熟社区、成人商业就业、厂外生活圈
90 天	完整验证周期	前 60 天允许优化/迁移，最后 28 天稳定观察
28,000 元	3 台标准试点总上限	含 6000 元软件 OEM 公开价、3 台 GX5580 及机柜/云盒/耗材/备用金；均待正式报价[S45][S59]
约 11 单/日	日现金利润约 20 元的模型阈值	是扩张门槛，不是供应商历史实绩

未来 14 天只做这些事

1. 准备你方营业执照、拟用商标名称、服务类目、微信小程序 AppID 和微信支付商户号；所有注册、备案与收款都使用你方主体。
2. 把同一份 RFQ 同时发给爱印通、印点点、飞登和磐众，索取 1/3/10/20 台含税到惠州的公章报价、完整 BOM、持续费用和售后 SLA。
3. 先看三家后台，再用同一组 50 笔功能订单压测 1 台真机；让 20 名首次使用的成年人独立测试扫码、打开、支付、出纸、退款与文件删除。
4. 在淡水先完成 30 店快速实测：15 家成熟社区便利店/驿站、8 家厂外或办公区门店、4 家政务/车站外围门店、3 家图文店；另做 60—100 次用户拦访。
5. 只与满足“书面许可、无保底、无固定租金、可撤机、可导出数据”的 3 个点位签 90 天试点协议。

不建议现在做的事

- 不凭同学聊天截图购买 30 台，更不使用对方品牌名；“深圳 300 台”不能证明惠阳需求。
- 不让厂家代持商标、小程序 AppID 或支付商户号；不接受只能使用厂家品牌、无法导出数据或退出即停机的合同。
- 不先找教育局要求“批量进学校”。校内是采购、信息安全与未成年人场景，销售周期长，且学生自助使用条件未验证。
- 不把“淡水少见自助机”解释为“当地没有打印供给”；便利店代打、图文店和办公室打印机都必须盘点。[S43]
- 不按“一天一台”连续铺设。每一批新增设备都必须等前一批连续 28 天达标后再决定。
- 不把“耗材毛利高”写成“暴利、稳赚、半年必回本”；未经实证的收益宣传会带来合同和广告风险。
- 不在文件自动删除、运营主体和本地印刷监管口径未明确前开放文库、票证、证件批量打印。

1 研究边界与证据分级

本计划书把截图中的聊天内容、产品页面、公开资料 and 经营建议严格分开。聊天中的“300 台、2500 元/台、每天赚 20 元、半年回本”以及“便利店普遍能打印、社区最好、学生不能带手机”等表达，均属于访谈口述，不是审计或普查后的事实；小程序页面只能证明功能与当时显示价格，不能证明销量、利润、合规或淡水市场接受度。[S1][S43]

等级	含义	本报告示例	决策用法
A 直接证据	截图或可复核的官方原文	页面功能、截图价目表、佳能规格、政府统计	可用于描述“已看到/官方披露”
B 强推断	多项证据一致，但缺关键主体材料	用户提供的竞品可能是成熟平台的白标实例	可用于产品拆解，不可用于付款承诺
C 经营假设	为建模而设置，可由试点替换	客单 3.64 元、点位分成 15%、固定费用 280 元/月	只看敏感性，不当作历史业绩
D 未核验口述	聊天或销售介绍，没有原始凭证	300 台、便利店覆盖、社区更优、学校手机受限	转为实地问题；不得对外当作事实

研究方法

- 产品：把用户提供的“珍好印”页面仅作为竞品样本，逐页拆解功能；再用爱印通、印点点、飞登、磐众及佳能/爱普生官方页面核对可采购能力与硬件边界。
- 市场：优先使用惠阳区政府、统计局、教育局和淡水街道公开资料；竞争密度无法通过网页可靠确认的部分，转化为现场普查任务。
- 财务：从截图价目构造可替换订单结构，分别计算材料、支付、点位分成、固定运维、折旧与回本期；税费作为独立变量。
- 合规：检查小程序备案、网络经营展示、明码标价、消费者权益、个人信息、印刷管理、加盟和收益宣传边界。
- 执行：以可撤回、可比较、单变量优化为原则，先做 1 台 20 人封闭验机，再设计 3 台 90 天试点和明确停损门槛。

本报告不替代三类专业意见

税务处理应由实际收款主体的会计确认；加盟/软件/数据合同应由律师审阅；普通自助打印在广东的具体监管边界，应取得惠阳区新闻出版或文化执法主管部门的书面口径。

当前仍缺的七项原始材料

缺失材料	为什么关键	未取得前的处理
小程序主体、APP 备案号、隐私政策全文	确认谁在处理文件和承担消费者责任	不接收真实用户敏感文件

内部决策材料 关键经营数字均需由实地试点与合同核验

缺失材料	为什么关键	未取得前的处理
微信支付商户号及结算协议	确认钱到谁账户、费率和退款责任	不代收、不预付大额加盟费
全量设备清单及随机样本 90 天 CSV	检验 300 台与日利润口述	财务模型只标 “假设”
设备/软件/耗材完整报价	识别口述 2500 元之外的真实一次性与持续费用	不用口述价建预算；至少三家同 BOM 报价
点位合同样本	判断固定租金、分成、撤机、损坏责任	试点只谈无保底、可撤
文件保留、删除、后台访问与事故机制	身份证、户口本、银行卡属于高风险资料	高风险功能默认关闭
脱离手机的本机操作能力与使用录像	决定产品是否可能适配限制手机场景	未验证前排除 K-12 并只面向可用手机的成年人[S43]

2 产品与业务模式拆解

截图能直接确认的功能

页面模块	截图显示	经营含义	必须实测
设备卡片	Canon_G5080_series、准备就绪、门店地址	平台能配置门店并显示打印队列状态	离线/缺纸是否仍可付款；状态延迟
常见打印	文档、扫描复印、照片、证件照、图片、压缩包	覆盖高频与高客单服务	文件兼容、预览一致性、失败退款
更多打印	发票、文字速印、链接、试卷翻新	形成差异化，但技术/内容风险更高	SSRF、版权、处理效果与收费
文库	合同等模板、浏览量与打印量	可带来检索流量和内容收入	模板权利、时效、免责声明
我的	订单、会员卡、代理红包、加盟、隐私协议	存在会员/代理/加盟与资金结算体系	主体、余额、退款、代理规则

硬件核验发现

佳能官方将 G5080 定位为打印机：支持有线/无线网络、前后进纸和自动双面，但没有实体扫描器。小程序“扫描复印”更可能是手机拍照后矫正/拼版，或另接硬件；必须现场演示，不能把页面入口等同于真实扫描能力。[S10][S11]

手机依赖与场景适配

使用方式	当前证据	适合场景	决策
微信扫码小程序	截图可见扫码、上传、支付链路	能独立使用微信和移动支付成年人	作为本轮唯一已知路径；先做 20 人可用性测试
设备本机选文件或无手机模式	新增聊天提出需求，但未见页面、硬件或实机演示[S43]	限制携带手机的校园等场景	供应商未演示前视为不存在
店员或老师代操作	可能完成打印，但会增加人工、隐私与责任	有人值守的辅助服务	不能按无人自助模型计算，也不作为 K-12 绕行方案

20 名首次用户可用性闸门

选取 20 名从未使用过该小程序的成年人，覆盖安卓、iPhone、不同年龄以及微信文件、相册、PDF 等常见来源；运营人员只能观察，不得替用户点击。以下均是本项目设定的通过标准，不是平台既有成绩：至少 18/20 人无需协助完成订单，二维码首次识别成功率≥95%，90%用户 10 秒内打开小程序，扫码到成功出纸中位时长≤3 分钟，支付成功率≥98%，成功出纸率≥97%，退款或免费重印≤2%，严重卡纸、重复扣款、错印他人文件和隐私泄露为 0。任一关键项未过，先修产品再谈点位。

用户旅程与责任点

步骤	用户动作	后台动作	主要失败点	负责人
1 扫码选点	进入小程序、确认设备	定位门店、读取状态	定位错、设备假在线	平台
2 上传解析	选择聊天文件/图片	转换、页数与缩略图	格式损坏、排版变化、恶意文件	平台
3 询价支付	选单双面/彩色/份数	服务端锁价、微信支付	阶梯价误解、重复回调	平台/支付
4 下发打印	等待出纸	客户端领取唯一任务并调用驱动	断网、卡纸、重复打印	平台/本地
5 取件售后	核对、取走、申请退款	完成、退款、删除文件	拿错件、隐私暴露、退款慢	本地/平台

真正的产品不是一台打印机

商业闭环至少包含：微信小程序、文件处理与预览、服务端计价、支付回调、唯一打印任务、门店客户端、设备心跳、失败补偿、退款、结算、文件自动删除和运营数据导出。首页容易复制，可靠打印与隐私才是不可见的核心。[S10][S12]

参与者	应承担职责	合同必须写清
候选 OEM 平台方	小程序、文件处理、设备控制、订单与结算	我方品牌/AppID/商户号、SLA、费用、数据、停服、退款、接口和导出
淡水本地运营者	选点、安装、补货、巡检、客服、场地关系	区域权、定价权、设备所有权、退出权
点位业主	位置、电源、开放、基础看护	分成基数、无保底、损坏、撤机、标识
用户	上传合法文件、确认参数、付款、及时取件	价格、预览、退款、文件期限、禁止内容
支付/云服务方	收款、退款、存储与传输	实际商户、费率、子处理者、事故通知

3 截图价格 适用场景与价格验证

下表是截图所示深圳点位当时的配置，不等于平台全国统一价，也不代表淡水消费者已接受。截图写“元/张”，但阶梯价的计算方法、双面价格、最低收费和照片材料均不清楚。[S1]

截图价目提取

类别	服务	截图价格	备注/疑点
黑白	A4	1.00 元/张	超过 5/20/30/50 张分别 0.80/0.70/0.60/0.50 元
黑白	身份证、A4 复印、户口本、营业执照等	多为 1.00 元	身份证+银行卡亦显示 1 元，隐私等级高
彩色	A4	2.00 元/张	超过 5/20/30/50 张分别 1.80/1.60/1.40/1.20 元
照片	6 寸	3.00 元/张	5 寸截图入口有展示，但价目未截全
证件照	普通排版/结婚证件照	10.00 元	需确认包含多少张、何种相纸
证件照	智能证件照	15.00 元	换装另加 10 元；可能有平台 AI 费
证照模板	彩色证件/复印	多为 2.00 元	“车辆行驶证 6 元”与“驾驶/行驶证 2 元”疑似重叠
纸张	A4 空白纸	0.50 元	需确认是否从相同出纸口

阶梯价格的八笔必测订单

分别下 5、6、20、21、30、31、50、51 张订单；每笔记录单价、总价、是否整单重算、双面是否按纸张还是印面收费、退款后的阶梯口径。若价目表与确认页不一致，必须先修订界面和结算逻辑再上线。

建议的淡水试点定价原则

原则	建议	理由
先复刻、后优化	前 30 天与截图价格接近，三点同价	减少变量，便于比较点位

原则	建议	理由
突出便利，不打最低价	文案强调扫码、聊天文件、即打即取、夜间可用	人工打印店在批量单价和协助上更有优势
黑白小单作入口	保留清楚的一页价与阶梯价	最常见、最容易理解
照片/证件照作客单提升	实测质量和失败率后再推广	高客单但色彩、裁切、隐私投诉更敏感
所有费用一次展示	支付前列明服务名、页数、单双面、附加费、总价	符合明码标价和消费者知情要求[S17][S18]
不做无限优惠	首单券小额且设置毛利/反作弊边界	避免用补贴制造虚假需求

定位一句话

自有品牌项目应卖“急用时，附近马上能打印”，而不是卖“比所有打印店便宜”。最适合的是 1—10 页、晚上/周末、聊天文件/证件/表格等即时小单；50 页以上、复杂装订、排版修改仍交给人工打印店。

4 淡水市场为何值得做小规模试点

区级基本盘

指标	公开值	说明	不能推出什么
惠阳常住人口	2025 年末 99.22 万人	人口体量支持便民服务网络试验[S2]	不能推出任一具体门店订单量
户籍人口	2025 年末 49.25 万人	常住与户籍差异提示流动/居住人口需求[S2]	不能直接等同租住人口
地区生产总值	2025 年 878.04 亿元，增长 3.3%	制造业体量仍大[S3]	不能证明打印是高增长行业
社会消费品零售总额	2025 年 249.57 亿元，增长 1.3%	消费平稳但不算强劲[S3]	不能高估便利服务支付意愿
房地产开发投资	2025 年同比下降 46.1%	新增楼盘红利承压[S3]	不能把“新小区多”当唯一打法

行政名称上，日常仍常说“淡水镇”，现行正式名称为“淡水街道”。2020 年第七次人口普查公开数据镜像显示，淡水街道常住人口约 34.22 万人，其中 0—14 岁约 7.42 万人；该数据年代较早且来源为公开镜像，因此只用于判断人口密度与教育客群方向，不作为当前精确销量预测。[S4]

教育需求不等于当前产品适合校内

惠阳区 2025 年一年级计划招生 18,628 人、七年级 17,128 人，报名常涉及户口簿、出生证、居住证、社保、学籍等材料，说明招生季可能存在证件整理、复印与临时打印需求。[S5] 但这组数字覆盖全区，不能直接分摊到淡水或某个点位；更不能推出学生能在校内使用扫码小程序。新增访谈还提出学生手机受限、教师办公室已有打印机等替代条件，均须现场核验。[S43]

信号	公开信息	经营解释	动作
学位紧张	2026 预警列出多所淡水红/黄预警学校[S6]	周边家庭密度较高、招生季材料需求可能集中	只作为走访优先级，不在校门口直接安装
学校地址	官方监测名单含高尔夫路、演达二路、长安中路、大华一路等[S7]	可构成教育—居住走访走廊	盘点 300—500 米内打印店、便利店与夜间缺口
手机限制	中小学生原则上不得携带个人手机入校[S44]	二维码入口与 K-12 日常管理直接冲突	首轮完全排除 K-12 校内，不计入收入预测
审批周期	校内设备牵涉场地、采购、安全和未成年人	成交慢、责任重	第二阶段再接触学校后勤/采购，不作为 90 天首批

本地商业与社区密度线索

淡水街道公开信息将坝尾社区描述为商业较集中区域，并列举天安里、好宜多、印象汇、缤购地下商城等节点；街道也曾摸排上圩、大埔、排坊、上塘等服务中心，以及名苑星河湾、山语华府、瑞景居等小区可利用空间。[S8] 这些名称只是“走访线索”，不代表场地方愿意合作，也不代表打印需求已成立。

市场结论

淡水具备测试即时小批量打印的基本盘，但“自助机少”不等于“供给少”。新增访谈称便利店代打可能普遍存在、社区可能优于校园，这只能转成 30 店普查问题。[S43] 正确策略是先验手机扫码可用性，再用 3 个成人点位买到真实数据。

5 首轮走访片区与点位优先级

以下为走访清单，不是签约清单。新增聊天把社区、厂外生活圈和便利店推到前面，但它们仍是访谈假设。[S43] 每个具体地址都要核实真实打印询问、现有代打、开放时间、电源网络、场地授权和取件隐私。

优先级	走访片区/线索	目标客群与任务	首选承载点	主要风险
A1	成熟社区生活圈：名苑星河湾、山语华府、瑞景居等线索	夜间家庭小单、租住人口、证件/简历	门岗外独立便利店、快递驿站、洗衣店	便利店可能已有代打；共有区域授权
A2	坝尾—南门西街商业与社区服务圈	求职、办事、租房、商户票据、临时材料	长时营业便利店、快递站、综合服务台	人流不等于打印意图；图文店竞争
A3	洋纳—新桥东部—古屋厂外生活圈	招聘入职、工资/社保、物流票据、夜班	厂外便利店、宿舍区生活服务店	劳务机构可能免费代打；巡检距离
B1	长安中路—大华一路老城生活走廊	居民办事、照片、合同、快递文件	社区生活服务点、药店旁复合店、驿站	空间狭小、网络与取件混乱
B2	惠阳站与政务就业节点外圈	旅客、求职、入职、办事材料	权属清晰的外侧商业门店	内部可能免费打印；客流数据需重测
观察	演达二路—高尔夫路教育居住走廊	仅观察家长与成人校外需求	社区商业，不进 K-12 校内	手机限制、季节性 with 既有学校设备[S43][S44]

三台试点的正确组合

设备	点位原型	验证问题	成功信号	对照价值
A	成熟社区×夜间：驿站/洗衣/便利	家庭夜间急单能否支撑复购	20:00 后有自然订单，30 天复购≥15%	验证访谈提出的社区优先假设[S43]
B	商业就业×办事：坝尾或政务外圈	求职、合同、票据能否抬高客单	工作日白天与晚间都有订单，客单≥3.6 元	验证成年人高意图场景
C	厂外生活×宿舍：便利或生活服务店	入职、社保、夜班小单能否稳定	非单一招聘季，路线人工可控	验证制造业人口和夜间需求

首轮明确排除

- 全部 K-12 校内、学生宿舍封闭区，以及不能由成年人独立扫码付款的场景。

- 户外无雨棚、潮湿、高温暴晒、插座临时拉线、夜间无人且无基础监控的场地。
- 点位方要求固定租金+高比例分成、长期锁定、押金不可退或不同意撤机。
- 300—500 米内已有价格更低、营业更长、服务熟练的图文店或便利店代打，且没有夜间、排队或隐私缺口。
- 用户取件处可被旁人翻看，或店员能够访问历史文件和后台原件。

建议的巡检路线约束

三台设备最好形成单向 30—45 分钟内可完成的补货路线；任何需要单独跨区、难停车或夜间不能进入的点位，应把每月运维成本上调。第一个规模化单元不是“10 台”，而是“一条能一次补完的 5—8 台路线”。

6 客群 需求时刻与产品边界

客群	高频任务	需求时刻	可接受价值	优先级
求职/务工成年人	简历、证件、入职表、银行卡/身份证复印	面试前、入职当天、晚上	附近、马上出纸、无需 U 盘	高
家长/培训学员	报名材料、作业、准考证、练习资料	招生季、考试前、周末	聊天文件可打、模板清楚	高
社区居民/租客	租房合同、社保、报销、证件照、票据	下班后、临时办事前	夜间可用、隐私和退款可靠	高
小微商户/个体户	发票、合同、营业执照、价签	不固定、小批量	离店近、可重复打印	中高
高校/职校成年学员	资料、简历、证书	下课后、考前	扫码快、校外即取	第二阶段
教师/机构	整班试卷、教材、装订	周期性大批量	价格、装订、送货、对账	另做 B2B
K-12 学生本人	作业、试卷	放学后、考前	手机/支付/入校均不匹配	首轮排除

三个核心需求时刻

需求时刻	用户心声	功能组合	运营提示
急	“明早要交，现在店关门了”	扫码、聊天文件、A4、夜间取件	夜间在线率和简单指引比折扣重要
小	“只打一两张，不值得跑远”	1 页起、支付即打、小额退款	位置与可见性决定转化
近	“就在楼下/路上顺便拿”	附近点位、准确导航、状态真实	不要让用户到点才发现缺纸

产品边界

无人值守适合标准化、即时、小批量。需要排版修改、装订、盖章、涉密、复杂票证、高价值原件或 50 页以上批量时，应提示用户转人工服务；这不是丢单，而是降低失败、投诉和监管风险。

7 竞争地图与现场调研

公开网页无法可靠给出淡水每个候选点 300—500 米内的实时打印店、便利店代打、营业时间、价格和设备状态。新增访谈称自助机少但便利店几乎都有打印，并口述黑白可能为 1—2 元/张；这些说法尚未普查。[S43] 因此本计划不写“当地没有竞争”，而是先查清既有供给。

替代方案	优势	弱点	本项目应对
人工图文/复印店	低批量价、会排版、装订、现场协助	夜间关闭、排队、需要传文件给店员	打夜间与小急单；不硬拼 50 页以上
便利店代打/微信传店员	近、长营业、有人帮助，可能已有熟客	占店员工时、用户需转发文件、质量和价格不一	先当主要竞争者普查；对低效门店再谈店中机合作
家庭/办公室打印机	边际成本低、方便	很多家庭无设备或临时缺墨	覆盖偶发需求，不把高频家庭当主客群
其他二维码云打印	同样自助、可能已占点	品牌和稳定性参差	比较在线率、退款、文档兼容、点位独占
线上印刷+快递	大量便宜、品类多	不能立刻拿到	只争“今天/现在”

三天 30 店快查加七天候选点观察

任务	最低样本	采集字段	输出
成熟社区门店	15 家	现有打印、被询问次数、黑彩价、微信文件、夜间需求、合作意愿	社区供给与宿主池
厂外或办公门店	8 家	入职/合同需求、免费代打、开放时长、巡检距离	成人工作场景池
政务或车站外围	4 家	内部免费供给、办事材料、旅客急单、合法承载	办事交通场景池
图文店基准	3 家	A4 黑彩价、最低费、排版装订、等待与夜间	价格与能力基准
用户拦访	60—100 人	最近一次打印、页数、时间、来源、痛点、手机与微信支付	分客群需求频次

任务	最低样本	采集字段	输出
候选点观察	前 6 名×7 天	早中晚高意图、实际询问、店员代打、周末与夜间	选 3 个正式点和 1 个备用点

三个观察时段

- 早：07:00—09:00，观察上学/上班前的急单与证件材料。
- 中：11:30—13:30，观察商户、求职、办事与午间需求。
- 晚：16:30—19:30；另抽两天延长到 22:00，观察放学、下班与夜间替代缺口。

拦访只问六个问题

1. 过去 30 天打印过几次？最近一次打什么、几页、在什么时间？
2. 文件从哪里来：微信聊天、PDF、Word、照片、网页还是证件？
3. 当时选择哪里打印，走了多远、等了多久、花了多少钱？
4. 最不满意的是距离、营业时间、价格、隐私、不会操作还是打印效果？
5. 如果楼下/路边有扫码自助机，什么情况下会用？什么会让你不敢用？
6. 一页黑白 1 元、彩色 2 元是否可接受？若不可接受，什么价格或服务才会改变选择？

反偏差规则

不要问“你会不会用”，要问“你最近一次什么时候、在哪里、打了什么”。意愿回答常常乐观，过去行为、实际价格和到店观察更可靠。

便利店竞争与合作判定

现场情况	判断	动作
已有低价、熟练、全功能代打，店员愿意继续做	强替代供给	不投设备；记录为价格与服务基准
经常有人问，但店员嫌传文件、操作和售后麻烦	最佳潜在宿主	谈店中机或把既有打印机接入云打印，先测隐私与工时节省
没有设备，也很少有人询问	需求不足	不因长营业时间就投放
夜间有询问、附近图文店关闭、店主愿看护	存在时段缺口	进入 7—14 天短测候选

8 竞品口述与候选平台尽调

核心原则

同学家的案例只能用来学习，不能替代你对候选厂家的采购审计。不要让任何平台只挑最好看的机器；要求随机抽真实设备和运营者，核后台、支付、耗材、点位合同、维修工单，同时验证你方品牌/AppID/商户号/数据能否独立。

300 台 日赚 20 半年回本口述核验

1. 取得全量设备编号、上线日期、点位类型、当前状态；由本地运营者随机抽样，而非平台挑样。
2. 导出样本机连续 90 天：每日成功订单、GMV、黑白/彩色/照片张数、退款、免费补打、在线与故障时长。
3. 用相同期间的微信支付商户账单抽样核对到账、费率、退款；明确资金是否先到总部再结算。
4. 用纸张、墨水、相纸的采购发票和领用记录，反推付费页数是否合理。
5. 查看点位合同：固定租金、流水分成、电费、押金、进场费、场地损坏和撤机成本。
6. 查看维修工单、备件、喷头/废墨维护、人工和交通；把停机设备纳入平均数。
7. 随机实地访问至少 3 个点位，并联系至少 5 个独立运营者，核对后台数据、真实工作量和投诉。
8. 要求利润分层：销售额→材料毛利→扣点位后贡献→扣人工/平台/维修后的现金利润→扣折旧后的会计利润。

算术交叉检查

若“2500 元”真是全部落地投入，且从第一天起每天净赚 20 元，简单回本应是 125 天，约 4.2 个月，而不是半年。二者并非一定矛盾，但至少说明：爬坡期、机柜/控制器、停机、运维或“20 元究竟是流水还是净利润”没有讲清。

品牌与系统权属包

材料	需看到什么	拒绝/异常信号
运营主体	营业执照、统一社会信用代码、实际控制与关联方	只给品牌名，不给公司全称
小程序	“关于小程序”主体、APP 备案号、隐私政策、服务类目	页面主体与合同/收款完全不一致
支付	微信商户号主体、费率、结算周期、退款账户	要求个人码收款或资金长期沉淀总部
知识产权	商标、软件著作权、第三方平台授权与期限	只有截图，没有授权链
硬件	设备清单、序列号、CCC/合格证明、购置发票、保修	2500 元无法拆分、不给序列号

材料	需看到什么	拒绝/异常信号
软件与数据	服务 SLA、数据导出、文件删除、停服迁移、接口	不能导出逐笔订单；终止即丢数据
加盟合规	商务部备案、“两店一年”、提前 30 日披露（如适用）	用“设备销售”回避统一品牌和持续收费

合同底线

条款	建议写法	不可接受
期限	90 天试点；正式合同另签	一开始锁 3 年、自动续费
费用	逐项列设备、软件、支付、云存储、AI、提现和维护	“其他费用以平台规则为准”
数据	经营者可随时导出逐笔订单、退款、设备与结算	只能看汇总截图
定价	本地可在合规范围内调整；变更有通知期	平台单方改价或最低价
停服	封号/停服/重大故障有退款、迁移与数据返还	平台免责且不退设备款
设备	所有权、维修、备件、保修与第三方耗材影响明确	故障责任完全转嫁
退出	3 日通知可从试点点位撤机；合同终止可迁移数据	高额违约金、设备被锁死
隐私	平台与本地数据角色、删除、审计和事故通知	允许后台随意查看用户文件

如果合同实质是总部许可使用统一品牌、经营模式和系统，并持续收费或抽成，可能构成商业特许经营，应通过商务部系统核对备案并要求法定信息披露。[S23][S24] 是否构成特许经营看实质，不看合同标题。

9 点位筛选 商务谈判与签约

100 分评分表

维度	权重	满分证据	扣分/否决
真实打印意图	25	近店询问、过往打印、拦访与二维码登记形成数据	只有大人流，没有打印行为
客群匹配	15	成年人、可独立用微信支付、20人可用性闸机已过	以无手机的未成年人为主
竞争/时段缺口	10	图文店或便利店代打较弱，或夜间/周末关闭	已有低价长时且熟练的人工服务
可见与开放	10	必经位置、避雨、照明、开放≥14小时	藏在二楼、营业短
商务条件	15	≤15%实收分成、无保底/固定租金、可撤	租金+分成、不可撤
电源与网络	10	独立安全插座、稳定网络、断网方案	临时插排、频繁认证 Wi-Fi
许可/安全/隐私	10	书面授权、消防不受阻、取件不被翻看	共有区域无授权、阻塞通道
路线效率	5	与其他点同线，30 分钟内可响应	单独跨区、难停车

部署门槛

≥75 分可试点；65—74 分只做两周短测或备用；<65 分放弃。无书面许可、存在消防/用电隐患、无法保护取件隐私，任何一项直接否决，不用总分抵消。

建议走访顺序

顺序	片区	复合需求	现场第一问
1	成熟社区门岗外商业与驿站	居民、租客、家庭夜间、快递文件	过去 7 天问打印几次，谁提供，夜间是否未满足？
2	南门西街—坝尾商圈及社区	求职、办事、小商户、夜间生活	便利店与图文店分别如何收费和收文件？

顺序	片区	复合需求	现场第一问
3	惠阳站外圈—爱民东路—新桥生活区	旅客、求职入职、酒店、租房	合法商业点有多少真实急单与夜间缺口？
4	洋纳—新桥东部—古屋厂外生活圈	求职、入职、宿舍/出租屋、夜班	企业或劳务中介是否免费代打，巡检是否超路线？
5	政务中心与就业驿站外圈	办事材料、简历、证照、个体工商户	内部免费打印和外围收费服务各覆盖什么？
6	成人教育与职业培训外侧商业	成年学员、考证、家庭	真实到课频次与校外小单是否全年存在？
观察	K-12 学校周边	只记录家长外溢和既有供给	不谈进校、不计收入，核实手机与学校设备假设[S43][S44]

惠阳站公开客流数据主要来自 2023 年，南站保障房仍有建设信息，均不能当作已实现客流/入住。[S28][S29] 车站、政府大厅、就业驿站内部也可能已有免费打印或专门审批；首选其外侧权属清晰的商业承载点。

点位方 90 秒沟通话术

建议话术

“我们做的是微信扫码自助打印，主要补晚上和临时小单，占地小。试点 90 天，设备、耗材、客服和退款我们负责；您提供合适位置和电源。建议按扣除退款后的实收流水分成，不收保底租金，双方都可以提前 3 天撤机。先看真实数据，不让您承担设备风险。”

点位合同的 10 个字段

- 场地权利来源、精确位置和平面照片；共有区域须有合法决议/授权。
- 试点起止、进场安装、开放时长、双方提前 3 日退出与设备取回。
- 分成只按扣退款后的成功支付金额；建议 10%—15%，不设保底、不叠加固定租金。
- 电费/网络是否包含，若另计须有计量或封顶；不得用高额“电费包月”变相租金。
- 设备、耗材、货值所有权；被盗、恶意损坏、不可抗力与保险。
- 不得由店员登录后台浏览文件；只能协助指引和联系运营者。
- 消防、漏电、防水、照明、监控边界和禁止移动设备。
- 招牌尺寸、二维码与价格展示；校内/未成年人场所禁止商业广告。
- 投诉、退款、停机通知、应急断电和事故上报联系人。
- 结算周期、对账数据、发票/收据、税费承担和合同终止清算。

10 先 1 台验机再做 3 台 90 天试点

总体结构

阶段	时间	目标	允许改变	阶段闸门
封闭验机	D-14 ~ D0	用 1 台自有品牌样机做 50 笔功能单和 20 名新手测试	不公开营业	产品可用性与主体/支付/删除/设备 P0 全部通过
布点	D0	从前 6 名候选中选 3 备 1	只启用已签约成人场景	3 点≥75 分且无 K-12 校内
基线	D1 ~ D14	测自然需求和真实故障	只修故障，不大促	<4 单/日且无改善迹象→准备迁移
优化	D15 ~ D30	一次只改一个变量	位置、标识、教程、单个价格变量	≥10 保留；6—9.9 优化；<6 迁移
对照迁移	D31 ~ D60	保留强点，迁最弱一台	最弱点最多迁一次	比较迁前/迁后贡献与运维
稳定验证	D61 ~ D90	最后 28 天形成可扩张样本	尽量不改价/点位	至少 2/3 达到扩张阈值

上线前 14 天验收

验收包	最低动作	通过标准
产品	1 台自有品牌样机做不少于 50 笔功能订单；PDF/JPG/PNG、Word、照片、压缩包	预览与出纸一致；错误可识别
可用性	20 名首次用户独立完成扫码、选文件、预览、支付、取件	≥18 人完成；首扫≥95%；中位出纸≤3 分钟
价格	5/6、20/21、30/31、50/51 张；单双面；退款	确认页、扣款、退款、价目一致
故障	断网、断电、缺纸、卡纸、打印机离线、重复回调	不重复打印；不成功则可自动/快速退款
隐私	打印完成、失败、取消、超时、人工补打全链路	文件与本地缓存按策略删除；后台无任意浏览
点位	6 个候选×工作日/周末×早中晚观察	3 个≥75 分，另 1 个备用
合同	平台、支付、场地、数据、设备、退出	无隐藏费；数据可导；可撤机

D1 至 D14 基线期

- 三台使用同一基础价格、同款首屏指引和相近首单权益，避免把优惠差异误当点位差异。
- 每天记录：扫码会话、创建订单、成功支付、成功出纸、退款/补打、GMV、页数、彩色/照片占比、在线分钟。
- 每台初装 250 张 A4 与少量相纸；按纸量低于 30%、墨位/喷头告警或预测两天需求触发补货。
- 每周至少两次现场巡检；所有非计划停机和人工干预计入真实运营成本。
- 不发大额补贴、不让亲友刷单、不让点位员工代下单，保留自然转化基线。

D15 至 D60 单变量优化与迁移

问题	一次只试一项	观察 7 天	判断
看不见	设备前移/增加夜间灯箱或地贴	曝光→扫码率	曝光升而扫码不升，价值表达有问题
不会用	四步图示/二维码旁样例	扫码→下单率	下单升，保留教程
下单不付	费用拆分/预览/状态说明	下单→支付率	价格或信任问题
客单低	推广证件照/彩色而非涨基础价	客单、失败与投诉	毛利提升必须不牺牲成功率
量持续低	将最弱一台迁至备用点	迁前后同周期对照	迁移仍<6 单/日则撤

D61 至 D90 扩张判定

同时满足才扩张

至少 2/3 点位连续 28 天≥11 个成功订单/日；单机月经营现金利润≥600 元；预计总回本≤6—9 个月；点位分成≤15%；在线率≥98%；成功出纸率≥97%；退款/免费补打≤2%；30 天复购用户占比≥15%；无隐私、版权、监管或场地方投诉；逐笔数据可导出。扩张按每批 3—5 台进行，每批稳定运行至少 28 天再开下一批；明确禁止“一天新增一台”。

撤机 暂停与扩容

动作	触发条件
立即暂停	无书面许可；泄露身份证/银行卡等文件；消防/用电隐患；连续 3 天在线<90%；连续 3 天失败/退款>5%
迁移/撤机	14 个有效日<4 单且优化无效；连续 28 天<6 单；两个 14 天窗口现金利润≤0；预计回本>18 个月
拒绝续约	点位分成>20%，或分成外另收高固定租金；后台数据不可导；平台单方收费
扩容/换机	连续两月页量接近设备建议上限的 80%，或高峰持续排队；优先加设备/商用机，不长期顶格运行

11 获客 复购与季节运营

先把现场转化做好

触点	内容	设计要求	指标
设备正面	“微信扫码·聊天文件可打·支付后自动出纸”	大字、四步、实际起价、客服	路过→扫码
点位柜台	桌牌/收银小票提示	店员只指路，不接收文件	进店→扫码
小程序首屏	设备真状态、价格、预计时间、隐私承诺	离线时禁止误导支付	扫码→下单
订单完成	再次打印、发票、客服、立即删除文件	不默认加入营销群	成功→复购
社区/家长群	场地方许可下的便民通知	不刷屏、不诱导未成年人、不夸收益	群消息→首单

四步现场文案

示例（须按真实价格和功能调整）

① 微信扫码 ② 选择聊天文件/照片 ③ 预览并付款 ④ 机器自动出纸

黑白 A4 1 元起 | 不需要 U 盘 | 失败按规则原路退款 | 打印完成后文件自动删除 | 客服：〔填写〕

季节日历

时期	可能需求	运营动作	风险控制
5—8 月	招生、转学、居住/社保/证件材料	政务教育走廊加纸、模板提示	不宣称官方指定；证件功能须过合规
8—9 月	开学、作业、课表、家校文件	校外社区/培训点延长巡检	不进校促销、不向未成年人投广告
考试/招聘季	准考证、简历、证书、报名表	就业/培训/站点增加在线保障	清楚提示排版与尺寸
月末/报销期	发票、合同、票据附件	小商户场景提醒	发票版式与票证边界先确认
日常夜间	家庭小单、临时办事	主打长时可用和真在线	夜间故障响应与取件安全

优惠原则

- 首单券只覆盖体验成本，例如满 3 减 1；先观察自然订单一周再投放。
 - 不得让点位员工或代理通过自买自返制造订单；异常设备/账号要排除在 KPI 外。
 - 会员储值在试点期默认关闭，避免余额、退款和停服义务；先做无储值优惠券。
 - 推荐奖励只奖励真实完成且过退款期的首单，并控制层级；不设计拉人头代理。
 - 任何广告不得写“暴利、稳赚、半年必回本、平均每台日赚 20 元”，除非有可审计样本、成本口径和显著风险说明。
- [S25][S26]

三个推广脚本

对象	30 秒开场	下一步
社区/便利店老板	补充夜间便民服务，不占店员时间；试点按实收分成，无保底	看位置、电源、500 米竞争和合同权利
培训/成人教育机构	学员聊天文件、报名表、证书可即打，机构无需接收隐私文件	先在外部商业点或前台边界清楚的位置试
用户	附近扫码、价格先看、支付后自动出纸、失败有退款、文件按规则删除	完成第一单并收集实际体验

12 设备 耗材 巡检与客服 SOP

安装验收

项目	标准	留档
环境	室内/避雨、通风、远离直晒与潮湿；不占消防通道/消火栓	现场四向照片、平面图
电气	合规插座、接地与漏保；不串联插排；有浪涌保护	电工确认/安装单
网络	稳定 Wi- Fi 或蜂窝备份；无需每日人工认证	测速、断网测试
防盗	固定机柜/锁、门磁或开盖告警；优先用场地方已有监控	设备序列号、保管责任
隐私	取件口不朝拥挤队列；上一个订单文件不可见	隐私验收测试
状态	缺纸/离线/错误能上传后台；故障时停止接单	故障演示视频/日志
价格与客服	支付前完整价目；二维码、客服、退款与删除规则可见	上线页截图

每日 每周 每月

频率	动作	目标时长	异常升级
每日远程	在线、纸墨、待处理订单、退款、失败、收入	10 分钟/3 台	离线 15 分钟、连续 2 笔失败立即处理
每周现场	补纸、喷嘴检查、清洁、机柜/线缆、测试单、价签	15—25 分钟/点	色偏、条纹、重复卡纸→停彩色或停机
每周经营	漏斗、客单、分成、工时、点位反馈、实验复盘	60 分钟	只允许一个实验变量
每月	对账、耗材盘点、维修储备、合同/发票、隐私抽查	半天	后台与支付/耗材不匹配→审计
季度	设备健康、场地安全、数据权限、应急演练	每点 30 分钟	P0 问题未闭环不续约

库存与补货

- 每台设置“纸量低于 30%或不足预测 2 天用量”补货阈值；雨季纸张密封存放，避免受潮卡纸。
- 集中一条路线补货，记录每包纸、每瓶墨投入设备的日期和序列号，便于反推单页成本与异常流失。
- 首批备件至少含电源保护、网络模块替代、清洁耗材和一套密封墨水；是否需要备用打印机由 50 笔压力测试决定。
- 不因宣传“原装低成本”忽视喷头清洗、废墨、满版覆盖、照片废片、交通和人工。

故障处理树

故障	系统动作	客服动作	恢复后
设备离线/缺纸	立即停止新付款或显著提示	联系点位/巡检，未打印原路退款	做 1 笔测试单后恢复
卡纸/少页/重页	标记失败，保留非正文诊断日志	用户选退款或一次补打	检查纸路并计入废纸
预览与实物不符	保留转换版本/参数哈希	退款，复杂格式提示转 PDF	样本加入兼容测试集
重复扣款/重复打印	幂等锁、停机排查	立即退款多扣部分	审查支付回调与任务租约
文件/取件泄露	冻结相关任务和访问	通知负责人并按预案处置	完成事件调查、通知与整改

服务水平目标

指标	试点目标	红线
设备在线率	≥98%	连续 3 天<90%暂停
成功出纸率	≥97%	修复后仍<95%撤机
退款/免费补打率	≤2%	连续 3 天>5%暂停
故障首响	08:00—22:00 内≤10 分钟	无人响应导致重复投诉
普通故障退款	系统可核验时 5 分钟内发起原路退	不得以“机器故障不退”免责
隐私事件	0	任何真实泄露立即暂停相关点位

13 文件隐私 数据安全与高风险品类

该小程序明确处理身份证、户口本、银行卡、证件照、发票、合同、学生资料等内容，其中多类属于敏感个人信息；不满 14 周岁未成年人的个人信息也受特别保护。核心不是写一份长隐私政策，而是把文件生命周期做短、权限做小、删除做实。[S19][S30][S31]

必须画清的数据流

数据路径

自有品牌微信端 → 候选 OEM 后台 → 对象存储/CDN/OCR/转换 → 惠阳门店客户端 → 打印队列/设备缓存 → 自动删除；订单与支付元数据另行保存。每一个箭头都要写明主体、目的、权限、保存期、再委托和事故责任。

建议作为上线验收的内部标准

环节	建议标准	验证方法
传输/存储	全程 TLS、境内服务器、对象存储加密、短效下载地址	架构图、域名/IP、配置抽查
访问	指定设备拉取；运维默认不可看正文；高风险人工访问审批留痕	角色测试、审计日志
取件	随机订单/取件码，不公开姓名手机号；避免混放	现场模拟两笔并发订单
成功打印	立即触发删除，目标≤30 分钟清除云端/缩略图/本地缓存	测试文件哈希与删除日志
失败/取消	最长 24 小时自动删除；用户可点“立即删除”	超时任务与手动删除测试
二次使用	关闭默认 OCR、模型训练、营销画像和长期备份	隐私政策、SDK 清单、合同
日志	只记订单、状态、哈希和错误码，不记正文/敏感文件名	日志抽样
事故	冻结访问、保全非正文证据、通知、退款、整改	桌面演练与负责人

“30 分钟删除”是基于最短必要原则设计的内部目标，不是法律统一固定时限。依法需要较长保存的交易记录和安全日志，不等于可以把用户 PDF、身份证照片或本地打印缓存同步保存多年。

三层内容规则

层级	示例	处理
绝对不接	涉密文件、未公开考试材料、伪造证件/印章/票证、淫秽/赌博/恐怖内容、明显盗版整本教材、非法个人信息	界面禁止、用户承诺、举报与风险拦截
无人机不接/须人工合规核验	身份证/户口本/学历证、单位印章文件、票证、名片广告、批量教材试卷	本地书面口径前关闭；以后也不在无人点直接放开
普通接单	用户自有普通办公文件、简历、普通合同、作业、自有照片	最小化处理，打印后快速删除

不要用全面人工审查解决内容风险

安排员工浏览所有文件本身会扩大隐私风险。更合理的是：用户权利与合法性承诺、特殊品类默认关闭、页数/频次异常阈值、举报渠道、仅对授权的高风险任务人工复核；人工访问必须审批、限时、留痕。

摄像头边界

优先使用场地方已有安防系统。确需新增时由有经营管理责任的场地方依法安装和控制，镜头只对机器外部，不拍屏幕/出纸内容、不录音、不做人脸识别，并设置显著提示；教育机构和公共区域的视频系统另有严格要求。[S32]

14 单机单位经济与三情景模型

先讲结论

按竞品截图价格构造的基准订单结构、点位 15%分成、支付 0.6%、固定现金费用 280 元/月测算，现金盈亏平衡约 3.4 单/日；但要达到约 20 元/日现金利润，需要约 10.7 单/日，即管理上取整为 11 单/日。所有数字均为本项目假设，不是任何平台的历史实绩。

成本依据与建模值

项目	公开/理论值	试点建模值	注意
A4 纸	政府采购约 0.033—0.053 元/张	0.05 元/张	少量配送、受潮与品牌差异[S13]
黑色墨	GI-80 PGBK 198 元/6000 页 ≈0.033 元	黑白成品 0.09 元/张	含纸、清洗、覆盖与废印 [S10][S33]
彩色墨	CMY 444 元/7700 页≈0.058 元 (未含黑墨)	彩色成品 0.15 元/张	满版与照片必须实测[S34]
6 寸/证件照	相纸市场价差大	材料 1.00 元/张	暂估 0.8—1.5 元；AI 费另计
微信支付	费率按商户类型核定	0.6%收入	以实际商户后台为准
电费	打印机本体能耗很低	10 元/月/点	控制器、路由器和物业口径更关键[S14]
固定运维	无统一公开价	280 元/月/点	网络 30、巡检 150、维修 70、软件 20、电 10

每 100 个成功订单的基准客单结构

订单类型	假设	收入	直接成本
黑白文档	75 单×3 张×0.95 元	213.75 元	225×0.09=20.25 元
彩色文档	18 单×2 张×1.95 元	70.20 元	36×0.15=5.40 元
普通证件照/排版	5 单×10 元	50.00 元	约 5.00 元
智能证件照	2 单×15 元	30.00 元	约 2.00 元
合计	100 单	363.95 元	32.65 元

由此得到基准客单 $A \approx 3.64$ 元、每单直接成本 $C \approx 0.33$ 元、材料成本率约 9%。前 30 天必须用真实订单结构覆盖这组假设。

模型公式

月经营现金利润

$D \times 30 \times [A \times (1 - \text{支付费率 } f - \text{点位分成 } s - \text{税费率 } t) - \text{每单直接成本 } C] - \text{每月固定运营 } F - \text{固定场租 } R。$

现金回本月数=单机落地投入 $K \div$ 月经营现金利润；若利润 ≤ 0 ，则不存在回本期。

基准假设： $f=0.6\%$ 、 $s=15\%$ 、 t 暂未计、 $F=280$ 元、 $R=0$ 、 $K=8300$ 元（3 台标准方案的单机资产及软件分摊取整）；折旧暂按约 230 元/月。税费应由实际收款主体会计确认，所有结果均为税前。

低 基准 高三情景

指标	低	基准	高
日成功订单	4	12	25
客单价	3.00 元	3.64 元	4.50 元
每单直接成本	0.30 元	0.33 元	0.45 元
月销售额	360 元	1,310.40 元	3,375 元
月经营现金利润	-12.16 元	707.18 元	2,231 元
折算日现金利润	-0.41 元	23.57 元	74.37 元
会计利润/月 (扣约 230 折旧)	-242 元	477 元	2,001 元
8300 元简单回本	无	约 11.74 个月	约 3.72 个月

15 回本敏感性 三台预算与现金管理

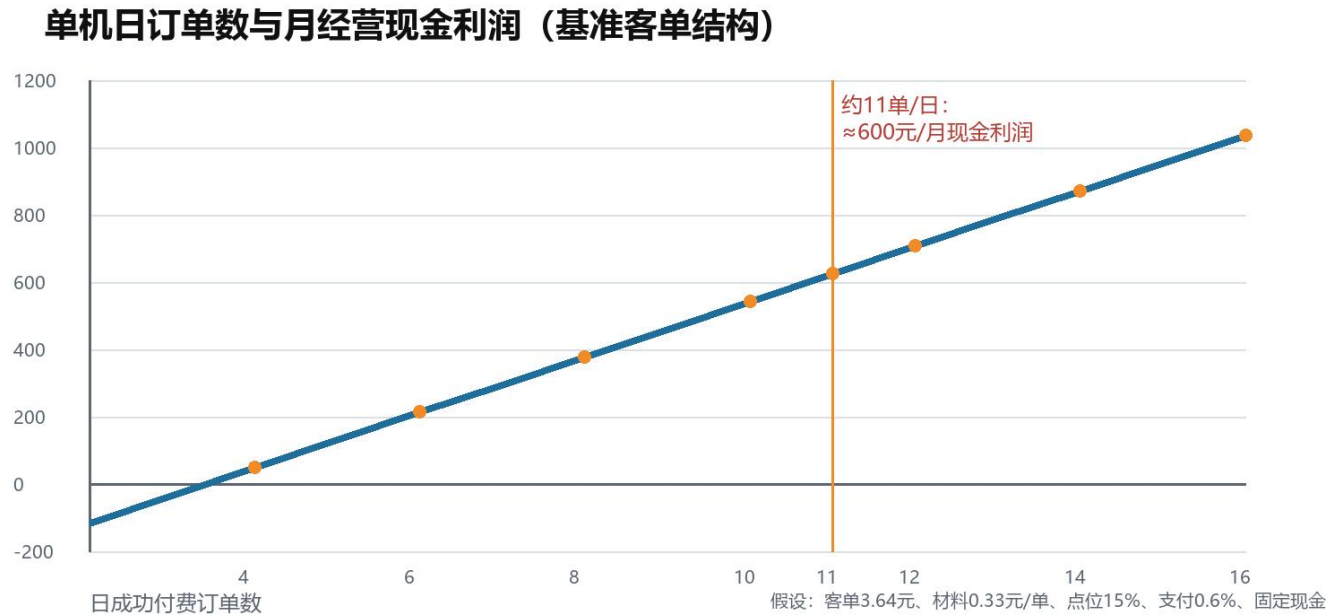


图 1 这是基于假设的敏感性曲线，不代表历史业绩；税费未计。

为什么不接受固定租金叠加分成

额外固定场租/月	基准 12 单/日的月现金利润	8300 元回本期	判断
0 元	707 元	11.7 个月	可试；仍需持续一年左右
300 元	407 元	20.4 个月	回本明显变慢
500 元	207 元	40.1 个月	不值得承担点位风险
800 元	-93 元	无	亏损

标准三台方案的单机落地投入

项目	暂估	证据状态	签约前动作
软件 OEM 分摊	2000 元	爱印通 6000 元公开价 ÷ 3[S45]	正式报价确认含税、部署、升级和服务器
Canon GX5580	3888 元	官方建议零售价[S59]	取得惠州授权渠道含税价与保修
云盒/锁柜/电源	1200 元	工程预算	按最终 BOM 三家报价

项目	暂估	证据状态	签约前动作
运费/安装/品牌	400 元	工程预算	取得淡水到场价
初始耗材	300 元	工程预算	纸、墨、维护盒列数量
备件与周转分摊	533 元	3 台共 1600 元	故障先换后修和 48 小时恢复
单机资产合计	约 8321 元	公开价+工程预算	财务模型取整 K=8300；正式报价替换
单机运营备用	1000 元	3 台共 3000 元	退款、维修、迁移、交通

三台试点授权上限

用途	金额	支付控制
软件 OEM	6,000 元	仅以爱印通公开价占位；按部署验收分期付款[S45]
3 台 GX5580	11,664 元	官方建议零售价占位；取得含税渠道价[S59]
云盒/锁柜/电源	3,600 元	按同一 BOM 比三家；不能只报总价
运装品牌+初始耗材	2,100 元	到惠州淡水、调试、贴膜、纸墨列明
备件/周转	1,600 元	维护盒、备用控制器、换机/送修缓冲
90 天运营备用金	3,000 元	不一次性转给平台；专款记录
总授权上限	28,000 元	上述合计约 27,964 元；含税报价超上限须重新批准

现金纪律

- 拒绝年度软件费、长期租金、不可退加盟押金在试点前一次付清。
- 所有设备有购置发票、序列号、资产标签；耗材进出、设备迁移和报废单独登记。
- 每周用支付账单核对订单后台；每月用页数核对纸墨消耗，差异超过 10%查明原因。
- 把本人时间按工时记录。即使试点模型只计 150 元/月巡检，也要同步计算“不付工资的隐形劳动”。
- 先算单机贡献，再算总部利润；不以总 GMV 掩盖亏损点位。

分批扩张闸门

阶段	前置条件	下一步上限
3 台试点后	至少 2/3 点位连续 28 天通过；数据可导；维修路线稳定；无 P0 合规问题	下一批只新增 3—5 台
每批稳定后	新增设备运行至少 28 天；≥80%单机现金为正；补货可成线；客服/备件能承载	再批 3—5 台，不按自然日连续铺设
任何阶段停止	平台不可审计、分成上升、隐私事故、监管否定、两批新点均低于 6 单/日	停止采购，整改或退出

16 合规路线图 八个硬闸门

本章是风险控制清单，不是正式法律意见。项目横跨线下打印、网络交易、文件和敏感信息处理、场地经营、特许加盟及内容服务；任何一个“只是打印机”的简化表述都会漏掉实质责任。

P0 闸门	上线前必须完成	未完成处理
1 经营主体	营业执照、小程序经营者、微信商户、发票与退款责任清楚	不营业、不代收
2 打印监管	向惠阳新闻出版/文化执法提交流程并取得书面口径	只做封闭测试；高风险品类关闭
3 小程序/网络	APP 备案、域名/ICP 备案、服务类目、主体展示合规	不向公众提供服务
4 支付/价格/退款	实名商户、完整价目、故障退款、电子发票路径	不使用个人收款码
5 文件/个人信息	数据流、角色合同、最短保存、删除、权限、事故预案	不上传真实敏感文件
6 特殊内容	禁印/人工核验/普通接单三层规则	关闭证件、票证、文库、批量
7 场地/消防/用电	场地权利、CCC、安装验收、漏保、消防通道、安全责任	不得安装
8 摄像头	优先用场地方现有系统；新增有合法主体和显著提示	本地运营者不得自行拍出纸内容

打印经营许可为何不能想当然

广东 2017 年已取消“经营复印、打印、影印业务审批”，改为事中事后监管；但 2024 修订的《印刷业管理条例》仍将打印纳入印刷经营活动，并对其他印刷品和承印制度提出要求。[S21][S22] 无人设备如何执行承印验证/登记，又如何与个人信息最小化协调，公开规则存在适用不确定性。

必须书面问清

向惠阳区新闻出版/版权或文化市场综合执法部门提交：设备型号、业务流程、价目表、小程序截图、文件保留、品类、总部接单/本地出纸结构。逐项询问普通 A4 是否无需许可、无人模式能否经营、是否要登记、证件票证/广告/试卷/文库如何处理。

书面口径取得前的试点白名单

可在封闭/批准试点中测试	默认关闭
用户自有普通 A4 办公文件、普通简历、普通合同、作业、自有照片	书籍/教材/整本资料、广告单/名片/包装、票证/证件/工作证、发票版式、印章文件、未公开试卷、文库下载与批量印刷

价格与消费者

- 支付前展示服务名、纸型、黑彩、单双面、页数、阶梯、附加费、优惠条件和总价；“1 元起”不能替代完整价目。
[S17]
- 断网、缺纸、卡纸、少页、错页、重复扣款应重打或退款；不得用“机器故障概不退款、最终解释权归平台”等格式条款免责。[S18]
- 定制打印可评估是否不适用七日无理由退货，但质量问题和未完成服务仍须承担责任。
- 试点期不做会员储值；若以后做，必须有电子合同、余额查询、停业退还和清晰退款。

小程序与文库

小程序属于移动互联网应用程序备案范围，应显著展示备案编号并链接查询；域名、服务器、ICP 备案和实际主办者应一致。[S15][S35] “文库”若向公众提供经编辑、编排、汇集的数字文献数据库，可能触及网络出版与版权；未取得总部版权链和主管部门明确口径前，惠阳版本关闭文库。[S36]

17 学校 小区 加盟与收益宣传规则

为什么首轮排除全部 K-12 校内

新增聊天中“小学生没手机”“老师一次要打印全班资料”“学校办公室已有打印机”都只是访谈线索，须向学生家长、教师、校方和周边门店分别核验。[S43] 但当前已知产品依赖微信扫码，而教育部要求中小學生原则上不得将个人手机带入校园，确有需要带入的须统一保管，学校也不得用手机布置作业。[S44] 因此当前扫码路径与 K-12 日常管理存在直接冲突，首轮不纳入点位或收入预测。

事项	风险	最低要求
场地	行政事业性国有资产出租/出借或商业服务准入	学校集体决策、教育/财政国资程序，必要时公开遴选
采购	学校购买设备/服务可能进入政府采购	不得凭教师或熟人同意进场
收费	学生直接付款可能触及收费和自愿选择	不得强制使用，保留其他选择，不转化为学校收费
广告	中小学和幼儿园内不得开展商业广告	只保留经营主体、价格、操作、安全、隐私和客服必要信息
产品入口	扫码小程序依赖学生持有并使用手机	当前版本首轮排除；无手机模式须实机验证
未成年人	支付、单独同意/监护人、画像	不采班级学号等非必要信息；不做储值拉新
廉洁	个人介绍费/回扣风险	只向有权主体支付合同内、可开票、入账的场地费/分成

即使以后增加校园卡、纸质码、家长代付或管理员代打，也只解决入口，不等于获准进校。公办学校将国有场地用于设备经营，还可能涉及资产出租、评估、公开程序和收入入账。[S37][S38] 正确顺序是先 在成人校外场景证明需求与稳定性，再带审计数据和合规包接触学校后勤/采购，而不是从“找教育局打点”开始。

校园相关需求必须分成两条业务线

业务线	客户与用途	合同和操作	本轮处理
学生零售自助	未成年人个人作业与资料	须有合法准入、无手机可用、家长知情、替代渠道与最小化收集	不做，不计收入

业务线	客户与用途	合同和操作	本轮处理
教师办公室 B2B	整班材料、校务文件、授权试卷	由学校依法签约、对公结算开票、限定人员，敏感材料走校方隔离流程	另立项目，不能套用无人零售模型
高校或职校成人场景	成年学员资料、简历、考证	先从校外商业点验证，再评估校内准入	可作为第二阶段
学校周边社区服务	家长与居民的校外小单	按普通成人门店场景运营，不使用学校背书	可纳入社区点普查

小区共有区域

大厅、架空层、楼道等共有部分用于经营，单独取得物业经理签字并不当然充分。《民法典》对共有部分经营设置业主共同决定门槛，收益扣除合理成本后归业主共有。[S39] 因此首选门岗外独立商铺、快递站或便利店；如进共有区，核验业主大会决议、物业授权、收益归属和公示。

加盟与收益宣传

事项	核验	底线
商业特许经营	商务部备案、两店一年、提前 30 日披露、解除期	无材料不付加盟费[S23][S24]
商标/软件	注册商标、软著、白标/第三方授权链	无权属不得长期经营
运营业绩	中位数、25/75 分位、停机/撤机/亏损机，不只平均	没有随机原始数据不写收益
招商广告	样本、期间、成本、口径、风险完整	禁止保证未来收益或“稳赚回本” [S25]
代理红包	一层真实成交奖励、反作弊、税务与退款	不以拉人头/多层代理为主要收益

真实判例提醒

最高人民法院 2026 年发布的特许经营典型案例中，特许人用无凭证的经营收益宣传被认定为欺诈并导致合同撤销。聊天里的“日赚 20、半年回本”在没有报表、发票和成本口径前，不能复制到招募或点位谈判材料。[S26]

需取得本地书面确认的部门

对象	核心问题
惠阳新闻出版/版权或文化市场综合执法	无人普通 A4、承印登记、许可、高风险品类、文库、总部远程接单的监管口径
惠阳市场监督管理	经营范围、多固定点位是否登记、主体展示、价目与退款
广东通信管理/微信平台	小程序 APP 备案、ICP、服务类目与可能的增值电信要求
公安网安	平台等保定级/备案、网络安全日志与运营端责任
教育/财政国资	以后进公办学校的审批、资产、采购、收费、广告与未成年人要求
税务	收款主体、打印/摄影/平台/租赁/分成的发票和税务处理
场地方/消防责任单位	用电、消防条件、人员密集场所安装和保险

18 组织方式 数据看板与风险台账

最小团队分工

角色	试点期职责	每周产出
项目负责人/本地运营	点位、合同、资金、巡检路线、扩撒决策	点位评分、现金表、问题关闭
平台技术/客服	小程序、文件、设备状态、退款、隐私与故障	SLA、故障清单、删除审计
点位联系人	提供开放与基础看护，只做操作指引	停电/移动/异常反馈
兼职巡检/备援	补纸、清洁、测试、应急替换	巡检单、耗材单、照片
会计/法律外部支持	税务、合同、发票、加盟与监管咨询	书面意见/申报记录

单机日看板

类别	指标	公式/口径	目标
流量	扫码→下单→支付→出纸	各环节去重用户/订单	逐周改善，不以刷单优化
收入	GMV、客单、品类占比	扣退款后的成功支付	基准客单≥3.6 元
需求	成功订单/日	有效营业日平均	扩张约≥11；撤机<6
质量	成功出纸率	完整正确订单/已支付订单	≥97%
稳定	在线率	可接单分钟/计划营业分钟	≥98%
售后	退款+免费补打率	相关订单/支付订单	≤2%
复购	30 天复购用户占比	窗口内≥2 单用户/付费用户	≥15%
经济	月经营现金利润	按第 14 章公式	≥600 元/点
运维	人工分钟/100 单	巡检+客服+故障	持续下降

风险登记表

风险	概率/影响	前置信号	应对	负责人
平台数据/资金锁定	中/高	不给导出、结算拖延	独立对账、合同退出与停服条款	负责人

内部决策材料 关键经营数字均需由实地试点与合同核验

风险	概率/影响	前置信号	应对	负责人
点位低需求	高/中	<4 单/日、扫码低	7 天调研、单变量优化、迁移	运营
扫码入口与客群不匹配	高/中	不会扫、无手机、频繁求助、支付中断	20 人闸门；排除 K-12；优化二维码和教程	产品/运营
便利店供给误判	高/中	门店已熟练代打、价格低、用户无缺口	30 店普查；强竞争点不投，低效门店谈合作	市场
文件泄露	低/极高	后台可预览、缓存不删	最短保存、权限、审计、立即暂停	平台
打印监管不明确	中/高	部门口径冲突	书面咨询、白名单、关闭高风险品类	负责人/律师
故障与退款	中/高	在线/成功率下降	告警、备用、自动退款、SLA	平台/运营
场地权限/消防	中/高	仅口头同意、临时拉线	书面授权、电工验收、一票否决	运营/场方
虚假收益宣传	中/高	用最好点位或流水代利润	原始数据、统一口径、禁保证	负责人
侵权/禁印内容	中/高	整本教材、票证、试卷	三层规则、数量阈值、举报	平台
旺季假象	高/中	招生季突增后归零	90 天跨周期、最后 28 天稳定观察	分析

19 12 周执行日历与责任清单

周	市场/点位	产品/合规	经营/数据	交付物
预备-2	3 天 30 店快查、用户拦访	主体/备案/支付/加盟材料	建立可替换财务表	便利店供给图、候选池
预备-1	前 6 点深访、谈 3+1	1 台自有品牌样机做 50 笔功能单和 20 名新手测试	核算预算与资产	产品 Go/No-Go 签字
W1	通过验机后安装 3 个成人点	白名单上线、客服与退款	自然基线	安装验收与日看板
W2	继续观察、无大促	修 P0/P1 故障	14 天初筛	保留/优化/迁移预案
W3	仅改可见或教程 1 项	核对状态真实性	7 天 A/B 前后对照	实验记录
W4	谈备用点	检查价格与隐私	30 天决策	弱点迁移单
W5	最弱点迁移一次	重新安装验收	迁前后比较	迁移评估
W6	路线优化	缺纸/离线告警	工时/100 单	运维路线
W7	点位方中期访谈	兼容问题修复	客单与品类	中期复盘
W8	锁定点位，不再频繁改	安全/删除抽查	稳定期开始	稳定基线
W9	轻量季节推广	不新增高风险功能	复购窗口	渠道报告
W10	续约条件预谈	合同问题清单	现金利润	续约草案
W11	现场复查	应急演练	敏感性更新	P0 闭环证据
W12	点位签/撤/迁结论	平台与合规终审	扩张闸门	下一批 3—5 台决策

每天收盘的 5 分钟动作

1. 确认所有已启用设备在线、纸墨、待处理和故障，不让“假在线”过夜。
2. 对账成功支付、成功出纸、退款/补打，异常订单当天关闭。
3. 记录发生的人工分钟、交通和耗材，不把自己的时间当免费。
4. 把用户投诉归入：不会用、价格、兼容、质量、隐私、点位六类。
5. 只在实验表登记第二天要改的一项；没有明确假设就不改。

每周决策会只回答七个问题

1. 本周每台成功订单/日和 30 天趋势是什么？
2. 从扫码到出纸，最大流失发生在哪一步？

- 3. 现金利润是否为正？若为负，是点位、客单、分成还是故障？
- 4. 失败、退款和人工时间最大的三个原因是什么？
- 5. 当前实验只改变了一个变量吗，结果可信么？
- 6. 有无 P0 合规、安全、隐私或场地问题，是否应立即暂停？
- 7. 下周对每台做保留、优化、迁移、暂停还是扩容？

W12 决策模板

结论	适用条件	动作
GO 下一批 3—5 台	≥2 台通过全部经营与合规闸门	按强原型成批复制；运行 28 天后再审下一批
ITERATE：继续 3 台	有 1 台强、1 台临界；平台/点位问题可修	再给 30 天，禁止新增资产
PIVOT 改场景	社区、商业就业或厂外场景差异显著	只复制强原型，淘汰弱原型
STOP：停止	无点位达到现金门槛；平台不可审计；P0 风险不能解决	撤机、结算、删除数据、复盘，不追加投入

20 现场可直接使用的表单

点位初访记录卡

字段	填写
点位名称/地址/联系人	
店型与开放时间	
三个观察时段人流/进店/高意图人数	早： 中： 晚：
300/500 米竞争店与价格	
便利店是否已有代打及近 7 天询问次数	已有/没有： 询问约： 次
用户最近一次打印的任务/页数/时间	
成年人手机与扫码独立完成情况	可用比例： 常见卡点：
位置、面积、避雨、照明、取件隐私	
电源、漏保、网络、消防、现有监控	
分成/租金/电费/押金/退出	
8 维评分与一票否决	总分： 否决项：
结论	☐ 试点 ☐ 短测 ☐ 备用 ☐ 放弃 原因：

首次用户可用性测试表

用户编号	手机系统	文件来源	首次扫码	10 秒打开	独立完成	总时长	卡点或错误
01			☐ 是 ☐ 否	☐ 是 ☐ 否	☐ 是 ☐ 否	分 秒	
02			☐ 是 ☐ 否	☐ 是 ☐ 否	☐ 是 ☐ 否	分 秒	
...							共记录 20 人
汇总	安卓 / iPhone	微信/PDF/相册/ 其他	/20	/20	/20	中位 分 秒	是否过闸门： ☐ 是 ☐ 否

设备每日运营表

日期	点位	在线率	扫码	支付单	出纸单	GMV	退款/补打	人工分钟	异常

平台签约前最后 16 问

#	问题	#	问题
1	报价分别包含软件/打印机/云盒/机柜/税运安装/耗材/保修什么？	9	扫描是手机或实体硬件？能否完全脱离手机操作？
2	所有加盟、软件、云存储、AI、提现、流水费用？	10	打印失败自动退款吗，谁承担废纸与手续费？
3	钱到谁商户号、多久结算、能否独立对账？	11	喷头/废墨/主板/控制器故障率、价格与 SLA？
4	能否下载逐笔订单、退款、在线、耗材数据？	12	第三方纸墨是否影响保修？
5	本地能否自主定价，平台能否单方改费？	13	系统停服/小程序封禁时如何退款、迁移？
6	文件在哪里、多久删、后台谁可看？	14	退出后设备可否脱离平台继续使用？
7	身份证等敏感文件的单独同意和删除？	15	商标、软件、APP 备案、特许经营材料？
8	5/6、20/21、30/31、50/51 阶梯如何计？	16	能否随机抽机给 90 天原始流水而非宣传截图？

21 厂家 商品与自有品牌采购建议

条件性首选

首轮采用“自有品牌软件 OEM + 标准品牌打印机 + 简洁室内机柜/云盒”的可拆分架构。公开证据下，爱印通独立门店版因 6000 元/终生 OEM、自营品牌、独立收款与多门店能力，列为第一顺位洽谈；印点点因深圳本地、明确支持 OEM 列为同口径压价对象；飞登列为功能和本地服务备选。完整大机柜另向磐众、My 印和硕远询价，不把软件价、加盟价或广告占位价误当整机落地价。[S45][S47][S49][S50][S52][S56]

先确定你真正要买的三层产品

层	你要买到什么	所有权/合同底线	本轮优先供应商
1 品牌与交易	商标、域名、小程序 AppID、公众号、微信支付商户号	全部注册在你方主体；厂家仅获必要运营权限	你方自行申请，厂家协助部署
2 云打印系统	上传、解析、预览、计价、支付、队列、退款、删除、后台	我方品牌、直收款、数据导出、可迁移、费用锁定	爱印通/印点点/飞登三选一
3 现场硬件	打印机、云盒/工控机、路由、电源保护、锁柜、标识	型号/BOM/序列号/发票清楚；退出平台仍可处置	Canon/Epson + 本地机柜；或磐众/My 印整机

自有品牌控制权五件套

资产	必须写进合同	拒绝情形
品牌	你的品牌名、Logo 和商标由你方持有；厂商不得抢注	只能挂厂家或同学品牌
入口	小程序 AppID、公众号、域名、备案账号归你方	只给二维码、不交管理员
资金	每笔订单进入你方微信支付商户号，退款由你方可审计	先到平台钱包、提现规则不透明
数据	订单/退款/在线/耗材数据可随时 CSV 导出；文件打印后快速删除	只看汇总、文件长期保存或二次使用
退出	停服后可导出数据、迁移域名和小程序，硬件可改接其他系统	退出即锁机、强制耗材或高额迁移费

软件 OEM 厂家桌面比选

下表是截至 2026-09-10 的公开页面筛选，不是验收结论。分数只用于安排洽谈顺序；样机、正式报价、合同、现有客户回访任一项不通过，排名应立即调整。

候选	公开价格	自有品牌/收款	功能与适配	公开证据评分	本轮结论
爱印通 厦门米应	独立门店版 6000 元/终生 OEM；旗舰 10 万元	明确自营品牌/Logo；官网称独立收款直清	电脑+公众号+小程序+专属服务器；文档/照片/证件照/复印/多店	88/100	第一顺位；先核 AppID、服务器和退出
印点点 深圳	未公开，须询 1/3/10/20 台	明确支持 OEM、DIY 专属品牌；直收款需书面确认	普通打印机升级；微信/QQ/PC/平板；社区/便利店	81/100	第二顺位；广东服务优势
飞登云印 广州	未公开；政府采购同品牌定制机 7500 元仅作锚点	功能定制公开；Logo/AppID/商户号待确认	打印/复印/证照/照片，多入口和后台监控	68/100	功能备选；公司与案例尽调加严
七彩云印 聚能云	喷墨无柜 1099、有柜 1399；平台费低至 3%	未见独立品牌与主体完整披露	云盒+喷墨/柜；激光方案为租赁	46/100	只可低价样机对照，不作首选

评分权重：自有品牌与控制权 25、支付与数据退出 20、功能与可靠性 20、价格透明 15、本地服务 10、扩量能力 10。供应商自述不等于第三方验收；爱印通 88 分仍是“条件性首选”，不是可以直接付款的定论。

爱印通 透明价格的第一顺位软件 OEM



爱印通定制版示意图 | 厦门米应科技有限公司官网素材 [打开官方产品页/询价页](#)

已公开	为什么适合你	付款前必须核
独立门店版 6000 元/终生 OEM；电脑端+公众号+小程序+专属服务器；可增门店、自营品牌[S45]	3 台试点的软件成本明确；可先把品牌、入口和收款做成自己的	6000 是否含税；小程序 AppID/域名/SSL/服务器账户归属；云盒和打印机另价；升级/短信/存储/接口费
官网称交易由支付机构直接清算至商家银行卡 [S45]	避免资金先进入厂家钱包	必须用你方微信支付商户号实测支付、退款、对账；写入合同，不接受口头承诺

联系：400-0592-600；service@iyint.com；厦门市思明区湖滨东路 11 号 1706-1 室。[S46]

印点点 广东本地的 OEM 压价对象



印点点自助打印设备与手机端示意 | 深圳市印点点科技有限公司官网素材 [打开官方产品页/询价页](#)

官网明确“支持 OEM，DIY 自己专属的打印品牌”，可把普通打印机升级为自助机，支持微信、QQ、PC、平板等入口以及文档、照片、证件照；社区/便利店正是其公开场景。[S47] 价格未公开，所以必须与爱印通使用同一 RFQ 比较总拥有成本，而不是只问“机器多少钱”。

联系：400-805-6601；ydd@yindd.cn；深圳市南山区桃源街道平山社区珠光北路 88 号明亮科技园 1 栋 302。[S48]

飞登云印 功能广但公开历史较短



飞登云印一体机展示 | 广州飞登信息科技有限公司官网素材 [打开官方产品页/询价页](#)

官网展示打印、复印、证照、照片、Word/PPT/PDF/Excel/JPG/PNG、多端上传、自动支付、设备告警和功能定制；但没有公开精确价格、品牌白标条款、办公/工厂完整信息和小程序归属。[S49] 吉林省政府采购中“飞登 定制”一站式自助打印机 7500 元/台可作成交锚点，但配置与社区机未必相同，不能直接照搬。[S50]

联系：自助机合作 17665195806（傅经理）；图文店/广告合作 13178873187（黄经理）。首轮要求现场看同配置设备、后台和 3 个持续运营点。

完整机柜与源头硬件厂家比选

厂家/产品	公开价或锚点	功能/OEM	适用判断
My 印 M2CPRO 广州麦浪	官网实物标价 7900 元	4G、触屏、机柜、GX 系列打印机画面；白标未明	公开价完整机候选；先核 7900 包含项和自有品牌权[S51]
磐众自助复印打印一体机 广州南沙	询价	打印/复印/扫描/支付/云管；外观、尺寸、Logo、户外结构可定制	明确源头厂；第二阶段或复杂场景首选[S52][S53]
硕远 SY-ZOB 广州番禺	第三方旧/异配锚点 9180—23500 元	本机复印、U 盘、身份证、扫码、投币、Web/App 后台，可丝印 Logo	配置较老且价差大；只作高配备选[S54][S64][S65]
喜仕达 佛山顺德	官网询价；B2B 外贸参考约 810—1258 美元	机柜/触控/打印模块 OEM/ODM，软件能力待集成	纯硬件柜体扩量备选，不单独当云打印系统[S55]
证照通/易触得 深圳龙岗	公开卖家旧价 19800 元，品牌官网面议	打印/复印/证照/支付；关联主体需核价	证件照或高配场景；不能当独立两家报价[S57]

内部决策材料 关键经营数字均需由实地试点与合同核验

厂家/产品	公开价或锚点	功能/OEM	适用判断
百步印社 深圳	未公开设备价；官网披露平台+运营合计 16%营收费	成熟运营/加盟，不见白标	仅作竞品和托管模式基准，不适合自有品牌[S58]

My 印 M2CPRO 7900 元公开标价候选



My 印 M2CPRO 产品主图 | 官网标价 7900 元；是否含完整 BOM、软件和税运仍须复询 [打开官方产品页/询价页](#)

优点是广东厂家、官网有清晰实物产品价格，比纯“面议”更便于谈判；风险是页面未明确 7900 元是否包含打印引擎、云平台授权、支付/服务器、机柜、4G 流量、税票与惠州安装，也未公开允许换成你的品牌。只有在“自有 Logo+你方 AppID+你方商户号+数据可导+上述组件全含”五项书面确认后，才进入样机候选。[S51]

磐众 适合高配整机和后续定制

The graphic is a promotional image for a 'Self-Service Printer'. It features a white and grey machine with a blue screen and a paper output slot. To the left of the machine, there are four blue buttons with white text and green checkmarks: 'Document Printing', 'Intelligent Copying', 'Mobile Printing', and 'Document Scanning'. Above the machine, the text 'Self-Service Printer' is written in large, bold, black letters. Below the machine, the text 'Full self-service operation' is written in white on a dark blue background, followed by 'Can be deployed in a variety of scenarios' in white on an orange background. The machine itself has a small screen displaying a QR code and some text, and a paper output slot at the top. The overall design is clean and professional, with a focus on the machine's capabilities and ease of use.

Self-Service Printer

- ✓ Document Printing
- ✓ Intelligent Copying
- ✓ Mobile Printing
- ✓ Document Scanning

Full self-service operation
Can be deployed in a variety of scenarios

磐众自助复印打印一体机 | 源头厂公开产品图 [打开官方产品页/询价页](#)

公开产品页写明打印、复印、扫描、支付与云后台，黑白 ≥ 30 页/分、彩色 ≥ 15 页/分，可远程看缺纸/卡纸/交易并改费率，支持 Logo、外观、尺寸、机身/屏幕文案及户外结构定制，整机质保 1 年。[S52] 官网还披露广州南沙 8000 m² 工厂和生产中心地址，但这些仍应实地看厂、核营业执照和生产线。[S53]

联系：020-31079887 / 13825183122；nicole@sinao.com；广州市南沙区东涌镇马骏街 89 号哲铭科创园。要求分别报 1/3/10/20 台同一 BOM 的含税到场价。

低价套装只能做风险对照



七彩云印喷墨有机柜套装 | 官网公开价 1399 元 [打开官方产品页/询价页](#)

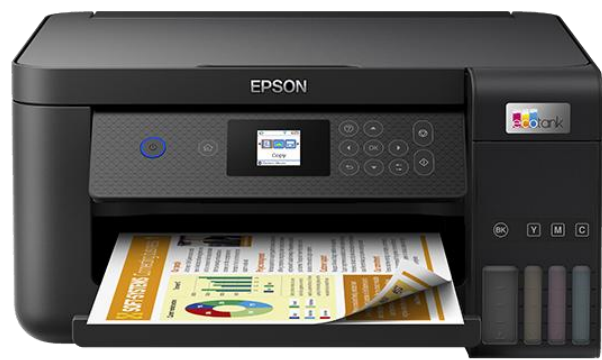
官网写喷墨无柜 1099 元、有柜 1399 元，激光无屏 499 元/有屏 1299 元，但激光打印机是按月或印量租赁，购机方案另有“低至 3%”平台费；网站只展示“聚能云”和 ICP 备案，未在页面清晰披露完整开票法律主体。[S56] 因此 1399 元不能与“6000 元软件 OEM+自购打印机”直接横比，更不能据此推断可做你的独立品牌。除非对方先交营业执照、公章报价、打印机确切型号、费用全表和品牌/数据条款，否则不付款。

基础打印机选型

型号	官方参考价	关键能力	本项目判断
Canon GX5580	建议零售价 3888 元	全颜料；24/15.5 ipm；自动双面；600 张进纸；月最大 45000 页；网线+双频 Wi-Fi	标准 3 台首选；文档耐久和无人值守更稳，但无扫描器[S59]
Canon G5080	建议零售价 1818 元；官方商城显示下架/无货	13/6.8 ipm；自动双面；月最大 5000 页；无扫描器	只作兼容验证；供应连续性和废墨送修不利无人值守[S60][S67]
Epson L4268	建议零售价 1999 元	打印/扫描/复印、自动双面、Wi-Fi；标称黑 7500/彩 6000 页	1 台室内验证可选；家用定位、无 ADF/网口劣势要压测[S61]
Epson L8058	建议零售价 2999 元	6 色照片；4×6 照片约 25 秒；无自动双面/扫描	只在照片订单被验证后作为第二台专机[S62]



Canon GX5580 官方产品图 | 标准文档型首选 [打开官方产品页/询价页](#)



Epson L4268 官方产品图 | 低成本样机备选 [打开官方产品页/询价页](#)

重要边界：打印机自带“扫描/复印”不等于小程序可自动调用实体扫描器；反之，无扫描器的 GX5580 也可能通过手机拍照矫正实现页面所称“扫描复印”。所有复印、证件和自动退款功能都必须在最终系统+云盒+驱动组合上实测。

推荐单柜 BOM 与工程预算

模块	建议规格	单柜预算	验收重点
文档打印机	GX5580；验证阶段可用 L4268	1999—3888 元	新机、序列号、发票、静默打印、官方保修
本地控制器	N100 级低功耗迷你 PC/工控机；8GB+128—256GB；来电自启/看门狗	700—1100 元	驱动锁版、任务幂等、本地缓存加密、15 分钟内删除
网络	有线路由为主，4G/5G 备链；打印网与访客网隔离	200—450 元	断网重连、远程 VPN、不得把打印机暴露公网
柜体	钢制锁柜、独立维修门、取件防反掏、可拆防尘网、防倾倒固定	700—1900 元	用户够不到纸盒/墨仓/线缆；出纸不卡滞
电气	漏保、浪涌、分路空开；控制器/打印机独立受控	150—300 元	接地、过载、来电恢复；打印/清洗时禁止硬断电
UPS	600—1000VA，优先保控制器和路由	250—450 元	按打印机峰值实测是否带载；安全关机
传感/告警	柜门、温湿度、烟雾/漏水、状态灯	120—250 元	后台心跳、开门与高湿告警

模块	建议规格	单柜预算	验收重点
初始备件/耗材	原装墨水、维护盒、A4 纸、照片纸、网线/USB 线、清洁工具	300—1000 元	耗材批次、入机日期、页数与库存可追溯
标识与装测	价格、隐私、客服、二维码；布线、固定、烧机、到场安装	500—1250 元	扫码易见但不贴他牌；四向照片和安装单留档

惠阳高温高湿环境的柜体要求

- 首轮优先室内，不靠窗、不受阳光直晒、不进雨；进出风道配可换防尘网，打印机底板调平。
- A4 纸放相对密封储纸区；温湿度连续记录，高湿报警后换密封纸并检查双面纸路。
- 维修门与用户取件口分离，出纸仓设置防反掏挡片；证件/文件不得遗留在前一用户可见位置。
- 所有插座、漏保、浪涌和柜体接地由合格人员安装，现场不得用多个插排串联。

7 天 500 页实验室烧机

测试构成	故障模拟	通过线
60%黑白单面、20%黑白双面、15%彩色文档、5%照片/特殊介质	≥10 次断网恢复；≥10 次正常断电/来电自启	支付后打印成功率≥97%；在线率≥99%
50 笔覆盖 PDF/Office/JPG/PNG/压缩包、长文档、边界页数和退款	缺纸、卡纸、缺墨、维护盒报警、柜门打开、支付后失败	卡纸率<0.3%；异常自动恢复率≥95%
连续相邻用户和重复支付回调	任务重试、控制器重启、厂家后台断连	0 串页/混页/重复打印；订单、页数、退款可对账
含身份证照片、合同等合成测试文件	任务成功/取消/超时三种路径	缓存按规则删除；后台无未经授权正文可见

三套采购篮子

方案	构成	含备用金预算	适合情形	决定
A 1 台自有品牌样机	OEM 软件 6000 + L4268/GX5580 1999—3888 + 云盒/筒柜 1200 + 安装耗材 约 800 + 备用 2000	约 12,000—13,900 元	先证明系统可用；优先争取厂家试用/分期，使授权≤12,000	现在执行询价；未谈到≤12,000 则先借机验软

方案	构成	含备用金预算	适合情形	决定
B 3 台标准室内试点 推荐	爱印通公开 OEM6000 + 3×GX5580 11664 + 云盒/锁柜/电源 3600 + 运装品牌 1200 + 耗材 900 + 备件 1600 + 运营备用 3000	约 27,964 元，授权上限 28,000 元	成熟社区、成人商业、厂外生活圈；拥有品牌和设备	功能/合同/样机过闸后采购
C 3 台触屏完整机柜	按 My 印官网 7900×3 作商品锚点，另计未含软件、税运、安装、备件和备用金	至少 30,000—38,000 元；以正式 BOM 为准	确需触屏、实体扫描/复印、户外防护或机构形象	首轮不建议；第二阶段再比磐众/硕远

价格判断

就“自己的品牌、三台社区试点”而言，目前最可执行的不是最低网页标价，而是方案 B：软件和硬件可拆、AppID 与商户号在你手里、总预算可封顶。方案 A 用于压低首次学习成本；方案 C 功能最全，但首轮会把本该验证的点位需求和高昂机柜成本混在一起。

发给所有厂家的统一询价文本

您好，我准备在惠州市惠阳区淡水先做 3 台“自有品牌、名称待定”的社区/便利店自助云打印试点，数据达标后扩到 20 台以上。请分别按 A：现成 A4 打印机+云盒/系统；B：带打印/复印/扫描/证件照的完整机柜，提供 1/3/10/20 台含税、含运到惠阳淡水、安装调试的阶梯报价。请列明：①开票和质保法律主体；②完整 BOM 与打印机品牌型号、黑彩速度、双面、纸盒容量、耗材型号/单页成本；③我方 Logo、域名、公众号、小程序 AppID、后台 OEM 及源代码/数据归属；④微信支付是否接我方商户号直结，平台抽成、支付费、服务器/年费/短信/流量/升级费；⑤文件保存位置、打印后自动删除时限、隐私与等保材料；⑥远程缺纸卡纸监控、退款、离线补单；⑦一年质保、惠州上门响应、备件价；⑧提供同配置现场演示、后台试用、惠州/深圳/广州可看的真实案例；⑨退出合作时数据导出、系统继续使用、是否绑定耗材/区域独家。请加盖公章出正式报价单，并附营业执照、软件著作权和相关检测/认证。

同口径报价单必须有这 16 列

基础信息	一次性费用	持续费用	控制权/验收
开票主体/统一信用代码	软件授权/小程序部署	平台抽成/支付费	我方 AppID/商户号/域名
产品型号/版本号	打印机/云盒/机柜/屏幕	服务器/存储/CDN/转换	订单 CSV/文件删除/迁移
1/3/10/20 台数量	运费/安装/培训/品牌贴膜	SIM 流量/短信/升级/接口	50 笔功能单与 20 人验收
交期/惠州案例	初始耗材/备件/押金	强制耗材/年保/上门	质保 SLA/退出可继续使用

首轮淘汰线

- 不肯给营业执照、开票主体、公章报价或完整 BOM；不同配置只报一个总价。
- 付款前不给同配置真机、后台和支付退款演示；只发剪辑视频或招商利润表。
- 收款必须先到平台、提现周期不透明，或拒绝使用你方微信支付商户号。
- 文件长期留存、运营人员可任意查看，或说不清服务器位置、删除和事故责任。
- 只说 0 元投放、免费加盟、1 元/1399 元机器，却不写抽成、押金、租赁、最低采购、强制耗材、税运与安装。
- 把 6000 元软件授权、0.5 元用户打印单价或第三方旧报价当完整整机价。
- 不允许你的品牌、AppID 和数据迁出，或退出合作就远程锁机。

22 最终决策备忘录

建议批准的事项

批准两段式预算：1 台自有品牌样机授权上限 12,000 元，只有软件、支付、文件删除、50 笔功能单和 20 名首次用户全部过闸，才批准 3 台标准室内试点总上限 28,000 元。第一顺位与爱印通谈 OEM，并用印点点、飞登和磐众同口径报价压价；项目品牌名待定，绝不使用竞品“珍好印”作为本项目名称。

四个决策层级

层级	当前判断	依据
市场	GO 值得小试	人口与复合场景足够，但必须逐点验证 [S2][S3][S5][S8]
产品	CONDITIONAL 先过厂家与 20 人双闸门	品牌/AppID/支付/数据归属及首次使用体验 仍未实证[S45][S47][S49]
财务	CONDITIONAL 28,000 元上限、约 11 单/日扩张闸门	自有品牌初期有 6000 元软件成本，基准简单 回本约 11.7 个月
合规	HOLD 书面口径后公众营业	打印监管、数据、文库、场地与加盟均有前置 条件

付款前签字清单

- 商标/品牌名、小程序 AppID、公众号、域名和微信支付商户号均由我方主体持有。
- 已取得爱印通、印点点、飞登、磐众至少三份同口径公章报价，并核营业执照/软件著作权/现有案例。
- 已拆分软件、云盒、打印机、机柜、税运安装、平台费和全部持续费用，取得发票与设备序列号。
- 已完成 50 笔功能单、八个阶梯边界与故障/退款/删除测试。
- 20 名首次用户中至少 18 人独立完成，扫码、打开与出纸时长均过闸门。
- 已取得惠阳打印监管书面咨询受理/回复，明确试点白名单。
- 已关闭文库、会员储值、加盟招商和未批准高风险品类。
- 30 店供给普查已完成；三个成人点位均 ≥ 75 分、书面许可、无保底/固定租金、可撤机。
- 隐私数据流、删除、权限、事故预案和平台数据合同已验收。
- 1 台样机 $\leq 12,000$ 元；通过后 3 台总预算 $\leq 28,000$ 元，按验收分批付款，不一次性预付。
- W12 有明确 GO/ITERATE/PIVOT/STOP 会议与撤机权限。

内部决策材料 关键经营数字均需由实地试点与合同核验

一句话结论

值得试，不值得赌

淡水值得验证附近、即时、夜间、小批量打印；你的正确起点不是复制同学品牌，而是先锁住自己的品牌、入口、收款和数据。以爱印通为透明价第一顺位、印点点和飞登并行比价、磐众作为整机定制参照；1 台过产品闸门，3 台过市场闸门，达到约 11 单/日后才分批扩张。

23 资料来源与引用说明

正文中的[S#]对应下列来源。官方统计和法规优先；截图仅用于确认页面所见；地图/二手存档只作为走访线索。访问时点为本计划书编制期间，后续签约前应复核动态价格、法规和机构信息。

[S1] 项目私有资料：《用户提供的 11 张竞品“珍好印”小程序与聊天截图》，收到于 2026-09-10。（仅作参考拆解；聊天口述不等于经营实绩）

[S2] 惠阳区统计局：《2025 年惠阳区人口概况》，2026-05-12。[查看原文](#)

[S3] 惠阳区统计局：《2025 年惠阳经济运行简析》，2026-02-05。[查看原文](#)

[S4] 惠阳区统计局/公开存档：《惠阳区第七次全国人口普查公报及淡水数据公开存档》，2021/转引。[查看原文](#)（淡水 34.22 万人需标注二手存档）

[S5] 惠阳区教育局：《2025 年惠阳区义务教育学校招生入学工作方案》，2025-05-30。[查看原文](#)

[S6] 惠阳区教育局：《2026 年公办义务教育学校起始年级学位预警》，2026-04-13。[查看原文](#)

[S7] 惠阳区卫生健康部门：《2026 年学校饮用水监测点位名单（含学校地址）》，2026。[查看原文](#)

[S8] 淡水街道办：《淡水街道推进新就业群体服务（坝尾商圈与社区空间）》，2025-07-28。[查看原文](#)

[S9] 惠阳区城市管理部门：《扩大惠阳区养犬重点管理区公示（建成区/小区线索）》，2025-11-28。[查看原文](#)（仅用于确认建成住宅分布）

[S10] 佳能（中国）：《PIXMA G5080 产品概览与耗材页》，动态页面。[查看原文](#)

[S11] 佳能（中国）：《G5080 系列规格与说明书》，动态页面。[查看原文](#)

[S12] 佳能（中国）：《共享打印教育/零售应用介绍》，公开资料。[查看原文](#)

[S13] 中国政府采购网：《2026 年复印纸集中采购成交公告》，2026-02-28。[查看原文](#)

[S14] 惠州市相关政府公开页：《惠州 2026 年 2 月工商业电价表》，2026-02。[查看原文](#)

[S15] 工业和信息化部：《关于开展移动互联网应用程序备案工作的通知》，2023-07-21。[查看原文](#)

[S16] 国家市场监督管理总局：《网络交易监督管理办法（2025 修正）》，2025。[查看原文](#)

[S17] 国家市场监督管理总局：《明码标价和禁止价格欺诈规定》，2022/现行。[查看原文](#)

[S18] 国务院：《消费者权益保护法实施条例》，2024-07-01 施行。[查看原文](#)

[S19] 全国人大常委会：《中华人民共和国个人信息保护法》，2021-08-20。[查看原文](#)

[S20] 国家网信办等：《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》，2021。[查看原文](#)

[S21] 国家新闻出版署/国家行政法规库：《印刷业管理条例（2024 修订）》，2025-01-20 施行。[查看原文](#)

[S22] 广东省人民政府：《广东省取消经营复印、打印、影印业务审批事中事后监管目录》，2017。[查看原文](#)

[S23] 商务部：《商业特许经营信息管理系统》，动态查询。[查看原文](#)

[S24] 商务部：《商业特许经营备案与“两店一年”办事指南》，现行。[查看原文](#)

[S25] 国家市场监督管理总局：《中华人民共和国广告法》，现行。[查看原文](#)

[S26] 最高人民法院：《商业特许经营合同纠纷典型案例》，2026。[查看原文](#)

[S27] 淡水街道办：《淡水街道构建城市治理闭环体系》，2025-08-29。[查看原文](#)

- [S28] 惠州市审计局转载：《惠州高铁站指南（惠阳站位置与 2023 客流）》，2023-10-19。[查看原文](#)（客流较旧，必须现场复核）
- [S29] 惠州市住房和城乡建设局：《保障性租赁住房项目认定公示（南站新城）》，2024-03-08。[查看原文](#)（规划不等于已入住）
- [S30] 国务院/国家网信办：《网络数据安全条例》，2025-01-01 施行。[查看原文](#)
- [S31] 国务院：《未成年人网络保护条例》，2024-01-01 施行。[查看原文](#)
- [S32] 国务院：《公共安全视频图像信息系统管理条例》，2025-04-01 施行。[查看原文](#)
- [S33] 佳能官方商城：《GI-80 PGBK 黑色墨水官方商城页》，动态价格。[查看原文](#)
- [S34] 佳能官方商城：《GI-80M 彩色墨水官方商城页》，动态价格。[查看原文](#)
- [S35] 广东省通信管理局：《广东省 APP 及小程序备案要求》，2024-02-23。[查看原文](#)
- [S36] 国家新闻出版署：《网络出版服务管理规定》，现行。[查看原文](#)
- [S37] 国务院：《行政事业性国有资产管理条例》，2021-04-01 施行。[查看原文](#)
- [S38] 财政部：《行政事业单位资产出租公开原则指导意见》，现行。[查看原文](#)
- [S39] 全国人大：《中华人民共和国民法典（共有部分经营相关条款）》，现行。[查看原文](#)
- [S40] 惠阳区人力资源和社会保障局：《淡水及惠阳就业驿站名单》，2026-03-09。[查看原文](#)
- [S41] 广东开放大学：《广东开放大学 2026 年春季招生简章（惠阳学习地址）》，2026。[查看原文](#)
- [S42] 惠州市人力资源和社会保障局：《惠州市职业技能培训开班信息表》，2026-03-13。[查看原文](#)
- [S43] 项目私有访谈资料：《新增 9 张校园适配、便利店供给与点位选择聊天截图》，收到于 2026-09-10。（仅作访谈线索；便利店价格、覆盖、社区优先和学校设备均待现场验证）
- [S44] 中华人民共和国教育部：《教育部办公厅关于加强中小学生手机管理工作的通知》，2021-01-15。[查看原文](#)
- [S45] 爱印通/厦门米应科技有限公司：《自助打印系统版本、功能与 6000 元终生 OEM 公开报价》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（6000 元是独立门店软件/部署方案，不是整机）
- [S46] 厦门米应科技有限公司：《公司介绍与联系方式》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)
- [S47] 深圳市印点点科技有限公司：《自助打印系统、社区方案与 OEM 能力》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（官网未公开价格）
- [S48] 深圳市印点点科技有限公司：《公司介绍与联系方式》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)
- [S49] 广州飞登信息科技有限公司：《无人自助打印产品、功能定制与联系方式》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（精确价格和白标控制权未公开）
- [S50] 吉林省公共资源交易/政府采购公开信息：《飞登定制一站式自助打印机政府采购成交信息》，2025-10-27。[查看原文](#)（7500 元/台仅作特定配置成交锚点）
- [S51] 广州麦浪数字科技有限公司：《My 印 24 小时自助打印机 M2CPRO 实物产品页》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（官网标价 7900 元；完整 BOM、白标、税运安装待核）
- [S52] 磐众科技（广州）有限公司：《自助复印打印一体机产品与定制能力》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（官网询价）
- [S53] 磐众科技（广州）有限公司：《公司、工厂能力与广州南沙生产地址》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（工厂与资质描述为供应商自述，需实地核验）
- [S54] 广州硕远信息科技有限公司：《SY-ZOB 自助复印打印终端产品页》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（官网无公开价，配置需重询）
- [S55] 广州喜仕达信息科技有限公司：《自助终端 OEM/ODM 与产品中心》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（偏硬件机柜厂，云打印业务系统需另验）

[S56] 聚能云：《七彩云印套装价格、租赁与平台费》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（主体、品牌控制权、具体打印机型号与费用需书面核验）

[S57] 供应商网/深圳市新丰光科技有限公司：《微信/投币自助打印机公开供应价线索》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（卖家与品牌主体关系、时效和配置待核）

[S58] 深圳百步印社科技有限公司：《商业合作与营收分配说明》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（加盟运营竞品，不等于自有品牌 OEM）

[S59] 佳能（中国）：《MAXIFY GX5580 官方规格》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)

[S60] 佳能（中国）：《PIXMA G5080 官方规格》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)

[S61] 爱普生（中国）：《EcoTank L4268 产品页》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)

[S62] 爱普生（中国）：《EcoTank L8058 产品页》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)

[S63] 广州麦浪数字科技有限公司：《My 印公司联系方式》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)

[S64] CPOOO 第三方企业产品页：《硕远自助终端公开历史价格线索》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（9180 元为旧/异配锚点，不是 2026 成交价）

[S65] 百度出海易商品聚合页：《同类自助打印终端公开价格线索》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（23500 元为异配聚合线索，不是最终报价）

[S66] 佳能（中国）：《社区自助打印案例与 GX5580 应用》，公开案例。[查看原文](#)（合作方陈述的终端数量/经营信息未独立审计）

[S67] 佳能官方商城：《G5080 官方商城状态》，访问于 2026-09-10。[查看原文](#)（页面显示下架/无货，采购前核渠道库存和保修）

研究限制

- 未取得竞品“珍好印”小程序关于页、隐私政策全文、商户账单、平台合同、全量设备与订单 CSV，因此无法审计其品牌主体、300 台与历史利润；本项目不会使用该品牌。
- 所有厂家价格均取自公开页面或第三方锚点，尚未取得盖章、含税、同 BOM、到惠州淡水的正式报价；正文排名是采购洽谈顺序，不是质量担保。
- 未完成淡水 30 店供给、用户、手机扫码可用性和竞争普查；文中的具体地址均是调研线索，不是已验证营收点。
- 耗材官方页和市场价格会变化，实际采购与覆盖率可能明显偏离模型；税费未纳入。
- 法规在具体无人打印、文库、证件/票证、学校与共有场地中的适用，需要主管部门或专业顾问结合真实流程确认。