

BICCI 网络信息核查平台

产品计划书



参赛组别：“互联网+” 初创组

2021 年 6 月 7 日

目录

1	项目概述.....	- 1 -
1.1	产品与服务.....	- 1 -
1.2	产品定位.....	- 2 -
1.3	营销策略.....	- 3 -
1.4	盈利模式.....	- 5 -
2	市场分析.....	- 8 -
2.1	市场问题.....	- 9 -
2.2	原因分析.....	- 10 -
2.3	市场前景.....	- 11 -
2.4	目标市场.....	- 12 -
2.5	市场推广.....	- 13 -
3	产品简介与服务.....	- 14 -
3.1	产品主要功能.....	- 14 -
3.2	产品技术.....	- 16 -
3.3	产品相关图.....	- 17 -
3.4	产品优势.....	- 18 -
3.5	核心资源.....	- 18 -
3.6	服务特点.....	- 18 -
4	商业模式.....	- 19 -
4.1	模式介绍.....	- 19 -
4.2	运营现状.....	- 19 -
4.3	竞争分析与市场机会.....	- 20 -
5	发展规划与风险预测.....	- 22 -
5.1	发展目标.....	- 22 -
5.2	发展规划.....	- 22 -
5.3	风险预测.....	- 22 -
5.4	风险规避.....	- 23 -
6	财务方面.....	- 24 -
6.1	财务预算成分.....	- 24 -
6.2	股权分配.....	- 24 -
6.3	融资方案.....	- 24 -
6.4	商业分析.....	- 24 -
6.5	退出策略.....	- 25 -
7	团队介绍.....	- 26 -
7.1	团队成员.....	- 27 -
7.2	指导教师.....	- 30 -
8	创业管理团队介绍.....	- 31 -
8.1	公司部门划分.....	- 31 -
8.2	公司人员分配.....	- 33 -
8.3	公司股权构成.....	- 33 -
9	附 录.....	- 34 -

1 项目概述

互联网经济是以互联网技术为平台，以网络为媒介，以应用技术创新为核心的经济活动的总称，是基于互联网所产生的经济活动的总和。互联网经济是信息网络化时代产生的一种崭新的经济现象。在2021年5月在成都市等发现大量宠物被以盲盒的形式简单运输，这种情况引起了社会各界极大的重视，“盲盒经济”伸向活体动物电商平台难辞其咎。同样在教育、医疗等方面也缺乏较为完备的筛选核查系统，基于以上问题我们设计了“BICCI”网络信息核查平台。

BICCI		
B——	Big data	大数据
I——	Information	信 息
C——	Check	核 查
C——	Comparison	比 对
I——	Internet	互联网

图 1 BICCI 的解释

1.1 产品与服务

“BICCI”网络信息核查平台是以互联网大数据为背景，根据筛查对比、数据爬虫、云端服务器数据存储等进行平台的搭建。通过本信息核查系统可以进行筛选出自己需要的信息，通过分割模块，将用

户已知数据进行分组处理，再与数据库中的行业信息经验进行信息比对，从而判断筛选出数据中用户所需要的信息的自助性服务。以网络购物平台为例，通过用户所需的大致信息，通过核查系统筛查比对，从而选取用户所需要筛选出的商品。我们的信息核查平台致力于“自助化”服务，用户通过大数据的核查选择自己所需要的数据。项目形成以核查收入为主，广告收入为辅等其他盈利模式。



图 2 BICCI 网络信息核查平台 Logo

1.2 产品定位

通过对市场的调查分析，我们发现市面上存在着大量对数据筛查分类有需求的潜在用户。所以我们将产品定位于有这方面需求的用户，提供“自助式”的核查筛选自己所需要的内容。同时我们针对不同的用户以及不同的分类需求来提供不同的服务，所以我们将目标用户锁定在以下几类：

- （1）各家网络平台的后台负责人；
- （2）政府机关或监察部门；
- （3）有需要的个人用户。

我们将目标类型锁定在以下几类：

- （1）网络购物平台；
- （2）教育系统方面；
- （3）医疗方面。

1.3 营销策略

1.3.1 产品策略

以“自助式”的核查筛选方式，提高用户的便捷性。通过微信公众号、官方微博、抖音、小红书等网络平台进行宣传，推广“BICCI”品牌，同时开拓其它方向，满足不同的消费者的需求。

1.3.2 价格策略

我们的平台采用会员制度，任何用户可以实名制注册平台会员，每人每个手机号仅能注册一次。我们采用“饥饿营销”的方式，每名注册会员有一定的免费核查机会，随后进行按次付费阶段。我们设置低于市场的价格进行销售，通过 VIP 服务、充值返利等服务进行折扣。简单来说，就是用户消费越大我们的折扣力度也就越大。

1.3.3 渠道策略

在大众化网络平台抖音、小红书、火山视频等短视频平台进行网络推广，官方微信公众号、官方微博进行推文宣传，积累一定量的粉丝，从而实现大面积宣传推广。

1.3.4 促销策略

1、通过广泛的宣传，积累一定量的粉丝，对官方微信公众号、官方微博的粉丝定期发放福利促销，如：（I）30、50、100 元消费抵用券；（II）单次核查免费券；（III）VIP 会员开通折扣 6-7 折券。

2、通过商业推广联系网络短视频达人进行推荐，通过达人推荐的用户可以优惠；

3、注册会员或产品发行初期可以拥有免费核查次数，随后采取收费制度；

4、网络平台带货。

1.3.5 拓展新产品策略

在项目运营过程中，我们还将不断的对用户尤其是 VIP 用户进行调查研究，结合他们提出的消费需求，不断的升级我们的产品与服务。

1.3.6 品牌策略

申请商标注册，将 BICCI 品牌打造成行业内第一品牌。



图 3 申请商标图

1.3.7 推广策略

1、人员推广

利用我们内部人员进行向外推广，设置专门推广的人员，将信息推广至微信朋友圈等公共平台。

2、广告推广

利用我们自身的广告机制推广，并且联系相关方面的业内大 V 用户进行推荐或者联系具有一定粉丝量基础的网络达人。

3、公共推广

与管理者或者相关监管部门进行联系接触，利用媒体的公共关系进行宣传推广，投放初期会引来媒体关注，博得社会热度。通过此种公共关系的建立来为我们的产品进行宣传。

1.4 盈利模式

1.4.1 单次收费

我们根据数据量的大小、核查细致度进行设置单次收费标准。

1T 以内 30 个核查关键词 120 元/次；2T~10T 内 50 个核查关键词 600 元/次，10T 以上数据详情咨询客服定价。迷你体验服务：500G 以内 10 个核查关键词 35 元/次。

正常核查细致度服务外，每增加 10 个关键词多收 20 元。

1.4.2 VIP 服务与 SVIP 服务

根据数据量的大小我们设置 VIP 以及 SVIP 服务。

VIP 服务：2T 以下包月期间免费核查无次数限制；2T~10T 之间免费核查次数 10 次；10T 以上免费核查次数 10 次。超出免费核查次数将以正常收费价格的 9 折进行单次收费。

SVIP 服务：10T 以下免费核查无次数限制；10T 以上免费核查次数 20 次。超出免费核查次数将以正常收费价格的 8.5 折进行单次收费。

表 1 VIP 与 SVIP 的收费标准

类别	时间	价格	时间	价格	时间	价格	时间	价格	时间	价格
VIP	月度	6000	季度	9.5 折	半年	9 折	1 年	8 折	5 年	7.5 折
SVIP	月度	15000	季度	9 折	半年	8.5 折	1 年	8 折	5 年	7 折

1.4.3 充值服务

累计单次账户充值 300 元赠送 50 元，单次充值 600 元赠送 100 元。以此类推，充值账户的金额可以抵扣查询费用以及会员开通业务。

1.4.4 广告收入

广告收入包括官网主页的滚动图、软件主页的滚动图、微信公众号以及官方微博的软植入广告、硬植入广告和推送等。

表 2 广告收入占比

广告类型	预计占比
官网滚动图	25%
软件主页滚动图	20%

微信公众号推文	18%
微博等网络传播	15%
抖音等短视频	15%
其他	7%

1.4.5 成本结构

项目成本主要集中在开发成本占 25%（网站以及应用的开发），人员成本占 20%，网站、软件后期维护成本占 20%，数据库的维护以及更新成本占 15%，商标注册、软件版权等申请成本占 10%以及其他办公成本占 10%。

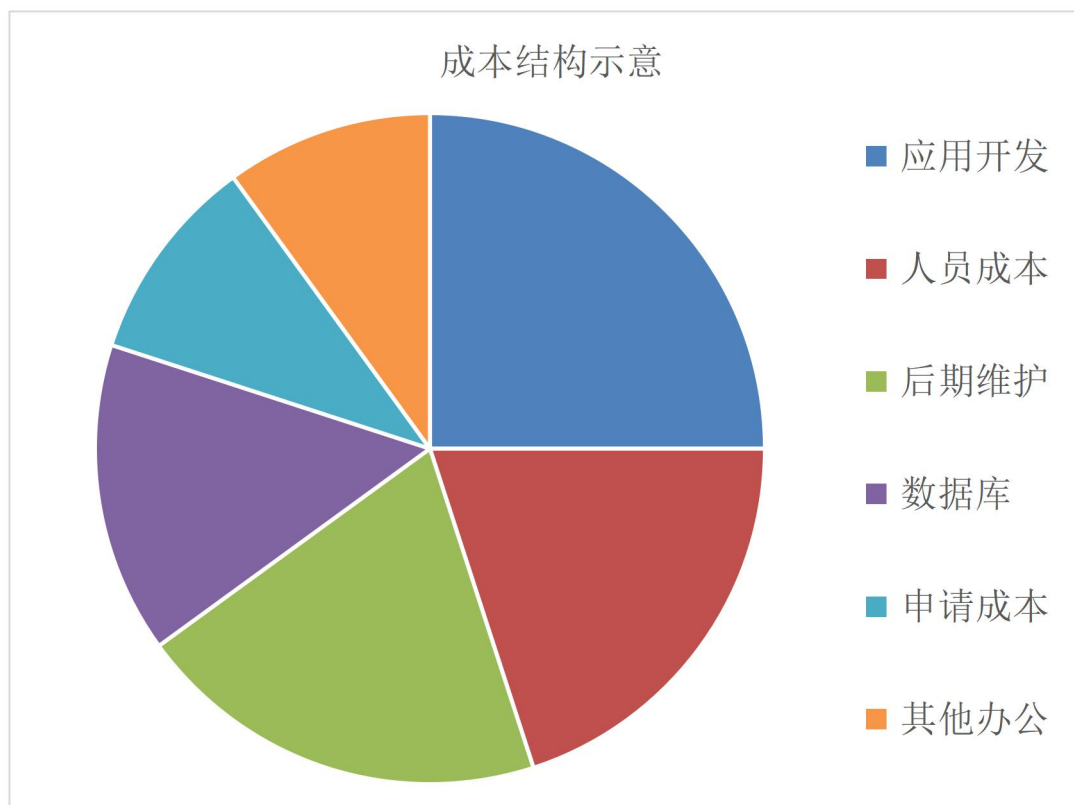


图 4 成本结构示意图

1.4.6 盈利预测

初期投入 2500 万，通过循环投资和市场扩展，预计盈利时间 26 个月。盈利来源主要为单次核查收入（占 50%）、充值服务（占 20%）、广告收入占（15%）、VIP 与 SVIP 服务（占 15%）。

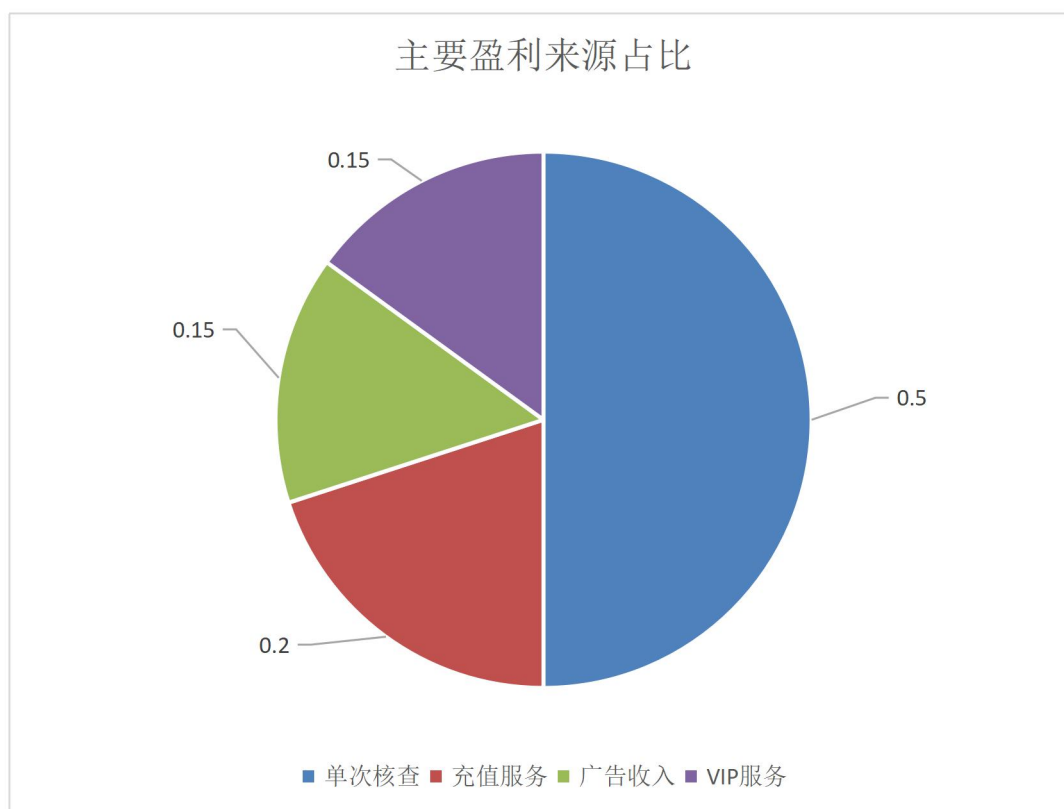


图 5 主要盈利来源占比图

2 市场分析

2.1 市场问题

近年来我国经济发展迅猛，居民的经济和生活水平得以上升，对于网络购物的消费更加注重。网络购物平台的特点是商品信息量大，管理员需要整理的信息很多，为此需要更快捷、方便的管理才能减轻管理员审查需要的商品和用户的工作量。同时其提供单一的服务模式也难以适应消费者的需求，因此导致现在网络中存在的类似核查平台不能随着需求的增加而增加，却在不断的下降。

随着大数据、云计算、物联网等技术的日益成熟，互联网渗透到传统行业，今年全国两会越来越多的政协委员、人大代表将提案聚焦在物联网、大数据、人工智能等新技术，充分履行委员代表的权力，参政议政，建言献策。全国人大代表、苏宁董事长张近东建立数据共享平台，充分运用了物联网、大数据、人工智能等技术。

在两会上，全国人大代表、苏宁控股集团董事长张近东建议国家把数据平台的建设作为重要公共基础设施，引导社会各行各业实现数据开放共享，采取低价、充足的策略，让广大中小型企业能够与部分已经具有领先优势的大企业在数据领域站在同一起跑线上，打破数据壁垒，杜绝数据垄断，加速数字中国的发展和落地。

2021 年 5 月四川成都市区一中通快递点违规揽收、寄送活体宠

物。随后，一辆载着 160 余只被当做“宠物盲盒”售卖的猫狗运输车被拦下，其中不少宠物已经奄奄一息，有四只已经死亡。

5 月 8 日晚，四川佳慧物流有限公司被处以罚款 30000 元；成都中竞物流有限公司被处以罚款 50000 元。

从监管的角度看，无论是邮政类、电商类还是动植物检疫类规定，随着在线经济的活跃，监管细则需要更新、跟进，以明确界定参与各方的责任。监管机构的规范要尽可能前置，同时与检疫部门形成联动，排名靠前的快递物流企业，尤其是上市类公司，可制定高于国家标准的内部规定，与监管机构形成联动，确保信息畅达。

网络信息数据的核查筛选问题尤为重要，对于网络信息市场我们暂时没有较为完善的核查系统，所以我们更应该尽快形成一个较为完备的信息核查系统去解决这一社会问题，以至于拓展到医疗、教育等其它方面。

2.2 原因分析

“盲盒经济”伸向活体动物电商平台难辞其咎，盲盒概念的起源大约来自日本的“福袋”，至少可以追溯到 20 世纪 80 年代，甚至国内也早有各种形式的扭蛋、盲盒等产品。不过直到 2019 年，盲盒才真正火爆成为一种普遍的经济现象。

最有代表性的要数“泡泡玛特”的盲盒生意，其快速的崛起引发了市场的普遍关注，并于 2020 年 12 月 11 日在香港联交所上市，似乎验证了“盲盒经济”的成功。

一石激起千层浪，“盲盒经济”也引起了更多玩家的入局。在许多电商平台中，有许多商家也深谙“盲盒经济”的门道，将滞销产品和热门商品打包成“福袋”进行售卖，成功清理了库存。然而无良商家却推出了“宠物盲盒”，将一些患有瘟疫甚至生命垂危的小动物以盲盒形式进行清理，不仅违背了人伦道德，更缺乏对生命的尊重与敬畏。而商家等人正是利用消费者这样的心理，大肆推广盲盒商品，利用人们对未知事物的上瘾机制，正和赌博一样，每个赌徒的心理弱点都一样，赢得时候一直想赢，输的时候就想把输的赢回来，虽然盲盒没有赌博那样的粗暴，但是背后反应的心理还是和赌徒的心理非常相似的。

对于网络购物平台来说，购物平台自己会有的核查方式，但是相比较来说比较死板，不够“人性化”。许多商家会进行“模糊”、“擦边球”处理，导致监管平台没办法进行监管。

对于教育方面，我们对学生的选择不应该仅局限于分数的限制，更应该从“德、智、体、美、劳”等各个方面进行评选，筛查出来我们所需要的学生。相反在高考报考中，我们需要筛选出更适合学生的院校。总之，市面上的监察部门与用户需求不能得到满足，所以我们才需要针对市面的需求解决问题。

2.3 市场前景

世界发达国家已将物联网作为抢占新一轮经济科技发展制高点的重大战略。据预测，到 2020 年，全球物联网设备将达 260 亿部，市场规模将达 1.9 万亿美元(约合人民币 13.1 万亿元)，我国也将物联

网作为战略性新兴产品上升为国家发展重点。

随着今年两会更多政协委员、人大代表关注物联网、大数据等技术，物联网技术将日渐成熟。围绕物联网技术落地的智慧城市、智慧农业、智能家居、智慧养老、车联网、NB-IoT 网络等产业将具备规模化基础，物联网通过其连接一切的特点，将悄然无息的改变着我们的生活。

对于如此庞大的市场量，暂时却没有一个较为完备的核查系统，现在市面上大部分的核查平台的功能并不完善，而且做不到“人性化”处理，所以我们“BICCI”正好解决了这一市场漏洞，市场前景十分广泛。

同时我们的项目不仅只针对于网络购物平台，我们同时可以应用于教育方面。例如高考报考、大学在校生的学习成绩评定等，以及我们暂时没有开发的其余领域，均可以在一定时间内进行开发。

2.4 目标市场

产品运营初期我们选择在网络上流量较大的平台进行推广，我们早期开发系统基于的网络购物平台，所以我们的前期目标也是针对于网络上暂存的一些网络违规商品的筛选。

同样对于通过对市场的调查分析，我们发现市面上存在着大量对数据筛查分类的有需求的潜在用户。所以我们将产品定位于有这方面需求的用户，提供“自助式”的核查筛选自己所需要的内容。同时我们针对不同的用户以及不同的分类需求来提供不同的服务，我们将目标

市场锁定在网络购物平台、教育系统方面和医疗方面等。

2.5 市场推广

我们通过街头拦访以及网络问卷星的调研方式进行了调研，共搜集了 3246 份有效问卷。我们发现 75.54%的用户对于网络购物方面有所需求，21.55%的用户对于教育方面有所需求，2.01%的用户对于医疗方面有所需求，0.81%的用户对于其他方面有所需求，只有 0.09%的用户对于任何项目没有核查需求。

我们先建立自己的官网，注册微博、小红书、微信公众号等推送平台的官方账号进行定期推送我们公司相关内容、以及销售折扣等。

我们先建立核查词的云端数据库、核查平台以及核查系统软件，并申请专利以及软件著作权。接下来为所有用户开发注册页面，平台内所有功能采用会员制，只用进行注册才能使用对应功能。

注册抖音、B 站等网络短视频平台利用一些段子、文案等视频形式进行推广，寻找一些短视频达人或是粉丝数量较多的相关领域的博主进行协助推广。

3 产品简介与服务

3.1 产品主要功能

我们主要以核查筛选为主，根据用户的需求，从搭建的数据库中根据已有的行业经验，进行数据的筛查。规定好筛查关键词以及符合率，将符合条件的数据查找出来，最后形成一份 PDF 报表发送给用户。

对于其它或是未开发方面，我们也可以将用户提供或是现有数据进行分析筛选出用户有所需求的信息。

3.1.1 自助核查功能

设置自助核查页面，用户可以不通过客服自行进行核查筛选，填入自己的相关信息，以及需要核查的项目进行提交。后台收到信息自动进行核查。

3.1.2 客服咨询功能

若对核查步骤方面有不了解的方面，或者是对需要核查的信息关键词了解欠缺，就可以联系客服，将相关信息告诉客服，将由人工客服帮助用户进行核查，最后将核查完毕的报告发送至用户邮箱。

3.1.3 包月选项功能

进行充值 VIP 与 SVIP 的包月服务等。

3.1.4 搜索功能

搜索相关信息、新闻和公司的系统更新通知,或是搜索相关功能。

3.1.5 广告投放功能

联系我们进行投发广告。

3.1.6 信息推送功能

推送广告、相关信息和新闻等。

3.1.7 用户信息以及身份绑定功能

完善个人信息填写本人相关信息: 名称、头像、出生日期、年龄、性别、QQ、邮箱、UID 等信息。

3.1.8 进度查询功能

查询订单进行的进度。

3.1.9 预约功能

进行预约核查功能。

3.1.10 帮助功能

弹出产品操作简介以及根据用户需求进行操作指引。

3.2 产品技术

运用 JAVA 等编程制作软件界面以及操作系统，将用户提供的筛查关键词、以及我们自己搭建的数据库平台从中提取的行业经验，将目标信息进行分类划分成各个部分，最后将我们已知的比对量去和划分部分中的信息进行比对，根据权重计算出符合率，将满足符合率的信息整理到一起，最后形成 PDF 形式报表发送到用户邮箱内。

详细步骤：

通过前期的对应行业经验收集关键词等，搭建大数据平台，通过客户的需求从我们已经搭建的平台内寻找相关信息，进行对比核查。

我们将客户需求的核查的网站进行截图，切割区域分块进行标号，将每个小部分进行核查。将所有商品进行数据挖掘处理并标号，提取出每个商品的关键信息并将信息分类成块。根据我们从数据平台中以及客户提供的数据进行比对，检验比对率，达到一定比率的编号进行筛选。

若提供完整的后台信息，则直接将信息挑选与后台库中进行比对，从而进一步验证上述方式。最后将疑似符合要求的编号，生成报告文件。

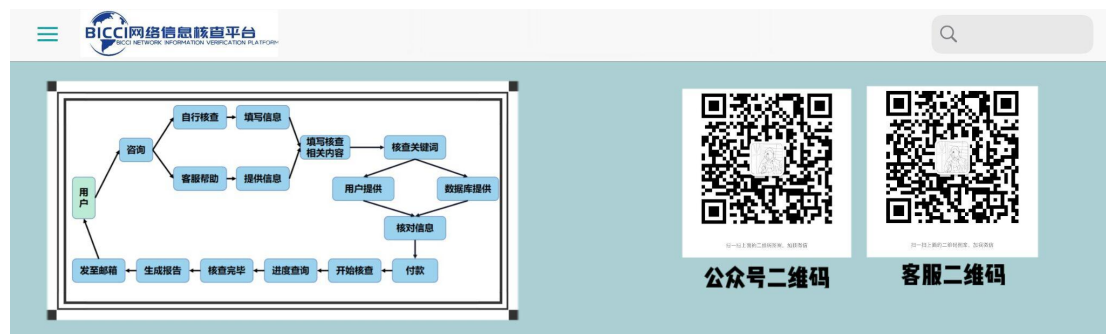
我们将数据库设置学习系统，每次核查结束之后将数据库内未拥有的数据进行存储，没有接触过的方面也开始进行重新搭建学习，不

断完善云端数据库。同时也设立专人进行定期维护、填存。

3.3 产品相关图



图 6 官方网站示意图



核查进度

热门方案

若有任何问题请及时与官方客服进行联系
公司地址：吉林省长春市朝阳区官厅大街15号

图 7 软件示意图

3.4 产品优势

- 1、便捷性；
- 2、自助化；
- 3、价格较低、折扣力度较大；
- 4、推广方式多，推广力度大；
- 5、云端数据库与核查系统的核查比对正在申请发明专利，软件著作权正在申请中。

新型的技术在给用户提供更好的服务体验的同时，由于技术的创新性将会引起社会关注，造成广告效应。

3.5 核心资源

- 1、信息的分类核查比对功能；
- 2、搭建的云端数据库储存行业经验相关比对关键词。

3.6 服务特点

采用“半自助化”式服务，用户可以进行使用软件进行核查，也根据与人工客服进行交谈定制，同时我们也配备好专门的数据库，用来给方向不明确的用户进行核查。

4 商业模式

4.1 模式介绍

我们预计初期目标对象针对为网络购物平台的所有者或是政府机关或是个人。对于现在市面上的核查欠缺，通过我们的系统进行核查比对筛选出我们所需要的信息。

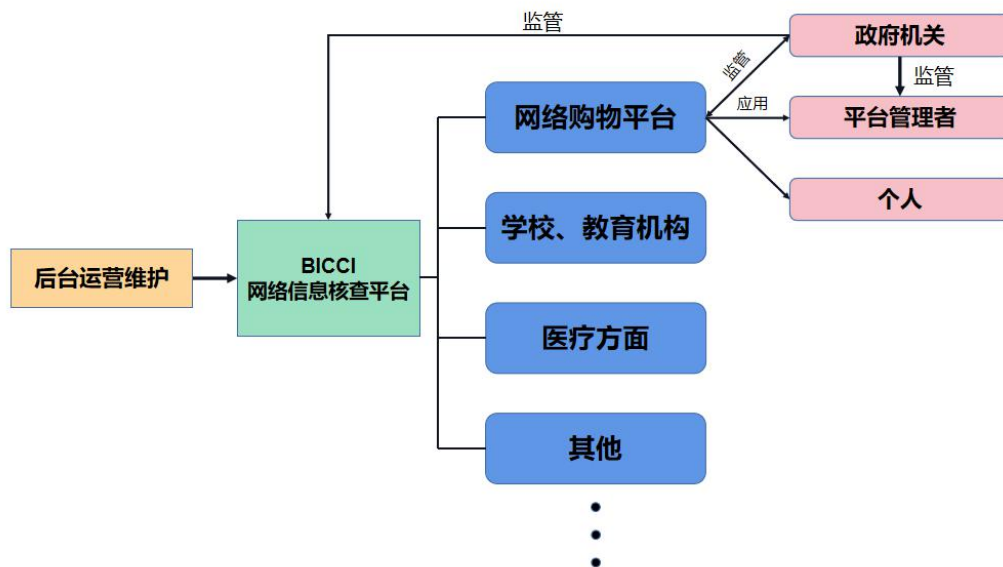


图 8 模式介绍示意图

4.2 运营现状

- 1、正在申请专利 1 项——信息核查比对方式；
- 2、正在申请商标 1 项——BICCI 网络信息核查平台；
- 3、正在申请软件著作权 1 项——BICCI 核查系统软件；
- 4、已完成网站注册——BICCI 官网域名：bicci.top；
- 5、已完成阿里云服务器注册 1 个——系统：CentOS Linux 7.6.

1810；2 核 CPU、4G 内存、1M 宽带、40G 系统盘；

6、已完成网站公安备案 1 项；

7、已完成公司微信公众号的注册并已投入使用。

预计初步解决网络购物平台“宠物盲盒”现状，再解决网络购物平台其他违规商品的筛查，并且转战于教育等其他方面。

预计参加 2021 年中国“互联网+”大学生创新创业大赛、“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛、中国大学生计算机设计大赛、大学生创新创业项目立项。

预计带动就业人数约 200 人。

4.3 竞争分析与市场机会

4.3.1 竞争分析

- 1、同行竞争对手：新的核查方式的诞生、价格更加优惠；
- 2、市场环境：网络大数据方向商品走向夕阳产业；
- 3、其他因素：项目服务模式被复刻。

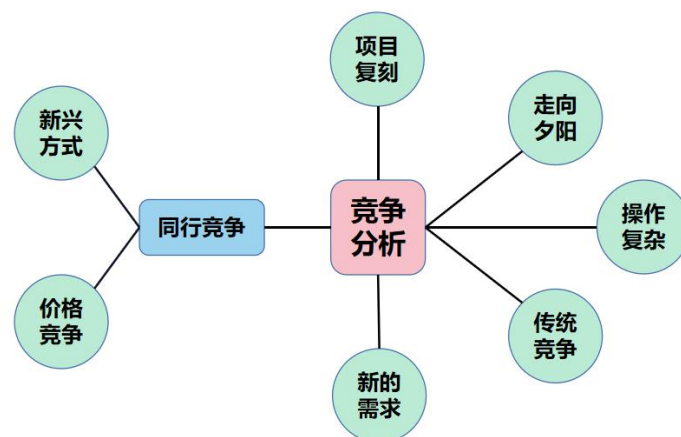


图 9 竞争分析示意图

4.3.2 市场机会

1、人才资源

项目团队将以先入式的技术优势，低廉的服务价格在短期内获得用户资源，并将通过未来对客户需求的研发，不断进行增值服务扩展，吸引客户。

2、时代机遇

我们正值大数据新兴时代，各方面需求量巨大，我们更要趁着时代机遇快速盈利，并拓展其他盈利方式来维持公司生存。

3、国家政策

国家政策支持，全国响应国家大数据号召，而且对新兴产业的扶持计划十分巨大，帮助产业快速站稳脚跟。

5 发展规划与风险预测

5.1 发展目标

建立国内最大的网络信息核查平台，同时将目标伸向教育、医疗、公安机关等其他方面，快速占据中国百分之六十以上的市场需要。

5.2 发展规划

迅速占领市场，覆盖全国各方面的筛选市场。以现拥有的技术优势，在短期内占领绝大部分市场并尽可能的获得更多的用户资源。在形成市场较高影响力时，通过在抖音、小红书、微博等网络公共平台趁势推广打响品牌，最后将占据中国百分之六十以上的市场需求量。

5.3 风险预测

- 1、相关法律；
- 2、政府的不确定性；
- 3、产品被复刻；
- 4、同行竞争；
- 5、破产。

5.4 风险规避

1、对于相关法律，提前了解好相关法律法规，一切筛选功能数据爬取都应该在不违反法律法规的前提下完成；

2、对于各方面的筛选，以及产品的上市要以相关政府的同意允许为先决条件；

3、我们项目组成员具有先决的技术优势，相关成员进行网络排查，若发现不利情况，则在短时间内进行项目修改优化，并采取法律武器对其竞争；

4、我们预计在短期内获得大量用户基数，利用各类优惠政策留住用户，同时不断收集用户情况反馈，优化改进我们的产品使用手感；

5、控制好初期的投资，控制费用支出。采取退出策略被管理层收购或是被企业收并。

6 财务方面

6.1 财务预算成分

- 1、收入：主要核查业务、VIP 与 SVIP 业务、充值服务和广告投放；
- 2、支出：营业费用、管理费用、财务费用和推广费用；
- 3、利润：纯利润减去法定公积金、所得税、员工工资、利润分成、职工奖励和福利、企业发展流动资金以及借债归还。

6.2 股权分配

企业员工共分配股权百分之九十五，其余百分之五的股权用于未来员工的激励。

6.3 融资方案

通过发行股票和债券或是贴现、租赁、补偿贸易等方式进行融资。企业共融资 1200 万，占总投资的 32%。

6.4 商业分析

产品收入主要通过单次核查、VIP 服务、充值服务、广告投放。由于第一年生产成本及营业外支出等一系列费用较大，且初期的使用客户较少，所以可能会造成第一年负收入。预计本项目可在第 26 个

月开始盈利。

6.5 退出策略

- 1、被管理层人员收购；
- 2、被市场企业收并。

7 团队介绍

8 创业管理团队介绍

表 3 创业管理团队分配表

姓名	性别	职务	股权
张允恒	男	总经理	20%
江龙宇	男	董事长	15%
陶李涛	男	董事长	15%
王嘉怡	女	财务部部门经理	9%
张 钺	女	市场推广部部门经理	9%
董刘泽	男	软件技术开发部部门经理	9%
管文涛	男	服务部部门经理	9%
高子雯	女	行政管理部部门经理	9%

8.1 公司部门划分

8.1.1 总经理

领导执行、实施董事长的各项决议，全面领会董事长的各项决议内容及其重要意义、组织实施董事长的各项决议。对各项决议的实施过程进行监控，发现问题及时纠正，确保决议的贯彻执行。

8.1.2 董事长

召集、主持股东代表大会，并定期向股东报告工作情况及发展战

略，监督和组织企业中长期发展战略以及企业的战略发展目标。主持董事会的日常工作，并定期召集董事会召开董事会会议并负责企业的发展战略的谋划、制定及决策。

8.1.3 财务部

负责公司内部的资金流动以及公司的财务记账等工作。

8.1.4 市场推广部

负责与合作伙伴进行沟通与交谈，负责公司项目的网络推广以及公司官方的推文、信息发布。

8.1.5 软件技术开发部

负责网络平台、核查软件的开发以及后期运行维护。

8.1.6 服务部

负责公司日常服务运营，以及信息管理和公司后台大数据云服务器的优化完善。

8.1.7 行政管理部

负责公司内部管理和人力资源的招聘、绩效考核和薪酬管理工作。

8.2 公司人员分配

张允恒担任公司总经理一职；江龙宇、陶李涛担任公司董事长一职；王嘉怡担任财务部部门经理一职；张钺担任担任市场推广部经理；董刘泽担任软件技术开发部部门经理；管文涛担任服务部部门经理；高子雯担任行政管理部部门经理。

预计财务部员工 15 人。

预计市场推广部员工 20 人，各方面合作洽谈 12 人、公司内部信息官方推文制作发布 8 人。

预计软件技术开发部 50 人，软件开发 15 人、网站维护 10 人、云端大数据搭建与维护 10 人以及整体维护以后核心技术更新 15 人。

预计服务部 40 人，人工客服 25 人、公司日常运行管理 15 人。

预计行政管理部 10 人。

初步预计本公司共 135 人。

8.3 公司股权构成

总经理张允恒占股百分之二十，董事长江龙宇占股百分之十五，董事长陶李涛占股百分之十五，财务部部门经理王嘉怡占股百分之九，市场推广部部门经理张钺占股百分之九，软件技术开发部部门经理董刘泽占股百分之九，服务部部门经理管文涛占股百分之九，行政管理部部门经理高子雯占股百分之九。

企业员工共分配股权百分之九十五，其余百分之五的股权用于未来员工的激励。

9 附 录

1、国际顶级域名证书

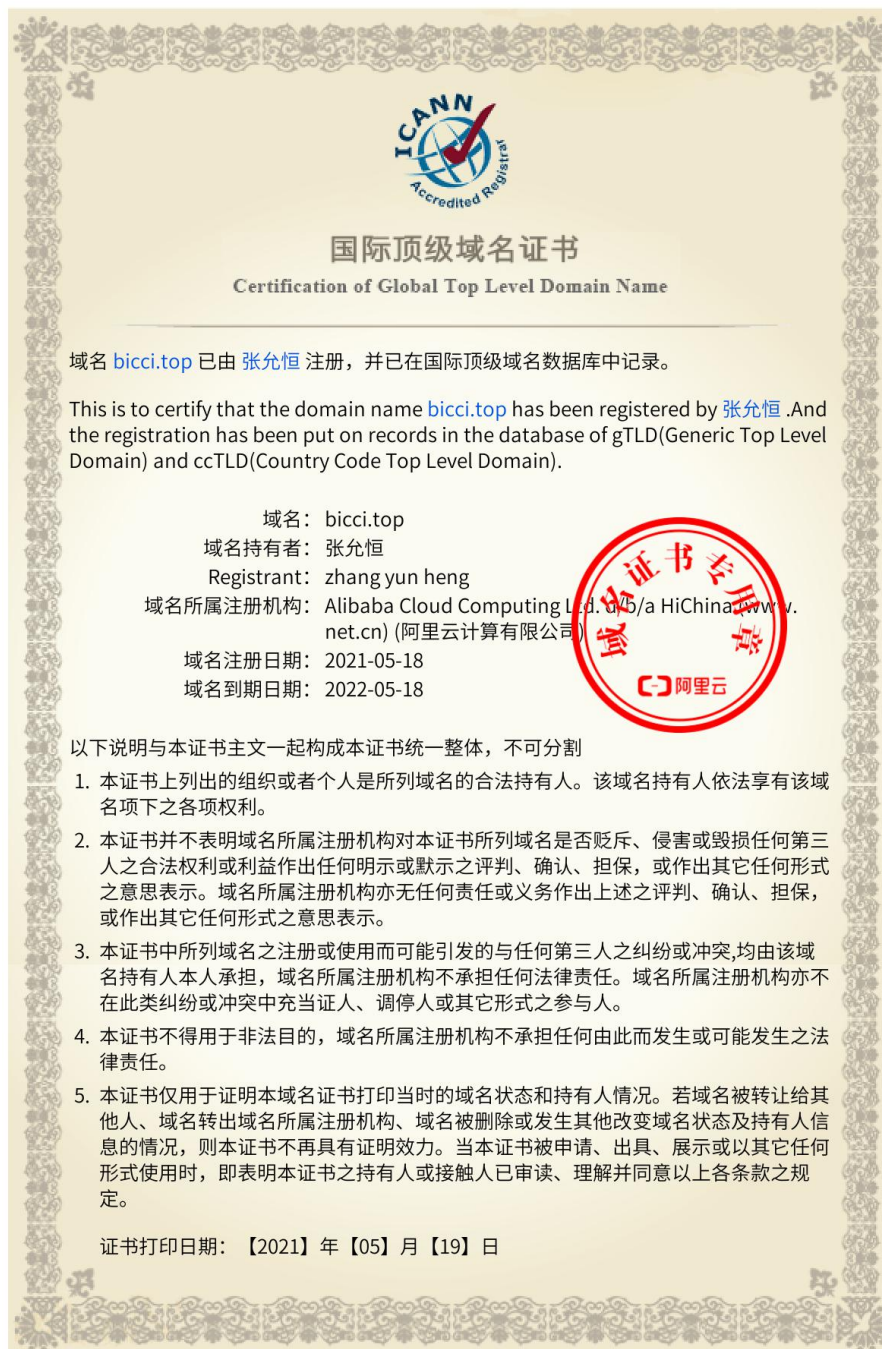


图 10 bicci.top 国际顶级域名证书

2、阿里服务器后台管理

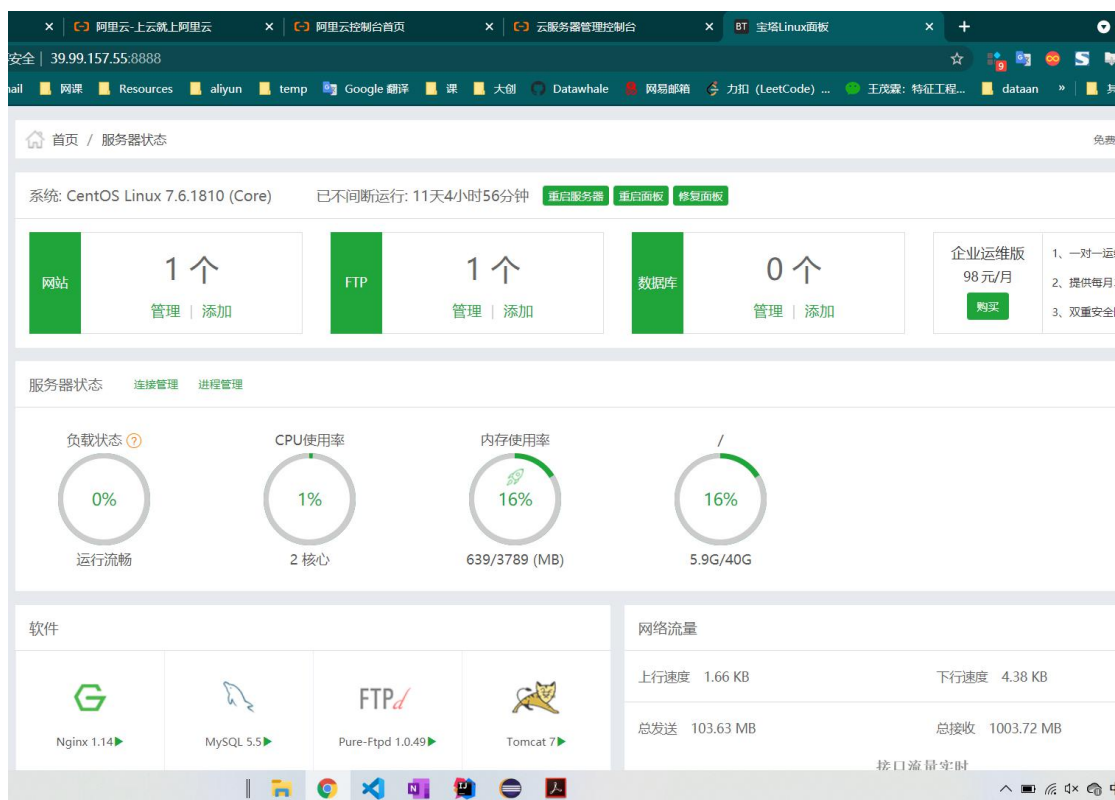


图 11 阿里云服务器后台管理页面（1）

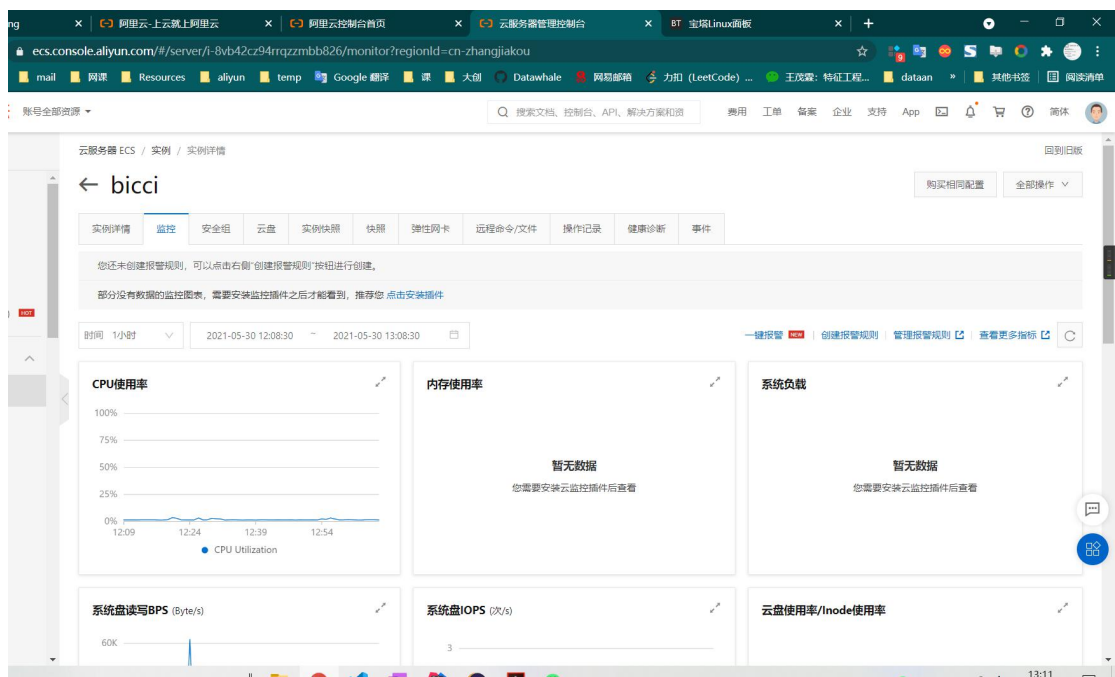


图 12 阿里云服务器后台管理页面（2）

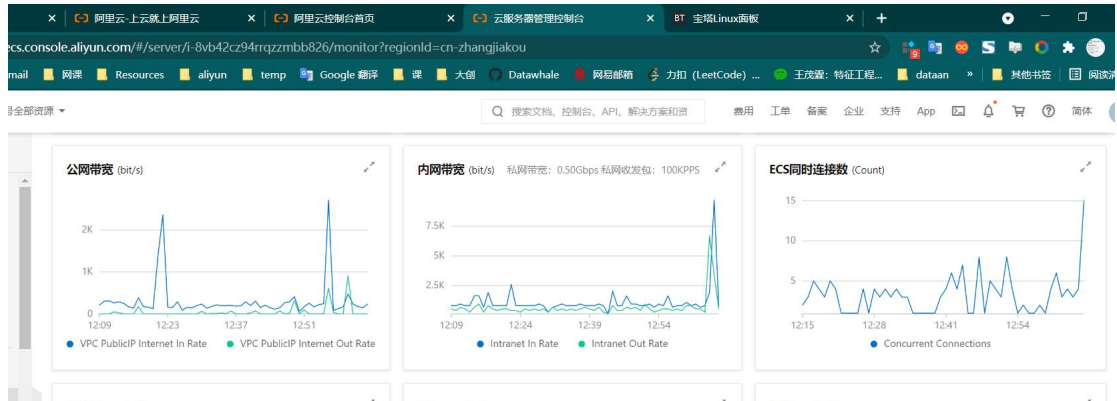


图 13 阿里云服务器后台管理页面 (3)

3、产品详细介绍

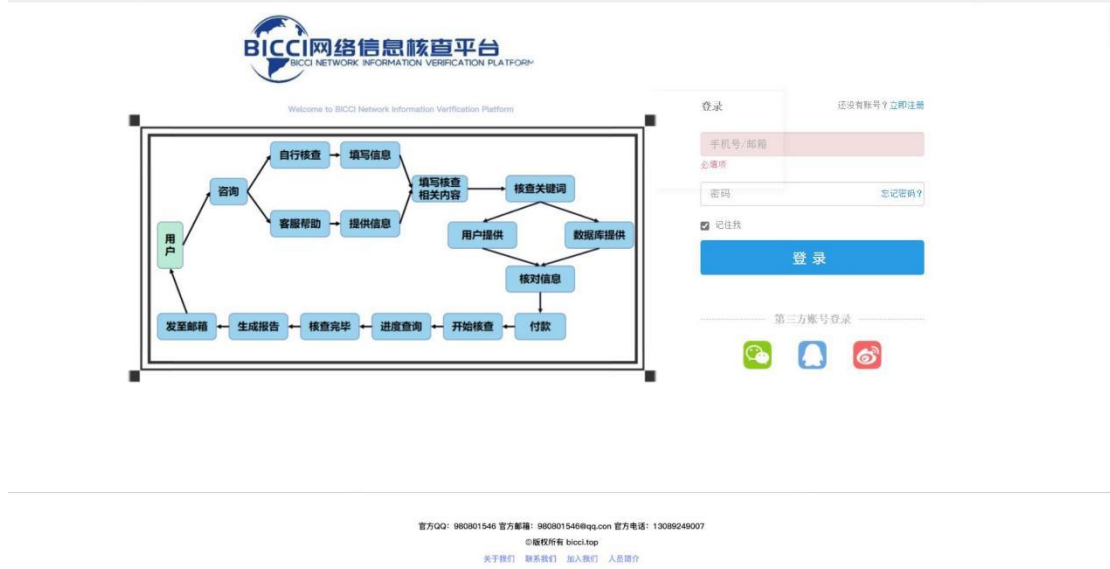


图 14 网站登录界面

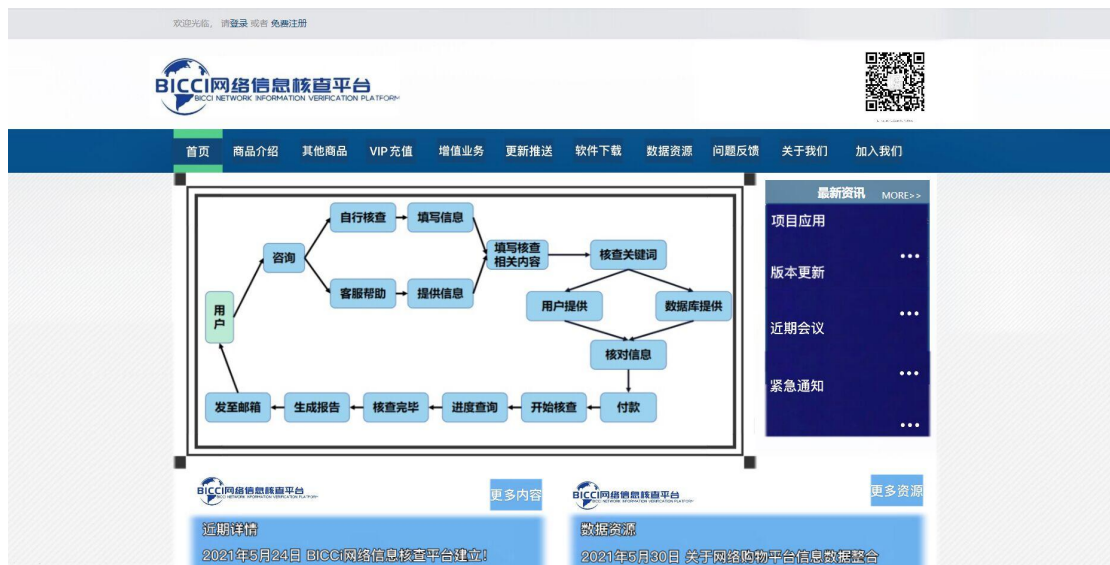
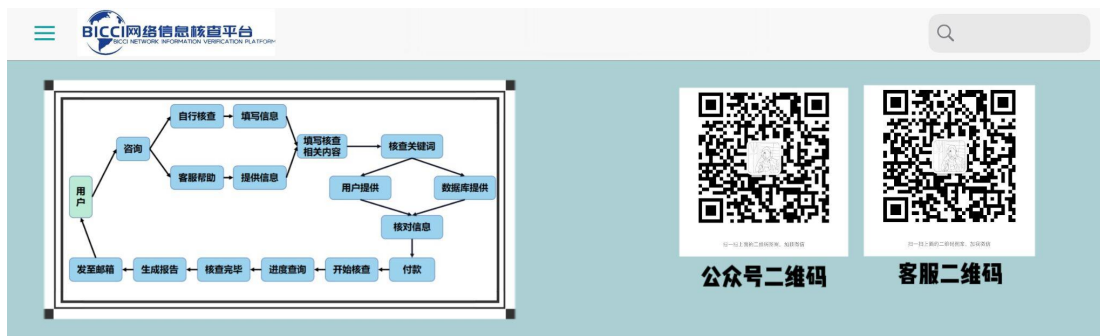


图 15 BICCI 网站首页



1T以内30个核查关键词120元/次；2T-10T内50个核查关键词600元/次；10T以上数据详情咨询客服定价。迷你体验服务：500G以内10个核查关键词35元/次。正常核查细致度服务外，每增加10个关键词多收20元。

核查进度

热门方案

若有其他任何问题请及时与官方客服进行联系
公司地址：吉林省吉林市丰满区吉林大街16号



图 16 软件登录界面操作图

4、微信公众号



图 17 微信公众号关注界面

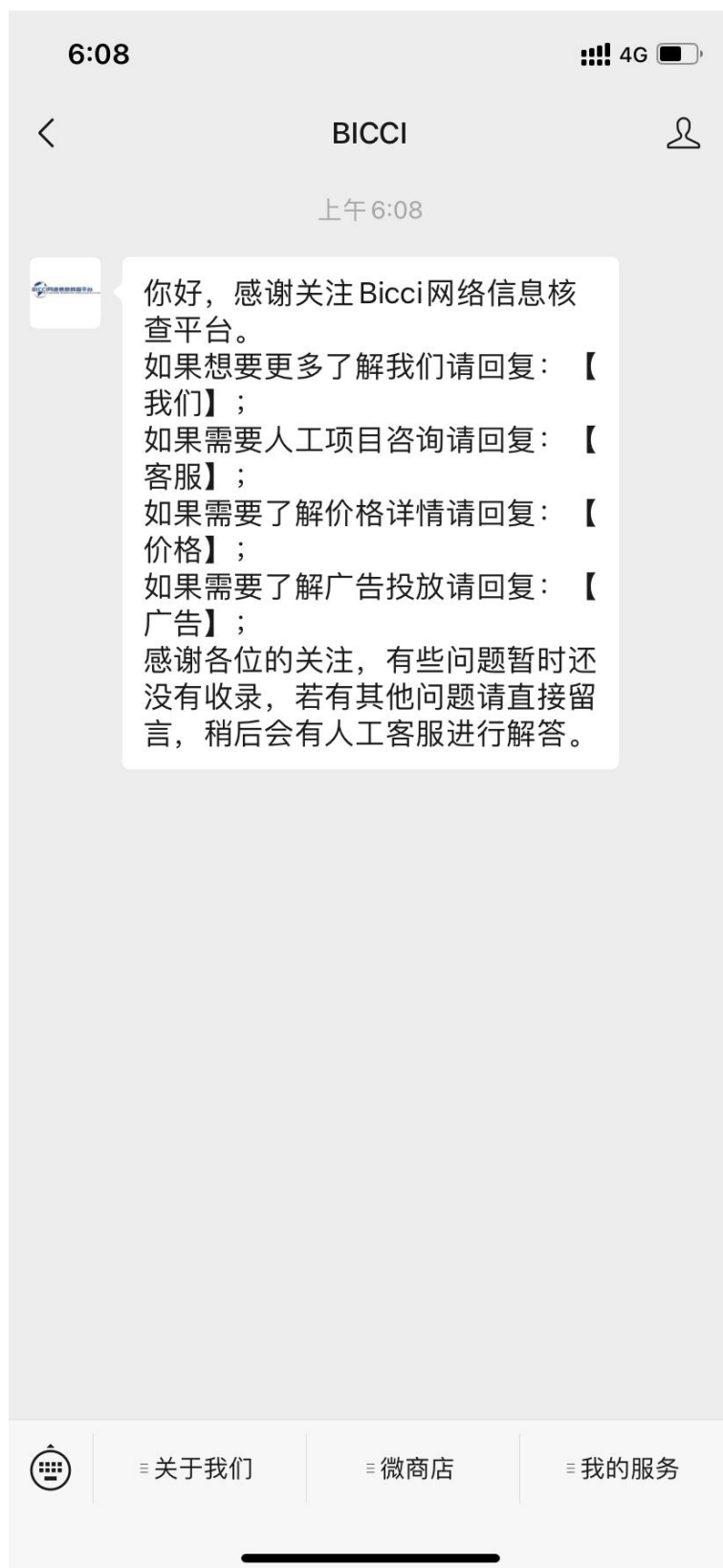


图 18 微信公众号主页面

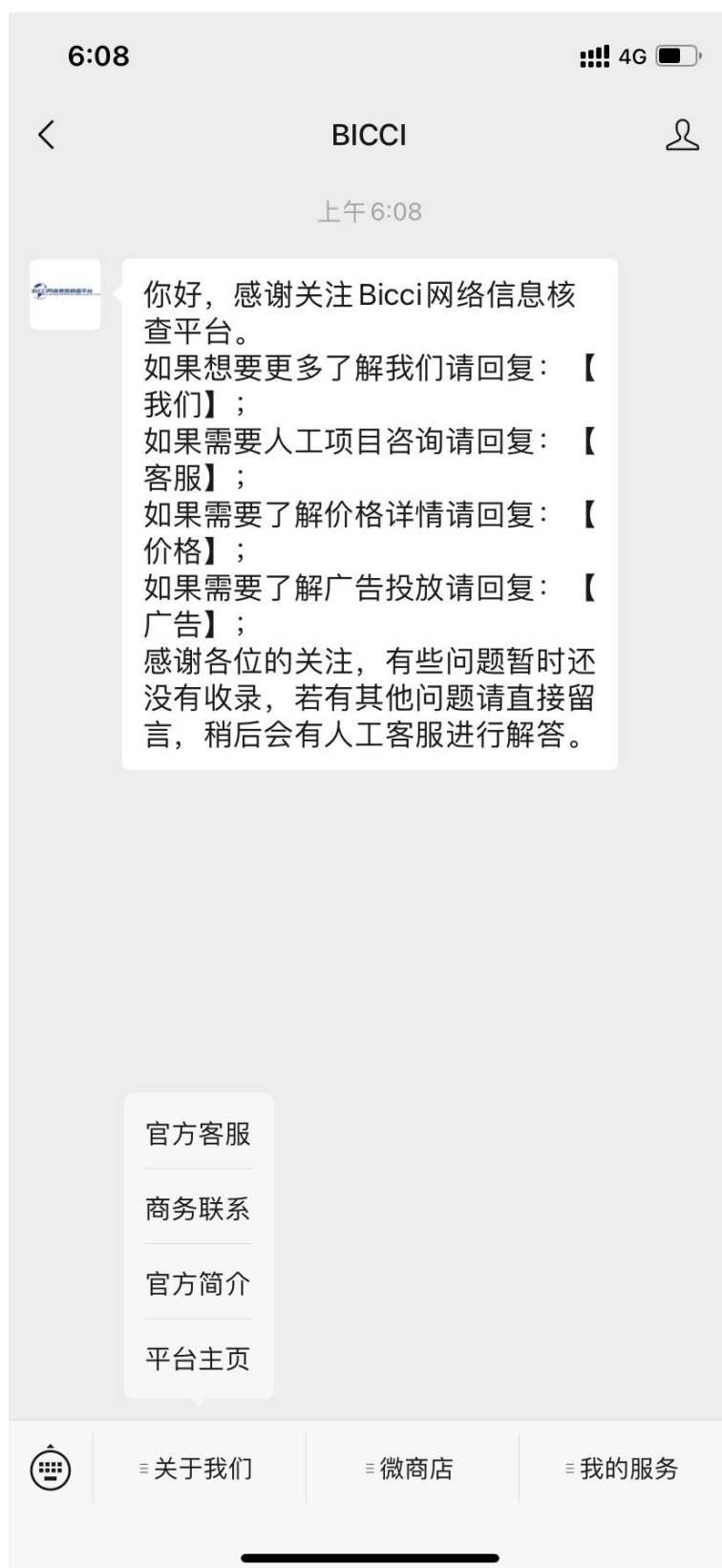


图 19 微信公众号操作功能示意图（1）

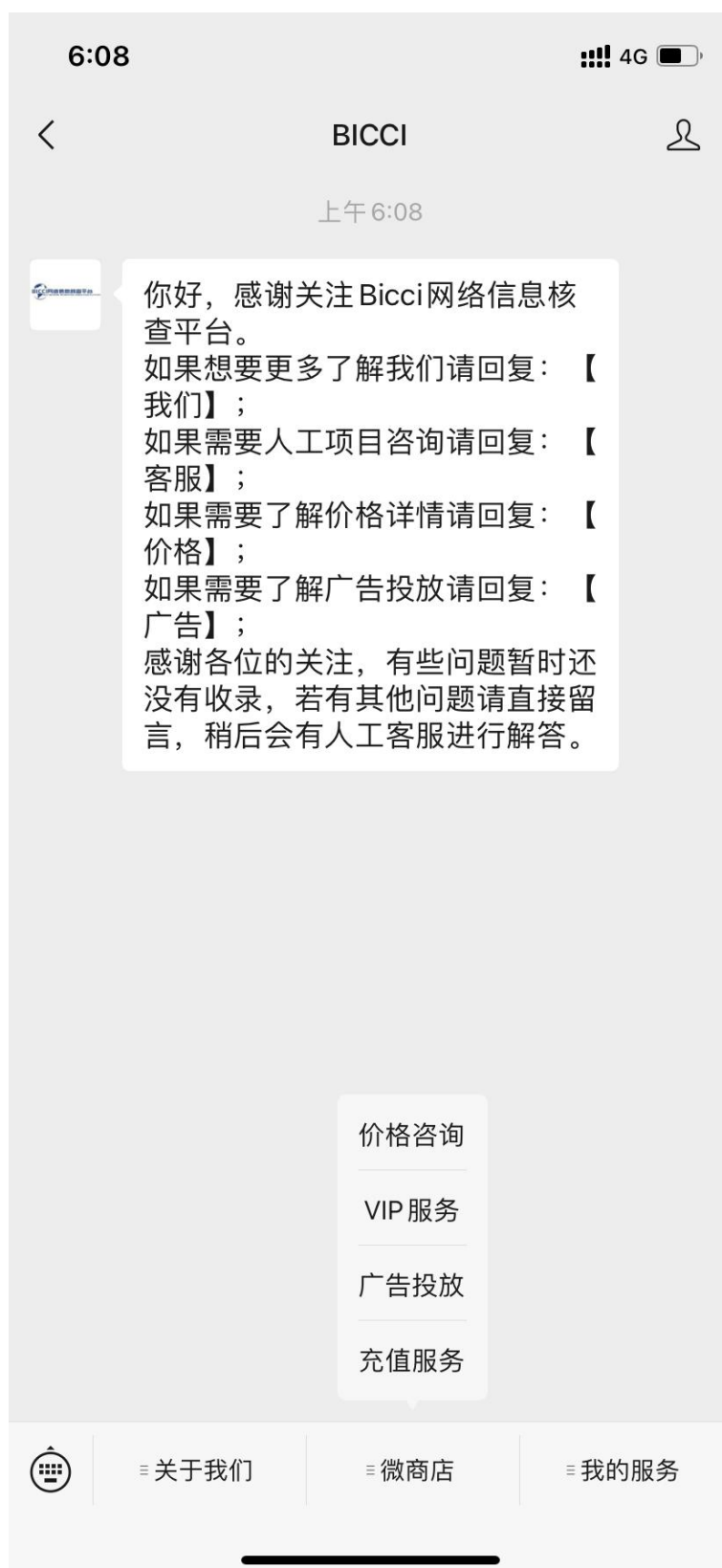


图 20 微信公众号操作功能示意图（2）

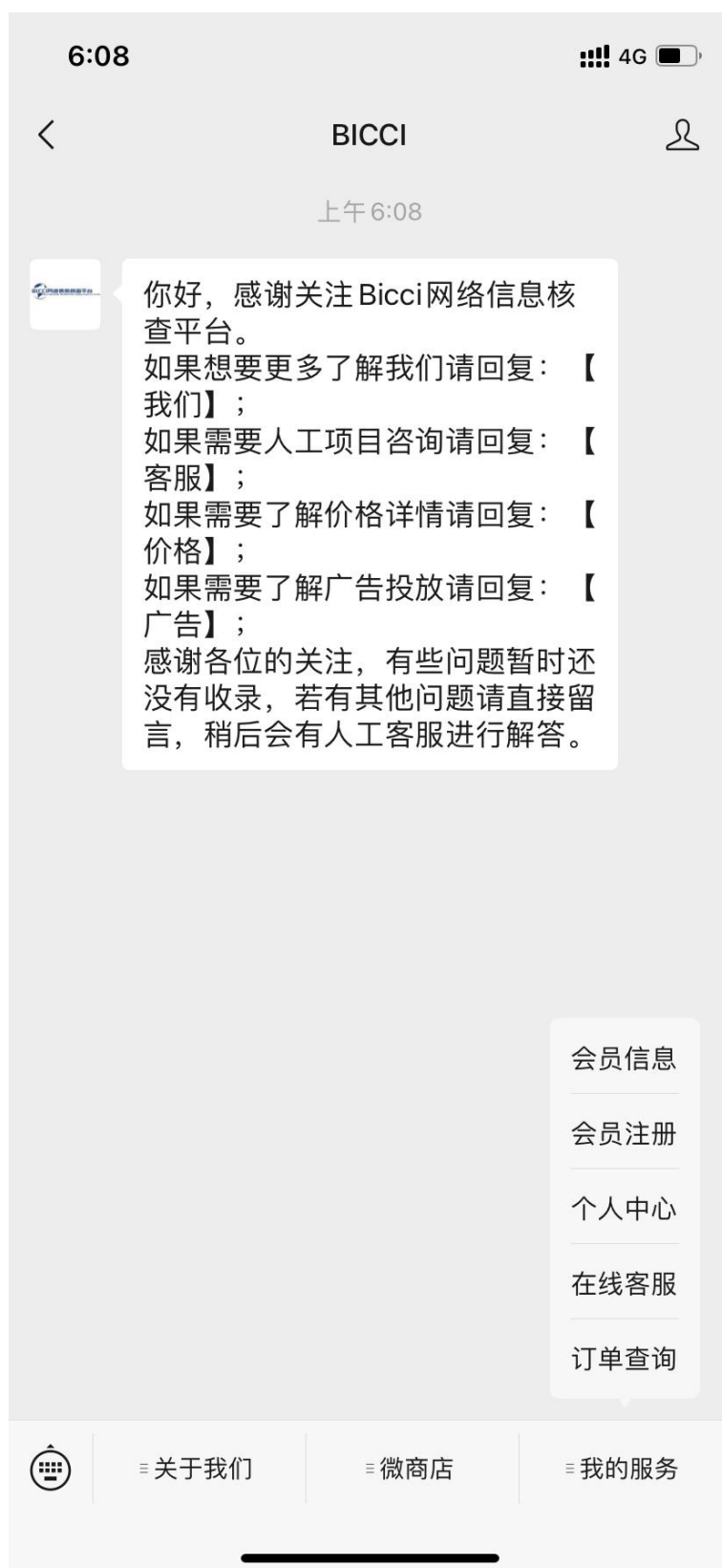


图 21 微信公众号操作功能示意图（3）

5、用户操作流程

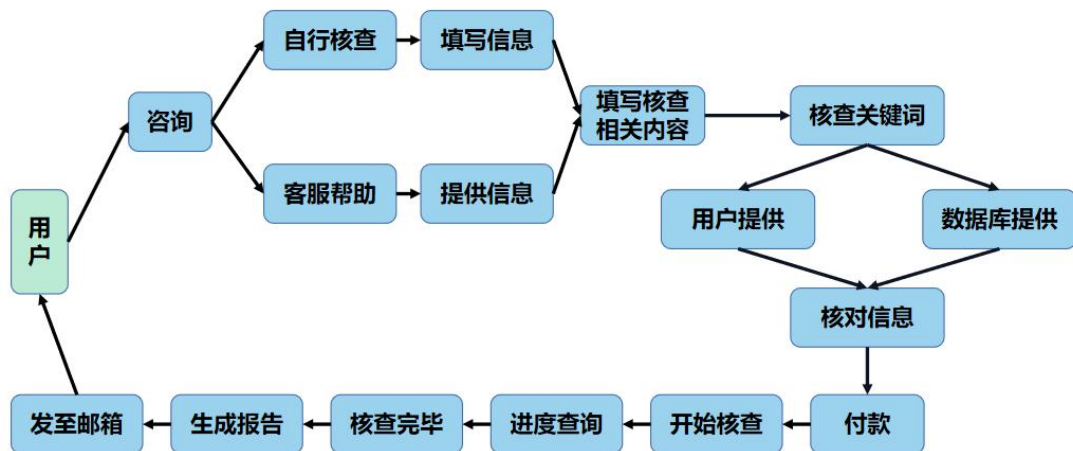


图 22 用户操作流程示意图

6、核心技术演示



图 23 区域分割并标号

首先对正常给定的网络购物界面进行截屏处理，之后根据区域进行分块标号处理。在边缘的商品进行边缘处理，分配到对应的组别里。接下来将每个组别内的每个商品标号并进行数据提取、挖掘。

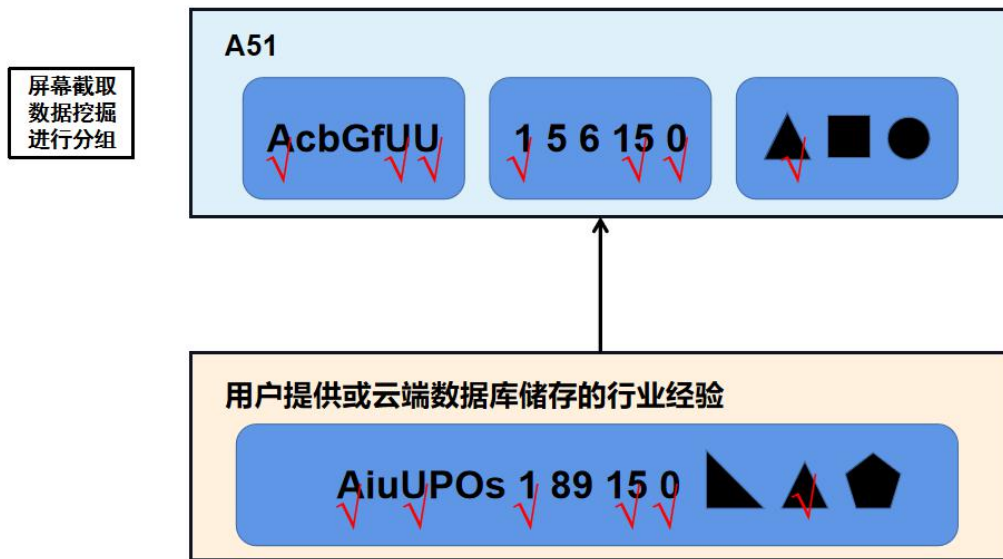


图 24 核查比对内部示意图

上图将软件内部的操作进行较简单的动画演示，将每个商品的数据例如信息、评价、图片等进行分组处理，将用户提供或云端数据库储存的行业经验与分组处理出来的数据进行比对，计算重合率，计量满足一定重合率的信息为我们所需要的，最后将满足此重合率的所有商品分组排列，生成报告表自动发送到用户邮箱中。