

脚步 (Job) 招聘项目 创业计划书

负 责 人： 冯歌宏

联系方式： 15521006217

时 间： 2018 年 3 月 14 日



主目录

一、执行概要	11
(一) 项目概述	11
二、产品介绍	18
(一) 简介	18
(二) 用户分析	18
1. 用户画像	18
(三) 产品功能分析	20
1. 小程序“脚步 Lite”	20
2. 网页端	21
(四) 技术分析	22
1. 小程序开发框架	22
2. 基于 Java 框架的应用服务端搭建技术	23
3. 基于神经网络的深度学习框架(智能推荐模块)	23
(五) 产品价值	23
1. 产品的用户价值	23
2. 产品的商业价值	24
三、市场分析	24
(一) 项目背景	24
(二) 宏观环境分析——PEST 分析	25
1. 政治环境	25



2. 经济环境	26
3. 社会环境	27
4. 科技环境	27
(三) 行业基本现状分析	28
1. 市场前景分析	28
2. 现状分析	31
(四) 竞品分析	34
1. 网络招聘行业五大典型模式	34
2. 战略层	35
3. 范围层	36
4. 盈利模式	49
5. 脚步招聘的优势所在	49
(五) SWOT 分析	50
四、商业模式	52
(一) 定位	52
(二) 盈利模式	52
五、市场营销	53
(一) 目标市场 STP 分析	53
(二) 产品策略	54
(三) 定价策略	54



(四) 推广策略.....	55
1. 地推宣传	55
2. 活动推广	55
3. 渠道商业合作	56
4. 网络推广	56
(五) 品牌策略.....	57
六、战略发展规划	58
(一) 项目现状及进展	58
(二) 未来一年与三年发展规划	59
1. 产品运营一年后目标.....	59
2. 产品运营三年后目标.....	61
3. 工作计划和发展目标.....	62
(三) 远景发展规划的设想	63
七、公司架构与管理.....	63
(一) 公司文化.....	63
(二) 公司架构.....	64
(三) 部门成员.....	64
(四) 核心成员简介.....	64
(五) 部门职能：	66
1. 市场部:.....	66
2. 运营部：	67



3. 技术部：	67
4. 财务总监：	67
(六) 人员招聘	67
1. 人才交流中心	68
2. 劳动力市场	68
3. 校园招聘	68
4. 员工推荐	68
5. 人才猎取	69
(七) 考核制度	69
1. 考核目标：使绩效考核工作更加明确，有其依据。	69
2. 使用范围：公司全体员工	69
3. 考核原则：月度考核、季度考核和年度考核两类	69
4. 考评时间：	69
5. 考评内容：	69
6. 考评类别：	70
7. 考评方法：	70
8. 考核方式、考核权限及总评分：	70
9. 考核流程：	71
(八) 员工激励	71



1.物质激励.....	71
2.精神激励.....	72
3.情感激励.....	72
八、财务计划与预测.....	73
（一）资金来源与运用.....	73
1. 资金来源与结构.....	73
2. 资金运用.....	73
（二）营业收入预测.....	76
（三）成本费用预测.....	78
1. 成本费用的构成.....	78
2.成本费用预测.....	79
（四）现金流量预测.....	81
（五）项目投资可行性分析.....	81
1. 投资净现值.....	81
2. 投资回收期.....	82
3. 内含报酬率.....	83
（六）风险资本退出.....	84
1. 风险资本退出方式.....	84
2. 本公司风险资本退出策略.....	88
3. 投资者权利说明.....	89



九、风险与风险管理.....	91
(一) 风险分析.....	91
1. 推广风险	91
2. 研发风险	91
3. 竞争风险	92
4. 政策风险	92
5. 财政风险	92
6. 管理风险	92
7. 破产风险	93
(二) 风险对策.....	93
附件一：脚步校园大使聘用协议.....	95
附件二：企业招聘战略合作协议.....	97



图表目录

图表 1 产品运营数据	12
图表 2 软件著作权以及获奖证书	13
图表 3 INTARG -3D 深度学习推荐系统	14
图表 4 企业端界面	15
图表 5 小程序端界面	15
图表 6 商业模式	16
图表 7 部分产品页面	20
图表 8 部分产品页面	21
图表 9 管理员端界面 1.....	21
图表 10 管理端界面 2.....	22
图表 11 技术框架.....	22
图表 12 PEST 分析	25
图表 13 2011-2018 年企业规模数量及增长趋势图	28
图表 14 2011-2018 中国网民及移动网民规模	29
图表 15 2016Q3-2017Q4 中国互联网招聘市场规模.....	30
图表 16 2009-2018 中国网络招聘雇主规模	31
图表 17 2009-2019 中国网络招聘行业求职者规模	32
图表 18 iUserTracker -2009-2017 年中国网络招聘求职者学历结构	33
图表 19 2014-2017H1 中国网络招聘核心企业总营收情况.....	34
图表 20 用户需求和产品定位	35
图表 21 BOSS 直聘搜索功能页面图 1.....	36



图表 22BOSS 直聘搜索功能页面图 2.....	37
图表 23 前程无忧搜索功能页面图 1.....	38
图表 24 前程无忧搜索功能页面图 2.....	38
图表 25 智联招聘搜索功能页面图	39
图表 26 BOSS 直聘特色功能 1	41
图表 27 BOSS 直聘特色功能 2	42
图表 28 前程无忧特色功能.....	42
图表 29 智联招聘特色功能.....	43
图表 30 BOSS 直聘辅导功能.....	44
图表 31 前程无忧辅导功能.....	44
图表 32 智联招聘辅导功能.....	45
图表 33 竞品简历制作上传页面.....	46
图表 34 BOSS 账户管理.....	46
图表 35 前程无忧账户管理.....	47
图表 36 智联招聘账户管理.....	47
图表 37 竞品账户管理总结.....	48
图表 38 竞品盈利模式.....	49
图表 39 SWOT 分析	51
图表 40 脚步商业模式.....	52
图表 41 网络推广方式.....	57
图表 42 平台运营情况.....	58
图表 43 工作进度表	59



图表 44 用户增长预测表	60
图表 45 企业三年后盈利预测表	61
图表 46 工作规划	63
图表 47 公司架构图	64
图表 48 部门成员表	64
图表 49 资金结构和规模情况表	73
图表 50 固定资产购置投资额明细表（网站、办公设备及装饰用品等） ...	73
图表 51 流动资金垫支	74
图表 52 开办费用	75
图表 53 bannar 广告位定价表	76
图表 54 产品销售收入预测表(单位：元)	76
图表 55 固定资产折旧、开办费与低值易耗品摊销表（单位：元）	78
图表 56 成本费用预测表（单位：元）	79
图表 57 净利润预测变化趋势（单位：元）	80
图表 58 投资现金流量表（单位：元）	81
图表 59 首次公开上市优缺点分析表	84
图表 60 并购转让优缺点分析表	86
图表 61 管理层回购优缺点分析表	87



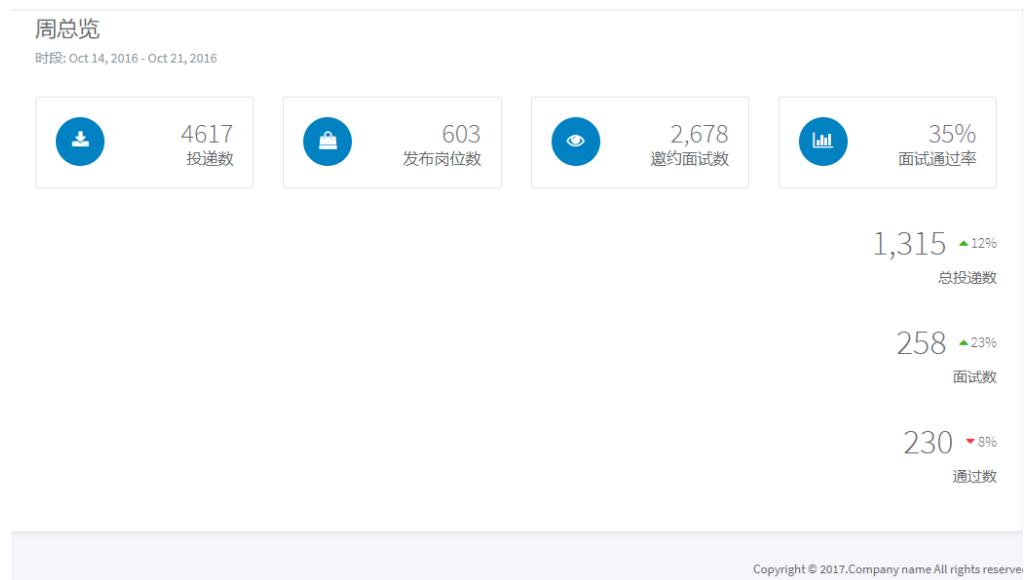
一、执行概要

(一) 项目概述

“找工作，找人才，上脚步(Job)”，脚步专注于解决企业用工难，求职者找工作的问题，帮助企业找到“合适的人”，帮助求职者找到“合适的工作”。脚步(Job)项目启动于 2017 年 11 月，立志颠覆中国人才市场传统的“卖广告，卖简历”商业模式，通过大数据分析、深度神经网络以及面试心理学等方式结合企业数据、人才数据，提供一站式招聘/求职推荐解决方案。团队组建 3 个月即获得社会六十万风险投资意向，同时获得 大学创新创业启动资金一万元。目前大多数招聘平台，如猎聘网、拉钩网、智联招聘等，主要解决的问题是人才与企业匹配问题，提供的是信息服务业务，而有别于其他平台的是，脚步不仅解决信息匹配问题，而且提供从人才发现、人才培养、人才跟踪、人才智能面试、人才岗前培训的五个环节整套解决方案，通过微信小程序 + 公众号 + APP + PC 网页的全平台架构，打造全平台的服务体验。产品的目标是：让天下没有难找的工作，让天下没有难找的人才。

本项目已与广州校园通广告有限公司、大学城兼职网达成战略合作，通过资源互换的方式将兼职/实习/岗位信息导入平台，同时利用校园通广告公司导入大学城十所高校学生资源，迅速做到人岗匹配。技术上通过 INTARG-3D 深度学习系统，利用神经网络对企业和求职者建立模型，线上通过自主研发的类似于今日头条的学习机制不断积累数据投喂系统；线下方面，要求求职者/用人企业在上岗/用人期间以及结束后按照平台设计的板块进行详尽的评价。通过线上线下两个渠道不断投喂系统，完善人才模型。自主研发 LTM 智能测谎系统，助

力用人企业远程智能面试，筛选不诚信面试者。同时与第三方培训机构合作为企业提供个性化的岗前培训解决方案。平台运营三个月以来，积累求职用户量 10000 + 人，企业用户 200+ 家，积累发布岗位数 603 个，简历投递次数积累 4617 个，邀约面试数 2678 次。



图表 1 产品运营数据

公司研发的 INTARG-3D 深度学习系统以及 LTM 智能测谎系统已经提交申请国家发明专利，而独立开发的小程序平台以及网站系统已获得软件著作权，APP 已进入开发周期。在商业合作方面，已与广药集团广州分公司、长隆欢乐世界达成人才合作意向。



图表 2 软件著作权以及获奖证书

当前员工 15 名，其中技术人员有 9 名，四名后端开发工程师，两名前端开发工程师，以及三名数据分析工程师，技术成员皆来自：大学、大学、大学。其中团队负责人冯歌宏从大二开始就开始了创新创业方面的实践与探索，曾先后参加大学第一届创新创业先锋训练营并获得优秀学员称号，参加第二届广东省创新创业引领计划训练营，担任“青领社区”大学分会会长，“浪吧”科技大学城分部市场经理。

产品概述

INTARG-3D 深度学习推荐系统：通过深度学习神经网络对人才的职业能力进行三维建模(包含人、组织、岗位三个维度)并实时更新；对企业的综合实力(信用度、工作氛围、薪资、环境等方面)进行多维建模，结合人岗数据，可以精准的向企业推荐合适人才、向人才推荐合适岗位。



图表 3 INTARG-3D 深度学习推荐系统

LTM 智能测谎系统: 利用图像视频识别处理技术，通过脸部表情识别，应聘者语速以及语音分析甄别线上面试时应聘者是否诚实，助力企业完成智能面试，筛选面试者。

脚步线上招聘平台：将 INTARG-3D 深度学习推荐系统与 LTM 智能测谎系统整合起来，利用互联网技术让岗位信息与人才信息匹配，最终实现人岗匹配。平台分三个终端：小程序端(用户端)、企业端、管理端，其中小程序端给求职者提供公司以及岗位信息，通过智能推荐可以更方便让求职者找到适合的岗位，后期平台会加入职业成长训练，针对求职者进行短板加强训练；企业端提供企业管理、岗位管理、招聘管理服务；管理端为平台管理运营者提供规则制定、岗位审核、求职审核、信息统计查看等功能。

欢迎登陆脚步招聘——企业端

账号

密码

登录

没有账号? 注册一个!

脚步招聘

为您提供完美的招聘解决方案

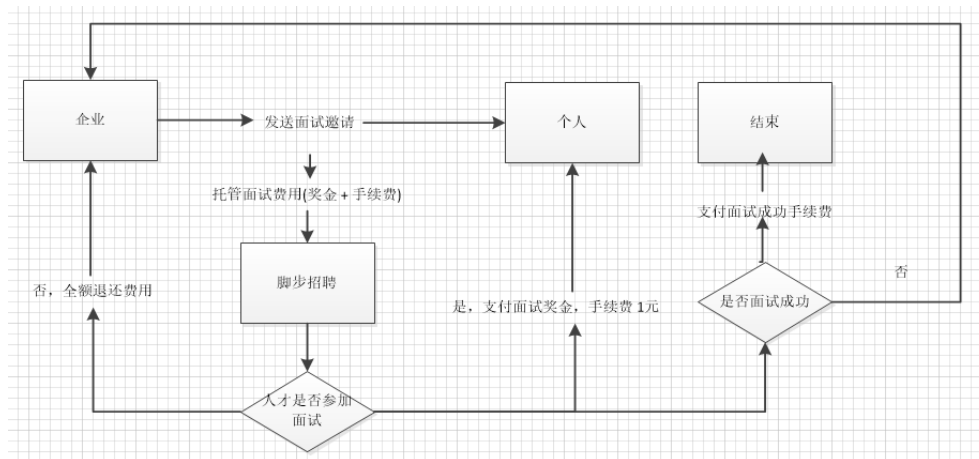
图表 4 企业端界面



图表 5 小程序端界面

商业模式

前期将解决方案免费提供给企业和求职者，使得企业和求职者与平台捆绑，帮助企业完成招聘以及求职者面试上岗。通过推广成员不断拉入企业客户入驻平台，利用线上社群、线下活动地推、高校校园大使、大学城兼职网用户导入等方式聚拢求职用户，利用积累的 B 端和 C 端客户把平台盘活。通过“按效果付费”的方式收取服务费，企业向人才发送面试邀请后，平台通过人才是否参加了该面试以及企业是否录取该用户的方式进行收费，若不成功则全额退回资金，通过此方式实现盈利。后期通过向企业和求职者收取信息服务费（人才推荐服务费、适合岗位推荐服务费）、招聘行业拓展服务收费(入职前培训服务、人才职场能力提升服务)、广告收费、企业会员收费等增值服务进行赢利。



图表 6 商业模式

发展战略

前期战略：在广州大学城十所高校试点运营、服务好广东高端人才最密集的大学城人才。**检验模式，积累不同场景下项目运作的经验**，为后面大规模复制奠定基础，并逐步研发 APP，完善系统推荐算法和智能测谎系统。

中期战略：项目将凭借前期积累的经验，利用成熟的标准化模式在广东省内进行快速复制，与高校合作，同时不断深入科技创新，逐渐在新型招聘行业内不断形成品牌效应和技术垄断，确立在行业内的地位，**逐步与知名企业、政府机构达成战略合作，树立品牌标识**。企业单位可通过脚步招聘平台系统进行个性化招聘定制，招聘合适的人才。

后期战略：在形成技术优势，品牌效应的基础上进一步挖掘市场，**在全国范围内横向铺开**，同时利用庞大的用户及企业资源，提供专业数据服务，整合招聘产业上下游产业，形成新型招聘行业生态系统，谋求上市。

营销策略

前期利用合作方大学城兼职网以及百校通广告的人才资源和企业资源积累导入平台快速起步，将平台盘活。在此基础上通过市场推广、线上组建高校校园大使进行社群运营、线下活动引流等方式进一步扩大用户范围，着力与知名企业建立合作管理，树立品牌。后期借助口碑传播、社会媒体、话题营销引爆传播效应。

投资与财务

公司成立于 2017 年 5 月，注册资本 20 万元，资金由团队成员出资。本项目的投资回收期为 0.41 年，内含报酬率为 3.45，从现金流净现值和内含报酬率的角度进行分析，本公司的发展潜力大。本轮融资计划出让 5%-10%股份，融资 100-200 万。

组织与人力资源

公司形式为有限责任公司，采取直线职能制结构。实行总经理负责制，分市场部，技术部，运营部三个职能部门。！学院通信工程专业冯歌宏拟任总经理，学院国际经济与贸易专业张梓莹拟任首席运营官，通信工程孔维狄拟任技术总监，同时聘请！学院唐小煜老师作为企业技术顾问，聘请创业学院侯永雄老师作为企业运营顾问。



二、产品介绍

（一）简介

当前市场上，招聘产品种类繁多，产品同质化严重，在人才发现到岗前培训的五个环节中，基本所有的招聘产品都只解决了人才发现环节的问题。脚步着力于人才招聘的五个环节，打造完整的招聘解决方案，在解决找工难，用工荒的问题同时，通过资源匹配、线上教育、线下实践的方式培养人才，促进人才进步；通过用户和企业平台上的活动数据积累，对企业和人才进行建模，从而进行科学的分析记录，在求职者找工作以及企业用人时可以提供精准的数据服务；在后期“脚步(Job)”会引入智能面试服务，通过线上智能视频面试的形式，系统自动分析求职者的回答是否真实、根据应聘者的表现决定该用户是否适合该岗位，若不适合则推荐适合该应聘者的岗位；对通过面试但是能力上还未达到上岗要求的应聘者，系统提供企业上岗岗前培训服务。将求职招聘的整个完整流程整合起来形成全套的解决方案是“脚步”的核心。我们的宗旨是做最完美的求职招聘解决方案，将求职者和企业紧密连接起来，达到资源聚合的目的。

（二）用户分析

1. 用户画像

我们的产品服务是做最完美的解决方案，人与活动的聚合，我们的用户主要有两类，一类是企业，另一类是求职者。

（1）企业



由于企业规模和行业分类等的不同，我们将企业分为两类，一类是劳务派遣类企业，一类是高端人才企业。

i. 劳务派遣类企业

- 劳务派遣类企业大都是传统行业企业，对员工学历要求不高，这类企业的需求是找到性价比不错的求职者。
- 劳务派遣类企业的招聘由于对人才要求不高，很难在现有的人才招聘类互联网产品中找到合适的求职者，一般只能通过当地的人才市场招聘。

ii. 高端人才企业

- 高端人才企业主要为各大科技企业，这些企业对员工学历要求高，对员工能力要求大，招聘的员工数量一般不大。
- 科技企业人才流动性大，换血速度比一般传统企业快的多，这类企业的需求是能快速省力的寻找到合适的人才。

(2) 求职者

每一个个体都会成为活动参与者，不同年龄层、不同阅历的人参加活动对活动的评价也不一样。对于年龄较小，见识面较小的人来说，如高校学生，他们喜欢追求新鲜事物，从众心理强，喜欢有趣有用的活动。而年龄较大，社会阅历高的人，他们因为见识较多，参加一场活动更加看重活动能带给他们什么，以及参加这场活动需要花费多少时间金钱成本。而无论是哪一类群体，他们都有一个共同点，信息来源不够全，有时候，他们不能很好地找到自己想要的岗位。

（三）产品功能分析

为了满足企业与求职者的需求，为了做到求职招聘全流程的服务，我们建立了小程序—公众号—网页端三位一体化的产品结构形式，在小程序以及公众号上设置了求职者注册登录、实名认证、简历创建、简历提交、应聘、岗位推荐、公司信息查看、搜索、线上问卷、求职管理、信息查看等功能；在网页端上增加了更加丰富的智能面试功能，通过十分钟的视频面试能准确定位求职者是否适合该岗位。

1. 小程序“脚步 Lite”

轻便的一站式求职服务，为求职者提供随用随可得的基本求职应聘服务，产品设置简单操作，将繁复的求职资料提交流程缩减为三步：创建通用简历、系统自动推荐合适岗位、选择合适岗位提交简历(或选择由系统自动提交简历)。最大限度的减少求职者手动操作，最大限度的节省求职者寻找工作的时间精力。

小程序部分页面展示



图表 7 部分产品页面

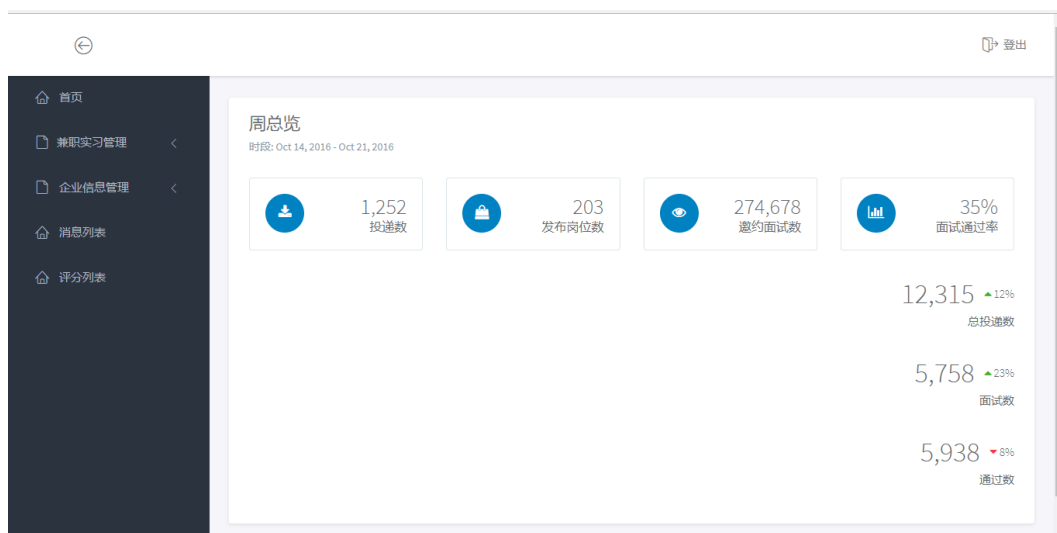


图表 8 部分产品页面

2. 网页端

网页端提供全方面的求职管理、招聘管理服务，为求职者提供完整细腻的全套解决方案, 包含求职者工作能力评估、企业资质评估、求职者智能面试等服务。

网页端部分界面展示



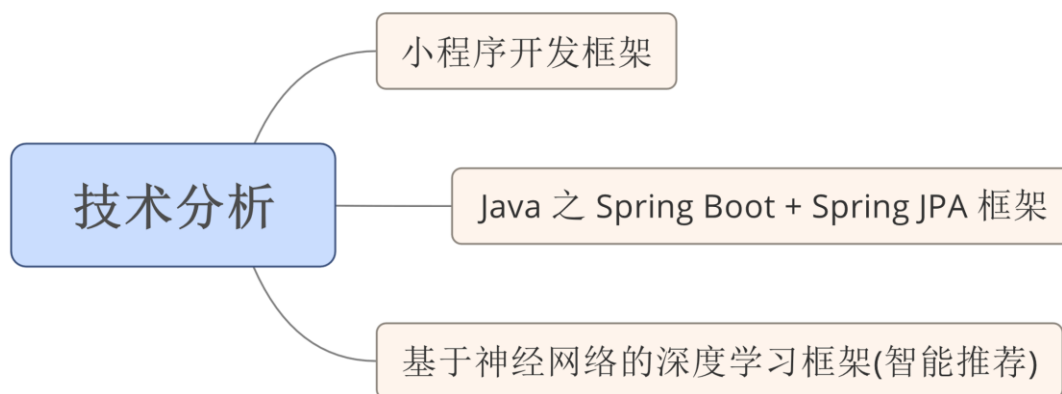
图表 9 管理员端界面 1



图表 10 管理端界面 2

（四）技术分析

技术部门负责产品的研发和设计，主要技术有：微信小程序开发、基于 Java 框架下的应用服务端搭建、基于神经网络的深度学习框架(智能推荐模块)。



图表 11 技术框架

1. 小程序开发框架

基于微信小程序框架的微信小程序开发，技术门槛低，适合团队在前期低成本试错，快速迭代。在产品运营方面也比较适合创业团队在用户拉新时快速吸引用户，是初创团队最优的技术方案。而“脚步 Lite”使用小程序作为载体，能在一



个月内完成开发并快速上线。

2. 基于 Java 框架的应用服务端搭建技术

由于团队技术成员大多使用 Java 语言进行开发，因此在技术选择方面选择了支持用户并发最优的 Java 语言进行开发。

3. 基于神经网络的深度学习框架(智能推荐模块)

技术团队在做岗位智能推荐模块时使用了类似于网易云音乐的智能推荐模型，在应用后台随着用户行为不断积累学习用户喜好，并在之后根据用户的动作进行活动推荐，该模型使用 Phthon 语言搭建，使用谷歌研发的开源学习框架。

（五）产品价值

产品价值分为两类：产品的用户价值、产品的商业价值、社会价值，如下图所示

1. 产品的用户价值

（1） 对大学生的价值

记录、分析、跟进学生的每次工作情况，为学生制定清晰的职业生涯规划，提供专业的就业分析指导！记录大一到大四每一个脚步，每一份兼职和实习。企业信息多方面透明，帮助找到安全可靠的兼职，同时培养明确职业方向。

（2） 对企业的价值

为企业提供精准的人才，并全面了解员工的兴趣、特长、理想、经验等，真正实现引人、育人、留人的企业目标！减少企业招聘成本，缩短招聘周期！



2. 产品的商业价值

(1) 建立双方数据库

企业信息与求职者信息公开透明，集中于“脚步”平台。实习人才寻找，人才培养等多项服务。

(2) 低频特殊需求变现

通过高频需求吸引用户，通过低频特殊需求实现盈利，如多平台推广宣传服务、活动精准数据化分析报告服务、参与者私聊需求等等。

三、市场分析

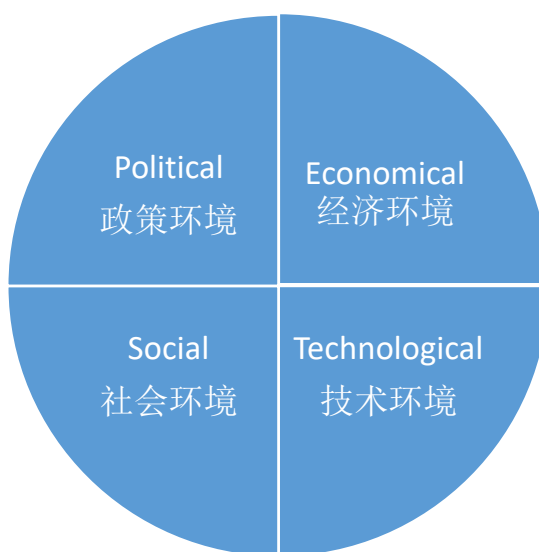
(一) 项目背景

据国家统计局公报，2017 年年末全国就业人员 77640 万人，比上 2016 年年末增加 152 万人，这么庞大的就业人数，必然会加重就业者的压力，虽然 2017 年的失业率跌倒最低，3.9%的数据几乎与英美国家相差不大，但是中国人口基数众多，所以总失业人口数仍远大于英美等发达国家。而中国国家领导人也指出就业是民生之本，是人民群众获得收入、维持生计和进一步改善物质精神生活的基本途径，所以解决群众的就业再就业，就是解决民生的根本问题，也是我国进一步推动国家经济发展的要求，也是在综合国力上赶超英美国家的要求。

而大学生的就业问题更是其中的重中之重。一方面，近期出台的官方数据显示，2017 届全国普通高校毕业生约 795 万人，比 2016 年多出 30 万，而从 2001 年开始，中国普通高校毕业生人数一路上升。2001 年，全国高校毕业生人数仅

有 114 万，到 2016 年的 15 年间，毕业生人数增长了 651 万。由数据可以明显看出，近些年，大学生求职就业形势愈发复杂严峻，不少大学生没办法找到适合的工作，而大部分用人单位也表示难以招聘到合适的人才，面对如此矛盾的招聘双方，凌晨四点团队针对这一问题，研发出完善且便利的线上求职招聘程序，致力于打造全新便利的求职招聘平台，提高人职匹配的效率，优化招聘双方在求职招聘过程的体验。

（二）宏观环境分析——PEST 分析



图表 12 PEST 分析

1. 政治环境

从 2000 年以来，我国对待大学生就业问题主要采取的是“市场导向、政府调控、校企联合、学生与用人单位双向选择的就业机制”。此外，政府非常重视对于大学生就业的引导和鼓励，前总理温家宝更是指出当前政府要把大学生就业工作



放在首要位置。在 2009 年全国“两会”中如何促进大学生就业成为了“两会”的重点议题。国务院及各部委、各省市都在加紧研究如何应对当前大学生就业问题的制度政策。一直到现在，大学生就业仍然是国家非常重视的问题，国家采取了包括加强完善就业政策、提高社会就业服务水平、不断强化高校就业指导和鼓励大学生创业等一系列政策，来缓解就业难的问题。

2. 经济环境

习近平总书记认为，我国经济已经步入发展新常态阶段，有几个主要特点：第一，高速增长转为中高速增长；第二，经济结构不断优化升级，第三产业、消费需求逐步成为主体，城乡区域差距逐步缩小，居民收入占比上升，发展成果惠及更广大民众；第三，从要素驱动、投资驱动转向创新驱动，也就人才驱动。

而适应和引领新常态，首先要从基础上认识和理解新常态，而要理解新常态及新一轮的战略部署，则需要正本清源。新常态不仅仅存在于经济领域，在就业领域，也存在就业新常态，除了具有服务业就业人数上升、创新和创业成为就业的新突破口等特点之外，还有个特点是：结构性失业进一步加剧，目前，我国大学生就业市场上，主要的失业类型表现为供需不平衡的失业和结构性失业。一方面，大学生供大于求，大学生供给超过了社会企业的需求；另一方面，由于经济体制改革、产业结构调整等宏观经济政策的实施，互联网、云平台、大数据等科学技术的广泛运用，出现大量岗位空缺，大学生也不能适应新兴岗位的就业要求，导致大学生失业率的上升。凌晨四点团队认为是因为缺乏合适的平台，实现双方信息传递，无法实现有效的人职匹配。



3. 社会环境

今年两会李克强总理所作的政府工作报告提出，将着力促进就业作为 2018 年政府工作的重要方向。今年高校毕业生达到 820 多万人，再创历史新高，要加强全方位就业服务，大规模开展职业技能培训，运用“互联网+”发展新就业形态，促进多渠道就业。

在劳动人口结构调整的今天，找到工作并不困难，可找到一份与自己期待值相匹配的工作，并不容易。现在社会中，大学生找工作一定会经历当为了获取更多的就业信息，在企业、招聘信息平台与学校就业指导中心之间奔波辗转……但是就业信息流通不畅、信息获取渠道狭窄等，这些是不少大学生就业受挫的原因，而有不少企业也遇到了相似的问题，能找到适配企业的员工也遇到同样的困难。对此，利用“互联网+”技术，发展新就业形态，着实切中要点。

4. 科技环境

在互联网时代下，新就业趋势之一便是“平台化战略”被广泛应用。平台型企业通过为平台聚集客源和提供支持服务而获得收入，实现成长，而平台使用者则得以能够以较低成本获得大量所需信息，并且做出最优抉择，而平台也会通过使用者的口碑推广过程中逐渐壮大发展和繁衍。

在“互联网+”技术发展下，打造就业信息跨区域互通共享，加强就业市场供需衔接是一个不错的思路。以广州为例，可以尝试牵头各地区高校与企业，共同构

建一个就业信息共享的求职服务平台，为大学生提供多渠道、多层次、全方位的就业资讯，同时为企业提供精准适配的人才推送，提高信息匹配度，市场供需也将得到有效地连接。此举将着实推动大学生实现高质量就业，开拓大学生就业新思路。

（三）行业基本现状分析

1. 市场前景分析

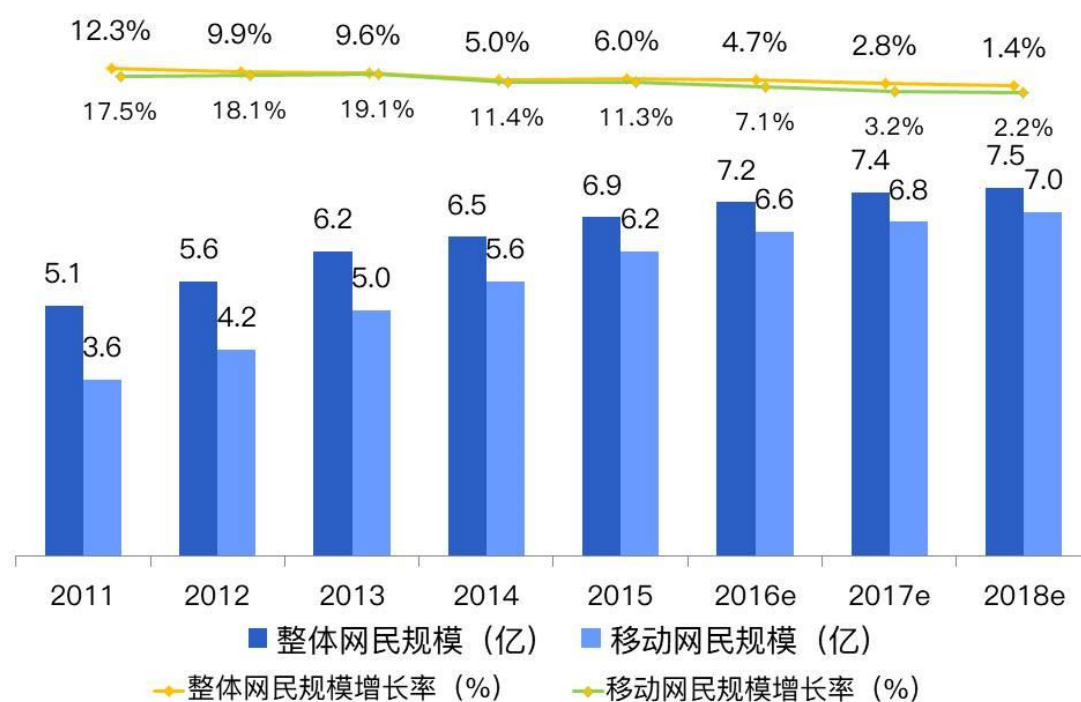


图表 13 2011-2018 年企业规模数量及增长趋势图

2015 年中国中小企业数量为 6890 万家，预计到 2018 年，将超过 8700 万家。随着国家降低市场准入门槛改革推行，同时创业热潮进一步推动，预测未来我国中小企业规模仍会以较快速度增长。中小企业人才需求旺盛，为网络招

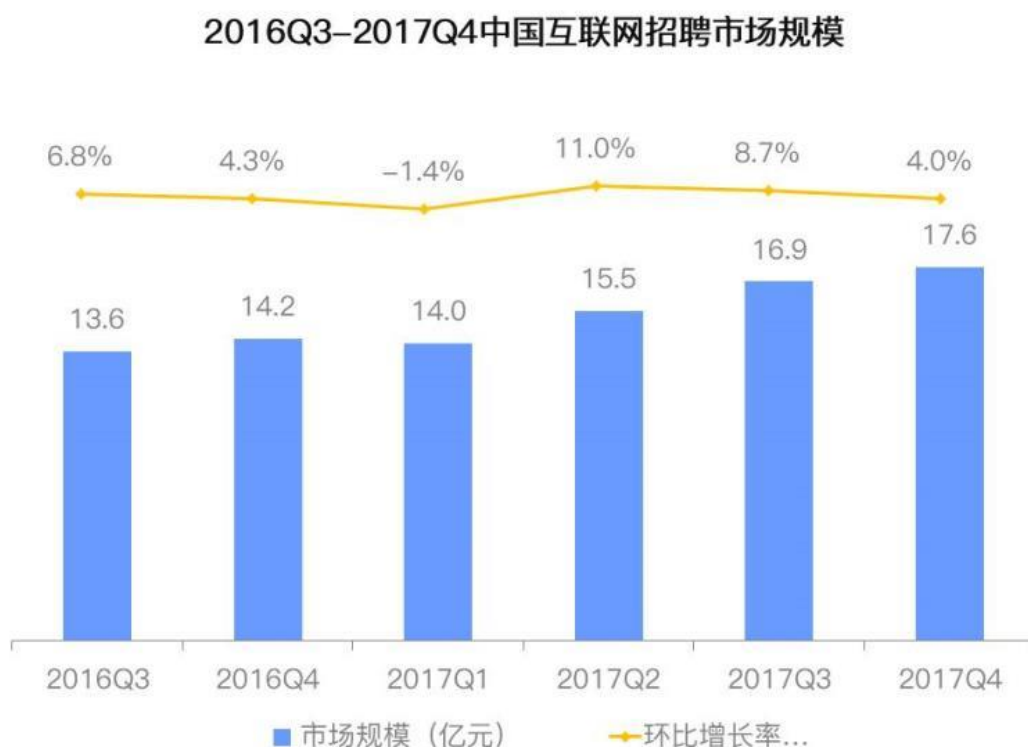
聘市场带来新的发展契机。

2011-2018年中国整体网民及移动网民规模



图表 14 2011-2018 中国网民及移动网民规模

截至 2015 年 12 月，中国网民规模达 6.88 亿，较上一年增长 6.1%，增长率呈下降趋势，整体网民规模开始进入稳定增长期。尽管随着易转化人群规模的逐渐减少，网民规模红利逐步消失，但是互联网在新疆、内蒙古、宁夏等西部地区却呈现快速渗透的趋势。西部地区互联网的普及，西部开发和经济的发展，将刺激西部地区网络招聘需求的增长。现阶段，已经有过半中国人已经接入互联网，同时网民上网设备进一步向手机端转移。随着各类移动应用的开发，移动互联网也更加贴近生活，这将为移动招聘提供良好的用户基础。



图表 15 2016Q3-2017Q4 中国互联网招聘市场规模

网络招聘行业发展阶段仍处于上升时期，市场前景广阔

根据 Analysys 易观发布的《中国互联网招聘市场季度监测报告 2017 年第 4 季度》数据显示，2017 年第 4 季度，中国互联网招聘市场规模为 17.6 亿元，环比涨幅为 4.0%。行业规模增长主要来源于企业业务拓展和单雇主价值增长两方面。随着核心企业网络招聘业务向二三线城市和蓝领人群扩张，带来雇主数量的增长。同时，网络招聘企业也逐步向测评、人力资源外包等人力资源服务渗透，为雇主带来更多人才服务，单雇主价值（ARPU 值）也随之增长。

所以，网络招聘这块的市场需求还是很大的，一方面是学生的直接刚需，即使短期选择升学，也是需要最终面对的问题；另一方面则是企业的刚需，绝大部分企业都需要源源不断的新鲜血液注入。而雇主与应聘者之间，由于信息不对称，所以中间平台就有着存在的意义和价值。



2. 现状分析

(1) 招聘雇主数量稳步增加，招聘需求持续旺盛

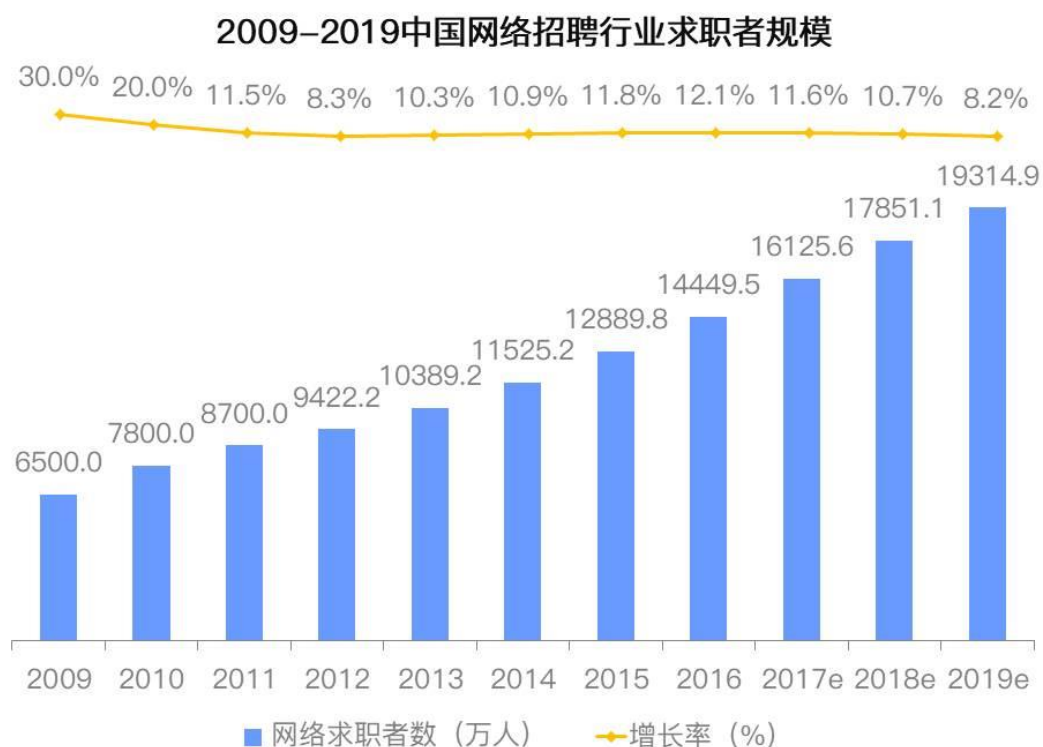


图表 16 2009-2018 中国网络招聘雇主规模

2016 年中国网络招聘行业雇主规模达到 428.2 万，增长率为 29.1%

中国整体国民经济稳步增长，网络招聘行业雇主招聘需求也随之增加；中国企业尤其是中小企业微观企业招聘需求持续旺盛，供需量答且匹配难度依然比较大；网络招聘企业拓展其他人力资源服务，网络招聘提供人才测评、人才资源外包等更多的人力资源服务，雇主规模随之增长。

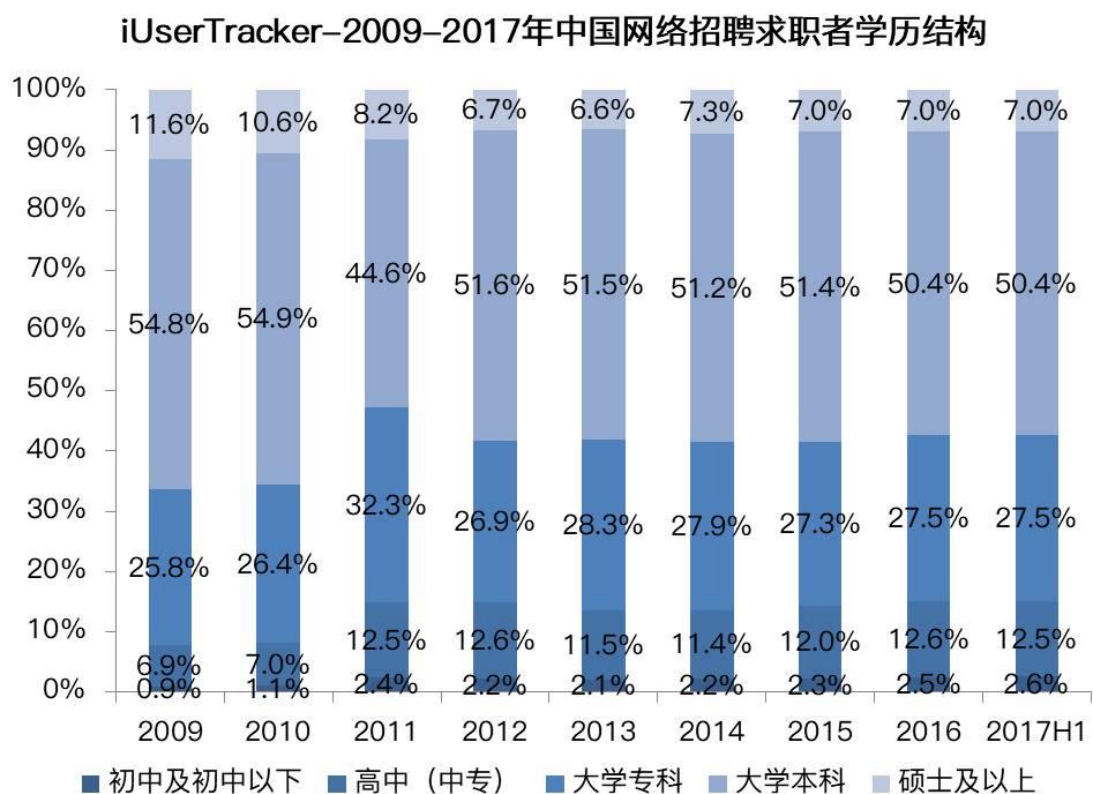
(2) 求职者规模仍保持较快速度增长



图表 17 2009-2019 中国网络招聘行业求职者规模

2016 年中国网络招聘行业求职者规模达到 14449.5 万人，增长率为 12.1%，互联网的普及进一步推动在线求职者数量的增加，由于求职者数量已经非常庞大，因此增速逐步减缓，2019 年预计突破 1.9 亿人。

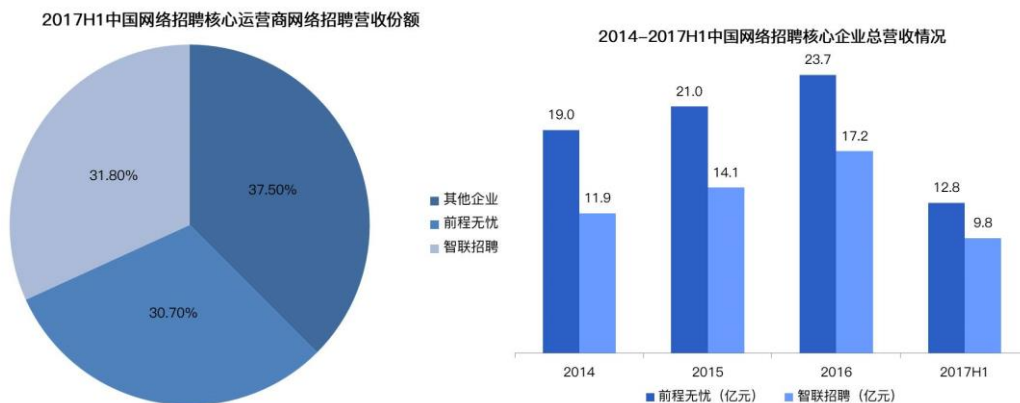
(3) 高学历人群是网络求职者的主体，且结构趋向固定



图表 18 iUserTracker-2009-2017 年中国网络招聘求职者学历结构

艾瑞监测数据产品显示，2017H1 中国网络招聘求职者中，大学本科以上学历人群占比为 57.4%。从整体趋势 来看，高学历群体（大学本科以上学历）占比呈下降趋势，由 2009 年的 66.4%下降至 2017H1 的 57.4%，而低学历群体占比则呈现上升趋势。现阶段，网络招聘行业求职者学历结构已基本稳定，高学历人群占比已基本稳定在 60%上下，低学历 人群占比基本稳定在 40%上下。

（4） 核心企业市场份额超六成



图表 19 2014-2017H1 中国网络招聘核心企业总营收情况

艾瑞统计数据显示，2017 年上半年中国网络招聘市场中，前程无忧、智联招聘仍然领跑行业，其中前程无忧营收份额最高，占比 31.8%；智联招聘紧随其后，占比 30.7%。从营收份额来看，网络招聘市场目前仍是双巨头的市场格局。尽管近几年垂直招聘和新型招聘企业逐步增多，但新企业在商业化变现方面仍需要一定时日，因此未来市场仍将保持双巨头的格局。

（四）竞品分析

1. 网络招聘行业五大典型模式

(1) 综合招聘模式，代表性企业有前程无忧、智联招聘等，综合招聘模式发展较早，这类企业目前是网络招聘的领军企业，市场份额超过 60%。

(2) 社交招聘模式，是基于社交圈子和职业人脉的招聘方式，代表企业有大街网、Linkedin 等网站。

(3) 垂直招聘模式，是指专注于某个行业、特定人群或是某个特定区域的招聘服务，代表企业有拉勾网、猎聘网、南方人才网等网站。

(4) 分类信息网站模式，代表性企业有 58 同城、赶集网等网站，这类网站主



要发布蓝领人群的招聘信息，招聘业务只是这类网站的一部分业务。

(5) 新型招聘模式，是指近些年兴起的新的招聘模式，如以 Boss 直聘为代表的直聊模式；以 100offer 代表的拍卖模式；以内推网为代表的内推模式；以兼职猫为代表的兼职招聘模式等。

凌晨四点团队选择 BOSS 直聘、前程无忧、智联招聘作为竞品，进行分析

2. 战略层

(1) 用户需求和产品定位

	BOSS 直聘	前程无忧	智联招聘
用户需求	主要需求：1. 岗位选择要多 2. 岗位信息要真实详细 3. 沟通要便捷 4. 反馈要及时 次要需求：1. 信息筛选方便 2. 岗位之间便于对比 3. 自身的求职需求能被企业所探知 4. 能帮助提高面试成功率		
产品定位	通过即时沟通技术来有效提升工作供求方的沟通效率，让找工作和求人才变得直来直往。	通过丰富的招聘信息和求职服务来满足不同群体求职者的求职需求，有针对性的为其提供各类岗位信息。	以实用、简约、专业为理念，为求职者提供高质量的职位信息和全程透明的简历投递反馈机制。

图表 20 用户需求和产品定位

3. 范围层



图表 21 BOSS 直聘搜索功能页面图 1

搜索框在最上部，左边有地区定位框，主屏上添加了热门公司和热门职位引导，方便用户直接点击搜索，最下面有提供搜索历史展示，方便回溯，整体页面比较简洁。

搜索框可以搜索职位/公司/技能/姓名，所有搜索内容全部通过一个搜索框完成：使用比较方便。输入关键字之后下方会提供关联词，帮助查询。

点击查询后，出现搜索结果，同时附加薪水/经验/公司规模三个子筛选选项，提供更进一步的搜索服务。但是发现在该页面缺少行业查询项。

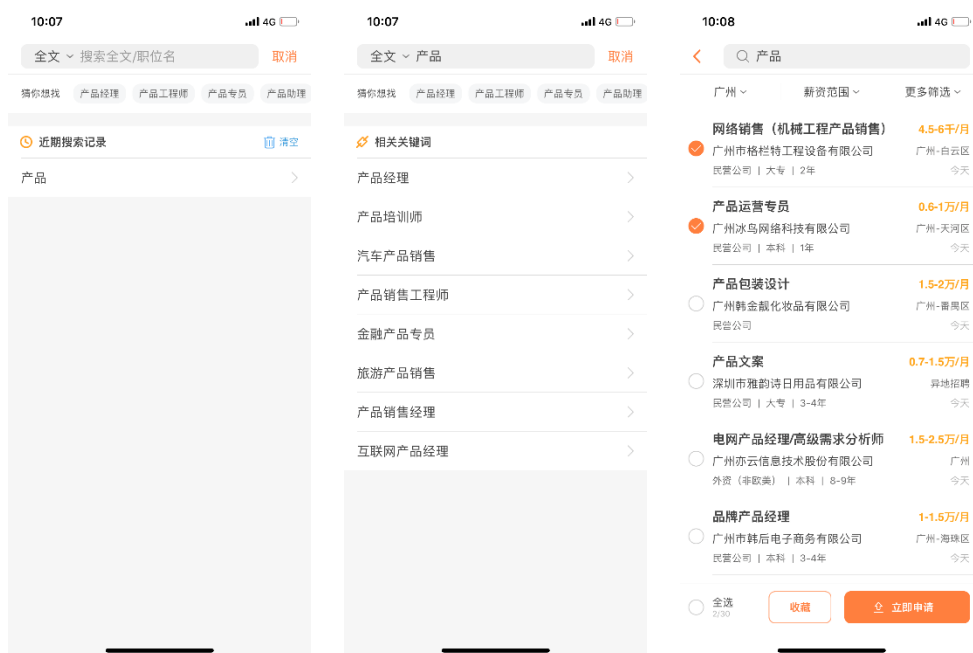


图表 22BOSS 直聘搜索功能页面图 2

原来行业查询项只能在首页的求职意向管理中预设，通过搜索栏搜索是不提供行业查询的，这样的设计难免让人摸不着头脑，建议把行业查询添加至搜索结果筛选处，方便用户精确查找。另外，在通过求职意向查找匹配岗位时，BOSS直聘给出的搜索结果并没有以目标职位为优先排序，目标职位通常在序列下方，而通过搜索栏搜索则能得到目标职位精确结果，可见求职意向搜索的排序规则还有待优化。

(1) 搜索功能

前程无忧

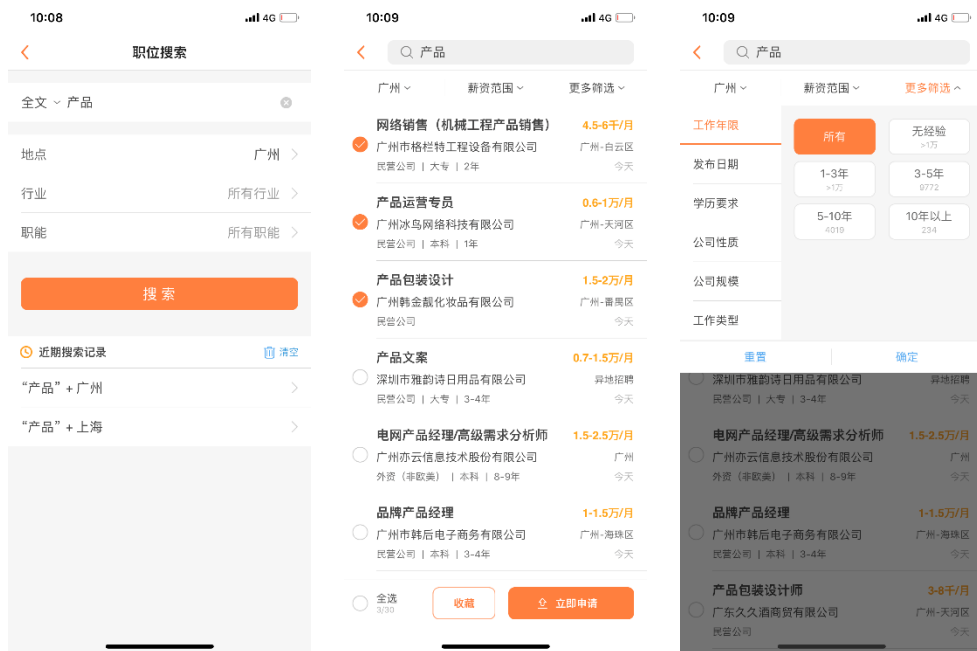


图表 23 前程无忧搜索功能页面图 1

搜索框在屏幕上方，搜索框下面可选择搜全文和搜公司名，主屏上提供近期搜索记录。

在搜索框键入关键字之后会出现相关关键字，帮助查询。

点击搜索后出结果，同时附加地区、薪资范围和一个更多筛选选项，提供进一步查找，底部设置了收藏、申请、明细三个功能按钮，收藏和申请按钮配合勾选按钮可进行批量操作，点击明细按钮后可改变信息展现方式，展示岗位详细招聘信息。



图表 24 前程无忧搜索功能页面图 2

除去顶端搜索栏搜索外，点击后出现同样展示搜索结果。搜索完成后，在更多筛选选项中，还提供了丰富的筛选条目，帮助用户精确查找岗位信息。

前程无忧还在首页设置了一个职位搜索入口，点击进入后提供地点、行业、职能 3 个前置搜索项。

(1) 搜索功能



智联招聘



图表 25 智联招聘搜索功能页面图



首页顶部设搜索入口，点击搜索框即进入搜索页面，热门关键字，帮助搜索。下方提供下拉式筛选排序功能，多样化的排序方案和丰富的筛选细分项能帮助用户更好的查阅和检索信息

输入关键字则提供关联关键字，帮助搜索。

搜索后在搜索框可搜索职位或公司，主搜索关键词，方便用户查找，最下方提供了历史查询记录。

小结

通过对比可发现，前程无忧和智联招聘在搜索功能方面比较全面详尽，能够提供丰富的筛选项和排序方案帮助用户准确查找和浏览意向岗位，搜索准确度也令人满意。而 BOSS 直聘在搜索功能方面还有待完善，意向岗位搜索结果排序混乱和搜索栏缺少行业查询项，这些希望在后续的版本中能得到改进和完善。

(2) 特色功能

BOSS 直聘



图表 26 BOSS 直聘特色功能 1

BOSS 直聘的特色功能当属于它的即时聊天功能，设置于底部 tab 标签栏第三个位置，点击后可显示消息主页面。

- 主页面的上部设置了收藏我、看过我、新职位 3 个信息模块，分别可查看相关信息内容，有新信息时图标右上角会有显示。

- 主页面的下部则显示了近期联系人信息，显示信息包括 BOSS 头像、BOSS 昵称、BOSS 所属公司以及最后会话内容。同时对于信息状态还设置了送达和已读两种标记显示，方便用户把握沟通状况，十分的贴心，显示了 BOSS 直聘在即时聊天功能上的细节把握。

- 而在联系人信息页面左上角，则设置了信息筛选功能，默认时间排序，点击后可根据不同沟通职位展现联系人。



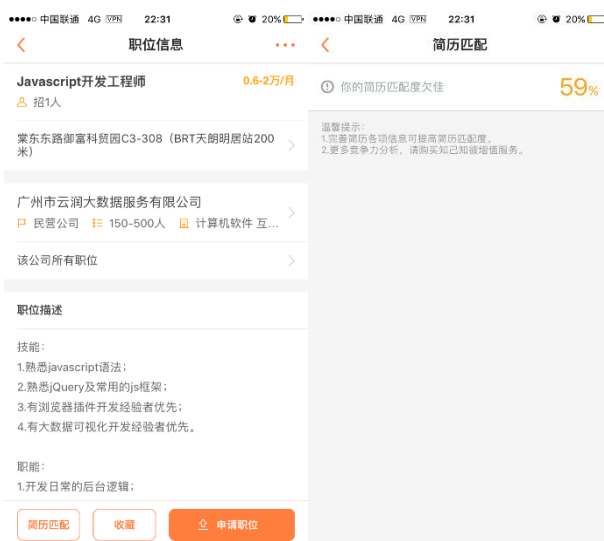
图表 27 BOSS 直聘特色功能 2

- 在职位信息端入口点击立即沟通按钮后即进入沟通页面，进入后会置顶沟通岗位简况。

- BOSS 直聘提供了包括语音、文字、表情在内的多种基本信息输出方式，同时还支持拍照、图片传输、音/视屏通话，甚至是发红包等形式的互动功能，凸显了其以沟通聊天为特点的求职主题，将求职过程变得高效又轻快。但对于个别功能在实际求职场景中的应用还有待商榷。

(2) 特色功能

前程无忧



图表 28 前程无忧特色功能

- 前程无忧在用户求职方面提供便利的简历匹配系统。

- 用户可通过岗位信息页面的简历匹配键进行匹配，系统会根据用户简历对当前岗位进行匹配，并给出相应匹配度，用户可根据

(2) 特色功能

智联招聘



图表 29 智联招聘特色功能

智联招聘的特色功能在于社区，类似发现功能，可以和其他求职者、职业大牛交流提问

小结

- 在特色功能方面，BOSS直聘的直聊求职方式显然较前程无忧、智联招聘两大老牌招聘软件更为高效直接，虽然前程无忧和智联招聘在用户的求职体验上也有各自的努力，但受限于自身格局，并没有像BOSS直聘这样为用户提供能切实切中用户求职痛点功能，这点是值得前程无忧和智联招聘思考的。

- 但BOSS直聘的即时聊天功能依稀可看见微信的影子，红包功能的加入让人感觉十分突兀，可见BOSS直聘在聊天与求职之间还未找到一个合适的平衡点。

(3) 辅导功能

BOSS 直聘

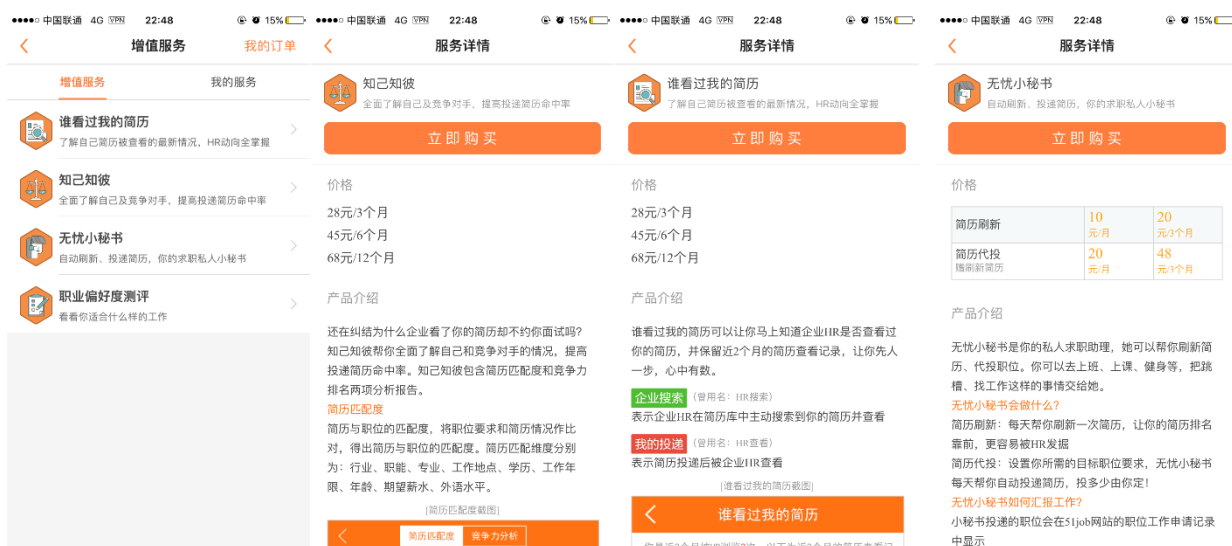


图表 30 BOSS 直聘辅导功能

BOSS 直聘的辅助功能设置道具商城，购买竞争力分析器，道具商城功能，帮助分析个人竞争力

(3) 辅导功能

前程无忧



图表 31 前程无忧辅导功能

前程无忧在辅助功能方面为用户提供了一定数量的增值服务专区，在帮助用户增 加简历曝光度的同时也为用户在面试环节提供好知识储备。

(3) 辅导功能

智联招聘



而智联招聘在辅助功能方面与前程无忧类似，也是提供了求职宝典专区，不过相较于 前程无忧，智联招聘对于这两个功能并没有浓墨重笔的去强调，有些功能甚至不容易被发现。

图表 32 智联招聘辅导功能

小结

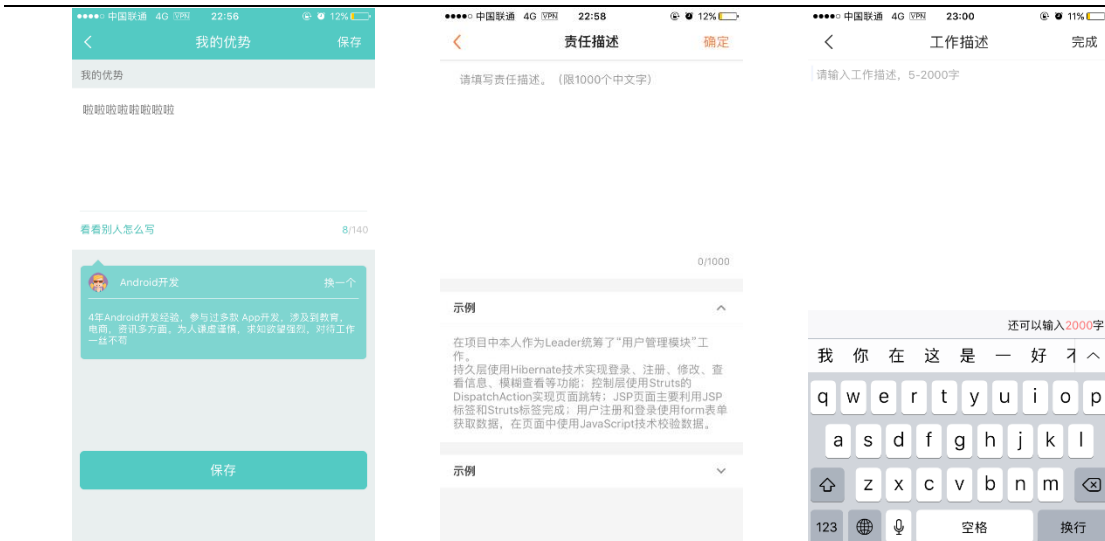
辅助功能这一块前程无忧和智联招聘提供了常规型的增值服务和求职攻略，比较中规中矩。而 BOSS 直聘则设计了积分模式，从设计内容上可看出积分模式一方面扮演了新手指南和增值服务的角色，另一方面也承担了分享扩散的功能，这对于一个新晋招聘类 app 在解决用户上手度和提升品牌知名度方面也算是一个不错的解决方案。

(4) 简历制作上传

BOSS 直聘

前程无忧

智联招聘



图表 33 竞品简历制作上传页面

小结：简历制作上传在一个招聘类 app 中属于必备功能，在这方面 BOSS 直聘和前程无忧有提供比较贴心的文字指导和范例参考，帮助求职者更好的展现表达自己，而智联招聘在这方面还需要向前者学习。

(5) 账户管理

BOSS 直聘



图表 34 BOSS 账户管理

- 对于 BOSS 方发起的面试邀请会收录在面试功能内，用户面试完毕后可对面试情况进行评价上传，为 BOSS 直聘提供改进信息。

- 而扫码登录功能免去了用户输入账号密码登录网页版的步骤，方便用户在 pc 上进行简历编辑等其他动作，体现了其互联网思维的设计理念。
- 通过右上角的齿轮小图标可进入 app 的系统设置页面，其中罗列了 app 的各种设置通，在最后一栏可以看到一个身份切换功能，用户可以通过这个功能在求职者和招聘者之间切换身份，使用起来十分方便。

(5) 账户管理

前程无忧

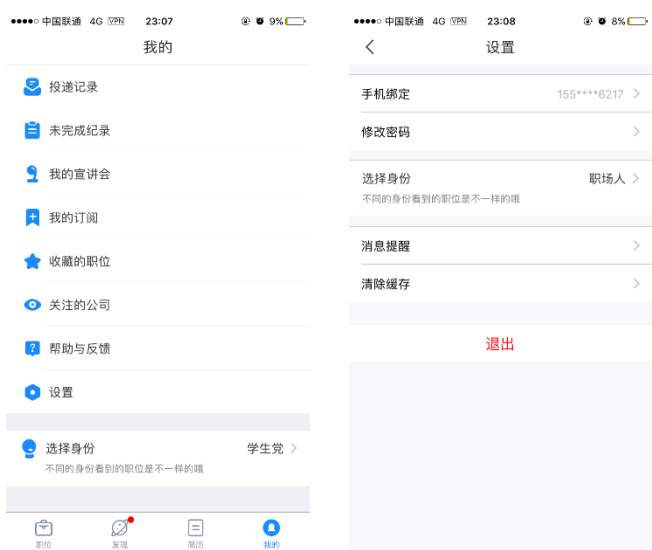


前程无忧的账户管理设置于首页的两个图标处，我的 51job 内能查看申请记录、收藏职位等信息，而在“更多”内则罗列了一些 app 设置、分享之类的功能。

图表 35 前程无忧账户管理

(5) 账户管理

智联招聘



智联招聘的账户管理与 BOSS 直聘类似，设置于底部标签页第四项，内有投递记录，职位收藏等常用功能。往下拉能

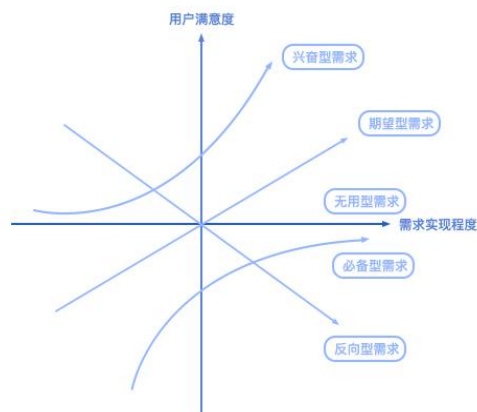
图表 36 智联招聘账户管理



看到设置和更多选项，相对来说比较简单，没有复杂的内容。

小结

账户管理在各类账户登录类 app 中属于一个基本功能，特点是很难出彩但是又不可或缺，类似于 kano 模型中的必备型需求，此类需求的特点是：用户的满意度会随着需求的实现程度无限钝化趋零，无法成为正值，所以在做类功能时的要点是不求有功但求无过。通过图片对比可发现，

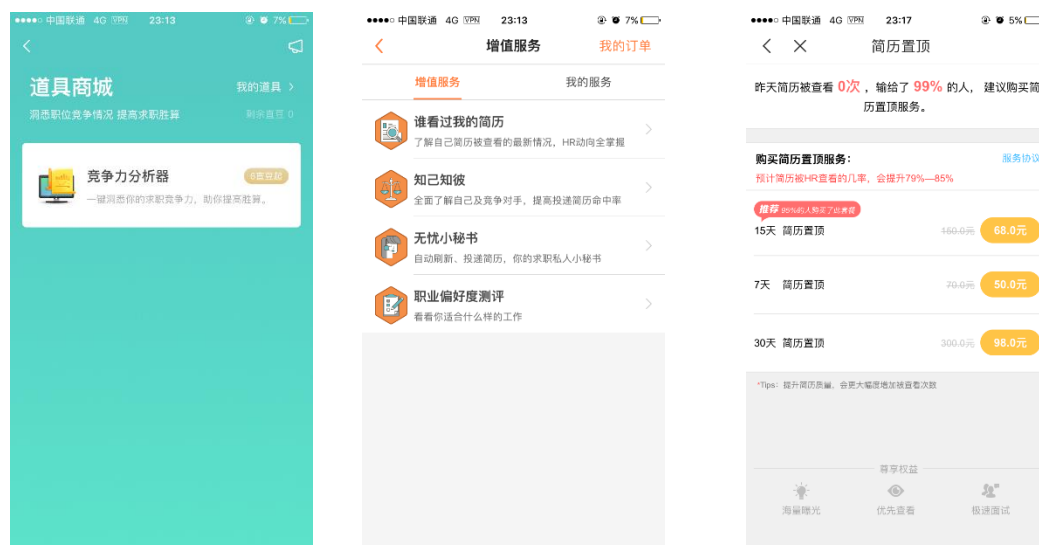


BOSS 直聘在这方面明显优于前程无忧和

图表 37 竞品账户管理总结

智联招聘，后者在账户管理的功能归并和布置方面还可以做进一步的优化，适当做一些减法和整合，改进布局，便于用户发现，提高使用率，让用户获得更佳的使用体验。

4. 盈利模式



图表 38 竞品盈利模式

小结：从三者 app 求职端的付费业务上可以看出，三者求职端的盈利点主要还是在为求职者提供更多的简历曝光度和简历投递率上，相较来说，前程无忧提供的服务更多样化，而从总体上看，app 增值服务的购买与否并不影响用户对其产品的使用，可见三者更注重的是通过为目标用户提供自身服务来提升其在业内的品牌价值，以期更长远的发展。

5. 脚步招聘的优势所在

目前，大学生求职就业形势愈发复杂严峻，不少大学生没办法找到适合的工作，而大部分用人单位也表示难以招聘到合适的人才，面对招聘双方如此矛盾的说法，我们团队认为是因为缺乏合适的平台，实现双方信息传递，无法实现有效的人职匹配。另一方面，招聘活动的组织流程自成一套，基本上囊括策划、宣传、布置、活动举行、后期反馈几个环节，整个招聘工作流程会耗费大量的人力物力，然而，即使耗费了大量的人力物力组织大型活动，却仍然无法保证最终的招聘结



果。而这样繁琐的求职过程，不仅会导致人力物力资源配置的浪费，也会让求职者奔波疲惫，却无法得到心仪的工作。目前虽然有些传统的线上求职招聘软件在职场上已经比较成熟，国外市场也有不少口碑良好的活动软件产品，但是由于操作繁琐，页面较为粗糙，不适合国人的用户习惯及审美要求，也难以得到推广使用。因而，在线上求职招聘的市场存在大量的需求，却没有办法得到相应的满足，市场需求和可开发潜力都很大，并且凌晨四点团队有相关的技术支撑，也可以研发出完善且便利的线上求职招聘程序：脚步招聘有别于其他平台的是，脚步不仅解决信息匹配问题，而且提供从人才发现、人才培养、人才跟踪、人才智能面试、人才岗前培训的五个环节整套解决方案，通过微信小程序 + 公众号 + APP + PC 网页的全平台架构，打造全平台的服务体验。产品的目标是：让天下没有难找的工作，让天下没有难找的人才。

（五）SWOT 分析

Strength	Weakness
(1) 产品-服务-理念的结合，提供极致就业体验，做到企业与求职者的连接 “脚步 Lite”结合现阶段就业市场最迫切需求，实现“产品-服务-理念”一体化，节省招聘成本时间，提高就业效率，培养社会人才。	(1) 拥有一定技术支持，但技术不成熟 脚步项目团队拥有独立的技术部门，由擅长信息技术操作的同学担任工作人员，可及时对产品进行完善，反应较快，但由于均是学生，经验不足，技术不够成熟。

<p>(2) 产品轻便，内容功能丰富</p> <p>“脚步 Lite”以微信小程序为载体，通过微信扫描二维码方式即可进入使用，无需下载、注册等繁琐程序，提高用户使用产品的效率和舒适度，也为求职本身提高了效率。</p>	<p>(2) 小程序尚未进入成熟运营阶段，服务体系尚不健全，普及度不高。</p> <p>“脚步 Lite”当前仍处于试运营阶段，多个接口未对外开放，产品运行尚未成熟，在校园市场和社会市场的普及度不高。B 端客户也在陆续谈判中</p>
Opportunities	Threats
<p>(1) 市场潜力大。</p> <p>就就业市场而言，当前社会网络招聘求职平台多、活，但缺少与“脚步 Lite”同类的竞品存在；就社会市场而言，社会上同类竞品较杂乱，缺陷多，影响用户的使用体验，市场未饱和，“脚步 Lite”的市场潜力较大。</p> <p>(2) 市场同类产品提供借鉴。</p> <p>市面上现已有发展较为成熟的类似产品，如智联招聘，赶集网等，可供本项目吸收优点与分析规避缺陷。</p>	<p>(1) 类似产品多，竞争压力大。</p> <p>智联招聘，赶集网等 APP 早已进入成熟运营阶段，这社会市场均占有一定份额，这类 APP 产品还在不断发展用户与开拓市场，竞争力量强大。</p> <p>(2) 行业进入壁垒低。</p> <p>只要具备一定条件就可以进入该行业，对起始资金的要求也很低，潜在竞争者进入行业数量会较多。</p>

图表 39 SWOT 分析

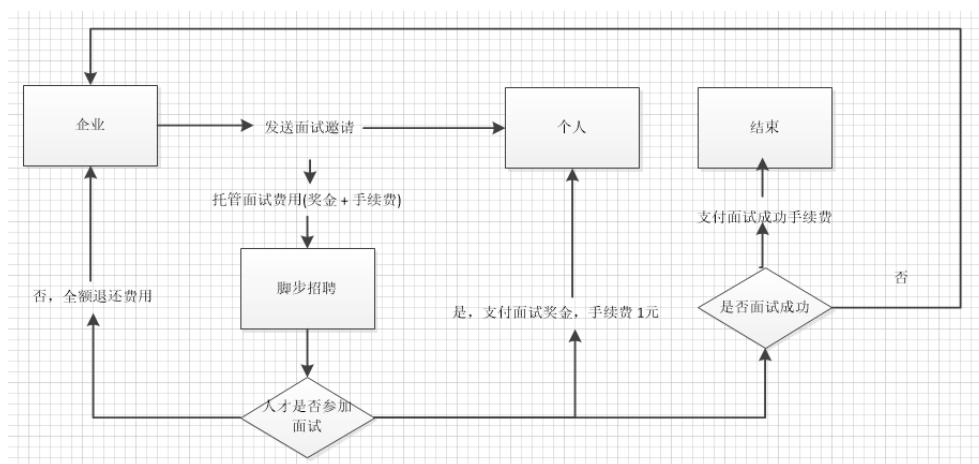
四、商业模式

（一）定位

脚步招聘——提供完美的招聘求职解决方案。

（二）盈利模式

将人岗匹配解决方案提供给企业和求职用户。脚步招聘平台使用 INTARG - 3D 深度学习神经网络建立求职者和企业模型，从多个角度定位企业所需人才以及求职者意向工作并双向推荐。企业登录企业端平台 (<https://www.lololun.com>) 注册并实名认证后可以发布对应岗位信息。发布岗位时可以同时发送面试邀请给系统推荐求职者，企业可以设置面试奖金(5-1000 元)，若求职者受邀参加面试，则可以获得该面试资金，同时平台收取一定手续费。发布岗位信息时需要托管求职者可同时在小程序端、公众号端、PC 端完成注册，三个终端统一账号。求职者完善好简历信息之后完成简单求职测试后系统将会推荐适合的岗位到用户。



图表 40 脚步商业模式



岗位软广收费。虽然线上平台会给企业与求职者进行匹配，但平台依旧提供岗位广告位，以满足企业推广企业岗位信息需求。广告分为 Bannar 广告位、行业分类置顶位等。

企业入职培训。并不是所有企业招聘到员工后都能立刻上岗，一般需要一段时间的培训才能适应岗位要求。脚步为企业定制专属入职培训计划，通过与第三方培训机构合作，联合为企业提供专一优质服务。

五、市场营销

（一）目标市场 STP 分析

据统计，全国有 2500 多个大学校园，按照平均每个校园有 10,000 名学生估算，大约有 3000 万在校学生，每年应届毕业生约 750 万人，按每个企业在招聘应届毕业生的花费为 500 元计算，应届毕业生招聘市场年营收超过 37 亿，规模较大。而应届毕业生招聘市场仅为人才市场的一小部分。有资料显示，中国大陆人才招聘市场市场超 3 亿元以上，目前行业暂未形成巨头，新进入行业者有较大机会。

随着互联网技术的发展和线上招聘平台的兴起，人们越来越偏向于在线上完成求职。求职需求和招聘需求巨大，但“用工荒，招人荒”现象依旧严重但线上的大部分招聘平台虽然解决了人岗信息的对接问题，但并不能真正解决企业“招合适的人”的真实需求。面对越来越大的招聘市场，目前传统的线上招聘平台显得略显乏力。



我们致力于建设智能招聘解决方案平台，将招聘流程简单化、智能化，促进招聘行业的升级。

（二）产品策略

基于深度学习的人岗匹配方案：与一般招聘平台相比，脚步招聘产品依托于大数据技术在人岗匹配方面拥有较大优势。

LTM 智能测谎系统：这是其他线上招聘平台所没有的功能，通过线上智能测谎系统初步筛选参与面试的求职者，为企业节省人力。

智能面试解决方案：此方案正处于研发阶段，希望通过技术手段解决线下面试所带来的极大时间浪费、人力物力财力浪费，利用视频处理和心理特征分析解析面试者的表现，这也是其他平台所没有的优势。

岗前培训服务：此为招聘行业增值服务之一，加速员工快速融入新企业工作环境。

（三）定价策略

价格优势：我们依托于大数据技术，将每个用户作为一个最小的单元，降低每个用户以及岗位的获取成本，从而在价格上与其他平台相比较有优势。

定价策略：我们采用的是成本导向定价法为主的综合定价方法。根据成本价格以及市场主流定价的费用，同时对企业所能接受的价格进行调查，找出企业的认知价值，另外分析竞争者的产品价格。综合成本、竞争者、企业认知三方面因



素，制定一个合理的价格。

（四）推广策略

为了扩大我们的市场，我们需要进行一定的推广策略，我们的推广用户主要是针对企业和人才，通过向用户推广我们的产品服务，增加产品使用率，打响我们的品牌，扩大我们的影响力。因此，我们采用了以下四种推广策略。

1. 地推宣传

我们的产品围绕着招聘工作来完成，我们的产品定位于人才市场。人才市场非常庞大，我们要扩大我们的产品影响力，还是需要传统的地推宣传方式。前期，通过在各个高校派发传单、张贴海报，寻求各高校合作伙伴，扩大市场。同时，每个高校都派一定人员负责收集用户反馈，不断改进，力求达到客户满意，客户满意是我们唯一的目的。后期，在人流度高、公司聚集地多的地方进行地推宣传，商谈合作，增强宣传力度，提高市场占有率。此外自建或依赖其他企业宣讲会进行产品推广，充分扩大产品知名度。

2. 活动推广

主要采取组织一些线上线下参与度高、有趣的活动，吸引用户进入我们的产品，在实际操作中使产品的部分功能更加场景化。通过活动的举行来扩大产品的



影响力，也能在活动过程中穿插我们产品的简单介绍、及结合活动内容现场演示部分功能使用，使得活动内容更加具化。采用上述或类似“软推广”方式，实现产品无缝植入活动，以丰满活动内容，以此将产品与活动内容相结合。

3. 渠道商业合作

我们寻求与具有巨大影响力的校园组织或者企业进行商业合作，我们提供产品和后台服务，对方提供具体运作，从而实现双赢的结局。我们的合作对象包括但不限于学校各大创业协会、营销协会、勤工助学中心以及社会各大企业。我们将会在校园进行推广，并且通过与广东各大高校拥有较多资源的人合作，扩大我们的影响力，提高我们的知名度。同时寻求与各大公司合作，进行产品合作，合作方式多样，以达到宣传目的。

4. 网络推广

由我们团队自我运营的小程序已经上线，我们希望通过小程序进行推广，再输出我们的品牌文化产品理念的同时，将我们好的产品提供给用户。同时通过有趣的文案和具有强烈视觉冲击力的海报吸引人才加入我们所组建的 QQ 群、微信群等社群，并通过分享验证进群等二次传播方式实现社群人数的大量增长，并由专人负责管理维护。同时制造热点，通过自有资源（如广州大学城等微信公众号大号）、社会资源（今日头条、腾讯新闻等）以及媒体自发报道、成功登上微博热搜等方式进行网络推广，利用线上传播迅猛的优势为小程序不断吸引新用户。



方式	内容
打造优质小程序	通过打造提供优质内容的小程序为企业和人才提供专业化的服务，同时创建兴趣圈、斜杠人群等形式，让更多用户依赖本产品，从而稳定用户群，形成生态用户圈
提供资源共享	提供有关组织管理相关的资源共享，可以是视频亦或是软件资源，增加点击量
定期发布文章	定期发布文章，进行干货分享，如面试小技巧，职业发展与规划教程等，主要传达高效、管理、协助等理念，培养用户阅读小程序内容的习惯，提高用户粘性
社群转发	组建大量 QQ 群、微信群，聚集大量各行各业人才并进行分类管理，转发小程序招聘信息至精准社群，大大提升招聘效率及为求职者提供便利。
媒体推广	不断制造热点，通过自有资源（如广州大学城等微信公众号大号）、社会资源（今日头条、腾讯新闻等）以及媒体自发报道、成功登上微博热搜等方式进行网络推广，利用线上传播迅猛的优势为小程序不断吸引新用户。

图表 41 网络推广方式

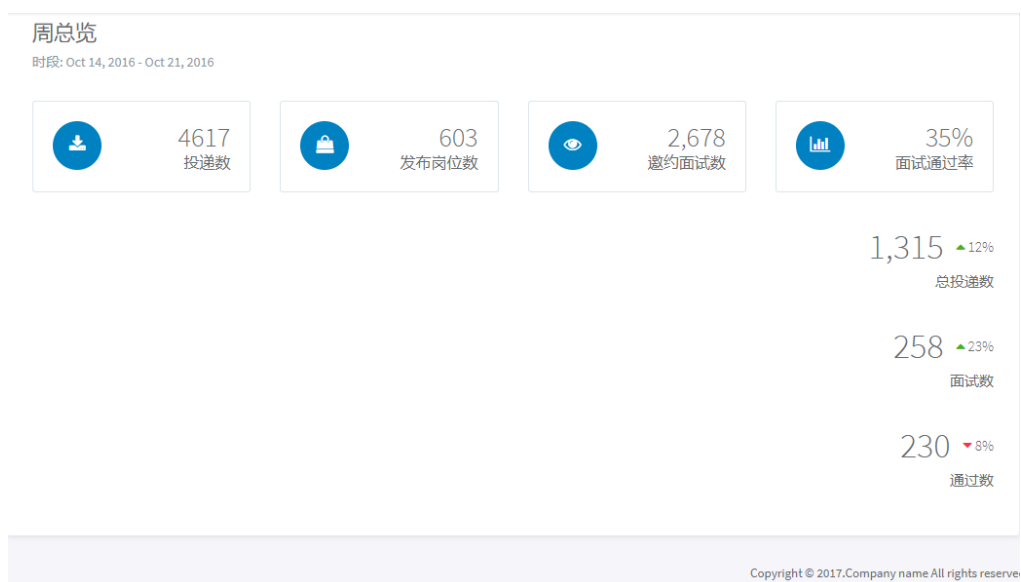
（五）品牌策略

品牌形象建设：在品牌形象方面，我们作为一个完美招聘解决方案的提供商，致力于建设一个更快捷高效的招聘行业环境。让求职者有一个流畅完美的应聘体验，让企业用最少的时间和成本招到最适合的员工

六、战略发展规划

（一）项目现状及进展

项目从 2017 年 5 月份组建团队并启动开发，当年 12 月完成小程序平台开发并上线运营。平台运营三个月以来，积累求职用户量 10000 + 人，企业用户 200+ 家，积累发布岗位数 603 个，简历投递次数积累 4617 个，邀约面试数 2678 次。



图表 42 平台运营情况

2017 年 10 月，完成 INTARG-3D 深度学习推荐系统开发和测试，反馈良好，系统通过研发用户动作识别模块、标签分类识别模块、机器学习模块三个模块组建一整套机器学习与智能推荐系统，目前与 大学 学院大数据处理实验室达成合作。

具体工作进展情况如下：

表 6-1 工作进度表

项目进度	计划时间	已完成	进行中	未进行
团队组建	17 年 5 月 - 6 月	●		
市场调查与分析	17 年 5 月—7 月	●		
项目方案制定	17 年 5 月—6 月	●		
微信端小程序设计与开发	17 年 10 月—12 月	●		
小程序正式上线	17 年 12 月 - 18 年 3 月		●	
PC 网站开发与测试	18 年 3 月		●	
APP 开发与测试	18 年 3 月			●

说明：●代表工作完成情况

图表 43 工作进度表

目前，公司已经完成小程序测试与上线，网站与 APP 设计与技术开发工作中，项目组成员分工协作，各项工作按照计划有条不紊的进行。预计到 6 月完成网站技术开发，7 月进行测试和修改，经过 1 个月的试运行后，2018 年 8 月正式上线推出。

（二）未来一年与三年发展规划

1. 产品运营一年后目标

（1）商业目标

产品运营的前一年重心围绕大学城高端人才市场进行，主要目标为提升用户



体验与增长用户数，提高用户活跃度，提高活动质量。因此前一年的商业目标规划如下：

分类 \ 时间	2018 年 5 月	2018 年 6 月	2018 年 10 月
盈利	-50,000 元/月	10,000 元/月	18,000 元/月
校园市场份额	50%	80%	99%
用户量	20,000 人	50,000 人	100,000 人

图表 44 用户增长预测表

时间	大学数量（所）	用户量（微信端，网站与 APP）
2018 年	136	680,000
2019 年	272	1,360,000
2020 年	340	1,700,000

表格数据分析如下，在盈利方面，前期主要投入人力到产品推广以及产品完善两方面，在产品推广层，因为面对市场是各高校，推广对象也是各高校学生社团以及学校/院组织，因此推广难度较小，在近半年的规划中，推广范围都会围绕广州大学城十所高校展开，因此在前期的 3 个月时间里，产品处于负盈利状态。而产品完善是跟随运营结果进行修正的，工作量较大，但由于该工作由团队成员完成，不需外聘工作人员完成，成本为零(团队成员不领工资)。

(2) 影响力目标

影响力指产品在用户心中的分量大小，在运营一年后，产品在大学城人才市场中形成垄断地位。



(3) 运营模式目标

产品前期的运营策略为推广，即“推模式”；而在产品基础已经铺垫好了的基础上，产品运营模式为用户主动拉的模式，成为用户喜欢用，能主动扩散的模式。

2. 产品运营三年后目标

(1) 商业目标

产品经过一年的积淀，满足了用户希望的产品价值，而之后的两年，产品目标更多转向同时实现用户价值以及商业价值方面，预期目标是促成产品和用户的共同成长。在模式方面，市场触手开始往广东市场扩展，通过优质岗位提升用户活跃度，同时实现产品价值

分类 \ 时间	2019 年	2020 年
	盈利	30,000 元/月
用户量	300,000 人	500,000 人

图表 45 企业三年后盈利预测表

表格数据分析如下，在盈利方面，产品服务盈利方式从单一的劳务派遣收费转变为劳务派遣、中介服务收费、人才培养收费、人才推荐收费扩大等模式，并且产品主战场从校园转移到社会中，招聘求职场景从简单到复杂，从小规模到大规模，对应不同的招聘场景给出不同的推广方案、不同的解决方案。因此收入来源包含了线上和线下两类，月纯盈利在 2020 年预计达到 400,000 元/月。对于用户量方面，在 2020 年希望达到 500,000 人。

(2) 影响力目标



在 2020 年，产品能在招聘类服务产品中有一席之地，具有一定的社会影响力。同时对用户来说，具有一定的用户友好度以及忠诚度，用户喜欢用产品，能主动扩散产品。

3.工作计划和发展目标

在 2016 年—2020 年期间，我们每年的工作重点和要达成的发展目标规划如下：

表 6-3 2016 年—2020 年的工作规划

时间	工作规划	发展目标
2018 年	完善网站与 APP 栏目内容与功能，完成网站与 APP 定版； 进行网站与 APP 推广与传播，扩大网站影响，增加用户流量，进行试运营，并签订十所高校；联络大学就业办、社团、媒体，建设网站合作伙伴联盟；建立网站的运作和营销机制。	网站与 APP 初具规模； 用户量稳步增长，实现盈利
2019 年	整套解决方案投入使用 各职能部门和规章制度建设完备，公司进入快速健康的发展轨道。	网站与 APP 快速发展；运营机制完备；初步尝试投入智能机器试运营。进一步实现盈利

2020 年	联合合作伙伴举办大范围的招聘活动，在目标人群和用户中树立招聘网络品牌的形象； 丰富网站、智能硬件内容与功能，提升用户体验和对用户的服务品质； 设立上海分支机构，开拓当地的线下市场。	高速增长期；形成品牌效应；盈利大幅度提升
-----------	--	----------------------

图表 46 工作规划

（三）远景发展规划的设想

基于巨大的招聘市场，通过提供完美的招聘解决方案为企业和社会创造更高效、更省心的招聘体验，塑造高科技企业的形象和品牌，进一步占领全国招聘市场，开发与网站内容和形象相关的衍生产品，着重于建立一个以招聘为核心的招聘周边社群生态圈，是我们对于平台远景发展规划和盈利模式的大胆设想。

七、公司架构与管理

（一）公司文化

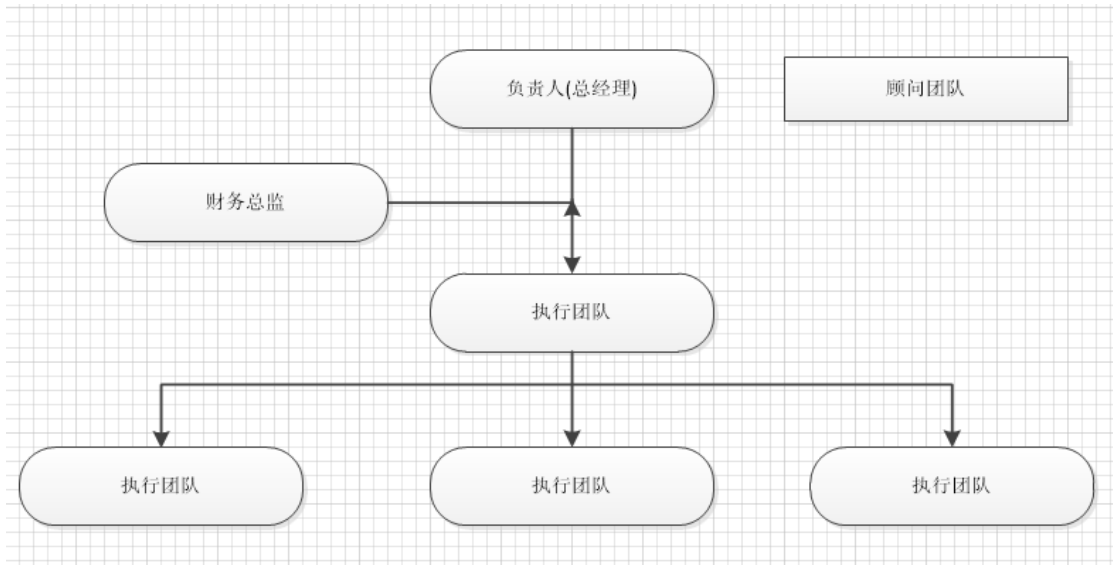
公司宗旨：让天下没有难找的工作和人才

公司管理理念核心：制度约束和人性化管理之间力求平衡

公司 logo：



（二）公司架构



图表 47 公司架构图

（三）部门成员

所属部门	人员
顾问团队	唐小煜 侯永雄
团队负责人	冯歌宏
财务总监	张梓莹
市场部	张楚瑜、陈海珍、郑梦仪
运营部	王基衡、高士杰、萧雨涵
技术部	李海健、林奕文、梁志杰、潘璇峰、孔润勋



图表 48 部门成员表

（四）核心成员简介

项目团队 15 人，核心成员 3 人。




核心成员介绍：



冯歌宏：项目 CEO， 学院 14 级通信工程应届毕业生，创业两年半，曾任职“浪吧”旅游大学城区域经理，负责大学城范围内旅游活动策划以及相关业务处理。大学期间学生工作经验较丰富，曾先后加入校学生会，辩论队，担任年级级长以及学院辩论队副队长。广东省《青创 100》创新创业引领计划第二期学院，《青领社区》 大学分会会长。

张梓莹：财务总监，国际经济与贸易专业，曾任棋艺苑会管部部长和学生就业指导中心助理团队负责人，获得过“V 公益”创意项目策划比赛优秀奖、演讲比赛优秀奖、模拟推销员大赛三等奖等。

孔维狄：技术总监，食议兽信息科技公司 1 年工作经历，精通 php，java 开发，熟练掌握 web 前端，python 计算机视觉编程以及 mysql，拥有丰富的项目开发经验。

顾问团队介绍

侯永雄：经济学博士，副研究员。在《大学学报(社科版)》《高教探索》《中国社会科学报》等学术报刊独立或第一作者发表相关学术论文 20 篇，主持和参与省部级、市厅级等有关课题 10 多项。指导学生获全国“创青春·挑战杯”、“互联网+”、“移动互联创新大赛”等权威赛事金银铜奖 6 项，其中 2 个项目产值超过千万元，获得省“众创杯”、“创青春·挑战杯”、“互联网+”、“行业分析大赛”、“职业规划大赛”等奖项 20 余项，多次获得“优秀指导老师”。

唐小煜： 辅导员，研究生办公室主任， 专业



硕士导师，学生课外实践创新基地负责人，F(x)学生发展工作室负责人，曾赴美国 OSU 参加学生事务研修。曾获全国辅导员年度人物入围奖，获广东省教学成果二等奖，省高校资助工作先进个人 获校课堂教学优秀奖、实践教学优秀奖、挑战杯优秀指导教师、就业工作先进个人、思想政治 工作先进个人等荣誉。曾以主要成员参与国家自然科学基金项目、省教育厅广州大学城资源共享项目、省思想 政治教育课题，主持十多所高校委托开发高校学生工作信息系统项目，主持多项校教学改革 及研究生创新教育研究课题。已获授权 5 项国家发明专利，14 项软件著作权，发表论文 5 篇

（五）部门职能：

1. 市场部：

制定年度推广目标计划。

开展市场调研，对相关行业的发展进行调研、分析，对产品提出整改计划。

对竞争品牌广告策略、竞争手段的分析。

做出推广预测，提出未来市场的分析、发展方向和规划。

制定产品企划策略。

合理进行广告媒体和代理上的挑选及管理。

制定及实施市场广告推广活动和公关活动。

实施品牌规划和品牌的形象建设。宣传设计广告，推广市场。



2. 运营部：

制定产品管理制度与方案规划产品发展方向，制定产品的长期竞争策略。

参与年度运营计划及预算编制。

管理产品品牌和产品成本。

负责与相关部门（开发、市场、推广等）进行联络和协调。

3. 技术部：

负责相关软件的研发、升级，并投入使用

负责管理团队的技术部门及技术人员的工作安排

负责公司技术方面制度的制定和执行；部门内部协调

负责公司技术部门的预算复审

跟踪技术的发展，保持产品的领先地位

4. 财务总监：

掌握与管理团队的财务活动，规划与编制预算

（六）人员招聘

广州市食议兽信息科技有限公司是以促使招聘智能化为核心竞争力的科技驱动型公司，这要求企业招聘各种类型的优秀人才，其中，具有创新意



识和互联网技术人才对公司未来的发展起到了至关重要的作用。新晋工作人员有一个持续 1 月实习观察期，公司将根据实习期工作表现进行审核，优胜劣汰。此外，能力突出适合者可提前留在公司继续开展工作。

公司的人员招聘方案如下：

1. 人才交流中心

通过人才交流中心，公司公开面向社会招聘所需要的有技术、创新意识、热情的技术人员及传播营销人员等，广泛收集有能力高技术的工作人员。

2. 劳动力市场

通过劳动力市场招聘公司员工，主要从能力、态度两个方面进行考核。

3. 校园招聘

在校学生一般具有吃苦耐劳意识，创新能力强，工作热情更高。公司在校园直接进行招聘，主要招募职位对应能力相对应的专业院校的毕业生，方式主要有招聘洽谈会、招聘讲座、学校招生就业办推荐、招聘张贴等。对于心仪职位候选人可采取面谈、与学校就业办公室等进行联系，在学生实习前予以招聘。

4. 员工推荐

公司在职员工可实行身边优秀人才推荐制度，在已有默契度的基础上采取熟人带新人方式，有助于快速开展工作及快加公司融入。



5. 人才猎取

通过公司为员工提供良好的福利待遇、舒适的工作环境、富有生机活力的企业文化和合理的管理模式来吸引人才。

(七) 考核制度

1. 考核目标：使绩效考核工作更加明确，有其依据。
2. 使用范围：公司全体员工
3. 考核原则：月度考核、季度考核和年度考核两类
4. 考评时间：

月度考核：每月月末的最后一个星期

季度考核：当年每季度末月的 15 日开始

年度考核：次年元月 1 日开始

5. 考评内容：

- (1) 态度，包括员工的积累出勤情况、工作主动性与积极性等
- (2) 素质，包括员工是否有上进心，是否忠于本职工作及其可信赖程度，还包括纪律性、职业道德、个人卫生与仪容仪表等；
- (3) 能力，根据员工的不同职别层次，对其业务能力、管理能力、工作能力做



分类考评；

(4) 绩效，主要考评员工对公司的贡献与完成工作任务的数量及质量方面的情况。

6. 考评类别：

分 A、B、C、D、E 五个等级

A：优秀 5 分 B：良好 4 分 C：合格 3 D：差 2 分 E：极差 1 分

7. 考评方法：

常用的考评方法有相互考核法、因素评分法、评级量表法、个人鉴定法。

8. 考核方式、考核权限及总评分：

总评分=上级评分 X40% + 平级评分 X20% + 下级评分 X20% + 自评分 X20%

(1) 上级考核：(部门经理负责组织，考评者：直属上级、部门经理、人事负责人) 得分占总考评分的 40%；

(2) 平级人员的考核：(人事部负责组织，考评者：由人事部随机的抽调与被评人员平级的 3-4 人) 得分占总考评分的 20%；

(3) 下级人员的考核：(部门经理负责组织，考评者：由部门经理在本部门随机的抽调属被评人员下级或平级的 3-4 人) 得分占总考评分的 20%；

(4) 员工自评：得分占总考评分的 20%。



9.考核流程:

(1) 月度考核：每月的最后一个星期，即最后一周周日开始进行考核，各部门员工填写自评互评表，各部门在该周三前将其部门的考核初步结果送交与人力资源部，人力资源部在该周五将考核结果公布并送交与总经理。

(2) 季度考核：每季度末月的 15 号（即 3 月 15 日、6 月 15 日、9 月 15 日、12 月 15 日）开始进行考核，20 号各部门将各自的考核初步结果送交人力资源部，人力资源部于 25 日前将考核结果公布并送交总经理，总经理于月底之前宣布具体改进措施与下一步计划。

(3) 年度考核：每年元月 1 日开始进行年度考核，1 月 20 日各部门将各自的考核初步结果送交人力资源部，人力资源部于 1 月 25 日前将考核结果公布并送交总经理，于月底之前宣布具体改进措施与下一步计划。

（八）员工激励

由于本公司初期建立，员工的每一点进步和创新都会给公司带来很大的收益，同时，员工的个人成长将把公司推向一个更好的发展层次，有助于迅速提升公司的凝聚力、竞争力。只有强化激励，才能更好的发挥员工的聪明才智，将员工的劳动潜能充分挖掘出来，才能使公司充满无限的生机与活力，为此我们建立了员工激励工程。

1.物质激励

这是公司的主要激励方式，主要通过如下方法：



- (1) 最低薪金制度：员工的最低薪金 2560 元。
- (2) 根据员工的月末评价情况，如果员工连续一个季度取得 A，会获得公司提供的福利。
- (3) 在年末根据员工绩效考核不同等级为员工发放不同数量的奖金。
- (4) 建立健全员工福利保障制度。

2.精神激励

(1) 公司将组织员工定期举办模范员工宣讲会，提升员工积极性和忠诚度。同时，公司的部分员工为一线工人，公司将设立荣誉员工，为一线工人提供榜样。增强员工的归属感以及员工的自豪感。

(2) 公司将营造一种互相学习互相鼓励的文化氛围，取得优异成绩的员工，可以收到公司其他员工的赞美，受到其他员工的认同。从而促进员工的成就感，同时使员工有奋斗的目标。

3.情感激励

公司要求各级员工摒弃传统等级观念，要求管理部门定期前往公司前线，与公司一线员工交流，通过沟通及时发现公司的潜在问题，以便公司调整改善，加强对各管理部门的信任。



八、财务计划与预测

（一）资金来源与运用

1. 资金来源与结构

资本来源 \ 资本规模	出 资（单位：元）	比 例
冯歌宏	244,000	78%
吴卓伟	60,000	6%
黄泽铃	60,000	6%
风险投资	100,000	10%
合计	610,000	100%

本项目初始投资约 61 万，主要通过团队成员个人出资以及风险投资获得。

图表 49 资金结构和规模情况表

2. 资金运用

本项目初期共需要筹集资金 358,360 元。初期资金主要用于购置固定资产（149,940 元）、流动资金的垫支(204,100 元)和开办费（4,320 元）等。投资详细科目表见下表：

图表 50 固定资产购置投资额明细表（网站、办公设备及装饰用品等）

项目	说明	备注	价格（元）
----	----	----	-------

平台建设	平台升级维护 费用+服务器 费用	一套总平台+服务器设备	100,000
办公设备	机器设备	十所高校工作用电脑 4000 元/ 台 x10	40,000
	打印设备	飞印无线打印机 FY1600 1720 元/台 x2	3,440
办公室 摆设及 装饰用 品	桌子	学校创业扶持	3,000
	椅子	学校创业扶持	1,000
	广告宣传牌		1,500
	其他办公用品		1,000
总计			149,940

图表 51 流动资金垫支

项目	说明	备注	费用（元）
场地费用 (以广州大学 城国家创业园 为准)	基本租金	学校创业扶持	36,000
日常费用	水费	学校创业扶持	8,000
	电费	学校创业扶持	12,000

职工薪酬	产品主管		4,000/月
	财务主管		3,800/月
	市场主管		4,000/月
	营养师		3,800/月
	程序员	5 个	14,000/月
前期宣传、包装	含海报、传单、 包装费、互联网 推广费		54,000
活动推广	订单优惠		50,000
低值易耗品	笔纸等办公用品		2,500
学校负责人培 训	活动相关培训支 出		12,000
总计			204,100

图表 52 开办费用

项目	说明	费用（元）
公司取照费	含工本费/公告费	490
全套公章		300
验资	按注册资本千分之二收费， 但低于 500 元的按 500 元收费	2000
印花税		150
地税		80

项目	说明	费用（元）
税务代理		500
工商代理		800
总计		4,320

备注：1. 以上表格的固定资产为实际调查得出。

2. 在流动资金方面，考虑公司运转后的资金回笼，除了宣传推广费是一年的数据之外，剩余的都为一个月的数据。

（二）营业收入预测

图表 53 bannar 广告位定价表

种类	价格
一天费用	200
周度费用	1,000
季度费用	8,000
半年费用	15,000
全年费用	20,000

图表 54 产品销售收入预测表(单位：元)

种类	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
手续费收取	350,000	1,075,000	2,315,000	3,335,000	4,400,000
bannar 广告销	500,000	980,000	2,244,000	3,266,000	4,072,000

售	广 告					
	周 度 广 告	500,000	940,000	2,300,000	3,260,000	3,950,000
	季 度 广 告	500,000	945,000	2,300,000	3,260,000	3,930,000
	半 年 广 告	450,000	920,000	2,330,000	3,260,000	3,920,000
	全 年 广 告	500,000	1,350,000	2,330,000	3,420,000	4,090,000
人才培养收入		500,000	1,000,000	2,000,000	3,200,000	4,220,000
合计		3,330,000	7,210,000	15,759,000	23,001,000	28,582,000



（三）成本费用预测

1. 成本费用的构成

- （1）产品成本：主要由进行平台升级维护成本、维护成本，资源建设支出构成。
- （2）职工薪酬：工资、奖金、津贴等。
- （3）制造费用：固定资产折旧，低值易耗品摊销（采用直线法对固定资产进行计提折旧，对开办费和低值易耗品进行摊销，见表 7-4 固定资产折旧、开办费与低值易耗品摊销表）。
- （4）管理费用：水电费，经营场所租金，物业管理费用，固定资产维修费用。
- （5）销售费用：推广宣传费、广告费。

图表 55 固定资产折旧、开办费与低值易耗品摊销表（单位：元）

项 目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	合 计
固定资产折旧摊销	29,988	29,988	29,988	29,988	29,988	149,940
低值易耗品	2,500	---	---	---	---	2,500
开办费	4,320	---	---	---	---	4,320
合 计	36,808	29,988	29,988	29,988	29,988	156,760

注：1.公司采用直线法对固定资产和低值易耗品进行摊销，第一年购入的固定资产分5年折旧。

2.考虑到公司固定资产的价值不高，使用年限为五年，最后的残值较低，故不计算残值。



3.低值易耗品全部在一年内摊销。

2.成本费用预测

在第三年时可能搬出创业基地，故预计租金与水电费有涨幅。从第三年开始，职工薪酬逐渐有所涨幅。

图表 56 成本费用预测表（单位：元）

年份	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
经营场所租赁费	36,000	36,000	36,000	58,800	58,800
水电费	20,000	20,000	20,000	36,000	36,000
固定资产维修费	12,000	12,000	12,000	23,000	23,000
应付职工薪酬	355,200	355,200	396,900	396,900	416,900
推广宣传费	150,000	200,000	1,000,000	1,000,000	1,500,000
折旧与摊销	36,808	29,988	29,988	29,988	29,988
固定成本 (小结)	475,098	653,188	1,494,888	1,544,688	2,064,688
变动成本：	2,024,902	4,062,220	8,473,220	14,423,420	16,885,420
营业成本 (总)	2,200,000	4,175,408	9,968,108	15,968,108	18,950,108

根据成本费用预测以及销售收入的估计，得出利润预测表：

图表 57 净利润预测变化趋势（单位：元）

项 目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一.营业收入	3,330,000	7,210,000	15,759,000	23,001,000	28,582,000
减：营业成本	2,200,000	4,175,408	9,968,108	15,968,108	18,950,108
二.营业毛利	1,130,000	3,034,592	5,790,892	7,032,892	9,631,892
减：期间费用	274,600	973,000	1,226,780	1,296,580	1,296,580
三.营业利润	855,400	2,061,592	4,564,112	5,736,312	8,335,312
减：所得税费用	8000	8000	1,141,028	1,434,078	2,083,828
四.净利润	847,400	2,053,592	3,423,084	4,302,234	6,251,484

注：1. 根据我国《企业所得税法实施条例》的规定，公司属于小型微利企业，应纳所得额小于30万，适用税率为20%，应纳所得额大于30万，使用税率为25%。

2.高校毕业生自主创业政策的具体内容是，对持《就业失业登记证》(注明“自主创业税收政策”或附着《高校毕业生自主创业证》)毕业生从事个体经营(除建筑业、娱乐业以及销售不动产、转让土地使用权、广告业、房屋中介、桑拿、按摩、网吧、氧吧外)的，在3年内按每户每年8000元为限额依次扣减其当年实际应缴纳的营业税、城市维护建设税、教育费附加和个人所得税。3.公司利润表采用传统式利润表方式计算。



（四）现金流量预测

图表 58 投资现金流量表（单位：元）

	初期	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、初始现金流出						
固定资产投资	-149,940					
运营资金垫支	-204,100					
开办费	-4,320					
二、年营业现金流		第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
1.营业收入		3,330,00	7,210,000	15,759,000	23,001,000	28,582,000
2.成本费用		3,330,00	7,210,000	15,759,000	23,001,000	28,582,000
固定成本		475,000	652,100	1,404,000	1,544,600	2,064,600
变动成本		2,024,00	4,062,220	8,473,220	14,422,420	16,885,420
3.税前利润		855,400	2,061,592	4,564,112	5,736,312	8,335,312
4.净利润		847,400	2,053,592	3,423,084	4,302,234	6,251,484
5.折旧与摊销		36,808	29,988	29,988	29,988	29,988
三、年现金净流量	-358,360	884,208	2,083,580	3,453,072	4,332,222	6,281,472
四、累计现金流量	-358,360	525,848	2,609,428	6,062,500	10,394,722	6,676,194

（五）项目投资可行性分析

1. 投资净现值

投资净现值是指投资项目投入使用后的净现金流量，按资本成本或企业要求达到的报酬率折算为现值，减去初始投资以后的余额。

（1）投资净现值

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1+k)^t} - C$$



式中：NPV-现净值

NCF_t—第 t 年的净现金流量

k-贴现值

n-项目预计使用年限

$$\begin{aligned} NPV &= 884,208 \times 0.870 + 2,083,580 \times 0.756 + 3,453,072 \times 0.658 + 4,332,222 \times 0.572 \\ &+ 6,281,472 \times 0.497 - 358,360 = 9,858,131.384 \end{aligned}$$

根据同行业近几年的利润率分析，结合公司实际经营的市场情况，考虑资金的机会成本以及股东投资回报率等因素，k 取 15%(下同)，此时，NPV=9,858,131 元，远大于零。计算预测期内盈利能力很好，公司发展潜力巨大。

2. 投资回收期

$$\begin{aligned} \text{回收期} &= \text{累计净现值出现正值年数} - 1 + (\text{本期尚未收回现金} / \text{下期现金流量}) \\ &= 1 - 1 + (358,360 / 884,208) \\ &= 0.41 \text{ 年} \end{aligned}$$

通过净现金流量、折现率、投资额等数据用插值法计算，可以算出，投资回收期为 0.41 年，投资方案可行。五年的项目需要 1.03 年回收投资，这与开始营业投入的固定资产较多有关，但随后每年接近以高速增加现金流量，可见其投资前景是广阔的、可观的。



3. 内含报酬率

根据现金流量表计算内含报酬率如下：

$$\text{当 } \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1+r)^t} - C = 0 \text{ 时}$$

式中：NCF_t—第 t 年的净现金流量

r-内部报酬率

n-项目预计使用年限

c-初始投资额

$$\begin{aligned} & 884,208 \times (\text{PVIF}15\%,1) + 2,083,580 \times (\text{PVIF}15\%,2) + 3,453,072 \times (\text{PVIF}15\%,3) \\ & + 4,332,222 \times (\text{PVIF}15\%,4) + 6,281,472 \times (\text{PVIF}15\%,5) - 358,360 = 0 \end{aligned}$$

$$r=3.45$$

根据同行业近几年的利润率分析，结合公司实际经营的市场情况，考虑资金的机会成本以及股东投资回报率等因素，k 取 15%(下同)，利用 IRR 函数算出，内含报酬率达到 324%，大于资金成本率 15%，主要因为公司产品的销售利润率较高，而且，前 5 年内市场增长性很好。

从以上的财务指标可以看出，本公司开始营业 5 年内，内部报酬率高达 345%，大于 15%，投资回收期为 0.41 年。从现金流净现值和内部报酬率的角度进行分析，本公司的发展潜力大。



（六）风险资本退出

1. 风险资本退出方式

根据经营过程中可能出现的情况，我们设计了以下三种风险资本退出方式：首次公开上市（IPO）、兼并与收购、管理层回购（MBO）三种，并分别对其风险优点、实施方式、本公司的实施可行性等作了详细的分析，以期选出最适宜本公司风险资本退出的方案。

（1）首次公开上市（IPO）

首次公开上市（IPO）是指当风险企业发展到相对成熟的阶段后，风险资本家通过风险企业在证券市场首次公开发行股票，将其所持有的风险企业的股票出售以实现其价值增值的一种推出方式。公开上市发行一方面最大限度的保障风险资本者的利益，另一方面在公开市场上的竞价也让企业评估的价值得到充分评估和体现。

主板上市对企业各方面的要求较高，一般创业企业的首次公开上市通常是通过创业板市场实现的。2009年10月23日，我国创业板市场开板，它主要为新兴的、高成长性的高科技企业或中小企业提供融资服务，为风险资本提供推出渠道的一种专业性很强的资本市场。

首次公开上市的优缺点分析：

图表 59 首次公开上市优缺点分析表

优点	缺点
√ 风险资本获得丰厚回报，顺利推出	× 公司上市手续繁琐，成本费用较高

√ 公司价值得到认可	× 丧失公司管理和运营的灵活性
√ 为公司日后再融资新增了途径	× 易被恶意收购
√ 保持了公司的独立性	× 上市所需时间周期较长
√ 回报率高，得到溢价增值	× 公开招股也无法立即获得现金收益
√ 提高公司在资本市场的知名度	× 易发生公关危机
√ 风险资本公司赢得声誉	× 受到的限制条件较苛刻
√ 改善健全的公司治理结构	× 易受宏观经济和政策环境影响，波动较大

● 实施方式

a. 国内创业板上市

国内新设的创业板，为高新技术企业上市提供了便利条件。而公司所在的领域属于高新技术领域，符合创业板的条件，且公司在运营一定时间后，有较大的利润，符合上市的条件。

(2) 并购转让 (M&A)

兼并与收购 (M&A) (简称并购) 是指风险资本家通过产权交易市场协议出售所持风险企业股份从而实现风险资本退出的一种产权转让行为。一般情况下，当公司发展成熟阶段，但业绩没有达到公开上市要求或者证券市场表现不佳的时候选择并购的方式。根据实施并购的主体不同，风险企业并购又可以分为一般收购和第二期收购。



一般收购主要是指一般的公司间的兼并和收购；而第二期收购指的是由另一家风险资本机构受让风险资本家转让的风险企业的股份后，继续对风险企业进行下一期投资的并购方式。

根据各国实践来看，并购转让风险相对较低，且更具有灵活性，风险投资者可选择退出或部分推出所投资企业的形式，所以，通过产权市场上的企业并购是风险资本最主要的推出方式。

在经营状况未达到上市要求时，可以采取战略合作者并购、行业内其他企业并购和其他风险投资并购两种方式，以保证风险资本的安全退出。

● 并购转让优缺点分析

图表 60 并购转让优缺点分析表

优点	缺点
√ 容易取得并购协同效应	× 回报率远远低于 IPO 方式
√ 并购转让风险较低	× 费用成本较高
√ 风险资本者退出成本较低	× 企业价值容易被低估
√ 成本费用较公开上市低	× 公司失去独立性
√ 变现速度快	× 难以找到合适的并购方
√ 险资本者可选择退出或部分退出所投企业，具有一定的灵活性	× 管理层易产生极大的震荡，可能导致管理人员和核心技术人员的离职
√ 操作手续简便，易于进行	× 并购方难在短时间内筹集所需的巨额资金



- 实施方式

- a. 股权置换

将并购方的股权与风险资本者在我公司的股权相交换。并购方无需支付现金，因此较易找买家。

- b. 票据交易

用票据的形式支付收购股权的费用，从而达到减税的目的。

(3) 管理层收购 (MOB)

管理层回购是指由管理层以现金、票据等有价值证券买断风险资本者所持有的风险企业的股份，注销或按比例分配给风险企业的其他股东，从而实现投资收益的一种退出方式。

当公司发展到一定阶段时，基于公司所有者对公司前景的看好，所有者一般不愿再受制于风险资本家的约束，或是不愿将公司的股票卖给第三者，因此会联合公司的管理层和员工回购公司的股票。

- 管理层回购优缺点分析

图表 61 管理层回购优缺点分析表

优点	缺点
√ 降低投资风险	× 投资收益率远不及 IPO 方式和企业并购

√ 保证风险资本的最低收益	× 一定程度上会造成股权过于集中
√ 保持公司的独立性，避免因风险资本退出给企业运营造成大的震动	× 利润易被操纵，损害风险资本者的利益
√ 少代理成本	× 要求公司的管理层能够找到合适的融资杠杆，为回质寻求资金支持
√ 保持管理层的确定	× 管理层可能通过银行贷款等方式进行回购，增加了信用风险
√ 可以有效激励员工	
√ 保证企业的发展战略的连贯执行	
√ 交易复杂性较低	

● 实施方式

风险企业的经营管理日益成熟，但高成长性难以确定，风险资本公司可据所签订的偿付协议转让其股权。操作中可在投资协议中加列回购条款，保证风险资本者的最低利益。管理层获得收购资金的渠道有两个：一是通过信托公司获得资金，这也是较为现实的方式；二是公司固定资产、相关技术为抵押获得银行贷款。

2. 本公司风险资本退出策略

(1) 退出方式

本公司结合自身良好的运营期前景和行业的特殊性，将倾向选用管理层回购以及上市相结合的方式，这样既能让风险投资商成功退出风险资本也能使奉



献投资获得较大的收益，同时不会对公司的持续经营产生较大影响，对企业的资金周转也不会产生威胁。

(2) 退出时机

当企业处于成熟期时，是风险资本退出的最佳时机。根据企业中长期发展战略以及企业的发展生命周期，随着公司项目的铺开，公司市场占有率在不断的提高，树立了良好的企业形象，公司取得较大的利润。此时风险资本退出能够实现收益最大化。

3. 投资者权利说明

投资者一旦对我们项目进行投资，那么就成为了我们的股东之一，将具有以下权利：

- 1) 分红权。股东能够按照其投资比例获得相对应的分红。
- 2) 知情权。各股东有权了解公司的运营的现状，如财务报告、销售报告等。
- 3) 股东大会权利。大股东可以在适当的时机请求召开股东大会。
- 4) 表决权。各股东具有对公司决议的表决权。
- 5) 监督、建议、质询权。各股东可以对公司运作进行监督，提出自己的建议，或者就公司问题对其他人员进行质询。
- 6) 股份持有与处置权。各股东可自主对其股份进行持有或者出售等操作。



7) 剩余财产分配请求权。各股东可以对剩余财产的分配与使用提出自己的意见。

基本问题解答：

(一) 如果对公司运营现状不满，我能否要求召开股东大会？

答：可以。但必须由公司三分之二的股东同意召开后才能召开股东大会。

(二) 股东如何行使表决权？

答：在股东大会上，我们会就公司未来发展等需要决策的问题进行投票表决，每个股东都可以对该问题进行投票表决。

(三) 我可以随时查阅公司资料吗？

答：如果你有需要查阅公司资料的话，请向该部门发送请求信息，然后等待该部门把所需信息整合成报告形式再进行查阅。两次查阅时间差不得小于一个月。

(四) 中小股东的权利会有所缩水吗？

答：原则上不会减少或者限制中小股东的权利。但是在表决过程中，小股东的票数可能会减少（如一票当半票）。

(五) 能否委托他人参加股东大会？



答：原则是不允许他们代参加股东大会。但是如果情况迫切需求代参加，那必须在一个月前通知有关负责人，然后公司对其进行信息核对与调查，确定此人具有代参加资格后，方能实施。

（六）股东如何参与公司管理，行使其监督、建议、质询权？

答：各股东可以请求召开股东大会，在股东大会上提出他们关于公司运作的建议。并且随时可以对公司各项指标、各部门工作报告、公司运营状况进行了解，并且对工作失误导致公司损失的员工、部门、股东进行问责。

九、风险与风险管理

（一）风险分析

成功的创业项目是在好的想法基础上，懂得如何分析风险的大小以便看清自身承担风险的能力。就此脚步招聘项目而言，风险分为下面七大类。

1. 推广风险

智联招聘，前程无忧等 APP 早已进入成熟运营阶段，这社会市场均占有一定份额，这类 APP 产品还在不断发展用户与开拓市场，竞争力量强大，在推广过程中会受到一定的限制。

2. 研发风险

技术研发项目：技术研发项目本身的难度与复杂性较大



技术研发者：技术研发者能力与实力具有有限性，可能使后台不完善，用户体验较差。

研发过程中技术流失：在项目研发过程中，需要多渠道获取信息，与相关行业进行沟通交流。在此过程中，项目中的技术、管理等商业秘密可能被第三方通过不良手段获取，即直接盗取公司的无形资产，用来独立经营以牟利，构成恶性竞争。

3. 竞争风险

网络招聘市场已经形成了前程无忧、智联招聘双巨头的市场格局，存在较大竞争压力；平台存在可复制性，被同行复制后存在竞争。

4. 政策风险

因国家、部门、地方政策上存在变化的不确定性而存在，具有一定不可抗性和特殊性。

5. 财政风险

项目运营时可能出现融资未达预定金额的情况，面临流动资金不足的风险。

6. 管理风险

人事

公司创始人及成员均为在校大学生，除部分成员已经拥有多个项目运营经验外，其余成员经验不足，能力有待提高。

下层执行者可能拒绝完全按照决策者的思想去贯彻和实施创业项目中的计划。

人员流动



①不合格人员流入

由于招聘者处于某种自身需要考虑或对工作性质、职位要求分析不到位，导致录用人员不合格，影响公司利益。

②人员流出

由于企业内部因素，如：得不到认可、工作过于繁杂、公司缺乏吸引人的前景、自身专业发展机会不足等或由于外部环境或个人因素影响，如：学业负担、兴趣爱好等，导致公司失去可用之才。

7. 破产风险

本创业项目存在对未来投资收益的不确定性，创业项目实施后有着未能在预定期限内收回融资成本，遭受本金和收益损失的风险，严重情况下可能导致公司破产。但我们具有包括营销理念在内的许多优势，破产可能十分小。

（二）风险对策

推广风险：脚步招聘在产品设计方面优于市场上其他招聘类软件，并且拥有特有的推广方式，本身团队均为大学生群体，接触到用户群，服务对象的途经多而便利，并且针对校园招聘进行线上服务的门槛较低，此外，我们团队还与广州校园通广告有限公司达成合作，该公司耕耘大学城市场近十年，拥有丰富的人才资源渠道，这些因素都有利于我们进行软件的推广。

研发风险：充分利用人际资源，吸引高校优秀技术人才或者社会上优秀技术团队加入，提升技术人员的实力，为项目的执行打下坚实的基础。同时项目成员应有



责任感，把握好尺度，重要内部资料不可外泄。

竞争风险：脚步招聘是基于微信平台的开发，采用图形化的界面提高交互体验，项目减少了用户使用应用的成本，同时也缩短了我们进行产品迭代的时间，而依托微信小程序来开发，微信原有用户数量多，小程序“用完即走”的理念和相对 APP 繁琐的下载程序来说真正做到了“小而轻”，这也是我们项目的优势所在。

政策风险：严格遵守政府各项规定，及时跟进政府的各项举措，可将这一大风险降至最小。

财政风险：我们采取对市场宣传和广告部分投入比例大的计划，使得产品很容易被市场认可，融资额可以很快收回，保证坏账损失低，应收账款回收率高。公司还可以通过自身的努力经营，创造良好的口碑吸引更多的投资。

管理风险：项目的成功取决于团队良好默契的分工合作、齐心协力和管理者对市场的分析和把握，我们将按照制定的标准严格慎重选择最适合项目的成员，并在公司内部确立完整正规的运行和工作制度。



附件一：脚步校园大使聘用协议

脚步校园大使聘用协议

甲方：广州市食议兽信息科技有限公司

乙方：

根据《中华人民共和国劳动法》，甲乙双方经平等协商同意，自愿签订本协议，共同遵守本协议所列条例。

一、聘用期限

本协议期限为____年____月____日至____年____月____日。

本协议生效日期为：____年____月____日

二、聘用期间的工作岗位、工作内容：

1.工作岗位：广州市食议兽信息科技有限公司（脚步兼职实习平台项目）校园服务大使；

2.工作内容：

- (1) 在自己选定的学校内进行扩展自己的资源人脉社群。
- (2) 协助公司进行派发兼职实习岗位至自身社群中。
- (3) 逐步建立自己为群主的兼职群，实习群等。

三、聘用期间的待遇：

1、基本责任底薪：500 元



(责任包含：30 个新增资源社群/月+日常将岗位招聘内容发送至社群+10 人招聘成功/人/月)

2、兼职项目提成。

3、各大企业的实习证明。

四、工资发放

发放工资由公司财务部每月最后一天统一发放。

五、协议的变更、解除：

1. 签订本协议依据的客观情况发生重大变化，致使本协议无法履行的，经甲乙双方协商同意，可以变更本协议相关内容。

2. 乙方要与甲方解除协议，需提前一周的时间。

3. 在聘用期内，甲方不按照本协议规定支付劳动报酬的。乙方可以随时通知甲方解除本协议，并提出法律仲裁。

六、其它：

本协议未尽事宜或与今后国家及公司有关规定相悖的，甲乙双方协商后，按有关规定执行。

本协议一式两份，甲乙双方各执一份。

甲方：广州市食议兽信息科技有限公司

乙方：

代表人：

代表人：



附件二：企业招聘战略合作协议

企业招聘战略合作协议

甲方：(以下简称“甲方”)

乙方：广州市食议兽信息科技有限公司(以下简称“乙方”)

基于甲乙双方之间良好的信任和战略发展上的考虑，甲方同意成为乙方“脚步招聘”平台的战略合作单位。甲乙双方本着“诚实守信、合作共赢”的原则，经友好协商，达成以下战略合作协议：

1、合作宗旨及目标

本次合作意在通过双方的紧密合作，打造双赢、可持续发展的战略合作伙伴关系。双方相信，通过本次战略合作，能够增进企业和在校大学生之间的联系，帮助双方进一步提升企业价值及社会形象。

2、合作内容

(1) 乙方持续为甲方招电销人员（具体要求协商确定），乙方用线上小程序平台和线下校园大使各学校资源招聘一个人服务费 500，面试通过付 300，一个星期考核通过付 200。



(2) 企业可通过脚步招聘平台进行校园线下人才选拔，脚步招聘可以为企业组织线下校招活动和校园宣讲会，宣传和安排学生入企兼职、实习、就业。

(3) 脚步招聘的合作院校覆盖全国，可为企业提供各所高校的人才信息和资料；企业亦可利用“脚步招聘”平台发布招聘信息，进行网上招聘等。

3、甲乙双方权利与义务

(1) 甲方确保在乙方“脚步招聘”平台注册的企业信息和发布的招聘信息必须符合真实性，乙方有权对甲方发布的信息进行监督核实。

(2) 甲方可以从乙方“脚步招聘”平台查看并获取求职者的个人资料，通过筛选和面试最后录取求职者。

(3) 甲方在乙方平台招募的学生兼职和实习生在他们完成工作任务之后，甲方需要在乙方的平台对该学生的工作进行点评反馈。

(4) 乙方“脚步招聘”平台通过校园传播和推广的为甲方提供准确的学生兼职、实习、就业的应聘信息。

(5) 乙方可以为甲方提供校园招聘线下推广活动和企业进校园宣讲会活动的宣传和执行工作。

4、合作声明与保证



(1) 本协议是由双方自愿而签订的，除甲乙双方于本协议约定的合作事项外，甲乙双方不得干涉对方的其他业务。

(2) 本合同接受中华人民共和国法律的制约，不得在合作过程中违反法律法规。如在合作期间内，甲乙任何一方有违反法律法规的一切相关事项，对方不负有连带责任。

5、其他

(1) 合同有限期为一年，从签约 年 月 日至
年 月 日止，本合同一式四份，甲乙双方各持两份。

(2) 本合同的形成，效力，解释，签署，修改及终止均受中国法律管辖。一旦双方就本合同发生任何争议，双方应本着友好的态度协商解决；若协商无法解决，则提交甲方所在地有管辖权的人民法院裁决。

甲方：

乙方：

甲方代表签字：

乙方代表签字：

甲方代表签章：（公章）

乙方代表签章：（公章）

签署日期： 年 月 日

签署日期： 年 月 日