

ShopNC 商业计划书

版本号	说明	创建人	创建时间
V2.0	商业计划书	吴津津	2007.11.08

二零零七年十一月



前 言

选择 ShopNC

就等于

选择成功

因为

我们拥有

杰出的领导者

卓越的管理团队

创新的知识员工

广阔的市场前景



目录

ShopNC商业计划书.....1

第一节 公司基本情况及未来发展战略.....4

 一、公司基本情况.....4

 二、创业人员的背景及素质.....5

 三、公司的发展规划.....5

 四、公司组织管理、决策方式.....5

第二节 公司产品及市场分析.....6

 一、公司产品、特点及优势.....6

 二、行业和市场.....7

 三、公司的独特性和市场竞争力、客户群定位。.....8

 四、竞争对手的优势及劣势.....11

第三节 融资需求和财务预测.....12

 一、公司目前的财务状况和资本结构.....12

 二、融资需求.....12

 三、预期收益分析汇总表.....13

第四节 公司运营和管理.....14

 一、公司发展战略.....14

 二、公司的组织结构和管理模式.....15

 三、人力资源规划.....16

 四、软件开发管理与研究开发计划.....17

 五、市场策略.....18

第五节 投资方的介入和退出.....20

 一、投资建议.....20

 二、投资方在公司经营管理中的地位和作用.....20

 三、资本退出.....21

第六节 风险及对策.....21

 一、风险.....21

 二、对策.....23



第一节 公司基本情况及未来发展战略

一、公司基本情况

公司成立于 2007 年 3 月。公司位于天津市南开区华苑科技园区，是专业从事生产管理信息化领域技术咨询和软件开发的软件技术企业。

注册资本：伍拾万元 ；

法定代表人：吴津津 ；

成立时间：2007 年 6 月。

经营宗旨：顾客的高满意度、股东的高回报率、员工的广阔发展空间。

目标：面对电子商务信息化领域广阔的市场前景，我们的目标是：用三年时间，把 ShopNC 建设成天津地区在全国叫的响的互连网电子商务软件开发商及服务商。

公司自成立以来，便承接了天津市南开法院电子印章系统及天津市创业环保股份有限公司内部 OA 的开发重任。目前，公司已独立开发了拥有自主知识产权的《ShopNC 单用户网络商店软件》、《ShopNC 综合性多用户网络商城软件》、《公检法系统办公电子印章系统软件》等五套应用软件，其中《公检法系统办公电子印章系统软件》、《办公自动化（OA）系统》已经分别在天津市南开法院、天津市创业环保股份有限公司安装使用，运行良好。同时客户也给予了高度评价。

在 2007 年 4 月中，我公司外包湖南卫视快乐男生项目的开发工作，并派遣开发人员进驻湖南电视台进行驻点开发工作。项目结束后受到了客户的高度赞扬与认可。



二、创业人员的背景及素质

吴津津，Zend 中国 php 认证讲师，从业经验 7 年，计算机专业毕业，本科学历，硕士在读。擅长 LAMP 架构下的软件开发及系统集成，服务器集群部署及安全架构。

柴荣建，从业经验 7 年，计算机专业毕业，本科学历。硕士在读。擅长 LAMP 方向及开源软件的开发与研究。

杨晓芳，女，从业经验 6 年，计算机专业毕业，本科学历。擅长 .NET 及 LAMP 架构下的开发。对网络安全及海量数据处理有深入研究。

三、公司的发展规划

公司致力于基于 B/S 架构下的 LAMP 方向的研发工作。参加开源社区，获得了更广泛的社会认知度。在未来的时间里，将继续开发、推广自主知识产权的开源软件，并建立完善的服务体系，成为成熟的集技术、服务于一体的高新技术软件公司。同时将继续介入 CRM，ERP，OA，BLOG，BBS，WIKI，WAP 等区域，形成一个可以提供高质量解决方案的大型软件公司而努力。公司的长远计划还包括混合型 B/S、C/S 瘦客户端及服务器的开发与研究。在整体发展过程中，公司将选择优秀的客户作为产品定制对象，完善本身的服务网络及产品覆盖宽度。

四、公司组织管理、决策方式

- 1) 组织管理的基本原则：公司围绕产品市场，超越经营职能，灵活地组织和管理。
- 2) 建立授权型、扁平化组织结构，以满足公司快速发展和创新的需要。
- 3) 以合作化的人性管理思想为指导，建立以目标管理为基础、以项目管理为核心、同时实施数字化管理、柔性管理、知识管理的多元化管理模式。



4) 战略（经营）决策实行以总经理为核心的集体决策，为之“断”。公司的智囊部门——运营管理中心负责决策研究，为之“谋”。“谋”与“断”各尽其责。“谋”要按照总经理的思路多谋，“断”要在“谋”的基础进行，最后达到善断之目的。

5) 战术管理决策、战术业务决策向管理部门和员工充分授权，积极组建具有管理自主权利的的职能机构，管理者和员工承担起更大的责任和独立的开展工作，灵活机动地实施决策，并不断地创新，以提高员工积极性，增强员工责任感。

6) 公司经营决策方法科学化。充分运用“软”、“硬”两种技术和定性、定量的分析方法，把专家的智慧和经验与用数学模型进行系统分析结合起来。

7) 公司经营决策体制科学化。随着公司的迅速扩展，公司将逐步建立起经营决策系统、信息系统、智囊系统、执行系统、监督系统有机构成的完善的经营决策体制。

第二节 公司产品及市场分析

一、公司产品、特点及优势

技术先进。基于广域网和大型分布式数据库技术，符合当今信息技术发展主流和大规模应用的实际需求。

1) 前瞻性。公司产品的开发充分考虑电子商务行业和信息技术的发展趋势，确保了产品技术的前瞻性。

2) 功能实用。根据多年的开发经验，舍弃华丽不实部分，力求简单实用易于操作。



3) 运行可靠。运用大型数据库的事物处理机制,保证了数据的一致性,从而使系统运行安全可靠。

4) 标准规范。公司产品的开发严格遵守《标准编码规则》。

公司目前基于电子商务的产品主要是基于电子商务方面的网络商店、商城。具体还分为 3 个不同职能的产品:

- 1) [B-C]模式的网店系统,拥有智能化的操作界面,个性化的模板制定,强大的管理后台,擅长帮助个人及小型企业建立个性化网络商店!
- 2) [B-B]模式的聚合型商城系统,以最小服务器端投入,多行业的多店系统。擅长帮助企业构筑属于自己的网络连锁店。
- 3) [B-B-C]模式的综合性系统,属于专业的行业销售平台。辅以 CMS 系统后,可以迅速 建立自己个性化的“淘宝”或“阿里巴巴”。擅长应用于电信级别项目及行业交易平台。

ShopNC 系列产品是当前国内市场里产品线最齐全的,同时由于部分属于开源项目,其程序的合理性及商业逻辑的完整性都是最有力的市场竞争力。

二、行业和市场

软件是经济的关键技术和关键产业。软件产业成为进入新世纪、进入知识经济时代的重要支柱产业,它是信息社会的核心和灵魂,是全球信息化进程的关键。软件产业以其独有的广泛渗透性、行业带动性,不仅本身在创造经济效益,而且是其他众多高新技术产业的推动力,对众多经济领域有辐射作用,在国民经济中起到“倍增器”的作用。软件产业已经成为当前发达国家和发展中国家竞相发展的核心产业,是新世纪综合国力竞争的重要产业领域之一。 我们占据了产业优势和市场前景优势。目前我国的软



件技术和软件产业正处于初创期的后期，即将进入行业成长期，初创期产业的增长率在20%-50%左右，成长期将达到50%以上。

电子商务更是整个世界范围内的一次商务革命，同样也使得人们传统消费习惯产生了巨大的变化。到如今，恐怕没有人再去质疑电子商务究竟有没有钱赚的问题了。本行业内做的最大的无疑就是“阿里巴巴”与“淘宝”，我们的产品却没有与他们去做竞争，反而是相互辅助的关系。公司刚刚与支付宝方面签署了合作协议，并还将陆续与其他网络支付平台建立合作关系。

三、公司的独特性和市场竞争力、客户群定位。

1、独特性：网城创想是天津本地屈指可数的具备开发网络商店系统的互连网软件企业。而 ShopNC 系列软件，是天津难能可贵的本地企业制作的具备国内一定知名度的互连网软件之一。

2、市场竞争力：

公司的竞争优势集中表现在以下几个方面：

- 1) 技术优势。公司拥有实力雄厚的技术队伍，掌握了当今最先进的开发技术。
- 2) 政府支持优势。天津市政府对于本地自主创业的软件公司有相当程度的重视与扶持。
- 3) 产品组合优势。公司已经开发了拥有自主知识产权的多套应用软件，并将进一步完善产品结构，可为不同企业与个人信息化建设提供全面解决方案。
- 4) 市场优势。国内市场属于萌芽时期，属于很多业内人士所看好的朝阳行业。
- 5) 质量、成本优势。公司对电子商务及开源软件有较深入的研究，聘请了熟悉电子商务业务流程的专家对软件开发给予业务上的指导，因而可以减少大量的调研活动，缩短开发进程，降低开发风险，提高产品的质量，大幅度降低成本。



- 6) 管理优势。公司管理队伍整体素质较高，有着良好的知识结构、年龄结构，富有激情和创新精神。

3、客户群定位

谈到电子商务就必须谈谈“阿里巴巴”与“淘宝”。他们2家都是自己运营的平台。但是国内有无数个个人或企业也是必须要使用自己专有的域名怎么办？毫无疑问，他们还是需要自己本身拥有一个产品展示并销售的平台，而“阿里巴巴”与“淘宝”只是他们的一个延伸的平台，而不是本体。在这个方面，“阿里巴巴”与“淘宝”只是运营网站的企业，是不会去做个人或企业销售店的制作的。即便去做，也没有办法应付这么多企业与个人的个性化需求，同时他们是靠资金流来生存的，制作个人或企业店本来就不是他们的工作范畴。而这个工作由我们来做。”“阿里巴巴”与“淘宝”上有多少个人，多少企业。这都将是我们的潜在用户。

当然我们不能忽略国际市场。比如中国个人或企业店对国外产品的销售比较适用[B-C]模式的网店系统；公司对外的贸易[B-B]模式的聚合型商城系统与[B-B-C]模式的综合性系统都比较适用。或者又是国外对国内的销售，当然，我们使用了多语言版本的开发，直接给外国人使用也不是问题。这样容易把市场扩大或者把商品实用性再扩大。目前我们在台湾已经建立了合作同盟伙伴——易硕数字信息有限公司。一起推动中国大陆外的广阔市场。

而具体的目标客户群体我是这样划分的。

1) [B-C]模式的网店系统：主要面对客户群体为个人及小型企业，尤其是在淘宝与阿里巴巴建立个人或企业店铺的群体。我们吸引他的原因是：这些商家都利用网络获得了经济效益，他们都需要长久的发展及壮大。那么独立的域名及数据库空间，还有展示模板，甚至自己一些特殊的优惠策略都需要突出出来。而这些是淘宝与阿里巴巴所不能



提供的。而我们的[B-C] 网店系统可以很好的解决以上所发生的所有问题。同样淘宝与阿里巴巴上产品经济效益的商家何止千千万家。所以我们的客户资源是丰富的，而且目的明确的。在我们推出模板及功能定制后 2 周后，已经产生了用户的需求及定制意向，并与北京波波在线传媒公司签署了基于[B-C] 模式的网店系统的 2 次开发合同。

2) [B-B]模式的聚合型商城系统：主要面对的客户群体为具备连锁开店或者具备销售分公司的企业。例如某一家酒厂发展各地代理，就可以送他们一套基于我公司[B-C]模式的网店系统。但是又可以限制他们的产品分类及产品内容为本酒厂规定的内容，并能和酒厂规定的内容同步更新。但是又不限各地代理商的自主独立的域名及数据库空间。这样对于酒厂而言，可以更好的利用网络来销售，宣传自己的产品。而又不需要投入过多的服务器硬件及租赁昂贵的带宽。同时，各地代理商还可以自主建立风格迥然不同的样式，并且保护自己本地的客户资源利益等等。同样的模式还可以推广到服装、药品等等行业中来。我们在台湾的一家客户就是利用这个[B-B]的平台，建立了自己的销售渠道网站。收效甚好。

3) [B-B-C]模式的综合性系统：主要面对的对象是具备一定资金实力，并致力于平台建设的公司。大到国内的电信行业的宽带频道小到某个行业的行业销售平台。

例 1)：某网通需要推广 ADSL 配套的宽带增值业务平台，其中必然有商城部分。这个时候就可以利用我们的[B-B-C]模式的综合性系统实现多家网上开店，统计分析，销售管理，产品管理，进销存管理，销售分析等等一系列的功能。

例 2)：某蔬菜批发市场需要建立行业销售平台，进行各种蔬菜销售商家的入驻，管理，销售，统计分析等等，也可以利用我们的希望快速搭建完毕。

例 3)：某大型商场需要建立商场产品展示及销售平台，进行商品的类型，访问统计，咨询，购买，评价，客户服务，店家销售统计等等管理。



同样类似的应用还可以广泛到五金建材，电子电气，食品饮料，服装服饰，化工，纺织皮革，包装印刷，机械，农林，化肥农业，医药保健，冶金能源，石油，环保纸业，家居，家用电器，汽车，工艺饰品，玩具礼品，文体办公，IT 通讯等等行业领域。

四、竞争对手的优势及劣势

目前国内的主要竞争对手是 ecshop 与 shopex。他们 2 家我们都是非常熟悉的。与他们负责人之间也是有非常好的个人关系。也了解他们的长处与短处，甚至难言之处。总之，他们都是在 1 年内接受了 500 万 RMB 以上投资的。我们的相对不足就是在资金短缺上，从而直接影响了开发人员的数量，市场推广的费用等。

他们的主要优势有：具备完善的资金流和管理，开发，销售团队。并具备良好的业内关系。

主要劣势：已经形成了相对固定的发展模式，而且产品比较单一。例如 ECSHOP 目前只有单用户，而 SHOPEX 有单用户及类似我们聚合型多用户 2 个产品。同时股份关系错综复杂。

“有竞争才有发展”。我们欢迎有实力的竞争对手，以便共同创造出广阔的电子商务行业信息化市场。



第三节 融资需求和财务预测

一、公司目前的财务状况和资本结构

天津市网城创想有限责任公司 2006 年 6 月~2007 年 10 月财务状况表

单位：万元/人民币

项目 金额 或比 率	固定 资产	流 动 资 产	无形 及递 延资 产	流动 负债	实收 资本	未分 配利 润	流动 比率	资产 负债 率
2006	36.50	22	150	3.6	36.6	-6.2	0.2	0.05%

从上表可以看出，公司目前财务状况良好，资产负债率很低。这一方面表明公司财务稳定，但也说明公司没有享受到“财务杠杆”效应。

二、融资需求

公司拟吸收创业投资 500 万元，可以分两期投入。第一期 200 万元资金主要用于《ShopNC 系列软件》深入开发，招收技术人员，置办开发场地，购买相关设备（包括服务器、带宽租赁及工作用计算机、相关办公设备等），组织客户服务队伍，销售队伍；在全国做推广应用以及调研开发，具体用途见下表：



序号	项目	金额
1	单用户开发及重构	30 万
2	聚合性多用户改造及重构	40 万
3	综合性多用户持续开发	40 万
4	购置服务器及租赁带宽	20 万
5	租赁办公场所及配套	30 万
6	购置工作用桌椅、计算机及 外设、耗材	30 万
7	其他费用	10 万

第二期 300 万元资金主要用于市场推广费用，具体用途见下表：

序号	项目	金额
1	网络广告及 SEO 推广	200 万
2	组织商业联盟及举办活动	100 万

三、预期收益分析汇总表

根据 1 个授权=1980 人民币；1 个服务=1200 人民币；定制根据当前行业形势及项目具体情况计算，一般个人不低于 1 万人民币，小型企业不低于 3 万人民币，中大型企业，一般不低于 10 万人民币，如果是行业平台类项目，不低于 50 万人民币。

单位：万元/人民币



时间 项目		2008 年		2009 年		2010 年	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量
商业授权销售收入		19.8	100	99	500	198	1000
商业服务销售收入		24	200	72	600	120	1000
客户定制收入	个人	20	20	50	50	100	100
	小型企业	30	10	90	30	240	240
	中大型企业	60	6	100	10	1000	1000
	行业平台	150	3	250	5	500	500
纳税金额		19.747		42.965		140.27	
税后利润		284.053		618.035		2017.73	

注：以上所表注的数字都是经过慎重考虑的，其中的行业平台建设，应该在实际操作中，比预期更要好一些。

第四节 公司运营和管理

一、公司发展战略

- 1) 总体战略：建立动态联盟，形成核心层、紧密层和松散层相结合的“你中有我，我中有你，有所为，有所不为，合作与竞争并存”的网络化合作体系，进行契



约式研究、开发、销售，以培育和发展公司核心技术，实现优势互补、共同发展。

- 2) 坚持“以人为本,以执行力为准则”的经营管理理念。
- 3) 坚持“提供高品质产品，实现低交付成本”的市场竞争策略。
- 4) 充分运用产品经营和资本经营两种手段，积极开拓产品市场与资本市场，实现公司跳跃式发展。
- 5) 注重知识管理，实现可持续发展。

二、公司的组织结构和管理模式

1、公司的组织结构

公司以创新精神大胆改革原有的管理模式，打破传统的劳动分工理论，再造业务流程，结合开放式知识型企业的特点，建立起跨越职能部门界限和以满足顾客、市场需求为核心的工作团队，力求实现组织结构的扁平化和柔性化。公司成立了运营管理中心，它既是公司的智囊部门，又是公司实施运营和管理工作的中心。

公司组织结构以授权型、扁平化、动态性为主要特征，淡化部门界限，改变传统组织结构的刚性，增强快速反应能力，以实现公司整体最优而不是单个部门或环节最优。

为防止出现“内部人控制”现象，公司将进一步完善法人治理结构，拟设立独立董事



2、管理模式

以合作化人性管理思想为指导，以目标管理为基础、以项目管理为核心，同时实施数字化管理、柔性管理、知识管理。

- 1) 目标管理：将公司三年发展规划确定的目标层层分解、落实，明确责任，以目标为尺度进行考核。
- 2) 数字化管理：利用先进的信息技术建立公司的内部网络，实现资源共享与信息快速传递。
- 3) 柔性管理：提倡“人性为本”，建立柔性组织，实行弹性工作，提供特色柔性产品、服务，增强公司灵活性、适应性和创新性。
- 4) 知识管理：知识经济时代，企业竞争优势来自对知识资源的开发和利用。公司将建立基于内部网络的知识库，完善知识共享机制，培养和提高公司的集体创造力。

三、人力资源规划

人才是新经济时代的财富之源。新经济时代企业之间的竞争，说到底，就是人才的竞争，谁拥有人才，谁就拥有财富。公司奉行人本主义企业文化，以实现员工价值最大化为人力资源管理的目标。

- 1) 建立科学合理的人才智力、时间结构，创造崭新的人才空间，实现人才的互补效应。
- 2) 建立公开、公平、公正的绩效考评体系与合理的薪酬制度。
- 3) 推行“员工持股计划”，实现知识与资本的结合，构建利益共同体，增强公司发展的动力。
- 4) 采取股票期权等多种股权激励方式，促使经营者以实现企业价值最大化为目标，解决所有者与经营者之间目标背离问题。
- 5) 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。



- 6) 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。同时，与 IBM，OREACL 等大型软件公司合作以培养等方式进一步提升员工素质，实现公司价值与员工价值的同步增长。

四、软件开发管理与研究开发计划

1、软件开发管理

公司积极推行项目管理，引入工程化管理思想，按照国际 CMMI 质量体系标准，对应用软件开发、供应、维护和系统集成等各个环节进行严密监控，实施全过程质量管理，建立起一个过程受控、紧密衔接、闭环运行的质量保证体系，以实现“产品无缺陷、系统无故障、服务无投诉”的质量目标。

- 1) 开发人员实行竞争上岗、末位淘汰制。
- 2) 开发人员的报酬与其工作量和开发质量相结合。制定项目利益分配制度和综合技能考评制度，实现技术人员考核制度化。
- 3) 公司将强化实施软件开发的工程化和标准化，启动软件 CMM、ISO9001 质量体系认证工作。

2、研究开发计划

为了巩固并长期保持公司产品竞争优势，公司加强研发实力，将对产品与市场结合部分等进行更深层次的研究和开发，形成公司“发芽期”、“种子期”、“结果期”产品并存的合理的产品结构线。

公司计划每年提取当期销售额的 10%作为研发基金，提高研发人员待遇，改善研发条件，以提高公司的产品竞争力。



五、市场策略

一、总体战略

- 1) 实行“提供高品质产品，实现低交付成本”市场竞争战略；
- 2) 以《ShopNC 系统软件》为拳头产品，其他产品为辅。以天津市场为基地，以南方市场作为突破口。
- 3) 建立有效的销售渠道和强大的销售队伍；
- 4) 建立良好的战略合作伙伴关系，充分利用市场资源进行相关产品的销售。

2008 年在天津市场站稳脚跟，夯实基础。在天津电子商务建设的新兴市场占有率达到 60-70%。实施“远交近攻”策略,即积极抢占天津市周边省市的信息化市场，同时对南方较远省市的电子商务信息化市场进行密切关注。2009 年巩固公司在天津市信息化市场的领先地位，新兴市场占有率达到 80%；在北京、上海、广州市场要占有一定地位，市场份额居于前三位；积极开拓华北、华东市场。2009 年将进一步完善公司营销网络和技术支持体系，确立公司在电子商务信息化市场的主导地位。2010 年继续加大市场推广力度，与国际电子商务市场接轨，并陆续推出多元化的电子商务软件增值产品。

一、 营销策略

第一步：立足天津市，将公司研发的《ShopNC 系统软件》等软件产品在天津市电子商务行业内进行推广，并挖掘客户对相关产品的需求。

第二步：巩固公司在天津市市场的领导地位，以《ShopNC 系统软件》为拳头产品，其他产品为辅的策略，开拓全国市场。

第三步：实施国际化战略，开拓软件出口渠道，涉足世界电子商务信息化市场。



二、 营销手段

- 1) 加强扩大公司知名度和影响力的宣传工作，在全国性的专业报刊、杂志上刊登广告、开办相关栏目。
- 2) 《计算机世界报》、《电脑报》、《财经》《今晚报》等传统媒体影响力强。公司将与其建立合作伙伴关系，利用它的宣传力提高公司在商界的知名度。
- 3) 丰富公司网站内容，并与支付宝及相关产品网站相链接。通过网页宣传、推广公司的产品及服务，并为客户提供网上咨询、网上购买。
- 4) 建立产品演示站点。公司常年设立产品演示站点，以便直观、形象地向客户展示公司的产品及其使用功能。
- 5) 建立用户培训基地。建立用户培训基地，定期为公司产品的用户举办技术培训，使他们清楚了解产品的特点、性能及优越性，建立起长期的合作关系，建筑商业联盟。

二、销售队伍的组建

公司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。

三、品牌战略

实施品牌战略，加大宣传工作和品牌经营力度，扩大“ShopNC”品牌的知名度和美誉度，使之成为国内电子商务信息化领域的著名品牌。

四、服务体系

“软件就是服务”的观念日益深入人心。软件市场的竞争不再仅仅是软件产品的竞争，更重要的是服务的竞争。公司将成立“客户服务中心”，采用网络远程监控、现场支持等服务手段，为客户提供不间断、全方位的服务，以实现客户利益的最大化、公司收益的持续性。



五、外部支持

公司获华苑软件园扶持，即将入驻华苑软件园。华苑软件园是国家火炬计划软件产业基地，具有适合软件企业发展的局部优惠政策环境、工作环境和生活环境。

六、资本运营

企业的产品经营和资本经营是相辅相成的，产品经营是基础，资本经营则是企业快速发展的助推器。除了搞好产品经营，公司将积极开展资本经营，突破传统的利用外部资源窄小的方式，充分实施外部交易型战略，最大限度地利用外部资源，建立产品经营与资本经营相结合的全面运营机制。

公司将积极运用联合、兼并、收购、托管、投资参股、控股、改制上市等方式以及这些方式的组合，充分整合内、外资源，实现公司的跨越式发展。

第五节 投资方的介入和退出

一、投资建议

目前国际的电子商务大热潮已经开始到来，为尽快占领电子商务行业信息化领域，公司拟吸收风险投资 500 万元，可分两期投入，其中第一期投入 200 万元，第二期投入 300 万元，以确保公司三步跨越式发展战略的圆满实现。

二、投资方在公司经营管理中的地位和作用

投资方通过选派董事参与公司决策，但是不干预企业日常经营管理，投资者可向公司委派一名财务监督员，监督公司资金运用情况。若不委派财务监督，可以委托会计师事务所行使监督工作。



公司每月向董事会和投资者提供现金流量表、资产负债表和损益表。公司总经理必须向董事会书面汇报当月经营状况和下月财务预算计划。投资者可要求总经理向其汇报经营状况，但每季度最多一次。

三、资本退出

风险投资者并不是要长期持有公司股份，而是要在适当的时候退出，并取得收益。我们把投资者在退出时候的资本最大化增值放在重要的位置，将始终坚持“企业价值最大化”的经营目标。

投资者退出的方式主要有 IPO（首次公开发行）、出售、清算或破产三种，其中 IPO 是最成功的退出方式，上市退出所带来的收益高于其他退出途径。我国即将设立创业板，这就大大增强了风险投资家通过 IPO 形式退出的可行性。公司五年发展战略规划确定：2009 年完成股份制改造；2012 年达到创业板上市标准并上市。公司在未来几年内将密切关注创业板市场动态，时刻与证券业界保持联系，力求 2012 年公司在创业板上市，风险投资家成功退出。

第六节 风险及对策

一、风险

1) 技术风险

IT 行业本身是一个风险很大的企业，技术更新日新月异，一项技术今天本来可能还很先进，但是明天就有可能另一项更先进的技术取代前者。EPOST 挑战 EMAIL，Linux 挑战 Window，该等事例比比皆是，如果企业不能够居安思危，抢占技术的制高点，直接



后果就是企业衰退倒闭，王安公司、贺氏公司等就是最好的案例。公司能否始终保持领先的技术水平，将直接影响其未来的兴衰成败。

另一方面，国内的软件业迄今为止，还没有比较成熟的核心技术，操作系统和数据库核心技术绝大部分都掌握在西方巨头手中。迅速建立自己独具特色的核心竞争力和核心产品，将是网城创想公司急需解决的战略性问题。

公司技术风险主要体现为软件开发失败，而软件开发成功与否在很大程度上取决于公司人才素质以及对电子商务行业管理、业务流程是否有深入的调研、了解与掌握。

2) 市场风险

市场价格波动。随着潜在进入者与行业内现有竞争对手两种竞争力量的逐步加剧，各公司会采取“价格战”策略打击竞争对手，因而引起公司产品价格波动，进而影响公司收益。

销售不足。首先是否拥有一个强力的产品销售团队，另外一种就是在局部市场进入方面很可能会遭遇区域壁垒——即地方保护主义的限制。

3) 经营风险

人力成本上升和高素质人才不足。公司为稳定技术人员和吸引外部优秀人才，必将采取一系列的奖励措施，因此人力成本的投入必然会逐步增加。同时，由于公司处于创业阶段，工作环境、福利待遇在开始时同其他公司相比可能会存在一定差距，从而增加了引进高素质人才的难度。

4) 管理风险

随公司规模急剧膨胀，公司组织结构、管理方法可能不适应不断变化的内外环境。



5) 财务风险

公司在发展初期，财务风险主要体现为资金短缺风险，即资金不能满足公司快速发展的需要。

二、对策

一、技术风险对策

- 1) 奉行“以人为本，以执行力为准则”的企业文化，以实现员工价值和公司价值的共同增长；
- 2) 坚持“您有多大能耐，就给您搭建多大的舞台”的人才理念；
- 3) 采取多种激励措施，如员工持股、股票期权等，尽可能地吸引并留住人才；
- 4) 提供优质的工作、生活环境，创造良好的学习氛围；
- 5) 给予员工发展所需要的空间和支持，满足员工实现自我价值的需要；
- 6) 聘请数名电子商务行业的专家对公司的研究开发给予业务上的指导。

二、市场风险及对策

- 1) 进一步提高产品质量，降低产品成本，提高产品综合竞争力，增强产品适应市场变化的能力；
- 2) 加快对新产品的开发进度和加强对电子商务信息化领域前沿技术的研究与探索，增强市场应变能力，丰富产品结构；
- 3) 建立一套完善的市场信息网络体系，制定合理的销售价格，增强公司盈利能力；
- 4) 寻求各地有关信息技术公司的支持，巩固各地服务与市场份额；
- 5) 实施品牌战略。

三、经营风险及对策

- 1) 推行目标成本管理，加强成本控制；
- 2) 采取内部培训、外部培训等多种措施，提高管理团队的整体素质；



3) 倡导组织创新、思想创新，以适应不断变化的外部环境。

四、财务风险对策

- 1) 构筑和拓宽畅通的融资渠道，为公司的发展不断输入资金，同时，要完善公司自身的“造血”机制；
- 2) 加强对资金运行情况的监控，最大限度地提高资金使用效率；
- 3) 实施财务预决算制度。

最后让我们携手共创美好未来！

天津市网城创想科技有限责任公司

地址：天津市南开区富力城天越园 8-2-1001

电话：022-27260105 移动电话：13672079219

E-MAIL: service@shopnc.cn

MSN: tyler.wu@shopnc.cn

联系人：吴津津

