第六届安徽省“互联网+”大学生创新创业大赛暨第六届中国“互联网+”大学生创新创业大赛选拔赛

**项目计划书**

|  |  |
| --- | --- |
| **项目名称：** | **校园共享平台网站** |
| **所属组别：** | **主赛道创意组** |
| **参赛赛道：** | **高教主赛道** |
| **作品类型：** | **互联网+** |
| **团队成员：** | **严泽宇，房辉，万尚坤，徐超，曾祎璠，陈甜甜** |

**2020年7月**

目录

[一、执行总结 2](#_Toc10499359)

[1.1 产业背景 2](#_Toc10499360)

[1.2 公司概况 2](#_Toc10499361)

[1.3 团队介绍 3](#_Toc10499362)

[1.4 主营业务 3](#_Toc10499363)

[1.5 竞争优势 3](#_Toc10499364)

[1.5.1行业外优势 3](#_Toc10499365)

[1.5.2行业内优势 3](#_Toc10499366)

[二、公司概述 4](#_Toc10499367)

[2.1 公司名称 4](#_Toc10499368)

[2.2 公司目标 4](#_Toc10499369)

[2.3 组织结构 4](#_Toc10499370)

[2.4 主要人员 4](#_Toc10499371)

[三、产品与服务 4](#_Toc10499372)

[3.1产品产生背景 5](#_Toc10499373)

[3.1.1市场背景 5](#_Toc10499374)

[3.1.2产业延伸 5](#_Toc10499375)

[3.1.3产品需求 5](#_Toc10499376)

[3.2产品及其生产特点 6](#_Toc10499377)

[3.2.1产品服务 6](#_Toc10499378)

[3.2.2关键技术 6](#_Toc10499379)

[3.3产品盈利 8](#_Toc10499380)

[3.3.1传统盈利 8](#_Toc10499381)

[3.3.2特色盈利 8](#_Toc10499382)

[四、市场分析 8](#_Toc10499383)

[4.1 行业现状 8](#_Toc10499384)

[4.2 市场供需状况 9](#_Toc10499385)

[4.2.1 学习资源共享，让知识广度增加 9](#_Toc10499386)

[4.2.2 校园活动的信息共享，不出门却知窗外事 9](#_Toc10499387)

[4.2.3 校园生活信息共享，让你的生活更加便利 10](#_Toc10499388)

[4.3 客户分析 10](#_Toc10499389)

[五、竞争分析 10](#_Toc10499390)

[5.1 竞争对手分析 10](#_Toc10499391)

[5.1.1 已有竞争对手 10](#_Toc10499392)

[5.1.2 竞争对手的不足 10](#_Toc10499393)

[5.2竞争措施 10](#_Toc10499394)

[5.2.1我方优势 10](#_Toc10499395)

[5.2.2突出特色 11](#_Toc10499396)

[六、公司商业策略 11](#_Toc10499397)

[6.1 定价策略 11](#_Toc10499398)

[6.1.1价格分割法 11](#_Toc10499399)

[6.1.2低价定价法 11](#_Toc10499400)

[6.1.3整数定价法 12](#_Toc10499401)

[6.2 定价策略 12](#_Toc10499402)

[6.3 市场策略 12](#_Toc10499403)

[6.3.1市场渗透战略 12](#_Toc10499404)

[6.3.2市场开拓战略 12](#_Toc10499405)

[6.3.3市场发展战略 13](#_Toc10499406)

[6.3.4混合市场战略 13](#_Toc10499407)

[6.4 服务策略 13](#_Toc10499408)

[6.4.1输送服务 13](#_Toc10499409)

[6.4.2配套服务 13](#_Toc10499410)

[6.4.3跟踪服务 13](#_Toc10499411)

[6.4.4现场服务 13](#_Toc10499412)

[6.5 宣传策略 14](#_Toc10499413)

[6.5.1深入买家 14](#_Toc10499414)

[6.5.2顺应市场 14](#_Toc10499415)

[6.5.3根据产品 14](#_Toc10499416)

[6.5.4及时准确 14](#_Toc10499417)

[七、风险与对策 14](#_Toc10499418)

[7.1 决策风险及对策 15](#_Toc10499419)

[7.2 市场风险及对策 15](#_Toc10499420)

[7.3 财务风险及对策 15](#_Toc10499421)

[7.3.1资金投资分析 15](#_Toc10499422)

[7.4 破产风险及对策 16](#_Toc10499423)

[八、财务分析 16](#_Toc10499424)

[8.1 融资方案及资金用途 16](#_Toc10499425)

[8.2 成本和费用估算 16](#_Toc10499426)

[8.2.1技术学习费用 16](#_Toc10499427)

[8.3 财务分析 17](#_Toc10499428)

[8.3.1 盈利能力分析 17](#_Toc10499429)

[8.4 风险投资退出 17](#_Toc10499430)

[8.4.1风险预测 17](#_Toc10499431)

[8.5应对风险策略 17](#_Toc10499432)

一、执行总结

## 1.1 产业背景

共享概念伴随着共享单车的政策而变得越发的深入人心，人们对于共享项目有了更加深刻的了解。共享概念其实在以往的生活中就已经存在，例如百度贴吧，就是论文，文章的交流点，由百度提供平台加以管理，人们在平台上互相交流。例如铺天盖地广告中的人人车，“没有中间商赚差价”这一口号宣传的近乎人人皆知。这些都是共享概念的衍生以及表现形式。而校园共享这一方面，在未来也是有着巨大的发展空间。

就平时戏言中说过，世界上有两种人的钱最好赚，一个是女人，一个是学生。虽是戏言，但是从中也可以看出校园这一市场的可开发性。随着时代的发展与进步，人们的生活越发变得富足起来，就党的十九大发出政策而言，已经将要建成全面小康社会了。家庭的生活富足起来，而学生在家庭中的财务地位也将大大加强，无论学生将余钱用于学习，创业，还是吃喝玩乐，都离不开校园这一大集体，毕竟身份依旧是学生。那么我们所建立的校园共享系统就将大有作为。

校园共享系统网站可以说是一个管理系统，我们将把校园内部的学习及生活各方面系统的管理起来，形成系统的交流及管理模式。

## 1.2 公司概况

无论大学生还是中学生，学习是学生应尽的本分。有个不错的学习成绩是学生于将来立足以及在学校里炫耀的资本。那么学习资料的交流就必不可少。相对于百度文库的资料交流，校园共享系统网站更加的有针对性，以划分区为准，使得学生更加精确的找到自己想要的资料，如本校的往届考试。如果学生想加大自己的知识面，另有模块作为课外延伸，例如百度文库的平台。

本公司推出的具体业务是打造一个安全实用性强、更适合在各大学全面应用的校园共享系统。

为了加强此系统的安全性，方便同学们使用，本公司设计了一款配套网站，同学们可以进入网站，绑定自己的学号信息，联系方式，通过手机这一移动智能终端对该系统的控制。

## 1.3 团队介绍

我们团队的成员是由共同在学院学生会部门工作，并有很强个人能力的大一学生构成。我们都来自与信息网络技术相关的不同专业，做事认真，严谨，负责，在经过专业学习后能在公司中不同的岗位起到至关重要的作用。

## 1.4 主营业务

本公司的主营业务是打造安全性较强、适合在各个大学应用的系统，并研发与之配套的网站程序。利用各位同学的生活和学习资料，在系统上挂买进行共享，方便大学生生活学习，如某位学生在一家理发店剪头发，发现剪头发需要20，但是有会员就只要15，这个时候我们这个系统就显得尤为重要了，你可以不必拉下脸找自己的朋友借卡，只需要在系统上找到共享这家理发店会员卡的同学来共享借用就行了，这样子被借用的同学卡里面增加了积分，借用的同学也省了钱，一举两得。学习方面也是同样的，大家可以在上面分享学习资料，交流学习经验。又或者在日常生活中，学长学姐可以挂卖自己已经不需要的东西给学弟学妹，发布求合租的信息等等。这种校内营业的模式会比咸鱼等二手平台来的更方便快捷。总的来说，这是个实用性很强的网站。

## 1.5 竞争优势

### 1.5.1行业外优势

调查发现，在校大学生大部分人每月生活费在1200元上下，每个月除去通信，交通，伙食等其他费用外，平均每人都会有一些盈余。而校内外并没有相应的商家。几乎所有新生入学都会有很长一段时间的迷茫期，通过我们的网站内的校内社交活动与信息，能更快的让新生融入这个学校，度过这段迷茫期，并且在网站中能结交很多学长学姐，通过与学长们的交流可以很快拓宽新生的眼界，帮助其从高三想对封闭的环境走向开放的大学生活。所以很有发展空间。

### 1.5.2行业内优势

目前，本行业中企业数量不多，且各自应用于不同的细分领域，相互之间竞争压力较小。目前没有特别针对大学生这个群体的共享社交网站, QQ等软件的针对性不够强，没有专门为大学生设置的模块，而且大多时候只是用于社交，并没有提供专属于大学生所需要的经过整合过后分模块的资料资源。并且，本团队主营的学习和生活多样化进行的方式会更加吸引大家的了解。

我们有如下优势：

（1）可以给学生带来很大便利。

（2）给有设备却不用的同学提供赚钱的机会，给想用设备却没有设备的同学提供便利，争取双赢。容易受到消费者青睐。

（3）商品类型全面，能满足学生多方面的要求。

（4）可以使学生更方便。

（5）可以线上操作的功能，让学生使用起来十分方便。

（6）便于素不相识却有着相同爱好的同学间的相互发现，机缘巧合的话，顺便也能帮助找对象困难户找到自己的另一半。十分方便。

所以我们的系统更加具有生命力与活力，是一个前途光明的行业，加上大学生数量越来越多，今年大专招生也扩招100万人，所以可想而知本网站面对的群体会更大更广。

二、公司概述

## 2.1 公司名称

本公司名称为校园共享公司。

## 2.2 公司目标

本公司为打造一个方便大学生共享学习和生活的网站。

## 2.3 组织结构

我们是一个团队，所有人共担风险，创始人成员间平级。

## 2.4 主要人员

严泽宇，万尚坤，徐超，曾祎璠，徐璐瑶，陈甜甜。

。

三、产品与服务

## 3.1产品产生背景

### 3.1.1市场背景

在时代的发展下，互联网的地位越发的重要，并由之诞生了一种新的共享模式--共享经济。当前社会“共享”这一概念，早就根生在每个人的思想当中。共享单车甚至被称为中国新四大发明之一。共享经济成为社会服务行业内最重要的一股力量，在住宿、交通、教育服务、生活服务以及旅游服务领域，优秀的共享经济公司不断涌现：从共享出行的代表UBER滴滴打车、ofo、摩拜单车；共享空间的代表Airbnb、百度文库；再到共享车位等，可见“共享社会”以在我们身边扎下深深的跟，俨然成了人们生活的一部分。安徽科技学院校园内部已经有了各学院官方的QQ以及官方微信，有了初步的校园共享概念及设施。但却没有将各院发布的信息整合起来，形成系统的，有条理的，更细致化管理，这恰恰也是我们的优势所在。

### 3.1.2产业延伸

计算机信息化现在已经深入到我们的日常生活中的方方面面，各行各业的人都在使用计算机完成许多复杂的工作。而大学生正是这里面消费金额比较高且消费质量比较好的一类人。而网络具有传送速度快、信息覆盖面广、成本低等特点。通过网络，我们可以快速的与人进行联系和交流。由于现在的大学大多都有两个或者更多的分校区，且相隔较远。校区之间学生交流起来十分不方便，而且大学生课余时间比较多，课下的娱乐活动比较丰富。外出的活动像一些外出旅游或踏青开阔一下视野，寝室内的活动像一些听歌唱歌放松放松身心，校园活动如打球和摄影，所以这就需要一些例如自行车，音响等设备来支撑这样的活动的进行，更需要一些志趣相同的小伙伴，这时你就可以在这个网站上发布实时消息打在你想发送的校区公屏上募集小伙伴了。

### 3.1.3产品需求

校园共享系统网站可以说是一个将校内资源整合并加以管理的系统，我们将把校园内部的学习及生活各方面资源系统的整合起来，形成系统的交流及管理模式。所以需要更多更广的大学生参与进来才能增加本产品涉及的广度和深度。

## 3.2产品及其生产特点

此产品分为学习共享和生活共享两个方面，利用当代学生的共享意识和喜欢上网的特点，把本产品做成网站，使得应用更加便捷，打开手机就能用，打开手机就可以寻找附近可以共享的学习资源和生活信息。

### 3.2.1产品服务

此项系统可以与相应网站结合，同学们可以实行多样化的功能，本产品的基本思路如下图，可以看到我们主要的服务与运营是以学生为本的。

### 3.2.2关键技术

前端开发：

设计时，应该考虑以下要素：页面的设计，学生会不会喜欢并乐于使用很大程度取决于网站的颜值，我们会学习多方成功网站的设计灵感和设计网站上的成功案例，塑造一款学生喜欢的UI图并用于网站。

本产品前端开发将主要使用HTML5 CSS3 JavaScript三种语言以及 php来完善一些必要的交互功能。后台管理方面，合理的设计能让后台管理人员快速上手，所以我们将最尽大可能实现后台管理的便捷性和实用性。

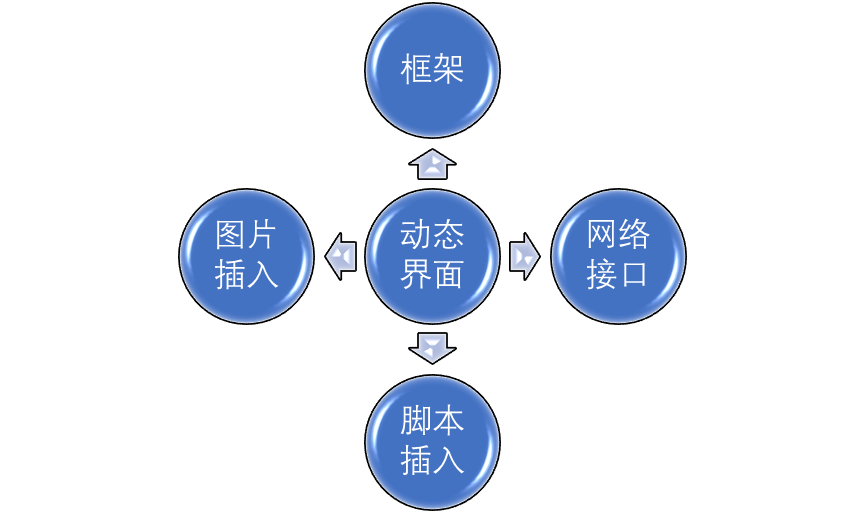
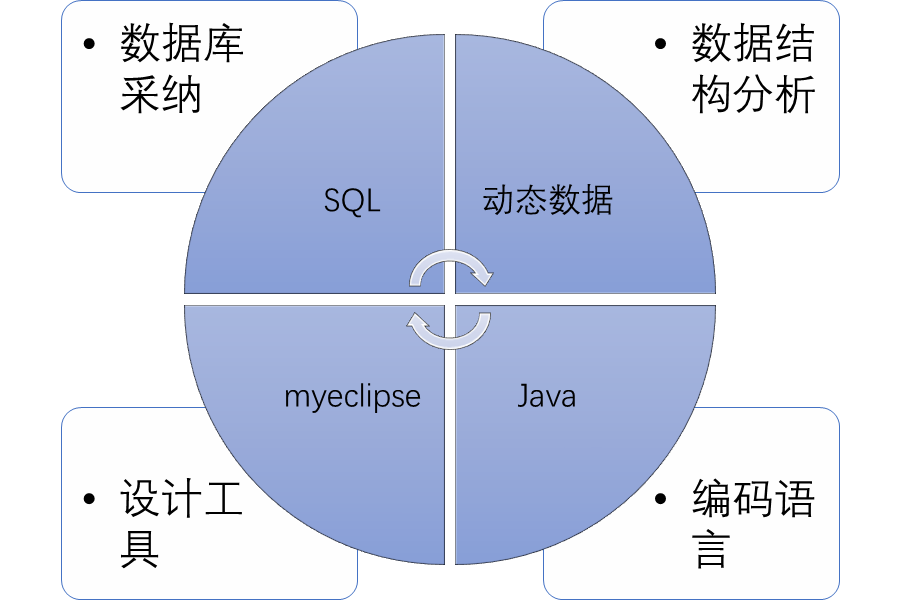
CG制作

CG必须要大气.

CG要体现广告的特征.

CG要展现功能的全面多面性

后端开发:



我们上使用上图中提到的JAVA,SQL等编程语言根据最初对网站的设计想法，在数据结构、算法分析和模块实现等方面进行尽可能的优化并按照最初的设计要求对网站内容进行分模块编码，分别实现各模块的功能。从而实现最终对目标系统的功能、性能、接口、界面等方面的要求。

测试阶段：

我们将针对网站进行多机型测试，测试内容包括：网站内容测试、网站性能测试、网站功能测试、网站视觉测试、对于BUG调试修复。测试合格，确认没有一直存在的BUG后再找身边同学进行使用体验，根据同学的使用感受进一步完善网站功能，然后再调查满意度，直到满意度达八成后宣布网站开发成功。

网站维护：本网站成功上线后，将由公司内部程序员轮番值守，做补丁及时修复出现的问题。

## 3.3产品盈利

### 3.3.1传统盈利

由于此系统是应用在网站上的，操作方便。按照各个同学的需要可以及时调整系统。（*在取得一定用户后与学校达成合作，取得基础盈利*）

### 3.3.2特色盈利

1.本网站用户分两种，分别为普通用户和卖方用户，卖方用户采取注册一次性收费。

2.本网站内有已经整合好的电子资料，由平台提供的资料免费 免费资料提供打赏链接（对于有打赏平台意向者），部分资料采取收费（收费者为提供资料卖家用户。

3.本网站内账户分为普通账户 和卖家账户，卖家账户（大多为学长学姐）每成功交易一笔收取部分手续费（低于市面手续费）。

四、市场分析

## 4.1 行业现状

在时代的发展下，互联网的地位越发的重要，并由之诞生了一种新的共享模式--共享经济。当前社会“共享”这一概念，早就根生在每个人的思想当中。共享单车甚至被称为中国新四大发明之一。共享经济成为社会服务行业内最重要的一股力量，在住宿、交通、教育服务、生活服务以及旅游服务领域，优秀的共享经济公司不断涌现：从共享出行的代表UBER滴滴打车、ofo、摩拜单车；共享空间的代表Airbnb、百度文库；再到共享车位等，可见“共享社会”以在我们身边扎下深深的跟，俨然成了人们生活的一部分。目前很多大学校园内部已经有了各学院官方的QQ以及官方微信，有了初步的校园共享概念及设施。但却没有将各院发布的信息整合起来，形成系统的，有条理的管理，这恰恰也是我们的优势所在。

## 4.2 市场供需状况

### 4.2.1 学习资源共享，让知识广度增加

大学生主要任务还是学习，对学习资料以及课外专业知识的扩展有着较强的要求，仅仅凭借着临近期中期末考试老师给予的重点划分只能满足一部分同学的需求，那么学习资料的相互交流借阅就十分重要。而大学生虽然到了法定年龄年纪，但所掌握的财务权利依然有限，吃力应付购买书籍以及课外辅导的花销，很多网上课程都是需要花费金钱的，且价格不菲。而利用校园共享平台可以将学生之间的学习交流扩大化，将学习资源流通起来，学生对学生之间的书籍借阅，互换，甚至买卖。单对单的交流更加的高效，精确，学习资源的共享也更加的流通，便捷。

### 4.2.2 校园活动的信息共享，不出门却知窗外事

安徽科技学院以及很多其他大学包含两个校区，两个校区之间的联系却有所缺乏，很多时候由于信息的交流出错导致了不利情况的发生。由于不同校区按不同院系划分，所以很多学生对另一个校区很感兴趣却少有接触机会，同是安科人，校区之间交流却极为重要。这一模块面对学院，整合新老校区各级学院的学院活动信息，既可以活跃两校区师生气氛，也能让安徽科技学院师生能够更加准确，及时了解到各学院的活动安排及变动。

### 4.2.3 校园生活信息共享，让你的生活更加便利

学生的生活范围不仅仅在校园内部，有些时候也在校园外部活动。例如，同学聚会，逛商场，购买物品等等。那么如何知晓大学周围众多店铺的优劣，更加精确找到是适合自己的目标呢？我们的网站提供大家可以闲聊吐槽的板块（诸如美团，大众点评……都有相对的服务评价专栏），可以让同学们更好的了解店铺服务的优劣，从而选择自己要去的店铺.

## 4.3 客户分析

发放宣传单，设置消费者反馈系统，提高公司服务水平，切实做到顾客是上帝。针对老顾客定期给予馈赠。表达我们对其支持的感谢，同时让顾客由新变老。

。

五、竞争分析

## 5.1 竞争对手分析

### 5.1.1 已有竞争对手

本团队已有的竞争对手是个别校园共享图书馆类型网站。

### 5.1.2 竞争对手的不足

现有的许多科技公司研发的系统不足以满足学生的需求，模块僵硬死板，界面不够美观不符合大学生审美，各方面都有很大不足，没有我们网站设想的功能方便，实用，快捷。

## 5.2竞争措施

### 5.2.1我方优势

本公司优势在于本公司自主开发了便于学校管理、学生使用的专用网站，手机下载即可，通过绑定学生的学号、身份信息即可用。（1）可以通过资源的自愿共享给学生带来很大便利。（2）二手交易，给有设备却不用的同学提供赚钱的机会，给想用设备却没有设备的同学提供便利，争取双赢。容易受到消费者青睐。（3）提供学习资料。由多方提供，资源类型全面，能满足学生多方面的要求。（5）可以线上操作的功能，让学生使用起来十分方便。（6）促进不同年级大学生交流，给新生提供帮助。同时也便于素不相识却有着相同爱好的同学间的联系，十分方便。

### 5.2.2突出特色

（1）可以给学生带来很大便利。（2）给有设备却不用的同学提供赚钱的机会，给想用设备却没有设备的同学提供便利，争取双赢。容易受到消费者青睐。（3）商品类型全面，能满足学生多方面的要求。（4）可以使学生更方便。（5）可以线上操作的功能，让学生使用起来十分方便。（6）便于素不相识却有着相同爱好的同学间的联系，十分方便。总而言之我们的网站是一款聚合了大学生多方面需求功能的网站，最大突出特色就是专门针对大学生群体打造，为不同学段大学生提供他们需要的资源。对不同阶段的大学生都有用，刚进校的大一新生可以通过我们的网站结交新伙伴，与学长交流，以便于更快融入校园。大二大三的同学可以通过网站分享自己的校园生活经验，注册卖方账户在与学弟分享学习资源或者交易二手物品时获得收益，大四的同学可以在我们的网站上联系到已经毕业的成功学长们，向他们学习或请求指导。所有大学生无论是休闲娱乐还是学习又或者想了解学校发布的信息，都可以在我们的网站找到自己想要的。本公司成员均为大学生，知己知彼，所以更了解大学生群体的需求。

六、公司商业策略

## 6.1 定价策略

我司目前准备了三种定价策略，将在共同商讨权衡利弊后做出最终定价方案

### 6.1.1价格分割法

只有独一无二的产品才能卖出独一无二的高价。特高定价法就是指在新产品开始投放市场时，把价格定得大大高于成本，使企业在短期内能获得盈利，以后再根据市场形势的变化来调整价格。如有家服装店进了少量中高档女外套，进价为580元一件。该服装店的经营者见这种外套用料、做工都很好，色彩、款式也很新颖，在本地市场上还没有出现过，于是定出1280元一件的高价，没想到竟然卖得很好。

### 6.1.2低价定价法

与特高定价法相反的是“低价定价法”。人们常说“便宜没好货，好货不便宜！”而低价定价法首先要做的就是消除消费者的这种成见。这种价格策略就是先将产品的价格定得尽可能低一些，使新产品迅速被消费者所接受，优先在市场取得领先地位。由于利润过低，能有效地排斥竞争对手，从而使得自己长期占领市场。

### 6.1.3整数定价法

整数定价法就是指企业把原本应该定价为零数的产品价格定为高于这个零数价格的整数，一般以“0”作为尾数。这种舍零凑整的策略实质上是利用了消费者按质论价的心理、自尊心理和炫耀心理。整数定价法比较适用于名牌优质的产品。

## 6.2 定价策略

卖方用户注册定价：卖方用户注册免费 但需提供个人身份信息。我们将根据试用期对所有卖方的所得进行统计以划分卖方档次，对不同档次实行梯度收费制。每六个月评定一次，每六个月收取一次费用。

网站内产品定价：本团队所确定的各个板块内容不同，所以会有不同的方案对待。尽最大努力协调用户期望价格和卖方给出价格。例如，针对卖方用户学习资料价格，我们会在市场调查其他电子学习资料价格后对学习资料进行分类处理，分别设置价格限高，做到细致化管理。其他上架的交易我们同样也会做出类似的调整。

## 6.3 市场策略

我司经商讨学习后选出以下四种市场策略以供参考。

### 6.3.1市场渗透战略

这种战略的目的在于增加老产品在原有市场上的销售量。即企业在原有产品和市场的基础上，通过提高产品质量、加强广告宣传、增加销售渠道等措施，来保持老用户，争取新用户，逐步扩大产品的销售量，提高原有产品的市场占有率。

### 6.3.2市场开拓战略

又称市场开发战略。它包括两个方面的内容，一是给产品寻找新的细分市场；二是企业为老产品寻找新的用途，在传统市场上寻找、吸引新的消费者，扩大产品的销售量。

### 6.3.3市场发展战略

又称新产品市场战略。企业为了保持市场占有率、取得竞争优势，并不断扩大产品销售，就必须提高产品质量、改进产品，刺激、增加需求。

### 6.3.4混合市场战略

为了提高竞争力，我们将不断收集卖方用户更多的产品来共享，并利用新的产品开拓新的市场。

## 6.4 服务策略

### 6.4.1输送服务

由于是校内使用，在输送实体物件方面暂时只能由双方线下交易，同时做两手准备，在输送服务需求大幅增长时雇用平时课少的同学进行配送。企业根据消费者购买的不同要求提供服务，尽量方便同学购买，消除“购货难”的感觉，使商品高效、快速、及时、准确地输送到消费者手中，提高商品的共享率。

### 6.4.2配套服务

提供产品的配套服务企业提供产品只是满足消费者需求的重要环节之一，要真正使产品发挥效用，还要提供与产品相配套的一系列共享服务。

### 6.4.3跟踪服务

实施跟踪服务产品共享之后，才是有效推销的开始，它强调企业售出产品之后通过跟踪服务，如上门访问、定期召开重点客户意见会、邮寄信誉质量卡等，及时搜集客户信息，掌握市场需求动态，主动帮助客户解决疑难问题，纠正各种错误，从而发现新的市场机会，培育一批忠实的顾客。

## 6.5 宣传策略

### 6.5.1深入买家

深入研究消费者购买行为和动机，并据此采取不同的宣传方式和手段，以提高宣传效果；

### 6.5.2顺应市场

根据不同产品的市场需求，制定不同的促销宣传策略。我们将采取线上线下双管齐下的方式精心宣传。例如在已有的大型QQ群内发布网站信息进行推广活动。从学生的立场出发，以网站的主要共享功能为主打，其他各种模块为辅的模式向同学介绍网站；线下通过与学校或者各个学生组织协商，开展线下活动等方式推广，我们的网站旨在为学生服务，便捷学生生活，促进不同各年级同学交流，塑造良好的校园学生互助风气，所以应该会得到学校认可支持。

### 6.5.3根据产品

根据产品所处的不同市场寿命周期阶段，确定不同的宣传目标。因为共享的商品不同所以会有不同的策略。

### 6.5.4及时准确

注意宣传的及时性和准确性。及时性，是要求在促销宣传时，一定要根据竞争的需要，掌握好时机，既不能过早，也不能过迟。准确性，是要求宣传的对象要选准，方式方法要与之相适应。

七、风险与对策

由于存在各种不确定因素，因此市场经济充满着多种风险，风险是指预期收益不能实现的可能性和概率。要定量的描述风险，通常需要知道某一行为的所有可能的结果，以及每一种结果发生的可能性。作为对公司来说，风险是存在的，可以去考虑怎样将风险降到最低，但不可以完全的避免风险。这就如同意外会随时发生一样，风险也是如此。我们所要做的是风险发生的方式及其可能的结果，以便于去找出规避风险的方法，或将风险所带来的影响降至最低。风险分析是一项关系公司未来发展趋势的重要步骤，在公司成立之前，我们应当对风险进行仔细分析，确保能够使公司在未来可见的几年预期内正常发展，步入正轨。

## 7.1 决策风险及对策

管理层对于市场，公司的发展趋势，人力资源等未能准确把握，前期发展形式良好使得管理层人员对于自己的成果盲目自喜，使得自己被蒙住了双眼，在后来的公司计划决策中做出了错误的判断，影响了公司的发展。在公司的一路发展中，使得管理层始终保持一颗沉着冷静的头脑是至关重要的。因此建立一套良好的信息反馈系统是非常有必要的。对于市场的了解掌握应由市场部和人力资源部去勘察，他们有其专门的市场调研人员去反馈信息。

## 7.2 市场风险及对策

市场的不确定性让公司的发展有了很大一种威胁，市场风险主要包括流动性风险和外汇风险。公司资金的流动方向不明确，不科学，使得公司资金出现问题。人民币的升值于贬值等将影响到人们的购买力。在对于市场的竞争中，公司处于不利地位，市场份额被抢走，公司经营出现问题。通过不断的完善自己，来增强公司的竞争力，现在市场初期来看经济较稳定，有利于公司的发展，通过改革将公司建设成一个学习型，创新型的公司。定期对员工进行相应的培训，其中包括接物待人的礼仪等。在公司内部形成良好的竞争氛围，提升公司的软实力，增强公司的外部形象。

## 7.3 财务风险及对策

由于目前公司人员较少，且当前成员都自愿共同承担可能的风险。所以内部财务风险发生可能性远低于网站线上的普通用户与卖方用户之间的财务风险。除去注册时采取实名制填写学号的方针以外，线上每笔交易都需双方额外抵押等值于商品的抵押金，由我方介于买卖的第三方官方账户保管，买卖双方在限定时间内都确认交易成功后第三方账户退还双方押金。双方一旦选择交易成功后，出现问题我司不承担任何责任。

### 7.3.1资金投资分析

目标是在创业初期资金主要来源于现有的创始人团队，待公司运营稳定后将向外界融资以扩大公司规模。

## 7.4 破产风险及对策

企业一旦确认项目失败或成长太慢，不能获取预期回报，就需要果断退出，及时止损。当投资项目无法通过其它途径退出且无必要维持时，也应关闭、解散，通过清算退出。

八、财务分析

## 8.1 融资方案及资金用途

在资金筹集方面，我们预备筹集1万元的资金，其中5千元由合伙人自筹，5千元申请大学生创业贷款。

## 8.2 成本和费用估算

### 8.2.1技术学习费用

一般来说我们制作一个合格的网站并支持运营，前期就需要足够的资金，需要至少500元来取得关键的共享技术。

#### **8.2.1.1 网站平台开发费用**

为了实现网站的制作我们需要5000元，以便于初步的维护与运营。

#### **8.2.1.2人力及运输成本**

本公司立足于服务大众，坚持“顾客就是上帝”的原则，为了保证顾客可以得到及时有效的服务，我们实行部分共享商品“送货上门”的策略，这就需要有一个由雇佣的校内大学生组成的人力资源库以便支持配送服务。同时，为了保证本公司的业务效率及顾客的满意度，我们会在同学中雇佣相关咨询人员、售后服务人员及高级管理人员。资金 一人一个月500元。

#### **8.2.1.5硬件实施成本**

该项主要包括办公所需的电脑，产品的摄像并上传，共计花费3000元。

## 8.3 财务分析

### 8.3.1 盈利能力分析

公司坚持“顾客就是上帝”的原则，尽我们最大的努力给客户提供更好的服务，我们有专业的技术人员，还会对员工进行培训，绝不欺瞒顾客，顾客可以买的放心，用的安心。本公司通过网站自身的盈利方式如下：

1.本网站用户分两种，分别为普通用户和卖方用户，卖方用户采取注册一次性收费。

2.本网站内有已经整合好的电子资料，由平台提供的资料免费 免费资料提供打赏链接（对于有打赏平台意向者），部分资料采取收费（收费者为提供资料卖家用户。

3.本网站内账户分为普通账户 和卖家账户，卖家账户（大多为学长学姐）每成功交易一笔收取部分手续费（低于市面手续费）。

此外，待到公司运营稳定后，我司将积极与校内或校外周边行业例如考研机构联系，推出网站内广告位。通过推送广告盈利。

如果此系统可以超出学校走向社会各所大学，会更加有利，所以该系统面临着一个广大的市场，和一大批潜在的用户，可以说是后劲十足。

## 8.4 风险投资退出

### 8.4.1风险预测

（1）知名度不高，宣传力度不够

市场上每出现一种新的网站都需要宣传，加大这种产品的知名度，以此来吸引客户的消费。但是加大产品的宣传，不仅需要有资金，而且产品的质量也需要有保障，这样才能增强市场竞争力。

（2）网站平台技术不到位，或出现故障，导致用户无法正常使用，降低顾客的使用度和满意度。

（3）交易系统未可知的漏洞，导致交易失败，降低顾客满意度。

## 8.5应对风险策略

（1）步入正轨之后，加大对共享网站的宣传力度，大部分同学看重的是共享产品的质量和价格，因此在宣传要点上可以加大这两方面的宣传力度。同时，还要注意共享的便捷，并要选择有比较多人关注的平台宣传。

（2）加大创新，敢于尝试。公司成立之后应该勇于突破，共享出多种多样的产品，这样才能在学校中产生舆论，抓住大学生好奇新事物的心里，可以使网站更加火热。

（3）公司要对网站平台定期进行更新、检测、维护，保证网站与各种手机兼容，确保其正常运行。