## 华南理工大学-汇丰金融科技创新黑客松大赛

作

品

商

业

计

划

书

队伍名称：基层搬砖党

指导老师：徐勇

队伍成员：陈港鸿、陈桂博、黄世杰、刘博安、彭家俊

**目 录**

[华南理工大学-汇丰金融科技创新黑客松大赛 1](#_Toc6733765)

[一．项目背景 4](#_Toc6733766)

[二．项目简介 4](#_Toc6733767)

[三．产品介绍 6](#_Toc6733768)

[3.1产品名称 6](#_Toc6733769)

[3.2 产品用途 6](#_Toc6733770)

[3.3产品流程 7](#_Toc6733771)

[3.4 产品创新 7](#_Toc6733772)

[四．市场分析 9](#_Toc6733773)

[4.1 市场现状分析 9](#_Toc6733774)

[4.2 目标市场人群 10](#_Toc6733775)

[4.3 SWOT分析 10](#_Toc6733776)

[五．盈利模式 12](#_Toc6733777)

[5.1 优先推荐位 12](#_Toc6733778)

[5.1.1 搜索结果优先推荐位 12](#_Toc6733779)

[5.1.2 热搜优先推荐位 12](#_Toc6733780)

[5.1.3 历史记录优先推荐位 12](#_Toc6733781)

[5.2 超链接 13](#_Toc6733782)

[5.3 广告 13](#_Toc6733783)

[六．可行性分析 14](#_Toc6733784)

[6.1 经营环境可行 14](#_Toc6733785)

[6.1.1 市场方面 14](#_Toc6733786)

[6.1.2 用户方面 14](#_Toc6733787)

[6.2 经济环境可行 15](#_Toc6733788)

[6.3 组织环境可行 15](#_Toc6733789)

[七．营销战略 16](#_Toc6733790)

[7.1 品牌和文化营销 16](#_Toc6733791)

[7.2 营销目标 17](#_Toc6733792)

[7.3营销策略 18](#_Toc6733793)

[八．财务分析 19](#_Toc6733794)

[8.1资金需求 19](#_Toc6733795)

[8.2资金来源 19](#_Toc6733796)

[8.3收入预测 20](#_Toc6733797)

[九．风险识别 20](#_Toc6733798)

[9.1 风险识别 20](#_Toc6733799)

[9.2 风险管理对策 22](#_Toc6733800)

[十． 系统未来发展计划 24](#_Toc6733801)

[10.1 系统总体发展计划 24](#_Toc6733802)

[10.1.1 第一阶段 24](#_Toc6733803)

[10.1.2 第二阶段 25](#_Toc6733804)

[10.1.3 第三阶段 25](#_Toc6733805)

[10.2 系统功能发展计划 25](#_Toc6733806)

[10.2.1 热搜榜推荐 25](#_Toc6733807)

[10.2.2 模糊搜索 26](#_Toc6733808)

[10.2.3 线上理财教程 26](#_Toc6733809)

[10.2.4 专业投资指导（精准个性化推荐） 26](#_Toc6733810)

[10.2.5 投资理财社区 26](#_Toc6733811)

# 项目背景

中国经济持续稳定增长，居民收入的迅速增长以及消费的不断升级产生了旺盛的金融服务需求。面对庞大的市场前景，各家金融机构纷纷推出自己的理财业务。而我国金融业的银行，保险，证券和信托公司蓬勃兴起，金融机构割据分立，每一业的理财产品都有很强的行业特征，理财产品具有很大的独特性，综合理财人员缺乏，无法为投资者提供全方位的投资理财建议，也不能很好地为客户进行综合的投资理财操作。

对于个人投资者而言，各种理财产品层出不穷，纷繁复杂，很可能陷入选择的困难。即使是同一类投资产品，又有各家不同的金融机构来提供，而且经过各自的包装，各家机构服务的差异，可能又以不同的面貌展示在投资者面前。另外近年来，很多骗子瞄准缺乏专业金融知识的个人投资者，打着理财的旗号，利用低风险、高回报的噱头实施诈骗，这更给个人理财带来了一层障碍。

由此可以得出，个人投资者在选择他们的投资产品时，将主要面临三大障碍：第一，理财产品数量繁多，缺乏透明化，投资者难以一一比较；第二，投资者缺乏专业知识，可能并未能很好地理解他们所购买产品的特点、风险；第三，投资者无法正确辨别合适的投资产品导致上当受骗的可能性存在。

# 项目简介

金融机构

专业化

“e-fi”服务平台

个人投资者

个性化

“e-fi”作为一站式金融服务平台，与金融机构（银行、券商、保险公司等）进行合作，由金融机构提供金融产品信息，平台进行整合、筛选与展示。平台建立起个人投资者与金融机构之间沟通的桥梁，从而简化个人投资者进行投资理财时选择的繁琐步骤。

平台信息主分两大业务板块：理财和贷款。所谓一站式金融服务平台，是指平台提供了这两大业务板块下详尽的信息展示，包括理财、贷款基础知识科普，金融产品信息，金融产品风险揭示，同类产品横向比较等。

在“e-fi”平台，个人投资者主要有两种方式可以获得金融产品信息。第一，是按照平台预先对金融产品的分类选择，如理财板块下的基金、保险和贵金属，贷款板块下的住房贷款、汽车贷款等，以获取相关信息。第二，若个人投资者已有具体目标，则可以按照产品关键字搜索，以获得特定金融产品的详细描述信息。

“e-fi”服务平台与正规、专业的金融机构合作，对展示的产品进行严格的筛选，保证投资产品的正规性，保证投资者资金的安全性。另外，平台的个性化推荐服务，将追踪用户在平台的访问足迹，分析用户的需求与兴趣，根据用户的期望回报以及风险承受能力对用户进行个性化推荐。

总之，“e-fi”以专业化、精准化、个性化为理念，致力于为个人投资者提供透明、安全、值得信赖的金融信息服务。

# 产品介绍

## 3.1产品名称

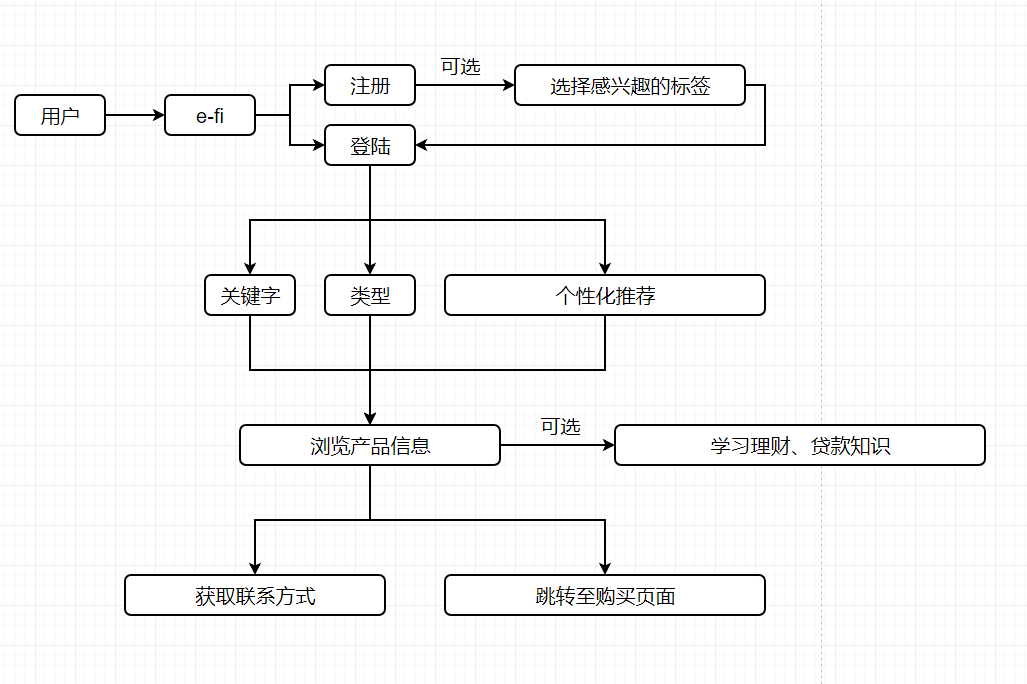
“e-fi”一词，是“easy-finance”的缩写，意为轻松、简单的金融。利用“e-fi”作为平台的名称，与平台提供的服务相对应，意味着平台简化了个人投资者在投资理财或贷款前对金融产品的比较与选择操作，让投资者轻松投资，快乐贷款。

## 3.2 产品用途

“e-fi”作为一个一站式金融服务平台，针对的主要目标用户是个人投资者，目的是给个人投资者提供一个安全、便捷的寻求理财或贷款信息的渠道。

“e-fi”平台基于web实现，提供可供用户访问的web站点。用户通过互联网访问平台，浏览金融产品信息，获得个性化推荐服务，选择他们感兴趣的产品。平台对所有金融产品仅作展示，具体的购买操作将由用户点击平台提供的链接并跳转到相应金融机构的网页完成，或者平台提供金融机构的联系方式，由用户自行联系。

## 3.3产品流程



## 3.4 产品创新

* 整合同类产品，提供横向比较功能

目前市面上虽然各种金融产品应有尽有，个人投资者有很大的选择空间。然而，选择空间虽大，个人投资者获取信息的渠道却有限，且各种产品信息分散（如分布在各大金融机构提供的站点），投资者很难进行货比三家，选择自己心仪的产品。对于有贷款需求的用户，可能也有其他公司提供更低费率的贷款产品等。

对此，“e-fi”平台整合各大金融机构金融产品，对这些产品进行专业、细致的分类，用户选择他们所感兴趣的分类之后，在这一分类之下的所有金融机构的产品都将得到展示。平台在此基础上提供进一步的筛选功能，如根据金融机构、理财预期回报、理财时间或贷款费率等进行筛选。这相当于提供了完全透明化的金融市场，所有产品一览无遗，用户轻松选择高性价比的金融产品。

* 正规专业化筛选，保证用户利益，提供安全保障

平台为用户提供信息服务的同时，必须维护平台用户的利益。对所有展示在平台上的金融产品，均经过平台严格、专业的层层筛选，平台保证其来源正规、合法，所属机构具有相应的营业资质。相比用户在网络上各金融机构主页上搜寻信息，平台提高的不仅仅是便捷性，还有安全性。

* 面向理财、贷款小白的知识科普

金融产品不同于普通商品，有因其自身业务模式而带来的不确定性、复杂性、风险性等。各种可能的风险如给投资者带来的本金损失，定期产品提前支取附带的利息损失以及手续费，某些金融产品复杂的业务规则等，这些知识都是用户在进行投资理财或贷款前所应该知晓的。否则，可能带来不必要的纠纷。

“e-fi”平台提供了详细的金融产品分类，在各个分类下，展示的不仅仅有相应分类下的金融产品，也有对该产品分类的一个知识介绍。诸如该类产品的概念、产品子分类、产品交易规则、产品风险及可能的回报率等知识都将一一展示，可由用户自由获取。

* 个性化推荐服务

除了为用户提供金融产品的横向比较外，“e-fi”平台还能做得更多。在用户注册时，除了填写必要的信息，还可以选择自己感兴趣的产品标签，或可选的预期投资额、贷款额，可接受的投资风险、回报率、贷款利率等。平台将根据这些信息，并且追踪、结合用户在平台上浏览信息的轨迹，为用户进行个性化推荐，选择适合他们这些特点的产品，推荐给用户，进一步简化用户选择操作。

一般而言，由于客户并不清楚自己的风险偏好，风险承受能力和自己所偏好的产品类型等等，客户往往不知道如何选择或者是难以选择出适合自己的金融产品，因此，个性化推荐服务可以减少客户对于这方面的问题。

在平台发展的过程中，还可以借助大数据分析和深度学习的领域知识，对客户的金融产品偏好进行更加深入分析的分析，从而更加精准地进行产品的推荐。另一方面，可以加强与合作方金融机构的合作，形成完整的个性化推荐链条。

在平台发展的后期，还可以推出新的精准个性化推荐服务，达到“一对一推荐”的效果。（详见本文档10.2.4）

# 市场分析

## 4.1 市场现状分析

在互联网蓬勃发展的今天，“互联网+”的模式已经成为了社会许多行业的新型业务模式。二十一世纪以来，伴随着社会经济的日益增长，金融业迎来了新的机遇与挑战，各国金融机构的合作和经济往来十分密集，新的金融模式和金融产品也层出不穷。“互联网+金融”也成为了一个金融业中一个新型的业务模式，网络银行、网络投资、移动支付……各种“互联网+金融”模式下的产物层出不穷。

但是，人们对于金融知识的了解程度却没有跟上社会时代的步伐。目前，除了部分愿意去了解金融知识的居民外，大部分居民的理财方式只是把自己的资金放在银行用作活期存款，并没有深刻去了解其他的理财方式。另一方面，大部分的居民在融资时倾向于求助于自己身边周围的人而不是各种金融机构，而一旦需要从金融机构中贷款的时候，这些居民又不清楚各个金融机构的具体的业务情况。于是，闲散资金没有能够得到很好的利用，而这些金融机构的业务往往也不能够很好地进行开展，大部分的人力物力被消耗在了寻找客户的过程中。

究其背后的原因，其实是人们对于金融知识的不了解以及信息不对称，人们担心金融业务所带来的风险会带来自己资金的损失，在思想上增大了投资理财的风险。而需要融资的群体则担心金融机构融资所造成的利息较高，无法承受。对于金融机构而言，由于客户没有很好的渠道去了解金融产品的具体情况，所以大量的人力物力被花费在了推荐产品和寻找合适的客户上。

所以，尽量消除这种信息不对称所带来的影响是非常有必要的，用户可以通过访问我们的平台进行信息的筛选，我们的平台可以将进行合作的金融机构的金融业务金融产品的信息推送给用户，从而让客户简单明了地对比各个金融机构间相关产品的优劣所在。

## 4.2 目标市场人群

按照人群是否有一定的金融知识，分为专业人士、具有一定的金融知识的人群、仅有理财或融资意识的人群和无意向人群。采用市场专门化的目标市场模式。目标市场人群是那些有一定的金融知识的人群和金融知识人群，但是没有较高效率渠道去了解金融市场产品的用户群。

## 4.3 SWOT分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 优势分析 | 市场需求量比较大 | 从市场需求上看，随着人们理财观念的日益加深，许多人群希望能够有一个适合的投资理财渠道。因此，能否快速找到一个比较好的渠道进行投资理财非常重要。  另一方面，对于一些进行创业或者是私营业主而言，如何找到一种适合自己的融资贷款方式，也是一种困扰这类人群的问题。 |
| 平台风险较小 | “e-fi”平台属于金融中间媒介，并不直接涉及各种金融产品，关于经济金融方面的市场风险并不会直接对平台造成影响。 |
| 劣势分析 | 竞争对手 | 目前已经有类似的平台（如：蚂蚁金服）在开展类似的工作，具有一定的同质性。虽然平台面向的是几乎全部的金融机构，但是“e-fi”平台需要与这种类似的、更加专业化的金融服务平台进行竞争。 |
| 机会分析 | 人们金融观念的日益增长 | 越来越多的人群将会考虑到理财的重要性，如何实现适合自己的合适的理财方式，“e-fi”平台的这种搜索业务可以有更好的发展机会。 |
| 数量日益增长的金融机构 | 随着金融产品的多元化发展，越来越多的创新型金融产品将会出现，也将会有更多的金融机构出现，“e-fi”平台可以抓住这种机会，与更多的金融机构进行合作，增加平台的功能。 |
| 威胁分析 | 合作方违约风险 | 我们无法预知金融企业的合作情况，在当下。我们无法对该平台真正达到的情况进行合理的预测，一旦缺少一定数量的金融机构和用户与我们进行合作，平台所能够推荐的数量较少，是不能够达到理想的目标的。 |

# 五．盈利模式

## 5.1 优先推荐位

### 5.1.1 搜索结果优先推荐位

用户在进入平台进行搜索之后，会给出搜索结果。但是由于金融机构之间存在着一定的同质化的金融产品，所以搜索结果并不只会有一个或几个。多个产品的展示必定需要一定的优先级，优先级高的产品可以优先展示。我们可以通过这样的一个优先推荐位进行盈利，对合作方金融机构收取一定的优先级显示费用，在显示的过程中分优先级进行显示。

### 5.1.2 热搜优先推荐位

用户在进入平台进行搜索之后，不仅仅会显示搜索结果，还会显示出“热搜榜”，即对于用户大量搜索的结果进行的展示。“热搜榜”是服务器对于所有客户所选择的筛选内容进行的大数据处理，并显示出在最高的筛选下的金融产品。对于这些金融产品，也是会有大量的搜索结果，因此，我们也可以对这些数据进行优先级显示。我们可以通过对合作方金融机构收取一定的优先级显示费用，在显示的过程中分优先级进行显示。

### 5.1.3 历史记录优先推荐位

在我们设计的系统平台上，有一个模块的名称叫做“猜你喜欢”。该模块是对用户最近的历史搜索记录进行算法设计，对用户最近的搜索记录进行一定的加权运算，找出用户在最近的搜索中最关注的产品类型，并在用户下一次登录时进行展示。一样的，会有大量的金融产品被搜索出来，我们可以通过对合作方金融机构收取一定的优先级显示费用，在显示的过程中分优先级进行显示。

## 5.2 超链接

用户一旦通过筛选进入到某一个特定的金融产品之后，在产品的详情描述页面中会有一个链接，该链接通往该特定的金融产品所属金融机构的特定网页中。用户可以通过点击该链接直接进入到这个该金融产品的所属的原始页面中，我们平台可以通过用户对这个链接的点击次数向金融机构合作方进行收费。筛选出无效的点击之后进行收费。

## 5.3 广告

在平台发展推广的过程中，广告位的设置也是十分重要的，平台上可以设置广告位浮窗或固定框，进行盈利。平台可以根据具体广告的窗口租用时长和窗口大小确定费用。当然，我们要求平台合作方提供的广告类型必须合法合规，种类样式应该与平台前端所相衬。

# 六．可行性分析

## 6.1 经营环境可行

### 6.1.1 市场方面

改革开放以来，随着社会主义市场经济的不断发展以及群众理财意识的提高，各类金融衍生品层出不穷，逐渐成为了生活的必需品。有研究显示，2030年，中国金融市场规模预计将达640万亿元。这些数据可以说明，我国金融市场的规模十分庞大，金融产品的种类丰富，金融市场的从业人员众多。

但是，在火热的市场背后，却有着信息不对称的巨大问题，以银行为代表的金融机构，在吸引客户时，仅仅依靠传统的线下推广方式，而无法利用互联网传播范围广，传播速度快的特点；与此同时，拥有巨大金融产品需求的客户，也受困于信息闭塞，不能方便的获取金融产品信息，并在此基础上对不同机构的金融产品进行比较。从这个方面来看，“e-fi”提供的互联网金融产品服务能够有效地建立一个金融机构和客户的沟通渠道，满足双方的需求。

### 6.1.2 用户方面

对于用户来说，购买金融服务已经成为了资产保值，抵御风险的首选，市场上不断涌现出的金融服务巨头以及他们畅销的产品都说明，群众对于金融服务的接受度越来越高。与此同时，传统金融机构也面对着互联网金融服务的冲击，急于寻找拓宽销售渠道的方法，对我们这样一个能够直接联系客户的平台也有很强烈的意愿去了解。因此，从用户方面，我们的项目也是可行的。

## 6.2 经济环境可行

由于我们的团队是大学生创业团队。公司财务方面的筹集可以从国家扶助政 策、众筹、个人筹资、风险投资与国家贷款方面入手。2017 年关于大学生创业，国家政策表明：对符合条件的大学生自主创业的，可在创业地按规定申请创业担 保贷款，贷款额度为 10 万元；毕业 2 年以内的普通高校学生从事个体经营（除 国家限制的行业外）的，自其在工商部门首次注册登记之日 3 年内，免收管理类、登记类和证件类等有关行政事业性收费；还有相关的税收优惠和贴息。

不仅如此，我们团队位于广州大学城，人才资源丰富，并且大部分人员都是刚毕业的大学生，员工工资的压力相比于其他企业都低一些。而广州市也有对大 学生创业的补助项目，前期公司财务压力不大，而随着 App 的用户粘性增强 ， App 会员增多，盈利也会大大提升。从而吸引更多的投资者。因此从经济环境上， “e-fi”具有可行性。

## 6.3 组织环境可行

由于团队位于广州市大学城，而团队主要以华南理工大学学生为主，同时可广泛吸收各大高校的人才，实现“术业有专攻”。而且华南理工大学的创业氛围十分浓厚，在华南理工大学内有各种创业的指导，不管是组织还是老师，都有大量的资源供我们使用，保证我们创业项目的可行性与科学性。因此我们的项目组织环境可行。

# 七．营销战略

要想使我们的项目能够在激烈的市场竞争中获得长远的发展，我们必须能够正确的预测金融市场中长期的发展变化，制定与我们的能力与行业发展相适应的营销战略，并组织实施和管理控制，是的规划的战略目标得以实现，这是平台能够成功发展的基础。

## 7.1 品牌和文化营销

品牌竞争逐渐成为了当今市场竞争的主轴。品牌策略的核心在于品牌的维护与传播，如何把品牌做到客户心坎里去，是品牌策略中最重要的一个环节。我们需要服务的客户不仅仅是购买金融服务的散户，更是想要推销金融产品的金融机构。如何能够使双方都能对平台满意，这需要我们通过文化营销，来打造平台的品牌。

* 品牌的核心价值

“e-fi”是提供金融产品信息和进行金融产品购买的平台

* 品牌的文化定位

因为平台面对群体的特殊性，我们既要保持对于金融知识匮乏的客户的易用性，也要提供对于专业客户（专业的消费者和专业的金融平台商家）的专业性。易用性要求我们在进行宣传时要直击要害，准确精炼的提出“安全”“可靠”“收益高”等信息，而专业性则要求我们通过对平台专业可靠的宣传提高客户对于平台的信赖。

## 7.2 营销目标

平台成功的关键在于是否能够得到更多金融机构的支持，只有金融机构入驻，才能源源不断的吸引客户的访问。为了平台的长期发展，我们将把吸引金融机构的入驻作为主要的工作方向。

另一方面，对于客户的吸引和留存的工作也是非常重要的，客户对我们平台的黏性决定了客户的留存度，客户数量的保证是我们平台长期稳定发展的必要条件。为此我们提出了如下规划：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目** | 引入期 | 成长期 | 成熟期 |
| **时间跨度** | 1年 | 2年 | 1年 |
| **注册用户** | 5万 | 10 万 | 30万以上 |
| **战略规划** | 1. 召集涉及和运营方面的人才，完善团队架构 2. 主动联系金融机构，通过免除佣金和增加曝光率等方式吸引机构入驻 3. 以“安全”“可靠”“便捷”为宣传点，向客户宣传平台，完成初期的客户积累 | 1. 通过注册有奖，邀请有奖等方式，吸引用户的注册，进一步扩大用户群体 2. 继续加强和金融机构的沟通，持续通过补贴等方式吸引其入驻 3. 通过智能推荐算法，拓宽盈利渠道 4. 完善人才队伍建设和平台运作模式 | 1. 不断完善平台建设，优化软件功能； 2. 通过广告以及首席非等形式，增加平台收益，实现盈利 3. 建立完善的管理团队，重视团队内部建设，并形成梯度的技术支撑团队 |

## 7.3营销策略

* 公司推广

依赖平台所属的公司环境进行推广，使用公司原有的营销环境。

* 地面推广

平台派出人员，在高收入人群较为集中的地区，如城市CBD，当地知名企业附近进行地面推广，宣传平台，完成客户的原始积累。同时，对于金融机构，采取“一人一机构”的策略，派驻专员跟踪机构的入驻情况。

* 网站，APP推广

在新浪财经，网易财经等新闻门户网站以及淘宝，知乎，豆瓣等APP上宣传网站，并联系“大V”，通过写软文的方式推广平台。。

* 搜索引擎竞价排名

通过百度，搜狗，360搜索等搜索引擎的竞价排名。购买诸如“投资”“理财”等关键字，吸引用户点击。

* 广告推广

通过百度旗下的广告联盟，在PC，移动，交通，电视等多平台上，进行广告的精准投放，从而扩大用户群体。

# 八．财务分析

## 8.1资金需求

第一年的资金需求约为150万，第一年通过银行短期贷款补充60万，具体支出如下：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 资金去向 | 平台研发 | 购买服务器 | 注册域名 | 平台推广 | 日常运营 | 备用 |
| 金额(万) | 30 | 5 | 1 | 40 | 50 | 25 |

## 8.2资金来源

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 资金来源 | 银行借款 | 自筹资金 | 风险投资 |
| 金额(万) | 30 | 50 | 70 |
| 比例 | 20% | 33.3% | 46.6% |

## 8.3收入预测

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 年份 | 优先推荐位收入 | 超链接收入 | 总收入 |
| 第一年 | 320000 | 200000 | 520000 |
| 第二年 | 450000 | 250000 | 700000 |
| 第三年 | 700000 | 400000 | 1100000 |

\*固定广告收入包括主页广告，侧边栏广告；点击率收入不固定，根据特定连接的点击率计费。

# 九．风险识别

## 9.1 风险识别

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 风险分类 | 风险项目 | 风险描述 |
| 环境风险 | 国家政策风险 | 现阶段，社会上出现的金融服务平台层出不穷，一些不法的平台借着互联网经济发展的东风在法律黑色或者是灰色的边缘大肆敛财。国家未来可能对这种市场乱象进行监控和管理，这会对平台的运营造成一定的影响。因此需要提前考虑这些政策变动可能带来的不利影响，并及时做出相应的应急对策。 |
| 经济政策风险 | 经济政策的变动，如利率上升、通货膨胀或税率变动，都会对产品的运营和发展产生一定的影响，需要从各方面严谨分析考虑。例如利率上升，将会使贷款的成本增加，可能会增加项目的融资困难；通货膨胀直接影响的是用户的需求 方向和购买力；税率变动影响的是项目的盈利能力，所以需要团队根据不同的经济风险进行适当的调整。 |
| 市场风险 | 合作方合作风险 | 一方面，由于合作方在开始合作的时候会对我们的经营模式产生质疑，且未来收益并不明朗，在和我们进行合作的时候会有风险。另一方面，在合作之后，通过一段时间的试验并评估了收益情况之后，合作方完全有可能随时取消合作。 |
| 市场需求风险 | 市场的容量和需求量有着密切的关系，市场需求量的变化决定了市场容量的大小，也就间接决定了我们平台面对的市场人群大小。如果对市场容量预测的结果不正确，就会导致无法准确预估需求变动情况。 |
| 行业竞争风险 | 行业竞争可以分为两类，一类是现有竞争者，一类是潜在竞争者。对于现有竞争者，因为它们也在不断地优化完善自身功能；同时潜在竞争者也会对未来的市场格局产生影响。如果对竞争评估不正确或低估竞争者，容易使平台在行业竞争中失去竞争力而引发风险。 |
| 价格风险 | 平台的开发投入和之后的维护过程会因为物价水平的波动而发生波动情况。 |
| 技术风险 | 研发风险 | 在平台的开发过程中，存在着很多不确定的因素，有可能在技术上无法达到理想的水平，任何的技术水平都有可能使得平台的研发出现问题。 |
| 维护风险 | 运营中因断电或多用户高并发访问导致的服务器宕机、数据丢失等情况，是维护过程中出现的风险。 |
| 财务风险 | 融资/筹资风险 | 筹资本身就具备很大的风险，团队资金利润率和接入资金利息率差额上的不确定因素以及借入资金与自有资金的比例的大小都会带来财务风险。而且借入资金的比例越大，风险也越大。 |
| 资金使用风险 | 主要体现于没有合理分配资金的使用，无法使投入资金产生效益最大化，而且在产品的初期阶段的短暂性亏损也会带来一定的财务风险。 |
| 效益风险 | 主要表现为不能合理分配效益，分配方式不符合公平公正公开的原则，导致投资者不满意而有撤资的风险或是引起团队内部的矛盾而降低开发的积极性。 |

## 9.2 风险管理对策

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 风险分类 | 风险项目 | 风险管理对策 |
| 环境风险 | 国家政策风险 | 1. 需要合法地进行平台的开发，平台只是提供别的金融机构产品的筛选和展示，不能进行运营金融产品的兜售行为。 2. 时刻关注国家对于互联网平台的政策，提前预判并作出应对。 |
| 经济政策风险 | 1. 密切关注市场经济走势，及时对经济环境的变化作出积极的应对。 2. 公司拨给部分风险防范资金用于应对可能出现的风险。 |
| 市场风险 | 合作方合作风险 | 1. 加强与合作方的经营交流和合作，做好投资收益分配工作，增加互信度。 2. 部分公开平台操作，增加平台透明度。 |
| 市场需求风险 | 1. 通过调研严控市场需求变化情况，及时了解客户人群和潜在客户人群的需求情况和对于平台的建议。 2. 加强市场监控，降低风险发生的可能性。 |
| 行业竞争风险 | 1. 不断优化并提升自身技术，在竞争中保持优势地位； 2. 重视用户体验和用户反馈，减少用户的不必要流失； 3. 科学地进行用户需求和行为分析，提高用户的满意度和忠诚度从而增强客户粘性； 4. 紧抓市场的需求方向，不断研究开发新的亮点和特色，提高自身的竞争力，增强抗风险能力，降低风险指数。 |
| 价格风险 | 1. 时刻关注物价变动的情况，及时做出调整。 2. 与别的平台进行相互的交流学习，关注产品的价格水平和维护成本。 |
| 技术风险 | 研发风险 | 1. 组建高质量的开发团队，将开发风险降到最低。 2. 对开发的每个环节进行预判并生成不同的应急方案，尽可能保证关键环节功能能够完整保留并实现。 3. 对于无法实现的技术也适时做出相应的更改，降低需求，从而降低开发难度，实现平台效率运营的最优化。 |
| 维护风险 | 1. 设置备用服务器，在日常的服务器过载或者宕机的时候提供服务。 2. 设置备用数据库，及时对数据进行备份。 3. 严格把控开发和维护过程中的监控，最大限度维护用户信息安全。 |
| 财务风险 | 融资/筹资风险 | 1. 建立良好的社会关系网络，通过必要的公关手段，为团队运营拉到更多的融资机会。 2. 依托公司，依靠公司的综合实力进行宣传。 3. 实行严格的资金借贷和运用审批制度，根据资金市场的变化，及时调整融资手段。 |
| 资金使用风险 | 1. 组建良好的财务管理团队，降低资金的使用风险。 2. 合理分配资金，将每一笔资金都用到正确的地方，减少不必要的资金损失。 |
| 效益风险 | 1. 建立健全的财务管理体系，对每一笔效益都遵循公平公正公开的分配原则。 2. 加强对财务的审计管理，避免出现团队内部人员采用不正当的行为增加自己收益的情况。 |

# 十． 系统未来发展计划

## 10.1 系统总体发展计划

### 10.1.1 第一阶段

第一阶段为平台系统开发阶段，依赖于平台所属公司背景，借助于公司的融资渠道和宣传渠道进行宣传，完善平台基本功能，通过宣传增加平台面向的客户群体数量，形成基本的客户群。另一方面，尽可能拉拢较多的合作方金融机构，增加平台筛选结果的多样性，这个阶段面向的合作方金融机构主要为为公司的合作方和中小型金融机构。

### 10.1.2 第二阶段

第二阶段为平台系统发展阶段，在原有的发展基础上发展新的业务，增加盈利模式使得增加资金链来源。另一方面，尽可能增加客户黏度从而提高客户留存度。与金融机构的合作方面逐渐调整方向，开始对大型金融机构进行靠拢，形成合作链，尽可能增加融资渠道和盈利渠道。

另一方面，在平台具有一定的规模之后，可以考虑手机App端的开发设计。在目前互联网金融的大背景下实现网页端和手机App端的双向设计，开始着力研发适合Android操作系统和iOS操作系统的产品，进一步挖掘市场需求，实现客户端更加便捷化的发展。

### 10.1.3 第三阶段

第三阶段为平台系统综合发展阶段，多方面提高平台的综合实力。这阶段首要考虑的应该是平台的稳定性和性能，在保障平台系统的稳定和性能的前提下进一步拓展内部业务水平和模式。对外方面，加强与合作方金融机构的合作，形成稳定的合作网，致力于打造一个功能强大的一站式金融信息服务平台。

## 10.2 系统功能发展计划

### 10.2.1 热搜榜推荐

“e-fi”平台可以通过分析全体客户的历史搜索记录，通过大数据算法计算出全体客户搜索次数最多的金融产品，并进行展示，称为“热搜榜”。这种“热搜榜”可以在平台规模达到一定程度，业务水平达到一定阶段之后实现，用以对平台合作方的金融机构收取一定的“热搜榜”费用。

### 10.2.2 模糊搜索

目前由于我们项目组的能力和时间所限，只能够实现对于关键字的点击进行精准化的搜索，这种搜索算法当然是不够的。未来可以在平台上实现依赖于关键字的搜索，用户可以输入关键字进行搜索，系统通过调用成熟的第三方库进行关键字的模糊搜索，从而实现更加方便更加贴合客户的搜索方式。

### 10.2.3 线上理财教程

这是平台在中期发展的计划。由于每一个登录到平台注册并进行搜索的用户并不一定具有一定的金融知识，依托于平台背后的公司背景，平台可以开展线上理财课程，开展线上理财课程教学，使得缺乏一定金融知识的客户在登录我们平台之后可以进行金融知识的学习，从而更好地进行产品的筛选。这也是平台中期盈利模式中的一部分。

### 10.2.4 专业投资指导（精准个性化推荐）

目前平台的个性化推荐仅仅局限于来源于客户的历史数据，但客户的搜索往往具有一定的随机性和不确定性，因此这种“模糊的”个性化推荐并不能很好地反映出客户的偏好选择。平台在发展到一定规模之后，可以依托平台背后的公司背景，在平台设置专业投资指导团队，对有意向的客户进行一对一的精准个性化投资推荐。这也是平台中期盈利模式中的一部分。

### 10.2.5 投资理财社区

客户的黏度是衡量一个平台活跃用户数量的标准之一。能否很好地留下老客户，使得平台的活跃用户尽可能地留存下来，是我们平台所需要考虑的方面之一。因此，我们可以在平台设置一个投资理财社区，一方面让所有在我们平台注册的用户可以在其中进行交流学习，另一方面可以在这个社区中发布一些金融广告或者是普及一些金融产品知识，增加客户的留存度。