

安

安宠圈

给您一个安心的宠物生活圈

宠圈

项目计划书

所在学校：广东岭南职业技术学院

指导老师：钟卫民

创业小组成员：叶诗恩、陈启聪、陈晓涵、吴润杨、李煜明

联系电话：18666404996

E-mail 地址：yeshien@outlook.com

联系地址：广东省清远市广东岭南职业技术学院

目录

第一章 项目概要

- 1.1 行业背景
- 1.2 创业机遇
- 1.3 产品简介
- 1.4 市场分析与营销策略设计说明
- 1.5 财务概要
- 1.6 项目落地
- 1.7 校企合作

第二章 软件功能与服务

- 2.1 产品定位
- 2.2 用户画像
- 2.3 核心功能
- 2.4 商业模式

第三章 市场与环境分析

- 3.1 市场分析
- 3.2 用户分析
- 3.3 竞品分析
- 3.4 商业模式

第四章 营销策略

- 4.1 用户定位
- 4.2 前期营销
- 4.3 中期营销
- 4.4 后期营销
- 4.5 长期推广
- 4.6 社群营销

第五章 团队管理

- 5.1 企业理念

5.2	企业概况（拟注册）
5.3	团队文化
5.4	团队成员及职务介绍
5.5	团队组织架构及说明
5.6	人力资源管理
第六章	财务假设与投资分析
6.1	财务假设
6.2	投资分析
第七章	风险管理
7.1	退出方式的选择与分析
7.2	公司风险资本的退出方式选择
附录	
附件 1	《广州南沙区对大学生创业扶持政策》
附件 2	《广东省大学生贷款政策》

第一章 项目概要

1.1 行业背景

随着宠物市场诞生后人们饲养宠物观念的逐渐普及，中国宠物行业经过二十多年的发展已逐渐形成规模。互联网+宠物的发展，中国的宠物市场有的潜力和空间被开始放大。因此出现了许多以宠物为中心的 app。目前这些 app 基本都以社交为主，通过宠物这一共同兴趣点形成一个宠物的分享圈，用户在平台上分享自己宠物的萌照、心情等状态。此外，还形成了宠物行业的 O2O，通过连接宠物医院、宠物商店、宠物俱乐部等线下实体店，将线上的流量导入到这些实体店中。总体来说，目前宠物 app 仍在探索阶段，功能主要局限在：晒（分享状态）、购（咨询宠物疾病、养宠心得等）、买（购买宠物用品）、店（O2O，线上导流至线下）

1.2 创业机遇

根据《广东省教育厅关于举办第六届中国“互联网+”大学生创新创业大

赛广东省分赛的通知》文件精神，我们团队决定参加 2020 年大学生创业大赛暨第六届中国“互联网+”大学生创新创业大赛广东省分赛校内遴选赛。根据我们的参赛项目所处的创业阶段和项目特点，我们将作为创意组参赛，我们围绕宠物市场各方需求，结合网络技术、数据分析技术、app 开发技术、业务流程整合技术，把创意、较为成型的软件原型和服模式以比赛的形式创作展示出来。

1.3 产品简介

安宠圈 APP 是一个以生活服务为主，医疗服务为辅的宠物类服务平台，针对宠物主人忙时无法照顾好宠物状况，宠物看病排队时间长，宠物办证手续繁琐，假期寄养一位难求四大痛点需求提供专属宠物引擎、上门服务、在线预约、宠物办证、宠物寄养等功能为用户提供更加便捷的服务。

1.4 市场分析与设计说明

市场信息的来源包括《2017 年-2019 年中国宠物行业白皮书》等行业分析报告、网络公开市场数据、部分进行一手调研的补充数据等。通过数据分析，完成目标市场调查、用户画像、竞品分析，研究应对策略。营销策略遵循 4CS 理论设计联合营销、网络推广、社交营销、裂变营销等营销策略。

1.5 财务概要

安宠创业团队初步拟注册资金为 150 万元，前期预计投入 200 万元，预计用户量达 13W 时开始盈利，达 70W 时持平前期亏损，预计一年内完成初步软件功能迭代。

1.6 项目落地

根据附件 1《广州南沙区对大学生创业扶持政策》以及附件 2《广东省大学生贷款政策》，安宠团队设想在南沙区开启工作室，进行本项目的开发，并且注册安宠圈公司，借助政策和地理优势实现项目落地。

1.7 校企合作

安宠圈项目落地成功后寻找相同价值观拥有共同理念的技术管理人才，

充实管理技术团队，进一步研发安宠圈 app。通过路演，获得投资企业认可，与有实力的企业达成校企合作，为安宠技术团队提供资金、技术人才支持，与广东岭南职业技术学院一起孵化安宠圈项目。

具体内容看以下各章分析。

第二章 软件功能与服务

2.1 产品定位

社交+电商+O2O 模式，以全新社群模式为亮点搭建宠物生活服务为主、医疗服务为辅的宠物服务平台软件。

2.2 用户画像

第一类用户：一二线中大学本专科中低收入的单身养宠人群。

姓名：李小姐
年龄：23 岁
职业：新媒体运营
月薪：8k
现在地：成都
学历：大专
婚姻情况：单身



在成都一个人打拼得有时候总是会有些孤独，养了这只小可爱之后终于有家得感觉了，我的这个“孩子”特别的听我的话，我也感到非常的欣慰，小可爱平均两周要去一次宠物店，即使工作很忙，但是也没什么办法，要是诊所能上门服务就好了

第二类用户：已经结婚且有孩子的养宠家庭用户。

姓名：张太太
年龄：67 岁
职业：退休在家
月薪：养老金
现在地：北京
学历：高中
婚姻情况：已婚有孩子



退休有几年了，平日里没什么事，儿女工作也忙，生活上也不用我们操心什么，晚上和老姐妹跳跳广场舞，平日里有只狗狗陪着我们，只是最近小区物业说需要有犬证才可以带我家可乐出门，但是儿女工作忙，办证手续又太复杂。

第三类用户：已婚还没有孩子，或者恋爱中的养宠情侣夫妇。

姓名：王先生
年龄：28 岁
职业：产品总监
月薪：12k
现在地：广州
学历：本科
婚姻情况：已婚没有孩子



幸苦一天的回到家看到妻子和狗狗玩的不亦乐乎，我自己也非常开心，在没有孩子的时候，猫咪就是家中的一份子了。猫猫对季节很敏感，一到换季就各种皮肤疾病，难免去医院，但是每次排队的时间也太长了。

2.3 核心功能

1、产品主要功能结构图：

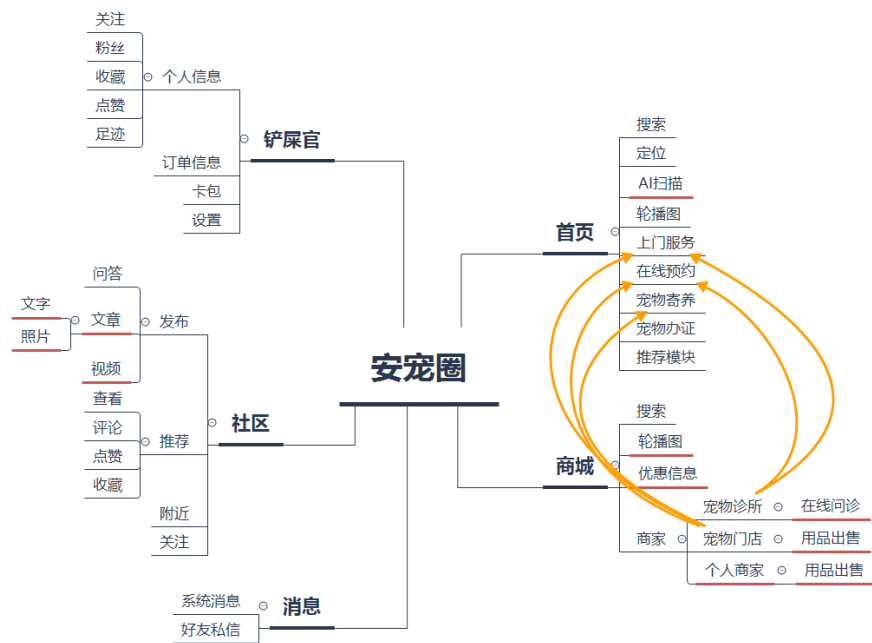


图 2-1 产品功能结构图——红色下划线为初始版本推出后迭代推出

2、功能介绍

1) 首页

首页初始版本为定位，搜索引擎，轮播图，app 主要功能：上门服务、在线预约、证件办理、宠物寄养，推荐模块。初始版本后增设 AI 扫描功能。



2) 商城

商城页初始版本主要以查看宠物诊所及宠物门店信息为主。用户可根据自身所在商家服务圈内享受上门服务等功能，后期增设宠物用品买卖，个人商家入驻模块。推出商城导航栏及优惠信息等功能。



3) 社区

社区以问答圈、生活圈、服务圈所形成的全新社交理念社群模式。

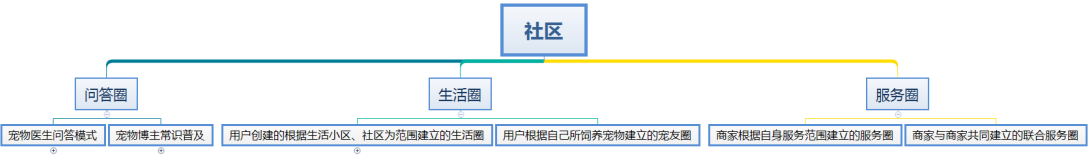
问答圈主要分为宠物医生问答模式及宠物博主常识普及，用户可发布有关宠物的问题，由医生或用户进行回答，医生回答时系统会显示该医生所在

的诊所/门店，并根据用户自身的定位推算用户与该诊所/门店的距离，方便用户可根据医生的解答或建议去往门店进行服务。

生活圈分为生活圈及宠友圈两个小圈。用户可根据自身所住小区/社区/街道等建立生活圈如该地区已有生活圈则可以直接加入该生活圈。而宠友圈则根据用户所饲养宠物建立或加入。用户在生活圈内除日常分享等内容外还可发表关于某次商家服务的吐槽文，艾特平台后平台将根据该次服务与商家联系了解该次服务过程与吐槽内容真实性，吐槽为真时该文章会有平台鉴定为真类似字眼，并赠予用户同类服务优惠券，如吐槽内容为假，平台有权在该文章加上鉴定为假等类似字眼及要求用户删除该文章或限制该文章的推广。

服务圈分为商家服务圈及商家联合服务圈，商家可根据自身情况制定服务范围建立自身服务圈，也可与其他商家建立联合服务圈。服务圈的大小依照商家范围而定，商家需向平台申请建立。用户在商家建立服务圈后加入该服务圈。

当用户第一次使用 App 时系统会根据用户所提供信息为用户推荐所对应的生活圈与服务圈，用户可根据自身需求加入或不加入，如用户只加入生活圈不加入服务圈，则后续功能以用户所加入生活圈位置为准。同理用户只加入服务圈不加入生活圈后续功能以用户所服务圈为准。如果用户不加入任何圈子，则后续服务需用户填写准确地址后才可进行服务。





4) 消息

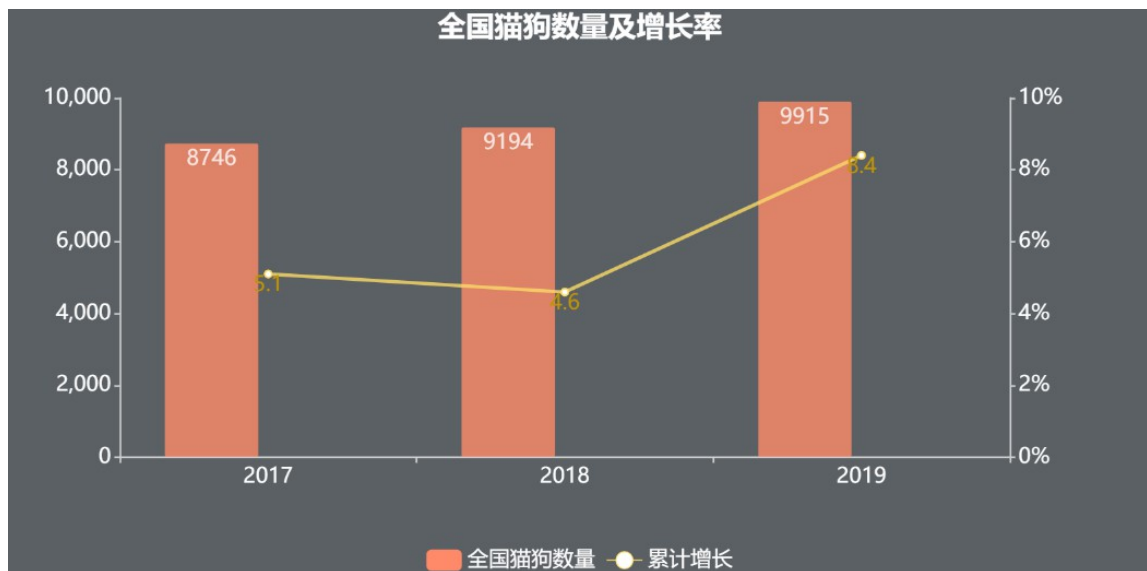
消息分为系统消息及好友私信

通知	私信
获赞与收藏	评论与@
活动信息	关注信息
推送信息	社区信息
其他信息	好友信息



5) 铲屎官

铲屎官页既我的页面，用户可编辑个人资料，查看订单信息，设置功能，成为安宠会员，办理商家入驻等。



2.4 商业模式

合作伙伴	关键业务	价值主张	用户关系	用户细分
1、微信支付、支付宝支付 2、连锁宠物医院 3、犬证申请部门 4、广告主	1、安宠商城 2、上门服务&在线预约 3、宠物寄养 4、安宠社交 5、宠物办证	为宠物主提供一个安心的宠物圈，打造新宠物互联网生态	构建线上与线下业务联合起来的一个互联网+生态	宠物主 宠物医院 宠物门店 宠物卖家 寄养提供者
	核心资源		渠道通道	
	1、覆盖全国的寄养家庭 2、连锁宠物医院		1、安宠商城 2、安宠 app 3、合作宠物医院	
成本结构		收入来源		

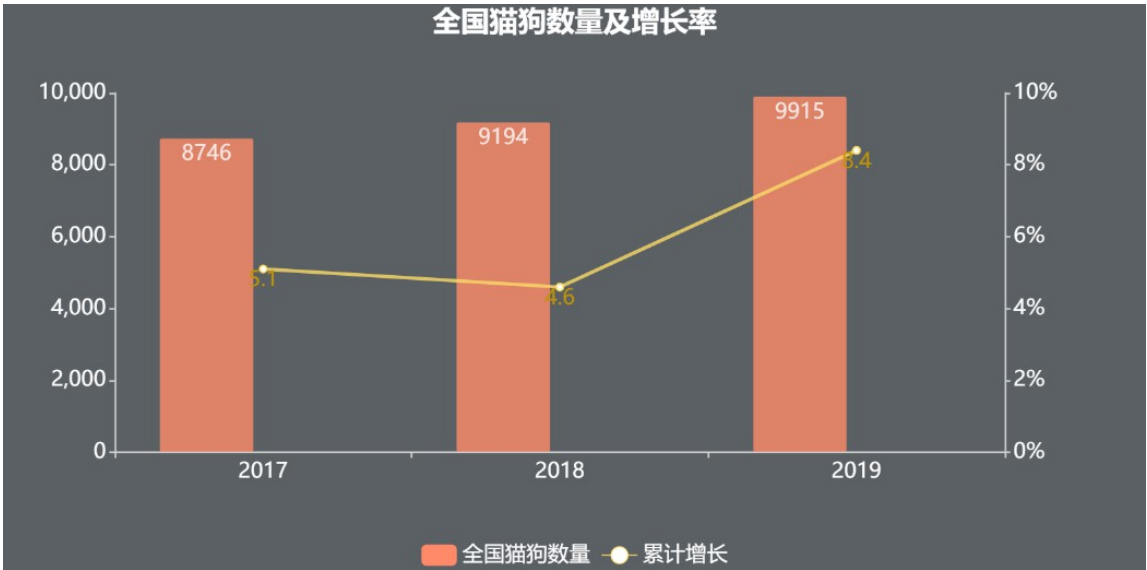
1、员工工资 2、软件开发 3、合作费用	1、APP 广告 2、安宠会员 3、寄养家庭收费 4、上门服务手续费 5、犬证办理费用 6、相关商家入驻费用
----------------------------	---

第三章 市场及竞品分析

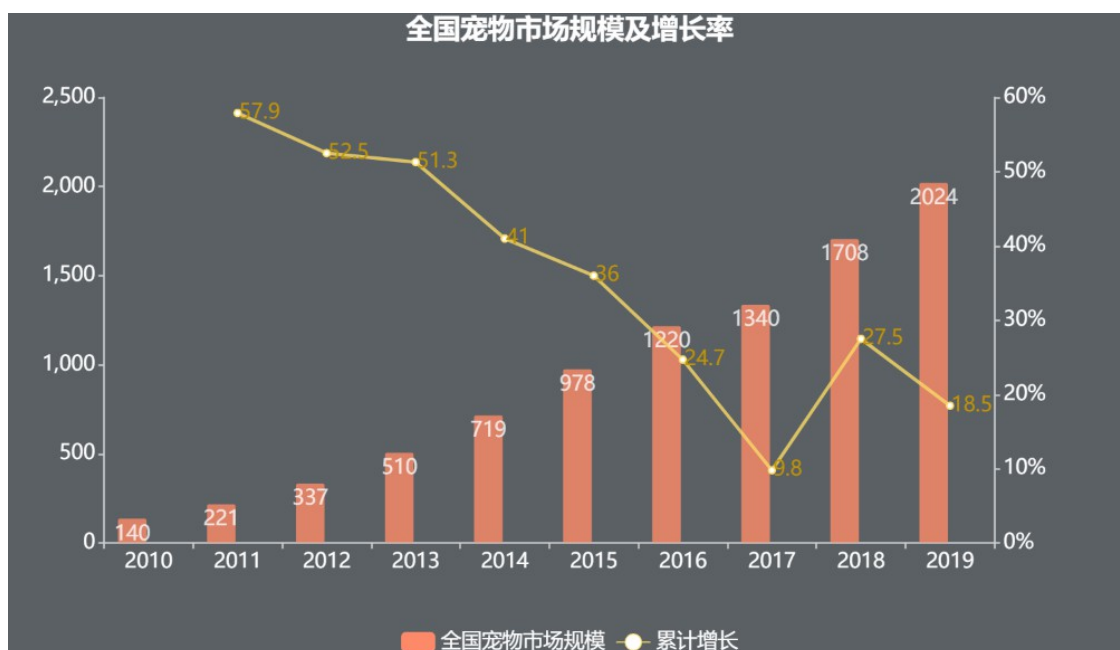
3.1 市场分析

1、市场规模

根据 2017~2019 年中国宠物行业白皮书调查统计显示，2019 年全国城镇宠物犬猫数量达 9915 万只，同比去年的 9149 万只增长了 8.4%，其中宠物犬只为 5503 万只，同比增长 8.2%；宠物猫只数为 4412 万只，同比增长 8.6%。



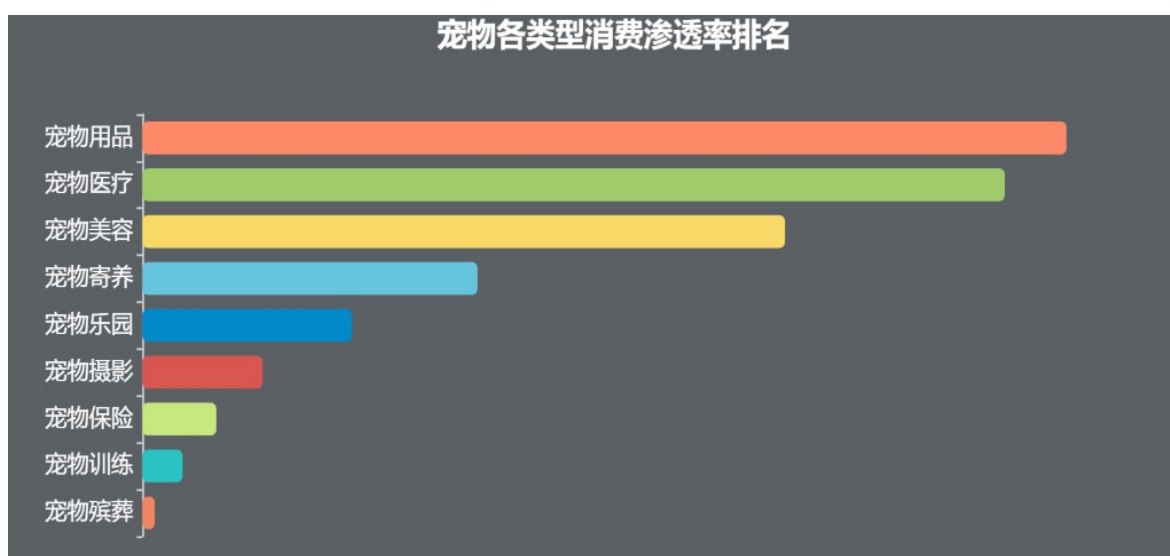
随着养猫狗等宠物数量的增加，宠物行业的市场规模也在急剧扩大，2019 年中国城镇宠物犬猫消费市场规模达 2024 亿元，照比去年同比增长 18.5%，如图 1-2 所示；其中宠物犬消费市场规模为 1244 亿元，同比去年增长 17.8%，宠物猫消费市场规模为 780 亿元，同比去年增长 19.6%。



在宠物市场消费规模中，宠物用品中的零食以及宠物医疗中的药品占了绝大比重也增速最快，对于购买这种刚需的商品，零食和药品的渗透率均超过 70%；

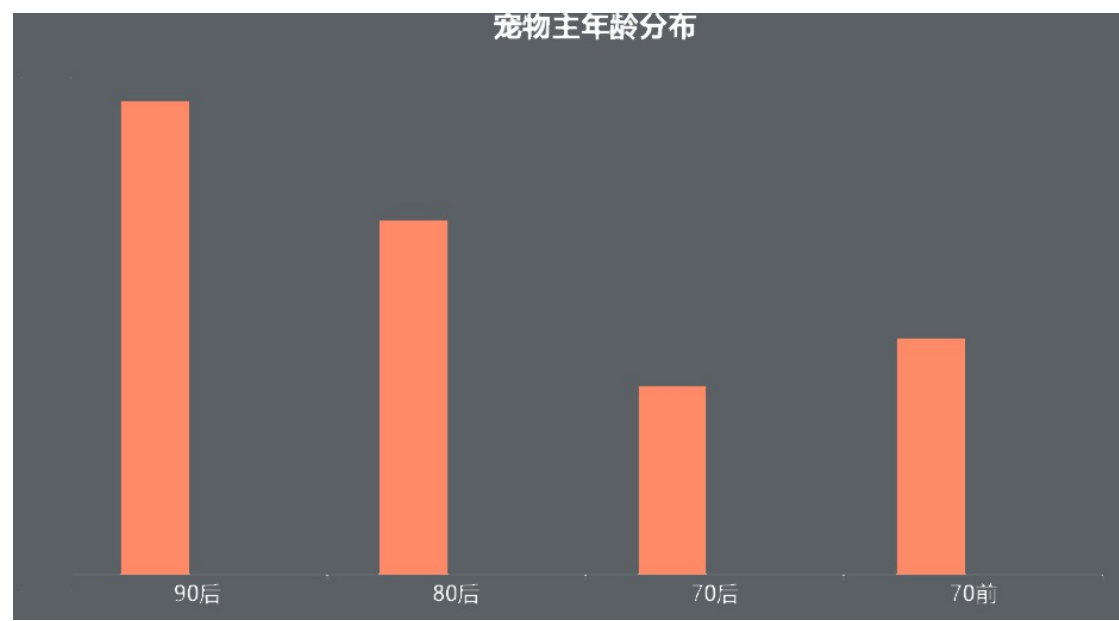
除此之外宠物用品中的宠物玩具、宠物干粮也是其中的一大支出，同时宠物医疗中的保健品的渗透率也依然有较大的提升空间；

相对于刚需消费，服务类消费相对低频，宠物美容渗透率最高，其次是寄养，再次是宠物乐园，而宠物保险、训练、殡葬等消费正处于市场的“萌芽”阶段。



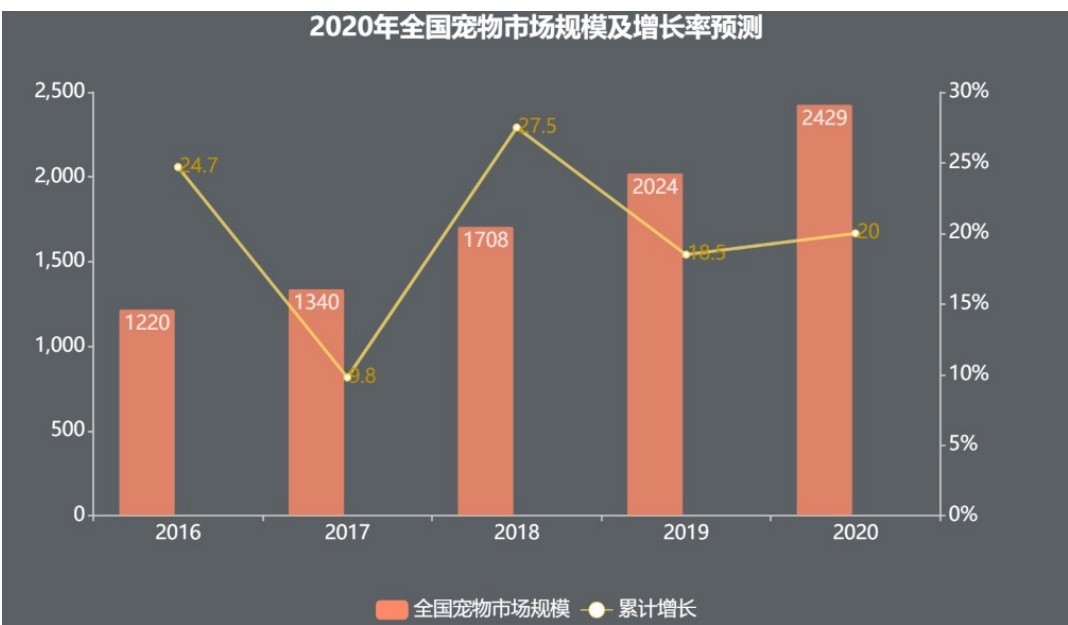
2019 年中国宠物行业白皮书调查显示北京、上海、西安、成都四大城市总养宠消费达 486 亿，而伤害宠物（犬猫）的消费规模达 197 亿元，居该次调研

的四个重点城市的首位。



2、市场预测

结合近几年的宠物市场统计结果并整合发现，从2010年至2019年我国宠物市场规模近乎以直线形式增长，如图1-2所示，经计算每年的宠物市场规模平均以35.5%的态势增长，如果按照2016~2019的平均增长率（20.0）去计算，在2020年中国宠物市场消费规模有望达到2398亿元



小结

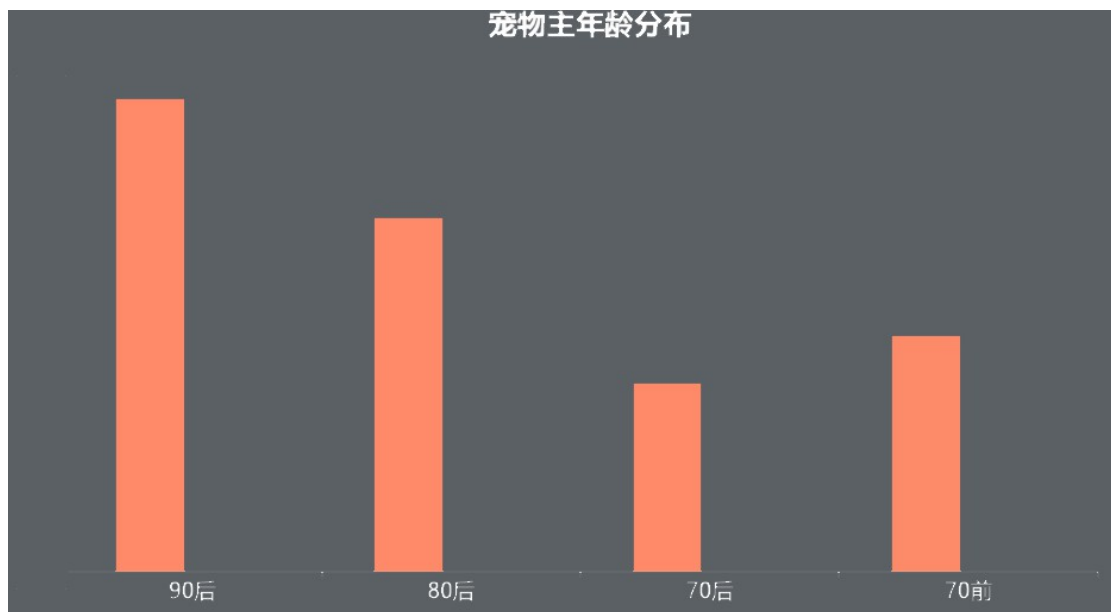
- 2020年我国宠物猫狗数量将超过1亿只；
- 每年宠物市场消费规模稳步增长，平均以5的态势扩展；

- 市场规模的扩大促使宠物类型平台的崛起，线上购买宠物刚需用品已成必然态势，另外也促使了宠物医疗、宠物美容、宠物寄养、宠物训练、宠物摄影、宠物保险、宠物殡葬等新型产业的发展。

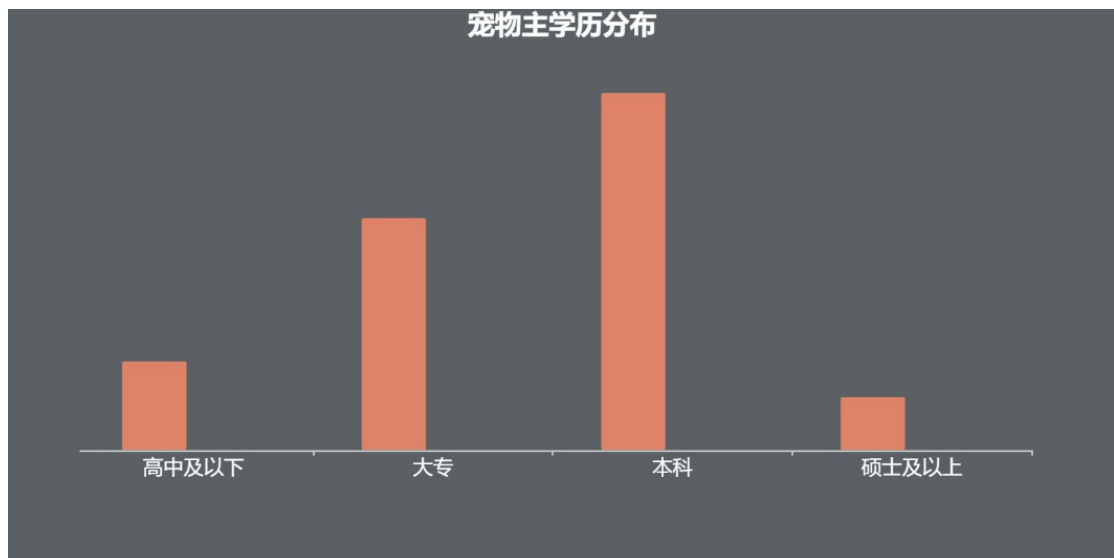
3.2、用户分析

消费人群：

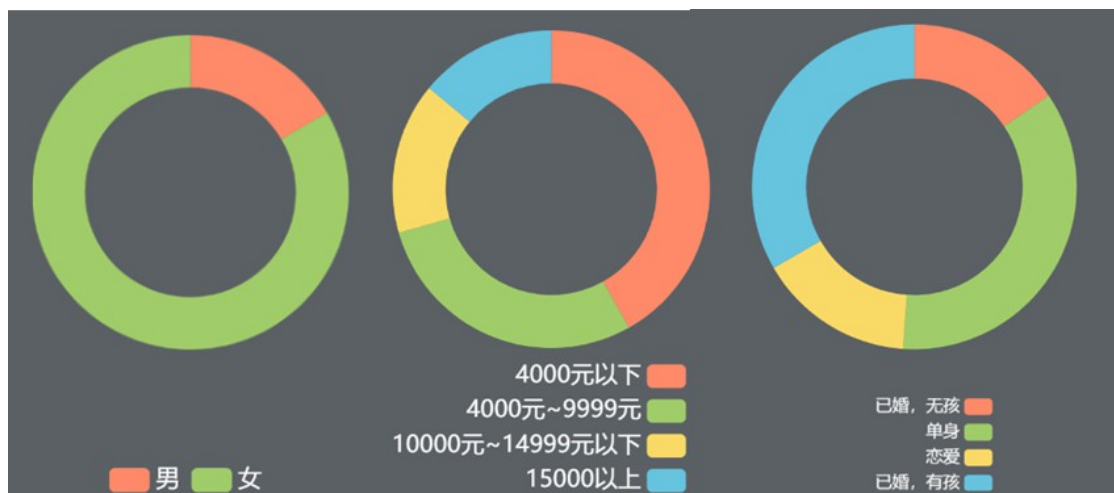
由下图可以看到 80、90 后是养宠物的主力军，可见养宠逐渐趋近年轻化，70 前更多是退休老人养宠物为伴，而 70 后预测目前可能是由于赡养老人及孩子没有足够的精力再去养一个宠物。



在学历方面宠物主为本科学历为主，大专为次，高中及以下再次，最后是硕士及以上，可以看出宠物主逐渐趋近于高学历化。



从收入状况上来看，收入 4000 元以上的宠物占 50.4%，其中月收入超过 1 万元的人群占比超过 20%，宠物主人在逐渐大众化的同时，也在趋于高收入化；宠物主的婚姻状况，养宠人群中，单身人士占比比较大，为 32.5%，其次是已婚有孩的家庭，占比为 28.5%，而已婚无孩和恋爱中的人群养宠占比相对较少。而在男女比例中，女性养宠比例是男性养宠比例的四倍。未来的 95 后讲承担宠物业的消费主力



小结

通过对用户区域分布以及用户属性各方面的分析，最终得出我们 app 的用户的用户画像，且养宠主基本是为了陪伴，并且都是把当做自己的亲人甚至是孩子，正因为如此，基本上养宠主也会对自己的宠物格外的呵护，愿意花费时间和金钱去陪伴它们。将宠物主分为三种，第一种主要为一二线中大

学本专科中低收入的单身养宠人群。第二种是已经结婚且有孩子的养宠家庭用户。第三种是已婚还没有孩子，或者恋爱中的养宠情侣夫妇。

3.3、竞品分析

通过对上面的现在市场与用户情况分析看，宠物行业有着非常光明的前景与形式，所以市面上也迸发出很多的移动手机 APP 来应对市场的发展，这些手机 APP 虽然都是踏足于宠物行业但是涉及在不同方面上。

1、竞品选择

针对本产品主要功能：上门服务、在线预约、证件办理、宠物寄养挑选四种类型竞品，分别为：

家庭寄养类：宠音

宠物商城类：波奇宠物

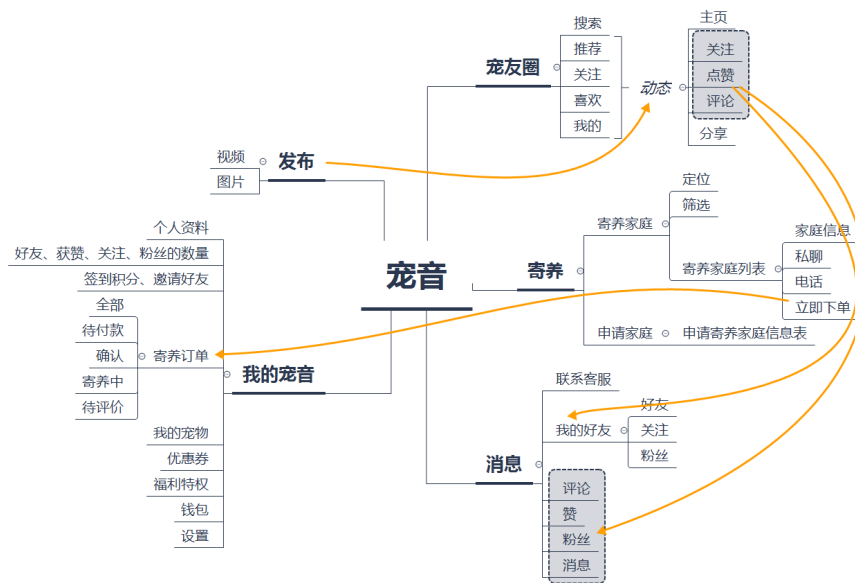
一站式服务类：犬易

上门服务类：宠物家

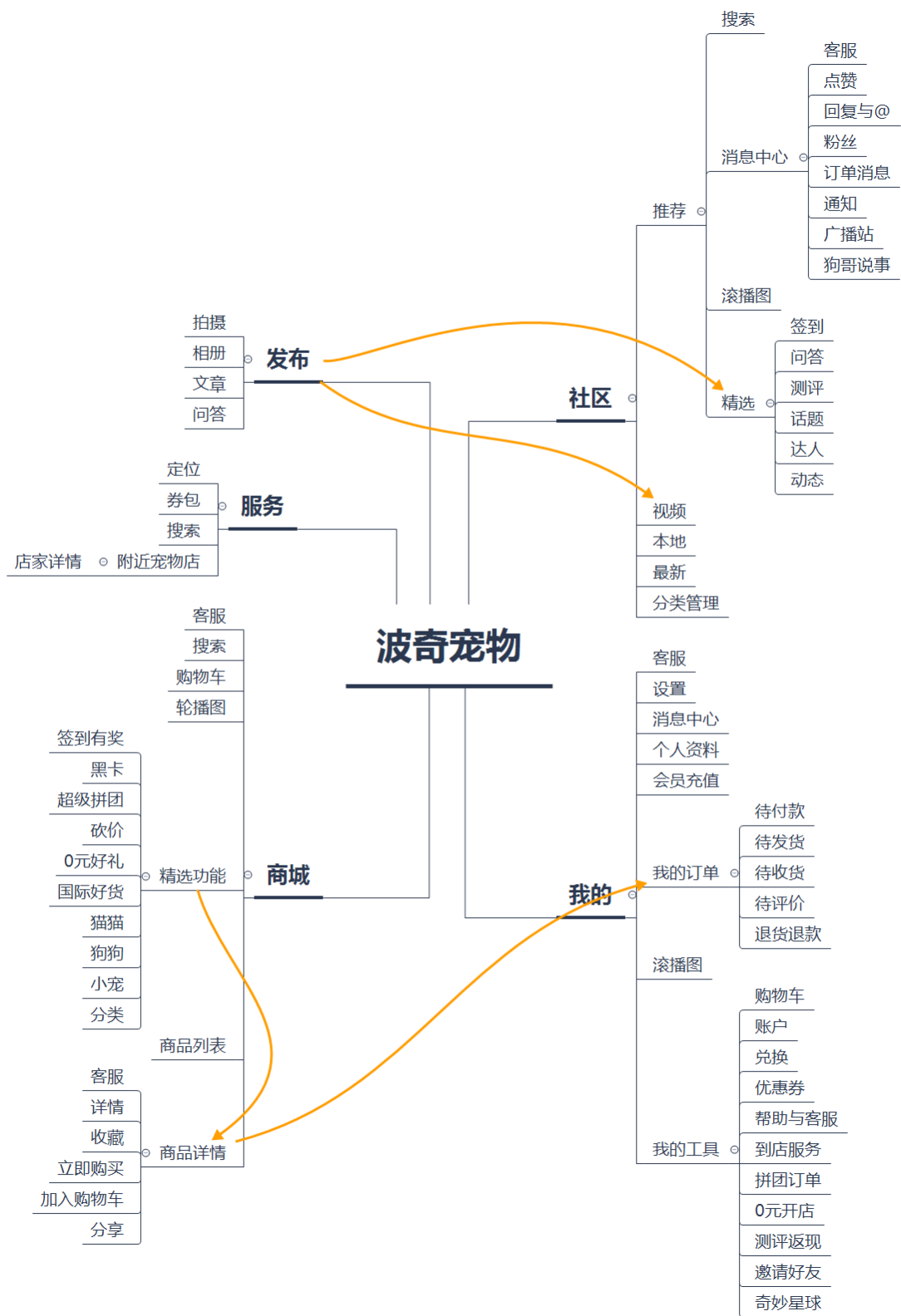
2、竞品数据（Android）

产品	宠音	波奇宠物	犬易	宠物家
上线时间	2018	2014	2018	2015
评分	3.9	4.7	4.2	4.6
下载	50,976	42,418,951	3,129,223	608,088
排名	-	270（购物、免费）	-	-

3、产品架构



宠音 APP 的信息架构有 5 个部分：宠友圈、寄养、消息、发布以及我的宠音。宠友圈、消息以及发布部分主要是社交方面的模块；寄养模块有寄养家庭和申请家庭两个方面，下过单之后可在我的宠音中查看具体的订单状态。

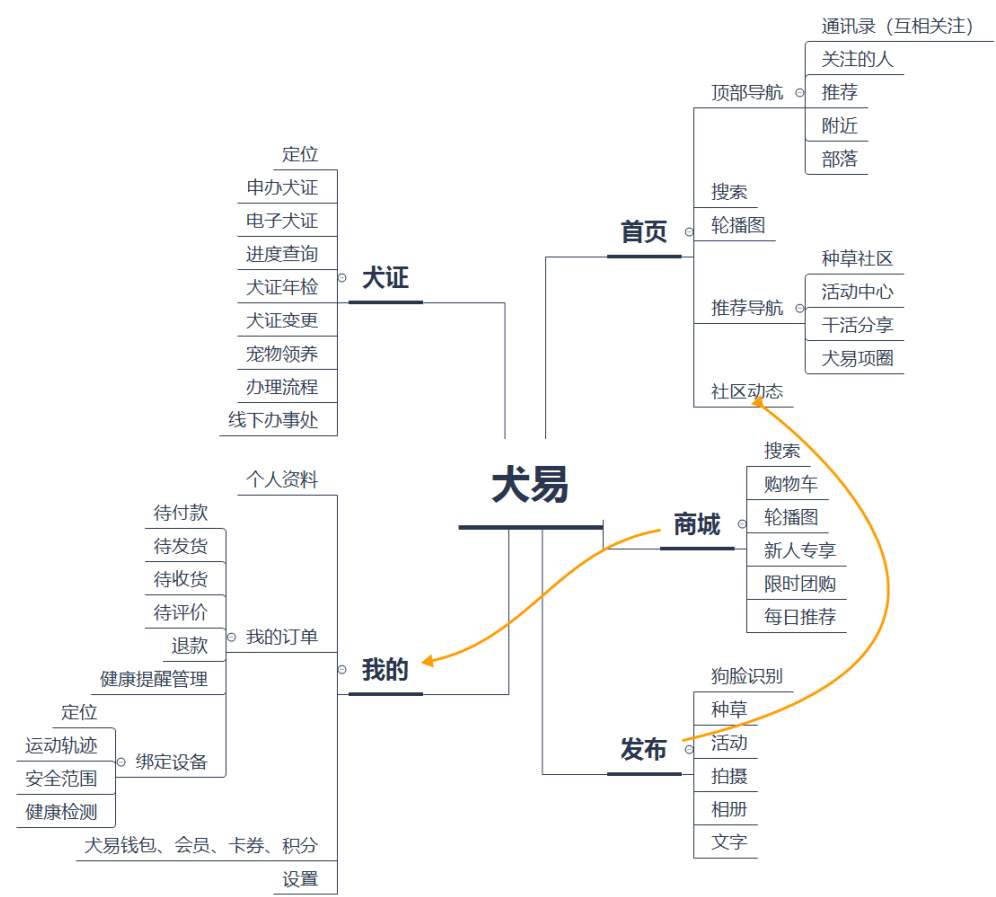


波奇宠物主要分为五大部分 - 商城、社区、发布、服务以及我的，由此也可以看出波奇宠物打造的是一个“社区+电子商务+服务”三位一体的全方位互联网平台，给用户不一样的购物体验。

波奇宠物通过在社区中增加宠物类内容的生产平台，一方面丰富了用户的购

物体验，另一方面弱社交模式的推广也是获客渠道。

波奇宠物的新宠物电商模式不仅可以增加用户使用产品的停留时间，带来转化，同时也是对用户增长，留存的一种手段。



犬易 APP 将社交功能集中在首页，商城和犬证则为另外两个组成模块，这样的架构分布看起来也足够清晰，但与此同时也将其和中科院联合开发狗脸识别技术弱化掉，犬易 APP 致力于改善人与狗之间的沟通，为狗狗提供一站式的服务：宠物社交、宠物商城、犬证服务、宠物领养、宠物鉴定以及定位项圈

2、波奇宠物商业模式

合作伙伴	关键业务	价值主张	用户关系	用户细分
1、390 多家合作供应 2、微信支付、支付宝支付 3、广告主	1、波奇商城 2、波奇社区 3、波奇服务 4、波奇社交	打造“电子商务与新零售+社交”三位一体的全方位互联网平台	构建一个将线上与线下业务联合起来的一个生态闭环	养宠买家 宠物卖家
	核心资源		渠道通道	
	1、超过 390 多家合作供应商 2、自营商城 3、千万付费用户		1、波奇商城 2、波奇宠物 app 3、波奇服务 4、宠物百科	
成本结构			收入来源	
1、员工工资 2、软件开发 3、自营商城 4、合作费用			1、广告 2、会员 3、推广 4、自主销售 5、增值服务	

3、犬易商业模式

合作伙伴	关键业务	价值主张	用户关系	用户细分
1、微信、支付宝支付 2、入住商铺 3、硬件零部件供应商 4、犬证申请部门 5、中科院	宠物社区 宠物商城 犬证服务 狗脸 AI 识别	为宠物提供一站式服务 让天下没有难养的狗	宠物主可在平台中对狗狗的生活基本服务进行操作	宠物主 入驻商家
	核心资源		渠道通道	
	1、犬易项圈技术 2、狗脸 AI 识别技术		1、犬易 app 2、犬易狗狗定位项圈	
成本结构			收入来源	
1、员工工资 2、软件开发 3、硬件开发			1、硬件产品 2、广告 3、会员	

4、宠物家商业模式

合作伙伴	关键业务	价值主张	用户关系	用户细分
1、微信、支付宝支付 2、入住宠物医院 3、战略合作学校 4、犬证审核部门	门店预约 上门服务 接送服务 自营商城 宠物社交	做宠物的身边管家	宠物主可进行预约 上门对宠物进行洗护服务同时也提供 上门接受服务	宠物主 美容师
	核心资源		渠道通道	
	1、16 家自营门店 2、200 人的美容师团队，同时也有近 10 人规模的内部培训师		1、宠物家 app 2、线下宠物家门店 3、战略合作学校	
成本结构			收入来源	
1、员工工资 2、软件开发 3、运营推广 4、线下门店			1、战略合作 2、犬证办理 3、上门服务 4、线上预约	

分析总结：

从四款 APP 的商业模式来看，大部分宠物 app 主要由社交入手开设

其他如电商等主要功能，宠物 app 更侧重于线上和线下的对接，为用户提供更加方便和实用的服务，并且在功能上不再单一，更多的是通过多元化使自身形成一个生态。

第四章 营销策略

4.1、用户定位

- 1、宠物医院或门店消费人群
- 2、网上购买宠物物品人群
- 3、假期寄养宠物人群
- 4、需要办理宠物证件人群
- 5、喜欢宠物或养宠人群

4.2 前期营销

前期安宠圈针对的是一二线城市且需要的是精准用户以及提高知名度，针对该需求选择了联合营销，联合方式为与一二线城市连锁宠物医院达成战略合作，由连锁宠物医院入驻安宠 APP 成为安宠上线后的第一批商家，在线下的各门店进行宣传以及提供门店消费优惠或者软件内购物优惠来引导客户成为安宠圈的线上用户。此为精准引流，以此方式的获客大多数为有宠物养殖经验以及正在养殖宠物的精准用户，可以更好的进行客户关系管理来提高客户忠诚度，为中期的裂变营销做好准备。

4.3 中期营销

在前期一二线市场份额达到 60%之后开始对进行营销的中期阶段，中期安宠圈针对的是三四线城市且需要大量获客，针对该需求选择了裂变营销，裂变营销主要采用以提供优惠折扣为基础的拼团来让精准用户作为发起人以滚雪球的方式分享宣传给周边人群，以此引导他们成为安宠圈的线上用户。

4.4 后期营销

在在通过联合营销以及裂变营销中不断的获客达到市场份额 75%的情况下就可以开始进行生活方式营销，根据调查数据显示有 40%的受调查者没有养宠

物以及有 55% 的主人只养了一只宠物，这个时候我们可以利用一些用户的特点，例如单身群体的孤独以及只养一只宠物的上班族他们宠物的孤独，提出“陪伴”这一观念，提出一种新的生活观念，提出方式为社区板块话题以及主题活动，用奖励来驱使“不孤独”用户发布相关内容之后推送给“孤独”客户看到，以此来刺激这群用户的消费欲望，带动收入。本活动是长期活动，只是有结算时间，例如每个月都会选取优质内容进行奖励，结算时间大概为 30 天一次。

4.5 长期推广

以网络媒体以及社交软件为平台的病毒式营销

网络媒体：在各大短视频以及视频软件中投放广告以及与网络大 V 合作进行推广，传播内容为统一的价值观传播。

社交软件：各种公众号官方号都需要进行相对活跃的运营，推广内容与媒体传播需要一致，建立一个及时与用户交流的通讯中心。

4.6 社群营销

1、社群外部营销：安宠圈的用户生活区是可以由用户自己建立，所有生活圈都有月度消费量结算，结算后在市级行政区内进行排名，排名前 50% 都有不同数额的优惠券，由此来刺激用户去消费。

2、社群内部营销：安宠圈的商家服务圈是在一定的规定以及要求下商家自主建立，所有的服务圈都会以月为单位结算服务金额之后进行排名，市级行政区内排名前 20% 的服务圈内商家都会获得额外的流量扶持以及佣金优惠政策，以这种方式来激励商家扩大服务圈，也给各个商家带来压力与竞争，让服务圈活动更加活跃，新加入的商家也会因为不同服务圈获得不同的流量扶持，这样也可以吸引更多的商家加入。

第五章 团队管理

5.1 企业理念

精益求精、诚信服务

5.2 企业概况（拟注册）

- 1、公司名称：广州安宠网络科技有限公司
- 2、注册地址：广东省广州市南沙区
- 3、创始人：叶诗恩、陈启聪、陈晓涵、吴润杨、李煜明
- 4、公司愿景：给用户一个安心的宠物圈
- 5、公司商标：



图 5-1：公司品牌商标图例



图 5-2：软件 logo 图例

5.3 团队文化

简单做人，高效做事，鼓励创新，诚信服务

5.4 团队成员及职务介绍

职位	团队成员	专业背景	本职工作
总经理	叶诗恩	工商企业管理	制定和实施公司整体战略，完成公司制定的年度经营目标；领导公司各部门建立健全良好的沟通渠道；负责建设高效的组织团队；管理直接所属部门的工作。
综合部经理	陈晓涵	人力资源管理	根据企业整体发展战略，招聘、选拔、配置、培训、开发、激励、考核企业

			所需 的各类人才，制定并实施各项薪酬福利政策及员工职业生涯规划，调动员工的积 极性， 激发员工的潜能，满足企业持续发展对人力资源的需求.
研发部经理	陈启聪	软件工程	组织产品需求分析、设计、开发和测试工作，确保产品设计开发达到预期目标，符合市场需要
财务部经理	李煜明	会计	主要负责公司钱和物的规划与控制工作
市场部经理	吴润杨	市场营销	组织部门人员完成销售计划，管理销售工作，完成公司各种市场目标。

图 5-3：前期公司成员及职务介绍

5.5 团队组织架构及说明

1、组织架构

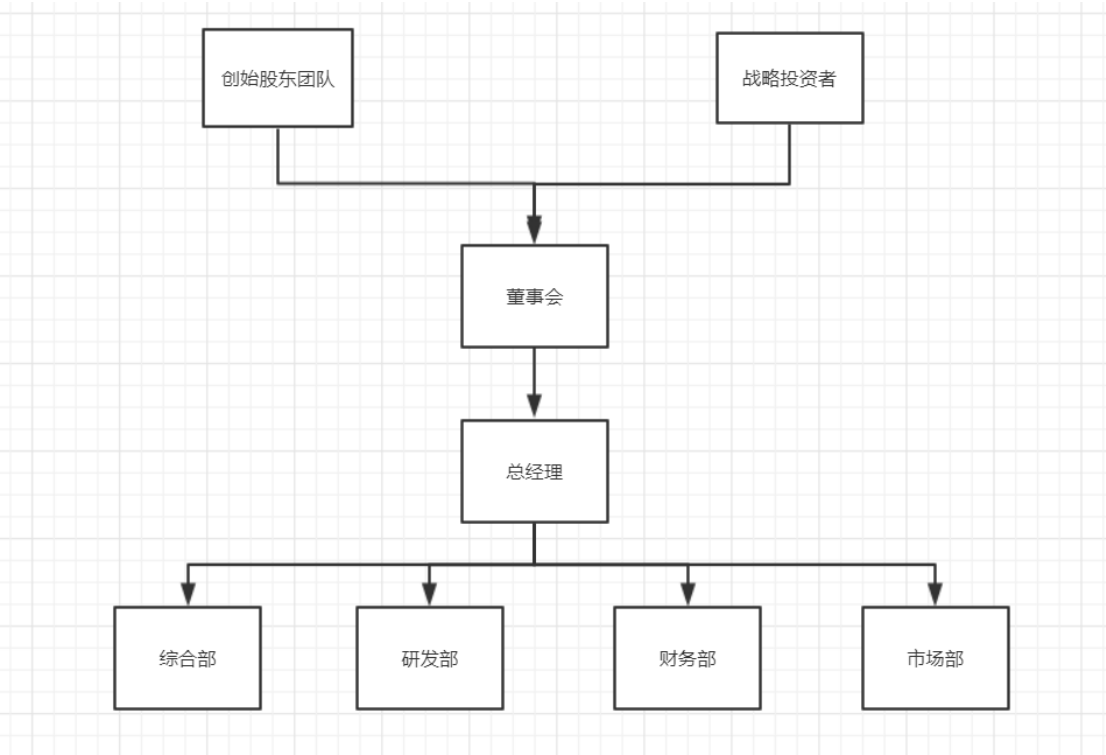


图 5-4：前期公司架构图

2、说明：

1) 董事会：

- ①主要负责召集股东大会、执行股东大会决议并向股东大会报告工作；
- ②决定内部管理机构 的设置、任命和管理公司高层并决定其奖惩；决定公司的项目发展计划和投资方案；

③制订公司发展战略、年度财务预、决算方案和利润分配方案、弥补亏损方案决定；

④对公司增加或减少注册资本、分立、合并、终止和清算等重大事项提出方案；

⑤听取总经理的工作报告并作出决议；

2) 总经理：

①主要负责公司运营、管理、投资等工作；

②组织和制定公司的方针和目标，制定公司年度经营、发展、人事、劳资、福利等计划报公司董事会批准实施； 建立或者完善公司的管理体系及基本管理制度；

③负责处理公司重大突发事件以及董事长授权处理的其他重要事项；

④任命、调入和管理公司中层并决定其奖惩；履行管理者代表职责，督促和协调公司各项业务工作进展，指导和监督各部门业务计划的执行，签署日常行政、业务文件；

3) 综合部：

人力资源组：①公司内部的管理政策、主要完善公司的人事制度，招募人力资源，制定劳动法制度、薪酬标准及最终绩效的考核跟踪与修正；

② 做好客户及各级领导来公司参观考察时的接待工作，按照公司行政管理制度处理其他相关事务；

③负责人才招聘、在职人员培训、实习生的管理工作；

行政组：①制定招聘计划、安排面试、背景调查、考核、上岗、离职等手续；

②协助总经理，参与公司管理经营与决策。

③整理、建立、管理公司档案、人事档案；

④领导制定企业行政、人力资源、企业规划等工作的工作计划，实现工作目标

⑤负责对全体办公人员（各部门）进行考勤审核和工资奖金的核算；

⑥负责公司的内部管理系统正常运行

⑦领导公司的行政事务工作，保障后勤支持

宣传组：①品牌建设与推广。包括媒体宣传、网络营销、参加行业展会论坛等。

4) 研发部：

产品组：①对经市场调研，给出的产品设计方案合理性、及时性和准确性负责；

②承担与产品项目相关的项目管理职责，对完成质量和进度负全责；

③对研发出的软件产品是否满足客户需求负责；

④对用户使用该产品，负效果追踪的责任；

开发组：①负责新产品《可行性分析》的制定和协助负责项目组制定《设计任务书》和《新产品开发计划书》，根据制定的《设计任务书》和《新产品开发计划书》跟进项目的开发进度并协助解决推行中遇到的问题；

②负责所有新设计的方案的验收和修订；

③负责向上级提出绩效考核标准申请，费用控制申请；

④负责所有报价工作的安排和审核（包括打样的价）；

⑤负责新产品认证、年审主导安排；

⑥负责技术客诉问题的跟进处理；

⑦负责所有自制件图纸的审核工作，备料表审核以及其它所有技术资料的审核工作；

⑧负责开发部人员作专业技能及产品标准的培训工作；

维护组：

① 参与 ERP 系统规划、建设，保障 ERP 系统运转正常。

②负责解决 1653 全公司员工 ERP 系统使用中遇到的问题，提供相关技术支持。

③数据库备份；

④系统数据错误的处理；

⑤对使用人员进行培训，指导其正确操作；

⑥协助完成公司员工桌面技术支持及办公网络维护。

5) 财务部:

出纳组: ①办理费用报销及日常资金的收付,确保资金安全;

②严格审核原始凭证,及时编制会计凭证;

③定期清理和核对暂支及往来款项;

④办理相关的其他有关事务;

会计组: ①日常会计凭证的稽核及结账工作;

②合并报表的编制、报送及财务分析工作 ;

③负责应收应付账款的管理;

④负责资产管理的相关工作;

⑤会计软件系统的维护;

⑥办理相关的其他有关事务;

6) 市场部:

调研组: ①组织进行宏观环境及行业状况调研、 组织对企业内部营销环境调研、组织对消费者及用户调研、对销售渠道的调研。

② 收集竞争厂家的市场情报和各级政府、业界团体、学会发布的行业政策和信息。

企划组: ①根据企业发展规划,判定产品寿命、新产品开发周期。

②负责产品开发,并与研发、生产、采购、财务等部门共同进行产品商业化运作企划。

③负责产品全方位企划,包括价格企划、包装企划、通路企划、延伸企划。

④协助广告及促销企划部门进行产品广告及促销企划。

运营组: ①负责监督处理顾客投诉,监督退换货管理、物价管理、商品陈列;

②负责 app 商城销售绩效数据的收集、分析、反馈;

③负责研究商圈、开发会员,建立会员档案,接待会员来信、来访,处理、答复会员投诉,负责经营中大宗客户服务;

④配合策划部组织好各种促销活动。

⑤处理客服信息;

⑥公关关系的维护、合作伙伴关系、维护客户关系维护；

营销组：①协助总经理制定公司发展战略规划、经营计划、业务发展计划；

②协助总经理完成董事会下达的经营指标；

③组织、监督公司各项规划和计划的实施；

④组织编制年度营销计划及营销费用、内部利润指标等计划；

⑤协调公司各部门人员工作的协作关系；

⑥完成领导临时授权的其他工作；

5.6 人力资源管理

1、人力资源规划

公司初期：各部门的人员数量预估，综合部 3 人、研发部 8 人、财务部 1 人、市场部 2 人；

试运行阶段：综合部增加客服人员 1 人，研发部增加运维工程师 1 人，市场部增加业务员 1 人、运营员 1 人；

公司成长阶段：视公司发展情况增加各部门岗位人员 1-2 名；

2、招聘与录用

上各种招聘网站进行扩招新人采取内部招聘以及外部招聘双结合。通过几轮面试后进行淘汰或录用

员工离职需要进行面谈，了解因什么事情而离职，如是公司的问题，要及时做到改正，以免造成更多员工的流失。

3、培训与开发

新员工入职需安排一个月到三个月的员工入职培训，培训师选择内外双结合，公司高层给员工培训和外面请来的培训师进行培训。

4、绩效薪酬管理

员工做出的贡献给予物质或者精神奖励，针对不同的岗位我们有共同的考核绩效指标，业绩高的有额外的奖励。

1) 职业生涯管理

①新员工咨询

为新员工提供职业生涯管理咨询，帮助新员工找寻最适合自己的职业

发展道路，尽快实现个人价值的最大发挥。

②晋升与调动

明确公司晋升规则与标准，保证晋升过程公平、公正和透明，以员工的能力

为主要评价标准。谨慎组织员工工作调动，充分考虑员工意见。

2) 会建立薪酬体系

①基本工资

为所有员工提供与其能力和市场相符的基本工资，对不同职位采用工资分级法，工资与员工级别挂钩而不拘泥特定工种和部门。

②业绩提成

对公司技术人员及市场人员等，实行提成的方式，提高其工作积极性。

③股票期权激励

对高层管理者及核心人员，采用股票期权计划。根据高新技术产业的特点，拟采取激励股票形式，并通过这些激励方式，将核心人员锁定在公司内。

④员工持股

让管理层及员工持有公司一定股份，增强员工的主人翁意识。

⑤经济性和非经济性福利

公司为员工提供各种除了工资和奖金外的经济型福利，如五险一金、交通补贴、住房补贴、医疗补贴、节假日生活福利、工作环境保护等，努力在公司内营造家文化，增强员工归属感。

5、劳动关系管理

会根据《劳动法》进行制定制定员工的赏罚制度。以及拟稿劳动合同。新员工入职必须签劳动合同。离职需办理离职手续。

第六章 财务假设与投资分析

6.1 财务假设

1、会计政策和财务假设说明

1) 本公司根据各大招聘网站各职位平均工资预测人工成本，每年工资增幅以 10%计。试用期为三个月，试用期间工资以正式工资 80%记。职工每月工资均于下月发放，第一年将发放第 1 至 11 月份工资，12 月工资于下一年 1 月发放，员工薪金中已包含各项福利及社保公积金。

2) 本公司将落户广州南沙区，办公用地租金为每平方米 2 元/天，本公司将租 138 平方米，则每月办公室租金和实验室租金总计为 8280 元，每年租金为 99360 元。装修费用按 5 万计。

3) 固定资产 60 万元，预计净残值率为 5%，分 10 年直线法提折旧，每年固定资产折旧费为 5.7 万元。

4) 无形资产作价 90 万元，假定十年后残值为零，按直线法摊销，每年无形资产摊销费为 9 万元。

5) 应收账款和应付账款均为 70%本年收/付和 30%下一年收/付。

6) 坏账准备按当年应收账款的 0.5%计提。

7) 第 2 至 5 年的研发费用按上一年销售收入的 6%计提。

8) 每年按税后利润的 15%计提盈余公积，其中 10%为法定盈余公积，5%为任意盈余公积。

9) 营业税金及附加包括：城建税和教育费附加，税率分别为 7%和 5%，以应缴增值税作为计税基础。公司按 17%缴纳增值税。企业所得税税率为 25%。

10) 分红从第二年开始，按税后利润的 30%分红。

11) 启动资金相对成立公司较少，主要来源于合伙人共同出资（含贷款）200 万，开业后的资金来源主要为营业收入，以及可能得到的外部融资。资金配置采用六三一黄金比例运作：六成开办成本：工作室租金、装潢、设备等，总括为开办成本，是耗资最大的部分；三成营运费用：营业是慢慢加温的，所以会产生所谓的亏损期，尤其在前半年，因此应保留亏损期的营运费用；一成紧急准备金：针对设备的损坏或不敷使用、各种意外带来的破坏等等，留下紧急准备金应变，预防意想不到的开支。

2、成本假设

表 6-1 开发人员工资表（开发期的前三个月为试用期）

员工工资月薪表(千元)									
职位	安卓开发人员	IOS 开发人员	架构师兼后台开发人员	前端开发人员	UI 设计师	测试人员	运维工程师	产品经理	技术总监
试用期	12	12	16	12	8	8	9.6	12	16+ 期权
第一年	15	15	20	15	10	10	12	15	20+ 期权
第二年	16.5	16.5	22	16.5	11	11	13.2	16.5	22+ 期权
第三年	18.15	18.15	24.2	18.15	12.1	12.1	14.52	18.15	24.2+ 期权
第四年	19.965	19.965	26.62	19.965	13.31	13.31	15.972	19.965	26.62+ 期权
第五年	21.9615	21.9615	29.282	21.9615	14.641	14.641	17.5692	21.9615	29.282+ 期权

表 6-2 开发人员人数分配表

开发人员人数分配表（人）									
职位	安 卓 开 发 人 员	IOS 开 发 人 员	架 构 师 兼 后 台 开 发 人 员	前 端 开 发 人 员	UI 设 计 师	测 试 人 员	运 维 工 程 师	产 品 经 理	技 术 总 监
开 发 期 期	1	1	1	1	1	1	0	1	1
第 一 年	2	2	1	2	1	2	1	2	1
第 二 年	3	3	2	4	2	4	4	5	1
第 三 年	5	5	4	7	3	7	7	7	1
第 四 年	7	7	5	9	4	9	9	10	1
第 五 年	9	9	7	13	6	10	10	15	1

表 6-3 开发人工成本表（开发期为 3 个月记）

开发人工成本（万元）									
职位	安卓开发人员	IOS 开发人员	架构师兼后台开发人员	前端开发人员	UI 设计师	测试人员	运维工程师	产品经理	技术总监
开发期	3.6	3.6	4.8	3.6	2.4	2.4	0	3.6	4.8+ 期权
第一年	34.8	34.8	22.4	34.8	11.2	23.2	14.4	34.8	22.4+ 期权
第二年	59.4	59.4	52.8	79.2	26.4	52.8	63.36	99	26.4+ 期权
第三年	108.9	108.9	116.16	152.46	43.56	101.64	121.968	152.46	29.04+ 期权
第四年	167.706	167.706	159.72	215.622	63.888	143.748	172.4976	239.58	31.944+ 期权
第五年	237.1842	237.1842	245.9688	342.5994	105.4152	175.692	210.8304	395.307	35.1384+ 期权

表 6-4 前期成本表明细

	产品开发成本		管理费用								推广费用
	产品 开发 人工 费用	服务器租用费用	无 形 资产 摊销	固 定 资产 折旧	开办费	管理用水电费	办公室及实验室装修费用	办公设备费	坏账准备	差旅费	营销推广及营销人员
开发期	28.800	0.25	9.00	5.7	3.00	0.30	5.00	5.5	0.97	4.00	100
小结 (万元)	29.0438		43.47								100

- 1) App 服务器租用：服务器主要采用阿里云云服务器 ECS 通用型 G5 系列，开发期采用云服务器 ECS2 核 8GB100Mbps 带宽 费用为 2,437.80 元 后续费用根据用户量大小调整。
- 2) 为降低前期费用，前期办公设备用采纳二手市场办公设备。
- 3) 开办费包括工商注册费用

3、收入来源分析

表 6-5 上门服务费收费

距离	商家收费	平台抽取
0-1km	3 元	0.5 元+总额 1%
1-2km	5 元	1.5 元+总额 1%
2-4km	10 元	3 元+总额 1%

注：商家线上加价价格不得超于线下价格的 20%。

表 6-6 寄养及证件办理服务费 1

	家庭寄养	门店寄养	私人办证	单位办证
会员	总额 5%	总额 7%	200 元	280 元
非会员	总额 8%	总额 10%	300 元	400 元

表 6-7 广告费用

	启动页	首 页 轮 播 图	商 城 轮 播 图	首 页 推 荐 模块	商 城 展 位 模块	社 区 广 告 模块
展现方式	OCPM	OCPM	CPM	CPC	CPC	CPC
单 价 (元)	120	120	100	1.1	1.1	1

表 6-8 安宠会员（元）

首月	连续包月	月卡	季卡	年卡	连续包年
6	8	10	32	96	100

会企

编制单位：广州安宠圈科技有限公司

2020/6/20-2021/6/20

单位：元

资产	行次	年末额 (2020)	年初额 (2022)	负债和所有者权益	行次	年末额 (2020)	年初额(2022)
流动资产：				流动负债：			
货币资金	1	2,500,000.00	2,000,000.00	短期借款	17	600,000.00	280,000.00
应收票据	2	320,000.00	667,080.00	应付票据	18	0	0
应收账款	3	8,00,000.00	7,2,0000.00	应付账款	19	30,0000.00	24,0000.00
应收利息	4	100,000.00	250,000.00	应付职工薪酬	20	24,0000.00	232,8000.00
应收账款净额 (除去坏账准备)	5	6,80,000.00	6,3,0420.00	应交税费(增值税)	21	29,3501.00	2,0000.00
其他应收款	6	650,000.00	450,000.00	应付福利费	22	130000.00	0
存货（原材料）	7	0	0	应付股利	23	231,131.58	134,928.79
（包装物）	8	0	0	其他应付款	24	350,000.00	150,000.00
待摊费用	9	7,4000.00	5,0000.00	一年内到期的非流动负债（长期负债）	25	9,9360.00	0

减. 坏账准备	10	1,20,000.00	89,580.00	其他 流动负债	26	0	0
流动资产合计		3,674,000.00	404,7500.00	流动负债 合计	27	224,3500.00	82,4928,00
非流动资产:				非流动负 债:			
固定资产原值	11	9,00000.00	600,000.00	长期 借款	28	1,500000.00	1,000000.00
固定资产净值	12	87,0000.00	590,000.00	非流 动负债合 计	29	1,500000.00	138,2000.00
减. 累计折旧	13	3,0000.00	1,0000.00	负债合计	30	370,0499.00	138,2000,00
在建工程	14	0	0	盈余 公积 (未 分配利 润)	31	800,000.00	500,000.00
非流动资产合计	15	8,70,000.00	5,90000.00	所有者权 益 (或股 东权益) 合计	32	800,000.00	500,000.00
资产总计	16	4,544000,00	4,63,7500.00	负债和所 有者权益 (或股东 权益) 总 计	33	4,544000.00	4,637500.00

表 6-9 预测资产负债表(备注:以上数据均为虚拟)

用户留存率能从宏观上把握用户的生命周期长度、用户生命进程情况以及我们可以改善的余地;

因为用户从不同的渠道进入 app, 我们可以利用交叉分析, 通过用户的后期留存情况就能从一个层面把握渠道质量, 如付费, 粘性, 价值量, CAC 成本等, 所以可预测 app 功能开发初期至后期留存率 (原始数量 10w)

原始版本推出后迭代推出功能所需时间为大概 3 到 5 年, app 的转化率= (浏览产品人数/进站总人数) × (进入购买流程人数/浏览产品人数) × (订单数/进入购买流程人数) 则比较后续版本所需转化表为

图 6-10 未来五年用户转化情况表(备注:以上数据均为虚拟, 落地实施为准)

项目	第一年	第二年
经营活动产生的 现金流量净额	20	30
投资活动产生的 现金流量净额	17	25

筹资活动产生的 现金流量净额	13	20
现金及现金等价 物净增加额	50	75

表 6-11 预测现金流量表（万）

单位：万

用户 人数	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
一、 主营业务 收入	1309.8	1662.96	3536,96	5561.78	9365, 417
减： 主营业务 成本	233.05	518.76	935,088	1362,4116	1985,3256
二、 主营业务 利润	1076.75	1144.2	2601.87 2	4199, 36 84	7380.0914
加： 其他业务 收入	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
减： 营业费用	460	481	497	511	520
管理 费用	44.47	44.89	45.01	45.53	46.05
三、 利润总额	616.305 3	618.31	2059.86 2	3642.8384	6814.0414
减： 所得税	6.549	8.3148	17.68	27.81	46.83
四： 净利润	609.756 3	609.9952	2042.18 2	3615.0284	6767.2114

表 6-12 预测利润表（以上均以原有计划推算数值，实际以落地为准）

从报表中可以看出，公司在经营的第一年的预计净利润为 66.635 万元，第二年的预计净利润为 953.286 万元，第三年的预计净利润为 1805.7072 万元，始终保持着一个稳步推进的趋势。头三年累积到足够的资本,第四年及第五年就可以考虑继续加大宣传扩大经营规模，并投入资金研发未来技术，如人工智能，云计算，Ar 等，招揽技术人才，进行线下人才培养。

年份	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
流动比率	163.7%	188%	191.5%	206.38%	234.15%
资产负债率	81.4%	29.8%	34.1%	32.4%	30%
销售净利率	46.55%	36.7%	57.8%	65%	72.23%

表 6-13 相关财务分析

由以上财标分析可得，1 流动比率和资产负债率共同反映了本公司的短期负债能力和长期负债能力均较强，资本结构合理，未来五年公司财务安全可以得到基本保障 2 销售净利率反映出本公司盈利水平较强，且呈逐年上升趋势，因此对投资者和债权人来说，其投资具有较稳定的安全性和盈利性

6.2 投资分析

1. 股本结构

本公司拟注册资本 200 万元，股本结构和规模如下：

单位：200 万元



图 6-1 公司股本结构图

说明：

- 1) 公司组织形式为有限责任公司，注册资金 200 万元，其中技术股折价 32 万元入股。
- 2) 由于开发初期需要购入固定资产、支付办公场所的租金和人员的薪酬费用及日常办公费用，这就需要大量的货币资金，故本公司决定把注册资本定于 50 万元。
- 3) 51%的创业团队的股份激励创业团队创业，其财富与公司共成长。同时也形成对创业团队的硬约束，形成良好的公司治理结构。
- 4) 风险投资方面，我们打算引入 2-3 家风险投资共同入股，以利于筹资，化解风险，并为以后可能的上市做准备。风险资金一步到位。
- 5) 由创始团队为代表持有技术股。

2、前期投资估算

表 6-15 下表为前期投资估算表

前期投资估算表	
项目	投资值（万元）
app 前期开发	20
办公用品与设备	5
办公室租金	10
装修费用	5
无形资产投资	20

其他	0
流动资金	200
总投资	260

备注：办公室租金初期预付半年

3、资金筹集计划

表 6-11，下表为前期资金筹集计划表

前期（前两年）资金筹集计划表（万元）					
自有资产 （包括无 形资产）	借款	主营业务收入	风投	天使投资/ 种子投	诊所/宠物 商户入驻押 金
150	200	500	250	200	2579

注：由于本公司属于互联网创业性质的民营企业，因此我们主要选择中国工商银行和广东发展银行作为本项目的贷款银行。广发银行和工商银行（三至五年）的贷款利率分别是 5.85%。

4、投资回报

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。

根据我们的分红方案和公司的盈利情况，本公司将在第一年起开始盈利，但由于第一年可供投资者分配的利润不大，因此公司决定从第二年开始为股东分配股利

第七章 风险管理

7.1 退出方式的选择与分析

风险投资虽然是一种股权投资，但投资的目的并不是为了获得企业的所有权，也不是为了控股，更不是为了经营企业，而是通过投资和提供增值服务把所投资的企业做大，然后通过公开上市（IPO）、兼并收购或其他方式退出，在产权流动中实现投资回报。以何种方式退出，在一定程度上是风险投资成功与否的标志。在做出投资决策之前，我们需要制定具体的退出策略。退出决策就是利润分配决策，以什么方式和在什么时间退出可以使风险投资收益最大化决策即为最佳退出策略。一般说来，风险投资退出所投资的企业有三种方式：股份公开发行上市（IPO）；收购或回购；破产清算。显然实现 IPO 是风投公司要实现的首要目标；

破产清算则意味着风险投资可能一部分或全部损失。

1、公开上市（IPO）

一般来说，公开上市是公认的风险投资退出的最佳渠道，通过 IPO，投资可

得到相当可观的回报。

公开发行人上市又分为：第一，主板上市，是指风险企业在国家主板市场上发

行上市。主板市场上市门槛高,创业企业很难通过其上市。第二，二板上市。二板市场又称为创业板市场,是专为中小企业设立的发行上市的交易板块。二板市场降低了主板上市的门槛，适合于风险企业这样尚不成熟、资金缺乏但具有很大发展潜力和较好前景的企业。在二板市场上表现良好的企业在一定时间后，可以升入主板市场继续交易。国际上著名的二板市场有美国的纳斯达克、香港的创业板市场。第三，海外上市。风险企业到境外或香港市场发行上市。

2、收购或回购

收购：收购是指一家普通公司或另一家风险投资公司，按协商的价格收购或兼并风险投资企业或风险资本家所持有的股份的一种退出渠道。收购根据风险投资的退出状态一般可以分为两种情况：即一般收购和二级收购。一般收购指风险企业发展到成长期后期，要想继续发展就需增加大额的追加投资，而风险投资家已不愿或不能再向企业投资，这时创业者和风险投资者将风险企业完全卖给另一家公司。二级收购是指风险投资者将其所持有的股份卖给另一家公司，接手第二期投资的退出方式，创业者并不退出风险企业。

回购：风险企业发展到相当阶段，资金规模、产品销路、资信状况都已很好，这时企业家就希望能由自己控制企业。风险投资家可将股份卖给风险企业家，只是卖价款可能会比 IPO 少些，但费用也少，时间短，易于操作，公司管理层可以以个人资信作担保，或以即将收购的公司的资产作担保，向银行或其它机构计入资金，将股份买回，风险投资家则成功退出。

3、清算

当风险企业出现经营状况与目标计划相差较大、风险企业无法偿还债务又得不到新的融资、风险企业经营状况较差或行业市场不景气时，解散或破产并进行清算可能是减少损失的最好的办法。及时进行破产清算，实现资金

的退出。一个风险投资者投资于糟糕项目并不可怕。可怕的是知道糟糕后仍执迷不悟，自欺欺人，那样只有越陷越深。以这种方式退出，风险资金除了破产清算的损失外还有巨大的机会成本，所以是一种迫不得已的选择。

退出方式	IPO	收购/回购	破产清算
优点	高收益，易筹资	费用低，能立即撤出	减少持续经营的损失
缺点	费用高，不能立即撤出	收益低，管理层独立性	投资不能获得利益
需要条件	资本市场发达	企业产权明晰	法律完善
使用阶段	企业成熟期	企业成长、成熟期	任何经营失败的时期

表 7-1 各种退出方式利弊比较

7.2 公司风险资本的退出方式选择

尽管风险企业公开上市时目前公认的风险投资的最佳退出方式，但是，根据本公司的实际规模等情况来说，即使在公司发展的未来 5 年之后，公开上市也有一定的困难，因此，不考虑公开上市方式退出。而回购方式需要管理层有足够的资金保证，而在公司未来几年中，公司需要大量的资金扩大经营，完成公司战略目标。从本公司的融资渠道来看，风险投资在公司的发展中起着举足轻重的作用。因此，回购方式不予考虑。

破产清算是最坏的情况，也是风险资本最不愿意看到的退出方式。本公司的技术的可持续发展性加上良好的外部市场环境和政策环境，通过公司团队各位同仁的开拓创新，从技术、生产、市场、管理、财务等的良好运作。公司完全有信心实现风险资本的快速高效增值，将破产清算的退出方式束之高阁。

综合以上各种退出方式的对比之后，我们选择了收购方式，计划以相对积极的二级收购方式退出风险资本。

本公司计划发展到一定阶段以后，预期 6-8 年后，将选择国内或国外大型知名的互联网公司来收购风险投资的股份，争取其对本公司投资，而创业者继续留在风险企业，参与企业的经营管理。

就国内知名公司来说，本公司可以利用大企业的技术资源、销售渠道和品牌资源，提高本公司的竞争力。就国外大企业而言，本公司可以学习其先进的技术和管理经验，与国际接轨，对本公司迅速打入国际市场有很大的帮

助。

选择二级收购的退出方式，有以下几方面的好处：（1）风险投资者能一次性完全退出，剩余风险很小。（2）收购的谈判对手只限于大型知名的新材料公司，谈判成本较低。相比较 IPO 需经过很长的审批核准过程和高昂的成本，收购方式在时间和成本上又明显的优势。（3）二级收购方式不是将公司完全卖给收购主体，创业者能继续留在企业中，符合创业管理层对公司持续管理的愿望。综上所述，二级收购是能够实现风险公司、风险投资者和本公司长远发展共

赢的风险资本退出方式，符合本公司的实际情况。

附录

《广州南沙区对大学生创业扶持政策》附件 I

初创企业吸纳就业并按规定缴纳社会保险费的，按其吸纳就业（签订 1 年以上期限劳动合同）人数（法定代表人或主要负责人除外）给予创业带动就业补贴。招用 3 人（含 3 人）以下的按每人 2000 元给予补贴；招用 3 人以上的每增加 1 人给予 3000 元补贴，总额最高不超过 3 万元。段落}对初创期科技型中小企业(是指主要从事高新技术产品研发、开发、生产和服务，成立期限在 5 年以内的非上市公司)吸纳我市生源和我市院校外地生源毕业 2 年内的高校毕业生，并与其签订 1 年以上劳动合同的，给予 1 年岗位补贴和社会保险补贴；

1、受理

申请企业可按规定向企业登记注册所在地人力资源社会保障部门公共就业创业服务机构提出申请，或通过就业创业专项资金管理信息系统申报，对填写符合要求且材料齐全的，工作人员予以受理。调节国民经济和社会生活的一种手段，目的是为了支持生产发展，调节供求关系，稳定市场物价，维护生产经营者或消费者的利益。财政补贴在一定时期内适当运用有益于协调政治、经济和社会中出现的利益矛盾，起到稳定物价、保护生产经营者和消费者的利益、维护社会安定，促进有计划商品经济发展的积极作用。打比方如果深圳划了一百万用于财政补贴资金项目，人员成功创业毕业学年起 3 年内自主创业在本市领取营业执照或其他法定机构注册登记并正常经营的在穗高校毕业生。

2、审核

当地人力资源社会保障部门进行审核，经审核符合条件的报财政部门。二、一次性创业资助（一）补贴对象 1.在穗普通高等学校、职业学校、技工院校学生（在校及毕业5年内）2.出国（境）留学回国人员（领取***5年内）；3.复员转业退役军人；4.登记失业人员；5.就业困难人员。（二）补贴标准：以上人员成功创业（在本市领取工商营业执照或其他法定注册登记手续，本人为法定代表人或主要负责人），正常经营6个月以上的，每户给予一次性创业资助5000元。按两个月为周期申领补贴项目。申请单位或个人在申报周期第一个月20日前向初审单位提出申请。（创业企业社保补贴应自领取营业执照之日起1年内申请。）

3、发放补贴

财政部门确认后，按规定将资金拨入创业实体银行基本账户。法定代表人可以不占股。三、注册内资有限公司的流程自主创业流程及时办理)。步骤3、在报上发表；所需资料：公司营业执照复印件；第四步刻章等事项时间：1个工作日操作：凭营业执照，到公安局指定刻章点办理：公司公章、财务章、***章。到这里，就一个公司注册完成。）以上三种情况是公司股东变更的主要形式，无论是哪一种形式，都需要向工商、税务机关提交规范的变更登记材料，只不过在细节上有所不同。自主创业人员在制定的创业场地创业，包括经市直部门及各区府(新区管委会)认定或备案的创业带动就业孵化基地按两个月为周期申领补贴项目。申请单位或个人在申报周期第一个月20日前向初审单位提出申请。（创业企业社保补贴应自领取营业执照之日起1年内申请。）

2011年10月1日—2015年6月23日期间注册营业执照的，一次性创业补贴标准为5000元；2015年6月23日以后注册营业执照的，一次性创业补贴标准为1万元。

补贴期限：1年，从申请受理当月计算。对距法定退休年龄不足1年的，补贴扶持期限计算至退休月份。（例如，张三还有8个月到达法定退休年龄，如他申请了1万元的一次性创业补贴，则他只能按比例申领7500元创业补贴。）一是政府补助补偿的成本费用是否属于营业利润之中的项目，如果属于，则该项政府补助与日常活动相关；（应用指南中列举：成本费用的补贴、超税负返还、研发费用补助等均属于与企业日常经营活动相关）二是该补助与日常销售等经营行为是否密切相关，例如，软件企业享受增值税即征即退的税收优惠，该税

收优惠与企业销售商品的日常活动密切相关，则属于与日常活动相关的政府补助。按本市现行社会保险缴费基数下限和缴费比例，给予最长不超过3年的养老、失业、工伤、医疗和生育社会保险补贴（个人缴费部分由个人承担）。

所需材料 1.申请人***原件。2.营业执照或有效注册登记证明原件。3.营业执照法定代表人变更证明（仅变更法定代表人方式创业的提供）。4.相关证书。

（1）毕业5年内大中专毕业生提供***书；（2）高级技工学校、技师学院毕业生应提供***书、职业资格证书；（3）毕业年度在校生应提供学生证原件；（4）休学创业大学生应提供学校出具的休学证明。1、受理。申请企业可按规定向企业登记注册所在地人力资源社会保障部门公共就业创业服务机构提出申请，或通过就业创业专项资金管理信息系统申报，对填写符合要求且材料齐全的，工作人员予以受理。2、审核。当地人力资源社会保障部门进行审核，经审核符合条件的报财政部门。3、发放补贴。财政部门确认后，按规定将资金拨入创业实体银行基本账户。补贴标准为一次性领取失业保险经办机构核定而尚未到领取期限的失业

南沙区创业补贴补助政策

保险金。失业人员重新就业、自主创业或合伙经营者一次性领取失业保险金后，如未参加社会保险，

4、创业基地：走向高端化

此次巡演中展出的南沙3个优质创业项目均是“互联网+”。其中，“游乐多”APP项目由5名大学生建成，利用这款手机APP，可以在网上预约一周内到游乐场玩各项游戏设施的准确时间。另外两个路演项目则来自广州市南沙电子商务技工学校创业基地。分别是“善乐购”微商城项目及跨境电商平台项目。

据了解，今年以来，南沙区除了传统农业型创业基地外，重点突出“互联网+”和高科技创业等处于潮流前端的创业模式，创建了一批高端化、国际化、市场化的创业基地。

5、政策扶持：七项措施促进创业创新

为促进创业创新，南沙区以及广州市均出台了相关扶持政策！

一、广州市创业小额免息贷款：合伙可给予最高200万元的最长2年的贴息贷款等。