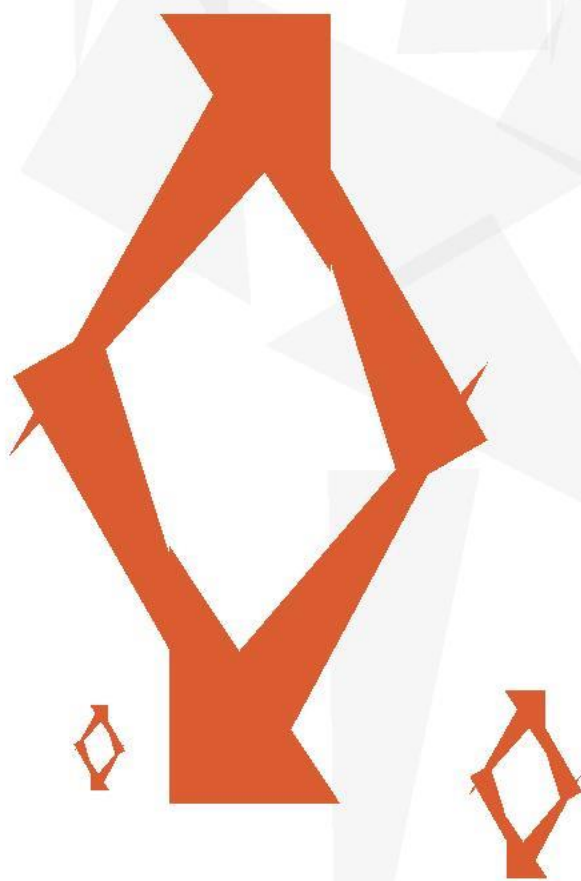


# 大学生“互联网+” 创业创新大赛

## 项目计划书



所属高校（盖章）：哈尔滨医科大学（大庆）

项目名称：子女远程健康监控服务项目

项目类别：创意组

负责人：孟庆宇

指导教师：王海河

## 项目概述

- 1.1 项目名称.....
- 1.2 项目背景.....
- 1.3 项目内容.....

## 公司战略.....

- 2.1 公司概况.....
- 2.2 公司使命.....
- 2.3 公司宗旨.....
- 2.4 总体战略.....

## 团队介绍.....

- 3.1 成员职责.....

## 市场分析及定位.....

- 4.1 互联网市场现状.....
- 4.2 销售渠道分
- 析竞争分.....
- 4.3.1 竞争产品和竞争对手.....
- 4.3.2 主要竞争对手分析.....
- 4.3.3 竞争影响力分析.....

## 产品介绍.....

- 5.1 产品针对人群.....
- 5.2 产品性能.....

## 商业模式.....

- 6.1 价值定位.....
- 6.2 目标市场.....
- 6.3 收入模式.....
- 6.4 销售与营销模式.....
- 6.5 市场大小，增长情况及份额.....

## 营销策略.....

- 7.1 产品策略.....
- 7.2 价格策略.....
- 7.3 渠道策略.....
- 7.4 人员策略.....

## 财务分析.....

- 8.1 资金来源.....
- 8.2 公司损益表.....

## 管理体系.....

- 9.1 公司性质.....
- 9.2 部门职责.....
- 9.3 创新机制.....
- 9.4 奖惩机制.....

## 8. 风险分析.....

- 10.1 软件开发行业风险分析.....
- 10.2 软件开发项目的风险来源及对项目成败的影响.....
- 10.3 风险的分析、管理与控制.....

目

录

CONTENTS

# 1.项目概述

## 1.1项目名称

子女远程健康监测服务项目

## 1.2项目背景

据统计中国老龄化的高峰将出现在2055年左右，届时老年人口将接近4.5亿。全国约有4700万老人处于丧偶状态，其中女性占70%，所以将有更多的老年人将处于独居状态，子女由于远在其他城市等各种原因远在其他城市，独居老人无人照顾，突发状况无人知晓，健康问题无法治疗等问题日益严峻，无疑成为在外子女最大的牵挂与阻碍。



## 1.3项目内容

全新的移动医疗APP—贴心管家，与智能监测手表的完美结合，子女随时监测父母脉搏和血压变化，当老人出现异常突发情况时贴心管家会在第一时间通知子女和社区医院，以防万一，子女也不会因为不知情而后悔终生。子女除了可以随时了解父母身体状况，还可以为父母选择各类孝心服务，父母足不出户即可享受到家居清洁、新鲜果蔬送货上门、预约挂号等各项优质贴心的服务项目，让老人感受到身在远方的子女的爱。贴心管家托起了父母的健康，跨越了地域的阻碍，让工作忙不再成为无法照顾父母的理由，让距离的不再阻隔我们对父母的关爱，及时了解父母身体状况，知晓父母安康，让远离父母的孩子，每一天的打拼都更安心更有动力。

贴心管家传递了子女的关爱，它将爱带给父母，温暖了老人孤单的生活，让独居的生活不在单调，每一天的健康都有保障。我们公司本着服务社会，缓解人口老龄化所带来的危机的宗旨，在市场上已有的各项智能产品的基础上，特此开发出此款软件-贴心管家，与可以生产与之对接的手表的厂家合作，推出全新产品——健康监测手表+贴心管家(application)。

## 2. 公司战略

### 2.1 公司概况

本公司是互联网新时代创业浪潮下的软件开发公司，将医疗融入互联网，致力于打造移动医疗新时代。以服务社会，缓解人口老龄化的危机为目的，为广大儿女提供一个远程健康监控平台，让子女的孝心付诸实践，让远离子女的老年人晚年生活得到保障。

### 2.2 公司使命

“远程操控，高效精准，健康舒适，儿女安心”

### 2.3 公司宗旨

“科技创新，以人为本，关爱健康，服务社会”

### 2.4 总体战略

1. 抢占先机，引领移动医疗新时代。
2. 特色服务，品牌形象深入人心。
3. 整合资源，有针对性的向主要消费对象宣传推广
4. 线上线下联合推广，寻找实体店经营合作。
5. 挚诚服务，建立品牌形象。

## 3. 团队介绍

### 3.1 成员职责

部门/岗位	负责人	职责
总经理 行政部	孟庆宇	负责公司的日常经营事务，对股东会负责，决定部门经理的人选，协调各部门之间关系。
销售部	吴璇	拓宽市场认知度，使品牌深入人心。负责公司总体的营销活动，决定公司的营销策略和措施，并对营销工作进行评估和监控，包括市场研究、广告、公共关系、销售计划、用户服务等，配合手表厂商销售。
项目部	程越	负责生产、技术开发、生产计划、市场调研，处理与软件有关的技术问题。领导研究所进行软件新功能的研究与开发，拓宽市场认知度，使品牌形象深入人心。
财务部	蔡雯娜	负责公司资金的筹集、使用和分配，如财务计划和分析、预算、投资决策、资本结构的确定、股利分配等；负责日常会计工作与税收管理，每个财政年度末向总经理汇报本年财务情况并规划下一年财务工作。

# 4.市场分析及定位

## 4.1互联网市场现状

目前，据有效数据统计，移动互联网产品日渐丰富，市场竞争日趋激烈，高端人才奇缺，科技创新能力对公司整体竞争力起到决定性作用。在“互联网+”的创业浪潮中，科技创新人才如雨后春笋层出不穷，给互联网市场带来了新的活力。

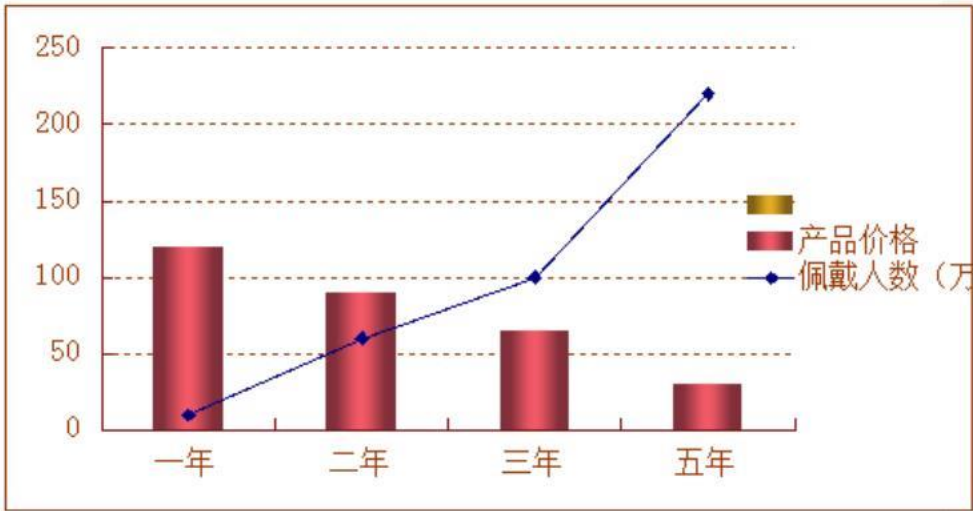
## 4.2市场分析

智能手环、手表近来已经越来越被大众所熟悉，它们给人们带来的新鲜感和娱乐性也被大多数人所接受，但消费群体面向年轻人多，主要用以运动，监测睡眠质量为主

与我公司生产的APP-贴心管家相合作的公司其生产的智能手表主要面向人群为老年人，尤其是子女由于工作等原因常年不能陪在父母身边，他们担心老人的身体以及生命健康又无能为力。据统计中国每年由于突发各种疾病抢救不及时死亡的老年人不在少数，他们的子女甚至在其死亡多时才会知道，无疑会后悔一辈子，所以我们针对这一现状，开发了这一款可以和父母手表相对接的贴心管家，无疑解决了子女的这一痛点，子女以一个普通手表的价格就可以得到安心，这绝对会有一个非常广阔的前景

我公司旨在不断完善与智能手表相配套的移动互联网软件APP-贴心管家,并不断进行维护与拓展，随着我们市场调研的深入，我公司对智能手表+贴心管家未来发展前景做了如下的预计统计：

未来五年内产品价格与佩戴人数预计统计图



## 4.3竞争分析

没有竞争就没有市场，目前，已经有许多智能手环，手表相继问世，如三星的智能运动手表，华为的睡眠运动检测手表，以及苹果的iwatch等，大多都是以运动，监测睡眠质量为主。与之相比较，我公司另辟心经，开发出可与智能手表相对接的软件-贴心管家，且手表的佩戴主要针对老年人，在这一应用领域还是一个未经开拓的市场，这也是我们团队设计的优势。



# 5、产品介绍

## 5.1产品针对人群

与我们公司生产的APP-贴心管家相合作的公司其生产的智能手表主要面向人群为老年人，尤其是子女由于工作等原因常年不能陪在父母身边，他们担心老人的身体以及生命健康而又无能为力。

我公司主要的客户群是独居老人的子女，目前，我国老龄人口正以每年 3.28% 的速度增长，约为总人口增长率的 5 倍，2030年我国老龄人口将近 4 亿。老人的数量也会相应的增多，所以这将是一个庞大的市场。子女可通过线上淘宝，京东等方式购买和线下实体店购买智能手表 + 贴心管家，并通过扫描手表上的二维码下载贴心管家APP。

## 5.2产品性能

我们的手机APP-贴心管家通过与可监测老人血压与脉搏的手表结合，子女可通过贴心管家接收老人血压与脉搏的变化，可第一时间知晓老人的生命状况。我们的贴心管家有很多的贴心功能，解决了子女不能在老人身边照顾老人的现状。

软件功能如下：（顾客在贴心管家所提供的一些功能中可查阅到我们所提供的各商家的历史简介、服务理念、收费情况等，同时也可看到其在消费者口碑中的好评率，子女可通过权衡比较为老人购买放心商品）

1.危险预警：当老人血压或脉搏出现异常状况时，智能手表将数据传至贴心管家，贴心管家随之发出报警信号，子女可第一时间联系老人，如有意外迅速联系医院。

2.找陪护：贴心管家录入全国各陪护中心电话号码，子女根据老人所在地搜索其周围的可信赖的陪护中心上门为老人服务，子女也可定期为行动不便的老人预约陪护，换另一种方式照顾老人。

3.团体检：我们计划与各体检中心或医院取得合作，子女可通过贴心管家定期为老人预约体检，关心老人的健康状况，并可实现在线支付。

4.免挂号：贴心管家可提供全国各个医院的医院挂号服务，当子女认为父母需要去医院检查时可为他们预约挂号，省去老人腿脚不便还要排队挂号看病的困难。

5.上门问诊：贴心管家中含有覆盖全国省市社区医院的准确电话号码，当贴心管家接收到的信息指标异常时，由于子女不在身边，便可打电话联系社区医院请求上门为老人检查，若情况严重可直接送往医院。

6.送药上门：贴心管家中含有覆盖全国各省市正规药店的电话号码，子女可为老人在附近的药店买药，并可和药店沟通上门送货。

7.新鲜果蔬：贴心管家中含有覆盖全国各省市社区附近大型水果、蔬菜店的服务信息，子女可与之协定定期为老人购买果蔬，并可实现网上支付及送货上门。

8.速递超市：贴心管家中覆盖全国各省市社区超市的联系方式，子女可为行动不便的老人购买日常生活所需品并要求送货上门。

9.常见病预防小常识：贴心管家中包含许多疾病预防小常识，主要是老年人常见疾病，每日有更新，子女可通过贴心管家了解预防措施及注意事项，督促老人。

10.服务反馈：用户可将对贴心管家 + 智能手表的使用意见和建议写到这里，我们将对用户的反馈认真处理，逐步丰富完善软件功能。

## 6、商业模式

### 6.1价值定位

我们的远程监控贴心管家的主要功能就是监测父母的血压和脉搏从而做到有备无患，子女可通过贴心管家知晓老人的血压和脉搏情况，掌握老人的身体以及生命健康，出现问题第一时间进行救治。为在外工作子女的父母解决了无人陪护和因健康问题无法照料的问题。我们的贴心管家主要面向普通百姓，让每一位在外工作的子女都有能力购买使用贴心管家+智能手表，我们本着低价，优质，高效的服务理念，服务社会。

随着生活快节奏的不断提升，顾客不再只是寻找产品，而是寻找解决方案，对方便完整的解决方案的需求变得更加强烈。如当当网的出现，打破了人们购书上书店的传统习惯。顾客在家上网购书不但可以享受打折优惠，还可以送书上门。当当网的网上卖场，尽管没有现场选购的方便，但解决了相当一部分顾客出门购书耗时的问题，为顾客带来了轻松、便捷的消费体验。我们的APP服务软件—贴心管家，突破了地域对孝顺父母的限制，无论距离远近子女都可以随时了解父母的身体状况，出现问题第一时间知晓，进行紧急处理，除此贴心管家还可随时随地为父母生活增添温暖，为父母安排定期体检，新鲜果蔬及时送货上门等贴心服务尽在掌上。

### 6.2目标市场

以一个中等消费水平的城市作为试点，成功后复制模式，中心城市和中小城市可逐步突破并推广。

目标人群：

贴心管家+智能手表的主要针对人群为在外工作子女及其年迈父母，也可以是年幼留守在家的儿女和他们的父母。

我公司生产的软件—贴心管家面向的主要消费人群是在外工作不能照顾自己父母的子女，目前，我国老龄人口正以每年3.28%的速度增长，约为总人口增长率的5倍，2030年我国老龄人口将近4亿。同时也意味着我国独居老人的数量也会随之上涨。而贴心管家+智能手表的市场占有率仅1%，此开发前景将十分广阔，这也将是一个庞大的市场。子女可通过线上淘宝、京东等网店购买和线下实体店购买贴心管家+智能手表，通过扫描智能手表上的二维码下载贴心管家APP从而实现贴心管家和智能手表的完美结合。

### 6.3收入模式

1.基本收入模式：和负责生产智能手表的公司商达成协议，持有他们10%的股份。每年获取一定的贴心管家软件红利费用并随销售情况随之做出调整。

2.营业外收入模式：适当收取与我公司软件合作的药店，水果店，超市等商家的广告费用以及后续在贴心管家上刊登广告的商家。不断收集老年人用户血压和脉搏数据，后期进行大数据分析开发与开发。

### 6.4销售与营销模式

在社区和人流较大的公共场所进行宣传推广，通过发布广告和展台等模式进行大规模的宣传，使贴心管家+智能手表的优势深入人心，品牌形象逐步树立。可先在某些固定城市免费体验100个贴心管家+智能手表获得好评利于推广和销售，对于优先购买的消费者给予一定的奖励和优惠，带动消费者的购买热潮，同时线上和线下配合销售。

## 6.5 市场大小，增长情况及份额

### 六十岁以上人口逐年增加预测表



据有效数据统计，2015年我国60岁以上人口约有2.25亿，至2030年60岁以上人口将达到约4亿，到2050年甚至增长至4.23亿，由此可见单身老人的数量也不可忽视，所以这将是一个极其广阔的市场。我公司预计将持有8%-10%的市场占有率，将会有十分广阔的前景。



# 7.营销策略

## 7.1产品策略

用智能产品可靠地性能吸引在外工作子女为独居在家的老人购买，以城乡带动城市的购买热潮，以广阔的应用空间与前景吸引大批的消费者。我公司开发的软件-贴心管家不仅能与智能手表结合，同时还降低了如今还未在人群中广泛推广使用的智能手表的价格，突破传统智能手表，手环的功能，实现了与智能手机相链接的远程操控优势，可让身在千里之外的子女随时随地为老人的健康与生活贡献一份孝心。

我们的贴心管家-APP提供免费下载，终身服务，同时对顾客的反馈意见及时处理并选择性的采纳，软件完全无恶意收费乱扣费现象，无不良广告。

## 7.2价格策略

我们以高品质，低价格，高潜在利润空间为原则，打破了传统智能手环，手表的高价垄断，制订了符合各种经济收入层次子女购买力以内的售卖价格，让贴心管家+智能手表不是奢侈品，而是融入我们生活的好帮手。软件内的各种服务功能所提供的商家的信息均是我们精心衡量的符合大众消费水平的商家。

## 7.3渠道策略

实体店销售贴心管家+智能手表——对进店购买的顾客进行贴心管家+智能手表一对一耐心讲解，保证顾客全方位无死角的了解我们的品牌。同时还有完善的售后服务平台，让顾客放心、安心同时，贴心管家内无任何恶意扣费以及索费项目，保证优质便捷。

网上购买模式——顾客可在淘宝、天猫、京东等网上销售平台购买贴心管家+智能手表，包装内会有简而易懂的使用方式方便顾客的使用，智能手表上有贴心管家的二维码，扫一扫即可。

软件地面推广模式——地面推广，在客流量大的商场或者学校人工宣传贴心管家+智能手表的实用性以及给使用者带来的便捷、舒心。前期投入大量的广告进行宣传让大众了解我们的贴心管家+智能手表的服务理念和以及为圆广大不能在父母身边尽孝心的子女报恩梦的决心和勇气。

## 7.4人员策略

我们团队的基本理念：**A.精诚专业B不断完善C为人服务**

1. 业务团队实行垂直联系，保持高效沟通，对问题快速做出反应。
2. 内部人员的报告制度和销售奖励制度。
3. 以专业服务的精神来销售我们的贴心管家+智能手表。价值=价格+技术支持+服务+品牌。

# 8、财务分析

## 8.1 资金来源

来源	金额
金融机构的信贷支持	5万元
学校资助	1万元
团队创业贷款	20万元
智能手表公司前期资助	10万元

我公司预计前期来源资金共计36万元人民币，投入广告费用、前期宣传费用、员工费用等一些必要开支后所剩余资金的大部分用于软件完善与开发。在初期市场前景不可预期的情况下，先按销售量提成，即每销售一款贴心管家+智能手表提成10元，销售市场稳定后可控智能手表厂家的股份10%，按智能手表+贴心管家的销售量进行分红。

## 8.2 公司损益表

我公司对贴心管家+智能手表的收益情况制作出了预期的损益表，如下：

损益表(预计6个月)		
编制单位：		
项目	本期金额(元)	上期金额（元）
一、主营业务收入	594,000.00	-
减：营业成本	500,000.00	-
营业税金及附加	6,204.00	-
管理费用合计	84,050.00	
—广告费	5,000.00	
—软件维护费	5,000.00	
—水电费	18,250.00	
—场地费	8,000.00	
—招待费	10,800.00	
—财务费用	1,000.00	-
--工资及附加	36,000.00	
二、营业利润	3,746.00	
加：营业外收入	100,000.00	
减：营业外支出		
三、利润总额	103,746.00	
减：所得税费用		
四、净利润	103,746.00	

(注：由于创业初期为了开拓市场，提高知名度，我们每个城市免费体验100个贴心管家+智能手表会对我们初期的盈利产生一

# 9、管理体系

## 9.1 公司性质

有限责任公司

## 9.2 部门职责

· 董事会：由公司的大股东组成，属于决策层，负责制定公司的总体发展战略，决定总经理的人选。

· 行政部：负责公司的日常经营事务，对董事会负责，决定副总经理和部门经理的人选，协调各部门之间关系。

· 销售部：拓宽市场认知度，使品牌深入人心。负责公司总体的营销活动，决定公司的营销策略和措施，并对营销工作进行评估和监控，包括市场研究、广告、公共关系、销售计划、用户服务等，配合手表厂商销售。

· 项目部：负责生产、技术开发、生产计划、市场调研，处理与软件有关的技术问题。领导研究所进行软件新功能的研究与开发，拓宽市场认知度，使品牌形象深入人心。

· 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、预算、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，每个财政年度末向总经理汇报本年财务情况并规划下年财务工作。

## 9.3 奖惩机制

- 一、实行效益工资，从而激励同一级别的员工努力工作，以得到高档次的工资，有些企业在物质激励中为了避免矛盾实行不偏不倚的原则，极大的抹杀了员工的积极性，因为企业平均主义的分配方法非常不利于培养员工的工作积极性，平均等于无极力。
- 二、员工的薪金水平要高于或大致相当于同行业平均水平，没有竞争力的薪金是很难留住人才的。
- 三、制定改革创新奖政策，对合理化建议和技术革新者提供相应的奖励，从而激励员工的工作积极性和创造性，也有利于企业在管理和生产上的改进和发展。
- 四、采取员工持股形式，使员工的个人利益与企业的兴衰联系在一起，从而激励员工发挥创造性和主动性，提高劳动生产率，增加企业利润，真正实现个人与企业的共同发展。随着公司逐步壮大，公司奖惩机制逐步完善，包括五险一金，出国学习，住房补贴等，对踏实肯干的员工有明确的晋升机制，确保每一位员工都能得到公平竞争的机会和展示自己的平台。年末给予对本公司软件-贴心管家有重大贡献的员工年终奖。
- 五、培训激励，公司对员工不能“只使用，不培训”，“只管理，不开发”。没有以企业为主导的培训与开发，将使人才的知识迅速老化，智力储备很快枯竭。当人才从优秀走向平庸的同时，企业也就丧失了发展的后劲，最终无法摆脱被市场淘汰的命运。因此，我们公司重视对员工的培训，充分了解员工的个人需求和职业发展意愿，为其提供适合其发展的上升道路，使员工的个人发展与企业的可持续发展得到最佳组合，使员工有动力为企业尽心尽力的贡献自己的力量，与组织结成长期合作、荣辱与共的伙伴关系。

# 10、风险分析

## 10.1 软件开发行业风险分析

### 1. 软件开发项目的风险背景

信息产业的发展是目前发展最快的行业之一，也是对社会影响最大的一个行业，它不但为我们创造了巨大的财富，而且从各个方面改变着我们的生活，大到一个行业，小到一项服务。我们不得不承认软件是二十一世纪最不可思议的产品。

伴随着软件开发技术的不断更新、软件数量的增多、软件复杂程度不断加大、客户对产品的要求也在不断的提高，随之而来的是软件开发项目给软件开发企业和需求企业带来的巨大风险。软件开发项目的成功与否会直接影响到公司的生存。这对软件开发企业来讲应该是更大的难题。

一方面是业务需求更加复杂。人们对软件质量和用途的期望大幅度提高，对业务系统的要求也越来越挑剔。另一方面是开发成本不断缩减。在此形势下，风险管理与控制已成为软件开发项目成败的关键。

软件开发项目由于其具有连续性、复杂性、少参照性，无标准规范等特点，其风险程度较高。目前国内的大多数软件开发企业还缺乏对软件开发项目的风险认识，缺少进行系统、有效的度量和评价的手段。据有调查数据显示，有15—35%的软件项目中途被取消，剩下的项目不是超期就是超出预算或是无法达到预期目标。另外，软件项目因风险控制和管理原因失败的约占90%，可见，软件风险控制与管理在目前的软件开发项目中的重要性。

## 10.2 软件开发项目的风险来源及对项目成败的影响

软件开发项目风险是指在软件生命周期中所遇到的所有的预算、进度和控制等各方面的的问题，以及由这些问题而产生的对软件项目的风险。软件项目风险经常会涉及许多方面，如：缺乏用户的参与，缺少高级管理层的支持，含糊的要求，没有计划和管理等，总体概括下来应该有五大方面。

### 1. 产品规模风险

项目的风险是与产品的规模成正比的。与软件规模相关的常见风险因素有：

- (1)估算产品规模的方法(包括：代码行，文件数，功能点等)；
- (2)产品规模估算的信任度；
- (3)产品规模与以前产品规模平均值的偏差；
- (4)产品的用户数；
- (5)产品的需求变更多少等。一般规律，产品规模越大，以上的问题就越突出，尤其是估算产品规模的方法，复用软件的多少，需求变化。

### 2. 需求风险

很多项目在确定需求时都面临着一些不确定性。当在项目早期容忍了这些不确定性，并且在项目进展过程当中得不到解决，这些问题就会对项目的成功造成很大威胁。如果不控制与需求相关的风险因素，那么就很有可能产生错误的产品或者拙劣地建造预期的产品。每一种情况对产品来讲都可能致命的。

### 3. 相关性风险

多风险都是因为项目的外部环境或因素的相关性产生的。经常我们在控制外部的相关性上做的不够，因此缓解策略应该包括可能性计划，以便从第二资源或协同工作资源中取得必要的组成部分，并且觉察潜在的问题。



#### 4. 技术风险

软件技术的飞速发展和经验丰富员工的缺乏，意味着项目团队可能会因为技巧的原因影响项目的成功。在早期，识别风险从而采取合适的预防措施是解决风险领域问题的关键，比如：培训、聘请顾问以及为项目团队招聘合适的人才等。

#### 5. 安全风险

软件产品本身是属于创造性的产品，产品本身的核心技术保密非常重要。但一直以来，我们在软件这方面的安全意识比较淡薄，对软件产品的开发主要注重技术本身，而忽略了专利的保护。软件行业的技术人员流动是很普遍的现象，随着技术人员的流失、变更，很能会导致产品和新技术的泄密，致使软件产品被它公司窃取，导致项目失败。而且在软件方面关于知识产权的认定目前还没有明确的一个行业规范，这也是我们软件项目潜在的风险。