



企萌——企业人文关怀水平

量化评价平台

QIMENG——APP with Quantitative

Evaluation of Enterprise Humanistic

Care

目录

Catalogue

摘要

02



平台定位

平台亮点

针对痛点及解决方案

产品与服务

06



产品名称

产品目标与定位

产品功能及服务介绍

研究与开发

产品运行模式

市场分析

19



市场概况

SWOT 分析

波特五力分析

PEST 分析

营销策略

26



STP 分析

营销计划

营销策略



社会效益及风险分析 33

社会效益

风险及防范措施



商业模式 38

财务分析

融资计划

盈利模式



团队介绍 47

人员介绍



摘要

Summary



平台定位

平台亮点

针对痛点及解决方案

02

平台定位

“企萌——企业人文关怀水平量化评价”平台，将多维数据分析、评分智能合成算法等技术集成于软件平台中，提供各行业、各企业人文关怀多方面分块量化程度水平、企业人文关怀量化总程度水平、行业或企业人文关怀年度程度水平发展走势等数据与直观图像，同时团队正进行大数据化的数据采集和智能分析等技术的研发，致力于打造真实、可靠、时新、细致的企业人文关怀量化评价。

本团队受到当下企业工作制度所引发的一系列社会问题的启发，在分析当下企业就业普遍存在的痛点——忽视员工工作体验、忽视员工家庭与经济需求、忽视员工身心健康等问题的基础上，利用量化的方法，借助评分智能合成算法，形成一套拥有高度可信度和映射度的企业人文关怀评价机制。平台可为目标受众提供行业或企业人文关怀多方面分块程度水平量化结果、行业或企业年度情况和时段发展走势、行业间或企业间人文关怀程度水平量化对比等，便于目标受众的择业、研究、学习、参考等，有效反映行业与企业的软性指标实力，客观推动各行业企业更加着眼人文关怀。

本产品在数据采集方面渴望寻求企业助力，通过与企业合作的方式获得企业相关数据，即通过企业向员工输出问卷，而本团队相对的，帮助排名靠前的企业宣传推广，从而解决数据来源的问题；在得分智能合成算法方面，将客观数值与主观数值按照科学比例合成，从而保证数据分析结果的科学性；通过样本相对实名制保证数据的可靠性。基于上述几点，从而更大程度地提供符合目标要求的数据与分析结果。

03

近些年，就中国大陆而言，企业人文关怀缺失的问题愈发严重。2020年，拼多多数名员工猝死、自杀，2021年初又有因奔丧被强制开除的案例。“企业人文关怀量化评价”平台旨在将企业人文关怀程度透明化、公开化，客观上向企业施压，同时为目标受众提供真实可靠的信息。

平台亮点

社会效益优势：本产品针对现存社会问题有针对性地设计，用人文关怀评价弥补企业评价的漏洞，用量化的方法弥补评价划分标准模糊的缺陷，并且预期通过本产品客观促进相关社会问题的缓解，推动社会对立方面矛盾关系的改善。

技术研发优势：建立大数据库并使用云服务器储存数据。云数据库将为大数据技术的实现，提供可靠、便捷、公开透明的数据存储、提取、转化服务，具有可移植性、可按需扩展、高可用性

项目预期合作优势：本产品在数据获取方面预期与企业达成合作，通过与企业达成合作向企业员工投放问卷，获取企业相关情况的原始数据。同时，帮助最终得分靠前的企业进行推广宣传。

团队综合实力较强：为了响应粤港澳大湾区人才发展战略，“企业人文关怀程度水平量化评价”团队借助国内第一侨校优势，汇聚了国际商务、工业工程、会计学各学科人才，分别负责技术研发、产品功能及服务设计、市场运营分析、营销策略设计、财务分析、APP视觉设计等模块，实现了团队人才的最佳配置。同时，成员分工明确、团结协作、综合实力优秀，携手以新思考、新技术为解决当下存在的相关严重社会问题提供解决方法。

针对痛点及解决方案

企业人文关怀程度水平量化，为当今社会存在的企业广泛缺失人文关怀的现象提供了客观监督，为企业人文关怀程度水平未普遍纳入企业评价机制的问题提供了一套有效方案，同时也通过量化的方式弥补了企业人文关怀程度水平模糊的既有缺陷。

企业人文关怀广泛缺失：针对当下社会人文关怀在企业内部普遍缺失的问题，该产品能够作为第三方对企业人文关怀程度水平进行评价，并且将数据分析结果公开透明，从而在外部环境形成一种客观因素对企业施压，推动企业在人文关怀方面的进一步重视。

企业人文关怀程度水平未普遍纳入企业评价机制：在当今社会，企业评价的主要指标多为硬性数值指标，如利润、现金流量、企业规模、员工薪资等，而忽视了员工工作体验、员工入职身心健康状况、员工精神福利等软性指标。本产品旨在建立一套针对于人文关怀这一总体软性指标的评价机制，得出企业软实力评价，方便纳入企业评价机制，得出更加全面、可靠的企业评价。

企业人文关怀程度水平普遍模糊：当下企业人文关怀程度水平缺少清晰的划分，企业人文关怀无法直观体现，企业间人文关怀的程度水平也无法直观对比。针对上述问题，本产品通过量化的方式，将企业人文关怀程度水平进行直观化处理，从而弥补当下人文关怀程度水平普遍模糊的缺陷。



产品与服务

Product and Service



产品名称

产品目标与定位

产品功能及服务介绍

研究与开发

产品运行模式

06

产品名称

企萌——企业人文关怀水平评价平台

产品背景

2019 年 3 月 27 日，一个名为 “996ICU” 的项目在 GitHub 上传开。

自此，996 工作制度成为了居高不下的社会热点话题。

百度百科对 996 工作制度的词条解释是：“996 工作制是一种违反

《中华人民共和国劳动法》的延长法定工作时间的工作制度，指的是

早上 9 点上班、晚上 9 点下班，中午和傍晚休息 1 小时（或不到），

总计工作 10 小时以上，并且一周工作 6 天的工作制度，代表着中国

互联网企业盛行的加班文化。”

百度词条解释毫不留情地点明 996 工作制度违反《劳动法》，是一种

不合法的工作模式。同时，也点明 996 盛行于互联网企业。

2019 年 4 月 12 日，阿里巴巴通过其官方微信号上分享了马云支持

996 的观点。马云的这篇文章观点是建立在做感兴趣的工作的基础上的，

而且列出了不少例子，甚至两弹一星都搬出来了。不否认确实有人

从事着自己非常喜爱的工作，但同时也有一句话叫做能把兴趣变成

职业的比中奖都难。绝大多数人是为了生存和更好的生存在选择自己的

职业，挑选工作时考虑的是对方的待遇，和自己的能力能否胜任。

然而讽刺的是，早在 2016 年 11 月，阿里 22 岁员工潘洋因为连续上

班压力较大，在和同事的沟通中发生冲突导致在公司当场崩溃，在 60

多个同事的围观下倒地哭泣抽筋并被送进医院，后来领导也没有就此

给出一个解决方案。

07

08

最后，这位员工得了中度抑郁症。在中国，每年有 60 万人过度工作导致猝死。也许你对这个数字没有概念，这意味着时间每经过 1 分钟，就有至少 1 个人由于工作劳累而告别人世。

阿里是闻名业界的“996”工作制，曾经前阿里巴巴执行副总裁卫哲在校招时明确表示“不接受加班的不招”。

无独有偶，2020 年 12 月 29 日凌晨 1:30，拼多多公司上海 23 岁女员工张某霏在与同事一起走路回家的路上捂腹到底晕厥，经抢救无效身亡。2021 年 1 月 4 日获悉，劳动保障监察部门已对拼多多劳动用工情况进行调查。2021 年 1 月 9 日，拼多多通报一名员工在长沙家中跳楼自杀身亡，拼多多在回应中提及将立即在内网 OA 系统开通心理及特殊紧急事项咨询通道，安排专人为员工提供咨询服务。

拼多多只是以 996 制度为代表的加班模式后果显现的典型，事实上，996 制度早已从互联网行业逐渐渗透到了其他许多行业。

加班文化盛行在大多数的互联网公司，甚至有创始人说道，“你在未来某一天成功后，一定会感谢当年苦逼加班的自己。”而相比于用人文关怀滋润员工使之源源不断产出价值的模式，以 996 制度为代表的加班模式着眼于眼前价值，拼命榨干员工，只能获得短期的效益，并且还会为企业带来许多负面影响。令人可惜的是，以 996 工作制度为代表的加班模式缺乏人文关怀，是现今中国绝大多数企业在企业文化方面残缺的体现。缺少对于员工工作体验、生活品质等软性指标的考虑，只一味追求利润、现金流量等硬性指标，而将员工作为产出机器，是当下国内许多企业最突出的弱势，也是最为人诟病的特点。

产品目标与定位

1. 产品目标

目标一：打造企业人文关怀各子块全面整合量化平台

企业人文关怀包含诸多子块，如员工工作体验、家庭与经济需求、员工身心健康等。本产品致力于全方位涵盖企业人文关怀各子块进行量化评价，将各子块程度水平全面整合进行量化评价，以得出较为全面的数据分析结果。

目标二：打造 0 造假企业人文关怀量化评价平台

本产品致力于通过与政府的合作，利用政府公信力和强制力保证数据来源的真实性与可靠性。例如通过政府强制性措施保证员工进行评分不受所在企业高层或管理层意念的影响，并且将员工评价等数据对包括企业管理层在内的外部保密，从而越过企业管理层直接使本产品与企业员工进行对接，从而获取最为真实可靠，未经篡改的数据。

目标三：打造提供现成企业数据分析的评价平台

本产品致力于提供现成的、明晰的企业人文关怀程度水平量化评价，以量化各软性指标子块的方式将程度水平数据清晰呈现，从而为择业者择业、研究者研究、咨询公司的业务经营提供相关现成数据支撑，使择业者对于选择企业多了可靠参考，研究者和咨询公司等有了现成的研究数据来源，并且能够根据数据快速分析得出标杆企业等结论，方便研究、学习标杆企业相关模式。

09

2. 产品定位——真实、可靠、时新

通过大数据、云服务器以及政府强制力来保证产品数据来源的真实可靠、不经篡改、公开透明。同时，短周期对数据来源进行更新从而保证数据分析结果的时新性。

产品功能及服务介绍

1. 功能

功能一：历史评分记录功能

平台包括云储存服务器，将储存所有参与评估的企业的历史评分结果，包括月度、季度、年度数据，为用户提供纵向比较纬度。

功能二：智能生成行业分析报告

评分完成后，系统将生成行业报告，利用本平台的智能算法，用户可以根据结果横向比较企业人文关怀水平情况，为择业提供新依据。

功能三：异常企业排名功能

参与评分企业将依据算法得出的评分进行排名，直观反映企业人文关怀水平，得分低于一定水准的企业，将在异常企业名单中出现，具有权限的用户可以查看此类名单，避免选择就业。

功能四：就业推荐企业功能

通过智能算法将企业评估后，用户个人可以查看评估得分结果较高的企业名单，平台提供就业推荐功能，将使得从业者便于选择更理想的企业进行就业。

2. 服务

服务一：为企业提供咨询服务与广告服务

基于平台提供的行业分析报告，用户可以从中参考不同企业对员工的关怀程度，了解不同企业的企业文化以及福利待遇等资讯。同时本平台在数据分析的同时可为企业提供相关咨询服务。而对于评分结果高的企业，本平台能起到提高该企业声誉、口碑的作用，进行良性宣传。

服务二：企业信息发布与公示

平台将收集企业有关人文关怀的各类资讯，包括企业历史诉讼记录、当前企业福利待遇等信息，甚至包含就业招聘信息，均可由平台提供发布、公示的服务。

服务三：监管部门对异常企业的发现与警告

政府将根据平台评估结果的排名，对相关企业进行警示，努力推动劳动规范合法化，保障就业人群应有的福利待遇等，保障就业市场中从业者与就业者的基本权利。

研究与开发

1. 前期准备

准备一：云服务器载体构想

云服务器的管理方式比物理服务器更简单高效。用户无需提前购买硬件，即可迅速创建或释放任意多台云服务器。由于云服务器拥有高性能的数据处理能力，不仅能够储存数据，而且还能够快速的处理数据，所以可用于建站服务、Email 邮件服务、小程序后端服务、APP 后端服务等，既能提高效率，又能节约成本。

准备二：认可度调查

为了获取产品研发的市场前提，团队开展了群体认可度调查。通过问卷调研的形式，对社会各群体（主要针对目标市场群体）展开认可度调查。

相关性

		您所在行业 996的工作模 式盛行。	您的所属企业 给予了足够的 人文关怀。
您所在行业996的工作模式盛行。	Pearson 相关性	1	-.397**
	显著性（双侧）		.000
	N	233	231
您的所属企业给予了足够的人文关怀。	Pearson 相关性	-.397**	1
	显著性（双侧）	.000	
	N	231	232

** 在 .01 水平（双侧）上显著相关。

负相关 -0.397 很显著

说明 996 工作模式的盛行程度 与 所属企业给予的人文关怀程度 呈较为显著的负相关关系。即在 996 工作模式盛行的社会下，企业给予员工的人文关怀是很少的。

相关性

		您所在的企业 行业是？	您认同996的 工作模式。
您所在的企业行业是？	Pearson 相关性	1	-.264**
	显著性（双侧）		.000
	N	319	318
您认同996的工作模式。	Pearson 相关性	-.264**	1
	显著性（双侧）	.000	
	N	318	318

** 在 .01 水平（双侧）上显著相关。

负相关 -0.264 很显著

说明 996 工作模式的盛行程度 与 所属企业是否为互联网行业 呈较为显著的负相关关系。即 996 工作模式在互联网行业中更加盛行。

2. 开发工作

软件开发团队根据前期一系列工作所得成果，使用 Xmind 软件对应用程序的框架进行了整理，明确了应用程序的主要功能、页面层级、人机交互逻辑，确定制作一款搭载云服务器的独立 APP，使用 PS 软件实现了 UI 视觉设计，并将在未来项目进展过程中使用 Eclipse 进行 APP 的开发，开发语言为 JAVA。计划使用云数据库作为 APP 数据库，可以快速搭建稳定、可靠的数据库服务。

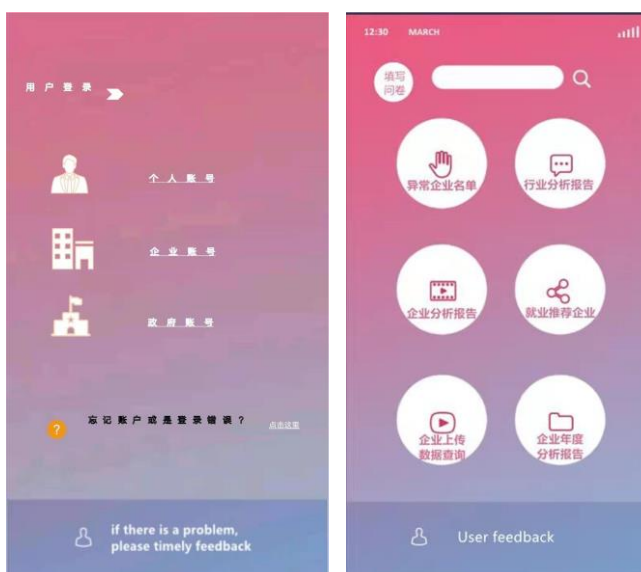
项目核心技术：大数据

大数据技术的战略意义不在于掌握庞大的数据信息，而在于对这些含有意义的数据进行专业化处理。大数据实现了收集于企业的大规模数据的增值，大数据在项目中的应用，依托云服务器提供的数据库服务，对海量基础数据进行整合、筛选、分析，以得到所需信息。大数据时代，计算模式也发生了转变，从“流程”核心转变为“数据”核心。hadoop 体系的分布式计算框架已经是“数据”为核心的范式。非结构化数据及分析需求，将改变 IT 系统的升级方式：从简单增量到架构变化。而云数据库将为大数据技术的实现，提供可靠、便捷、公开透明的数据存储、提取、转化服务，具有可移植性、可按需扩展、高可用性(HA)。

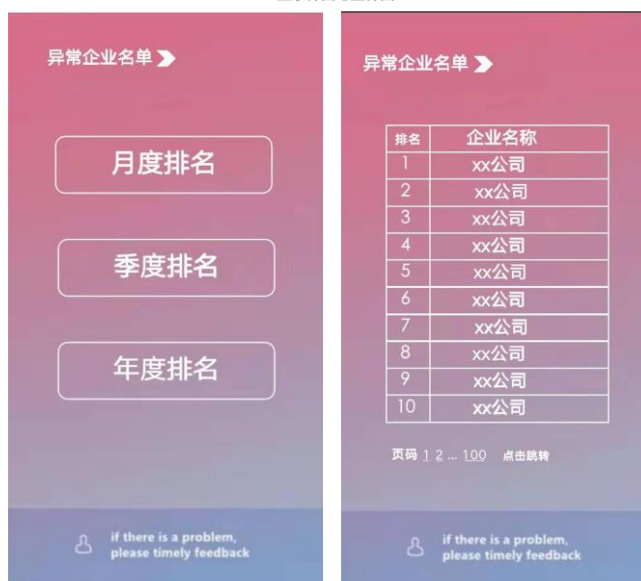
产品运行模式

页面及功能

登录界面分为政府监管部门登录、企业登录、个人登录，分别需要相关信息认证才可注册登录。平台主页具有六个子界面：异常企业名单、行业分析报告、企业分析报告、就业推荐企业、企业数据查询、企业年度分析报告。



登录界面与主界面



异常企业名单界面

搜索功能：提供全局搜索

异常企业名单：仅政府监管部门登录可见。根据异常程度先后顺序排列企业名单，分月度、季度、年度排名。点击“企业名称”进入下一界面。将看到由数据分析引擎得到的异常企业具体数据，核实后将有警告操作，该操作将计入企业分析报告。相关企业负责人将收到警告。

行业分析报告：登录均可见。根据行业整体水平进行分析并得出报告，点击行业名称进入下一界面。将看到某行业相关数据，数据为直观评价类型，无底层数据展示。



行业分析报告界面

企业分析报告：仅政府监管部门和企业登录可见，且政府监管部门登录具有修改权限。点击进入下一界面，政府监管部门与企业均可在自身登录权限下查询到具体数据，包括综合评分、发展趋势图以及底层数据展示，并且可导出。

就业推荐企业：登录均可见，但推荐排名由大数据技术分析+监管部门评价得分按比例合成得出。原始数据库将不对政府、企业、个人和运营方中的任意一方开放。该子界面包含行业排名、同行业企业排名。点击进入下一界面，可获取企业相关介绍以及就业友善程度评分。

企业数据查询：仅政府监管部门和企业登录可见，政府监管部门登录具有修改权限，企业登录不具备修改权限，但具有对本企业数据的申诉权。数据由政府监管部门控制的软硬件设施获取，与企业方无关。企业对于要求申诉的数据进行申诉，一旦申诉成功，将反馈政府监管部门，经监管部门同意可由监管部门进行修改。



企业数据查询界面

企业年度分析报告：登录即可查看。企业为报告发布者，将根据企业分析报告得出的结论进行总结，并确定次年相关规定的变更。政府监管部门和个人仅能登录查看，不具备修改权限。

填写问卷：仅企业员工可通过个人登录填写问卷，企业与政府监管部门无权限。本平台计划通过此功能，向达成咨询业务合作的企业基层员工投放问卷，从而获取相对真实的企业人文关怀水平数据。

反馈功能：“if there is a problem, please timely feedback”。该按钮可向运营方反馈使用过程中遇到的各种问题。

数据获取方式

本企业决定采用通过企业员工填写问卷的方式获取数据，希望能够得到企业的反馈以及达到宣传的目的。我方计划与企业方达成合作，平台提供咨询服务以及推广宣传服务，企业方则开方平台的问卷投放权限，以便平台通过企业向基层员工投放问卷。同目标企业形成合作关系，让员工直接通过个人登录进入 APP 进行填写，填写问卷全程保证匿名操作，获取的数据也将不向企业或其他任何方面透露，并通过算法形成最终结果。为确保结果可靠性，针对填写人员信息安全问题，签订“保密”协议；针对员工数据真实问题，签订“问卷真实性”协议。除此之外，我方通过自主设计的信息平台获取数据，采取相应保密模式，使得企业高层方面无法通过任何方式提前了解或干涉结果；另外，我方在保证填写用户个人信息安全的同时，将获取填写用户的 IP 地址并后台进行不定时归类审核并公示警告名单，确保填写用户位于目标企业所在区域，防止企业恶意提供虚假数据干扰结果。

投放问卷相关手段

初期：1 企业合作：自身影响力不足，需要与企业合作实现问卷的发放以员工数据，通过免费给予企业查看分析报告等的权限，吸引企业与平台合作，实现初期数据库的基础建立。

2 网络推广：可作为一项社会研究调查，在互联网上通过投放问卷广告，吸引已经就业的人员填写问卷，甚至可以创建分享模式，即分享次数达到一定数量之后，可以免费获得本平台的一些查看权限或会员资格作为福利回报。

中期：此阶段通过前期企业合作、网络推广的方式积累了一定基础数据库之后，一方面仍沿用前期方式进行问卷发放收集基础数据，另一方面也将有部分主动使用本平台服务的企业提供数据支持，以“边际工资”作为强有力的说服工具，作为一个广告亮点，扩大本平台的知名度。

后期：本阶段平台各项技术已经逐渐成熟，在市场也已经积累了一定声誉，有较大影响力，通过本平台自身说服力，已经形成了品牌效应，需要继续保持已合作企业的良好沟通，发放问卷，保证每个阶段的数据收集工作顺利进行。同时可以主动联系更大更知名的企业，谈成合作使用本平台，双方互利。通过不断提高本平台的分析报告质量，打造品牌能力与声誉，形成良性循环。



市场分析

Market Analysis



市场概况

SWOT 分析

波特五力分析

PEST 分析

市场概况

面临如今快节奏发展的社会，有关企业人文关怀的资讯服务需求急剧增加，而市场供不应求，缺乏此类服务提供。已有平台提供的服务又存在例如样本容量过低、雇员评分不客观、企业相关数据无法获得或来源不可靠等诸多问题，功能设计均不成熟。

SWOT 分析

1. 内部能力：

S（strengths）优势：

创建企业人文关怀评估的新机制。本团队全新打造员工获得企业人文关怀得分评价平台，创新建立多重机制进行运算，将多个评分项目科学综合形成总评分。

建立云服务器数据采集系统。团队将建立与服务器数据采集系统，能为本平台所需的大量数据提供快速服务，数据能做到公开透明，更具信服力，于用户而言具有重大参考意义。

有效量化各企业的人文关怀水平情况，为从业者提供重要择企依据。

本团队通过对收集到的各类样本对企业进行综合运算评分，从而得出业雇员获得人文关怀年度得分以及年度得分走势，量化了企业人文关怀水平情况，为广大从业人员提供选择企业的比较指标和重要依据。

最终得分数据清晰、简单，用户容易理解、比较。通过本产品的评价平台最终得到的企业人文关怀程度量化数值，清晰简易，便于用户直接理解数据。通过数据运用比较，为从业人员择企时，提供重要新指标。

W (weaknesses) 劣势:

数据来源需求大，短时间内采集不易。由于平台评分系统的建立需要来自企业员工的大量数据综合支持，短时间内采集的数据不足将导致平台只拥有某几家企业的数据，那么实际应用范围将大大缩小。

数据采集的问卷填写缺乏有效监督。由于平台数据采集是通过企业内分发问卷的方式获取，不排除存在企业上层为了提高自身指标水平吸引更多就业者，从而强制要求员工打高分的可能性，误导本评价平台的运算结果，混淆大众视听。

项目的技术与体制新颖，需要一定的市场适应期。团队创新了评分评价体系，加上前期数据采集需要一定时间，因此本项目正式开启后，需要一定的市场适应期。

2. 外部因素:

O (opportunities) 机会

适应市场需要，于从业者而言有发展前景。社会越来越注重心理健康的趋势，使得越来越多的从业者关心起未来工作企业对员工关怀程度，而本平台提供的企业人文关怀程度量化数值为广大需求者提供了有效数据进行参考。

企业自身对产品需求越来越多。企业关怀逐渐成为企业自身重要关注问题，随着社会发展的脚步，越来越多的企业重视自身的文化建设，拥有良好的企业理念与企业文化的企业必定也会十分注重对员工的关怀，因此本平台可以提供企业对自身关怀程度的评价。

新领域，本平台有机会抢占先机。作为新领域，以科学的机制量化企业对员工人文关怀程度的数据，本平台仍有机会成为领头羊，抢占市场先机。

T （threats） 风险

平台公信力容易受外界损害。部分员工人文关怀水平较低且无心改进的企业，可能会恶意参与，影响评分，使得本平台的公信力受损，影响严重者将迫使本平台离开市场。

数据采集周期长，存在其他企业潜入抢占的市场风险。前期数据采集时间较长，因此这短时间内，可能有同领域其他企业进入市场，抢占市场份额。

外部因素	优势 Strengths	劣势 Weaknesses
	创建企业人文关怀评估的新体制。 建立云服务器数据采集系统。 有效量化各企业的人文关怀水平情况，为从业者提供重要择企依据。 最终得分数据清晰、简单，用户容易理解、比较。	数据来源需求大，短时间内采集不易。 数据采集的问卷填写缺乏有效监督。 项目的技术与体制新颖，需要一定的市场适应期。
内部能力		
机会 Opportunities	SO 利用	WO 改进
适应市场需要，于从业者而言有发展前景。 企业自身对产品需求越来越多。	主打平台创新性，提供量化服务，抓住用户消费心理，提供切实服务。	与各大企业派专人对接，跟进数据收集服务，形成一套新系统机制
适应市场需要，于从业者而言有发展前景。	不断更新科学算法机制，与研究院合作出企业关怀新成果	早期参与支持本平台数据收集的公司可以享受鼓励政策，将获得一定的免费使用权限
风险 Threats	ST 监视	WT 消除
平台公信力容易受外界损害。 数据采集周期长，存在其他企业潜入抢占的市场风险。	邀请政府监管，或与政府合作，使得平台更具权威性。 另外建立健全一套适应本系统的监管体系。	早获取市场收集数据，尽快适应市场，早投入使用。

波特五力分析

1、供应商的议价能力

目前平台开发技术由本团队成员以及校外导师共同提供支持，属于自建自创平台，因此供应商议价能力较弱。

2、购买者的议价能力

从本评分评价平台与购买者的挂哪里来看，现阶段的员工获得企业人文关怀得分数据处于买方市场，主要因为本项目创新性较高，目前市场上可供选择的同类型平台较少，从而造成购买者对于企业评分产品的价格敏感度较低，从而其议价能力偏弱。

3、新进入者的威胁

企业评分评价体系领域仍处于蓝海市场，潜在竞争者包括具有超强数据处理技术的互联网公司以及拥有其他评分算法理念的初创公司。

4、替代品的威胁

对于企业自身而言，可以自行形成一套员工人文关怀的内部评估系统，但是较为复杂，一般性企业通常不会有这样自行评估的意识或评估系统的技术与理念。对从业者而言，可以多方打听调查意向企业的人文关怀情况，多从他人口述经历了解，但耗时过长，信息来源较少，可观性较弱，难以在不同企业之间进行比较。

5、同业竞争者的竞争程度

随着社会大众对心理健康的关注度增高，不少企业开始注重员工获得本企业人文关怀的情况，许多数据公司也更多地开展业务，为企业提供相关数据分析工具，包括一套完整的流程，但忽略的从业者这一群

体，本平台能为从业者提供参考企业的选择依据。相比之下，行业内竞争者现在的竞争者能力，主要体现在其流程与服务的完整性和及时性，本初创公司前期由于数据不齐从而产生的困难较多。

PEST 分析

P 政治(politics)

中国劳动协会副会长苏海南说：“996”工作制明显违法劳动法，虽然有些岗位和行业需要加班，但普遍性和制度性实施是行不通的。这段话已经代表了国家对于 996 工作制的普遍看法。然而国家并没有出台强制性措施控制这种不合理的加班制度，尽管不少相关人士已在为此努力。但考虑到中国基本国情，人口基数过大，为了保证就业率以及民营企业的存活率，国家层面暂时不会过度关注 996 工作制问题。可以说在这方面有一定空白，可趁此机遇将行业加班乱象规范化。

E 经济(economy)

996 本质上是在利润分配上，降低劳动分配比率，提高资本分配比率。降低了普通人的日常消费水平，就降低了金钱流通速率，然而高收入人群往往会倾向于更多投资，规避风险，储蓄等。相比而言，低收入人群的钱更多用于改善生活质量，这种流通速度显然更快。刺激消费重点应是中低收入阶层，也就是提高低收入人群的收入比提高高收入人群收入更能刺激消费。然而 996 的加班工作制却与之违背，提高社会失业率，降低社会平均消费水平。长此以往，在中国的经济体环境之下，这是十分不利的，本项目或将有利于改善当前不科学的经济发展现状。

S 社会(society)

社会中的头部企业实施 996 工作制，将会用高薪给 996 一种表面上的正当性，让人觉得加班等同于努力，也等同于高薪；然而受限于我国的人均收入，绝大部分人根本无法进入此类企业，于是这种践踏劳动法的行为被其他企业进行效仿，用极低的成本压榨员工，最后造成消费畏缩，生产过剩。由于自身制度的不合理性，极易给员工造成“35 岁”危机，企业对年轻人的需求越来越大，从而造成老员工改行甚至失业等职业危机。996 还在压榨工人劳动时间上获利之后，不求提升核心竞争力，停留在低端产品水平上，对社会创新力发展也有极大影响。

T 技术(technology)

大数据技术背景下时代，企业发展获得了更多机遇，也迎来了更多挑战。大数据是进行大量信息数据的聚集和汇总整理，主要是借助软件对进行用户信息和基本情况有效获取，并进行分析和收集处理，得出所需要的信息。本项目所用大数据技术，以云服务器为依托，收集整理有关员工所在工作大环境的人文关怀相关体验的数据并加以分析，得到科学合理的评分，确保劳动者的合法权益与身心健康，起到了推动社会发展的积极作用，从长期方面提升了企业的发展潜力，并将成为监督劳动法制的得力工具。



营销策略

Marketing Strategy



STP 分析

营销计划

营销策略

26

STP 分析及营销策略

S (Segmentation)市场细分

企业根据市场需求的多样性和购买行为的差异性，把整体市场划分为若干个具有某种相似特征的顾客群（称之为细分市场或子市场）。

单变量细分：

消费者市场的细分变量

- * 地理变量——地区、人口密度、气候、城市规模
- * 人口变量——年龄、性别、收入等
- * 心理变量——社会阶层、生活方式、个性
- * 行为变量——购买时机、寻找利益、用户状况、使用率、忠诚程度

多变量的细分就是根据影响消费者需求的两种或两种以上的因素进行市场细分。现在的市场细分为达到更全面更精确的目的，大多采取多变量细分。

依据地理变量进行细分，则可将国内整体市场分为东南沿海市场、华北及东北市场以及西部市场。地区由东南至西北，人口密度由东南市场到西北市场逐步递减，气候逐步恶劣，城市规模逐步缩小伴随城市数量也逐步减少。

依据人口变量进行细分，则可将整体市场分为未成年人、成年无业且无就业意向人群、成年无业且有就业意向人群、企业从业人群、事业单位从业人群、个体从业人群、退休人群等。

除此以外，还有多种多变量细分方式。针对该款企业人文关怀评价软件，采用根据人口变量的细分较为贴切。

T (Targeting)确定目标市场

从细分市场中选择一个或若干个子市场作为自己的目标市场，并针对目标市场的特点展开营销活动，以期在满足顾客需求的同时，获取更大的利润。

针对该款企业人文关怀评价软件，采用人口变量的细分中，成年无业且有就业意向人群、企业从业人群、事业单位从业人群中均涵盖目标市场的某些部分。

成年无业且有就业意向人群即成年择业者。企业薪资、福利待遇与人文关怀等方面是该群体在择业过程中着重考虑的内容，而该款软件的核心功能即提供某行业人文关怀整体情况、某企业人文关怀个体情况以及发展走势，因此为择业者提供了鲜明的数据支持，便于择业者进行择业。

企业从业人群与事业单位从业人群包含企业相关方面研究人员以及咨询公司、私立或公办高校相关方向研究者、政府相关部门人员等。

由于企业人文关怀是当前社会的一大热点，故上述几类群体主要的工作就是对企业人文关怀这一方面展开研究。该款软件能够为研究者提供鲜明直白的数据，清晰地得出该方面标杆企业，便于研究者研究标杆企业相关模式，也方便研究的深入推进与时间的进一步节省。

P (Positioning)产品市场定位

企业在选定的目标市场上，根据自身的优劣势和竞争对手的情况，为本企业产品确定一个位置，树立一个鲜明的形象，以实现企业既定的营销目标。

市场定位即目标市场定位，在之前已经有所叙述。这里主要叙述产品定位。

产品定位决定营销策略。这里主要采取主要属性定位法、使用者定位法和分类定位法。

主要属性定位法：

营销策略：将营销想法定位为提供更倾向于人文关怀等企业软实力的企业评价。

根据我们对各个年龄段人群做的初步调查，我们发现企业人文关怀是当今择业者与企业就业者极为看重的利益点，但是很少有企业评价机制广泛纳入对人文关怀的评价。我们强调对人文关怀进行评价这种重要特征为该软件的特有特征。

使用者定位法：

营销策略：基于目标市场需求塑造形象。

这种定位方法基于目标市场定位。在此目标群体中，基于他们的需求塑造一种形象。该软件可以基于择业者择业的需求、研究者研究的需求以及咨询公司等经营业务的需求，塑造一个主打对企业人文关怀进行评价的产品的形象，会使得定位在目标市场上显得更突出。

分类定位法:

营销策略: 强调该软件机制是第一个专注于对企业人文关怀进行评价的机制。

定位为优先选购的领导品牌,以防止被其他竞争者影响市场地位。在宣传中强调“第一个”“首发”等类似特征,从而巩固自身市场地位。

营销计划

第一阶段

短期(1-3 年) 市场目标:开拓市场、塑造品牌,开拓需要企业员工人文关怀信息以及同行对比情况的企业市场。①向珠海市企业宣传,获取需求信息,积极开展合作,将产品和服务捆绑销售去打开市场,鉴于平台为动态平台,信息更替快,和企业签订合同以年数为主,通过这样占据市场并达成长期合作。通过与企业的合作了解企业的信息并向他们宣传来展开下一步的合作。②大力在本市互联网和非互联网企业宣传本服务以及本产品,提高本产品和服务的知名度,初步建立起企业监控的“员工人文关怀保障管家”品牌形象。

第二阶段

中期(4-6 年) ①市场目标:将市场开拓到粤港澳大湾区,每年保持一定数量开拓新市场,抢占市场份额,积极创新,引入专业人士对企业的运行和发展趋势是否良好进行分析以便更好地服务企业和员工,由此建立起进入壁垒,比后来进入本市场的竞争者更胜一筹。②通过与合作公司建立联系,提供良好的服务水平,赢得“回头客”。同时通过顾客去传播品牌,打响品牌,营造品牌效应。

第三阶段

长期(7-10 年) 市场目标:将市场辐射沿海省份,根据政策指示,进一步创新监管机制以及技术服务,营造更好的监管氛围,让企业人文关怀发展更进一步,督促各行业各企业加强内部员工心理方面重视程度。

营销策略

单一诉求策略

精确对准在人文关怀方面可能有严重缺失的互联网行业,准确地提出管理人文关怀减少风险的服务和产品,满足政府管理各行企业和企业对自身和同行情况对比的诉求点。

1. 精准: 有需要自身人文关怀程度信息和员工反馈的相关企业
2. 诉求点: 大多数企业往往忽视对员工人文关怀的重视, 希望能够找到能够为非标杆企业树立正确合理的学习对象, 在追求利润与现金流量的同时着眼关注雇员工作体验等软性指标。同时咨询行业需要更多有效数据来源。

动态营销策略

根据政府政策指引以及市场中其他竞争者的加入,总结其他竞争者的优势劣势去改进和创新产品和服务,争取在竞争中突出。不断调整营销思路,改进营销措施,使得营销活动动态地适应市场变化。

1. 政府政策: 到目前为止是激励创新的中小企业积极发展以带动国家经济增长。支持的同时也反对员工进行过多压迫, 根据劳动法的规定, 996 这种模式实际上是违反的法律对员工的一些最低诉求要求的, 而我们也旨在改变这种现状。

2. 他潜在竞争者:比如有相似的定位功能的产品可能也想进入市场,通过分析他们产品利弊,来突出和完善自我,增加互联网企业的粘着度。

品牌营销策略

打响品牌,让政府管理部门和中小企业更加信任本企业,通过品牌效应,帮助我们走向粤港澳大湾区,走向沿海城市和广东省的中小企业服务。

1. 品牌定位:“压低人文关怀缺失风险,加强政府管理作用”
2. 品牌效应:信誉度上升,为走的更远做好准备。
3. 品牌打造:与腾讯等互联网发展迅速地龙头企业合作案例去带动其他的中小型进一步和我们合作,销售人员线上咨询互联网企业人员,线下辅以传单与互联网企业人员宣传我们的服务。

线上营销

针对求职者群体接触媒介的信息化针对性,我们将采用线上营销方式。

1. 与求职平台合作:计划通过与 58 同城、智联招聘等求职平台的合作,在求职平台中开拓企业人文关怀水平界面,提供数据分析基础结果,并附上本产品链接,求职者可点击链接直接进入本产品登录、注册界面。
2. 线上口碑营销---朋友圈分享。通过精心设计的朋友圈内容,选取各个行业样板企业核心人物进行朋友圈分享。朋友圈内容里有 APP 下载注册链接或二维码。形成以点带面的宣传效果。
3. 公众平台:通过向微信公众平台或抖音、小红书等自媒体平台投放广告,向目标客户传送服务信息。



社会效益及风险分析

Social Benefit and Risk Analysis

社会效益分析

风险分析及防范措施

社会效益分析

用户层面效益

用户群体主要集中在企业择业者、企业从业人群与事业单位从业人群包含企业相关方面研究人员以及咨询公司、私立或公办高校相关方向研究者、政府相关部门人员等。对于企业择业者，该软件提供尽可能全面的企业人文关怀情况，方便企业择业者对比从而获得目标企业人文关怀的程度，综合考虑进行择业。对于相关方向研究人员以及咨询公司、私立或公办高校相关方向研究者、政府相关部门人员等，该软件可以提供真实并且时新的数据，量化企业人文关怀程度，方便研究者进行定量的研究和海量数据的获取与分析，也方便政府人员制定监管规定等。

产品载体层面效益

企业作为向软件提供数据支持的产品载体，该层面的效益主要来自于客观方面。该软件作为企业与择业者等之间的第三方，运用数据量化评估企业人文关怀程度，从而在客观层面对企业施加外部压力，进而使企业增加人文关怀方面的关注度。

社会大环境层面效益

该软件能够推动企业更加注重人文关怀，向更加员工友好的方向发展，也使得用户能够通过该软件了解并且对比行业或企业间人文关怀的情况，方便研究与择业。

该软件可推动对立方之间矛盾的缓和，促进社会氛围的和谐。

风险分析及防范措施

市场营销风险

本公司的受众较为广泛，适用于各大小型企业，特别是现在进入数字化、大数据时代，互联网行业对于人力的需求量极为庞大，996 制度的压迫也使这个行业成为我们公司产品的主要受众。鉴于本公司在初期没有品牌知名度,企业方可能不信任我们的产品与服务质量和客户信息保密度,如何成功说服各行业的高级管理人员以收集到多方面数据和如何让企业管理层能运用我们的服务理论结果到实践中,这需要营销方面的人员知识、技巧等各方面的完备。

风险应对初期制定优秀可行的营销策略,聘请高素质营销人才。我公司将尽力打造一个技术先进,监管用心的品牌形象,让各企业、机构信任我们,成为业界的领头羊。

技术风险

风险分析技术创新是一种高难度,高风险的创造过程,技术创新类企业本身就是一个风险很大的企业。技术更新日新月异,今天红遍市场的先进技术,明天就有可能被另一项更先进的技术取代。如果公司不居安思危,不与时俱进,最终将被社会淘汰。公司能否始终保持领先的技术和评价手段水平,将直接影响其未来的兴衰。我公司的技术风险主要体现在综合评分考核的改进和平台服务的改良更正。

管理风险

我公司成立时间很短,管理人员相对缺乏经验,业务方面准确度和熟练程度也有待提高,人员沟通、合作方面都需要正确的协调、管理。公司

构架也力求完善,在企业发展方向和目标确立方面都需谨慎决定。

①公司对管理人员进行专业化的培训,尽快掌握作为管理者应掌握的技能,明确自己的定位。②建立及完善适合自身属性的公司管理制度及管理体系。③聘请专业的管理咨询团队作为我们公司的常年顾问,聘请外部董事,参与公司的决策,监督决策的执行,优化企业的业务流程,提高公司的管理水平。④建立和健全管理创新的动力机制。⑤逐渐推行将财产和经营管理两者分离的办法,保证公司的持久运营和发展。

财务风险

风险分析从资金运行的具体环节进行划分,公司财务风险分为资金的筹集风险和资金的投入、耗费及回收(即投资风险)两大类。筹资风险:筹资方式多元化与企业财务风险管理的矛盾:在如今的金融市场架构中,由于资本市场较为发达,企业不仅可在货币市场上筹措资金,而且可在资本市场上筹措资金。资本市场是高收益与高风险并存的地方,我公司在筹措资金时,面临的财务风险更是显而易见,象征风险的贝塔系数无法准确计量,筹资的风险成本也会相应提高。

因此,应当加强公司财务风险控制。具体如下:①筹资风险控制:包括所有者投资和借入资金,必须严格控制负债经营规模,防止由于利率波动而导致企业筹资成本加大的风险。②投资风险的控制:在进行投资风险决策时,既要敢于进行风险投资,以获取超额利润,又要克服盲目乐观和冒险主义,尽可能避免或降低风险投资。追求一种收益性、风险性、稳健性的最佳组合。③资金回收风险控制:应收账款是造成资金回收风险的最重要方面,应收账款加速现金流出。

而对于应收账款管理应在以下方面强化:一是建立稳定的信用政策;二是确立客户的资信等级,评估企业的偿还能力;三是确定合理的应收账款比例;四是建立销售责任制。④收益分配风险控制:收益分配包括留存收益和分配股息两方面,两者必须平衡,加强财务风险监测。提高财务决策水平,建立财务预警系统,建立短期财务预警系统,编制现金流量预算。通过现金流量分析,可以将企业动态的现金流动情况全面地反映出来,企业应将各具体目标加以汇总,并能预期未来收益、现金流量、财务状况及投资计划等。建立长期财务预警系统,构建滚动式现金流量体系。从根本上讲,企业发生财务风险是由于举措等导致的,对企业而言,在建立短期财务预警体系的同时还要建立长期财务预警体系。加强资产管理,提高营运能力是防范企业财务风险的保证。企业应通过合理配置资产,加速资产周转等措施,促进企业盈利能力的提升,同时,较高盈利能力的企业往往享有较高的信誉和良好的企业形象,这也使得企业有较强的盈利能力。

数据盗取风险

本公司以大量数据和评价考核体系为公司发展的驱动力,拥有大量的网络数据,虽然目前没发生这种情况,但由于侵权者可卖给数据公司获取暴利,公司可能会面临数据被盗取、公司利益受损的风险。

本公司已建立数据保护网络,制定了各项保护的规章制度,设有专门机构管理公司的数据,并对侵犯公司利益的行为按照我国有关法律、法规进行及时处理或诉讼法律,有效保护本公司的利益。



商业模式

Business Model



财务分析

商业盈利模式

融资计划

38

财务分析

资金使用分析

运营费用（第一年）

150 万用于产品开发与数据收集

40 万用于购买办公设备

20 万用于公司日常经营费用

150 万用于公司人员工资

120 万用于市场推广费用

20 万不可预见费用

小计：500 万

生产流动资金

按一年共提供赠送 48 次（每周一次）市级上市企业查阅机会，每次查阅成本以 16000 元计算，需要约 76 万流动资金；数据采集与评分考核终端产品维护改良每半月一次，以每次 10000 元计算，需要 24 万元生产流动资金。考虑到第一年的资金周转率比较低，按 1.5 倍数比率来计，我们总共需要的流动资金大约为：150 万。

三年内销售盈利预测

目前的销售模式是获取应用建立一个平台，服务于若干上市企业及咨询事务所等，新公司设立后，商业模式可以为赠送给上市公司免费查阅机会，以吸引它们能够在后续继续使用我们的产品。基于数据收集和评价考核体系终端的解决方案则可以在 2021 年 8 月后开始得出终案并加以销售。假设第一年市级上市公司和咨询事务所和我们达成

1000 次咨询合同，每次可以牵涉到 1-2 次关联查询，则第一年可产生销售收入约为 1600 万元，假设第二年和第三年每年销售额增加 40%，据此进行盈利预测，结果如下（单位：万元）：

(万元)	第一年	第二年	第三年
销售收入预测(万元)	1600	2240	3136
办公室租金	0	0	80
工资	150	225	338
材料成本	600	800	950
制造费用	30	40	48
销售税金及附加	187	267	387
管理费用	64	90	125
销售费用	128	179	251
财务费用	0	0	0
研发费用	160	224	314
合计	1319	1825	2492
盈利情况预测			
实现利润	820	1175	1721
毛利率	51.25%	52.46%	54.88%
所得税率	15%	15%	15%
所得税	42	62	97
净利润	239	353	548
净利润率	14.91%	15.76%	17.47%

现金流量计划

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合计
现金流量流入	月初现金	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	300000	3600000
	现金服务收入	335000	187000	205000	180000	180000	295000	195000	335000	205000	140000	180000	335000	2772000
	赊销收入	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\
	贷款	1000000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1000000
	其他现金流入	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\
	可支配现金(A)	635000	487000	505000	480000	480000	595000	495000	635000	505000	440000	480000	635000	6372000
现金流量流出	现金采购(明细)	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\
	赊购支出	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\

现金流出

[illegible]

现金流出	设备	100000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100000
	其他(折旧)	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\
	税金	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\	\
	现金总支出(B)	235900	135600	135600	135600	135600	135600	135600	135600	135600	135600	135600	1727500
月底现金(A-B)		399100	351400	369400	344400	344400	459400	359400	499400	369400	304400	344400	4644500

收费模式

初期考虑到推广效应，本企业查询己方企业以及名下分公司本月及季度、年度评分结果时免费，大约半年后拥有一定的客户数量及来源则每半年度查询费 160 元，查询次数不限，但只可查询到最新数据；若需要提供历史数据用于企业纵向对比，我方提供季度、年度纵向对比的方式输出报告，并按照使用次数来制定价格，价格为每份 60 元。

当客户累计使用 5 次后可免费提供一次报告。

对于个体求职者：针对个体求职者，考虑到部分企业信息隐私度问题，求职者可选择是否实名认证，并提供相应服务。若未进行实名认证，本企业免费提供整合后的合作企业对员工的关怀程度、企业文化以及福利待遇等资讯数据的查询，同时实时发布实时就业招聘信息以供参

考；若实名认证，则提供免费企业历史诉讼记录 5 次，之后每次查询需要 100 元；本企业提供实时更新异常企业排名名单，得分低于一定水准的企业，将在异常企业名单中出现，具有权限的求职者可以查看此类名单，使用费用为每月 300 元。在此之上，我们还提供智能算法将企业评估后的就业推荐企业功能，用户可以查看平台提供就业推荐功能，每次查询为每月 300 元。

对于企业：非政府方的企业是无权直接查看其它企业的评分结果的。可选择付费的方式进行行业人文关怀分析报告，或者选择部分指定企业进行横向对比输出结果。按照使用次数来制定价格，价格为每份 800 元，并附赠 1 次相应的企业关怀咨询机会。

融资计划

融资方式

1. 股权融资方式

方式：融资方式将以融资方(包括项目在内)的股权进行抵押借款，签订风险投资协议书。同时政府参与我公司融资，任何投资方投资后获得股数均不得超过政府方所持股数。

2. 债权融资方式

方式：投融资双方签订借贷合同进行融资，确定相应固定利率和收回贷款的期限。注：少部分为特殊的债转股，以便于在初期吸引投资方。

融资期限和价格

需求资金：1000 万。其中资金用途：

产品服务运营 35% 购买办公用品 70 万，日常费用 60 万，员工工资 220 万

产品研发迭代 30% 其中数据收集 100 万，产品版本迭代 180 万，市场调研 20 万

品牌营销推广 15% 其中市场推广 120 万，品牌建设 30 万

另外额外不可预计费用及备用资金占比为 20%

第三年后开始分红：纯利 70%

第四年分红：纯利 80%

第五年分红：纯利 80%

45

融资风险分析及风险化解方案

融资者对投资者的信用没有得到确定而产生无法回购的风险：可由投资方对融资方的相关项目所签订的合同进行核审后，评估其付款和还款能力，并由资方审核融资方的还款计划可行性，一旦确定后将按还款计划回款

融资者为掌控全局经营，在回购时利益出让增加风险：资方对这种情况下额外成本扣减后是否可以完成计划要进行评估和测算。

退出机制

1. 股权方式融资的退出

投资方欲变卖股份，则按预定的回报率加本金额度进行现金回购股份，同时我方拥有优先回购权；若 2 轮融资，原投资方有优先投资权。

2. 债权方式融资退出

若项目进行中途投资方退出，可以用违约金的形式控制；项目完成投资方退出，我方则需要按规定按时还本付息；

抵押和保证

考虑到我们公司主要是服务型公司，多为无形资产，抵押方式不太现实，可由信誉卓著的公司进行保证，同时发送部分初期免费服务查询机会，宣传的同时达到吸引投资方的目的。

回报周期

按比例计算，投资方将会在第五个财政年度回，并于第六财政年度开始，每年获得不少于 800 万的分红。



团队介绍

Team Introduction



人员介绍

47

人员介绍

CEO，国际商务专业，负责项目统筹工作，具备较为丰富的管理经验，综合能力较强。曾获火星实践全国高校 CEO 练习生营销挑战赛二等奖；具有 CPA 注册会计师相关知识储备；参与校级开放性实验项目两项并成功结项，主题分别为“粤港澳大湾区商务”和“企业工程技术中心”。

技术总监，工业工程专业，负责项目技术应用以及产品设计，开发应用程序，熟练掌握 matlab、java、Python 语言，参加腾讯公司腾实学院程序开发设计课程并获得证书，参与谷歌营销商学院举办的海星人才培养计划并获得实习机会以及证书，多次参加大学生创业项目并负责应用程序维护运营。

市场总监，国际商务专业，负责市场与问卷等工作。具有较强的数据分析能力，负责项目产品问卷设计以及数据统计以进行市场分析。曾两次参与学院副院长主持的创新创业项目，作为主要成员撰写粤港澳大湾区金融体系调查报告以及珠海斗门区域内企业技术创新发展报告，获得良好评价。现有 2021 年广东省科技创新战略“攀登计划”获省级重点项目已立项，具备一定研究能力。

财务总监，会计学专业，负责财务项目分析和企业风险管理的工作，具有较强的商业敏感度和数字敏感度，具备 acca 的专业知识和初级会计师资格证书，发表财务管理论文一篇，参与企业模拟竞争大赛并取得优异成绩。

