

及 时

项
目
计
划
书

目录

一、项目概况.....	4
1.1 背景概述.....	4
1.2 项目概述.....	4
1.3 项目技术概述.....	5
1.4 项目价值概述.....	5
1.5 项目主要商业模式.....	5
1.6 团队优势.....	5
二、产品介绍.....	6
2.1 产品研发背景.....	6
2.2 用户需求描述.....	7
2.3 产品功能设计.....	9
2.3.1 产品业务流程.....	9
2.3.2 产品主要功能.....	11
2.4 竞品分析.....	13
2.4.1 互联派.....	14
2.4.2 乔布堂（又称：乔布简历）.....	15
2.4.3 面包求职.....	15
2.4.4 竞品总结.....	16
2.5 未来发展计划.....	19
三、团队分工及合作.....	22
四、市场预测.....	23
4.1 市场现状.....	23
4.2 市场定位.....	24

4.2.1 识别潜在竞争优势.....	25
4.2.2 战略制定.....	25
五、营销渠道.....	27
5.1 线上营销.....	27
5.2 线下营销.....	27
六、商业模式.....	27
七、财务分析.....	29
7.1 成本预估.....	29
八、风险管理.....	31
8.1 风险预测与分析.....	31
8.1.1 流动性风险.....	31
8.1.2 融资风险.....	31
8.1.3 投资风险.....	32
8.1.4 经营风险.....	32
8.1.5 产品风险.....	32
8.1.6 合同风险.....	33
8.2 风险控制.....	33
8.2.1 财务方面.....	33
8.2.2 经营方面.....	34
附录 A 计算机相关专业的世界地图.....	35
附录 B 霍兰德职业兴趣理论.....	36
附录 C 当代大学生就业难.....	37

一、项目概况

1.1 背景概述

根据“工作世界地图”(详见附录 A)，计算机相关专业职业所需要的能力相差甚远，对立性格面的人，都可以在其中找到合适的职位：内向的人可以做程序员，外向的人可以做产品经理，注重理论的人可以研究算法，动手能力强的人可以研究硬件……然而多样的选择，在缺少信息的学生面前，却带来了巨大的迷茫。计算机相关专业的学生，疲于奔波与所有课程之间，不知道“学了有什么用”，“不感兴趣”是最大的通病，因此及时项目组，希望借助互联网的“个性化”“长期性”通过推荐算法、大数据分析的技术，帮助每一个个性的计算机专业的同学找到他感兴趣的专业。

1.2 项目概述

“及时”是一款面向计算机相关专业，致力于帮助大学生找到感兴趣的行业与岗位，并以任务的形式进行能力提升的 app。

“及时”的核心是“用户数据”。用户数据将贯穿整个产品的生命周期。任务板块、文章资源的个性化推荐将依赖于用户的数据，同时用户在完成任务、阅读文章的时候也将产生新的数据。“及时”的商业模式“人才甄别服务”也建立在用户数据的基础上。

1.3 项目技术概述

项目根据“霍兰德职业兴趣理论”（详见附录 B）建立用户模型，根据用户的兴趣、特长、性格等数据通过推荐算法向用户推荐适合他们的计算机相关职位，再通过将职业能力可视化、步骤化的方式，帮助大学生提升职业技能。

1.4 项目价值概述

项目可以用于解决计算机相关专业的大学生在校期间没有目标、兴趣、毕业实际能力与公司用人要求不符、盲目考研等问题。大学生用户通过使用本软件，逐步找到自己感兴趣的计算机专业方向，并通过任务提升自己能力。兴趣是一种无形的动力，在帮助用户找到兴趣点之后，用户的学习积极性、目标性将会大幅度提升。间接解决毕业生就业难的问题。

1.5 项目主要商业模式

通过对用户数据的收集与分析，建立以能力标签及岗位标签为区分的人才库。为相关用人企业提供了初步的人才甄别服务，简化企业 HR 的人才招聘工作。并以此为切入点与企业建立长久的合作关系

1.6 团队优势

具有产品开发经验可以快速开发 1.0 版本；

善于数学建模与推荐算法使用，可将职业规划理论抽象成互联网产品。

二、产品介绍

2.1 产品研发背景

当代大学生“就业难”现象普遍（详见附录 C）。除去招聘信息不对等、供求不均衡等客观因素外，应届毕业生自身的原因也不容忽视：

毕业生的能力素质与用人单位的要求存在较大差距。很多毕业生仅能掌握学校课程所教授的专业技能，但对于公司所需要的进阶技能并无涉猎。一些职场所需的“软实力”更是欠缺。

这一现状主要是因为学生在校期间信息相对闭塞，无法把握社会的发展方向，对自己的未来没有明晰的认知与规划，从而导致毕业时自身能力与企业要求不对等，加大了自身的就业难度。

然而，让一个在校生“把握社会方向”，“制定长期而有效的发展规划”，是一件几乎不可能完成的任务。所以解决问题的重点不是让大学生了解方向，而是让学生找到专业中他们感兴趣的发展方向。兴趣是一种无形的动力，在找到兴趣点之后，用户的学习积极性、目标性将会大幅度提升。用户的内驱力所带来的能力提升，会将“就业难”迎刃而解。

根据“工作世界地图”，计算机相关专业职业所需要的能力相差甚远，对立性格面的人，都可以在其中找到合适的职位：内向的人可以做程序员；外向的人可以做产品经理；注重理论的人可以研究算法；动手能力强的人可以研究硬件……因此，拥有不同兴趣的人，都可以

在计算机专业中找到与自己匹配的发展方向。然而多样的选择，在缺少信息的学生面前，却带来了巨大的迷茫。计算机相关专业的学生，疲于奔波与所有课程之间，不知道“学了有什么用”，“不感兴趣”是最大的通病。

鉴于现状，本项目组决定依托“大数据”及“互联网”，利用其长期性、个性化、资源共享性打造一款“IT 业大学生的私人求职导师”，力求引导每个在校计算机相关专业的大学生了解计算机的多种职业方向，通过兴趣，能力，价值观三种维度选择出最适合自己的职位，并量化该职位所需要的能力要求，帮助用户匹配个性的能力提升方案。实现真正意义上“全程陪伴”与“私人定制”式的求职导师。

2.2 用户需求描述

很多计算机相关专业大学生在校期间没有途径找到自己的兴趣和目标，在面对计算机专业从硬件到算法再到应用的广泛课程中，不知道自己是为了什么而学，最终学的忙碌而盲目，缺乏效率。

当代大学生迫切地想解决“迷茫”。

这种迷茫可以根据阶段的不同分为以下几点：

阶段一：我学的专业将来会从事什么行业？

阶段二：该行业有好多相关职位，哪一个适合我？

阶段三：这个职位需要我培养自己什么样的能力？

阶段四：我要通过什么样的方式才能培养某种特定的能力？

而在不同的阶段用户的需求也在发生着变化：

在第一阶段，用户需要的是对所学专业的对口行业有一个宏观的了解：这包括行业最新的发展现状、最合适的工作地点、行业薪资、行业发展前景等。此时的用户需要的仅仅是一些客观的信息。

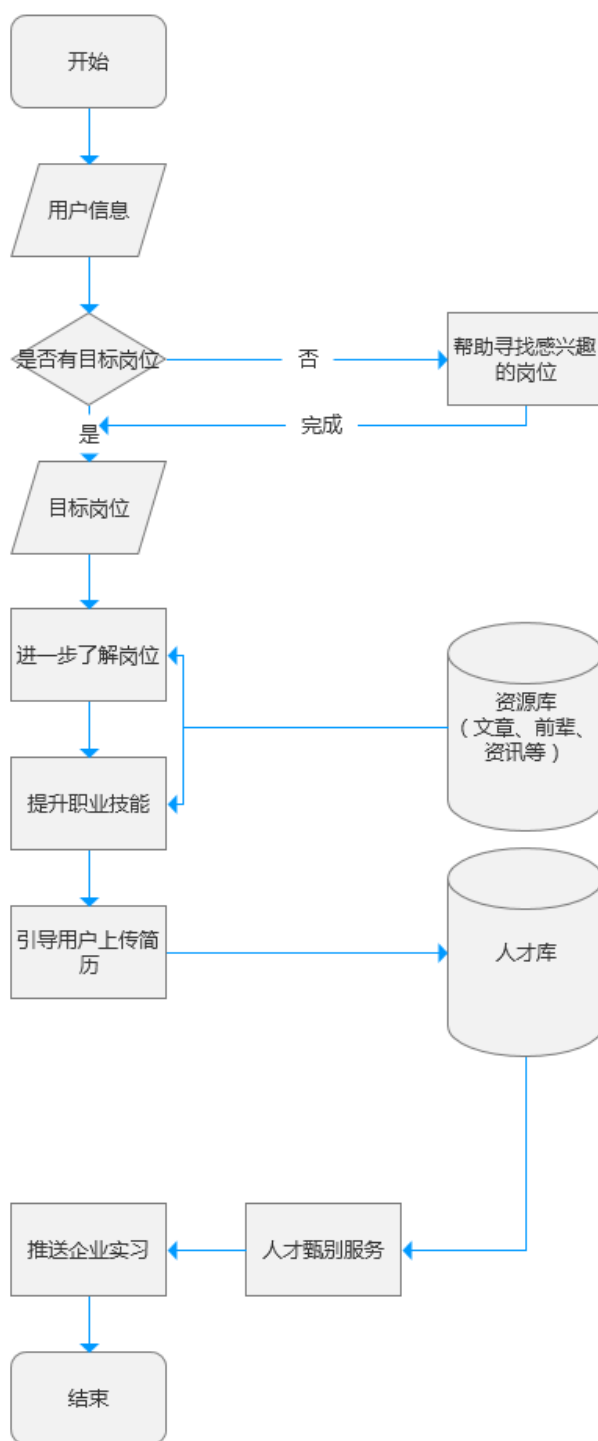
而到了第二阶段，用户所要了解的是行业职位上的细分，如：IT 行业的技术职位就分为前端开发工程师、JAVA 工程师、IOS 开发工程师等。在这个阶段，用户面对自己所能从事的众多职位，可能会一时间不知所措。此时用户需要了解的是各个职位的工作内容、工资待遇以及入职后在公司的工作环境等。有了这些信息，再结合用户自身的性格、兴趣等，才能较好的选择自己适合的职位。

第三个阶段是第二个阶段的延续，当用户确定将要从事某一个职位之后，会在对职位的深入了解中逐渐发现这个职位所需要的能力。也就是说，在这个阶段，用户需要的是相关职位的资讯。

而到了第四个阶段，用户知道自己该获取什么样的能力，却不知道如何获取这种能力。此时，用户需要的是一些权威性的指导或者经验之谈。此时，借鉴前人走过的路对于用户来说是一种莫大的帮助。平台会提供完善的咨询渠道和经验交流中心。

2.3 产品功能设计

2.3.1 产品业务流程



不同于市面上大多数的求职产品，本产品采用长期陪伴、个性化解决方案的方式来帮助用户找到自己感兴趣的职业方向。并采用阶段性的任务推送帮助用户提升职业技能，最终达到提高自身就业竞争力的目的。

1. 用户首次登录软件时系统会要求用户填写基本的个人信息，其中包括用户所就读的专业。

2. 在用户使用软件的最初阶段，系统根据用户的专业信息向其推送相关的行业资讯并采集用户的操作数据。

3. 当用户的行为数据积累到一定程度之后，系统会通过算法进行分析。并以系统消息的形式向用户展示这段时间以来阅读各类资讯的比值，通过这份数据预测用户所感兴趣的行业方向。

4. 当用户选择了自己心仪的就业方向之后，平台将通过推荐算法为用户推送更多相关度更高的资讯，帮助用户更细致深入的选择自己心仪的职位。同时，在这个阶段，系统还会为用户量身定制任务卡片，协助用户系统化的提升自身能力。

5. 当用户完成相应的系统任务之后，系统会根据用户完成任务的数量及质量（平台会有阶段性的小测验用以确认用户完成任务的质量）向用户推荐一些企业资源，真正达到用户从产品中成功的“走出去”。

6. 除去信息资讯的推送，平台还打造了“前辈”资源板块。用户可以在这个板块中与行业专家、本专业学长学姐等前辈交流。以贴身导师的方式为用户提供了一个答疑解惑的地方，力求做到大学生能力

提升的贴身助手。

2.3.2 产品主要功能



1. 任务板块

任务板块是产品的核心功能。

在用户使用的初期，任务板块起到了引导用户去了解行业的作用。

在用户找到感兴趣的职业后，个性化推荐系统将为不同的用户推送不同的任务快与任务。

任务板块也负责用户数据的产生。我们会设定一些特殊的任务来获得用户的数据，比如上传简历等。

愿，每一个个体都能找到自己的使命。



2. 前辈

据调查发现，大学生更倾向于向学长、学姐询问来获得行业信息。因此在本产品中设计了前辈问答板块，用户可以在产品中付费向前辈提问。产品也会定期向不同的用户推荐不同的前辈。用户提问所产生的数据将被进行文本分析，用于构建用户模型。

愿，每一个个体都能找到自己的使命。



3. 资源库

资源库包含，文章、资讯、前辈。建立资源库这对于我们来说是一件较为困难的事情，但它确是必不可少的。任务板块中的任务，需要资源；用户了解行业信息也需要资源。在首页中，用户可以获取最新的行业资讯，在推荐页面，用户将接收到我们为他推荐资料。

用户对于资源库的一切操作将被转换成数据进行分析。

2.4 竞品分析

产品本质上是做以下两件事情：

1. 提升计算机相关专业大学生行业知识认知
2. 提升计算机相关专业大学生求职竞争力。

目前市场上，做提升计算机相关专业行业知识认知的互联网产品，

都是按照“岗位”分散的。比如“人人都是产品经理”对应的岗位是“产品经理”；CSDN做的是程序员的社区等。而本项目，是希望在用户不了解自己应该做“产品经理”还是“软件工程师”这样的情况下，提供帮助。由于这种需求的简单性，用户更倾向于去“知乎”或者线下找学长、前辈来解决痒点。所以这一块并没有找到竞品。

做提升大学生求职竞争力的产品比较丰富，我们选择了市面上相对流行的三款做求职服务的竞品进行分析。分别是：互联派；乔布堂（又称：乔布简历）；面包求职。

2.4.1 互联派

是一款针对互联网行业深度垂直的微信公众号。其产品内容分为三块：文章推送、实习内推、求职技巧的线上培训。推送的文章内容主要为面试技巧的分享，不时会发布一些行业内的活动信息。实习内推板块则是和各个企业合作：企业给平台发放用人需求以及内推邮箱，互联派则将实习信息展示给平台用户，用户按照互联派提供的邮件格式将简历投递给相应的公司即可获得简历优先筛选的待遇。培训课程是平台请讲师通过视频的形式线上授课。

从互联派的功能来看，该平台更侧重于求职渠道的提供。平台的资源时效性很强，只有当用户真正面临求职时才会派上用场。总体而言，互联派是一个简单、直接的互联网行业求职平台。

2.4.2 乔布堂（又称：乔布简历）

乔布堂既有自己的 APP，也有微信公众号。它是一个面向全行业的求职平台。乔布简历会要求用户建立一个较为全面的个人简历，里面涵盖了用户的教育背景、个人经历、技能标签等信息，平台会根据这些信息向用户推送相关行业的公司招聘信息（如：用户选择计算机专业，系统则会向用户推送互联网公司的招聘信息）。当用户通过乔布堂向某公司投递简历时、投递的就是平台要求用户所建立的个人简历，无需另外准备。乔布堂还根据用户建立的个人档案推出了“人才库”的功能，当用户的资料达到平台要求之后，该用户的资料会被投入“人才库”中并面向经过实名认证的企业 HR 展示。换言之，进入“人才库”的用户可能收到 HR 的入职邀请。除此之外，乔布堂还有“职播”板块，针对面试、求职中会碰到的各种问题请导师以直播的方式进行线上指点。

除了求职信息的发布之外，乔布堂还注重于求职者能力的提升。通过“职播”功能，求职者可以在平台上感受到自己能力的提升（求职技巧方面）。而“人才库”的引进，让用人单位与求职个人的信息对接更加畅通。

2.4.3 面包求职

“面包求职，致力于打造最有温度的求职培训，充分利用商科领域强大的资源，结合互联网环境，弥补国内高校就业指导中心专业辅导的缺失，打破信息不对称性和固有的学校、专业天花板，提升简历

吸引力、打造面试小达人、引荐人脉……让更多同学准确的定位适合自己的职位，掌握必备的应聘技巧和知识储备，最重要的是建立自信，最终斩获理想 Offer。”

面包求职是一款以求职培训为主导的求职类微信公众号。在面包求职这个平台上，用户不仅可以了解各行业的企业招聘信息，阅读求职达人推荐的干货文章，还可以通过平台找到提升自身求职竞争力的培训课程。面包求职采用线上线下相结合的方式，着重打造优质的求职培训课程，培训方式主要有两种：线上采用大牛导师 1 对 1 直播授课形式；线下采用小班短期培训的形式进行。参加了培训课程的学员可以享受一年内无限制的内推服务。

面包求职共开设行业课程 107 门。其中：咨询类（如：麦肯锡、思略特等）开设课程 12 门；会计事务所类开设课程 13 门；快消类开设课程 11 门；互联网类开设课程 11 门；金融类开设课程 53 门；其他共开设课程 7 门。

通过对面包求职的课程安排分析可知，该平台发展战略是以金融类行业求职为发力点，做到单行业深度垂直，再向其他行业进行发散。

2.4.4 竞品总结

从产品服务理念的层面上看：

以上三款竞品各有不同，但产品的核心价值——求职都具有很强的时效性。产品追求在每年的求职季用短时间的产品服务为毕业生的

求职助力。这种服务模式也就决定了产品用户的较大流动性。

而本项目组打造的大学生求职能力发展平台——及时，则以不同的理念服务于那些最终要走向求职的大学生：我们的产品会以长期陪伴的形式帮助大学生找到自己心仪的就业方向，并通过一步步的引导让用户明白职业规划的重要性与必要性，激发用户提升自身能力的内在动力。项目组认为，这种通过长期培养形成的能力已经不单单是求职时的技巧，更是用户的职业素养。平台通过数据的记录与展现，可以让用户清楚的看到自己的成长。一方面培养用户的习惯，提高了用户的粘性；另一方面平台可通过数据构建一个庞大的优质人才池，为平台的后市场提供了更多的可能性。

从产品功能的层面上看：

功能列表	互联派	乔布堂	面包求职	及时
干货推文	✓	✓	✓	✓
简历编辑		✓		
实习内推	✓	✓	✓	✓
在线课程	✓	✓	✓	✓
线下培训			✓	
导师在线指导			✓	✓
任务板块				✓

职业能力提升作为平台业务的重要一环，平台希望为用户提供方便易得的资源。故而仅保留了干货推文与在线课程功能板块。

任务板块是产品的一大特色功能。能力的学习，个人的成长是一个长期性过程，如何才能“陪伴”用户，在对职业产生兴趣之前，度过烦躁期；如何陪伴用户在长期性的学习中，保持新鲜感直到掌握技能。本产品将职业所需能力量化，分成各个小任务，陪伴用户的成长。并且对于不同的用户，同样的目标，可以有多种任务呈现方式。

根据文件调查发现，大学学生更倾向于向学长学姐寻求经验教训，故而产品开设了前辈在线提问的功能。用户可根据自身存在的问题向前辈提问。

综合产品理念及功能设计来看，及时虽然与上述三款产品在大学生求职能力提升环节构成竞争关系，但从全面的产品定位及用户群体细分来看，及时更注重对用户的兴趣发现，持久陪伴和任务式的能力提升，与求职环节相辅相成。项目组有理由相信，若“及时”平台坚持自己的产品特色，定能在互联网+大学生求职的蓝海立足。

2.5 未来发展计划

产品初期阶段 获取用户、构建资源库	战略	发展区域：长春
		目标人群：计算机专业高校学生
		发展方向：以建立初期资源库（解决方案）为核心；同时获取用户、留住用户。
	资源方面	1. 积极获取内容转载权。
		2. 联系高年级学生及毕业学长学姐进驻平台
		3. 与长春本地培训机构进行合作
	运营方面	1. 积极与吉林大学等长春各大高校就业中心及学生组织建立合作关系推广产品
		2. 建立官方 QQ 群、微博等新媒体渠道，运营种子用户社群
		3. 定期举行线下前辈交流分享会
	功能方面	1. 将“线下”就业指导，转为线上功能流程
		2. 着重给用户匹配相关的职业信息、资源
		3. 着重设计解决方案帮助用户提升职业能力

产品初期阶段

产品初期阶段旨在构建平台资源、设计合理的职业能力提升方案，发展一批忠诚的种子用户，并积极与高校就业相关部门取得合作。

功能方面，我们会依靠平台所承载的资源，结合科学的职业规划方案，引导用户在使用软件的过程中进行以下三个步骤：1. 明白“我是谁”，2. 知道“我去哪” 3. 懂得“怎么去”。在三个步骤的进行中，软件提供大量免费资源及更加优质的付费资源，用户可以同时通过这两种方式，根据软件所提供的职业选择方案找到自己感兴趣并适合的职位，进一步进行能力提升。能力提升方面我们会利用相关技术对网

络上的职位要求进行收集整理，通过数据进行能力维度分析，对于普适性软实力制定基本方案。对于专业硬能力，项目组会与相关的企业或公司进行合作，制定科学的解决方案。

资源方面，我们会积极联系相关企业、公司、作者获取内容转载权；联系大学高年级学生及毕业三年内的学长学姐进驻平台，为用户提供答疑解惑的途径；与线下培训机构取得合作，为用户提供专业的职业能力提升途径。

运营方面，项目组会与吉林大学等长春各大高校就业中心及学生组织建立合作关系，使高校学生可以通过学校相关渠道了解软件并下载使用。推广期间，项目组会建立官方 QQ 群、微博等新媒体渠道，运营种子用户社群，通过线上及线下两种方式联系用户，跟进用户反馈意见，定期联合各高校就业中心或学生组织举行大学生职业规划及就业指导等相关活动，邀请高质量毕业生及优秀学生进驻平台，与其合作举办小型前辈交流分享会，通过线上及线下活动，提高新用户对产品的积极性、活跃度及产品认同感。

愿，每一个个体都能找到自己的使命。

产品中期阶段 人才甄别服务、企业 合作	战略	发展区域：北京、上海
		目标人群：计算机专业高校学生
		发展方向：企业合作、人才甄别服务
	资源方面	1. 加大文章版权的获取、培训机构的合作
		2. 引导就职用户、前辈生产原创资源
	运营方面	1. 在各高校内进行大范围宣传推广，提高用户数量
		2. 扩大宣传力度，举办求职实习相关线下活动
	功能方面	1 实习内推功能，将企业招聘需求推送给相关用户
		2. 人才池功能，引导用户上传简历，构建人才库，为企业提供人才甄别服务

产品中期阶段

产品中期阶段我们会提升产品影响力；进行产品迭代，将功能重点放在实习、内推上；企业人才合作，为公司提供大学实习生人才甄别服务。

功能方面，软件会加入实习内推及人才池模块，采用双向匹配模式进行人才输送，一方面与合作企业共同制定符合其用人要求的培养及筛选方案，通过用户在软件内的数据行为及任务提交结果情况，为企业筛选出优质的人才。另一方面，用户可以根据自己的能力及求职需求，选择不同企业的任务模块进行相关学习及能力提高，完成后即有机会取相关企业 Offer。

资源方面，项目组会加大对产品的职业信息资源库的扩充，并积极引导入职的用户、行业前辈生产原创资源。

运营方面，扩大宣传力度，主要对求职及实习方面着重发力，举办求职实习相关讲座课程，积极参与企业相关实习及招聘宣讲会，提高软件在学校及企业人才招聘中的影响力，力图使软件成为企业在学校招聘的重要渠道。

三、团队分工及合作

姓名	职责
朱陈超	项目管理、市场分析
张浩哲	产品功能、用户需求分析、资源合作
杨欢	财务分析、项目风险预估
徐志超	产品设计、业务逻辑规划
魏泽毅	产品开发、产品设计
万家兵	推荐算法
李小民	推荐算法

及时团队共七人，组长为朱陈超，组员为张浩哲，徐志超，万家兵，魏泽毅，李小民，杨欢。

团队中朱陈超、张浩哲、万家兵、魏泽毅曾设计并开发上线两款产品。万家兵擅长于数据挖掘及机器学习方向。杨欢就读于吉林大学商学院人力资源管理专业，擅长于人员管理、团队建设及财务分析方面。徐志超在某电商平台实习产品经理职位近一年，擅长于 APP 产品设计及功能规划。

团队分工：由张浩哲与徐志超进行产品功能及业务逻辑规划，根据用户需求及调研结果，对产品 1.0 功能进行设计。万家兵与李小民

根据霍兰德职业兴趣模型建模，设计后台数据挖掘分类算法，根据获取及分析出的用户标签进行精细化文章推送。杨欢负责团队财务分析及项目风险预估。朱陈超负责项目管理及资源合作联系，同时与魏泽毅一同开发整个产品的前端与后台。

四、市场预测

4.1 市场现状

据中国教育数据统计，自 2001 年以来，高校毕业生的数量连年增长，至 2016 年全国高校毕业生人数达到 765 万人，比上年增加 16 万人，再加上中职毕业生和初高中毕业以后不再继续升学的学生，青年的就业群体加在一起大约有 1500 万左右。寻职人数的增加无疑增大了高校毕业生的求职竞争指数，然而，调查研究显示，大学生就业难并不只是数量上的，更多是结构性的，即寻找工作的毕业生不能“适宜于”可获得的工作职位，因为工作者所提供的技能与企业职位需求技能之间存在着不匹配的状况，结果就是有空缺职位，有在求职者，但求职者无能力胜任职位。对于高校大学生来说，他们投入更多的教育成本，在寻找工作时倾向于薪酬水平较高的职位，但是往往因为某些能力的欠缺无法找到自己喜欢的职业，很大一部分原因是他们大学期间没有考虑过职业能力提升，即使使用最好的求职 app，也很难解决自身与职位需求不匹配的问题，因此为大学生提供知识服务并做好职业能力提升也显得十分必要，未来对职业能力提升服务的需求也会

越来越多。

互联网发展至今，大学生 app 风靡校园，玩乐、学习、交友、购物，数不胜数，但是致力于帮助大学生提升职业知识认知、职业知识服务的 app 很少见，对于公司来说，职业能力提升可能有很好的发展前景。且随着就业难问题的出现，大学生对未来的方向愈加迷茫，越来越多人意识到了职业能力的重要性，专注于职业能力提升 app 开发的公司如何把握这一黄金的发展机遇，抓住互联网+求职这一时代浪潮，利用互联网缓解大学生就业问题，创新商业模式，树立起我们在 app 领域的品牌优势，这将是我们的最终目的。

4.2 市场定位

大学生普遍缺乏职业能力培养意识：43%的大学生对自己将来准备从事的职业没有规划；46%的大学生对职业能力仅有模糊的认识，个人如何提升也不明确；只有 11%的大学生有比较明确的提升计划。

一份针对大一新生的调查问卷显示，有 47%的学生认为职业能力仅仅是毕业时候的事情，现在暂时不予考虑。

随着就业问题的出现，大学生的职业能力越来越受到高校、社会和学生们的重视，其作用也愈发明显，未来职业能力的提升将会有更大的市场需求。面对如此大的一个市场需求，为获取我们的市场份额，项目组进行了市场定位分析。

4.2.1 识别潜在竞争优势

首先，职业能力提升平台提供的是线上服务，与线下教育相比，线上服务解除了对大学生的时间、地点的限制，更省去了学生上课来回奔波的麻烦，用户可以随时随地学习自己的职业知识；其次，相比于线下的职业教育，线上学习的成本大大降低，用户可以通过低成本建立专业的职业能力提升路径，享受与线下公司相近的优质资源服务，如专业化的课程视频、各种面试技巧，实习推送服务等等。其三，本产品采用资讯提供及数据采集的方式来帮助用户全面认识自我，找到自己感兴趣的职业方向，并用采用阶段性的任务推送帮助用户提升自我能力，在能力提升中，我们不仅关注硬实力，更注重软实力的提升，平台还为用户提供了“前辈”资源，用户可以通过少量付费与专业人士、学长学姐等前辈交流，吸取经验，最终达到提高自身就业竞争力的目的。

4.2.2 战略制定

（1）数据战略

用户数据是本产品的核心。

本产品致力于在一个较长的周期中，通过推荐算法帮助用户找到感兴趣的岗位并提升职业技能。在这个过程中，我们会采集、分析用户的数据。通过数据，建立每一个用户的用户模型。从而构建一个人才库，为企业提升人才甄别服务。

产品根据“霍兰德职业兴趣理论”（附录2）建立用户模型，在模型的基础上，设计不同的功能来采集用户各方面的数据。例如，通过任务板块引导用户上传简历等。

多维度的数据收集将贯穿整个产品的生命周期。

（2）个性化战略

我们的 app 采用资讯提供及个性化推荐的方式来帮助用户找到自己感兴趣的职业方向，当用户选择了自己心仪的就业方向后，平台将为用户推送相关度更高的资讯，帮助用户更细致深入的了解自己心仪的职位，与此同时，系统会为用户量身定制任务卡片，并根据用户完成任务的数量及质量（平台会有阶段性的小调查用以确认用户完成任务的质量），产品会自动向用户推荐企业资源，为用户讲解面试技巧，提供企业招聘信息……

（3）前辈战略

由于大学生更倾向于向已经毕业的学长学姐寻求帮助，我们产品打造了“前辈”资源板块：用户可以在这个板块中向本专业学长学姐等前辈求教。

在发展的初期，项目组会积极联系计算机专业毕业的前辈入住平台。

在发展的中期，我们会联系用户反哺产品。

五、营销渠道

5.1 线上营销

(1) 广告营销：在计算机相关专业同学经常访问的网站投放广告，比如，慕课网，大学题目搜题网站等。

(2) 微信营销：在微信平台上建立公众号，同时使用社群运营的方法吸引更多的用户进入公众号，我们会为公众号的成员定期推送线上知识，吸引新用户，提高用户体验，获得用户反馈。

5.2 线下营销

本项目出发点是帮助计算机相关专业的学生了解毕业职业、提升职业技能。因此我们将会与校方合作，举办公益讲座、相关比赛来宣传产品。以此提升用户参与度、产品知名度。

六、商业模式

产品的商业模式分为三部分：

第一部分为付费前辈问答，这个板块我们会入驻优秀的学长学姐或已工作的职业人，用户通过支付一定的费用可以与自己相关领域的前辈进行一对一交流，项目组作为平台按百分比抽取费用。

第二部分为企业合作，在用户选择了明确的职位之后，产品会通过任务模块进行能力提升，同时软件也会推荐用户进行更加专业的企

业进行能力提升，为相关企业引入流量，软件可以通过流量大小及转化率向相关企业收取费用。

第三部分为企业人才甄别服务，用户在使用产品完成相关任务的过程中，产品会获取到用户相关信息数据，项目会与企业进行对接，将优秀的人才简历输送至企业。企业支付一定的费用即可获得用户的简历，若企业希望进行进一步精准招聘，也可以向本项目组支付额外的费用，项目组会利用用户的行为数据，分析出最符合企业用人要求的人才。

七、财务分析

7.1 成本预估

阶段	分类	项目名称	项目开销 (元)	计算时长 (月)	一年总计 (万元)
	事物支出	租金（80 平方米）	3500/月	2017. 6– 2018. 6	12. 6
		版权费	1000		
		日常开销	2000/月		
		会计外包	500/月		
	人员支出	人资	4500/月		
产品研发阶段	事物支出	服务器、第三方平台	2000/月	2017. 6– 2018. 6	65. 4
	人员支出	开发（5 人）	23000/月		
		产品经理（3 人）	13000/月		
		美工（2 人）	6000/月		
		编辑（2 人）	6000/月		
		产品内容主管（1 人）	4500/月		
产品内容	事物支出	购买版权费（文章、视频）	20w	2017. 11– 2018. 6	59. 4
		前辈邀请费用	15w		
	人员支出	合作（获取文章、视频资源）（3 人）	12000/月		
		合作（邀请毕业学长、前辈）（3 人）	12000/月		
		公关主管（1 人）	6500/月		
产品初期运营	事物支出	线上广告	20w	2018. 2– 2018. 6	36. 64
		线下活动	800/场		

愿，每一个个体都能找到自己的使命。

			(每月 2 场)		
	人员支出	线上运营团队 (2 人)	6000/月		
		线下推广团队 (3 人)	10000/月		
		找合作人员 (六人)	24000/月		
				合计	174.04

八、风险管理

8.1 风险预测与分析

8.1.1 流动性风险

现金就是企业的血液，是企业财务管理的核心，企业营运资金管理对企业来说极其重要，企业的流动性较强的资产主要包括现金、存货、应收账款等项目。一个赢利性再好的企业，如果是现金管理政策不当，就很有可能发生流动性风险。例如应收款项收回不及时，存货、固定资产周转率低，这些都会影响企业的偿债能力，导致企业债务无法及时偿还。

8.1.2 融资风险

项目组将通过银行借款、发行股票债券等方式进行融资，并且融资是企业未来的必要选择。从企业资本结构来说，适度举债可以享受税盾效应带来的收益，从运营角度看，软件公司在企业的初创期，收入不稳定，几乎无法支撑企业日常运营，同时，企业又有较多的费用成本需要支付，因而必须要有新的资金投入，外部融资十分必要。但是企业的融资渠道往往受企业流动资金的影响，如果企业的经营净现金为负，投资净现金也为负，则企业的融资渠道就变窄了。此外，利率、风险、税率等因素会影响企业在融资过程中的资本成本，资本成本和本金无法及时偿还是企业的一大风险。

8.1.3 投资风险

投资分为对内投资和对外投资，对内是指对固定资产等长期资产进行投资，投资收益来自产品市场和长期资产的净残值；对外投资是指公司通过购买其他公司的股份来获利，取得的收益是被投资方的财富再分配。公司成立初期，从产品市场获得的收入很少，对内投资几乎没有收益，此时，公司就需要通过对外投资来获得收益，然而，投资中风险与回报共存，高回报一般伴随着高风险，尤其是股票投资。风险由两部分构成，系统风险和非系统风险，非系统风险可以通过有效的投资组合分散掉，而系统风险不可以，所以，如何正确合理的估计系统风险并做好规避是投资需要重点考虑的。

8.1.4 经营风险

经营风险主要来源于产品市场，是因固定成本无法得到补偿产生的。在其他因素不变的情况下，市场对企业产品的需求越稳定，企业未来的经营收益就越确定，经营风险也就越小。

8.1.5 产品风险

在公司初创期，来自于产品市场的收入往往无法填补固定成本，原因可能有产品宣传不到位，市场营销做得不好，或是开发的产品不是适销对路，也有可能因为竞争对手的干扰，制定的价格不合理，这些情况在一个企业的成立初期发生的概率还是比较大的，如何处理好这些隐患是风险管理需要考虑的主要内容。

8.1.6 合同风险

经济合同风险是指企业在履行经济合同过程中，对方违反合同规定或遇到不可抗力影响，造成本企业的经济损失。我们的产品在运营过程中要与很多机构进行合作，这就涉及到了合同问题，企业如果在产品合同签订后的履约及赔偿责任问题上考虑不周，就易引发一系列的法律问题，造成公司财产损失。

8.2 风险控制

8.2.1 财务方面

1. 对于流动性风险，本项目组会加强营运资金的管理，提高资金链的流动性；控制公司的固定成本以降低偿债压力；控制商业信用政策，即对欠款方进行信用调查，把欠款金额限制在合理范围内，制定合适的还款期限，如果条件允许，也可以给债务人商业折扣，鼓励债务人提早还款，以提高公司资金的周转率

2. 对投资风险，我们会采取：在项目投资前，一定要各职能部门和项目评审组一起进行严格的、科学的审查和论证，不能盲目运作；对外资项目不能作风险承诺，也不能作差额担保或许诺对方固定回报率；对股票债券等有偿证券进行投资时，尽可能地通过投资组合分散非系统风险，并对系统风险进行评估。

3. 对融资风险，为了避免公司债务无法偿还，本项目组会控制好资产负债比率，即资本结构。资本结构要控制在合理的区间内，既不

能过度举债，也不能举债过少，举债过多会增加公司财务风险，易造成资金周转不灵，还会影响正常地还本付息；举债过少，无法得到财务杠杆带来的收益。在决定资本结构时还要考虑企业的加权平均资本成本，争取选择能使公司价值最大化、加权平均资本成本最小化的资本结构。

8.2.2 经营方面

1. 制定合理的产品研发流程及内部审批程序，对产品的资金成本和收益进行测算，用科学的方法预测收益率。

2. 加强产品营销管理，生产适销对路的产品，跟踪客户，调查客户对产品的使用状况，及时获取客户反馈，并根据客户需求更新产品。

3. 注重产品更新换代，及时将新产品投入市场。

4. 重视合同法学习，在进行经营和产品合同签订后的履约及赔偿责任问题上周全考虑，在合同签订后密切注视其执行情况，要有远见地处理随时发生的变化。

附录 A 计算机相关专业的工作世界地图

在 Holland 职业兴趣理论提出之前，关于职业兴趣测试和个体分析是孤立的，Holland 将二者有机结合起来。1991 年，Gati 针对 Holland 的正六边形模型中有关相邻职业群距离相等这一假设的局限性，提出了三层次模型。两年后，Prediger 在 Holland 六边形模型的基础上加上人和物维度、数据和观念维度，使职业的类型和性质有机地结合起来。美国大学考试中心在 Prediger 兴趣的两维基础上，将职业群体的具体位置标定在坐标图上，由此得到工作世界图。

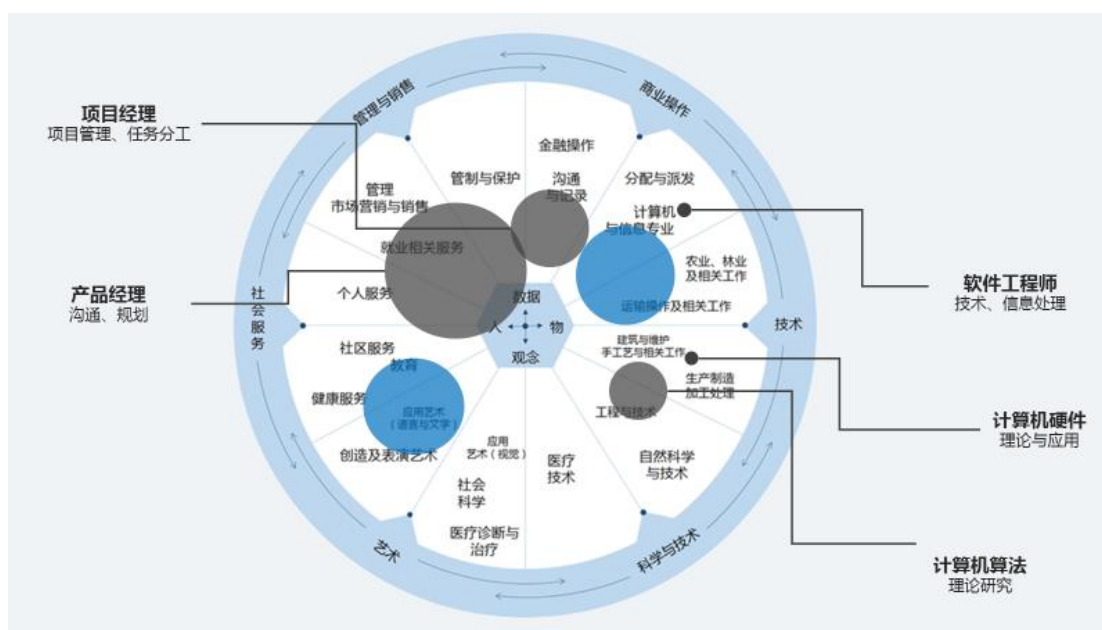
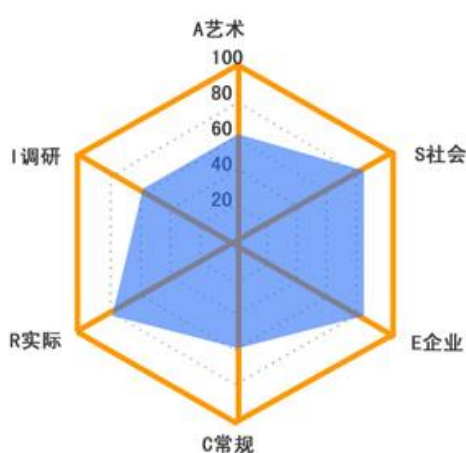


图 A.1

计算机毕业后的相关岗位，在工作世界图中的位置分布是很广的。这带给了不同性格的人不同的选择。

附录 B 霍兰德职业兴趣理论

约翰·霍兰德（John Holland）是美国约翰·霍普金斯大学心理学教授，美国著名的职业指导专家。他于 1959 年提出了具有广泛社会影响的职业兴趣理论。认为人的人格类型、兴趣与职业密切相关，



兴趣是人们活动的巨大动力，凡是具有职业兴趣的职业，都可以提高人们的积极性，促使人们积极地、愉快地从事该职业，且职业兴趣与人格之间存在很高的相关性。Holland 认为人格可分为现实型、研究型、艺术型、社会型、企业型和常规型六种类型。

附录 C 当代大学生就业难

中新网北京 5 月 23 日电：756 万！今年高校毕业生人数创历史新高，再加上今年经济下行压力较大，被称为“最难就业季”。

据相关统计，2001 年至 2015 年间我国高校毕业生人数由最初的 114 万人持续增加至 749 万人。



2016 年全国高校毕业人数更是增长至 756 万人，被称为“最难就业季”。面对毕业生人数增加、就业形势日趋严峻这一现象，教育部在 2014 年就针对强化就业指导服务发文：

各地各高校要建立健全职业发展和就业指导服务体系。加强就业指导课程和学科建设，要结合当前经济发展新业态和新常态，及时将学科专业动态和行业发展成果融入课堂教学，提高课堂教学的参与度和吸引力。深入开展个性化辅导与咨询，帮助毕业生合理确立职业目标，及时疏导毕业生求职过程中的焦虑、依赖等心理问题，增强其应

对竞争及挫折的抗压能力。积极组织职业规划大赛、职业体验项目等课外活动，充分发挥就业实践活动的带动作用，进一步提高就业指导的覆盖面和实效性。

要充分发挥校园就业市场的主渠道和基础性作用，深入挖掘职位，积极组织多种形式的校园招聘活动，确保招聘活动场次、职位数量进一步增加，信息质量进一步提高。深入推进就业信息网建设，充分运用“全国大学生就业信息服务一体化系统”，实现招聘活动联合联动、招聘信息有效共享。结合国家新推出的“一带一路”“互联互通”和亚太自由贸易区等重大战略，探索毕业生就业创业的新渠道、新形态。进一步加强对招聘活动的规范管理和招聘信息审核，教育行政部门和高校组织的招聘活动要严格执行“三严禁”，切实营造公平就业环境。充分利用“全国高校毕业生就业管理与监测系统”，及时更新、按时报送高校毕业生就业信息，严禁任何形式的就业率造假。