

成都半夏科技有限公司商业计划书

前言

2011年毕业于成都职业技术学院，在大二下就离开学校应聘到“成都艾诗德信息技术有限公司”从事移动互联网软件设计工作。参与了与联通合作的《真实成都》项目的开发、日本的G-mode Co.,Ltd.公司的《滑板超人》游戏的制作、以及本公司的《DiscoverChina》项目开发等等。毕业后，曾就职于四川联通数据中心，担任过相关用户体验工作！随后在腾讯成都dnf游戏部门，当然相关ui设计工作！

曾也从事过个人开发者，开发过视觉相册，photopower，心情菜谱，儿童读物，等等相关应用！但从中学到的东西是相当有价值的，为我今后的创业都留下了宝贵的经验。

在工作期间本人一直严格要求自己，不断的学习进步中。在企业管理上有一定程度的认识，读了大量的管理书籍如《细节决定成败》、《请给我结果》、《赢在执行》等等。在市场营销方面，读了《10卷羊皮卷》、《行销学》、《消费行为学》等等。在如何做人方面，读了《道德经》、《弟子规》和部分《国学经典》等。

没有目标的人生，就像无人驾驭的小舟，漫无目标地随风飘荡。必须首先确定自己想干什么，然后才能达到自己确定的目标。目标会使你胸怀远大的抱负，目标会在使用在失败时赋予你再去尝试的勇气，目标会使理想中的我与现实中的奋斗相统一。正如空气对生命一样，目标对于成功也有绝对的必要。明确的目标是成功的基础，所以树立一个目标很重要。

没有完美的个人，只有完美的团队，格升团队要全方位的改变缺点去追求完美；每个人做事要给结果100%的负责任，要想事情变的更好，首先自己必须变的更好。要想改变事情的结果，必须先改变自己，推卸责任就是最大的缺点；以身作则，言行一致，说到做到，敢于承担责任，才能在团队中树立您的权威形象。市场以结果论英雄，想到做不到，执行力度不够，要为结果提出组织能力；合理的事情是训练，不合理的要求是磨练，机会来自不合理。

从2012年开始给自己的定位是：了解技术、研究市场、学习管理。为半夏公司做好充分的准备工作。

钟磊 2013/10/01

目录

1.概要	4
2.公司宗旨.....	4
3.产品定位.....	4
4.技术架构.....	4
5.公司简介	5
6.业务目的.....	5
7.我们的团队.....	5
8.公司描述.....	6
9.公司性质.....	6
10.公司名称.....	6
11.公司结构.....	6
12.公司经营策略.....	6
13.相对价值增值.....	6
14.公司设施.....	6
15.资金投入和运用.....	6
16.公司优势.....	7
17.公司组成与管理	8
18.公司组成:.....	8
19.组织形式.....	8
20.主要机构.....	8
21.法律结构.....	8
22.产权.....	8
23.公司管理.....	9
24.生产管理.....	9
产品研发.....	9
生产过程.....	9
25.质量管理.....	9
26.人力资源管理.....	9
27.市场分析	10
28.市场现状分析.....	10
29.目标市场分析.....	11
30.市场风险分析.....	12
31.投资方临时撤股.....	12
32.项目来源短缺.....	12
33.大公司的竞争压力.....	12
34.成熟期客户群的建立.....	12

35.竞争分析.....	12
竞争描述.....	12
市场进入障碍.....	13
36.公司产品简介	14
37.项目产品	14
38.代理销售.....	14
39.研发产品	14
40.产品一.....	14
41.产品二.....	14
42.产品三.....	14
43.产品四.....	15
44.软硬结合	15
45.电子商务	15
46.营销策略	16
47.营销策略	16
48.市场沟通.....	16
49.财务报告	17
50.融资方案与资金运用分析.....	17
51.融资方案.....	17
52.资金投入和运用.....	17
53.长期财务战略.....	17
54.财务分析.....	17
55.销售情况估计.....	17
56.固定成本假设.....	17
57.盈利点分析.....	18
58.法律法规	19
59.在投资融资方面.....	19
60.税收政策.....	19
61.知识产权政策.....	19
62.按照合法、诚信、公平和等价有偿的原则.....	20
63.按照国家有关信息、技术安全、标准.....	20
64.竞争政策.....	20
65.严格按照《中国软件行业基本公约》第9条.....	20
66.收入分配政策.....	21

第1章 1 公司宗旨

我们一直在追逐一个梦想，渴求将我们的专业能力，渗透至品牌、平台、物流以及客服等关键环节，期望有一天，能为用户提供流畅、便捷以及舒适的在线购物体验，如你所见，我们愿与你携手，一起来追逐这个梦想。

本公司是一家处于初始阶段的公司。半夏的法定经营形式是股份或者有限责任公司！

第1章 2 产品定位

最近大部分时间，从2013年到现在，我公司在产品设计方面以及营销策略方面取得了成就，具体表现为：产品从功能上、业务流程上以及模式上都做了大的升级改版，市场推广上也有了明确的认识。从预期财政分析来看，我公司可望在2016年的盈利能力能达到1000万。我们之所以能够达到这个目标是因为我们的资金主要用于在科技人员的培养上，自有产品研发创新上，销售政策上的投入，除此之外还要成立项目部，通过一定的人脉关系拿到政府项目以及其他行政单位的项目，来逐步拓展公司业务。

本公司目前研发了下列产品：

- 1、 地产营销展示系统；
- 2、 企业级网络展示系统（cms）；
- 3、 360虚拟展示系统；
- 4、 增强现实展示系统；

上面的这些产品是一个整体规划的地产展示管理系统，可以根据用户的实际需求既可以单独应用，也可以独立应用；既可以部署到本地使用，可也租用和托管；既可以建立共有云，也可以建立私有云。

企业对信息化管理会越来越重视，而且这也是市场环境所需要，2010年全国软件市场销售总额为10000亿元，由于市场需求增长加之企业改善，这个数字肯定会在不断的增加。包括现在在向移动话转变，越来越多的企业开始针对性的向移动互联网做了相关转型。所以我相信软件市场正在移动化，所以移动互联网方向的软件正在慢慢蚕食传统软件行业！

第1章 3 技术架构

半夏无论在技术架构上还是业务模式上都做了很好的设计，对系统今后的扩展和升级都打下了很好的基础。

为客户量身打造一站式品牌互动管家。我们致力于个性化产品的发掘和提升，我们提供从高端网站咨询与建设、房地产楼盘互动展示、APP定制开发、电子商务策划运营、互动创意设计、VI设计、新品发布会策划、3D虚拟展厅等一系列的专业服务。

第2章 1 业务目的

2010年我国软件市场销售总额为10000亿元，比同期增长为46.5%。软件行业是一个朝阳产业，从1998~2010年以平均超过30%的速度增长，且有数据显示这种规模的持续增长会一直持续下去。目前，与国际先进水平相比，我国软件产业发展存在很大差距。在全球软件市场中，我国软件业所占份额不到6%。另外，电子商务在国内还处于发展阶段，随着网络泡沫的覆灭，实务的网络营销被认定为中国电子商务的突破口。

移动互联网，就是将移动通信和互联网二者结合起来，成为一体。移动通信和互联网成为当今世界发展最快、市场潜力最大、前景最诱人的两大业务，它们的增长速度都是任何预测家未曾预料到的，所以移动互联网可以预见将会创造经济神话。移动互联网的优势决定其用户数量庞大，截至2012年9月底，全球移动互联网用户已达15亿。

我相信在这个向移动互联网转变的市场下，很多传统的软件公司很难在固有的思维模式下做到一个转变，这是我们固有的优势！我相信在我们的不断更新的产品模式下，不断创新，不断加强自己的实力的情况下，进军移动互联网，部署各个节点，制作手机移动客户端，捆绑用户。我相信，我们肯定能突破移动互联网的思维，进入一个行业的领分位置！

第2章 2 我们的团队

半夏的研发人员都来自农村，他们有吃苦耐劳的精神。他们曾经都在其他软件公司做软件研发工作或技术管理工作，汇聚了技术精英。无论在技术上或在企业管理上他们都有很深刻的理解。为了共同的目标我们找到一起，他们有一种不达目标不罢休的钻研精神。格升人始终强调以人为本，要求成员私下俩俩结友。通过近一年的磨合与相互学习，团队内已经营造出了良好的工作氛围，人与人之间的关系非常融洽，甚至由此形成了一种文化。让每位成员都具有良好的团队精神，是工作组最引以为傲的成就。工作组内部，我们让所有成员都有机会体验各种角色，从而加强了对别人工作的认识和理解，同时也促进了竞争和相互学习。

工作组在长期的实践中积累了大量的工作经验和技术实力，由只能做小程序的丑小鸭成长为能够独立完成中等规模软件项目的雏鹰。在与其他公司的合作过程中，工作组积累了很多社会关系，为公司运作筹备了稳定的项目来源和可靠的技术支持。

为了使工作趋于正规化，工作组制定了严格的规章制度。灵活的项目开发小组划分原则、项目跟踪和文档管理制度相继被建立和完善起来。每个临时小组设立相应负责的组长，将每位成员的具体职责落实到位，杜绝虚设职务。在项目的开发、计划、跟踪管理、软件需求等方面参照了国家标准，并坚持记录工作组日志、提交项目进度报告、编写每个项目周期的项目总结。

工作组很重视思想工作，定期举办如烧烤、歌咏、旅游等的团队活动。还通过讨论前景的方法鼓励大家的工作激情，以提高团队协作精神和凝聚力，使所有成员都拥有应付各方面竞争的综合能力。

我们会把好的东西、优良的传统带到以后的工作中，继续保持下去。

第2章 3 公司描述

第2章 3 1 公司性质

软件高新技术公司。

公司以开发数据库软件和行业软件、建设维护网站、提供系统集成和商务解决方案为主要业务，成熟后着力于开发自主知识产权的软件产品和发展电子商务。

第2章 3 2 公司名称

成都半夏科技有限公司。

第2章 3 3 公司结构

公司以股东会为根本，由股东会产生董事会，监管公司日常运作，董事会包括董事长和董事会秘书，董事长代表董事会决定公司重大问题，如任命总经理。董事会秘书负责监管公司财务、人事情况等，向董事会负责。总经理负责公司日常事务，重大事件需提交董事会决定。总经理下设技术部、营销部和财务经理，两个部门的部门经理向总经理负责。会计向总经理、董事会负责。

第2章 3 4 公司经营策略

公司以多种经营方式来实现利润最大化的最终目标，包括前期技术培训、定制和外包、自主研发系列软件产品、开发软硬结合产品、提供解决方案、发展电子商务等。前期的软件定制和外包，我们将充分利用股东数量多、关系广泛的优势，快速积累资金以提供软件产品和集成系统的研发。成熟期，软件产品将为发展电子商务打下基础。除了争取融资以外，我们会利用现有资源构筑电子商务的框架，让投资商看到美好的前景。业务开展过程中，我们尽量避开现有几家大型电子商务企业的竞争压力，转战他们无暇顾及的内地城市，蓄积实力同时抢占市场份额。另外，我们会积极寻求与本地超市合作，以充分利用各自资源。达到我们、超市和顾客多赢的局面。

地产营销展示系统是我们公司的核心研发产品，也是我们的战略发展目标。在此基础上，为企业提供网上全程电子商务解决方案。

第2章 3 5 相对价值增值

技术培训，企业网站建设，企业形象设计，免费软件植入广告等等都看做我们公司的增值业务。

第2章 3 6 公司设施

公司初期需要五台mac电脑、一系列开发所需软件和一个良好的办公环境。我们预计，三年内，收回公司前期所有投资，并在此基础上实现公司100万以上的资金积累。

第2章 3 7 资金投入和运用

前期资金主要用于职员工资、系列软件研发、努力提高生产和研究能力、客户关系建立等方面（注：根据中国现状，我们的系列网络软件打算先免费发布，以争取和发展客户群、提高企业知名度，为电子商务的发展构建基础平台）。

扩展期资金主要用于提高技术和录用新的员工以支持在扩大的市场中的持续发展。

公司成熟期将以构建电子商务平台为主要任务，大规模融资（争取能上市），全面开展基于系列软件客户群和安全平

台的电子商务业务，以步步为营的战略方式，与政府合作，培养人民的虚拟货币使用习惯。公司将逐步增加在安全性和基础设备方面的投资，并把商品储备和配送体系作为公司新的发展方向，努力实现多渠道和多体系。

第2章 3.8 公司优势

公司具有丰富开发经验，拥有一个精英团队，工作亦不断地趋于正规化与规模化，并且在此过程中积累了一定资金和客户关系。目前一些公司已经与我们达成了关于外包合作的共识。

为实现前期资本的积累，我们做了充分的准备，包括建立广泛的社会关系来避免资金不足而可能带来的运转困难。目前我们与成都威仕通科技有限公司、成都大智成品牌推广有限责任公司、香港亿业控股、硕润集团、永发印务、天筑景点有过愉快的商业合作，这为我们初期创业的项目来源、资金流动提供了一个广泛的渠道。

另外我们在公司没有成立以前，我们的开发小组已经开发2年多接近3年，在技术架构和业务模式上都已经有了一个很好的积累。为公司节约了大部分的开发资金，加速了产品的上市时间。

第3章 1 公司组成:

第3章 1.1 组织形式

鉴于我们的产品核心是技术，公司在任何发展阶段都将贯彻“以质量求生存，以信誉求发展”的理念。公司通过采取有限责任公司的形式，更有效地发挥各工作人员的专长，提高工作效率，使计划与执行分开，各部门职能明显划分，不受外部环境的影响。随着公司的发展，公司组织还可不断地调整、完善。

第3章 1.2 主要机构

各部门工作职能解释如下：

- 股东大会：初期由全部股东组成，此后由持有有一定股份比例（随不同时期而定）的股东组成。主要职能为选举产生董事会成员。
- 董事会：由股东大会选出董事会成员，负责确定董事长、董事会秘书，讨论和决议公司的重大决策，并由董事长转交执行。
- 董事长：由董事会选出，拥有总经理的任命权，对公司转告董事会决定，并代表董事会对外交涉。
- 董事会秘书：由董事会选出，对公司运作进行监督，并及时将公司运作的情况向董事会汇报。
- 总经理：由董事长任命，负责管理公司的日常事务，制定公司的长远发展规划，聘任或解聘部门经理、财务负责人，对外代表公司。
- 技术部：负责科技攻关、课题研究与系列产品开发。不断提高产品的质量，针对不同客户、不同时期、不同工作的需要进行开发，力争保持技术上的领先地位。技术部由本公司技术部经理负责。在公司初期，技术部承担对内自主技术攻关、对外满足客户需求两个责任，分别由相应临时组长负责。
- 财务经理：负责公司内部的财务控制、会计、金融、投资活动，定期向总经理和董事会递交财务报告，分析财务状况，并提出建议。
- 营销部：对公司的总体营销活动负责，管理营销队伍和地区经理，对公司的客户需求、销售活动、售后服务和地区间的平衡负责。
- 人事部：负责公司的人才储备，社会福利保险的办理，行政内勤工作，做好人员思想工作，帮助员工解决生活中的实际困难。

根据公司业务的发展在初期后还将增设以下部门和职务：微软产品研究中心、技术培训中心、电子商务部等部门。

第3章 1.3 法律结构

公司为有限责任公司。

第3章 1.4 产权

注册总资本：100万元

股份：按入股资金分配。

第3章 2 公司管理

第3章 2 1 生产管理

在市场经济下，生产管理直接关系到企业的生死存亡。公司一经成立，对生产就实行优质、高效的管理。

第3章 2 1 1 产品研发

半夏属于高科技企业公司，以5年软件开发经验及科研技术实力为依托，在确保短期目标实现的同时致力于长足发展，运用先进的过程管理和软件工程方法，加大科研开发力度，从而不断的研发出新产品（我们公司将以净利润的45%设为专项科研经费）。公司计划在3-5年之内，以自行开发的系列软件和软件吸引来的庞大客户群为依托，全面开展成熟的企业全程电子商务平台业务，依靠先进的技术和可靠的质量，全面抢占市场。

第3章 2 1 2 生产过程

生产过程：我公司主导产品是软件。鉴于软件产品的特殊性，公司将有针对性地成立项目开发组，对专用性软件采取订单生产方式进行开发。根据不同用户的具体要求量体裁衣，进行设计、开发、安装、调试、维护等，实现公司的高利润。我们将与顾客保持密切联系，确保研发按时高效完成。通用性软件做好市场调查，根据广大用户需求，成立专项项目组进行周期性开发和升级，力争做到立项一批，开发一批，成功一批，推广一批，实现利润最大化。

第3章 2 2 质量管理

每一件产品的质量直接关系到公司的声誉，质量是企业的生命。我们将从客户的利益出发，成立专项软件检测组，严把质量关，坚决做到让顾客用放心软件。

第3章 2 3 人力资源管理

人力资源已成为当今企业界最重要最宝贵的资源，尤其对于高新技术企业，员工的素质将直接决定企业的发展。本公司将制定以下政策来对人力资源进行管理：

激励：采用业绩付酬，精神激励和物质激励相结合的方式，对表现突出的员工进行奖励，对于科技研发人员的专利产品可以以出资方式折入公司股份，通过扩股形式将本公司的部分收益转化为企业股份分配给创业人员。同时注意协调公司内部关系，不定期组织活动，使每个员工都有归宿感。

培训：培训是人力资源开发的重要途径，能满足企业发展对高素质人才需要，公司应进行岗前培训和在岗培训，通过岗前培训使新员工尽快适应工作环境，通过在岗培训不断提高员工素质，提供进修深造的机会。

招聘：对于中高层管理人员的选用，公司将采用内部选拔与外部招聘相结合的方式；对科技开发人员采用高薪聘用，坚持用人唯贤，做到职能相配分工明确，最大限度的发挥人才的作用。

第4章 1 市场现状分析

我国经济发展取得了巨大的成就，各项经济指标及各种产业都发生了翻天覆地的改变，人们的生活和工作水平都上了一个新的台阶。党的十六大提出，信息化是我国加快实现工业化和现代化的必然选择，坚持以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，走出一条科技含量高、……、人力资源优势得到充分发挥的新型工业化道路。近年来，我国软件产业的政策环境不断改善，增长速度明显加快，软件产业对国民经济发展的作用逐步增强。到目前为止，我国软件产业的政策环境成为历史上前所未有的最好时期。

2010年全国软件市场销售总额为10000亿元，信息产业部电子信息产品管理司负责人说，“十一五”期间软件业出口额以28%左右的速度增长，到2010年将达到125亿美元。此外，将形成10至15个软件年销售额超过100亿元、40至50个年销售额超过50亿元的软件骨干企业。软件和集成电路是信息产业的核心和灵魂，是自主创新取得突破的关键领域。2006年，我国软件市场销售总额已达4800亿元，出口与外包服务达60亿美元，软件从业人员达到129万人。

近几年，中国软件产业以平均超过30%的速度增长。具体情况见图4.1(a)和图4.1(b)：

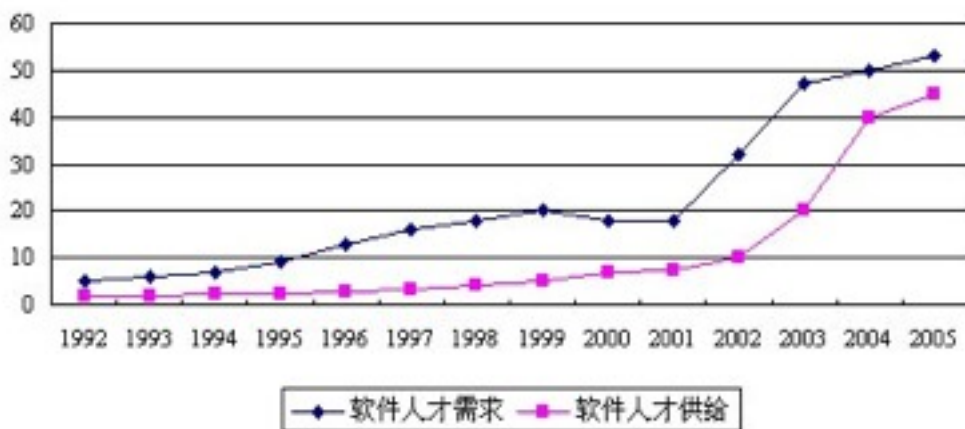


图4.1(a)



4.1(b)

但是在如此高速发展的情况下，国内软件依然有很多空白地带，有待弥补。

- (1) 政府虽然有大规模的软件采购，但对软件专项定做和维护并未系统，缺乏高效和专用性；
- (2) 正版软件市场还不成熟。
- (3) 非IT企业对软件提高生产效率和加强管理虽有足够的认识但并无系统的制度；
- (4) 电子商务在国内尚处于起步或发展阶段。

第4章 2 目标市场分析

公司在创业初期（前两年），将目标市场定位于成都周边地产公司的营销和展示。

现阶段，即在数字化网络时代广泛开展的大潮流中，公司的营销和品牌已经不足以满足起需求，所以，相关基于移动互联网方向的产品已经在不断起来的途中，我们将根据相关市场反映做出相关的市场抉择！除了在地产方向下功夫，也在自主产品的研发上做足了功夫！

A、目标市场描述

公司计划进入软件和电子商务行业。如上两图所示（数据来源：分别为国家统计局和CCID，其中后图的04年数据是预计），前者显示软件行业景气指数总是大于100，表明这个行业是一个不断发展的朝阳产业，后者表示这个市场的销售总额将超过2千亿。

B、目标消费群

前期的目标消费群为成都的地产开发商，针对这一群体的特点公司会着重加强关系建立与技术研究，确保有项目作，回头客多，从开发成本中要利润。扩展期的目标消费群为广大人民群众，在这个群体中盈利则必须保证低廉的价格和良好的服务，我们将会通过最大限度降低管理、配送和营销成本来争取利润。

第4章 3 市场风险分析

第4章 3 1 投资方临时撤股

投资方临时撤股，这对创业初期的公司来说是一种毁灭性的打击。出现这种情况后，公司将尽量与投资者协商。一旦协商失败，将会按照强制退股协议（参见法律、协议部分）处理，并将积极寻找新的投资商。

第4章 3 2 项目来源短缺

前期的公司可能面临缺乏项目来源的危机，技术培训、外接项目的开发和销售是公司初期现金流的主要方式，短缺项目将会对公司造成巨大的影响。为了降低这方面风险，一方面凭借公司股东私人关系扩大客户网，从公司章程上确立项目提成制度，奖励所有提供项目的非公司人员。另一方面公司将设立专门的营销部门，聘用有经验的营销人员，在自身实力的基础上，不断将现有和潜在的客户关系转化为公司的资本。

第4章 3 3 大公司的竞争压力

公司将尽力避免与大公司竞争，初期利用小公司灵活的优势，从价格、渠道等方面努力开拓自己的市场。成熟期，公司将在电子商务还未形成的北方地区抢占先机，在面对大公司入侵时，广泛的与当地大型超市合作，以降低配送费用，增加竞争力。

第4章 3 4 成熟期客户群的建立

电子商务需要庞大、稳定的客户群，对一个没有品牌形象的新公司来说是一个大问题。本公司将会在初期推出自主研发通用性的免费软件，并在各大网站推广和提供下载，以树立品牌形象，建立客户关系，其成本费用将通过承载广告等方式来平衡。成熟期将通过与超市合作的方式进一步扩大客户群。

第4章 3 5 竞争分析

前期产品的竞争主要在于关系网。这类产品技术要求不高、投入成本低、相对利润大、市场广阔、潜在客户绝对数量多。除了利用股东多关系广的优势外，公司将加大转化潜在客户的力度，以成都为中心，开拓各地区销售网（因为我们团队成员来自各地），尽最大努力争取市场份额。

扩展期我们将以广泛的关系渠道为基础，在构建电子商务平台之后，以这些单位和我们系列软件的客户为最初销售对象，建立多种模式的销售方式，优先确立这些单位员工的会员身份（按单位名义统一加入），让他们和广告一起起到业务推广的作用。

第4章 3 5 1 竞争描述

公司前期面临较多的竞争对手。但成都软件市场缺口很大，目前处于供小于求的状况，进入几乎没有障碍。而开拓市场所需的开发经验和关系网络，公司都不缺乏。

扩展期我们的竞争对手是本地各大传统超市（本地不一定是成都，包括其他电子商务企业没有涉足的大中城市），但是无论从价格还是从服务，我们都可以乐观的看到电子商务对传统销售模式的冲击。当然，完全打垮其他超市是不可能的，传统超市地域性的优势不可替代。但是可以保证，我们能占到相当可观的市场份额。

第4章 3 5 2 市场进入障碍

公司扩展期的目标市场存在进入障碍，公司对零售业的进货和销售渠道都没有经验。公司会尽一切努力，凭借成熟的电子商务解决方案和广泛的客户关系，寻找几家合适的店家，联手达成双赢局面。

第5章 1 项目产品

前期，公司以移动应用为主，兼做技术培训、软件外包、系统集成等业务。创业团队自成立以来一直致力于软件开发，移动应用方向如“ar”、“vr”，“地产营销”，等，从作需求分析、计划书编写到模块划分、封装测试都是独立完成，积累了一定的技术经验，构建了良好的开发模式。最初的一段时间内，应用软件开发将是维持公司运作的主要方式。这样不仅能加快技术积累，促进团队建设，而且可以积累丰富的社会关系和市场渠道。有利于下一步的发展。

第5章 2 代理销售

在做项目的同时，我们也会在力所能及的范围内作一些相关产品的代理、销售工作。这也将成为初期维持公司运作的重要手段之一。

第5章 3 研发产品

考虑到长远发展，公司若没有研发具备自身特色、体现技术含量的系列软件，将在市场竞争中处于被动局面。公司的系列软件将是一系列的基于网络的优秀软件，以免费的形式在网上发布。成功之后，不仅可以在网上打出公司品牌，对于公司的进一步发展，包括对研发电子商务平台，也将打下一个良好的基础。一个没有研究能力的技术公司不可能在日益激烈的竞争中立足，虽然系列软件的研发需要长时间的市场调查、统筹分析、耗占开发资源，但这却是我们抢占市场主动权，赢得市场竞争的关键。

第5章 3 1 产品一

地产营销展示系统

第5章 3 2 产品二

企业级网络展示系统（cms）；

第5章 3 3 产品三

360虚拟展示系统；

第5章 3.4 产品四

增强现实展示系统；

第5章 4 软硬结合

中期，在有一定资金和技术积累的前提下，公司将向软硬结合的技术方面拓展以进一步扩大利润。

第5章 5 电子商务

中国的电子商务时代仍在发展阶段，很多网络公司，软件公司都已经作好了迎接电子商务时代的准备。

电子商务是目前最热门的产业之一，许多发达国家（比如美国）已经发展得相当成熟，成为人民生活不可缺少的部分。这表现为方便的网上商店，虚拟货币的使用等等。在我国电子商务相当不完善，但也可以确定电子商务的普及是趋势，国家也正在从政策上加强对这方面的支持，所以其中蕴涵着巨大的商机。在公司发展的成熟期，我们将向电子商务发展。基于前期的软件开发与发布，我们将会有比较稳定的客户群和较熟悉的商家群，这为我们的转向提供了良好的前提条件。我们还需要的必备条件是：

- 1.建立与客户和商家交流的平台，即建立自己的网站，到时候我们会向电信申请固定IP、域名和经营电子商务的许可。

- 2.解决网络安全问题：在网上进行商务活动，用户最担心的就是安全问题，最突出的问题就是要解决网上购物、交易和结算的过程。电子商务的安全主要是通过使用加密手段来达到的，其中包括建立电子商务各主体之间的信任问题，即建立安全认证体系（CA）问题；选择安全标准（如SET、SSL、PKI等）问题；采用加、解密方法和加密强度问题。其中建立安全认证体系是最关键的。所以我们有巨额的投资计划，从国外购入最先进的公共安全基础设施（PKI）。

- 3.商品配送运输方面：我们可以与超市合作，为其节约大面积的经营场地，缩减员工数，帮助他们在运输、保管、配送、装卸、包装等作业中，引入各种技术，以求自动化和效率化。其采购、生产、销售系统将无缝的衔接起来，使从订货到发货的信息活动更完美，从而提高效率，将商品在适当的交货期内准确地向顾客配送。另外，利用其现有的成熟配送体系和进货渠道，公司将自行组织力量对顾客的订货到发货要尽量满足，确保商品不脱销，适当地配置自己的仓库、配送中心，维持商品适当的库存量和物流费用，使运输、装卸、保管等作业自动化，订货到发货的信息流畅通无阻，销售信息能迅速地反馈给采购部门、生产部门和营业部门。我们还可以直接把商品从制造厂送至二次批发或零售商，使物流路线缩短，减少商品移动，压缩了库存量。

- 4.银行（支付体系）：支付体系是电子商务的重要组成部分，我们可以和中国银行，中国农业银行，招商银行等国内多家银行合作共同建设支付系统。支付体系在公网和传统的银行网络之间架起了一座桥梁，它把用户需要在公网上传输的支付信息（银行账号、密码等）采用中国电信CA认证系统进行加密，发给银行内部网络；同时要接收银行系统响应消息加密后，发送给最终用户，确保了用户支付信息在公网上传输的安全性和可靠性。同时我们还能经营一些周边产品：如网络游戏，即使通信系统，防火墙等。为了吸引顾客或广告客户到我们的网站，可以增加个人化的特性如免费电子邮件、向寻呼机发送最新消息、有自己股票报价的主页等。

第6章 1 营销策略

初期针对产品因素中价格相对较高，技术性强，专用性强及服务要求高等特点和市场因素中的顾客数量相对较少，分布分散等特点，公司将采用直接分销渠道，建立直线销售网络，派驻直销人员，进行产品的市场开拓，市场销售及产品的全程服务。公司将对市场进行区域划分，以成都为中心建立集中的大市场片区，建立各地级市的地区销售处。

后期根据客户的特点，我们将联合我们的合作伙伴，通过各种促销手段，保证质量和服务的前提下提供尽可能低于市价的价格（这点比较容易做到，毕竟电子商务存在的意义就在于它能缩减费用）。

第6章 2 市场沟通

初期的市场沟通主要通过营销人员联系客户，包括业务联系、需求调查、售后回访。成熟期市场的沟通则主要通过：促销展出、广告、网络促销、捆绑促销、媒体刊登、邮件广告、异业合作等等。

财务报告

第7章

第7章 1 融资方案与资金运用分析

第7章 1.1 融资方案

融资分为两个阶段即成长期和扩展期。我们预计成长期为前两到三年，扩展期从第四年开始。

a.成长期,总投资预计为一百万，前期到位20万，其中外来投资80万，每股东不超过10万，原工作组占股40%以上。

b.扩展期，公司计划将加大投资资金，预计先吸引金额600万以上。

第7章 1.2 资金投入和运用

公司建成初期将以产品开发和后期服务为主，所须资金主要用于职员工资、系列软件研发、客户关系建立、扩充公司规模等方面，因此生产过程中不涉及太多固定资产投入，主要是流动资金的需要。流动资金主要包括：现金，银行存款和应收账款等。

公司扩展期将以构建电子商务平台为主要任务，大规模融资（争取能上市），全面开展基于既有客户群和安全平台的电子商务业务，以步步为营的战略方式，与政府合作，培养人民的虚拟货币使用习惯。

第7章 2 长期财务战略

公司的长期财务目标是股东权益最大化。

第7章 3 财务分析

第7章 3.1 销售情况估计

根据现有技术实力和市场情况，第一年我们平均每月可以接两套价值5万以上的项目，再加上公司规模的不不断扩大，同时考虑自己产品的开发。从第二年起，投入电子商务的资金主要用于建设安全的交易平台和构架一个线上交易网，逐步实现向o2o的一个转变，估计第三年内能销售1000万，第四、五年（o2o平台建立之后），每年的收入应该以千万递增，同时，成本会因为客户群的扩大而减小（减小了网络交易的推广费用，客户增多也会减少运作费用）。

第7章 3.2 固定成本假设

我们计划在成立公司购入电脑5台（10000/台），相关移动设备（20000），相关辅助程序（价值20000元），其他费用10000元。第二年起，会在o2o交易平台和网络安全系统等方面投入大量资金。

第7章 4 盈利点分析

可见，第一年内软件开发2个项目便可以盈利，但是我们计划将大多数利润用于扩充股份以奖励有贡献的员工和新加入的高技术人才，从而扩充公司实力，然后从第二年起，开始划分出一个独立部门用于研发自己的产品，这期间的目标是建立广泛的客户群，树立起自己的品牌形象。

第三年：

注：为了方便计算，900万的固定成本被分摊到第三、四、五年的成本中去。因为规模越大，占主要成本部分的库存商品和配送部分所占资金比例越大。

作为一个新兴的软件行业公司，根据国家鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策（国发-2000-18号），我们有很多政策方面的优惠与照顾，但是既然要在竞争激烈的市场中求生存，在根本上，除了要遵守国家的法律法规，还要有遵守本行业的法律法规。在软件研究、开发、生产、销售、服务、培训、媒体宣传以及产品和技术进出口等各项软件经营活动形成良好的行为准则和行业规范。

遵守本行业的法律法规最终目的在于调整有商事活动引起的商品经济关系，促进我国软件产业的健康发展，创造和维护公平的软件市场环境。以下是我们自身在发展的过程中作为一个软件公司所必须要把握好的法律法规：

第8章 1 在投资融资方面

根据国家在软件行业投资融资政策第3、4条之规定：

(1) 多方筹措资金，加大自身产业的投入，建立风险投资机制，鼓励风险投资。由国家扶持，成立风险投资公司，设立风险投资基金。初期国家可安排部分种子资金，同时通过社会定向募股和吸收国内外风险投资基金等方式筹措资金。风险投资公司按风险投资的运作规律，以企业化方式运作和管理，其持有的软件企业股份在该软件企业上市交易的当日即进入市场流通，但风险投资公司为该软件企业发起人的，按有关法律规定办理。

(2) "十五"计划中适当安排一部分预算内基本建设资金，用于软件产业基础设施建设和产业化项目。在高等院校、科研院所等科研力量集中的地区，建立若干个国家扶持的软件园区。国家计委、财政部、科技部、信息产业部在安排年度计划时，应从其掌握的科技发展资金中各拿出一部分，用于支持基础软件开发，或作为软件产业的孵化开办资金。

根据以上2点，我们采用集体部分融资，接受国家、学校经济扶持，接受企业投资的方法，解决初期的经济问题。

第8章 2 税收政策

根据国家鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策（国发-2000-18号 第3章之规定）：

(1) 国家鼓励在我国境内开发生产软件产品。对增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，2010年前按17%的法定税率征收增值税，对实际税负超过3%的部分即征即退，由企业用于研究开发软件产品和扩大再生产。

(2) 在我国境内设立的软件企业可享受企业所得税优惠政策。新创办软件企业经认定后，自获利年度起，享受企业所得税"两免三减半"的优惠政策

(3) 对软件企业进口所需的自用设备，以及按照合同随设备进口的技术（含软件）及配套件、备件，除列入《外商投资项目不予免税的进口商品目录》和《国内投资项目不予免税的进口商品目录》的商品外，均可免征关税和进口环节增值税。

(4) 软件企业人员薪酬和培训费用可按实际发生额在企业所得税税前列支。

以上4点，是我们在税收方面说要利用与把握的，国家给予我们优惠，我们就要好好利用，照尺度，不超越，最大限度的利用国内特殊行业在政策方面的优势。

第8章 3 知识产权政策

根据国家软件著作权和软件保护条例（第10章32，33，34）规定

(1) 国务院著作权行政管理部门要规范和加强软件著作权登记制度，鼓励软件著作权登记，并依据国家法律对已经

登记的软件予以重点保护。

(2) 为了保护中外著作权人的合法权益，在本单位计算机系统中不使用未经授权许可的软件产品。

(3) 尊重他人享有的软件著作权、专利权、商标权以及商业秘密，自觉遵守国家有关知识产权的法律、法规，并积极配合政府有关部门和中国软件行业协会及地方协会打击侵权行为和盗版活动。本单位尊重他人享有的软件著作权、专利权、商标权以及商业秘密，自觉遵守国家有关知识产权的法律、法规，并积极配合政府有关部门和中国软件行业协会及地方协会打击侵权行为和盗版活动。

(4) 除此外，在软件的修改权，出租权，发表权，署名权，复制权，翻译权，发行权，信息网络传播权等也会作相应的保留。

根据以上4点，我们在发展的过程中，会加强自我的产权保护。同时用以上条例严格约束自己在开发中的行为，对其他软件厂家的产权保护，维护行业的稳定，促进共同的发展。

第8章 4 按照合法、诚信、公平和等价有偿的原则

按照合法、诚信、公平和等价有偿的原则，发展软件经营单位之间互助互利的合作关系，努力提高自身软件的水平 and 竞争能力。提倡软件经营单位之间开展双边或多边的技术交流和业务合作，并合理、合法地借鉴和使用他人的软件技术和成果。软件经营单位在本单位的软件或服务不能满足用户需求时，主动向用户推荐其他相关产品和服务供其选择。

第8章 5 按照国家有关信息、技术安全、标准

在生产过程中，本单位提供给用户的软件产品及服务必须符合国家有关技术、安全标准。

第8章 6 竞争政策

根据国家竞争的有关条例，我们首先要做到的，就是正当竞争。

(1)、不通过媒体或其他方式对自身产品、技术进行虚假宣传，或捏造、散布虚假信息，损害竞争对手的企业形象、商誉及其产品或技术的声誉；

(2)、不通过行贿、回扣等手段，获取项目承包权或市场销售份额，以谋取通过正当竞争不能实现的利益或市场地位；

(3)、不通过威胁利诱，或利用在业内的垄断地位，强制用户购买、使用其产品、技术和服务，或强制其他软件经营单位经销其产品；

(4)、不利用在公开报价基础上大幅降价，或以低于成本的价格进行倾销，干扰、破坏其他软件经营单位的合法市场活动；

(5)、不假借政府机关的名义，在媒体上进行企业形象、产品广告宣传，或强行推销其产品、技术和服务；

(6)、在软件采购招投标中，不以互相串通、暗箱操作等不正当手段排挤其他竞争对手。

第8章 7 严格按照《中国软件行业基本公约》第9条

本单位应充分保障广大用户的合法权益，努力提高产品质量，提供良好的技术服务：

(1)、提供给用户的软件产品，按照《软件产品管理办法》履行登记手续。从事系统集成服务的软件经营单位，向用户明示其系统集成资质等级。

(2)、提供给用户的软件产品符合其产品介绍或供货协议中承诺的性能和质量标准；

(3)、以书面形式向用户明确技术服务的内容、方式和服务费价格，不得随意变更免费服务的期限。

第8章 8 收入分配政策

根据《国家鼓励软件产业的若干政策》第六章收入分配政策：

(1)、依照国家有关法律法规，根据本企业经济效益和社会平均工资，自主决定企业工资总额和工资水平。

(2)、建立软件企业科技人员收入分配激励机制，鼓励企业对作出突出贡献的科技人员给予重奖。

(3)、允许技术专利和科技成果作价入股，并将该股份给予发明者和贡献者。由本企业形成的科技成果，可根据《中华人民共和国促进科技成果转化法》规定，将过去3至5年科技成果转化所形成的利润按规定的比例折股分配。群体或个人从企业外带入的专利技术和非专利技术，可直接在企业作价折股分配。

(4)、在创业板上市的软件企业，如实行企业内部高级管理人员和技术骨干认股权的，应在招股说明书中详细披露，并按创业板上市规划的要求向证券交易所提供必要的说明材料。上述认股权在公开发行的股份中所占的比例由公司董事会决定。

9. 除了以上条例外，出口政策，产业技术政策，人才吸引与培养政策，采购政策等方面也要根据国家政策，照章办事，最大限度的利用优势，促进自身的发展!