



设计说明：

“依娃”全称是依靠娃娃的意思，代表着老年人可以依靠公司研发出的“依娃软件”里的“依娃助手”

老花镜代表老年人群体，象征着老年人群体是公司的关注对象

双手小心翼翼扶着老花镜象征公司对关注对象会奉献出所有的精力与关心

依娃软件，依靠真情

目录

一、项目背景.....	2
1. 公司简介.....	2
2. 市场描述.....	2
二、产品与服务.....	5
1、产品.....	5
2.服务.....	5
三、市场竞争及分析.....	5
1、宏观环境分析（PEST 分析）：	5
2、企业综合评价（SWOT 分析）	6
SWOT 分析图.....	6
四、市场营销.....	7
1.目标市场（Marketing）	7
2.产品（Product）	7
3.定价策略（Pricing Strategy）	7
4.战略伙伴建设（Strategy Company Constructing）	8
5.销售渠道分析.....	8
6.推广策略.....	8
7. 市场开发策略.....	8
8.技术服务与支持.....	8
五、 公司战略.....	9
1. 共同原景.....	9
2. 发展战略.....	9
3. 人力资源战略.....	10
4. 企业文化建设.....	11
5. 可持续发展战略.....	12
六、 管理架构.....	12
1、公司性质.....	12
2、公司内部结构.....	12
3、部门职责及配置.....	13
4、知识产权管理.....	13
5、人力资源管理.....	14
6、员工持股.....	14
七、 生产管理.....	14
1. 公司选址：	14
2. 研发设计人员管理和配置：	15
3. 成本控制：	15
4.产品研发计划流程：	16

一、项目背景

1. 公司简介

依娃智能软件有限责任公司(简称依娃软件)是一家筹建中的智能软件企业,位于四川省成都市青羊区。它以声控系统为导向,主要致力于以语音聊天满足老人情感需求的软件。公司以国内智能语音用户为服务市场,充分利用高校研发力量,推进声控系统成果的产业化。

公司成立初期主要研发专注老人情感需求的语音聊天软件,针对子女迫于工作压力无法及时沟通、老年人与子女和电子产品之间的代沟等问题,满足语音服务行业向专业化、专用化、人性化方向发展的需求。

公司将以此为基础,建立一个包括语音软件的研发、生产和销售的专业化公司,未来发展将涵盖语音软件、语音系统、语音服务等智能语音运用领域。

2. 市场描述

公司推出的“依娃”陪聊软件的主要市场是以陪老年人聊天为主要的智能服务行业,用于改善语音聊天软件使用中的方便、主动服务性、指令性的效果。

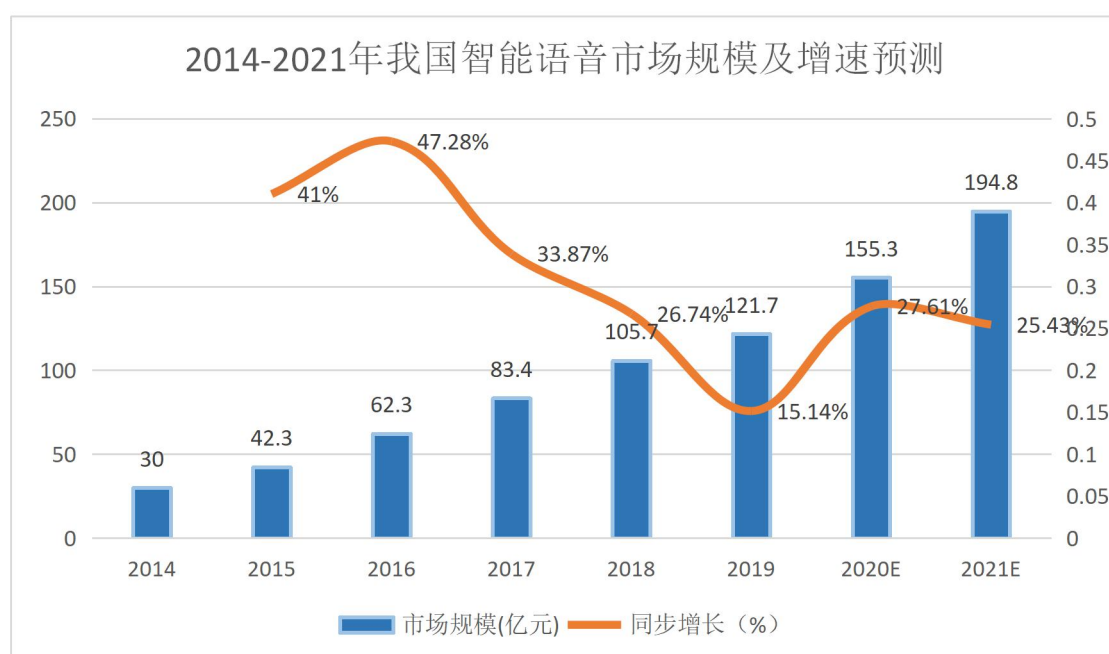
我国智能语音行业市场广阔且增长迅速,且现在社会老龄化趋势愈发严重,老龄人市场将不断扩大。但是基于老年人与时代的代沟(不会操作电子产品),智能语音行业缺少了老年人这一巨大的消费人群。所以原本智能语音行业能实现更加快速的生长。

另外,由于子女因工作压力无法实行及时的代际沟通,且早先的QQ智能聊天机器人虽具有学习成长性与个人订制性,但受限于文字交流形式,门槛较高,皆很难在老年人群体中普及,更重要的是,多数的老年人不熟悉使用电子产品。

因此导致许多老年人与时代脱轨，手动操作生活中不可缺少的聊天软件的难度较大。这很有可能会给老年人带来很大的孤独感。

根据实际情况合成实验显示：此软件学习成本低，体验门槛低，服务主动性强，能满足老人的情感需要。且目前市场上已有成熟的声控系统，以此为基础此软件的制作成本大约是市场上同等性能产品的 70%-80%。

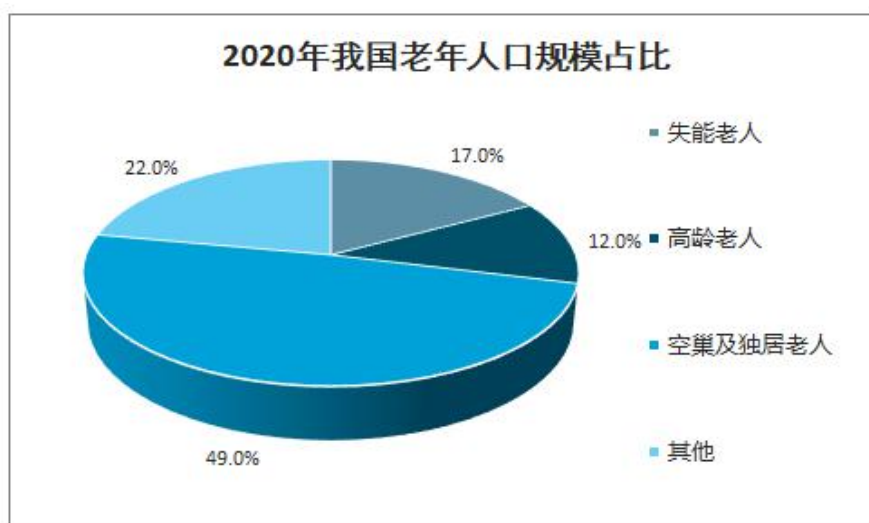
据以下数据资料参考《2020 年中国智能产业分析报告——行业竞争与未来趋势研究》可知，我国智能语音市场规模大，但最近增速有下降趋势。



以下数据来自中国产业信息网，由此可见，我国老龄化趋势问题愈发严重



据全网资源的数据可知，我国老龄人问题不容乐观



在这种情况下，利用智能语音行业帮助解决我国老龄化趋势严重代来的问题的使命迫在眉睫，依娃软件将重视老年人情感问题与智能语音含行业的发展前景，开发出具有高质量的语音聊天软件，致力于关注更多老年人的情感问题。

二、产品与服务

1、产品

伊娃是一款面向老年人的智能语音陪伴助手 App；App 以语音聊天满足老人情感需求为主线，所有附加功能皆可以语音指令形式触发，力做全声控系统；目前市场主要智能语音用户（如 Siri 小爱小艺同学等）主要针对年轻用户及万物互联中枢等使用，而早先的 QQ 智能聊天机器人虽具有学习成长性与个人订制性，且受限于文字交流形式，门槛较高，皆很难在老年人群中普及；而当代中国人口老龄化趋势愈加严重，老龄人市场将不断扩大，特推出以低体验门槛、低学习成本、服务主动性强的专注老年人社交需求的智能陪聊 APP；

2.服务

设置防诈骗指南、每日新闻、今日热词、养生做菜知识科普、老年大学公开课等专为老年人与现代信息社会接轨的信息推送服务，增进老年人与现代化的代际交流；且全音频化播报，便于简化老年人操作步骤，且不需长时间注视屏幕，可在下棋时、浇花时、看报时提供润物无声的服务；

- (1) 语音聊天系统专为老年人定制，经由大数据与 AI 人工智能服务技术，通过简单的语言交流即可提供如问题回答、聊天、天气查询、提醒事项安排、联系人电话拨打、短信朗读、歌曲播放、戏曲推荐等各种服务的跳转；
- (2) 减少子女担忧：app 精准定位、远程设置闹钟提醒等
- (3) 记录健康运动状况，测量老人心率（或者通过声控打开特定软件）
- (4) 多场景文字识别，减少老年人阅读时身边没有老花镜的困扰

三、市场竞争及分析

1、宏观环境分析（PEST 分析）：

政治因素 (Politics)：《国务院办公厅关于促进养老托育服务健康发展的意见》中强调，培育智慧养老托育新业态。创新发展健康咨询、紧急救护、慢性病管理、生活照护、物品代购等智慧健康养老服务。发展“互联网+养老服务”，充分考虑老年群体使用感受，研究开发适老化智能产品，简化应用程序使用步骤及操作界面，引导帮助老年人融入信息化社会，创新“子女网上下单、老人体验服务”等消费模式，鼓励大型互联网企业全面对接养老服务需求，支持优质养老机构平台化发展，培育区域性、行业性综合信息平台。发展互联网直播互动式家庭育儿服务，鼓励开发婴幼儿养育课程、父母课堂等。

经济因素 (Economic)：当前，网络信息化发展飞速，但人口老龄化进程不可避免；2050 年前后，预计中国老年人口比例将超三分之一，老年人将成为未来市场的一大主力。

社会因素 (Society)：随着政府的宣传与媒体的报道，以及年轻人上班老年人空巢化的现状，老年人的生活水平日渐引起人们的广泛重视。

技术因素 (Technology)：人工智能 AI 技术的成熟；语音处理方法和分布式系统、及语音交互设备和方法技术推广化；

2、企业综合评价 (SWOT 分析)

对企业的利弊分析和所处环境评价一般通过 SWOT 模型来进行，它 包括企业优势 (strength)、劣势 (weakness)、机会 (opportunity)、威胁 (threats) 四个方面的因素。 通过 SWOT 分析，将对我们企业内部和外部条件进行综合和概括，进而分析现存的的优劣势、面临的机会和威胁，具体分析情况见下表：

SWOT 分析图

	项目		评判内容
优势	内部因素	1	语音助手便于老人使用，全声控，使用门槛低，学习成本低
		2	增进老年人与现代化的代际交流
		3	不需长时间注视屏幕
		4	除系统机器人声音外，可录入家人声音数据，用家人声音代替机器人声音
劣势	内部	1	需大量资金、技术、人才的投入

	因素	2	需海量大数据的基础作为前期技术支持
		3	需与其他产品，如天气等进行联合合作
机会	外部环境	1	国家的政策支持与社会进程下老龄化的不可避免性
		2	目前语音智能助手都重在工具的指令性而非对话的娱乐性
		3	互联网时代下，手机 App 的流行性
		4	老人情感需求的日益得到重视
威胁	外部环境	1	养老产业的市场竞争
		2	大资金投入企业与成熟团队的竞争
		3	市场营销的流量投入
		4	老人对 App 的接受程度

四、市场营销

1.目标市场（Marketing）

我们将为具有以下特征的用户提供专业化的产品与服务：

- （1）常年独居的老人
- （2）养老院中家人不能及时尽孝的老人
- （3）子女常年在外的老人
- （4）有交流的欲望，需要关爱与牵挂的老人

2.产品（Product）

产品：“依娃”老人陪聊语音助手

品牌：品牌最持久的含义是它的价值、文化和个性，我们的品牌致力于给予孤独的老人以陪伴，将关怀与爱送达到每一个孤寂的灵魂身边。

3.定价策略（Pricing Strategy）

目标：建造老人陪聊语音助手领域优势平排地位，提高目标市场占有率。

方法：按照细分成本和竞争形势来制定价格。

- （1）收集和分析相关成本数据后我们将得到一个基准数据。
- （2）公司长期经营目标及可持续发展的需要也将成为我们价格制定的标准。

了解市场中主要竞争对手的定价情况、预期的市场需求。

4.战略伙伴建设（Strategy Company Constructing）

（1）在公司前期筹资中所引入的战略伙伴将主要定位于目标市场客户，我们将在资金、研发、销售通路上成为稳定的同盟。

（2）在市场开发的过程中，长期的功效关系、技术和服务的紧密结合所形成的一些大客户也会成为我们的战略伙伴。

5.销售渠道分析

直销：将 APP 放在 APP 下载中心、互联网上直接销售

6.推广策略

（1）人员推销：我们会建立一支具有专业技术知识和掌握营销技巧的高素质推销队伍。此推销队伍人员应经常与老人、养老院、协会进行交流，建立良好的合作关系。

（2）广告宣传

*专业媒体广告：在各大报纸媒体、新媒体平台进行广告宣传。

*电视广告：老人是电视受众的重要群体、具有赡养义务的年轻人也可以通过电视了解我们的产品，电视广告是我们推销的主要途径。

*网络投放：我们会聚焦受众群体常使用的 APP 如知乎等，与其他平台进行合作营销。

7. 市场开发策略

对已开发市场：至已经大量使用语音控制系统的这类市场。这类市场主要应用于广大年轻群体，语音助手作为一项技术水平要求很高的产品，很受年轻群体的欢迎。我们应当在年轻群体中进行广泛的推销，带动年轻群体使用率，用他们对语音助手成熟的消费行为引导老人进行使用。

潜在市场：本产品的潜在市场范围很广泛，因为很多老人都没有使用语音助手的习惯。我们应设立专门的推销团队，向老年人群体进行产品的宣传。

8.技术服务与支持

售前服务：采用宣传、培训和交流等手段，使目标用户群体对我们的产品特性和适用范围有初步的认知。

售中服务：与销售平台签约，及时解决顾客所需。

售后服务：建立信息交流反馈渠道，做好产品质量、服务的反馈信息处理，根据客户的需要不断完善我们的产品。

五、公司战略

1. 共同原景

公司使命和远景陈述：我们致力成为一家帮助长者退休生活领域的知名公司，它将为长者们解决因为退休后所带来的困扰、烦闷和孤独等的一系列问题的一款手机软件。我们致力于研发一款为长者们退休后的生活带来乐趣、欢乐、便利或是能为长者们提供一个交友圈的软件，从而扩大他们的社会圈子，让长者们变得不错孤独。最终达到长者、家人们、社会之间的和谐与可持续发展。

公司宗旨：细节为本，创造愉快美好休后生活

管理理念：以员工为主，创新和服务为中心，以用户为首位，用市场的导向和发展趋势为准则

2. 发展战略

初期（1-3 年）

第一、二年：

总体要求：产品初步引入市场，引导用户对象接受本软件并学习使用本产品，在主要和重点的目标市场中赢取好的口碑，从而树立一个好的品牌的形象，随而言之，取得大众的喜好，便有越多的用户选择和使用此软件。并在全中国范围内尽最大可能与相关技术、人员、企业建立战略伙伴关系。

营销目标：稳步的有策划的分阶段的打造和建立出合适的销售方式、网络和渠道，打开并初步的认识了解市场的发展规律和趋势，制定合适的方案，并招揽不同国家不同领域的人才，从而让内部人员的水平提高。

研发方向：新产品的开发向解决长者退休后的基本需要。

第三年：

总体要求：在同行业的范围内，公司树立起专业、务实、创新型的形象，并扩大对软件的投入、设计和创新，努力成为同行业专业市场内具有代表性的品牌之一。另外，针对熟悉的功能通过反馈的信息，增加和改善其缺乏的功能和不足的地方。

营销目标：在各个销售渠道中基本覆盖重要和主要的目标市场，跟上市场的发展趋势，并发掘新的发展方向，从而赚取更多的用户支持和喜好，旨在目标市场中占领更多的占有率。

研发方向：逐渐了解用户的需要，并不断挖掘新的需求，并提升软件的功能和便利度。

中期（4-6 年）

总体要求：加速产品结构和功能的进一步升级，不断提高产品的完善程度和质量，积极与国内外的知名同行业的企业巨头进行合作和交流，进一步成为国内或行业内具有重要影响力的企业之一。并通过投资其他企业，逐渐让企业成为行业内的领导者。

营销目标：占领重要和主要的市场，并建立一个高效的市场网络。逐步完善软件的缺陷，领导市场的发展趋势，并发展更多的潜力。让主产品在市场上占主导地位。

研发方向：在反馈中不断改善和提升，并研发新的功能供用户使用。与相关行业合作，供用户使用更多服务。此外，向外延伸，研发和推出不同的相关产品。

长期（7-10 年）

总体要求：在公司内部人员和结构进行调整，引入更多的国内外人才，以提供更多的想法和技术。另外，在营销方向流程上进行调整，以方便主产品以外的产品打入市场。通过主产品的推广，把延伸产品逐步打入市场，让用户也使用延伸产品，从而打开市场。实现主产品和延伸产品的销售、经营、市场的一体化，让主产品和延伸产品成为互助互惠的关系。并推导内外人员的竞争和合作，以达共赢的目的。

营销目标：在国内建立多个大型的销售中心，以达公司的一体化。并突破自己，成为同行业的企业中的领导者之一，主产品居于同类市场的主导地位，并成为公司的主要经济收入的重要部分。并以主产品为引导，带领延伸产品逐渐领市场。

研发方向：以顾客的满意程度为主，本着推陈出新的原则，不断的改善，以达到最好的效果。并不断收集延伸产品的反馈，加以解决和改善，以求把产品做到最好。

3. 人力资源战略

目标：设立一套合法的规范，健康发展，激励机制，设立管理结构，以致共同

进步。

途径：

- ✓ 给员工适度的福利和激励，通过奖励员工，提高他们的工作效率和积极性；
- ✓ 设立上下级人员的管理结构，以提高高层人员对下层人员的管制，减低内部人员的混乱和不和，此外，更能激发人员的潜力；
- ✓ 鼓励企业内部人员的良好竞争，促进人员的共同进步。

具体战略实施：

以企业的发展方向和可持续发展的前提，并根据企业的需要，将对不同阶段设施不同的人力资源战略：

✓ **创业期** 这一时段的人力资源战略的中心是招聘初步人才，使产品定形和研发出来。此外，激发人员的创造力和想象力，并通过向外界学习，把知识应用到产品上，以提高产品的质量。在此过程中，也不断的在各行业中挖掘人才，为以后企业发展人员管制结构打下基础。

✓ **成长期** 这一时段的人力资源战略的中心是逐渐完善公司的人员管理结构，在此阶段，公司强调人员的强化和提升，并大量吸入国内外的高级人才，并开始鼓励人员进行内部良好竞争，共同进步和发展，并提出奖励机制，以求达到员工和公司的一体化。

✓ **成熟期** 这一时段的人力资源战略的中心是提高内部人员的水平，与外商合作，让内部人员提供外出交流的机会，并大量招聘优秀人才，进行招聘人员之间的比较和筛选，并以更优秀的福利吸引其他公司的优秀人员过渡自身企业，以求内部人员为最优秀的程度。

4. 企业文化建设

本公司致力于人员的自身的进步和对外的交流，以求不断的提升自我，在竞争方面，本公司推崇合作和竞争之间的平衡。对外，本公司提倡与其他优秀的企业共同合作和发展，以求互赢互利共赢的关系；对外竞争能从其他企业学习到不一样的知识，并在竞争中不断的挖掘新的想法和碰撞到不一样的效果，以达到自身的提升；对内，内部人员的合作能促进人员之间的感情，以提强人员之间的默契程度，以达到公司的一体化，另外内部竞争能挖掘人员的潜力和碰撞出新的想法，更能提强人员的积极性，推动公司的发展。另外，要取得人员、投资者、用

户和社会的最大认可和信赖。

同时，我们认为，一个好的退休软件能为长者和他们的家人们提供到很大的帮助，也是极其的重要。研发一款好的退休软件，能为长者们不再担心休后无聊的生活，能为他们提供一个娱乐平台，让他们体会到比休前还要愉快的生活，是我们的宗旨。做到企业与用户、社会之间的和谐统一，以达到企业的可持续发展。因此，我们认为，我们设计的不单是一个手机软件，而是一个美好的生活。

5. 可持续发展战略

将在以下三点进行改进和加强：

✓ **改善内部人员结构。**通过不断的完善和增加管理制度和增加新的制度，从而优化其中的人员结构，以达到人力资源的可持续发展。另外，通过内部人员的替换和更改，或增加新的职位，使内部人员结构向柔性有机的方向发展，既能保持企业内部人员的控制力，更能使其保持灵活性。

✓ **推进技术的创新和进步。**以用户试用的感受和体验为中心，通过不断的开发新的功能和完善用户所反馈的不足，提升产品的质量和效果，并开发多个不同的产品，以辅助主产品的销售，同时充分利用有效技术，引进国内外先进技术，供人员学习和吸收。

✓ **企业的良好竞争。**企业提倡良好的竞争关系，以求内部人员保持一种好胜心理，推动公司的发展，并在竞争中保持一种学习的心态，不断的吸取经验，从而让公司获得持续稳定的发展。

六、管理架构

1、公司性质

依娃软件是一家有限责任公司；公司定位于以语音聊天软件解决长者因退休后生活中带来的问题，是一家具有独立法人资格的多元投资主体的经济实体。

2、公司内部结构



3、部门职责及配置

董事会：公司的股东代表组成，属于公司最主要的决策层，并负责计划和制订公司的总体发展方向和策略，决定总经理的人选。

总经理：负责管理公司的各个经济方面，需要对董事会负责，并决定副总经理和部门经理的人选，通过市场的发展趋势，制定和监督公司的战略实施。

综合部：负责对内部人员进行管理，并协调各部门间关系，以助公司完成一体化目标，另外，负责人员的招聘、培训、考核和规划。

营销部：负责公司总体的营销策略，决定和决策出公司的营销策略、方向和具体实施措施，并以已实施的营销工作进行一系列的评估和监控，随时了解其情况，包括市场分析、用户服务、销售等。

研发部：负责产品的研发，负责对产品进行一系列的改进和完善，并研发新的产品功能，以满足用户的需求，提高知名度，拓展产品线的广度和深度，并负责对知识产权的具体管理。

财务部：负责资金的筹集、使用和分配，以帮助公司以最少的金钱获得最大的利益，如财务计划和分析、投资决策等；负责公司日常的会计和税收管理工作。

公关部：负责处理对内、外人员的公共关系，为公司对外建立起良好的品牌形象，并组织大型活动供内部人员参加，从而拉近人员之间的距离。

4、知识产权管理

积极加强和维护现有产品和新研发产品的专利申请和保护，以求获得最大利益；对企业现有的技术和知识充分利用到产品上，并积极了解同行业里的先进技术水平和发展，通过加强合作和吸收技术。公司每年净利润的 15%将投入新产品的研发。

5、人力资源管理

为适应未来社会市场的变化，将充分做好三个准备工作，以体现出弹性的人力资源规划：

内部人员的评估：由综合部负责对所有内部人员进行评估，继而建立出一套合理的人力资源评估体系，从而让公司高层充分了解人员的技术水平，并因此因人而异地提高内部人员的质量和效率。

核心人员的培训：保持企业内部原有人员中具有竞争能力的人，并招聘新的人员，让他们一起加以培训，和提供奖励机制，使公司内部的核心人员的数量不断的扩充，以达到人数和质量的双重提高，从而提高企业的质量。

人员的储备库：企业建立起人力资源库，以面对社会市场的瞬息万变，能及时应对不同形势的变化。招聘不同领域的人才，便能确保企业的全面性，以确保企业在面临服务、用户体验反应强烈，甚至是管理结构中出现异常的变动情况下，能及时从人力资源库中满足各危机的需求。

6、员工持股

为了更好的达到员工和企业间一体化，或是将员工和企业利益紧密的关系，实现企业与员工的价值相同，合理和健全的激励机制能使企业和员工间达到“互赢”的局面，因此我们会设计相关制度与激励计划，从而倡导员工的积极性和创造性。我们将采用目前较为通用的“虚拟持股”方式。即是让员工在没有进行实际持股的情况下，设计相关制度与激励计划，使其达到与实际持股相类似的激励与约束效果。

主要的模式是奖励业绩（股票）计划。指的是在年初是确定一个较为合理的业绩目标，如果激励对象到约定期限内达到预定的目标，公司授予一定数量的股票或员工可提取一定的奖励基金购买公司股票。业绩股票的流通变现通常有时间和数量限制。最终员工持股比例约占总股本的 25%左右。

七、生产管理

1. 公司选址：

“依娃”app 致力于服务老年人，通过智能陪聊减少老年人的孤独感，增加老年

人的生活趣味。综合考虑市场需求量、公共基础设施建设、当地地理环境等自然社会因素，决定将公司地址选择在四川成都青羊区。公司选址有以下优势：

- 市场广阔，需求量大
该地有“中国养老第一城”之称，成都有一千多位“百岁老人”，2020 年人均期望寿命达到 81.61 岁，居全球首位。该地区养老人群数量庞大，对陪聊软件 app 的需求量大，“依娃” app 市场广阔，发展前景良好。
- 养老产业发达，形成产业集聚
全市首家区级养老服务综合体落户青羊区，智慧健康养老产业发展迅速，利于产业化和协作化，提高工作效益，便于生产经营管理；利于组织各种服务性和辅助型企业统一服务，减少社会消耗
- 交通等公共基础设施建设完善
青羊区内已形成“三纵七横”的道路交通网络，交通便利；医疗设施完善，形成“国际范”区域医疗中心
- 政府政策支持，投资新技术科技发展
成都是全国首批 5G 试点城市之一，政府加大对新一代信息技术和数字经济产业的投资力度，建立国际创新设计产业园，且临近众多高校，人才众多

2. 研发设计人员管理和配置：

岗位	项目 经理	产 品 经理	UI 设 计师	安 卓 和 IOS 开 发 人员	后 端 技 术 人 员	服 务 端 开 发 工 程 师	交 付 测 试 工 程 师	运 维 工 程 师	其他	合计
人数	1	1	1	2	1	1	1	1		9

3. 成本控制：

引入优秀科技人才，加强相关人员的技能培训，完善产品用户界面，节省 APP 的开发周期和成本，完善软件的交互设计，减少华而不实的细节。

4.产品研发计划流程:

