# 商业融资 创业计划书

## 一 概述

财税代理平台 灵鹿财税

该产品是一个SaaS的B端平台，主要目标客户是安徽省内区域的财税代理型公司、工作室或个人，平台让目标客户的核心业务快速接入，借助平台的智能机器人和大数据分析引擎达到自动报税和自动做账的程度，实现税务、账务、年报等业务的高效率高质量处理和快速交付

目前产品已经上线运行10个月期间持续迭代 积累下了约2300家企业的完整数据

操作模式

补一个操作模式简图

## 团队情况

### 概述

目前团队全体成员就职于某财税代理公司研发部，主要研发公司的税云系统 全部人员有5人，平均年龄25岁

敏捷型研发团队，一直使用迭代方法进行研发和发布，团队机能和运作流程健全，研发效率高：

Scrum敏捷看板进项产品迭代 测试交付 自动发布 和 代码质量管理

### 核心人员

吴哲 技术经理团队负责人 从事软件开发行业10年经验，从事技术管理岗位8年，研发产品包括电子政务、办公自动化、智慧建筑、财务软件，积累了非常丰富的管理能力和产品能力，热爱产品

李嘉鹏 任架构师和主程 从事软件开发行业8年，目前主要职责是技术负责和关键技术攻关，曾从事过互联网彩票产品、电子政务和，技术思维敏锐在大数据和机器学习方面有过深入的实践经验

### 团队现状

团队需要从目前任职的公司脱离出来，主要有以下原因：

企业背景：公司本身是传统行业起家，没有技术积累和互联网思维，运行模式是领导全盘控制的方式，不利于这个产品和团队的发展

投入研发的资源不足：公司主营业务不在于产品研发，在这块业务无法投入足够的费用

产品方向错误：公司主要对产品的定位集成了大量内部管理的模块，过分追求大而全，客户要完整运行需要做大量的配置和熟悉的过程，极容易让用户在使用初期就丧失兴趣

推广运营难：公司定位产品的目标客户是终端企业，因为这样的推广成本高而且利润低，公司本身是代理记账企业，由于同行间的不信任，所以对同行推广难度非常大

## 产业分析

### 产业背景

合肥市注册的各型的财税代理公司就有x家，主营业务包括公司注册设立、刻章、变更、注销、各类资质和许可证办理、报税代理、账务代理、年报等业务，其中行业规模型企业拥有是100~150名员工，可以代理企业的数为2000户以上，

平均收费大约是小规模企业2000/年左右 一般纳税人企业5000~6000/年

仅针对代账代税业务来看（这类业务占公司总收入的75%）：

平均收费约400元/户/月， 一个代理会计可以服务企业约60户左右，工资+提成 每月3000元 工资成本在50元/户/月 综合人工成本约100元/户/月 就算这个成本翻一番 综合利润率也在100%~150%

这类代账型公司普遍聘用较低层次人员，设置代理会计岗位，岗位，稍微规模大一点的公司分工更细化 会有档案员 申报员 账务员

### 产业现状

财税代理企业主 关注成本 他们需要压缩成本并且提高服务质量快速的方案来

技术应用非常弱，靠人力堆积代理会计尤其是基层岗位的工作低收益、

## 竞争者分析

老牌财会软件：金蝶、用友

税务专业软件：航天信息、税友

其他互联网产品：云账房、柠檬云财税等

这些产品已经有一些走在了前列，但是他们面向的是终端企业或者是规模化的大型公司，力推标准化，但是难以逃离

做一个对比表

## 产品技术

### 愿景

完成财税业务 人工化（借助软件工具） - 半自动化 - 智能化

半自动化阶段：积累数据和模式

智能化阶段：通过机器学习和大数据可以实现自动处理，只需要高级的业务人员来调整规则，对基层财会人员的数量和技能需求将大大降低。

### 技术概述

SaaS 2B架构的软件，技术以.Net 为主

基于SSIS的风险管理引擎，每天观察各类风控指标并反馈给用户

基于Scrapy的爬虫数据采集和推送系统

### 优势

1. 快速企业信息抓取，输入企业名称或者税号可以快速采集企业明细信息，客户信息可以快速接入到平台上，不需要进行大量的初期信息维护的工作
2. 机器人报税：从采集数据到申报完成、数据采集到扣费和报表文件回传每户报税时间缩短至30s，采用爬虫集群几乎可以没有业务并发数上限，而现在每个企业采用人工报税的方式需要 登录 预抄报 计算销项票和进项票数字 填表 扣款 人工截图（留作交付证据），平均耗时需要10分钟以上
3. 快速做账：税务工商部门需要每个企业的账本和记账凭证都要备查，外账记录

按常规经营正常的企业来计算 每月开票大约20~30张 往来款40~50笔 正常纳税发放工资 报销的企业 常规方法需要打开金蝶或者用友软件，进行科目维护 准备纸质发票、银行对账单、报销凭据等材料 记账 入账 打印财务报表 ，完成一个月的账务工作综合耗时至少需要 60分钟，出错率在15%以上 而且实习会计需要大量的培训和学习才可以胜任。而使用记账机器人完成一个月的记账工作不超过10分钟即可，因为记账机器人可以直接处理其中80%以上的账务，仅余下20% 而且绝对不会出错。

1. 风控管理：提升企业的服务质量，对常见的风险点都可视化，账务纠错、报税纠错
2. 其他优势

该类B端产品研发没有捷径可言，需要大量的测试样本和时间来帮助产品完善，而且报税窗口期只有每个月的前15天，留给开发测试的时间比较紧

产品在保密的情况下已经内部测试了10个月，收集到了最真实的用户使用感受

本身产品仍然在进化中，目前已经走上了从半自动化到智能化的道路上，逐步通过大数据技术来调优智能化的算法，不出1到2年可以达到技术的先进性和独家性。哪怕2019年下半年有竞争对手采取动作，能够追赶并超越时，后续竞品已经没有市场空间

### 目前的难题

税控盘CA开票资料和进项认证资料无法采集，需要人工导入，目前需要攻坚这部分的功能，尤其是进项票商品明细的部分，这部分是企业进项数据的依据

包括使用开票软件的抄报、开票数据导出和进项认证数据导出的功能

个税扣缴软件并不稳定，等待税务局进一步的优化动作

银行对账单需要人工导入，导入之后可以立即自动做账

## 运营计划

### 市场定位

终端用户不碰，只面向代账业务的公司、组织和个人，低端量化的市场

只做省内，省内的税务局系统和软件

### 运营模式

财税代理公司发包，机器人快速业务实现

可以将成本压缩到几乎为0，可以以极低的单价签署代账合同，合同包含的报税和代账业务由机器人每月实现直接完成并交付给客户，机器人无法处理的5%~10%以下的问题以对外发包的形式发给账务公司在我们平台上完成

现行的参考定价大约是小规模企业2000元 一般纳税人5000~6000/年

企业以人民币1:1的方式在平台上购入鹿币（批量购入有折扣），每月企业用户通过平台自动完成代理业务并交付后，按照一般纳税人20个鹿币/户/月（暂定）、小规模纳税人10个鹿币/户/月（暂定）的价格扣除账户费用

### 推广计划

直接瞄准区域内的行业协会或者有影响力的财税代理公司，由公司内业务员上门推荐，直接同企业主座谈并现场演示系统，邀请企业试用并发放3~4个账号和免费赠送几百个鹿币，让企业的人员试用1~2个月，首次推销过程只需要

试用期间 操作人员如果给企业主比较良好的反馈，可以进一步促成扩大测试或者采购意向

对于体量大的客户，提供若干次免费培训和免费售后

在这些优质客户初步形成使用习惯和粘性后，促成这些企业成为区域代理或者战略合作伙伴，借助他们的影响力在区域推广，我公司市场部提供必要的协助

形成 公司 市场业务员 地区代理 的三级分润机制

公司叫什么。  
公司在哪。  
公司是什么性质。  
公司股东有哪些。  
控股结构是怎样。  
公司主要业务是什么。  
公司员工组成是怎样。  
公司财务怎样。  
公司近期目标和长期目标是什么。

我们是一家初创的科技企业,叫安徽汇慕信息技术有限公司

目前公司在设立筹备阶段

团队拥有2个核心人员,目前均任职于合肥top3的财税代理公司的研发部门

吴哲 男 32岁 创始人 从事软件研发和技术管理岗位10年,项目管理经验和技术经验丰富参与研发产品包括电子政务、办公自动化、智慧建筑、财务软件

主要负责公司战略和产品设计以及研发工作

李嘉鹏 男 31岁 技术总监 主要负责公司的技术部的研发和管理工作从事技术研发和系统架构工作 8年,参与过大型互联网产品研发,技术技术思维敏锐在大数据和机器学习方面有过深入的实践经验

主要负责核心产品的架构和研发工作

公司主要设立以下部门

产品部:

技术部：负责竞品分析、技术方案制定，开发、测试进度计划安排和实施以及软硬件技术成果管理

市场部:负责制定年度销售目标，市场开拓、客户信息挖掘，公司产品销售和售后管理

综合部：负责公司行政、人事和外部联系等事宜

公司以产品部门为主导，采用DevOps过程来管理产品特性和发布计划，采用Scrum敏捷开发过程进行开发流程管理

融资配资完成后需要在技术部下补充开发人员3名（C#开发工程师1名、python工程师1名前端开发工程师1名）、测试工程师1名

同时在市场部增设一名部门主管（兼职），先期进行合肥市场的开拓工作

出于成本和实际情况考虑，其他部门暂时不设置人员，由总经理兼任或者外部人员兼职

公司股东年底利润分红，年度营收情况达到预期目标，经过股东大会决议，按照所持股份比例分红

市场部人员按照市场部设置的销售提成措施享受 各自销售业绩10%~15%的奖金

其他员工除正常薪资和年终奖外暂不设置其他激励措施，也没有员工持股的计划

公司即将申请或者已申请的完全自主产权的软著包括《灵鹿财税平台》、《税务信息采集系统》、《灵鹿助手》等软件，以及一款“灵鹿”商标

公司全体员工入职都必须签署《保密协议书》，公司技术和产品部门主管以上级别人员必须签署《禁止竞业协议》

概述。  
高层是哪些。  
高层简介。  
高层怎么分工。  
管理体系是什么。  
融资后要设立哪些机构及相关的人员配备。  
管理层及关键人员将采取怎样的激励机制和奖励措施。  
管理层的薪酬，是否有员工持股计划。  
公司是否建立人事管理制度。  
对有关知识产权、技术秘密和商业秘密采取的保护措施。  
公司是否存在关联经营。  
公司、公司主要管理人员是否卷入法律诉讼及仲裁事件中，对公司有何影响。

**行业情况篇**

安徽省注册的各型的财税代理公司和事务所公司主营业务包括公司注册设立、刻章、变更、注销、各类资质和许可证办理、报税代理、账务代理、年报等业务。

其中：

较大规模企业拥有是100~150名员工，可以代理企业的数为2000户以上。

中等规模的企业拥有10~50名员工，可以代理企业数有几百户以上

其他各类小型工作室或者个人则规模比较庞大，难以统计

这类公司代账代税业务提供了公司大部分的收入（这类业务占公司总收入的75%）

平均代理费收费状况大约是：小规模企业2000/年左右、一般纳税人企业5000~6000/年

市场规模来看，安徽省代理记账行业GDP占全省GDP的比例只有江苏省的10%不到，市场空白巨大，大量的企业有机遇来进一步发展，但是有

大量中等规模企业普遍遇到的痛点是：

1. 从业人员素质低下，新招募的员工需要经过长期的训练才可以胜任本职工作，而且出错率高，其中有些错误发生后会导致企业遭受损失，严重的导致客户流失。
2. 管理难，公司内部工作流程不规范，导致管理者需要花费大量的经理在管理方法的纠偏上。而企业的获客主要依赖有经验的业务主管甚至是老板来亲力亲为，这些本该创造价值的时间被损耗在内部管理上
3. 管理者无法预见性的识别到风险，有些工作错误甚至在员工离职后才发现或者是客户自己发现
4. 没有数字化指标来指导管理，非常粗放，员工的工作量指标、业绩指标和企业的收支状况，都是员工自己上报，中层管理者统计，里面的水分非常大

中小规模 包括一些大型的财税代理公司普遍遇到的问题是：

企业管理者都是做业务出身，在企业成长到一定规模后，受自身能力和精力的限制，无法有效的进行内部管理，尤其面对90后、00后这一批非常具有“互联网时代特征”的员工，企业的管理手段体现的比较过时。

灵鹿财税就是为专门解决这一问题而设计研发的产品，整个平台完全在互联网化。

无论是小到一个人的兼职会计，还是大到几百人的集团型公司，都可以在平台上快速的接入业务，平台主要包含员工、报税、账务、收费、业绩 5个子系统以及一个微信服务号

3种用户在这个平台上获取价值（以下章节专门来详细讲述每个功能）：

企业员工可以通过平台的自动化报税功能来快速完成各项报税业务，通过自动化做账快速生成账套、凭证和财务报表，通过收费功能来完成上报各类合同费和服务费，整个操作流程简单清晰，非常符合互联网

企业老板和中层管理者可以对员工报税和账务工作质量进行审查、核定员工的收费、计算员工业绩以及查看到各代账户的续费情况，通过各类统计报表来获得员工真实的工作状况、企业的经营状况，使用数字化手段全面掌控企业全局

客户企业可以通过微信公众号及时获取到自己的报税情况和账务情况，增加客户粘性，微信公众号可以和各代账公司的微信号互相引流

本产品瞄准细分行业，专为代理公司量身设计，主要优势有：

先进性：报税和账务模块主要应用网络爬虫技术和大数据技术，这两方面是平台的核心技术，已经打磨了1年以上，竞争对手无法超越

独特性：市面上没有和我们定位完全一致的同类产品，竞争产品在硬实力上没有我们强，在软实力上没有我们新，形成了非常大的竞争优势

灵鹿财税是完全云端运行的系统，有业务量扩大和新版本发布的情况下，可以通过增加服务器配置进行无缝升级，用户不需要承担任何硬件开支的费用，也没有系统运维的负担。

系统运行性能优良，代账公司普通员工的办公电脑配置较低，低配电脑上我们的系统也可以流畅的运行

软件销售后，售后人员负责给企业提供免费的使用培训，提供7x8小时的技术支持，一般性的问题都可以远程解决。

用户使用中出现问题可以在线提交工单或者拨打售后服务电话，承诺12小时内回复，24小时内排除问题。

概述。  
市场前景怎么样。  
谁在使用产品。  
使用的目的，为何购买。  
列出产品的前三大客户类型，以及他们购买力。  
所投资的产品行业目前所处发展阶段。  
是否拥有的专门技术、版权、专利、配方等。  
更新换代周期是多久。  
说明本产品是否有标准。  
产品与同类产品的比较。  
本公司产品的新颖性、先进性和独特性。  
重点说明在性能、价格、售后服务和技术支持等方面的优势。  
本公司与行业内五个主要竞争对手的比较。  
影响行业和产品发展的因素。  
过去3~5年各年全行业销售情况，列明资料来源。  
未来3~5年各年全行业销售收入预测，列明资料来源。  
公司未来3~5年的销售收入预测（融资不成功情况下和融资成功情况下）

**产品研发**

软件成品在http://www.csyunboss.cn可以演示,目前不开放试用账号

未来1年，需要在研发继续投入资金60万，用于：

开发设备采购 3万

办公场地租金 3万

云服务器租赁 3万

人员工资 50万

未来3~5年，研发费用预计在60~70万/年左右，不会再继续增大投入

现有团队完整,业务熟练,可以马上投入工作,不需要额外培养人才

研发模式使用Scrum敏捷迭代开发,小步快跑、持续发布

市场部门组建前,由全公司会议决定每次迭代产品目标和工作计划.

市场部门组建后

产品部和市场部每周通过会议将用户反馈提交给产品经理,再经由产品经理和技术经理共同决定本周工作目标

研发团队，普通员工的激励主要是体现在年终奖（随公司盈利情况年底额外发放1~3个月工资不等）和日常福利(年假、集体旅游)等

概述。  
产品成品演示。  
产品功能表。  
依据功能表的研发架构。  
已研发成果及其先进性。  
未来要研发什么。  
公司在研发资金总投入是多少。  
计划再投入的研发资金是多少。  
列表说明每年购置开发设备、开发人员工资、试验检测费用、以及与开发有关的其它费用。  
现有技术资源。  
研发模式是怎样。  
对研发队伍有怎样的激励机制和措施。  
未来3~5年在研发资金投入和人员投入计划，列表说明。

**产品说明**

**产品运营**

**产品运营分为2条线:**

**B线：**

直接瞄准区域内的行业协会或者有影响力的财税代理公司，由公司内业务员上门推荐，直接同企业主座谈并现场演示系统，邀请企业试用并发放3~4个账号和免费赠送几百个鹿币，让企业的人员试用1~2个月

或者从税务部门人员关系获取客户，给予一定的佣金来获取客户

系统试用期间 一线员工在操作时如果给企业主比较良好的反馈，可以进一步促成扩大测试或者采购意向

在这些优质客户初步形成使用习惯和粘性后，促成这些企业成为区域代理或者战略合作伙伴，借助他们的影响力在区域推广，我公司市场部提供必要的协助

形成 公司 市场业务员 地区代理 的三级分润机制

**C线:**

**纳税户企业主可以直接通过灵鹿平台微信订阅号获取其纳税、财务报告、年报等功能，我们的运营团队也在灵鹿平台上持续提供自媒体内容和企业服务和举办活动等方式吸纳和维持用户**

**半年内不做任何市场行为，C线只需要引流客户过来关注微信服务号，以及**

**市场方案**

**整体的收费方案或盈利方案包括**

**面向代理记账公司的收费方案包括:**

****收费方式1:按量收费，自动扣款：****

企业以人民币1:1的方式在平台上购入鹿币（批量购入有折扣），每月企业用户通过平台自动完成代理业务（账务、）并交付后，按照一般纳税人30个鹿币/户/月（暂定）、小规模纳税人15个鹿币/户/月（暂定）、年报 50个鹿币/户 的价格扣除账户余额

**收费方式2:升级企业版：**

企业版除了沿用收费方式1形式进行每月付费外,

额外提供专用模块包括：收费、合同、业绩模块，并且承诺后期系统更新其他企业版功能都自动升级

升级采用按年授权的模式 每年费用暂定10000元

**收费方式3:定制开发**

有的代理企业特殊需求的客户可以就具体开发需求进行商务洽谈,费用根据实际需求来定

采用这种收费模式的好处是:

一般个人代账会计会选择收费方式1

具备规模的企业会选择收费方式1+2

较大规模的公司有特殊需求的公式会采用1+2+3的方式

面向C端企业用户服务和引流收费

市场竞争

我们了解了云账房、金蝶和航天信息的类似产品

云账房，主要通过他的中央财务工厂模式，来挖掘各区域代理，在他的体系内，各地方代理加盟商只需要承接客户服务，核心的报税和代账业务发包到云账房的中央办公室去集中处理，目前他安徽地区有2 3家加盟的代理公司

金蝶：有推出功能设计和我们几乎完全一致的产品彩页，但是目前还停留在纸面上,目前没见到实物

航天信息:退出包含账务、收费、合同等功能的云端系统，但是试用之后发现其业务设计完全不符合财务代理公司的流程，几乎无法使用

其他类似产品都在省外

按照我们产品的定位来看：空白市场，有竞争对手，但是构不成威胁

B线长短期销售目标

注：这里销售目标是以各财税代理公司服务的客户数,也是我们的C端客户来计算:

首年达到20000户，年营业额达到100万

五年内达到150000户，年营业额达到2000万

占据安徽省内80%以上的市场份额

C线首年没有销售目标，微信关注粉丝数达到5000就完成目标，

可以赚取少量流量费

三年内C线需要持续发力，通过网络自媒体、企业服务等方式达到10w+粉丝

由于我们的粉丝群体是定位非常精准的高质量粉丝

可能的赢利点有: 代理记账行业排名收费 广告流量费 商品销售 往代理记账公司引流收取费用等多种方式

概述。  
产品定价方式。  
销售成本的构成。  
销售价格制订依据和折扣政策。  
销售网络、广告促销、设立代理商和售后服务方面的策略和办法。  
市场方案的竞争优势与哪些因素有关。  
对销售人员采取什么样的激励和约束机制。  
竞争对手的销售方案。  
你们有哪些优势。  
短期销售目标。  
长期销售目标。  
列表营业额预测。  
列表说明市场份额的预测。

**财务状况**

**由于是初创公司，目前公司财务数据比较简单**

**公司相关税种有增值税、企业所得税、和其他随征税种，不涉及特种经营税，也不享受特殊的税费种减免政策**

**一年后公司争取获得高新技术企业认定，获得专门补贴和所得税减免等优惠政策**

概述。  
列简表说明公司在过去的基本财务数据。（主营收入、主营成本、主营利润、管理费用、财务费用、净利润、补贴收入、总资产、总负债和净资产，主营产品的盈亏平衡点、毛利率和净利率。）  
说明财务预测数据编制的依据。  
在你们这个依据下，提供融资后未来3 年项目盈亏平衡表、资产负债表、损益表、现金流量表。  
说明与公司业务有关的税种和税率。  
公司享受哪些优惠政策，由谁提供。

**风险篇**

创业过程中可能遇到的风险包括：

政策风险：国家近期税务改革力度比较大，税务公式和指标都在逐渐调整

应对措施：公司有专门的人员一直紧跟政策变化的风口，其中涉及到我们系统中税务报表运算公式在系统设计上处理成灵活可配置的形式

市场开拓风险：市场风险主要来自我们产品设计和定价销售模式，

应对措施：我们产品的前身已经在代理记账公司完整运行了一年，通过和安徽多地方（包括合肥、亳州、铜陵、芜湖等地）的代理公司管理者和个人深度探讨和调研，我们的产品是非常适应市场要求的，至于产品定价模式，还没有最终议定，可以继续讨论，我认为这方面的风险是非常低的

运营风险：运营风险主要在市场人员的设置上，目前有2、3个经验丰富的销售人员，愿意在年中期以兼职的形式加入进来，作为第一批开拓市场的人员。销路打开进入发展期后，要注重运营团队的建设。

应对措施：希望投资人可以在运营思路和渠道方面提供支持。

财务风险：企业目前没有负债和抵押资产，股东的资金都按照股权出资协议的要求如期足额的存入公司的账户上。公司成立后运营财务状况对股东完全开放。

对公司关键人员依赖的风险：目前阶段，公司非常依赖几个创始人的技术，保障核心技术人员的利益非常重要。

应对措施：掌握核心技术关键人员都是创始人并占有股份，签署了保密协议和三年期禁止竞业协议。

概述。  
详细说明创业中可能遇到的政策风险、研发风险、市场开拓风险、运营风险、财务风险、对公司关键人员依赖的风险等。  
如何量化这些风险。  
这些风险的对策和管理措施。   
决策后风险是否降低，程度如何。  
最终投资分险有多大。

**融资计划**

**本轮pre-A轮融资目的主要在于进一步补充筹集公司运行的必要资金，同时，希望可以邀请有实力投资人深入参与公司事务,主要是在社会关系和销售渠道上提供必要支持。而且，投资人本身是财税代理公司这一点也是我们融资的必要条件。**

**暂定向投资者以50万的价格出让30%的股权，现在2个创始人股东准备一起出资50万，分别各占60%和10%的股份**

**资金用途主要投入研发和公司日常开支，在半年后销售人员可以几乎无成本的加入，按照利润分配协议支付销售提成即可。**

**公司有义务向每名股东披露公司财务和运营状况，提交年度损益表、资产负债表和审计报告  
投资者参与协商公司分红方案，可以发表提案，参与公司发展战略的制定，参与表决**

**不经过股东大会表决通过 各股东不允许在3年内转让股份**

**股东有年末分红时获取投资回报**

**计划在3年后 进行A轮融资**

**届时融资目标达到后本轮投资人可以选择转让全部或部分股份**

概述。  
融资目的和额度。  
说明拟向投资者以什么价格出让多少股权，作价依据是什么。  
资金用途和使用计划。  
列表说明融资后项目实施计划，包括资金投入进度，效果和起止时间等。  
说明投资者可享有哪些监督和管理权力。  
哪些方式参与公司事务及参与程度。  
说明公司将为投资者提供怎样的报告。（如年度损益表、资产负债表和年度审计报告）  
说明投资的变现方式，上市，转让，回购等。  
说明融资后未来3 ~5 年平均年投资回报率及有关依据。