

**爱 行 APP**

**项 目 计 划 书**

项目名称：“爱行”APP

团队名称：未来CEO组（F1）

团队成员：连丹琪 刘嘉欣 吕泓鹭 林嘉颖

指导老师：胡美香

目 录

[**摘 要** 4](#_Toc10298013)

[**1．项目简介** 4](#_Toc10298014)

[**1.1项目概述** 4](#_Toc10298015)

[**1.2背景介绍** 5](#_Toc10298016)

[**1.3市场需求** 6](#_Toc10298017)

[**2．产品及服务** 7](#_Toc10298018)

[**2.1 产品内容** 8](#_Toc10298019)

[**2.2 产品创新** 8](#_Toc10298020)

[**3．市场分析与营销策略** 8](#_Toc10298021)

[**3.1市场分析** 8](#_Toc10298022)

[**3.2 营销策略** 8](#_Toc10298023)

[**3.3 市场营销** 9](#_Toc10298024)

[**4．财务状况** 10](#_Toc10298025)

[**4.1股本结构与规模** 10](#_Toc10298026)

[**4.2财务分析与评价** 11](#_Toc10298027)

[**4.3成本预算及控制** 12](#_Toc10298028)

[**5．退出机制** 13](#_Toc10298029)

[**5.1退出机制** 13](#_Toc10298030)

[**5.2退出方式** 14](#_Toc10298031)

[**6．风险与对策** 14](#_Toc10298032)

[**6.1 市场风险与对策** 14](#_Toc10298033)

[**6.2 团队风险与对策** 15](#_Toc10298035)

[**6.3 财务风险与对策** 15](#_Toc10298036)

[**6.4 政策风险与对策** 16](#_Toc10298037)

**摘 要**

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视残疾人事业的各项工作，习近平总书记更是在多种场合以各种形式对残疾人、残疾人事业和残联组织建设等作出重要指示。2018年，中国残疾人联合会第七次全国代表大会开幕式上，党中央、国务院发表了《在新时代的伟大征程中创造残疾人更加幸福美好的新生活》的致词：“我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，坚持树立正确的价值理念，坚守弱有所扶的原则立场，完成决胜全面建成小康社会的关键任务，促进残疾人全面发展和共同富裕，把推进残疾人事业当作份内责任，在实现中国梦的伟大征程中创造残疾人更加幸福美好的新生活”。

随着我国经济的发展，人民的生活得到了改善，近年来，我国对于残疾人的生活和就业等问题有了重新的关注，残疾人可以和正常人一样享受公民的权利，渐渐融入社会、融入集体，加上政府的补贴，生活有了一定的保障。虽然我国鼓励残疾人融入社会群体，但我国残疾人数过于庞大，几乎占总人口的十分之一，加上我国公共设施的建设不够完整，残疾人想要做到像平常人一样出行、进行娱乐活动、运动等都有很大的问题。所以我们的项目就是依据这些客户痛点来展开设计。

本项目是专门为残障人士提供服务，针对残障人士出行不便，娱乐活动匮乏，运动场所缺乏，“0”社交等问题，为他们建设一个好的环境，希望他们能感受到这个世界更多的温暖、关爱。我们会创建一个专为残障人士服务的导航，并搭建一个预约出行的平台，实现一个平台多种功能，大大节省了时间和资源，解决残障人士出行的一切困扰。

项目的重要伙伴有高德地图、广告商、中国各省市、地区残疾人联合会以及社会热心人士。我们将会与这些群体取得联系并协谈好合作的相关事宜，为项目的成功进行做好准备。对于我们的项目收入，我们是一个“半公益”项目，所以我们的收入来源并不针对于受众，而是从广告商加入、广告植入以及后期娱乐场收入来获取利润。

我们的产品是根据收集数据来分析创建，而核心资源是从高德地图、残疾人联合会以及社会群体中获取，在平台使用阶段，我们也会不断与受众沟通，积极改进产品的不足，为受众带去更多的便利。

本项目是由学生团队创建，学院老师给予指点。学生团队共5人，专业均是网络与新媒体，具有较高的团队合作意识。

**1．项目简介**

**1.1背景介绍**

据调查，我国残障人数高达八千五百多万，几乎占总人口的十分之一，况且这只是保守登记在册的数目。在经济压力如此沉重的社会中，正常人过生活都非常不易，更别说是残疾人了。在现实生活中，我们基本很少看到残疾人的身影，就像隐形人一样，是因为他们有一个更好的去处吗？其实并不然，只是因为他们无法像平常人一样正常出门，只能勉强安生。因此我们想借助这个项目为这个群体一点援助和鼓励，为他们送去温暖。

随着国家经济的发展，人们的生活水平得到提高，国家对于残障人士的生活和就业等问题的处理相比以往有一定的提升，生活有一定的保障，但在出行方面依然是存在漏洞，比如公共设施不到位，导盲犬被限制出入各种公共场合等等，都为残疾人出行增添了障碍。

正如蔡聪在《奇葩大会》上所说：“伤残本身只是换了一种新的活法，是一个人的特点而非一种缺陷。”因为这种“特点”，许多残障人士成了人们关注的焦点，他们变得自卑，害怕被议论，久而久之，外出、社交、娱乐、运动都成了他们不可涉及的领域。

我们的项目是针对以上痛点，为残障人士设计出一款专用导航地图，并且创建出行平台和建设运动场，主要的客户包含五个种类的残障人士：视力残疾、听力残疾、言语残疾、智力残疾、肢体残疾。其中为了用户本人、志愿者、公共场所的安全考虑，第六类【精神残疾】在初步规划中不纳入我们的客户人群。除了受众群体，我们还鼓励社会爱心人士自愿加入我们的活动。

**1.2市场需求**

残疾人是社会中非常特殊的弱势群体,他们需要社会给予特别的关心和照顾,残疾人生活的发展水平,是反映一个国家、一个地区生活水平的重要标志。随着生活品质的提高，人们生活也得到一个大的改善，但残障人士群体的生活质量仍然没有获得改善，且这个群体数目也在不断扩大，目前市面上针对此群体的平台并不多见，市场庞大，解决这个群体的问题已经成了当下关注的一个热点。

残障人士的生活存在许多不便，因此借助科技的的力量来改善残疾人士的生活质量是有很大的发展前景，当前残疾人出行用车、公共设施建设不完善、运动场所缺乏、娱乐项目也几乎为零，解决这些需求也正是我们的项目目标。

**2．产品及服务**

**2.1 产品内容**

本项目是专门为残障人士提供服务的，主要的客户包含五个种类的残障人士：视力残疾、听力残疾、言语残疾、智力残疾、肢体残疾。针对残疾人外出食住不便，娱乐、运动、社交活动少且缺少专用导航地图，交通工具等情况而建立的，有以下关键业务：

**（1）出行平台**：实现预约志愿者陪同出行

创立一个预约出行平台，名为【为爱跑腿】。残障人士可根据第二天或其他时间的出行规划发起预约出行，所有下载此软件的附近的人都将得到通知，人们可自行接单成为自愿者，帮助残障人士出行。预约出行者可以选择有偿或无偿。

**（2）专用地图**：使残障人士外出饮食更加便捷

专用地图有专门为残障人士设立的标注，如某餐饮店店内设施适不适合残障人士就坐；为盲人规划到达目的地路线的盲道走向；人流是否密集，是否会引起用户恐慌等等。

**（3）建立场所**：解决残障人士娱乐活动、运动、社交问题

由于残障人士行动不便，社交活动几乎为零。我们将会建立残障人士专用的娱乐室、运动场等等，为用户扩大社交圈。相同人群将有更多的共同话题，相处更加融洽。不仅让残障人士减少自卑感，更能预防心理疾病，提升幸福感。

**2.2 产品创新**

我们的项目既是一项公益项目，也是一个可获利的商业项目。

我们会尝试与高德地图，中国各省市、地区残疾人联合会取得联系，获得相关数据和调查结果。高德地图对已有用户人群进行软件内广告发放，残疾人联合会对已有客户进行宣传。从而达到社会对残障人士的爱心关注，一起协助为这个群体奉献一份力。

另外，我们会与残疾人用品广告商协谈，为我们的平台带来利益收入，并且我们的利润获取渠道还可从平台收入获取。我们也会通过制作微电影、海报等宣传、鼓励社会群体爱心捐赠和向政府申请资助，当然，这方面的资金我们全部使用于对平台维护、社区建设等对残障人士有益的方面，并以透明公开的方式向大众表明。

同时我们也会向社会爱心人士发出邀请，我们会在平台建设一个主题，热心市民平时门运动/上班/遛弯时，当有残障人士发出指路的需求时，他们会及时出动，结束后残障人士则可以自愿打赏热心市民，不限制具体数目，这也能让群众感受到温暖，社会责任感更强。

我们的平台功能有人性化，互动性的特点。我们的平台会不断接受用户反馈的有关平台不足的方面逐步来完善地图具体地点的便捷或不便捷；我们会创造近距离小范围的交流平台、论坛，使用户找到周边共同群体，结交好友，解决残障人士缺乏社交的问题；并且我们的平台会有自动化服务，根据用户的偏好推荐适合出行的地点、餐饮。并自动规划路线或按照以往习惯预约，减少出行的不便。

**3．市场分析与营销策略**

**3.1市场分析**

在中国有接近一亿残疾人,占总人口的7%,也就是说平均15个人就有1个，目前市场上针对残疾人的平台相对较少，也不够全面，我们的市场竞争相比其他行业不会过于紧张激烈，且这是一个带有公益性的项目，我们的目标也并不单单获利。不管是我们的交流社区还是残障人士专业导航，都有一定的针对性，会比市面上的社交软胶或者导航有一定的区别，况且我们的平台或导航也可使用在老年人身上，如，视力衰退的老年人也需要通过读屏来辅助他们使用手机；我们还会使用语音转文字这一功能方便听力障碍者接受语音信息。我们的产品是为了给大众带来便利，形成我们独特的形象，力在获得市场认可。

**3.2 营销策略**

1．收入策略

本着为残障人士提供便利的目标，我们的收入来源中并不会对使用者收取费用，主要的收入来源有以下五种：

1. **平台中介费**：被帮助人自愿向志愿者支付的费用中抽成。
2. **广告商**：广告商入驻、卖出产品利润分成。前期邀请广告商加入我们平台会给予一定的优惠，但后期平台有一定热度，我们会适当提高价格。
3. **场地使用费用：**后期建立娱乐室、运动场时，向客户收取一定的费用。
4. **国家补助：**与残疾人联合会共同向政府申请资助。
5. **社会**：社会爱心捐款。这一部分捐款会全部使用对平台维护、社区建设等对残障人士有益的方面，来源去向都会公开透明。

2．目标客户群

1. 受众群体：主要的客户包含五个种类的残障人士：视力残疾、听力残疾、言语残疾、智力残疾、肢体残疾。其中为了用户本人、志愿者、公共场所的安全考虑，第六类【精神残疾】在初步规划中不纳入我们的客户人群。
2. 愿意帮助【申请出行】的残障人士出行的志愿者，来源可以是有自理能力的16周岁以上人群。

**3.3 市场营销**

1．线下推广

（1）**合作伙伴宣传**

与合作伙伴【高德地图】、【残疾人联合会】合作宣传。高德地图对已有用户人群进行软件内广告发放，残疾人联合会对已有客户进行宣传。

（2）特定地点宣传

在医院等潜在用户多的地点进行线下宣传，如传单派发，广告、二维码、小程序码张贴。

2．线上引流

1. 拍摄公益宣传片、海报等

拍摄关于残障人士公益短片，使大众了解并关心残障群体，对产品有高的关注度、赞同感，增加大众社会责任感，提高志愿者参与度。同时为我们的产品塑造一个好的形象，获得热度。

1. 邀请网络红人宣传

利用线上媒体推广，邀请微博红人帮忙带动话题，为我们的平台建立一定的信任度，宣传推广，让更多的残疾人和其家人了解我们的平台。

1. 社交平台宣传

利用微信公众号发布文章、微博发布话题、或举行相关知识竞赛，让更多人关注和了解残障人士的不便之处，营造一个温暖的社会大环境，让残障人士能感受到这个世界更多的温暖、关爱。

3．社区营销

建设一个平等自在的社区交流平台是我们获取用户信任最关键的一步，所以对于我们的社区建设，我们要有充分的技能和对于后续问题的解决方案的准备，一个好的产品，不需要我们去烦恼该如何获得大众关注，而是在一定的阶段后，自然而然会收获受众的信任。好的反馈就是我们最好的宣传，因此我们要做的就是及时与受众沟通，修改平台的不足之处。

**4．财务状况**

**4.1****股本结构与规模**

成立资本：公司成立注册资本110万元。

股东投资占比表如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 股东 | 连丹琪 | 林嘉颖 | 刘嘉欣 | 吕泓鹭 | 总计 |
| 出资（万元） | 56.1 | 26.4 | 14.3 | 13.2 | 110 |
| 占股比例 | 51% | 24% | 13% | 12% | 100% |

项目分为研发阶段（研究开发预估时间为0.5个会计年度）和发展阶段。

1. 研究阶段（初期）资金来源

研发阶段（即初期）所需资金全部来源于团队成员筹资及风险投资公司，研发阶段是指研究开发产品所处阶段，预估时间为0.5个会计年度。

2.资金使用

研发阶段资金主要用于商标注册、工商登记、购置办公设备等固定资产及办公用品(电脑、打印设备，办公家具等)，以及研发人员薪酬支出。其中

研发阶段费用估算表（研发阶段:预估为0.5个会计年度）

|  |  |
| --- | --- |
| 项目 | 金额（万元） |
| 购置办公设备等固定资产 | 9 |
| 购置办公用品 | 0.4 |
| 办公及研发用地租金 | 0.4 |
| 公司注册启动成本（包括商标注册、工商登记等） | 1.1 |
| 研发人员应付职工薪酬(合计) | 研究阶段（计入管理费用）1.6 |
| 开发阶段（计入产品成本）3.3 |
| 合计 | 15.8 |

注：研发阶段为产品的内部研究开发期间，暂未对外公开宣传及销售，因此未有收入现金流。

**4.2财务分析与评价**

该项目经过6个月研究开发的筹备阶段，已经进入对外推广宣传及销售的发展阶段，主要以出售会员服务，周边文创产品取得营业收入，爱行App接受愿意投放广告的合作投资费用，同时在爱行App的推广上增加广告费、业务宣传费等销售费用的支出等。

（1）销售收入预测

以三年为期，根据市场调查、企业发展战略、营销进度和企业生产能力做出如下预测（由于是偏公益项目，我们的收入不从用户中获取，通过广告商入驻、以及他们所卖出产品利润分成、国家补助、后期建立娱乐室运动场时向用户收取一定费用、被帮助的人自愿向志愿者支付的费用中抽成。使用人数越多，合作的广告商等等就会越来越多，收入也会越来越客观）：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 时期 | 第一年 | 第二年 | 第三年 | 第四年 | 第五年 |
| 预计使用人数（万人） | 1 | 2.3 | 3.5 | 5 | 6.2 |
| 销售收入（万元） | 72.2 | 155.8 | 244.6 | 334 | 422.8 |

（2）现金流量预估

前5年预估现金流量表 单位：万元

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 年份项目 | 期初 | 第1年 | 第2年 | 第3年 | 第4年 | 第5年 |
| 固定资产投入 | 9 |  |  |  |  |  |
| 销售收入 |  | 72.2 | 155.8 | 244.6 | 3334 | 422.8 |
| -变动成本 | 1.6 | 4 | 45 | 80 | 100 | 150 |
| 税金及附加 |  | 7.22 | 15.58 | 24.46 | 33.4 | 42.28 |
| 固定成本 | 1.9 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 税前利润 |  | 58.98 | 93.22 | 138.14 | 198.6 | 228.52 |
| -应纳税额 |  | 2.166 | 4.674 | 7.338 | 10.02 | 12.684 |
| 税后利润（净利润） |  | 56.814 | 88.546 | 130.802 | 188.59 | 215.836 |
| 折旧 |  |  | 0.8 | 0.8 | 0.8 | 0.8 |
| 摊销 |  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 净现金流量 | -15.8 | 55.814 | 86.746 | 129.002 | 186.79 | 214.036 |

税金及附加：增值税按小规模纳税人按减3%征缴，包括城市维护建设税7%、教育费附加3%。

由上述现金流量表可预测，研发阶段为亏损状态，但从第一年的发展阶段开始出现正的现金流量。即该项目的投资回收期约为9个月，从第9个月后开始可实现盈利净增长，项目的投资经验逐步走向正轨。

**4.3成本预算及控制**

经营阶段资金使用情况如下：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **需要人员** | **人数（名）** | **自建人员成本（一人/月）** | **推广渠道** | **月推广成本**  **（月）** | **租赁使用** | **每租赁费用（月）** | **固定资产** | **固定资产购入价格** |
| App | 安卓开发工程师 | 1 | 8千 | 应用市场 | 4千 | 场地（工作室） | 4千 | 工作室办公家具 | 3万 |
| IOS开发工程师两名 | 1 | 9千 | 社交媒体 | 4千 | 云服务器 | 116元 | 办公设备 | 6万 |
| UI设计师 | 1 | 8千 | 移动广告 | 4千 |  |  |  |  |
| 后台开发工程师 | 1 | 8千 | 室外广告 | 2千 |  |  |  |  |
| 产品经理 | 1 | 6千 | 室内广告 | 2千 |  |  |  |  |
| 项目经理 | 1 | 6千 | 软文/投稿 | 1千 |  |  |  |  |
| 测试人员 | 1 | 5千 |  |  |  |  |  |  |
|  | 广告专员 | 1 | 4千 |  |  |  |  |  |  |
|  | 活动专员 | 1 | 4千 |  |  |  |  |  |  |
|  | 财务人员 |  | 4千 |  |  |  |  |  |  |
| **合计** | **共9人** |  | **6200元/月** | **6个** | **17000元/月** | **2项** | **4116元/月** | **2项** | **90000元** |

在经营过程中运用各种先进的成本控制方法，正确选择经营方案， 制订决策，预定成本限额并努力实现，力求以最低的成本达到预先规定的质量和数量。收入增长、成本减少、增加客户忠诚度、获得适时信息、 提高职员的积极性就是我们的目标。

1．成本编制基准：

（1）折旧费：办公设备以年限平均法折旧，折旧年限为10年，预计 5%净残值；

（2）摊销费：专利等无形资产 按 5 年摊销。

（3）人员工资与福利费：各个职工的工资标准见上表5；以工资总额的14%计提职工福利费，2.5%的工会经费。

（4）维检费：维检费按固定资产折旧费的 30%计算。

（5）营业（销售）费用：按营业收入的 4%计算。

2．营运及营业收入编制基准

（1）税金及附加：城市维护建设税，以增值税额为基数取7%，教育费附加：以增值税额为基数取3%。

（2）增值税：按小规模纳税人计征，增值税税率3%。

（3）所得税：所得税税率按20%。

（4）盈余公积金：按税后利润的10%计提。

（5）未分配利润：按公司章程规定进行结转与分配。

3．其他变动

（1）权益资金撤出方式与股利计算

①伴随企业的发展，部分权益资金必然要求撤出，这是资本运营的必然。另据估计，风险投资的撤出时间是投资后3年或更长时间以后，即公司营运达到成熟后。我们这里结合企业战略发展计划，就可能选择的退出方式进行说明。

②由于公司业务的特点，所有销售收入均为实收现金，即不存在销售引起的应收账款。

③公司前两年不分配现金股利，第三年开始分配现金股利，股利支付比率为净利润的20％。

**5．退出机制**

公司退出机制：股权转让、公司收回股权、出售企业。

合作伙伴退出机制：退出合作，赔付对方合作伙伴违约金，出示相关证明即可。

**5.1退出机制**

1.提前约定，管理好合作伙伴预期，合作伙伴按提前约定方式退出App，其所持的会员应该按照相应比例退出。

2.合作伙伴中途退出，会员可暂停或赔付会员价格的百分之三十。

退出的合作伙伴的会员如果只是中途离开可将会员暂停，并保留三个月，长期退出则可赔付对方合作伙伴会员价格的百分之三十。

3.设定高额违约金条款。

为了防止合作伙伴中途结束合作，可提前约定比支付会员更高的违约金，以防合作伙伴无理由中途结束合作。

**5.2退出方式**

1. 使用爱行APP的用户无合作伙伴者在平台中出示毕业证明通过审核后即可退出。

2. 使用爱行APP的用户且有合作伙伴与合作伙伴协商好，同时给平台出示毕业证明通过审核后即可退出。

3. 使用爱行APP的用户无合作伙伴者需详细说明合理退出理由审核通过和即可退出。

**6．风险与对策**

企业在制定和实现自己目标的过程中，会碰到各种各样的风险企业，由于战略选择、产品价格、销售手段等经营决策引起的未来收益不确定性，本项目的面临主要包括：市场风险、团队风险、财务风险、政策风险以及其他风险。

**6.1 市场风险与对策**

市场风险是我们的新产品和服务进入市场时，消费者对其会产生怀疑的态度，会不信任此产品而引发的不购买的现象。这会产生产品进入市场时会产生无人问津的场面。

本产品在市场中是符合了开发市场的空白，但是消费者对于接受、了解新产品都需要一定的时间，短时间本产品是有一定的市场风险。但是由于本产品是作为一项偏公益的一个APP，所以残疾人使用是不需要任何费用的支付，所以可以使他们更好地长时间的去了解去使用

**对策**：我们在产品进入的前期做好市场调研工作，了解消费者的喜好情况，如消费者所喜爱的APP形式、需要的主要功能等等，指定相应的营销策略打开市场，逐步的推入整个市场领域。在不断完善营销策略的基础上，加大力度的宣传，提高服务质量。

**6.2 团队风险与对策**

一个好的创业团队对创业成功是至关重要的，一个好的创业团队对创业企业的成功骑着举足轻重的作用。团队风险是指核心团队问题及员工冲突、流失和知识管理等，在创业的过程中，人员的冲突与流失是十分的正常，但是我们也要谨慎的分析、对待、防范创业团队的风险。

**对策**：对于团队风险这方面的应对措施，我们则会建立健全企业各项的规章制度，尤其是建立合同管理制度、用户信息隐私维护等等，避免有团队的问题时在APP上也出现不必要的问题。

**6.3 财务风险与对策**

财务风险是企业在财务管理中要面对的一个客观存在的问题，财务风险只能降低并不能完全消除风险。财务风险存在各种环节中，任何环节的工作失误都可能会给企业带来财务风险。

①、筹资风险。资金供需市场、宏观经济环境的变化，企业筹资资金都会给公司带来资金的风险。

**对策：**当企业经营业务发生资金不足时，可以发行债务、股票或者银行借款等方式解决此问题。

②、投资风险。企业投入一定的资金后，因为市场需求的变化而影响最终收益与预期收益出现了偏离。

**对策：**建议公司可以短期投资或者分散投资，在进行股票投资的风险分析中，可以使用β系数分析方法来确定不同组合的投资风险，从而选择风险最小的组合。

③、经营风险。企业在各个环节中不确定的因素的影响所导致企业价值的变动。

**对策：**在其他因素不变的情况下，市场对气焰的需求越要稳定，收益才会确定。因此先做好产品市场调研，研发符合大众消费的产品，制定好营销策略。

④、流动性风险。企业可能会有资产不能正常的移转现金或者企业债务和付现责任不能够正常履行的可能性。

**对策：**保持资产的流动性，确定一个最优的现金持有量，从而在防范流动性风险的前提下实现利益的最大化。

**6.4 政策风险与对策**

国家对于残疾人的政策有很多，例如：一、税收优惠：残疾2113人员个人提5261供的劳务，免征营业税。残4102疾人员的所得，由纳1653税人提出申请，报市地方税务局审核批准，暂免征收个人所得税。对民政部门举办的福利工厂和街道办的非中途转办的社会福利生产单位，凡安置“四残”人员占生产人员总数35%（含35%）以上，暂免征收所得税。凡安置“四残”人员占生产人员总数的比例超过10%未达到35%的，减半征收所得税。对民政部门举办的福利工厂用地，凡安置残疾人员占生产人员总数35%（含35%）以上的，暂免征收土地使用税。二、减免规费凡残疾人本人从事手工业、商业、服务业、修理业等，规模较小的，登记费、个协会费、管理费减半收取。规模较大（雇用帮手）的，管理费按核定标准90%收取，个协会费适当收取。经核实，确属家庭特别困难的残疾人从事经营活动的，各所报请局里同意后，可免收登记费、会费和管理费。独资企业、合伙企业中的残疾人就业人员达30%以上的，按福利企业对待，管理费按核定标准的70%收取。三、事业单位必须按比例安排残疾人就业等等。

**对策**：政策风险时指因国家的宏观政策发生变化，导致市场发生波动而产生风险。政策风险还具有反向性政策风险以及突变性政策风险。企业在对政策风险进行管理时，提高对政策风险的认识，对风险应该及时地观察分析和研究，提高对政策风险的客观性和预见性的认识并根据决策方案，采取各种预防措施，力求降低风险。

国家的经济越来越繁荣发展，对于残疾人、留守儿童老人等需要扶持帮助的人民的政策应该会完善的越来越好，而我们也应根据国家这种政策的改善而对产品的功能需求等等及时进行调整，给用户一个最好的使用感。

“爱行APP”项目组

2020.07.08