

**滨江学院**

**创新创业项目计划书**

**题 目 创新创业项目计划书**

**院 系 物联网工程学院**

**专 业 软件工程**

**学生姓名 毛济洲**

**学 号 20182344050**

**二Ｏ一九 年 十二 月 一 日**

**目录**

第一章 执行总结

1.1项目或企业背景

1.2项目或企业规划

1.3市场分析

1.4行业竞争分析

1.5组织与人事分析

1.6财务分析

1.7风险分析

第二章 项目简介

2.1 项目概况

2.2 商业构想与市场分析

2.2.1创业创意启发

2.2.2创业市场分析

2.3 主营产品

2.3.1.软件维修

2.3.2硬件维修

2.3.3电脑配件

2.3.4电脑周边产品

2.4 产品优势

第三章 定价计划

3.1优点

3.2缺点

3.3 价格策略

3.4价格制定

3.4.1软件维修

3.4.2硬件维修

3.4.3 DIY电脑

第四章 项目的投入

4.1 时间

4.2 资金

第五章、运营分析

5.1 项目发展战略

5.2 项目团队的组织结构和管理模式

5.3 项目运营模式的初步设计

5.4 市场策略

第六章、风险及对策

6.1竞争风险

6.2市场风险

6.3技术风险

6.4风险资本退出

6.4.1公司资产：

6.4.2公司成员：

第七章、财务

7.1财务预测

7.1.1启动资金：

7.1.2经营与运作成本：

7.1.3资金来源：

7.2预期收益

7.3 现金流量

第八章 组织机构

8.1部门职责

8.1.1总经理：

8.1.2人力资源部部门：

8.1.3销售部门：

8.1.4财务部门：

8.1.5市场部门：

8.1.6售后服务部门：

第九章 结语

**第一章 执行总结**

**1.1项目或企业背景**

该项目是一个服务型的创业项目，项目简单易行。只需要团队有一定的技术和时间，不需要投入过多的资金，而且工作量比较少，属于兼职类，对学生的课程也不会有太多的影响。

**1.2项目或企业规划**

本项目是针对学校学生提供的上门维修电脑及DIY组装电脑增加笔记本配置的服务。

**1.3市场分析**

采取“薄利多销”的方式，在保证利润点的同时尽量放低价格，吸引顾客，体现价格优势。

**1.4行业竞争分析**

主要竞争对手为学校门口的电脑零售店与市中心的电脑城，本项目主要面向校内师生服务，相对校外不仅有价格优势，还有地域优势。

**1.5组织与人事分析**

公司性质是有限责任公司，采用直线职能制结构，实行总经理负责制，下设销售部、财务部、市场部、人力资源部、售后服务部。公司的日常运作将由创业成员负责，并拟聘请专家为公司的营销顾问和战略顾问。

**1.6财务分析**

根据计划及实际需求估计，公司启动资金合计约6万元。

**1.7风险分析**

主要有竞争、市场、技术风险。

**第二章 项目简介**

**2.1 项目概况**

创业对于普通大学生而言大多都是用体力劳动来创业，比如送外卖、快递等，或者是经商，在学校买一些日常用品，等通过这些小的项目增强能力、积累资金之后再去做更有意义的事。

该项目是一个服务型的创业项目，项目简单易行。只需要团队有一定的技术和时间，不需要投入过多的资金，而且工作量比较少，属于兼职类，对学生的课程也不会有太多的影响。而且在工作的同时可以提高自己在电脑方面的技术，也可以交更多的朋友，还可以获得意外收获。本人认为相比于用课余时间打游戏看电影来说，这个项目可以一试。

公司将致力于服务学生电脑市场，优化价格体系，完善服务流程，提高服务质量，让学生客户享受低廉的价格，高端的品质，满意的服务，实实在在让学生得到优惠，并通过不断努力壮大。

**2.2 商业构想与市场分析**

**2.2.1创业创意启发**

未来中国电脑市场销量仍将保持增长态势，但是增长速度将有所减缓。但是学生在现在的学习生活中基本上都要用到电脑，尤其是学习电脑相关专业知识的同学，几乎人手都有一台电脑，但是电脑又是一种容易出问题的工具，大问题还好说，直接送修就能解决问题，但是如果是一些不值得送修的小问题就麻烦了，又是百度又是请人帮忙解决，很繁琐。而这时候，如果花十块钱（甚至更少）就能完美的解决这些问题，他们应该会很乐意选择上门服务。

**2.2.2创业市场分析**

本项目是针对学校学生提供的上门维修电脑及DIY组装电脑增加笔记本配置的服务。维修范围包括：系统重装，软件安装，客户端修复，联网修复，电脑卡顿修复，磁盘的拓展与压缩，电脑扩容，增加内存，更换显卡等等一系列的电脑问题。

项目的特点就是上门维修，学生可以通过微信平台或者直接打电话给我们联系，只需要提供宿舍号，我们就能在短时间内到达。这样省去了学生自己抱着电脑跑去学校的维修店的过程。

**2.3 主营产品**

本公司主营的电脑维修及DIY电脑及其外设，主要是为广大师生提供电脑维修服务。电脑维修包括软件维修和硬件维修两个部分。

**2.3.1.软件维修**

软件维修包括操作系统安装、病毒查杀、系统优化、系统垃圾整理、系统崩溃、运行慢、无故重启、蓝屏、死机、各种疑难杂症故障的排除、数据恢复、电脑数据备份、转移、BIOS刷新、升级等。

**2.3.2硬件维修**

电脑硬件维修包括硬件检测、配件更换、电子元件及芯片损坏更换、电脑除尘及风扇加油等。

**2.3.3电脑配件**

（一）CPU

主营Intel和AMD各种型号的CPU

（二）主板

主营技嘉、映泰、微星等一线品牌各型号主板

（三）硬盘

主营希捷、西部数据、日立三大品牌各型号台式机硬盘和笔记本电脑硬盘

（四）内存

主营威刚、金士顿、三星等品牌各型号台式机、笔记本内存条

（五）显卡

主营七彩虹、索泰、微星、蓝宝石等品牌各型号N卡、A卡。

（六）机箱

主营迎广、先马、金河田等品牌各型号机箱。

（七）电源

主营航嘉、海盗船等品牌各型号电源。

（八）显示器

主营三星、AOC、Acer等品牌各型号液晶显示器。

（九)键盘鼠标

主营雷蛇、赛睿、罗技等品牌各型号键盘及鼠标。

**2.3.4电脑周边产品**

（一）网线

主营3米、5米、10米、15米成品网线及散装网线。

（二）交换机

主营TP-Link、水星等品牌各型号普通交换机。

（三）音响

主营JBL、罗技等品牌各型号低音炮。

（四）其它

此外还有耳机、贴膜、摄像头、液晶清洁套装等电脑周边产品。

**2.4 产品优势**

本项目相对于校外的电脑维修点及电脑组装电、网店而言，其优势在于以下几点：

1. 为学生提供上门的服务，省去了学生自己抱着电脑跑去学校的维修店的过程。
2. 如今电脑都价格透明，电脑配件的价格在各大电商网站上都可以查询到，我们可以从江苏总代理拿货，做到货源正规，因为没有中间商，所以可以做到价格比网店还便宜
3. 相对于电脑维修点，团队可以通过自身掌握的电脑技术，给学生更快的维修服务。
4. 上门服务，让学生亲眼看着自己的电脑问题出在哪，以后再出现了要怎么解决， 相比于把电脑放在维修店第二天再去取而言，学生心理更有安全感，更亲切
5. “电脑很贵，学电脑也会很贵”很多人都有这种想法，如果能打出上门服务的口号，会让学生感觉很不错。据我了解，学校外的维修店装一次系统都是20块左右。而本项目只需十块，而且一次可以处理多个电脑问题，知道客户满意为止，也让客户实实在在的觉得便宜
6. 服务范围广：对于一些不懂电脑的大学生而言，电脑是个大问题，在我们这里便可以一站式解决，从购买到维修，我们拥有比其他实体店或网店更实惠的价格，还有更好的服务

**第三章 定价计划**

根据以上对IT行业的分析以及对组装电脑市场的前景分析，可以通过细分市场锁定我们的核心目标市场——学生市场。该市场人群属于中等消费水平等级，对电脑需求大，并且容易受朋友介绍或品牌影响力而决定购买行为，该市场目前仍未有实力强大机构介入，属于相对竞争较小市场。经过市场调查和综合分析，将产品定位于“性价比高”的组装电脑。

**3.1优点**

1、学生市场为中等消费水平等级人群，对价格相对敏感度较高，作为主打学生市场的我们，因以优质的产品和具有足够吸引力的价格为引导；

2、对前期树立品牌形象起到良好促进作用；

3、吸引顾客，带动其同学和朋友购买；

4、有利于维护公司优良品牌形象，为日后扩大规模做扎实基础。

**3.2缺点**

1、利润空间变小，公司盈利能力减小；

2、价格优势一旦形成，日后对提价起到很大排斥力；

3、利于公司拓展其他细分市场。

**3.3 价格策略**

采用的价格策略为“低价渗透”策略。通过上游渠道的紧密合作，争取获得较低的成本供应价格，在到达规模采购后，这种优势会逐步体现。在零售市场上，采取“薄利多销”的方式，在保证利润点的同时尽量放低价格，吸引顾客，体现价格优势。在保证品种齐全、品牌多元化的前提条件下，利用代理商直接拿货来销售电脑及其相关产品，让生产厂家直接面对消费者，减少管理费用，确保产品的价格优势。

**3.4价格制定**

**3.4.1软件维修**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 维修内容 | | | 收费标准（元） | | 服务承诺 |
| 我公司 | 校外公司 |
| 软故障 | 安装系统 | Windows 10 | 8~10 | 15~20 | 故障不解决不收费，一周内同类故障免费复修 |
| Linux及其它 | 20 | 30~50 |
| 一般软件故障（安装驱动，系统优化等） | | 10~20 | 30~50 |  |
| 查杀病毒 | | 20~30 | 50 |
| 蓝屏、无故重启、死机等 | | 20~30 | 50~100 |
| 刷BOIS | | 30~50 | 100~300 |
| 数据恢复 | 一般误删恢复 | | 30 | 50~100 | 视数据恢复的难易程度和完整度定价收费 |

**3.4.2硬件维修**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 维修内容 | | | 收费标准（元） | | 服务承诺 |
| 我公司 | 校外公司 |
| 硬件维修 | 硬件检测 | | 0 | 5~10 | 免费 |
| CPU | 针脚歪曲 | 10~20 | 20~30 | 视具体可修复状况及修复效果收费，并提供一定限期的保修 |
| 断针脚 | 30~50 | 50~100 |
| 光驱不认盘不读盘 | | 30~50 | 50~80 |
| 硬盘坏道修复、屏蔽 | | 15~30 | 25~50 |
| 显示器闪屏、黑屏等 | | 30~200 | 50~200 |
| 笔记本黑屏、无法开机 | | 30~60 | 50~100 |
| 更换硬件 | 更换各种硬件、硬件升级（如CPU、主板、硬盘、内存、显卡、电源等） | | 视具体情况，价格合理公道，绝不欺骗顾客 | 不排除配件本身不坏却说坏了让顾客更换配件、掉包情况 | 根据更换硬件型号及当时该硬件市场行情收取硬件费用，并提供一定限期保修，不收修理费 |
| 电子元件、芯片 | 更换烧坏的电子元件及芯片 | | 视具体情况，价格合理公道，绝不欺骗顾客 | 不排除没更换电子元件或芯片而说换了以及虚报元件价格的情况 | 根据更换元件及芯片型号、难易程度及市场行情定价，收取适当修理费，并提供一定限期保修 |
| 除尘上油 | 电脑除尘清洁，风扇加润滑油 | | 5~20 | 20~40 | 力求达到更好的清洁、降噪效果 |

**3.4.3 DIY电脑**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 配置方案 | 家庭舒适套装 | 专业游戏高配套装 | 家用游戏套装 | 家庭经济型 |
| CPU | 1999 | 2899 | 2199 | 1199 |
| 主板 |  |
| 内存 | 189 | 599 | 269 | 189 |
| 硬盘 | 269 | 599 | 419 | 169 |
| 显卡 | 1099 | 3999 | 1799 | 899 |
| 显示器 | 630 | 1999 | 899 | 899 |
| 机箱电源 | 299 | 498 | 489 | 249 |
| 鼠标键盘 | 199 | 1099 | 499 | 199 |
| 音响 | 129 | 599 | 199 | 0 |
| 合计 | 4813 | 12291 | 6772 | 3803 |

**第四章 项目的投入**

**4.1 时间**

本项目是服务型项目，对时间的要求比较高，既然打出上门服务的口号，我们就得花一定的时间去认真履行这个承诺。而对于我们大学生而言最多的就是时间了。

**4.2 资金**

本项目是服务型的项目，需要的资金相对较少。主要是在宣传方面的资金投入，主要是打印宣传单页，拉条幅，以及在学校贴吧等地方进行宣传，我根据一张宣传单页和一米条幅的价格初步估计，大概需要一千五百元左右的资金就能启动本项目。

**第五章、运营分析**

**5.1 项目发展战略**

服务型项目的重中之重当然是客户，在提供服务的同时一定不能忘了聚民心，当然也可以采取一些活动项目来拉拢民心，比如，第一次服务之后给客户发一张服务卡，凭这张卡下次服务就是半价，这样技能拉拢民心，又能刺激消费（因为有些电脑问题客户会觉得不值得花十块钱去解决，花五块或许可以接受）。

另外就是团队的技术，如果上门了，但是碰到的问题解决不了，那就影响不好了。

**5.2 项目团队的组织结构和管理模式**

起初团队需要四个人左右，必须有女生，而且还不能少，因为相比于男上而言，更多的女生对电脑只是的了解相对较少。这样才能更方便的提供上门服务。

**5.3 项目运营模式的初步设计**

通过各种方式让学生关注团队的公众号，和QQ群，客户可以通过qq群或者公众号告诉负责人地点，然后负责人负责去上门维修。

**5.4 市场策略**

团队的重点是客户，其次是用合理的方式刺激消费。

具体策略：团队可以设计五元、两元的两种服务卡，第一次（十元）上门服务客户满意之后，给客户发一张五元卡，五元卡用过之后收回，然后再给客户发一张两元卡（这里的两元卡不再上门服务，而是通过远程连接解决客户的问题）一张卡只能用一次。这样不仅能够让客户更满意，而且能够刺激消费。

**第六章、风险及对策**

### 6.1竞争风险

经销商尤其是在某一区域非常有竞争实力的经销商会要求供应商给予较优惠的结算条件，如信用期限、信用额度、采购的特殊优惠、现金折扣等，在此前提下，假如我公司的订单与电脑城一般店铺的订单相差过大，使得供应商给予较高的进货价，使得我公司与同行之间的竞争力下降，负面影响市场占有率。

风险防范措施：1、我公司与电脑城的一些供应商达成友好合作。在公司创立初期，不存在信用额度、订单积累的情况下，供应商愿意把手中代理的数个品牌以同等甚至低于电子科技广场店面的价格，供我公司经销，而大幅提升公司的价格竞争力。

### 6.2市场风险

我公司的市场群体主要是在校大学生。因此，我公司的品牌效力以及信誉度是我们占领并维持市场的重要因素。每年均存在新生入学、老生毕业的市场环境，在市场个体逐渐更替的情况下，可能会使得公司在某阶段品牌力、信誉度下降。

风险防范措施：每年都应做适当的宣传，通过多种营销手法使同学老师们熟知公司，协同校内某些部门或社团举办各种活动，扩大公司在学校影响力.

**6.3技术风险**

除少数高级技术员以外，还存在多数技术水平低的员工，尤其是刚招收勤工俭学生。他们通常经验不足，在工作时有可能致使客户物品毁坏，使公司受到经济上、声誉上的损失。

风险防范措施：需要经常对技术员工进行培训，加强其动手维修能力。我们将聘请一位电脑业内专业人士担任技术顾问，定期对公司运营、技术员做专业指导。使公司的专业性、技术性不断提高。

**6.4风险资本退出**

对于新成立的公司，制定一个退出战略使得公司在不能继续运行的时候以最小的损失退出就显得尤为重要。现根据我公司的实际情况制定如下退出机制：

**6.4.1公司资产：**

维修工具、办公桌椅、商品货柜、未售完商品

a)维修工具：因为公司创始人均为技术人员，以后还有很多地方能够使用的上。可以根据个人需求进行分发，剩余部分可以作为赠品赠送给计算机协会及计信系。

b)办公桌椅及商品货柜:这些物品占用空间较大，不便自留，可投入二手市场处理。

c)未售完商品：由于本公司和南宁电子科技术广场的供应商达成协议，对于部分未售完商品可作退货处理。剩余部分可以在校内进行促销或留给公司内部成员使用。

**6.4.2公司成员：**

公司的清盘退出是标志着我们创业团队第一次创业的失败，从创业想法达成共鸣，到团队成立，共同商议，分工合作，撰写创业计划书，到项目的直正实施，经营，失败;我们一起经历了许许多多，我们曾执着于自己的理想，曾为共同的理想而努力奋斗，尽管失败了，但我们获得了许多的经验和知识：诚实、信任、合作、勇气、勤奋、友谊;这将是我们人生中最宝贵的财富。失败了，不要紧，总结经验与教训，互相激励，从头再来。

**第七章、财务**

**7.1财务预测**

**7.1.1启动资金：**

根据计划及实际需求估计，公司启动资金需求主要有维修工具购买1000元，电脑配件及周边产品进货12500元，流动资金6000元，二手IT产品收购备用10000元，前期宣传500元，办公用品采购1500元，其它不可预料费用1000元。合计约3万元。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 启动资金需求表 | | | | | | |
| 项目 | | 物品 | 数量 | 单价（元） | 总计 | |
| 维修工具 | | 十字螺丝刀 | 5 | 15 | 75 | |
| 一字螺丝刀 | 3 | 15 | 45 | |
| 电烙铁 | 2 | 50 | 100 | |
| 焊锡 | 2 | 10 | 20 | |
| 软毛刷 | 5 | 2 | 10 | |
| 剪线钳 | 3 | 5 | 15 | |
| 硅脂 | 3 | 5 | 15 | |
| 润滑油 | 2 | 45 | 90 | |
| 排插 | 5 | 16 | 80 | |
| 万能表 | 1 | 50 | 50 | |
| 小计 |  |  | 1000 | |
| 商品进货 | | CPU、主板、硬盘、内存、显卡、显示器、等配件及各种电脑周边产品进货 | 若干 | 视具体商品和市场行情而定 | 约计：12500 | |
| 二手IT产品收购备用 | 视具体商品 | |  |  | | 10000 |
| 前期宣传 | 宣传海报、传单、横幅等 | | 若干 |  | | 500 |
| 办公用品 | 办公桌椅 | | 4 | 200 | | 800 |
| 玻璃柜 | | 1 | 300 | | 300 |
| 商品架 | | 2 | 200 | | 400 |
| 流动资金 | 6000 | | | | | |
| 不可预料费用 | 1000 | | | | | |
| 总计 | 40000 | | | | | |

**7.1.2经营与运作成本：**

公司正常运作后第一年的经营与运作约2万元。资金总需求共计约6万元。

**7.1.3资金来源：**

创业团队向银行贷款4万元，团队成员每人出资5000元，共计6万元。

## 7.2预期收益

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 收入、成本、利润预测表 （单位：万元） | | | |
| 年份 | 收入 | 成本 | 利润 |
| 第一年 | 10 | 6 | 4 |
| 第二年 | 20 | 10 | 10 |
| 第三年 | 35 | 20 | 15 |
| 第四年 | 50 | 25 | 25 |
| 第五年 | 75 | 35 | 40 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 服务项目的总投资和净收益 （单位：万元） | | |
| 年限 | 投资 | 净收益 |
| 0 | 3.4 | -3.4 |
| 1 | 2.4 | 4 |
| 2 | 10 | 10 |
| 3 | 20 | 15 |
| 4 | 25 | 25 |
| 5 | 35 | 40 |
| 合计 | 96 | 94 |

## 7.3 现金流量

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 方案各年净现金流入及流出 （单位：万元） | | | | |
| 年限 | 现金流入 | 现金流出 | 净现金流量 | 累计现金流量 |
| 0 |  | 3.4 | -3.4 | 3.4 |
| 1 | 10 | 6 | 2.6 | 18.6 |
| 2 | 20 | 10 | 4 | 34 |
| 3 | 35 | 20 | 8 | 63 |
| 4 | 50 | 25 | 12 | 87 |
| 5 | 75 | 35 | 15 | 125 |

**第八章 组织机构**

公司性质是有限责任公司，采用直线职能制结构，实行总经理负责制，下设销售部、财务部、市场部、人力资源部、售后服务部。公司的日常运作将由创业成员负责，并拟聘请知名专家为公司的营销顾问和战略顾问。

公司下设：总经理、财务部、市场部、销售部四大部门，充分发挥每个团队成员的优势，划分适合的职位，各尽其职，定期开展对团队成员的统一培训，培训包括企业管理、团队凝聚力、市场营销等项目。

**8.1部门职责**

**8.1.1总经理：**

1、完成公司议定的经营目标;

2、在各部门主管协助下，参考公司顾问意见，制订公司的战略规划；

3、领导和协调各部门运作，解决日常安排、市场开拓计划；

4、负责对外联络，承担部分公关工作。

**8.1.2人力资源部部门：**

1、公司日常事务的管理；

2、公司人力资源的配备,如：人员招聘、培训、绩效评估、薪酬、福利等。

**8.1.3销售部门：**

1、打响品牌知名度，获得合理的市场占有率、销售额、销售利润；

2、积极开拓市场，制订和执行产品销售计划，进行市场调研。

3、建立完善的销售网络和高水平的销售队伍。

**8.1.4财务部门：**

1、负责财务管理，为总经理提供财务数据和财务分析；

2、提出资金管理和使用计划，为公司再投资筹集资金；

3、提出公司赢余利润的分配方案和实施计划；

4、管理日常会计工作，现金流和成本控制等。

**8.1.5市场部门：**

1、树立品牌，打响品牌知名度，为公司做市场推广及一系列市场调研；

2、策划公司宣传方案，提出高校市场广告策略。

**8.1.6售后服务部门：**

1、满足客户电脑自身客户服务需求，解决一系列售后服务问题；

2、满足市场其他零售客户需求以及公司、企业、学校需求；

3、提供给客户一整套完善、稳定的系统，形成电脑自有的技术平台。

**第九章 结语**

众所周知，创业面临很多机遇与风险。其中的机遇主要有：计算机性能的大幅度提高；计算机的应用价值以及应用范围加大；目前电脑的价格一降再降，且价格透明，普通人群都有消费能力购买电脑；计算机趋于便携化发展，越来越注重移动便携性能；中国IT的快速发展，带动普通人群购买；电脑、数码产品在学生市场未来几年内普及率将达到90以上，这些机遇为我们提供了一个很好的发展前景。

风险主要有：核心竞争力不够强大，容易被对手模仿或赶超；同行业的崛起势必争夺市场；DIY组装机的兼容性及服务相对与品牌机弱，导致客户流向品牌机；笔记本的便携性能将导致客户流失。这些风险都是我们应该考虑防范的对象。

但同时，作为这个行业的创业者，我们也同时拥有很多优势，如：学生市场是IT数码市场的相对空白点，目前仍未有实力强大的机构商家介入，我们主攻空缺市场；在各校拥有一定规模的销售团队，销售渠道广阔；同样作为大学生的我们对学生市场相对比较了解，容易把握他们的心理和需求，走适合大学生DIY及维修服务市场之的发展轨道。同时学生之间的相对信誉指数较高，容易促使销售成功。因此，针对以上优缺点，制定了一下应对策略：

1、和学校多保持联系，争取得到学校大力支持；

2、多和知名IT企业生产商进行联系，在保证质量的基础上争取拿到较低的价格；

3、定期进行团队内部整理，定期开会反映市场情况及困难因素，定期汇报销总结，并及时针对有关问题进行讨论，商量应对措施；

4、不定期对团队工作人员进行素质培训，加强团队凝聚力，加强团队在各方面的团结一致性；

5、强化方针政策，打响我们数码的品牌形象，努力达到预期的目标，以我们独有特色的销售模式带动学生的消费；

6、严格财务体系，登记每日财务报表以及现金流量，发展多种融资方式，吸纳资金；

7、积极和IT连锁巨头保持联系，进行广泛合作，争取得到有关支持，建立平等战略合作关系。

相信只要做到以上几点，利用好自身的优势，规避、改进自己的劣势，相信此次创业尝试一定会是个良好的开端！