**it行业创业计划书模板**

　　几个赋有激情和智慧的青年对这个“校园易网”和“校园易卡”的方案进行了市场可行性分析和财务分析，制定了旨在发展“工商大学校园网”和向其他高校推广校园网的建设策略，并结合当前市场状况进行了风险分析。还结合该校的优势，制定了以“校园网电子商务网”(远程网校、在线购物、智能化小区)等项目为主的远景规划。  
 　　方案整合   
 　　一、校园网站校园易网   
 　　网站定位   
 　　北京工商大学校园网站校园易网，将定位于以提供全方位的信息服务为主，辅以电子商务服务，实现校方管理的全面上网，突出网络的方便、快捷，利于校方的统一网络化管理，同时可以丰富在校学生的课余生活，为广大师生的校园生活提供最大的方便和空间。   
 　　网站目标   
 　　在北京工商大学局域网与广域网建立的基础上，将此校园网站办成为全体师生提供全方位的周到的服务(包括信息服务和商务服务)的多功能网站，可使学校的教学教务管理电脑化，网络化。通过在互联网上的链接，扩大北京工商大学在社会上的知名度。服务的对象是全体在校学生和教职员工，校方在管理时采用网络系统，能使信息更快速、安全、准确的流通。   
 　　网站内容   
 　　网站开设四大频道：“网上学校”，“多彩校园”，“教工之家”，以及“事事关心”。并考虑在网站成熟后推出“在线购物”频道，补充完善先期的四大频道。   
 　　主页包括：   
 　　1. 站点导航   
 　　2. 搜索引擎   
 　　3. 强档新闻   
 　　4. 公告栏   
 　　5. 会员俱乐部，包括“会员公约”，“会员注册”，“会员积分榜-积分方法及奖励细则”，“投诉站”，“张榜纳贤”和“会员优惠地带”等。   
 　　6. 天气预报   
 　　7. 友情链接   
 　　网上学校   
 　　1.首页，包括“北工商风采”，“教学与教务”，“网上图书馆”，“后勤中心”，“远程网校”，“考研专栏”，“答疑解惑”，“人才供求”，“科技成果”等项目。每项都可介绍一些主要内容，点击“更多”可进到对应的项目中。   
 　　2.北工商风采，下设数个小专题，包括“我爱我校”-对学校历史、地理位置、校园全景的介绍;“名声在外”-详细介绍学校在学术方面的优点， 与国内外的交流、参加的研讨会等;“校友通讯录”-由各班的在校生自行创建。该版块设置在公众网上，主要面对的对象是校外的网民，从而扩大学校的知名度。   
 　　3.教学与教务，包括：“学籍管理”，“教学一览”，“留学信息”，“定期讲座”，“教材仓库”等，还将不定期(在每学期开学初)设置“课程表”一项。在每一栏目下，都划分为各系的小项“学籍管理”中，将每一个学生的应修课程及应得学分、已修课程及已得学分、各学期所得的综合评分、以及所获的奖励与惩罚等内容建立数据库。查寻人通过键入学号和姓名，可查阅到自己的所得分。“教学一览”中，详列各系的大学四年的课程设置、授课内容和学时，任课教师的个人资料，课程所需教材和参考书目。使用者只需键入系别，即可进入。“留学信息”是将我校与乌克兰、美国等国家的大学联合办学的资料刊登在网上，并可提供在线问题回答。“定期讲座”是将所有在校内举办的讲座原文刊登在网上，也可是在网上就热点问题邀请专家进行在线访谈。“教材仓库”将为每个班级建立资金库，用于教材的统一购买。开学初，每班的学习委员负责键入要购买教材的名称，数量和金额，并要注明领书时间和领书人姓名。每学期开学初的“课程表”只需查寻者键入系别和班级，即可获知所在班级的课程安排。该版块的目的是使学校的管理透明化，更可使学生快速方便的了解自己的学习情况。   
 　　4.网上图书馆，可在网上查阅各类图书的目录及借阅情况-“图书查阅”，同时可在网上“预约借书”。在馆内有“降价图书热卖”时，提供网上宣传渠道。建立所有图书的数据库，在预约借书时，键入借书证号和班级、姓名、所需书名，注明取书时间即可。目的在于方便学生，节省时间，免去不必要的操作。   
 　　5.后勤中心，提供“网上定购火车票”的服务，链接到其他网站的定票专区上，由校园易网作为销售代理，提供送票上门服务，票到付款，加收五元的送票手续费。“宿舍电话簿”建立全体住宿生的姓名，班级，宿舍号和相对电话号码的数据库。“场地预定”提供的是校内各娱乐场所的时间安排表，使预定者一目了然，更容易做出决定。“网上银行”的思路将在校园网建设的比较完善后推广成为现实，需与工商银行或其他银行共建。校方为每个在校生在工商银行或其他银行建立一个帐号，学生可将现金及汇款存至该帐号内，并拥有一个独立的密码。同时根据饭卡上的密码可将一定数量的帐号内的金额划入饭卡上。只可单向操作，不能将钱划回。“时间明细表”是将校内的一些公共设施的开放时间公布，如浴室、图书馆等。   
 　　6.远程网校，分为“教学园地”与“信息咨询”两大版块。“信息咨询” 提供各种培训信息，如考取秘书证、计算机证，bec、lcci等涉外英语等级证书，辅修课程介绍，及英语四六级考试辅导信息等。其中的一部分可在网校上对外提供在线教育。此版块需做在公网上。且暂时列入远景规划中。   
 　　7.考研专栏，是信息服务版块。专门提供各高校考研资料，考研辅导班信息，以及不定期邀请资深教师在线解答关于考研的疑问并提供方向选择指导。   
 　　8.答疑解惑，首先网站负责为每位任课老师提供一个免费电子信箱，并会在网上公布，学生可根据不同科目的问题发进该科目老师的信箱中。老师则可根据同一问题被提出次数的多少决定将答复回发至学生的信箱中，或是将答复贴在“答疑板”上。“答疑板”同时也可由学生将疑问贴在上面，由老师回答或是一起讨论。不定期举办资深教师的在线访谈，并现场回答问题。   
 　　9.人才供求，下设“求贤榜”-将每年各单位对学校索要毕业生的详细资料刊登;“求职一点通”-介绍应聘面试时的技巧、注意事项、服装要求等;“热门职业”-从其他专业网站上转载对短期内及未来热门职业的排名，以供广大毕业生参考。   
 　　10. 科研成果，向公众介绍我校的科研产品,如:芦荟系列产品等，并可在将来运用于“在线购物”频道中，实现b2b，和b2c。   
 　　多彩校园   
 　　1.首页，包括“课堂以外”，“休闲空间”，“银屏指南”，“校内广播”，“兼职信息”，“私语角落”，“bbs公告牌”等项目。这里将设置时间控制系统，对同学们在网上浏览的时间进行控制，以保证同学们正常的作息时间。   
 　　2.课堂以外分别以学校内的各社团作为该版块中的小栏目。每个栏目中都会对所属的社团作详细介绍。   
 　　3.休闲空间，包括以下七个小栏目：“童心不泯”、“霞客后人”、“万用药箱”、“魅力四射”、“知识集粹”、“头脑比拼”和“每日必读”   
 　　4.银屏指南，转载当周和下周的电视节目，预告学校近期的小厅电影放映情况。   
 　　5.校内广播，全文登载校广播站每期广播节目的广播稿，对部分精彩节目，学生可下载收听-“原音重现”。并开设“点歌栏”，将广播站可供点播的歌曲名称作成数据库，学生可在网上查找选择，在“附言”中可注明时间与其他细则。   
 　　6.兼职信息，将贴在校园内的杂乱无章的各式各样的招聘广告全部移到网上。   
 　　7.私语角落，开设各种形式的聊天室。   
 　　公告牌，。   
 　　教工之家   
 　　1.首页包括“教师学校”，“北工商黄页”，“智能化小区”(远景归划)，等内容。   
 　　2.教师学校，给教师提供接受深入教育的机会，包括介绍一些专业知识(从其他网站上转载)和提供关于二次教育进修的信息。   
 　　3.北工商黄页，详细的教职工通信录。   
 　　4.智能化小区，   
 　　事事关心   
 　　1.首页，“国事家事天下事，事事关心”新闻频道，包括“国内外要闻”、“体育影视娱乐新闻”、“财经新闻”、“各省市新闻”，“电子校报”。   
 　　2.各新闻版块的内容主要从其他网站上转载。   
 　　3.电子校报，网上全文转载校园内所有的出版物(刊物报纸校报)内容，并设立“新闻源头”、“投稿信箱”、“七嘴八舌”等栏目。   
 　　二、 校园一卡制校园易卡   
 　　1.构想与目的   
 　　如果学校发给学生一张能够确认身分、存取现金，与学校的日常生活息息相关的磁卡或ic卡，那么就能实现校园网在线支付结算管理。该卡既可实现储蓄卡的金融功能，又可作为校园生活的多功能卡。如报到注册卡、早锻炼卡、图书借阅卡、考试卡、饭卡、社团卡等。同时，可给每位教师配备校园易卡，使如工资、房水电费等日常的收入与支出均可实现用卡的交易。   
 　　2.实施准备工作   
 　　在校园内的网络完整建立的前提下，与邮政储蓄合作，建立校园易卡的储蓄支付系统，由邮政储蓄系统负责提供校园内相应的在线及atm储蓄支付设备(包括食堂、浴室、小卖部的划卡机)，并与校园网相连接。同时，开发网上的学籍注册系统，图书借阅系统，早操登记系统，并建立相应的划卡机。   
 　　3.具体操作方法   
 　　在新生入学后，邮政储蓄通过校方即给该生办理一张校园易卡，并附上预设的密码，新生在所在地邮政储蓄所办理存储后，学生可以通过校园网的内部网向校方直接交纳学费、书费等。在校园网的“电子商务”频道开通后，持有校园易卡的教师和学生也可以在校园网上直接进行在线交易。所有这些只需要校园易卡的持有者输入卡号与密码既可。在校园里的特定场合(如食堂、书店)，校园易卡的持有者也可以通过读卡设备直接进行电子支付。而教师卡的操作方法与其他现已存在的工资卡的方法是大体相同的。   
 　　三、远景规划   
 　　随着网站的逐渐成熟，点击率的逐渐增加，校园易网会逐步推出“远程网校”，“在线购物”，“智能化小区”等更能服务于大众的项目，从而进一步提高网站的知名度，也可从中赢利。   
 　　可行性分析   
 　　一、目标市场分析   
 　　1、目标对象   
 　　方案所针对的目标对象:首先是北京工商大学，在前期方案取得成功后，向有需求的各个高校推广。   
 　　2、目标对象的需求   
 　　学校：优化管理体制，实现资源合理配置，节约不必要开支，投入教学、科研及校园设施;加速科研成果转化，开展对外合作、交流;承办各种技能培训、考核，扩大知名度;开办远程教育;加强师生素质培养;   
 　　教师：获取信息;提高业务水平及自身素质;进行科研及项目开发;对外学术交流;加强与学生的交流;便利的校园生活服务;   
 　　学生：获取信息，拓宽知识面;提高专业水平，随时得到教师指导;广泛的交流;学习与实践相结合;丰富多彩的校园生活及发挥才能的机会;便利的校园生活服务;   
 　　二、竞争优势分析   
 　　1、 竞争对手分析(以中国校园网建设相对领先的著名高校为例)   
 　　北京大学校园网是经过中关村地区网建设，中国教育科研计算机网络示范工程建设及我国教育系统管理211工程逐渐开发完善的校园网。具有历时久，软、硬件资源丰富，信息容量大，校园内覆盖范围广的特点。堪称中国校园网的典范。然而其教师素质教育、学生生活(如休闲娱乐、网上交流、便利服务等)内容欠缺。   
 　　上海交大、南开大学、石油大学(华东)、南京理工大学、西安电子科技大、河北工业大学校园网系统的主要服务对象是本校应届毕业生和全国各地用人单位，提供各种相关信息。没有真正开展校园网络管理。   
 　　华中理工大学、东华大学的校园网系统服务对象是本校研究生。设有科研项目，课程设置等相关频道。   
 　　2、解决方案优势分析：   
 　　完整的校园网络管理模式。   
 　　校园网涉及校园生活的各个方面。实现了教学、教务、财务、后勤统一、高效的管理。使各种职能进一步完善，节约资源，用于科研、教学。   
 　　校园网设有相关频道以促进科研成果转化，开展校际交流，进行技能培训及远程教育，提高学校声誉。   
 　　为教职员工提供便利的社区服务。   
 　　为学生提供广阔的学习、娱乐生活空间及便利的服务，如网上答疑，交友、获取考研、留学、兼职信息、网上定票等。   
 　　校园易卡   
 　　校园易卡是本方案与以往其他网站的最大的不同之处。准备与某一特定银行合作开发校园易卡。该卡既可实现储蓄卡的金融功能，又可作为校园生活的多功能卡。如报到注册卡、早锻炼卡、图书借阅卡、考试卡、饭卡、社团卡等。   
 　　电子支付是未来支付方式发展的方向，较之以往的传统支付方式，电子支付简化了操作步骤，更加方便、快捷。学生可以通过校园网的内部网向校方直接交纳学费、书费等费用。在校园网的“电子商务”频道开通后，持有校园易卡的教师和学生也可以在校园网上直接进行在线交易。所有这些只需要校园易卡的持有者输入卡号与密码既可。   
 　　在校园里的特定场合(如食堂、书店)，校园易卡的持有者也可以通过读卡设备直接进行电子支付。   
 　　校园易卡大大地增加了所指定银行的资金流量，达到了吸储的目的。而且随着校园网方案向其他学校的推广，校园易卡业务也将得到大范围的推广。由于银行可以通过校园易卡这项业务得到长期的、丰厚的回报，因此我们准备与指定银行协议，以银行投资或参股等方式共建(或共同经营)校园网。这样，就达到了“以‘卡’养‘网’，以‘网’促‘卡’”，部分解决了以往的网站存在的资金不足的问题。   
 　　校园电子商务   
 　　现有的校园网络建设尚未涵盖校园电子商务。我们的解决方案把校园电子商务列为校园网络建设的一项内容。校园电子商务不仅方便教师、学生的日常生活，而且为学校带来经济收益。通过组织派送，为学生提供了勤工助学的机会。   
 　　3、市场前景分析   
 　　优化高校管理模式和教育的网络化、系统化成为信息时代教育发展的必然趋势。目前我国正在开展高校上网计划。实现网络化的校园管理模式成为高校师生的迫切需求。   
 　　校园网不仅成为一种先进的管理模式，推动校园建设，使校园生活丰富、便利，而且上校园网可以满足师生获取信息的需求。目前，全国的大中小学校中，具有校园网的仅占%。校园网的解决方案不仅适用于高校，也适用于中学、小学，他们也有一致的需求。该方案可以针对不同的校园量体裁衣的改动。因此校园网解决方案具有广阔的市场。   
 　　随着数字校园时代的到来，校园不仅需要网络化的管理模式，而且需要得以高效、快捷、便利的实现校园网络化管理的必要工具。具有多种功能的校园易卡成为满足这种需要的必要选择。因此校园卡具有极大的推广潜力。同时，校园卡的金融功能不仅可以方便师生校外购物，而且为银行提供了商业契机。虽然师生的购买力有限，但是他们构成了一个庞大的群体，会成为银行不容忽视的目标客户。因此校园易卡对银行具有潜在的吸引力。   
 　　e-commerce(电子商务)逐渐成为信息时代便利生活的一部分。虽然e-commerce目前存在问题，但其发展前景十分广阔，并且日趋成熟、完善。校园e-commerce可以实现校产业办的产品推广(科研成果的推广)，为学校带来利润，并使校园生活更加便利。目前校园网还没有引进校园e-commerce的完整方案，虽然有些校园网出现某种商品的e-commerce，但运行范围十分局限。因而完整的校园e-commerce方案十分具有校园推广潜力。   
 　　方 案 预 算   
 　　一、校园易网解决方案报价预测   
 　　根据项目的投资要求和整个投资项目的长期规划,本项目的规划方案可采用以下几种方案中的一种。   
 　　方案一   
 　　基于microsoft公司的windows nt操作系统的解决方案。作为一个成熟的操作系统，windows nt具有信息发布，系统管理，访问控制，邮件服务等所有的基本功能，并且有丰富的应用软件供其使用，其相应的硬件平台价格也较之unix平台更容易接受，作为提供给中型应用平台，可以满足使用要求。   
 　　硬件：   
 　　 server + application server   
 　　hp lh3r 80,000元   
 　　 server   
 　　hp lh4r 150,000元   
 　　 server   
 　　sun e250 150,000元   
 　　软件：   
 　　1.操作系统和web server:   
 　　microsoft windows nt，集成iis站点发布软件 8,000元   
 　　 server:   
 　　microsoft公司的站点快速开发工具site server 20,000元   
 　　 server:   
 　　sql server 14,000元   
 　　 server:   
 　　microsoft公司的mail exchange server软 件 20,000元   
 　　开发费: 约500,000元   
 　　开发时间: 约2 个月   
 　　开发人员： 约10个人   
 　　开发人员工资：约6000元/人月   
 　　开发人员费用总计:约1XX0 元   
 　　方案报价总计为: 106XX元   
 　　运 作 方 式   
 　　一、 市场营销   
 　　1、营销宗旨：   
 　　与传统媒体全方位合作   
 　　与网站主要消费群体紧密结合   
 　　与政府、教育机构和银行合作   
 　　2、产品策略：   
 　　1) 产品定位：本校园网站方案定位于以实现校方管理的全面上网，提出了新的“以‘卡’养‘网’，以‘网’促‘卡’”的概念，这样填补了市场空位，使网站迅速在市场上启动。   
 　　2) 产品质量功能方案：对于校园网的内容，将根据目标群体的需求的变化和发展不断的完善。   
 　　3) 产品品牌：利用各种媒体上的广告，“easy-campus品牌，在开拓新市场同时，保持住原有市场。   
 　　3、价格策略：   
 　　在计划的财务分析中已经提出了3种不同的报价方案，不同的报价可以适用于不同的客户的不同情况。另外，由于方案向其他学校推广后，各校校园网共用服务器，所以在价格方面可以大大降低报价。   
 　　对于解决方案中校园网络建设的一项内容的校园电子商务，也将在不同时期采取不同的价格策略以吸引消费者。   
 　　4、 广告策略：   
 　　广告的功能很多，“easy-campus校园网可以而且应该启动广告策略。广告策略大体包括以下内容：形象广告、政府行业公关活动、促销广告、新闻媒介。具体行动方案是增强创牌意识，加大“easy-campus校园网的宣传，增强多重媒体的宣传力度。除了在各大高校张贴宣传海报之外，还要与各大高校合作，参与举办各项校园活动。专访政府和教育机构的官员，运用公共关系和政治力要素。由于本解决方案为未来中国高校的校园网的运作提供一个模式，应抓住有利时机向各高校推广。   
 　　二、风险及对策   
 　　企业与风险总是联系在一起的。成功的实现创业计划并不仅仅是敢于冒险，而是在于懂得如何分析风险的大小以便看清自身承担风险的能力。就此计划而言，其风险可分为以下几类：   
 　　政策风险：也就是指政府机构和教育部门对校园网进行政策上的干预，制定一些影响校园网的空间扩展的文件，阻碍或限制了校园网的发展。从宏观上看，旧的校园管理模式已经沿用了许多年，而在计划中所提到的校园易网计划是对校园管理模式的一次基于数字化的彻底的变革，因此，校园易网计划的全面推广不可能一蹴而就。教育部门在采纳和推广该计划时势必会考虑到各方面的因素，其推广进程也必会随之放慢。针对于此，在合作上选择配合教育部门的步伐，逐步的、分阶段的实施计划，尽量减少这方面的风险所带来的损失。   
 　　市场预测能力风险：也就是指计划的决策者对市场的洞察力是否有偏差，而这种偏差的大小 也就决定了计划能否成功推广。首先对市场分析的资料来源全部通过准确可靠的资讯调查公司或政府机构;另外，在制定此计划时，在战略发展方面还将邀请资深业内人士来配合计划的不同时期战略发展作出决策。   
 　　市场运作能力风险：也就是在校园易网网站成功建立后，网站的管理层和运营层是否能按照决策层的思想去贯彻和实施。市场运作的成败取决于管理者的管理能力和对市场的分析和把握能力。人才是关键。网站将面向全社会公开招聘人才，并通过一系列措施来保障计划的实施。   
 　　   
 　　**七夕，只因有你，**



　　总有一些人牵肠挂肚难以忘记，

　　总有一些日子温暖甜蜜最为珍惜

　　从春夏到秋冬，从陌生到熟悉，

　　虽不能时时联系，却总在特别的日子想起你，

　　七夕快乐，我的朋友。

**七夕，只因有你，**

　　因为有你，再苦生活也不觉得累，

　　再大的险阻也无所畏，

　　再大的波折也不担忧，



　　再痛的经历也会忘记，

　　因为有你，我就拥有了整个世界，

　　谢谢你出现在我的生命里。

　　七夕快乐，我的朋友。

**七夕，只因有你**，

　　相识，是最珍贵的缘分，

　　牵挂，是最真挚的心动，

　　思念，是最美丽的心情，

　　问候，是最动听的语言，

　　在这七夕到来之际，最美的祝福送给你，

　　七夕快乐，我的朋友。

**七夕，只因有你**，

　　雨点轻敲窗，风吹散了梦想，

　　唯有你的模样依旧在脑海里徜徉，

　　夜深人静时，你占满了心房，

　　舍半生轻狂，半世时光，

　　只为拥有一段和你相处的珍贵情缘，

　　七夕快乐，我的朋友。

**七夕，只因有你，**

　　虽然相距很远，但两颗心却紧紧相连

　　虽然不常见面，音容笑貌犹如眼前，

　　悄悄的挟一缕情丝，放飞在炎炎夏日

　　默默的拽一丝牵挂，悬挂在无垠宇宙

　　静静的捎一声问候，盛开在七夕佳节

　　七夕快乐，我的朋友。

**七夕，只因有你，**

　　祝福，是一种真实的心意，

　　是一种甘甜的快乐，

　　是一种浪漫的味道，

　　是一种温馨的记忆，

　　是一种美丽的幸福，

　　更是我们情谊永远不变的纽带，

　　七夕快乐，我的朋友。

**七夕，只因有你，**

　　爱是种体会，即使心碎也觉得甜蜜，

　　爱是种感受，即使痛苦也觉得幸福，

　　爱是种缘分，即使分离也觉得快乐，

　　七夕到了，最真诚的祝福送给你，

　　七夕快乐，我的朋友。

**七夕，只因有你，**

　　愿天下有情人终成眷属，

　　愿单身人士找到爱的方向，

　　愿情侣们找到幸福的天堂，

　　愿夫妻找到温暖的避风巷，

　　愿岁月抚平生活的忧伤，愿爱的花瓣轻舞飞扬，

