

SMTC商业模式计划书

保密须知

一、项目简介

- 1.项目背景
- 2.项目结构总览
- 3.产品简介
- 4.市场情况
- 5.商业模式
- 6.财务预测

二、市场与竞争分析

- 1.市场环境
 - 1.1宏观环境
 - 1.1.1 政治环境分析
 - 1.1.2 经济环境分析
 - 1.1.3 社会环境分析
 - 1.2行业环境
- 2.目标市场与需求分析
- 3.市场规模
- 4.竞品分析
- 5.SWOT分析矩阵

三、主要产品介绍

- 1.产品描述
- 2.功能介绍
- 3.使用场景

四、财务分析

- 1.投融资分析
 - 1.1 股本结构与规模
 - 1.2 投资收益分析
- 2.财务预测

2.1 会计假设和主要会计政策

2.2 预测财务报表

2.3 财务报表主要项目附注

3.财务比率分析

五、运营规划

1.产品开发规划

2.市场策略及业务拓展计划

3.财务规划

4.团队管理

六、风险预测及解决方案

1.风险识别

1.1 市场推广风险

1.2 技术风险

1.3 法律道德风险

1.4 财务风险

2.风险防范措施

2.1 市场推广风险防范

2.2 技术风险防范

2.3 法律道德风险防范

2.4 财务风险防范

七、团队介绍

1.队长介绍：

2.队员介绍：

2022年1月

保密须知

本创业计划书属于商业机密，其所涉及的内容和资料只限于SMTC使用。收到本创业计划书后，收件人应遵守以下规定：

(1) 本创业计划书仅限于本届创业计划竞赛规定人员使用；

(2) 在没有取得本创业团队的书面同意前，不得将本创业计划书全部和或部分复制、影印、泄露或散布给他人。

一、项目简介

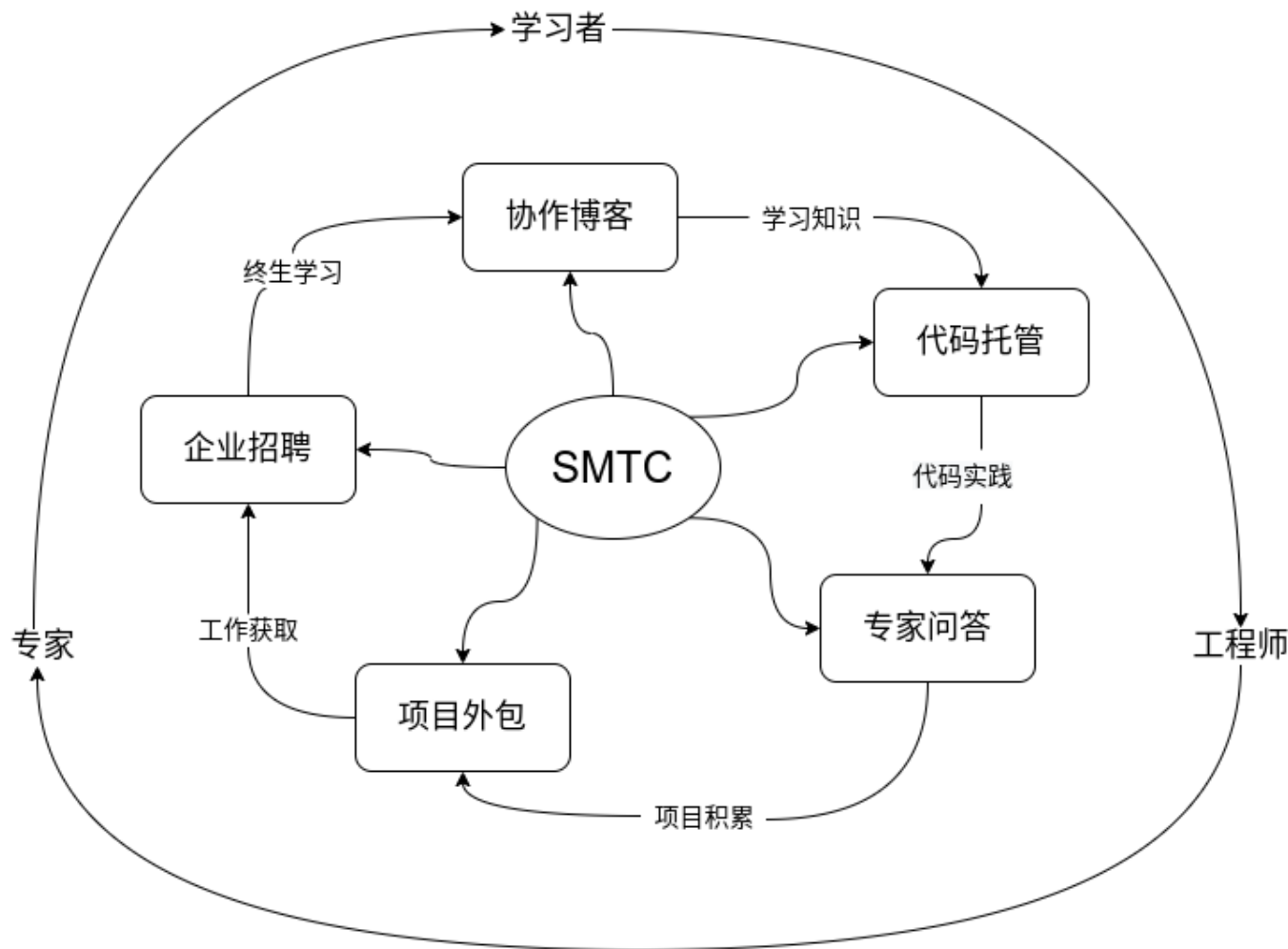
1.项目背景

在疫情影响下，对人工智能、互联网、物联网等高技术服务的需求直线上升，这就导致互联网技术人才的缺口增大，互联网行业对程序员的需求量持续增长。许多互联网公司面临着人才供给短缺的问题，尽管开出的工资不断提高，他们仍然无法招聘到足够的互联网技术人才。

同时，追随着互联网兴起的潮流，越来越多的人选择学习编程代码知识，而互联网上的代码学习平台大多良莠不齐，很难自成体系，学习者难以抓住一个目标持续学习下去。除此以外，在学习和项目开发过程中，常常会遇到一些难以解决的问题，这些问题通常在很多平台上难以获得一个正确的解答，解答大多质量低、答非所问。

2.项目结构总览

SMTC (Show Me The Code) 平台以“协作博客”、“代码托管”、“专家问答”、“项目外包”、“企业招聘”为五大基础业务，从不同角度深度满足了各种IT行业用户的需求：对于普通学习者而言，我们的协作式博客可以让他们学习到最完善、质量最高的知识。学习者又可以使用平台的代码托管服务，将自己学习的代码上传到仓库中。对于开发工程师来说，除了基础的代码托管功能，开发时遇到困难还有专家问答服务来帮助问题的解决，加快了开发的速度。而企业的项目也可以在平台上找到对应的用户来完成，平台完成外包的服务。除此以外，企业的招聘也可以通过平台实现，企业可以获取到优质人才的渠道，用户也可以更快找到心仪的厂家。学习颇有心得的用户也可以撰写高质量博客，并与他人一同协作创作博客，达到自身地位的提高。



3.产品简介

SMTC(Show Me The Code)是一款以博客为核心方式的技术分享与交流平台，支持用户以撰写博客，上传项目代码等方式，记录或分享自己的知识经验。其主要功能分为“专家问答”，“协作式博客”，“企业招聘”，“代码托管”，“外包平台”，这五项不同功能为用户通过博客的方式学习/获得帮助提供了一站式的全面支持。既充分考虑用户对效率的追求，改善传统博客投入大产出效益低的缺陷，提高用户的使用体验；也兼顾企业及高校诉求，帮助其宣传自身品牌及技术。

SMTC鼓励用户之间以协作的方式创建高质量的博客，博客在多个用户的修改下会变得更加完善和严谨，这种方式可以保证博客的质量。再配合我们设置的优化的搜索算法，用户可以更轻松的搜索到自己想要的且能够对自己产生帮助的高质量博文。此外，平台对博主创建精品博文采用实物激励的方式，有助于提高博主撰写博文的积极性。SMTC与Gitee代码托管工具进行合作，用户可以直接在本软件平台上完成代码存储，而不需要像以往那样将开发代码存储在外部网站，再将链接粘贴至博文。SMTC也给在学习和工作中遇到专业性问题的用户提供专家团队来帮助他们解决这些问题。

综上所述，SMTC提供了优良的面向用户的服务，这些都是传统的类似的平台所不具备的，我们希望借此吸引想要分享和学习专业性知识、技术、经验的用户和想要解决专业性问题的用户进入我们的软件进行消费，成为我们软件的最佳用户。我们的项目以低成本，免费经济为卖点，通过赚取足够多的流








量，营造良好的网站环境，成为企业不得不重视的国内开发者社区，从而搏得企业的投资，赚取宣传推广费用，以维持网站的生存。

4.市场情况

- 1. 随着社会和互联网的发展，再加上近年来社会焦虑的传播，人们对知识的渴望愈发高涨。同时对于IT行业的社会普遍印象就是高薪，这在寻求改变的人心中具有很大的吸引力。伴随者开放思想的发展，越来越多的人也愿意把自己的学习过程、成果分享到网络中。他们需要一个平台为他们提供一个圈子，可以在里面分享自己掌握的知识、技术和编程经验，也可以借此学习他人分享的知识和技术来增强自身。这类的需求越来越强烈，因此市场前景广阔。
- 2. 目前市场上有一些主流的平台，如CSDN、简书、博客园等。他们也会提供类似的博文服务。但是他们目前都存在博文质量良莠不齐，用户无法获得自己想要的文章的问题。因此用户渴望能够使用一个文章质量有保证，能够真正帮助他们解决问题和获得想要文章的平台。

5.商业模式

我们采用了多边平台的商业模式。平台为学习者、求助者、博主、专家用户、企业提供了一个平台，各用户群体相互依存，通过互相提供服务创造价值。

<div>重要合作</div> <div></div> <div>高校合作 企业合作 内容创作者 营销团队 Gitee 产品供应商合作</div>	<div>关键业务</div> <div></div> <div>问答平台 协作的博客服务 企业招聘 Gitte代码文章托管 技术小组 外包中介费</div>	<div>价值服务</div> <div></div> <div>创新 定制 保姆式服务 低价格 便利性/实用性 可达性</div>	<div>客户关系</div> <div></div> <div>与客户协作，共同创作 社区 私人服务 专属私人服务 自动化服务</div>	<div>客户群体</div> <div></div> <div>学习者（长期用户） 求助者（短期用户） 博主 专家用户 VIP用户 企业机构</div>
<div>成本结构</div> <div></div> <div>员工工资 宣传广告成本 办公室设备成本 用户激励成本（货品委托成本） 云服务器成本</div>	<div>收入来源</div> <div></div> <div>外包中介费 会员费 广告费用（商业广告，合作伙伴广告） 咨询费用</div>			

6.财务预测

本项目通过创立提供代码编程交流社区平台，为用户提供“专家问答”，“协作式博客”，“企业招聘”，“代码托管”，“外包平台”等服务，同时提供广告宣传平台。本项目的主要成本在于软件开发维护支出、宣传推广费用以及用户激励费用，主要收入在于平台广告收入、专家咨询收入、外包中介费收入、会员费收入。

本公司初始筹资2000万元，投资约在第二年实现盈亏平衡，投资收益较快，其中投资净现值在第三年即可扭亏转盈，并在后续实现快速增长。对于初始投资部分，项目的初始注册资本为2000万元，其中创业团队出资361万元，2年期创业担保贷款500万元。初始投资主要用于软件开发、平台广告宣传投入以及初始运营成本，初期搭建完整的运营平台，便于后续经营扩展。对于营业收入部分，我们的主营业务收入为平台广告收入、专家咨询收入、外包中介费收入、会员费收入，预计取得快速增长，第四年的预计营业收入超过五百万。对于营业成本部分，我们的主要成本由生产人员工资、服务器等设备租用、用户激励成本等组成，初期主要是广告宣传费用投入和平台初始开发和运营的成本，后期运维成本会加大，但成本能始终控制在较低水平。

通过对比分析财务比率，我们项目的盈利能力、偿债能力、增长能力均表现良好。其中公司的营业收入净利率逐年提高，可以保证较强的盈利能力；公司的资产负债率逐年降低，负债压力逐渐减少；公司营业收入增长率和净利润增长率均能实现增长，并保持稳定，企业具有较好的发展前景。

二、市场与竞争分析

1.市场环境

1.1宏观环境

1.1.1 政治环境分析

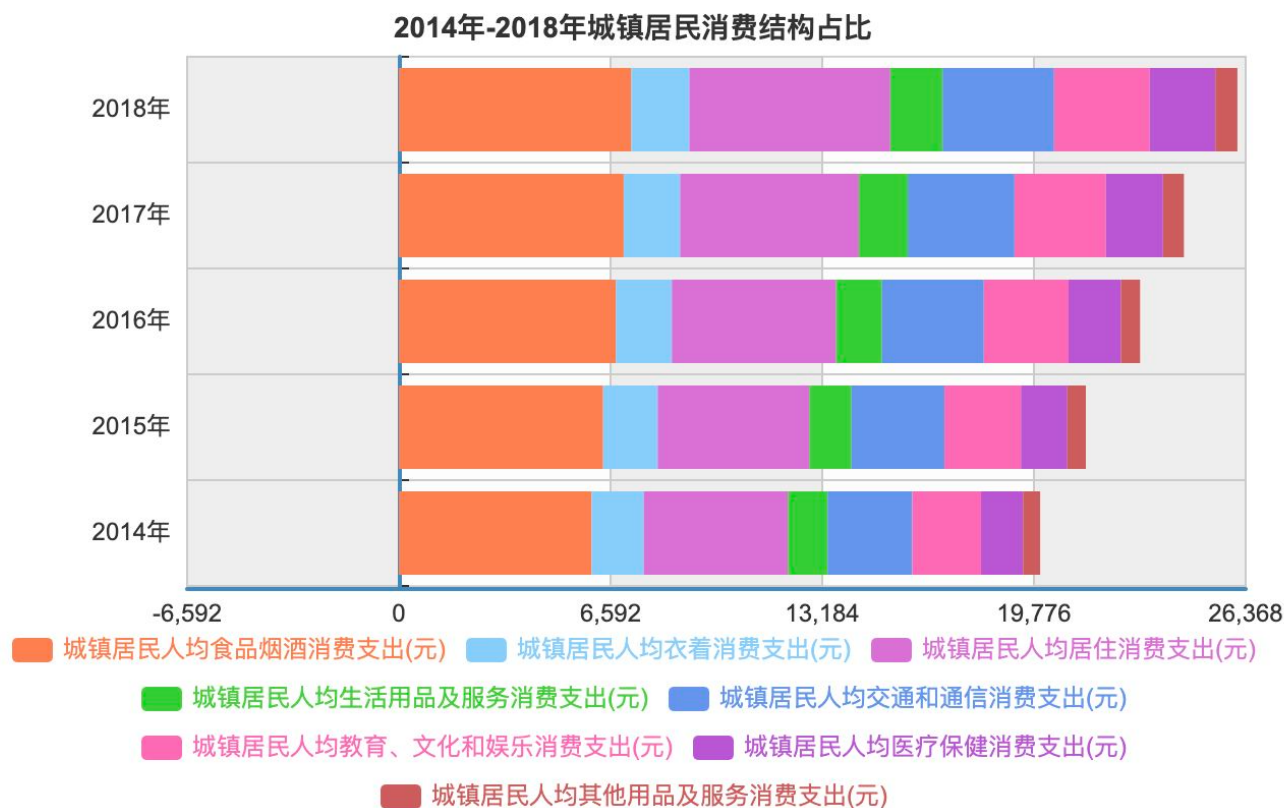
随着网络技术的发展以及web2.0时代的影响，人们获得信息越来越容易的同时也渐渐成为内容的产出者。网络资源逐渐丰富的同时，相关的法律问题也开始出现。

一是知识产权归属问题。我国对盗版行为的界定存在一定的不足，《中华人民共和国知识产权法》《中华人民共和国著作权法》规定，原创性文化作品与商品必须合理利用他人作品，不得抄袭。但两者对抄袭都没有一个明确的界定。如今的抄袭判定大多需要靠公众舆论影响。而网络知识资源存在易复制、相似度高等特点，并且很难引起大众注意。

二是知识付费产业缺乏必要的法律监督。由于商品的虚拟性无法享受七天无理由退货，此外打赏性知识付费属于财务赠与，《中华人民共和国消费者权益保护法》无法得到有效发挥。同时知识付费中种类逐渐走向大众、娱乐化，缺少相关的法律法规监管。

1.1.2 经济环境分析

2021年我国建成全面小康社会，同时即使受新冠疫情影响，专家仍然预测我国2021年GDP增速将达到8%，我国经济环境总体朝着更好的方向发展。同时在可支配收入中，人们对于教育文化类的支出也逐年上升。



调查显示，90.4%的新中产购买过知识付费类产品和课程，23.7%的新中产购买知识付费类产品的课程超过5种。同时知识付费群体中，知识付费已经做到了从60后到90后的用户群体覆盖。

1.1.3 社会环境分析

随着社会发展阶层逐渐固化，广大人民对阶层跃升的紧迫感愈发严重，再加上近年来社会焦虑的传播，人们对知识的渴望愈发高涨。同时对于IT行业的社会普遍印象就是高薪，这在寻求改变的人心中具有很大的吸引力。伴随者开放思想的发展，越来越多的人也愿意把自己的学习过程、成果分享到网络中。

1.2行业环境

21世纪初便出现了一系列的知识分享平台，近年来也有不少行业的新进入者。但纵观仍然活跃的平台，不难发现分为以CSDN、博客园为代表的“老字号”以及以稀土掘金为代表的有其他平台作为支撑的新进入者，其他大多数新进入者因为资金、客户等各种因素声量较小。

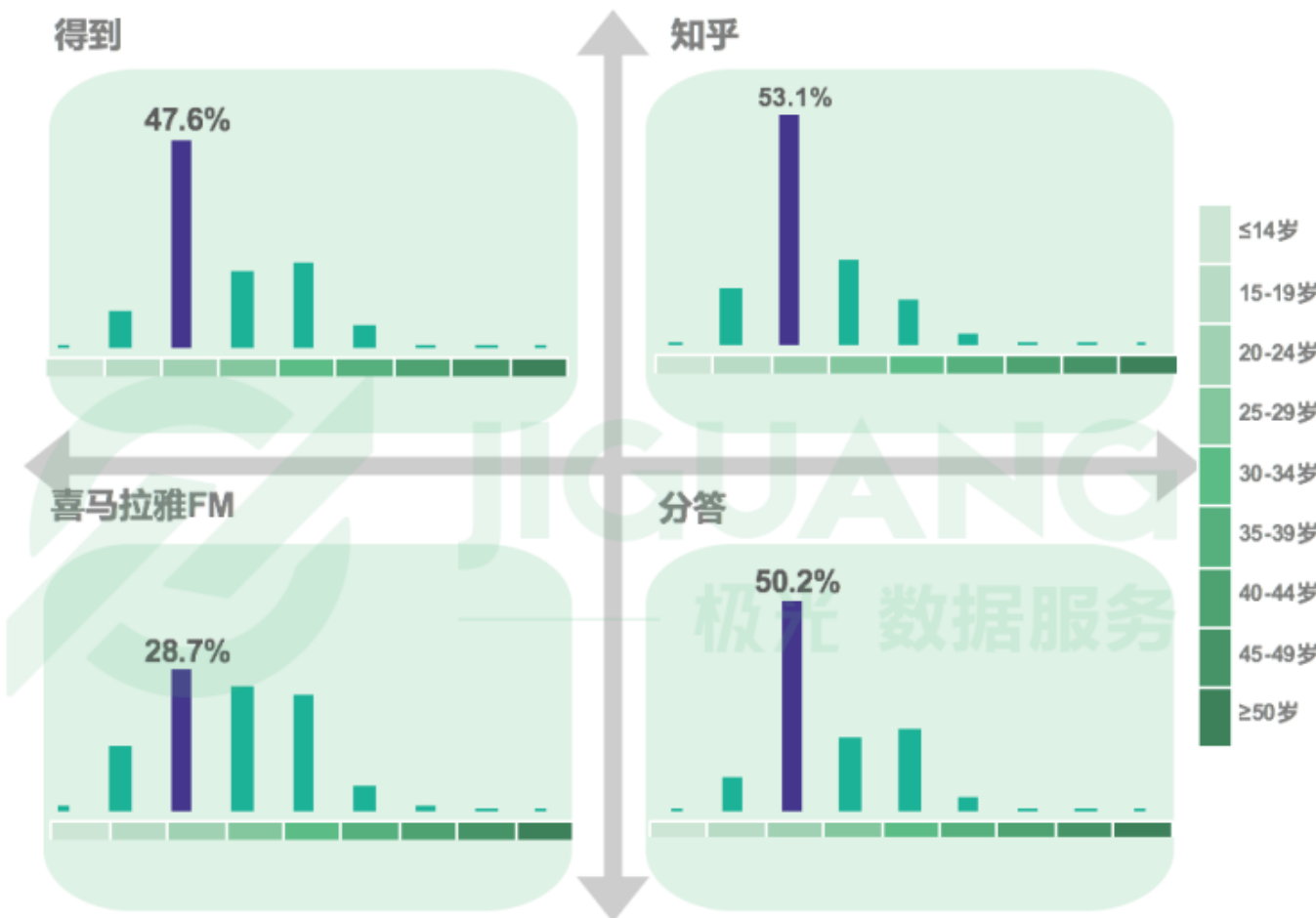
2.目标市场与需求分析

类比于教育、出版、媒体等其他知识付费形式，移动互联网环境下知识的内容本身没有发生变化，而其载体却转变为更方便传播的网络。随着网络技术的逐步发展，人们获得知识的途径越来越多，成为分享者的机会也越来越多，网络知识分享的发展将因平台而获得更多机遇。

此外互联网行业对人才的需求常年位居各行业前列，如此巨大的行业缺口必将吸引越来越多的人进入这个行业，其对知识的获取也将越发强烈，在线信息分享、交易的平台目前将持续的被需要。

考虑到目前已有平台内容驳杂、无用信息泛滥，人们急切的渴望一个以内容为核心的平台，这也是我们要满足用户的最核心的需求。

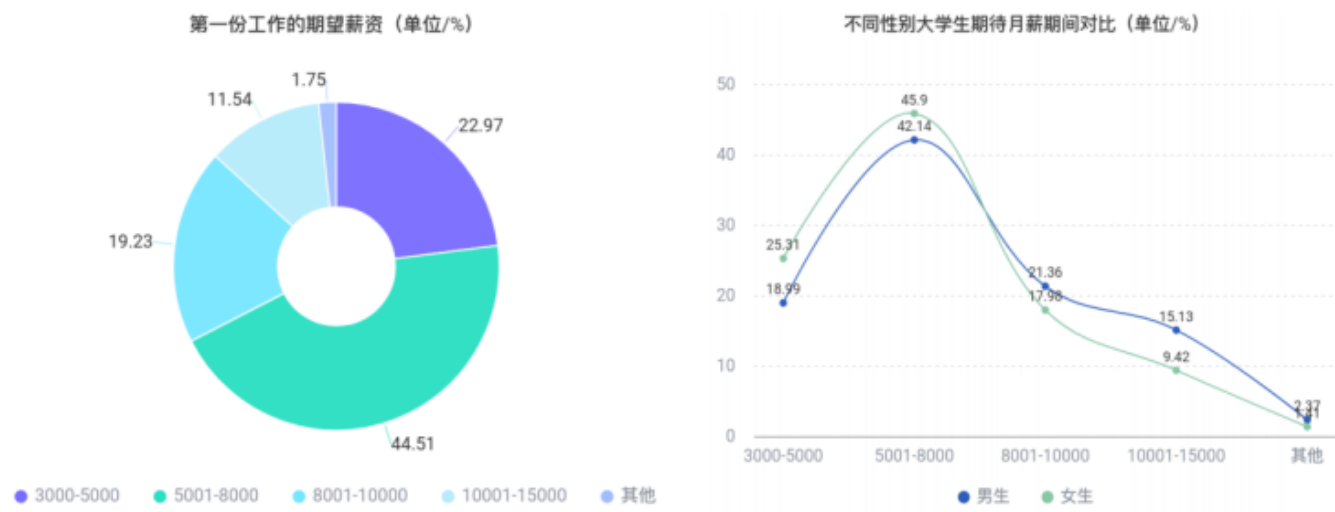
单看付费知识领域，其主要用户为新中产，而在年龄上又以20~24岁为主



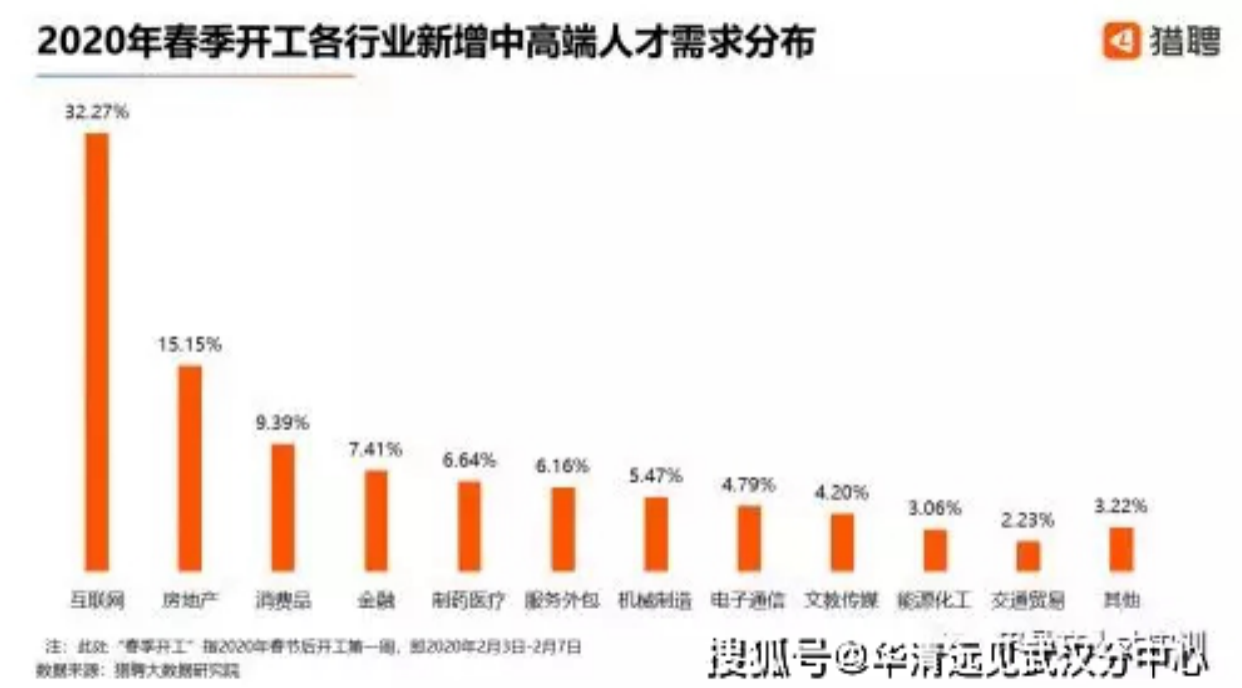
在最主要的20~24岁群体中，这部分人群大多刚刚进入工作或面临找工作的难题，因此其主要需求是为获得一个好的工作而学习相关的知识；与其相近的25~34年龄段用户也较多，其面临IT行业生命周期末期，所以需要扩宽自己的知识面以延长职业周期。年龄较小者则以单纯的学习为主要需求，扩宽自己的见识以便在以后获得更多机会。

此外，应届大学生对于薪资期望过高，根据调查五千以下的薪资期望比例小于四分之一，超过三成的应届生希望得到八千以上的薪资，这对小型企业来说有着较大压力，因此其迫切希望招聘薪资与能力相匹

配的员工。



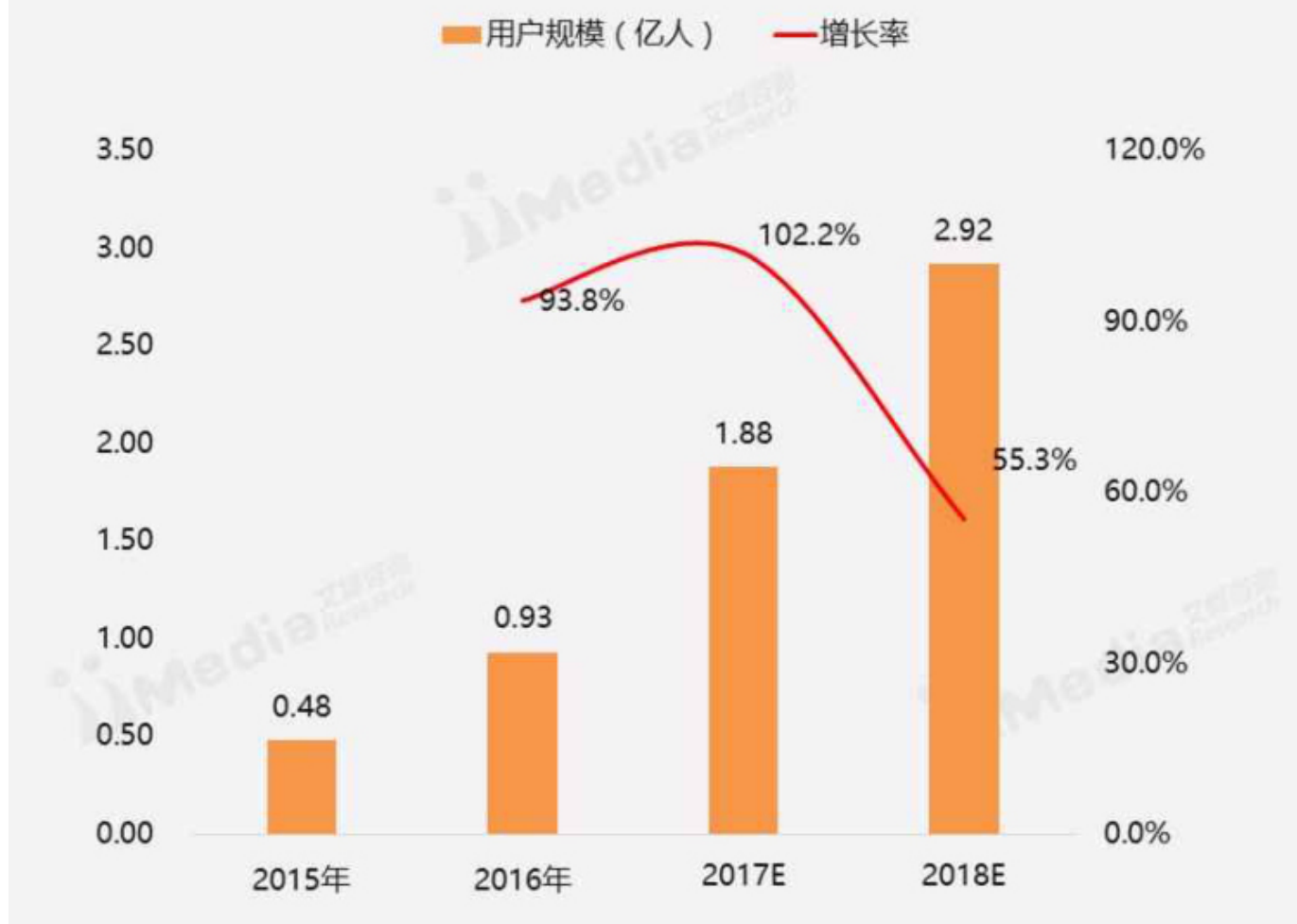
3.市场规模



国内信息交流平台中，单CSDN其注册用户就已超过2800万，此外2020年春互联网以32.27%的比例位居第一，人才的大量涌入势必带动知识分享、付费等相关产业的发展。

目前知识付费行业发展仍然处于早期阶段，2014年，付费打赏和付费阅读模式开始出现，然后在2016年经历了爆发的一年，知识付费系列产品纷纷上线，2016年有知识付费意愿的用户增加了3倍，付费用户达到了9300万。“智研资讯”对知识付费情况进行调查整理后，预测2020年知识付费人群基数将达到两亿。

2015-2018年中国内容付费用户规模及预测



当然，随着用户的不断涌入以及以新中产为主的用户集体，增长率已经下降，市场逐渐进入饱和。但此时已经积累了足够量的用户群体。

4. 竞品分析

21世纪初计算机技术国内开始起步时，便成立了一大批技术问答平台，目前仍然存在的且较活跃的有CSDN、博客园与51CTO，而国内政策原因以及国人阅读偏好导致竞争对手主要来自国内，也就是上述三者。

除了基础的博客发布查看服务外，三者都提供了咨询与社区服务，51OTC还提供了课程与直播等服务、CSDN提供问答与课程等服务。因此相较于博客园主要面向有技术交流需求的用户群体，CSDN与51OTC还面向想要系统性学习知识的用户、与其合作的企业等。服务的较为单一使得博客园成本仅来源于服务器、人力物力成本，而CSDN与51OTC还需支付企业合作费用、对部分用户的激励等费用。

这三个平台具有的优势如下。1，得益于成立时间早，三者在二十年的发展中积累了大量的用户基础；2，更好的平台基础，三者积累的人脉使其更有机会与相关行业龙头企业合作；3，内容丰富，二十年中在其平台上发布的技术交流内容数不胜数，这是知识交流平台最宝贵的财富。

劣势如下。1，CSDN、51CTO体量过大带来好处的同时也带来了内容良莠不齐、复制粘贴横行的缺点；2，CSDN、51CTO扩展业务，其主页充斥咨询等与技术分享无关内容；3，博客园UI设计老旧，很难吸引年轻人。

5.SWOT分析矩阵



三、主要产品介绍

1.产品描述

本项目由“专家问答”，“协作博客”，“企业招聘”，“代码托管”，“外包平台”五大模块构成，为IT相关领域的用户提供知识学习与分享，资料查找，问题求解，项目开发与外包，求职等一站式服务，解决学习，生活，工作场景中的可能遭遇的问题。

2.功能介绍

1. 专家问答：

- a. 平台使用部分雇佣+多数签约的方式，与IT行业各领域的专家，从业者合作，使之帮助平台的其他用户解决专业领域的问题，雇佣的专家在指定的时间段工作并按照保底+提成的方式获得工资，签约的专家则自由安排工作时间，其从每次问答的付费中获得六四分成，按指定数目+月结的方式获得工资。
- b. 需要解决问题的用户可以向平台提交自己的问题，平台专家评估问题的难易程度并给出需支付的费用，用户付费后会交由专家团队进行解答，问题完成与否由用户进行确认，若长时间未解决问题，专家可申请平台仲裁。
- c. 需要解决问题的用户可以向平台提交自己的问题和理想的价位，若有专家用户愿意接单，可以由该专家用户解决问题，问题完成与否由用户进行确认，，若长时间未解决问题，专家可申请平台仲裁。
- d. 用户在完成问答服务后，可以向平台的反馈机制对专家进行评价或投诉，评价较差的专家将收到罚金或解除签约/雇佣关系。

2. 协作博客：

- a. 内容创作者可以通过撰写并发布博客来分享专业的知识技术和经验，博客可以获得他人的点赞、点踩、评论和Fork等。
- b. 其他内容创作者在原作者审核同意的情况下，可以一键fork他人的博客，并在此基础上进行进一步的修改和完善，博客创作的贡献归博客生成路径上的所有内容创作者所有，各贡献者的贡献度按照其修改和添加的内容和重要程度进行计算，平台将自研一套AI算法来实现本功能。
- c. 学习者可以查看他人发布的博客，来学习他人的技术和经验。
- d. 对于发布的博客，系统将根据博客主题分入不同的专栏，并且通过查看数、点赞数、评论量、Fork次数判断文章的质量，对文章设置优先级。在用户搜索博客时根据优先级从高到低推荐。

3. 企业招聘：

- a. 平台将招揽一些互联网企业入驻，企业需要向平台提供自己的证明材料，平台审核后，将设置该企业为入驻企业，后续将提供人才引荐服务。
- b. 系统会根据用户撰写的博客的数量、综合质量、获得的点赞数量、评价数量、Fork次数以及用户被关注的数量等多方面因素来对用户进行综合排名，并给一些入驻企业一个直观的参考和人才的推荐，帮助他们能够招聘到优秀的人才。
- c. 企业可以向平台缴纳一定的推广费用，然后系统将向用户推送该企业的招聘信息，为其宣传招聘计划。

4. Gitee代码文章托管：

- a. 平台与Gitee合作，委托Gitee帮助开发嵌入平台内部的代码托管业务，用户将被分配指定额度的空间，其在创作博文的过程中可以将博客涉及到的代码上传与博文配套的代码仓库中，方便集成并供他人查看。
- b. 使用者也可以把它当作代码托管工具，用来存储项目开发过程中的代码，进行协作开发；同时，使用者可以在项目开发过程中，通过撰写博客的方式记录开发历程，项目迭代情况或新的想法；使用者还可以在项目发布后通过博客撰写项目配套的使用手册，提高项目的知名度。

5. 外包平台：

- a. 企业机构想如果要制作app、小程序、网页等互联网产品，可以外包给本平台来做。企业机构需要向平台表述自己的需求，平台进行一定审核后，负责找到合适完成该需求的用户群体，让双方进行对接，并从中抽取一定比例的外包中介费。平台同时也负责对后续的工作进行视察监督等。

3.使用场景

场景1：用户想要学习IT技术

痛点：用户学习IT技术，但中文互联网中重复、低质量资料泛滥，而不能找到有效的学习资料。

解决方案：SMTC采用高效率的AI算法，通过构建知识图谱，将博文拆解为不同的知识点并与问题之间构建联系并评分，从而筛选出高质量博文，淘汰劣质文章。同时SMTC采用协作式博客方式，鼓励用户对优质博客进行完善。进而用户能够更快地获得需要的高质量学习资料。

场景2：用户创作博客分享知识

痛点：用户学习过程中通过创作博客分享知识，但原创博文常被低质量的文章掩盖，无法获得热度，且通过自身学习撰写的博文难以面面俱到，文章与代码割裂也降低了可读性，更可能出现错误。除此之外，单人创作动力不足也成为痛点。

解决方案：SMTC鼓励新人创作，其内置的推荐机制通过知识启发的方式避免冷启动，为所有原创博文提供首页展示的机会，同时同质化的内容将被淘汰。SMTC支持用户为博文建立对应的代码仓库，并将博文与代码结合，提高可读性。SMTC支持协作式开发，鼓励多位博主共同编辑或采用fork和pull request的方式对博文进行完善。此外，SMTC为创作高质量博文的用户提供激励。使用SMTC，用户能更高效地创作博客。

场景3：用户遇到难以解决的问题需要求助

痛点：用户遇到难以解决的问题，但是在其他平台上提问几乎得不到想要的回答，甚至可能会没有人回答。

解决方案：SMTC提供专家问答服务，用户可以在平台上向专家提问，并支付一定的费用，专家将快速接单，为用户提供解决方法，帮助用户解决燃眉之急。

场景4：用户想要通过外包帮助完成项目

痛点：用户或企业实际开发中遭遇困难，自身缺乏解决能力，不能通过专家问答解决问题。

解决方案：SMTC提供外包平台，允许网站用户或企业在平台中投放外包项目，并允许用户接取外包项目。

场景5：企业想要获得优质的候选人才

痛点：企业想要获取优质的人才，但是IT行业人才紧缺，企业难以找到真正高质量的IT人才。

解决方案：SMTC根据用户撰写的博客的数量、综合质量、获得的点赞数量、评价数量、Fork次数以及用户被关注的数量等多方面因素来对用户进行综合排名，其中排名较靠前的用户将被推荐到企业的人才候选名单中，因此可以确保人才的高质量。企业可以在名单中遴选一些进行线下面试，从而做到双保险。

四、财务分析

1.投融资分析

1.1 股本结构与规模

本项目预计注册资本2000万，考虑到团队在前期研发中有人力物力的成本，因此总计入股489万。

本项目前期投入共1511万，其中搭建网络平台340万，广告宣传费用120万，人员工资620万，服务器等杂项共计431万，前期投入全部利用课题经费解决，没有额外的支出与负债。

作为博客为核心的交流平台，我们主要将成本用于平台的搭建和维护上，这包含了开发的费用以及后期审核人员的工资。其次，我们需要自研一套优质的AI算法技术以支撑协作博客服务，这将会是我们的技术难点，340万的费用只是保守的估计。当平台成型后，我们的成本主要就只是运维了，后期无需进行大量的融资。因此，团队决定利用股权融资而非债权融资，创始团队拥有60%的要求权，保证创始团队对项目的控制权与项目运行的稳定性。

1.2 投资收益分析

本项目针对不同的业务版块分别进行销售收入预测如下。

1. **专家问答。**平台使用部分雇佣+多数签约的方式。对于雇佣的专家，他们帮助用户解决问题得到的咨询费用将全部作为平台的收入。而对于签约的专家，平台将会从每次问答的付费中获得六四分成。单个咨询的价格不定，由用户和专家协商后决定，价格一般在100元-1000元不等。对于购买平台会员的用户来说，咨询费用会相对便宜。
2. **企业招聘。**平台结合多方面因素对用户进行综合排名后给入驻平台的企业推送人才，同时帮助企业推广招聘信息。企业需要向平台支付一定的推广和宣传费用，不同企业的收费标准通常在10万元至20万元不等，此处为简化计算，预计其平均价格为每个企业15万元。
3. **外包。**平台从外包服务中收取中介费，大约抽取支付费用的20%作为收入。具体支付费用由制作平台的团队和企业沟通协商后决定，价格一般在几千元至几十万元的区间范围内，这部分的抽成收入是十分可观的。
4. **VIP费用。**对于用户平台VIP来说。对于在前期注册过VIP的客户再次需要续费时，我们可以长期续费的价格对其原有VIP直接进行续费，作为对老客户的福利。预计有50%的客户会选择在使用一年后会维持VIP充值。

2.财务预测

2.1 会计假设和主要会计政策

会计假设：

1. 主体假设：会计上假设企业法人是一个独立的实体。在这种情况下，并不会关注业主、合伙人，而是聚焦于企业和企业法人。
2. 持续经营假设：假定本企业在可以预见的未来。不会面临破产和清算，因而它所拥有的资产将在正常的经营过程中被耗用或出售，它所承担的债务，也将在同样的过程中被偿还。
3. 货币计量假设：假设币种唯一，必须为人民币，且人民币币值永远不变。

主要会计政策：

1. 发出存货成本的计量采用先进先出法。
2. 企业对被投资单位的长期股权投资采用成本法。
3. 企业取得的固定资产初始成本以购买价款为基础进行计量。
4. 企业内部研究开发项目开发阶段的支出确认为无形资产。
5. 非货币性资产交换以换出资产的公允价值作为确定换入资产成本的基础。

2.2 预测财务报表

项目投资总额	1511					
	预算支出	金额/万元	2022	2023	2024	2025
项目投资计划	1. 服务器及办公设备	130	20	30	40	40
	2. 平台维护及算法设计	340	100	100	80	60
	3. 人员工资	620	60	120	240	240
	4. 广告宣传	120	50	30	20	20
	5. 用户激励	170	30	40	50	50
	6. 其他	90	10	20	20	20
	7. 税费	41	2	6	15	18
	合计	1511	272	346	465	448
项目融资计划	资金来源	金额/万元	2022	2023	2024	2025
	企业自筹	361	61	80	100	120
	银行贷款	600	100	150	150	200
	政府资金	50	50			
	其他（融资）	500		150	150	200
	合计	1511	211	380	400	520

项目	2022	2023	2024	2025	合计
营业收入	100	300	500	800	1700
营业成本	270	340	450	430	1470
税收	2	6	15	18	41
净利润	-172	-46	35	352	189
销售净利润率	-172%	-15.3%	7%	44%	11.1%

2.3 财务报表主要项目附注

1. SMTC有限公司（以下简称本公司）成立于2022年1月13日，公司住所：江苏省南京市鼓楼区湖南路街道汉口路22号。法定代表人：胡晓通；注册资本：2000万整。经营范围：互联网科技。
2. 本公司不存在不符合会计核算前提的情况。
3. 本公司执行《企业会计准则》和《企业会计制度》。
4. 本公司会计年度为公历1月1日起至12月31日。
5. 本公司以人民币为记账本位币。
6. 坏账的确认标准：债务单位撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足、发生严重自然灾害等导致停产而在可预见的时间内无法偿付债务等；债务单位逾期未履行偿债义务超过3年；其他确凿证据表明确实无法收回或收回的可能性不大。

3.财务比率分析

1. 从权重上来看，主要预测财务支出集中在平台搭建维护及算法研究，人员工资，广告费用和激励费用这四方面，其中前两者是我司赖以生存的关键，也是连接多边用户的核心，平台集中了我们几乎所有的关键业务和核心资源，是我司向用户提供的唯一直接可获取产品，而算法则是评判用户等级和贡献度的重要标准，其中涉及到准确性、公平性等要素，且算法研究难度较高，在其中投入较多财务支出较为合适，人员工资则是平台建设和算法设计的基础。后两者也是我司重要的财政支出，负责提高平台的知名度同时提高用户的活跃度，为平台快速积累价值。
2. 从时间上来看，平台搭建维护及算法研究、服务器及办公设备、广告宣传多属于前期支出，在前期占比较大的比重，而到后期则不占重头；而由于公司的扩张和平台的扩展，公司人员工资支出势必会上升，而用于用户数的增长，用户激励成本也会有一定的上升。
3. 资产负债率=600/1511=39.7%，我们的资产负债率处在合理的范围内，有利于融资和稳定经营。
4. 平台的销售净利润率从第一年的-172%到2025年的44%，可以看出随着平台的发展，平台会在第三年扭转盈亏，实现平台的收益稳步提升。

五、运营规划

1.产品开发规划

未来（2022.1~）的预期计划如下：

- 第一年为平台积累期，平台提供基础的协作式博客服务和代码托管功能，通过算法研发提高产品价值吸引用户，活跃用户数量到达十万级后，开展问答平台的试点工作
- 第二年，平台着力开发问答平台，扩大招聘规模，至少更新一次界面UI并持续对算法进行优化，在具有稳定营收后，增加对用户创作的激励
- 第三年，平台开始寻求商业合作伙伴，并与中小企业对接，开发招聘服务和外包服务
- 第四年，平台收益稳定，用户活跃度很高的情况下，开始扩展自身业务，向二手物件贩卖，IT相关硬件评测等与用户生活更加贴近的方向扩张，将商业模式向长尾方向转变增加收益
- 第五年以后，平台逐步开展实体业务，为用户生活提供更多服务。

2.市场策略及业务拓展计划

1. 市场策略：

平台拟采用免费服务+高价格增值服务的策略。平台以一站式服务为价值导向，针对不同阶段的用户，将关键业务划分为基础业务和拓展业务。其中，基础业务被免费提供给用户，如博客服务，代码托管，协同创作等。相比友商的类似功能，平台的基础业务具有更合理的页面设计和算法，更加集成、便捷、高效，能够提高使用者的学习及办公效率，因此更具竞争力，能够有效地吸引用户加入本平台，为平台带来大量活跃用户和潜在客户；拓展业务则围绕用户的学习、工作、生活提供更多种类的增值服务，符合用户的成长轨迹，如专家问答，外包平台。此类服务以高价值、高价格为特点，与用户的经济条件相适应，能够为平台提供稳定的收入来源。此外，平台能够借助平台用户，逐步与企业对接，获得更多业务上的拓展。

2. 业务拓展计划

在上述市场策略的基础上，平台提出以下的业务拓展计划：

- 丰富线上业务，首先打造成熟的问答平台，之后考虑二手硬件设备贩卖及科技产品评测等业务
- 增加与企业的联系及合作，与企业招聘和业务部门建立长期合作，完善招聘及外包业务
- 尝试线下业务，围绕用户生活开展线下活动或建设线下设施，如咖啡馆
- 考虑与企业达成内训方面合作，平台为企业特别提供存储企业内训相关教程供其使用

3.财务规划

四年内收支规划及财政来源：

- a. 第一年，大部分为支出，平台需购置所需的硬件设施并雇佣足够的工作人员，包括少量（2-4）名平台开发及算法工程师及少量平台维护人员（3-5名）负责平台宣传及处理用户反馈。此

时企业处于价值积累期，活跃用户数逐渐增多但仍不具备较高的盈利能力，财政收入主要来源于政府资助，银行贷款及创业团队自筹。

- b. 第二年，用户群体稳定增长，用户开始产生更多需求，此时平台逐步完善问答机制，平台已能承担部分经营支出，主要支出和平台的广告及问答收入基本持平，但是预测收入还是低于支出，公司对于平台维护及算法研究和广告费等支出适当减少，而此时由于企业已经在市场上基本立足，具有一定的盈利能力，并进一步增加贷款与寻求企业融资。
- c. 第三年，平台核心业务已完善，收入高于支出，公司只需要在平台维护上支付一定的成本，而由于公司的一些业务的扩张，需要雇佣更多的工作人员，因此员工工资支出将会提升。并且考虑到用户数也在逐步攀升，因此用户激励成本也是逐年递增，企业采用融资和贷款的手段优化公司的财政结构。
- d. 第四年，平台业务趋于稳定，企业谋求更多的市场机会，平台收入得到进一步增长。

4.团队管理

- 项目运营团队，平台建立初期需要少量，包括客服人员，平台维护人员
- 算法团队，平台建立初期即需要，负责设计、维护和优化平台的核心算法
- 宣传团队，平台建立初期即需要，负责平台的宣传与商业合作
- 专家团队，随平台发展逐步招收，负责监管问答平台

六、风险预测及解决方案

1.风险识别

1.1 市场推广风险

1. 21世纪初计算机技术国内开始起步时，便成立了一大批技术问答平台，目前仍然存在的且较活跃的有CSDN、博客园与51CTO。CSDN作为最早一批建成的交流平台积累了大量的用户基础，近些年与各类企业合作、扩大业务范围，俨然成为该领域的领头羊。另外开发者头条、helloworld、稀土掘金等新兴平台都具有各自的特点和优势，虽然他们作为行业的新进入者都会面临用户基数少的问题，如何吸引客户会成为一大难题。但是如helloworld与开发者头条提供精简的内容势必也会影响我们的目标人群，带走一部分客户。市场内现有的具有影响力的和新进入的挑战者都会占据一定的市场，对我们的市场推广带来一定的风险。
2. 我们企业所设计的产品和服务可能过时或者过于超前，不适应市场顾客的需要。同时，我们的产品进入市场的时间和方式选择可能不当，导致受众数量没有完全达到我们的预想情况。不仅如此，还可能出现我们利用广告进行宣传却没有达到预期效果的情况，导致成本支出的无效。
3. 我们的企业和产品需要树立一个良好的社会形象，为市场营销开辟一个宽松的社会环境空间。但是开展公共关系需要支付成本，如果该费用支出达不到预期的效果，甚至无效果或负效果，则会形成公共关系风险。

1.2 技术风险

1. 我们与Gitee进行合作，使用Gitee进行代码文章托管。这是企业间的商业合作行为，会因为市场形势的变化而出现波动和不稳定。若我们失去Gitee的支持，可能会因为技术不足导致我们很难在短时间内开发出可以进行代码和文章托管且能够代替Gitee帮助本产品继续正常运行的技术。
2. 系统使用的算法等是我们的核心技术，是产品的主要竞争力。若算法等核心技术发生泄漏，会导致产品的竞争力下降甚至因为恶意竞争而破产。
3. 服务器备份不充分将导致大量用户数据丢失。

1.3 法律道德风险

1. 推荐系统依赖于用户信息的获取，可能造成用户信息的泄露、滥用，损害用户的合法权益。此外，过于依赖推荐系统，可能会使用户进入信息茧房，降低了用户的平台使用体验。
2. 知识付费可能产生消费上的纠纷，专家问答，外包平台的质量问题，反馈机制的低效，可能对平台的声誉造成恶劣影响，使用户对平台业务失去信心。
3. 平台对大众开放，用户可能使用平台开展不合法或道德的行为，如委托他人开发非法爬虫软件，代考/写作业等行为，纵容此类行为的发生同样会对平台的公信力造成威胁。
4. 网络资源容易复制，部分不良用户以此获得收益将造成知识产权相关问题。

1.4 财务风险

1. 广告收入是我们十分依赖的收入来源，并且我们的收入来源没有实现多样化，大部分的收入都是与平台的知名度和用户数量成正比的。
2. 用户的激励成本在可能会变得不可预测。当用户数量不断增多时，我们必然将支出更多的用户激励成本。这时若没有更多的收入来源补充我们的支出，就会导致亏损。
3. 雇佣专家团队将提供额外成本，如果不能控制该项成本与用户数量的关系将导致入不敷出。
4. 企业内部财务人员风险意识淡薄，财务管理制度不完善。

2.风险防范措施

2.1 市场推广风险防范

1. 提前做好市场调研，对受众人群发放问卷调查，根据问卷结果确定上市时间和方式。
2. 对于竞争对手，研究其优缺点，发扬其优点，避免其缺点。在对它们的关系上，尽量维持合作、互助等积极的关系，避免恶劣竞争。尝试从合作方兄弟企业渠道获取一些信息和经验，同时也贡献出自己的一些资源用以交换，从而打好关系，方便立足。
3. 保证在市场上企业舆论时刻处于正面，维护企业声誉。可以尝试入驻B站、抖音等平台，既能宣传自己的平台，又能时刻把控自己的舆论导向。

2.2 技术风险防范

1. 提前设定风险应对预案，提高技术团队的水平，在发生合作问题时，即时开发能够维持产品运行的技术。
2. 对于公司成员，一方面要通过合同约定，禁止核心技术泄漏；另一方面也应该为他们营造开放、宽松的工作环境，建立健全员工培训机制，完善技术团队的梯队建设，保证技术力量新老更替和补给，进一步保证进行技术创新的活力。
3. 设定风险预案，定时对已有资源进行备份，同时选择更加稳定的服务器资源。

2.3 法律道德风险防范

1. 平台公开收集的信息类型以及其用途，并允许用户不提供自身数据（不开启推荐机制）或要求平台方删除持有的自身数据。
2. 平台方主动承担责任，建立高效的反馈机制，帮助解决知识提供者与消费者之间的纠纷问题，此外通过处罚或机制。
3. 平台允许用户对发表的博文，外包等信息进行举报，并编写基本的审核算法，对平台产生的信息进行筛选。
4. 平台内加强监督管理，适当与其他平台合作解决盗版、知识产权问题。

2.4 财务风险防范

1. 扩展平台的业务，为客户提供他们真正想要的服务。实现收入来源的多样化，减少对广告收入的依赖。
2. 在用户市场环境发生变化时，动态地调整经营策略。适当减少用户激励的金额数量，或者提高用户激励的门槛。
3. 培养和提高财务人员的风险意识，完善财务团队的建设，制定合理且标准的财务制度。

七、团队介绍

1.队长介绍：

姓名	学历	履历
胡晓通	大学在读	无

2.队员介绍：

姓名	学历	履历
陈籽为	大学在读	无
丁笑宇	大学在读	无
陶泽华	大学在读	无