

**项目计划书**

科技赋能紧密家庭联系

集体成员姓名：

王钰清、刘宇洁、刘雨萱、李思宇、许一帆、唐一帆、

庞晓宇、董思婕、胡谢琛、山紫凡、赵婧伊、刘晶晶

**“我家”APP**

目录

[1.项目企业摘要 3](#_Toc12071)

[1.1创业项目概念与展貌 3](#_Toc12343)

[1.2市场机遇与市场谋略 3](#_Toc28029)

[1.3目标市场及发展前景 5](#_Toc32249)

[1.4创业项目的竞争优势 6](#_Toc5777)

[1.5创业项目的营收与盈利 7](#_Toc17877)

[1.6创业项目的核心团队 7](#_Toc1876)

[1.7其他需要着重说明的情况或数据 7](#_Toc26019)

[2.业务描述 8](#_Toc28740)

[2.1企业的宗旨 8](#_Toc30178)

[2.2商机分析 8](#_Toc29174)

[2.3行业分析 9](#_Toc7840)

[2.4主要任务与阶段战略 13](#_Toc7904)

[3.产品与服务 13](#_Toc4242)

[3.1产品与服务概况 13](#_Toc5272)

[3.1.2产品技术优势分析 15](#_Toc11234)

[3.1.3产品的名称、特征及性能用途 16](#_Toc12257)

[3.2产品的开发过程 17](#_Toc27265)

[3.3产品处于生命周期的哪一段？ 18](#_Toc14903)

[3.4产品的市场前景和竞争力如何？ 18](#_Toc4611)

[4.市场营销 19](#_Toc9412)

[4.1目标顾客群 19](#_Toc4423)

[4.2竞争对手分析 20](#_Toc17370)

[4.3优势分析 21](#_Toc20605)

[4.4营销人员及方案 22](#_Toc22380)

[4.5市场开拓 22](#_Toc11852)

[5．团队介绍 23](#_Toc20504)

[5.1团队理念 23](#_Toc31517)

[5.2团队成员 24](#_Toc32195)

[5.3人才培养计划 24](#_Toc3038)

[5.4培养工作开展 25](#_Toc31705)

[6.财务分析 26](#_Toc1973)

[6.1.财务预测 26](#_Toc4260)

[6.2融资需求 27](#_Toc28800)

[6.3财务假设 28](#_Toc8289)

[6.4收支安排 28](#_Toc9234)

[收入预估 28](#_Toc6649)

[支出预估 29](#_Toc17541)

[预计财务报表 29](#_Toc12938)

[资产负债表 29](#_Toc10285)

[利润表 31](#_Toc11808)

[盈利能力分析 31](#_Toc13790)

[7.投资者退出方式 32](#_Toc10064)

[8.风险分析与对策 33](#_Toc30885)

[8.1 市场风险及应对策略 33](#_Toc5268)

[8.1.1 市场风险 33](#_Toc20017)

[8.1.2 应对策略 33](#_Toc403)

[8.2 资金风险及应对策略 34](#_Toc28013)

[8.2.1 资金风险 34](#_Toc25545)

[8.2.2 应对策略 34](#_Toc12075)

[8.3 技术风险及应对策略 35](#_Toc27929)

[8.3.1 技术风险 35](#_Toc4290)

[8.3.2 应对策略 35](#_Toc5207)

[8.4 管理风险及应对策略 36](#_Toc26902)

[8.4.1 管理风险 36](#_Toc2771)

[8.4.2 应对策略 36](#_Toc19041)

[9.其他说明 36](#_Toc20315)

**1.项目企业摘要**

**1.1创业项目概念与展貌**

项目概念：

本项目为家族APP，研发了一种家庭服务类的服务产品。APP内有“族谱”、“信箱”、“集市”、“我的”四个板块，旨在解决家庭沟通问题、紧密家庭联系，目标用户为聚少离多，日常缺乏联系和愿意紧密家庭关系的中国家庭。

本项目主要采用APP想法展示技术和JS网页设计技术，涵盖了想法及亮点展示APP和电子族谱网页两方面，具有应用对象范围广、内容丰富、技术实现简单等优势。

目前该项目还在研发阶段，已完成APP的展示设计，电子族谱版块已可以应用，其他版块正在同步进行开发研究，通过不同年龄阶段用户应用的实地采访调查，多获好评，市场前景广阔。

**1.2市场机遇与市场谋略**

本项目计划以家庭为应用场景，聚焦家庭代际关系，以分享彼此生活增进亲人情感为主要使用目标，研发设计一款专属于家庭亲人之间的私密社交软件。

1.本项目的市场机遇：

本项目计划以家庭为应用场景，聚焦家庭代际关系，以分享彼此生活增进亲人情感为主要使用目标，研发设计一款专属于家庭亲人之间的私密社交软件。

不同于市场现有的多种社交软件，本项目将目标使用人群聚焦于家庭群体，以家庭互动为主要形式，设计了语音评论，电子族谱，闲置物品互换等创新板块，关注家庭代际关系特别是老年人使用需求，希望为家庭亲人之间打造一款独属于彼此的私密互动软件，增进代际情感，帮助年轻一代与老年一代跨越代沟，紧密家庭联系。

2.创新点：

1.聚焦老年人使用需求，“记录时刻”板块相比微信APP中的朋友圈在文字评论功能外，增加语音与视频评论功能；

2.设计电子族谱板块，可在此板块以文字或语音等形式撰写自己或他人的生平事迹；

3.设计家庭闲置物品互换板块，为各个家庭提供闲置物品与手工艺品购买交换平台。和咸鱼APP相比，集市以家庭为单位售卖闲置物品，可以随时在“我家小店”中查看家族成员闲置物品的售卖情况。

4.设立家庭信箱版块，通过电子寄信，重点把握当今市场下中老年人年轻时代写信的怀旧心理与年轻群体“凡事需要仪式感”的心态，迎合当下中老年市场及年轻群体心理，扩大流量。

3.市场谋略：

1）总体战略及重点聚焦：

聚焦家庭联系服务版块，把握电子族谱、家庭信箱及家庭二手闲置平台重点，抓住中国家庭市场、年轻人市场及二手经济市场。

2)详细策略及发展规划：

(1)前期：完成APP想法展示模型，电子族谱的网页设计。

(2)中期：完成电子族谱的网页设计。

(3)后期：完善APP模型设计，增加美工，修改完善网页设计。

**1.3目标市场及发展前景**

1.目标市场：

目标用户为上有老下有小，愿意紧密自身家庭关系的中年群体；和家人聚少离多、缺少联系的年轻群体；不熟练互联网，不会打字留言和经常制作手工艺品，需要有贩卖平台的老年群体。

2.发展前景：

1、专门的家庭互动软件

当前市场现有的社交互动软件使用人群集中在朋友、同学、同事之间，以传达信息为主要目的，以学校、职场、陌生人交友为主要使用场景，缺少专门的、有强隐私性的家族软件。

2、聚焦家庭代际关系

现代化城市化与传统乡土观念碰撞之下，年青一代与老年一代的代沟日益明显。本项目计划设计打造家庭私密社交互动软件，通过写信和谱写生平，增进家庭感情。

3、关注老年人使用需求

本项目关注老年人对智能化设备的使用需求，通过设计语音评论与电子族谱等功能满足老年人服务需求，做好适老化服务，适应当前社会老龄化趋势。

4.把握二手经济市场

随着经济社会发展，二手经济市场前景广阔，消费意愿与消费偏好也日益增强。本项目把握二手经济市场，节约社会资源，推动社会经济发展。

5、项目目标用户广泛

目标用户以愿意紧密自身家庭关系的中年群体，和家人聚少离多、缺少联系的年轻群体以及不熟练互联网，不会打字留言和制作手工艺品需要贩卖平台的老年群体为主要群体，覆盖各个年龄层段。

6、迎合当下社会普遍心理

通过电子寄信，重点把握当今市场下中老年人年轻时代写信的怀旧心理与年轻群体“凡事需要仪式感”的心态，迎合了当下中老年市场及年轻群体市场。

**1.4创业项目的竞争优势**

1.聚焦家庭代际关系随着经济与社会发展，家庭代际关系逐渐成为人们关心的问题。现代化城市化与传统乡土观念碰撞之下，年青一代与老年一代的代沟日益明显。本项目计划设计打造家庭私密社交互动软件，为家庭几代人提供一个亲密交流的平台，更好了解彼此，增进感情。

2.关注老年人使用需求智能时代，智能设备已经成为生活必需品，但身体素质与理解能力的下降为老年人使用智能设备造成了一定障碍，本项目关注老年人对智能化设备的使用需求，通过设计语音评论留言与电子族谱等功能满足老年人服务需求，做好适老化服务，适应当前社会老龄化趋势。

3.抓住银发经济风口当前社会老龄化日趋严重，而随着经济社会发展，老年人的消费能力、消费意愿与消费偏好也日益增强，银发经济市场广阔。本项目计划为老年人提供一个舒适的互动社交平台，促进老年一代的社交与消费。

4.设立家庭信箱版块，通过电子寄信，重点把握当今市场下中老年人年轻时代写信的怀旧心理与年轻群体“凡事需要仪式感”的心态，迎合当下中老年市场及年轻群体心理，扩大流量。

1. 把握中年群体愿意紧密家庭联系心理及年轻群体对远亲称呼的疑惑，设置电子族谱，电子族谱不仅可以展示家族成员间的关系，还可以显示亲戚的叫法称呼，满足中年群体与年轻群体的需求。

**1.5创业项目的营收与盈利**

1.盈利可行性：

1)服务对象方面：家庭服务类APP潜在用户多。

2)产品创新方面：板块多样，创新点多，亮点吸睛。

3)现实推行与价值方面：迎合当下紧密家庭联系政策（如三胎政策等）。

2.如何盈利：

1)靠青年人、中年人及老年人的对象访问流量流量。

2)立足“集市”板块，家庭与家庭的二手交易中平台收取一定费用。

**1.6创业项目的核心团队**

团队共分为四组，每组成员分工不同。

第一组：西北大学文学院同学，主要负责策划及文案撰写；

第二组：西北大学信息技术与科学学院同学，主要负责APP展示设计及网页前后端的技术实现；

第三组：西北大学经济管理学院同学，主要负责商业计划书和盈利分析的内容撰写；

第四组：一部分为西北大学新闻传播学院同学，一部分为西北大学戏剧影视文学专业同学，主要负责PPT的美工制作及采访展示视频的录制剪辑；

指导老师：齐钊老师为我们提供想法指导及文案修改方向指导，侯爱琴老师帮助我们进行技术修改及整合指导。

**1.7其他需要着重说明的情况或数据**

暂无。

**2.业务描述**

**2.1企业的宗旨**

项目旨在制作家庭服务类APP，解决家庭沟通问题、紧密家庭联系，为聚少离多，日常缺乏联系和愿意紧密家庭关系的中国家庭提供服务。

**2.2商机分析**

1.互联网经济：

数据显示，互联网网民目前达到10.79亿人次，互联网普及率达76.4%；网络支付用户规模达9.43亿人，占网民整体的87.5%，网络购物用户规模达8.84亿人，占网民整体的87.0%。截至2021年底，我国累计建成并开通5G基站142.5万个，建成全球最大5G网络；我国IPv6地址资源总量位居全球第一；算力规模排名全球第二。

网页设计行业发展前景较好，技术不断更新和发展，AI和可视化数据也不断应用到网页前端开发中，用户体验也在网页前端开发中扮演着越来越重要的角色。全球软件行业市场规模不断扩大，每年以两位数的速度增长。根据不同的数据来源，全球行业市场规模在数千亿美元之间。

本项目主要采用APP想法展示技术和JS网页设计技术，涵盖了想法及亮点展示APP和电子族谱网页两方面，打造家庭私密社交互动网络平台，顺应当前互联网经济发展潮流。

1. 银发经济：

2022年末，全国0—15岁人口为25615万人，占全国人口的18.1%；16—59岁劳动年龄人口为87556万人，占62.0%；60岁及以上人口为28004 万人，占19.8%，其中65岁及以上人口为20978万人，占14.9%。老龄化进程明显加快，2010年-2020年，60岁及以上人口比重上升了5.44个百分点，65岁及以上人口上升了4.63个百分点。国家卫生健康委老龄司司长王海东表示，据测算，预计“十四五”时期，60岁及以上老年人口总量将突破3亿，占比将超过20%，进入中度老龄化阶段。2035年左右，60岁及以上老年人口将突破4亿，在总人口中的占比将超过30%，进入重度老龄化阶段。

随着老年人口数量不断扩大，未来中国老年人口的消费潜力将不断上升。按2010年价格计算，预计2030年中国老年人口消费总量约为12万亿元至15.5万亿元，与全国GDP的比率将提高至8.3%至10.8%；2050年的消费总量约为40万亿元至69万亿元，与全国GDP的比率提高至12.2%至20.7%。

本项目关注老年人对智能化设备的使用需求，通过设计语音评论留言与电子族谱等功能满足老年人服务需求，做好适老化服务，适应当前社会老龄化趋势，抓住银发经济风口，计划为老年人提供一个舒适的互动社交平台，促进老年一代的社交与消费。

**2.3行业分析**

1.该行业发展程度如何？

现代社会网络信息技术蓬勃发展，各种网页、APP、小程序层出不穷，深入到人民生活的各个方面。网页设计行业发展前景较好，技术不断更新和发展，AI和可视化数据也不断应用到网页前端开发中，用户体验也在网页前端开发中扮演着越来越重要的角色。

数据显示，2022年互联网小程序超过780万，DAU突破8亿，人均使用次数超过12次。小程序已经融入网民生活的方方面面，小程序从多平台布局向全域发展的趋势已经形成，采用“多个主推平台与多个多潜力平台组合”模式屡见不鲜，在经营扩张利好与综合运营能力考验的情势下，越来越多的品牌商家认同生态共荣理念、依靠专业飞舞降本增效。

在创新层面，更多的细分市场被发现、挖掘与选择，在商业产品、非商业工具等小程序中能够看到其在社会、群体、家庭建设中新的能量潜力。对于软件来说，根据统计数据，全球软件行业市场规模不断扩大，每年以两位数的速度增长。根据不同的数据来源，全球行业市场规模在数千亿美元之间。

2.现在发展动态如何？

1)特征：

软件行业有以下特征，技术性、复杂性、变化性、创新性、开放性。软件行业市场竞争激烈，需要不断加强技术创新和服务升级，以提高市场竞争力。小程序的开发与使用逐渐朝纵深发展。从技术层面来说，小程序是基于微信生态开发出来的，场景丰富多样；从功能上来说，作为一种小型实用工具有很好的用户体验，可以实现功能相互简单，交互相对简单的需求；从开放性来说，小程序依靠基地软件支撑，有一定稳定性；在推广运营上，小程序不需要繁琐的下载过程，点击既能操作；资源成本上，小程序开发成本低，开发周期也相对来说较短，一般情况下，可以满足基本需求。

2)机会：

互联网行业蓬勃发展，互联网发展规模持续增大，我国有大量的网民基础，且我国对大数据、基础软件、人工智能等方面的投入力度也持续加大。互联网行业所面临的社会经济环境较好，在互联网行存在着很多潜在的机会。

3)优势：

但目前互联网市场上对于家庭建设这一主题的探索并不是很多，利用互联网小程序加强家庭之间的亲情羁绊，是小程序市场开发的重要方向之一。

3.该行业的总销售额有多少？总收入是多少？发展趋势怎么样？

1）相关营收数据：

(1)数据显示，互联网网民目前达到10.79亿人次，互联网普及率达76.4%；网络支付用户规模达9.43亿人，占网民整体的87.5%，网络购物用户规模达8.84亿人，占网民整体的87.0%。

(2)人民群众数字化体验感进一步提升，一方面，各类数字化产品及服务加速渗透，促使网民数字技能水平稳步提升。截至6月，至少掌握一种初级数字技能的网民占网民整体的比例为86.6%；至少掌握一种中级数字技能的网民占网民整体的比例为60.4%，较2022年12月增长2.1个百分点。另一方面，互联网服务体验与用户获得感进一步提升。一季度，我国移动和固定宽带的下载速率同比分别提升了59.9%和15.1%，移动数据流量资费持续下降。与此同时，信息无障碍能力持续增强，互联网应用适老化改造深入推进。1735家主流常用网站和手机APP完成适老化改造。

2)发展趋势：

在未来的互联网行业，人工智能技术的应用将会越来越广泛，移动互联网将会继续保持高速发展，云计算技术将会得到更广泛的应用，区块链技术将会得到更广泛的应用。消费升级将会带动互联网行业的发展，随着人们生活水平的提高和消费观念的改变，消费者对于品质、服务、体验等方面的要求也越来越高，这就为家庭服务类服务软件的发展提供了市场。现代社会扩大了家庭成员之间的地理距离，但并没有拉进家庭成员之间的心理距离——建立一个家庭服务类平台恰好可以缓解这个问题。

目前，互联网市场上的社交、老年服务、农民服务类软件或小程序多种多样，最受广大网民欢迎的微信，活跃账户达13.27亿，小程序的月活跃账户超过11亿，但微信是一个泛社交平台，功能比较多样，并不是致力于建立家庭和谐亲密关系的互联网平台。不过微信的成功也为我们构建一个家庭服务平台提供了很好的范例。

4.经济发展对该行业的影响程度如何？

根据中国互联网网络信息中心《中国互联网络发展情况统计报告》，在全国市场需求逐步恢复的大背景下，互联网业务实现高速高质发展，数字经济成为稳增长的重要引擎，有力助推了经济回升向好。疫情结束后的经济恢复需求，为互联网行业提供了广阔的发展空间。

数据显示，截至6月，我国网络购物、网约车、在线旅行预订的用户规模半年增长均超过3000万人。上半年，全国网上零售额达7.16万亿元，同比增长13.1%，其中，农村网络零售额达1.12万亿元，同比增长12.5%。信息传输、软件和信息技术服务业增加值增长12.9%。电信业务收入累计完成8688亿元，同比增长6.2%。这也为本项目发展银发经济提供了良好的经济环境。

5.政府是如何影响该行业的？

在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流，正对各国经济社会发展产生着战略性和全局性的影响。我国政府将互联网作为生产生活要素共享的重要平台，最大限度优化资源配置，加快形成以开放、共享为特征的经济社会运行新模式。鼓励传统产业树立互联网思维，积极与“互联网+”相结合。推动互联网向经济社会各领域加速渗透，以融合促创新，最大程度汇聚各类市场要素的创新力量，推动融合性新兴产业成为经济发展新动力和新支柱。要充分发挥互联网的高效、便捷优势，提高资源利用效率，降低服务消费成本。大力发展以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费，加快发展基于互联网的医疗、健康、养老、教育、旅游、社会保障等新兴服务，发展便民服务新业态。

同时，国家三胎政策的推出进一步阐明家庭联系的必要性，为紧密家庭联系的APP及网页的产生提供了风向标。

6.是什么因素决定它的发展？

1）首先，明确目标受众。了解自己的目标受众是成功社交媒体运营的关键。“我家”APP深入研究目标受众——需要紧密家庭关系的中国家庭，他们的特征、兴趣和习惯。准确把握目标受众的需求，制定恰当的内容策略，吸引他们的关注和参与。

2）其次，提供有价值的内容。家庭社交媒体用户渴望获取亲情带来的温暖与家人之间的分享。我们通过分享行业洞察、产品教程、专家见解等，为用户提供有价值的信息和功能。同时，要注意功能内容的多样性和创新性，以吸引用户的兴趣和留存。

3）第三，积极互动和回应。社交媒体是一个双向沟通的平台，在“我家”APP中，家人之间可以积极互动，并及时回应他们的评论、留言和信件。这不仅能够增加用户参与感，还能够建立起与家人的信任和亲密关系。互动的方式可以包括点赞、回复、分享用户内容等，让亲人感受到被重视和关注。

4）最后，持续监测和优化。社交媒体运营是一个不断演变和变化的过程。“我家”APP定期监测运营效果，分析数据，了解用户行为和反馈。基于数据的分析结果，调整运营策略和优化内容，以提升运营效果和用户参与度。

**2.4主要任务与阶段战略**

1.主要任务：完成“我家”APP想法展示与网页族谱设置；聚焦家庭联系服务版块，把握电子族谱、家庭信箱及家庭二手闲置平台重点，抓住中国家庭市场、年轻人市场及二手经济市场。

2.阶段战略：

1）前期：完成APP想法展示模型，电子族谱的网页设计。

2）中期：完成电子族谱的网页设计。

3）后期：完善APP模型设计，增加美工，修改完善网页设计。

**3.产品与服务**

**3.1产品与服务概况**

**3.1.1产品技术概况介绍**

1.技术人员：3 位

2.掌握技术：

熟悉敏捷开发和传统瀑布模型等项目管理方法论；

可以使用各种原型设计工具来创建交互式原型；

拥有丰富的编程经验，熟练使用Java、Python、JS等编程语言，具备良好的编程习惯和规范，熟悉面向对象编程，掌握常见的数据结构和算法，对设计模式有深入的理解；

了解前后端基础和常见框架，能够进行简单的Web开发接口和单页应用开发；

熟练使用Git进行团队协作，熟悉MySQL、Redis等数据库的基本使用。

3.技术介绍：

墨刀是一款制作APP并实现APP页面展示的工具。它能够展示我们APP的基本功能设想。

Spring Boot是一个用于构建生产级别的基于Java的应用程序的框架，它提供了快速开发和微服务架构的支持。

MyBatis Plus是基于MyBatis的增强工具，在简化开发、提高效率的同时保持原生MyBatis的灵活和可控性。

Redis是一个开源的内存数据库，常用于缓存、消息队列和会话管理等，具有高性能、数据持久化和多种数据结构的特点。

MySQL是一个轻量级的关系型数据库管理系统，被广泛应用于Web应用程序的数据存储。

Linux是一种开放源代码的Unix-like操作系统，被广泛应用于服务器和嵌入式系统，具有高度的稳定性和安全性。

Git是一个分布式版本控制系统，适用于大规模项目的协同开发和版本管理。

Vue是一个流行的JavaScript框架，用于构建用户界面和单页面应用程序，具有简洁、高效的特点。

Vite是一个由Vue官方维护的新一代前端构建工具，旨在提供快速的开发体验和高质量的生产环境构建。

Pinia是一个专注于Vue 3的状态管理库，提供了简洁且易于理解的API，使得在Vue应用程序中管理状态变得更加简单。

4.产品技术运用情况：

我们的产品在技术上采用了多种先进的工具和框架。

首先，我们使用墨刀来制作APP并实现APP页面展示，这让我们能够以直观的方式展示我们APP的基本功能设想。墨刀为我们提供了一种简单而有效的方法来呈现我们的产品原型。

另外，我们采用了Spring Boot框架来构建生产级别的基于Java的应用程序。Spring Boot提供了快速开发和微服务架构的支持，使得我们能够高效地开发和部署我们的应用程序。

在数据存储方面，我们使用了MySQL作为轻量级的关系型数据库管理系统，以进行Web应用程序的数据存储。同时，我们还使用了Redis作为内存数据库，用于缓存、消息队列和会话管理等功能。Redis具有高性能、数据持久化和多种数据结构的特点，为我们的应用程序提供了可靠的数据处理和存储能力。

在前端开发方面，我们使用了Vue作为构建用户界面和单页面应用程序的JavaScript框架。同时，我们采用了由Vue官方维护的新一代前端构建工具Vite，以提供快速的开发体验和高质量的生产环境构建。此外，我们还使用Pinia作为专注于Vue 3的状态管理库，利用其简洁且易于理解的API来简化在Vue应用程序中的状态管理。

最后，在版本控制方面，我们采用了Git作为分布式版本控制系统，以支持我们团队的协同开发和版本管理。此外，我们的服务器和嵌入式系统基于Linux操作系统，以确保系统具有高度的稳定性和安全性。

综上所述，我们的产品技术运用涵盖了从前端到后端的广泛领域，并采用了多种优秀的工具和框架，以确保我们能够提供高质量、高性能的应用程序。

**3.1.2产品技术优势分析**

1.技术设计方面，本项目产品设计体现了以下优势：

页面布局简洁美观；板块分层设计，更加直观；操作简单。

2.在技术运用方面，本项目采用了多种先进的工具和框架，具有以下优势：

敏捷开发和传统瀑布模型结合：项目团队熟悉敏捷开发和传统瀑布模型等项目管理方法论，可以根据项目需求灵活选择适合的开发方法，以提高开发效率和产品质量。

丰富的编程经验和规范：团队拥有丰富的编程经验，熟练使用Java、Python、JS等编程语言，具备良好的编程习惯和规范，这有助于确保代码质量和系统稳定性。

面向对象编程和数据结构算法：团队熟悉面向对象编程，掌握常见的数据结构和算法，这将有利于系统设计和性能优化。

前后端基础和常见框架应用：团队了解前后端基础和常见框架，能够进行简单的Web开发接口和单页应用开发，有利于快速构建稳定的前后端系统。

数据库和缓存技术应用：团队熟悉MySQL、Redis等数据库的基本使用，能够有效地进行数据存储和缓存管理，确保系统数据的安全性和可靠性。

版本控制和团队协作：团队熟练使用Git进行团队协作，这有助于确保多人协同开发时的代码管理和版本控制。

3.在技术设计方面，本项目产品设计较为细节化，和人性化：

1)细节化产品设计：本产品在技术设计上注重细节化，充分考虑了老年人的使用习惯和需求。通过设置语音评论、语音朋友圈等板块，符合互联网行业适老化改造趋势，为老年用户提供更便捷的社交体验，提高了产品的可用性和受众群体。

2)人性化设计：产品设有写信功能，体现了人性化设计理念。即使在快节奏的时代中，用户依然能感受到传统写信的浪漫温情，这符合家庭亲密关系建立的需求，提升了用户体验和情感共鸣。

**3.1.3产品的名称、特征及性能用途**

1.产品名称：我家

2.特征及性能用途：

本产品是以家庭服务为中心的家族APP“我家”，具有简洁美观、隐私性强、易操作的特点。在经济飞速发展的现代社会，家庭离心化现象严重。APP旨在用互联网搭建起亲情的桥梁，让聚少离多的家人即使远隔万里也能感受亲情的温暖。

APP内共设有四个板块，分别为“族谱”、“信箱”、“集市”和“我的”。

“我的”中有四个板块：“谱写生平”“记录时刻”“我的喜欢”“我的收藏”。点击“谱写生平”，可以选择家人为其写生平事迹，多年后可以回味过去的温暖时光，也能让小辈知道长辈的光荣事迹，庚续优良家风；通过“记录时刻”可以发表动态，可以语音评论，让家人之间联系更紧密的同时具有适老化服务；“我的喜欢”“我的收藏”中可以看到个人对家人发布时刻以及生平的点赞与收藏。

“族谱”板块将亲戚间的关系通过二叉树的形式直观的展示出来，帮助青年一代理清家族亲缘关系。任意选择一位家人，可以看到他人为他谱写的生平以及自己发布过的时刻。

“信箱”板块的设置给家族提供了有仪式感的交流平台，可以在重要的日子通过电子书信的方式对家人表达感情。

“集市”板块为二手交换平台，旨在使家中的闲置物品得到交换，再次利用。

**3.2产品的开发过程**

1.需求调研和分析

产品开发的第一步是进行需求调研和分析。这一步是为了了解市场需求和用户需求，确定产品的功能和特性。我们通过前期发布问卷调研、实地访谈、与市场上同类产品比较分析等方式来收集和分析信息，确定产品的定位为家庭服务类APP，目标用户群是聚少离多，日常缺乏联系和愿意紧密家庭关系的中国家庭。

2.产品规划和设计

在需求调研和分析的基础上，进行产品规划和设计。确定产品的整体架构和设计思路，包括产品的功能模块、界面设计、交互设计等。我们通过墨刀APP初步制定产品原型，展现产品设计的思路和方向。

3.技术开发和实现

产品规划和设计完成后，进行技术开发和实现。将产品的设计转化为实际可用的产品，包括前端开发、后端开发、数据库设计等。在开发过程中，进行版本控制、代码测试和Bug修复等工作，以确保产品的质量和稳定性。

4.产品测试和优化

技术开发和实现完成后，进行产品测试和优化。发现和修复产品中的问题和缺陷，提升产品的性能和用户体验。通过功能测试、性能测试、用户体验测试等方式来评估产品的质量，并进行相应的优化和改进。

5.产品发布和推广

产品测试和优化完成后，进行产品发布和推广。将产品推向市场，并进行相关的宣传和推广活动。我们准备通过线上渠道和线下活动双管齐下来推广产品，吸引用户的关注和使用。

6.产品运营和维护

产品发布和推广之后，进行产品运营和维护。保持产品的稳定性和持续改进，包括用户反馈收集、功能更新、安全维护等工作。通过持续的优化和改进，提升产品的竞争力和用户满意度。

7.产品升级和迭代

产品运营和维护过程中，我们根据市场和用户的需求，进行产品升级和迭代。保持产品的竞争力和持续创新，包括新增功能、改进用户体验、优化性能等。通过持续的升级和迭代，不断提升产品的价值和用户体验。

**3.3产品处于生命周期的哪一段？**

本项目正处于前期研发与孵化阶段，预计于2023年11月中旬完成APP想法展示模型及电子族谱的网页设计。

**3.4产品的市场前景和竞争力如何？**

1.市场前景：

1）当前市场现有的社交互动软件使用人群集中在朋友、同学、同事之间，以传达信息与陌生人交友为主要目的，以学校、职场、陌生人交友为主要使用场景，缺少专门的家庭互动社交软件，市场前景广阔。

2）项目目标用户广泛，以愿意紧密自身家庭关系的中年群体，和家人聚少离多、缺少联系的年轻群体以及不熟练互联网，不会打字留言和经常制作手工艺品，需要有贩卖平台的老年群体为主要目标用户，覆盖各个年龄层段。

2.竞争力：

1）聚焦家庭代际关系:随着经济与社会发展，家庭代际关系逐渐成为人们关心的问题。现代化城市化与传统乡土观念碰撞之下，年青一代与老年一代的代沟日益明显。本项目计划设计打造家庭私密社交互动软件，为家庭几代人提供一个亲密交流的平台，更好了解彼此，增进感情。

2）关注老年人使用需求:智能时代，智能设备已经成为生活必需品，但身体素质与理解能力的下降为老年人使用智能设备造成了一定障碍，本项目关注老年人对智能化设备的使用需求，通过设计语音评论留言与电子族谱等功能满足老年人服务需求，做好适老化服务，适应当前社会老龄化趋势。

3）抓住银发经济风口:当前社会老龄化日趋严重，而随着经济社会发展，老年人的消费能力、消费意愿与消费偏好也日益增强，银发经济市场广阔。本项目计划为老年人提供一个舒适的互动社交平台，促进老年一代的社交与消费。

4）迎合大众心理：设立家庭信箱版块，通过电子寄信，重点把握当今市场下中老年人年轻时代写信的怀旧心理与年轻群体“凡事需要仪式感”的心态，迎合当下中老年市场及年轻群体心理，扩大流量。

5）满足用户需求：把握中年群体愿意紧密家庭联系心理及年轻群体对远亲称呼的疑惑，设置电子族谱，电子族谱不仅可以展示家族成员间的关系，还可以显示亲戚的叫法称呼，满足中年群体与年轻群体的需求。

**4.市场营销**

**4.1目标顾客群**

根据2023年第六次人口普查数据，我国超过60岁人口和10岁以下人口占总人口的35%以上，他们是首先需要得到社会、家庭或他人照顾的群体，其中蕴含着对家庭服务的巨大需求:对于剩下的65%的人口，如果能培养一种记录习惯，使他们接受其他各种类型的服务，这也将是一个广阔的市场。目前，不少现代家庭也已经具备接受社会提供家庭服务的能力和条件。

家庭服务业相对于传统的农业和工业而言，被称为第三产业，该产业随着全民生活水平的提高获得了长足的发展。目前，有约70%的城镇居民对家庭服务有需求，市场潜力巨大，有利于扩大就业，在发达国家中从事第三产业的人员已占全部从业人员的60%-70%，我国的各级政府均非常重视并支持家政服务业的发展。随着人民生活水平的不断提高和家务劳动社会化日益突显，同时，随着我国家庭小型化，人口老龄化，生活现代化的发展，家庭服务需求日益旺盛，市场逐渐扩大。

**4.2竞争对手分析**

迄今为止，中国移动即时通信市场一直是一个免费市场。市场上的所有竞争者都主要采取免费运营模式。因而，这个市场遵循免费媒介市场的规则:消费者选择效用更高的产品，提供高效用产品的公司会迅速占领大部分市场。微信开发较早，推出以来不断升级，其功能是比较好的。更重要的是，微信远远超过对手的用户数量为它提供了最大的效用保障。如果说仅就产品本身而言微信并非卓然超群，那么，它的遥遥领先的用户数量，无疑使其用户拥有最佳的使用体验。考虑到用户数量因素，微信对用户的效用无疑明显高于对手。因此，绝大多数用户会选择微信，而不是其他移动即时通信平台。网络外部性使微信的效用高于竞争对手，免费性使微信的对手无法利用价格竞争手段争夺市场份额。这也是微信一家独大的重要原因。中国微信营销行业市场规模一直在不断增长。根据市场调研在线网发布的2023-2029年中国微信营销市场消费调查及经营模式分析报告分析，2018年中国微信营销行业市场规模为1343.3亿元，同比增长25.2%，在中国互联网营销行业中占比30.7%。

　　微信营销具有良好的发展前景。一方面，微信在中国互联网市场占有率达到97%，有超过8亿用户，市场份额遥遥领先，在中国互联网市场占根据市场调研在线网发布的2023-2029年中国微信营销市场消费调查及经营模式分析报告分析，是营销的最佳渠道;另一方面，微信拥有众多的营销工具，如微信公众号、微信小程序、微信广告等，可以满足不同企业的营销需求，提升营销效率。

　　此外，微信营销还受到政府政策的支持。政府大力支持微信营销发展，政府部门正在不断完善监管政策，引导企业正确使用微信进行营销，提高营销效率。

　　随着技术的不断更新和完善，以及政府的支持，微信营销行业市场规模将会进一步增长。根据市场调研在线网发布的2023-2029年中国微信营销市场消费调查及经营模式分析报告分析，到2022年，中国微信营销行业市场规模将达到1850亿元，同比增长37.6%。

在未来，中国微信营销行业将继续保持快速发展趋势。企业可以利用微信营销工具，提升营销效率，拓展更多客户，改善品牌形象，实现企业可持续发展。当微信营销工具技术不断改进，营销模式也将不断完善，企业将能够创造更多的价值，让市场更加细分化，形成更多的机会。

**4.3优势分析**

1.我们面向的对象主要是家庭，现如今社会发展飞速，交通四通八达，但也将家庭的距离拉得越来越远，中国人常说“家和万事兴”，我们的社会是以家族为基本单位的，中国社会是以伦理为本位的社会。我们不可否认家庭对于我们的重要性。基于此，我们计划设计出一款以家庭为基本单位的、能促进家庭交流、撰写电子族谱、写下对父母的悄悄话、建立家庭小型会议室、又或是售卖家里老人制作的手工艺品的一个注重服务家庭的平台，我们抓住了现代社会发展过程中家庭分散的问题，并设计出开源、免费、便利的程序供大家使用，符合市场发展的行情和当今时代的新问题，具有光明的发展前景和广阔的市场。

2.操作简单。考虑到老人和小孩对智能设备的应用熟练程度不够，我们设计出个性化图标，便于理解和点击，减少了操作负担，提高大众接受度和满意度。我们会通过询问老师和专业设计人员的意见建议和指导设置语音指控系统，通过语音打开执行的程序，方便快捷。

3.功能全面。我们将家庭可能会需要的各种服务和功能汇总在一个平台上，大大提高了效率和集中度，在后续使用过程中，我们会不断升级提高我们的网页，做出让市场满意的家庭服务程序。

**4.4营销人员及方案**

1.我们的营销团队人员熟练掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论；掌握市场营销的定性、定量分析方法。而且具有较强的语言表达和文字表达能力、人际沟通和解决营销实际问题的基本能力。同时熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规及了解国际市场营销的惯例和规则。并且掌握文献、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究和时机工作能力。我们将逐步建立起一支由市场部、驻外办事处、合作伙伴、市场兼职人员组成的多层次、网络状的销售队伍，采取“先入为主”的策略尽快占领全国市场。

2.我们的营销方案不断推陈出新，并且推出人才激励政策。建立公开、公平、公正的绩效考评体系与合理的薪酬制度。同时导入竞争机制，充分调动员工的积极性和发挥他们的创造性。同时积极开展员工培训工作，建立起集管理培训、技术、学位培训和新员工上岗培训于一体的培训体系，提倡员工之间交叉互动式学习，共同将我们的程序融入市场，立足市场，打造知名度。

**4.5市场开拓**

1.在人员的配备及目前市场局限性，制约着推广和销售地区，重点将会放在西安和周边省市。

2.信息的收集，将以上地区划分给先有业务员，安排好每周的工作量，通过各种行业类网站、各地门户网站和搜索网站的推广链接，去寻找意向客户，通过电话回访或网络回访方式，获得我们想要的信息（信息可以包括：客户名，所在公司、业务范围、联系方式、公司地主、特别是QQ号），以上信息我们来甄别是否是我们需要的潜在客户。

3.信息的处理，在甄别是我们所需要的潜在客户，可以通过快递公司彩页或是公司介绍及产品PPT邮件给到潜在客户，增加潜在客户对我们熟悉度。

4.定期回访，对潜在客户的定期的回访，可以是每月回访一次，通过电话或邮件的形式来潜在客户进行回访，起到了解潜在客户的最新动向，也可以了解行业的东西，回访资料一定要做好资料的整理传出至服务器。

5.出差，当一个地区潜在客户量达到一定量时，很有必要去出差拜访，可以现场讲解公司的发展方向和产品架构，也可以现在演示现销售的产品，这样能很好维护好客户。

6.员工工作监督，业务员上传服务器潜在客户检查，检查工作是必须的，可以是部门主管电话回访的方式去检验，对事实不符的员工要即时的纠正，同时也是检查一位业务员是否合格的很好的标准。

7.加大对网站编辑宣传公司信息及产品，增加搜索引擎快照出现率，也为公司以后网络宣传打下一个很好的基石，在有客户通过互联网查询公司资料时，不会出现空白的缺陷，增强企业的形象。

**5．团队介绍**

**5.1团队理念**

团队秉承诚信、规范、高效的工作原则，用技术赢得市场，以创意服务取得信誉，竭诚为广大客户提供优质、高效、快捷的服务。面向未来，坚持自主创新,不断完善程序功能，扩大产品市场，增加成簇知名度，树立好形象。

**5.2团队成员**

公司集齐汉文、新传、经管、信科等多专业人才，是一支精良、优秀、卓越的团队。

**5.3人才培养计划**

1.对高级管理人员的培养。按照现代公司的管理人员的标准和要求，重点充实现代企业管理知识、程序经营管理知识、经济资本管理知识、法律法规等知识，加强对管理艺术、营销技巧、员工激励、企业文化建设等多方面的培养，强化领导方法和管理技能的训练，培养稳健的素质和创新精神，提高系统思考、驾驭全局的能力。通过培养，改变他们传统的思维方式，提高决策的科学性和管理效率。通过培养，提高高级管理人员的综合素质和综合能力，使高级管理人员能不断适应市场竞争的需要，提高其管理能力和管理水平。

2.对优秀专门人才和后备干部的培养。加强对优秀人才和后备干部的培养，重点加强对程序开发、法律法规、企业文化建设等方面的培养，强化对优秀专门人才和后备干部思维方式、管理理念、经营思想等的转化和培养，加强对这部分人员科学工作方法和实践能力的培养，强化人力资源管理的知识学习和能力的提高，加强职业道德和职业文化修养的培养，人际关系沟通和对外工作协调方面的训练，培养一批未来能够担当高级管理和专业技术职务的后备中坚力量。为了加强对后备干部综合素质和能力的培养，将有计划地组织他们出外进行拓展训练。

3.对基层负责人的培养。对他们培养重点是牢固树立依法合规安全经营理念，加强现代企业管理知识和管理技能的培养，培养创新和依法合规经营意识；加强对上级行经营管理理念、工作措施、政策的学习培养，加强负责人对程序设计平台、家庭服务等新业务的学习培养，加强业务能力、社交能力、营销能力、管理能力的技能培养，提高负责人的全面素质和能力，提高其严格规范管理的自觉性，提高经营管理水平，防范化解金融风险。

4.对一线操作员工的培养。对基层一线员工以提高职业文化素质为重点，以岗位培养为依托，强化操作技能培养和职业道德教育，加大新业务、新技能的培养，拓宽职业技能、增强岗位责任意识。牢固树立规范经营、遵章守纪意识，风险防范意识和工作责任心。推行岗位资格制度。推行各个岗位的分级分类测试，进一步明确岗位资格标准，把取得岗位资格作为上岗的前提条件，有针对性地开展上岗、在岗、转岗培养，搭建以岗位资格培养为基础的全员岗位培养平台。对经办岗位员工要根据业务发展要求，及时进行新业务新知识的培养。

**5.4培养工作开展**

要从实际出发，针对不同的情况，制定不同的培养方式，使培养既有针对性、目的性，又有成效性，要采取多种形式开展培养，克服僵化的理论说教和“填鸭式”的教学方式，采取生动活泼的培养方式对全员进行培养，提高大家参加培养的积极性，变“要我提高”为“我要提高”，从而增强培养效果，提高培养质量。

（1）集中授课。对不同层次的员工，都要针对培养内容进行一些集中授课，通过集中授课，使大家对概念性、理论性的知识内容能有系统性的掌握和了解，提高大家对理论性知识的理解和掌握。同时集中授课还可以用较短的时间、花费较少的培养经费尽可能多地培养较多的人员。

（2）专题调研。对高管人员、优秀专门人才、业务骨干为主体的核心人才的培养，要组织培养人员深入程序设计市场、客户群体和基层进行调查研究，把程序运行中的热点、难点、疑点问题作为调查研究的课题，通过调查研究，提出解决问题的办法和有效措施，并总结经验在辖内加以推广，提高学员的思考、分析和研究解决问题的能力。

（3）专题分析。举办业务经营分析会、专业研讨会和座谈会，邀请系统内和社会上的知名专家学者对家庭服务领域的前沿知识、信息资讯、市场趋向和疑难问题进行集中探讨，培养学员敏锐的市场意识和对前沿知识的追踪能力。

（4）素质训练。结合企业文化建设和员工综合素质的需要，在中青年管理人员和青年骨干员工培养中要开展体格、品格、心理素质等内容的训练，引入体验式培养，每年组织他们进行拓展训练，增强团队精神、奉献精神和创新精神，培养良好的品格修养、生活志趣和健康的体魄。

（5）以会代训。各部门要结合本专业实际，要通过各层面、各专业会议，做好规章制度宣讲、贯彻工作，增强全体员工执行制度的自觉性，提高化解和防范风险的能力。

（6）在岗培养。由于处在业务发展的关键时期，公司工作任务十分繁重，人员相对偏少，为了正确处理公学矛盾，我们将采用以自学为主和集中学习辅导相结合的方式提高员工综合素质。

（8）引导自学：首先人力资源管理部根据各时期培养重点，准备教材，制定出自学计划，由相关人员按照要求，对其内容进行自学。在此期间，写出学习笔记或按照规定的题目写出论文。

（9）集中辅导：按照学习计划的安排，在适当的时候对受训人员进行集中，集中后按照灵活多样的方式进行讨论，如现场给定题目和准备时间，由受训人员即兴发挥演讲；参加培养人员宣读自己的论文；每次组织3至5人就某一个题目各抒己见；播放相关资料，供大家讨论等。在集中学习讨论时可根据情况随时采用各种方式，必要时我们还可安排评委现场打分和营业部领导现场观摩。总之集中时，我们将较少采用考试方式，而更多的以讲演的方式来考核受训人员自学的成果，为的是将所学理论知识与实践相结合。并且通过这种方式提高参加培养人员的语言表达与沟通的能力，通过培养增加凝聚力，提高执行力，增强竞争力，为我行的有效发展献计献策。

**6.财务分析**

**6.1.财务预测**

基于目前社会发展现状和家庭需求，家庭服务类产品是当前市场上具有广阔前景的项目之一。家族APP旨在解决家庭沟通问题，满足聚少离多、日常缺乏联系的中国家庭的需求。

对于该项目的收入来源，主要包括平台分成、社会募捐、精品课程和广告收入。平台分成是指为家族APP作为服务提供商，可以与家庭服务提供者达成合作，并通过平台分成的方式获取一定比例的服务费用；广告推广也是家庭服务类APP的主要收入来源之一，通过吸引品牌商家进行广告投放，获取广告费用；社会募捐是指为家族APP通过公益活动和社会组织合作，筹集资金或物资来支持平台的运营和发展；精品课程是指为家族APP提供的高质量课程或教育服务，并通过用户付费来获取收入。家族APP可以与专业的教育机构、家庭教育专家等进行合作，提供在线课程、研讨会、咨询服务等增值服务，从而为平台带来收入。

对于该项目的财务收入预测，初期运营主要以增加用户规模和提升用户活跃度为主要目标，因此财务收入相对较低。随着用户数量的增加和用户口碑的传播，平台的知名度和影响力将逐渐提升，从而吸引更多的品牌商家进行广告投放，进一步提高广告收入。随着用户使用习惯的培养和对增值服务的需求增加，会员订阅和增值服务的收入也将逐渐增加。

同时，该项目的财务预测也需要考虑到运营成本和市场竞争。运营成本包括宣传推广费用、员工薪酬、平台建设和维护费用等等，并且随着用户数量的增加和功能的增加，运营成本可能会逐渐增加。此外，家庭服务类APP市场竞争激烈，需要与竞争对手进行差异化竞争，持续提升产品的用户体验和服务品质，以保持竞争优势。

综上所述，家族APP作为一种家庭服务类的服务产品，具有广阔的市场前景。在正确的经营战略和市场定位下，该项目有望获得一定的财务收入—平台分成、社会募捐、精品课程收费和广告收入。同时，在落地实施过程中，需要综合考虑运营成本、市场竞争等因素，塑造品牌形象，以确保财务预测的实现。

**6.2融资需求**

融资计划：为了解决公司建立初期的资金短缺问题，计划引入一定的风险投资来提高资金流动性。具体计划为：通过出售部分股权来融资，将10%的股权出售给投资者，融资人民币50万元。这笔资金将用于支付员工工资、支付宣传费用等等。

**6.3财务假设**

1.会计期间：会计期间从公历每年1月1日至12月31日止。

2.记账本位币：本公司的会计核算以人民币为记账本位币。

3. 用户增长假设：假设家族APP在未来几年内能够吸引大量用户，实现用户规模的迅速增长。

4. 收入来源假设：假设家族APP的主要收入来源来自平台分成、广告费用、社会募捐和精品课程。

5. 用户留存率假设：假设家族APP能够保持用户的长期留存，提高用户的粘性和忠诚度。

6. 营销和推广费用假设：假设为了获取和留住用户，需要进行一定的市场营销和推广活动，包括广告、宣传、推广渠道等费用。

7. 利润率假设：假设家族APP能够实现一定的利润率，以保证项目的商业可行性，吸引投资者投资。

8. 资金投入假设：假设家族APP的资金投入，包括初始启动资金和后续的运营资金。综合考虑到项目的发展阶段和资金需求，制定合理的资金投入计划。

9.公司生产经营良好，不考虑计提各项资产减值准备。

**6.4收支安排**

**收入预估**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| 平台分成 | 35000 | 50000 | 70000 |
| 政府、社会募捐 | 30000 | 42000 | 45000 |
| 精品课程 | 10000 | 20000 | 35000 |
| 广告投资 | 0 | 14500 | 20000 |
| 收入总计 | 75000 | 126500 | 170000 |

**支出预估**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| 人员工资 | 20000 | 30000 | 50000 |
| 宣传费用 | 31000 | 40000 | 45000 |
| 其他费用 | 5000 | 7600 | 9000 |
| 支出总计 | 56000 | 77600 | 104000 |

盈亏分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| 收入总计 | 75000 | 126500 | 170000 |
| 支出总计 | 56000 | 77600 | 104000 |
| 利润 | 19000 | 48900 | 66000 |
| 利润率 | 25.33％ | 38.65％ | 38.82％ |

首先，连续三年的收入增加说明企业的市场份额不断扩大，家族APP客户需求持续增长，发展前景较好。

其次，利润率增加表示企业的经营管理能力得到了提高。这意味家族APP成功控制了成本和开支，实施了有效的财务管理措施。这种提升有利于提高平台盈利能力，为未来发展提供更多的资金支持。

**预计财务报表**

**资产负债表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 项目 | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| 资产 | 货币资金 | 64000 | 105000 | 147000 |
| 应收帐款 | 0 | 6000 | 8000 |
| 流动资产合计: | 64000 | 111000 | 155000 |
| 固定资产 | 10000 | 10000 | 10000 |
| 减：累计折旧 | 0 | 0 | 0 |
| 无形资产 | 0 | 0 | 0 |
| 非流动资产合计： | 0 | 0 | 0 |
| 资产合计： | 74000 | 121000 | 165000 |
| 负债与所有者权益 | 应交税费 | 0 | 0 | 0 |
| 应付帐款 | 0 | 0 | 0 |
| 流动负债合计 | 0 | 0 | 0 |
| 长期借款 | 0 | 0 | 0 |
| 非流动负债合计 | 0 | 0 | 0 |
| 负债合计 | 0 | 0 | 0 |
| 实收资本 | 67300 | 106000 | 143650 |
| 资本公积 | 0 | 0 | 0 |
| 盈余公积 | 0 | 0 | 0 |
| 未分配利润 | 6700 | 15000 | 21350 |
| 所有者权益合计 | 74000 | 121000 | 165000 |
| 负债及权益合计 | 74000 | 121000 | 165000 |

**利润表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| 一、营业收入 | 75000 | 126500 | 170000 |
| 减：营业成本 | 24000 | 38000 | 54000 |
| 营业税金及附加 | 0 | 0 | 0 |
| 研发费用 | 0 | 0 | 0 |
| 销售费用 | 31000 | 40000 | 45000 |
| 管理费用 | 5000 | 8500 | 10000 |
| 财务费用 | 0 | 0 | 0 |
| 二、营业利润 | 15000 | 40000 | 61000 |
| 加：营业外收入 | 0 | 0 | 0 |
| 减：营业外支出 | 0 | 0 | 0 |
| 三、利润总额 | 15000 | 40000 | 61000 |
| 减：所得税 | 3750 | 10000 | 15250 |
| 四、净利润 | 11250 | 30000 | 45750 |

**盈利能力分析**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
| 利润率(%) | 25.33 | 38.65 | 38.82 |
| 销售净利率(%) | 15 | 23.72 | 26.91 |
| 总资产报酬率(%) | 15.20 | 24.79 | 27.72 |

利润率=收入-支出/收入\*100%销售净利率=净利润/营业收入净额\*100%

总资产报酬率=净利润/总资产

由上表可知，公司的利润率、销售净利率和总资产报酬率三年内都呈上升态势，这说明公司的经营与财务状况在过去三年内有显著的改善和发展，这些指标的增长为公司未来的发展提供了良好的基础，并展示了公司在市场竞争中的竞争优势。

**7.投资者退出方式**

本家族APP项目初步预计风险资本退出时间在未来的4-6年。在这个时间段内，我们将致力于将这个家族APP产品打造成一家成熟的初创公司。随着市场认可度的提高，APP的市场盈利能力也会趋于稳定。

1. 初创公司收购：随着项目的不断发展，家族APP可以吸引潜在的收购者，比如一家大型互联网公司或与家族关系相关产业的企业。他们可能对该项目感兴趣，认为它能够为他们的业务提供价值。一旦有收购机会，投资者可以将他们的股份出售给收购者，从而实现退出。

2. IPO上市：另一种退出方式是通过进行IPO（首次公开募股）上市，指企业通过证券交易所首次公开向投资者增发股票，以期募集用于企业发展资金的过程。一旦该项目发展成功，获得了足够的市场份额和用户基础，可以考虑通过在股市上市融资来实现退出。

3. 直接买断：投资者还可以选择直接买断他们在该项目中的股份。当项目获得一定的成功和回报时，可以与投资者达成协议，将他们的股份出售给我们或其他潜在的投资者，从而实现退出。

**8.风险分析与对策**

公司建立后，面临着各种各样的风险，在众多风险当中，对公司有深远影响的主要有：市场风险、资金风险、技术风险和管理风险，公司若要维持正常运营，必须尽量规避风险。对于不能规避的风险，我们应做好充分的准备，进行风险预防。

**8.1 市场风险及应对策略**

**8.1.1 市场风险**

公司可能在刚起步时，市场认可度低，想迅速占领市场，存在一定阻力。同时，现代社会网络信息技术蓬勃发展，各种网页、APP、小程序层出不穷，本项目APP存在大量同主题竞争对手，竞争压力大 。

**8.1.2 应对策略**

1.优化产品差异化：在竞争激烈的市场中，要通过提供与竞争对手不同的核心功能和用户体验来吸引用户。例如，可以引入独特的家族信箱功能，使家庭成员能够方便地分享照片、视频和文字信息，增强亲密度和沟通频率。

2.打造独特的家族品牌形象：通过精心设计的品牌标识、宣传语和用户界面，塑造一个与众不同的家族形象，使用户在众多竞争对手中能够迅速辨识和关联到我们的品牌。

3.寻找有效的推广策略：通过寻找合适的渠道和媒体平台，以及选取适合的广告形式，将产品推广给目标用户。充分利用已有资源，进行多种线上线下活动，增加知名度和用户参与度。

4.不断改进和更新产品：持续关注用户反馈，并及时对产品进行改进和更新，以满足不断变化的用户需求。这样可以增加用户黏性和满意度，降低用户流失率。

总之，要在竞争激烈的市场上成功，需要及时掌握用户反馈的意见和建议，并根据用户反映，对方案进行调整；同时，推进技术开发以强化市场竞争力，满足用户需求，提高用户认可度和口碑。

**8.2 资金风险及应对策略**

**8.2.1 资金风险**

1.易亏损

前期投入资金较多，使用本产品的用户少，从而导致平台获得的抽成太少，资金不能回笼，易处于亏损状态。

2. 市场推广资金风险：在项目上线后，需要进行市场推广工作，包括广告宣传、用户体验优化、社交媒体推广等。这些推广活动需要投入一定的资金，如果推广效果不佳或成本过高，将会影响项目的发展。

3. 运营和维护成本风险：一旦项目上线，还需要进行持续的运营和维护工作，包括服务器租赁、数据备份、更新迭代等。这些运营和维护的成本可能会超出预期，需要预留足够的资金。

**8.2.2 应对策略**

1. 易亏损

预估资金需求：对项目开发、市场推广、运营和维护等方面进行详细预估，确保足够的资金投入，并合理分配预算，避免过度投入导致资金亏损。

控制成本：在项目开发阶段，合理评估开发工作的规模和时间，并与开发团队协商控制开发成本。对市场推广和运营方面，制定详细的预算和成本控制措施。

2. 市场推广资金风险

多元化推广渠道：选择适合目标用户的多种推广渠道，包括线上广告、社交媒体、内容营销等，通过组合使用不同渠道，降低推广成本，增加曝光率和用户获取率。

3. 运营和维护成本风险

合理购买与租赁：在服务器租赁、数据备份等方面，与供应商协商，选择合适的购买或租赁周期，以及合理的配置方案，降低运营和维护成本。

预留足够资金：在制定预算的时候，考虑到可能的额外费用和未来的更新迭代，预留一定的资金用于应对紧急情况和项目持续发展。

**8.3 技术风险及应对策略**

**8.3.1 技术风险**

技术人才流失：公司成立初期缺少人才易使公司盈利能力、营运能力和整体竞争力降低，同时核心技术人员跳槽也会造成的一定的损失。

**8.3.2 应对策略**

1.提供竞争力的薪酬和福利：为了吸引和留住技术人才，提供具有竞争力的薪酬和福利待遇，包括基本工资、奖金、股权激励、培训和职业发展机会等。同时，关注员工工作环境和福利待遇，提供舒适的办公条件和员工福利，提高员工满意

度。

2. 创建良好的企业文化和工作氛围：建立积极向上、激励和关爱员工的企业文化。通过各种方式，如团队建设活动、员工福利、奖励制度等，加强员工与公司之间的归属感和凝聚力，增强员工对公司的认同感。

3.引进新型人才。

拓宽对人才的招聘渠道，招聘高级技术员工，保持公司活力。

**8.4 管理风险及应对策略**

**8.4.1 管理风险**

1.管理形式不适应当前环境

公司项目的实施有一定的周期，涉及环节也较多，意外事件或某个环节出现问题以及宏观经济形势发生较大的变化时，公司组织架构、管理方法可能不适应不断

变化的内外环境，将会大大影响项目的进展和收益。

2.项目进度风险：目前项目还在研发阶段，可能会面临项目进度延误的风险，造成APP管理难度的增加。

**8.4.2 应对策略**

1.规范管理制度，及时调整管理方式

规范公司治理，制定完善各项管理制度。关注公司内部发展规律及发展现状，注重宏观经济形式的变化，有较大变动或形成威胁时，及时调整公司的管理方式，

改善公司组织架构。

2.加强管理培训

加强对管理人员的培训，提高其整体素质和经营管理水平。倡导组织创新、思想创新，以适应不断变化的外部环境。

3.为了应对这种风险，可以制定详细的项目计划，制定任务分配表和时间表。同时，建立有效的沟通机制，保持团队成员之间的信息流动和协作，及时发现并解决项目进度延误的问题。

**9.其他说明**

家族APP企业将会获得成功的关键因素：

1. 用户需求：家族APP能够满足目标用户的需求，解决他们在家庭沟通和联系方面的问题。
2. 技术实力：项目采用了APP想法展示技术和JS网页设计技术，具备了技术实现简单和内容丰富的优势。同时，通过技术手段确保平台的稳定性、安全性和用户体验，保证用户能够顺畅地使用和享受服务，是本项目的特色之一。
3. 市场营销：家族APP有明确的市场定位，并能采取有效的营销策略来吸引目标用户。

4. 商业模式：家族APP有可行的商业模式，能够生成稳定的收入来源。如：通过满足用户需求，有效提供高质量服务，使APP盈利。