

计算机信息技术有限公司

商业计划书

二零一零年三月

前 言

选择 XX
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

第一节 公司基本情况及未来发展战略

- 一、 公司基本情况
- 二、 创业人员的背景及素质
- 三、 公司的发展规划

第二节 公司产品及市场分析

- 一、 公司产品、特点及优势
- 二、 行业和市场
- 三、 公司的独特性和市场竞争力
- 四、 竞争对手的优势及劣势

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
- 二、 融资需求
- 三、 财务分析汇总表
- 四、 财务分析

第四节 公司运营和管理

- 一、 公司发展战略
- 二、 公司的组织结构和管理模式
- 三、 人力资源规划

四、 软件开发管理

五、 市场策略

六、 外部支持

七、 资本运营

第五节 投资方的介入和退出

一、 投资建议

二、 投资方在公司经营管理中的地位和作用

三、 资本退出

第六节 风险及对策

一、 风险

二、 对策

第一节 公司基本情况及未来发展规划

一、 公司基本情况

1、 公司的成立与目标

XXXX 计算机信息技术有限公司是由 XX 省交通厅联运中心、深圳亚桥软件公司、北京方正新世纪公司共同投资组建的有限责任公司，是一家专门致力于交通行业信息化研究和软件开发的高新技术企业。公司现有总资产 620 万元人民币。

- 注册地址：XXXXXXXXXXXXXXXXXX

- 注册资本：壹佰贰拾万元

- 法定代表人：XX

- 成立时间：XXXX 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：面对交通行业信息化改造领域广阔的市场前景，我们的目标是：立足交通领域，推动和加快交通行业信息化建设，用三年时间，把 XX 建设成为交通行业信息化应用软件产业基地。

- 公司的技术、市场发展过程

公司自成立以来，便承担着 XX 省交通行业信息化建设的重任。目前，公司已独立开发了拥有自主知识产权的《运政管理信息系统》、《交通运输企业综合经营管理信息系统》等六套应用软

件，其中《运政管理信息系统》、《办公自动化（OA）系统》已经在威海、烟台、济宁三地市安装使用，运行良好，并将在 XX 省 17 地市推广应用。另外，XX 汽车运输总公司对《交通运输企业综合经营管理信息系统》也给予了高度评价。

公司将立足 XX，积极开拓全国市场。

2、公司的股本结构

股东名称	出资额	出资比例
XX 省交通厅联运中心	49.2 万元	41%
深圳亚桥软件公司	49.2 万元	41%
北京方正新世纪公司	21.6 万元	18%

3、公司股东基本情况

项目	注册资金	法人代表	经营范围	99 年末总资产	99 年末净资产
XX 省交通厅联运中心	1700 万元		客货联运、代理、培训、配载服务、咨询；客货站综合开发；交通运输信息咨询服务、汽车及配件的销售。	21198746.09 元	17998695.97 元
深圳亚桥软件	500 万元		计算机软、硬件的开发、销售及售后服务；通信产品（国家专控产品除外）的	5018593.60 元	4990112.00 元

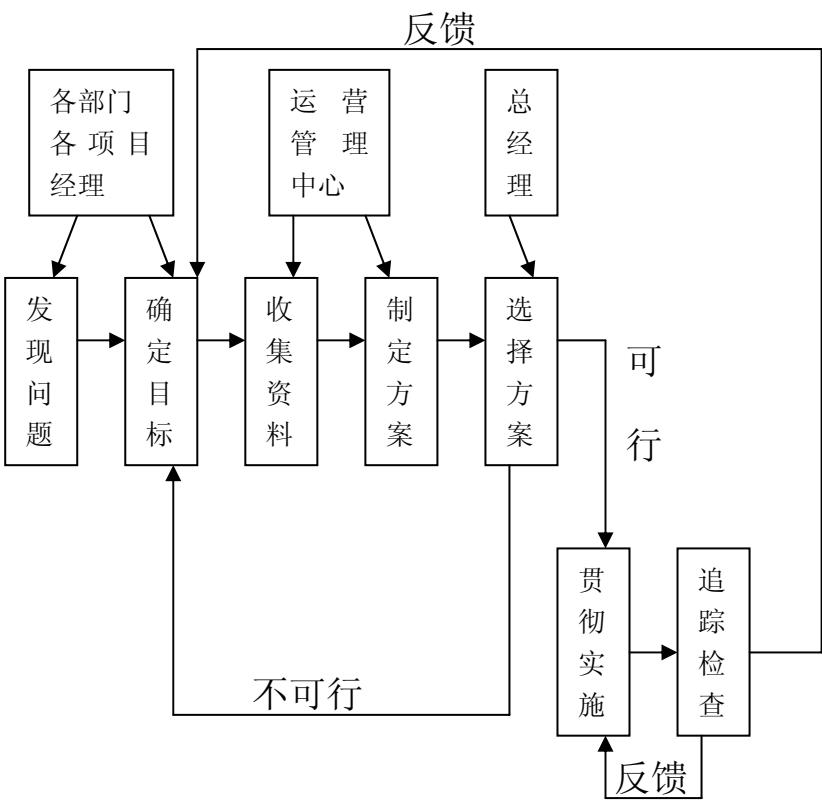
公司			销售。		
北京方正新世纪公司	100万元		计 算 机 网 络 技术开发、技 术转让、技术 咨询、培训、 服务等。	3824916.22元	1400113.12元

4、 公司组织管理、决策方式

- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。

- 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。
- 公司经营决策程序科学化。



5、 公司主要经营状况

单位：元/人民币

项目 \ 年期	1999 年	2000 年
主营业务收入		870,786.88
主营业务利润	-23463.40	589,668.45
利润总额	-283776.93	83,685.00
税后利润		83,685.00
总资产	1,167,612.77	1,088,326.83
净资产	916,223.07	999,908.07
销售利润率		9.61%
净资产利润率		8.37%

6、 研发费用

1999 年公司研究开发费用为——，2000 年为 7.5 万元。

二、 公司创业人员的背景和素质。

董事长，XX，男，46 岁，高级经济师，经济管理专业硕士研究生。1999 年毕业于中国社会科学院研究生院。现任 XX 省交通厅联运中心总经理。

董事，XXX，男，34 岁，1989 年毕业于西安交通大学自动化控制专业，后获得工商管理硕士学位（MBA）。现任深圳亚桥软件有限公司总经理。

董事，XXX，男，32 岁，大学本科。1990 年毕业于吉林工业大学科技情报专业。现任深圳亚桥软件有限公司副总经理。

董事，XX，男，48 岁，大学本科，高级会计师。现任 XX

省交通厅运管局计财科科长。

董事，XX，男，47岁，高级工程师。1981年毕业于曲阜师范大学数学专业。现任北京方正新世纪公司XX公司总经理。

总经理，XXX，男，34岁，大学本科。1989年7月毕业于陕西师范大学科技情报专业，在IT行业工作多年，既懂计算机技术，又有管理、经营和指挥才能，有强烈的创新意识、深邃的洞察力和果断的决策能力。

会计主管，XX，女，经济类大学本科，精通会计业务和财务会计法规，敬业精神和原则性很强。

三、公司发展规划

1、公司三年发展规划

●2001年，完成资金、形象、技术、人才四大工程建设。实现销售收入1000万元，其中软件销售收入350万元，硬件销售收入650万元，税前利润达到160万元。

●2002年，完成股份制改造，进入省内软件企业“十强”。实现销售收入4000万元，其中软件销售收入1400万元，硬件销售收入2600万元，税前利润达到1200万元。

●2003年，达到二板上市企业标准并上市。实现销售收入10000万元，其中软件销售收入3500万元，硬件销售收入6500万元，税前利润达到2200万元。

2、关键成功因素：

●奉行以人为本的企业文化。

- 倡导团队精神、创新精神。
- 对交通行业信息化的现状及发展趋势有深入的研究。
- 有独立研究开发能力，能够根据顾客和市场需要不断

开发出新产品。

● 建立动态联盟，把非核心技术交给合作伙伴完成，公司对交通行业信息化建设项目进行分层面研发，集中精力培育和发展核心技术及前沿技术，从而实现技术的成功“嫁接”和始终保持领先地位。

第二节 公司产品及市场分析

一、产品、特点及优势

1、产品

公司立足于交通领域，以推动和加快交通行业信息化建设、为交通运输管理部门、运输企业、运输市场提供一流的应用软件及信息化全面解决方案为使命。

现已开发的产品是：

- 《运政管理信息系统》
- 《物流基地管理信息系统》
- 《交通运输企业综合经营管理信息系统》
- 《办公自动化（OA）系统》等六套管理应用软件。

正在开发产品：

- 稽查管理信息系统

待开发产品：

- 地球卫星定位技术（GPS）及地理信息技术（GIS）在交通行业的应用
- 客运联网结算系统

2、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。

- 前瞻性。公司产品的开发充分考虑交通业和信息技术的

发展趋势，确保了产品技术的前瞻性。

- 功能实用。实现客户内部信息共享，协同业务办理，业务涵盖面广。

- 通用性强。公司产品面向交通业务，具有很强的可复制性。

- 查询方便。对每一种信息，系统提供多个视图来表现，可从不同的角度进行查询，方便地对信息进行综合和分析。

- 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。

- 标准规范。公司产品的开发严格遵守《道路运政信息系统信息指标体系与编码规则》。

- 与办公自动化的无缝连接，保证了数据信息传递的时效性。

二、行业和市场

公司是利用信息技术改造和提升交通运输业的高新技术企业，因而兼具交通业和软件业的属性。

1、软件是知识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。

2、从交通行业来看，交通运输业在国民经济中起着举足轻重的作用，而落后的传统技术将制约着其快速发展，交通行业的信息化建设迫在眉睫。以 XX 省为例，根据省经济发展战略目标，2010 年经济总量要赶上亚洲中等发达国家水平，经济发展平均增长速度约为 10-12%。这样的发展速度，运输量必将随之高速增长，交通事业将向高水平、高效率、高内涵方向发展，这必然对交通行业信息化建设提出了更紧迫的要求。

国家“十五”规划明确提出要加快国民经济信息化进程。《交通部部长黄镇东在 2001 年全国交通厅局长会议上的讲话》指出：“要加快交通信息化进程。按照“统一规划、配套协调、稳步推进”的原则，启动政府交通部门办公业务资源网络建设，尽快改变交通系统信息不畅的局面。抓好交通运输信息网络工程和区域性客运售票系统建设和货运信息系统建设，为实现公路、水路交通电子商务奠定基础。抓好网络环境下电子收费系统和高速公路监控系统建设。”

全国各省、自治区、直辖市交通部门也都已经制定或正在制

定切实可行的交通行业信息化发展规划。《XX 省交通科技“十五”发展规划》提出要加快交通信息化建设步伐，开发公路运输管理信息系统、货运市场信息服务系统、运力宏观调控决策支持系统、智能交通系统、GPS 基础上的车辆调度管理系统等，充分发挥交通基础设施潜能，提高交通服务能力和服务水平，更好地为国民经济和社会发展服务。

交通行业信息化建设将带来巨大的社会效益和经济效益。根据 1999 年 4 月交通部公路司公布的有关资料显示，截止到 1998 年底货物运输户已达到 273, 886 户，货物实载率低于 50%，每年综合经济损失高达 800 亿元人民币。虽然运输群体规模大，但分散程度高，造成严重的资源浪费。采用现代信息技术提供信息服务，如果能提高实载率 5%，即可创造 40 亿元的综合效益；同时，由于大幅度减少了空载行程，提高了里程利用率，可有效提高运输效率，减少能源消耗和环境污染，降低交通安全事故发生率等等，将产生巨大的社会效益和经济效益。

智能化交通（ITS）是 21 世纪世界交通行业的发展方向。可以说，交通行业信息化建设这一领域市场潜力巨大。从下表可以看出，交通行业信息化服务有坚实的市场基础，市场潜力巨大。

项目	地市	县	客运站	货运场 站	营运车 辆	高速公 路
----	----	---	-----	----------	----------	----------

数量	17 个	128 个	492 个	1000 个	50 多万 辆	2006 公 里
----	------	-------	-------	--------	------------	-------------

从动态的角度来看，我国经济已经进入一个新的增长周期，未来几年，国民经济将保持快速发展的良好态势。社会经济的快速发展，必将对交通行业产生巨大的影响。客货运输需求将保持较高的增长速度，交通基础设施总量将会有较大的增加，交通管理业务将会更加繁杂。因此，交通行业信息化需求会不断增长，交通行业信息化市场潜力无限。

三、公司的独特性及市场竞争力

1、 独特性：公司是交通行业信息化软件开发的专业公司，承担着 XX 省交通行业信息化建设的重任，在 XX 市场有着得天独厚的优势。我们以 XX 省交通信息化市场为依托，积极开拓全国市场。

2、市场竞争力

公司的竞争优势集中表现在以下几个方面：

- 技术优势。公司拥有实力雄厚的技术队伍，掌握了当今国内交通行业领先的信息技术。
- 政府支持优势。交通信息化建设是 XX 省交通科技“十五”发展规划的重中之重，公司作为省交通行业信息化建设的承担单位，交通厅从各方面给予了大力的支持。确定公司总经理参与交通厅信息化领导小组，共商信息化“十五”发展规划。
- 产品组合优势。公司已经开发了拥有自主知识产权的六

套应用软件，并将进一步完善产品结构，可为各省市的交通行业信息化建设提供全面解决方案。

- **市场优势。**XX 省交通运输业在全国交通行业中处于领先地位，高速公路建设居全国第一，交通行业信息化市场份额很大。更重要的是，XX 省交通业在全国有很强的影响力，它的选择直接影响到其他省市有关部门和企业的决策。可以说，“得 XX 而得天下”。

- **质量、成本优势。**公司对交通行业有较深入的研究，聘请了熟悉交通行业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。

- **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。

四、竞争对手的优势和劣势

由于交通行业信息化市场前景广阔，托普软件、中创软件、深圳亚桥、东大阿派等公司及一些大专院校、科研院所极力向该行业渗透。雄厚的资金、优秀的人才、完善的营销网络是它们竞争优势所在，但它们缺乏对交通行业的深入研究以及交通部门的指导和支持。另外，上述竞争对手主要致力于公路建设信息化或货运电子商务等项目开发，而我公司立足于交通行业信息化基石的大型数据库建设、全省三级信息化网络建设工程的研究和开发，产品内涵量很大，两者的产品既有区别又有互补性。

“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交通行业信息化市场。

第三节 融资需求及财务预测

一、 公司目前财务状况和资本结构

XXXX 计算机信息技术有限公司 2000 年度财务状况表
单位：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
金 额 或 比 率	384138.57	653334.72	50853.54	88418.76	1200000	-200091.93	7.39	8.12%

从上表可以看出，公司目前财务状况良好，流动比率极高，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

公司拟吸收风险投资 1000 万元，可以分两期投入。第一期 400 万元资金主要用于《运政管理信息系统》在全国的推广应用以及《稽查管理信息系统》的调研开发，具体用途见下表：

序号	项目	金额（万元）
1	《运政管理信息系统》在全国的推广费用	200
2	《稽查管理信息系统》的调研开发费用	200

第二期 600 万元资金主要用于地球卫星定位技术（GPS）地理信息技术（GIS）在交通行业应用以及《客运联网结算系统》调研开发

费用，具体用途见下表：

序号	项目	金额
1	地球卫星定位技术(GPS)地理信息技术(GIS)在交通行业应用调研开发费	300
2	《客运联网结算系统》调研开发费用	300

三、财务分析汇总表

单位：万元 /人民币

年期 项目	2001 年	2002 年	2003 年
销售收入	1000	4000	10000
软件销售收入	350	1400	3500
税后利润	166	1023	2232
总资产	1300	3600	7000
总负债	70	213	37
所有者权益	1223	3411	6933

四、财务分析

附表：1、损益表

2、费用成本预测表

3、现金流量表

4、资产负债表

第四节 公司运营和管理

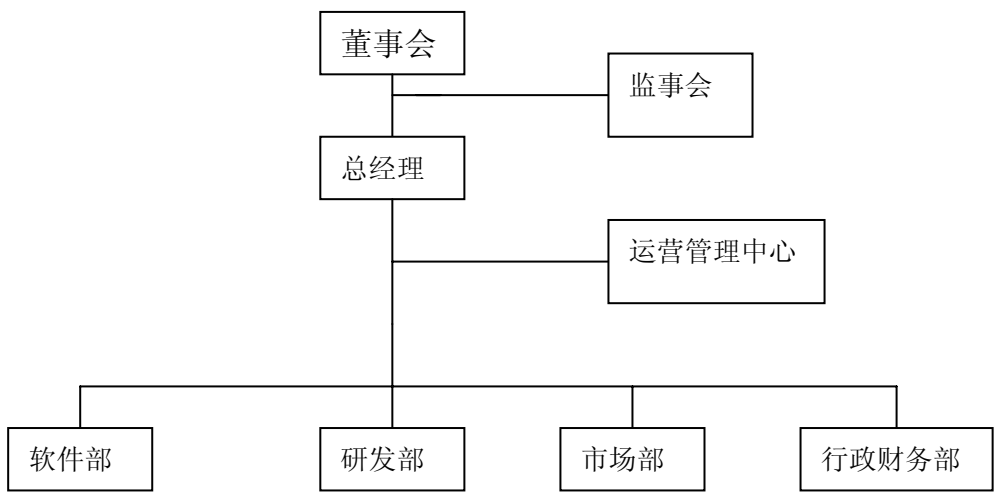
一、 发展战略

- 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。
- 坚持“以人为本”的经营管理理念。
- 坚持“提供高品质产品，实现低交付成本”的市场竞争策略。
- 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。
- 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。公司组织结构图如下：



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，拟设立独立董事两名。

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。

- 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。
- 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的快速传递。
- 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。

- 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。

- 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。

- 建立公开、公平、公正的绩效考评体系与合理的薪酬制度。

- 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。

- 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。

- 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。

- 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，与大专院校合作以委托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、研究与开发

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 ISO9001 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。

- 开发人员实行竞争上岗、末位淘汰制。
- 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。
- 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，将对客运联网结算、运输安全、道路稽查、航运等领域信息化需求及地球卫星定位技术（GPS）、地理信息技术（GIS）等在交通行业应用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

1、总体战略

- 实行“提供高品质产品，实现低交付成本”市场竞争战略；
- 以《运政管理信息系统》为拳头产品，以 XX 市场为基地，以广东市场为突破口。

- 建立有效的销售渠道和强大的销售队伍；
- 建立良好的战略合作伙伴关系，充分利用交通业的市场资源进行相关产品的销售。

2001 年在 XX 市场站稳脚跟，夯实基础。在 XX 省交通信息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 XX 省周边省市的交通行业信息化市场，同时对广东、广西等较远省市的交通行业信息化市场进行密切关注。2002 年巩固公司在 XX 省交通信息化市场的领先地位，新兴市场占有率达到 80%；在广东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。2003 年进一步完善公司营销网络和技术支持体系，确立公司在交通信息化市场的主导地位。

1、 营销策略

- 第一步：立足 XX，将公司研发的《运政管理信息系统》等软件产品在 XX 省交通行业进行推广，并挖掘客户对相关产品的需求。
- 第二步：巩固公司在 XX 市场的领导地位，以《运政管理信息系统》为拳头产品，开拓全国市场。
- 第三步：实施国际化战略，开拓软件出口渠道，涉足世界交通信息化市场。

2、 营销手段

- 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。

《现代交通报》发行对象主要是全国各级交通主管部门、交通运输企业、物流基地等，在全国交通业发行量大，影响力强。公司将与其建立合作伙伴关系，利用它在交通行业的宣传力提高公司的知名度。

- 丰富公司网站内容，并与交通部的网站相链接。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、网上培训。

- 建立产品演示中心。在公司内常年设立产品演示厅，以便直观、形象地向客户展示公司的产品及其使用功能。

- 建立用户培训基地。公司与 XX 省交通高等专科学校联合建立用户培训基地，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。

- 与各地交通部门、企业保持联系，建立一个对市场、对竞争对手反应灵敏、快捷的信息网络体系。

3、 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。

4、 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“XX 信息”品牌的知名度和美誉度，使之成为国内交通信息化领域的著名品牌。

5、 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。

六、外部支持

- 公司获 ABC 软件园扶持，即将入驻 ABC 软件园。ABC 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。

- 公司作为 XX 省首批通过软件企业认证的 40 家软件企业之一，享受国家和省市对高新技术企业、软件企业制定的各项优惠政策。

- 公司将设立顾问团，邀请大专院校信息技术、管理等方面的专家教授和 IT 业界杰出技术管理人才担任研发和管理顾问，逐步建立外部智力支持体系，为公司的发展提供强有力的技术和管理支援。

七、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

为尽快占领交通行业信息化领域，公司拟吸收风险投资 1000 万元，可分两期投入，其中第一期投入 400 万元，第二期投入 600 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、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。公司三年发展战略规划确定：2002 年完成股份制改造；2003 年达到创业板上市标准并上市。公司在三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 2003 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 XX 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交通行业管理、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。公司客户主要是各地区交通主管部门、交通运输企业，在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。

- 管理风险

随着公司规模急剧膨胀，公司组织结构、管理方法可能不适应不断变化的内外环境。

4、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

1、技术风险对策

- 奉行“以人为本“的企业文化，以实现员工价值和公司价值的共同增长；

- 坚持“您有多大能耐，就给您搭建多大的舞台”的人才

理念；

- 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；

- 提供优质的工作、生活环境，创造良好的学习氛围；

- 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；

- 聘请数名交通行业的专家对公司的研究开发给予业务上的指导。

2、 市场风险及对策

- 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；

- 加快对新产品的开发进度和加强对交通行业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；

- 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；

- 寻求各地交通管理部门及有关信息技术公司的支持；

- 实施品牌战略。

3、 经营风险及对策

- 推行目标成本管理，加强成本控制；

- 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；

- 倡导组织创新、思想创新，以适应不断变化的外部环境。

4、财务风险对策

- 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；
- 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；实施财务预决算制度。

让我们携手共创美好未来！

XXXX 计算机信息技术有限公司

地址：

电话：

传真：

E-MAIL：

联系人：