

深圳市百纳九洲科技有限公司
《商业计划书》

二零零九年四月

保 密 承 诺

本商业计划书内容涉及本公司商业秘密，仅对有投资意向的投资者公开。本公司要求投资公司项目经理收到本商业计划书时做出以下承诺：

妥善保管本商业计划书，未经本公司同意，不得向第三方公开本商业计划书涉及的本公司的商业秘密。

项目经理签字：

接收日期：_____年_____月_____日

商业计划书

项目名称 _____
项目单位 _____
地 址 _____
电 话 _____
传 真 _____
电子邮件 _____
联 系 人 _____

深圳市百纳九洲科技有限公司

2009/3/29

目 录

摘要.....	4
第一部分 公司基本情况.....	5
第二部分 产品/服务.....	10
第三部分 研究与专利.....	11
第四部分 行业及市场情况.....	12
第五部分 营销策略.....	14
第六部分 管理.....	16
第七部分 风险控制.....	19
第八部分 项目实施进度.....	19

摘 要

1、**公司基本情况**（公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。）

2、**产品/服务**（产品/服务介绍，产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。）

3、**研究与专利**（已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。）

4、**行业及市场**（行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。）

5、**营销策略**（在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。）

6、**管理**（机构设置，员工持股，劳动合同，知识产权管理，人事计划。）

7、**风险控制**（项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。）

第一部分 公司基本情况

公司基本情况:

公司名称 深圳市百纳九洲科技有限公司

成立时间 2008年5月28日

注册资本 RMB100万

实际到位资本 RMB450万

无形资产占股份比例 14%

注册地点 深圳市罗湖区人民南路深房广场 30 楼 B 座 3001、3002 室

公司目前经营的业务为 基于三维地图的个人生活空间服务及商务空间服务、基于三维地图的无线 WAP、彩信、3G 服务、交通实时路况服务、基于三维地图的政府业务应用（如健科院的能源统计、南山教育局的教育应用）、三维漫游及 720 度全景（东部华侨城、香格里拉大酒店）、基于三维地图出版行业地图（如新楼盘购房图、深圳水贝珠宣判采购指南）。

目前主营业务为 基于三维地图的个人生活空间服务及商务空间服务、基于三维地图的无线 WAP、彩信、3G 服务、交通实时路况服务。

公司近期及未来 3—5 年的发展方向、发展战略和要实现的目标:

发展战略方向:

以市场发展为导向,发挥查查吧品牌和技术优势,满足个人生活空间服务和商务空间服务的市场需求,实行互联网、无线、数字电视多平台营销策略,逐步加强企业内部管理;利用跨平台移植项目开发,完成技术功能服务的更新和提高,合理快速建设多个三维仿真新城市以获取规模效益、增强市

市场竞争力，重点开发北京、上海、广州等大型城市的空间服务应用。

发展战略目标

到 2011 年，查查吧将成为一家以三维仿真城市空间服务为主，以三维城市行业应用为辅，管理结构合理的多元化生产、开发、应用、服务的高新技术企业。2009 年至 2011 年完成筹建运营北京、上海、广州三个分公司。2012 年完成全国 50 个重点一二级城市的基础建设，并在 2013 年使总体城市的运营规模达到国内三维城市行业第一位，单个城市用户总数成为该城市市场第一位，2013 年收入达到 20000 万元（含税）。2013 年至 2014 年开始实施资本市场上的融资，增强资本实力，开始拓展新的市场。通过信息获取渠道的通畅，以及管理经验的积累，开始大力拓展全国二三级城市市场。届时形成一个数字中国空间服务体系，将服务范围覆盖到个人生活与企业商务的方方面面。

第二部分 产品/服务

经过 08 年度的开发工作，目前我公司以完成深圳中心 4 个区的全部，宝安和龙岗大部的地图构建工作。成为国内对深圳覆盖最全面的 3 维地图提供企业。锻炼了开发技术队伍，同时拥有了完善的 3 维地图开发标准。随时可以完成全国其他城市的快速扩张需要。

三维地图最大的特点是，信息承载量非常巨大，我公司以完成深圳 20 万家企业的信息录入工作。是目前深圳最全的企业标注平台，同时，我们也是独家拥有对每一栋楼宇识别的技术能力。可以让用户在使用时不仅识别所在小区，也能精确识别所在的楼房。

根据我平台的特点，我们在 09 年度将网站的核心价值，从之前的以地图查询为重点，逐步转向以用户为重点。从单一的地图模式向以空间服务为

特色的全新模式转型。构筑以信息聚合为中心，通过大量的无线增值，3G应用为手段的商务模式。为此我们正在开发下列产品：

生活空间服务

移动问路系统：很多人在找工作或者到陌生地域办事时，都不能精确找到其想要去的地点。而这里2维地图和114及12580等等指引也不够精确，通过用户使用3维地图的反馈可知。查查吧具有精确指引的能力。为此我们开发了移动问路的系统。用户只要发送指定代码+想要查询的大厦、小区、公司、饭店等就可以收到短信或彩信的精确地图及相关信息。如：公司的电话，乘车路线。或饭店的菜系，用户评价度，消费价格参考，有无优惠活动，推荐菜式等等。按照深圳市的流动人口估算，该业务的商业价值在每年千万以上。

房地产租售的增值服务：聚合深圳现有房地产信息，为用户提供，定制的无线房产信息。用户可以，精确的设定其所需的小区，甚至某栋楼房。可以清晰的了解到房产的周边设施及环境，这是目前房产网所不能提供的。同时在收到房产信息的时，即可了解该物业所在位置，从而省去大量的不必要看房时间。根据深圳市每年300万次的房屋租赁产业规模估算，其潜在收益在1000万左右。

便捷聚会服务系统：以前我们在聚会或者聚餐时，经常要告诉对方，聚会地点的名称位置和行车路线，如果人多或者地点繁杂是会非常麻烦。那么我们推出的便捷聚会系统，将是非常简单的让聚会发起者就能安排好时间的一项服务。用户只需要在我们系统上选择饭店，KTV，酒吧等场所，然后

选择时间及好友的手机。系统将自动将聚餐地点，时间，场所特色等信息以彩信或 WAP 链接的方式发送到其好友的手机上。根据深圳市场估算，年收入将在 500 万左右。

酒店预定服务:

很多人在出差或旅游到达深圳时，由于预定的酒店或招待所不为出租车所知，估很难找到。那么现在通过查查吧平台预定酒店后，将直接收到该酒店位置的详细指引与介绍。此业务当查查吧覆盖其他城市时会成为急剧增长效能的业务。

商务空间服务

销售中小企业客户管理系统: 该系统重在解决中小企业销售部门的客户寻找，销售人员的工作计划管理，招聘面试时的通知等业务。我们拥有同深圳工商局合作的信息平台。能够最全面的反映给营销企业的业务人员，使过去只能通过 2000 元一个人使用的信息软件，变成促进整个公司业务提升的网络系统。过去公司招人时需要前台浪费大量的时间，对应聘人员不断的重复公司地址和面试信息的工作。现在只需要通过系统以彩信或 WAP 链接的形式即可轻松解决。大大提高工作效率和应聘人员的准时到达率。

全城域定餐系统: 依托于会员的个人地图标注功能，建立一整套城市的快餐供应体系。用户在系统上选择他需要的快餐企业及饮食后。系统将把用户的定单信息及用户的具体位置以彩信或 WAP 链接的形式发送到餐饮企业的收银员及送餐员的手机上。从而解决小型快餐企业，宣传难，接单难，

送餐效率低的问题。以深圳每天被消耗 50 万份的快餐量计算，每份快餐我们可以提成 1 元钱。每年的市场总价值就在 1 亿 5 千万。此系统不仅可供快餐企业，鲜花、机票等等行业均有拓展性。

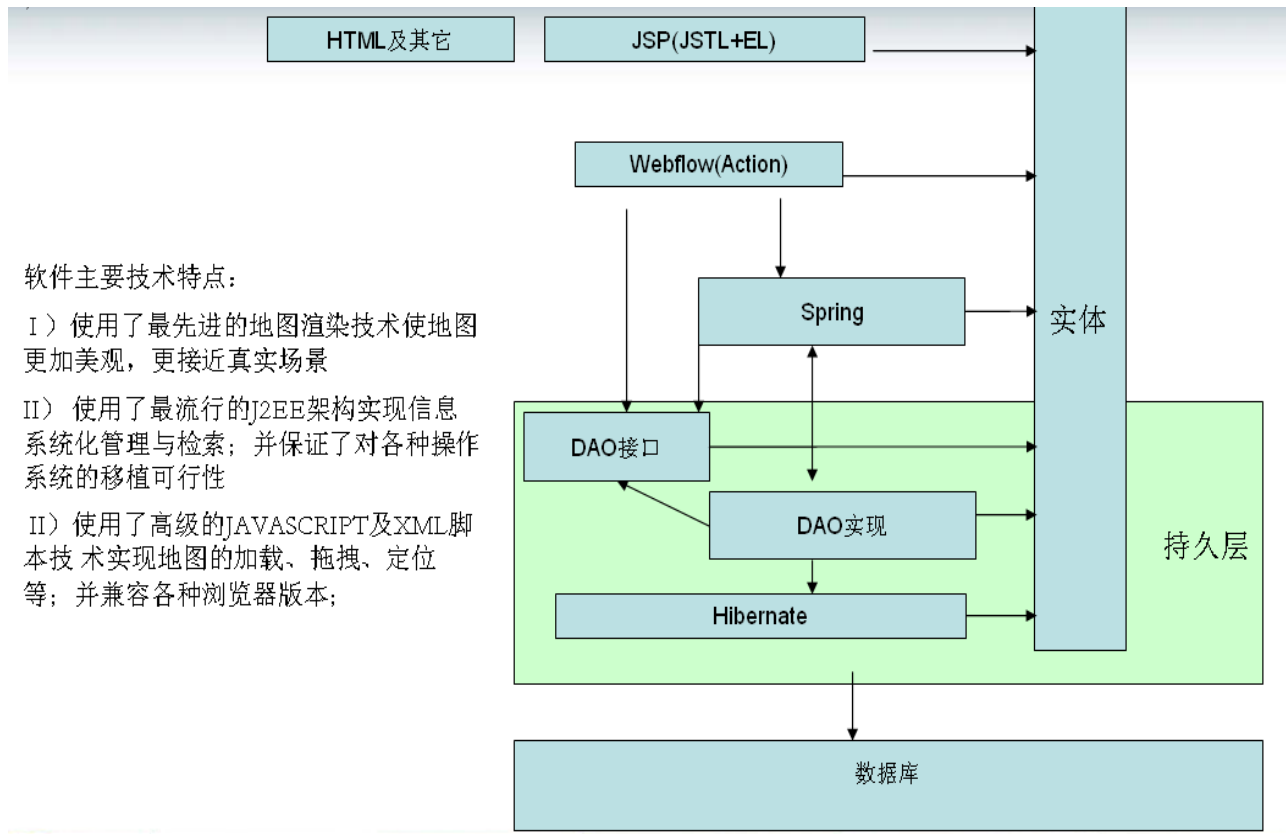
快捷物流系统：顺丰之所以成为今天国内最快速高效的物流企业，在于他从方方面面去提高物流人员的效率。其每个收派员手上都有一部价值 3000 元的手持机，该手持机具有，短信，GPS，和红外条码读取功能。用户下单时，收派员即可通过短信及 GPS 指引快速找到用户。然后收单时即可通过红外条码读取功能，将单号快速上传到该公司系统，从而保证了物流的高效率。那么现在通过快捷物流系统，物流公司无须价格高昂的手持机，只需通过彩屏手机一样可以实现上述功能。

实时交通路况服务

根据我公司与深圳市交通指挥中心达成的独家协议，我们获得了，实时交通路况的信息。故此，用户可以通过 3G 版的查查吧平台，直接查看深圳市的交通状况。也可以在行车时发送指定的代码+路口名称获取道路的行车状况。

第三部分 研究与专利

4.1 产品技术先进性



说明：

查查吧三维仿真城市采用合理、成熟、稳定和实用的 3D 建模技术、GIS 技术，支持“数字城市空间基础信息三维发布系统”的融合式应用。

城市建筑三维建模设计目标具有开放性、可扩展性和前瞻性。综合考虑城市建筑三维模型的深度开发利用和平台功能的扩展升级。

查查吧三维仿真城市采用通用的、主流的开发工具，不使用任何封闭的专用开发工具，避免由此引起的系统不兼容等问题。

项目实施过程中充分利用现有的软件资源和数据资源。

建模完成的所有三维模型的数学精度应完全基于科学、合理的方法获得。

所有模型坐标建立在深圳独立坐标系之中，建筑物的高程与实际的地形高程相符合。

道路模型与其他各区已有道路模型无缝对接。

采用企业级三维建模软件，按照建筑物的真实尺寸和形状，在保证建筑基本特征的前提下，以尽可能少的三角形面片数量构造建筑物的三维模型，并粘贴编辑好的纹理贴面。

地图前台采用 AJAX+XML+XTL+JSP 等多种先进的技术组成，整个平台采用先进的 J2EE 构架，数据存储方面采用 Oracle，这样能保证整个地图平台无论是用户体验方面也好，数据安全方面也好，数据存储或者异构平台都可以无缝移植。而且，由于采用开放性的 J2EE 架构，插件化的设计理念，使整个平台的接入性，开放性都达到领先的水平。

项目的技术创新性

- (1) 提供地图内信息全文检索服务；
- (2) 领先的高效地图服务器技术，每个地图请求处理时间在 1 毫秒内；
- (3) 单服务器可以同时支持 500 并发，CPU 负载率小于 10%；
- (4) 和流行的地图发布技术相比，客户端显示速度较以往快 10 倍，服务器同时支持的用户数提高上百倍；
- (5) 系统部署复杂程度低，稳定性高，可分布式部署，可集群部署；
- (6) 可扩展至全球地图，增加数据量不会降低性能；
- (7) 可提供公交换乘规划服务；
- (8) 可提供驾车路径规划服务；
- (9) 可提供手机定位服务；
- (10) 单一服务平台，可同时为多种终端服务，包括：PC 浏览器、WAP 等。
- (11) 可把互联网服务扩展至手机，更可提供互联网和手机的互动地图服务；
- (12) 基于 J2EE 技术保证安全性，并且便于后期扩展。

4.2 专利及商标

专利申请情况

序号	专利内容	专利号	授予单位	图片	状态
1	软件著作权	2008SR19562	国家版权局		已申请
2	软件产品登记	深 DGY-2008-0683	深圳科技与信息局		已申请
3	作品登记	19-2008-K-0014	国家版权局		已申请
4	增值电信业务经营许可证 (ICP)	粤 B2-20080238	广东省通信管理局		已申请
5	软件企业认定	深 R-2009-0002	深圳市科技与信息局		已申请
6	网络安全证书	4403101901214	深圳市公安局公共信息网络安全监督分局		已申请
7	乙级测绘资质				申请中
8	审图号				申请中
9	高新技术企业				申请中
10	知识产权优势企业				申请中
11	重点文化企业认定				申请中
12	电信 SP 牌证				申请中

产品商标注册情况

序号	商标图片	说明	状态
1		以黑白方案来申请商标	TM

2		以黑白方案来申请商标	TM
---	--	------------	----

4.3 资金投入情况

到目前为止，公司在技术开发方面的资金总投入是 400 万人民币以上。

4.4 研发成果与研发合作

已取得研发成果

2008 年 4 月 19 日 制作完成深圳关内四个区及龙岗区部分区域的数据合成与三维建模；

2008 年 6 月 15 日 开发百纳九洲查查吧三维仿真城市 0.1 版本上线测试；

2008 年 9 月 10 日 系统数据导入深圳 352 万生活信息及 38 万企业黄页信息；

2008 年 10 月 11 日 开发百纳九洲查查吧三维仿真城市 1.0 版本面对公众服务上线；

2008 年 12 月 20 日 制作完成龙岗区及宝安区部分区域的数据合成与三维建模。

研发体制建设情况

专业软件开发工程师 25 人，专业 3D 建模设计师 45 人，其中高级工程师占 45%，本科学历以上占 37%。专业采集相机 30 台、专业高清 Nikon 相机 5 台、DELL 专业网络服务器 15 台，3D 专业渲染服务器 5 台等。

项目产学研情况

项目合作单位	合作形式	合作内容
深圳市建筑科学研究院	技术研究与开发	开发深圳市建筑科学研究院三维仿真城市节能减排系统平台，通过直观，海量的建筑信息和人文信息，以及准确，全面的能耗信息，及时全面地了解和跟踪城市每一个角落现在的能耗情况，应用于

		环境保护, 市政规划和建设, 交通监控等方面
深圳市凯立德计算机 系统技术有限公司	技术与开发	通过研究地理信息系统 (GIS) 与三维仿真城市的结合, 开发百纳九洲查查吧三维仿真城市在车载 GPS 系统上的应用与服务。该系统可提供智能路线导航、周边生活信息查询, 让用户及时了解交通路况, 全面掌握周边信息
深圳市地铁有限公司 运营分公司	产品服务	建设深圳地铁指引系统, 制作地铁站厅指引图 (包括地面出口三维指引图、地铁站内部引导图、地铁生活手册等), 通过地铁出口示意图的三维立体化, 标注地铁出口主要建筑物信息, 以交互的形式将出口信息和乘客关心的生活资讯相结合, 为地铁乘客提供更简单、更直观、更全面的信息服务
深圳市茁壮网络技术 有限公司	技术与开发	百纳九洲查查吧三维仿真城市在数字电视 (IPTV) 上的应用与拓展服务, 不仅方便广大用户获取自身生活资讯的信息, 同时也为众多商家提供了更为广阔的商业推广平台
深圳华强集团 有限公司	技术与开发	华强集团安阳地产三维规划。以三维的方式将小区重点仿真实现, 采用简易模型与照片或效果图的表现形式

公司寻求技术开发依托 (如大学、研究所等) 情况

与北大青鸟培训学校达成人才推荐合作, 该学校定期为企业推荐输送技术开发人才;

与广州大学华软学院达成人才培养合作, 企业将作为学院三维技术人才的培训基地。

第四部分 行业及市场情况

网络地图服务和地图专业搜索引擎自 2006 年逐渐浮出水面，成为最新型，时髦的企业营销利器。随着社会需求的不断增大，地理信息系统(简称 GIS)技术的应用领域迅速扩大，电子地图市场成为最有潜力的互联网应用市场之一。近两年来，由于网络地图技术的快速发展及用户的更加普及，地图在线服务受到互联网业界的高度关注和青睐，市场竞争正趋于白热化，Google 地图、搜狗地图、Mapbar、百度地图，E 都市等不断“亮剑”，开发新功能，培育市场用户。

各种行业应用的需求增长给整个在线地图带来了高速增长，艾瑞研究发现：互联网地图服务市场规模 08 年翻番，随着互联网地图用户覆盖率的高增长，以及传统企业对在线地图管理系统的意识加强，使得行业项目营收成为在线地图开发运营商的主要收入来源，市场得到迅猛发展，达 3 亿元。相比以往，中国在线地图服务的展现方式更为丰富，用户交互更为活跃，盈利模式更加多元化。 **竞争对手分析**

单二维地图

此类代表如百度、Mapbar、Mapabc、神州龙等。

百度凭借着对中国用户需求的深刻理解，集天时地利人和三大优势，联合国内知名的电子地图服务提供商 Mapbar 发布了地图搜索服务，提供电子地图查询服务，二维地图，可以搜索旅游景点旅游路线、搜索周边餐饮娱乐住宿场所、测量两地之间的距离。

有交通路线查询功能。分为公交路线和驾车路线两种情况。

就 Mapbar 自身而言，也是二维平面地图，值得一提的是，它提供了个性化的“我的地图”。再一点就是它有资源整合的，像超市麦当劳之类的。

但由于地图数据的质量比较差，错误率太高，而信息量大量增加的同时，也带来其地图服务的性能明显下降。由于信用缺失，对市场方面的承诺屡屡不肯兑现，信息同样停留在信息点的标注上，无法提供更进一步的信息服务；在服务模式上，Mapbar 走的依然是搜索的老路子。虽然地图服务覆盖的城市比较广，但是由于数据来源的局限性，因此数据更新永远达不到真正的要求，这些都导致通过面对大众服务的盈利尚未真正形成。

二维地图结合实景图

此类代表如丁丁地图（上海），漫游中国（山东）。

在人性化设计界面方面做的一般，但突出优势就是更新快，地理信息资源准确。包括私家车出行和公交出行的路线，同时给出了相应时间以及打的所需价钱。联合房产方面的公司提供相应较为齐全的信息。

人性化体现在查询路线可以查公交换乘、公交路线、开车路线、公交站点。丁丁社区提供一个社区交流平台，交流搜索感想或者是纠错，用全网民的智慧来完善地理信息数据库。

丁丁问吧版块可以问路。

突出功能是找房子。完备的住房搜索功能显示住宿地理住宿环境住宿价位，还有相关报告相关合同书的下载。

全景图结合二维地图

此类代表如城市吧。

特点是开了两个窗口，一个 3D 全景图，是实地拍摄的，然后通过一些方法融合成 3D 全景图，可以通过控制按钮任意旋转。右上方的二维平面图，通过鼠标缩放。里面的眼睛，就是三维图形的所在地。

除了位置搜索之外，还有路线搜索，城市导航等功能，功能并没有什么闪光点。

三维地图

此类代表如 E 都市、都市圈及佛山电信、无锡电信等

E 都市特点是仿真三维模型，把整个城市模型都做出来了放在地图上。每个信息系统都有其用户对象，它可能是国家政府机关、企事业单位、普通个人。如果再细分，企事业单位又可以分为医院、学校、宾馆饭店、银行、公司、工厂等。而对于电子地图商务网站，它的主要对象就是客户和普通个人。客户主要包括政府机关、企事业单位等，普通个人即是一般的老百姓，都是网站的最终用户。可以通过登录地图网站，查询想要了解的地理实体以及进行各种投资、预测、分析等，利用地理信息化技术来获取直观的信息。

其缺点是用户体验方面、用户互动交流欠缺，立体黄页和分类信息合并效果差。

综述以上，网络地图服务如果仅提供位置和出行路线查询，为用户提供的价值不够核心且容易替代。地图服务的出路在于以地理信息为基础，整合旅游、餐饮、娱乐、购物等相关增值信息，真正本地化，形成企业信息发布和用户综合搜索的平台，才能为用户提供不可替代的价值，并获得商业回报。

第五部分 营销策略

建立销售渠道

逐步建立销售渠道，通过各类战略合作，以资源互换形式打包项目产品，拓展销售渠道及网络覆盖面。

广告促销

确定广告目标，发挥信息性广告、说明性广告、提醒性广告的作用；广告突出对比性、示范性、权威性、文艺性；在确定广告预算的前提下，有偿宣传与无偿宣传相结合，且仔细选择各样媒体（如报纸、杂志、电视、网站等）；建立广告效果测定机制，不断更新广告形式和手法。

产品销售价格

明确公司的定价目标，具体为：以利润为目标；以应付和防止竞争为目标；以维持和提高市场占有率为目标。在明确公司目标之后，坚持灵活的价格策略，具体为：生产本性定价、需求弹性性定价、竞争状况性定价、市场寿命性定价、产品组合性定价、环境激烈变化性定价等。

建立良好销售队伍

明确销售人员的任务：销售任务、信息反馈任务；构建有效的销售队伍组织机构：以便于销售队伍的管理和销售突破；合理选拔、培训、配置销售队伍；建立有效的激励、评价制度，以提高销售队伍的积极性。

产品售后服务

建立完善的售后服务体系及客户档案管理系统；跟踪产品使用情况；随着产品不断改进创新，及时为客户提供后续服务；以客户需求为售后服务导向，不断调整服务内容。

营销策略层面

在目标市场营销策略上，充分利用产品市场细分，消费者市场细分，组织市场细分的功效；在产品策略上，注意产品的差异化策略；注重营造产品的品牌与商标，同时，做好产品的包装推广工作等。

第六部分 项目实施进度

阶段	时间	主要预期目标
项目产品上线运营	2009年1月1日到 6月31日	开发完成整个城市区域的三维仿真城市。产品初步运营并开展销售工作。预计产品用户数为30万
项目产品应用开发	2009年7月1日到 12月31日	开发基于3G网络，数字电视（IPTV）以及导航（GPS）的应用，并取得阶段性技术成果。产品销售预计年收益为4000万
项目产品占领市场	2010年1月1日到 6月31日	完成三网合一的应用开发，开拓新行业领域，预计用户数达到100万
项目产品发展成熟	2010年7月1日到 12月31日	开发多语言版本产品，为2011年世界大学生运动会服务。盈利模式运营成熟，预计年收益达到1亿