

商业计划书

识代运筹 商业计划书

Author: 李哲君

Last Updated: September 14, 2012

目录

执行概要3

公司基本情况4

 企业基本情况4

 识代运筹简介4

公司发展战略和产品介绍5

 公司发展战略5

 产品/服务介绍 -短期目标 (2012.06 - 2012.12)6

 产品/服务介绍 -中长期目标 (2013.01 - 2014).....6

 产品的关键技术和核心系统6

 与国内外同类先进技术、产品的技术比较.....7

行业及市场8

营销策略9

融资和合作计划10

财务预测11

风险控制和退出策略13

 识代运筹的发展结果和投资人退出策略13

执行概要

陕西识代运筹信息科技有限公司（简称：识代运筹）是一家专门致力于社交网络文本和消费者特征分析的高科技公司。

法定代表人、总经理李哲君，现年 32 岁，澳大利亚墨尔本大学、皇家理工大学双硕士，多年在澳洲顶尖商务智能和数据挖掘公司任重要职位。2010 年回国创业，开始研发“基于社交网络的企业品牌营销及商务分析平台”，并以此项目为核心筹建了识代运筹。

识代运筹致力于对基于社交网络的品牌口碑和用户特征进行精准分析，为国内外企业和机构提供最具价值的分析结果和决策支持，最终成为国内最大的口碑服务商。识代运筹致力于解决机器算法与商业价值中间衔接的重要一环。

识代运筹计划根据融资额度，迅速开展对 5-10 个主流消费品行业的社交网络口碑进行全面收集、清洁、语义分类和消费者分类，最终搭建基于多个垂直行业的口碑数据仓库。为各大公关公司，市场分析公司和行业企业和媒体提供全新维度的决策支持。

关于识代运筹的详细介绍和样本报告，可以参见 <http://www.nowledgedata.com.cn> 获得更多信息。



公司基本情况

企业基本情况

企业名称：陕西识代运筹信息科技有限公司

成立时间：2011 年 3 月 4 日

注册地区：西安市高新技术产业开发区高新一路创新大厦 N602 室

注册资本：人民币 300 万元

实际注入资本：人民币 122 万元

企业性质：股份制有限责任公司

股本结构：李哲君持全额股份占比 100%。

主营业务：应用软件及数据库的研发、生产、销售、咨询与技术服务等。

识代运筹简介

我们深谙高端行业客户需求，深入了解行业客户对其潜在客户挖掘与产品定向营销的要求，应用公司自主研发的“Knowledge Social（速识）”协助客户优化和完善市场营销体系建设，提升客户商务决策的准确度，提升客户行业竞争优势，降低客户营销成本。

识代运筹的客户遍及海内外，包括戴尔中国有限公司、蓝色光标等。

市场合作方面，识代运筹已经于国内外多家市场和咨询公司建立良好关系，下一步将开展一系列针对企业的社交网络口碑分析业务的紧密合作。这些公司报告传统公关公司：蓝色光标，日本电通等；也包括新型社交网络营销公司，包括时趣互动，圣博云峰，威汉营销等。

关于识代运筹的详细介绍和样本报告，可以访问 <http://www.nowledgedata.com.cn> 获得更多信息。

识代团队

核心团队 (6 人，其中管理和架构岗位均为 30 岁左右)

卫华飞：项目经理，高级信息系统项目管理师认证，多年项目管理经验，稳重，有条理，与较激进的李哲君形成管理互补；

王维娜：WEB 端架构师和技术负责人，多年 WEB 端架构经验；

李勇：数据库端架构师，Oracle DBA 认证，5 年 DBA 经历，优秀的数据库优化和管理经验；

杨焱，赵平西：新一代 no-SQL 和 Lucene+hadoop 达人，90 后的激情和学习能力让这两位成为识代运筹搜索引擎和规则库系统的中坚力量；

张亚平：数据库和数据模型管理人，识代运筹业务逻辑和数据仓库的整体管理人，是识代运筹成立前第一位进入的员工，对识代系统有着深厚的了解和把握

分析、市场和财务管理

尹丹：多年市场拓展经验，与公关公司和市场公司有良好的网络关系；

王哲峰：分析师管理人，有多年分析和报告经验。全面负责行业口碑建模和执行工作。

苏媛：澳大利亚注册会计师(CPA)，有多年财务管理经验，目前负责识代运筹的财务运行、成本控制和行政流程管理

公司发展战略和产品介绍

公司发展战略

识代运筹致力于用理性量化的科学分析结果来解释、阐述并预测社交网络上与品牌相关的口碑和活动，从而帮助企业进行精准品牌分析和营销策略制定。我们帮助企业回答三个问题：**谁在说，说什么和怎么样。**

公司整体目标

识代运筹致力于实现两个目标：

1. 建立最完整、最有竞争力的中文社交网络品牌口碑精准分析平台；
2. 为品牌的社交网络口碑营销提供高效精准的营销平台工具

战略资源整合



在投资方的少量资金注入情况下，识代运筹可以依靠目前已经或正在建立的战略资源支持，构建稳固和高扩展性高规模化的社交网络数据和口碑分析中心。

市场资源和市场策略



目前正在与日本电通，蓝色光标等 4A 公关公司洽谈合作事宜。

产品/服务介绍 -短期目标 (2012.08 – 2012.12)

垂直领域的社交口碑精准提供商

我们在下半年致力于开发 5-10 个主流行业，对主流品牌进行全面监听、分类和分析。并为他们提供“识代众言(Nowledge Social WOM)”解决方案。以最快速度占领行业市场。计划将实现月口碑处理能力 300 万条和涵盖品牌 50-100 个。

目前备选的行业有：经济性连锁酒店品牌，高端酒店和度假村，电子商务品牌，影视口碑，银行，电信运营商和汽车行业等。

此阶段开始构建品牌口碑数据仓库。

识代众言 (Nowledge Social WOM)

识代运筹自主研发和创建的，针对品牌在社交网络口碑的全面监听、分类和分析的解决方案。我们为品牌提供一揽子服务，致力于让品牌获知其在社交网络上的提及和评价。具体产品和服务包括在线分析平台、口碑报告和专题分析报告等。为改善产品和服务、增加销售机会和调整市场策略提供精准支持。目前正在最后阶段的开发。

用户特征分析和聚类服务

对社交网络用户使用三种以上的分析模型进行特征和行为分析和聚类，为企业解答热点用户和粉丝的属性和潜在客户的特征，并为企业构建社交网络客户关系数据库。目前戴尔中国已成为第一批签约客户。

产品/服务介绍 -中长期目标 (2013.01 – 2014)

行业社交口碑数据仓库和“识代指数”

与专业媒体合作，建立庞大丰富的基于特定行业的品牌口碑数据仓库，与各大媒体合作并发布行业口碑指数 (识代指数)。为企业提供行业分析报告，扩展知名度并建立行业标准。巩固社交口碑分析的主导地位。

扩展海外市场

为对在海外上市的中国企业感兴趣的国内外金融和 market 分析咨询公司提供高端口碑分析服务，建立口碑情感分析模型，尝试建立对企业营收的预测模型。

口碑营销平台 - 蒲公英

蒲公英是由李哲君提出的对社交网络营销具有深刻理解的口碑营销平台，目前第一版本已经开发完毕并通过新浪和腾讯微博的审核。识代运筹将继续蒲公英系统的研发，并与多家品牌合作，构建基于社交网络口碑营销的良性品牌生态系统。目前戴尔中国已经签约并计划开展正式合作。

产品的关键技术和核心系统

自主研发系统

速识 (Nowledge Social)

由识代运筹自主研发的帮助企业对社交网络相关数据进行聚合、实时推送和实时交互的社交网络品牌管理平台。目前的客户有戴尔中国、厦门航空等。其中包括 CRM，24 小时和分析师等产品模块。已经获得软件著作权证书。

识代规则库引擎(NDCLS)

对文本数据进行规则识别和话题分类的自助式规则引擎。吸取了大量国内外先进的理念，包括 IBM 的 Quality Stage，Informatica 等系统的数据清洁和匹配技术，采用六步流程和机器学习等技术。基于 Oracle + Lucene + Solr + J2EE 技术，已经获得软件著作权。

分布式数据抓取和规则化引擎(JISE - Java Information Structuring Engine)

致力于采用分布式的架构对社交网络尤其是微博数据进行大面积抓取和规则化。基于 Oracle + J2EE，已经获得软件著作权。

协作式话题和情感识别系统

由识代运筹自主研发的严谨高效的微博内容分类和处理协作系统。我们采用分布式移动应用，召集大量经过培训的兼职和专职人员，对有分析意义的微博数据进行协作式分类处理和审核。目前该系统已经基本开发完毕，年底前计划实现每月处理口碑微博数据 **100 万** 条的规模。

与国内外同类先进技术、产品的技术比较

社交网络的口碑分析，因为其短小的文本以及社交网络身份所带来的详细的行为轨迹，让品牌口碑分析变得更加真实和有分析价值。目前国内外的绝大多数企业试图使用算法和程序对中文语言进行话题和态度分类。但是很难保证精准度。在很大程度上，这种分析仅仅只能作为对大趋势和宏观特征的一种粗略了解，而无法成为对企业有实际价值的精准分析。

另一方面，由于缺乏对社交用户的整体特征和行为进行细致归类的技术，大多数市场分析和社交分析公司仍停留在对简单的量化指标进行数据展示的阶段，分析报告基本围绕着粉丝数、转发数等维度开展。如何为企业提供更深层次的营销问题解答，已成为阻碍社交网络营销行业发展的最大难题之一。

识代运筹致力于解决机器算法与商业价值中间衔接的重要一环。一方面，识代运筹采用自主研发的规则库和机器学习系统，对大量已知和可以推测的数据进行机器分析和归类；另一方面，使用经过良好培训的处理人员对感兴趣会话进行人工处理和审核。识代运筹利用独特的机器学习流程和西安低成本和大量高素质人力资源的优势，力求创建国内甚至国际领先的语义分类系统。

行业及市场

国外的市场情况

由于社交网络信息传播的短小和平等性，人们随手编写心情感受体会并分享已经成为一种趋势。而国外的各大公司均已看到其中蕴藏着的巨大价值：人们对商品、产品和品牌的认知和态度，以及由此产生的对其和被其社交群体所影响的能力。基于社交网络的营销，市场分析等新的商业模式在 2009 年开始逐渐兴起，国外的几家市场公司例如 Radian6 Technologies 均建立了自己的分析平台。财富 100 中的几乎所有公司都专门设立了社交网络团队进行企业的品牌营销和市场营销。

在国外的行业竞争对手中，最具有代表性的是美国的 Radian6 Technologies，其客户已涉及财富 100 强企业中的一半，实力非常雄厚。但由于中英文的语义差别所构成的技术壁垒，使其在未来三年内，没有进行中文支持和大规模销售的可能性。这给识代运筹在中国市场极好的发展空间和时间。Radian6 已经于 2011 年中被 Salesforce.com 以 3.4 亿美元左右的价格收购。

国内的市场情况

国内的所有 B2C 企业都面临着如何去建立、维持和扩大品牌口碑和影响力的难题，当前成本最低效果最好的途径是通过社交网络进行品牌知名度的传播。而如何去全面地分析品牌在社交网络这片蓝海中的整体形象，以及如何去改善它，是企业当前所面临的巨大难题。据估算，一个涵盖 5-10 个一线品牌的垂直行业，包含企业本身以及相关的媒体公司和分析公司，对社交网络口碑的需求量巨大，可产生的价值在 200 - 500 万人民币每年。

国内的主流口碑检测和分析机构 CIC (seeisee)，公司规模上千人，在非微博和社交网络外的互联网媒体上颇有造诣，为多家知名企业提供口碑分析服务。但是面对庞大的微博数据，CIC 缺乏有效的处理流程和良好的成本控制体系，且不具备高端的社交网络分析和关系分析方面的技术能力。识代运筹具有上述两个关键方面的优势，因此在社交网络爆炸式增长的时代，具有非常好的竞争力。

CIC 已于 2012 年 4 月被全球知名广告集团 WPP 收购，日后的经营方向会偏向为 WPP 旗下的公司提供专业服务。

未来二年市场销售预测

2012 年，识代运筹在顺利抢占社交品牌口碑市场的前提下，占据 3-5 个垂直行业主流客户后的预测收入在 150 - 300 万间。

2013 年，在占领多个行业及一线品牌并发布行业报告的情况下，预计收入可以达到 500 - 1000 万间。

识代运筹构建的跨行业和跨媒体的口碑和消费者数据库真正的价值将随着所积累的口碑量、长度、广度和深度的增长而不断提高，其所包含的技术和知识门槛也将不断提高。

营销策略

识代运筹采取的营销策略为，与各大公关公司和市场营销公司建立合作关系，扩大国内外市场占有率和知名度。

建立北京和上海商务办事处

目前识代运筹已经在 2012 年 5 月在北京派驻了专门的商务代表，在市场开发和客户关系建立方面颇有建树。我们计划在 2012 年底前在上海也派驻商务代表，为市场推广和合作伙伴洽谈提供平台。短短的一个月时间，北京的商务洽谈已经取得显著进展，与多家 4A 的国际公关公司建立良好关系，与联想、惠普等 PC 品牌已经开展商务洽谈的工作。

与一线公关和市场公司战略合作

目前已经在与蓝色光标、日本电通等 4A 级公关公司进行业务洽谈，利用识代运筹的技术和成本优势，建立良好的合作关系，并提供一系列专业服务。

与新型主流社交网络营销公司合作

目前已经在与包括圣博云峰、时趣互动和威汉营销等多家行业领先的社交网络营销专业公司进行业务洽谈，利用这些公司优质的客户资源（可口可乐、宝马等），合作提供更加高端和深度的营销分析和市场分析服务。

国外的高端金融和投资分析和咨询公司

利用李哲君的海外咨询行业的网络，逐步打入金融分析和咨询公司，为专门分析中国在海外上市公司的社交口碑提供精准分析和量化数据，让这些公司更好地进行营收和股票预测。目前已经与澳大利亚的社交分析商 6Dgree 等公司达成合作意向。

融资和合作计划

融资计划

目前识代运筹根据现有的知识产权和优质客户资源，以及先进的商务分析和营销经验，提出以下融资计划。

识代运筹愿意为投资人出让 30% 的股份，并希望投资人增资人民币 **500 万元**，作为对公司 **2012-2014** 年度迅速扩张和抢占市场的资金支持。

投入资金将决定初期开展的行业数目。每个行业根据所跟踪的品牌和口碑规模，其所需的行业分析和处理审核的成本在每年 20 - 50 万人民币之间。

股份结构变更

识代运筹将预留出 19% 的团队期权池，创始人李哲君保持 51%。

19% 的期权池将用于对现有和今后所招募的管理人员以及技术带头人进行期权激励。

财务预测

识代运筹于 2012 年 5 月正式开展市场推广和营销，时间较短，因此当前正处于市场拓展的初级阶段，可以预计营收会在 2013 年有突破性增长。

当前整体财务状况

截至 2012 年 5 月 30 日，识代运筹实收资本资金 1221000 元人民币。截止目前为止，营业收入达 602000 元，专项基金应收入 300000 元，已收 210000 元，累计收入达 812000。

公司现有人员共达 20 人，其中研发和分析人员达 16 人，职能与管理人员达 4 人。4 月份人工成本达 76483.57 元，管理费用达 14697.6 元，商务活动费用达 53750 元。截止目前为止，累计人工成本达 711636.42 元，管理费用达 375160.65 元，商务活动费用达 211326 元，固定资产达 99815 元。

经济效益估算

根据以上内容预测的销售收入、增值税及销售税金及附加：

1. 销售税金及附加 5.58%
2. 企业所得税率 27%。
3. 此处不考虑识代运筹双软认证所获得的税收减免。

根据以上数据预测的项目产品损益表，详见下表：

单位：万元

序号	项目名称	2012 年	2013 年	2014 年
1	销售收入	200	800	2000
2	总成本费用	180	250	500
3	销售税金及附加	11.2	44.6	111.6
4	利润总额	8.8	505.4	1388.4
5	所得税	2.4	136.5	374.9
6	净利润	6.4	368.9	1013.532

2013 年资金支出流向

为扩充生产资源，识代运筹会合理充分使用注入资金，扩大团队和固定资产。目前计划的资金流向为：

cat.	breakdown	unit	cost 2013	comments
Cost estimation 2013				
salary & social benefit				
	R&D	12	720,000	including super
	oper & test	8	288,000	24 小时值守，数据补全等
	analyst & assistant	12	600,000	
	BPO admin	4	160,000	数据审核，兼职管理，质量管控

admin & manage 20%	5	353,600	总经理，技术总监，总经理助理，行政，人事，财务。占总研发和运维成本的 20%。
total	41	2,121,600	
operation & infrustrature			
rent & maintenance	3	400,000	包含水电，房租等. 涵盖 西安办公场地，北京和上海的办事处
server & bandwith	12	360,000	服务器集群托管，IP 独享和机柜租赁费用。大约占总成本的 7%
data collection cost	1	360,000	JISE 抓取平台，抓取平台 IP 资源使用费用。
Relation cost	1	100,000	包含创业园领导、外专局、税务、工商领导和对口专管员的关系费用，项目申报等方面的活动费用。
office hardware	1	200,000	包括本地开发，测试和文件 OA 服务器，核心员工的开发平台升级，幻灯机等办公和电脑硬件。
other running cost	1	100,000	打印耗材，办公用品，宣传册设计制作，幻灯机租用等。
total		1,520,000	
marketing & sales			
travel cost	6	200,000	包括住宿，旅行和差补等。2 个 BD,销售和售前
customer relation cost	1	100,000	包括了商务宴请，礼品等。预支给 BD 和销售
BD & sales salary	6	500,000	BD 12 - 18 万， sales 低薪 6 万，常驻北京
total		800,000	
other			
cash flow	1	400,000	为风险起见预留的 buffer，大约为整体 cost 的 10%
Grand Cost Total 2013		4,841,600	

风险控制和退出策略

根据我们的调查和研究，当前社交网络品牌口碑分析尚没有专业的服务和产品，识代运筹尽快抢占市场，将可以迅速建立技术和数据保障，从而形成排他性的行业壁垒，降低竞争风险。

行业风险： 依托先进的国外商务分析经验和优良的人力资源和成本控制，在西安建立技术和成本壁垒，依托与大型公司的合作，建立市场壁垒。可以预见到，行业竞争的风险相对较小。

销售风险： 销售的风险主要存在于市场对社交网络品牌口碑价值的认知。目前我们已经与戴尔中国签订服务合同，当前戴尔中国的营收约为 64 万每年，并仍在逐渐上升。销售目标上，我们计划首先抢占有品牌营销意识的跨国企业和知名品牌。因此，这方面也可以验证，是存在广阔市场的。

识代运筹的发展结果和投资人退出策略

由于识代运筹致力于解决机器算法与商业价值中间衔接的重要一环，所以其最终发展结果为与大公司或集团建立长期深入的合作关系，甚至被收购。

被传媒集团收购

主要目标为与 WPP 竞争的全球其他市场集团，包括 Omniture, 阳狮集团和日本电通等。成为其整体业务的其中一个组成部分。收购预期估值为 3000 万美元以上。投资人可以在此时选择退出或共同发展。

与市场 and 公关公司战略合作

成为某个大型市场公关公司的战略合作方，通过股份置换形成合作，利用西安的成本和资源优势成为基础，并提供专职服务。目前例如蓝色光标等公关公司有此需求。投资人可以选择在此时选择退出或者共同发展。