# 一、项目描述

## 1、 项目背景

#### （一）集体管理软件产业背景

目前市场上的集体管理相关的软件，一种是以公共数据库为形式的数据库软件，如校园网公共数据库系统。由于数据库形式固定了元器件各种模型之间的对应关系，所以实现了设计元件库的统一管理。如果数据库来源于公司的PDM/ERP系统，就可以实现AltiumDesigner电子开发平台与PDM/ERP系统在器件库的集成。

完整数据库驱动的器件信息系统DBLIB为每个集成库元件添加了与数据库的接口链接，可以实现远程调用数据库信息。SVNDBLIB在DBLIB的基础上，将元器件各种模型信息添加到PDM/ERP系统的版本控制流程，使AltiumDesigner的电子设计平台集成到PDM/ERP系统中，更加确保了设计元件库的安全性和统一管理。

另一种是存在于一个大型互联网综合服务系统的一个小型的功能分支，如腾讯系统的QQ群功能，微信系统的建群功能。优势在于依附的系统大型而完整，配套功能相对完善。满足以群聊为主要目的的群体的功能需求。

目前存在的这两种集体管理相关系统功能都并非以小群体财务管理为主要目的。

#### （二）互联网+与集体财务产业的结合背景

“互联网+”是两化融合的升级版，将互联网作为当前信息化发展的核心特征，提取出来，并与工业，商业，金融业等服务业的全面融合。正因为此，“互联网+”被认为是创新2.0下的互联网发展新形态、新业态，是知识社会创新2.0推动下的经济社会发展新形态演进。

国内“互联网+”理念的提出，最早可以追溯到2012年11月于扬在易观第五届移动互联网博览会的发言。易观国际董事长兼首席执行官于扬首次提出“互联网+”理念。他认为，“在未来，‘互联网+’公式应该是我们所在的行业的产品和服务，在与我们未来看到的多屏全网跨平台用户场景结合之后产生的这样一种化学公式。我们可以按照这样一个思路找到若干这样的想法。而怎么找到你所在行业的‘互联网+’，则是企业需要思考的问题。”

而集体财务，顾名思义是小集体或团体的资金财务。市场上的集体财务管理是以有一定经济基础和体制结构的集体个体，如有限责任公司，为单位的处理财务关系的一项经济管理工作。本计划文案中的集体财务管理定义为无经济关系，无固定结构框架的一类小型团体的资金财务处理工作，如，班级，宿舍，兴趣团队，等等。

互联网+和这类集体财务管理的结合对市场而言是还未出现的概念，正是符合了利用合理的创新思想，实现了相应的“互联网+”公式。立志于使用互联网工具，将 “无产 ”集体的活动与财务合理化规范化地管理起来。

#### （三）软件产业背景

软件公司是指以软件或软件技术为基础进行相关服务的公司。

自80年代以来，国际计算机产业结构逐渐从硬件为核心向以软件为主导的方向过渡。随着互联网的发展和普及，软件的应用已经深入到社会生活的各个角落，在许多发达国家，软件产业已经成为国民经济的支柱产业，其发展水平成为衡量一个国家现代化水平的重要标尺。因此，大力发展我国的软件产业成为当前最紧迫的任务之一。

我国在2000年18号文件《鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》中提出了很多扶植国内软件企业发展的相关政策。在十五规划中，明确制定了软件产业的发展目标：到2005年，软件与服务业收入实现2500亿，培育出20个以上年营业额超过10亿的软件企业和一批软件著名品牌。软件年出口额超过10亿美元，力争20亿美元带动相关产业链规模。全国各地的软件园区更是成星火燎原之势。组建软件园是转变我国软件行业作坊式生产为规模化生产的一个有效途径。面对未来，在我国加入WTO的大背景下，软件园应改进发展思路，采取有效措施，充分利用软件园的各种优势条件和优惠政策，加快我国软件业的产业化、国际化进程，使其成为促进我国软件产业取得突破性进展的重要力量。

## 2、 项目宗旨

OM作为一个集体管理系统，以“无产”集体财务管理为特色功能，致力于为小型团体服务，提供互联网+式的便捷管理功能。

随着经济文化的快速发展，当代各年龄层，尤其是中青年层盛行组团做事，组团活动。组团的行动很多时候都离不开财务管理以及资金交互，如果处理得不好，容易导致一系列不必要的“团队信任危机”。 OM系统的任务就是作为一个可以为无产集体所用的便捷式的小型管理系统，为有组团活动需求的无产集体们提供服务。OM能为集体中的每个个体明确应当交付的金额，提供一系列的消费记录，让集体的消费公开透明得呈现给每一个成员，并且可以方便管理员实施统一发布活动信息，发起投票，确定人数，收取相应的活动费用等事务。让集体中的每一个成员尽情享受组团活动的乐趣，而不需要为一些不必要的繁琐事务所扰。

本项目以“互联网+”理念为核心，加以团队的创新思维，力求实现互联网+与无产集体管理的完美交融。

## 3、 项目介绍

#### （一）含义及优势

“OM”管理系统的含义是“Our Manager”，即属于我们的集体管理系统。该系统并不是独属于一个特有的集体，而是属于同一类型的所有集体所共享，实现了集体的普遍管理。用这种集体操作、区分操作者权限的方式，实现不同程度上的全员管理集体，实现集体的一体化。在集体系统中，成员都存在于一个独立的整体，相比起QQ群，微信群更有一种集体的凝聚力和归属感。

设想一种情况，有一群来自一个社团的成员要出游，势必需要选出一个管理者来管理所有的出游钱财，统一支付最后再分摊到个人。这是一群不够熟识，也没有任何情感纽带的人，要信任一个人来统一支付和分摊还是有些矛盾的。并且在统一收取分摊费用时，若管理者需要一个个人来收取也是一件非常繁琐的事情。

其中的所有麻烦都可以由OM解决。

#### （二）创建及功能

集体管理者可以通过在注册界面填写集体的基本信息（权限设置，人数等）来创建属于自己集体的管理系统，之后每个人都会获得一个账号和初始密码，然后通过登录窗口登录进入自己的集体管理系统进行相应操作。系统的操作者可分为普通成员，管理员，资金管理员，超级管理员。功能可细分为群文件，公告，群相册，成员管理，在线讨论，发起与参与活动，生成账单，在线转账，查看消费记录，修改个人信息，查看踪迹，注销集体等功能。其中，以活动功能和账单功能为特色，便于集体的活动的规范化和简约化，更便于活动后财务问题的处理，相应账单和消费记录可以呈透明化和公开化。这样既便于管理者统一发出活动、收取活动费用，也使所有成员可以清楚地了解到自己资金的使用情况。

#### （三）特色功能的详细介绍

活动、账单功能：

当管理员发布一条有关活动的公告之后，每位成员都会收到公告框，并且对话框上有参加与不参加的选择按钮。（可以在公告的截止日期以内更改选项。）选择参加后系统会将该成员姓名加入该活动的人员列表。

活动参与之后，管理员处会生成一张账单，具体实际参与的人员由管理员对照人员列表确认并做相应增减工作。系统会在确认参与的人员的消费记录中生成一条消费记录。并且系统会记录您的余额，便于及时得知何时需要充值。

付款方式可以分为两类，第一类，人员可以在线下把现金交给管理员。第二类，人员可以在线转账于资金账户（暂定为管理员账户），经管理员确认后，系统都会在该人员账户上添加相应的充值消息，成员可以在自己的账户信息上看到具体充值信息。

## 4、产品与服务

#### （一）产品使用流程

一个集体想使用“OM”，首先集体负责人得从官网或者登陆界面进入注册集体的页面，在注册页面填写集体的相关信息（名称、人数、权限分配、集体初始密码等等），随即获得与集体人数相对的账号。然后负责人再将若干个账号和初始密码分配给集体成员。最后成员即可在“OM”登录页面根据自己的账号和初始密码登录自己的“OM”账户、修改密码，之后根据账户对应权限进行活动。（如图：2-1-1）



2-1-1

#### （二）详细操作介绍：

“OM”集体管理系统采用权限机制，不同的成员有不同的身份，对应的也有不同的权限（在“OM”里可以的操作多少）， “OM”分有4种不同的权限级，按权限高低可列为：超级管理员>财务管理员>管理员>普通成员>观察者，这里有数十种操作分别对应不同的权限，权限操作及其对应角色具体情况见权限职能图（2-1-2）。权限分配最初始由创建者在创建时分配（按对应账户分配管理员），之后仅由管理员以上级别可以对权限级别低于自己的进行低于自己权限的任命，详见权限更改示意图（2-1-3）。



2-1-2

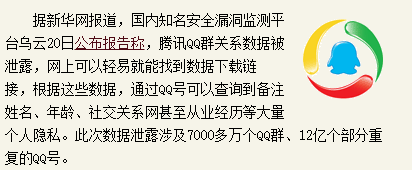


2-1-3

# 二、行业与市场分析

## 1、市场介绍

在社会中，由于兴趣、学习环境、工作环境等等原因，一些团体在源源不断地组建，比如社团、班级等，他们极大多数会在QQ上建群。于是通过搜索我们了解到了腾讯QQ群数量的相关信息：在2013年的11月腾讯有大约7000多万个群的数据被泄露。这也就是说，那时国内由于各种关系组建的团体就至少有7000万，这是一个惊人的数据。在过去两年里，这个数据只会增不会减。



而团体或多或少都会各种集体活动，比如购置团体物品、聚餐、定外卖等等。大多数活动会涉及到敏感的资金分摊问题，如果处理不当就容易引起团体内部的一些不必要纠纷，因此团体资金管理的重要性不言而喻。

然而即使有如此多的团体产生，资金管理又如此重要，市场上仍缺乏一套便宜实用的、公开透明的、方便快捷的资金管理软件，难道在这个互联网和电脑如此普及的信息时代里还要让他们执纸笔写下或在excel敲下这些繁琐易错的数据吗？

在资金管理方面，一些大的公司可以向软件公司定制财务管理软件，但是对于这些小的集体来说定制软件的价格是昂贵的，而且小集体对于财务管理软件的功能需求并不像大型公司。小集体资金问题更多的是关于一些琐事，它更加凌乱、琐碎，而且资金直接与每一位成员相关，每一位成员都有权了解他的资金去向，所以它要求软件更加方便、快捷、人性化、透明。

## 2、目标市场

OM有限责任公司定位的目标市场，初期主要包括校园内涉及费用管理的、并且不时举办一些团体活动的社团、小团体（包括班级、宿舍）。这些客户群体基数大，将会产生非常明显的效益，且容易收到成效。

未来，团体管理应用的市场将愈加规范。公司的产品将向校外团体推广。

## 3、顾客购买准则

①经济

我们的产品将是免费的，这也与当初解决购买软件价格高的想法吻合。

②方便、安全

在我们网页，资金数据将是自动写入的，解决用户可能输入错误数据问题，实现最大的方便化。而且数据一旦写入不可更改，并生成记录，防止有人修改数据，保证资金数据正确。

④实用

软件通过方便的操作实现资金管理，直接记录误差，冤大头等现象。同时我们还开发了发起活动，投票，文件发布等内容，使得我们的应用更加完善，实现大多数在团体内需要进行的操作。

## 4、竞争对手分析

①支付宝经费群

支付宝在2015.7月分发布支付宝9.0版本，其中的加入了建群功能，支付宝将群分为好几种，群功能分工明确，但我们面对的不是只会做某件事的团体，它今天可能一起办个活动，明天可能一起去吃饭，后天还可能在组个队去唱歌，因此它要求融合更多的功能。而且支付宝的经费群在建立后对加入者实行一次性得统一收费，但是不能实现再次收费，这更是不符合现实的设计，试想一个群体它的花销是不可估的万一经费没了如何再次充值。



②QQ

QQ讨论组可以实现AA收款，但没有经费管理功能，不能实现资金的长期管理，与我们并没有太大冲突。

# 三、市场

## 1、市场计划和推广

在这方面我们将分两大阶段实行推广：校园和社会。我们将从校园先入手，然后辐射到社会中。

#### （一）校园

①我们的产品已经在设计中，将在2个月内设计完成。在产品设计完成后，我们将马上在我们产品受众集中的校园市场内展开推广，首先在本学校做试验性的推广。凭借我们对用户的针对性和网站的优越性，我们相信我们可以在两个星期内在本校内推广开来，并取得很好的口碑。

②下一步我们会在上海每个高校招聘两到三推广人员，实现覆盖全上海的计划。

③建立以上海为中心的推广网络：将全国划分为东北、华北、华中、华南、华东、西北、西南七大区域，每一区域设一个推广中心，由区域推广中心共同开发市场，并且负责监管这一区域的推广工作。

#### （二）社会

除了校园内的团体，校园外的市场也不可忽视。在覆盖校园后，我们将通过校园辐射到社会中，最终实现覆盖全国。

## 2、推广策略

#### （一）校园

在以宿舍、社团、班级组成的校园内，我们将直接联系各宿舍长、班级班干部、社长、辅导员，向他们介绍我们的网站，并给予一个月的试用期，一个月后我们将按月收取固定的费用。另外我们将在学生集中的网络点发布一些软文，比如各大学校贴吧，微博，知名论坛等等，与一些网站交换链接。

### （二）社会

尽管校园与社会隔着一堵墙，但是互联网是没有隔阂的，大学生与社会中的人一定有着联系，就比如一些兴趣群，有着社会中人也有大学生在里面，所以在我们成功覆盖校园的同时，我们品牌也会在不知不觉渗透到了社会群体中。

## 3、定价策略

我们的网站实行免费试用，目的在于吸引客户，积累用户量。

## 4、品牌

公司发展初期采用**单一品牌**策略，这有利于在客户中树立明确的品牌形象；随着公司的不、断发展壮大，逐步完善网站，慢慢占领资金管理的市场，提升公司的企业及品牌形象，实现无形资产的增值。

建立商标防护网，注册品牌和商标，包括相关或相近的品牌、商标名，利用有关国际条约保护自己的权益；提前在网络上注册公司的域名，为发展拓宽业务渠道打下基础；宣传产品品牌，提高品牌知晓度。

建立品牌**忠诚度**是扩大市场份额的重要方式。作为网站服务提供商要建立牢固的品牌忠诚度，可以从以下几个方面努力：

**以优质的服务提高品牌美誉度。**要在与当前的QQ、支付宝或者其它涉及资金服务的公司竞争中取得优势，就要以优质的服务吸引顾客，赢得竞争主动权，提高网站美誉度。

**良好的公共形象对于品牌的形象具有至关重要的影响。**公关活动将始终被公司作为树立和提升企业形象、产品品牌形象的重要工作之一。

## 5、公关

在公司筹建之初开始公关工作。**公关活动的原则**是树立公司技术先进、勇于创新、严谨踏实、富有社会责任感的良好形象。

公司筹建初期，**公关活动的重点**为提高网页知晓度。

积极联系全国各大学校、企业进行市场合作；

公司正式运营之后，公关活动的重点在于树立企业形象，吸引公众注意，与公众进行双向交流，加深公众对网站的认识，提高产品和品牌的知晓度与美誉度。

制作形式活泼、内容丰富的网络软文，展开网络

## 五、实施进度计划

#### 1、短期目标（1到2年内完成）

（一）

通过多渠道完成市场、网络宣传，包括发传单，贴宣传海报、到大型集体，如公司，学校宣传、网络宣传、微信号推送等等；

（二）

积累一定的注册量，为公司的资金和后期需要研发的功能打下参与量的基础；

（三）

完成OM系统的手机APP版本，更方便用户的随时使用；

## 2、中期目标（3到5年内完成）

#### **（一）**

进一步完善和健全网页版系统及APP版系统；

#### （二）

添加相应的系统功能。

#### （三）

##### 1）实现OM集体与集体之间的交互功能。

发信号功能：可以向相同类型的某些选中集体的管理员发送消息，实现在线拼团的功能。

位置共享功能：可以在团队活动时打开地理位置共享消息，方便发信号功能的实现。

##### 2）实现快速组团功能。

快速组团功能：考虑到现实情况下很多团队都是现场组建，并且使用时间不长，并非长期组建的小组，对于这样的集体很需要便捷快速的组团，OM提供快速组团功能。管理员选择快速组团方式，创建完一个集体之后，生成一个二维码，在场的成员只需扫二维码即可加入该集体，并可以添加自己的私人密码。快速组团后生成的集体也可以在事后完善其他信息。

（三）

进一步拓展业务渠道，提高公司产品的影响力；

（四）

提高公司的管理和规范程度；

## 3、长期目标

向大公司或学校推销OM系统，使其可以在如同班级，宿舍，社团这样的团体中大量大规模使用，提高OM的使用度和知名度。利用一定的品牌知名度推广其他的附带产品或新系统产品。