**XXX家教平台**

商

业

计

划

书

XXX公司

二○一 年 月

目 录

[第一章 执行摘要 1](#_Toc467345041)

[1.1 公司简介 1](#_Toc467345042)

[1.2 项目介绍 1](#_Toc467345043)

[1.3 项目特点 1](#_Toc467345044)

[1.4 融资需求 1](#_Toc467345045)

[第二章 行业与市场分析 2](#_Toc467345046)

[2.1 市场定位 2](#_Toc467345047)

[2.1.1 目标群体 2](#_Toc467345048)

[2.1.2 目标地域 2](#_Toc467345049)

[2.2 市场现状分析 2](#_Toc467345050)

[2.2.1 深圳市家教市场学生数量 2](#_Toc467345051)

[2.2.2 全国一线及省会城市中小学生数量 3](#_Toc467345052)

[2.2.3 大学生家教兼职规模分析 4](#_Toc467345053)

[2.2.4 线上家教平台融资大热 5](#_Toc467345054)

[2.3 驱动因素 6](#_Toc467345055)

[2.3.1 教育体制改革，对学生整体素质要求更高 6](#_Toc467345056)

[2.3.2 居民可支配收入增加，家长对孩子教育更关注 7](#_Toc467345057)

[2.3.3 互联网和移动设备的普及 7](#_Toc467345058)

[2.3.4 70、80的父母对互联网接受程度高 7](#_Toc467345059)

[2.4 竞争分析 8](#_Toc467345060)

[2.4.1 竞争格局 8](#_Toc467345061)

[2.4.2 竞争对手 8](#_Toc467345062)

[2.5 小结 8](#_Toc467345063)

[2.5.1 市场现状 8](#_Toc467345064)

[2.5.1 市场壁垒 9](#_Toc467345065)

[2.5.2 进入时机 9](#_Toc467345066)

[第三章 项目介绍 10](#_Toc467345067)

[3.1 项目定位 10](#_Toc467345068)

[3.2 公众号介绍 10](#_Toc467345069)

[3.2.1 个人中心](#_Toc467345070)

[3.2.2 请家教](#_Toc467345071)

[3.2.3 做家教](#_Toc467345072)

[3.3 运营模式 10](#_Toc467345073)

[3.4盈利模式 10](#_Toc467345074)

[3.5 发展规划 10](#_Toc467345075)

[3.6 项目优势 10](#_Toc467345076)

[3.6.1 免佣金模式，快速吸纳更多优质家教](#_Toc467345077)

[3.6.2 家长评价竞争制，保障平台家教服务质量](#_Toc467345078)

[3.6.3 基于微信的推广，速度快成功率高](#_Toc467345079)

[3.6.4 平台服务经验丰富](#_Toc467345080)

[第四章 融资需求 11](#_Toc467345081)

[4.1 融资计划 11](#_Toc467345082)

[4.2 资金使用计划 11](#_Toc467345083)

[4.3 退出机制 11](#_Toc467345084)

[4.3.1 股权转让 11](#_Toc467345085)

[4.3.2 公司回购 11](#_Toc467345086)

[4.3.3 银行质押 11](#_Toc467345087)

[4.3.4 企业并购 11](#_Toc467345088)

[第五章 公司实力 12](#_Toc467345089)

[5.1 成员介绍 12](#_Toc467345090)

[5.2 成功案例介绍 12](#_Toc467345091)

[5.2.1 案例展示 12](#_Toc467345092)

[5.2.2 评价反馈 12](#_Toc467345093)

# 第一章 执行摘要

## 1.1 公司简介

## 1.2 项目介绍

## 1.3 项目特点

**1、创新免佣金模式，让利在校大学生**

**2、引入家长评价板块，家教服务质量透明化**

**3、采用家教竞争制，提高家教整体水平**

**4、基于微信社交传播，便捷、传播速度快**

## 1.4 融资需求

**第二章 行业与市场分析**

**2.1 市场定位**

### 2.1.1 目标群体

本项目的服务主要针对以下几类人群展开

1、有空闲时间，希望通过家教进行兼职的在校大学生

2、需要给孩子进行学习辅导的家长（中等收入家庭）

3、刚毕业赋闲在家，但有做家教意愿的大学生

### 2.1.2 目标地域

前期项目立足深圳及周边城市，随后市场由北京、上海、广州、成都、武汉等高校密集的城市逐渐渗透到全国有高校的城市。

**2.2 市场现状分析**

### 2.2.1 深圳市家教市场学生数量

根据深圳市统计局公布的信息，2015年深圳市中小学生数量已经达到128万人，并且2016年这一数据依然呈现快速上升的趋势。另外，一项权威调查机构统计发现，约46%的家长会选择给学生进行课外辅导，根据以上数据信息可以预测深圳市家教市场目标学生数量大概如下：

图2-1 2011－2015深圳市需要家教学生数量（万人）

### 2.2.2 全国一线及省会城市中小学生数量

根据国家统计局对于2016我国地级市以上中小学生数量统计结果显示，深圳及周边城市市区内中小学生数量规模非常大，广州市内中小学学生数量超过了115万，深圳也突破了100万，因此，对于本项目的拓展来说，可以优先发展深圳周边的城市。

图2-2 2016年深圳及周边城市市区内中小学生数量

数据来源：国家统计局

根据统计结果显示，北京、上海、重庆、成都、西安、武汉等地区中小学学生人数均突破50万，其中北京约110万人、上海约130万人、重庆约165万人，对于项目未来向全国市场发展来看，直辖市及省会城市的市场发展空间巨大。

图2-3 2016年部分城市市区内中小学生数量

数据来源：国家统计局

### 2.2.3 大学生家教兼职规模分析

一项对大学生兼职情况进行调查的一样结果显示，在校大学生中约75.81%的学生曾做过兼职，其中兼职类型以家教、礼仪、促销、餐饮、发传单几种工作类型最多，其中做过家教的人数约占全部兼职人数的45%，根据国家统计局对各省市大学生人数的统计结果显示，2015年深圳市在读学生约80922人，据此估计2015年深圳市有家教兼职需求的大学生规模约为35000人。

图2-4 在校大学生兼职占比

图2-5 大学生兼职类型及占比情况

### 2.2.4 线上家教平台融资大热

2016年6月4日，家教O2O老师好宣布，于去年11月获得近千万美元A轮投资，海纳亚洲创投(SIG)参投。而在此之前，跟谁学、请他教、轻轻家教、选师无忧、师全师美等平台都在今年拿到了融资，其中跟谁学获得5500万美元，请他教获得6950万元，选师无忧获得融资千万元，轻轻家教更是三个月内连续完成三笔融资，其中包括红杉领投的1500万美元B轮融资。从整个线上家教平台的融资情况来看，整个投资行业开始把目光转移到发展潜力巨大的线上家教平台。

图2-6 家教O2O融资金额（万美元）

2.2.5 就业压力大，毕业生中潜在家教老师规模大

2016年我过大学生迎来新的最难就业年，连续几年全国就业情况不乐观，每年都有一批的高校毕业生因为求职难而未能就业，其中一些人会选择从事一些兼职家教工作，根据国家相关政府部门对每年本科生就业情况的统计数据可知每年我国有几万的本科生面临就业问题，按为就业人数的46%计算，可预测目前我过近三年来我国为就业毕业生中意向家教人数市场规模如下：

图2-7 2014-2016年我国未就业毕业生中家教老师市场规模（万人）

本平台的建立，将能有效的带动全国大学毕业生就业，同时也能实现人才的合理利用，让毕业生有工作可做。

## 2.3 驱动因素

### 2.3.1 教育体制改革，对学生整体素质要求更高

2016年，国家教育部先后出台了有关高考的学业水平考试、综合素质评价、加分项目瘦身与自主招生三个重磅文件，引起社会极大关注，三个文件中强调要注重学生综合素质的提高，学生课程难度也在不断的增加，学生的升学及考试竞争压力也在不断的增加，为了提高孩子的学习能力及各方面素质，众多家长纷纷通过课后补习的方式提高孩子整体的能力。

### 2.3.2 居民可支配收入增加，家长对孩子教育更关注

数据显示，2015年我国居民人均可支配收入21966元,比上年增长8.9%；居民人均可支配收入的增长，家庭对孩子教育的投资也相应增加，据《2015中国家庭教育消费者图谱》公布的数据显示，中国近五成家长每年在家庭教育上支出超6000元，近三成家长投入超过万元；京沪家长最舍得给孩子教育花钱。目前，深圳市在我国众多的城市中发展迅速，2015年深圳市人均可支配收入达到44633元，是国内增速最快的城市，深圳的快速发展，也将带来家教行业市场规模的扩大，为本项目的发展提供了良好的发展前景。

### 2.3.3 互联网和移动设备的普及

随着电信基础设施投入的加大以及网络新技术的应用，我国计算机和移动设备不断发展，各类传统的行业开始转型，“互联网＋”成为一种新趋势。如何通过互联网及移动设备技术的提高家教服务的品质以及效率成为家教行业发展的关键，手机微信、智能移动终端、移动互联网技术的发展也为家教服务平台的开发提供了更广阔的平台。

### 2.3.4 70、80的父母对互联网接受程度高

目前中小学生的父母多位70、80年出生的青年人群，她们接触互联网时间早，对手机、微信等互联网工具使用率高。本项目的互联网微信平台属于“互联网＋”类的服务项目，无需安装、沟通方便，更能符合家长通过使用互联网来满足家教寻找服务的需求。

**2.4 竞争分析**

### 2.4.1 竞争格局

由于近年来中国家庭对孩子教育的重视，家教行业大热，各种类型的家教平台也纷纷形成，但从市场整体的发展情况来看，整个行业仍然以小规模的为主，没有出现垄断性的企业。

### 2.4.2 竞争对手

表2-1 竞争对手分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 名称 | 轻轻家教 | 深圳补习网 | 小佳师 |
| 品牌定位 | 为孩子找个合适的好老师 | 做本地最好的一对一家教O2O平台 | 精英大学生上门一对一辅导 |
| 使用方式 | 网页版登陆  教师／家长APP版登陆 | 网页版登陆 | 微信登陆 |
| 覆盖范围 | 覆盖全国11个热门城市 | 深圳 | 深圳 |
| 教授范围 | 小学到高中 | 以小学到初中为主 | 以小学到初中为主 |
| 教师情况 | 在校大学生 | 在校大学生及在职教师 | 在校大学生 |

从以上竞争对手的分析来看，“轻轻家教”的覆盖面更广，“深圳补习网”由于在职教师的加入能使平台更具竞争力，但是从登陆方式及时间成本来说网页登陆和APP登陆的方式不方便。本项目在推广中可突出使用的便捷性，同时本项目可加强品牌精英大学生的定位，形成项目竞争优势。

**2.5 小结**

### 2.5.1 市场现状

从整个市场的发展空间来看，中小学家教市场发展空间大，线上的家教服务发展平台已经成为一种发展趋势，从深圳市及全国目前的居民消费能力以及在教育的投资上来看，未来无论是深圳还是全国其它城市家教市场的规模都将呈现平稳的增长。

### 2.5.1 市场壁垒

目前深圳市及全国范围内都存在大量的家教服务类平台，且在全国范围内已经出现规模较大的服务平台，如轻轻家教、老师好等，其品牌优势会对本项目进入市场形成一定的品牌壁垒，但是本项目可以在后期的宣传中主打高校学生的精英教育资源以及微信公号免安装的便捷性等特点作为宣传卖点，从深圳起步，打造品牌影响力，并逐渐扩张到全国市场，克服原有品牌的壁垒。

### 2.5.2 进入时机

虽然目前市场上已存在轻轻家教一类的大型家教平台，但整个市场并没有出现垄断性的平台。目前，全国中小学生数量接近两亿，有家教辅导需求的学生数量超过千万，未来依然有上百亿的市场规模，整个家教平台发展空间大，且本项目在前期的发展中已经积累了大量的客户资源，对于品牌形象的打造创造了良好的条件，家教平台正快速成长，现在是本项目进入市场的好时机。

**第三章 项目介绍**

**3.1 项目定位**

**3.2 平台介绍**

**3.3 运营模式**

**3.4盈利模式**

**3.5 发展规划**

**3.6 项目优势**

# 第四章 融资需求

**4.1 融资计划**

**4.2 资金使用计划**

## 4.3 退出机制

### 4.3.1 股权转让

### 4.3.2 公司回购

### 4.3.3 银行质押

### 4.3.4 企业并购

# 第五章 公司实力

## 5.1 成员介绍

## 5.2 成功案例介绍

### 5.2.1 案例展示

### 5.2.2 评价反馈

# 第六章 财务预测

## 6.1 财务假设

## 6.2 财务预测

### 6.2.1 收入预测

### 6.2.2 成本预测

### 6.2.3 利润预测

### 6.2.4 现金流量预测

## 6.3 财务分析

### 6.3.1 盈利能力分析

### 6.3.2 敏感性分析

### 6.3.3 盈亏平衡分析

# 第七章 风险管理

## 7.1 风险识别

## 7.2 风险评价

## 7.3 风险规避措施