# 保了么

保研焦虑时, 先问保了么

# 智能保研服务平台 商业计划书



# 目录

摘	要		1
1.	执行总	总结	2
	1.1.	项目背景	2
	1.2.	产品技术	2
	1.3.	公司概述	4
	1.4.	市场与竞争分析	4
	1.5.	商业模式	6
	1.6.	营销策略	7
	1.7.	组织结构设计与人力资源管理	8
	1.8.	投资与财务分析	9
2.	项目が	个绍	11
	2.1.	项目背景	11
	2.2.	产品介绍	14
		技术创新与研发优势	
	2.4.	产品优势	19
	2.5.	项目前景	21
3.	市场分	分析	23
	3.1.	保研服务市场概况	23
	3.2.	市场需求分析	25
	3.3.	STP 分析	26
		竞争分析	
4.		战略	
	4.1.	战略定位	31
		阶段目标	
		总体发展规划	
		企业核心竞争力与优势	
		实施与控制	
5.		集式	
		商业模式设计原则	
		商业模式基本框架	
		经营模式	
		盈利模式	
		公益模式与社会价值	
		合作伙伴与资源整合	
6.		策略与推广方案	
		营销目标与战略规划	
		营销组合策略	
		营销控制与保障机制	
		推广方案与市场活动	
		市场开发策略	
7.		与运营管理	
		公司选址与办公环境布局	
	7.2.	技术研发与平台优化	53

	7.3.	产品服务与质量管理	54
	7.4.	服务与售后管理	56
	7.5.	知识产权保护与技术研发	57
8.	组织设	<del>장하</del>	58
	8.1.	组织架构	58
	8.2.	创业团队	60
	8.3.	组织结构设计	61
	8.4.	员工薪酬	62
	8.5.	人力资源开发	64
	8.6.	绩效体系	64
9.	财务分	}析	66
	9.1.	会计假设与方法	66
	9.2.	财务预测	67
	9.3.	财务报表	68
	9.4.	财务指标分析	72
10	投资	分析	76
	10.1	. 融资及投资方案	76
	10.2	投资及风险分析	79
	10.3	. 投资者权利及投资回报	82
11.	. 风险:	分析与对策	66
	11.1	. 主要风险及应对措施	84
	11.2	次要风险及应对措施	85
	11.3	. 风险矩阵	86
	11.4	. 风险投资退出	87

摘要

保了么是一款基于人工智能、大数据分析及智能化技术,为大学生提供从信息收集、文书管理到面试准备等全流程保研服务的智能平台。该平台旨在解决当前大学生在保研过程中面临的诸多痛点,如信息碎片化、文书管理繁琐、时间安排混乱及缺乏经验指导等问题。通过智能化、自动化工具的整合,保了么为学生提供高效、便捷的保研辅助工具,帮助学生精准了解保研政策、合理规划时间表,并轻松完成各类文书及面试准备工作,从而大幅提高保研成功率,降低资源浪费。

保了么的核心技术基于大数据分析和 LLM 模型微调技术,通过云端平台为 用户提供个性化建议和服务。平台的功能模块包括保研信息自动收集与分析、文 书管理与智能排版、日程规划与提醒、个性化指导等。此外,平台通过数据挖掘 分析学生的需求,提供定制化服务,从而实现了信息精确推送和高效的服务转化。

目前,保了么已经与多所高校的学生会、科研机构及行业相关教育平台建立 了初步合作关系,并得到了多位教育领域专家的支持与推荐。项目团队成员来自 教育、技术与市场领域,拥有丰富的教育行业经验及技术研发能力,确保了平台 的技术可行性与市场前景。公司还在积极进行市场推广及用户积累,并成功申请 了数项与平台功能及服务相关的专利技术。通过与高校及行业的深度合作,平台 的影响力和用户基数持续扩大,逐步成为大学生保研过程中不可或缺的重要工具。

依托国家"十四五"规划及教育信息化发展趋势,保了么团队以自主研发为核心竞争力,致力于不断优化平台功能,并扩大其在教育行业中的市场占有率。未来,公司将加强与高校的合作,深化技术创新,持续拓展市场,并致力于将保了么建设成为中国乃至全球领先的保研服务平台。通过持续的产品优化、技术创新及市场拓展,保了么的目标是成为大学生保研服务领域的行业标杆,并为更多的学子提供更加智能化、高效化的保研帮助。

# 1. 执行总结

# 1.1. 项目背景

随着中国高等教育的普及与发展,越来越多的大学生面临着激烈的学术竞争。在这股竞争浪潮中,保研(即免试推荐研究生)成为了很多优秀学生实现学术深造的捷径。然而,保研过程中的信息不对称、文书准备、时间管理等问题,严重影响了许多学生的保研成功率。尤其是对一些非科班出身的学生而言,如何规划自己的保研路径、如何高效撰写推荐材料和准备面试,成了一个巨大的挑战。在这样的背景下,保了么应运而生,旨在通过智能化、自动化的技术手段,为大学生提供一站式的保研服务,帮助他们高效完成保研申请过程中的每个环节,提升保研成功率。

保了么是一个专注于为大学生提供全流程保研服务的智能平台,依托大数据、 人工智能和机器学习等技术,平台能为每一位用户提供精准的保研信息、个性化 的文书建议、时间管理工具及面试指导。平台不仅帮助学生应对保研过程中常见 的痛点,还提供了灵活、便捷、高效的解决方案,减少了人工操作的繁琐和不必 要的时间浪费,让学生能够专注于学术和个人提升。

随着我国对教育领域信息化的支持日益加大,教育部等相关部门对"智慧校园"和"教育信息化"提出了更高的要求,根据《"十四五"国家信息化规划》,教育信息化被视为提升教育质量和公平的重要手段。该规划明确提出,要"提升教育信息化基础设施建设水平,构建高质量教育支撑体系",并强调"开展终身数字教育",以满足终身学习的需求。 此外,教育部发布的《教育信息化 2.0 行动计划》也强调了教育信息化的重要性,提出要"加快教育现代化和教育强国建设",并将教育信息化作为教育系统性变革的内生变量,支撑引领教育现代化发展。这些政策文件体现了国家对教育信息化的高度重视,为"保了么"项目提供了有力的政策支持和市场机遇。保了么项目正是紧跟这一时代发展趋势,致力于为更多大学生提供精准、智能的服务,尤其是在个性化和智能化教育服务方面,保了么无疑具备了巨大的市场潜力。

#### 1.2. 产品技术

保了么平台的核心技术包括人工智能、大数据分析和自然语言处理技术。通

过数据收集和分析,平台能实时为学生推送最新的保研信息、政策变化及目标院校的申请条件。同时,平台内置的智能文书生成工具,依托自然语言处理技术,帮助学生自动生成高质量的保研材料,提升文书质量和申请效率。具体而言,平台采用 BERT + Qwen2.5 混合模型 实现文书智能生成。BERT(Bidirectional Encoder Representations from Transformers)作为一种基于 Transformer 的预训练语言模型,能够理解文书中的上下文关系,从而生成语法正确、逻辑严谨的内容。通过结合 Qwen2.5(专为中文优化的语言模型),平台能够为每位用户提供个性化、符合目标院校要求的文书建议和内容,确保文书质量和提升成功率。

此外,平台还提供定制化的时间管理工具,帮助学生合理规划保研时间,确保每一环节都能按时完成。平台基于 SpringBoot 技术框架构建了保研政策实时分析系统,通过数据爬取和 API 接口,自动收集全国各大高校的保研政策、院校要求等,定期更新并推送最新信息给学生,确保他们能够及时掌握最准确的保研信息。

在面试准备方面,保了么集成了 AI 面试模拟系统。该系统能够模拟保研面试中的常见问题,并结合学生的背景与目标院校,进行定制化的模拟面试与反馈。面试模拟系统通过 深度神经网络(DNN)算法 进行数据学习,能够根据学生的表现生成个性化反馈,帮助学生在面试前更好地准备,从而提升面试通过率。系统根据学生的表现,结合面试官的提问和面试目标,进行个性化分析并提供定制化的反馈,增强学生的面试表现。

平台的文书和面试指导系统,结合智能化工具和大数据分析,能够根据不同学校和专业的需求为学生提供精细化服务。所有数据都被保存在云端,确保信息的安全性和可随时访问,便于学生随时更新个人材料。通过加密技术确保数据隐私保护,云端存储还能够支持多设备同步,确保学生能够方便地随时随地访问和更新信息。

通过这些技术的应用,保了么平台不仅提升了保研申请的效率和成功率,还 通过智能化、个性化的服务解决了传统保研辅导过程中存在的许多问题,极大地 减轻了学生在申请过程中的压力。



图 1-1 产品核心技术图

# 1.3. 公司概述

保了么团队由一群充满激情的教育行业专家和技术研发人员组成。团队核心成员具备在教育技术、人工智能、大数据分析等领域的深厚背景,尤其在教育信息化和智慧校园领域积累了丰富的实践经验。团队的目标是通过技术创新,提升学生的保研成功率,简化保研流程,为更多学子提供智能、高效、个性化的服务。

公司将分为三个发展阶段:初创期主要聚焦于产品的技术验证、平台优化及品牌的初步推广,确保产品能够满足市场的基本需求;成长期则注重市场的拓展与客户基础的建立,通过大数据和人工智能技术不断优化平台功能,提升市场渗透率;成熟期则致力于将保了么打造为全国乃至全球范围内领先的保研服务平台,进一步扩大市场份额,提升品牌影响力,成为学生保研领域的行业标杆。

# 1.4. 市场与竞争分析

随着教育信息化的不断推进,尤其是大学生保研的逐步普及,市场对智能化服务的需求逐渐增大。据不完全统计,2024年,全国范围内约有30%的优秀本科生选择通过保研继续深造。与此同时,保研过程中的复杂性和信息的不对称,促使了智能化服务的需求进一步提升。保了么正是基于这种市场需求,结合大数据和人工智能技术,为大学生提供了一个创新的保研全流程服务平台,填补了市

场上的这一空白。

目前,市面上的保研服务平台主要分为线上和线下两种。线下传统机构以高顿旗下「去保研」、成立 13 年的「后保研」等为代表,凭借清北导师团队背书和实体资源提供高客单价的一对一辅导,但受限于地域覆盖能力,二三线城市学生难以触达优质服务;线上智能化平台则呈现技术突围趋势,例如「保研岛」通过 AI 算法分析绩点、科研权重生成院校匹配方案,这类平台以轻量化运营模式打破地域限制。

但是他们的服务仍存在诸多问题。线下服务的高昂成本与资源壁垒进一步加剧了教育不公,例如机构收取的辅导费用普遍超过数千元,这使得普通家庭学生望而却步;线上平台的工具属性缺失则导致服务链条断裂,学生仍需耗费大量时间手动处理文书排版、材料归档、数据比对等事务性工作。同时,跨院校投递时的材料格式适配缺乏智能工具支持,易因细节疏漏影响申请成功率。更关键的是,现有平台尚未建立全流程数据联动机制,例如学生参与的竞赛奖项、科研论文等历史数据无法与目标院校的个性化要求自动匹配,导致申请材料反复修改、信息重复填写,既拉长决策周期,又增加人为失误风险。

保了么的竞争优势体现在三个方面:

- 1.高度定制化的精准智能服务:平台依托人工智能、大数据和自然语言处理等技术,提供的服务具备高度个性化和精准性,能够最大限度地满足每个学生的具体需求。相比传统的线下辅导,智能化的服务能针对学生的具体背景、院校要求等,提供个性化的保研规划和文书建议。
- 2.持续优化的数据支持服务:保了么能够通过数据积累,不断优化服务内容和质量,提升平台的市场竞争力。每次学生使用平台时,平台能够根据其历史数据进行优化,并提供更加精准的建议。通过不断的技术创新,平台始终保持市场领先地位。
- 3.高度集成化的一站式服务:平台打通保研生命周期中出现的各类卡点,从信息搜集知识学习,再到文书准备资料管理,用户可以仅在保了么一个平台中解决保研所遇到的全部问题,大大节约了投递多个学校所花费的时间。

4.多渠道结合的综合推广方式:保了么通过线上线下结合的推广方式,快速拓展市场,与高校、教育机构等建立了紧密的合作关系,形成了强大的市场壁垒。通过与高校和教育机构的合作,平台能够接触到大量的潜在用户,并通过口碑传播进一步扩大市场份额。

综上所述,保了么智能平台凭借其技术优势和全流程的智能化服务,将有效 区分于市场上的其他竞争者。平台不仅能够提供全面的保研信息收集、文书管理 和面试辅导等功能,还能通过人工智能和大数据分析不断提升服务的精准性和个 性化,真正满足学生在保研过程中的各种需求,打造出市场上领先的智能化保研 服务平台。

# 1.5. 商业模式

保了么的商业模式是通过向有保研需求的大学生提供定制化的服务来创造收益,核心盈利来源包括会员服务、增值服务以及定制化文书和面试辅导服务。平台根据学生的需求和选择的服务内容,提供不同的收费标准,如基础服务、进阶服务和 VIP 服务等,覆盖不同层次的需求。

具体收费模式如下:

套餐类别		服务内容
基础会员	19 元/月	包含保研政策查询和文 书模板等基础服务
VIP 会员	29 元/月	包含 AI 文书润色服务和 每月 5 次模拟面试
定制服务	199 元/次	提供专家 1 对 1 辅导服务,帮助学生进行个性化的文书撰写和面试指导

此外,保了么还将在数据分析、教育资源共享等领域开展合作,扩大平台的商业收入来源。平台通过与高校、教育机构的合作,向学校提供智能化保研服务,

并为其提供大数据分析报告,实现平台的增值服务。

通过线上线下同步推广,保了么不仅扩大了市场覆盖范围,还通过智能化产品降低了传统辅导方式的高昂成本,使其能够以更低的价格提供更高效、更精准的服务。未来,保了么将不断优化产品功能,增强平台的用户粘性和市场竞争力,提升整体盈利能力。

# 1.6. 营销策略

为了确保**保了么**平台能够顺利进入市场并迅速占领市场份额,平台制定了逐步拓展的营销策略。这一策略将分为初创期、成长期、成熟期三个阶段进行实施,并确保在每个阶段都有清晰的执行路径和具体的操作步骤。

在初创期,保了么将重点通过合作推广和线上营销等方式建立品牌影响力,吸引目标客户。为了打响品牌知名度并迅速积累用户,首年营销预算定为 20 万元,其中 60%用于高校 KOL 合作,通过签约 100 所高校的学生大使,让他们在校园内积极推广,帮助平台接触到大量的潜在用户。这些学生大使将在校内外通过组织讲座、发放宣传单、线上分享等方式进行推广,迅速提升平台的认知度。同时,30%的预算将用于抖音和小红书等社交平台的精准投放,借助这些平台的KOL 合作,通过精准的内容推送和精准营销,吸引大量目标用户。剩余 10%的预算将用于搜索引擎营销(SEM),通过关键词竞价提高平台在百度、360 等搜索引擎中的曝光率,直接触及有明确需求的学生群体。这一阶段,保了么的目标是通过与高校、学生组织的合作和线上推广,建立起平台的品牌影响力,并通过口碑传播迅速扩大市场份额。

进入成长期后,保了么将集中精力开展市场渗透,进一步拓展销售渠道,并加深与教育机构和培训机构的战略合作。此时,平台将通过增强线上渠道的布局,特别是在 B 站和知乎等平台上进行内容营销,通过发布保研成功案例、专家讲座、学术推荐等内容,吸引更多潜在用户。同时,平台还将加强与知名教育机构和培训机构的合作,提供定制化的保研辅导服务,共同拓展市场份额。借助教育机构的影响力,保了么将在这一阶段建立起稳定的客户群体,并通过不断优化产品功能和精准把握市场需求,逐步在行业中巩固自己的位置。此外,平台还将加大广告投放力度,通过精准定向广告的方式进一步提高市场渗透率,确保每个阶

段的用户需求都能得到及时响应和满足。

进入成熟期后,保了么将采用市场领先战略,进一步扩大用户基础,并通过 持续的技术创新和优质服务进一步巩固市场地位。在这个阶段,平台将继续提升 自身的技术优势,确保在人工智能、大数据分析等领域保持领先地位,并通过持 续的产品优化,不断提升用户体验。通过技术创新,平台不仅能保持在行业中的 竞争优势,还能够为客户提供更加个性化、精准的服务,进一步提升用户粘性和 平台的市场份额。与此同时,保了么将加大品牌建设力度,通过参与行业展会、 组织专家研讨会等形式,增强品牌的行业权威性,并进一步拓展国际市场,特别 是针对海外留学的中国学生群体,提供定制化的保研服务。通过全渠道的营销和 社会影响力的扩展,保了么将在行业内形成强大的品牌效应,确保在市场中保持 领先地位。

# 合作推广、线上营销 建立一定品牌影响力 高校KOL合作 社交平台精准投放 搜索引擎营销 成长 期 成果 期 成果 期 成果 用户 优化服务、技术创新 保证技术优势 确保客户粘性 扩展海外用户 内容营销、机构合作 建立稳定客户群体

图 1-2 营销过程

把握市场需求

#### 1.7. 组织结构设计与人力资源管理

营销策略

保了么公司采用董事会领导下的总经理负责制,总经理负责公司日常运营及 战略规划的实施。公司设立了多个核心部门,包括研发部、市场部、产品部、运 营部和数据安全部,各部门紧密协作,确保产品研发、市场推广和数据安全管理 等各项工作顺利进行。

研发部下设多个小组,包括技术组和算法组。技术组负责平台的技术研发、

系统架构设计和技术支持,确保平台稳定、安全、高效地运行。算法组专注于人工智能、数据分析等核心技术的研发,不断优化平台的智能化服务,提升用户体验。

市场部包括线上推广组和高校地推组。线上推广组负责在各大社交媒体平台进行精准营销和广告投放,如在抖音、小红书、知乎等平台进行推广,吸引潜在用户并提高平台的曝光率。高校地推组则负责与各大高校的合作,通过学生大使、社团活动等形式在校园内开展推广活动,扩大品牌影响力,并通过口碑传播吸引更多学生用户。

产品部负责平台的产品设计与功能规划,确保产品能够满足市场需求并为用户提供优质的使用体验。产品部与研发部紧密协作,确保产品的开发与市场需求之间的无缝对接,并根据用户反馈持续改进产品功能。

运营部负责平台的日常运营管理、用户支持和数据分析工作。运营部通过精细化管理确保平台的顺利运行,并与市场部协同开展用户增长、留存和转化等工作。此外,运营部还负责制定并执行用户服务政策,提升用户满意度,增强平台的活跃度。

数据安全部负责保护平台用户的个人信息和数据隐私,确保符合国家和行业的相关法规要求。该部门将实施严格的数据安全措施,定期进行安全检测和风险评估,确保平台在数据存储、传输和处理过程中的安全性和合规性。

为了吸引并留住优秀人才,保了么将实施灵活的薪酬体系和奖励机制,激励员工创造更大的价值,并为员工提供广阔的职业发展空间。公司将设立具有竞争力的薪资标准,并通过年度业绩考核、奖金和股权激励等方式,激励员工与公司共同成长。

公司还将注重团队建设和企业文化的塑造,确保全体员工拥有强烈的凝聚力和执行力,共同推动公司发展。通过定期的培训、团队活动和文化建设,保了么将打造出一个充满活力、合作高效的团队氛围,为公司的长远发展奠定坚实的基础。

# 1.8. 投资与财务分析

公司初期投入资金主要通过创始团队自筹和风险投资的支持。预计随着产品逐步获得市场认可,平台的盈利能力将在短期内得到显著提升。财务预测表明,未来五年内,公司收入将逐年增长,预计到第五年,营业收入将达到 447 万元,净利润将达到 128.21 万元,投资回报周期约为 3 年,整体财务状况健康且具备良好的市场竞争力。

# 2. 项目介绍

# 2.1. 项目背景

随着中国教育体系的不断发展,越来越多的优秀大学生选择通过保研(即免试推荐研究生)继续深造,这一现象呈现出持续增长的趋势。保研不仅是一个学术成就的象征,也是很多学生进入更高学府的途径。然而,尽管保研带来了机会,但同时也带来了极大的挑战。许多学生在申请过程中面临着信息不对称、申请材料准备不充分、时间安排不合理等问题,导致保研到心仪高校的成功率不高。尤其是对于一些对保研流程不熟悉、缺乏经验的学生来说,如何合理规划时间、准备推荐材料、进行面试模拟等,都成了难以逾越的障碍。因此,旨在帮助大学生顺利实现保研梦想的保了么智能平台应运而生。通过平台智能化的管理和高效的工具,学生可以获得从保研信息收集、文书撰写到面试辅导的全流程服务,减少繁琐的操作,提升保研的成功率。

保了么平台结合了大数据分析、人工智能技术和深度学习算法,通过精准的个性化推荐,帮助每一位学生制定量身定制的保研计划,自动生成符合各校要求的推荐材料,提醒学生在合适的时间完成相应的任务,并通过模拟面试系统帮助学生提高面试表现。保了么的推出,能够通过智能化和自动化的手段,让学生从繁重的准备工作中解脱出来,将更多的精力集中在学术研究和个人发展上,最终实现顺利保研。

随着国家对于教育信息化建设的进一步推进,教育领域的智能化、数字化趋势日益显著。特别是在"十四五"规划和"双碳"战略的背景下,国家对高效、绿色、智能的教育服务需求将不断增加。教育行业在这波改革浪潮中,尤其是针对个性化教育服务的需求将急剧上升,保了么正是通过创新的技术手段,顺应这一趋势,致力于通过大数据与人工智能技术为学生提供便捷的全方位保研服务,解决学生面临的各种痛点问题,为教育信息化发展贡献力量。

#### 2.1.1. 政策支持

在国家大力推动教育现代化、教育信息化以及绿色智能发展的背景下,教育 科技领域迎来了前所未有的机遇。中国政府高度重视教育信息化建设,特别是在 "十四五"规划中,强调教育领域数字化转型,推动人工智能、大数据等技术在教 育中的深度应用,提升教育服务质量与效率。保了么项目正是在这一政策背景下 应运而生,致力于通过科技赋能教育,提升学生的保研效率和成功率。

根据《教育信息化 2.0 行动计划》第三章第七条,明确要求"推动人工智能技术在教育评价中的应用"。保了么智慧平台的智能保研评估系统正是基于人工智能技术,通过大数据分析和机器学习,为学生提供个性化的保研评估与指导服务,显著提高了保研申请的效率和成功率,响应了教育信息化号召,为国家教育信息化做出了突出贡献。

此外,国家"互联网+教育"的政策也为保了么智慧平台的发展提供了强有力的政策支持。《"互联网+教育"行动计划》强调要推动互联网技术与教育资源深度融合,促进教育公平。保了么平台的智能化工具和在线服务,正是通过互联网平台和大数据技术,帮助大学生解决保研过程中面临的信息不对称和操作繁琐问题,提升了服务的广泛性与便捷性,符合国家对教育科技的战略要求。

同时,国家对教育领域创新技术的资金扶持也为保了么提供了有力保障。国家在多个文件中提出对教育信息化、人工智能在教育中的应用提供专项资金支持,鼓励教育科技领域的创新。保了么将通过利用这些政策支持,进一步优化平台技术,扩大市场影响力,并在行业内形成技术领先的优势。

这些政策支持不仅为保了么提供了广阔的市场空间,还为项目的长期发展奠定了坚实的政策基础。通过响应国家政策的引导,保了么能够在教育信息化和智能化的浪潮中迅速发展,并为教育行业的创新做出贡献。

#### 2.1.2. 行业痛点

在保研过程中,许多学生面临着信息不全的问题。根据调查,约 60%的学生表示,他们在寻找各院校的夏令营信息时,需要不断地从多个院校官网和社交媒体渠道查找,然而这些信息往往是零散的,时效性差,难以确保准确性。据统计约 30% 的学生在申请截止日期前未能获取到完整的申请条件或错过了具体的时间节点,导致无法顺利完成申请。为了应对这一问题,"保了么"通过将各大院校的信息集中整合到一个平台上,提供准确、实时更新的保研信息,确保学生能够及时掌握最新的申请动态,避免信息碎片化和时效性不足的困扰。

除了信息问题,现有的保研平台还普遍存在缺乏工具支持的情况。学生在申

请过程中通常需要使用多个工具来处理文书排版、PDF 合并、文件压缩等操作,这不仅耗费了大量的时间,而且操作繁琐,效率低下。为了简化这一过程,"保了么"将这些工具整合进一个平台,通过智能化的方式自动化文书排版,自动提醒重要时间节点,帮助学生节省时间,简化申请流程,让整个过程更加高效。

另外,保研经验的获取也是许多学生面临的一个问题。根据调查,约 65% 的学生在面试时未能充分展示自己的优势,因为他们缺乏足够的面试模拟练习和专业的面试指导。现有的资源大多是碎片化的,文书模板的质量也难以保证。为了帮助学生解决这一难题,"保了么"提供个性化的文书生成、面试模拟以及具体的申请建议。通过结合学生的个人背景和目标院校的要求,平台能够为学生提供定制化的保研资源,确保他们能够高效地完成申请任务,提高保研成功率。

当前的保研平台通常依赖人工咨询,这导致了高昂的辅导费用,且由于辅导资源有限,许多学生无法及时获得帮助。70%的学生反映,在撰写保研文书时,最困难的是如何针对不同学校和专业的要求进行定制化修改。传统的人工辅导方式不仅耗时长,而且收费昂贵,通常需要数千元才能完成一次辅导,而这一费用无法满足广大学生的需求。针对这一问题,"保了么"通过人工智能和自动化技术大大降低了对人工辅导的依赖,减少了学生的经济负担。平台通过智能化的工具为学生提供个性化的建议和服务,确保每位学生都能够在较低成本的情况下获得高质量的保研辅导。这样,不仅提高了效率,也降低了学生在申请过程中面临的压力和成本。

通过这一系列智能化、自动化的服务,"保了么"有效解决了学生在保研过程中遇到的信息不对称、文书难写、面试准备不足等问题,帮助学生提高保研的成功率,同时降低了申请过程中的压力和时间成本。



图 2-1 困难示意图

这些痛点和问题使得许多优秀的学生由于没有有效的帮助和支持,错过了保研的机会。保了么的出现,正是为了通过智能化手段,解决保研过程中的信息不对称、文书撰写难、面试准备不足等问题,提供一站式解决方案,提高学生保研的成功率,降低学生在保研过程中面临的压力。

# 2.2. 产品介绍

保了么平台的核心功能涵盖了保研信息收集、文书管理、时间规划、面试辅导等多个方面,为学生提供全方位的支持。平台利用大数据分析技术,智能筛选并推送与学生需求相关的保研信息,确保学生在第一时间掌握最新的保研政策和动态。通过智能文书生成系统,平台能够根据学生的个人资料和目标院校的要求,自动生成高质量的保研材料,并对文书内容进行智能校对和优化,极大提高了文书撰写的效率和质量。

平台的时间管理功能通过大数据分析和机器学习,帮助学生合理安排保研申请的各个阶段,提醒学生按时完成任务,避免遗漏重要的环节。同时,保了么还提供智能面试辅导系统,通过 AI 技术进行模拟面试,提供针对性的反馈和改进建议,帮助学生提升面试表现。所有这些功能的结合,使得保了么能够为大学生提供一站式、智能化、精准的保研服务,极大地提升了学生的保研成功率。

此外,保了么平台还具有强大的个性化定制功能。通过数据积累和学习,平台能够根据每个学生的情况和需求,制定量身定制的保研计划。无论是针对不同学校的申请条件,还是针对学生个人背景的优化,平台都能提供最合适的建议和方案,确保学生在复杂的保研过程中不迷失方向。

随着平台技术的不断更新与优化,保了么的服务内容也在不断丰富,涵盖的 功能模块不断扩展,从信息收集到全程辅导,学生可以在平台上找到所有与保研 相关的工具和资源,减少繁琐操作,提升保研效率。

# 2.2.1. 功能模块与技术概述

**保了么**平台的核心功能模块包括:保研信息自动收集与推送、文书管理与智能生成、时间管理与提醒、面试模拟与指导等。

- 1) **信息收集与推送**: 平台通过大数据分析技术实时抓取各大高校和研究生院发布的最新保研政策与信息,智能推送给学生,并根据学生的背景和目标学校进行定制化信息推送。确保学生能够第一时间掌握最准确的保研信息。
- 2) 文书管理与智能生成:通过自然语言处理和人工智能技术,保了么平台能够根据学生的背景、所申请的高校及专业需求自动生成符合各大院校要求的保研文书。学生只需填写基本的个人信息和学术成果,平台即可自动生成初步的推荐信、个人陈述等文书,极大提升文书的质量和提交效率。
- 3) **时间管理与提醒**: 平台内置智能时间管理系统,能够根据保研的不同阶段、 重要的时间节点提醒学生按时完成任务,并根据历史数据自动生成个性化的 时间安排。
- 4) **面试模拟与指导**:平台还集成了智能面试模拟系统,通过 AI 技术对学生的面试表现进行实时分析和反馈,帮助学生更好地准备保研面试。该系统根据不同高校的面试要求提供定制化的模拟面试内容,并针对学生的表现给出具体改进建议。

# 2.2.2. 用户体验与平台设计

**保了么**平台致力于提供简单易用、功能全面的用户体验。用户界面设计简洁 直观,学生可以方便地导航至各个功能模块,快速找到所需服务。平台支持多设 备同步使用,学生可以在电脑端和移动端之间无缝切换,随时随地进行保研管理。

平台采用云计算技术,确保学生的信息和数据得到安全存储与管理。所有用户数据经过加密处理,确保数据的隐私性与安全性。此外,平台还通过机器学习优化用户体验,分析学生的使用习惯并根据需求推荐最合适的功能和服务,进一步提升用户满意度和粘性。

# 2.3. 技术创新与研发优势

#### 2.3.1. 基于大模型与机器学习的智能化信息爬虫

保了么的技术创新体现在大数据与人工智能的应用上。由于保研信息的获取 具有站点多,重复度低等特点,传统爬虫需要根据站点特点开发出上千个特化程 序进行抓取,无疑是大大增加了开发和使用难度。



图 2-2 智能爬虫工作图

保了么算法团队使用爬虫+大模型+人工智能技术,使用 qwen2.5 大语言模型 深度参与网站解析任务,使用多层分类模型对政策进行匹配度研判,从而简化了 数据抓取与网站解析难度,在显著降低成本的同时大大提高了信息获取的精度。

具体而言,首先使用搜索引擎关键词爬虫从所有网页中爬取出带有关键词的 网页,然后将网页在搜索引擎中的标题输入到自研的标题分类模型中,来选出与 保研信息相关的网页。

由于不同不同信息源的网站组织形式不同,进行单一适配过于繁琐。保了么算法团队借助千问大语言模型和提示词工程,从网站 HTML 代码中提取出所需要的信息将其存放到政策信息库中。之后借助 DIN 等推荐算法模型,根据用户个人画像和用户行为习惯,将政策定向推送到用户端。

# 2.3.2. 文书管理与智能生成

文书管理与智能生成是保了么的核心技术之一。平台基于人工智能算法,为每个学生提供个性化的文书智能生成服务。文书管理系统能够自动分析不同院校的文书要求,根据用户资料以及要求帮助学生高效完成各种文书的编写与修改。

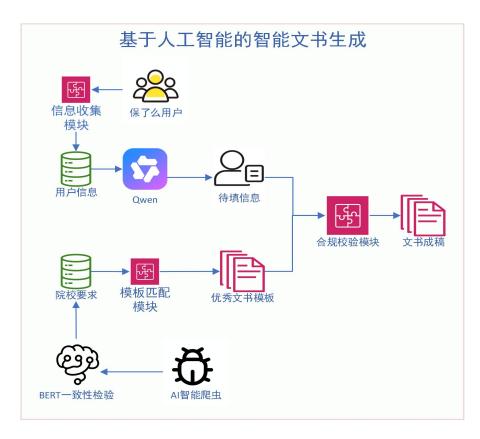


图 2-3 智能文书生成工作图

AI 智能爬虫对院校的填报要求进行爬取,然后经过 BERT 一致性检验模型后,将院校文书要求存入到院校要求数据库中。当用户使用智能文书生成功能时,系统会根据用户所选院校的文书要求,根据模板匹配模块选出所需要的优秀文书模

板。

用户数据通过用户信息收集模块收集到用户信息数据库中。千问大语言模型 根据优秀文书模板的要求组织出待填信息,通过合规校验模块最终生成文书成稿。

# 2.3.3. 面试模拟与指导

面试模拟与指导功能是保了么重要创新性的体现。通过自研的题目生成算法,保了么可以生成大量的模拟面试题目;通过自研的表现评价算法,系统可以从用户的表达流畅度、自信度、逻辑性和专业性等方面多维度评价面试情况,从而提高用户获得心仪院校 offer 的几率。

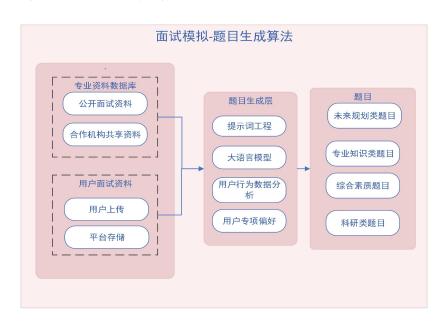


图 2-4 题目生成算法图

如图 2-4 所示,面试题目的生成依赖的数据主要有两个来源: 1)公开面试资料和合作机构共享资料构建出专业资料数据,2)用户在面试时上传的资料和在系统中存储的资料构成了用户面试资料数据。这些数据会根据用户选择的专项偏好和行为数据分析结果,结合大语言模型和提示词工程生成出多种类型的题目,供 AI 面试官提问。

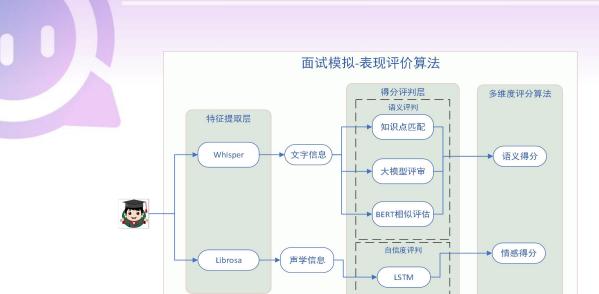


图 2-5 表现评价算法图

如图 2-5 所示,用户在与 AI 面试官对话时,他的语音信息会被特征提取层提取出文字信息和声学信息后送入到得分评判层。文字信息经过知识点匹配模型、大模型评审和 BERT 相似评估模型得到语义得分,声学信息通过 LSTM 模型得出自信度等情感得分。最后语义得分和情感得分按比例计算出最终得分。

# 2.4. 产品优势

通过将人工智能和大数据技术应用于保研流程的各个环节,保了么平台显著 提高了保研的工作效率。在传统保研辅导模式下,学生通常需要花费大量时间在 信息收集、文书撰写和时间规划等方面,而这些工作往往依赖人工服务,效率低 且成本高。相较之下,保了么通过智能化服务,使学生能够在平台上快速完成任 务,从而显著减少了手动操作的时间和精力投入。

具体而言,保了么大大降低了传统辅导模式中的人工成本。传统辅导机构通常需要大量的人工干预,这导致了高昂的人力成本。通过平台的智能化服务,保了么能够将人工成本从 45%降低至 18%,从而将运营成本降低 60%。此外,平台还能够通过大数据分析和自动化服务,确保服务的高效性和精准性,大幅提升了整体的运营效率。



图 2-6 成本降低示意图

与此同时,保了么平台将服务响应速度提升至实时反馈,相比传统模式下通常需要3个工作日的时间,平台能够在几分钟内提供智能化反馈,确保学生在保研过程中能够及时获得帮助。这一优势使得学生能够快速应对保研过程中遇到的各种问题,减少了由于等待反馈而耽误的时间。

通过这些技术创新,保了么不仅提高了服务的效率和质量,也为学生节省了 大量的时间和精力,使得整个保研过程更加顺畅和高效,极大地提高了学生的保 研成功率。

# 2.4.1. 用户价值与市场潜力

保了么的核心价值在于其能够提供高效、智能化的保研全流程服务,帮助学生解决保研过程中遇到的诸多问题。通过个性化推荐、文书自动生成、时间管理和面试辅导等服务,保了么不仅提升了学生的保研成功率,还让学生能够更加专注于自己的学术研究和个人成长,真正实现了教育服务的智能化与个性化。随着大学生群体的不断壮大和教育信息化的发展,保了么的市场潜力巨大,未来将覆盖更多高校和学生,成为行业的领先者。

# 2.4.2. 高效、精准的保研信息整合与推送

"保了么"平台通过整合全国各大高校的保研信息,提供一个集中且实时更新的平台,确保学生能够快速、准确地获得最新的申请动态和院校政策。平台根据学生的个人背景和需求,智能推送最相关的信息,避免了传统方式下信息分散、

不及时的困扰,让学生能及时掌握关键的申请条件和时间节点,最大限度地提高 了申请的成功率。

# 2.4.3. 一站式工具支持,提升工作效率

与传统平台依赖多工具操作不同,"保了么"将所有必需的工具整合到一个平台中。学生可以在平台上直接进行文书排版、PDF合并、文件压缩等操作,避免了繁琐的切换和多重操作,节省了大量时间和精力。平台的自动化工具确保文书内容格式规范,且符合不同院校的具体要求,极大地提高了申请效率和准确性,让学生能够轻松应对各种申请任务。

# 2.4.4. 个性化文书和面试辅导,量身定制保研方案

"保了么"平台运用大数据分析和人工智能技术,为每位学生提供个性化的文书生成、面试模拟和导师建议。平台通过精准分析学生的背景、学术成就及目标院校,智能推荐符合院校要求的文书模板和修改建议,同时提供量身定制的面试模拟,帮助学生提前适应面试场景并得到实时反馈。这种高度定制化的辅导服务,使得学生在文书撰写和面试准备上都能做到精准高效,提升了保研的成功率。

#### 2.4.5. 智能化服务降低辅导成本,提高效率

"保了么"通过人工智能和自动化技术,显著降低了对人工辅导的依赖,减少了传统辅导模式中高昂的费用。平台的智能化服务为学生提供个性化的保研建议和支持,确保每位学生都能获得高质量的辅导,而无需支付高昂的人工辅导费用。平台响应速度快,几分钟内就能提供实时反馈,帮助学生高效解决申请过程中的问题,确保他们能在紧张的申请过程中保持高效和有序。

#### 2.5. 项目前景

#### 2.5.1. 市场前景

随着国内外教育环境的变化,越来越多的大学生选择通过保研进入研究生院,保研市场呈现出巨大的增长潜力。根据统计数据,2024年,全国大约有30%的优秀本科生选择通过保研继续深造,而这一比例预计还将逐年增加。随着教育信息化和智能化的不断推进,保了么正好迎合了这一需求,未来有望成为国内及国

际上领先的保研服务平台。

# 2.5.2. 国家政策支持

国家近年来高度重视教育领域的改革和创新,尤其是信息化、智能化技术的应用。教育部等政府部门发布了一系列支持教育信息化的政策,推动教育行业走向数字化和智能化。**保了么**平台的推出与国家政策高度契合,得到了政策的有力支持,并将在未来的发展中享有更多政策红利。

#### 2.5.3. 教育改革支持

随着"十四五"规划的推进,教育改革不断深化,尤其是教育信息化的实施为智能教育平台带来了更多发展机会。**保了么**通过智能化技术的应用,进一步推动教育领域的个性化服务和智能化管理,得到了行业改革的支持。

# 2.5.4. 产品应用前景

**保了么**不仅适用于保研领域,还可以拓展到更广泛的教育服务领域,如海外留学申请、大学生职业规划等。随着技术的不断创新和市场需求的扩展,**保了么**的产品将不断迭代优化,为更多学生群体提供服务,实现跨行业的应用。

# 3. 市场分析

# 3.1. 保研服务市场概况

# 3.1.1. 市场背景与发展趋势

随着中国高等教育的不断发展,大学生保研成为越来越多优秀学生实现深造的主要途径。保研,即免试推荐研究生,作为一种突破传统考研制度的方式,为学生提供了直接进入研究生院深造的机会,尤其对那些学术成绩优异、综合能力强的学生来说,保研具有极大的吸引力。随着国家对教育现代化的持续推动以及教育信息化政策的出台,保研服务市场的需求逐年增大。

在过去几年里,尤其是"十四五"规划提出深化高等教育改革、推动教育信息 化的背景下,保研服务市场的需求开始出现井喷式增长。与此同时,随着互联网 技术、人工智能以及大数据的应用,保研辅导的服务形式也发生了显著变化,尤 其是在个性化服务和智能化管理方面,保研服务正朝着更高效、更智能的方向发 展。

根据教育部和各大高校的数据显示,保研成功率逐年攀升,尤其是在 985、 211 高校,越来越多的本科生选择通过保研进入硕士阶段,而面对不断增长的保研学生群体,传统的人工辅导方式逐渐显露出效率低、资源浪费等问题。为此,基于人工智能和大数据分析的保研辅导服务逐渐受到欢迎,成为未来教育辅导行业的主流方向。未来几年,随着智能化技术的普及和教育信息化的深入,保研服务市场的规模和发展潜力将会进一步加大。

# 3.1.2. 目标用户群体分析

保了么的目标用户群体主要包括大学生群体,特别是那些希望通过保研进入研究生院深造的学生。具体而言,目标用户可以分为以下几类:首先是学术成绩优秀的本科生,他们具有较强的学术背景和研究能力,对于保研有较强的需求。其次是有意向深造但缺乏保研经验的学生,这类学生对于保研流程、文书撰写以及面试准备等方面存在较大困难,需要专业的辅导和帮助。此外,还有一些学校内部的学生组织、学生会等,他们在组织和推荐优秀学生参与保研的过程中,也可能成为保了么的潜在用户。





图 3-1 目标群体分析

在这些学生群体中,尤其是那些对保研信息不熟悉、缺乏相关经验的学生, 更需要像**保了么**这样的智能化平台来提供精准的保研信息、文书管理、时间规划 和面试辅导等一站式服务。随着越来越多的高校开始推行保研,尤其是在一些大 城市和重点高校,保研的竞争愈加激烈,因此,这部分学生的需求非常庞大。

# 3.1.3. 行业现状与技术创新

当前,大学生保研辅导服务的行业现状是高度依赖传统的人工辅导方式,虽然一些教育机构和咨询公司已开始提供线上辅导服务,但大多数仍以线下辅导为主,且辅导内容较为单一,服务效率低,且缺乏个性化定制。而在大数据、人工智能技术的助力下,智能化、自动化的保研辅导服务逐渐成为行业未来的发展趋势。

随着人工智能、大数据和云计算等技术的快速发展,越来越多的教育企业开始关注如何利用这些技术提高保研辅导的效率和精准度。保了么平台正是基于这一技术创新的趋势,结合了大数据分析和机器学习算法,能够根据学生的需求和目标院校的要求自动生成个性化的保研材料,提供精确的时间规划和面试辅导。同时,平台不断通过数据反馈和学习,优化服务内容和流程,提供更加智能化、

个性化的保研解决方案。随着技术的不断升级,未来**保了么**将通过技术创新进一步提升服务质量,并推动整个保研辅导行业的转型和升级。

# 3.2. 市场需求分析

#### 3.2.1. 大学生保研需求现状

在中国,随着高等教育的普及和发展,越来越多的大学生选择通过保研的方式进入研究生院。这一趋势不仅是学生在学术深造上的选择,也是许多学生提升个人学术水平、获得更多学术资源的一个重要途径。特别是在各大重点高校中,保研名额逐年增加,越来越多的学生希望通过保研获得优质的研究生教育资源。

然而,保研过程中的复杂性和高门槛让很多学生感到困惑和压力。虽然学生有较强的学术背景,但他们普遍缺乏保研所需的经验,尤其是在文书撰写、时间管理、面试准备等方面。许多学生没有足够的信息去了解各个高校的具体要求和申请细节,导致了资源的浪费和机会的错失。因此,市场上对于高效、智能的保研辅导服务的需求日益增加,尤其是在互联网和智能化服务的帮助下,学生希望能够以更少的时间和成本获得更好的保研效果。

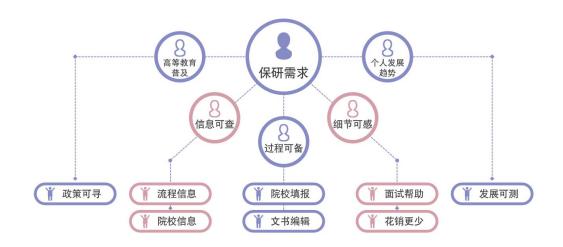


图 3-2 用户需求分析

#### 3.2.2. 平台应用分析

保了么平台正是基于大学生保研需求的现状,提供了从信息收集、文书管理

到面试辅导的全流程服务。平台通过大数据分析与人工智能技术的结合,为学生 提供个性化的保研建议,智能化地生成推荐信和个人陈述,自动规划时间表和提 醒,帮助学生高效有序地完成各项申请任务。通过这一平台,学生能够减少繁琐 的人工操作,更加专注于学术研究和个人提升,从而提高保研的成功率。

此外,平台的面试模拟系统通过 AI 技术进行个性化辅导,模拟真实的面试场景,帮助学生提高面试表现。随着平台功能的不断扩展和优化,**保了么**不仅满足了学生对于个性化服务的需求,还为学生提供了高效、智能、便捷的保研全流程支持,成为他们保研过程中不可或缺的得力助手。

#### 3.3. STP 分析

#### 3.3.1. 市场细分与目标市场

针对大学生保研服务市场,保了么首先通过地理、需求和客户类型对市场进行了细分,并根据不同的市场阶段制定了分层定位策略。

在地理上,保了么将重点瞄准一线城市和重点高校,这些地区的学生通常具有较高的保研需求,同时竞争也更为激烈。初期阶段,平台将聚焦于北上广深等TOP10高校,并通过定制化服务覆盖约90%的目标群体。随着市场的拓展和品牌的积累,中期将向新一线城市的211院校渗透,这些院校的学术氛围和教育资源逐渐丰富,对保研服务的需求不断提升。后期,保了么将在市场拓展的过程中,逐步覆盖普通本科院校,确保平台服务的普及性和市场渗透率。

在需求上,保了么平台主要服务于那些对保研信息、文书准备、面试辅导有需求的大学生,尤其是那些学术成绩优秀但缺乏保研经验的学生。许多学生在保研过程中面临信息不对称、材料准备困难、面试准备不足等问题,保了么正是针对这些痛点提供解决方案。因此,平台将重点服务于具有高学术水平但缺乏保研经验的群体,帮助他们提高成功率。

在客户类型上,保了么的目标客户群体主要包括以下几类:学术成绩优异的本科生,他们通常具备较强的学术背景和潜力,但在保研过程中缺乏相关经验; 具备较强研究能力但缺乏保研经验的学生,这部分学生通常有能力进入优秀研究 生院校,但由于没有足够的保研资源和信息,导致申请成功率较低;以及高校内部的学生组织和辅导员,他们是平台的潜在合作伙伴,通过与这些组织和人员的合作,平台能够更高效地渗透目标高校,扩大服务覆盖面。

通过这种细分和分层定位策略,保了么能够根据不同市场需求和阶段,灵活调整营销策略,从而精准服务目标客户群体,逐步提升市场占有率和品牌影响力。

# 3.3.2. 市场定位与竞争优势

保了么的市场定位明确为面向广大学生群体,尤其是那些希望顺利进入研究生院的优秀本科生。平台提供一站式、智能化的保研服务,帮助学生高效完成保研全过程,从信息收集、文书准备到面试辅导等方面提供精准的支持。与传统的线下辅导相比,保了么平台通过技术创新,能够提供更加个性化和高效的服务,降低了人工辅导的成本,同时提高了服务的质量和学生的保研成功率。

此外,**保了么**通过大数据分析和机器学习算法,不断优化服务内容和流程,确保平台能够适应不同高校和学生的需求,提供定制化的保研方案。这使得**保了 么**在市场上具备较强的竞争优势,能够脱颖而出,满足市场上对智能化、个性化 保研服务日益增长的需求。

#### 3.4. 竞争分析

#### 3.4.1. 竞争者分析

在目前的保研服务市场中,存在着一些传统辅导机构和在线教育平台。大多数传统辅导机构依然依赖人工辅导,缺乏智能化和个性化服务。这些机构通常提供一对一面授服务,虽然能够满足一部分学生的需求,但由于服务效率较低、价格昂贵,且无法大规模覆盖广大学生群体,存在较大的市场局限性。

例如,保研通 是一个市场上较为知名的传统辅导平台,主要通过人工辅导帮助学生进行保研申请。虽然它在一些高校有一定的用户基础,但其服务模式过于依赖人工,导致服务的时效性较差,且个性化定制的能力有限,无法在大规模用户需求中提供高效的解决方案。

与此相比,在线教育平台如 学霸君 提供基于视频辅导的服务,尽管它在某

些领域(如学习辅导)取得了一定的成功,但在保研流程的各个环节依然存在较大的差距。学霸君主要专注于学科辅导和面试培训,但其服务内容并不专注于保研特有的文书准备和申请政策分析,这使得其平台在应对保研这一特定需求时,缺乏足够的针对性和个性化服务。它依然偏重于基础教育辅导,未能在智能化服务和大数据分析方面进行深度创新,未能有效解决学生在保研申请过程中面临的信息碎片化和流程复杂的问题。

"保了么"平台通过整合全国各大高校的保研信息,为学生提供一个集中且实时更新的资讯平台,确保学生能够快速、准确地获得最新的申请动态和院校政策。相比传统方式中学生需要反复搜索各院校官网和社交媒体的方式,"保了么"通过智能化技术,根据学生的个人背景和需求,精准推送最相关的信息。平台将信息碎片化问题解决得更为高效,确保学生能够在最短的时间内获取到准确、完整的申请信息和重要时间节点,避免了学生因信息不全错过申请机会。这种信息的集中推送大大提高了学生的申请效率,确保学生能够顺利完成保研的每个环节。

同时,针对申请过程中繁琐的操作流程,与传统的保研平台依赖多个工具操作不同,"保了么"将所有必要的工具整合到一个平台中,避免了学生在申请过程中频繁切换不同工具的麻烦。平台为学生提供文书排版、PDF合并、文件压缩等操作,所有工具都在一个界面下完成,极大简化了申请流程。通过平台的自动化工具,学生不仅能够提高文书处理的效率,还能确保文书格式符合不同院校的具体要求,避免了人工处理时常见的格式问题。此外,平台还具备智能排版和自动修正功能,确保学生在最短的时间内完成高质量的文书,进一步提高了文书提交的准确性和申请的成功率。

在个性化辅导方面,"保了么"平台基于大数据分析和人工智能技术,为每位 学生提供个性化的文书生成、面试模拟和导师建议。传统平台通常提供通用文书 模板和面试指导,而"保了么"则根据学生的个人背景、学术成就及目标院校的要 求,智能推荐个性化的文书模板和修改建议。这种量身定制的服务不仅帮助学生 高效完成文书,也确保了文书内容能够更好地满足目标院校的标准。同时,平台 还提供个性化的面试模拟服务,模拟真实面试情境,帮助学生提前适应面试场景, 并在面试结束后给出详细反馈,帮助学生不断提高面试表现,最终提升保研成功 率。 更重要的是,"保了么"通过人工智能和自动化技术的应用,大大降低了传统辅导模式中所依赖的人工成本。与传统辅导机构通常需要学生支付高昂的辅导费用不同,平台的智能化服务为每位学生提供个性化的保研建议,而无需支付高额的人工费用。平台不仅减少了人工辅导所需的时间和成本,还提供实时反馈,学生在几分钟内即可收到平台的智能化建议,帮助他们快速解决保研申请中的问题。由于平台的服务响应速度极快,学生能够在紧张的申请过程中保持高效的进度,从而提升了整体申请流程的顺畅性和高效性。

"保了么"平台为学生提供了高效、智能化的保研服务,显著提高了学生在申请过程中遇到的困难解决效率,同时降低了申请成本和压力。通过技术创新,平台打破了传统辅导方式的局限,确保了每个学生都能根据自己的需求获得定制化的辅导服务,进一步提升了保研成功率。

# 3.4.2. 核心竞争力

保了么的核心竞争力在于其基于大数据和人工智能的智能化辅导系统,能够为学生提供个性化、精准的保研服务。平台的文书管理、时间管理和面试模拟系统均采用智能化技术,显著提高了保研过程中的效率和学生的成功率。具体来说, AI 文书系统通过自动化技术将传统文书准备的时间从 60 分钟压缩至 10 分钟, 有效提高了学生的文书制作效率,减少了由于时间紧迫而导致的文书质量下降的风险。

此外,平台的面试模拟系统通过结合学生背景和目标院校的特点,提供个性化的模拟面试,帮助学生更好地准备面试。研究表明,使用保了么面试模拟系统的学生,其面试通过率比未使用平台的学生高出 37%,这大大提升了学生进入心仪院校的机会。

保了么还提供全方位的服务支持,通过精准的市场定位和个性化推荐,满足学生的多样化需求。例如,平台可以根据学生的学术背景、兴趣方向以及目标院校的要求,精准推荐合适的保研院校和专业,确保学生能够最大限度地提高其保研成功率。通过这种个性化推荐系统,保了么不仅提升了服务的质量,也增强了用户的粘性,确保了学生在平台上的长期使用。

保了么凭借其智能化技术和精准的个性化服务,在提高保研成功率、降低学

生辅导成本、提升服务效率等方面具有明显的竞争优势, 巩固了其在保研服务市场中的领先地位。

# 4. 公司战略

# 4.1. 战略定位

保了么的战略定位深深根植于对市场和客户需求的敏锐洞察,旨在通过不断创新和精细化管理来提供优质的保研服务,帮助大学生实现他们的学术梦想。公司明确提出的使命是通过智能化和大数据技术,优化保研服务流程,提高效率,降低用户成本,推动教育资源的公平和高效流动。我们致力于在未来几年内成为国内外领先的教育信息平台,为广大大学生提供个性化的、定制化的保研方案。为了实现这一愿景,保了么的战略定位为"智能化保研助手",通过技术创新为客户提供全方位的、个性化的保研指导服务,旨在全方位提升用户的保研成功率,并推动教育行业的数字化转型。

#### 4.2. 阶段目标



图 4-1 阶段目标图

形成较为完整的线上服务平台

为了有效推进公司战略目标的实现,保了么将根据不同的发展阶段设定相应的目标。在初创期,公司将重点推进产品验证、品牌建立和技术研发工作。首先,通过与一流高校合作开展保研服务示范项目,验证我们的智能系统和服务模式的可行性,并优化产品功能。其次,利用行业展会、研讨会等机会大力推广品牌形象,吸引更多高校和学生用户的关注,为后续市场拓展打下坚实的基础。随着产

品逐步成熟,我们将在成长期加大市场推广力度,扩大用户基础,进一步完善服 务体系并提升用户体验。此阶段,保了么将依托大数据分析技术,持续优化服务 质量,并开始形成较为完整的线上服务平台。

在成熟期,保了么将通过技术平台化、市场细分化运营和全球化战略进一步扩展业务规模。公司将依托人工智能技术和大数据平台,打通用户需求与高校资源之间的链条,提升服务的精准度和个性化程度。公司将建立更为完善的运营体系,在全国范围内通过本地化运营满足不同地区客户的需求,同时根据市场反馈调整产品线和服务内容。此外,保了么还计划在此阶段开始进行资本运作,争取在资本市场融资并实施收购与并购战略,借此加快市场扩张的速度。

# 4.3. 总体发展规划

保了么的总体发展规划将以市场需求为导向,以技术创新为核心,稳步提升 运营效率。公司将在未来几年内持续增强其在教育行业的竞争力。首先,公司将 进一步优化现有的人工智能算法和大数据分析平台,提升智能推荐系统的精准度, 实现服务内容的高度定制化。为了提高平台的稳定性和可靠性,公司将加大技术 研发投入,确保平台能够在不同的网络环境和用户需求下提供高质量的服务。与 此同时,保了么还将加速市场渗透,通过灵活的市场拓展策略,争取在全国范围 内迅速获取更多的用户资源,尤其是在二三线城市的推广和发展,以此扩大市场 份额。

在市场拓展方面,保了么将通过与高校建立深度合作关系,推动教育资源共享与流动,确保服务能够覆盖更广泛的用户群体。此外,公司还计划在海外市场进行拓展,特别是东南亚和欧美市场,借助互联网平台的优势快速切入教育行业的国际市场。保了么将始终致力于通过技术创新来打破传统教育服务模式的限制,提升服务的科技感和便捷性,增强品牌在国内外教育市场中的竞争力。

# 4.4. 企业核心竞争力与优势



图 4-2 核心竞争力

保了么的核心竞争力在于其强大的技术平台和精细化的个性化服务。依托先进的人工智能和大数据分析技术,保了么能够为大学生提供量身定制的保研方案,从而全面提高其保研的成功率。与传统的线下咨询服务相比,保了么的智能平台不仅节省了大量的人力资源成本,还能通过精准的数据分析为每个学生提供个性化服务,确保每位学生的需求都能得到及时且有效的满足。例如,基于智能文书生成技术,平台能够将文书制作时间从60分钟压缩至10分钟,帮助学生大幅提升效率,避免因时间压力造成的文书质量下降。

此外,保了么还具有极强的资源整合能力。通过与国内顶级高校及教育机构的深度合作,平台能够获取最优质的教育资源,并在行业中迅速建立了声誉。例如,保了么已与清华大学、复旦大学等五所高校的就业指导中心达成数据合作,获得了保研政策库,这为平台提供了独特的行业信息优势,确保平台能够为学生提供最及时、准确的保研政策和申请信息。同时,平台与多家教育机构建立了长期合作关系,为学生提供更为全面的保研辅导服务。

保了么凭借这些独特的合作成果,不仅能够在短时间内响应市场需求,还通过持续的技术迭代,保持服务的领先性。公司在行业内树立了良好的品牌形象和口碑后,通过自发推广会吸引大量优质用户的关注与使用。

此外,保了么还致力于创新,定期推出新的产品和服务模式。例如,推出的

智能面试模拟系统和个性化保研规划工具,大大提升了学生的面试通过率和保研成功率,进一步提升了平台的用户体验。通过不断完善和创新服务,保了么确保了在市场中的持续竞争优势,并使其能够不断满足日益增长的用户需求。

#### 4.5. 实施与控制

为了确保公司战略的有效实施,保了么将采用多种战略控制方法来进行跟踪和调整。首先,战略实施框架将明确各项任务的分配,确保每一阶段的目标和任务都能落到实处。在实施过程中,所有团队成员将明确自己的角色与责任,避免目标分散和资源浪费。同时,保了么将定期召开管理会议,评估执行过程中的进展情况,并对战略进行适时调整,确保战略始终符合市场的变化和公司发展的需求。

#### 4.5.1. 战略实施框架与任务分配

保了么的战略实施框架将围绕公司的阶段性目标和年度计划进行任务分配,确保各项工作能够按时、高效地完成。每个部门的具体职责和任务将根据公司发展的不同阶段进行明确分配,从而保证公司各项战略目标的实现。

在初创期,公司的核心任务是市场验证和技术研发,主要目标是确保平台能够满足目标客户的需求,并在市场上具备竞争力。在这一阶段,技术部和产品部将是公司的关键部门。技术部负责平台的技术开发和系统优化,确保平台的稳定性和安全性。具体来说,技术部的任务是到2025年第二季度前完成API接口的开放,以支持平台与高校及教育机构的数据共享和对接。产品部则负责平台的产品规划和设计,确保平台能够实现基础功能,包括文书生成、时间管理和面试模拟等。产品部的目标任务是完成初版产品的功能设计和测试,确保平台的基础功能能够正常运行。



图 4-3 战略实施框架与任务分配示意图

随着公司进入成长期,市场拓展和用户服务将成为公司的重点任务,营销团队、客户服务团队以及技术支持团队将承担更多工作。市场部的主要任务是拓展市场份额并提高平台的品牌曝光度,尤其是在高校中的推广。具体来说,市场部将每季度新增三所高校地推合作,并通过与 KOL 的合作以及线上广告的投放,提高平台的市场知名度。客户服务部的任务是提供高效的用户支持,解答用户咨询,提供个性化的辅导和服务。该部门的目标任务是每月处理至少 500 次用户咨询,提升用户满意度和留存率。技术支持部则负责平台的技术支持和优化工作,确保平台在不断增长的用户需求下能够保持高效和稳定。具体任务是确保平台在每季度承载超过 10 万活跃用户的使用需求。

进入成熟期后,公司的重点将转向完善内外部管理,确保公司运营的高效性以及公司规模的稳步扩大。运营管理部将在此阶段发挥关键作用,负责优化公司内部的运营流程,确保各部门之间的高效协作。该部门的目标任务是优化跨部门的协作流程,并力争每季度提升运营效率 20%。人力资源部将继续负责人才招聘、培训和员工激励,确保公司能够吸引和留住高素质的员工。每年,该部门的目标是招聘至少 50 名技术和市场人员,并通过内部培训提升团队的专业能力。财务部将负责公司财务管理,确保财务状况健康。该部门的目标任务是每季度进行一次财务审计,确保成本控制在合理范围内,将成本增长控制在 10%以内。

#### 4.5.2. 五要素法战略控制

在战略控制方面,保了么将采用五要素法进行全面的监控与评估。通过财务 控制、生产控制、销售规模控制、质量控制和成本控制五个方面的综合管理,确 保公司的战略目标能够顺利实现。

财务控制将通过预算控制和比率分析,对公司的资金流动进行合理调整,确保资金的高效使用。为了保证财务状况的健康,保了么将设定财务管控标准,如营销费用占比不超过25%,确保营销活动的投入和收益之间的平衡;研发投入保持在公司年度收入的30%以上,确保技术创新和产品研发的持续推进;同时,坏账率控制在0.5%以下,确保公司财务风险最小化。

在生产控制方面,保了么将持续优化技术生产流程,降低产品研发成本。具体指标为,技术研发的成本增长不超过 5%,并且在每个研发周期结束后,需进行项目评估与成本效益分析,以确保产品的开发效率和成本的最优化。平台将重点提升技术生产环节的自动化和智能化水平,以降低人工成本,提高整体研发效率。

销售规模控制将通过灵活的市场策略和精准的客户定位,确保销售规模与盈利目标匹配。为了确保销售规模的稳步增长,保了么设定了销售增长率指标,每年销售增长率不少于 20%,并通过定期的市场调研调整市场策略。此外,平台还将通过与高校和教育机构的深度合作,精准定位高需求群体,扩大市场渗透率。

质量控制方面,保了么将建立严格的质量评估标准,确保产品和服务的高质量。公司将在每个开发周期结束后进行质量评估,并通过客户反馈和数据分析不断优化产品和服务。产品缺陷率控制在 0.5%以下,确保产品始终满足高质量标准,提升用户体验和满意度。

成本控制方面,保了么将在公司运营的各个环节进行有效的成本管控,最大 化盈利空间。运营成本每年不超过总收入的 50%,并通过定期的财务审计和成本 效益分析,确保所有开支都在合理范围内,避免不必要的浪费,最大化公司的盈 利能力。



图 4-4 五要素法战略控制

#### 5. 商业模式

# 5.1. 商业模式设计原则

#### 5.1.1. 持续盈利能力与市场适应性

在设计保了么的商业模式时,持续盈利能力是最核心的考量之一。作为一个创新性的教育平台,保了么不仅仅追求一次性的盈利,更注重构建一个长期稳定、可持续发展的盈利模式。为此,我们在设计业务模型时,考虑了多个因素,包括市场变化、用户需求的长期趋势、技术演进和竞争压力等。我们依托先进的人工智能、大数据和机器学习技术,不断提升平台的服务水平和用户体验,从而确保长期盈利的持续性和稳定性。

保了么的盈利模式包括多个收入来源和细分的盈利手段。首先,平台通过会员订阅制提供三档服务:基础会员、VIP会员和定制服务,会员价格分别为19元/月、29元/月和199元/次。不同档次的会员为用户提供不同的服务内容,包括保研政策查询、文书模板、AI文书润色和模拟面试等服务。这一模式不仅确保了用户的持续付费,还通过差异化服务提升了用户粘性和满意度。

此外,保了么还通过按次付费的文书精修服务实现盈利,定价从 99 元至 499 元/次不等,用户可根据需要选择不同的服务内容,包括文书修改、个人陈述优化等。该服务为用户提供了灵活的选择,满足不同学生的需求,尤其是需要高质量文书的用户。

同时,平台还通过向高校提供数据分析报告来实现分层盈利,采用年费制收费模式。高校可以通过与保了么合作,获取关于保研趋势、政策变化以及目标院校的数据分析报告,帮助院校进行更有效的资源规划和学生辅导。这一收入来源不仅为平台带来了稳定的盈利,还增加了与高校合作的深度和广度,促进了平台的行业影响力。

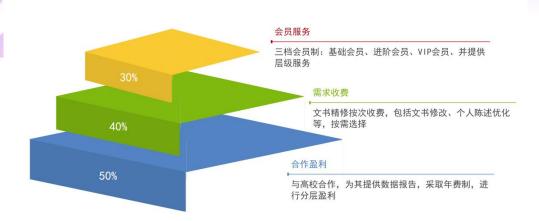


图 5-1 盈利模式分析

市场适应性同样是商业模式成功的关键。保了么的商业模式会根据不同市场的需求特性进行灵活调整。在不断变化的教育行业中,保了么通过灵活的服务设计与创新的业务拓展,确保能够有效响应市场需求的变化,并在不确定性中稳定成长。为了进一步拓展市场,保了么不仅关注国内市场,还注重国际化扩展,尤其是针对海外留学需求日益增长的年轻群体。通过市场调研与用户反馈的紧密结合,保了么能够快速适应市场动态,保持竞争力,并为国际市场的学生提供量身定制的服务。

# 5.1.2. 客户价值最大化与风险控制

在客户价值最大化的原则下,保了么将为用户提供个性化且高效的服务方案。通过深入了解每个客户的具体需求,平台将推出多样化、定制化的保研服务。客户价值最大化不仅体现在为学生提供全方位的保研资源,还在于通过精准的学术推荐、文书写作、面试辅导等综合性服务提升学生的整体保研成功率。通过多层次、全方位的服务体系,保了么为客户创造更高的价值,并提升用户的满意度与粘性,从而增强平台的市场竞争力。

此外,保了么在设计商业模式时,也注重了对风险的有效控制。尤其是在教育行业,外部风险如政策变化、行业法规等因素可能对平台产生影响,而内部风险如技术开发的延误、资金管理和团队稳定性等同样需要关注。为了应对这些潜在风险,保了么通过建立全面的风险评估机制,不断优化技术和服务质量,同时加强与政府、教育机构的合作关系,确保平台始终处于合规经营的轨道上,降低

经营风险。

#### 5.2. 商业模式基本框架

保了么的商业模式是基于数字化转型的教育服务平台,旨在为广大学生群体 提供一体化的保研服务。通过平台和线下结合的方式,保了么为用户提供包括保 研咨询、文书写作、面试辅导等一站式服务。平台的核心优势在于其强大的技术 支撑和数据分析能力,通过人工智能与大数据分析,帮助学生制定个性化的保研 方案,提升保研的成功率。

在此基础上,保了么还结合合作伙伴资源,推动平台的进一步发展。与高校、教育机构以及相关领域的专业团队合作,保了么能够获取更多的教育资源和市场 渠道,进一步拓展业务范围。通过持续优化平台功能,强化用户体验,保了么正 在建立一个稳固且具有广泛吸引力的商业模式,满足市场上不同客户群体的需求。

#### 5.3. 经营模式

#### 5.3.1. 平台功能的核心竞争力保持

保了么的经营模式核心竞争力在于其技术驱动与服务创新的高度融合。平台通过大数据与人工智能相结合,能够为每位用户量身定制最符合需求的保研方案,这不仅提升了服务的精准度,还增强了学生的参与感和满意度。通过持续优化算法,平台的智能推荐系统将更加精准地识别学生的特点与需求,并通过个性化的指导方案帮助学生在保研过程中取得优异成绩。

平台的核心功能还包括实时在线辅导、智能文书生成、模拟面试等一体化服务。通过高度集成化的功能,保了么为客户提供了便捷的服务体验,不仅有效节省了时间,还确保了服务的高效性和质量。平台的技术优势和便捷的操作体验构成了其强大的市场竞争力,使得保了么能够在教育服务行业中占据一席之地。

核心竞争力



图 5-2 核心竞争力

# 5.3.2. 服务与技术的创新驱动

技术创新一直是保了么发展的核心驱动力之一。公司不断在人工智能、机器 学习、数据分析等领域进行技术研发,提升平台服务的效率与质量。通过创新驱动,保了么在行业中取得了领先的技术优势,使平台能够快速响应市场需求并不 断创新产品和服务。服务创新方面,保了么着眼于客户需求的多元化,开发了包 括定制化服务、个性化辅导、留学规划等多种服务方案,确保能够满足不同客户 的需求。

## 5.3.3. 客户价值与用户粘性增强

客户价值的最大化是保了么始终不变的目标。在满足学生保研需求的基础上,保了么通过细致入微的服务提升客户的参与度和忠诚度。此外,平台通过引入社交化功能和社区化服务,使得学生可以与其他同学分享经验,互相学习,这种社交化体验增强了用户粘性,进一步提高了平台的用户满意度。通过不断增强客户的价值感和平台的互动性,保了么实现了客户忠诚度的提升,并为平台创造了持续的盈利来源。

## 5.4. 盈利模式



图 5-3 盈利模式图

#### 5.4.1. 会员服务与增值服务

保了么的盈利模式主要通过会员服务和增值服务来实现。在初期,用户可以选择购买基本服务套餐,涵盖保研咨询、文书辅导等基础服务。而随着用户对平台功能的需求不断升级,平台还提供一系列增值服务,如定制化文书修改、模拟面试、学术背景提升等。这些增值服务为保了么带来了额外的收入来源,并满足了学生群体对深度服务的需求。

# 5.4.2. 个性化文书与咨询服务

个性化文书和咨询服务是保了么的重要收入来源之一。针对每位学生的具体背景,平台将提供定制化的文书写作服务,确保文书能够精准体现学生的优势和特点,提升申请成功率。与此同时,平台还提供一对一的咨询服务,包括面试辅导、选校建议等,这些服务可以根据学生的需求按时收费,成为平台稳定的盈利来源。

# 5.4.3. 广告收入与数据分析服务

随着平台用户数量的不断增加,保了么计划通过广告收入和数据分析服务实现盈利。平台将利用积累的大量用户数据,提供行业报告、市场分析等数据服务,向教育机构、研究单位及相关行业的企业出售这些数据。这些数据将包括保研趋势、政策变化、用户行为分析等内容,帮助合作方更好地了解市场需求、调整产品和服务策略。

同时,平台将为合作伙伴提供广告宣传位,通过在线广告的形式收取广告费用,进一步推动平台的盈利增长。然而,考虑到用户体验的重要性,保了么在广告投放上将采取更加谨慎的策略。在非核心页面(如个人中心、资讯页面等)设置教育类精准广告(例如语言培训、科研工具、留学服务等),确保广告内容与平台的教育属性高度相关,避免干扰用户的核心操作和体验。

平台将采用 CPC 竞价模式进行广告投放,这种模式通过按点击收费,使广告投放更加灵活且效果可追踪。此外,为了防止广告数量过多影响用户体验,平台将设置每日广告曝光上限,根据实际需求和用户反馈进行调整,从而确保广告的展示不会干扰到用户的正常使用体验,保证平台的核心服务和广告收入之间的平衡。

通过这种精准且可控的广告策略,保了么能够在确保用户体验的前提下,逐 步实现广告收入的增长,同时利用数据分析服务进一步丰富盈利模式。

#### 5.5. 公益模式与社会价值

#### 5.5.1. 教育公平与资源共享

保了么通过数字化平台,打破了地域和资源的限制,使得更多的学生,尤其是来自偏远地区和经济困难家庭的学生,能够平等地享受优质的教育资源。平台不仅提供优质的保研咨询服务,还通过大数据技术帮助学生更好地了解自己的发展潜力和专业优势,为他们的学术生涯打下坚实基础,从而促进教育资源的共享和公平。

为了进一步推动教育公平和资源共享,保了么制定了具体的执行计划。首先,保了么承诺每年为经济困难的学生提供 1000 个免费保研咨询名额,这些名额将通过学生提交的贫困证明进行申请,确保更多有需求的学生能够受益。此外,保了么将与教育部"三支一扶"项目合作,共同开发一个专项保研通道,为参与该项目的学生提供优先的保研辅导服务,帮助他们更好地利用保研机会,提升他们的学术和职业发展。



图 5-4 公益模式演示图

# 5.5.2. 环保与可持续发展

保了么坚持可持续发展的理念,通过创新服务和技术支持,推动教育行业向 更加环保和高效的方向发展。在平台推广的过程中,保了么注重环境保护的宣传, 倡导绿色教育理念,为学生提供更加环保、节能的学习体验。通过帮助学生高效 规划学术生涯,平台促进了个人、家庭与社会资源的合理利用,推动了教育行业 的绿色发展。

# 5.6. 合作伙伴与资源整合

# 5.6.1. 技术与服务合作伙伴

为了持续增强平台的技术优势,保了么积极寻求与教育技术公司、科研机构 及专业教育团队的合作。通过技术合作,保了么能够不断优化平台功能,提升数 据分析能力和智能推荐系统的准确性,保持平台在技术上的竞争力。

# 5.6.2. 教育机构与高校合作

保了么通过与多所高校及教育机构的深度合作,获取了丰富的教育资源,为平台的内容建设提供了有力支持。同时,平台通过这些合作伙伴关系有效扩大了市场渗透率,提升了品牌的影响力。这种合作模式不仅为平台带来了更多的用户,还增强了保了么在教育行业中的权威性。保了么已与清华大学经管学院成功试点了"智能保研工作坊"项目,旨在通过智能化技术为学生提供个性化的保研辅导。该项目帮助学生了解最新的保研政策、优化个人申请材料,并进行模拟面试,有效提升了学生的申请成功率。同时,平台还与武汉大学计算机学院合作,为该院定制了专属的院系申请模板,根据计算机专业的特点量身定制保研材料和申请流程,帮助学院学生更好地进行申请。这些合作不仅使得保了么能够提供更加精准和专业的服务,也加强了平台与高校的联系和资源共享。

通过这些具体的合作案例,保了么不仅提升了自身在教育领域的影响力,还 通过与顶尖高校和教育机构的紧密合作,进一步增强了平台的市场竞争力和权威 性。

# 5.6.3. 政府与社会责任合作

作为一个社会责任感强的企业,保了么积极与政府部门、社会组织建立合作 关系,通过联合举办学术活动、研究项目和社会公益项目,推动教育公平和绿色 教育的发展。通过政府的支持与合作,平台能够获得更多的资源与机会,从而进 一步巩固其在行业中的领先地位。

# 6. 营销策略与推广方案

## 6.1. 营销目标与战略规划

保了么的营销目标是通过精准的市场定位和有效的推广策略,提升品牌知名度、市场占有率和用户满意度。在此基础上,公司将注重产品和服务的创新,提升竞争力,并不断适应市场的需求变化。为了确保战略的顺利实施,我们将战略规划分为三个阶段:初创期、成长期和成熟期。

在初创期(2024-2025),我们将集中资源进行市场试探与验证,确保产品能够被市场接受,并逐步建立用户基础。初创期的主要目标包括覆盖 Top20 高校,并在这一阶段实现用户数突破 10 万。此阶段的重点是通过精准的市场定位和有效的营销策略,验证市场需求并积累用户,确保平台功能和服务能够满足目标用户群体的需求。

在成长期(2026-2027),我们的目标将聚焦于市场拓展和客户群体的扩大,力求快速占领市场份额。在这一阶段,我们预计能够达到市占率 30%,并且通过不断优化产品、扩展市场推广渠道、加强与高校和教育机构的合作,快速提升平台的市场渗透率。此阶段将是平台快速增长和扩大用户基础的关键时期。

在成熟期(2028 及以后),保了么将侧重于品牌建设和全球化布局,进一步巩固其在行业中的领导地位。我们将通过持续的技术创新和市场拓展,扩大国际市场的覆盖范围,并为未来的资本市场布局做准备。最终,我们将启动 IPO 筹备,确保公司能够在资本市场上获得更大的发展机会和资金支持。



图 6-1 营销目标图

# 6.2. 营销组合策略

## 6.2.1. 产品策略

保了么的产品策略将侧重于不断创新与完善,致力于为用户提供全方位、高效能的保研服务。通过利用人工智能、大数据等技术,平台将开发个性化服务方案,满足不同用户群体的需求。公司产品的核心价值是提升学生的保研成功率与效率,因此,我们的产品不仅要在功能上满足基础需求,还要具备更高的智能化水平,支持更精准的学术背景分析和面试准备服务。

其中,竞争力雷达图是平台新增的一项特色功能。该功能通过多个维度(如学术成绩、科研经验、社会实践、推荐信质量、面试表现和院校偏好等)评估学生的综合竞争力,并自动生成提升方案。这一功能能够帮助学生精准识别自己在保研过程中可能存在的短板,并通过个性化的建议帮助其提升竞争力,从而增加成功率。

此外,院校黑匣子数据库将收录超过300 所院校的真实录取偏好,基于历史数据、院校要求、导师偏好等信息,为学生提供精准的院校推荐。这一数据库不仅能帮助学生更好地了解各大院校的保研要求,还能根据学生的背景,智能推荐最匹配的院校和专业,极大提升申请成功的可能性。

在产品设计和服务流程上,保了么将保持灵活性,适应用户多样化的需求。 我们将不断根据用户反馈优化平台功能,确保每一位学生都能获得高效且个性化 的保研服务,最大化提升他们的学术深造机会。



图 6-2 两大核心优势图

### 6.2.2. 价格策略

在定价策略上,保了么将采取市场渗透策略,初期以具有竞争力的价格吸引 大量用户,特别是在初创期阶段,通过提供折扣优惠、促销套餐等形式,使用户 能够以较低的成本享受到高质量的服务。具体而言,在初期阶段,我们将推出优 惠套餐,降低学生初期使用平台的门槛,从而迅速积累用户基础,提升市场渗透 率。

随着品牌和产品认知度的提升,保了么将在后期逐步调整价格,以实现利润最大化。此阶段,价格将根据市场需求和竞争情况进行适度调整,确保平台的盈利能力与用户需求之间的平衡。

为了进一步提升客户的长期忠诚度,保了么将推出会员服务模式,为常规客户提供更高价值的增值服务,如专属导师、深度定制的学术背景提升方案等。通过差异化的服务内容,平台能够为用户提供更加个性化、专业化的服务,确保客户能够长期享受平台带来的价值,从而增加客户的留存率和复购率。

具体的价格梯度如下:

基础会员: 19元/月,包含平台的基础功能,如保研政策查询、文书模板

和面试模拟等。适用于对基本保研服务有需求的学生。

**VIP 会员**: 29 元/月,除了基础功能外,还包括 **5 次文书修改**服务,适用于需要更多定制化文书服务的学生群体。

定制服务: 199 元/次,提供专家 1 对 1 辅导服务,帮助学生进行个性化的文书撰写和面试指导。

#### 6.2.3. 渠道策略

保了么的渠道策略将包括线上与线下双渠道布局。在线上方面,保了么将充分利用社交媒体、搜索引擎优化(SEO)、合作网站等多种渠道,扩大品牌的曝光度和产品的可见性。我们还将通过线上平台建立起完善的用户社区,促进客户之间的互动和口碑传播,增加平台粘性。在下线方面,保了么计划与教育机构、高校及教育培训公司等建立合作关系,建立渠道合作网络,促进产品的广泛传播。

## 6.3. 营销控制与保障机制

## 6.3.1. 营销人员控制

为了确保营销策略的顺利实施,保了么将制定详尽的营销人员控制方案,严格管理营销团队的执行力与效率。具体来说,首先我们会设立明确的绩效考核体系,确保每位营销人员都能达到既定的业绩目标,并为他们提供必要的培训和激励。同时,我们还将加强团队之间的沟通协作,通过定期的内部会议和沟通机制,确保各部门之间的信息流畅与策略一致性,提升团队的执行力。

#### 6.3.2. 代理商控制

保了么将通过建立严密的代理商控制机制,确保代理商能够在推广中维持公司形象和战略方向。我们会定期考核代理商的销售业绩和市场反应,并根据评估结果及时进行策略调整。此外,保了么还将提供持续的培训与技术支持,帮助代理商提高销售技能和产品知识,确保他们在面对客户时能够提供专业的解答与服务,增强市场竞争力。

#### 6.3.3. 市场销售费用控制

在市场销售费用控制方面,保了么将实施精细化管理,避免过度开支,同时确保营销活动的最大效益。通过严格的预算管理和资源优化,保证每一笔营销费用的支出都能带来可观的回报。此外,我们还将定期评估营销活动的效果,利用数据分析工具实时跟踪各项活动的表现,根据不同活动的 ROI(投资回报率)调整投入比例,以确保资金的高效利用。

#### 6.4. 推广方案与市场活动

#### 6.4.1. 线上多渠道推广策略

保了么将采用线上多渠道的推广策略,充分利用互联网的优势进行市场渗透,以更精准地触达目标用户。首先,平台将通过搜索引擎优化(SEO)提高在各大搜索引擎中的排名,从而增加自然流量,提升品牌曝光度,确保更多潜在用户能够通过关键词搜索轻松找到平台。

此外,保了么还将通过建立用户社区和互动平台,增强与用户之间的联系,提高用户的参与度和粘性。通过在平台内设立讨论区、问答社区以及保研经验分享平台,用户不仅能够获得实用的保研信息,还能与其他学生互相交流经验,增强平台的社群效应。

为了进一步扩大影响力,保了么将与知名教育平台和社交媒体合作,在短视频、直播等热门媒介上推出相关内容,吸引更多潜在用户。具体措施包括在 B 站和小红书上开设"保研上岸日记"专栏,邀请 TOP5 高校的导师与学长学姐分享保研经验和成功故事,以此来吸引那些正在准备保研的学生群体关注平台。此外,平台还将在知乎 Live 上举办系列讲座,邀请知名高校导师与教育专家进行在线直播互动,为用户提供专业的保研建议和指导,增强品牌在专业领域的权威性。

为了进一步提升用户的活跃度和传播力,保了么将开发保研进度小游戏,通过微信裂变传播的形式,鼓励用户参与并分享自己的保研进度和心得。游戏将设计为与保研进度相关的互动内容,用户可以通过邀请朋友加入、分享进度等方式获得奖励,从而在社交圈内快速传播平台信息,增加用户参与度和新用户增长。

通过这些针对性的线上推广策略,保了么将能够精确覆盖目标群体,提升品

牌知名度和用户粘性,进一步推动平台的市场渗透和增长。

# 6.4.2. 线下市场渗透与合作

在线下推广方面,保了么将组织并参与各种教育相关的行业展会、研讨会、 讲座等活动,以提高品牌的线下知名度,拓展客户资源。通过参加这些活动,保 了么能够与教育行业的专业人士、学校代表和学生群体进行直接的沟通和交流, 展示平台的优势和专业性,进一步扩大平台的市场认知度。

此外,保了么将通过与高校、教育培训机构的深度合作,开展合作项目,直接触达目标客户群体。保了么计划在 30 所重点高校设立"保研加油站"实体站点,提供现场咨询、保研指导和文书修改等服务,帮助学生在面对保研挑战时获得及时的支持。这些实体站点将成为学生了解平台服务、获取个性化帮助的重要渠道,进一步促进平台的线下渗透。

保了么还将与新东方等知名教育培训机构合作,开展"保研集训营"项目,整合线上线下资源,提供专业的保研辅导和面试模拟训练。该集训营将吸引更多有意向的学生报名,增加平台的曝光率和用户量,同时提升平台在教育行业中的专业影响力。

此外,保了么还将通过赞助大学生创新创业相关竞赛中的高人气赛道,进一步提升品牌的社会影响力。这一举措不仅能为平台树立责任感和专业形象,还能够将保研服务与学生的创新创业精神相结合,吸引更多有志于提升自身学术和职业发展的学生群体。

通过这些具体的线下推广措施,保了么将能够在多场景中深化市场渗透,提 升品牌的知名度和影响力,为平台带来更广泛的客户资源。

#### 6.4.3. 阶段性推广活动与行业生态构建

在不同的市场阶段,保了么将采取相应的推广策略来达成阶段性目标。在初 创期,我们将通过低成本的线上推广和参加行业展会的方式,快速吸引用户并积 累口碑;在成长期,我们将逐步加大市场投入,整合线上线下资源,建立长期稳 定的客户群;在成熟期,保了么将专注于品牌建设,通过更高端的推广活动,提 升品牌形象并拓展国际市场。通过这些阶段性活动,保了么将逐步构建一个良性 发展的行业生态,推动整个教育行业的智能化进程。

#### 6.5. 市场开发策略

#### 6.5.1. 产品差异化与市场定位

为了在竞争激烈的市场中脱颖而出,保了么将通过产品差异化策略确保自己 在教育领域的独特竞争力。通过人工智能、大数据等技术,保了么为学生提供定 制化的保研解决方案,使得每个客户的需求都能得到精准的满足。公司还将不断 优化产品,拓展服务种类,提升服务质量,以满足市场上不断变化的需求。

#### 6.5.2. 品牌形象塑造与宣传

品牌形象的塑造是保了么市场开发的重要任务之一。为了确保品牌的长久发展,保了么将通过参与社会公益、环境保护等活动,提高公司在社会上的美誉度,塑造一个富有社会责任感的企业形象。此外,保了么还将通过与知名教育机构的合作,提升品牌在学术界的认可度,树立一个技术领先、服务优质的品牌形象。

### 6.5.3. 拓展合作伙伴与渠道

为了进一步扩大市场份额,保了么将不断寻找新的合作伙伴,尤其是行业内的教育机构、科技公司、科研单位等,建立互利合作关系。通过渠道拓展,保了么能够实现资源共享和优势互补,从而提升市场渗透率。

# 6.5.4. 建立客户关系与长期价值

保了么深知客户关系的长期维护对企业发展的重要性,因此我们将建立完善的客户关系管理体系(CRM),确保能够持续跟进客户需求,提供个性化的服务。通过建立良好的客户关系,不仅能够提升客户的忠诚度,还能为公司带来持续的回报与市场增长。

# 7. 生产与运营管理

#### 7.1. 公司选址与办公环境布局

保了么 APP 的公司选址考虑了高效的工作环境以及企业的快速发展需求。 我们选择了位于武汉理工大学的科技创新园区,这一地区集中了大量技术型企业 和创业公司,且靠近多所知名高校,能够为我们提供人才支持和学术合作机会。 园区内配套完善的科技创新设施与灵活的办公空间,符合公司日益增长的技术研 发需求。办公环境也注重员工的舒适与效率,空间设计开放且具有创意,旨在提 升员工的工作动力与团队合作精神。

#### 7.2. 技术研发与平台优化

# 7.2.1. 技术研发战略与规划

技术研发是保了么平台发展的核心驱动力。为了提升平台的智能化水平,保 了么将继续加大在大数据分析、人工智能算法和云端平台的技术研发投入。我们 的技术战略将重点集中在提升平台的数据处理能力、优化个性化指导功能,并持 续推进文书管理和面试模拟系统的智能化。

保了么将通过加强平台的数据处理能力,利用深度学习和自然语言处理技术 提升文书管理与自动排版的精准度,确保文书生成的质量和效率。平台将根据学 生的背景与需求,提供更具针对性的个性化服务,帮助每个用户在保研过程中获 得更精准的辅导。此外,为了进一步优化面试辅导功能,保了么将开发多模态面 试系统,该系统将结合语音、视频和文本分析,为学生提供全面的面试反馈和建 议。

在未来的技术路线中,保了么的研发将分阶段推进:到 2025 年第三季度,我们计划完成多模态面试系统的开发,全面提升面试模拟的互动性和精准性;在 2026 年第三季度,平台将接入 GPT-4 架构,升级文书系统,利用最新的自然语言处理技术,进一步提升文书自动生成和润色的能力,使文书质量更加符合不同院校的高标准要求;到 2027 年,保了么将建立保研大模型训练平台,通过大规模的数据训练,构建更加精准和高效的智能化辅导系统,为学生提供从保研规划

到面试模拟的全流程服务。

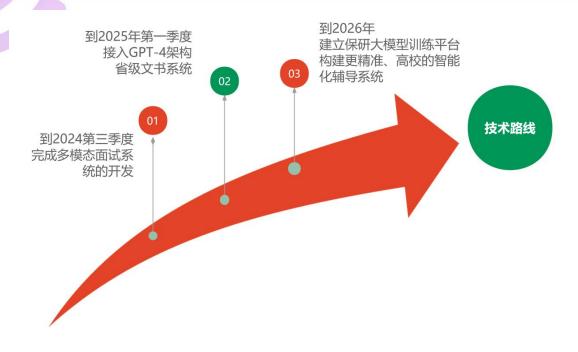


图 7-1 技术路线发展图

同时,平台将继续扩展与高校及相关教育机构的合作,引入最新的教育技术和工具,确保平台能够与时俱进,持续满足用户日益增长的需求。通过不断更新和完善技术架构,保了么将在教育信息化领域保持技术领先,成为保研辅导服务的行业标杆。

# 7.2.2. 生产与服务运营优化

为了实现平台的可持续发展与高效运营,保了么将不断优化生产和服务流程。 首先,生产模式将以平台为核心,通过云端技术支持平台的平稳运行。生产过程 包括数据的采集、处理、分析和推送,将通过自动化技术提升效率,减少人工干 预。为了提高服务质量,我们将整合智能客服和机器学习算法,通过自动化工具 为用户提供更为精准的服务。平台还将进一步优化资源配置,确保平台服务的及 时响应与稳定性。

#### 7.3. 产品服务与质量管理

#### 7.3.1. 供应链与物流管理

保了么平台通过大数据分析和云端架构的技术手段,确保与各大高校、培训 机构等的系统对接,保证信息流通的顺畅与及时性。这使得平台能够实时更新并 传递保研相关信息,确保用户能够及时获得最新的政策和服务。

为了提高平台的稳定性和服务的可靠性,保了么建立了云服务双备份机制,使用阿里云和腾讯云两个云服务提供商,以确保在任何一方出现故障时,数据和服务能够快速恢复,最大限度减少服务中断的风险。此外,平台与 WPS 达成了API 接口合作,通过文档的云端协同管理,确保文书服务的高效性和准确性。学生提交的文书可以实时上传至云端进行审查与修改,确保文件的安全性和操作的便捷性。

在数据安全方面,保了么制定了数据安全三级响应预案,通过定期的安全评估、数据加密和用户隐私保护等措施,确保平台能够在面对不同安全威胁时迅速响应,保障用户的数据隐私和信息安全。

通过这些技术与合作措施,保了么能够确保平台的数据流动高效且安全,保 障了所有用户的服务质量和数据安全,进一步提升了平台在教育服务行业中的竞 争力和用户信任度。

# 物流管理+供应链



大数据分析+云端结构

确保与各大高校、培训机构等的系统对接,保证信息流的顺畅、及时、准确



数据安全三层响应机制

定期安全评估、数据加密和用户隐 私保护等措施,保障用户的数据隐 私和信息安全



云服务双备份机制

使用阿里云与腾讯云两个云服 务提供商,保证数据服务稳定 可持续,提升信息准确性

图 7-2 供应链与物流管理保障示意图

# 7.3.2. 服务流程与客户体验管理

保了么注重服务流程的优化和客户体验的提升。为了让用户更好地了解平台 功能与服务,我们为每个用户提供了详细的操作指南和个性化的入驻流程。通过 精准的需求分析,平台能够在用户初次登录时根据其个人资料和需求提供定制化

服务。在用户体验方面,保了么不断创新,通过智能推送、自动排版、文书模板等功能,简化了用户操作,提升了使用的便捷性与效率。同时,平台设置了用户反馈机制,通过数据挖掘和用户反馈不断调整优化服务流程,以确保每一位用户都能体验到最优质的服务。

# 7.4. 服务与售后管理

#### 7.4.1. 服务质量控制与改进

为了确保高质量的服务,保了么建立了一套严格的服务质量控制体系。我们设立了专门的服务质量监控小组,负责对平台服务的各个环节进行监督和检查,确保从用户咨询、信息推送到文书提交等各项服务都经过严格评估和把关。每一个服务环节都将进行定期审查,以确保服务的高效性和可靠性。

为了进一步提高服务质量,我们定期收集用户的反馈与建议,并基于这些数据不断进行优化与调整。平台的智能客服系统将实时监控服务质量,确保用户在使用过程中没有遇到问题,并在发生问题时,及时给予解决。我们致力于通过智能化手段,不断提升服务的响应速度和解决效率,确保用户的需求得到快速满足。

保了么承诺在 48 小时内完成文书的响应和修改,并确保在 24 小时内交付面 试反馈,以提高学生在保研过程中的效率。为了确保及时的服务,我们还设立了 7×12 小时在线答疑,确保学生在任何时间段都能获得即时的帮助和支持。此外,保了么对用户满意度的要求≥95%,并且 NPS(净推荐值)要求≥80,以保证平台服务的高质量和用户的高度满意。

通过这些具体的量化服务标准,保了么能够确保每一位用户都能够享受到高 质量的服务体验,并不断根据用户反馈进行优化,保持平台在服务质量上的持续 领先地位。

# 7.4.2. 技术支持与客户反馈

在技术支持方面,保了么为用户提供了全天候在线技术服务,通过平台自带的 FAQ 系统和智能客服,用户可以快速获得技术支持。与此同时,平台也为用户提供了通过邮件、电话等渠道进行一对一的技术咨询服务。为了进一步提升用

户满意度,我们还设立了客户反馈机制,定期收集用户的意见和建议。每一条反馈都会被认真对待,并用于改进平台的服务功能和性能。通过这些措施,保了么确保了平台的技术支持与服务质量不断提升。

#### 7.5. 知识产权保护与技术研发

#### 7.5.1. 专利与技术成果保护

保了么高度重视技术研发成果的保护,并已申请了多项与人工智能、大数据 分析相关的专利,覆盖了平台的智能推荐算法、文书自动排版技术等核心功能。 为了确保这些技术成果的安全,公司在与技术供应商和研发团队的合作中签署了 严格的保密协议,确保核心技术不外泄。通过这些措施,保了么能够有效防止技术成果在合作过程中被泄露或滥用,保障公司在教育科技领域的技术领先地位。

目前,保了么正在申请包括"智能面试评估系统"在内的3项专利,进一步完善和扩展其技术壁垒。这些专利的申请不仅为平台的技术创新提供了法律保障,还增强了公司在市场上的技术优势。

为了更加规范地管理和保护公司的知识产权,保了么还建立了知识产权管理部门,专门负责专利申请、版权保护和技术成果的管理。所有涉及公司核心技术的合作伙伴必须遵守严格的技术保护措施,以确保公司的技术优势不受侵犯。此外,平台计划在 2025 年前完成商标全类注册,进一步扩大公司在各个领域的品牌保护范围,确保在全球范围内的知识产权不被侵犯。

#### 8. 组织设计

# 8.1. 组织架构

#### 8.1.1. 公司基本构架

- (1) 公司组织形式:有限责任公司
- (2) 公司治理结构:公司设董事会、监事会和总裁,监事会即股东大会,由公司股东承担,负责责监督公司的运营状况。公司总部管理体制分为高层、中层和基层三个层次。高层,即公司的领导班子,由总裁和总监组成;中层,即各职能部(室)的负责人;基层即各职能部(室)的工作人员。除监事会之外,管理层成员都由创业公司成员构成,直接对总经理负责。股东大会是公司的最高权力机构,监事会由股东大会承担,因此股东大会还承担监督责任,董事会是公司的最高决策机构,总经理是公司的最高执行机构。
- (3)公司组织结构:为了更加高效的管理公司成员,公司采用如下的组织结构:设董事长一名,下设一名总经理,负责公司整体的重要决策、运营管理和重大事务的协调处理。下设综合管理部、研发技术部、运营策划部和财务部四个部门。其中,研发技术部为本公司的核心,综合管理部分管行政人力部和客服部,运营策策划部分为策划部和销售部。

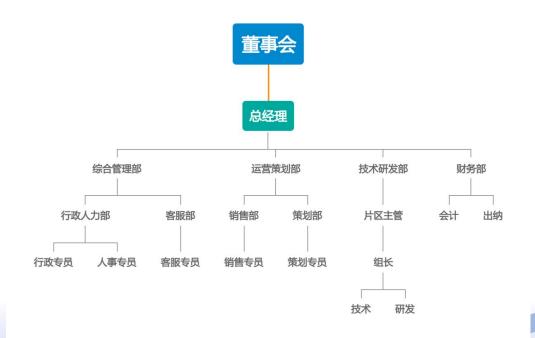


图 8-1 组织构架

# 8.1.2. 公司部门及岗位职责

结合公司实际情况,各职能部门,岗位设置及人员分布如下表 13 所示。

表 8-1 部门划分、岗位职责及人员分布

们略	1	岗位	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
经理	■层	总经理	制定企业发展战略、经营计划及规章制度;批准公司年度财务计划。
	行	行政人力部负 责人	负责主持本部门的全面工作,负责落实《行政人力部职责》, 管理部门人员全面完成各项工作。
行政	政人	行政专员	负责协助部门经理的工作,制定本岗位工作目标计划与总结,收集和了解各部门的工作动态负责办公会议,做好员工考勤统计。
部	力部	人事专员	协助部门经理工作,为重大人事决策提供建议和信息支持,监督公司人事管理制度,做好各部门间的协调工作。
客	服	客服部负责人	向总经理提交客户信息,带领部门人员与顾客保持良好的关 系,分析客户群体及客户消费水平,定期对客服专员进行培训和考 核。
部	部	客服专员	办理客服信息的传递与数据汇总、电子台账的建立、接听电话, 电话回访,处理客户投诉,了解客户动态和需求,负责经营区域客 户的咨询、查询解答、商品介绍、演示及客户使用问题。
运	销	销售部负责人	公司总体营销计划的制定和推进,各项营销方案的审定、监控、以及费用的平衡与控制。
营策	售部	销售专员	制定营销规划、制定产品发展计划,跟踪、监督、检查、调整产品项目区域发展计划的执行情况,分析产品的推广方式。
部	策	策划部负责人	公司总体营销方案的设计和制定新产品的设计、包装、营销方案审核,营销团队的选择、建设、激励和沟通。

	却部	策划专员	负责公司网页、微信公众号、APP的运营、维护和市调,进行市场分析,做出相应的调整建议,负责公司所有项目的广告设计与制作。
技		片区主管	对区域内的技术人员进行全面的培训、监督、检查和绩效考核,保障该区的服务质量。
术研	区主	技术部负责人	负责公司技术管理制度的制定、监督和指导,负责技术部工作 情况及相关数据分析。
发部	管	研发部负责人	负责产品的开发、研制工作,制定产品的研发计划,负责研发 资料、测试报告、研发报告等。
财		会计	了解、掌握国家有关财务的工作制度、政策、公司的会计核算和财务管理的各项规定并正确实行。
务部		出纳	办理现金收支和银行结算业务, 严格按照我国有关现金管理和 银行结算制度的规定。

# 8.2. 创业团队

本公司团队分工合理,专业优势互补,以下是主要创业团队信息。

表 8-2 主要团队信息

专业背景	荣誉及特长	公司职务
计算机科学与技术	擅长 Web 端应用开发,拥有参与大型项目研发经验	总经理
网络与新媒体	全国大学生创新创意与创业国家一等奖;大学生广告艺术大赛国家三等奖,多年产品设计与运营经验	产品主管

软件工程	计算机设计大赛国家二等奖、软件杯国家三等奖,软件著作权两项,金山办公前端工程师	技术主管
广告学	2024年全国大学生广告艺术大赛优秀奖获得者, 2024年全国高校商业精英挑战赛三等奖得主。擅长产 品全生命周期策划与营销全案设计,具备从市场洞察到 商业落地的全链路能力	产品部
会计学	获德国亚琛工业大学"人工智能在工业中的应用"项目荣誉证书。擅长财务报表分析、税务筹划与风险控制	财务主管

# 8.3. 组织结构设计

#### 8.3.1. 初创期

在创业初期,公司规模较小,因而公司初期组织架构主要设置主要采取职能型,偏向扁平式的组织的模式。这种模式是将公司按照日常运营需求按照业务职能,如财务、人力、技术等进行划分。这种组织管理模式为公司的发展奠定了坚实的基础。通过明确各大部门的职能,公司能够构建出一个高效、有序的内部运营体系,从而显著减少了不必要的权力纠纷和内部摩擦。在清晰的职责划分下,各部门员工能够专注于自身的工作任务,提高工作效率,进而推动整个公司的业务发展和创新。

# 8.3.2. 成长期

经过初期的发展,公司已经具有一定的规模,为适应公司进一步发展,公司

在成长阶段将对组织结构进行重新调整,采用直线职能制的组织形式,细化职能部门,使公司分工更明确,各部门专业性更强。公司成长期组织结构如图所示。

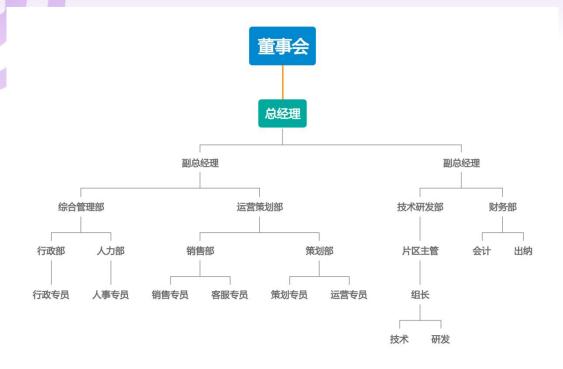


图 8-2 成长期组织结构

# 8.3.3. 成熟期

公司成熟期对组织架构进行优化化,增设管理岗位以规范管理流程,取消岗位职责兼并日常管理事务,并分别管理综合管理部、运营策划部和技术研发部、财务部;随着业务增长,运营策划部将负责与公司、研究所和政府等建立长期合作关系;增设员工培训与发展部门,专注于提升员工的专业技能和团队协作能力;通过建立绩效评估体系,激励员工的积极性和创造性,确保团队与公司目标一致;加强与外部合作伙伴的交流与合作,通过举办行业论坛、研讨会等活动;加强行业内的交流与合作,提升公司在行业内的影响力和竞争力。通过这些综合措施,公司将能够在市场成长期实现健康、稳定和可持续的发展。

#### 8.4. 员工薪酬

#### 8.4.1. 薪酬管理

根据公平性原则、竞争性原则、激励性原则和经济性原则,将薪资制定为下表 15,由于本公司核心为技术研发部,薪资主要向技术研发部人员倾斜。对表现突出的主管和员工予以一定程度的奖励。

表 8-3 岗位薪资表

岗位等级	薪资(元)	对应岗位	
1	7000	公司总经理	
2	6000	技术研发部负责人	
3	5000	各项目部负责人	
4	3500	各部门专员	

# 8.4.2. 薪酬结构

薪资组成=基本工资(含工龄工资)、绩效奖金、年终奖金、福利津贴、评 比奖金、特别贡献奖等。薪酬水平的影响因素,如表 8-4 所示。

表 8-4 薪酬水平的影响因素

影响因素	因素权重	分数分配
知识	15%	150
经验	20%	200
管理责任	12%	120
<b>决策责任</b>	25%	250
内、外部联系	10%	100
管理员工数	8%	80
研究与分析	10%	100
总分	100%	1000

绩效奖金的计算公式为: 绩效奖金=奖金基数×绩效系数

年终奖是在年底根据各部门的业绩指标、岗位价值和个人绩效考核评定;同时,对于在产品研发中取得重大突破的员工发放研发奖金,激励科技研发相关人

员不断进步;也会按照合同金额的 2%-2.5%提取营销人员的奖金;对于有加班的员工,按照实际情况支付一定的加班工资。

此外,公司还设置了保障类、日常补贴类、节日福利、礼品类、礼金类、公司活动、医疗保健类、工作奖励类等八大类福利,切实提高员工的生活幸福度和满意度。

#### 8.4.3. 职工奖励

对于优秀主管和员工,将在公司公告栏及网站上张榜公布;除了个人激励之外,公司还对优秀团队进行奖励,促进公司合作共赢文化的建立。

#### 8.5. 人力资源开发

公司实行技术与管理双通道晋升的机制,不管实在能力技术上还是管理技术方面,都注重员工的培养。本公司也会定期举行优秀主管和员工的评选活动,提升主管、员工之间的竞争力,总整体上提升公司员工的综合素质和能力,提高整个公司的效率,从而实现公司的收益最大化。

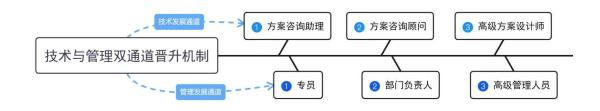


图 8-3 技术与管理双通道晋升机制

#### 8.6. 绩效体系

为促进公司持续、快速、稳定的发展实现员工与公司目标的同步达成,公司 秉承着合理的原则对管理层以及员工进行多方面的绩效考核,帮助大家更好的要 求自己和提高自己,对考核优秀的员工予以表扬,对考核成绩较差的员工予以辅 导。绩效考核环节如图 8-4。





图 8-4 绩效考核环节图

考核主体以员工直接上级考核为主,其他相关人员参与为辅。总经理考核人为董事长,复核人为股东会;中层管理人员(各部门负责人)考核人为总经理,复核人为董事长;员工的考核人为直接上级,复核人为上级主管。

# 9. 财务分析

# 9.1. 会计假设与方法

#### 9.1.1. 会计核算方法

保了么公司严格遵循企业会计准则开展会计核算工作。以持续经营为基本前提,依据实际发生的各类交易和事项进行确认、计量,并以此为基础编制财务报表。在会计期间设定上,采用公历年度,即从每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。记账本位币选定为人民币,确保财务数据的一致性和可比性。记账基础遵循权责发生制,各项资产均按照取得时的实际成本进行计价,为财务数据的真实性和可靠性奠定基础。

#### 9.1.2. 主要财务假设

鉴于公司业务的特性以及对资产质量的评估,在预测期内,存货、固定资产、长期投资不计提相应的资产减值准备。但会持续密切关注资产状况,若出现减值迹象,将及时进行调整。

应付账款和应收账款按照实际发生额入账。其中,应收账款按照实际发生额的 0.5%计提坏账准备 ,以此合理预估可能出现的坏账损失,保障财务数据的 稳健性。

项目投资设定为期初一次性投入,费用、成本、税金等在年末进行结算,收入也在年末确认取得。这种假设便于在财务预测和分析中统一时间节点,简化计算过程。

固定资产采用直线法进行折旧,预估经济寿命为 15 年,期末无净残值;无 形资产同样按直线法进行摊销,预计摊销期限为 10 年,期末无净残值。通过这 种方式,合理分摊资产成本,准确反映资产的使用价值损耗。

公司在运营的前两年,为积累发展资金,不进行分红。从第三年起,分别按净利润的 20% 进行分红。同时,按净利润的 10%计提法定盈余公积,按 5% 计提任意盈余公积,以增强公司的财务储备和抗风险能力。

遵循相关规定,按职工工资的 14% 计提职工福利费,用于保障职工的福利支出,确保公司在人力成本核算上的合规性。

为简化财务预算处理,在本次财务分析中暂未考虑增值税因素。项目所得税 按照 25% 的税率进行计算,以符合当前的税收政策环境。

# 9.2. 财务预测

#### 9.2.1. 未来五年营业收入预测

表 9-1 营业收入预算表(单位:万元)

项目	2025年	2026年	2027年	2028	2029
会员服务收入	17	40	85	97	114
定制化服务收入	40	55	75	105	150
数据分析服务收入	20	30	45	60	90
广告收入	15	25	30	45	55
资料收入	6	13	28	33	38
总收入	98	163	263	340	447

保了么的营业收入主要来源于会员服务、定制化服务以及数据分析服务等。 结合当前保研服务市场的发展态势以及公司的市场拓展计划,预计未来五年公司 营业收入将保持较为高速的增长。

2025年公司处于市场开拓初期,随着品牌知名度的提升、用户数量的增加以及服务内容的不断优化。2028-2029年,公司将进一步深化市场渗透,拓展服务领域。随着市场逐渐趋于饱和,后续增长速度可能会有所放缓,但公司将通过持续创新服务、拓展新市场等方式,保持收入的稳定增长。

#### 9.2.2. 未来五年主要成本费用

表 9-2 营业成本预算表(单位:万元)

项目	2025 年	2026 年	2027年	2028 年	2029 年
技术研发成本	20	20	22	25	28
人力成本	48	52	56	60	65
营销成本	15	20	25	30	35

运营成本	5	7	9	11	15
其他成本	3	4	5	6	8
营业成本总计	91	103	117	132	151

表 9-3 成本费用预算表 (单位: 万元)

项目	2025 年	2026 年	2027年	2028 年	2029 年
营业税金及附加	2.38	4.41	7.14	10.71	15.05
销售费用	10	15	25	30	35
管理费用	15	20	25	30	35
财务费用	3	5	8	10	12
研发费用	20	20	22	25	28
成本费用总计	50.38	64.41	87.14	105.71	125.05

在未来五年,公司营业成本主要包括技术研发、人力、营销、运营及其他直接与业务运营相关的成本。随着业务规模扩大,营业成本呈上升趋势。这是由于公司在技术升级、人员扩充、市场拓展和运营优化等方面投入不断增加。

而除营业成本外,公司还存在营业税金及附加、销售、管理、财务和研发等费用。销售费用的增加是为了提升品牌知名度和市场占有率;管理费用增长反映了公司管理体系的完善和人员的扩充;财务费用变化与公司融资规模和资金使用情况相关;研发费用持续上升,体现了公司对技术创新和服务优化的重视。

公司将通过优化运营流程、提高资源利用效率等方式,合理控制成本费用的增长,确保盈利能力。

# 9.3. 财务报表

# 9.3.1. 资产负债表预测

表 9-4 资产负债表(单位: 万元)

资产	2025 年	2026 年	2027年	2028 年	2029 年		
流动资产:							
货币资金	-17.76	-13.17	54.69	165.98	345.93		
应收账款(假设)	0	0	0	0	0		
存货(假设)	0	0	0	0	0		
流动资产合计	-17.76	-13.17	54.69	165.98	345.93		
非流动资产:							
固定资产	45	40	35	30	25		
无形资产	16	12	8	4	0		
非流动资产合计	61	52	43	34	25		
资产总计	43.24	38.83	97.69	199.98	370.93		
负债及所有者权益	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年		
流动负债:							
短期借款	30	30	30	30	30		
应付账款(假设)	0	0	0	0	0		
应付职工薪酬(假设)	0	0	0	0	0		
流动负债合计	30	30	30	30	30		
非流动负债:							
长期借款(假设)	0	0	0	0	0		
非流动负债合计	0	0	0	0	0		

负债合计	30	30	30	30	30
所有者权益:					
实收资本	100	100	100	100	100
未分配利润	-43.38	-31.69	25.2	107.92	236.13
所有者权益合计	56.62	68.31	125.2	207.92	336.13
负债及所有者权益 总计	86.62	98.31	155.2	237.92	366.13
货币资金	-17.76	-13.17	54.69	165.98	345.93
应收账款(假设)	0	0	0	0	0

公司总资产呈现逐年上升趋势,从 2025 年到 2029 年,公司规模不断扩大。 负债方面,2025-2029 年持续增长,主要是为满足业务扩张需求进行借款融资。 其中流动负债和非流动负债均有所增加,反映公司合理利用债务资金支持发展。 所有者权益同样逐年递增,体现公司盈利能力增强,为股东创造了更多价值。

## 9.3.2. 利润表预测

基于以上财务假设,编制出利润表报表:

表 9-5 利润表 (单位: 万元)

项目	2025	2026 年	2027	2028 年	2029 年
			年		
营业收入	98	163	263	340	447
营业成本	91	103	117	132	151
营业税金及附加	2.38	4.41	7.14	10.71	15.05
销售费用	10	15	25	30	35
管理费用	15	20	25	30	35
财务费用	3	5	8	10	12
研发费用	20	20	22	25	28
营业利润	-43.38	15.58	75.86	110.29	170.95
利润总额	-43.38	15.58	75.86	110.29	170.95
所得税(假设税率	0	3.89	18.97	27.57	42.74

净利润 -43.38 11.69 56.89 82.72 128.21 公司营业收入在 2026 - 2029 年快速增长。2025 年由于前期投入较大,营业成本较高,导致营业利润和净利润为负。随着业务拓展和规模效应显现,2026 年开始盈利,之后逐年大幅增长,表明公司盈利能力不断提升,经营成果显著。

## 9.3.3. 现金流量表预测

表 9-6 现金流量表 (单位: 万元)

项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029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	98	163	263	340	447
收到的税费返还	0	0	0	0	0
收到其他与经营活动有关的现金	0	0	0	0	0
经营活动现金流入小计	98	163	263	340	447
购买商品、接受劳务支付的现金	114	134	156	179	209
支付给职工以及为职工支付的现金	48	52	56	60	65
支付的各项税费	2.38	4.41	7.14	10.71	15.05
支付其他与经营活动有关的现金	28	40	58	70	82
经营活动现金流出小计	192.38	230.4	277.1	319.7	371.05
经营活动产生的现金流量净额	-94.38	-67.41	-14.14	20.29	75.95
二、投资活动产生的现金流量:					
购建固定资产、无形资产和其他长	70	0	0	0	0
投资支付的现金	0	0	0	0	0
取得投资收益收到的现金	0	0	0	0	0
处置固定资产、无形资产和其他长	0	0	0	0	0
投资活动现金流入小计	0	0	0	0	0
投资活动现金流出小计	70	0	0	0	0
投资活动产生的现金流量净额	-70	0	0	0	0
三、筹资活动产生的现金流量:					

取得借款收到的现金	30	0	0	0	0
吸收投资收到的现金	0	0	0	0	0
筹资活动现金流入小计	30	0	0	0	0
筹资活动产生的现金流量净额	30	0	0	0	0
四、汇率变动对现金及现金等价物	0	0	0	0	0
五、现金及现金等价物净增加额	-105.2	-27.11	36.56	79.49	146.05
加: 期初现金及现金等价物余额	0	-105.2	-132.3	-95.83	-16.34
六、期末现金及现金等价物余额	-105.2	-132.3	-95.83	-16.34	129.71

公司的现金流量大部分来自于经营活动中的销售商品及提供劳务,且现金流量保持稳定增长,流入量较大;公司货币资金充足,资金流动性较强,具有良好的资金运营能力,表示公司经营稳定向好发展。

## 9.4. 财务指标分析

## 9.4.1. 偿债能力分析

项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
流动比率	0.77	1.52	1.54	1.78	1.87
速动比率	0.60	1.18	1.20	1.39	1.45
资产负债率	0.55	0.67	0.65	0.65	0.60
产权比率	1.23	1.99	1.86	1.82	1.48

表 9-7 偿债能力分析

公司五年的流动比率始终保持在 1.5-1.8 之间, 速动比率保持在 1.1-1.5 之间, 在企业初期是较为合理的。从 2026 年开始逐渐下降, 表明此时公司正处于迅速发展扩展阶段, 在经过这段时期后, 公司将迈入稳定阶段, 并呈现的良好短期偿债能力。公司 2026-2029 年来的资产负债率始终保持在 0.65 左右, 产权比率 2026-2029 年在 1.48 以上, 说明公司具有良好的长期偿债能力。



图 9-1 偿债能力分析

## 9.4.2. 营运能力分析

表 9-8 营运能力分析

项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
总资产周转率	0.33	0.46	0.40	0.32	0.39
流动资产周转率	0.45	0.98	0.85	0.59	0.71
存货周转率	2.03	4.39	3.81	2.64	3.19
应收账款周转率	1.19	2.07	1.79	1.24	1.50



图 9-3 盈利能力分析

公司的总资产周转率是衡量资产投资规模与销售水平之间配比情况的指标, 它呈现出了稳步上升的趋势,说明公司的管理能力较好,总资产投资较为得当, 资金的使用效率较高,内部资产管理能力强。

公司实现流动资产周转率良性变动,说明公司充分有效地利用流动资产,使流动资产的综合使用效率提高。公司的存货周转率始终保持在2以上,说明企业销售质量高,在逐步扩大生产,能够收回绝大部分的资金,收入的质量高,资金利用效果好。通过以上指标分析得出,公司在五年的发展过程中,通过合理的资产管理使企业的营运能力得到大幅提升。

## 9.4.3. 盈利能力分析

项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
销售净利率	10.03	19.48	19.15	27.32	33.19
总资产净利率	6.32	9.00	7.68	8.73	12.85
权益净利率	14.09	26.92	21.96	24.61	31.89

表 9-9 盈利能力分析



图 9-4 盈利能力分析

公司成立后迅速进入市场,销售净利率持续增长并于 2028 年达到 27.32%。 总资产收益率和权益净利率也在稳步攀升。分析表明 2029 年起,公司进入成长期,运营情况渐入佳境。随着业务量的上升,平均成本降低。销售净利率升至 30%以上,说明本项目具有良好的投资前景且公司具有一定的竞争实力和发展实力。2029年后公司进入成熟期,各项比率基本稳定并始终保持在高水平运转。

## 9.4.4. 发展能力分析

项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
营业收入增长率	-	44.92	57.64	80.00	100.0
净利润增长率	-	157.5	74.94	156.8	142.9
总资产增长率		75.51	59.41	63.41	54.01

 1.8

 1.6

 1.4

 1.2

 1

 0.8

 0.6

 0.4

 0.2

 0

 2025年
 2026年

 2027年
 2028年

 2029年

 - 营业收入增长率
 净利润增长率

 总资产增长率

表 9-10 发展能力分析

图 9-5 发展能力分析

公司未来各发展能力指标均为正值,说明销售收入、净利润、总资产持续增长,整体发展态势良好,前景可观。2026年的净利润增长率达到157%,说明2026年增速较快,其中还因为2025年基数比较小,所以增长率达到了150%以上。

根据公司战略规划,2028年起公司正式进入成长期,营业收入与净利润均实现稳定增长。总资产增长率实现稳定增长,资本不断积累,为企业的进一步发展提供了充足的内部资金。2029年三项指标均较高,说明公司前期做的准备工作,如网络平台的搭建,新媒体宣传,品牌效益等积攒了一定的口碑,导致收入同比增长较多,净利率增长率维持在一个较高水平,在100%以上,企业的经营情况非常乐观,销售额增长地非常的迅速。

## 10. 投资分析

## 10.1. 融资及投资方案

#### 10.1.1. 股本结构与规模

公司成立时注册资本设定为 200 万元,这一初始资本为公司的启动和早期运营提供了必要的资金支持。在初创期,股本结构的设计充分考虑了各方面的贡献和需求。创始人凭借其对项目的发起和主导作用,占股 59%,以确保对公司的控制权和发展方向的引领;其他股东共占股 17%,他们可能是在行业内具有一定资源或经验的合作伙伴,为公司带来了额外的支持;技术团队占股 18%,凸显了技术在公司发展中的核心地位,激励技术团队为公司的技术创新和产品研发贡献力量;武汉理工大学大学生创业基金占股 6%,体现了学校对创业项目的扶持,借助学校的资源和平台,有助于公司获取更多的支持和机会。股本结构如下:

项目	创始人	其余股东	技术团队	创业基金	合计
投资比率	59	17	18	6	100

表 10-1 初创期股本规模



图 10-1 初创期股本结构

成长早期,公司在市场上取得了初步的成功,展现出良好的发展前景。为了

进一步扩大业务规模、提升市场竞争力,公司计划引入风险投资 600 万元。基于对公司合理估值以及股本结构的综合考量,预划拨 15% 股份给予风险投资 (VC)。同时,为了激励员工的积极性和创造力,预留 9% 股份用于期权激励。在这一过程中,经过创业团队内部的充分沟通,技术团队和其余股东协议约定为"一致行动人",创始人股权变更 9% 给其余股东以及技术团队。通过这些调整,融资后的股权结构更加多元化,创始人占股 50%,其余股东占股 26%,风险投资占股 15%,期权激励占股 9%。这种股权结构既保证了创始人的相对控制权,又为公司引入了外部资金和资源,同时为员工提供了激励机制,有利于公司的长期稳定发展。融资后股权结构如下表:

 项目
 创始人
 其余股东
 风险投资
 期权激励
 合计

 投资比率
 50
 26
 15
 9
 100

表 10-2 成长期股本结构

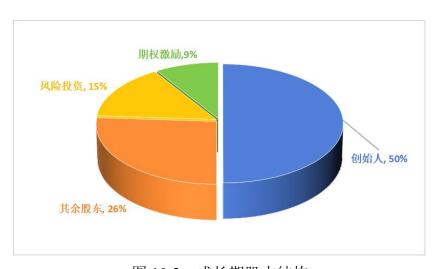


图 10-2 成长期股本结构

## 10.1.2. 融资策略与资金运用

公司依据不同的发展阶段,制定了针对性的融资策略和资金运用计划,以满足公司在各个阶段的资金需求,推动公司的持续发展。公司采取如下筹资方式:

表 10-3 筹资策略

时期	资金需求	筹资策略

创业期	1.初创公司费用研发光伏巡检清污系统	1.团队自筹资金
	2.初创公司费用	2.大学生创业基金
		3.国家创业补贴
发展期	1.市场进一步推广	1.企业权益资金
	2.建立光伏地质数据库	2.学校免息贷款
		3.吸纳风险投资
扩张期	1.运维系统的进一步监控	1.直接股权融资
	2.数据库的更新完善	2.战略伙伴入股
		3.银行信用贷款

公司创立初期(2025-2027),为缓解系统类项目所面临的一定收账压力,保证现金流充足,预计需要资金 200 万元。由法人代表和股东自筹 99 万,其他股东筹集资金 17 万元,技术团队入股 18 万元,武汉理工大学大学生创业基金投入 6 万元,国家补贴 10 万元。

表 10-3 筹资策略

项目	金额(万元)	占比
固定资产购置	28	14%
产品研发费用	51	25.5%
市场推广费用	50	25%
设备运营费用	49	24.5%
其他费用	22	11%

其中用于购置固定资产 28 万元; 用于产品研发 51 万元, 公司将投资引进新技术, 同时运用已有的科研成果自主研发攻克新技术; 投资 50 万用于宣传公司业务, 帮助企业进入市场; 用于更新设备及维持设备日常运营 49 万元; 其他费

用预留 22 万元,可以作为应急资金和未来发展的储备金以及聘请专业的法律顾问,为公司提供法律支持。

公司发展期(2027-2029),进入发展期,公司的业务逐渐走上正轨,市场需求不断增加。此时,资金主要投入在深度开发和销售扩大两个关键方面。在深度开发上,与光伏运维领域专业人员进行深度合作,着力建立光伏运维数据库,利用公司已有的技术和资源,不断进行自主研发,提升产品和服务的质量和效率。在销售扩大方面,积极开发市场,根据市场消费者需求,研发符合市场需求的产品,迅速提高市场占有率,不断扩大客户群体。为了满足这一阶段的资金需求,公司在利用好企业权益资金的基础上,可以适当进行风险投资,引入外部资金加速发展。同时,继续利用学校创业政策进行免息贷款,降低融资成本。

公司扩张期(2029以后),在扩张期,公司已具备一定规模的资产,表现 出较可观的盈利性,抗风险能力也有所增强。此时,公司的发展重点在于持续进 行针对不同环境运维方案数据库的更新完善,进一步提升服务质量和竞争力。为 了实现这一目标,公司需要大量资金投入。除了进行银行贷款外,还可以采用直 接股权融资、促成战略伙伴入股等融资方式,吸引更多的资金和资源,满足公司 扩张的资金需求。通过这些融资方式,公司能够进一步扩大规模,拓展业务领域, 提升市场份额,实现可持续发展。

### 10.2. 投资及风险分析

#### 10.2.1. 投资现金流量分析

基于财务假设,编制出投资现金流量表:

项目	投入期	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
流动资金	-384	0	0	0	0	0
营业收入	-	98	16	263	340	447
减: 变动成本	-	60	80	100	120	140
减: 固定成本	-	30	35	40	45	50
税前利润	-	8	48	123	175	257

表 10-5 投资现金流量表(单位:万元)

减: 所得税	-	2	12	30.75	43.75	64.25
税后利润	-	6	36	92.25	131.2	192.75
加: 折旧与摊	-	10	10	10	10	10
净现金流量	-400	16	46	102.2	141.2	202.75
流动资金	-384	0	0	0	0	0

#### 10.2.2. 投资净现值

净现值(NPV)是投资方案所产生的现金净流量以资金成本为贴现率折现之后与原始投资额现值的差额,净现值越大,投资效益越高。

其计算公式为:

$$NPV = \sum (CI - CO) (1 + i) - t \tag{1}$$

考虑到目前资金成本水平,以及资金机会成本和投资风险性等因素,取 2022年 3月10日发行的五年期国债利率 3.52%作为无风险收益率、2022年 4月20日发行的5年期银行最高利率 3.75%作为预期市场回报率,采用 CAPM 模型(资本资产定价模型)对我公司所处行业资本成本进行估算,得到贴现率 i=10%,此时 NPV=659.64(万元),远大于0,表明计算期内公司项目盈利能力良好,投资方案可行。

## 10.2.3. 内含报酬率

内含报酬率(IRR)是指能够使未来现金流入量现值等于原始投资额现值的 折现率,或者说是使投资项目净现值为0的折现率。

使用财务计算器或相关软件进行精确计算,得出保了么公司投资项目的 IRR 约为 32.56%。这一数值远高于行业平均资金成本率 12%(假设行业平均资金成本率为 12%)。表明该项目在财务上具有较强的吸引力,其盈利能力能够覆盖资金成本,并且有较高的盈利空间。较高的 IRR 意味着公司投入资金后,项目所产生的收益能够以较高的回报率回馈给投资者,从盈利能力角度验证了项目的可行性。

#### 10.2.4. 投资回收期

表 10-6 净现金流量

项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
净现金流量(万元)	-200 (假设投入 期为 2024 年,投入 200 万元)	- 20.38	16.59	41.86	74.29
净现金流量 现值(万元)	-200	- 18.53	13.63	31.47	50.97
累计净现金流量现值(万元)	-200	-218.53	-204.9	- 173.43	- 122.46

动态投资回收期 = (净现金流量现值累计值开始出现正值的年份数 - 1) + 上年净现金流量现值累计值的绝对值 ÷ 当年净现金流量的现值 = (4-1) +  $34.87 \div 322.94 \approx 3.11$  (年)

动态投资回收期约为 3.11 年,比静态投资回收期稍长,这是由于考虑了资金的时间价值,货币随着时间推移会产生增值,使得回收初始投资所需时间变长。但总体来说,动态投资回收期仍在可接受范围内,表明公司投资项目在考虑资金时间价值的情况下,也具有较好的投资回收能力。

## 10.2.5. 敏感度分析

敏感度分析用于衡量销售收入、前期投资额、产品生产成本等关键因素变动对投资项目经济效益指标(如净现值、投资回收期)的影响程度。通过对保了么公司投资项目进行敏感度分析,可以帮助公司了解各因素的敏感程度,为决策提供参考依据。结果如下:

表 10-7 敏感度分析

项目 变动幅度 净利润(单位:万元)

		2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
销售价格变	10%	-75.98	16.79	45.86	77.29	117.95
动	0	-112.38	1.59	20.86	44.29	78.95
	-10%	-148.78	-13.61	-4.14	11.29	40.95
产品成本变	10%	-145.98	-12.41	8.86	21.29	47.95
动	0	-112.38	1.59	20.86	44.29	78.95
	-10%	-78.78	15.59	32.86	67.29	110.95

通过敏感度分析可知,销售价格和产品成本的变动对公司净利润影响较大,公司应重点关注市场价格波动,加强成本管理,以降低风险。同时,合理控制前期投资额,确保项目经济效益。

### 10.2.6. 盈亏平衡分析

用综合边际贡献率来进行盈亏分析,公司盈亏平衡分析情况见表 36:

项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
保本销售额	106.57	73.34	65.49	68.11	72.42
总固定成本	37.3	40.9	45.1	49.6	55.3
边际贡献率	35%	55.77%	68.86%	72.82%	76.35%
盈亏平衡点	106.57	73.34	65.49	68.11	72.42

表 10-8 盈亏平衡分析表

通过对公司的盈亏平衡分析,可看出公司的保本销售额远大于盈亏平衡点收入,边际贡献率波动平稳,说明公司未来收益将有良好的保障。

## 10.3. 投资者权利及投资回报

#### 10.3.1. 投资者权利

风险投资者有权委派一名代表进入公司董事会,参与公司重大决策过程。董事会作为公司的核心决策机构,每年定期召开两次会议,对公司的战略规划、重大投资、经营方针等关键事项进行讨论和决策。在遇到特殊情况,如市场环境重大变化、公司业务面临重大调整等时,可临时增加会议次数,确保公司能够及时应对各种挑战和机遇。投资者代表通过参与董事会会议,能够充分表达投资者的

意见和诉求, 对公司的发展方向产生重要影响。

投资者不仅在公司决策层面拥有话语权,还切实介入公司的日常营运管理。他们可以参与企业战略和经营计划的制定,凭借自身丰富的行业经验和专业知识,为公司的发展提供有价值的建议和指导。在公司重大人事变动方面,如高层管理人员的任免,投资者可提出合理建议,确保公司管理层具备优秀的领导能力和专业素养,推动公司持续发展。此外,在公司融资过程中,投资者能够凭借其对资本市场的了解,为公司提供建议和调控,帮助公司选择最合适的融资方式和时机,优化资本结构,降低融资成本。

为保障自身利益,投资者拥有对公司财务状况的审计权。在进行审计前,投资者需以书面形式通知公司经营者,以便公司做好相关准备工作。投资者每个月会审阅公司的财务报表,及时了解公司的财务收支、资产负债等情况;每三个月对公司的经营状况进行深入审查,通过分析财务数据和经营指标,评估公司的经营绩效和发展趋势。若公司未能完成既定的经营计划,投资者有权要求公司管理层作出详细解释与说明,共同探讨问题所在,并制定相应的改进措施。

### 10.3.2. 投资回报

随着公司业务的不断拓展和市场份额的逐步扩大,公司的盈利能力逐渐增强。预计到 2028 年,公司将进入成熟期,销售规模大幅扩大,利润显著提高。在这一阶段,公司的净利润将达到较高水平,按照 20% 的分红比例,投资者有望获得较为丰厚的回报。例如,若 2028 年公司净利润为 800 万元,投资者将获得160 万元的分红。此外,随着公司的发展壮大,其市场价值也将不断提升,投资者持有的公司股权价值也会相应增加,为投资者带来资本增值收益。这种长期稳定的投资回报机制,有助于吸引和留住投资者,为公司的长期发展提供稳定的资金支持。

# 11. 风险分析与对策

# 11.1. 主要风险及应对措施

# 11.1.1. 技术风险

表 11-1 技术风险及应对措施

风险名称	风险表述	应对措施
技术研发风险	企业研发进度面临不确	1.充分了解技术趋势,提前制定研发
	定性,项目延期、技术瓶颈	计划,并随时关注项目进展情况。
	等问题可能导致企业无法推 出令客户满意的新产品或服 务,从而错失市场机遇。	2.进行充分的技术评估,以确保技术的可行性和适用性。 3.加大研发投入,将每年一定比例的营业收入用作科研支出,提高企业产品
		竞争力。
技术泄露风险	企业在研发过程中的机 密可能泄露给竞争对手或者 关键技术人才的流失将给企 业带来巨大的损失,不利于 企业的发展	1.加强保密措施,增强企业制度规范,及时监管最新技术。 2.与员工签订保密协议以及竞业禁止协议,对公司核心数据进行电子密钥管理。 3.建立完善的人才激励机制,提高员工积极性和忠诚度。
依赖第三方技术的 风险	企业合作伙伴具有不确 定性,在合作过程中,可能 发生原材料垄断等问题,导 致生产中断,甚至面临技术 安全性和独立性的威胁	1.谨慎选择合作伙伴,确保在合作协议中明确双方的权利和义务。 2.加大对核心技术的保护力度,签署 保密协议。

技术门槛过高风险	行业门槛较高,需要企	1.前期投入大量资源进行技术研发,
	业具备强大的技术实力和研	以降低技术门槛带来的风险。
	发能力,如果企业技术实力 不足,将难以进入该市场或 者在竞争中处于劣势。	2.充分利用自身优势,借助丰富的学 校以及校友资源,加大宣传力度,通过 专家推荐获取业内认可。

# 11.1.2. 市场风险

表 11-2 市场风险及应对措施

风险名称	风险描述	应对措施
市场竞争风险	市场环境竞争激烈,竞争对手的技术创新以及市场格局可能会给企业带来巨大的压力和挑战	1.加强品牌建设,树立企业形象和品牌价值。 2.加强产品创新,投入资金进行产品研发,加强产品差异化。 3.关注行业发展,掌握竞争企业动态。
市场需求下降风险	企业可能面临市场需求 变化或不确定性对企业经营 造成负面影响。	1.做好市场调研,了解目标市场的需求  2.建立灵活的市场应对机制,如价格变化、产品升级等,以适应市场的变化。

# 11.2. 次要风险及应对措施

# 11.2.1. 财务风险

表 11-3 财务风险及应对措施

风险名称	风险描述	应对措施

资金缺口风险	创业初期技术尚未成	1.积极寻找融资渠道,早期利用好校
	熟,面临多种不确定因素,	内投资资源,必要时申请银行贷款;后
	现金流不稳定,企业资金风	期可吸引风险投资。
	险大。	2.加强科研实力,提高业内认可度, 树立企业良好形象。
财务市场风险	资本市场会出现波动、 股票、债券等投资收益下降, 对企业的财务状况造成不利 影响。	1.进行风险管理,建立投资组合多样 化。 2.利用金融工具进行风险对冲

## 11.2.2. 人才资源风险

表 11-4 人才资源风险及应对措施

风险名称	风险描述	应对措施
人才招聘风险	企业在建立初期可能无 法吸引到高质量人才,从而 出现招聘难、招聘成本高、 招聘不到合适员工等问题。	1.高薪吸引优秀人才 2.加强员工培训和技能的提升,弥补招聘时员工能力不足的风险 3.定期组织发展规划和绩效评估,识别和培养高潜力员工优化晋升的通道,增强员工成就感
人员不稳定风险	企业由于各种因素导致 人才流失,人员不稳定,组 织稳定性下降,凝聚力不强, 间接影响企业发展	1.完善激励机制,解决员工需求,增强员工忠诚度 2.建立良好企业文化和团队氛围

# 11.3. 风险矩阵

依据本公司的经营模式,从风险等级和风险影响程度两个维度构建了如下风险矩阵表:

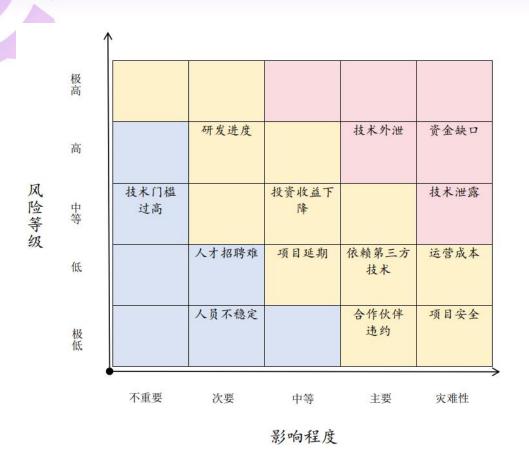


图 11-1 风险矩阵表

## 11.4. 风险投资退出

风险资本退出是完整投资周期的最后一步,是收回风险资本和获得收益的关键。根据团队目前发展情况和未来发展预测,在公司产品进行正式推广一段时间后,风险投资者能够得到丰厚的利润回报,因此将会寻求渠道撤出风险资本以实现资本增值。虽然这一部分内容属于公司发展较远未来的规划,在本计划书中仍对其未来可能情况进行分析,包括较有可能的风险资本退出方式:

## 11.4.1. 股权转让

股权协议转让该种方式交易双方一般都对创业企业较为熟悉,省去了双方不必要的猜疑,另一方面,这种股权安排方式也容易得到创业企业的接受,同时也可以帮助创业企业找到理想的大股东,帮助创业企业实现在业务、管理等方面更上一层楼。转让方式可以通过自有渠道完成,也可以借助专业机构如投资银行促

成。目前,越来越多的国际战略投资人和上市公司愿意收购国内企业,尤其是产权清晰,有完整盈利模式的民营高科技企业。内资收购最好采取现金方式,外资收购可以采用现金与股票组合的方式。

#### 11.4.2. 股东回购

根据签订的投资协议设定,投资期满后,创业公司无法上市或股权无法转售 给其他公司的情况下,创业公司以自有资金回购风投公司的股权。这种退出方式 尤其对广大科技型民营中小企业具有较强的吸引力,一方面解决了创业公司阶段 性资金需求,另一方面又满足了创业者的对公司控股权的要求。

### 11.4.3. 管理层回购

管理层回购(MBO)主要是指公司的核心技术人员利用信托等融资方式购买风投公司所持的股份,并通过这种重组方式改变创业公司的控制权结构、资产结构、所有者结构,以期激励创业激情,提高企业效益的一种并购方式。

### 11.4.4. 兼并收购

兼并收购(M&A)是指企业通过购买其他企业的全部或部分股权或资产,从而影响、控制其他企业的经营管理,其他企业保留或者消灭法人资格,相对于受让方来说兼并收购,而相对于出让方来叫股权出让。兼并多发生在被兼并企业财务状况不佳、生产经营停滞或半停滞之时或者投资人不愿接受 IPO 的种种繁琐手续和信息披露制度的约束,可以采取兼并的方式实现。

#### 11.4.5. IPO 出售

IPO出售是指通过首次公开募股的方式,将企业股份出售给公众投资者的一种退出方式。这种退出方式通常适用于企业已经发展成熟且具有较大规模的情况。 IPO出售的优点在于可以获得较高的收益,同时可以提高企业的知名度和信誉度,然而这种方式市场风险极高。

## 表 11-5 兼并收购和 IPO 出售分析

退 出方式

具体操作

适用性

兼:	<ul><li>创始股东根据初期签订的投资协议回购公司或将企业出售给大型企业集团。</li></ul>	公司业绩稳定形成较完善的服务 项目,市场占有率高,行业影响力较 大,大约在第 4-5 年进行。
IPO 出售	公司可选择在国内上市,也可以选择境 外的证券市场如香港联合交易所、纽约交易 所或纳斯达克公开挂牌上市。	公司业绩持续稳定增长,每年均 有稳定获利,大约在第 5-6 年实现上 市。