滁州学院
CHUZHOU UNIVERSITY

“互联网+”大学生创新创业大赛
项目计划书

项 目 名 称：筹梦校园网络有限公司

项 目 类 型：互联网 + 公共服务

团 队 成 员：关凯强 曹子强 陈礼飞 董伟佳 卢汉松

指 导 教 师：董春丽 戴泽兴

申 报 学 校：滁州学院

申 报 日 期：2016 年 3 月

目录

一、 项目概述.....4
二、公司简介.....8
2.1 公司概述（包括公司 logo 的介绍以及公司的经营理念等）.....8
2.2 公司现状.....8
2.3 发展规划.....9
三、产品与研发.....11
3.1 产品/服务介绍.....11
3.1.1 产品的用途、功能.....11
3.1.2 行业领域.....11
3.1.3 市场定位.....11
3.1.4 客户价值.....12
3.2 产品/服务特色优势（新颖性、先进性和独特性，竞争优势）.....12
3.2.1 新颖性.....12
3.2.2 独特性.....12
四、市场分析.....12
4.1 市场细分.....13
4.2 目标市场选择.....13
4.3 目标市场规模.....14
五、发展战略.....14
5.1 SWOT 分析.....14
5.11 优势（Strength）.....15
5.12 劣势（Weak）.....15
5.13 机会（Opportunity）.....15
5.14 威胁（Theat）.....15
5.2 企业战略目标.....15
5.3 战略目标实现路径.....16
五、 市场营销策略.....16
6.1 目标市场占有率及销量预测分析.....16
6.2 市场定位.....16
6.3 产品策略.....16
6.4 促销及推广策略.....16
七、商业模式（包括盈利模式）.....17
八、财务分析.....17
8.1 财务现况概述.....17
8.2 财务预测与数据分析.....19
8.2.1 财务预测.....19
8.2.2 财务数据.....23
8.2.3 财务分析.....26
8.3 投融资计划.....30

8.3.1 投资回报.....30
8.3.2 风险资本的退出方式.....30
九、融资说明.....30
9.1 项目总投入.....30
9.2 资金用途.....31
9.3 资产估值.....31
十、团队介绍.....33
10.1 团队核心成员介绍.....33
10.2 公司组织结构及人力资源配置.....35
10.2.1 公司组织结构及职责.....35
10.2.2 人力资源配置.....37
10.3 创业顾问，主要投资人和持股情况.....39
10.4 战略合作企业.....40
10.5 团队方案可能资源基础.....40
十一、风险分析.....41
11.1 资金风险及规避方案.....41
11.2 技术风险及规避方案.....41
11.3 市场风险及规避方案.....42
11.4 环境风险及规避方案.....42
11.5 互联网众筹风险的应对措施.....43
11.6 管理风险及规避方案.....44
十二、项目其它附件材料.....47
附录 1.....47
(调查问卷)众筹方式在支持高校大学生自主创业的可行性分析.....47
附录 2.....51
委托书.....51

·

一、项目概述

1. 项目背景

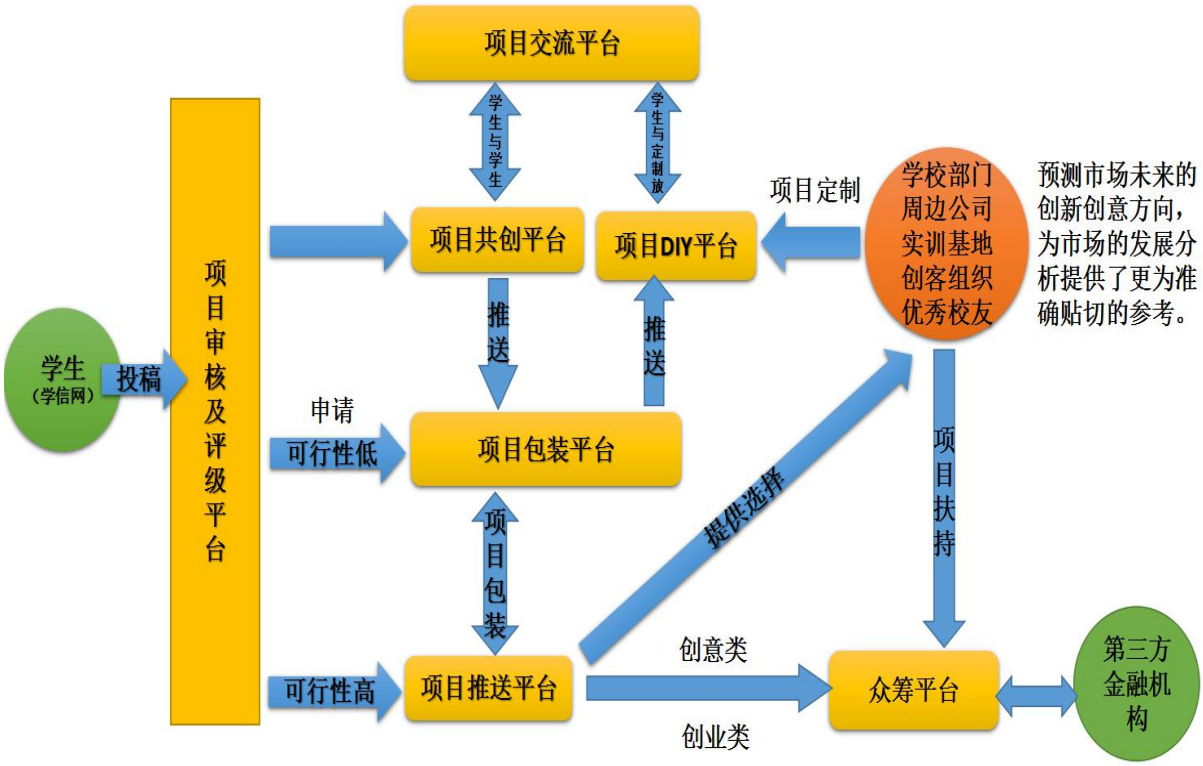


图 1 产品基本服务框架图

（一）大学生创客

随着“互联网+”时代的来临，创新 2.0 下互联网发展新形态、新业态，是知识社会创新 2.0 推动下的互联网形态演进。新一代信息技术发展催生了创新 2.0，而创新 2.0 又反过来作用于新一代信息技术形态的形成与发展，进一步推动知识社会以用户创新、开放创新、大众创新、协同创新为特点的创新 2.0，改变了人们的生产、工作、生活方式，也引领了创新驱动发展的“新常态”。当前，衡量一个国家的综合实力特别是国际竞争力的标准已经发生了很大变化。纵观世界，凡是能够长期保持强劲竞争力的国家，无一不是创业创新活动普及活跃、依靠创新驱动发展的国家。推进大众创业创新，正是这些国家提升综合实力、保持国际竞争力的一条重要经验。

除此，中央一再强调要以大众创业创新形成发展的新动力，并接连出台有关政策措施，就是要通过深化改革激发数以亿计各类人才的创业和创新潜能，推动我国经济从依靠要素驱动、投资驱动向创新驱动转变，为我国经济可持续发展打造不熄

的引擎。

同时，李克强勉励青年学子们：青年争创新，国家就朝气蓬勃

充分肯定了大学生创客们所具有的勇于打破常规创新创业的开拓精神，希望他们要有钻研学问的精进态度，不仅要向书本学习，也要向实践学习;不断丰富创客文化，把创客种子在更大范围播撒开来。总理的回信，字里行间渗透着党和国家对青年一代学生的充分信任和殷切期望。

（二）互联网金融发展

近年来，互联网金融蓬勃发展，其方便性和快捷性对人们的生活产生了深远的影响，它不仅作为线下业务的补充，线上业务也有很多创新。众筹模式作为其中的一种，可以使用互联为某一特定项目进行融资，改变了以往的投融资模式，广泛地用于创新项目的筹资中。同时，现在少许高校都相继建立起了众筹平台支持高校大学生创业，而实际这种筹资方式依然存在很多的问题及风险。而高校是培养新兴技术人才的地方，众筹这一个新的融资模式也成为大学生创业集资的重要途径。因此在创建平台方案前期进行了相关调研，调查小组受到某高校校团委的委托，通过对该校大学生是否有创业意愿、对众筹的了解程度以及了解渠道等方面的调查，从而得出众筹方式在支持高校大学生自主创业是否具有可行性。同时针对调查结果对该校提出有价值的改进办法和参考意见。以此来研究众筹这种集资方式在高校的发展前途并且给学校关于如何对待众筹方面提供可行性的建议。

2.产品的用途

筹梦校园网络有限公司是基于校园网络的学生创业项目包装及推送平台。包装指的是根据客户要求，平台会对项目进行指导和完善；推送指的是对于最终达到一定评级的项目，会推送到一些公司及部门等，通过众筹平台帮助其获得项目启动资金。本平台为渴望自助创业的高校生提供多方面的服务与支持，为创业团队的创业道路提供更为便利的渠道。

3.市场分析及定位

大学生中，越来越多的创客们所具有打破常规创新创业的开拓精神逐渐被社会所接受，以及互联网金融的蓬勃发展。但是往往大学生缺乏社会实践，创业项目可行性等并不高。所以区别于创客形式的“筹梦校园网络有限公司——是基于校园网络的学生创业项目包装及推送平台”，应运而生。平台服务对象前期以在校大学生为主，降低平台成本的同时，逐渐适应市场规律，为后期平台的完善与升级打下基础。

同时，目前市场上还没有完全一样的平台。

4.创意点

项目平台包含：

（一）项目审核及评级平台：对提交的项目材料按可行性及效益型进行审核评级。

（二）项目包装平台：根据客户申请，进行项目的调研、指导和完善等。

（三）项目推送平台：对于评级高的项目进行推送，寻求相关公司及部门的支

持。

（四）项目 DIY 平台：对于合作的相关公司及部门，按其要求进行特定的项目征集。

（五）项目共创平台：学生在平台上发起项目，征集志同道合的人共同完善项目。（如：《十万个冷笑话》）

（六）项目交流平台：对于项目共创类平台以及项目 DIY 平台，学生与学生之间、学生与项目定制方之间可以进行沟通联系。

（七）众筹平台：对于实施中的项目进行资金、物品及技术的筹集。资金托付于第三方金融机构，如银行。

具体如下：

首先客户是通过学信网实名注册，有完善个人信息的大学生。对于校园内有创业想法的学生，可以向公司平台投稿创业项目书、视频等详细介绍材料。经过项目审核，通过一定的模型，对项目进行评级。平台会根据客户是否申请项目包装平台，将项目进行概括然后通过公司的项目包装平台将项目概括推送给相关机构（如：学校相关部门、周边公司、实训基地、创客组织等。以下简写：相关公司），当相关公司对于项目认可并感兴趣时，可与项目创作者在项目交流平台上进行联系，询问详细情况然后进一步的合作或给予扶持等。

对于与筹梦合作的相关公司，如果需要做一些市场开发，但是尚缺创意创新。他们也可以向筹梦发起项目征集并设置相应奖项，我们将按照项目的要求需要在项目 DIY 平台发起征集标题并设置时限，在时限范围内同学们都可以按照要求写好相关策划书，并通过 DIY 平台交予相关公司挑选，时限到期后相关公司若选择出满意策划，则可与策划作者进行沟通获得更为详细的内容并进行采取实施，而被采取的策划的作者则可获得征集标题设定的奖项。

对于达到一定评级的项目，项目若申请众筹，可以在平台上进行启动项目资金及技术众筹。众筹平台的搭建具体看 4.5 营销策略。平台资金交由第三方金融平台托管。

同时后期：平台通过收集大学生提供的各种创意项目，并提供给相关公司机构选择并实施，在此过程中，平台可以明确获知目前在校生创业的四位方向，并通过项目的实行过程中，可以预测出市场未来的创新创意方向，为市场的发展分析提供了更为准确贴切的参考，将信息反馈给相关合作组织部门，实现合作共赢。

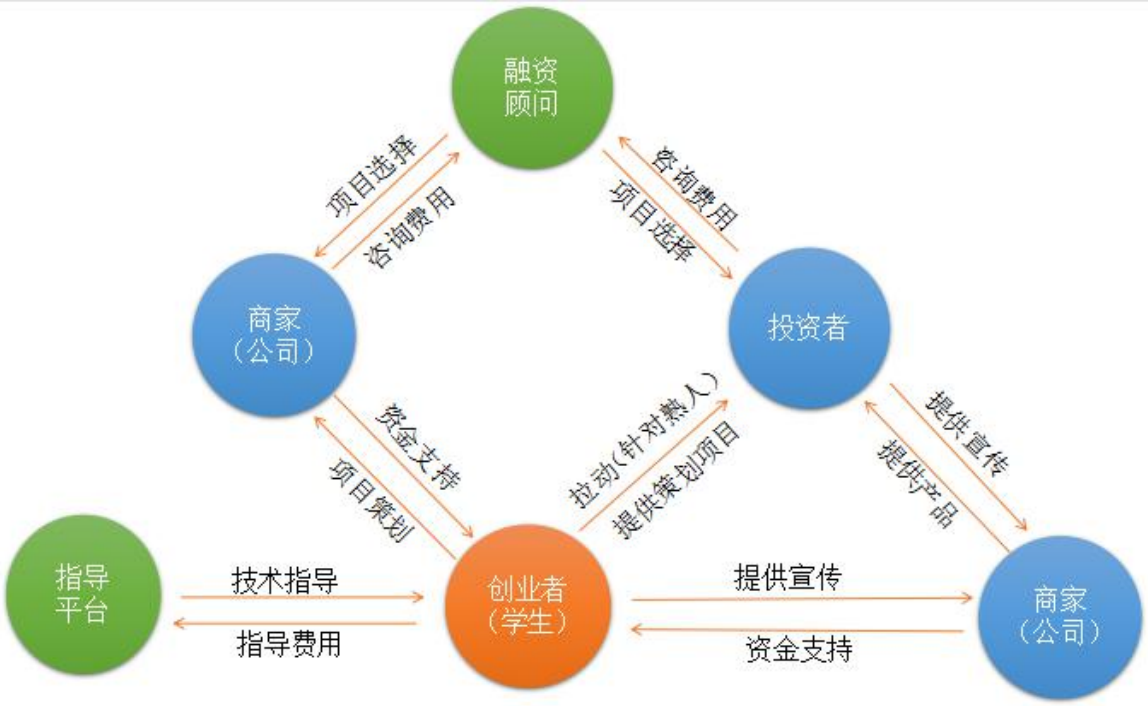
5. 商业模式

平台核心是通过成功众筹项目按照一定比例收取手续费。

项目包装和推送收取一定的费用。

通过植入学生感兴趣的论坛增加学生流量获得广告收入。

6. 营销策略



7.客户价值

（1）客户将提供大数据：平台通过学信网接入全国大部分高校通过学籍注册的在校大学生，客户为所有在校大学生，其他为所有在校大学生、毕业大学生和其他社会人士。平台灵活的界面使得在校大学生可以灵活的上传项目书信息，平台自由的为他选择对应服务平台，并及时把信息发送到潜在提供服务包装和推送的终端。

平台通过建立与大学生相关的论坛以及外围服务板块如培训等，通过免费的各种信息吸引学生的关注度和活跃度，通过学生活跃板块数据对学生进行个性化定位，并提供个性化服务。

（2）潜在客户价值：当平台的浏览量足够大的时候，我们的外围社交等服务板块将吸引大量的潜在客户，这时将有着很大的价值。平台服务将根据这些客户的数据来重点确定如何维持并改善与客户的关系，从而有效实现客户识别、挑选、获取、发展及保持的重要手段。

8.财务分析

主要的财务成本来自于运营网站、开发 app 和微信终端。主要的收入来自于通过成功众筹项目按照一定比率收取的手续费、项目包装和推送收取一定的费用以及流量费和广告收入。前期需投入的调研和建设成本；后期需投入相对固定的维护和升级成本。

根据以上我们预测出未来五年 2017—2021 年公司成立后的股本结构、公司性质、盈利状况，以及市场占据情况和公司发展潜力等等。

9.团队介绍

我们从四点来介绍我们团队的情况

·

（1）管理团队各成员的教育背景和工作背景、价值观正确、成员分工合理、业务互补情况良好。

（2）公司的住址构架、人员配置安排科学。

（3）有战略合作企业，且关系和谐。

（4）团队具有现实具体方案的可能资源基础。

10. 劳动就业前景

（1）项目发展战略和规模扩张策略的合理可行。

（2）项目带动社会就业规模。

二、公司简介

2.1 公司概述（包括公司 logo 的介绍以及公司的经营理念等）

（一）公司介绍

筹梦校园网络有限公司是基于校园网络的学生创业项目推送平台，包含（项目的包装、推送以及资金众筹等）。目前项目在创意阶段，公司还在筹建初期。

（二）公司 logo

筹梦校园网络有限公司

图 1 公司 logo

logo 介绍：

（1）环形标识：代表钱币形状（众筹）

公司致力于服务大学生自主创业。帮助身边每个需要帮助的人。

（2）四支环形手组成的“卍”字：代表相互扶持

Logo 引用佛家的“万”字，浅层指万人互相扶持以及万众创业；深层则一指佛家的“吉祥海云相”

，即每一优秀的项目都能最终得到展示和认同；二指“德”，代表着公司的服务理念。

2.2 公司现状

（1）客观现状：公司如今正在起步阶段，成立一个公司需要的资金、技术、人才等是如今阶段所要准备的。

（2）初步预期：根据平台实际需要进行筹划。因为尚在起步阶段，很多方面

·

信息匮乏，乃至不对称，导致公司内部分工等容易出现不清晰的。所以在起步阶段需要对公司成立后做提早准备，从其他公司学习经验。拥有了足够的软实力和硬性条件最终达到公司成立便能扎根市场的目的。

（3）前期准备：

1.首先以某高校为示范点进行数据调研，获得大家的认可度，同时普及众筹平台；

2.进行融资，寻求技术和资金资助；

3.搭建出自己的“众筹”平台--基于校园网络的互联网金融平台。

4.寻求银行和保险公司合作；

5.进行前期市场开拓

2.3 发展规划

公司尚起步，为了使公司能长远发展，如今的任务是公司内部如何正常运作。我们的发展理念为:

从实际出发，服务客户；

由点到面，由核心到外围；

树立口碑，留住客户，打造自身品牌。

针对企业通常遇见的问题：

初步阶段发展：（侧重于公司内部建设和基础服务平台的搭建）

首先产品的开发，引进技术和人才。此时，我们的主要目标是围绕核心服务，进行基础平台的建设，因为我们服务的对象是在校大学生，他们实名注册，这时我们的产业链在起步阶段放得比较低，使得风险得到了有效的控制。

这时的目的是留住客户，树立产品的形象。

（1）关注你的客户

在开始任何商业性事业之前，都必须先把目标盯住市场，一旦开始，就必须积极地去寻找客户，想办法让客户知道你的存在。全新的产品需要教育客户培育市场，这需要大量的工作和经费；如果你提供的是替代产品的话，要说服潜在顾客更换供应商也是一件不容易的事情。

（2）认清企业在产业价值链中的位置

面对一个广阔的市场，企业还要认清自己的企业在本行业的产业价值链里的位置。通过价值链分析，搞清上下游企业之间的关系，进而建立产业联盟，实现价值传递；并对产品或服务的规模化收益程度、现金周转的速度、以及产品或服务的边际收益，有一个全面的认识。

（3）不要过分注重技术

很多创业企业在创业之初都是先有技术、再找市常创业企业在技术人员占主导地位的情况下，往往会陶醉于自己技术的先进性，而对用户需要和消费习惯不注意研究。同样由于创业企业家过于重视技术和产品，他们对市场营销和管理团队的组建往往重视不够，在向投资商介绍时会过于强调产品和技术。

（4）而投资者更关心的是创业人能不能建立一个盈利的企业。有很多技术或产品很好，企业却失败的例子；而技术水平一般，企业大获成功的例子却不乏其人。起步阶段在核心技术的提高之后，需要把大部分的精力放在营销上，然后是团

队组织建设，当公司内部运转流畅时，这时需要把精力放在技术和其他方面。

（5）熟悉企业所在的行业

创业需要做你所熟悉的行业，避免盲目进入你所不熟悉的行业。融资之前必须认真地做市场调查，不要自欺欺人地告诉人家你没有竞争对手，因为没有一个投资人会相信这一点的。如果真的没有竞争对手，那只能说明你所选择的市场太小太专，不值得投资。另一方面，有竞争对手也是一件好事，这说明不止你一个人看好这个市场，而且你可以把竞争对手作为参照物说明你的竞争力。

（6）加强企业文化建设

要保证内部管理团队在商业理念和质量标准方面有一致的意见，同时要尽量使用户和投资人也认同你的这种理念和标准。

（7）加强管理团队建设

在企业发展的过程中，需要预见到企业的发展趋势，及时地物色得力的管理人员并适时地放权给他们，避免过多地卷入日常的琐碎事务中去。

（8）善于利用外部资源

平时要积极地建立商业关系网络，这个关系网络包括用户、供应商、行业协会、政府有关部门、以及专业咨询顾问，关系网对于企业的成功往往起着关键的作用。

（9）不要忽视财务管理

记住“现金为王”，关心企业的现金流，慎重使用现金资源；随时关注成本，保证你的产品的市场价格高于成本费用；不要过于乐观地预计销售额，否则很可能是销售额没有上去，费用却上去了。

中期发展：

(1)公司在度过初步阶段之后，依旧坚持起步阶段的方针，不断完善和升级，以便适应市场发展规律和顺应市场发展趋势。

(2)这时公司着重放在平台技术的升级，其中数据的收集和分析技术的提升是平台重中之重。同时，产品服务增加，人才的储备，营销团队的人性化以及市场的逐步扩大。

（3）产品经过了初期的资本积累，以及部分客户的支持，同时对于技术不断提升，继续加大技术人才的引进、平台的逐渐完善以及产业链的开拓如增加其他业务包括对外围服务版块的研发，然后进行完善与丰富，这时可以植入少量广告赚取资金。

长期发展：

（1）依旧坚持平台服务理念

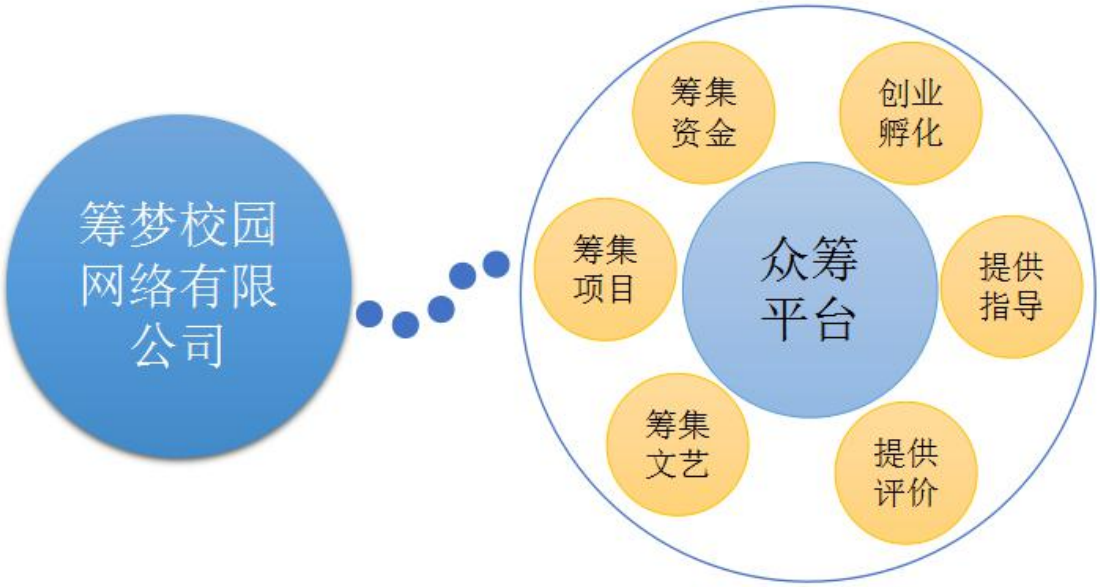
（2）除了主要产业的核心服务，对于技术的提升、市场的开拓、技术人才的引进、平台的建设、产业链的完善等依旧继续。此时的工作重点是提高数据收集和分析技术以及风控技术，把两年收集的数据作为基础投入大数据的收集与分析，对客户进行人性化的服务。可以的话将跨地域发展，同时开发 app 和微信公众平台。

（3）同时当平台占据了一定的市场，这时需要的便是其他相关产业的开拓。公司将开发一些与大学生相关的产业。

.

三、产品与研发

3.1 产品/服务介绍



3.1.1 产品的用途、功能

激发万众创新 汇聚发展动力。

中国鼓励大学生在万众创新中脱颖而出

大学生是“万众创业”的主力军

筹梦校园网络有限公司是基于校园网络的学生创业项目包装及推送平台。包装指的是根据客户要求，平台会对项目进行指导和完善；推送指的是对于最终达到一定评级的项目，会推送到一些公司及部门等，通过众筹平台帮助其获得项目启动资金。本平台为渴望自助创业的高校生提供多方面的服务与支持，为创业团队的创业道路提供更为便利的渠道。**同时，目前市场上还没有类似的平台。**

3.1.2 行业领域

据调查，75%的高校毕生渴望自主创业，但最终真正创业者仅占 1.94%。在全国层面，依托 11 家国家大学科技园建立的高校学生科技创业实习基地，2009 年一年才创办了 203 家企业和团队，仅有 2236 人创业，这一比例与美国等发达国家的接近 30%的大学生创业比例相去甚远。本平台为渴望自助创业的高校生提供多方面的服务与支持，为创业团队的创业道路更填一把助力。

3.1.3 市场定位

大学生中，越来越多的创客们所具有打破常规创新创业的开拓精神逐渐被社会

所接受，以及互联网金融的蓬勃发展。但是往往大学生缺乏社会实践，创业项目可行性等并不高。所以区别于创客形式的“筹梦校园网络有限公司——是基于校园网络的学生创业项目包装及推送平台”，应运而生。平台服务对象前期以在校大学生为主，降低平台成本的同时，逐渐适应市场规律，为后期平台的完善与升级打下基础。

除此，筹梦校园网络有限公司，在传统的众筹平台上加以改进，增加创新，使众筹更好的为大学生创业服务。

3.1.4 客户价值

（1）**客户将提供大数据：**

平台通过收集大学生提供的各种创意项目，并提供给相关公司机构选择并实施，在此过程中，我们可以明确获知目前在校生创业的四位方向，并通过项目的实行过程中，可以预测出市场未来的创新创意方向，为市场的发展分析提供了更为准确贴切的参考。

在众筹过程中,可以明确看出企业投资者的投资意向及大众投资者的消费倾向。

（2）**潜在客户价值：**当平台的浏览量足够大的时候，我们的外围社交等服务板块将吸引大量的潜在客户，这时将有着很大的价值。平台服务将根据这些客户的数据来重点确定如何维持并改善与客户的关系，从而有效实现客户识别、挑选、获取、发展及保持的重要手段。

3.2 产品/服务特色优势（新颖性、先进性和独特性，竞争优势）

3.2.1 新颖性（先进性、独特性）

1、新颖性

筹梦校园网络有限公司，在传统的众筹平台上加以改进，增加创新，以及对项目的完善、包装、推送等，使众筹更好的为大学生创业服务。众筹的对象也不仅仅像以往众筹平台只限于资金，增加了对项目、创意、音乐作品等众筹对象。

2、竞争优势

筹梦校园网络有限公司的服务对象是目前在校大学生，普遍为 90 后，具有丰富的思想和创意，是社会发展的主力军。

平台上拥有含金量较高的项目指导老师，为大学生项目实施更添一把助力。

经过项目评级，筛选后的项目都具有一定的可行性，这对于项目的合作者和投资人都是一种保障，更能吸引合作与投资。

3.2.2 独特性

筹梦网络有限公司避免了传统众筹模式的误区，以创业为主，对每一个达到一定等级的项目才会进行挑选，完善，包装等，直到可行性等达到要求。

目前市场上还没有类似的平台。

四、市场分析

.

4.1 市场细分

平台市场主要瞄准在校大学生，选定了服务市场范围。同时明确所在行业市场范围，并以此作制定市场开拓战略的依据。

对于潜在顾客的需求。从地理、人口、心理等方面列出影响产品市场需求和顾客购买行为的各项变数。 与此同时分析潜在顾客的不同需求。除此，公司应对不同的潜在顾客进行抽样调查，并对所列出的需求变数进行评价，了解顾客的共同需求。

制定相应的营销策略。调查、分析、评估各细分市场，最终确定可进入的细分市场，并制定相应的营销策略。

4.2 目标市场选择

目前选择目标市场一般运用下列四种策略：

无差别性市场策略——Undifferentiated marketing (ALL) 无差别市场策略，就是企业把整个市场作为自己的目标市场，只考虑市场需求的共性，而不考虑其差异，运用一种产品、一种价格、一种推销方法，吸引可能多的消费者。

这种策略的优点是产品单一，容易保证质量，能大批量生产，降低生产和销售成本。但如果同类企业也采用这种策略时，必然要形成激烈竞争。所以，面对竞争强手时，无差别策略也有其局限性。

差别性市场策略——Differentiated marketing(MANY) 差别性市场策略就是把整个市场细分为若干子市场，针对不同的子市场，设计不同的产品，制定不同的营销策略，满足不同的消费需求。这种策略的优点是能满足不同消费者的不同要求，有利于扩大销售、占领市场、提高企业声誉。其缺点是由于产品差异化、促销方式差异化，增加了管理难度，提高了生产和销售费用。目前只有力量雄厚的大公司采用这种策略。

集中性市场策略——Concentrated marketing (ONE) 集中性市场策略就是在细分后的市场上，选择二个或少数几个细分市场作为目标市场，实行专业化生产和销售。在个别少数市场上发挥优势，提高市场占有率。采用这种策略的企业对目标市场有较深的了解，这是大部分中小型企业应当采用的策略。采用集中性市场策略，能集中优势力量，有利于产品适销对路，降低成本，提高企业和产品的知名度。但有较大的经营风险，因为它的目标市场范围小，品种单一。如果目标市场的消费者

需求和爱好发生变化，企业就可能因应变不及时而陷入困境。同时，当强有力的竞争者打入目标市场时，企业就要受到严重影响。因此，许多中小企业为了分散风险，仍应选择一定数量的细分市场为自己的目标市场。

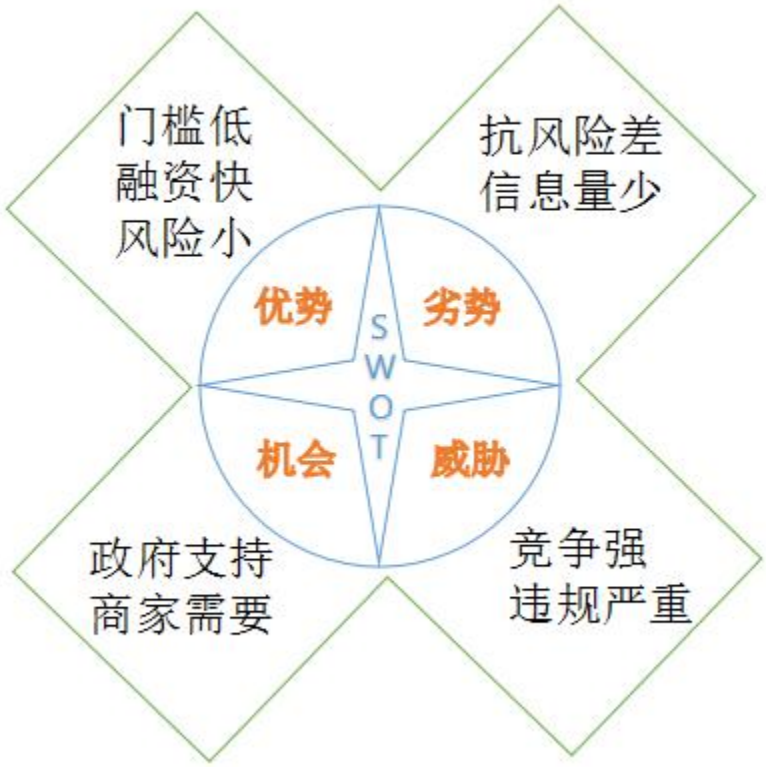
一对一市场——Customised marketing（1 to 1） 一对一市场，对客户进行一对一服务，量身定制。

4.3 目标市场规模

目标市场规模的选择是指估计每个细分市场的吸引力程度，并选择进入一个或多个细分市场。针对于平台服务对象——大学生，所以市场主要瞄准在校大学生这一人群。

五、发展战略

5.1 SWOT 分析



.

5.11 优势（Strength） 可以降低融资门槛，有效促进微创业微创业，是指使用微小的成本，以微平台或网络平台为重要载体，在细微的领域进行创意开发的创业活动。其主要特点是可批量复制、投资微小、产生效益快。微创业是缓解当前我国大学生就业压力的有效途径之一。但是，在目前金融管制的大背景下，民间融资渠道不畅、融资成本较高等问题阻碍了微创业的发展，而众筹是一种更大众化的融资方式，它为微创业者提供了获得成本更低的、更快捷的资金的可能，可以很好地解决“融资难”问题。项目发起人通过众筹平台把大众的微小资金汇集，以获得从事某项创业活动的资金，突破了传统融资模式的束缚，每个投资人也可以参与项目的策划、咨询、管理与运营。由于互联网的开放性特征，投资人不受地区、职业和年龄等限制，只要具有一定的资金能力、管理经验和专业技能即可。这种依托众筹平台的微创业活动在实现了“众人集资、集思广益、风险共担”的众筹理念的同时，也积累了经验和人脉。

5.12 劣势（Weak） 大众投资者投资经验少，抗风险能力弱，通常不允许直接或间接参与高风险投资。然而众筹融资的本质特征决定了大众投资者也是此类投融资活动的重要募资对象，为此，《管理办法》，并要求融资者适当程度的信息披露。让投资者了解个中的风险情况，平台要不时的跟综被免出现与现实不相关的事情发生。

5.13 机会（Opportunity） 最近两年来，众筹网站逐渐为大众所认可，众筹融资项目呈现出爆发式增长，文化产业项目成功个数和项目资金筹集规模都有大幅度的上涨。在两年多的时间里，文化项目融资规模就从 2011 年的 6.2 万元增长到 2013 年年末的 1278.9 万元，增长幅度惊人。2012 年时，众筹成功项目最高融资额不过 103785 元；2013 年众筹融资规模有一个大幅度的上扬，是因为成功项目增多且筹集的资金规模都相对 2012 年提高了不少；不过整个 2013 年，单个项目最高筹集资金规模才 33.95 万；到了 2014 年时，大众对众筹接受程度较高，愿意为自己喜欢和支持的项目投。证券业协会对众筹平台业务表示支持并委托中证资本市场监测中心有限责任公司对股权众筹融资业务备案和后续监测进行日常管理。

5.14 威胁（Theat） 划定业务“红线”，防止风险累积。在红线这方面需加强管理不能因为业务红线问题造成融资者与投资者对平台出现不信任情况。

5.2 企业战略目标

初步阶段发展：（侧重于公司内部建设和基础服务平台的搭建）

中期发展目标：

（1）平台在度过初步阶段之后，依旧坚持起步阶段的方针，不断完善和升级，以便适应市场发展规律和顺应市场发展趋势。

（2）这时平台着重放在技术的升级，其中数据的收集和分析技术的提升是平台重中之重。同时，产品服务增加，人才的储备，营销团队的人性化以及市场的逐步扩大。

（3）平台经过了初期的服务和推广，已经拥有一定的知名度，以及部分学生的支持，同时服务项目更加完善，继续加大技术人才的引进。同时与筹梦合作的公司

·

及相关部门达到一定规模，能更好的为大学生创业提供更多的机会和服务。这时可以植入少量广告赚取资金。

长期发展目标：

（1）依旧坚持平台服务理念

（2）除了主要平台的核心服务，对于技术的提升、市场的开拓、平台的建设、服务链的完善等依旧继续。此时的工作重点是提高对创业学生的服务质量与效益，使大学生创业更为简单便捷。同时把两年收集的数据作为基础投入大数据的收集与分析，对客户进行人性化的服务。可以的话将跨地域发展，同时开发 app 和微信公众平台。

（3）同时当平台占据了一定的市场，这时需要的便是其他相关产业的开拓。公司将开发一些与大学生相关的产业。

5.3 战略目标实现路径

从实际出发，服务客户；

由点到面，由核心到外围；

树立口碑，留住客户，打造自身品牌。

五、市场营销策略

6.1 目标市场占有率及销量预测分析

目前市场上关于为大学生创业服务的平台还很少见，如果实施可行，筹梦将作为第一个为大学生创业而服务的平台，在国家政策的支持下，大学生创业形成一种潮流，筹梦的存在是对国家政策的一种响应，我们服务的对象又是庞大的大学生群体，可看出筹梦未来市场的宽阔。

6.2 市场定位

大学生中，越来越多的创客们所具有打破常规创新创业的开拓精神逐渐被社会所接受，以及互联网金融的蓬勃发展。但是往往大学生缺乏社会实践，创业项目可行性等并不高。所以区别于创客形式的“筹梦校园网络有限公司——是基于校园网络的学生创业项目包装及推送平台”，应运而生。平台服务对象前期以在校大学生为主，降低平台成本的同时，逐渐适应市场规律，为后期平台的完善与升级打下基础。

同时，目前市场上还没有类似的平台。

6.3 产品策略

用心做好为大学生创业的服务平台，从实际出发，服务客户；
由点到面，由核心到外围；
树立口碑，留住客户，打造自身品牌。

6.4 促销及推广策略

·

（1）直接与创业者沟通宣传。
（2）通过第三方沟通，如广告推广和亲朋介绍。
（3）通过具体服务项目服务一批人来影响更多的创业者。
（4）通过一定的优惠服务吸引更多的创业者使用筹梦服务平台。

七、商业模式（包括盈利模式）

目前在国家政策的支持下，越来越多的大学生开始创业起来，并使创业形成一种潮流，在这个庞大的创业群体中，更多的大学生只是仅仅想创业，并没有真实可行的实施方案，或者缺少技术指导和投资人方面而终止于创业想法。筹梦校园网络有限公司主要服务的就是这一类学生，筹梦平台会为学生们提供创业的支持，包括项目的指导与包装、项目的推送和发起众筹。我们将会在为学生提供指导与向合作方推送项目的同时收取相应的指导费用，根据目前庞大的大学生创业团队，这是一笔可观的收入。同时，当有公司通过 DIY 平台向筹梦征集相关项目策划书时，也会有一定收入。

此外，作为一个大学生校园网络平台，流量的费用与为投资商在平台做宣传而收取的费用也是可观的。

八、财务分析

8.1 财务现况概述

8.1.1 股本结构和规模（如表 8-1）

根据公司财务预算，拟定公司注册资本为 120 万（可有风险投资部分）。股本结构和规模

表 8-1 公司初始股权构成表

姓名	具体项目	投资额（单位：万元）	投资比例（%）	出资方式
董春丽	风险投资	60	50	货币资金
关凯强	自有资金	30	25	货币资金
滁州学院	技术入股	30	25	无形资产
合计		120	100	

图 21 公司初始股权构成图

.

公司资金来源:关凯强为成立公司的创始人，其自有资金为 30 万。同时为保障公司正常筹建，董春丽以 60 万资金与关凯强共同创立公司。与此同时滁州学院以技术入股，无形资产评估价值约 30 万人民币。合计 120 万人民币。

8.1.2 资金来源与运用（如表 8-2）

表 8-2　资金来源及运用一览表　　单位:万元

	具体项目（货币资金来源）	金额
资金来源	风险投资	60
	自有资金	30
	滁州学院（技术入股）	30
	长期借款	30
	合计	150
资金运用	无形资产（股东投入）	30
	固定资产	12
	货币资金	108
	合计	150

资金主要来源于股东投资 120 万，其中以货币资金入股 90 万元，以无形资产入股 30 万元；长期借款 30 万元，总计 150 万元。以技术入股为基础，股东投入货

币资金 120 万元，主要用于固定资产、流动资产的投资和支付开办费用。包括购置平台搭建设备，人才招聘，职员工资、预付房屋租金、开办费和日常办公费等其它各类期间费用等。长期借款 30 万主要用于新产品研发和市场开拓等。货币资金来源及运用。

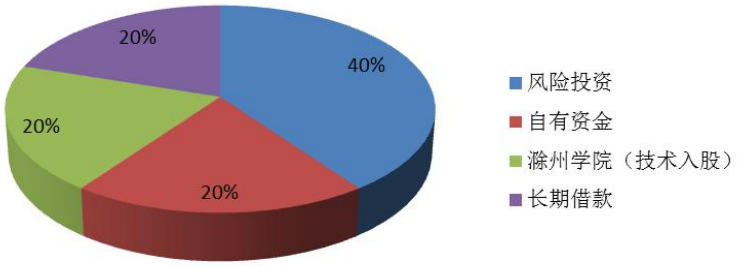


图 22 公司资金来源

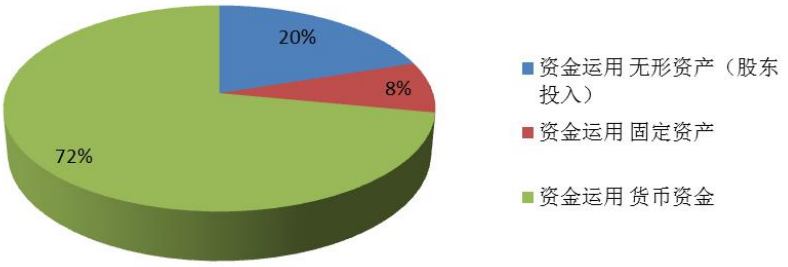


图 23 公司资金运用

8.2 财务预测与数据分析

8.2.1 财务预测

1、主要财务预测说明

（一）财务预测假设及说明

本企业为新办企业，没有历史财务数据，仅在一些财务假设上给出未来五年内

的财务预测：

（1）财务预测以公司所处地区的社会、政治、经济环境及公司所遵循的现行法律、法规、政策和财务会计制度无重大变化为前提编制；

（2）公司在财务预测期间无重大的坏账及其他损失；

（3）公司在预测期间无重大不可抗力和不可遇见因素造成的重大不利影响；

（4）预测期内公司生产经营正常、融资成功，资金到位并按计划使用；

（5）仅对五年内作比较，时期相对较短，因此纵向财务状况比较不考虑通货膨胀影响，而横向的财务状况比较可以互相抵消通货膨胀的影响。

（二）预测编制说明

（1）公司设在滁州市经济技术开发区，公司属于金融保险业（金融经纪业务—金融服务）则营业税 5%。除此公司采用我国企业所得税基本税率，即适用企业所得税率 25%。

（2）公司固定资产估计使用寿命 5 年，期末无残值，按直线法计提折旧；钱二投入的无形资产按直线法摊销，摊销期限为 5 年；上述两项费用均计入管理费用。

（3）为提升公司产品竞争力，每年研发费用投入约为销售收入的 6%；

（4）租赁的厂房位于国家级滁州经济技术开发区，付租金即可运营。

2、营业收入的测算（如表 8-3）

表 8-3　　营业收入测算表　　单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
预计营业收入	140	304	517	723	1150

·

图 24 预计营业收入柱状图（单位：万元）

3、成本预算（如表 8-4）

表 8-4 产品成本预测表　　单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
预计业务成本	92	169	139	262	258

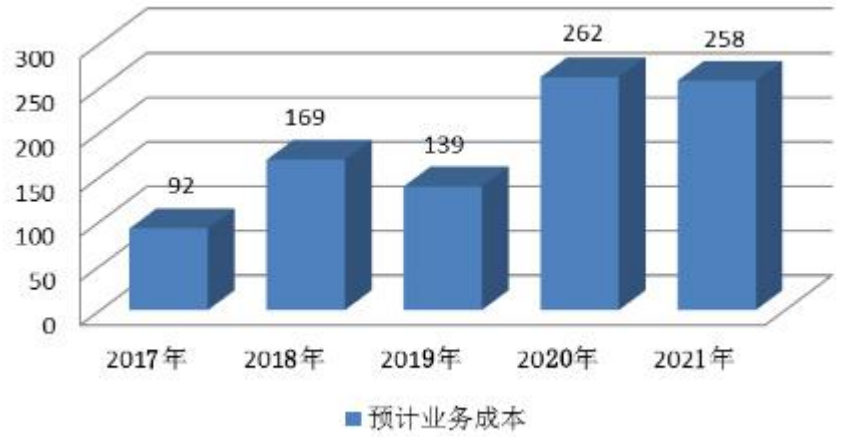


图 25 预计业务成本 （单位：万元）

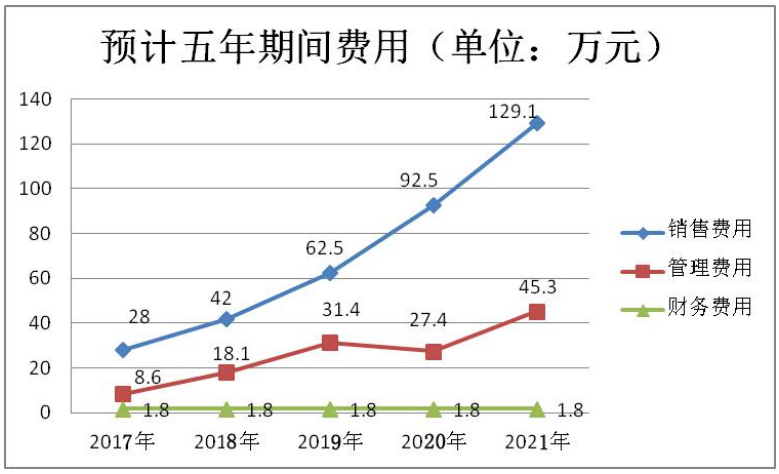
4、期间费用预算（如表 7-5）

表 8-5 期间费用预测表 单位：万元

费用	详细项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
销售费用	销售人员工资	12.5	20.5	36	43	70
	广告费	7	10	11	18	24.6
	房租	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5
	其他	4	7	11	27	30
	合计	28	42	62.5	92.5	129.1
管理费用	管理人员工资	10.5	20	40	47	53
	办公费	4	0	0	0	0
	业务招待费	2.6	4.4	6.3	8.9	25.7

·

	固定资产折旧	12	12	12	12	12
	无形资产摊销	6	6	6	6	6
	研发费用	23	34	40	36	55
	其他	8.6	18.1	31.4	27.4	45.3
	合计	66.7	94.5	135.5	131	197
财务费用	借款利息	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
	合计	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
总合计		96.5	138.3	200	229.8	325.9



销售费用：

公司预测销售费用主要包含销售人员工资、广告费用、房租以及其他费用。其中假设房租的价格在预计五年不变化。可以看出，随着公司的发展销售费用的增加速度也加快，客观上反应企业的发展步伐也在组建加快。

管理费用：

公司预测管理费用主要包含管理人员工资、办公费、业务招待费、固定资产折旧、无形资产摊销、研发费用以及其他。可以看出随着公司的发展，各部门人员对工作的熟悉度的增加，管理方面的费用增加的较慢，客观上反映了公司内部建制逐渐完善，公司逐渐步入正轨。

财务费用：

公司向银行长期借款 30 万元，年利率为 6%。

5、税项（如表 8-6）

按现行有关税法规定计算各项税费，包括营业税、教育税附加、城市维护建设税、企业所得税等。

表 8-6 税费预算表　单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业税	7	15.2	25.85	36.15	57.5
应交城建税及教育费附加	0.7	1.52	2.585	3.615	5.75
营业税金及附加	7.7	16.72	28.44	39.77	63.25
企业所得税	0	0	59.598325	75.619583	169.4625

本公司位于滁州市区，城建税税率为 7%，教育费附加计算税率为 3%。

图 26　税费预算表

8.2.2 财务数据

1、预测利润表（如表 8-7）

表 8-7 利润预算表　单位：万元

·

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
一、营业收入	140	304	517	723	1150
减：营业成本	92	169	139	262	258
营业税金及附加	7.7	16.72	28.44	39.77	63.25
销售费用	28	42	62.5	92.5	129.1
管理费用	66.7	94.5	135.5	131	197
财务费用	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
二、营业利润（损失以“-”号填列）	-56.2	-20.02	149.565	191.435	502.85
加：营业外收入	5	14	146.0483	111.043333	175
减：营业外支出	0	0	0	0	0
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	-51.20	-6.02	295.61	302.48	677.85
减：所得税费用	0	0	59.598325	75.619583	169.4625
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	-51.2	-6.02	179.565	226.85875	508.3875

利润逐年增加并在第三年期间收回成本。

2、预测的资产负债表（如表 8-8）

表 8—8 资产负债预算表　单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
资产					
流动资产：					
货币资金	**52.5**	**41.38**	**206.745**	**418.2473**	**863.2924**
应收账款	**12.3**	**25.4**	**47.6**	**53**	**83.7**
流动资产合计	**64.8**	**66.78**	**254.345**	**471.2473**	**946.9924**
非流动资产：					

.

固定资产	**10**	**8**	**6**	**4**	**2**
无形资产	**24**	**18**	**12**	**6**	**0**
非流动资产合计	**34**	**26**	**18**	**10**	**2**
资产总计	**98.8**	**92.78**	**272.345**	**481.2473**	**948.9924**
长期借款	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**
负债合计	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**
股本	**120**	**120**	**120**	**120**	**120**
资本公积	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
盈余公积	**0**	**0**	**17.9565**	**40.6424**	**91.4811**
未分配利润	-51.2	-57.22	104.3885	290.6049	707.5113
股东权益合计	**68.8**	**62.78**	**242.345**	**451.2473**	**918.9924**
负债和股东权益合计	**98.8**	**92.78**	**272.345**	**481.2473**	**948.9924**

3、 **预测现金流量表**（如）

表 8-9　预测现金流量表　　单位：万元

.

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
一、经营活动产生的现金流量：					
销售商品、提供劳务收到的现金	107.7	208.6	409.4	670	1066.3
经营活动现金流入小计	107.7	208.6	409.4	670	1066.3
支付给职工以及为职工支付的现金	23	40.5	76	90	123
支付的各项税费	7.7	16.72	28.435	44.34125	232.7125
支付的其他与经营活动有关的现金	83.5	121	176.5	200.5	288.5
经营活动现金流出小计	**114.2**	**178.22**	**280.935**	**334.84125**	**644.2125**
经营活动产生的现金流量净额	-6.5	30.38	188.465	335.15875	422.0875
二、投资活动产生的现金流量：					
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：					
分配股利或偿付利息支付的现金	4	3	8	12	18
筹资活动现金流出小计	4	3	8	12	18
筹资活动产生的现金流量净额	**-4**	**-3**	**-8**	**-12**	**-18**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响					
五、现金及现金等价物净增加额	-10.5	27.38	180.465	323.15875	404.0875

8.2.3 财务分析

1、盈利能力分析

（表 8-10 盈利能力预测表　单位：万元

·

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
预计收入	140	304	517	723	1150
预计成本	92	169	139	262	258
预计毛利	48	135	378	461	892
预计销售毛利率（%）	34%	44%	73%	64%	78%
预计净利润	-51.2	-6.02	179.565	226.85875	508.3875
销售净利率	-37%	-2%	35%	31%	44%

图 27 盈利预算表

从 2017 年—2019 年，预计收入和预计毛利的增长率逐年增加，速度远大于预计毛利，可见公司的发展是良性的。

2、指标分析

（1）投资项目净现值

表 8-11 投资项目净现值预测表（折现比率（12%））

项目	**净现金流入（万元）**	**折现比率（12%）**	**现值（万元）**
2017 年	-10.5	0.89	-9.345

.

2018 年	27.38	0.8	21.904
2019 年	180.465	0.71	128.13015
2020 年	323.15875	0.64	206.8216
2021 年	404.0875	0.57	230.329875
合计	924.59125	—	577.840625

NPV=投产后各年净现金流量现值之和－原始投资现值之和

=577.840625－150=427.840625（万元）

本项目预计净现值大于零，且金额较大；方案可行，优势明显。

（2）现值指数/获利指数

NPVR=项目净现值／原始投资的现值合计×100%;

PI=投产后各年净现金流量现值合计／原始投资现值合计.

=577.840625/150=3.85

本项目现值指数大于 1 且数值较大，方案可行且优势明显。

（3）内含报酬率（如表 8-12）

表 8-12 投资项目净现值预测表（折现比率（56％））

项目	净现金流入（万元）	折现比率（56％）	现值（万元）
2017 年	-10.5	0.64	-6.69
2018 年	27.38	0.41	11.11
2019 年	180.465	0.26	46.63
2020 年	323.15875	0.16	53.19
2021 年	404.0875	0.10	42.36
合计	924.59125	—	146.603645

NPV=投产后各年净现金流量现值之和－原始投资现值之和

=146.603645－150=-3.396355（万元）

采用内插法求得：设内含报酬率为 X

.

（12%-X）/（12%-56%） =（577.840625-0）/（577.840625-(-3.396355)）

X=56.74%

内涵报酬率为 56.74%>目前市场利率 12%，并远大于，则方案可行且优势明显。

（4）投资回收期（如表 8-13）

表 8-13 投资回收期分析表

年份	净现金流量（万元）	累计净现金流量	折现系数（12%）	折现净现金流量
原始投资	-150			
2017 年	-10.5	-160.5	0.89	-142.845
2018 年	27.38	-133.12	0.8	-106.496
2019 年	180.465	47.345	0.71	33.61495
2020 年	323.15875	370.50375	0.64	237.1224
2021 年	404.0875	774.59125	0.57	441.5170

投资回收期= M + 第M年的尚未回收额/第(M+1)年的现金净流量

= 2 + ｜-133.12｜/180.465 = 2.74(年)

（设M是收回原始投资的前一年）

按投资评价指标分类按是否考虑资金时间价值其属于动态评价指标（按指标性子分其属于正向指标），数值越大越好，2.74>1.

（5）投资报酬率

ROI=年均利润 / 项目总投资×100％

=(-51.2+(-6.02)+ 179.565+226.85875+508.3875)/5/150=114%

3、基本财务指标（如表 8-14）

表 8-14 基本财务指标表

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
资产负债率	30%	32%	11%	6%	3%
总资产周转率	1.42	3.28	1.90	1.50	1.21

.

资产净利率	-52%	-6%	66%	47%	54%
净资产收益率	-43%	-5%	150%	189%	424%
营业收入增长率	NA	217%	170%	140%	159%

8.3 投融资计划

8.3.1 投资回报

根据对未来的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，公司前两年不进行分红，从第三年以后每年分红为净利润的 20%。

8.3.2 风险资本的退出方式

（1）股份回购

投资后满三年，公司发展稳定，按 1：1.4 回购 15%~20%股份；

投资后满四年，按 1：1.5 回购 20%~30%股份；

投资后满五年，按 1：1.6 回购剩余股份。

（2）公开上市（二级市场）

五年发展过后，据预算，公司会计年度净利润、期末净资产、无形资产占净 资产的比例，符合中小企业上市条件，同时风险投资股份退出方式可采用公开上市。通过公开上市可以保持公司的独立性和管理层的稳定性；除此，通过公开发行成功后，也说明了金融市场和投资者对该公司创业成功的一种确认。

九、融资说明

9.1 项目总投入（目前项目已有的总投资，项目未来一年的融资计划及进展预测）

目前：投入2000元，进行创意构思，以及基础平台的搭建。

初期预算注册时，创业团队占有公司股份25%，用50%股权吸收风险投资60万元人民币，用25%引入技术入股。

项目未来一年会将已经构建好的网站产业投入使用，吸引投资。因为我们的发展战略是由点到全，由核心到外围，解决了基本技术后，初期发展会比较顺利。

.

9.2 资金用途（资金分阶段使用计划及用途）

主要用于产品开发、技术提升、市场开拓、技术人才引进、平台建设、跨地域分布、产业链组建等。

简单整个项目分为**三个时期**，资金也主要会运用在这三个不同的阶段的具体安排

第一是开发阶段，项目是网站项目，通过网站开发技术人员的不断努力，此阶段重点在于网站功能的建设，仪器设备的购买等。

第二是推广运行阶段，推广将和运行同时进行，方式是线上线下都会进行推广。

第三是项目的业务运营阶段，在前期的建设和推广之后，网站要不断的拓展新的领域和完善用户体验，加大网站建设、市场推广等多方面的投入。

明细：

第一阶段：首先资金用于产品的开发，引进技术和人才。此时，我们的主要目标是围绕核心服务——借贷和社交板块进行基础平台的建设。

第二阶段：资金将用于技术不断提升，加大技术人才的引进、平台的逐渐完善以及产业链的开拓如增加其他业务包括对外围服务版块的研发和完善与丰富，资金主要投入于平台的建设与技术的研发。

第三阶段：包括主要产业的核心服务，对于技术的提升、市场的开拓、技术人才的引进、平台的建设、产业链的完善等依旧继续。此时的资金主要用于提高数据的收集和分析技术以及风控技术，可以的话将跨地域发展，同时开发 app 和微信公众平台。

9.3 资产估值（有形资产估值、无形资产估值及估值计算方法）

（1）有形资产：建立网站需要的设备（固定资产）等

（2）无形资产：网站专利权、非专利技术、商标权、商誉、数据信息等。

估值计算方法：

（1）同类型企业的估值

你的竞争对手和同行企业估值多少？你未来在用户数、活跃用户数、单用户价值、市场份额等方面是它的几倍还是几分之一？

未来（如五年后）公司如果上市或者出售时的价值

.

从未来那个时点倒推，越早期的投资者，因为风险越大，需要投入的精力也越多，因此对回报的倍数要求越高。

但这个回报倍数预期并非一个天文数字，Google 那样的几百倍回报不能作为投资的参考。一般而言，对于一个投资后期创业公司的 VC 来说，3 倍以下的回报是不值得的。比之更早的创投机构，如关注成长期和种子期的，则可类推。

不同阶段企业很不一样，早期项目很多时候用 Comp 和倒推法来估吧，就是觉得这个企业 5 年后能值多少钱，现在的风险有多大，希望多少的回报，然后算回来。

（2）中后期的基本以 DCF 和 P/E 为主

对于互联网早中期企业，估值不是投资回报的敌人，成长和模式是。相反，估值其实是企业家的敌人，因为太低了自己心理不平衡，太高了自我膨胀，最后搞坏了自己的心态。

对于 PE 的估值，主要会涵盖：估值模型+经验判断+谈判。

估值模型：估值模型的应用非常 tricky，需要根据被估值公司的发展阶段选择合理的方法，比如对于处于初始阶段和 rapid growth 的企业来说，DCF 和 comparable 方法并不适合，因为他们的现金流远未稳定和确定，甚至为负值。

经验判断：而在模型的变量估值时，需要很多经验判断和对未来预期的演绎；

谈判：最后就是谈判，对于 PE 来说，不管是 VC 还是 LBO，用模型得出的企业价值只是一个参考值，最后的估值需要 Fund 和 Company 之间进行艰难地谈判而得出，因此最后的估值结果也许只是相关利益体的博弈产物，当然这是一个基于数据的博弈产物。

公司估值是公司金融学中最核心的内容，其实质是探寻企业的股权交易中买卖双方均认同的交易价格——用货币量化一个企业的内在价值。

经典理论认为，企业内在的价值体现在未来收获利益的多少，并与此产生了推测包括未来现金流、利润、或股利收入等指标（不同类型的企业会选择不同的财务指标），估算公司价值的方法。

事实上，因为未来财务指标的推测不确定性极大，加上存在可借鉴的股权交易市场，尤其是股市（因其公开自由交易，理论上可被视为自由市场-当然，中国股市除外），其交易可以视为买卖双方均认可的交易基础，从而作为所有产权交易的定

价基准，利用比较的方式对企业进行定价，也就是估值。例如，可以利用市盈率（比较未来的利润）、市净率（比较净资产），甚至可以利用每个用户值多少钱的方式，对企业进行估值。

十、团队介绍

10.1 团队核心成员介绍

关凯强

负责：分工，安排，组织，策划，新媒体宣传、材料的总结。

介绍：大二，14 级数学与应用数学专业（金融工程方向），并双修财务管理专业，擅长数据整理、分析。同时，在学校团委、社团联以及学校六大社团以及院部学生会都有工作，并兼任一社团社长，在人员安排和分工方面有着一定的了解，多次走出校园参加社会调查问卷工作。除此，社会经验中，大一期间曾在滁州市人民银行和人寿保险暑期社会实践实习，并与滁州日报、恒大国际、中公教育、滁州市 1912 以及合肥、南京文化动漫公司等合作过，对目前市场有着一定的了解。作为创业团队的队长，始终以认真、积极、负责任的态度做好各项工作，具有较高的市场分析能力和综合组织能力。同时，熟悉 web 前段的 HTML5、css+div 布局。经验方面，目前搭建滁州学院网站平台,滁州学院数学与金融学院网站设计和维护。除此，有独立开发软件和网站设计能力。

不足：刚入大学，专业知识储备不够、对市场的了解不够透彻。

陈礼飞

分工：负责视频的制作，PS 等技术支持；负责网站的技术设计等，控制网站从开发到优化推出过程，处理与网站有关的技术问题。

介绍：大二，14 级数学与应用数学专业（金融工程方向），担任学院组宣传部部长。能独立开发维护网站，熟悉 web 前段的 HTML、css+div 布局、PHP+MySQL 开发环境。同时能够利用当前主流的平面设计软件 PS、AI 进行平面设计作业。擅长 Flash，略懂 AE！经验方面，目前搭建滁州学院网站平台,滁州学院数学与金融学院网站设计和维护。

除此，擅长程序编辑。大一在记者团编写新闻，在校对学生进行过集体辅导，有一定的教育经验。除此，社会经验中曾在工商银行，农村信用社进行过实习培训锻炼，同时与中公教育，中国人民银行有过合作，对经济走势和市场分析有一定的了解和理论基础。

不足：刚入大学，专业知识储备不够、对市场的了解不够透彻。有着坚强的毅力和顽强的拼博精神，具备一定的开拓创新精神。

董伟佳

分工：负责推荐表中内容的修改和完善；负责公司人力资源合理利用、管理理赔、人事策略、招聘人员还有计划、指导和协调公司的人事活动。

简介：大二，14 级金融工程专业，在学校办公室做学生助理工作的同时在学生会担任主席助理一职，擅长材料和数据的整理修改完善工作。 有坚强的毅力和较强的组织管理能力。

负责：团队成果汇报,市场调研，项目讨论；负责公司总体的营销推广活动，决定公司的营销策略和措施。以及制定和实施网站的推广目标，市场调研和市场预测。

介绍：14 级金融工程专业，擅长语言表达，大一期间多次参加演讲辩论比赛，同时在班级和院学生会工作，对活动的组织策划能力较好，社会经验中，曾在滁州市人寿保险公司进行暑期社会实践，此外，曾在平安保险和中通快递担任客服，有一定的社会经验，交流，表达能力较好。另外个性开朗，表达能 力强，还具有很强的交际公关能力。

不足：专业知识能力不够，对市场了解程度不够 。文字表达还不够熟练，需要多加练习。

卢汉松

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

介绍：大二，14 数学与应用数学专业（统计方向），擅长资金的规划，投资决策。同时在院学生会，校青年志愿者总队有过工作经验，并担任班长，有多年的班长经验，擅于和同学老师交流合作，具有一定的组织能力和协调能力。除此，作为

·

院学生会青年志愿者，曾多次参加社会志愿活动，曾在滁州市人寿保险公司参加社会实践活动，有一定的社会经验。成绩优异，积极参加各种课外活动，并且熟练掌握会计财务。

不足：刚上大学，所接受的专业知识浅薄，对社会市场了解不深入，缺乏一定的社会工作经验和技能。

曹子强

负责：公司对外活动策划及组织，项目定位与策划报告的撰写，负责项目外部公共场地公关活动的组织、策划实施工作等。

介绍：大二，14 级数学与应用数学专业，担任院后勤部部长。擅长组织、策划、公关。大一期间，在学校团委、社团联及院部学生会等部门有工作经历。策划组织参与了一批较大型活动，对活动流程等比较熟悉。除此，大一期间曾在滁州市人民银行等实践，有一定社会经验。作为团队一员，我将认真负责履行我的职责义务。

不足：刚上大学，所接受的专业知识浅薄，对社会市场了解不深入，缺乏一定的社会工作经验和技能。

10.2 公司组织结构及人力资源配置

10.2.1 公司组织结构及职责

公司初期拟采取直线制的组织形式

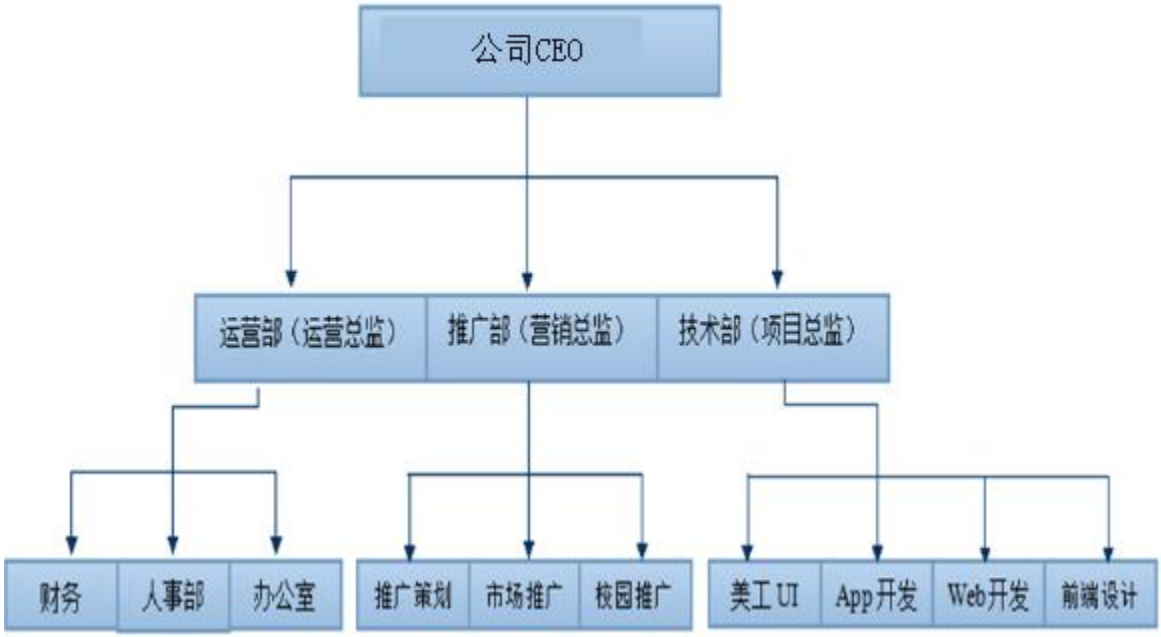


图 28 公司组织结构

部门职责

公司 CEO：关凯强 由平台创始人担任，属于最高决策层，负责制定公司的总体发展战略，决定决策层的人选，统筹公司总体事宜。

运营总监：董春丽 负责公司的日常经营事务，属于公司决策层，对最高决策层公司 CEO 负责，决定财务部、人事管理处及办公室的的人选，管理三大部门的运作及公司内部运营包括财政报告、人事调动，公司内部会议等。

营销总监:董伟佳 负责公司总体的营销推广活动,决定公司的营销策略和措施，并对营销推广工作进行评估和监控，包括微客市场分析、广告、公共关系、销售、客户服务、校园推广等。属于公司决策层，对最高决策层公司 CEO 负责。

项目总监：陈礼飞 负责网站的技术设计等，控制网站从开发到优化推出过程，处理与网站有关的技术问题。领导网站所有设计人员开发、设计、优化，及时发现网站问题并对其进行评估升级，包括网站 APP 开发、web 优化，前端美化设计等。

财务经理：卢汉松 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，每个财政年度末向运营总监汇报本年财务情况并规划下年财务工作。归属运营总监管理。

人事经理： 负责公司人力资源合理利用、管理理赔、人事策略、招聘人员还有

·

计划、知道和协调公司的人事活动。需确保微客整体运营人手充足，招聘适合微客的人才等，对运营总监负责。

办公室： 负责公司内部信息的上传下达，组织公司会议，整理公司资料，做好会议记录等；管理公司对内对外发函、申请通知等文件的起草；协助公司各种管理规章制度的建立、修订及执行监督；负责公司员工的评估和考核等；下属运营部，对运营总监负责。

策划部： 负责公司对外活动策划及组织，项目定位与策划报告的撰写，负责项目外部公共场地公关活动的组织、策划实施工作等。隶属推广部，为营销总监负责。

市场推广部：曹子强 负责制订和实施网站的推广目标，市场调研和市场预测。制订推广政策和推广计划（年、季、月），领导开展市场调查阅市场预测、策划等工作，国家政策法规导向调查等，对营销总监负责。

校园合作推广部：专门负责网站在校园的推广，策划与校园组织的合作方案。组织及策划校园微客线上及线下的推广活动，与各大校园组织达成良好共识，共同合作。

美工、UI 设计师：负责网站美工设计，客户端页面设计。微客线上线下活动海报及 banner 设计等。负责公司 Web 产品的设计工作，对产品需求有清晰准确的理解能力，完成高质量的视觉设计。

App 开发设计师：负责移动端设计及优化，增加用户体验。完美的与网页端实现转化。

Web 开发工程师：负责微客网站的搭建升级设计及优化深入了解主流 Web 开发框架，编写或二次开发 Web 框架，调试 Web 应用性能及优化，解决疑难问题。

前端设计师：负责网站前端设计，网页响应设计，优化用户视觉体验及完善页面设计流程等。

10.2.2 人力资源配置

人力资源是社会各项资源中最关键的资源，是对企业产生重大影响的资源，是指在具体的组织或企业中，为了提高工作效率、实现人力资源的最优化而实行

的对组织或企业的人力资源进行科学、合理的配置。人力资源配置（图 29）

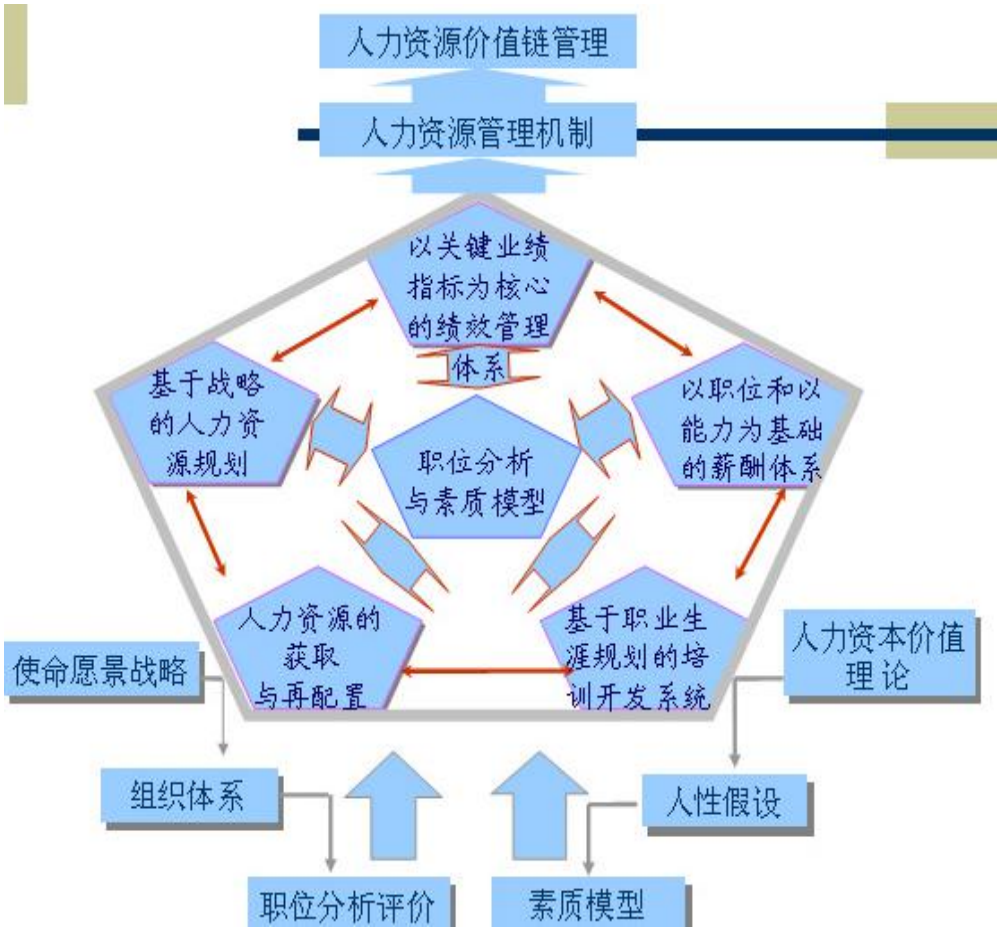


图 29 人力资源配置

1、才能配置

根据每个人的专业专长，安排分工，使他们各尽其才。

2、性格配置

根据每个人的性格，搭配合理的搭档，分工切

3、氛围配置

制定公司理念，营造自由轻松创造的氛围。

4、理念配置

树立公司发展理念，强化创新、公益、利益理念。

5、考核奖惩激励机制

实行一定的奖惩激励机制，不定期进行职业素质考核。

·

6、危机机制

树立危机意识，建立竞争机制，优胜劣汰，实现资源优化配置与组合。

10.3 创业顾问，主要投资人和持股情况

司发展的道路上一定会充满机遇和挑战，我们聘请了多位专家作为顾问，为公司的发展壮大出谋划策

1、专家顾问：

市场营销顾问：孔 XX，XX 学院数学与金融学院党总支书记

企业管理顾问：庚 XX，共青团 XX 学院委员会副书记，经济学硕士

媒体宣传顾问：王 XX，XX 学院计算机与信息工程学院党总支书记

信息技术顾问：袁 XX，XX'学院数学与金融学院副教授，计算机应用学硕士

汪 XX，XX 学院数学与金融学院讲师，安徽大学计算机应用硕士

融资投资顾问：董 XX，XX 学院助教，宁波大学金融学硕士

程 XX，XX 学院助教，厦门大学厦门大学应用数学硕士

张 XX，共青团中国人民银行滁州支行委员会书记

柯 XX'，XX 学院数学与金融学院外聘教授，滁州市人寿保险公司经理

数据分析顾问：王 XX，XX 学院助教，安徽工程大学金融数学硕士

财务管理顾问：王 X，XX 学院教授，东北农业大学经济管理硕士

祁 X，XX 学院助教，江西财经大学经济学硕士

吴 X，XX 学院助教，南开大学经济学硕士

企业就业顾问：李 XX，XX 学院数学与金融学院团总支负责人，国家二级心理咨询师，安徽师范大学教育学硕士

2、主要投资人和持股情况（表 30）

表 30 主要投资人和持股情况

姓名	具体项目	投资额（单位：万元）	投资比例（%）	出资方式
董春丽	风险投资	60	50	货币资金
关凯强	自有资金	30	25	货币资金
滁州学院	技术入股	30	25	无形资产
合计	|	120	100	|

.

董春丽为项目指导老师，以风险投资 60 万人民币入股公司，持股 50%，对公司具有绝对的控股权。关凯强筹建公司，投资 30 万，持股 25%。滁州学院以技术入股，评估价值约 30 万人民币，持股 25%。

10.4 战略合作企业

因为公司如果成立将位于滁州市经济开发区，则我们可以与各大银行合作，包括人民银行。旨在众筹平台项目资金，将交于第三方托付，不设资金池，降低风险。

创客组织

学校孵化基地

周边公司

银行

银行贷款是绝大部分创业经营者能想到的融资方式，但对于白手起家的大学生而言,向银行借款却并不是一件容易的事情。银行贷款对资质的要求很高、审批周期较长，并且限制着资金用途。即使融资成本低，但是对他们而言却是困难重重。与银行贷款相比，众筹在资质要求和审批周期上有着明显的优势。众筹以其灵活的方式，能够对创业大学生的应收账款进行专业的评估。

目前，市场上银行与互联网金融平台如众筹等的关系由原本的竞争转为合作，众筹行业与银行之间是一种补充的关系。引述中国证券网【众筹试水银行托管】一文“目前众筹市场存在监管制度缺失、规范标准不明、信息不对称的状态，郭清松表示高备资产管理（上海）有限公司旗下的“圈筹网”众筹平台为了防范投资风险，建立了风险隔离机制，是“全国首家资金由银行进行托管的众筹平台”。这样在项目融资过程中，资金由国有银行进行托管，使得资金清算独立、透明，避免资金出现技术性挪用等问题，从而规避投资人的投资风险。同时为了规范自身众筹平台，“圈筹网”还加入了“中国证券投资基金业协会”，从而更安全的与广大投资者共创投资价值财富。”

10.5 团队方案可能资源基础

本项目首先需要的就是平台搭建技术，人力资源，以及资金，战略合作企业等。

（1）平台搭建技术:滁州学院以技术入股，在网站系统的研发以及后期维护等

方面，公司有了初步的技术支持。

（2）人力资源：除了技术方面的人才，我们公司聘请了很多专家顾问，包括金融、经济、计算机网络等，增强了公司的软实力。同时，公司为正常运作，在宣传、销售、管理等方面有着人才需求，而团队人员都有着一定的社会经验，团队也可以利用自身人脉在滁州学院寻找到相关专业人才。

（3）资金：一旦公司正式准备筹建，除自筹外，学校以及当地政府会有相关支持。

（4）战略合作企业：

滁州学院数学与金融学院与当地人民银行签订了作略合作协议，并建立实训基地，成为了安徽省首开征信课程高校，同时目前正在与各大银行进行交流。一旦公司正式筹建，众筹平台将积极与银行合作。公司可以和当地人行签订战略合作，以及可以的话寻求银行方面的资金入股。

（5）除此，公司若成立将位于滁州市经济开发区，这里吸纳了来至周边地区，如南京、合肥等地的人才。且房屋租金较便宜，有着政府的政策支持。

十一、风险分析（分析资金、技术、市场、环境、管理等存在的风险和规避方案）

11.1 资金风险及规避方案

因为产品产业链比较复杂，以及初期对平台的维护、更新等都需要大量的资金，这时一旦投资方撤资且短期没有投入资金可能会给产品带来毁灭性打击。同时还可能会失信于客户。

解决：早期协议签订一定要谨慎；产品最好初期不要一下子做的太复杂，先进行资本累积，等基本足够时，继续扩大产业；让投资方看见产品的价值与收益。

11.2 技术风险及规避方案

本平台的技术目前在市场上都有应用，至于网站的建立、维护等以及其他版块的添加目前都有；最重要的是对数据的收集和分析达到评定信用度，降低风险尤为重要。而此技术目前在国外已经很好的利用。

.

11.3 市场风险及规避方案

产品为降低风险，提高可行性将借款对象瞄准大学生，贷款对象只要合法就不限制。这样就缩小了我们的市场。

解决：随着产品逐渐成熟，以及数据处理和分析的能力逐渐加强，原本的信用度大学生毕业后，一定时间也可以申请贷款。

11.4 环境风险及规避方案

互联网众筹平台风险

（一）众筹平台的道德风险

从目前国内外众筹平台运行的状况看，筹资人与投资人的关系还不确定，投资人扮演着投资者、慈善家和客户的角色。因两者法律关系不明，双方的权利义务关系也就不明确。由于筹资人与投资人之间的信息不对称，投资人处于信息弱势的地位，投资者的权益极易受到损害。虽然众筹平台承诺在筹资人筹资失败后，确保资金返还给投资人，但没有规定筹资人筹资成功但无法兑现对投资人承诺时，对投资人是否返会还出资。当筹资人筹资成功而却无法兑现对投资人承诺的回报时，既没有对筹资人的惩罚机制，也没有对投资人权益的救济机制，众筹平台对投资人也没有任何退款机制。无法对投资者的收益进行保障，投资人被看作是花体验产品的“消费者”，但若购买的商品或服务有问题、对方未履行提供商品或服务的义务时，还无法适用《消费者权益保护法》或其他法律进行救济。

（二）资金的使用缺乏监管的风险

互联网众筹是通过网络平台融资，在一个虚拟环境怎样保证诚信，是任何一个投资人首先需要面临的问题。由于没有成型的规范，缺乏监督融资所得资金使用的标准，目前完全靠被资助者的自觉与良心来管理运用所筹资金，缺少必要的监管。

行业内虽然规定互联网众筹平台对资金运用有监管的义务，但因为参与主体的众多且分散、空间广泛以及众筹平台自身条件的限制，在实践中难以完成对整个资金运作的监管，即使知道筹资人未按规定用途使用资金，也无法对其及时制止和进行有效的风险防范。

（三）易触碰非法集资和非法发行股票的法律风险

对于众筹是否合规，监管尚属空白，股权众筹平台面对主要风险是易触碰非法

集资和非法发行股票的风险，应谨防触碰非法吸收公众存款以及非法集资、非法发行股票的红线，投资人需高度注意其中风险。

目前我国发展的众筹平台大多数还限制在实物回报的范围内，股权众筹发展也有了一定的规模，那么股权众筹所面临的主要风险就是会涉嫌非法集资。根据《最高人民法院关于审理非法集资刑事案件具体应用法律若干问题的解释》，股权众筹在形式上似乎已经同时满足了四个要素，即未经审批、通过网站公开推荐、承诺一定的回报、向不特定对象吸收资金。不过因目前投资人的投资不是以获得利息、固定回报或高额回报为目的，而是一种对模型产品预付款的性质，所以双方并非存贷款的法律关系。倘若筹资人以股权收益作为回报那么极易触发非法集资和非法发行股票的底线。

11.5 互联网众筹风险的应对措施

（一）加强对投资者的权益保护

（1）强化互联网众筹平台管理义务。从前述分析可知，在筹资人筹资成功但无法兑现对投资人的承诺之时，尚无法律对投资人进行救济。因筹资人无法一一与为数众多的投资人签署合同，因此，应在众筹平台开设风险准备金账户，明确筹资人无法兑现筹资所做承诺之时，筹资人将筹得资金转入众筹平台开设的风险准备金账户，将风险准备金账户资金用于弥补投资人损失。

（2）构建第三方资金物管机制，避免集合资金。在资金管理方面，由于筹款、扣除管理费、向项目发起方划款等各个环节都涉及到资金，平台有义务对资金安全、有序地管理，这也是防范其自身风险的重要手段。对于互联网众筹平台自身而言，最有效的办法是不直接经手资金，而是通过第三方独立运作。

（3）构建信息披露机制，强化筹资人的信息披露义务。信息披露制度处于整个证券市场的枋，也应适用于整个直接融资体系。在筹资人与投资人之间，投资人处于信息弱势地位，因而，需要筹资人期向在筹资平台向公众公开资金使用情况以及对突发情况进行说明，方便投资人及时准确的掌握投资资金运转状况。一方面可以增强投资人对这一模式的信任，促进互联网众筹模式的进一步发展；另一方面也可以有效监督筹资人的资金运行，加强对投资者的权益，减少互联网众筹平台的监管

成本，加强公众对互联网众筹平台的信任。

（二）严格限制股权或资金回报

在国外，互联网众筹模式有股份制，还有募捐制、借贷制和奖励制等多种形式。在国内，受相关法律环境的限制，众筹网站上的所有项目不能以股权或是资金作为回报，项目发起人更不能向支持者许诺任何资金上的收益，必须是以实物、服务或者媒体内容等作为回报。因为在目前的法律环境下，公众作为投资人其实完成的不完全是一个投资行为，而是一个带有赠与性质的购买行为。在信用机制还未完成构建的背景下，需要严格限制股权或者资金回报，以规避非法集资。

（三）赋予相关机构相应的监管职责

尽管众筹平台的发展迅速，空间广阔，但也在存在一定的局限性。受国内信用环境和监管环境的限制，对众筹平台的发展应进行审慎监管，可以借鉴美国的相关经验，结合我国的具体国情，可以考虑将对众筹融资的监督赋予证监会，由其设置相应行业的准入机制，并出台相关的制度，引导众筹平台合法有序发展。

无论众筹平台通过什么方式以力图实现合规经营，众筹的高风险都是不容忽视的。商品众筹的风险一般高于变通商品的预售，而股权众筹更是包含了极大的不确定性，两者都需要进行相关的投资者教育，强化警示风险。因为互联网众筹在我国尚属一种新型的融资模式，目前其运行过程处于法律规定的模糊地带，因此，为防范相关风险应取得政府、相关监管部门的指导和进行项目备案，将有利于降低在法律模糊地带摸索的风险。

11.6 管理风险及规避方案

随着互联网金融众筹平台的全面开放和投资主体多元化进程的放慢，平台面临与以往相比风险依旧，如何增加和化解风险是企业管理者必需深化研讨的一项重要管理任务。只要结实树立风险认识，客观剖析存在风险，逐渐完善风险机制，不时增强风险防备，才能避免管理上出现的问题。

在管理方面，公司起步阶段如同其他公司一样都会面临管理方面的不足，主要有：部门分工不明确，信息不对称等。这时管理风险具体体现在构成管理体系的每个细节上，可以分为四个部分:管理者的素质、组织结构、企业文化、管理过程。

（1）管理者的素质

.

因素管理者包括单个的个人和群体的管理层。管理者个人素质因素包括品德、知识水平和能力三方面。品德是推动管理者行为的主导力量，决定其工作愿望和努力程度及外界对他的价值评价，影响着人际关系，对管理效果和效率有直接影响。

（2）组织结构因素

组织结构是指组织内部各级职务职位的权责范围、联系方式和分工协作关系的整体框架，是组织得以持续运转、完成经营管理任务的体制基础。组织结构制度制约着组织内部人员、资金、物资、信息的流，影响着组织目标的实现。因此，组织结构决定着技术创新的各个环节 对技术创新成败有着决定意义。它包括(1)信息流对技术创新的影响 (2)灵活性对技术创新的影响。(3)开放程度对技术创新的影响。(4)经验积累程度对技术创新的影响。

（3）企业文化因素

企业文化是企业员工较长时间形成的共同价值观、信念、态度和行为准则，是一个组织持有的传统和风尚，制约着全部管理的政策和措施。企业文化不同于组织结构的刚性影响，是以其文化对管理活动产生柔性影响。管理的中心是对人的管理，而人是由文化塑造的受到一定文化价值观指向的主体;因此企业文化能够通过寻找观念共同点和建立共同的价值观，强化组织成员之间合作、信任和团结，使之产生亲近感、信任感和归属感，实现文化认同和融合，使组织具有向心力和凝聚力，从而形成共同行动和齐心协力。

（4）管理过程因素

管理过程直接影响中小企业技术创新的成败,一般有相互关联的计划、组织、领导、控制四个因素

(1)计划因素的影响.计划是对未来的安排，应根据实际情况，通过科学、准确的预测，提出在未来一定时期内的目标及实现目标的方法。它是组织技术创新活动的指南，保证创新活动有条不紊地进行。

(2)组织因素的影响。计划制定后。企业技术创新目标和如何实现目标已经明晰。必须严密组织。因此，在人员配备时，要充分把握因事择人和因才起用的原则。因事择人需要管理人员根据技术创新过程中各个环节和专业的具体职位要求，选择具

·

备相应知识和能力的人员。因才起用则要求管理人员充分利用本企业有限的人力资源，深入了解员工的能力和素质 为其安排相应的工作，做到人尽其才，既激发员工的工作热情，又提高了企业人力资源利用率，保证技术创新的效率。

(3)领导因素的影响

对中小企业技术创新,领导十分关键.他要指挥、引导、支持和影响参与人员为实现特定目标而努力。在技术创新中，领导的作用体现在两方面:协调作用和激励作用。技术创新活动是一个有多种因素构成的系统，每个因素的状况都对它产生着影响，领导者在明确的目标下，必须协调好各种因素，促使组织所有的活动协同与和谐，具体包括思想协调、目标协调、权力协调、利益协调、信息协调等方面。同时，领导者应创造满足参与创新人员各种需要的条件和建立激励机制来激发大家的创新动机，善于调动员工的积极主动性，发挥创造力，鼓舞士气，不怕失败 振奋精神，使参与技术创新的人员都自觉地融入到创新的工作目标中去，为实现共同目标而努力工作。

控制因素的影响.

技术创新的控制是监视创新的各项活动，保证它们按计划进行，并纠正各种偏差的过程 并在必要时调整计划。管理层应该关注以下几方面的监控 信息的准确及时，标准的合理可靠，关键环节的控制:注意例外处理，保持灵活有效，适时组织纠正行动，讲究经济效益，注重培养员工的自我控制能力。

规避方案：

（1）在管理者方面:首先要加强领导者自身的品德修养，从而增强企业凝聚力和激励力，同时着力弥补其他方面如资源劣势等方面的不足，提升管理的效率和效果;同时要扩展知识，对技术创新涉及的知识方法等有一定程度的理解，增强与技术创新人员的沟通，从而对创新活动的组织更为科学;还要全面提升管理层人员的素质和能力，在管理人员中尤其要注重协作构通能力的提高，刻意培养管理创新意识和创新能力。

(2)在组织结构方面：中小企业应在组织效率和灵活性上充分发挥自身先天优势;积极利用多种渠道与社会组织加强内外信息沟通和交流；注重知识经验的有效识别

和积累，加强企业知识管理，建立知识储备库;扩大企业开放程度，利用各种社会力量，与高校、科研院所建立密切关系，增强组织对创新方向的把握。

(3)在企业文化方面:要致力于良好的企业文化的培养，除了凝聚力、向心力的形成和培养，尤其应该塑造创新精神和团队精神，真正把创新作为企业生存和发展的根本所在，树立朝气蓬勃、齐心向上的企业精神，为一切创新活动创造良好的环境。

(4)在管理过程方面:应该遵循对技术创新管理的科学性，减少管理人员的随意性。首先要设立正确的创新目标，最大限度地利用现有条件制定科学合理的计划，其中包括对风险的预测及建立相应的防范规避机制;同时,组织的过程管理要以计划为依据，充分挖掘企业各种资源，使现有资源的效用发挥到最大，注意组织结构的适时调整。领导过程要以现有目标为前提，加强对参与创新人员的适当激励，保持创新团队的士气;最后，控制环节除了一般的信息准确及时、控制关键环节、注意例外处理等方面，应突出关注控制的经济效益，要关注采取行动的效率和效果。

十二、项目其它附件材料

附录 1

(调查问卷)众筹方式在支持高校大学生自主创业的可行性分析

您好，我是滁州学院的学生，目前正在做关于众筹方式在支持高校大学生自主创业的可行性调研，以滁州学院为示范点。十分感谢您抽出时间来填写这份问卷，希望您根据自身情况如实填写。

注：本问卷仅作为学术研究，用于项目调研第一阶段，不会泄露任何个人资料，感谢您的参与。

问卷委托方：**共青团滁州学院委员会、滁州学院数学与金融学院**

性别：男　女　　年级：大一　大二　大三　大四　　院部：_____

众筹是指有回报的集众筹资

1.你是否有自主创业的意愿

A.是

B.否

2.【多选题】如果你进行自主创业，希望通过哪几种方式筹资

A. 众筹（众筹是指有回报的集众筹资）

B. 贷款

C. 向父母或朋友借钱

D. 其他 _____

3.你对众筹这种集资方式的了解程度

A. 非常了解(请写出优点：_____)

B. 了解(请写出优点：_____)

C. 略知一二

D. 完全不了解

4.【多选题】你从哪里获取的众筹资讯

A. 电视广告

B. 网络新媒体宣传（微博，微信，贴吧等）

C. 报刊杂志书籍

D. 海报横幅宣传单等

E. 讲座

F. 没有任何途径

5.如果你愿意通过众筹平台来投资，您对哪一类众筹项目最感兴趣

A. 创业科技类

B. 梦想类（如电影制作，游戏，漫展等

C. 公益类

D. 其他 _____

6.对您感兴趣的项目，您愿意投资多少（元）

A. 0~10

B. 10~30

C. 30~50

D. 50~100

.

E. 100 以上

7.【多选题】 您认为下列哪些原因最吸引你投资众筹项目

A. 对项目本身感兴趣

B. 获得利润回报

C. 社会的受益程度

D. 精彩的文字，图片视频等对项目的解说

E. 其它 _____

8.【多选题】如果您通过高校众筹平台创业成功，愿意用怎样的方式与学校继续合作

A. 捐资办学（改善相关教学硬件及软件）

B. 为本校学子提供就业机会

C. 为学子设置相关奖学金和助学金

D. 其它 _____

9.如果您是投资者，您对众筹最大的顾虑因素是

A. 网络集资不安全

B. 回报设置不合理

C. 项目成功率未知

D. 其他 _____

10.如果您是创业者，您对众筹最大的顾虑因素是

A. 集资的成功率低

B. 创意可能被窃取

C. 众筹平台的监管尚未成熟

D. 其它 _____

11.【多选题】您希望学校怎样开展关于众筹推广的相关活动

A. 比赛

B. 讲座

C. 网络授课

D. 其他 _____

.

12. 您对未来众筹在高校大学生创业的发展前景持什么样的观点

A. 普遍认可

B. 小部分认可

C. 没有发展前景

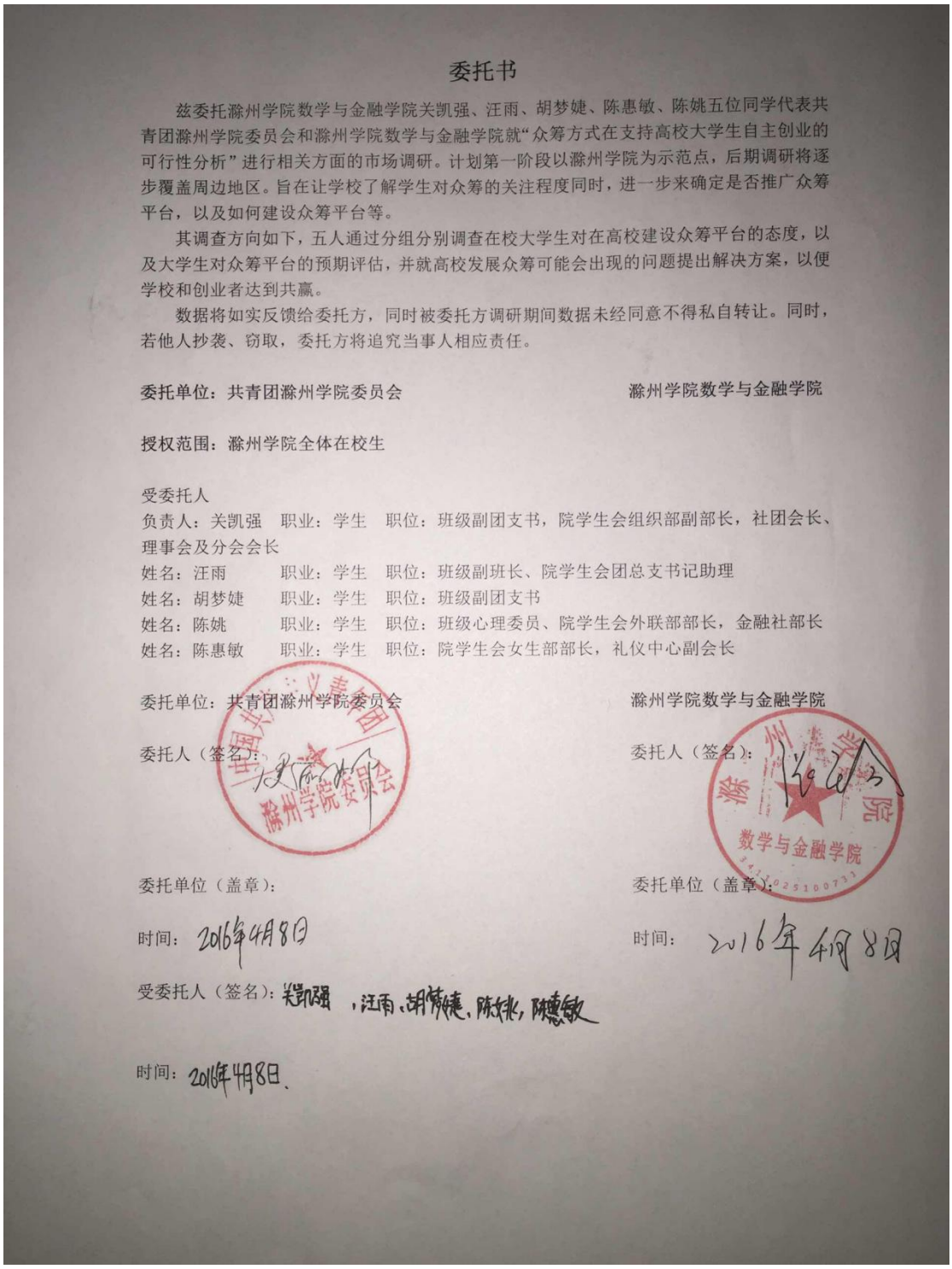
D. 没有想法

问卷到此结束，再次感谢您在百忙之中给我们的支持！

.

附录 2

委托书



委托书

兹委托滁州学院数学与金融学院关凯强、汪雨、胡梦婕、陈惠敏、陈姚五位同学代表共青团滁州学院委员会和滁州学院数学与金融学院就“众筹方式在支持高校大学生自主创业的可行性分析”进行相关方面的市场调研。计划第一阶段以滁州学院为示范点，后期调研将逐步覆盖周边地区。旨在让学校了解学生对众筹的关注程度同时，进一步来确定是否推广众筹平台，以及如何建设众筹平台等。

其调查方向如下，五人通过分组分别调查在校大学生对在高校建设众筹平台的态度，以及大学生对众筹平台的预期评估，并就高校发展众筹可能会出现的问题提出解决方案，以便学校和创业者达到共赢。

数据将如实反馈给委托方，同时被委托方调研期间数据未经同意不得私自转让。同时，若他人抄袭、窃取，委托方将追究当事人相应责任。

委托单位：共青团滁州学院委员会　　滁州学院数学与金融学院

授权范围：滁州学院全体在校生

受委托人

负责人：关凯强　职业：学生　职位：班级副团支书，院学生会组织部副部长，社团会长、理事会及分会会长

姓名：汪雨　职业：学生　职位：班级副班长、院学生会团总支书记助理

姓名：胡梦婕　职业：学生　职位：班级副团支书

姓名：陈姚　职业：学生　职位：班级心理委员、院学生会外联部部长，金融社部长

姓名：陈惠敏　职业：学生　职位：院学生会女生部部长，礼仪中心副会长

委托单位：共青团滁州学院委员会　　滁州学院数学与金融学院

委托人（签名）：　　委托人（签名）：

委托单位（盖章）：　　委托单位（盖章）：

时间：2016年4月8日　　时间：2016年4月8日

受委托人（签名）：关凯强，汪雨、胡梦婕、陈姚，陈惠敏

时间：2016年4月8日