

长江师范学院

项目名称：IERC 智能语音

策 划 书

团队名称： 智 库

团队队长： 刘剑银

团队队员： 方涵壹、张琦琴、胡晓玉、
徐荣涵、邓凌霄

指导老师： 王小平

制作时间： 2017 年 4 月 23 日

目录

1. 概要	1
1.1 项目背景	1
1.2 项目摘要	2
1.3 商业模式（盈利模式）	2
1.4 平台创新点与立意	2
2. 项目介绍	3
2.1 “IERC 智能语音”系统运作模式	3
2.1.1 “IERC 智能语音”系统运作模式	3
2.1.2 “IERC 智能语音”的目标客户群体	5
2.2 “IERC 智能语音”的产品和服务	5
2.2.1 “IERC 智能语音”的产品介绍	5
2.2.2 产品的开发过程。	6
2.2.3 产品特点	6
2.3 “IERC 智能语音”的服务介绍	6
2.3.1 实行会员制	6
2.3.2 资源及时更新	6
2.3.3 及时对用户的反馈做出处理。	7
3. 市场分析	7
3.1 中国的教育培训市场分析	7
3.2 语言（语音）需求趋势分析	8
3.3 语言服务行业	8
3.4 在线语言市场分析	9
3.5 市场发展趋势	10
3.6 PEST 分析	11
3.6.1 经济环境	11
3.6.2 政治环境	12
3.6.3 社会环境	12
3.6.4 技术环境	12
3.7 SWOT 分析	13
3.7.1 优势	13
3.7.2 劣势	13
3.7.3 机遇	13
3.7.4 威胁	14
4. 营销策略	14
4.1 产品策略	14
4.2 价格策略	15
4.3 渠道分析	15
4.4 促销策略	15
5. 项目实施	16

5.1 线上推广方案	16
5.1.1 QQ 软件推广	16
5.1.2 微信营销	16
5.2 线下推广方案	17
5.2.1 口碑营销	17
6. 财务分析	18
6.1 资本结构与前期投资	18
6.1.1 资本结构	18
6.1.2 前期投资	19
6.2 财务分析	20
6.2.1 公司财务分析	22
6.3 财务管理能力分析	26
6.3.1 偿债能力分析	26
6.3.2 长期偿债能力分析	26
6.3.3 运营能力分析	26
6.3.4 盈利能力分析	27
7. 风险分析与规避	27
8. 公司简介	30
8.1 公司客户宗旨	30
8.2 公司经营宗旨	30
8.3 公司文化	31
8.4 公司精神	31
8.5 公司名称	31
8.6 公司介绍	31
8.7 公司 LOGO	31
9. 公司战略	32
9.1 公司发展战略	32
9.1.1 初期	32
9.1.2 中期	32
9.2 资本战略	32
9.3 人才战略	32
9.4 应用理念	33
9.6 管理团队	33
9.6.1 人员及主要职能	33
9.6.2 人员分配	33
9.6.3 主要职责及分工	34
9.6.4 公司员工守则	34
9.6.5 基本守则	35
10. 创业团队介绍	36
10.1 团队名称	36
10.2 团队口号	36
10.3 团队成员介绍	36

10.4 团队说明	错误!未定义书签。
11. 附录.....	37
11.2 附录一：域名信息	37
11.2 附录二：部分成品展示	37

1. 概要

1.1 项目背景

中国翻译协会发布的《2016 中国语言服务行业发展报告》显示全国约有 72495 家语言服务及相关服务企业，2015 年中国语言服务行业创造产值约 2822 亿元，在 2011 年 1576 亿元产值的基础上增加了 79%，年均增长近 19.7%，预计到 2017 年产值达到 3378 亿元左右。可见，语言服务业作为新兴服务业的组成部分，已经具有相当规模。当今社会，国家语言能力已成为国家实力的重要组成部分，语言战略上升为国家战略，中国语言服务能力是中国“软实力”的重要体现，语言服务行业已经成为中国走向世界、融入世界、影响世界的战略性基础性支撑。所以可以看到，整个语言服务行业呈现良好快速的发展趋势。

随着“一带一路”战略的不断推进，不仅促进了中国各个产业的发展，还加速了我国企业“走出去”的步伐。“一带一路”战略有全球超过 60 个国家的参与支持，文化交流、经济贸易往来、出入境学习、移民潮、网上购物等都离不开语言保障，使语言人才需求不断增加。同时，随着社会的发展、经济全球化趋势的不断推进，就业压力持续高涨，社会对各种语言人才需求也越来越高。

如今人才竞争日益激烈，各类语言培训机构也随之产生，人们对语言学习的需求也日益高涨。但无论哪门语言的学习，其语音是学习一门语言的一项重要内容，它不仅是学习的基础，更直接影响了学习者的学习信心、学习心态和学业自我概念。语音学习是培养学生正确的语音语调的教学活动。语音是语言的物质外壳，是语言的三大要素之一。掌握好语音不但能有利于正确的表达思想，还有助于学习语法和词汇，发展听、说、读、写等各项技能；反之则直接影响和制约各项技能的发展，成为学习之路上的拦路虎。因此，语音学习是首要的、基础的、贯穿学习活动全过程的长期而又艰苦的任务。

在这部分语音学习需求群体中，66%是我们大学生群体，大学生充分认识到语音学习、语音能力的重要性，以求提高自己的竞争力和获取更多的就业机会。对于各高校来说，一方面师生不重视语音的学习，另一方面，即使想学，也很少有适合的软件学习系统。因为目前能够语言听力练习的网站很多，但功能有限、实用性不强。同时，题库都是固定的，却不能上传自己的题库，而那些想学的人却没有找到真正适合他们的学习平台。

因此，就迫切需要一种方便，快捷的语言学习系统，来解决他们的语音学习需求，为他们带来语言学习的便利，提高他们自身的语言竞争力和核心竞争力。大学生可以通过 Web 端、

移动端的题库满足自己集语言练习、听力练习等于一体的全套的语音练习需求，实现自定义语言学习功能。

1.2 项目摘要

“ierc 智能语音”是一个集“听”、“说”于一体的全套的语音练习系统，是 TTS (Text To Speech) 技术在生活中运用的一个例子（目前使用的是百度语音），通过该技术的运用，本系统营造了一个良好的语言学习的环境，解决了语言学习的一大难题。

本项目的主要目的是通过题库上传、题库共享、题库更改、自定义等方式来为大学生提供语言练习、听力练习服务，提高其“听”、“说”能力的同时，打好其语言学习的基础。“ierc 智能语音”致力于我国高校大学生的主要需求进行开发，通过 Web 端、移动端的题库为大学生提供集语言练习、听力练习等于一体的全套的语音练习系统服务平台。从而为目标大学生和潜在大学生群体带来语言学习的便利，提高其语言学习能力，实现自定义语言学习功能。

与同类的项目相比，我们拥有着巨大的优势以及创新：

1：本项目高度个性化，用户可以根据自己的需求，系统参数进行修改，调节语速、音色等；通过上传 Excle 文件，修改数据源，相比同类项目，本项目更加灵活，让用户更加铁的感受“我想学什么，就学什么”。

2：本项目同时支持多种语言、多种格式的数据，对任意一个语言学习者，都可以在本系统完成对应的练习。

3：便捷：本系统同时推出的 Web 端、移动端（Android、IOS、微信小程序）能满足大多数人的需求。

4：发音标准、真实：使用百度 TTS 技术，基于深度机器学习，能真实的模仿真人发音。

1.3 商业模式（盈利模式）

（1）发布相关广告信息，获得一定的广告收益。

（2）资源收费获取提成。

（3）后期随着平台发展而衍生的其它盈利模式。

1.4 平台创新点与立意

独创性：本系统不仅可以进行语音练习，还可以上传自己的题库信息文件，由系统智能转化为语音，进行练习。

突破性：我们系统还可以进行权限管理，可以公开本人题库授权某人访问、学习等。对于老师，可以利用该系统，开设班级，可以很方便的发布作业，统计学生的成绩，考察听力能力等。

选择性：对于个人，本系统不仅可以进行个人多语言选择（英语、普通话、日语）进行语音练习。

实用性：本系统还十分方便，可以随时随地学习，不仅可以在网上进行，还可以通过手机端、微信小程序进行练习和学习。

2. 项目介绍

2.1 “ierc 智能语音”系统运作模式

2.1.1 “ierc 智能语音”系统运作模式

一、功能架构

①、系统功能图



②、功能描述

后台管理系统：管理题库、订单、图库规格属性、用户管理以及内容发布、广告更新等。

前台系统：用户可以在前台系统实现注册、登录、上传题库、更新题库、练习等操作。

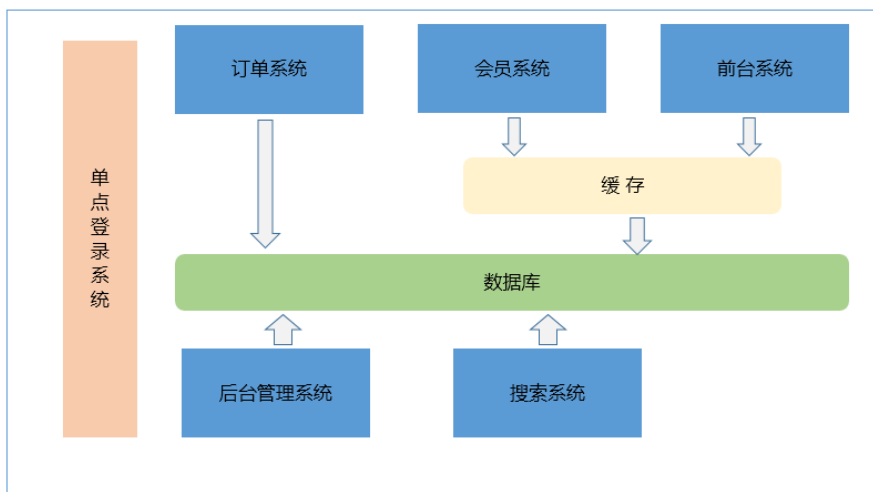
会员中心：用户可在该系统获得更加优质的服务。

订单系统：用户可在该系统购买收费资源、查询购买记录等。

搜索系统：提供题库的搜索功能和用户搜索功能。

单点登录系统：为多个系统之间提供用户登录凭证以及查询登录用户的信息。

二、系统架构



分布式架构：

把系统按照模块拆分成多个子系统。

优点：

- 1、把模块拆分，使用接口通信，降低模块之间的耦合度。
- 2、把项目拆分成若干个子项目，不同的团队负责不同的子项目。
- 3、增加功能时只需要再增加一个子项目，调用其他系统的接口就可以。
- 4、可以灵活的进行分布式部署。

缺点：

系统之间交互需要使用远程通信，接口开发增加工作量。

三、主要技术

- Spring、Spring MVC、Spring boot、hibernate
- freemarker、jQuery、jQuery plugin、EasyUI、KindEditor（富文本编辑器）、CSS+DIV
- Redis（缓存服务器）
- Solr（搜索）
- httpclient（调用系统服务）
- Mysql
- Nginx（web 服务器）

四、开发工具和环境

IntelliJ IDEA 2017.1 x64
Maven 3.5.0
Tomcat 9.0.53 (Maven Tomcat Plugin)
JDK 1.8
Mysql 5.7
Nginx 1.8.0
Redis 3.0.0
Win7 操作系统
git (版本管理)

2.1.2 “ierc 智能语音”的目标客户群体

“ierc 智能语音”系统的目标市场是任何想要学习语音的人，其主要的目标群体正在学习语言的人或想要提高自己语言能力的0-40岁的人，特别是22岁以下的这部分人需求更大。偏向于满足个人或者小团体自主学习语言的市场需求，为他们提供个性化的语言服务体验。

如何满足目标客户群体的需求：

我们将主要通过对这些想要提高语言能力，学习语音的人提供题库信息文件，由系统智能转化为语音，让他们进行练习。对于个人，本系统不仅可以进行个人多语言选择（英语、普通话、日语）进行语音练习。还十分方便，可以随时随地学习，不仅可以在网上进行，还可以通过手机端、微信小程序进行练习和学习。总之，通过各种方式满足目标群体随时随地的语音服务体验，同时我们会对系统和学习人员等进行监督、完善和管理，让他们的学习服务体验得到最大的满足，从而满足目标人群的各种需求。

2.2 “ierc 智能语音”的产品和服务

2.2.1 “ierc 智能语音”的产品介绍

①产品名称：ierc 智能语音

②ierc 智能语音特征及性能。ierc 智能语音系统是为广大用户提供多种语言的语音播报系统。用户只需要登录注册 ierc 智能语音网页或者下载 ierc 智能语音 app，上传需要语音播报的内容即可。此外还提供即时免费的多语种文本翻译和网页翻译服务，支持中、英、日、韩、泰、法、西、德等 28 种热门语言互译。

③ierc 智能语音的用途。用户在学习其他语言的时候需要在听力方面做练习，而有些题目的听力文件很难找到，这时候你可以直接将听力材料上传到本系统，自由调整你想要的语速达到练习听力的目的。

2.2.2 产品的开发过程。

想到要设计这个产品是在英语老师布置听力作业的时候，我发现我们只有听力材料却没有听力 mp4 文件，然后就想到我们可不可以做一个自己语音播报的东西呢？而刚好市场上并没有这样的产品存在，另外还拓展到其他多种语言。这样一来也能方便学习其他语言的爱好者，不仅能练习听力还可以翻译。

2.2.3 产品特点

①功能强大。现在目前市场上尚不存在同时支持多种语音播报、自定义上传文件的产品，所以发展前景还是很广阔的。ierc 智能语音在未来还会增加趣味对话功能，那样不仅仅能够练习听力还能练习口语。

②实用性高。用户随时随地都能进行听说练习，老师布置听说练习的作业也可以直接在上面完成，既能起到自动督促作用也能减轻老师的负担。我们还有用户交流版块，为一些语言爱好者提供相互学习，相互交流的平台。

③产品目前规划了三步。第一步：语音听力练习，多语言，自定义上传材料。（已完成）第二步：在线基础上扩展，开发说的功能。第三步：实现趣味影视片段的对话。当然我们的成长跟随语音技术的发展，语音技术的进步我们的 ierc 智能语音也可以同步更新。

2.3 “ierc 智能语音”的服务介绍

2.3.1 实行会员制

在 ierc 智能语音上只需要用户实名注册便可成为我们的会员，当然我们会保护好用户的隐私。之所以需要用户实名制是因为一旦出现问题用户给我们反馈，我们就可以及时联系用户及时解决问题。所以用户大可放心的使用我们的产品。

2.3.2 资源及时更新

在信息时代最重要的就是信息的实时更新，ierc 智能语音在这方面也会做到这一点，为用户提供最新的资源。

2.3.3 及时对用户的反馈做出处理。

作为一个平台用户的满意度很重要，ierc 智能语音对用户的意见和建议会及时处理和采纳，我们会用最好的服务来面向广大用户。平台不断地发展离不开用户的建议，为了得到更广大的用户的喜爱，我们会努力做得更好。

3. 市场分析

我们都知道要学会说任何一种语言，首先要掌握这种语言的语音语调。口语如果离开了语音就不可能有词法，离开了语调句法也就不复存在。语音是语言的躯壳，而语调则是语音的灵魂。要学会讲任何语言，一个人只需学会它的 50% ~ 90% 的语法、1% 的词汇便足够用了，但语音知识却必须近乎 100% 掌握。所以语言的学习就是语音的学习，语言的学习的目的就是掌握正确的语音。

3.1 中国的教育培训市场分析

与巨大的市场潜在规模相比，中国的教育培训业目前可以说尚处于起步阶段。语言培训可谓是当前培训市场的主流业务，中国目前有近 3 亿人的庞大外语消费群体，开设语言培训业务的培训机构总数量超过 5 万家。近几年语言培训市场的规模和增长趋势的也是非常迅速。

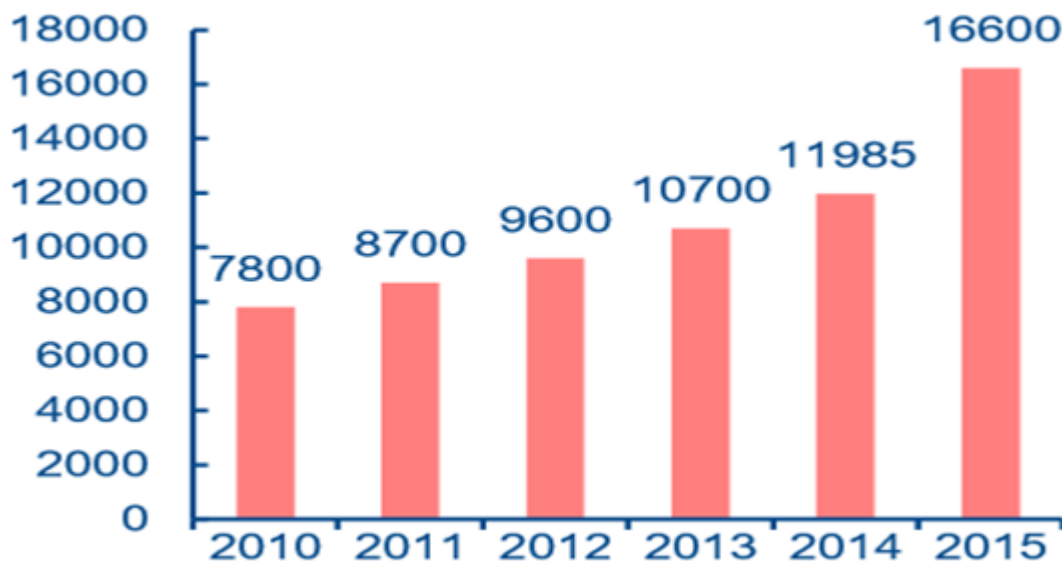


图.2010-2015 教育培训行业市场规模（亿元）

从上图可以看到，教育培训市场逐年增长、逐年完善。所以可以预见，语音学习行业的市场需求将会越来越大，语言行业的市场空间十分巨大，还有很多的发展空间。

3.2 语言（语音）需求趋势分析

我们都知道在线教育市场最近这些年异常火爆，国内在线教育机构以每天平均 2.6 家的速度快速成长。其中，语言培训是最为热门的板块。

同时，中国的国际化进程（自中国加入 WTO，再到现在“一带一路”等战略的实施）使国家经济几乎完全融入到世界的经济体系中，以及国人生活的各个层面对于外语的需求无处不在，外语能力成为人们的一份机会，甚至在有些时候成为一个人的敲门砖。

目前，一、二线城市在线语言教育产品使用率较高，而三、四线城市对于这类资源需求较为迫切，我国在线语言教育仍存在较大发展空间。此外，随着智能手机渗透率的提高，“工具+内容+社区+交易”模式的兴起，以及大数据、语音识别、直播互动、远程测评在内的技术环境提升，移动端语言学习形式将成为今后在线语言教育的主流，基于移动终端的优势，多屏互动教学方式应用范围出现扩大，学习者不必再局限于电脑前，可利用碎片时间，随时随地进行学习。在线教育培训将继续保持快速增长之势。

可以看到，语言的需求在国内日益增强的同时，语音学习的市场脚步也在全国范围内逐步加速。对于教育培训的主要目标人群或者需要学习语言的人来说，主要集中在 0-40 岁，特别是 22 岁以下的这部分人。外语能力对他们来说这不仅是一个必备的能力，而且还可以终身获益。总之，对于学习、教育领域来说，这都是一个刚需。

3.3 语言服务行业

随着中国对外交流的不断深入，作为跨国交流桥梁的语言作用越来越明显。语言服务行业随着信息技术的而初步形成，进入 21 世纪后，全球经济一体化和“一带一路”战略构想使得语言服务市场进入迅速发展时期。

上世纪中国与世界各国的交流还只限于政府及文化方面的交流，加入世界贸易组织之后，中国经济不断向往扩张的同时也不断涌入，翻译不再局限于政府外交方面，经济、商务需求不断扩大。特别是 2008 年奥运会和 2010 世博会在中国的成功举办，以及最近提出的“一带一路”战略给语言服务行业带来更多契机。

虽然语言服务行业仍存在很多问题亟待解决，但是无论是制度、管理、人对培养各方面，都在不断完善，需求也在不断增加，而伴随着国家“走出去”的坚定步伐，语言服务行业会经历空前的变革，变得更加成熟和活力。

3.4 在线语言市场分析

在线语言教育中，英、日、韩、法是四大主要学习语种，其中英语占比 44.7%。在高考改革后，英语的在线教育需求将进一步增加，2016 年英语将正式退出新高考，实行一年多考，以会考成绩计入高考总分，教育部会更加注重学生英语能力的培养。在线英语教学资源丰富，教学模式创新性较强，对学生英语能力提高有较大帮助，市场价值将进一步释放。



图. 2016 年语言培训语种关注排行

从以上图中可以看出语言培训行业，英语培训在其中占据了非常重要的地位，其可以说是消费者关注度最高的语言培训项目，也就是说消费者对语言学习的需求很大。相信，在今后的发展进程中，人们对语言、语音的市场需求也会逐步扩大。



图.2016-2020 中国在线语言教育市场规模预测（亿元）

从上图可以看到，2015 年我国在线语言教育市场规模达到 236 亿元，用户规模为 1766 万人，同比增长 27%，当前在线语言教育市场发展环境良好，而且尚有较大空间未释放。预

测到 2020 年我国在线语言教育市场规模将达 590 亿元左右，增速约 20%。随着社会的逐步发展，语言能力越来越成为人们必备的技能之一。总之，语言培训机构市场增长趋势明显，也就是说对于语音学习市场这块也增长明显，市场还远远没有满足消费者的需求。

3.5 市场发展趋势

伴随外企密集扎根中国市场及本土企业日益国际化，以及中国国际化脚步持续高涨，英语及相关小语种水平已直接关系到岗位好坏、工资高低与职位晋升，职业语言培训需求与日俱增。职业语言培训以传统线下面授与线上在线教学为两大主流模式，其中线下面授格局较为稳定，以华尔街英语、美联英语、英孚、韦博四大机构为主，且定位 1 端英语培训，而提供模块化与碎片化教学模式的在线职业语言培训发展迅速。

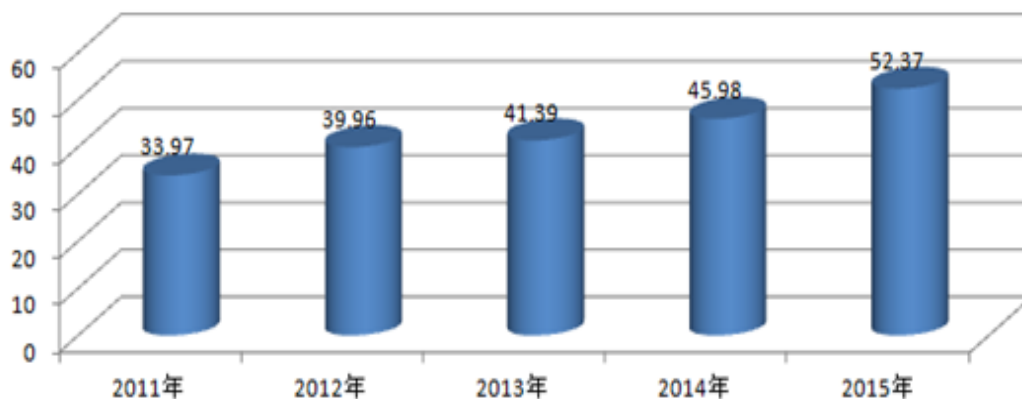


图.2011-2015 中国出国留学人数走势 (万人)

据中国教育部最新的发布统计数据称，2011 年至 2015 年里，我国累计出国留学人数从 33.97 增长到 52.37 万，年均增长率 19.06%。而且最近几年，低龄留学的趋势明显，再因此以后几年里，中国留学生人数将越来越多。

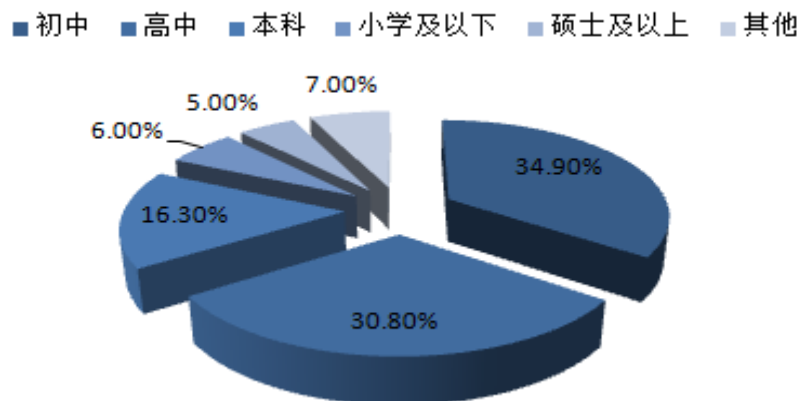


图. 留学人群学历结构

从上图中可以看到，留学人群主要为初中、高中、本科、这部分人群就占了全部留学人数的80%以上,而且这部分人的年龄恰好是0-20岁左右的人群,所以语言学习市场需求很大。从而可以看出，我们的语音服务市场也将越来越大。即随著我国语言培训行业运行市场的不断扩大增长，我国语言培训行业运行将迎来一个新的发展机遇。

3.6 PEST 分析

3.6.1 经济环境

随着国内经济的稳定增长，我国城镇居民可支配收入也由2010年的19109元人民币增长到2015年的31195元，保持著9.8%的复合年均增幅，也就是说到2016年达到34253元，2017年会达到37600元。同期农村居民可支配收入由5919元人民币增长到元，复合年均增长幅高达13.1%，在2016、2017年6000到7000元左右。

图.2000-2015 中国国内学习总收入（亿元）

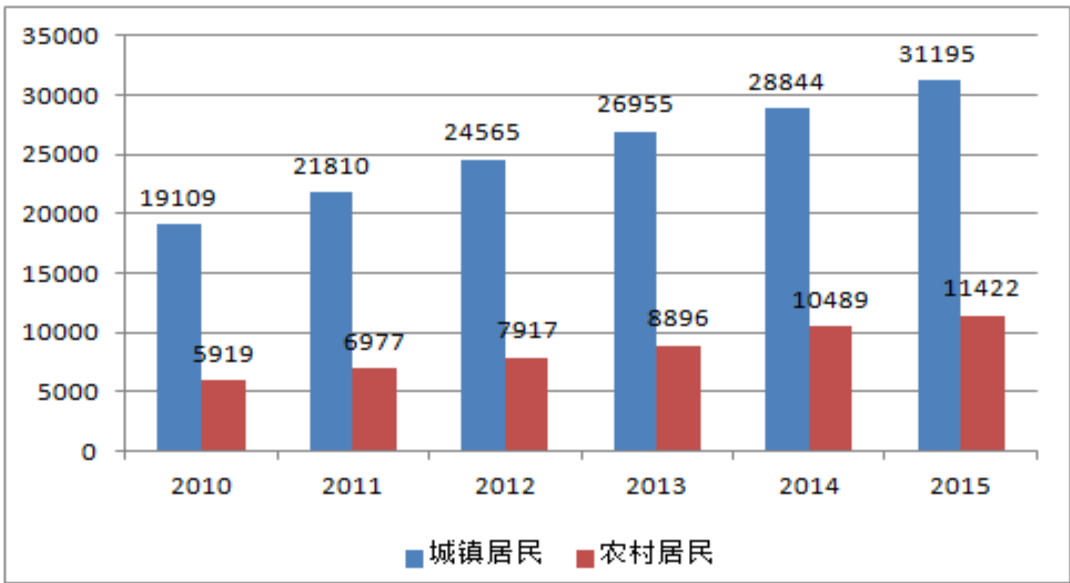


图.2010-2015 中国城乡居民可支配收入（元）

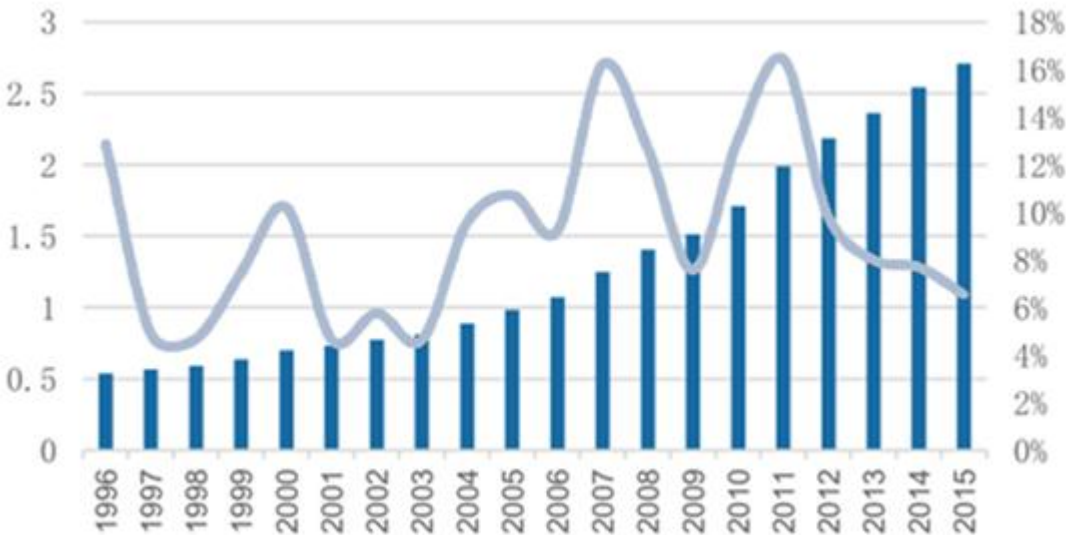


图.2011-2015 中国国民消费水平情况走势（万元/年）

从图中可以看到，人们生活水平不断提高，语言需求不断扩大的同时，人们也有能力支付语言学习，语言行业发展具有美好的发展前景。根据马斯洛的需求层次理论，当人们的生活水平达到一定程度时，他们会将自己的收入投入到满足更高层次需求的领域上去，作为满足人们目前需求的语言行业，无疑具有广阔的发展空间。而我国社会目前的就业形式是欢迎并渴求有高能力的人加盟，并以此作为应聘条件。所以，目前的经济环境极其适合语言行业的发展。

3.6.2 政治环境

自中国加入 WTO，再到现在“一带一路”等战略的实施，中国的国际化进程逐步渗透到每个中国人的心中，国家鼓励人们去学习外语，促进经济繁荣的同时，创建好的文化交流环境。另外，我国始终走和平发展之路，长期以来政局稳定，这为语言行业学习的人的出国发展、基本安全保障提供了良好的外部环境。社会各界不断规范语言学习行业，各政府和企业也在不断加大对语言能力的重视程度，期望更多的人才能帮助自己良好快速的发展，形成更好的外部环境，达到基本的社交、商业等活动交流的目的。目前，随着“一带一路”的不断推进，我国与周边国家以及世界上很多国家都建立了良好的外交关系，这有利于语言行业的发展，国外也需要不断引进更多地优质语言人才。

3.6.3 社会环境

我国人口众多，0-40 岁的人口占据较大比重，他们大多有或者会被给予一定的支付能力，同时又希望去提高自己的能力，进一步提高自己的竞争力和学习能力，语言市场规模庞大。特别是 22 岁以下的这部分人是我国语言市场的主力军，他们对语言学习有着旺盛的需求。随着我国人民物质生活水平的提高，社会及国家间对这部分人才需求的呼声不断高涨。面对越来越多的人参加或自学一门外语的现象日益凸显，使人们的就业、学习、语言能力的观念有了很大的改变，语言行业可以满足他们更多的需要。可以看到，语言的需求在国内日益增强的同时，语言市场的脚步也在全国范围内逐步加速。外语能力对他们来说这不仅是一个必备的能力，而且还可以终身获益。总之，对于学习、教育领域来说，这都是一个刚需。

3.6.4 技术环境

随着智能手机渗透率的提高，“工具+内容+社区+交易”模式的兴起，以及大数据、语音识别、直播互动、远程测评在内的技术环境提升，在线教育培训将继续保持快速增长之势。移动端语言学习形式也逐渐成为学习的主流。同时，基于移动终端的优势，多屏互动教学方

式应用范围出现扩大，学习者不必再局限于电脑前，可利用碎片时间，随时随地进行学习。未来 PC 端在线语言教育产品的用户数量将趋向稳定，月度覆盖人数增长开始趋缓，而移动端在线教育产品将不断增多，用户规模也将快速增长。

总结：语言行业的优良 PEST，给我们带来了商机。借此良机，我们想做一个集语言练习、听力练习等于一体的全套的语音练习系统，为更多地人提供更方便的语言学习平台。

3.7 SWOT 分析

3.7.1 优势

随着语言、语音需求日益增长和多样性的同时，与现有的语言市场相比，我们平台主要通过题库信息文件，由系统智能转化为语音，进行练习。将利用丰富的文本等资源打造个性化的语音学习服务体验，满足目标人群的需求。本系统还十分方便，可以随时随地学习，不仅可以在网上进行，还可以通过手机端、微信小程序进行练习和学习。在语言市场中的将占据一定的优势。“独创性”、“突破性”、“选择性”、“实用性”是我们的系统的优势所在，不仅利用用户学习的体验，还有利于平台的发展。

3.7.2 劣势

与当今市场上的各种培训机构、语音学习软件相比，他们已在行业发展多年，我们平台在资金、技术、实力等方面还有一定差距。同时，如我们系统具有自身优势的同时，还在其他方面未能涉及，仅仅局限在语音学习市场，语音学习不能很好地满足学习者整个语言学习的全部过程当中，只满足了最核心的需求层次。

3.7.3 机遇

随着中国国际化脚步持续高涨，英语及相关小语种水平已直接关系到岗位好坏、工资高低与职位晋升，职业语言培训需求与日俱增。语言服务市场逐渐成为教育行业发展的方向，并发展迅速。国家政策也支持个人对自我语言能力的进一步提高和完善，因为这不仅会大大有利于自身成长，还会大大有利于经济态势良好发展。个人学习也逐步趋向于个性化、便利化、自由化角度发展。这些都将成为我们平台进入行业的切入点和优势点，会带来更多的机遇和发展前景。

3.7.4 威胁

现有的教育市场发展迅速，竞争日益激烈。面对如此众多的竞争对手如何发挥资源优势和发挥个性化学习服务，从而脱颖而出，是当前一个极具挑战性的问题。教育市场还有很多的问题待解决，改革也在逐年进行。这些都会对我们平台的发展产生很大的冲击，未知的风险危险系数很。同时，未来将会有更多的竞争者会与我们平台产生竞争。

4. 营销策略

4.1 产品策略

①针对消费者对语音学习的不同需求（语音学习种类的不同，如英语、法语、汉语等各种语言），我们推出相应的个性化自主选择学习服务，即提供个性化题库学习选择和自主上传题库进行练习等的学习服务。例如要学习英语的消费者，不喜欢学习负面的文章，也不喜欢学习有关军事的文库，而是喜欢具有文学气息的文库进行学习，我们平台会上传各种各样的题库供学习者进行选择学习。同时，如果消费者有更想学习的内容，他也可以上传自己的文库，进行自主化的学习，而且还可以邀请小伙伴一起进行学习，分享自己的题库，共同成长。真正学习者能通过我们的系统可以体会到学习快乐的同时提高自己的语音学习能力了，进一步提高自己的语言学习能力。

②平台初期主要提供个性化题库学习选择和自主上传题库进行练习等的学习服务。当平台用户达到一定数量后，我们会根据平台的发展趋势、后台的个性化需求挖掘和学习者的要求，在原有的学习服务上不断增加其他能帮助学习者提高语音能力的服务。同时，推出更个性化的、更有选择性的学习服务体验。除了语音学习这个主要内容外，我们会根据学习者的需求和学习语言的其他必须学习的项目，推出像某某语言全套的学习服务、语言知识点、语音知识点等个性化的学习服务，丰富我们网站的学习服务体验和扩大我们的服务局限，抢占更多的市场，加大我们平台的吸引力和竞争力，在一定基础上获取相应的收益。希望在今后，在学习这个市场上将能占据更广阔的市场规模，多方位、深沉度的打造平台、发展平台。

③为提高平台的服务质量和服务内容，而且网站平台是语言学习的网站，不能仅仅局限在语音学习这一块，我们还要不断完善有关学习的相关信息服务，提供给学习者更好的学习体验。具体服务内容包括学习资讯、学习攻略、学习知识点等。用户可在我们平台上对自己的语言，进行更深入的学习和了解。虽然我们增加了很多的服务，但这些都是对学习者学习有所帮助的好服务。而且我们系统不仅可以在电脑上学习，还可以在手机上学习，可以大大方便学习者的学习以及为他们节省自己的时间和费用，同时分享功能也增进了学习者的自我价值展现以及自我的不断完善，最终是我们这个学习系统的学习体验上了一个档次。

4.2 价格策略

①为增强与当今教育巨头的竞争能力，在教育市场还未饱和的情况下，我们将主打个性化题库学习选择和自主上传题库进行练习等的学习服务，在差异化中求生存，在专业化和创新化中求发展，在学习服务体验上求口碑，将学习者的需求逐步细化，开发各种各样的学习项目，提供各种各样的学习服务，区分同质化产品，以服务方式和服务质量提高学习服务附加值，避免产生价格战。

②我们平台主要以“独创性”、“突破性”、“选择性”、“实用性”为主导，相比传统的语音学习系统，我们平台可以个性化题库学习选择和自主上传题库进行练习等的学习服务。因此，与其他的语音学习软件相比，价格开始时一定不会太高（甚至免费使用），用来吸引更多的用户使用我们的产品，在后期各项服务逐步完善的时候肯定会有一定的提高，但是与其他类似的服务相比，我们的价格将不会有太大差异。于此同时，随着学习者选择的不同，题库内容、题库重点程度的不同，差异化程度越高，价格也越明显。但这些就是我们的特色化，是我们平台能够更好进入市场，提高市场占有率的强有力因素。

4.3 渠道分析

①平台及学习产品在实行线下推广和传播的时候，要分析目标人群的年龄、爱好、性格、教育程度、需求等相关因素，细化我们的目标人群，强化我们的推广手段和传播技术的同时，提高线下推广影响力和传播的效果。精准投放，有效扩展，个性主导的渠道方式，才能提升我们的渠道竞争力，平台的影响力，提高我们在市场的核心竞争力和学习者的认可度。

②对现有学习市场的宣传力度，以我们的差异化优势满足目标市场人群的需求，细化目标，区分差异，逐步推进，投放人力、财力等，抢占这部分的市场份额。

③根据平台的需要，分析目标市场活动的影响力，及时合作，打响我们的平台优势。首先让人群在头脑中有平台的存在，再一步步通过需求引导和需求挖掘，最终通过相应的营销攻势，让消费者爱上这个平台，并产生消费者行为。

④随着平台的不断发展，用户量的不断增多，平台会逐步提高自己内部的管理方式，加强和完善自己和平台的体制建设和管理。

4.4 促销策略

在初期，我们会在大力在目标人群众多的地区，如学校等地方，提供我们的学习服务，积极吸引更多的向导人士加入平台，以涪陵某高校为突破口，打响我们的平台，展现我们的服务特色，逐渐在人群中树立一定的形象和认可，在平台推广的同时，也给人们提供了一种

更个性化的语音学习服务方式，也让人们在语言学习、语音学习等一系列学习困难的情况下提供了方便、适用的学习方式。

在后期，随着平台不断的扩大和发展，入驻的人群不断增加，当某个地区信息足够完善和对等，我们会根据一定的服务标准来衡量是不是该地区已经满足了学习者的需求。相信随着平台的扩大，我们平台的影响力逐步的增强，会逐步打造新的学习服务，比如开展其他的学习主题项目，并不断完善相应的服务，同时使整个平台更有差异性和竞争力。“ierc 智能语音”是一个集语言练习、听力练习等于一体的全套的语音练习系统，“ierc 智能语音”的主要目的是通过题库上传、题库共享、题库更改、自定义等方式来为大学生提供语言练习、听力练习服务，提高其语音能力的同时，打好其语言学习的基础。“ierc 智能语音”致力于我国高校大学生的主要需求进行开发，通过 Web 端、移动端的题库为大学生提供集语言练习、听力练习等于一体的全套的语音练习系统服务平台。从而为目标大学生和潜在大学生群体带来语言学习的便利，提高其语言学习能力，实现自定义语言学习功能。

通过以上这些方式，快速的将我们的平台打入学习市场，在学习市场占据一定的规模，并能根据平台的优势，逐步提高平台的竞争力。使整个平台的客户量一步步壮大，服务消费者的同时，提供更好的服务。

5. 项目实施

5.1 线上推广方案

5.1.1 QQ 软件推广

QQ 软件包含：QQ 群(QQ 群聊、QQ 群邮件、QQ 群通告栏)、QQ 好友、个人说明、个性签名、好友印象、好友买卖等。QQ 空间、QQ 论坛、QQ 邮件另论。因为，这样一是可以有吸引用户的便利条件，二是现在全国平均下来，人人都有一部手机，这些玩手机、电脑的人都会是我们的潜在客户，学习存在于我们生活的每个方面，粉丝群也容易建立。

5.1.2 微信营销

通过进行互动式营销，使我们平台的营销渠道更加细化和直接。

①建立平台描述板块：让大众可以更便利得了解到我们的系统及得到更多的优质服务。

②建立我要学习板块：根据简单的选择，后台会列出相应的学习服务题库，供学习者进

行选择并进行学习服务，进一步方便学习者的学习服务和提高学习体验。

③建立我的福利板块：有签到有礼，活动集锦，学习小贴等选择窗口，签到累计积分，学习时会有优惠，而且，对那些学习时间前列的人，我们系统会给予一定的奖励。活动集锦主要推送近期优惠的题库，方便消费者的学习。学习小贴主要是学习小知识，学习注意事项、学习重点等内容。

基于以上几点和后期进一步的完善，前期就是积累粉丝，增加关注度，后期逐步打造品牌微信公众平台。

5.2 线下推广方案

5.2.1 口碑营销

“口碑营销”在移动时代对企业重要的重要性不容置疑，因为真正让消费者下定决心的往往是简单而且免费的东西：来自所信任来源的口碑推荐。二是社交媒体的发展，使得口碑传播的效果比以往任何时代都更加显而易见，而费用更低。显而易见，口碑营销是我们平台必须做好的事情。

①做好我们的学习系统，在整体上就让消费者有个好印象，平台的下属功能也要趋于完善，提高平台服务的同时，相应提高我们的学习服务体验。

②对于我们的社交媒体：微信和 QQ 等要做好。这些很强的媒体属性，很适合我们平台做口碑传播。消费者的口口相传能大大提高我们平台的吸引力和价值。与此同时，我们推出的相应学习服务也要做好，因为这和社交媒体的传播好坏息息相关，让消费者从源头到终端都能享受到我们高服务体验，有利于口碑的传播。同时还要积极与用户交朋友，因为这也是口碑传播的键。

③提供更有价值、更完善的学习服务体验的同时，还要注意服务的细节，所谓“细节决定成败”，说的就很有道理，因为这影响消费者口碑。在找到传播点时，要简单、方便、巧妙的进行包装并传播，进一步赢得消费者的重视和喜爱。同时搭建用户沟通平台和渠道。比如社会化媒体、评论类媒体、在线客服等等，建立广泛的快捷的沟通渠道，方便消费者表达意见。

6. 财务分析

6.1 资本结构与前期投资

6.1.1 资本结构

前期资金结构

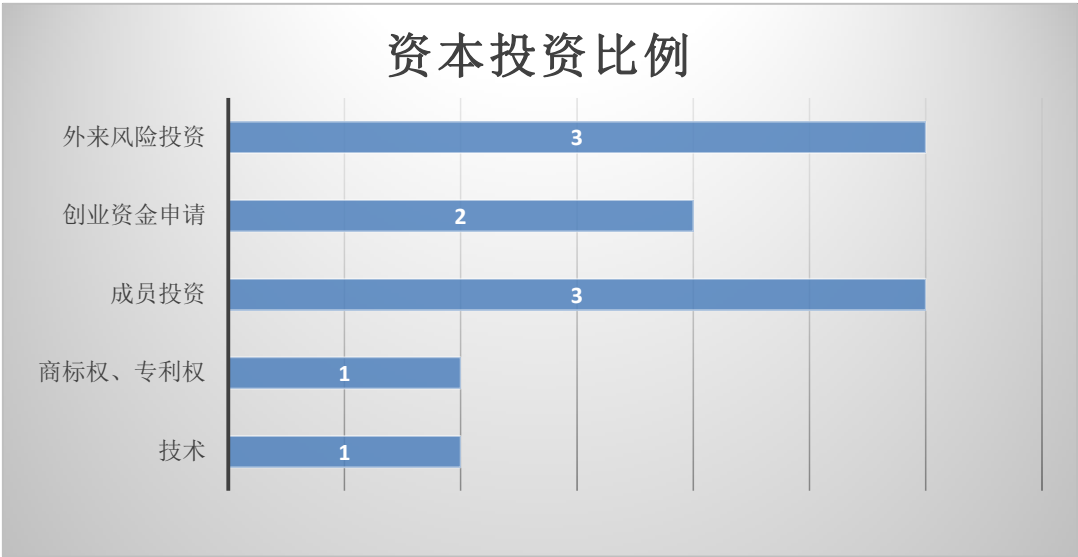
资金来源	技术入股	资金入股
金额（万元）	1.00	9.00

在公司成立初期需要大量的资金做支撑，启动资金主要来自核心成员的投资、大学生创业资金申请，主要成本约为 10 万元人民币（其中涉及技术入股）。

组织成立初期的资本结构如图：

资本投资	
资金来源	金额/万元
技术	1
商标权、专利权	1
成员投资	3
创业资金申请	2
外来风险投资	3

图 17 资本投资



资本投资比例

6.1.2 前期投资

在企业注册资本中,实有资产为 10 万元,公司成立过程中,需要对网站进行设计与维护、组织宣传、企业各部门费用等投入,尤其在前期网站推广、网站宣传等主要的环节加强资金投入。努力在发展初期做到利用网络信息平台 and 线下,让社会了解本组织,让社会相信本组织;通过营销、广告宣传,提高本企业的知名度;不断进行中国鞋项目的研发,开发先进的软件管理系统,在做好组织运营的同时,也要不断优化组织内部的情况,做到人才配置的合理并不断优化。

组织前期运营投入资金:

组织前期运营投入资金分配表

投资项目	资金（万元）	用途
网站的建立支持	2	组织成立前期对网站的建立以及软件管理所需的费用
项目前期宣传	1	通过线下的交流以及线上消息的推送
项目研发	1	前期宣传活动开办资金与其他项

		目研发资金
服务办公设施设备	2	组织日常办公与日常支出,为前期
总计	6	组织基本建设

组织前期投资剩余资金:

本项目主要的资金来源为外部筹资, 及社会募捐以及公益捐赠。由于外部筹资资金存在不去的性, 所以本项目的资金储备存在周转灵活性较差, 不能保证资金的随时的供给, 所以在前期所获的 10 万元投资中, 除开前期组织成立所需费用 6 万元, 剩下的 4 万元将抽出 10% (4000 元) 作为组织日常所需的储备金。

6.2 财务分析

投资净现值

净现值 (NPV) 是反映投资方案在计算期内获利能力的动态评价指标。投资方案的净现值是指用一个预定的基准收益率, 分别把整个计算期间内各年所发生的净现金流量都折现到投资方案开始实施时的现值之和。

净现值 (NPV) 是评价项目盈利能力的绝对指标:

当 $NPV > 0$ 时, 说明该方案在满足基准收益率要求的盈利之外, 还能得到超额收益, 故该方案可行;

当 $NPV = 0$, 说明该方案基本满足基准收益率要求的盈利水平, 方案勉强可行或有待改进;

当 $NPV < 0$ 时, 说明该方案不能满足基准收益要求的盈利水平, 故该方案不可行。

资产负债表

单位: 元

项 目	2017 年	2018 年	2019 年
流动资产:			
货币资金	200000.00	100000.00	116000.00

应收账款	0.00	0.00	0.00
存货	0.00	0.00	0.00
流动资产合计	200000.00	100000.00	116000.00
非流动资产：			
固定资产	50000.00	500000.00	562370.00
无形资产	0.00	0.00	0.00
非流动资产合计	50000.00	500000.00	562370.00
资产合计	70000.00	600000.00	678370.00
流动负债：			
应付账款	385200.00	385200.00	390600.00
应付职工薪酬	0.00	0.00	0.00
流动负债合计	385200.00	385200.00	390600.00
长期负债	200000.00	200000.00	0.00
负债合计	585200.00	585200.00	390600.00
所有者权益	114800.00	14800.00	287770.00
股本	0.00	0.00	0.00
法定盈余公积	0.00	0.00	0.00
未分配利润	0.00	0.00	0.00
所有者权益合计	11480.00	14800.00	287770.00
负债及所有者权益合计	70000.00	600000.00	678370.00

业务活动预算表

单位：元

项目	2017 年	2018 年	2019 年
一、收入			
其中：捐款收入	165590.00	167590.00	150320.00
业务活动收入	3000.00	307500.00	321468.00
收入合计	388090.00	475090.00	471788.00
二、费用			
其中：业务活动成本	7600.00	7600.00	8425.00
管理费用	35400.00	35400.00	39460.00
筹资费用	1200.00	1200.00	2450.00
财务费用	36900.00	9225.00	9225.00
费用合计	81100.00	53425.00	59560.00
三、限定性资产转为非限	0.00	0.00	0.00
定性资产	0.00	0.00	0.00
四、净资产变动额	0.00	0.00	0.00
剩余资金合计	306990.00	421665.00	412228.00

6.2.1 公司财务分析

通过本项目投资分析和财务分析，可以算出本项目前 1 年内的投资净现值 $NVP=106.39$ ，远大于 0。表明计算期内盈利能力很好，说明该投资方案可行性很高。同时该项目的获利指数为 2.27,大于 1，说明其收益超过成本。这样可以把所得的收益都运用于公益资助，有利于组织的资金运转，所以该项目的安全系数高。

现金流量表

单位：元

项目	2017 年	2018 年	2019 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	1100000.00	1150000.00	2100000.00
收到的其他与经营活动有关的现金	250000.00	270000.00	300000.00
现金流入小计			
购买商品、接受劳务支付的现金	25000.00	28000.00	30000.00
支付给职工以及为职工支付的现金	180000.00	190000.00	20000.00
支付的各项税费			
支付的其他与经营活动有关的现金	320000.00	340000.00	370000.00
现金流出小计			
经营活动产生的现金流量净额			
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	250000.00	270000.00	300000.00
取得投资收益所收到的现金	50000.00	65000.00	80000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额			

收到的其他与投资活动有关的 现金	100000.0 0	120000.0 0	150000.00
收到的其他与投资活动有关的 现金	18900.00	23600.00	35600.00
现金流入小计			
购建固定资产、无形资产和其 他长期资产所支付的现金			
投资所支付的现金	156000.0 0	178000.0 0	189000.00
支付的其他与投资活动有关的 现金	245000.0 0	278000.0 0	256000.00
现金流出小计			
投资活动产生的现金流量净额			
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	278000.0 0	315600.0 0	413200.00
借款所收到的现金			
收到的其他与筹资活动有关的 现金	164000.0 0	223000.0 0	341000.00
现金流入小计			
偿还债务所支付的现金	541300.0 0	612000.0 0	312000.00

现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额			
四、汇率变动对现金的影响			
五、现金及现金等价物净增加额			

财务比率分析表

指标	2017 年度	2018 年度	2019 年度
流动性比率			
流动比率	0.89	0.99	1.07
速动比率	0.75	0.85	0.98
长期偿债能力	0.45	0.48	0.56
债务对权益比率	0.23	0.34	0.42
运营能力			
应收账款周转率	0.25	0.27	0.31
总资产周转率	0.43	0.47	0.54
获利能力			
资产收益率	7.57	8.95	9.77

(%)			
权益回报率 (%)	9.67	10.56	12.45
净资产收益率	14.78	15	16.71

6.3 财务管理能力分析

6.3.1 偿债能力分析

短期偿债能力分析

①流动比率

1 元的负债约有 1.12 元的资产作保障,说明企业的短期偿债能力相对比较平稳。

②速动比率

公司 0 的速动比率相对来说,没有大的波动,呈上升趋势。每 1 元的流动负债只有 1.2 元的资产作保障,这表明该企业的短期偿债能力较强。

6.3.2 长期偿债能力分析

①资产负债率

根据以上数据可以看出,该企业的资产负债率呈现逐年上升趋势的,该企业的长期偿债能力较强,企业的风险系数较低,对债权人的保证程度较高。

②产权比率

从这些数据可以看出,企业的产权比率呈现逐年上升趋势的,但是稳中有降的,从该比率可以看出,企业对负债的依赖度还是比较高的,相应企业的风险也较高。

6.3.3 运营能力分析

①总资产周转率

总资产周转率反映了企业资产创造销售收入的能力。该企业的总资从这些数据可以看出,该企业的总资产周转率是呈现逐年上升趋势的。说明企业的全部资产经营效率降低,偿债能力也就有所下降。总体来看,企业的主营收入是呈现增长状态的。

②存货周转率

从以上这些数据可以看出，企业的存货周转率同样是呈现逐年下降趋势的。这说明企业的存货在逐年增加，或者说存货的增长速度高于主营业务收入的水平，不仅耗费存货成本，还影响企业的资金周转。

③应收账款周转率

企业的应收账款周转率依然是呈现逐年上升趋势的。这说明企业有较少的资金呆滞在应收账款上，回收的速度变快了。

6.3.4 盈利能力分析

资产收益率，企业的资产率比较平衡，权益回报率，资产净收益率，逐步呈现上升趋势，发展说明收益水平在不断提高。

7. 风险分析与规避

7.1 市场风险分析

准确定位客户

首先我们要准确定位客户，我们把前期客户定位在市内的各大高校和培训机构上。我们通过在高校进行推广，大多数同学了解并挺感兴趣。因为这个可以自定义他们自己所需要的题库来练习，所以高校大学生、研究生是我们的主要业务对象。

环境风险

环境风险主要来自于市场和同行竞争。模仿性竞争软件出现，竞争性增强。可能会导致部分顾客流失，新会员顾客减少。目前市场总体不成熟，产品鱼龙混杂，同质化严重，价位参差不齐，客户对于我们的产品特点还不是清楚。我们的规避策略就是与同行合作互助，在市场环境不好的情况下不仅不互相掐架，还要互相帮忙，共同打开市场。

管理风险

管理上我们采取核心成员不动，普通工作人员工作可以替代。即使因为种种原因有人离开，公司仍然可以正常运转。

7.2 资金风险分析

规范财务关系

建立完善财务管理制度，财务收支批准流程必须明确且合理，保证各个环节公开透明，做到责任到人。制定财务决策流程、预算和标准，记录完整数据并与实际数据对比，确保所有开支科学合理，避免财务漏洞给公司带来的财务。

聘请经验丰富的专家保驾护航，有针对性地投放广告以获得最大效率，有效地降低风险、节约成本。

树立风险意识

给公司所有人员树立风险意识。在实际工作中，一旦企业财务人员缺乏风险意识，对财务风险的客观性认识不足，忽视了对企业财务风险的预测和预警，导致企业在突发事件发生时，应变能力不足，容易带来财务风险，甚至给公司带来致命打击。健全内控程序，降低负债的潜在风险。如订立合同前应严格审核签订对象企业的资信状况；订立合同后应跟踪审查合作企业的偿债能力，减少直接风险损失。

科学分配收益

科学合理分配公司利润，保证投资者公平获利。股利分配政策对企业未来的发展有重大影响，分配方法的选择会影响企业的声誉，影响投资者对企业未来发展的判断，进而影响投资者的投资决策。如果对企业利润的分配脱离企业实际情况，缺乏合理的控制制度，必将影响企业的财务结构，从而可能形成财务风险。

法律风险分析

第一、本软件需要借鉴其他成熟企业的经验，在此过程中，难免牵侵权等法律问题。

第二、若对于国家关于网站经营等的规定不够熟悉，容易在某些地方由于疏忽出现违规内容，严重的可能被吊销经营许可证勒令关闭。

第三、属于本软件的功能、技术和创意等可能会被不法分子模仿或窃取，对公司利益造成损害。

7.3 技术风险

7.3.1 技术风险分析

由于现今信息技术的不断发展，网络具有的开放性、共享性和动态性，使得任何人都可以自由的介入网络，从而导致以网络为主要履善翁网站的发展面临严峻的安全问题。其主要的技术风险包括：

(1) 技术开发风险

由于平台起步阶段资金不足，雇用大批技术人员开发网站和制作平台会出现技术开发团队的不稳定性，容易导致软件开发不能顺利进行。

(2) 服务风险

服务质量好坏是网站能否留住客户的决定因素，如果我们的技术不能较好的进行改进以使之适应实际的需要，我们将有可能失去宝贵的用户

(3) 网络环境风险

网络服务常遭受到黑客的恶意攻击，个别网络中的信息系统受到攻击后无法恢复正常运行；网络软件常常被人篡改或破坏；网络中储存或传递的数据常常被未经授权者篡改、增删、复制和使用；而且黑客恶意攻击的手段多种多样、方式灵活多变，令人方不胜防。

(4) 数据存取风险

由于数据存取不当所造成的风险。这种风险主要来自于企业内部。一是未经授权的人员进入系统的数据库修改、删除数据；二是企业内部人员操作失误，受其错误的影响而带来的风险，其结果必然是使团队效益受到损失，或者是使顾客利益受到损失。

(5) 线上支付风险

网络服务常遭受到黑客的袭击，窃取用户的信息，使用户在使用软件时绑定的相应银行卡、校园卡信息受到窃取，从而使顾客利益受到严重的损失。

7.3.2 技术风险分析对策

网络安全是网站安全的基础，一个完整的网站应该建立在安全网络基础之上，所以面对可能的风险就一定要有必须的安全措施。

(1) 技术开发风险对策：

建立项目首先要组建一个强大的富有经验的项目小组，进一步对于算法进行改进，保证其可行性和稳定性，并聘请本领域的专家对方案把关。加大技术投资，包括人员和设备，保证开发顺利进行。同时，要最大限度的保证开发团队的人员稳定性，即使出现脱节也要有应急措施，尽可能保证网站的开发按部就班的进行。

(2) 服务风险对策：

为了能够在推向市场时具有令人满意的服务质量，我们需要雇佣一些市场调查人员，对于项目的运行情况进行调查，及时发现问题，采纳用户意见，使网站和平台更加人性化。

(3) 网络环境风险对策：

加强操作系统的安全机制，如过滤保护，安全检测保护以及隔离保护，营造一个安全的网络环境

(4) 数据存取风险对策：

努力建造一个监督机制与记录功能，能实时有效监督与记录工作人员对数据的处理，同时加强工作人员的素质建设，确保数据的真实性

(5) 线上支付风险对策：

加强防火墙技术，支付要通过第三方认证同时与本人验证码的通过才可以实现线上支付

8. 公司简介

8.1 公司客户宗旨

- 一切以用户价值为依归。
- 自主创新、专注务实。

8.2 公司经营宗旨

恪守“服务企业成长，帮助客户成功”的经营宗旨

8.3 企业文化

大力倡导“诚信、拼搏、团结、超越”的企业文化

8.4 公司精神

营造“不同求和”的合作氛围，鼓励员工树立“客户、公司、我”的奉献精神

8.5 公司名称

IERC 智能语音

8.6 公司介绍

I: Intelligence 智能

E: Efficient 高效

R: Real 真实

C: Convenient 方便

公司名称来源于以上 4 个单词的首字母，智能、高效、真实、方便也是本项目（公司）的追求。

本公司朝着这个方向不断努力，为营造一个良好的语言学习环境为宗旨，持续发展，循序渐进。

8.7 公司 logo



9. 公司战略

9.1 公司发展战略

9.1.1 初期

(1—2 年)

- 产品导入学校市场，提高产品知晓度，树立软件形象。
- 进入各大高校
- 在这些高校初步开始试点运行
- 上架 Android、IOS 应用

9.1.2 中期

(3—4 年)

- 提升软件品牌形象，探索出独到的服务特质和业务流程
- 进一步完善软件和网站内容，使网站更加趋于成熟
- 逐渐向市内推广

9.1.3 长期

(5—10 年)

- 提升软件品牌形象，增加无形资产
- 开始准备创新开发新功能
- 逐渐向全国推广

9.2 资本战略

- 融资合作，积累资金
- 持续、低成本投入资本，逐步扩大资金积累

9.3 人才战略

- 为组员提供更多施展才能的空间
- 提高人才的综合素质

- 注重培养人才的创新精神

9.4 应用理念

- 客户观念：以客户需求为己任
- 市场观念：细分、协同
- 服务观念：提供全方位服务
- 产品观念：没有最好，只有更好
- 成本观念：时时考量必要性、合理性
- 人才观念：本领决定舞台，业绩体现价值

9.6 管理团队

9.6.1 人员及主要职能

1.团队人员：

刘剑银、邓凌霄、胡晓玉、徐荣涵、张琦琴、方涵壹

2.团队主要职能：

本团队主要专注于智能语音答题系统，更加方便、高效、真实。本团队旨在智能语音方面，不管在学校还是各单位都能运用，并且在开发、维护方面都做出创新。本团队一直秉承便于大众的精神，在智能和题库方面实时更新。

9.6.2 人员分配

对于一个公司来说，目标的确定为企业活动明确了方向；公司结构的建立提供了实现目标的条件。但是，由于人员配置不适当而导致企业结构不仅不能成为实现企业目标的保证，而且还会影响企业的生存发展。因此，人员配置无疑是关键问题。

从管理系统论来看，人员配置以计划和组织工作为前提，是计划工作和组织工作的落实，又为领导和控制工作奠定基础。一个企业，如果人员配置不当或不完善，如主管人员的德才与职务要求不相符，其主管人员无法发挥出色的才能，就不可能创造出良好的环境，使其全体成员的积极性、主动性和创造性得到发挥；同时，下属工作人员配备不合理，势必会给控制工作带来更大困难，使控制范围扩大，难度加深，从而加重上层主管的监督和纠偏工作。因此，就管理系统而言，人员配置也是其它管理职能能否顺利实现的关键。

只有当人员配置适应各类职务的性质要求，企业结构的功能才能发挥出来。

9.6.3 主要职责及分工

刘剑银：

项目技术工程师——智能语音系统开发人员，主要核心开发工作；

邓凌霄：

高层管理——协助决策层制定公司发展战略，负责其功能领域内短期及长期的公司决策和战略，对公司中长期目标的达成产生重要影响；

胡晓玉：

客服总监——制定客户服务规范和制度；设计并优化客户服务各种流程；适当处理服务的故障和客户的投诉，控制消费者满意度的跟踪及分析；全方位优化客户服务质量。

徐荣涵：

运营总监——该职位要全面负责公司的市场运作和管理。参与公司整体策划，健全公司各项制度，完善公司运营管理。建立公司有效的团队协作机制。管理并激励所属部门的工作绩效。

张琦琴：

财务总监——组织协调企业财务资源与业务规划的匹配运作，公司财务战略规划的制作与实施。负责制定公司利润计划、投资计划、财务规划、开支预算或成本费用标准。建立健全公司内部核算的组织、指导和数据管理体系，以及会计核算和财务管理的规章制度。

方涵壹：

营销总监——负责公司项目的营销、策划、销售管理、客户关系等营销工作。负责市场调研、产品分析，对竞争产品进行研究与监控，提供项目市场运作的建议书和产品建议书。并根据市场动态变化进行营销思路调整和创新。

9.6.4 公司员工守则

1.为了维护公司正常的工作和管理秩序，保证员工在良好的工作环境中顺利工作，提高工作效率及经济效益，充分调动员工的工作积极性，协调公司与员工之间的关系，促进公司的各项工作计划和经济指标的完成，特制定《员工守则》（下称“本守则”）。

2.本守则是全公司员工的基本行为准则，以下各款适用于受雇于安康市新网科技有限公司之全体员工，都必须严格遵守。

3.凡受聘员工均应与公司签订《劳动合同》，《劳动合同》一经签订，立即生效。《劳动合同》一式两份，公司和受聘员工各执一份，具有同等法律效力。

公司聘用员工的职务（岗位）工资等按公司有关工资规定执行。

4.凡对公司做出突出贡献的员工将受到表扬和奖励，凡违反国家法律法规、有关政策和本守则的员工将受到批评和处罚，直至追究其相关法律责任。

9.6.5 基本守则

1. 安康市新网科技恪守“服务企业成长，帮助客户成功”的经营宗旨，大力倡导“诚信、拼搏、团结、超越”的企业文化，在工作中积极营造“不同求和”的合作氛围，鼓励员工树立“客户、公司、我”的奉献精神。

2.所有员工应在公司企业文化的指引下，树立全员服务观念，不断增强服务意识，全面提高综合素质和工作能力，为客户和同事提供高质量、高效率的服务。

3.员工应忠实于安康市新网科技，珍视公司提供的成长环境和发展机会，尽职尽责，勤勉努力，爱岗敬业，恪守职业道德，对承担的工作负责到底，不敷衍，不推诿。

4.员工应维护公司团结，严于律己，宽以待人，理解、支持、爱护同事，不搬弄是非，不搞办公室政治。

5.员工应厉行节约，爱护公司财物、公物，未经许可不得擅自带出公司。

6.忠于职守，不做有损公司的事，时刻维护公司的利益，树立公司的良好形象。非经许可，不得以公司名义公开对外发表个人意见；除履行公司指定任务外，不得擅用公司的名义从事其他活动。

7.员工应认真执行公司《保密协议》，未经许可，不得对外泄露公司机密，不得向公司内部、外部任何机构及个人泄露本人的薪酬水平、福利待遇；员工应主动接受公司有关部门的监督、检查。

8.员工不得从事或经营与公司业务类似及职务上有关的事务；未经公司许可不得兼任公司以外的职务。

9.严谨操守，在经营中不得损公肥私，侵占公司财产。

10.员工必须遵守公司制订的各项规章制度，服从调度指挥，保证按质、按量、按时完成工作任务。

11.员工必须严格按照本专业的技术标准及操作规范进行工作，避免造成不必要的人身及财产事故。

12.员工应严格执行公司的财务制度，节约经费，及时办理报销/报帐手续。

13.员工应注意维护公司良好的工作环境卫生，不得随地吐痰，乱倒杂物。

- 14.公司的工作场所禁止吸烟，严禁大声喧哗和来回跑动。
- 15.员工在接听电话时应报出公司名称并使用文明用语。
- 16.员工在接待外来宾客时要注意文明礼貌，热情接待。
- 17.员工应注意个人卫生，着装整洁，男女员工均不得穿拖鞋上班。对外交往时，男士应着西装、系领带，女士不得穿过于暴露的服装。
- 18.员工必须遵守公司有关物资领用、转移及进出公司的有关规定。
- 19.员工必须爱护、珍惜和合理使用公司所提供的各类办公用品、设备及一切物资；公司提倡节约，反对浪费。
- 20.员工应遵守公司内部安全规定，自觉消除各种隐患，并有义务在灾情发生时及时通知有关方面，并进行必要的自救；在灾情发生后，员工应协助保护现场，以便有关人员调查取证。
21. 公司任何员工不得在公司聊 QQ（其他即时通软件）打游戏（公司允许除外），发现一次罚款 30 元，从当月工资中扣除，且给予直接负责人口头批评，发现 2 次，全公司通报批评，罚款 80 元，且给予直接负责人罚款 50 元，3 次以上，给予开除且直接负责人罚款 100 元

10. 创业团队介绍

10.1 团队名称

智库

10.2 团队口号

智能 高效 真实 方便

10.3 团队成员介绍

刘剑银

计算机科学与技术专业，负责项目网站、APP 的开发、维护及升级等。做事认真负责，爱学习，在学习之余，自学了 Java web 开发技术，并对 IOS、安卓有一定的学习，专业能力强。

方涵壹：

市场营销专业，主要负责项目市场分析部分和平台设计方面。为人积极踏实，有较强的

逻辑思维能力和表达能力，专业知识基础扎实，并且能够很好地运用到实际中去，在团队中起着重要的作用。

11. 附录

11.1 附录一：域名信息

11.2 附录一：部分成品展示