**商 业 计 划 书**

**项目名称: 电脑智能型遥控器**

**项目团队: 　　　 向新力之队**

**团队成员: 　　 宋云姣、沈东杰、翟林丰**

**廖海军、钱哲欢、张冰艳**

**目　录**

**1、项目要点．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．.．．2**

**2、项目背景．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．4**

**3、市场机会．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．5**

**4、公司战略．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．7**

**5、市场营销．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．9**

**6、管理体系．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．14**

**7、投资说明．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．16**

**8、投资收益和风险分析．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．18**

**9、财务分析．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．19**

**10、风险资本的退出．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．22**

**11、附录 -1 调查问卷．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．．24**

1. 项目要点

（一）产品概述

在国民经济高速发展和社会深度信息化的今天，家庭生活环境的数字化、智能化已成为可能。把物品与互联网相连接，进行信息交换和通信，以实现对物品的智能化识别、定位、跟踪、监控和管理的物联网时代更是未来生活发展的趋势。成为引领物联网时代的引领先行者是我们公司的奋斗目标。

当前市场上各种各样可遥控的家电产品使用不同的遥控编码标准，导致消费者无法使用其中一种遥控器去控制其他的家电，其必须在拥有特定产品遥控器的情况下才能控制对应的家电设备。这就引发了一个问题：当生活中的可遥控家电越来越多的时候，每个家庭必须具备越来越多的遥控器才能满足需要。现如今遥控器已经发展到第五代，是一种网络下载行遥控器，它很好解决了用户必须使用多个遥控器的麻烦。但是，它无法通过网络对家电进行远程控制。

新火公司在当前最新的网络下载型遥控器的技术基础上，开发出一款电脑智能型遥控器。有了电脑智能型遥控器，用户就可以使用手机、PC机等安装了模拟软件（由我公司提供）的设备利用互联网络向家电设备发送控制信号，对家电进行远程遥控。要实现远程遥控，用户必须具备至少4样设备，

* 一台可联网，已经安装模拟软件的智能设备（智能手机等）
* 一台可联网，已经安装模拟软件的电脑
* 一台连接上电脑的电脑转发器
* 可利用红外遥控的家电设备

有了这4样东西，用户即可在任意地方，操作手机上的模拟软件对家电发出命令，控制家电的运行；也可直接通过控制连有电脑转发器的电脑上的模拟软件对家电实施控制。

（二）创新优势

电脑智能型遥控器是目前唯一一款基于物联网的思想，以现有的互联网为依托，可在任意可联网的地方对任何可遥控家电实施遥控。该款遥控器遥控器的出现解决了家庭里日益增多的遥控器的麻烦，使家庭生活更加数字化、现代化。

新火公司推出网上服务平台，客户可通过该服务平台下载专用的遥控模拟软件，根据使用说明自行安装使用。

（三）社会意义

1、让人们改变生活态度，缓解生活压力，改善生活水平，使人们更好的生活。

2、引发新一轮遥控器革命，进一步推动遥控产业的发展，引领遥控器发展方向。

3、为社会节约资源，间接的保护了环境，为构建可持续发展的和谐社会作出贡献。

4、促进大学生就业，尤其是为浙江财经学院的学生乃至浙江省内的大学生提供更多的就业机会。

1. 项目背景

（一）公司概述

新火公司是一家以互联网技术为依托，专业生产信息化家电设备遥控器的企业。我公司致力于改善人们生活，构建信息化、智能化的现代家庭生活环境，是目前国内唯一一家提供电脑型遥控器的企业。

（二）产业背景

到目前为止，遥控器行业已经经历了四次发展，从最初的遥控器到第二代的学习型、第三代的接口型、第四代的基于电脑或因特网的下载型以及第五代的开发式网络下载型。当前市场上出现的遥控器的设计思想是基于万能遥控的，其目的是解决不同的可遥控家电必须需要不同的遥控器这一难题，并没有涉及远程遥控，或者说无遥控器的遥控；然而新火公司在对智能型型遥控器的构思设计阶段就以远程遥控，无遥控器的遥控这些全新的设计思想为基线。新火公司开发的智能型型遥控器无疑将引发遥控器行业的又一次重大变革与发展，成为第六代互联网型遥控器。

（三）市场状况

从遥控器行业角度来划分遥控器的发展，总共可划分为五代，第二代简易学习型遥控器的出现标志万能遥控器时代的开始。万能遥控器在表现形式上和普通遥控器一样，都具有塑料外壳，按键，发射管，电池等基本组成部分，在基本功能上和普通遥控器也一样，按键发送红外信号去控制电器。所谓万能，就是遥控器可以控制多种电器以及具有其他一些功能。现如今市场上最新的万能遥控器是采用通过网络下载遥控数据，并使用电脑通过遥控器的USB接口将数据送到遥控器的原理来达到万能的目的的。目前市场上从最早的遥控器到最新的第五代开放式网络下载型遥控器都有存在，分布较均匀，没有出现垄断现象。

（四）投资与财务

前期开发：100万左右

公司成立初期共需资金150万。其中风险投资75万，自有资金75万。

（五）组织与人力资源

公司性质是有限责任公司，初期组织结构采取矩阵制。公司所有权与经营权分离，实行CEO负责制。CEO下设技术部、市场营销部、人事部和财务部。初期创业团队主要来自浙江财经学院。在公司发展中会根据公司发展需要，不断吸收各相关领域人才。

三、市场机会

（一）目标市场

基于公司战略，本产品不同阶段目标市场定位有所不同。目标市场分析如下：

第一阶段，杭州本地电脑智能型遥控器市场。随着技术的发展，人们不断地追求着高效舒适的生活方式。如果能在回到家之前便开启空调，回到家便有舒适的感觉；如果在外也能关掉家里的忘记关闭的电器，不用急急忙忙赶回家；如果在需要开启或者关闭家电时不用到处找对应的遥控器，只用手机就能方便控制电器。能让人们在快节奏的生活中感受到现在技术带来的便利。杭州作为走在我国前列的城市，在技术的发展方面是十分积极的，而且杭州市推出了“感知中国，智能杭州”的4433工程，着眼于物联网的发展，作为物联网的其中一个表现形式的电脑智能型遥控器市场在杭州必定有很大的发展潜力。以杭州为重点，将精力集中于明晰杭州市关于物联网的政策策略，了解当地物联网发展状况，收集整理在杭从事物联网事业的机构信息，特别是关于电脑智能型遥控器的相关信息，同时明确可以进行合作的上下游公司情况，积极建立合作关系，为以后的生产经营做好铺垫。在上述工作基本完成之后，公司网站进行测试通过后便可以通过各类商业网站，上门宣传等途径扩大公司的知名度，公司也可以通过各类订单获得主营业务收入。

第二阶段，周边经济发达城市电脑智能型遥控器市场。待公司在杭州的经营进入稳定状态，拥有较固定客户，效益逐渐稳定时，随着公司知名度的不断提高，技术的发展完善，可以将合作公司延伸至周边经济发达城市，寻找合适的电脑遥控器技术运用机构，尝试进行技术设备的出售，待时机成熟时正式将公司的经营地域延伸至这几个周边城市。

第三阶段，全国主要经济发达地区电脑智能型遥控器市场。由于在杭州和周边地区的经营，公司已有走向全国的实力，并且由于公司网站的运行，一些关注物联网和电脑型遥控器技术的机构可能会对公司进行关注和询问。随着物联网的发展，将眼光放至全国是挑战也是机遇，在顺应时代潮流和国家政策推广物联网技术的同时更壮大了公司。

第四阶段，全国主要城市的物联网市场。在电脑智能型遥控器被大家接受的同时，公司不断完善原有技术并且开发新的物联网技术，在原有基础上扩大公司的经营范围，逐渐涉及其他的物联网领域。物联网已经成为了一个发展的趋势，对物联网的关注和重视程度也在不断上升，在继续进行电脑智能型遥控器经营的基础上开发新的物联网领域是一个很大的挑战，但也是让人无法舍弃的机遇。

（二）竞争分析

按公司发展战略，选取竞争者典型进行相对优劣对比分析。

（以下优势和劣势均从本公司角度出发）

公司在各阶段的主要竞争对手是如中国移动，中国电信，海尔之类的实力雄厚并且致力于物联网技术开发应用的公司。例如海尔U-home与杭州电信联合推出“我的e家?智慧屋”产品，通过物联网网桥实现了用户通过手机、互联网、固化与家中各类电器设备的沟通。再例如中国电信已经在无锡建立了物联网技术重点实验室。

与这些公司相比，我公司的劣势和优势分别表现在：

优势：

1. 我公司只提供相关技术和必要设备，而不参与具体产品的生产，合作厂商较多，市场较大。

2. 如海尔、中国电信之类的大公司面向具体到人的客户对象，而我公司的合作商主要是生产厂商。只要有足够的厂商需要我们的技术，我公司就具有很大的市场。

3. 我公司提供的设备较经济，可以直接与利用红外线进行控制的家电设备相结合，并且使用我公司技术设备的客户可以到我公司网站下载必要插件，并且可以得到各种技术方面的解答，我公司提供了一个安全便捷全面的平台。

4. 在物联网发展的大环境下，会有越来越多的厂商加入物联网的推广中。很多公司无法像海尔，中国移动等实力雄厚的公司一样集技术开发和具体产品生产于一体，无法偿付巨额的成本经费。我公司提供该类技术和必要设备，下游厂商可以直接进行具体产品的生产，节省了开发费用，为其提供了良好的技术支撑。

劣势：

1. 进入市场稍晚。

2. 该类公司在各自领域具有一定的影响力，甚至于处于垄断地位，拥有很庞大的忠实客户群体。

3. 该类公司实力雄厚，集技术开发与设备生产与一体。

4. 对方一旦研发出产品，具有成本及营销渠道等方面的规模效应。

四、公司战略

（一）公司概述

新火公司是一家以互联网技术为依托，专业生产信息化家电设备遥控器的企业。新火公司致力于改善人们生活，构建信息化、智能化的现代家庭生活环境，是目前国内唯一一家提供电脑智能型遥控器的企业。公司成立于2013年1月，总部设在浙江省杭州市，注册资本150万。

新火公司在当前最新的网络下载型遥控器的技术基础上，开发出一款电脑智能型遥控器。有了电脑智能型遥控器，用户就可以使用手机、PC机等安装了模拟软件（由新火公司提供）的设备利用互联网络向家电设备发送控制信号，对家电进行远程遥控。这种网络远程控制方式为客户带来了一种家电使用的全新体验。

（二）总体战略

公司用5--10年时间发展成为以网络远程操控为主题的行业领先者及以网络服务营销为主题的交易准则的制定者。

1.公司使命

通过对核心研发团队的充分利用以及优化配置，以一条龙服务理念满足客户的多方面需求，追求和谐、方便、快速、诚信的IT服务公司。

2.公司宗旨

“成为物联时代的指向标”

3.公司口号

“创新突破无极限”

（三）发展战略

新火公司将通过3个战略阶段，从而发展壮大成为业务覆盖社会各领域的专业性远程控制服务公司，发展模式如下图。

图4-1 物联网科技有限公司发展模式图

第一战略阶段：以杭州市场为切入口，公司进入市场运营，主攻杭州家电市场，实践中逐步完善公司运营模式，逐步拓展至全国市场。

第二战略阶段：在公司运营过程中，搜集了家电企业和家庭用户大量信息的情况下，我们利用网络交流的便利性发展出一个家电企业与家庭用户的交流网站，从而在充实网站内容，增加广告营利点的同时，进一步推广公司在企业和家庭用户中的影响力，提高市场占有率。

第三战略阶段：从长远看来，在网站机制完善，市场开发良好的情况下，我们可以选择走出家电领域，进军市场各行业的成交领域，以争取公司不断壮大的长远利益；

1.初期(1—2年)

分阶段进入市场，提高公司知晓度，树立品牌形象，逐步建立健全的一条龙服务体系。

①第一年采取6+6的模式，前六个月在软件前期开发的同时进行公司进入杭州家电市场的前期宣传，为稍候公司的正式运营做好准备工作；后六个月，新火公司正式开始运营，同时公司的网站平台在杭州地区正式推出，第一年公司以保本为主，杭州市场有效成交额达12.8万元，利润约为5870元，市场占有率达2.88%。

②第二年网站正式进军全国，同时网站的网络平台在全国正式推出，将正式将新火公司和网站平台的广告铺向全国；

杭州市场有效成交额约50万元，利润约为4.5万，市场占有率约10%，

全国其他地区有效成交额约80万元，利润约为10万，市场占有率约1%。

2.中期(3—5年)

进一步提升品牌形象，增加无形资产，扩大服务器容量，增大公司交易额；利用现有的市场，开拓全国整个家电市场，不断提高市场占有率；在不断完善原有服务体系的同时，重点挖掘服务新性能，开发增值服务，拓展市场。

第三年全国有效成交额约350万，利润约为55.8万，市场占有率约10%。

第四年全国有效成交额约670万，利润约为209.2万，市场占有率约15%。

第五年全国有效成交额约2000万，利润约为469万，市场占有率约18%。

3.长期（5年— )

在巩固全国家电原有市场的同时正式进军社会市场各行业的成交领域，以争取公司不断壮大的长远利益，成为整个成交领域的领先者。

五．市场营销

（一）市场分析

1．国家政府的重视和支持

信息、材料和能源是现代社会的三大支柱，到了物联网时代，更能显现出信息的重要性。物联网进一步加强了物理世界和虚拟世界的相互沟通和联系，对人类的发展而言具有重大的战略意义。在我国，多次讲话和“两会”政府工作报告里，温总理也多次提到物联网，虽然目前而言，其项目建设仍缺乏完整性建设，但它对未来经济的推动作用不容小觑。

2．各地区积极规划和竞相发展

最为拥有亚洲最大的超级计算机中心，同时具有一定基础的大型物联网项目运作的上海，利用其良好的应用环境，在物联网上面走在了前头。另外，洛阳也找到了一条“基于制造业的物联网产业基地”的路线。

3．信息化、数字化的流行发展趋势

在这个数字信息全球化的时代，人们对生活质量的要求日益增加，电器行业的数字产品品种繁多，但兼容性不高，很难做到统一一体化。多个遥控设备的繁琐的管理使得我们的产品必有一定市场存在。

（二）制定市场营销战略

1．目标市场

基于公司战略，本产品不同阶段目标市场定位有所不同。目标市场分析如下：

第一阶段，通过杭州中大型、希望业务拓宽发展的企业

当今各大企业竞争压力巨大，为了提高各方面的优势，各企业对各种服务的质量要求也在不断增大，即便如此，各项服务仍会遇到发展瓶颈。因此我公司通过向本地企业提供相应的产品，以物网相连的崭新概念展现在公众面前，以期达到一个成熟的杭州物联市场。

第二阶段，通过全国企业的推广

现有的全国数以万计的大小企业，对我们所提供的产品也有较大需求，目标市场潜力巨大。

第三阶段，整个电器行业市场

目前国内该市场仍处于初级阶段，发展势头良好，且具有极大的拓展空间。但由于信息渠道不健全，运行机制不完善，技术发展不得力等原因，在一定程度上大大抑制了市场的快速发展。因此我公司将通过以上两阶段所得到的经验，拓宽健全、完善的国内市场。

2．市场定位

我公司的市场定位属于“抢先定位”

虽然目前地区已把物联这个概念较早引入市场，拥有一定的基础和市场， 但本公司将客户群首先地位于有一定市场份额的企业，通过他们的销售在逐步稳定我们的市场领域。

随之推出的网站平台和相应的客户端等应用软件的下载，进一步向整个行业市场拓展，定位于整个市场，发展国内物联市场。

3．市场份额

①杭州中大型企业

第一年：

杭州市场成交市场占有率达2.88%，

六大试点地区成交市场占有率达8.01%

第二年：

杭州市场成交市场占有率约10%，

六大试点地区成交市场占有率约3.5%，

全国其他地区成交市场占有率约1%

第三年：

全国电器领域成交市场占有率约10%

第四年：

全国电器领域成交市场占有率约15%

第五年：

全国电器领域成交市场占有率约18%

②我公司

设备服务的订购率，具体数据如下：

第二年：设备服务杭州地区平均订购率为11%

第三年：设备服务杭州地区平均订购率为15%，除杭州六大试点区平均订购率为11%

第四年：设备服务全国平均订购率为10%

第五年：设备服务全国平均订购率为15%

（三）制定市场营销计划与政策

1.市场营销组合

（1）产品决策（Product）

第一阶段，我公司是以一个专业的物联网推广为主题的B2B公司。通过向企业提供自行研发的电脑智能型遥控器，以此来消除与广大客户之间的信息不对称，推广的力度加大；

第二阶段，我公司以网站平台的形式为用户提供相关信息。客户可以通过这个平台寻找相应的特色服务；

第三阶段，我公司致力于搭建一个涉及各领域的智能化、自助式、低风险的无界网络配对平台。同时网站还提供售后服务、信息咨询等各项增值服务。网站远景目标是建成中国最大的物联数据库和交易平台。

服务：建立完善的销售服务体系，为客户提供健全优质的服务。

售前服务：采用宣传、培训和交流等手段，使目标消费群体更了解我们产品和服务的特性与适用情况；

售中服务：建立完善的网络信息平台，并提供交易双方所需要的相关服务；

售后服务：依托网络平台建立信息交流反馈渠道，做好反馈信息处理，根据客户需要不断改进产品和服务；与目标消费群搞好关系，建立长期合作关系；最大程度满足客户需要。

（2）价格决策（Price）

①传统营销价格策略

基于拓宽市场稳定客户群和间接收益原则考虑, 发展初期我公司将以平价或免费的形式为用户提供好的产品和服务，以此来扩大市场份额。随着产品和服务的不断完善，用户群逐步稳定后，再针对用户的需求逐步推出相应的收费项目。

②网络营销价格策略

整个网站目将利用多样化的网络营销定价策略: 个性化定价策略，竞价策略等;

③个性化定价策略

考虑到各个产业的差异性，我们将会针对不同需求制定不同的产品，供其选择，确定相关价格。初期为吸引更多的消费者，同时也为了测试并更好的完善系统，软件服务推出的第一年里将不收取任何费用；订购一年后，将收取一定的使用费；若订购超过4年，则将减免相应的费用。

④竞价策略

网站进入行业赞助后，将依实际情况实行赞助需求商和广告商的竞价排名制度。

（3）渠道决策 （Placement）

①网络平台

我们产品是相关的信息设备，依托的是网络这个数据储存的平台。因此，网络平台是我们的渠道首选，其具有简化交易过程，规范交易活动，便于交易双方信息收集等其他平台所不具备的优势。

②学术性活动

学术性活动是最好的让用户了解培训情况的途径之一，不仅可以树立良好的形象，更能吸引相应的客户。若能将这个渠道进行合理的开发和利用，其经济和社会效益都是无法估量的。

③移动平台

移动平台作为继网络平台之后又一被热炒的平台概念，它的普及程度，不得不让人对其垂涎三尺。我们的数据反馈且多利用这个手机平台，合理有效地利用，可拓宽更多潜在的客户群。

（4）促销决策 （Promotion ）

①广告推广

根据美国营销协会的定义，广告是“由营利性和非营利性组织、政府机构和个体以付薪的方式，通过各种传播媒体，在时间或空间安排通知和劝说性信息，目的是向特定的目标市场成员或客户传达讯息以使他们相信其产品、服务、组织或构思”。

* 网络广告

网络广告的地位在如今已不可或缺。它的效应实实在在，在门户网站投放的点击广告，因其所带来的用户是可以估算出来的，而且性价比很高。

* 搜索引擎

搜索这部分的花费也不可或缺，有问题找百度等搜索引擎已成为当下解决问题的主流形式。花一定的费用买网站名或者主要业务的关键字的竞价排名还是很值得的。

* 海报传单

简单易行且花费成本不高，文字画面的直观效果给人印象深刻。

* 移动广告

虽然短信宣传的公信力不是很高，但低廉的成本还是值得一试的。

②人员推销

人员推销是一种面对面的沟通形式。我们可利用业余兼职的工作机会吸引当代大学生为产品进行宣传。他们对网络的深刻使用心得，对企业文化的向往，有利于配合我们的宣传推广活动。

③营业推广

营业推广的主要形式：

礼品：将会不定期地在节日向用户赠送虚拟货币的红包。用户可以将所获得的虚拟货币支付交易所需的费用等业务，或作为节日礼物、生日礼物等转赠给网站好友，拉近彼此距离。

抵价券：将会对在交易金额在一定水平以上的用户赠送抵价券，可以用来抵消支付交易所需的费用。

有奖销售：对我们公司的用户进行抽奖，将会有特别奖励。

竞赛：在网站设立相关的线上活动，与某类培训的相关竞赛的绝对不在少数。

展销会

④公共关系

公共关系所关注的是基金管理人为赢得公众尊重所做的努力。这些公众包括新闻媒介、股东、业内机构、监管机构、人员、客户等。与媒体保持良好的关系对于处理公司危机情况十分重要，因为处理这种情况的方式会影响公司的声誉和业务能力。加强与投资者的关系包括编制和发布年度、季度等报告，进行客户交流等。

可以为一些贫困生筹集助学基金；销售网点宣传；举办投资者交流活动；费率优惠等措施同时采用，有利于营业推广。

六、管理体系

（一）公司性质

有限责任公司

（二）组织形式

我们公司组织结构:

图6-1　公司组织结构

（三）部门职责

CEO：

负责公司的日常经营事务，对董事会负责，决定部门总监的人选，协调各部门之间关系。

财务部：

负责公司资金的筹集、使用和分配，如财务计划和分析、投资决策、资本结构的确定，股利分配等等；负责日常会计工作与税收管理，每个财政年度末向ＣＥＯ汇报本年财务情况并规划下年财务工作。

市场营销部：

对市场的现状和未来发展趋势，各地各行业进行调查分析，负责公司市场的调查、市场分析，决定公司的营销战略和营销计划。准确确立创意、营销方向及产品创新概念。把握市场动向，组织实施市场监控，市场评估等工作；公司发展成熟后在全国设立市场分析点，针对各地的市场进行调查分析。

人事部：

实现员工素质内部管理、薪酬管理、绩效考核。

技术研发部：

负责产品的研究与开发工作，拓展产品线的广度和深度，新技术的研发和促进和部分产品售后技术支持。

网络维护部：

负责网站各版块的日常维护以及更新工作，维护网站的正常运行，并统计顾客返回信息的有效数据。

客户服务部：

弥补网络服务的不足之处。负责直接与顾客沟通，解决交易中的矛盾和用户的疑问，处理好顾客情绪，避免冲突，力求用户的百分之百满意。

七、投资说明

（一）资金需求和使用计划

公司自有资金75万元。主要用于公司日常性经营活动。

公司拟吸收风险投资75万元，可以分两部分投入。第一部分25万元资金主要用于远程监控设备在浙江地区的的推广应用，第二部分50万元主要用于后续新型远程监控设备的调研开发，具体用途见下表：

表7-1 资金使用计划表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 金额（万元） |
| 1 | 远程遥控设备在浙江地区的推广费用 | 25 |
| 2 | 新型遥控设备的调研开发费用 | 50 |

公司初期还需要外借资金20万(金融机构三年期借款，利率7.68%)，用作流动资金，同时考虑到合理的负债比例，公司的资产负债比为1:8.5。资金主要用于期初的公司筹建以及前两年的营运成本。

（二）公司资本结构

公司的资本结构和规模如下：

表7-2 资本结构和规模

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 资本规模 | 股权 | 债权 |
| 金额 | 150 | 20 |
| 比例 | 88% | 12% |

图7-1 资本结构和规模

（三）公司股本结构

公司注册资本150万，其中自有资金75万，风投75万

具体的公司股本结构和规模如下：

表7-3 资本结构和规模

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 股本规模（来源） | 自有资金 | 风险投资 |
| 金额 | 75万 | 75万 |
| 比例 | 50% | 50% |

图7-2 资本结构和规模

（四）投资方介入公司的程度和监督公司运营的说明

为尽快占领浙江地区远程遥控领域，公司拟吸收风险投资75万元，可分两期投入，其中第一期投入25万元，第二期投入50万元，以确保公司发展战略的顺利实现。

投资方可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，投资方也可向公司委派一名财务监督员，监督公司日常资金运用和公司运营情况。若不委派财务监督，可以委托会计师事务所进行监督。

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每月经营状况和下财务预算计划。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。

1. 投资收益和风险分析

（一）主要假设

公司团队初期将租赁一个仓库，作为公司团队进行日常的经营活动以及远程遥控软件的研发的场所，也将作为初期存货的存放场地。公司自行研发软件，将远程遥控设备的生产外包给制造商。最终远程遥控设备的销售、安装以及调试由我们公司团队完成。

（二）投资收益以及风险分析

净现值

NPV=3558796元



银行借款（3年期）利率为7.68%,考虑到目前资金成本较低，以及资金的机会成本和投资的风险性等因素，r取10%（下同），此时，NPV=3558796（元），远大于零。项目计算期（n）为5年，计算期内可实现的收益率远大于所用的折现率，并且NPV数值越大，项目获利越大，说明投资项目可行。

内部报酬率

根据现金流量表计算内含报酬率如下：

∑CFt（1+IRR）-t=0 IRR=44.22%

内含报酬率达到44.22%，远大于资金成本率10%，说明该项目可行。（由于经营成本相对较低使得后期利润率较高,前5年市场增长性很好。）

回收期

投资回收期=累计净现值出现正值年数-1+(上年累计折现的净现金值的绝对值/当年的净现流量现值) =4-1+(551499/2103150)=3.26(年)

通过净现金流量、折现率、投资额等数据用插值法计算，投资回收期大致为三年零四个月，说明该项目可以在营业期内实现一定的盈利，投资方案可行。

九、财务分析

（一）主要财务假设

据08年新的企业税税法规定，按25%的税率缴纳所得税。公司经有关部门认定为高新技术企业，公司在前两年免征所得税，从第三年开始按25%的税率缴纳所得税。

公司按照直线法计提折旧，预计固定资产的使用年限为10年，无残值。

公司在第三年开始按照年末净利润的30%分红。

1. 公司分红情况

根据对未来几年公司经营状况的预测，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。为此，公司第一年与第二年不分红，第三年以后每年分红为净利润的30%。后三年分红如下表:

表9-1 五年分红情况（单位：万元）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 第一年 | 第二年 | 第三年 | 第四年 | 第五年 |
| 0 | 0 | 167664.3 | 627705 | 1407052 |

绘制为图形,如下所示:

图9-1 分红趋势图

1. 利润表

表9-2 利润表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 利润表 | | | | | |
| 科目 | 第一年 | 第二年 | 第三年 | 第四年 | 第五年 |
| 一、主营业务收入 | 1286000 | 3314800 | 4742200 | 8770800 |  |
| 减：营业成本 | 524000 | 976000 | 1414800 | 2292000 | 3999500 |
| 主营业务税金及附加 | 70730 | 182314 | 260821 | 482394 | 836550 |
| 二、主营业务利润 | 691270 | 2156486 | 3066579 | 5996406 |  |
| 减：营业费用 | 505200 | 1084600 | 1633200 | 2264600 | 2970400 |
| 管理费用 | 95720 | 166296 | 294844 | 375416 | 504374 |
| 财务费用 | 100360 | 220360 | 300360 | 484590 | 552310 |
| 三、营业利润 | -10010 | 685230 | 838175 | 2871800 | 6355566 |
| 加：营业外收入 | 2000 | 15000 | 25000 | 15000 | 35000 |
| 营业外支出 | 35000 | 66000 | 68000 | 67000 | 67000 |
| 四、利润总额 | -47010 | 604230 | 745175 | 2789800 | 6253566 |
| 减：所得税 | 0 | 0 | 186294 | 697450 | 1563392 |
| 五、净利润 | -47010 | 604230 | 558881 | 2092350 | 4690174 |

图9-2 净利润分析图

（四）资产负债表

表9-3 资产负债表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 资产负债表 | | | | | |
| 科目 | 第一年 | 第二年 | 第三年 | 第四年 | 第五年 |
| 流动资产： |  |  |  |  |  |
| 货币资金 | 790480 | 1033700 | 1271930 | 2467566 | 5594189 |
| 应收账款 | 200900 | 409800 | 584377 | 485700 | 808701 |
| 存货 | 611420 | 727320 | 605730 | 1004816 | 871714 |
| 流动资产合计： | 1602800 | 2170820 | 2462037 | 3958082 | 7274604 |
| 固定资产： |  |  |  |  |  |
| 固定资产原价 | 108000 | 108000 | 108000 | 108000 | 108000 |
| 减：累计折旧 | 10800 | 21600 | 32400 | 43200 | 54000 |
| 固定资产合计： | 97200 | 86400 | 75600 | 64800 | 54000 |
| 资产合计： | 1700000 | 2257220 | 2537637 | 4022882 | 7328604 |
| 流动负债： |  |  |  |  |  |
| 应付账款 | 0 | 0 | 89200 | 109800 | 132400 |
| 流动负债合计： | 0 | 0 | 89200 | 109800 | 132400 |
| 长期负债合计： | 200000 | 200000 | 0 | 0 | 0 |
| 负债合计： | 200000 | 200000 | 89200 | 109800 | 132400 |
| 实收资本 | 1500000 | 1500000 | 1500000 | 1500000 | 1500000 |
| 盈余公积 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 未分配利润 | 0 | 557220 | 948437 | 2413082 | 5696204 |
| 所有者权益合计： | 1500000 | 2057220 | 2448437 | 3913082 | 7196204 |
| 负债及所有者权益合计： | 1700000 | 2257220 | 2537637 | 4022882 | 7328604 |

1. 现金流量表

表9-4 现金流量表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 现金流量表 | | | | | |
| 项目 | 第一年 | 第二年 | 第三年 | 第四年 | 第五年 |
| 一、经营活动产生的现金流量： |  |  |  |  |  |
| 销售商品、提供服务收到的现金 | 1085100 | 3105900 | 4567623 | 8869477 |  |
| 收到的其他与经营活动有关的现金 | 606340 | 144589 | 216534 | 244685 | 315203 |
| 现金流入小计： | 1691440 | 3250489 | 4784157 | 9114162 |  |
| 购买商品、接受劳务支付的现金 | 1205420 | 1391900 | 1404010 | 2770486 | 3943798 |
| 支付给职工的以及为职工支付的现金 | 458190 | 1071210 | 1691950 | 2613182 | 3296744 |
| 支付的各项税费 | 70730 | 182314 | 447115 | 1179844 | 2399942 |
| 支付的其他与经营活动有关的现金 | 101260 | 346485 | 446578 | 556401 | 756107 |
| 现金流出小计： | 1835600 | 2991909 | 3989653 | 7119913 |  |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -144160 | 258580 | 794504 | 1994249 | 4814311 |
| 二、投资活动产生的现金流量： |  |  |  |  |  |
| 购建固定资产所产生的现金流 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 投资活动产生的现金流量净额 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 三、筹资活动产生的现金流量： |  |  |  |  |  |
| 吸收权益性投资所收到的现金 | 750000 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 借款所收到的现金 | 200000 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 现金流入小计： | 950000 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 偿还借款所支付的现金 | 15360 | 15360 | 215360 | 0 | 0 |
| 分配股利所支付的现金 | 0 | 0 | 340914 | 798613 | 1687688 |
| 现金流出小计： | 15360 | 15360 | 556274 | 798613 | 1687688 |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 934640 | -15360 | -556274 | -798613 | -1687688 |
| 四、现金及现金等价物净增加额 | 790480 | 243220 | 238230 | 1195636 | 3126623 |

1. 风险资本的退出

风险资本的退出主要有公开上市发行、兼并与收购、重组出卖公司等几种方式，但采取哪种方式，主要取决于公司未来的盈利情况和发展前景。　（一）公开上市发行　　IPO是风险资本最理想的退出渠道，其投资收益也较其它方式高。无论风险投资公司还是风险企业的管理层应该都比较欢迎IPO退出方式，但IPO退出周期长、费用高。公司上市可由直接上市和买壳上市、创业板市场这几种途径实现。由于我们公司是属于高新技术的中小企业，可以考虑未来在创业板市场上市。　（二）兼并与收购　　由于风险资本在IPO后尚需一段时间才能完全从公司中退出，则如果不愿受到IPO的约束可以选择兼并收购。兼并收购分两种，即一般收购和“第二期收购”。一般收购主要指公司的收购与兼并：第二期收购指由另一家风险投资公司收购。这里最重要的是一般收购。统计表明，在退出方式中，一般收购占23%，二期收购占9%，两项合计占31%，但收益率仅为IPO的1／5。

（三）重组出卖公司

经营达到稳定时的股权转让是投资者退出的主要方式，退出的定价可采用简单的市盈率法进行计算，即以退出时的年度净利润乘以市盈率计算出企业价值并作为转让的基价。

附录

**（个人版）**

**调查问卷**

前言：本次调查的目的是为了了解物联网市场现状，了解其存在的主要问题，了解物联网应用在大众心目中的知悉以及欢迎程度，为本团队制定创业计划提供依据。希望大家客观、真实回答，谢谢合作！

1 您的年龄阶段？

A20岁以下 B20-30 C30-40 D40岁以上

2您的学历

A高中以下 B高中或大专 C本科生 D本科以上

3 你所在的行业（针对个人）

AIT业 B金融业 C 物流业 D服务业 E学生 F科技教育 G其他

4 请问您对于“物联网”一词的知悉度有多少？

A没有听过 B偶然听过 C时常听说，并知其一二 D听得很多很了解

5 您是否了解物联网这项技术？

A不了解 B知道一点儿 C比较了解 D具备专业化认识

6 您认为关于“物联网概念投资”是否有炒作机会？

A应该有，市场炒作刚起步 B有一些机会，但不大

C新兴机会，已炒过了，没机会了 D不知道

7 您觉得您自己通过利用物联网进行各类生活化消费的意愿有多少？

A没有意愿 B略有意愿 C意愿强烈 D完全认可

8 您有意愿通过物联网进行消费的原因在于 （可多选）

A创意新颖 B听起来时尚、新潮 C适用并且实用，可靠性强

D高端技术含量高 E功能强大

9 以下哪一项（设想若变为现实）您觉得对您最有帮助的是： (可多选)

A．超市购物付款不需要排队，不需要带钱包，只需要在你离开的时候，检测下你的手机卡就行

B．你可以在电脑或手机上远程控制你的家电的开启或者状态的调整

C．如果你的空调或者电视坏了，会自己通过网络通知维修商，再向你反馈

D．你可以在家里、公司的电脑上或者手机上远程控制你的家电设备、检测你楼下的车的情况，远程防盗

E．你可以在电脑上或者手机上查阅到关于你家里所有设备的具体信息，包括它们的购买日期、品牌、使用年限等等

10 上题中的设想都是物联网可能的相关应用，您最希望这样的技术（物联网技术）被使用于哪个方面？

A商场购物 B火车站、机场、停车场等等 C家居设备 D医疗监测 E配送中心

11 如果上题中所提的技术都能实现，它们是“物联网”的相关产品，您会认为物联网：

A．很好的技术，我很需要 B．技术好，但我不怎么需要 C．不好，没前景

12 物联网的技术服务有着很好的发展前景和空间，您认为

A．赞同，我很看好它 B．不赞同，它只是吹出来的

C．一般，能否发展还要看情况 D．其他

13 如果物联网的相关产品被广泛地使用，在使用之前，您最关注其产品的什么因素呢？(可多选)

A收费方式 B.技术高低 C.产品质量 D售后服务

14 如果要使用物联网，可能要比较多的更新您周围的设备，您会

A很乐意，只要更新后方便 B．不乐意，我习惯以前的方式 C．没什么感觉

15 使用网络的时候，您认为以下哪个是最重要的？

A．计算机、网络系统的安全 B．客户机、服务器的安全 C．防止恶意软件的进入 D．网络用户身份识别和认证 E．备份和恢复

16 您觉得当下的物联网发展还存在哪些迫在问题 (可多选)

A商业模式 B隐私问题 C物联网的政策与法规 D技术标准的统一与协调

E管理平台的形成 F安全体系的建立与形成 G应用的开发 H国家安全问题 I其它

17 您认为物链网会对我们的生活有那些改变 (可多选)

A让我们享受更加优秀的售后服务 B增加就业岗位 C提高生活质量

D带动经济发展 E会带来创新 F其它

谢谢你们的真诚参与！

**企业版**

**调查问卷**

前言：本次调查的目的是为了了解物联网市场现状，了解其存在的主要问题，了解物联网应用在大众心目中的知悉以及欢迎程度，为本团队制定创业计划提供依据。希望大家客观、真实回答，谢谢合作！

1 您的年龄阶段？

A20岁以下 B20-30 C30-40 D40岁以上

2 您所在的企业的创业年限

A5年以内 B5-15年 C15-25年 D25年以上

3 您所在的企业是从事何种类型的行业？（针对企业）

A餐饮娱乐类型的服务业 B轻工制造业，如纺织业、服装加工

C高新技术行业 D金融经贸类 E其他（自填）

4 请问您对于“物联网”一词的知悉度有多少？

A没有听过 B偶然听过 C时常听说，并知其一二 D听得很多很了解

5 您是否了解物联网这项技术？

A不了解 B知道一点儿 C比较了解 D具备专业化认识

6 您认为关于“物联网概念投资”是否有炒作机会？

A应该有，市场炒作刚起步 B有一些机会，但不大

C新兴机会，已炒过了，没机会了 D不知道

7 您觉得您公司通过利用物联网进行各类商业合作的意愿有多少？

A没有意愿 B略有意愿 C意愿强烈 D完全认可

8 您有意愿通过物联网进行商业活动的原因在于 （可多选）

A创意新颖，市场前景广阔 B听起来时尚、新潮 C适用并且实用，可靠性强

D高端技术含量高 E功能强大 F利润丰厚，商业投机性大 G其他

9 以下哪一项（设想若变为现实）您觉得对您最有帮助的是： (可多选)

A．超市购物付款不需要排队，不需要带钱包，只需要在你离开的时候，检测下你的手机卡就行

B．你可以在电脑或手机上远程控制你的家电的开启或者状态的调整

C．如果你的空调或者电视坏了，会自己通过网络通知维修商，再向你反馈

D．你可以在家里、公司的电脑上或者手机上远程控制你的家电设备、检测你楼下的车的情况，远程防盗

E．你可以在电脑上或者手机上查阅到关于你家里所有设备的具体信息，包括它们的购买日期、品牌、使用年限等等

10 上题中的设想都是物联网可能的相关应用，您最希望这样的技术（物联网技术）被使用于哪个方面？

A商场购物 B火车站、机场、停车场等等 C家居设备 D医疗监测 E配送中心

11 如果上题中所提的技术都能实现，它们是“物联网”的相关产品，您会认为物联网：

A．很好的技术，我很需要 B．技术好，但我不怎么需要 C．不好，没前景

12 物联网的技术服务有着很好的发展前景和空间，您认为

A．赞同，我很看好它 B．不赞同，它只是吹出来的

C．一般，能否发展还要看情况 D．其他

13 如果物联网的相关产品被广泛地用于商业活动，在利用之前，您最注重其对于产品开发的什么因素呢？(可多选)

A收费方式 B.技术高低 C.产品质量 D售后服务

14 如果要利用物联网进行相关商业活动，可能要比较多的更新您公司周围的设备，您会

A很乐意，只要更新后方便 B．不乐意，我习惯以前的方式 C．没什么感觉

15 您觉得当下的物联网发展还存在哪些迫在问题 (可多选)

A商业模式 B隐私问题 C物联网的政策与法规 D技术标准的统一与协调

E管理平台的形成 F安全体系的建立与形成 G应用的开发 H国家安全问题 I其它

16 您认为物链网会对未来的企业发展以及人们生活带来哪些改变 (可多选)

A让我们享受更加优秀的售后服务 B增加就业岗位 C提高生活质量

D带动经济发展，带动企业升级 E会带来创新及更多机遇 F其它

谢谢你们的真诚参与！