



官网报名团队号：45778

第六届湘潭大学电子商务大赛参赛作品

JR 

项目名称：____ 酷创——区域性大学生创业综合服务平台 ____

作品类别：____ ☐ 技术开发类 ☐ 研究报告类 ☒ 综合类 ____

项目团队：____ 简睿 ____

指导老师：____ 易锐 ____

所属学校：____ ☒ 湘潭大学 ☐ 湘潭大学兴湘学院 ____

2019 年 4 月 15 日



目录

1. 项目介绍.....	1
1.1 项目摘要.....	1
1.2 项目背景.....	1
2. 平台介绍.....	2
2.1 功能介绍.....	2
2.1.1 酷创网页界面展示.....	2
2.2 平台功能及特点.....	4
3. 市场分析.....	5
3.1 宏观环境分析.....	5
3.2 微观环境分析.....	6
3.3 竞争对手分析.....	7
3.4 SWOT 分析.....	9
3.4.1 优势 Strengths.....	9
3.4.2 劣势 Weaknesses.....	10
3.4.3 机会 Opportunities.....	11
3.4.4 威胁 Threats.....	11
3.5 市场调查分析.....	11
3.5.1 调查目的.....	11
3.5.2 调查内容和分析.....	11
4. 营销策略.....	15
4.1 STOP 分析.....	15
4.1.1 市场细分.....	15
4.1.2 目标市场.....	15
4.1.3 市场定位.....	16
4.2 产品策略.....	16
4.3 推广策略.....	17
4.4 盈利策略.....	18



5.财务分析.....	18
5.1 财务管理.....	18
5.1.1 投资分析.....	19
5.1.2 投资分配.....	19
5.1.3 投资净现值(NPV)	20
5.1.4 资产负债表.....	20
5.1.5 利润表.....	20
5.1.6 现金流量表.....	21
6.风险评估及防范.....	21
6.1 风险分析.....	21
6.2 风险的防范.....	22
7.前景展望.....	23
8.附录	24
8.1 问卷调查.....	24
8.1.1 调查问卷一.....	24
8.1.2 调查问卷二.....	26
8.2 信用评级制度.....	29
8.2.1 交流社区.....	30
8.2.2 信用等级.....	30



1. 项目介绍

1.1 项目摘要

酷创平台是服务一定区域内的大学生创业者的综合性平台,集聚高校创业导师、企业、服务机构、体验用户,为大学生创业者提供知识讲授、技术指导、业务咨询、产品销售与推广等多种服务。酷创有两大显著优势,一是立足区域创新,能够有效整合区域资源,利于线上和线下结合,开放共享、协同创业。二是多方互动交流,实现创业团队间的合作互助、团队与用户间的反馈交流,营造包容活跃的创业交流圈。酷创平台在帮助大学生创业者的同时,利于企业共享创业成果、服务机构开拓大学生市场、用户满足自身需求,实现了多方共赢,平台可以收取中介服务费、广告费用等。在“大众创业、万众创新”的时代背景下,服务创业的市场前景广阔。

关键词: 区域性, 大学生创业, 互动交流, 共享

1.2 项目背景

2014 年李克强总理提出“大众创业, 万众创新”, 强调让创业创新成为时代潮流, 汇聚起经济社会发展的强大新动能。当代大学生作为青年的中坚力量, 也逐渐加入到创新创业的浪潮当中来。在国家鼓励大学生创业的大环境下, 2017 年发布的《中国大学生就业报告》数据显示, 近 5 年来, 大学生毕业即创业比例连续从 2011 届的 1.6% 上升到 2017 届的 3.0%, 接近翻了一番。与此同时随着互联网的时代的到来, 在全球新一轮科技革命和产业变革中, 互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力, 已成为不可阻挡的时代潮流。这一特点在中国的电子商务行业突出明显。截至 2017 年 6 月, 中国网民规模达到 7.51 亿, 占全球网民总数的五分之一; 互联网普及率为 54.3%, 超过全球平均水平 4.6 个百分点。基于互联网的创新创业也逐渐多样化, 各行各业在互联网的推动下也处于快速稳健发展当中。



2. 平台介绍

2.1 功能介绍

我们将酷创平台的功能以表格的形式展现：

表 1 酷创平台功能表

一级功能	二级功能	三级功能	备注
首页	搜索	/	搜索具体的创业项目或团队
	登录/注册	/	不同用户角色的登录和注册
	合作共创	/	
	交流社区	/	
	项目商城	/	
	咨询服务	/	
项目商城	项目分类	项目展示及宣传	对创业项目的介绍展示及相关宣传
		产品消费	用户通过平台进行产品消费
合作共创	人才招聘	团队招聘	团队发布招募信息以招募相关人才
		能力展示	用户进行自我能力展示及意愿便于团队寻找人才
	项目合作	发起合作	团队发起项目合作吸引其他合作团队
		寻求合作	便于有合作意愿的创业团队进行选择
交流社区	话题热榜	/	每天更新社区话题讨论榜，了解实时风向
	团队交流圈	/	以创业团队为主体
	多方交流圈	/	融合多种用户角色针对问题进行日常交流反馈
咨询服务	专业机构	/	向当地机构进行咨询实现双方互赢
	寻求指导	/	向相关高校或者企业指导者需求帮助

功能结构图：

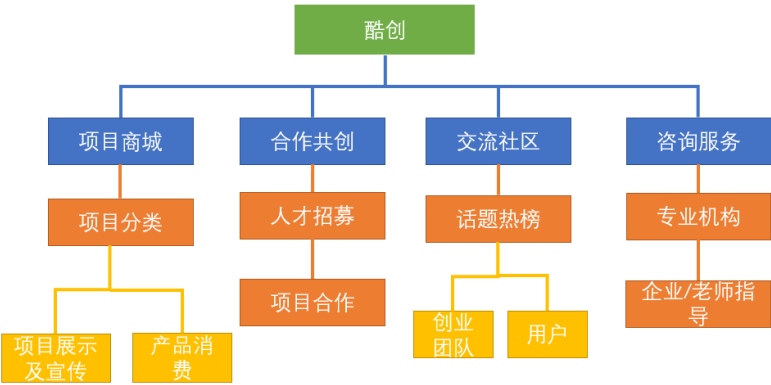


图 1 酷创平台功能结构图

2.1.1 酷创网页界面展示



登录界面：

酷创

首页合作共创交流社区项目商城咨询服务登录

酷创登录

电话
123456789

邮箱
kuchuang@163.com

地址
湘潭大学

相关
f t in @

Name/Email

Password

登录注册

Copyright © 2019 张文浩制作

图 2 酷创平台登录界面

主界面：



图 3 酷创平台主界面 1



图 4 酷创平台主界面 2



咨询服务及社区：



图 5 酷创咨询服务及社区

2.2 平台功能及特点

(1) 人才招聘功能

创业团队在创业过程中将需要招募相关优秀人才。大多团队成员来自相同专业及熟人推荐存在一定局限性。因缺乏广泛的人才招募渠道，在一定程度上会造成自身有较强能力的同学且想要加入创业团队的人才流失。酷创打造人才招聘功能，满足团队招募理想成员的需求，帮助用户通过自我能力展示加入心仪团队。实现双方共赢。

(2) 合作功能

目前各类大学生项目孵化基地的起到了将项目汇总的作用，但是难以营造团队之间交流、合作等氛围，有寻求项目合作的团队也困于不能了解合作方以及具体方向。所以酷创提供给有合作意愿的团队双方合作共赢的渠道。在一定程度上消除现目前创业团队之间交流方式的局限性。

(3) 社交功能

打造交流圈，有效形成用户之间的共鸣。将有共同需求的用户汇集在一起，扩大交集圈，满足团队与团队之间以及多种使用者角色之间的交流，便于意见反馈，思维碰撞，经验分享与收集等。同时也便于形成针对性的问答社区，解决用户的困惑。话题热榜帮助用户了解一定时间内的讨论话题风向。

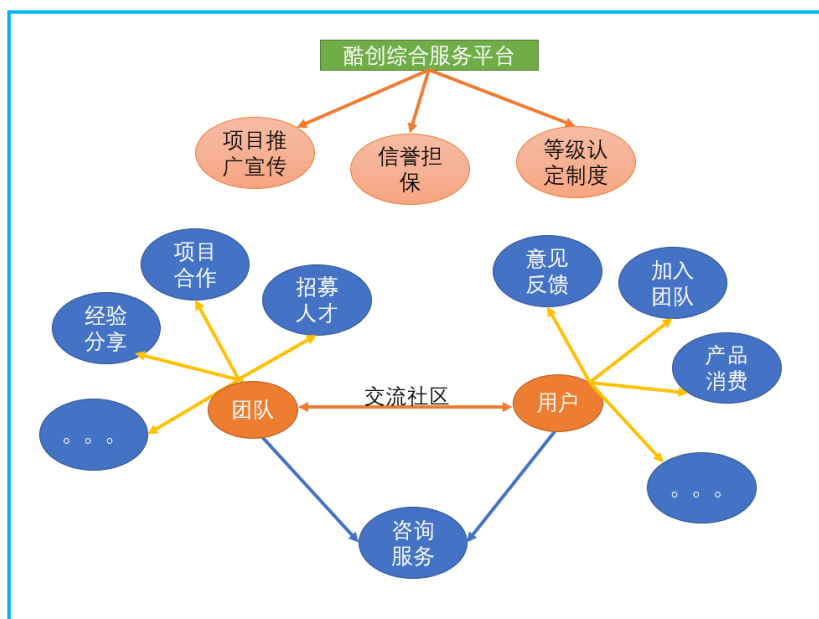


图 6 酷创平台功能图

3. 市场分析

3.1 宏观环境分析

(1) 人口经济环境

自改革开放起中国经济发展迅速，经济发展的同时高等教育的提升并驾齐驱。知识经济时代的到来，经济结构的调整与产业升级，为大学生创业带来了前所未有的机遇。再者中国人口基数大这一特征也同样体现在大学生人数之上。由资料显示 2017 年全国共有在校大学生人数 2695.8 万人，全国共有具有大学教育程度人口为 1.9593 亿人。大学生掀起创业热潮的同时在很大程度上受资金筹集，宣传营销，交流合作等渠道的限制。但是随着互联网时代的到来，创建好的平台能够降低参与的成本与难度，并且平台的不断成长会带来规模经济所具有的一切优势。

(2) 社会文化环境

《2017 年中国大学生就业报告》数据显示，近 5 年来，大学生毕业即创业连续从 2011 届的 1.6% 上升到 2017 届的 3.0%，接近翻了一番。如此大规模的形成得益于诸多方面的。高校积极开展创新创业教育，全国各高校开设创新创业课程 23000 多门，爱课程网、学堂在线等 65 门在线课程。地方政府，企业予以大力支持。随着教育程度的普遍提高，消费者也愿意相信大学生创业者，支持其产



品的消费。由发布的《2017 年大学生创业报告》显示，创新创业教育正在深度融入高校人才培养体系，与此同时，高校创新创业教育活动逐渐向联盟化发展。如何在引进市场因素，是构建大学生创业生态系统中需要考虑。随着互联网和移动互联网的发展普及，中国网民规模的不断壮大，网络平台与电子商务的发展。为构建大学生创业网络生态体系并成功引入市场元素提供了便捷。而大学生创业呈现出地区性特征，地区性市场的引入能更好地促进大学生创业项目的成长。而网络社区的引入可以将区域性的社区文化，结构呈现出来，将相关人群集中起来，同时在很大程度上可以满足创业者或者其他用户角色的认同，交流，分享等多种需求，且不受现实社区规模的限制。

（3）政治法律环境

自李克强提出“大众创业，万众创新”之后，越来越多的大学生选择成为创业者。在政治方面，国家下方了一系列鼓励创新创业的文件如《国务院办公厅关于发大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》等，也给予了大学生创业者诸多优惠如：财政部、国家税务总局发出《关于支持和促进就业有关税收政策的通知》，明确自主创业的毕业生从毕业年度起可享受三年税收减免的优惠政策。

目前我国相关法律法规为大学生创业在组织形式，税收以及优惠政策，融资等方面提供了诸多保障。如按照《中华人民共和国就业促进法》第七条，劳动者要确立正确的择业意识，提高个人的就业和创业能力，各级人民政府和有关部门应当简化程序，提高效率，为劳动者自主创业、自谋职业提供便利。对大学生创业支持措施进行明确规定，让我国大学生创业更加便捷，企业组织形式更加灵活，不再局限于现有公司法和合伙企业法等法律规定。

3.2 微观环境分析

（1）供应商

酷创平台的供应商来自于现有的创业团队，以及当地的企业以及机构。对于甄别优质的创业项目以及团队，需要平台完善相关的等级认定机制。不同创业项目的产品竞争力对于平台销售存在很大程度上的影响。对于当地企业以及机构的需求掌控能力，以及他们对于提供服务的意愿都对酷创平台的构建存在影响。

（2）潜在竞争者威胁

随着互联网的发展以及大学生创新创业浪潮的日渐兴起，将促使立足于服务



大学生创业的平台的产生。目前，已有相关网络平台建设完成并投入实际使用。在同类的目标市场上，酷创在注意已经成熟的竞争者的同时，还需警惕与自身特点形成优势竞争的产品的出现。

（3）替代品的威胁

目前已有的针对大学生创业的服务网站的出现，此类平台已有一定量的用户基础。这说明酷创平台需警惕来自替代品的威胁。发挥平台独有的特色，打造属于平台独有的品牌，并形成效应。

3.3 竞争对手分析

酷创是服务区域内大学生创业的虚拟平台，因此主要分析本区域内的创新创业服务平台。依据服务重心在线下或在线上，将竞争对手进行分类：重线下的创业园区、众创空间等，线上的虚拟服务平台。

1. 重线下的创业园区、众创空间等

如：岳麓山国家大学科技园、湖南（湘潭）大学生科技园、九华创新创业园等可提供创业场地及配套服务。其中九华创新创业园有园区创业载体优势，也逐渐重视线上的虚拟服务。因此主要分析服务小微企业及大学生的九华创客汇。

亮点：

（1）在线下为大学生创业者提供创业场地及配套服务。

（2）线下与线上相结合。入驻者可以使用的“智慧九华”众创平台，能够完善政产学研用相结合的制造业创新体系。

（3）政府主导，为吸引创业者入驻，推出诸多优惠。例如启动资金支持，银行低息贷款等，且在全区范围内营造宜居宜业的良好环境，极力提供优质公共服务。

不足：

在鼓励支持创业方面，重线下，轻线上。线上创业信息服务仅是“智慧九华”的一个小部分，智慧九华更致力于智慧城市管理，还处于开发试运营阶段。因而智慧九华能够在服务创业方面的功能有限，且只对经开区居民和入驻者开放。

首先，酷创可以化竞争为合作。虽然线下的创业园区、众创空间在服务创业方面具有相当的优势，但其服务重心仍放于线下，因此我们平台在竞争的同时仍有极大合作空间。其次，结合型的众创空间的线上服务仅对入驻者开放，受众面



较窄。除此以外，与大学生有关的创业服务，大多是产学研合作创新，不能惠及一般大学生创业者。

2. 线上的虚拟服务平台

主要在线上为创业者提供服务。如全国大学生创业服务网、湘潭产学研合作与科技成果转化服务平台等。其中全国大学生创业服务网是中华人民共和国教育部宣传、引导、帮助大学生创业的官方网站，最具代表性和指向引领性，因此主要分析全国大学生创业服务网。

全国大学生创业服务网站致力于打造“互联网+”大赛支持、创业项目对接、创业培训实训、政策典型宣传、创业专业咨询五大功能的大学生创业服务平台。

亮点：

(1) 教育部打造，具有政府权威性和极强的号召影响力。能够吸引全国范围内的大学生和专家入驻。

(2) 目前网站已经实现对“互联网+”的支持、投融资对接、申请入驻创业园区的功能。

不足：

(1) 面向全国的大学生，宣传推广难度大，很多学生并不了解。而且服务对象数量多，对个体的帮助有限。

(2) 投融资对接供需不平衡，筛选困难。目前，在“寻找项目”下有 59 万左右的大学生创业项目，但是仅有 4 个投资人或投资机构。面对数量庞大的大学生创业项目，根据所属领域、高校科研成果转化、融资阶段、所在地区四个属性也需要花费较大的成本才能匹配到合适的项目。

(3) 单纯的项目、园区展示，缺乏互动交流与咨询。项目简介只可简单描述，缺少进一步交流的渠道。

我们平台与全国大学生创业服务网的不同之处在于：立足区域，为区域内大学生提供优质服务；投融资、政务、法务等服务并行；注视交流互动。酷创也将借鉴全国大学生创业服务网的经验，逐步增加创业赛事信息和创业活动，与创业园区加强联系。



3.4 SWOT 分析

3.4.1 优势 Strengths

1. 项目优势

(1) 项目定位明晰

酷创平台是面向区域内大学生创业者，整合临近高校、企业、服务机构等具有的创新创业资源，为大学生创业者提供知识、技术、服务等创新要素，并对消费者开放以拓宽创业成果的推广销售渠道的网站。

在“大众创新，万众创业”的时代背景下，针对企业的孵化器或众创空间呈现遍地开花的现象，但现有众创空间大多存在建设缺乏特色、同质化严重等问题。酷创平台不与线下众创空间争锋，在线上整合资源；定位大学生创业，集中资源，向专业化发展；立足区域创新，使平台建设更有特色，更具竞争力。

(2) 目标用户明确

我们将核心的目标用户定位于区域内具有创新创业能力的大学生群体，目标用户为区域内高校、部分企业及服务机构、想体验创业成果的消费者。

多元主体围绕大学生创业聚集起来，在酷创平台上形成良好的创业生态体系。通过酷创平台，区域内的高校可以更好地与大学生创业者连接，提供创业知识培训，促进学校创新创业课程针对性、阶段性地开展，利于学校学生创新创业能力的提升；区域内的企业向看中的创业团队提供技术、资金等，可以共享创业成果或持股，利于企业创新发展、吸纳人才；第三方服务机构向大学生创业者提供专业、权威、高效的财务、法务、人力资源等方面的事务性工作服务，提升大学生创业效率的同时，开拓了大学生服务市场；消费者可以购买或体验创业成果，满足自身需求。

(3) 互动交流便捷

酷创平台支持多元主体间在线交流，提升效率。单一的项目展示缺乏便捷的沟通交流，阻碍供需双方快速匹配。酷创还支持大学生创业者间的交流，有利于创业团队人才招聘、创业经验交流，团队间也可以合作。

(4) 立足区域，资源整合

紧密结合区域经济的发展特色，有助于利用区域优势加速平台发展，使平台



更具特色与竞争力。平台整合区域内高校、企业、服务机构等主体的创新创业资源，使资源开放共享、有效对接，打造本土创新创业品牌，为区域内大学生营造良好的创业环境。

2. 团队优势

团队成员来自于信工院、材料院、化工院、公管院，思维方式存在显著差异，有利于思想火花碰撞。成员各有擅长，有的对商业模式敏感，有的擅长编程代码或者 UI 设计。团队分工明确，合作互补。

3. 推广优势

酷创平台是一个多边平台，交叉网络效应明显。创业主体、资源主体及其他相关主体之间存在交叉网络效应，一方数量的增多会诱发另一方或多方的数量激增。酷创只要通过某种机制或手段吸引其中一类主体聚集在平台上，另一些主体会随之而来。

3.4.2 劣势 Weaknesses

1. 项目劣势

首先，酷创平台服务大学生创新创业，需要吸引多方主体入驻，前期需要较大的投入。其次，平台整合资源，但不能控制和预测资源创造价值的过程和结果，以后平台运行过程中必须完善落实竞争机制，运用激励手段，使资源得到有效利用。

2. 团队劣势

团队成员是大二学生，大部分待在校园里，接受的创业知识有限，缺乏相应的实践经验，思考和处理问题偏于理想化，需要多历练才能打磨出一个成熟的创业团队。

3. 推广劣势

首先，缺乏资金。资金匮乏是绝大多数初创团队难以避免的问题，预算有限的情况下只能采取低价的宣传方式进行推广，这会在一定的程度上影响推广的效果。其次，缺乏推广经验。再加上酷创平台多元主体，主体的需求存在较大差异，又给推广带来一定难度。



3.4.3 机会 Opportunities

1. 政府鼓励大学生创业，深入实施大学生引领计划。要求强化大学生创新创业实践，吸引社会力量共同支持大学生创新创业实践活动。创新创业热潮下，为创新创业服务的市场待进一步开垦。

2. 服务创新创业的模式还可继续探索创新。部分众创空间相对注重硬件设施，以此收取租金。依托高校的大学生创业基地，易忽略社会力量的引入。酷创依托互联网、立足区域特色、注重交流、引入消费者的服务模式存在优势。

3.4.4 威胁 Threats

1. 酷创平台定位大学生创业，虽然大学生在校必须接受创新创业课程，但绝大部分大学生以学业为重，没有到必须选择就业或创业的时间节点。核心成员可能会随着毕业而流失，限制了团队创新发展。大学生可进入的创业领域有限，过于集中而缺乏竞争力。

2. 现有竞争对手的创新和潜在竞争对手的出现都可能给酷创带来冲击。如注重线下的众创空间再进一步完善线上服务，会比我们更具优势；企业凭借品牌优势，将在自己的领域吸纳大批高素质科研人员 and 大学生，人才抢夺会减少平台主体的入驻率；平台的特点还可能被模仿复制，不利于平台短期及长远发展。

3.5 市场调查分析

3.5.1 调查目的

酷创平台初期会在湘潭大学进行推广，我们针对湘潭大学的学生进行了调查。希望通过这次调查，能了解到湘大学生对酷创平台的需求情况，初窥湘大的市场规模。

3.5.2 调查内容和分析

为了把握大学生的创业情况以及对创新创业平台的接受程度，我们共设计了两份调查问卷：一份是了解大学生的创业意愿及对创业服务平台的态度；另一份是深入了解大学生创业者遇到的问题和对创业资源的需求。选取较有价值的数据进行分析，以下是分析结果：

（1）大学生创业的基本情况

将从创业兴趣、创业领域、创业阶段三个方面对大学生创业的基本情况进行描述。了解大学生创业的基本情况有利于平台了解服务大学生创业的市场。

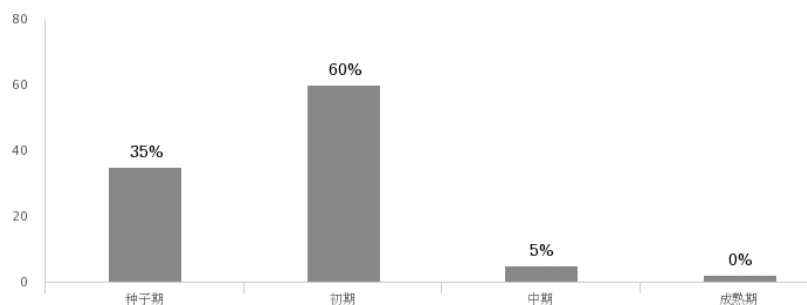


图 7 现有创业团队所处阶段

被调查者中，大学生对创业感兴趣的情况：20.47%的大学生对创业很感兴趣，32.28%的大学生对创业比较感兴趣，34.65%的大学生对创业的兴趣一般，12.60%的大学生对创业不太感兴趣。创业领域 45%集中在科学研究和技术服务业，20%集中在教育方面，15%集中在文化、体育和娱乐业。创业团队 60%处在初期阶段，35%处于种子期，5%处于中期。

调查结果显示，超过半数的大学生对创业感兴趣，这表明服务大学生创业有市场；创业领域相对集中，创业阶段相似，平台初期可以有针对性地开展工作。

（2）在创业中遇到的问题

了解大学上在创业中遇到的问题，有利于平台集中力量帮助大学生解决问题。

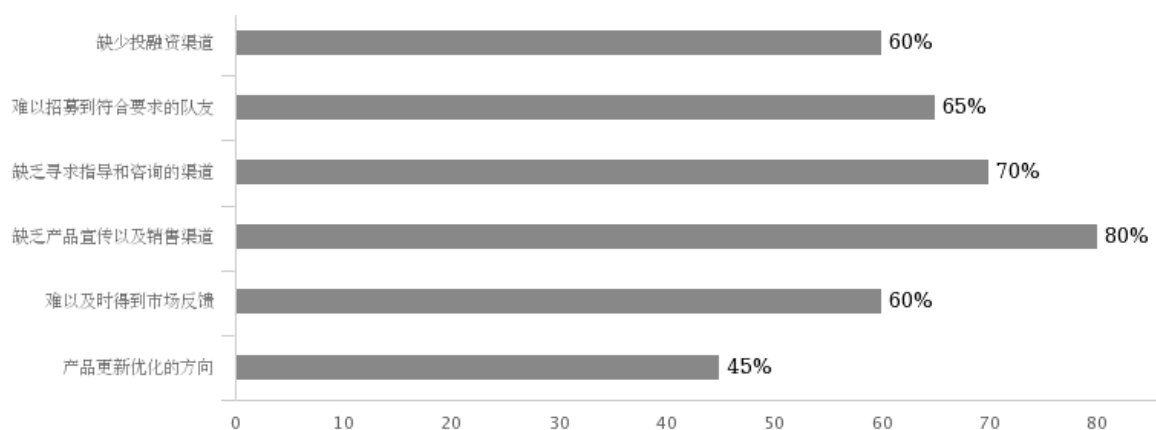


图 8 创业团队在创业中遇到的问题

被调查者中，80%的创业者缺乏产品宣传与销售的渠道，70%的创业者缺乏寻求指导和咨询的渠道，65%的创业者难以招募到符合要求的队友，60%的创业者缺少投融资渠道，60%的创业者难以及时得到市场反馈，45%的创业者难以把握产品

更新优化的方向。

调查结果显示，一些问题在大学生创业团队中普遍存在，其中缺乏产品宣传和销售渠道最为突出，因此我们团队询问了消费者对购买创业成果的预期态度。

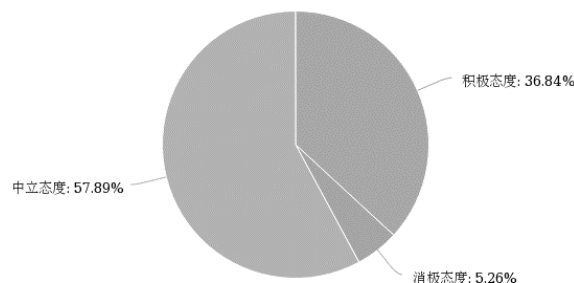


图 9 消费者对创业成果的接受态度

被调查者中，57.89%的消费者持中立态度，表示使用平台购买体验后再进一步表态，36.84%的消费者态度积极，5.26%的消费者不看好。结果表明，平台吸引消费者的可能性较大，预期能够帮助解决创业团队棘手的问题。

（3）创业团队交流情况及合作意愿

平台的优势之一就是注重多元主体互动交流。交流能够表达合作意愿，合作能带来更好的发展。创业团队间交流情况将从是否有交流、交流渠道、阻碍交流的因素等方面展开。

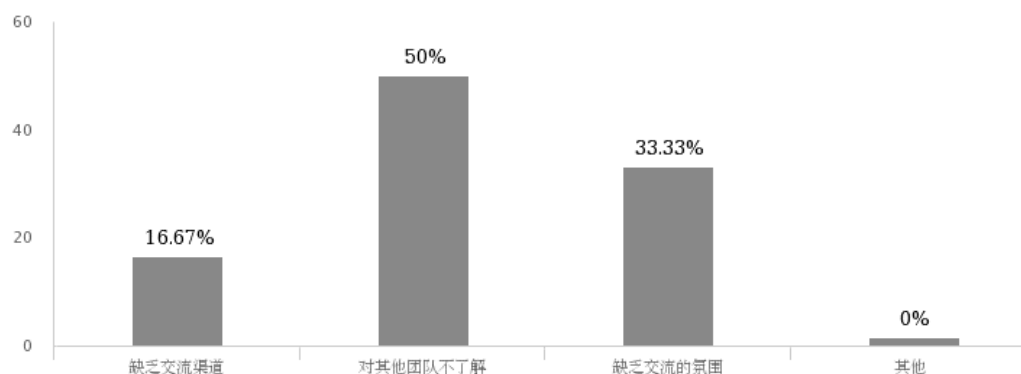


图 10 阻碍创业团队间交流的因素

被调查者中，70%的创业团队和其他创业团队间有过交流，其中 55%是因为朋友介绍认识，30%是通过团队指导老师，5%是因为来自相同专业，其次 90%的创业团队都认为现有的交流途径存在局限性。剩余 30%的创业团队和其他创业团队虽然没有交流，但都认为有交流的必要性，其中 50%是因为对其他团队不了解而阻碍了团队间交流，33.33%是因为缺乏交流的氛围，16.67%是因为缺乏交流的渠

道。

调查结果显示，创业团队间存在交流需求，现有的交流情况需要改善。创业团队间基本依靠成员、老师的人际关系进行交流，存在一定局限性。因此，平台注重主体内部的互动交流，通过平台上的团队展示有利于增进团队间相互了解，增加团队交流渠道，营造良好的交流氛围。

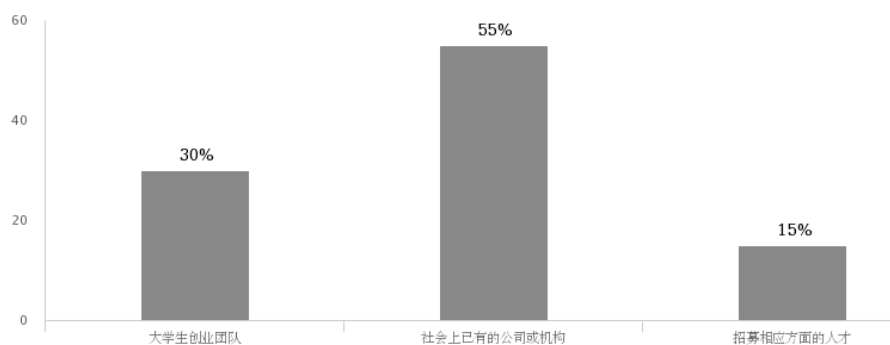


图 11 意愿合作对象

被调查者中，90%的创业团队愿意进行合作，其中 55%倾向与社会上的公司机构进行合作，30%倾向于大学生创业团队，15%乐于直接招募人才。

调查结果显示，创业团队合作意愿强烈。促进团队间交流，除了分享经验，还能大学生创业团队间的合作奠定基础。综上，证明平台的互动交流功能具有可行性，与其他竞争对手相比具有优势。

(4) 对创新创业服务平台的需求

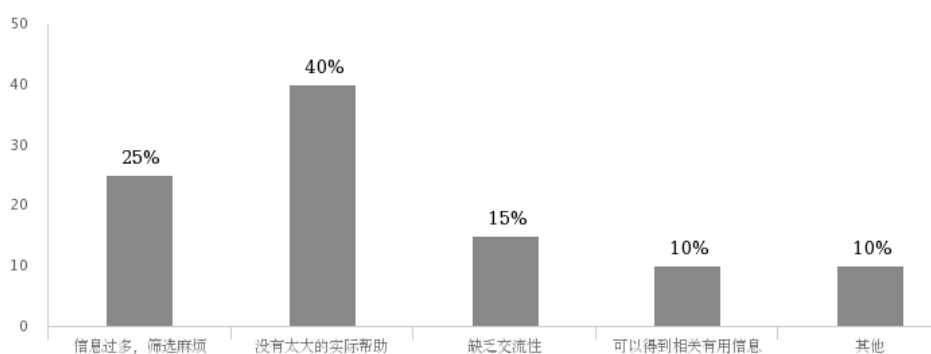


图 12 现有平台的体验感受

本部分将从现有平台使用情况、使用感受、对酷创平台的态度三个方面进行描述。被调查者中，65%的创业团队没有接触过与大学生创业相关的网络平台。35%的创业团队接触相关平台后，40%认为没有太大的实际帮助，25%认为信息过多，筛选麻烦，15%认为缺乏交流，10%认为可以得到有用信息。如果有一个面向



创业团队可实现增进创业团队之间交流与合作，为创业团队面临的问题提供指导等功能的地区性综合服务平台，被调查的创业团队都会选择使用。

调查结果显示，现有创新创业服务平台在本地使用率较低，且使用体验一般，创业团队对酷创平台有很好的预期。这表明，酷创平台在本地市场前景广阔，竞争力强。

4. 营销策略

4.1 STOP 分析

4.1.1 市场细分

市场细分就是按照客户不同的需求，通过相应的标准来细分市场，将其变成不同的细分市场。本次细分的参照标准包括在商品制作与交易中不同身份、使用本平台的可能需求不同，以寻找本项目的目标市场。

(1) 根据平台用户身份的不同进行划分

“酷创”平台主要服务于学生创业团队，为其提供创业咨询、创业商城、合作共创相关的服务，其次大学生消费者也是我们非常看重的一部分，我们的创业商城不仅可以方便创业团队实战，同时也可以将创业的项目服务于消费者（主要为在校大学生），因此可以将市场分为创业团队、消费者、企业或其他校外机构。我们将根据不同市场群，制定尽可能贴近需求的功能与服务。

(2) 根据用户使用平台的潜在需求不同来划分

根据不同的用户需求，可制定不同的功能模块服务，让平台能够更好的为用户服务。创业团队的需求主要为合适的销售渠道、创业实战及经验交流平台 and 前期技术、法律事务指导、宣传推广等。以大学生为主的消费者的需求是得到更加方便快捷的本地化服务。企业或其他校外专业机构的需求主要为获得更多的市场份额以及获取利润。为用户创造便利用户的这些需求就是我们平台将为其提供的服务内容。

4.1.2 目标市场

基于以上市场细分，结合本团队实际情况以及所处的外部环境，计划先引入



本校的知名创新团队，作为平台的基础，从而吸引本校学生约 3000 名进行最初注册体验使用，提供平台流量以及销售市场；再逐步吸引其他较小的创业团队入驻，在我们平台上开展其业务，进一步发展成一个全校性的平台。主要目标对象是创新团队，校园消费者为次要目标。

4.1.3 市场定位

所谓的市场定位，就是产品设计要符合顾客的潜在心理特征，使产品的独特形象能够牢固深入到顾客心中，据此占据竞争上的优势。建立在对国内的市场分析以及现有的发展情况来看，本团队计划潜在产品的预定位，建立地方特色创业合作交流平台，该方案具有较强的地域特色，更能与当地企业以及创业团队进行结合。当发展多个地区的创业合作交流平台时，便能够有部分资源以及生产资料进行区域共享、辅助、合作。

4.2 产品策略

(1) 产品生命周期预测

“酷创”平台会经历引进、成长、成熟、衰退四个时期。在引进期，为了快速占领市场，技术开发人员需要建立核心功能，便于初步宣传时吸引流量、留住用户；成长期以提升用户体验为主，改进优化核心功能，增加辅助功能；成熟期为了巩固竞争地位，需要提供差异化、多样化的产品和功能；进入衰退期后，产品策略是稳定服务质量，维持用户对品牌的依赖度与忠诚度。

(2) 平台合作策略

“酷创”平台虽然专注于创业团队，但是在初期引流，或者是在成长期增加辅助功能，抑或是在后期多样化产品，都会选择与合适的平台、软件进行合作，可以是相互宣传，也可以是服务合作，这样可以让“酷创”迅速成长，出现在公众视野，还能降低成本，便捷功能多样化。

(3) 平台自身提供部分技术服务策略

在平台初期，部分创业团队可能需要技术支持，完成项目过渡期，“酷创”会提供付费协助宣传平面设计、网页前端制作、视频制作和微信小程序等功能，便于创业团队在有需求时候提供相应服务，便于解决团队的某些技术问题。



4.3 推广策略

(1) 鼓励校内个人用户使用。

线下方面：项目启动初期，我们将利用启动资金进行宣传推广，包括发大量宣传单、张贴相关海报与校园摆点等方式。我们还将通过举行体验宣传活动、以及提供创新创业比赛资讯、指导来引流。我们会邀请校园老师或在创业方面有经验与能力的个人使用“酷创”，让平台拥有高质量用户，可以使得平台的交流社区中的信息高质量化。此外，通过自身举办的体验宣传活动与其他组织的校园活动，让“酷创”进入大众视野，开始初步吸引用户，形成初步宣传。

线上方面：我们将积极布局校园自媒体广告推广方面，利用校园自媒体主推学生的特性，进行我们平台的广告宣传，定向有效的吸引大学生用户的使用。同时通过注册、邀请新用户赠送优惠券的方式进行引流。因为各个创业团队也拥有他们自己的宣传途径（如微信公众号，官方 QQ 号等），我们也会有效利用好已经入驻的创业团队所拥有的资源，许诺一定的优惠条件，让他们利用他们的宣传途径来宣传推广我们的平台。

(2) 邀请创业团队入驻，让平台初步运营。

对于这方面的推广，我们前期以线下推广为主，邀请较大创业团队，保障平台初步运营，后期以线上推广为主，以平台的吸引力，吸引各类团队入驻，丰富平台功能。

线下方面：我们将从本校已有的创业团队出发，邀请优质的团队入驻平台，而后可邀请本地其他高校的创业团队入驻体验，通过最初的少数创业合作交流平台提供的商品或服务，来吸引并留住个人用户。随着入驻团队越多以及个人用户数越多，则会吸引更多的用户入驻或使用该平台，实现平台规模逐步扩大。

线上方面：因为大学的创业团队的成员大多数也是大学生，我们通过校园自媒体广告来推广，他们也将是我们广告推广的目标。我们也将通过各个创业团队的官方联系途径（如官方 QQ 号），通过线上邀请的方式，向他们发送入驻邀请。

(3) 邀请企业入驻。

在平台具有一定规模后，从与学校合作企业开始，邀请当地的企业，以及咨询机构进行入驻运营，与企业、机构进行宣传合作。当我们平台有专业机构的入驻后，我们平台服务的权威性和专业性将会得到提升，能够为用户提供更专业的



服务，在市场中更加具有竞争力，能够在激烈的市场竞争中脱颖而出。

4.4 盈利策略

(1) 实行会员机制。

在平台中，会有许多的优秀创业者进行经验分享以及部分资料共享，相比较百度，搜狗等搜索引擎搜索出来不清楚来源与真实性的信息，这些共享的资料与经验会更加可信。会员可下载优秀团队经验分享等社区优质贴以及相关行业发展趋势、专业知识分享等优质相关报告。此外，用户在社区中的疑问留言，平台会将会员用户的提问在社区中进行优先显示。用户可通过支付一定费用购买会员天数，也可通过推荐平台，拉好友注册获得奖励会员天数。

(2) 平台提供部分技术服务。

在平台初期，创业团队可能在技术缺乏或者不成熟的问题，以致阻碍创业初期的发展。为了更好体现平台对于创业团队的帮助作用，协助创业团队成长，平台自身会提供相关技术支持，包括协助制作广告平面设计、视频制作、微信小程序与网页制作。由于平台运营初期，对于用户的优惠策略导致最初平台收入较低，提供技术服务是一个在前期既能获得收入，又能够帮助创业团队成长的策略。

(3) 平台对于创业团队的进行专业等级认定、产品监管。

提供一个认定评测等级制度，是一个平台不可或缺的一部分，这不仅标志着平台对于各商家的监管与认定，还给了各个消费者一个初步评定的商家的依据。拥有认定标志，对于创业团队来说，将接受来自平台与用户的监督，也能够通过认定来获得消费者或其他团队的信任，更有利于自身品牌影响力的扩大。为了便于初期邀请优秀创业团队入驻，在平台初期免费提供认定，但当具有一定规模后，尚未被认定的团队可选择向平台支付认定费用申请认定，而平台也会在实际调查评定后给予认定标志。

5. 财务分析

5.1 财务管理

本团队创业需要融资 40 万元，其中风险投资 12 万元，团队成员自筹 18 万元以及银行贷款 10 万元。通过 5 年内的财务情况的预计进行分析（三大报表），可知公司的偿债能力、营运能力以及盈利能力都比较强，公司投资方案可行。



5.1.1 投资分析

资金来源与股本结构

公司注册资本 40 万元。具体的资金来源与股本结构如下：

资金来源：

项目	融资来源	金额（万元）	权益比率
权益资本	创业团队投资	18.0	45%
	风险投资	12.0	30%
债务资本	银行贷款	10.0	25%

在股本结构中，创业团队入股 18 万元。风险投资方面，我们打算吸引 1-2 家风险投资共同入股，筹资 12 万元，以化解风险。此外，还需要从银行贷款 10 万元，为期 2 年（金融机构 2 年期的借款利率为 5.59%）。

5.1.2 投资分配

前期投资表

单位：万元

编号	项目	费用
1	公司成立费用	10.00
2	办公场地租赁	4.00
3	办公设备购置	4.00
4	市场推广宣传	4.00
5	研究费用	6.00
6	员工工资	3.50
7	水电费用	1.50
8	流动资金	2.00
9	其他费用	5.00
	费用合计	40.00



5.1.3 投资净现值(NPV)

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{(CI - CO)_t}{(1 + i_e)^t}$$

NPV—净现值 $(CI - CO)_t$ —第 t 年净现金流量 i_e —基准收益率 n —投资方案计算期

计算得 $NPV=245.87$ (万元)

$NPV=245.87$ (万元)，远大于零，项目净效益抵付了以行业基准收益率计算的盈利后仍有盈余，因此，项目在财务上可行。

5.1.4 资产负债表

资产负债表

	初期	第一年末	第二年末	第三年末	第四年末	第五年末		初期	第一年末	第二年末	第三年末	第四年末	第五年末
资产							负债和所有者权益						
现金	40.00	67.11	115.62	193.32	286.15	356.21	短期借款	—	—	—	—	—	—
短期投资	—	1.00	1.00	7.00	5.32	7.64	应付工资	—	13.89	14.99	13.89	13.89	13.89
预付款项	—	—	1.50	4.20	31.81	45.63	应付税费	—	3.26	3.26	3.26	3.26	3.26
存货	—	—	—	—	—	—	其他应付款项	—	6.00	8.02	10.35	11.97	14.84
待摊费用	—	1.50	—	1.00	2.00	3.45	流动负债合计	—	23.15	26.27	27.50	29.12	31.99
流动资金	40.00	69.61	118.12	205.52	325.28	412.93	长期负债	10.00	10.56	10.59	—	—	—
固定资产总额	—	8.00	6.40	8.40	12.84	15.64	实收资本	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
累计折旧	—	1.60	1.30	1.68	2.64	3.12	资本公积	—	—	—	—	—	—
固定资产净值	—	6.40	5.10	6.72	10.20	12.52	盈余公积	—	10.01	42.82	98.64	198.63	280.04
无形资产	—	5.00	8.00	15.00	32.00	43.65	未分配利润	—	7.29	21.54	71.10	109.73	127.07
资产合计	40.00	81.01	131.22	227.24	367.48	469.10	负债和所有者权益合计	40.00	81.01	131.22	227.24	367.48	469.10

5.1.5 利润表

利润表

单位：万元

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、主营业务收入	65.30	71.20	113.22	154.74	201.22
减：主营业务成本	15.00	16.80	18.44	24.54	32.60
主营业务税金及附加	3.26	3.26	4.54	4.86	5.36
二、主营业务利润（毛利）	47.04	51.14	90.24	125.34	163.26
加：其他业务利润	3.02	3.51	25.66	31.26	41.00
减：营业费用	12.70	3.50	4.25	4.83	5.33
管理费用	0.55	0.55	1.00	1.20	1.40
财务费用	0.20	0.25	0.40	0.46	0.51
三、营业利润	36.61	50.35	110.25	150.11	197.02



加：投资收益	0.00	0.00	36.25	36.25	36.25
营业外收入	0.00	0.00	2.00	5.00	16.50
减：营业外支出	3.50	5.20	12.04	15.04	18.22
四、税前利润	33.11	45.15	136.46	176.32	231.55
减：所得税费用	13.25	18.06	50.58	70.57	96.62
五、净利润	19.86	27.09	85.88	105.75	134.93

5.1.6 现金流量表

现金流量表

单位：万元

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、经营活动现金流量：					
销售商品、提供劳务收到的现金	64.80	86.90	165.90	215.60	296.30
现金支付：					
付给职工	13.89	14.69	16.32	18.43	20.23
付利息	10.56	10.59	—	—	—
付税金	13.25	18.06	50.58	70.57	96.62
现金支付总额	37.70	43.34	66.90	89.00	116.85
经营活动现金净流量	27.10	43.56	99.00	126.60	179.45
二、投资活动现金流量：					
因被投资企业利润分配而收到的现金	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
购置固定资产	3.00	5.00	7.00	9.20	11.20
为构建固定资产、无形资产而付出的现金	3.20	4.30	5.60	7.25	9.21
投资活动现金净流量	-6.20	-9.30	-12.60	-16.45	-20.41
三、筹资活动现金流量：					
借款所收到的现金	10.00	0.00	0.00	0.00	0.00
偿还债务所支付的现金	5.63	5.86	0.00	0.00	0.00
筹资活动提供的净现金	4.37	-5.86	0.00	0.00	0.00
现金净增加	25.27	28.40	86.40	110.15	159.04

6. 风险评估及防范

6.1 风险分析

1. 市场风险

(1) 前期消费者可能因为不了解平台的相关功能而对我们提供的平台服务持观望或者消极态度。对于平台建设初期一些相关功能不够完善而导致消费者的体验感不佳。

(2) 平台的功能推出及诱导需求需要一定时间，可能会造成迟缓性。造成



前期投入资金的短时间内很难收回。而资金的流动会直接影响到平台的建设以及推广以及商家参与到平台的积极性。

2. 技术风险

(1) 建设初期平台的搭建及维护全由团队的学生成员完成。学生受实践经验以及技术水平的限制,专业能力及业务能力也达不到相应要求。对于前沿技术的掌握欠缺,对于产品契合主流市场程度不够。

(2) 网络信息技术的发展,各种校园平台和校园电商平台层出不穷,相关的软件也大量涌现。平台的技术需要过硬的核心竞争力。

3. 管理风险

(1) 管理制度风险。创业初期由于是小团队组建,没有制定一套比较完整的制度,相应的即使有管理制度也不成熟。当发展到一定程度时,管理的漏洞将会逐渐显现。

(2) 营销管理的风险。

平台每一个阶段营销策略的制定以及实施,营销政策的确定,以及对当时市场的判断等如果出现失误,将会对整个平台的推广及发展带来损害。

4. 财务风险

(1) 资金流动性风险。

创业项目的初始阶段以及市场开发时,都需要坚实的资金作为支撑。恰好在这一阶段我们的创业团队在能力尚缺的阶段,我们的团队将面临巨大的考验。对相关方面知识的不了解也是致命之处。

(2) 融资风险。创业初期的资源相当缺乏,再者由于团队皆由在校大学生组建。面对成熟的市场我们的核心竞争力缺乏,会导致投资人的不信任。相关资金以及资源有着很大的不确定性。

6.2 风险的防范

1. 市场风险的防范

(1) 以市场为导向的经营理念。树立正确的营销理念,制定好的销售策略。除了对我们的服务进行切实细致的市场分析和经济评估外,我们还应对我们服务的生命周期的各个阶段可能发生的风险制定对策。

(2) 加强营销管理。在公司发展初期我们就要强化服务意识,加强营销队伍



的建设。吸纳掌握营销知识且能力强的人才，建设坚实有力的营销队伍。

2. 技术风险的防范

(1)集中资源尽量招募更多技术能力过硬的人才，要质量不要数量，宁缺毋滥。

(2)了解信息化技术的更新换代，及时对产品作出更新换代。通过市场调查，分析技术趋势，迎合主流市场。

3. 管理风险的防范

(1)在公司成立初期就明确利益关系以防止不必要的纷争，制定相应的管理制度以及守则以约束成员的行为。创业成员最好先分配好股份，确定好分红制度，对于损害公司利益的行为及时纠正。

(2)根据实际情况进行资源的合理配置并制定激励制度。注意奖惩并行。培育和谐的企业文化，注意吸引人才。作为服务型企业，我们要建立良好的理念。

4. 财务风险的防范

(1)优化资金配置，实现资金增值。在保证资金学要的前提下，适当降低负债资金占全部资金的比重，以降低风险。在开展业务时，要努力创新提高竞争力。

(2)择优投放项目。根据生产经营情况合理预测资金需求量，通过对资金成本的计算分析各种筹资方式的风险分析，选用正确的筹资方式，确定合理的资金结构。

7. 前景展望

完成好平台在湖南省的推广工作，让更多大学生创业团队了解并加入酷创平台。将平台的各项功能进行优质打造，做成独具平台特色的品牌。完善团队以及社会机构的认证及等级评定制度，保证平台的专业性。将主体多元化，引入政府，当地愿意协助大学生创业的企业以增加投融资功能等，逐步引入更多市场因素，构建良好的大学生创业生态环境。当平台进入创业中期在积累了一定创业指导经验，完善了配套创业流程体系的基础之上。将考虑打造属于平台的创业商城，帮助有创业想法但缺乏实践的新兴团队及个人，进行创业实践。当平台发展稳定迈向成熟期，具有相当的核心竞争力时，逐步向外推广扩张，进驻其他省份，致力将平台打造成为全国性质的创业者开放共享平台。



8. 附录

8.1 问卷调查

8.1.1 调查问卷一

关于构建校园电子商务创新创业平台的问卷调查

1. 您所在年级

☐ 大一

☐ 大二

☐ 大三

☐ 大四

2. 您对创业感兴趣吗?

☐ 很感兴趣

☐ 比较感兴趣

☐ 一般

☐ 不太感兴趣

☐ 没兴趣

3. 您有创业的打算吗

☐ 完全没有 (请跳至第 7 题)

☐ 考虑过, 但没行动

☐ 正在进行创业

☐ 已经成功创业

4. 您倾向于何种创业形式?

☐ 个人创业

☐ 团队创业

☐ 其他 _____



5. 您认为在创业中遇到的主要问题是什么？

- ☐ 资金不足
- ☐ 没有创业经验
- ☐ 没有技术优势
- ☐ 组建创业团队困难
- ☐ 没有好的创业项目
- ☐ 缺乏宣传推广渠道
- ☐ 其他 _____

6. 如果有一个针对大学生创新创业的平台,您希望这个平台实现哪些功能? (填写完该题,请跳至第9题)

- ☐ 提供创业渠道
- ☐ 招募队友, 组建创业团队
- ☐ 推送企业及创业团队信息
- ☐ 发布与创业相关的赛事信息
- ☐ 交流创新创业的想法与经验
- ☐ 为投资人和创业项目牵线搭桥
- ☐ 汇聚学生顾客, 购买创业成果
- ☐ 其他 _____

7. 如果本校创业平台上有创业团队服务于您的校园生活, 您希望是哪些方面?

- ☐ 网上购物-二手市场、创意产品等
- ☐ 便民服务-代领快递、云打印、代办代订等
- ☐ 虚拟社区-校内交友、社团活动、拼车拼团等
- ☐ 信息汇总-失物招领、兼职招聘、房屋租赁等
- ☐ 其他 _____

8. 您如何看待校园创业团队的创业成果 (与您相关的商品或服务)



- ☐积极态度。如：针对性强，能贴合我的需要；买卖方便、不等物流配送等等
- ☐消极态度。如：专业性差，可能不如外来团队；产品种类少、没有选择等等
- ☐中立态度。如：接触后再选择顶或踩
- ☐其他 _____

9. 您更倾向于哪种类型的校园创业平台？

- ☐APP
- ☐微信公众号
- ☐微信小程序
- ☐网页
- ☐其他 _____

8.1.2 调查问卷二

关于构建地区性大学生创新创业社区服务平台的问卷调查

1. 您的团队主要涉及的行业领域是？

- ☐农、林、牧、渔业
- ☐制造业
- ☐教育
- ☐住宿和餐饮业
- ☐科学研究和技术服务业
- ☐文化、体育和娱乐业
- ☐其他

2. 您的团队是否与其他创业团队有交流？

- ☐是（请跳至第 5 题）
- ☐否（请跳至第 3 题）

3. 您认为创业团队之间有相互交流的有必要吗？

- ☐是（请跳至第 4 题）



☐否

4. 您认为阻碍创业团队交流的主要因素是？

☐缺乏交流渠道

☐对其他团队不了解

☐缺乏交流的氛围

☐其他 _____

5. 您的团队与其他团队交流的渠道是？

☐通过团队指导老师

☐朋友之间相互介绍

☐来自相同专业

☐其他 _____

6. 您觉得这样的交流途径是否具有局限性？

☐是

☐否

7. 您的团队是否有想过与其他相关创业团队进行合作？（如：形成产业链，业务外包，优势互补等）

☐是

☐否

8. 您的团队倾向于选择的合作对象是？

☐大学生创业团队

☐社会上已有的公司或机构

☐招募相应方面的人才

☐其他 _____

9. 您的团队在创业过程中在政策，法律方面存在困惑吗？



☐存在（请跳至第 10 题）

☐不存在

10. 您愿意付费向当地专业机构进行咨询吗？

☐愿意

☐不愿意（请跳至第 11 题）

11. 请问您不愿意的主要原因是？

☐咨询价格偏高

☐对机构的不信任

☐对专业机构的不了解

☐相关机构太多，难以筛选

☐其他

12. 您是否接触过与大学生创业相关的网络平台吗？（如：大学生创业服务网）

☐是（请跳至第 13 题）

☐否

13. 您对此类网络平台的体验感是？

☐信息过多，筛选麻烦

☐没有太大的实际帮助

☐缺乏交流性

☐可以得到相关有用信息

☐其他

14. 您的团队目前处于的运营阶段是？

☐种子期

☐初期

☐中期



○成熟期

15. 您的团队在运营过程中遇到的问题主要有哪些方面？

☐缺少投融资渠道

☐难以招募到符合要求的队友

☐缺乏寻求指导和咨询的渠道

☐缺乏产品宣传以及销售渠道

☐难以及时得到市场反馈

☐产品更新优化的方向

☐其他 _____

16. 如果有一个面向创业团队可实现增进创业团队之间交流与合作，为创业团队面临的问题提供指导等功能的地区性综合服务平台，您是否会使用？

○是

○否

8.2 信用评级制度

平台推出信用评级机制，并在用户测试过程中不断更新。每个用户都有信用评级，当用户达到信用度时，平台会提供相应福利。

合作双方在合作确认完成后，相互进行评分，以五颗星级作为评价准则。以五星为最佳评价，进行依次递减，一星为最差。以星级来决定加分情况，从而可作为衡量一个商家的诚信以及合作能力的标准，便于选择优秀合作伙伴，促进双方合作完成。

团队双方	评分等级	加分情况	备注
在合作完成后进行相互评分	5 星	加 100 分	
	4 星	加 50 分	
	3 星	加 20 分	
	2 星	减 10 分	
	1 星	减 20 分	

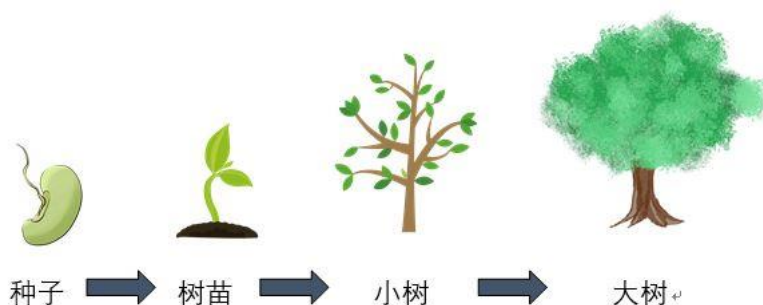
8.2.1 交流社区

交流社区中创业团队和个人用户权限相同，但创业团队会有官方认证的标志。在社区中，所有用户交流发帖的权限均相同。将帖子的被点赞数和被收藏数量作为评判依据。当一篇帖子得分情况有 50 分以上，帖主即可自行申请成为精品帖，我们将根据收藏的数量来评判是否成为精品贴。每有一篇帖子成为精品帖，则发帖人的信誉积分增加 100 分。

点赞数	加分情况	备注
15~25	加 5 分	发帖人获得的积分翻倍
25~50	加 20 分	
50~100	加 40 分	
100~150	加 50 分	
150 以上	加 60 分	

8.2.2 信用等级

我们平台有自己的信用评定等级，设立为四个信用等级。



信用等级	所需信用积分	备注
种子	500	每 500 积分累计一颗种子
树苗	2000	每 4 颗种子自动转化为一颗树苗
小树	8000	每 4 颗小树自动转化为一颗大树
大树	32000	大树目前是我们最高的信誉等级，以后会根据实际情况予以修改



我们将每月信用等级最高且信用分数增长最多的创业团队评为我们的“酷创好店”，将其在项目商城置顶推荐一个星期，并将每个被评为“酷创好店”的团队入驻我们的“镇站之宝”系列，在商城专门设立一个分栏为“镇站之宝”，每个用户在项目商城的导航栏可见。

酷创
好店

我们将设立每个月信用等级增幅最多的用户排行榜，给予前十的用户十天免费 VIP 的特权。