

羽园APP商业计划书

二〇一五年十一月

目录

摘要.....	3
一、公司概况.....	4
1、背景.....	4
2、项目开发流程.....	5
二、项目产品分析.....	6
1、项目产品简介.....	6
2、项目产品独特性.....	9
3、市场反应.....	10
三、项目可行性逻辑分析.....	10
1、行业信息分析.....	11
2、产品与服务.....	11
4、政策可行性.....	12
5、市场机会.....	12
6、风险可规避性.....	15
7、技术可行性.....	15
四、管理团队以及人力资源.....	16
1、组织架构.....	16
2、技术生产能力.....	17
3、组织管理能力.....	18
4、公司员工守则.....	19
五、资金计划.....	19
1、资金需求及成本规划.....	19
2、筹资方式.....	21
3、投资风险.....	21
4、投资退出计划及可能投资回报.....	21
六、财务模拟.....	22
1、项目建设内容.....	22
2、成本构成分析.....	22
3、收入构成分析.....	22
4、收益预测.....	23
七、愿景及使命.....	23
八、附件 1.....	25
附件 2	26

摘要

随着广大学生生活质量水平的不断提高，参与羽毛球运动的人员也越来越多，对羽毛球场馆的需求也更大了。很多人会在周末或是小长假期间邀请众朋友一块打球聚聚，一来可以达到运动的效果，二来可以增进一下朋友之间的交流，巩固友情。因为场馆信息获取不方便的因素，经常会被弄的灰头土脸，很扫兴，达不到预期的效果。电话（号码不容易找到）订场并不能很好确保想打羽毛球的人群能订到场，场馆信息一般是通过校友或者朋友处获取，对场馆的营业时间价格等信息并不能很好了解到，还会经常遇到校内场馆举办活动导致场地不可用，更是苦不堪言。随着智能手机已经成为人们生活不可或缺的工具，APP 应用的便捷服务也是让人着迷，以上场馆问题就可以迎刃而解了。

已经出现的运动类社交软件涵盖范围太广，不能在广州大学城得到很好的应用，用户相对较少，运动项目太杂，以至于很多场馆信息并不全面，订场问题还是不能得到妥善处理。基于以上软件存在的问题，我们正在开发的羽园 APP 主要是以羽毛球运动为主的软件，针对用户群信息集中，不至于选择困惑，简单的操作就能很快掌握大学城内及周边的一些场馆信息，能做到让各家场馆的信息都能在羽园上详细陈列出来，提高在校学生和一些上班族的羽毛球运动频率，加强身体锻炼和增进与朋友的交流，有利于保持一个良好的人际圈。

响应由共青团中央、教育部、国家体育总局、全国学联主办的群众性体育活动，走下网络，走出宿舍，走向操场的主题。羽毛球是一种全身运动，无论是进行有规则的羽毛球比赛还是作为一般性的健身活动，都要在场地上不停地进行脚步移动、跳跃、转体、挥拍，加快锻炼者全身血液循环，增强了心血管系统和呼吸系统的功能；可调节运动量，羽毛球运动适合于男女老幼，运动量可根据个人年龄、体质、运动水平和场地环境的特点而定；简便性，不受场地限制。羽毛球对设备的基本要求比较简单，只需两个球拍、一个球和一条绳索即可。集体、个人皆宜。不受年龄性别的限制。增强体质、培养意志、陶冶心理，在羽毛球活动中的磨练，有利于智力的提高，在思维敏捷方面也能得到很好地锻炼，在竞争中强化进去精神，使人的智、勇、技在对抗中得到升华。经此磨练，能够做到临危不乱，泰然处之，既增长了智慧又陶冶了心理，不仅能在羽毛球活动中应付自如，而且能以良好的形态，正确的人生观去面对事业、家庭、荣辱等。

一、公司概况

1、背景

公司定位为移动互联网平台运营服务商，通过开发创新的社交应用平台，为智能手机用户提供了社交、羽毛球运动等移动信息服务。

约好友运动是当今一个潮流，人们注重运动的同时可以利用互联网的便捷性拓展人际交往圈，在广州大学城（各大高校临近，学生集中，环岛）至今没有出现一款大学城内比较受用的运动社交互联网产品。

因此，在广州大学城内急需出现一款这样的运动社交软件。而我们的 APP 能迎合大众用户的需求，能做到了这一点，我们研发的 APP 能很好地解决很多球友打不了球的问题。同时，可以交到许多有共同兴趣爱好的球友。可是，运动的范围又太广，而广泛不如专一。我们主打羽毛球这一项运动，将我们的 APP 产品做到极致。我们的 APP 能有效解决的问题是：帮助想打羽毛球而又找不到羽毛球场馆的球友找到场馆；帮助想打羽毛球而又找不到队友的球友找到合适的队友；帮助想提高自己羽毛球水平的球友找到适合自己的教练等等。我们的 APP 能解决以上这些问题，预计打羽毛球的人数会远远超高现在的，打羽毛球的频率也会大大提高。

羽园 APP——以约球友打羽毛球为切入点，正确引导用户走下网络，更多地锻炼身体。

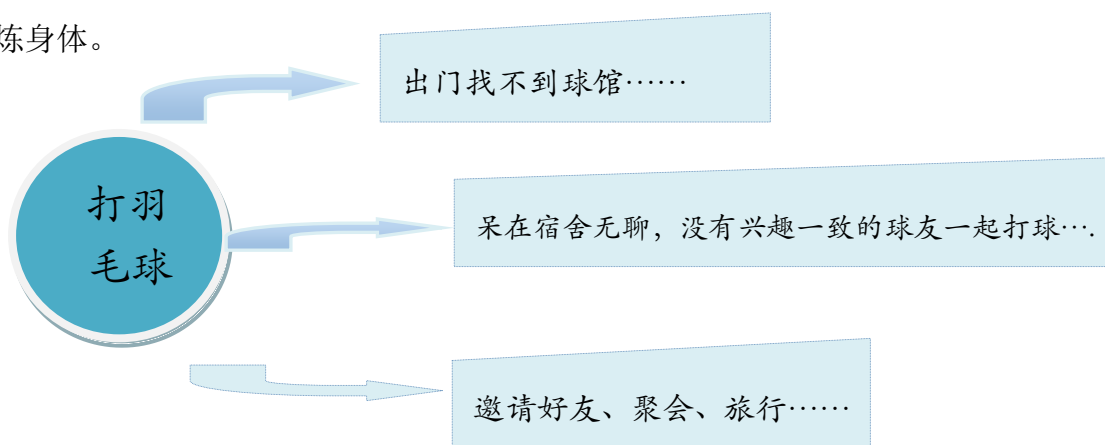


图 1.

毋庸置疑，当今时代就是互联网时代，信息爆炸的年代，真正能做到足不出户

户就能通晓世界上发生的事件。随着信息化的更新迭代，人们获取信息的途径更加多样化了，还有效率都大大提升了。然而，健康却成为了一个越来越值得去重视担心的问题。我们响应国家教育局等“三走”号召，走下网络，走出宿舍，走向操场，还我们一个健康的身体。羽毛球是大众运动，参与人群多。利用便利的网络结合运动社交，顺应时势，抓住市场机遇，打造一款适用于广州大学城的运动社交 APP。

2、项目开发流程

APP 的开发是一个不断推敲跟进完善的过程，所以有必要做好前期的准备工作，规划好项目开发的流程，以下是我们仔细斟酌过后制定出来开发流程图：

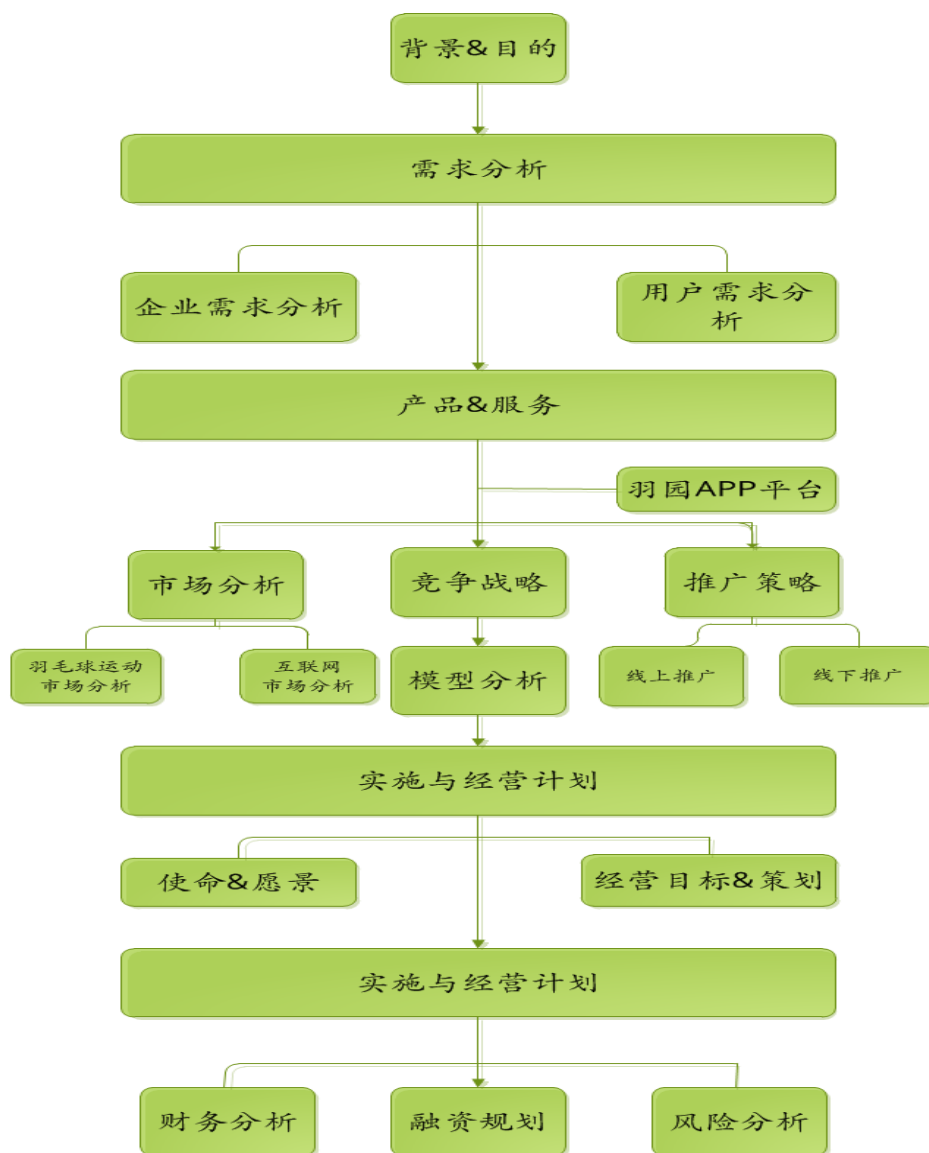


图 2. 项目开发流程图

二、项目产品分析

1、项目产品简介

利用互联网等新兴科技，搭建起以羽毛球运动为核心的网络平台，使企业、消费者几个相关利益者能更好的互联、互动。这是一个运动社交软件，但我们更加关注线下生活的真实反映。我们的项目产品是开发一款运动类的社交软件 APP，一个依托第三方平台（安卓平台），针对广州大学城在校学生，在广州大学城试点的 APP。和咕咚、运动库等运动社交类 APP 软件相同的是：都是为了服务运动锻炼者，为用户提供信息，场馆查询等。和其他运动社交类 APP 不同的是：羽园 APP 功能主要集中于与羽毛球运动相关联的模块上，社交圈子集中在羽毛球爱好者上，社交功能更加便捷，为广州大学城各大高校喜欢羽毛球运动的人群提供一个交友以及约运动的网络平台，有利于为各大高校学生的交流搭建一个有效的平台，合理有效扩大人际圈。另外，还能带动一部分羽毛球宅男宅女，走向羽毛球馆，积极参与体育健康锻炼，营造快乐的氛围，有助于在大学形成一个良好的社会风貌。

1.1 思维导图

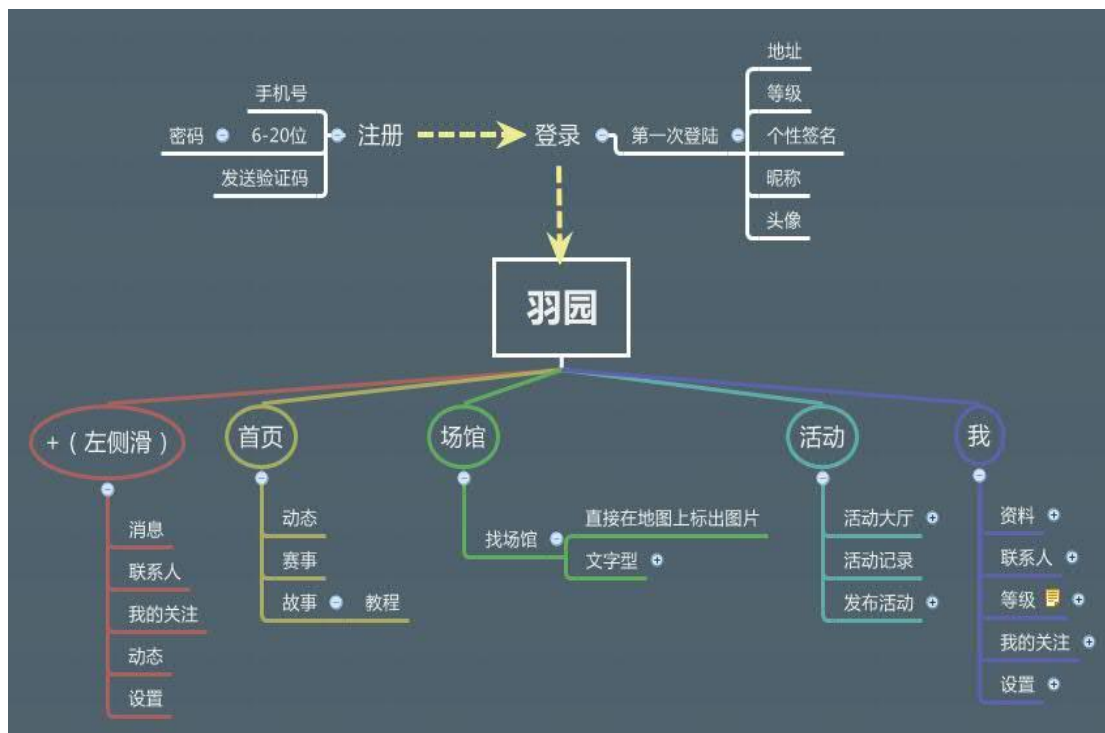


图 3. 思维导图

1.2 功能模块

APP 主要分为四大功能模块：首页、场馆、活动、我。为了吸引用户和提高用户体验，我们团队技术采用了侧滑设计效果，设有左侧滑功能和右侧滑功能，画面具有动感，简约明了的风格为指导，为用户呈现更好的视觉效果。



图 4



图 5

首页（图 6）模块主要是由用户活动发起及心情的发表、用户最新的动态更新、还有更多关于自己和羽球的成长故事、教程则是为了给用户增加一些有效的教学视频，快速提高球技。



图 6. 首页



图 7. 场馆

场馆（图 7）模块是软件实现的部分，包括关联百度地图提供导航，关联微信、QQ、微博等提供地址或场馆等信息的分享。可以定位距离最近的场馆，在 APP 上可以对大学城内各场馆信息一目了然，便于提前订场和了解场馆活动，距离自己较近的球馆若有球友发布活动能及时了解到，能增加自己的打球运动次数，得到锻炼的同时也更能认识到不同高校的球友。导航还能为用户提供路线指引，顺利便捷找到目的地。

活动（图 8）模块用户可以发布个人及团体活动，活动大厅中可以看到其他用户发布的活动，显示出活动举办的地点时间等信息，根据时间等因素可以自行加入其活动。自己也可以发布活动，活动还有记录的模块，记录下自己参与过的活动，便于管理自己的活动好友等等。

我（图 9）模块就是用户个人资料，能不定期对自己的资料进行完善，根据打球技术还可以更改自己的球技等级，便于在约打球过程中避免出现水平相差过多，打球目的相差太多导致约打球过程出现不愉快现象。在这里能管理好自己的好友，关注的文章或者球友的动态能及时了解到、更具自己爱好设置 APP 的相关

快捷键（退出登录、版本更新等）。



图 8. 活动



图 9. 我

同时，羽园 APP 也设有相应的 APP 后台管理系统，负责管理资讯及各种及时更新的推送消息。记录用户的相关信息，建立分析模型，便于整合优化完善羽园 APP。对信息推送来的来源网站或者其他站点进行关注，保证信息的实时性；对搜索较高但未被收录的地区进行扩展和补全。

2、项目产品独特性

面向用户群体集中——据统计，广州大学城内，宿舍有 4 万间左右，大多是四人间，就是 16 万，加上教师公寓及部分研究生，在四个城中村的刚毕业学生，或者是留在大学城创业大学生，加起来超过 25 万。产品的用户对象主要是广州大学城在校大学生，面向群体集中，广州大学城各大高校毗邻，各学校的学生通常会沿着内环夜跑，沿着外环相约骑行，距离近是一大优势，能达到及时、利于交流的效果。面向群体是各大高校的学生，接收到的教育水平相当，交友素质普遍高，不至于文化水平参差不齐。

开发功能专注——产品功能模块主要是基于羽毛球运动需求，注意羽毛球场

馆信息集中，简洁的界面包含全面的信息，有别于市面上已经出现的运动社交软件，功能模块过多，以至于消息涵盖不全。鉴于绝大部分是羽毛球运动员或者羽毛球爱好者，有较大的兴趣共同点，便于交流。为拓展各大高校的羽毛球运动交流和竞技搭建一个平台，促进交流的同时能加强身体锻炼和拓展网络和现实中的朋友圈，丰富大学课余生活。

社交功能便捷——产品引进即时通讯的功能，用户能便捷地进行图文、语音等交流。网络交流是当今一个不可或缺的工具，强大的通讯功能能让用户在运动交流过程中别有一番体验。能及时解决活动举办出现的临时状况，确保活动的顺利开展。便捷的即时通讯能加强好友之间的联系，达到有效的交流。

主题积极健康——产品做的是运动社交类 APP，响应三走活动，大力提倡大学生增强身体锻炼，走下网络，走出宿舍，走向操场。有助于社团及班级举办活动，和外校社团联谊等等，积极向上的主题色调能引起广大高校学子的关注及参与。

3、市场反应

希望此项目产品——羽园 APP，能在大学城得到较好运用，合理利用各大场馆以及调动起各大高校的体育联盟运动，集体活动还能展现学校及团体风貌，有利于打造一个积极向上的有热情的运动氛围。

场馆——用户群体是大学生，运动和社交都是维持正常生活必不可少的，羽毛球就是其中的一项比较热门的运动，所以产品用户群体广泛。针对人群及地域较集中，产品容易推广，前景市场广阔。

教练——喜欢打球的人基于想提高球技，寻找教练（包括老师和学生），而羽毛球教练也可以借助此平台教授学员。所以这个 APP 是教练和羽毛球爱运动者的理想对接平台，能有效提高双方的合作率。

体育器材——有固定、有声誉的器材商加盟合作，在用户需要的时候能提供便捷的服务，包括器材的维修以及出售。能达成长期合作，良心经营、用心服务的商家。共同打造一个大学城环岛快乐的时尚羽毛球运动。

三、项目可行性逻辑分析

1、行业信息分析

1.1 需求分析

羽毛球运动是一项大众参与度很高的运动，开展羽毛球运动，会有用品企业、体育运动者、体育从业者、场所经营者、广告宣传企业等各方参与，运动过程中有人们精神、技能的展现，更有交流互动、快乐分享。

1.2 市场调研

针对羽毛球运动与社交需求，我们做了一次市场调查，如附件一。此次调查的目的是调查广州大学城学生参与羽毛球运动和使用社交网络的情况，并挖掘在校学生对使用羽毛球社交类的 APP 应用的需求。我们通过问卷在互联网发布调研问卷，向各大高校各个学院发送并邀请其填写。

1.3 用户的需求分析

综合以上关于用户行为和市场调研的分析，我们可以总结用户的需求为：用户既有开展羽毛球运动、强身健体的需求，在现在社会的发展背景下，更有应用便捷的移动互联网、拓展社交网络的需求。他们希望通过移动互联网和社交网络获取羽毛球活动的消息，能更方便参与体育活动，参与的体育活动能更有乐趣使自己更有兴趣参加，同时拓展自己在特定领域的社交网络。

体育场馆经营者羽毛球馆的主要经营模式是提供场所或器材服务，收取有偿费用；销售羽毛球产品或相关产品；收取广告费用。其中场所使用费用是起主要收入来源。封闭的消息，不利于场馆的经营，也大大降低了场馆的利用率。

2、产品与服务

基于需求分析，我们认为提供给市场的产品不仅需要能满足用户的需求，也要能满足企业的需求；既能扩展用户运动网络，提高运动乐趣，更能助理企业变革、促进企业发展。我们希望，通过我们的产品和服务，企业、用户及相关的利益者形成新的完整的生态链；通过我们的产品，可以构建新的营销模式和销售模式，发掘原有销售渠道的潜力，实现新的发展；通过我们的产品服务，用户可以拓展社交网络，更多参与体育运动收获健康、快乐和幸福；通过我们的产品和服务，场所经营者专业体育活动组织者可以实现稳定收益、便利执行。

对于普通的体育运动者来说，参与运动的主要的目的，丰富生活比强身健体来得重要。体育运动可以体现人的精神面貌，人们也通过体育运动结识有共同爱

好的人，并有较深的交往。

运动与健康是当代人们关心的话题，所以跟运动相关的产品需求量会很大。很多运动器材、运动服装产品不断兴起。所以运动行业的市场需求很大。我们的产品是想通过 APP 带动人们运动，自然也会取得比较好的效果。

4、政策可行性

国家出台鼓励创新创业，大众创业万众创新的号召响彻整个中国，国家出台 30 条政策，鼓励创新创业。六月份国务院印发《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》，发布 30 条政策措施，涵盖创业面临的政策、资金、产业、环境等九大方面，为全国创业者提供有力的支撑。

积极响应由共青团中央、全国学联联合教育部、国家体育总局开展的三走活动，积极健康向上的体育运动主题。

5、市场机会

从产品技术发展的眼光看。如今手机 APP 越来越火。人们的衣、食、住、行等似乎都离不开它。健身爱好者们更是集体“沦陷”，从制定健身计划，约朋友一起健身，到预订场地，再到“秀”运动成绩……一部手机就可以搞定一切。有了手机运动 APP，运动立马就方便多了。由于运动类 APP 产品数量多，产品功能互有重合又有不同的侧重点，他们的市场占有率及用户活跃度也有较大差异。

对运动未来市场的分析。“运动 APP 未来的大市场是体育健康管理，是运动人群的大数据挖掘，与身体相关的任何机构都可以与其产生关联，具有无数想象空间。”北京体育大学体育传媒博士、体育 BANK 创始人安福秀认为，“体育健身的目的是个人健康管理，会涉及营养、康复、养生、形体管理等多方面内容。而运动类 APP 通过对用户的大数据分析，得出相应的健身‘菜单’，必然会带动健身爱好者的消费热情。更值得一提的是，这种数据是不断更新变化的，健身群体也是不断增加的，潜藏巨大的市场空间。”正如安福秀所说，业内普遍看好运动类 APP 的发展前景。据调查公司 IHS Electronics and Media 的一份报告显示，运动及健身应用程序市场有望在未来几年迎来高达 63% 的增长。IHS 预测，全球范围内此类应用装机量将从 2012 年的 1.56 亿上升至 2017 年的 2.48 亿。总之，运动 APP 不但给人们带来了一种新的运动方式，也形成了一个新的产业。据统计，

2014 年，有 12 个运动 APP 产品获得风险投资。

而我们的“羽园 APP”不仅是一款运动 APP，在拥有基本的运动 APP 市场机会外，还具有很多的优势。从地区、用户群体方面来看，我们的用户集中在大学城。根据我们的调查分析：

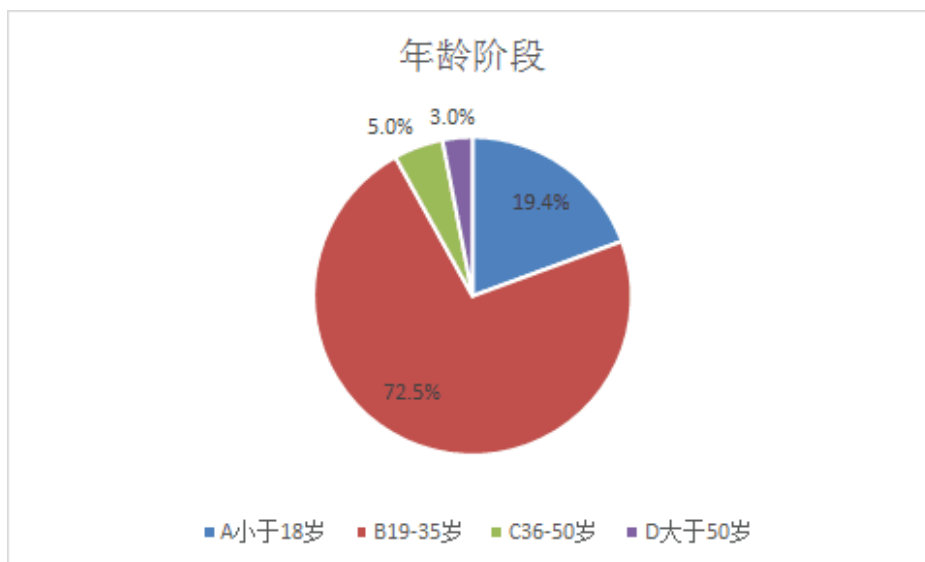


图 10.

由图 10 调查结果可知，大学城参与运动的主要是青年学生和刚踏出校园在大学城就业的年轻人，这个人群中喜欢打羽毛球的程度及比例如下图 11：

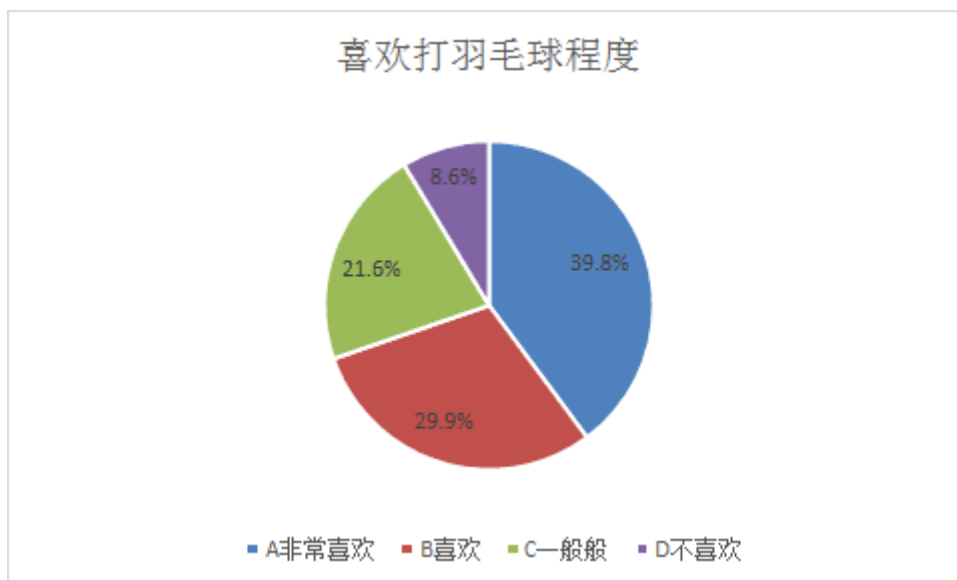


图 11.

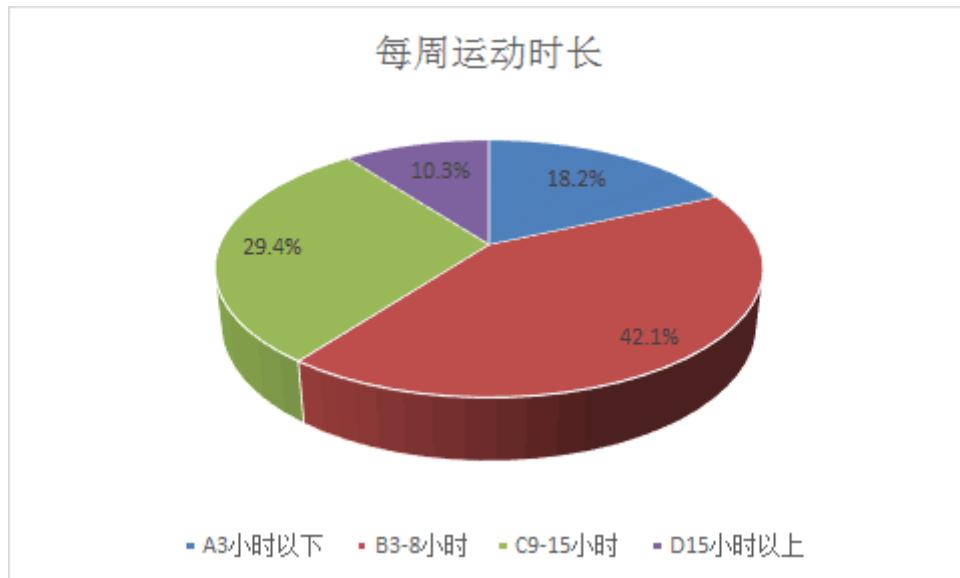


图 12.

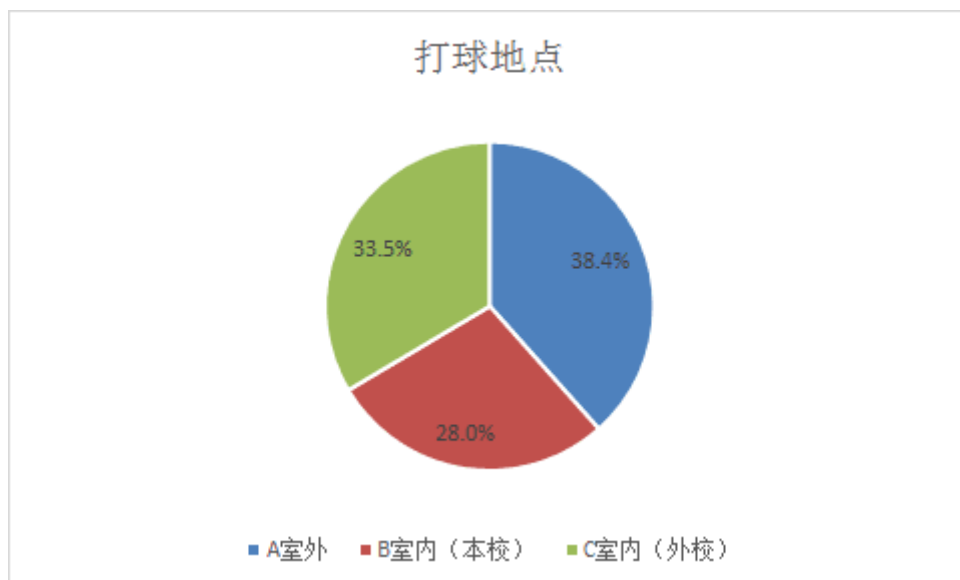


图 13.

由图 12 和图 13 可以看出，在广州大学城内热衷于打羽毛球的人群还是存在一定的高比例，超过七成选择在室内羽毛球馆打。运动时长集中在 3-8 个小时。根据调查分析，约有八成被调查者对大学城内羽毛球馆信息不了解，不清楚如何找到室内场馆。调查数据显示，球友强烈建议有一个羽毛球信息集中的网络平台，方便在大学城内打羽毛球。

在广州大学城内至今还未出现一个这样的只针对羽毛球的互联网平台，潜在的用户还是一个很大的数量，所以市场急需这样的手机 APP。目前市场上运动

类社交软件已经出现了很多案例，据调查了解分析到，即使是市面上相当成功的运动类社交 APP 并没有在大学城里得到广泛推广，不能对所有的运动都做的面面俱到。我们的产品只针对羽毛球这一项运动，可以做的比较完整，相比其他运动 APP，我们的产品会更加受欢迎。在大学城里面，找场馆是一个比较难得问题，而很多羽毛球爱好者也比较难得到一个很好地途径，所以说我们的 APP 能满足众多羽毛球爱好者的需求，我们的产品非常具有可行性。

6、风险可规避性

针对项目所处的市场发展现状、存在问题、做好调研分析，制定出相应的应对策略；在项目市场前期，调研的基础之上，针对开展的项目进行深入市场评估，特别是未来几年市场需求规模，竞争格局，收益情况，做到理性预期市场；充分考虑到各种因素，各种结果，设计多套方案，并经过论证分析通过对比，确定最优方案。

大客户合作的风险，团队经营非常倚重大客户（体育用品企业）的合作，这是获取广告收入的主要来源，快速提高收入的前提。一旦企业不能接受我们的经营理念，便会出现相应的风险。方法：先重点与一两家企业合作，以更多合作方式来吸引前期合作的企业；其次应该加快软件平台的推广，吸引用户的关注。

市场风险，市场需求不如预期，产品得不到市场认可等。方法：做好市场推广工作，加强软件平台的用户体验。

技术风险，产品开发不如预期，人才最重要，确保开发工程师的品行、能力能达到要求。创业者需要全力跟进开发进度，带好团队，做好产品设计。

融资风险，不能按期要求所需的资金。方法：有目的寻找投资者，做好合作谈判工作。

竞争是不可避免的，特别是处于互联网白热化的时代，层出不穷的移动端和互联网平台互相竞争。羽园 APP 也不是市场上独树一帜的运动社交软件，分析市面上的产品并结合实际情况，整合出一套属于我们自己的方案。

7、技术可行性

我们团队成员中有安卓开发经验的人员，熟悉安卓开发流程，能熟练掌握 APP 的开发环境，前期先开发 Android 平台的 APP，羽园 APP 的开发流程：



图 14. 开发流程图

四、管理团队以及人力资源

1、组织架构

一个成功的团队必定离不开队员协力奋斗，一个人的力量是有限的，即便是一位出类拔萃的“英雄人物”也需要一个执行的团队，唯有共同的付出才是往前进步的关键。根据各人本身特质和技能来分工（图 15），明确的分工是高效达到目的的基础。

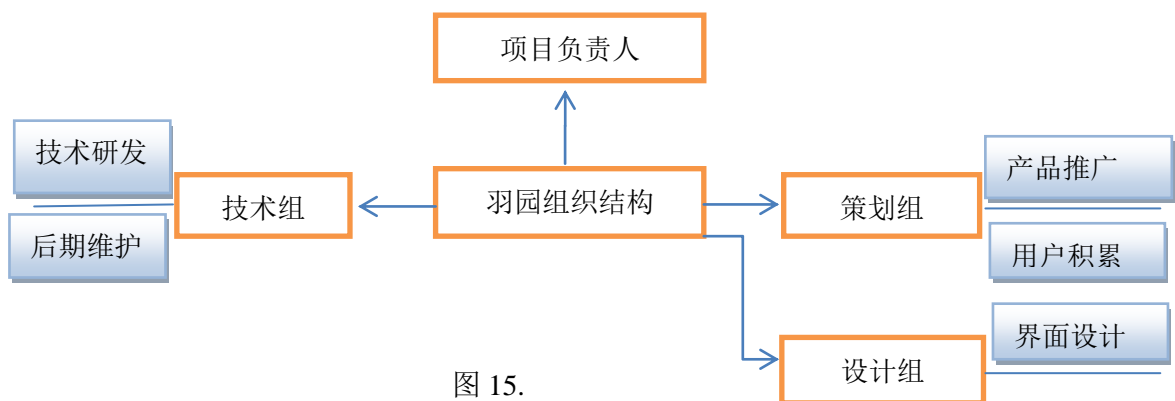


图 15.

项目负责人：设 1 人，负责市场分析，市场机会、商业价值等；需求调研，需求采集、需求分析等；产品打造，产品规划、交互设计等；产品运营，数据跟踪，运营反馈等；持续迭代，版本规划，产品改进等。

技术组：设 2 人，android 工程师，负责 android 客户端的研发以及后期的维护。掌握 Java 编程语言，擅长 android 开发，了解 Javaweb 后台、熟悉 eclipse 等开发软件、了解 Bmob 后端云等等。

设计组：设 2 人，负责软件界面的美术设计、创意工作和制作工作，根据用户群，提出构思新颖、有高度吸引力的创意设计；对页面进行优化，使用户群更趋于人性化；收集和分析用户对于 GUI 的需求，负责 UI 设计，做好用户交互。

策划组：设 2 人，主要负责产品的推广与用户的反馈，积累用户；还有产品的测试，使产品能推广出去。

2、技术生产能力

产品经理：具有通信、计算机等相关专业知识，有独立的软件开发经验，能熟练使用网络测试工具，熟悉软件开发架构与流程；有良好的团队协作能力、沟通表达力有一定的项目管理经验；富有激情，有较强的执行能力和带队能力。

程序开发人员：计算机、软件工程等相关专业，熟悉开发框架，能够独立完成 android 开发；熟练 Java、C/C++等编程语言，熟悉 Http 协议；有良好的编程思维和代码规范习惯，踏实好学，善于协作。

测试专员：计算机、软件工程等相关专业，有丰富的 APP 开发及使用经验；了解 android 应用软件的测试框架和流程，熟悉 QA 标准，精通测试软件的使用，具有一定的数据分析能力、沟通表达能力和文档编辑能力；严谨细心，心思缜密，善于协作。

UI 设计师：视觉传达、美术设计等相关专业，熟练 APP 交互设计；熟练使用 Photoshop、Flash、Illustrator 等专业软件；有较强的艺术感和较高的审美水平，了解市场对交互设计的要求，能够准确把握用户的审美需求；耐心负责，有较强的沟通理解能力、团队协作能力。

运营团队：营销策划、市场运营等相关专业，有丰富的产品运营经历和营销手段，能正确把握市场动向和社会热点；有项目推广、管理经验，较强的市场调查和数据分析能力，熟悉 APP 上线、维护流程；有较强执行力，热情善于交往，

思维敏捷，良好的团队合作精神。

3、组织管理能力

3.1 总负责人（暂由产品经理担任）

- 1) 全面管理公司的大小事件，总负责调度。
- 2) 确保 APP 的正常运营，审核工作计划，统筹策划和确定合作商内容，检测运营 APP 的效果，对 APP 应用实施要求和质量有领导责任。
- 3) 负责和大学城各羽毛球场馆及羽毛球相关用品销售商店做好协商达成合作、不断寻找合作商，拓展业务。
- 4) 对技术人员及相关维护人员做好监督工作。

3.2 财务总监

- 1) 定期对公司运营资金进行整理和分析，做好财务预算及资金使用规划。
- 2) 对每月公司盈利进行统计并进行资金管理。
- 3) 参与投资项目的分析、论证和决策。
- 4) 熟悉财务相关法律法规，具有较全面的财会专业理论知识。

3.3 开发工程师

- 1) 重点研究开发 APP，不断根据市场变更来优化系统。
- 2) 网络方面与其他运营商进行协调。
- 3) 数据库管理以及应用开发。

3.4 市场经理

- 1) 时时关注市场动向，分析市场走向。
- 2) 关注用户反馈信息，开拓新市场。
- 3) 评估公司目标和用户满意度，编译描述羽园 APP 产品说明。
- 4) 维护、宣传本品牌的定位及形象，让产品深入用户心理。

3.5 助理

- 1) 对总负责人的任务进行协助执行完成。
- 2) 协助开发工程师进行应用 APP 树立统计整理。
- 3) 整理好各类文档资料，归类协调工作的顺利开展。

4、公司员工守则

- 1) 遵守法律法规，社会公德及公司的各项规章制度。
- 2) 关心公司业务情况，爱护公司财产，维护公司利益和荣誉。
- 3) 加强沟通，团结协作，精诚干练。
- 4) 爱岗敬业，钻研业务，提高效率。
- 5) 公私分明，平等待人，提高业绩。
- 6) 思维开阔，好学奋进，乐于创新。
- 7) 节约资源，不铺张浪费。
- 8) 责任心要强，积极性要高。

5、职业道德要求

- 1) 从事的业务与本公司的业务有冲突时，员工应向上级提出职务的回避。
- 2) 公司对外的交际活动，应本着礼貌、大方、简朴的原则，严禁涉及不法行为，对外开展工作取得公司同意批准方可执行。
- 3) 不得擅自处理公司财务，包括场地出租、出借、赠与等等。
- 4) 代表公司外出比赛、学习，所获得奖金奖品交由公司统一安排。
- 5) 诚实守信，不做有损公司利益的事情，热心为公司发展出谋划策。

五、资金计划

1、资金需求及成本规划

根据产品项目的开发到运营上线, 综合各方面资料分析, 整理出以下模拟资金运营表:

	项目初期(6 个月)	项目后期(1 年)
固定资产	1 万元	
流动资金	2 万元	3 万元
开发费用	2.5 万元	1.5 万元
运营费用	1 万元	3 万元

小计	6.5 万元	7.5 万元
----	--------	--------

资金使用计划如下：

1) **组建团队费用。**团队成员的基本工资, 鉴于都是团队创业初期, 因此团队成员工资要比一般就业者要低, 全心全力投入到产品的开发运营当中, 为的是能早日有所成就, 能在大学城占领尽量多的市场份额, 争取更多用户。

2) **产品开发和优化。**APP 的开发有团队技术人员负责, 并邀请专业技术人员指导完善, 产品开发投入的人力物力需要一定的资金来维持正常的运转, 总计预期费用 5 千元。

3) **服务器、硬件设备投入费用。**产品研发所需用到的设备和工具, 服务器等等的费用, 预期费用 1.2 万元。

4) **市场运营推广费用。**产品上线需要大量资金用于推广运营, 利用积雪球的方式, 不断积累资金来扩大影响力, 吸引更多用户使用羽园 APP。联合周边商户, 服务同学们联合学校周边的一系列配套设施, 球拍店、球衣店等等, 为其在 APP 中提供详细的信息和广告, 使其加盟羽园 APP, 周边商户可在 APP 里宣传团购功能、优惠券等营销手段吸引目标用户。与场馆方联合, 场馆定场作为重点, 还可以和羽毛球社团谈妥社团的日常信息、介绍信息放进 APP 中。与各学校羽毛球社团合作来推广, 在学校醒目的地方张贴羽园 APP 的二维码让学生们下载, 并在校内网上、微博、微信公众号等平台上宣传, 逐步拓展到大学城周边城镇。预期费用 8 千元。

为了让广大学生团体了解羽园 APP 的相关内容, 我们决定采取以下市场联络方式:

对象	方式	媒介	具体措施
学生	网络	大学城各高校贴吧、微博、微信平台等等	发布羽园 APP 相关内容
	宣传单	在大学城各羽毛球馆及热点地区如贝岗的新天地、北亭等等	印发宣传单、小册子
	海报	羽毛球馆、学校宣传栏、宿舍	张贴有个性色彩的海报

		楼下等等	
商家	赞助	社团及学校或学院举办活动	为比赛提供经费并以店名冠名

2、筹资方式

资金前期来源为创业团队投资及项目款项资助，用于软件开发和检验，并在校试运行及测试，用于完善 APP。当羽园 APP 功能稳定，各项运行测试上线后，引入风险投资和银行贷款，扩大用户市场，打造出属于广州大学城独特的运动社交类 APP。

1) 创业团队集资：每人出资 5 千元，启动资金将为 $5 \text{ 千} \times 7 = 3.5 \text{ 万元}$ 。

2) 项目款项资助：该项目具有实际应用和创新尝试意义，预期能得到学校项目支持，获得 1.5 万元资助。

3) 风险投资和银行贷款均为获得资金的方式，此部分会根据项目进展来获取。

3、投资风险

1) 承诺按照融资金额大小承担存在的全额亏损的风险；

2) 投资者将保证五年不得退股，五年后可以选择出让股份、或由项目创始团队根据情况回收股份、或继续持有股份。

3) 投资者依法转让其出资额时，其他股东有优先受让的权利。

4) 为保证实际履行，投资者承诺在其违约并造成其投资者损失的情况下，投资者向其他投资者承担违约责任。

4、投资退出计划及可能投资回报

在五年后，参与融资的投资者可以向项目创始团队提出融资退出，退出途径如下：

1) 股权回购：要求本项目创始团队回购投资者的股份。

2) 股权转让：经过本项目创始团队同意，转让给有意的第三方，包括个人，公司，投资机构。

六、财务模拟

1、项目建设内容

第一阶段、开发阶段（半年时间）

本阶段将完成 APP 以下功能开发：用户对羽毛球场馆、约羽毛球好友、赛事资讯等信息管理功能，用户能自动定位查找大学城附近的羽毛球场馆，了解到各场馆详细资料，羽园 demo 完成，内测以及上线测试。

第二阶段、试点阶段（1 年时间）

本阶段主要进行软件试点：主要应用于广州大学城各大高校，收集统计分析用户数据，整合资源，并逐步优化和完善初期的功能，积累用户，有流量了才能实现变现。

2、成本构成分析

- （1）组建团队费用
- （2）市场运营推广费用
- （3）服务器、硬件设备投入费用

3、收入构成分析

主要收入是移动互联网平台的广告收入以及企业举办活动提供平台的活动收入。在软件平台，我们将秉持“开放、免费”的互联网原则，向所有用户开放，不收取任何会员费用。广告客户来源较广泛，在积累了一定用户群后，将在后期开始收取广告业务费用。活动业务的客户主要来自体育运动行业，为了和这些企业有更好的合作，前期开放和免费使用，后期运营将收取费用。

羽毛球馆管理功能的收费。帮助羽毛球场馆管理员编辑场馆信息，在羽园 APP 上发布，利用定位技术便捷地用户展示场馆，提高场馆的使用率，提高场地出租率，和场馆方协定好可以按照在平台上通过 APP 下单预约率来算分成。

定制宣传收费：羽园 APP 有资讯赛事模块更新发布内容，可以和活动方或者商家协定好宣传产品或活动，达成长期合作，以此来收取一定的宣传费用。

广告收费：当用户积累到一定程度，流量达到一定高度时就可以植入广告，通过广告收取收入。

教练收费：教练申请为教练员后可以在我们的平台上发布个人及招人相关信

息，按照一定的成交率来收取费用。

4、收益预测

财务支出分为初次较多的启动基金外，还有购置办公用品的费用，每月员工的工资，软件维护费用，宣传费用及日常公司运转开销。

收入部分主要为广告投入以及商家赞助活动举办和场馆宣传管理费用。根据分析预测，当月收入、当月支出、累计结余如图(13)所示：

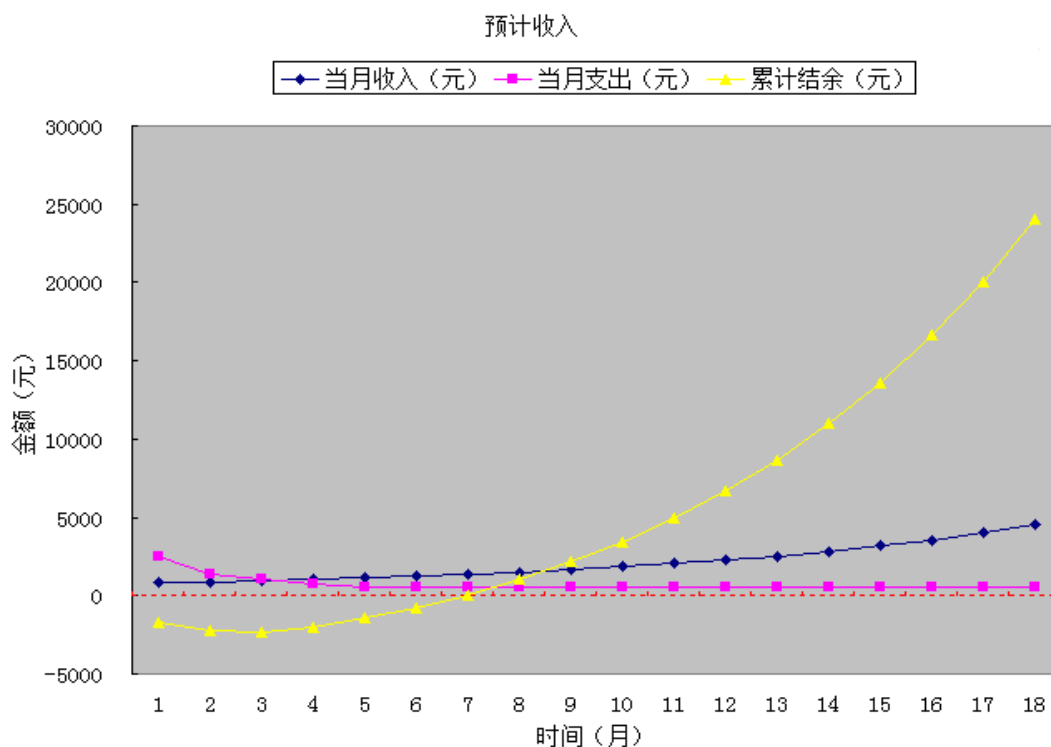


图 16.

由上预计图标可以看出，公司在第七个月份的时候就可以开始盈利，一年的时候就可以达到盈利 1 万元，采用滚雪球方式，慢慢积累公司资金，不断开拓新的市场，在软件方面也不断更新满足用户需求。

七、愿景及使命

随着智能手机的迅速普及，基于智能手机的手机 APP 近年来得到了迅速发展。与一般商业化的 APP 相比，面向高校学生的智能手机 APP 又有着自身的特点。

不同类 APP 在具备自身所设计的应用软件功能时一定程度上也有着媒体的属性，因此归类为新媒体的范畴。现在市场上出现一个安卓热，可以预测在未来的一段时间内，APP 的数量将呈现出一个峰值。在相应的需求的推动下和国家鼓励大学生自主创新创业的政策引导下，投入使用的校园 APP 数量将进入一个快速增长的阶段。

挑战无处不在，初期创业也必将会面临着各种前所未遇的挫折，要做好心理准备，迎接每一个机遇。严格保证首批场馆信息的完整以及准确性，保证初期的实地考察和后期的不断更新；不断开发和引进新的活动和服务，始终保持公司的竞争力；在发展初期大力宣传公司文化，提升公司的知名度，以及在消费者心中塑造美好的印象；有效利用资本，做到最少的资本产生最大的效益。

附件 1 关于羽园 APP 项目的调查问卷

- 1、您的性别是（）
A、男 B、女
- 2、您的年龄处于（）
A、小于 18 岁 B、19-35 岁 C、36-50 岁 D、大于 50 岁
- 3、您每周运动的时长为（）
A、3 小时以下 B、3-8 小时 C、9-15 小时 D、15 小时以上
- 4、您喜欢打羽毛球吗（）
A、非常喜欢 B、喜欢 C、一般般 D、不喜欢
- 5、您打羽毛球一般在（）
A、室外 B、室内（本校体育馆） C、室内（外校体育馆）
- 6、您对大学城里的室内羽毛球馆了解吗（）
A、很了解 B、不太了解 C、完全不了解
- 7、您平时都是通过什么方式来选定羽毛球馆的？（）
A、电话 B、现场 C、网络平台
- 8、有去过大学城其他学校羽毛球场打过吗？（）
A、经常 B、偶尔 C、没去过
- 9、您觉得在大学城寻找室内羽毛球馆（）
A、很容易 B、不容易，信息难找 C、很难，找不到
- 10、您有使用社交软件吗（）
A、有 B、曾经有 C、没有
- 11、您有使用运动类软件吗（）
A、有 B、曾经有 C、没有
- 12、您有加一些大学城的兴趣群吗？（）
A、有，参与度很高 B、有，参与度不高 C、没有
- 13、现在有一款集资讯、定场馆、交友于一身的羽毛球社交软件，你会使用吗？（）
A、会，很乐意 B、看情况 C、不会
- 14、可以接受和通过社交软件认识的人一起打球吗？（）
A、可以 B、看情况 C、不接受
- 15、您觉得我们还有必要提供除羽毛球外的其他运动类型的服务吗？（）
A、很有必要 B、可以 C、没必要

附件 2 关于羽园 APP 项目的调查问卷结果分析

选项	个数	选项
1、您的性别是（）		
A、男	530	61.9%
B、女	326	38.1%
2、您的年龄处于（）		
A、小于 18 岁	167	19.5%
B、19-35 岁	598	69.9%
C、36-35 岁	54	6.3%
D、大于 50 岁	37	4.3%
3、您每周运动的时长为（）上		
A、3 小时以下	167	19.5%
B、3-8 小时	327	38.2%
C、9-15 小时	271	31.7%
D、15 小时以	91	10.6%
4、您喜欢打羽毛球吗（）		
A、非常喜欢	326	38.1%
B、喜欢	262	30.6%
C、一般般	177	20.7%
D、不喜欢	91	10.6%
5、您打羽毛球一般在（）		
A、室外	326	38.1%
B、室内（本校体育馆）	262	30.6%
C、室内（外校体育馆）	268	31.3%
6、您对大学城里的室内羽毛球馆了解吗（）		
A、很了解	167	19.5%
B、不了解	289	33.8%
C、完全不了解	400	46.7%
7、您平时都是通过什么方式来选定羽毛球馆的？（）		
A、电话	447	52.2%
B、现场	400	46.7%
C、网络平台	9	1.1%
8、有去过大学城其他学校羽毛球场打过吗？（）		

A、经常	214	25.0%
B、偶尔	280	32.7%
C、没去过	362	42.3%
9、您觉得在大学城寻找室内羽毛球馆（）		
A、很容易	284	33.2%
B、不容易，信息难找	172	20.1%
C、很难，找不到	400	46.7%
10、您有使用社交软件吗（）		
A、有	847	98.9%
B、曾经有	6	0.7%
C、没有	3	0.4%
11、 您有使用运动类软件吗（）		
A、有	167	19.5%
B、曾有	421	49.2%
C、没有	268	31.3%
12、 您有加一些大学城的兴趣群吗？（）		
A、有，参与度很高	326	38.1%
B、有参与度不高	284	33.2%
C、没有	246	28.7%
13、现在有一款集资讯、定场馆、交友于一身的羽毛球社交软件，你会使用吗？（）		
A、会，很乐意	494	57.7%
B、看情况	271	31.7%
C、不会	91	10.6%
14、可以接受和通过社交软件认识的人一起打球吗？（）		
A、可以	414	48.4%
B、看情况	258	30.1%
C、不接受	184	21.5%
15、您觉得我们还有必要提供除羽毛球外的其他运动类型的服务吗？（）		
A、很有必要	456	53.3%
B、可以	261	30.5%
C、没必要	139	16.2%