

# 时间管理带

帮助您规划时间的智能管家

负责人：李祈

华南师范大学

## 目录

<b>第一章 项目概述</b> .....	<b>1</b>
1.1 项目简介.....	1
1.2 市场痛点.....	1
1.3 市场规模.....	2
1.4 本项目的解决方案.....	2
1.5 商业模式.....	2
1.6 财务分析.....	3
1.7. 团队介绍.....	4
<b>第二章 市场分析</b> .....	<b>5</b>
2.1 市场痛点.....	5
2.2 市场现状与规模.....	5
2.3 市场因素分析.....	7
2.4 竞争分析.....	7
2.5 目标市场分析.....	9
<b>第三章 产品介绍</b> .....	<b>11</b>
3.1 产品简介.....	11
3.2 产品技术原理介绍.....	11
3.3 产品介绍.....	11
3.4 竞品对比.....	13
3.5 产品的规划.....	14
<b>第四章 市场营销</b> .....	<b>16</b>
4.1 产品策略.....	16
4.2 价格策略.....	17
4.3 目标市场设定.....	18
4.3 营销策略.....	18
4.4 售后服务.....	19
<b>第五章 团队概述</b> .....	<b>20</b>
5.1 团队介绍.....	20
5.2 团队成长.....	24

5.3 团队目标 .....	24
<b>第六章 发展战略及规划 .....</b>	<b>25</b>
6.1 发展战略 .....	25
6.2 发展规划 .....	25
<b>第七章 财务 .....</b>	<b>27</b>
7.1 融资计划 .....	27
<b>7.2 投资分配 .....</b>	<b>28</b>
<b>7.3 投资分析 .....</b>	<b>28</b>
<b>第八章 风险与对策 .....</b>	<b>33</b>
8.1 财务风险 .....	33
8.2 研发风险 .....	33
8.3 竞争风险 .....	33
8.4 管理风险 .....	33
8.5 市场风险 .....	34
8.6 政策风险 .....	34
8.7 运营风险 .....	34



# 第一章 项目概述

## 1.1 项目简介

时间管理带师是一款基于 Android 的时间管理类 APP, 依托 Kotlin、Android、SQLite 数据库、Bmob 后端云技术和 python 实现智能读取事件并根据用户习惯生成时间管理表单功能, 致力于打造高效的时间管理 APP, 为白领及学生的高效工作和高品质生活赋能。

本公司作为智能读取事件的时间管理类 APP 的先行者, 目前已投入研发其核心技术, 预计于 2023 年实现 APP 的问世。根据市场调研结果和公司战略发展目标合理预计 2025 年本产品的净利润能达到约 30 万元, 2027 年净利润能达到 200 万元。

时间管理带师是一个以**白领和在校大学生为主要目标客户**, 依托于华南师范大学计算机科学与技术、心理学、传播学等专业的指导, 为客户提供智能读取规划事件以达到高效学习工作和高品质生活的时间规划。

目前市场上的时间管理类不能满足规划意识不强的人群对于时间管理规划的需求, 主要体现在以下两点。第一, 互联网时代, 微信等不同的通知群过多, 通知复杂, 容易遗漏/遗忘; 第二, 行业产品普遍采用图形化编程教学, 不利于学生形成编程逻辑思维, 难以衔接高级编程语言的学习。

本项目采用了**智能识别和推荐算法技术**, 实现从多渠道智能读取事件并根据用户习惯生成时间管理表单功能, 让用户极大程度上减少遗漏通知的可能, 并通过 UI 设计从心理学方面发挥用户完成任务是主观能动性。

## 1.2 市场痛点

### (1) 大学生和白领未养成时间管理的稳定习惯

大部分学生缺少自觉性。脱离了高中严格的学习管理, 大学生多了很多自己规划的休闲时间, 除却学习任务之外, 在休闲活动的选择上缺乏主见, 容易陷入盲目的状态。大学不似高中有老师干涉, 较少学生能做到定期整理规划自己时间。

### (2) 互联网时代, 微信等不同的通知群过多, 通知复杂, 容易遗漏/遗忘

网络给生活带来了极大的便利, 人们不再需要到现场开会, 只需加入群聊, 便能获取通知信息。但同时弊端也尤为明显, 通知群越来越多, 若无及时记录, 过后容易遗忘。且整理起来较为麻烦, 容易出现遗漏的情况。

### (3) 大部分大学生和白领自制力较差, 对任务的轻重缓急不敏感

大部分学生自制力较差，在虚度光阴时，他们虽然已经意识到了问题，但依然无法对自身加以控制或完全无法自控。大部分大学生对时间管理的有一定人数，但缺乏深入和全面了解，对任务的安排没有条理。

## 1.3 市场规模

中国在校大学生数量逐年增长。数据显示，2020年中国高等教育在学总规模达到4183万人。同时，随着生活水平的逐渐提高，大学生群体的月均生活费也随之增加，月均收入中位数为1516元，预计2021年中国在校大学生的年度消费规模约为7609亿元，消费潜力巨大。

## 1.4 本项目的解决方案

### 1.4.1 方案优势

### 1.4.2 竞品对比

### 1.4.3 技术原理

本产品是基于Android的应用，主要涉及到的设备是Android智能手机。

采用 Kotlin + Android + SQLite 数据库 + Bmob 后端云 + python (SKlearn 工具集 + pandas 等第三方库) 实现。

## 1.5 商业模式

时间管理类软件的产业链较短，以上中下游进行划分，上游主要包括软硬件的生产商和供应商，中游主要提高产品和服务，下游为产品的使用者。

时间管理带师提供的时间管理类软件的产业链上游主要为软件支持。时间管理带师提供的产品主要以 Kotlin、Android、SQLite 数据库、Bmob 后端云和 python (SKlearn 工具集及 pandas 等第三方库) 为技术，实现软件的开发。时间管理带师提供的少儿编程服务中游主要包括智能读取并规划事件、完成事件的激励机制两方面。时间管理带师提供的录入事件方式包括手动录入和自动录入，以及两者结合的方式录入；提供的激励机制包括生成报告、

打卡和兑换奖品等方面。时间管理带师提供的时间管理服务下游为C端客户。时间管理带师为客户提供智能读取及规划事件的功能和周边购买实现盈利,为白领及学生的高效工作和高品质生活赋能。

## 1.6 财务分析

### 1.6.1 利润预测

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
年不含税 收入合计 (单位: 万元)	63.20	188.60	436.16	561.00	820.48
年总支出 (单位: 万元)	113.50	150.70	212.20	264.90	327.10
年税前利 润(单位: 万元)	-50.30	37.90	223.96	296.10	493.38
所得税 (单位: 万元)	0	7.58	44.792	59.2	98.676
净利润 (单位万 元)	-50.30	30.32	179.17	236.90	394.71

### 1.6.2 股权结构

股东名称	目前状况		本轮融资完成后	
	股份比例(%)	股本金额(单 位:万元)	股份比例(%)	股份金额(单 位:万元)
创始人	31.00	27.9	9.30	27.9

李祈				
创始人 韦禹萱	22.00	19.8	6.60	19.8
创始人 李想	5.99	5.39	1.80	5.39
创始人 郭柏钊	9.24	8.32	2.77	8.32
创始人 茹高飞	10.00	9.00	3.00	9.00
创始人 杨晓华	10.56	9.50	3.17	9.50
创始人 杨蕙菲	11.21	10.089	3.36	10.089
华南师范大 学	0.00	0.00	20.00	60.00
天使投资人	0.00	0.00	13.88	41.64
A轮投资人	0.00	0.00	18.14	54.42
B轮投资人	0.00	0.00	17.98	53.94
合计	100	90	100.00	300

## 1.7. 团队介绍

## 第二章 市场分析

### 2.1 市场痛点

#### 1、大学生和白领未养成时间管理的稳定习惯

大部分学生缺少自觉性。脱离了高中严格的学习管理，大学生多了很多自己规划的休闲时间，除却学习任务之外，在休闲活动的选择上缺乏主见，容易陷入盲目的状态。大学不似高中有老师干涉，较少学生能做到定期整理规划自己时间。

#### 2、互联网时代，微信等不同的通知群过多，通知复杂，容易遗漏/遗忘

网络给生活带来了极大的便利，人们不再需要到现场开会，只需加入群聊，便能获取通知信息。但同时弊端也尤为明显，通知群越来越多，若无及时记录，过后容易遗忘。且整理起来较为麻烦，容易出现遗漏的情况。

#### 3、大部分大学生和白领自制力较差，对任务的轻重缓急不敏感

大部分学生自制力较差，在虚度光阴时，他们虽然已经意识到了问题，但依然无法对自身加以控制或完全无法自控。大部分大学生对时间管理的有一定人数，但缺乏深入和全面了解，对任务的安排没有条理。

### 2.2 市场现状与规模

#### 2.2.1 市场现状

互联网时代，人们的工作信息传达和社交基本都是在网络上进行。且网络上的信息较多，人们往往容易遗漏信息，在信息代谢极快的情况下，还容易忘记重要的通知。同时，视频与即时通讯的可碎片化使用使得人们更加难以专注，手机拖延症和手机依赖症和健忘症成为互联网时代手机用户的一个巨大困扰。在这个背景下，时间管理 app 应运而生，主要适用于对提高学习或工作的专注度，整理安排工作计划，提高学习与工作效率，摆脱手机拖延与依赖有迫切需求的用户群体，现市场已存在少数用于时间管理的软件，如番茄钟，forest，潮汐，滴答清单，Todolist，我要当学霸，Costudy 等，涵盖的功能有清单管理，白板，自动生成回顾等功能。

## 2.2.2 市场规模

据 2021 年教育事业统计数据结果显示，全国高等学校共 3012 所，在校生约有 4430 万人左右。

2021 年不同 app 的下载量（待查）

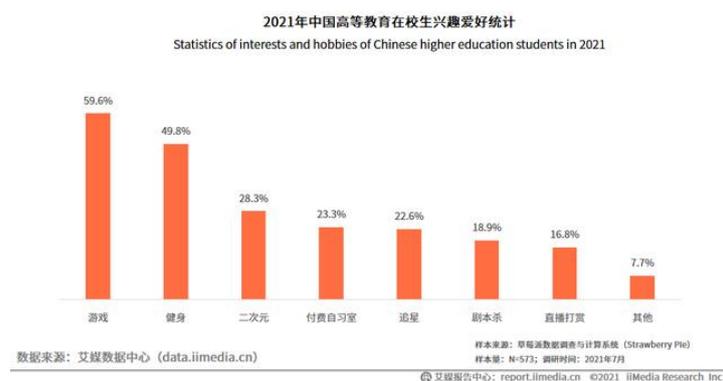
### 2021 年中国大学生年度消费规模预计超 7000 亿元，消费潜力大

中国在校大学生数量逐年增长。数据显示，2020 年中国高等教育在学总规模达到 4183 万人。同时，随着生活水平的逐渐提高，大学生群体的月均生活费也随之增加，月均收入中位数为 1516 元，预计 2021 年中国在校大学生的年度消费规模约为 7609 亿元，消费潜力巨大。

### 2021 年中国大学生兴趣爱好分布情况

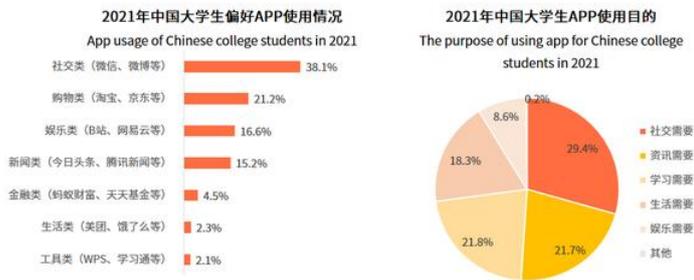
iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，当代大学生兴趣爱好较为广泛，付费自习室的消费占 23.3%，可见大学生也愿意为提高自己的专注能力消费。

#### 2021年中国大学生兴趣爱好分布情况



### 2021 年中国大学生使用平台偏好及目的

iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，近四成大学生更爱使用微信、微博等社交类的 APP，大学生的主要信息来源也是社交类软件，同时学生使用目的是学习需要占 21.8%，可预见学生对于提高自身学习专注也有发展前景。



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

样本量: N=573; 调研时间: 2021年7月

艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2021 iiMedia Research Inc.

## 2.3 市场因素分析

(1) **政治环境:** 国家鼓励和支持大学生创业, 在税收、贷款、补贴、资金扶持、创业服务等方面都有相应的政策扶持。

## 2.4 竞争分析

### 2.4.1 产品优势分析

#### 1、能够从图片、文字中自动提取任务并整理成待办清单

在信息代谢极快的时代, 如果没有及时整理工作通知, 可能会遗漏相关信息, 或记不清时间地点等, 相较于其他大部分产品的手动输入, 我们能通过图片和文字进行识别, 并整理成时间表, 能够有效提高使用者的时间和效率。

#### 2、随时随地查看清单的桌面摆件

在用户自身工作繁忙的条件下, 桌面插件能帮助他们在其他软件时查阅自己的任务清单, 方便提醒用户完成进度。

### 2.4.2 市场竞争分析

#### 2.4.2.1 原有成熟模式分析

番茄 todo 以“无广告, 秒启动”为卖点之一, 无开屏广告, 且 app 内广告极少, 同时其功能涵盖待办、待办机、锁机、数据统计、自习室等。由于广告较

少，其通过广告变现的能力较弱，其盈利方式主要为开通 VIP 季度卡以增加功能使用次数等增值服务。

Forest 是买断制，付费前软件功能鸡肋，未能涉及核心功能，付费后解锁所有功能，其功能主要涵盖锁机、种树、种植真树、数据统计等，其最大亮点是通过专注可以获取金币，金币积累到一定数量可以种植真树，既促进了用户专注，又实现了环保。且 forest 有好友功能，可与好友一起种树互相促进。

#### 2.4.2.2 本公司产品的优劣势：

##### 1. 优势

- (1) 能够从图片、文字中自动提取任务并整理成待办清单。
- (2) 在整理完待办事项后，有桌面插件可随时查看自己的待办集。
- (3) 多种优先级排序形式

##### 2. 劣势：功能较多，页面不够简约

#### 2.4.2.3 潜在竞争对手情况分析

##### 1. Forest

###### 【优势】

1. 使用简单易上手，对新用户很友好。页面干净整洁，没有广告，设计感好评；
2. 使用模式灵活可自定义，比如“深度专注”模式下，一旦离开种树页面去往其他 app，小树就会枯萎。但是又可以设置白名单；
3. 除种树外，其他功能丰富，如统计类的“森林”、“手机使用记录”，这些功能使得用户更好的了解自己使用 APP 的情况，并建立起自己更好的专注、生活习惯；
4. 专注时间可以兑换金币，金币可以解锁新的植物，也可以兑换现实中真实的树木，有公益和环保方面的贡献。这种金币激励制度很能激起使用的欲望。

###### 【劣势】

- 1、付费前几乎不涉及核心功能；
- 2、解决需求的形式单一，仅有种树这一创意。如果其他同行想出其他创意，forest 可能会遭受较大的打击。

#### 2.4.2.4 同类直接竞争对手分析

##### 滴答清单

###### 【优势】

以任务管理为导向的核心功能打磨完善，其他竞争对手鲜有做到以语音交互、智能清单、智能识别功能率先展开产品的智能化功能齐全，在每条功能线上进行合理变现，善于挖掘用户痛点与用户保持良好互动，接纳反馈，稳定更新

**【劣势】**

用户需求单一，使用产品时长和频率有限，拉新促活难  
市场同质化严重，功能易被模仿，难以长期保持竞争力  
社交功能较为基础，未利用好已有的社交媒体平台

**2.4.3 产品的竞争力**

- 1、能够从图片、文字中自动提取任务并整理成待办清单。
- 2、在整理完待办事项后，有桌面插件可随时查看自己的待办集。
- 3、多种优先级排序形式

**2.4.4 SWOT 分析**

S: 优势	W: 劣势
技术优势：拥有聊天记录读取和图片读取并整理 ddl 的功能	1、大学生团队，经验较少 2、功能较多不够简约
O: 机会	T: 威胁
1、时间管理越来越受重视 2、大学生消费水平提高	已有软件正在探索识别的功能，可能会降低我们的竞争力

**2.5 目标市场分析**

**产品消费群体、消费方式及影响市场的主要因素分析**

**2.5.1 产品消费群体：**

对于有拖延症状，和自控能力弱的人，可以通过定制目标计划中的闹铃来督促自己，清晰明了的看见我今天做了什么，还有什么没做  
活动通知繁多，健忘的大学生，可以通过转发记录到邮箱，直接生成待办清单

**2.5.2 消费方式：微信、支付宝扫码或在线支付**

### 2.5.3 影响市场的主要因素分析:

大学生是否使用时间管理类的 app, 和其自身的主观自律性有很大的关系。其次, 客观条件如其工作、通知是否繁多, 会影响其是否使用 app。

## 第三章 产品介绍

### 3.1 产品简介

时间管理带师，一款跨平台同步的待办事项和任务提醒软件，协助用户完成待办事项，以便更好地规划时间、安排生活。支持 Web、iOS、Android、微信等多个终端协同工作。

本产品努力为客户提供专业服务、为股东创造良好回报、和伙伴共同成长、为员工提供发展空间、为社会创造符合伦理道德的价值，积极承担对相关利益者的社会责任，努力实现公司与客户、股东、伙伴、员工和社会的和谐发展，让更多人过上更有规划的生活。

### 3.2 产品技术原理介绍

本产品是基于 Android 的应用，主要涉及到的设备是 Android 智能手机。

采用 Kotlin+Android+SQLite 数据库 + Bmob 后端云 + python (SKlearn 工具集+pandas 等第三方库) 实现。

1. 采用 Kotlin 作为基本逻辑实现的语言，Kotlin 增加了很多现代高级语言的语法特性，使开发效率大大提升；
2. 采用 Android 内置数据库 SQLite 存储用户的一些个人信息和历史信息；
3. 采用 bmob 后端云存储用户上传的文本、文件等信息；
4. 使用 python 的 SKlearn 工具集中提供的深度学习方法结合 numpy 和 pandas 等第三方库采用大量数据进行标记和训练，导出模型。再使用导出的模型对用户提交的文本和文件进行分析和预测。

### 3.3 产品介绍

#### 3.3.1 产品技术特点

1. 本产品使用 kotlin 而非 java 语言进行开发。Google I/O 2017 Keynote 上，谷歌宣布将 Kotlin 语言作为安卓开发官方编程语言，Kotlin 是 JetBrains 公司开发，与 Java 100%互通，并具备诸多 Java 尚不支持的新特性。

2. Android 内置数据库 SQLite 存储用户的一些个人信息和历史信息可以减轻后端数据库的存储压力, 将一些次要的信息存储在本地数据库, 在用户启动应用的时候减少网络请求的数量, 提高加载速度。

3. 采用 bmob 后端云存储用户上传的文本、文件等信息, 以减轻后端搭建数据库的困难, 且 bmob 后端云的信息安全性良好。

4. 使用 python 的 SKlearn 工具集中提供的深度学习方法结合 numpy 和 pandas 等第三方库训练 ddl 生成模型, 利用模型实现产品的核心功能——智能识别 ddl。

### 3.3.2 产品功能介绍

1. ddl 智能生成: 用户可以将所涉及的通知以文字、图片或文件的形式转发到 APP 指定邮箱, 又或者通过本地提交的方式, 将内容上传到服务器后台。后端通过训练好的模型进行预测, 导出识别结果, 生成 ddl 事项在用户界面显示出来。

2. ddl 事项的增删改查: 生成基本 ddl 事项后支持用户根据需要增删改查, 并可以查阅对应事项原通知文件。

3. 桌面组件: 设置桌面组建方便用户随时查看事件, 在用户仅需要查看 ddl 时只需要返回手机桌面而无需打开 app。

4. 学生课表识别: 增加提取学生课表的子功能, 便于大学生进行作业管理。

5. 重要性排序 (优先级): 提供事项多种排序选择, 例如按照事项优先级、到期时间等指标进行排序 (用户可自定义事项优先级)。

6. 多种视图: 提供多种可视化的方式, 如列表、日历等显示形式, 方便有不同计划习惯的用户根据自己的需求选择视图。

7. 提供周期性提醒的功能 (如按周、日): 提供周期性的提醒功能, 让用户根据自己当前的忙碌程度和做事习惯设定提醒周期, 帮助用户更好地规划日程。

8. 软件内设自定义的预提醒和正式提醒功能, 为日程计划的执行预留准备时间, 帮助用户提高利用时间的效率。

### 3.3.3 产品原型设计

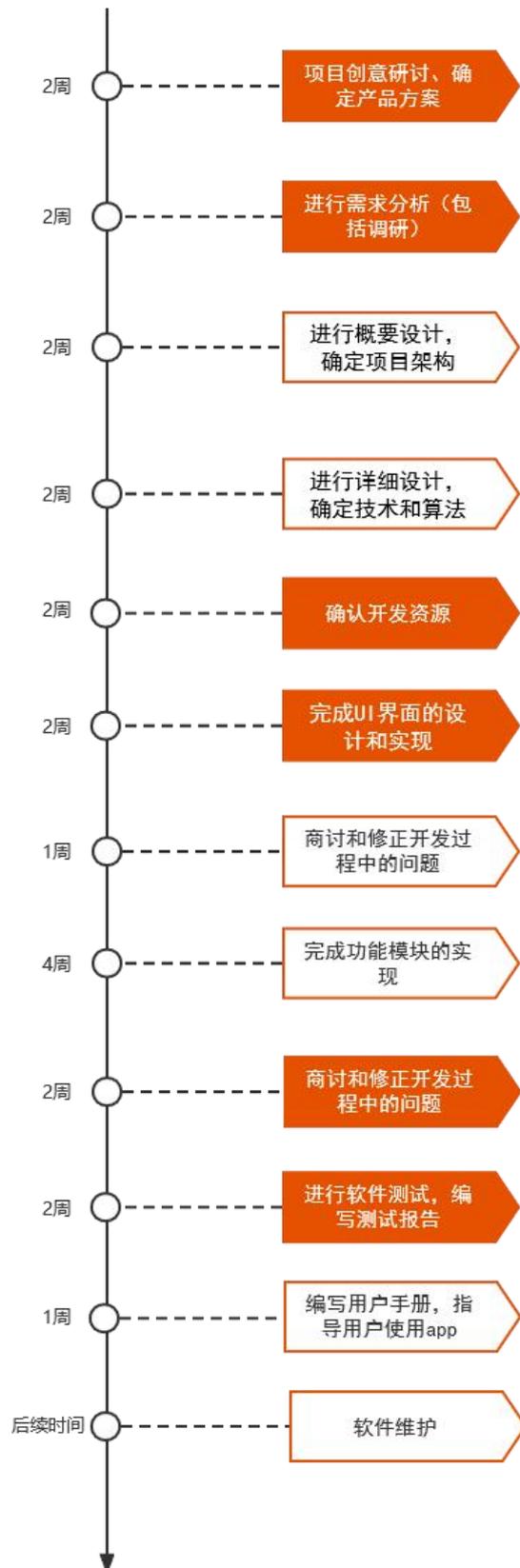
### 3.4 竞品对比

功能点	时间管理带师	滴答清单	番茄清单	极简待办
任务信息类				
名称	有	有	有	有
优先级	有	有	有	有
截止时间	有	有	有	有
提醒/持续提醒	有	有	有	有
重复方式	有	有	有	有
位置	有	有	×	有
描述	有	有	有	×
标签	有	有	×	×
检查事项	有	有	×	×
子任务	有	有	有	×
附件	图片/录音/文档	图片/录音/文档	图片	×
任务动态/统计	有	有	有	×
进度	有	有	有	×
评论	有	有	×	×
预计时长/次效	有	×	有	×
奖励	有	×	有	×
任务操作类				
语音输入	有	有	有	有
智能识别	有	有	×	有
模板	有	有	×	×
搜索	有	有	有	有
移动至其它清单	有	有	有	有
复制任务	有	有	有	×
数据同步	有	有	有	有
任务排序	有	有	有	有
任务分组	有	有	×	×
批量编辑	有	有	有	×
分享清单	文本/图片	文本/图片	图片	文本
分享任务	有	有	×	×
共享协作	全平台	安卓/苹果平台	×	苹果生态
协作权限	有	有	×	×
打印	有	有	×	有
重置子任务	有	有	有	×
升绞为清单	有	×	有	×
降为子任务	有	×	有	×
列表专属主题	有	×	×	有
列表专属铃声	有	×	×	有

### 3.5 产品的规划

### 3.5.1 产品生产计划

产品的生产周期为6个月，生产日程如下图：



## 2. 产品生产的技术能力：

1. 会使用 kotlin 语言编写 android 项目。
2. 具有良好的审美布局能力，对界面 UI 设计熟悉。
3. 会使用 bmob 提供的接口进行数据存储。
4. 会使用 python 的 SKlearn 工具集结合 numpy 等第三方库编写深度学习程序生成模型。
5. 会使用软件测试的各种方法，编写测试用例，根据测试用例严格进行软件测试并生成测试报告。

# 第四章 市场营销

## 4.1 产品策略

### 4.1.1 背景分析

就目前市场来看，时间管理类应用大致分为划分为：行程管理、任务管理和备忘管理三种类型。市场上，这三种类型的产品百花齐放，做细分市场的，做垂直人群的不断在增加。

### 4.1.2 产品分析

### 4.1.3 产品定位

经过综合分析，我们把产品定位为针对 20~39 岁的用户提供基于基于 Android 实现智能读取事件并根据用户习惯生成时间管理表的时间管理类 APP，快速树立品牌形象，保证公司稳定高额的利润。

为了成功地树立起品牌形象以推动市场销售，应注意以下几点：

- (1) 把控 APP 功能的质量，保证技术的稳定性，满足用户使用的基础体验。
- (2) 科学合理地设定时间表呈现方式，满足用户的审美体验。
- (3) 在起步阶段时，要在一个学校、一个地区做好示范，树立品牌形象。

## 4.2 价格策略

根据对产品的定位，时间管理带师采取质价定价法对产品进行定价，在同等价格上给用户更高的价值。

## 4.3 目标市场设定

(1) 白领

(2) 学生

## 4.3 营销策略

### 4.3.1 营销方式

在营销渠道方面，结合项目目前的经营模式、目标市场、竞争压力、财务力量状况，决定采用线上与线下相结合的模式，以线上模式为主助力产品营销。同时进行市场沟通，后期逐步协调使用其他渠道，提高销售量以及知名度。

#### (1) 线上营销

① 建立本产品官方网站和公众号，对 APP 的使用模式和特点进行详细阐释，定期发布最新服务，进行服务推广。

② 制作关于时间管理的相关微视频视频，并附上本产品的相关信息，在各大视频网站和视频软件上发布。

③ 开设线上自习室，借助体验服务、月度服务进行引流，设置增值服务吸引长期用户。

#### (2) 线下营销

① 设置使用 APP 积分兑换周边机制，以线下邮寄奖励吸引客户。

② 在各个大学举办相关小型活动，扩大知名度。

### 4.3.2 宣传策略

#### (1) 客观化

为了区别于当前市面上质量良莠不齐、不能智能识别规划事件的的时间管理类 APP，本产品的宣传包装应力求客观、真实、官方、简明、纯粹，立足实践成果，用数据说话，提高营销广告的信服度。

#### (2) 口碑化

由于本产品对于学生和白领的工作和学习效率的促进作用是切切实实、极其显著的，在由此提升的生活品质体验方面也是效果明显的。因此，要在用户当中形成良好口碑的关键就在于，通过高效的时间管理获利的用户将本产品推荐给其他人，尤其是把握好用户当中的意见领袖作为口碑传播的引爆点，从而不断形成自发的良性循环。

### **(3) 服务化**

在产品的线上线下营销过程中，优质的销售和售后服务不可或缺，为了要突出产品的专业性，因此，销售人员在经过专门的本课程教育理念的讲解培训，销售人员必须谙熟与本产品的专业知识，能够为用户进行科普讲解、解答相关的疑难问题，让顾客感到可靠和贴心。

## **4.4 售后服务**

### **(1) 在线解答服务**

用户使用本产品后，在使用过程中必然遇到不会使用/软件出 bug 等问题，此时用户可通过线上渠道联系事件管理带师，我们将在线上解决用户的相关问题。

## 第五章 团队概述

### 5.1 团队介绍

#### 5.1.1 团队成员介绍



团队负责人：李祈  
华南师范大学计算机科学与技术

- ◆ 第十一届全国大学生电子商务三创赛校级赛三等奖负责人；
- ◆ 第七届中国国际“互联网+”校级赛优胜奖负责人；
- ◆ 第九届“挑战杯”学生创业计划竞赛负责人；
- ◆ 大学生创新创业训练项目负责人；
- ◆ 数学科学学院学生课外科研课题重点立项核心成员；
- ◆ 第八届中国国际“互联网+”校级赛负责人；
- ◆ 现任新长城华南师范大学自强社网宣部部长；
- ◆ 现任华南师范大学国防教育协会联络部副部长；



市场总监：杨蕙菲  
华南师范大学数学与应用数学(师范)

- ◆ 2021 年数学建模国赛省三等奖
- ◆ 2020 青研杯院三等奖
- ◆ 2021 年寒假调研三等奖
- ◆ 2019 年在学林轩担任物理和英语小老师
- ◆ 2020 年在华师数科院办的数学学校担任助教



设计总监：茹高飞  
华南师范大学传播学

- ◆ 学院奖快克微电影企业奖三等奖 2021.08
- ◆ 学院奖惠达卫浴短视频优秀奖 2021.01
- ◆ 学院奖可比克平面广告优秀奖 2020.08
- ◆ 学院奖碧生源广告文案入围奖 2021.01
- ◆ 学院奖杰士邦影视广告入围奖 2021.01
- ◆ 校新闻社设计技术部编辑 2019.09-2022.07
- ◆ 学院行政班级宣传委员 2020.09-2021.09
- ◆ “华赋新遗”三下乡实践队伍 平面组组长 2021.07-2021.08
- ◆ 校社团联合会传媒部干事 2019.09-2020.07



行政总监：韦禹萱  
华南师范大学心理学（基地）

- ◆ 21年-22年21级心理学（基地班）班长；
- ◆ 2021年9月，获得“2021级华南师范大学学生军训先进个人”师范技能突出，曾国家级
- ◆ 2022年4月，获得“院级优秀共青团干部”。



财务总监：李想  
华南师范大学生物科学（师范）

- ◆ 2021年外研杯阅读比赛校赛三等奖
- ◆ 2021年生科院新生杯辩论赛最佳辩手
- ◆ 校团委干事、班支部宣传委员

技术总监：杨晓华

华南师范大学计算机科学与技术



研发总监：郭伯钊

华南师范大学教育信息学（师范）

◆ 性格开朗，善于编程。

### 1.1.1 5.1.2 导师介绍



詹泽慧

华南师大教育信息技术学院教授

- ◆ 博士，教授，博士生导师，青年珠江学者、香江学者
- ◆ 华南师范大学智慧教育装备产学研基地负责人
- ◆ 多个国内外权威期刊审稿专家、国家自然科学基金等项目函评专家
- ◆ 近年来主持完成国家自科基金、国家社科基金、教育部人文社科基金、中国博士后科学基金等科研课题，出版学术专著两部，主编参编教材五部，发表论文 50 余篇（其中 SSCI 收录 9 篇，EI 收录 5 篇，CSSCI 收录 20 余篇）。
- ◆ 曾获全国百篇优秀博士论文提名奖、香江学者奖、教育部霍英东教育基金会第十六届高等院校青年教师奖、华南师范大学教学质量优秀教师称号、广东省优秀博士学位论文奖、全国教育软件大赛一等奖等奖项。



钟伟森

华南师范大学教育技术学专业研究生

- ◆ 华南师范大学教育技术学院研究生，本科毕业于华南师范大学文学院汉语言文学师范（国学勤勤创新班）专业；
- ◆ 创业经验丰富，曾荣获第六届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛国赛银奖；
- ◆ 曾赴美国参加加州伯克利大学和斯坦福大学联合开设的 Global Business Plan 暑期夏令营，所在团队的项目计划书在中国顶尖高校队伍中获得第一名；
- ◆ 曾参与多项创新创业大赛，获“互联网+全国大学生创新创业大赛”三等奖、“挑战杯·创青春”三等奖等，也曾获得过国家级大学生创新创业立项；
- 大学一年级开始自主创业，成立行之（广州）教育科技有限公司，营业总收入超过 300 万，在团队中主要担任市场营销、文案策划等工作，具有优秀的组织能力。



何璐瑶

华南师范大学现代教育技术专业研究生

- ◆ 专业研究涉及创造力与创新思维培养、STEM 教育
- ◆ 曾任大学生创新创业省级项目《“信息化教学小帮手”微信公众平台设计与开发》项目负责人

## 5.2 团队成长

团队目前由七名华南师范大学本科生组成，团队成员来自计算机科学与技术、心理学、教育技术学等专业。“恰同学少年，风华正茂”，热衷挑战的我们因为志趣相投而结缘，组建了那个满怀梦想的创业团队，我们克服各方因素，为未来而战为创新创业而战，我们的团队迅速成长、逐渐健壮起来。

## 5.3 团队目标

在高速发展的新时代，本团队致力于打造高效的时间管理 APP, 为白领及学生的高效工作和高品质生活赋能！

## 第六章 发展战略及规划

### 6.1 发展战略

#### 6.1.1 市场发展战略

采取成长型战略，吸收市场的反馈，不断为客户增加新的、不相关的产品或服务，并逐步迭代产品。

#### 6.1.2 财务战略

初期采用防御型财务战略，保持现有投资规模和投资收益水平，保持或适当调整现有资产负债率和资本结构水平，维持现行的股利政策，三年后稳增型财务战略，维持稳定增长的投资规模，保留部分利润，内部留利与外部筹资相结合。

### 6.2 发展规划

#### 6.2.1 三年发展规划

第一年实现“由亏转盈”，总收入达到 70 万；第二年总营业额平缓增长，总收入达到 100 万；第三年，扩大市场占比，总收入达到 200 万。

#### 6.2.2 成本支出预测

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
开发总支出 (单位: 万元)	68.00	70.2	88	107	138
开发人员工资 及社保	40.00	52.00	71.00	92.00	125.00
外包开发费用	20.00	11.00	10.00	8.00	6.00
设备支出	8.00	7.20	7.00	7.00	7.00
运维总支出 (单位: 万元)	43.20	78.2	121.9	155.6	186.8
其他工作人员 工资及社保	36.00	40.00	61.00	91.00	120.00
推广费用	10.00	20.00	33.50	35.00	35.00
服务器费用	10.00	10.00	12.00	12.00	12.00
办公室租金	12.00	12.00	14.00	16.00	18.00

基础物资购置	1.00	1.20	1.40	1.60	1.80
其他费用支出 (单位:万元)	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30
财务费用(利息)	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30
总支出(单位:万元)	113.50	150.70	212.20	264.90	327.10

## 第七章 财务

### 7.1 融资计划

#### 7.1.1 主要会计假设

税收情况：

软件和信息技术服务类从业人员 80 人以下或营收 1000 万以下的为小微企业，享受国家优惠政策后税率为 20%，

公司分红前三年年不分红，第四年起按净利润的 25% 分红。

#### 7.1.2 项目筹集资金计划

##### 1. 资金来源与股本结构

公司注册资本 400 万元。具体的资金来源与股本结构如下：

单位：万元

项目	来源	金额
权益资本	风险投资	150
	学校投资	60
	创业团队投资	90
债务资本	银行贷款	100

融资方案



在股本结构中，创业团队入股 90 万元，华南师范大学投资 60 万元，风险投资方面，我们计划吸引 2-3 家风险投资共同入股，筹资 150 万元，以化解风险。

此外，还需要从银行贷款 100 万元，为期 2 年(中国银行人民币贷款利率 2 年期的借款利率为 4.75%)。

## 7.2 投资分配

前期投资表

单位：万元

项 目	费 用
一、公司成立费用	10.00
二、平台建设费用	110.00
研发费用	60.00
服务设备	50.00
三、人力成本费用	50.00
员工工资及培训费用	20.00
管理费用	6.50
四、运营费用	40.0
五、其他费用	40.00
推广费用	20.00
办公室租金	20.00
费用合计	240.00

## 7.3 投资分析

投资决策需要使用各种指标进行计算判断。为了更好的为投资者做参考，下面从投资回收期、盈亏平衡分析、投资回报分析、项目敏感性分析四个方面做分析。

### 7.3.1 投资回收期(PT)

投资回收期采用现金流量表按下列公式计算

上年累计净现金流量的绝对值

投资回收期(PT)=累计净现金流量出现正数的年份-1+  $\frac{\text{上年累计净现金流量的绝对值}}{\text{当年净现金流量}}$

计算得 PT 为约 3 年，投资方案可行。

### 7.3.2 投资回报分析

根据对公司未来几年经营状况的预测，公司能保持较高的利润增长，拟从净利润中提取合理比例的资金作为股东回报。由于公司在前面几年全新业务的开展和对市场尽大可能的争取，成本花费较大，故公司在前面三年不分红，第四年以后每年分红为提取法定盈余公积后所剩利润的 25%，其中预计第四年分红金额为 59.23 万元，第五年分红金额为 98.68 万元，分别为投资股本的 19.74%、32.89%，可见投资回报丰富，投资方案可行。

### 7.3.3 项目敏感性分析

投资现金流量表是根据市场调研数据与公司战略所做的预计表，而现实中公司在经营收入、投资、经营成本上存在着来自各个方面的不确定因素，为此，我们对这三者分别按提高 10%和降低 10%的单因素变化做敏感性分析，用逐项替代法计算投资回收期 and 内部收益率。

所得结果如下表所示：

项 目	经营成本		销售收入	
	-10%	+10%	-10%	+10%
内含报酬率	20%	21%	14%	22%
投资回收期(年)	3.98	3.96	4.12	3.67

由该表可知：公司对经营收入的提高和降低最为敏感，经营成本次之。即使在不确定因素的影响下，内部收益率都比预想的折现率比较大。说明公司能承担风险，具有一定的可靠性。

在前面的敏感性因素分析中，我们可以看出：经营成本是风险大小的重要影响因素。我们公司的性质是服务性质的，经营成本主要是员工工资、保险、福利、会员额外服务消耗、办公管理、财务费用等。而这些都是随着业务量的变化而成比例增长变化的。从现金流量表看出，公司成本其中员工工资、保险、福利等约占 28%，会员额外服务消耗、办公管理、财务费用等约占 11%。这些比率的设定，

是为了保证员工的利益和会员额外服务的质量，也就是说，经营成本相对于经营收入来说是相对稳定的，不会有太大的变化，其主要取决于经营收入。

由于公司全新理念的、创新的、专业化的业务开展，无论是在客户利益还是员工本身的利益上，都比普通时间管理软件有明显的优势，故占领更大份额应该是有很大可能的。这样，资本回收期会更短，内部收益率会更高，利润也就更大，公司发展壮大越快。

## 一、收入预测

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	预计增幅（%）
月均活跃用户人数（单位：人）	6000	15000	35000	50000	80000	60.00
付费会员率（%）	60.00	55.00	53.00	46.00	43.00	-5.00
付费会员人数（单位：人）	3600	8250	18550	23000	34400	0.52
人均月会员费（单位：元）	10	14	16	16	16	0.00
会员费年总收入（单位：万元）	43.20	138.60	356.16	441.60	660.48	0.52
年开屏广告费收入（单位：万元）	20.00	50.00	80.00	120.00	160.00	0.40
年不含税收入合计（单位：万元）	63.20	188.60	436.16	561.0	820.48	0.92

## 二、成本支出预测

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
开发总支出 （单位：万元）	68.00	70.2	88	107	138
开发人员工资 及社保	40.00	52.00	71.00	92.00	125.00
外包开发费用	20.00	11.00	10.00	8.00	6.00
设备支出	8.00	7.20	7.00	7.00	7.00
运维总支出 （单位：万元）	43.20	78.2	121.9	155.6	186.8
其他工作人员	36.00	40.00	61.00	91.00	120.00

工资及社保					
推广费用	10.00	20.00	33.50	35.00	35.00
服务器费用	10.00	10.00	12.00	12.00	12.00
办公室租金	12.00	12.00	14.00	16.00	18.00
基础物资购置	1.00	1.20	1.40	1.60	1.80
其他费用支出 (单位:万元)	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30
财务费用(利息)	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30
总支出(单位:万元)	113.50	150.70	212.20	264.90	327.10

### 三、利润目标

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
<b>一、经营活动现金流量:</b>					
年初现金	0	272.90	237.08	424.81	584.38
现金经营收入	63.20	178.26	440.32	564.0	820.48
设备支付	-8.00	-7.20	-7.30	-7.00	-7.00
付给职工	-76.00	-92.00	-132.00	-183.00	-245.00
付给房东	-12.00	-12.00	-14.00	-16.00	-18.00
付税金	0.00	-7.58	-44.79	-59.2	-98.68
付给业务相关公司	-30.00	-21.00	-22.00	-20.00	-18.00
支付推广活动的现金	-12.00	-22.00	-32.50	-35.00	-35.00
经营活动现金净流量	-74.8	16.48	187.73	243.8	398.8
<b>二、投资活动现金流量:</b>					
因被投资企业利润分配而收到的 现金	0	0	0	0	0
购置固定资产	0.00	0.00	0.00	-25.00	-25.00
投资活动现金净流量	0.00	0.00	0.00	-25.00	-25.00

<b>三、筹资活动现金流量：</b>					
借款所收到的现金	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-2.30	-2.30	0	-59.23	-98.28
偿还债务所支付的现金	-50	-50	0	0	0
筹资活动提供的净现金：	300	0	0	0	0
<b>现金净增加</b>	272.90	-35.82	187.734 2	159.57	275.52
	<b>第一年</b>	<b>第二年</b>	<b>第三年</b>	<b>第四年</b>	<b>第五年</b>
年不含税收入合计（单位：万元）	63.20	188.60	436.16	561.00	820.48
年总支出（单位：万元）	113.50	150.70	212.20	264.90	327.10
年税前利润（单位：万元）	-50.30	37.90	223.96	296.10	493.38
所得税（单位：万元）	0	7.58	44.792	59.2	98.676
净利润（单位万元）	-50.30	30.32	179.17	236.90	394.71

#### 四、现金流量表

单位：万元

## 第八章 风险与对策

风险由涉及的内容不同,对应的风险也不同,本公司按照涉及的环节不同将风险划分为**财务风险、研发风险、竞争风险、管理风险、市场风险、政策风险、运营风险**。

### 8.1 财务风险

1. 随着公司规模扩大,无力继续提供所需资金的筹资的风险;
2. 应收账款回收率低;
3. 创业初期法律观念薄弱,投资遇到“无效合同”。

对策: 1. 建立财务风险监测系统和财务预警机制;

2. 强化市场战略,以市场为导向,完成“产、销”预算;

3. 合作之前深入调查对方信用、履行合同的能力以及还债能力等情况,加强法律观念和维权意识,有效利用法律武器保护企业与自身的财产和生命安全。

### 8.2 研发风险

1. 研发技术难度过大,现阶段难以实现。

1. 建立风险投资体系;
2. 广泛开展科技保险业务。

### 8.3 竞争风险

1. 技术研发尚处于研究过程中,其他人已成功研究出相似或同样的技术。

对策: 1. 尽量压缩研发周期,尽可能地鼓励研发人员加快研发进程,为研发人员创造良好的研究环境。

### 8.4 管理风险

1. 经营者不能有效的领导和管理,创业初期市场敏感度不强,不能顺应市场发展;
2. 人才匮乏人才流失风险。

对策：1. 不断调整和健全管理体系学习先进管理方法, 聘请高级管理人才。优化公司人员结构, 积累经验加强市场敏感度, 紧跟时代潮流和客户需求;

2. 加强企业内外部的教育与培训, 完善管理制度和经营制度, 编制创新激励机制以及人才储备机制和法人治理结构。

## 8.5 市场风险

1. 市场对最终产品的接受度不高。

对策：1. 发布测试版本, 并收集用户的反馈进行改进。

## 8.6 政策风险

1. 由于政策调整, 融资进程停滞或人才流失。

对策：1. 管理者要有危机意识, 及时调整公司相应的决策。

## 8.7 运营风险

1. 由于对市场把握不准确, 经营方针策略错误, 导致企业遭受损失;

2. 决策信息传达不及时, 或在传达中发生偏差、执行时故意忽略或者操作错误, 导致企业遭受损失。

对策：1. 决策前, 做好市场调研, 精确把握市场需求;

2. 简化决策传达的流程, 减少传达时发生的信息偏差。

