

心易网络有限责任公司

团 队 MAKE MONEY

团队成员 蒲誉 江冬 覃翔宇 万玲玲

陶修艺 唐杨 孙靖 张丽萍

队 长 蒲誉

指导老师 黄春艾

完成时期 2010 年 4 月 28 日

一、方案概要	3
1.1 创业背景	3
1.2 公司介绍	3
1.3 产品和服务	3
1.4 市场营销	4
1.5 竞争优势	4
1.6 财务分析	4
1.7 风险分析	4
二、公司介绍	5
2.1 公司简介	5
2.1.1 公司名称	5
2.1.2 公司宗旨	5
2.1.3 公司定位	5
2.1.4 公司经营理念	5
2.2 产品概述	5
2.3 网站页面	6
2.4 公司战略	7
2.4.1 战略目标	7
2.4.2 战略规划	8
2.4.3 公司战略延伸	8
2.4.4 战略成功的根本因素	8
2.4.5 公司远景展望	9
2.4.6 战略核心	9
三、产品与服务	9
3.1 产品优势	9
3.2 技术合作	9
3.3 货物安全，质量问题的确保	9
3.4 网站流程	10
3.5 服务模式	12
3.6 服务存在的状况以及解决措施	12
四、市场分析	12
4.1 宏观环境分析	12
4.2 目标市场分析	13
4.3 行业分析	14
4.4 竞争对手分析	14
4.5 环境分析	15
五、营销策略	21
5.1 我们的品牌营销	21
5.2 定区域的四步营销	21
5.2.1 划分区域市场，确定策略目标	21
5.2.2 目标内部分解，指标责任到人	21
5.2.3 定位竞争对手，制定攻守方略	22

5.2.4 细化客户管理，夯实市场基础	24
5.3 宣传及广告促销	25
5.4 网络合作	25
六、人力资源	26
6.1 公司组织结构	26
6.2 岗位职能分析	27
6.3 定员计划	28
6.4 人员招聘	29
6.5 评估考核	30
6.6 员工激励	30
七、财务分析	31
7.1 融资规模及资本结构	31
7.1.1 企业资本金来源	31
7.1.2 投资结构	32
7.2 投资净现值	37
八、风险分析	38
8.1 投资风险	38
8.2 管理风险	38
8.3 竞争风险	38
8.4 市场风险	38
九、附件	40
9.1 附录一	40
9.2 附录二	42
9.3 附录三	45
9.4 附录四	45

一、方案概要

1.1 创业背景

心易网络互换空间的创建基于对当代社会生活的一些考察。在这样一个科技日新月异的二十一世纪，人们生活水平也在日益提高，消费也自然而然的成了生活中的一大主要元素。心易网站的推出，正是为这样的消费群体提供了一个以物易物的平台和空间。该方案主要服务人群为当今在校大学生，其主要原因如下：

大学生是一个阵容强大的高消费群体，追赶时髦几乎成了他们的生活目标之一，进而购物频繁，拥有的物品也就数不胜数了；

大学生属于新一代的年轻人，喜新厌旧心理随着时代的前进也是与日俱增。买的东西越多不喜欢的也就越多，时间久了，不是空置一旁就是进入垃圾桶，让物品自身价值得不到体现；

大学校园和初、高中校园不同，交友方面略有限制，以至于宅男宅女成了很多高校严厉打击的对象，因此广交朋友也有必要列为大学生的必修课；

大学生心理问题历来就是大家所关注的问题，内心寂寞、孤僻冷漠等已经在大学校园里屡见不鲜，沟通和交流是解决心理问题的一方良药。

心易网络互换空间方案的提出，不仅有利于环保，还给了大学生相互沟通交流的机会，为大学生提供了一个温馨和谐的空间氛围。

1.2 公司介绍

心易网络有限责任公司是以大学生为服务群体的服务性网站。通过以网站为中介的方式，为顾客提供一个以物易物，交友，相互交换信息的一个全方位，立体的网上换物平台。前期占据整个成都市的所有高校，中期发展到四川省的所有高校，后期扩展至全国的各大高校。

1.3 产品和服务

心易网络互换空间拥有价格，环境，资源和人际的多方面优势条件。网站开发与同客

户交流信息同步进行，达到网站最大人性化。货物质量安全有保证。从管理层到基层贯彻微笑服务与诚信服务，坚持为广大学子带来最好的服务。

1.4 市场营销

通过我们的品牌营销，区域划分上的人事安排，以及我们广告宣传的营销策略，我相信结合网络歌资源整合，我们一定能将我们的“心易网络互换空间”有效的推向目标客户群。

1.5 竞争优势

我们的主要竞争对手是网上购物的各个网站，但是他们无法达到可以不通过金钱的交易也能得到想要的物品，而且花最少的现金得到最优质的物品，并且发挥的剩余物品的最大价值，以及网络购物时的诚信问题、与日俱增的广大校园消费人群。

1.6 财务分析

本项目注册资金 15 万元，由企业投资人筹资 9 万元，占资金总额的 60%，向工商银行贷款 6 万元，占资金总额的 40%。

1.7 风险分析

本项目主要的风险有以下四个方面：一是投资风险，二是管理风险，三是竞争风险，四是市场风险。我们将通过合理的投资机制、先进的管理手段和完善的服务方式，独特的企业文化来化解这些风险。

二、公司介绍

2.1 公司简介

2.1.1 公司名称

心易网络有限责任公司，“心易”的意思就是用心去交换自己想得到的东西或者用心去交的知心朋友。

2.1.2 公司宗旨

成为中国高校网络二手交易市场的第一品牌。致力于为大学生提供最优质服务，最便利的二手交易平台。

2.1.3 公司定位

以网络以物易物的方式实现物品使用价值最大化，绿色环保，同时为客户提供资讯。

2.1.4 公司经营理念

客户至上，技术领先，团队合作，精益求精。

2.2 产品概述

“心易网络互换空间”以在校大学生为主要服务对象，真心诚意、互惠互利为基本原则，服务大学生为宗旨，为大大学生提供了一个交流互动的平台。心易网络公司与一般的以物易物网站不同，它让顾客在以物易物的过程中可以不断结识新的朋友。俗话说：路遥知马力，日久见人心。我们网站正是以此为信仰，让参与以物易物的朋友们在以物易物的过程中通过相知、相识到相遇。

网站初期是为大学生提供一个平台，在这里他们可以自由的交换物品来实现自己的需求，发展到一定的阶段，也就是网站运行的中期，我们的网站在给大学生提供物物交换平台的同时也可以让他们在里面交友，从而认识更多的朋友，甚至以后都可以自由的发表言论。

最终成为一个具有以物易物，交友，交换信息综合服务功能的网站，通过原始而又现代的交易方式在网站上发布自己的闲置物品，并换到自己所需要的物品，让剩余物资重新

焕发价值。这也是“心易网络互换空间”的环保理念。

2.3 网站页面



心易页面图-1

Make Money



心易页面图-2

2.4 公司战略

2.4.1 战略目标

我公司将在三到五年内打造出自己的品牌，成为中国高校网络二手交易市场的领头品牌，让过时的物品发挥剩余价值。

前期目标一：

进入四川高校乃至全国高校这个市场。

前期目标二：

发展衍生物品，扩大自己的服务。

2.4.2 战略计划

初期：（一年）

从最初的宣传工作开始，我们队就认准了我公司发展的目标，要在一年之内将我公司的品牌推销出去，成为成都市所有高校学生耳熟能详的网站。在高校内举办活动，赠送我们网站的试用注册号码，这个注册号码只能进行交换一到两次，如果想要继续进行交换，就必须的充值。这样能让大学生们能真实的体会到物物交换的交易流程或者物物交换时的乐趣，而且能提高我们的知名度。也可以赞助高校举办的大赛，张贴海报、发送传单，这样做也能扩大我们的知名度、树立品牌的形象。

发展期：（三~五年）

预计在三年之内将在四川省的所有高校中广泛流传；在五年之内力争在全国范围内打响名声，提高知名度。在发展过程中我们会第顾客的每一条建议及意见予以重视和思考，做到真正意义上的为顾客所需，为顾客服务。不积小流，无以成江河，我们相信，只要踏踏实实地干好每一件事，这样的目标不难实现。为了做到上面的目标，我们需要与其它知名的网站合作，比如人人网，投入我们公司的广告，让更多的大学生知道或者了解我们公司。

成熟期：（五年以上）

在公司运营稳定、进入盈利状态的前提下，根据我公司的总体战略，我们将开始逐渐多元化。应市场要求，应顾客所需，新增其他丰富多彩的服务项目，并提供最新的一些资讯和新闻，让顾客在以物易物的同时又不忘认知社会。

2.4.3 公司战略延伸

纵向延伸：

立足于二手市场，打造成二手市场的顶尖品牌；发展交友的环节，让物物交换的同时能交到知心朋友；在前两项开发成功之后，研究出物物交换的衍生物品，进行发布信息，开展论坛。

横向延伸：

促进绿色生态的理念；提高废弃物品的利用价值。

2.4.4 战略成功的根本因素

由于中国经济的快速发展，高消耗、高污染的经济增长模式，不仅使中国的环境问题越来越严重，还使部分物品物无所值，没有充分发挥其自身价值。正是相应国家的环保政策，倡导节约型社会。

2.4.5 公司远景展望

打造出自己的品牌，成为中国高校网络二手交易市场的领头品牌，并能让越来越多的大学生将节俭深入人心，爱上这个心易网络互换空间；和各类公司战略同盟；树立行业影响力。

2.4.6 战略核心

旧物循环、各得所需、换得舒心、用的放心。

三、产品与服务

3.1 产品优势

(1) 价格优势：心易互换网络平台旨在将个人多余但尚有使用价值的物品进行交换，实现了物品与物品之间来往的零价格。

(2) 环境优势：心易互换网络平台面向高校学生这一特定群体，具有很强程度的针对性；同时大学生素质整体较高，相较于一般网络空间有更好的信誉度。

(3) 资源优势：心易互换网络平台所交换的物品在于其所剩余的实用价值，最大程度降低资源的浪费与个人的不必要支出。

(4) 人际优势：可以加强大学生间的沟通与交流。

3.2 技术合作

心易网站是由专业软件公司进行开发，心易网络进行客户咨询，收集客户意见，再反馈给软件公司，其中的技术性问题由软件公司承担并解决。网站开发过程与同客户交流信息同步进行，以达到网站最大的人性化。关于网站运营后的问题，如网站的维护以及更新，都由专业的人员适时进行。

3.3 货物安全，质量问题的确保

心易互换网络平台采用真实照片和信用制度，网络实名制，通过信用评分衡量产品的安全与质量。如发生消费者之间的退货，质量问题纠纷等问题时，消费者与换客自行协商

解决，本店只提供协助。

3.4 网站流程

1. 进入网站

2. 注册用户——用户名。密码。昵称。身份证号。真实联系方式。照片。所属城市。大学。院系。专业。个人兴趣爱好。

3. 创建店铺——店铺名称。设计店铺主页。物品上架【物品照片，物品介绍，希望交换得到的物品】

4. 进行交易

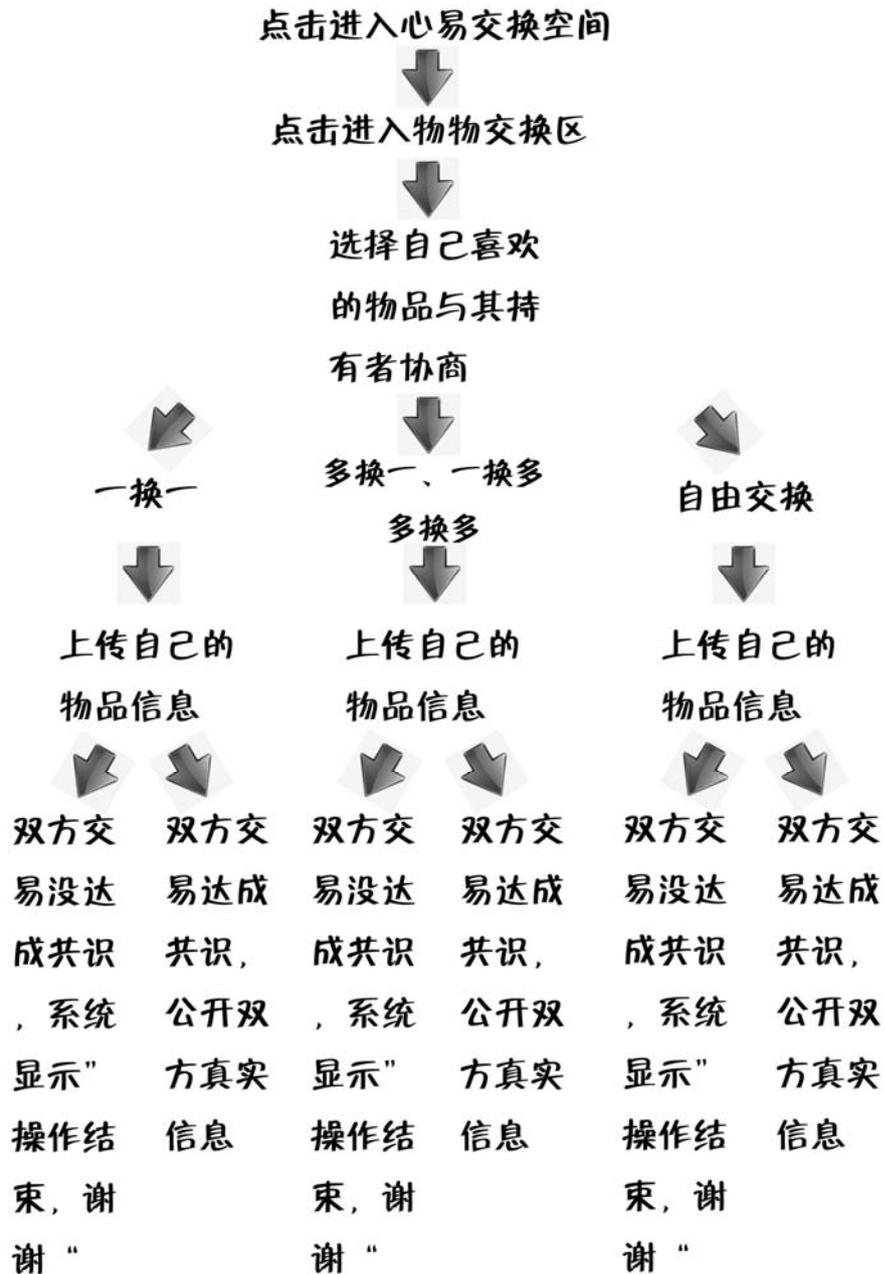
A. 一换一物品交换【两种类似物品进行交换】

B. 多换一物品交换【用多个价值较低的物品与一个价值较高的物品进行交换】

C. 一换多物品交换【用一个价值较高的物品与多个价值较低的物品进行交换】

D. 多换多物品交换【用多个物品与其他人的多个物品进行交换】

E. 自由交换区【交易双方交换物品没有限制】



流程图

5. 完成交易，双方扣除适量心易通点数
7. 店铺评分，交易双方在交易成功后十五天之内对方的店铺评分。评分越高，店铺信誉度越高，等级越高。
8. 心易通充值

A. 网上营业厅直接充值

B. 营业点进行充值

3.5 服务模式

对待客户保持微笑，用专业的知识解决存在的问题，用最快的速度制定好解决措施，让客户满意。

3.6 服务存在的状况以及解决措施

当客户遇到交换的物品与网上描述的物品差距很大时，我们设置了信誉度这个标准来使用的在描述物品时必须真实、有效的。信誉度是物物交换时极为重要的，信誉度的高低直接影响到能否进行交易。当客户拿到不满意产品时，则可以向原交换对象进行申诉，若原交换对象不同意退还，则可以进行一次物物交换，换到自己满意的物品为止。

四、市场分析

4.1 宏观环境分析

随着经济的发展，人民的生活水平和消费能力，以及在某方面的消费观念正逐步发生改变，其中，网上购物这一新型的消费方式已经深入人心，特别是当今大学生。我们大学生作为社会特殊的消费群体，我们的消费观念的塑造和培养更为突出而直接地影响我们世界观的形成与发展。

据了解，在购买商品时，大学生们首先考虑的因素是价格和质量。这是因为中国的大学生与国外的不同，经济来源主要是父母的资助，自己兼职挣钱的不多，这使我们每月可支配的钱是固定的，大约在 300-800 元之间，家境较好的一般也不超过 2000 元，而这笔钱主要是用来支付饮食和日常生活用品开销的。由于消费能力有限，大学生们在花钱时往往十分谨慎，力求“花得值”，我们会尽量搜索那些价廉物美的商品。在关于月平均消费一栏的调查中，有 15.2% 的同学在 400 元以下“有点痛苦”的生活线上坚持学业；有 28.3% 的同学在 400-550 元之间“勉强过得去”，有 34.4% 的同学在 550-900 元之间“稍为有点爽”，

有 14.6% 的同学在 900-1400 元之间“比较自由”；有 7.5% 的同学月消费 1400 元以上可以说是“跟着感觉走”——无忧无虑。

即使在取消高考年龄限制之后，20 岁左右的青年仍是大学校园的绝对多数，我们站在时代前沿，追新求异，敏锐地把握时尚，惟恐落后于潮流，这是我们的共同特点。并且当今时代的社会主题为低碳，环保。以物换物既能满足大学生追求新事物的需要，又符合当今社会主题“低碳，环保”。经济能力的提高，大学生使用计算机也变的比较方便，大学生也更喜欢交友与被关注，通过交换物品能结交更多的朋友，并且能获得更多理想的物品。大学生基本没有储蓄，大多数钱是来自于父母，所以物物交换更能帮助大学生得到想要的东西。大学生的思想变化的最快，改变了传统的观念。物物交换不只能降低双方的成本，并且改变了传统的交友方式。

4.2 目标市场分析

每年都有大学生毕业，也有新同学来到大学校园。毕业的大学生，在大学已经用不着或者不要的物品。这些毕业的大学生需要处理这些闲置的物品，可以通过变卖的方式，也可以通过交换的方式。据报道，2009 年毕业大学生已经达到 610 万人，并且任然有上涨的趋势。还有另外一股不可忽视的新生力量，来到大学校园，远离自己的父母，需要的物品也较多。通过与学长与学姐的交流，了解到在大学需要的物品。他们可以到商场进行购买，也可以到二手市场去淘宝。数据显示，高等教育阶段在校人数一路攀升，如下表所示：

表 4-1:

日期	2000	2001	2002	2003	2004	2005
在校生	1230	1300	1500	1900	2000	2300

(人数单位为万人)

以上统计是从 2000 年到 2005 年的数据，根据数据分析，大学在校生的数量日益剧增。

随着消费观念的转变，大学生已经成为了消费主力，有些买的物品，没过好久又想更新，这些物品又成为了累赘。这个时候，网上物物交换的作用就发挥出来了。总而言之，每年都有毕业生要毕业，每年都有新同学要来到大学校园，在进行物物交换，能与好友一起分享彼此快乐的同时，也能交上知心的朋友，而且也可以得到更多更真实的消息。

4.3 行业分析

成立比较早的网上购物有：1999 年 11 月，当当网正式开通，卓越亚马逊网创立于 2000 年 1 月，阿里巴巴集团在 2003 年 5 月 10 日投资创立的淘宝网，360buy 京东商城自 2004 年初登陆电子商务领域等等，以上这些网站都是国内行业内比较知名和有影响力的网上购物网，这些网站成立的时间有长有短，而且各具特色。

4.4 竞争对手分析

国内比较大的网上购物网有易趣亚马逊网，当当网，淘宝网，京东网等，这些网站大体相同，但是也各具特色，并且也各有各的优点。

易趣亚马逊

优点：客观的说卓越亚马逊的配送是不错的。如果你选择了“加急”并且多交了配送费，那么服务质量基本可以得到保障，而且送达时间也基本令人满意。但是由于卓越后来推出了“免配送费”的活动，那么目前情况是，如果你想要省下这一笔配送费而又并不急着收到货，那么就请耐心等待。一般来说从下单到收货基本上两个星期可以完成。免费配送的服务质量也基本参差不齐。

当当网

优点：是全球最大的综合性中文网上购物商城。当当网的使命是坚持“更多选择、更多低价”让越来越多的顾客享购网上购物带来的方便和实惠。当当网全部商品“假一罚一”承诺，全国 180 个大中城市可实现“货到付款”，全国 180 个大中城市可实现“上门退换货”，自动智能比价系统，保证所售商品价格最低。

淘宝网

优点：淘宝具有特色的将普通店铺和旺铺分开，实现了网站的分流，并为 2008 年推出新版淘宝旺铺提供了契机，2009 年淘宝旺铺进一步升级，实现了 flash 技术的淘宝店铺展示技术，使得大部分的旺铺成功走出了单一的展示，为淘宝成功实现功能的提升打下了基础，这也进一步说明淘宝有进一步开放淘宝店铺装修收费功能的举动。

心易网络互换空间

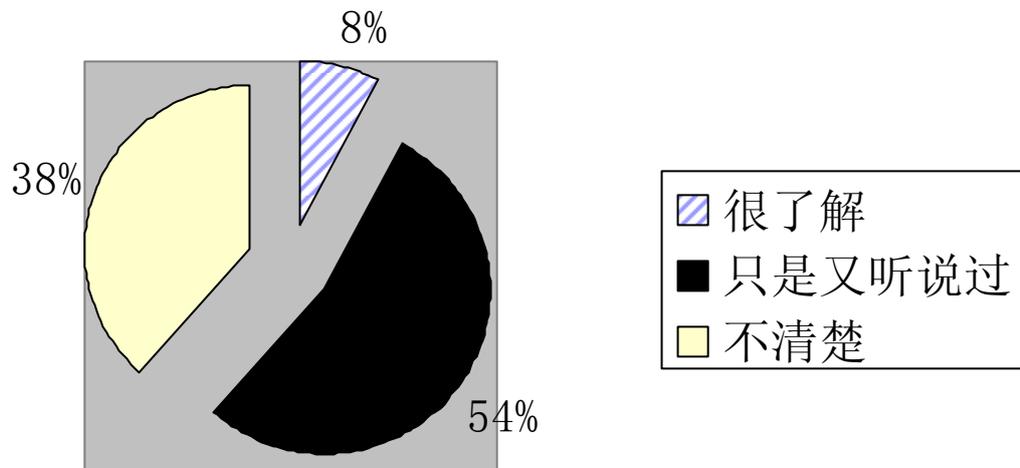
优点：跟以上的网站最大的竞争优势就是可以不通过金钱的交易也能得到想要

的物品，而且花最少的现金得到最优质的物品，并且发挥的剩余物品的最大价值。我们的服务对象是在校大学生，大学生的综合素质就比社会群众要高，所以诚信问题就相对于就较高，并且实物与网上描述的也就相对于比较准确。对于大学生这个特殊的消费群体来说，解决了大学生想消费但是没有金钱来消费的问题。以物易物这个对于那些单纯的用金钱来交换物品来说更有竞争力合吸引力。

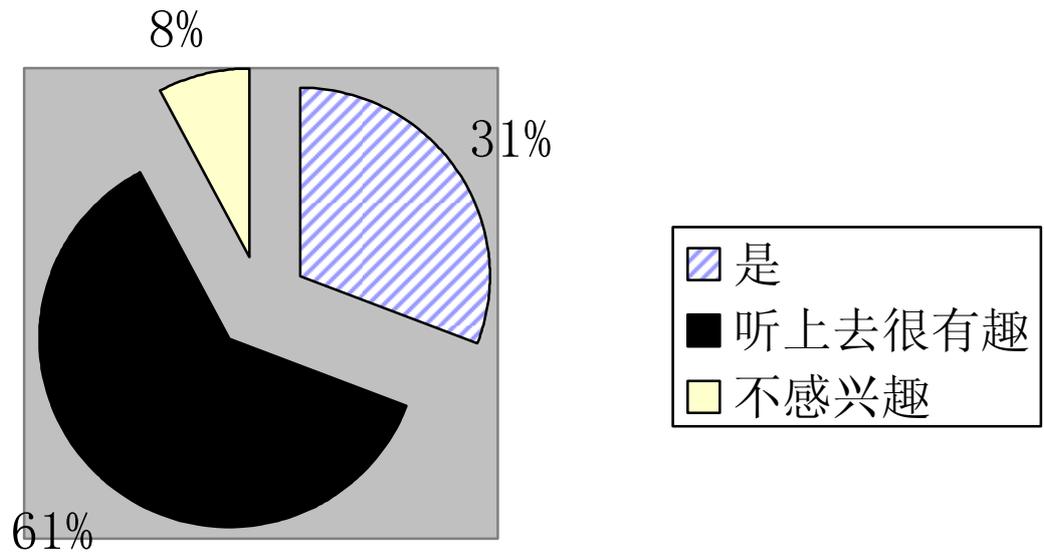
4.5 环境分析

在互联网这个圈子里，还没有针对大学生而开办的物物交换网站，大学生与日俱增，给创建物物交换的网站提供了机会。我们随机的对 100 位在校大学生进行了调查：

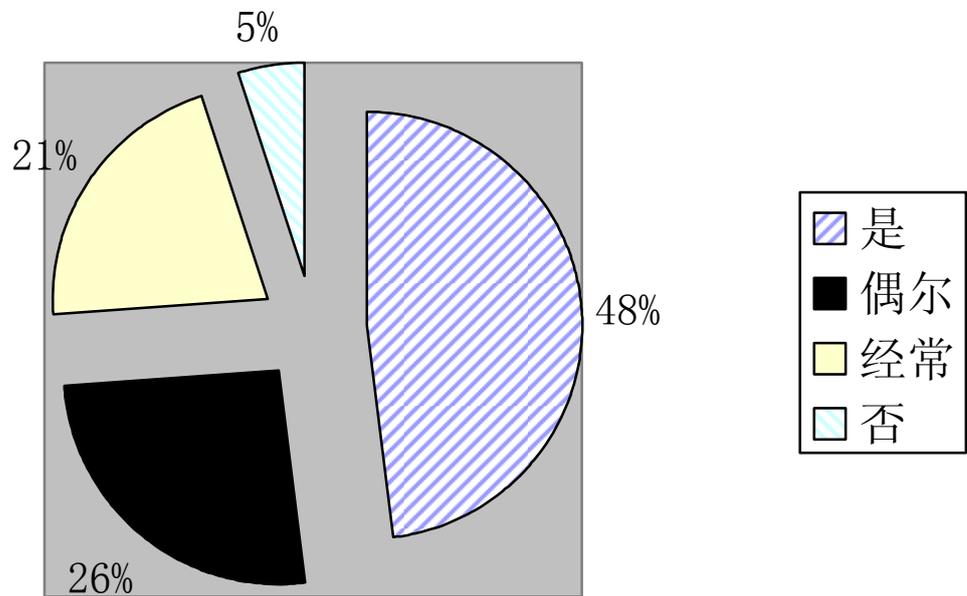
1. 请问您是否了解网上有关物物交换的事情？



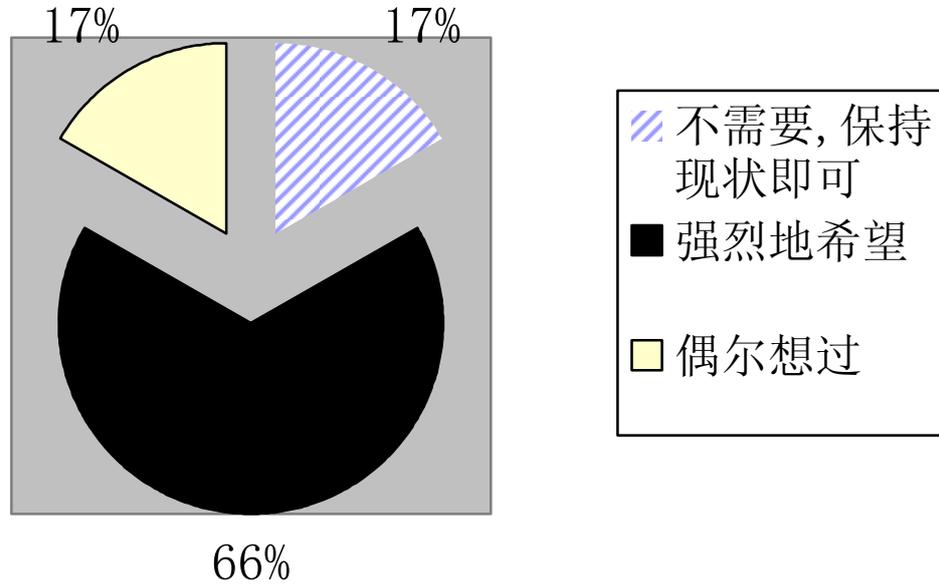
2. 请问您是否对在网交换物品感兴趣？



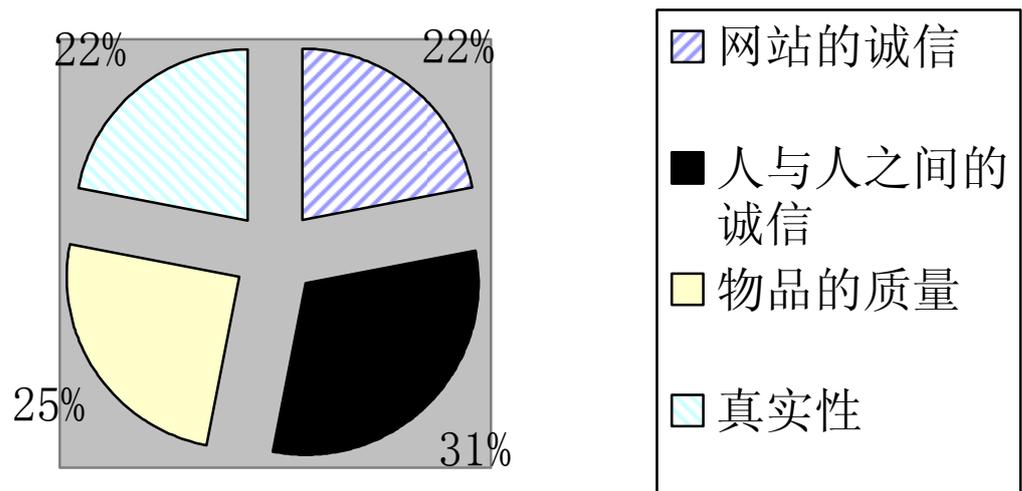
3. 请问您是否常常在为自己闲置的东西犯愁?



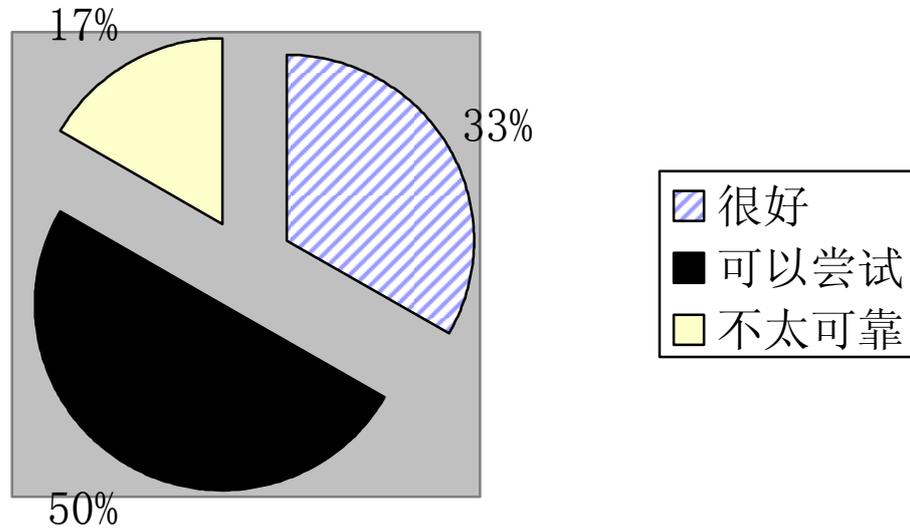
4. 请问您是否有想过把自己闲置的物品换成自己需要的？



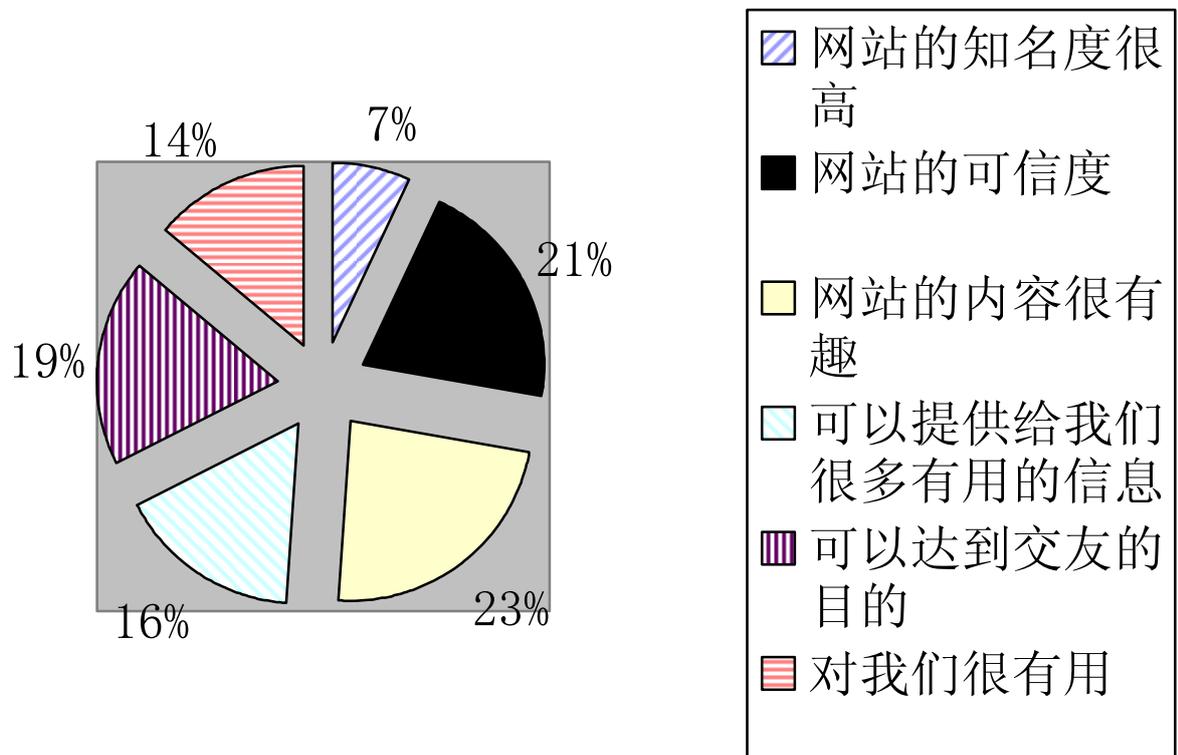
5. 假如说让您在网上与别人交换物品, 您觉得最重要的是? (可多选)



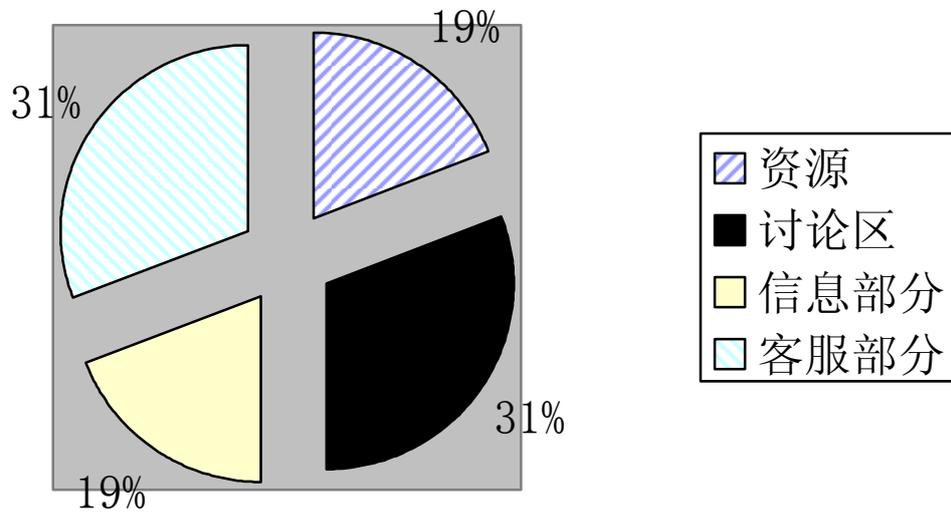
6. 您觉得在网上交换物品怎么样？



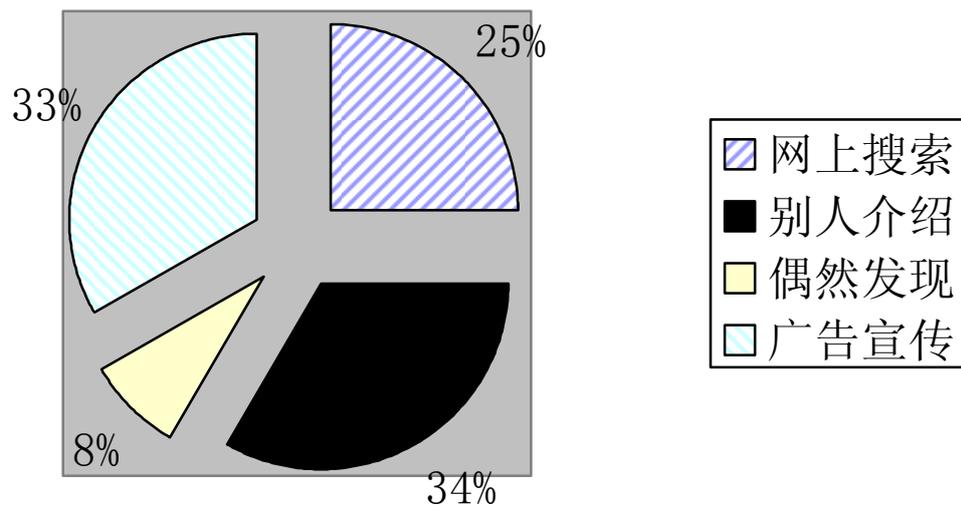
7. 您觉得你一个网站让你感兴趣的地方有哪些？（可多选）



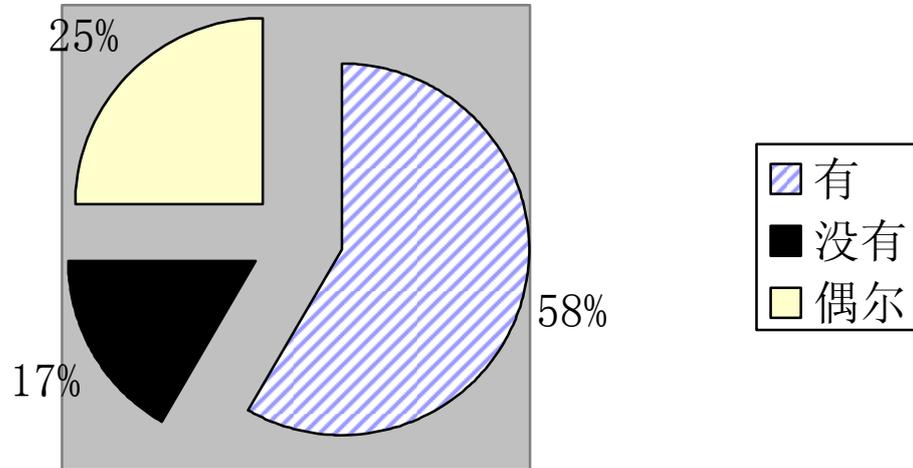
8. 您希望我们网站应该在哪方面加强？（可多选）



9. 您想通过什么方式了解我们网站？



10. 您以前是否关注过物物交换的相关网站?



从调查的报表可以得知，大学生对于网上物物交换这个事情表示乐观态度，对于物物交换这个事产生了浓厚的兴趣。大多数的大学生对自己闲置的物品发愁，无法找到合适的渠道将自己的物品处理，而且有强烈的希望能将闲置的物品换成自己需要的物品，发挥物品的剩余价值，提高物品的使用率。

五、营销策略

5.1 我们的品牌营销

“心易”是我们的网站名称。

心易网络互换空间，这一名称也体现了我们此网站的功能和目标。

“心”代表了来自不同区域的大家伙在我们网络社区是以诚意交流合作交易。一个“易”字，很简单易懂的体现了我们网络互换空间的功能属性，也是我们能够带给客户群的便利之处，希望这成为我们每个用户上来的目的之一。另外，我们取了“心驿”的谐音，暗喻我们网络空间实为各位网络用户的一处心灵栖息之处。我们的空间平台实现了同阶层或者说有着共同兴趣点的人群在我们空间的接触，进而交流信息互相鼓舞。服务与提供一个温暖的青年之家是我们的公司目标和企业宗旨。

好的品牌名称可以迅速、准确地表达出网站品牌的中心内涵和关键联想，让消费者对产品产生深刻的印象、经久难忘，从而使企业产品家喻户晓、妇孺皆知。纵观国内和国外已经成功的著名网站企业及其知名网络品牌，都曾进行精心的品名设计，它们的品牌名称成为品牌营销和产品促销成功的必要条件。因此，从这个意义说，网站品牌的命名是网络企业建立强势品牌的第一步。

5.2 定区域的四步营销

5.2.1 划分区域市场，确定策略目标

首先，确定范围，定位类型，区域营销策略具体化。

我们网络空间定义为旨在为在校大学生为主的青年群体。

在具体确定了客户群体区域范围后，必须对区域市场进行分类定位，划分出不同的区域类型，如大本营区域（如各大专院校）、运动区域（如高校密集的大学城等）、游击区域（如各大学生常消费出现的商业地点或街道）。我们进行区域细分，确定在青年群体中在校大学生的群体中。重点的分区的具体业务拓展目标。

不同类型的区域，推行不同的营销策略：以做到效益高，收益显著的宣传营销效果。

5.2.2 目标内部分解，指标责任到人

每一个分区，才是一个公司最基层的营销团队。从公司到区域，从区域到分区，分区到个人，才是一条营销目标内部分解的完整路线。

指标责任到人。考核到人，有利于激励先进鞭策落后，有利于发现和培养新的业务，调动人员的工作积极性。有利于各区域内工作目标更好更有效的完成。

为了促进每个业务员尽可能多地完成销售任务，可以以月、季、年为期，实施奖励制度。让业务员在学比赶超的愉快氛围中轻松完成任务。

5.2.3 定位竞争对手，制定攻守方略

1. 重点突破，靶向瞄准。

在区域市场上与同行竞争时，没有必要把所有以物易物的网站都当作竞争对手。因为大家虽然是同行，渠道策略可能大有差异，目标客户也各有不同。我们的目标为在校大学生。我们会为这一目标群体提供他们在同层所专属的社区。为他们更快捷的提供他们想要找的资源。

2. 系统分析，知己知彼。

要做到知己知彼，区域营销人员必须对自己、对竞争对手进行系统的分析。

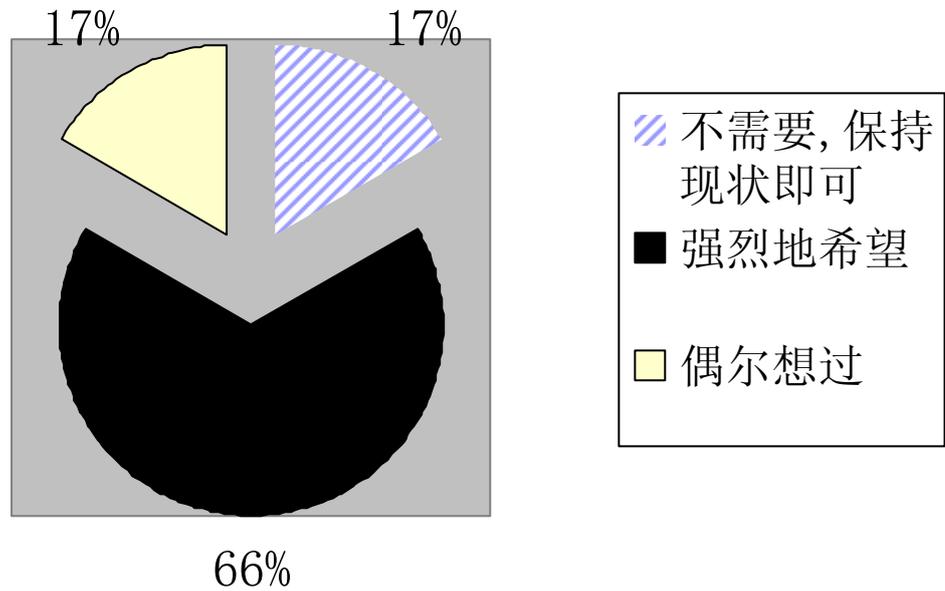
具体分析时，我们可以利用 SWOT 分析法。评价我网络空间的优势(Strengths)、劣势(Weaknesses)、竞争市场上的机会(Opportunities)和威胁(Threats)，从而将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机结合。

优势(Strengths):

渠道优势:我们身为大学生，了解现代大学生及同阶层年轻人的所想所需，可为他们量身定做产品功能，做他们更想要，更需要，更贴身的服务项目。

产品优势:在各大社区交友等等网站充斥的互联网中，事实证明了我们网络正是瞄准了现在社区网络的一个空白潜在客户群。在校大学生有高达百分之六十六的人强烈希望把自己的闲置物品换成自己需要的。下面是一个问卷调查：

请问您是否有想过把自己闲置的物品换成自己需要的？



弱势 (Weaknesses) :

品牌: 目前我们不具有强大的品牌知名度和美誉度, 这些需要我们用心做好从研究、开发到服务的每一个细节, 我们有信心并且有能力在实现产品价值之时同时建立良好的口碑和知名互联网品牌。

机会成本: 作为刚刚起步的网站, 我们对于引擎、交友、博客、影视、BT 等互联网产品深入的研究花费了我们相当的时间, 但切入网络以物易物交换社区市场, 以小博大, 以地缘优势为基础的研究成果为我们指明了发展的道路。在此背景下诞生的心易网络互换空间的机会成本我们也当用我们足够的努力使之发展壮大。

机会 (Opportunities) : 宽带普及, 宽带网络的普及使更多的人了解、熟悉、参与到互联网中来, “学习”、“工作”、“娱乐”是互联网生活永恒的主题, 闲暇之时的交流放松, 腾讯已经证明了这一点, 我们的机会在于在更大的用户群面前更好把握住用户的需求。

威胁 (Threats) : 大型网络运营商, 社区交流交友网站, 接近饱和的情况下目前已经逐渐意识到区域市场将成为利润的另一增长点。他们的实力经验是我们最大的威胁, 但也同时是我们的机会: 因为标准化的营销有可能让他们忽略区域文化差异。

其它风险: 我国当前对于易物网络没有制定专门的法律法规, 同时也暂时没有对虚拟

财产进行保护的相关法律，所以我们将同大多数网络社区一样不仅面临着政策层面的风险，同时将面临着用户虚拟财产纠纷的风险。

5.2.4 细化客户管理，夯实市场基础

对客户要激励，更要管理。过度的激励容易让客户牵着鼻子走。这种管理的细化通常体现在对客户任务、价格、信用和窜货管理上。

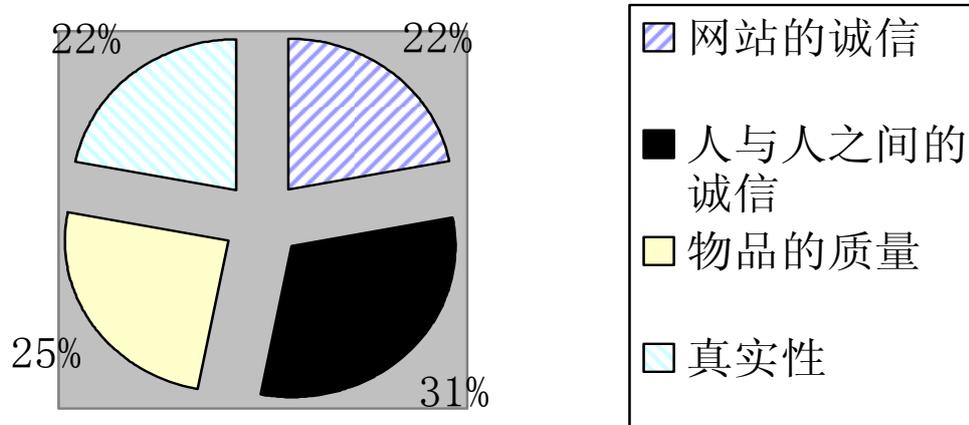
1. 价格管理

对我们而言，产品供销价格的稳定性比产品利润空间的大小更具重要性。

为了维护价格的稳定性，首先要做到让相同类型的客户享受相同品质的网络产品，但比同类网站服务收取相比更加低廉的费用。

2. 信用管理

对于电子商务的公司来说，信用度是我们的企业生命。下面是一个问卷调查：假如说让您在网上与别人交换物品，您觉得最重要的是？



如果忽视了对已有客户在产品体验过程中的信誉实力的考核，最终可能会导致客户失去对我公司此网站的信用，并会形成恶性循环。因此，对每一个客户的动态，都要随时掌握，特别是必须控制累计铺货额度。具体可建立客户管理卡，采取信用等级评估、控制结算周期等办法来加强对客户的信用管理。

5.3 宣传及广告促销

5.3.1 到各大高校论坛上发帖（最好的宣传方法，效果最好）

在论坛上发帖，我们的建议是手动和软件一起用。

1、手动发帖：最好是到网易论坛、网易社区、新浪论坛、搜狐论坛等几个著名的大论坛里发帖。（或者在线人数上千的论坛也行）

每天只要用上几个小时在以上论坛里发帖，如果能发完整个论坛，效果就已经非常明显。

发帖的标题和内容要常常变化，这样才有新鲜感，发帖的标题靠自己想了。

当有人注册你的代理网站时，你登陆进自己的代理网站的会员区里，可以看到他们的电子邮箱。

上网的时候，一定要开着QQ，这样就会发现有許多在论坛上看到你的贴子的陌生人来咨询你。

2、软件发帖：就是购买或下载论坛群发软件，让它自动帮你发帖。

5.3.2 告形式刊登在《锦城学院报》上，使广大同学认识“心易互换网络空间”

5.3.3 做广告链接

做广告链接是免费的，这是为了让更多的网站连接链上看到我的代理网站，

5.3.4 以广播的形式在校园广播上播报

5.3.5 在各大高校内分发传单，名片

印制尽可能多的名片或传单，到各高校门口的单车和摩托车上，隔一段时间再发一次。

5.3.6 QQ时通软件推广；首先在自己的QQ好友，所以有qq群发送推广消息

5.4 网络合作

市场的一个重要推动要素是合作网络，现在，技术的变化已使“虚拟整合”取代“垂直整合”变得日益可行，虚拟的信息交换降低了在跨单位交易和协调活动所需的时间和人员数目。

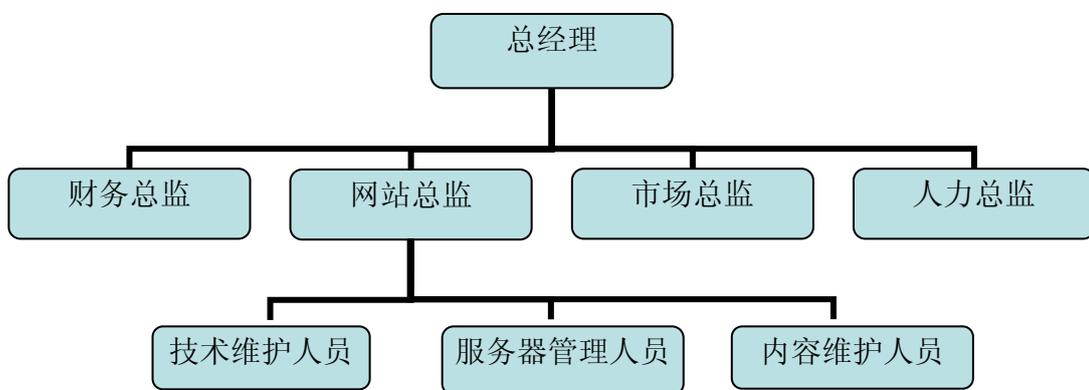
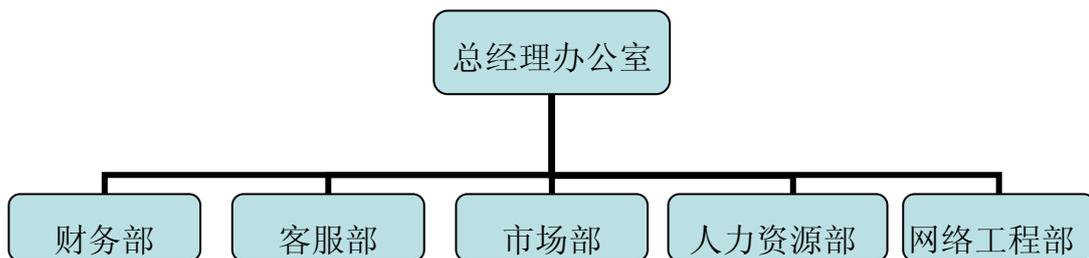
合作网络包括企业及与公司有利害关系的网络。新经济环境下，竞争将不是存在于企

业之间，而是存在于合作网络之间，能够建立起良好的合作网络的企业会从中大大获益。

六、人力资源

6.1 公司组织结构

根据实训室的要求，前期采用办公式的管理模式以减少成本，积累经验。把创新理论溶入整个管理过程之中，适时调整组织结构，建立适应市场要求和环境变化的新型组织，建立学习型组织文化，加强各部门之间协调合作，培养团队精神，倡导协同竞争的经营理念，提高各部门的工作绩效。



公司组织结构图

6.2 岗位职能分析

根据实训室的发展战略和人力资源管理的规划，公司的人员配置将以管理人员为主，技术人员为辅。

表 6-1:

职位	主要职能
总经理	全面负责公司的运营管理，有效的利用各种资源调整营销、人力等战略，协调各部门之间关系。
市场总监	主要负责市场部，负责通过市场调查，市场研究，进行市场细分，确定目标市场，从而制定有效的市场战略计划。
财务总监	主要负责财务部，负责制做财务报表，进行经济分析提高公司效益。
人力总监	主要负责人力资源部。负责建立完善的人力资源体系，进行绩效考核，打造有特色的公司组织文化，管理员工个人资料。
网站总监	主要负责客服部、网络工程部。负责定期客户回访，保证客户 24

	小时内得到答复。(客服部)负责服务器管理,进行技术维护,内容维护,处理一切网站问题。
--	--

6.3 定员计划

表 6-2:
员工定位

职位	人数
总经理	1
市场总监	1
财务总监	1
人力资源总监	1
网站总监	1
服务器管理员	1
技术维护员	1
网站内容维护员	1

表 6-3:
员工薪酬

职位	工资(元/月)
总经理	1600
市场总监	1000
财务总监	1000
人力资源总监	1000
网站总监	1000

服务器管理员	800
技术维护员	800
网站内容维护员	600

备注：绩效工资由考核等级确定。

6.4 人员招聘

(1)招聘原则：吃苦耐劳，有一定经验，责任心强，品行端正。

(2)招聘办法：正式员工—学校，报纸，网络，人才市场等

(3)人员培训

“以人为本”的竞争时代已经来临，具有良好教育背景和丰富市场运作经验的职业化人才是企业的中坚力量。每个员工都有机会参加相关培训，不断提高自身的专业技能和相关技能，提高公司的整体素质。

(4)培训目标：培训出有与世界同步的职业营销实践专家为公司参与市场竞争奠定基础。培训出具有职业经理人职业心态，系统化专业力量知识和实践技能的营销管理人才，为增强公司的竞争，扩大服务的市场接受率和服务率筛选人才。

(5)培训策略设计：根据当前人力资源状况和人力资源的需求计划，分别制定服务洗车人员培训计划，管理人员培训计划，企业家学习计划，营销人才培训计划和整体素质教育计划。可以在公司内部学习，自学激励，相互学习相互促进进步等。

A. 需求确定策略：结合公司的实际和培训目标设计培训，需求问卷，进行客观的培训需求调查，统计分析调查结果，确定培训需求

B. 资源配置策略：整合公司自有的资源优势，结合公司自有的特点，加强与外界技术的合作，确保培训的系统性，实用性和行业针对性。

C. 形式运用策略：采用理论与实际相结合，课堂讲授与实践相结合的形式进行培训。

D. 在职培训与脱产培训策略：尽可能的运用各种个样的方法加强员工的培训。可提高员工的积极性并可以提高培训的效果。一对一培训、教练法、工作轮换法；讲授法、角色扮演法、案例培训法、影视培训法、游戏培训法等。

6.5 评估考核

每一培训结束后进行阶段性评估，培训项目完成后进行总体评估。评估采用评估调查问卷领导采访，论文答辩，口笔测试等方法。看学员在学习中的反应（情绪、注意力、满意度等），工作行为发生改变的情况和工作业绩改善的情况评估培训的效果。

原则：A. 实际科学、公开公正、综合全面

B. 对洗车员工进行定量考核

C. 对管理及决策人员进行德、能、勤、绩四个方面进行定性考核

D. 侧重于工作态度（敬业精神），人员素质测评及绩效考核。

素质测评：智力、知识、一般职业能力（语言能力、数量能力、运动协调性）

绩效考评：①每月工作完成率，根据各部门、各职位的工作分析编制各部门相应的月度工作任务书表格，逐月及时了解每一员工的工作计划、工作量、难度及当月完成情况。考核员工的决策能力、对组织的忠诚度、人际沟通技巧、工作主动性、工作技能业绩、岗位职责、能否使顾客满意、工作成果、工作能力及工作态度。

②季度、年度评议：对员工各方面的主观评议，由直接上级、同事、下级、客户分别用相关的评议表格进行。

③特别业绩与贡献：根据各部门或公司认定的属于对公司有重大或特殊贡献的业绩或事情，相应的在评议中进行加分。

6.6 员工激励

公司配备了相应的人员，便要想把员工留住，并让他们努力作。人才是公司的第一资源，激励员工，能够提高他们的忠诚度，培养他们的创业精神，激发其创造力和营造良性竞争的组织文化气氛。

（1）物质奖励：实行底薪+提成的工资制，提供略高于行业标准的工资，年终奖励，对高级管理人员实行权制。

（2）精神奖励：表扬、授予荣誉，提供带薪假期或旅游。公司每年举行员工互动的游戏节目，增进员工之间的感情，每个月按绩效评定优秀员工，优秀员工通过公开宣

讲回报自己的工作等。

七、财务分析

7.1 融资规模及资本结构

7.1.1 企业资本金来源

为了更好的运营和管理心易网络有限责任公司，本公司注册资本为 15 万元。主要是用于初期的固定资产投资，开办费用，管理费用，营销费用。

具体的投资预算表如下表所示：

表 7-1:

预计成本表	
	金额 单位：元
固定成本	
广告费用	5300
营业费用	1200
折旧费用	6980
门面费用	14400
注册费	1898
装饰费	1200
硬件投入	34900
网络空间投入费用	13760

硬件投入明细表

表 7-2:

电脑（8 台）	24000
办公用品	2300
柜台	400
电话（2 台）	200
服务器	8000
小计：	34900

库存商品	
财务软件	998
家电	500
其他	250
小计	1748

说明：在犀浦租 50—80 平米店面需要费用 14400 元。

7.1.2 投资结构

在资金筹集方面，企业通过投资人筹集资金 90000 元，占投入资金总额的 60%，向银行贷款 60000 元，占投入资金总额的 40%，借款利率是 5.76%。固定资产折旧为 5 年。

预计资产负债表

表 7-3:

资 产	2011	2012	2013	2014	2015
流动资产:					
货币资金	106483.2	112008	131267.3	165741.5	217062.3
交易性金融资产					500000
应收票据	52648	5000	5690		
应收账款					
应收利息	49572.8	50008	7642.7		
应收股利					
其他应收款	12000		20000	30000	
其他流动资产					
流动资产合计	220704	167016	164600	195741.5	717062.3
非流动资产:					
固定资产	34900	27920	20940	13960	6980
在建工程					
无形资产					
商誉	10000	6520	30000	30000	4704.9

长期待摊费用	500				
其他非流动资产					
非流动资产合计	45400	34440	50940	43960	11684 .9
资产总计	266104	201456	215540	239701.5	728747 .2
负债及所有者权益	2010	2011	2012	2013	2014
流动负债：					
短期借款				3751.7	
应付账款	52648			16984	
应付利息	3456	3456	3456	3456	3456
其他流动负债					
流动负债合计	56104	3456	3456	24191.7	3456
非流动负债：					
长期借款	60000	48000	36000	24000	1200 0
其他非流动负债					
非流动负债合计	60000	48000	36000	24000	12000
负债合计	116104	51456	39456	48191.7	15456
所有者权益（或股东权益）：					

实收资本	150000	150000	150000	150000	150000
资本公积					
减：库存股					
盈余公积			6147.6	14218.6	100730.7
未分配利润	0	0	19936.4	27291.2	462560.5
所有者权益合计	150000	150000	176084	191509.8	713291.2
负债及所有者权益合计	266104	201456	215540	239701.5	728747.2

预计利润表

表 7-4:

预计利润表					
项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、营业收入	146700	161370	177507	195258	214783
减：营业成本	41240	43302	45467	47740	50127
营业税金及附加	1792.82	2007.2	2244.68	2507.8	2799.2
销售费用	13480	13480	13480	13480	13480
管理费用	67200	67200	67200	67200	67200
财务费用	3456	3456	3456	3456	3456
投资收益					
二、营业利润	19531.18	31924.8	45659.3	60874.2	77720.8
加：营业外收入					
减：营业外支出					
三、利润总额					
减：所得税	4882.8	7981.2	11414.8	15218.55	19430.2

四、净利润	14648.38	23943.6	34244.5	45655.65	58290.6
-------	----------	---------	---------	----------	---------

附注：我公司的盈利主要来自于广告商的广告费用。由于每年网站的点击量增加，同型广告的收入在第二年开始安 10%上涨，造成我们的年净利润增加。

表 7-5:

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
一、营业收入	31609	34770	38247	42074	146700
减：营业成本	9372	9840	10332	11696	41240
营业税金及附加	378	423.8	474.6	516	1792.82
销售费用	3370	3370	3370	3370	13480
管理费用	16800	16800	16800	16800	67200
财务费用	864	864	864	864	3456
投资收益					
二、营业利润	825	3472.18	6406	8828	19531.18
加：营业外收入					
减：营业外支出					
三、利润总额					
减：所得税	206.2	868	1601.6	2207	4882.8
四、净利润	618.8	2604.18	4804.4	6621	14648.38

网络费用统计表

表 7-6:

费用名称	元/月	元/年
域名租用费		12000
网费	80	960
服务器购置费		8000
流动资金		800
合计		21760

附注：1 服务器是我们网站的硬件支持主机。

2. 、此服务器每年由于网络技术升级等要求，需越 3000 元每年的升级维护费。

预计现金流量表

表 7-7:

一、经营活动产生的现金	2011	2012	2013	2014	2015
-------------	------	------	------	------	------

流量：					
销售商品、提供劳务收到的现金	146700	161370	177507	195258	214783
收到的税费返还					
收到的其他与经营活动有关的现金					
经营活动现金流入小计	146700	161370	177507	195258	214783
购买商品、接受劳务支付的现金	41240	43302	45467	47740	50127
支付给职工以及为职工支付的现金	93600	93600	93600	93600	93600
支付的各项税费	1792.82	2007.2	2244.68	2507.8	2799.2
支付的其他与经营活动有关的现金	13480	13480	13480	13480	13480
经营活动现金流出小计	150112.8	152389.2	154791.7	157327.8	160006.2
经营活动产生的现金流量净额	-3412.8	8980.8	22715.3	37930.2	54776.8
二、投资活动产生的现金流量					
收回投资所收到的现金					
取得投资收益所收到的现金					
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额					
收到的其他与投资活动有关的现金					
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额					
投资活动现金流入小计		0	0	0	0
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	36648				
投资支付的现金					
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额					
支付的其他与投资活动有关的现金					
投资活动现金流出小计	36648				
投资活动产生的现金流量净额	-36648				
三、筹资活动产生的现金					

流量:					
吸收投资所收到的现金	90000				
取得借款所收到的现金	60000				
收到的其他与筹资活动有关的现金					
筹资活动现金流入小计	150000				
偿还债务所支付的现金					
分配股利、利润和偿付利息所支付的现金	3456	3456	3456	3456	3456
支付的其他与筹资活动有关的现金					
筹资活动现金流出小计	3456	3456	3456	3456	3456
筹资活动产生的现金流量净额	146544	-3456	-3456	-3456	-3456
四、汇率变动对现金的影响					
五、现金及现金等价物净增加额					
加: 期初现金及现金等价物余额		106483.2	112008	131267.3	165741.5
六、期末现金及现金等价物余额	106483.2	112008	131267.3	165741.5	217062.3

7.2 投资净现值

n

$$NPV = \sum_{t=1}^n (CI - CO)_t (1+i)^{-t} \quad NPV = 50.47 \text{ (万元)}$$

t=1

i 取 10%，此时，NPV=18.713501（万元），远大于零。计算期内盈利能力很好，投资方案可行。

投资回收期

我们的投资回收期为 1 年。

销售利润率

$$\text{销售利润率} = \text{净利润} / \text{销售净额} \times 100\%$$

表 7-8:

年份	2010	2011	2012	2013	2014
销售利润率	5.5%	11.88%	15.89%	19.04%	7.99%

八、风险分析

8.1 投资风险

初期总投资较大，打开市场和知名度需要一定时间，从而导致运作初期的可能亏损，可能引起流动资金紧张。针对这一风险，应作出充分的市场调查，找准市场定位，配合良好的营销策略，迅速打开市场。合理安排资金提高资金周转率。适当时可向银行贷入少量短期流动资金，以缓解资金缺口。

8.2 管理风险

在网站成立初期，顾客会出现信任问题，以及交换物品真实性的问题，在网站成立初期，可能很难有商家会在心易网上发布广告因而也产生不了广告费用，所以在前期阶段，我们必须花大成本广告投入，宣传心易网，吸引大量顾客注册。对于管理团队而言，作为核心成员，根据其重要程度以及贡献价值，分配一定的公司股份使其作为公司股东。这样核心成员工作就会更加积极，也会更好的辐射别人。对于离职的成员我们会用合约的形式合理的收回其股份。

8.3 竞争风险

在网络上已经有了像淘宝，有啊，等较为成熟的买卖交换网站，所以心易网想生存，必须夹缝求生，努力拓展市场，针对目标用户，也就是大学生用户，建立心易网的特色，牢牢的住目标群体。和其他同类型网站形成错位竞争，进而取得生存发展的机会。

8.4 市场风险

通过调查我们了解到，网络互换这一块市场很早就已经存在了，但是没有形成什么规模和知名度，其中一个很重要的原因是现阶段中国大环境中的客户人群没有把

握好，密度不够集中，造成无法形成较大规模的交换市场，而我们心易网主要针对的是在校大学生，客户集中，有效宣传力大，我们的核心思想，树立网站特色，抓住目标群体，利用校园资源，在各大高校进行充分的广告宣传，传递心易网的精神。与其他同类型网站进行错位竞争，有针对性的进行广告宣传，从而节约成本。

九、附件

9.1 附录一

招商代理协议合同书

甲方：

乙方：

现经甲乙双方友好协商，根据现行法律法规对合同、知识产权及网络管理的有关规定，就甲方在乙方的网站发布 Internet 广告事宜达成以下协议：

一、广告服务内容：

1、广告规格：乙方为甲方播放_____规格的图片网络广告，费用为_____元/年。

2、广告位置：_____；播放时间：_____个月。

3、广告制作及注意事项：_____。

4、维护更新：

(1) 乙方保障为甲方播放的广告稳定、正常地显示，力保网络通信不因非第三方的原因或不可抗力而出现中断及拥塞；

(2) 乙方根据甲方的合理要求及时对其在网站播放的广告进行更新和维护；

(3) 根据甲方的要求乙方可以对甲方的技术维护人员及其他相关人员进行必要的技术培训，并提供技术支持。

(4) 其他。

二、甲方义务：

1、甲方负责向乙方提供制作广告所需的文字、图片、及电子文件资料。

2、甲方应即时审验乙方为甲方制作完成的广告内容，并提出修改意见。

3、甲方不得要求乙方制作的广告中包含有关色情、宗教、人种歧视、政治敏感问题等内容，否则乙方有权终止合同并不退还已收费用。

4、甲方对其提交给乙方的资料内容的真实性和合法性负完全责任，一切由其内容所引起的纠纷、争议及所涉及的法律责任均由甲方承担。

5、甲方应在收到乙方书面完工通知的 7 日内对整个方案进行验证，并通知乙方

进行修改，否则，视为全部设计验收合格。

三、乙方义务：

1、应在约定的期限内完成所有广告页面及图文的设计和制作，并测试性发布供甲方审核；

2、广告制作测试作过程中，对甲方陆续提出的修改要求，乙方应尽力协助实现，并经甲方认可；

3、广告修改完成后经甲方审验合格后，由乙方负责正式发布播放，并保证被播放广告的正常显示和访问。

4、乙方须通过必要的技术手段体现出播放广告的有效显示率和点击率，以方便甲方查看广告效果。

四、广告制作周期及完成时间 1、甲方保证在_____月_____日前将制作网络广告需要的材料提交给乙方；

2、乙方自收到甲方提供的相关资料之日起_____个工作日内，完成全套广告的设计和配置；

3、制作过程中乙方应甲方的要求对播放的广告进行维护和更新进行修改，完成的时限参照本合同中关于维护更新的有关约定；

4、对甲方提出的有可能影响双方约定的完成时间的要求，乙方有权提出延期请求，由双方协商确定具体时间。

五、广告服务费用及付款方式

1、广告制作费用：_____元；全部广告播放及维护费用_____元；两项合计：_____元。

2、付款方式：

六、特别约定

1、乙方有权在版面上标注设计单位名称，未经许可甲方不得更改。

2、乙方对甲方提供的文字及图片资料中所涉及的包括知识产权在内的一切法律问题不承担任何责任。

3、甲方对乙方提供服务过程中使用的技术、软件、设备等所涉及的包括知识产权在内的一切法律问题不承担任何责任。

4、合同结束时，在相同合同条件下，乙方有为甲方提供该位置发布广告服务的

优先权。

七、隐私保密

1、甲乙双方对在履约过程中获悉的对方之商业秘密及技术秘密承担保密义务，该保密义务不受本合同期限的限制。

2、乙方对甲方提供的要求保密的文字及图片资料未经甲方许可不得以任何方式泄露给第三方。

八、违约责任

1、乙方因其自身的原因而未能按时完成广告的制作、维护和更新，则每延迟一日，应向甲方支付违约金人民币_____元；

2、甲方没有按时履行支付义务，除向乙方补交余款外，应按每日_____元向乙方支付迟延履行金；

3、甲乙双方违反本合同项下的其他义务，需赔偿因此给对方造成的损失。

九、争议解决

凡因本合同引起或与本合同有关的任何争议，甲乙双方应本着诚实信用的原则协商解决。协商不成，任何一方可向当地人民法院提起诉讼。

十、合同文本、生效、期限

1、本合同一式两份，甲乙双方各持一份。合同自甲乙双方签字盖章之时起生效。

9.2 附录二

“心易网”市场调查

同学，你好，打扰你宝贵的几分钟时间，我们正在进行一项关于“网上物物”交换的调查和研究，非常感谢你的参与，你的想法和意见将会为我们的调查提供很大的帮助。

1. 请问您是否了解网上有关物物交换的事情？

a. 很了解

b. 只是有听说过

c. .不清楚

2. 请问您是否对在网交换物品感兴趣?

a. 是

b. 听上去很有趣

c. 不感兴趣

3. 请问您是否常常在为自己闲置的东西犯愁?

a. 是

b. 偶尔

c. 经常

d. 否

4. 请问您是否有想过把自己闲置的物品换成自己需要的?

a. 不需要, 保持现状即可

b. 强烈的希望

d 不需要, 保持现状即可

5. 假如说让您在网上与别人交换物品, 您觉得最重要的是? (可多选)

a. 网站的诚信

b. 人与人之间的诚信

c . 物品的质量

d. 真实性

6. 您觉得在网上交换物品怎么样 ?

a. 很好

b. 可以尝试

c . 不太可靠

7. 您觉得你一个网站让你感兴趣的地方有哪些? (可多选)

a. 网站的知名度很高

b. 网站的可信度

c. 网站的内容很有趣

d. 可以提供给我们很多有用的信息

e. 可以达到交友的目的

f. 对我们很有用

8. 您希望我们网站应该在哪方面加强?

a. 资源.

b. 讨论区

c. 信息部分

d. 客服部分

9. 您想通过什么方式了解我们网站 ?

a. 网上搜索

b. 别人介绍

c . 偶然发现

d. 广告宣传

10. 您以前是否关注过物物交换的相关网站?

a. 有

b. 否

□ c. 偶尔

9.3 附录三

网站广告				
序号	服务项目	位置	费用(元)	说明
1	首页巨幅广告	首页打开时弹出广告	1200元/周， 4000元/月	免费 制作 广告 图片/动画
2	首页FLASH滑动广告	网站首页中央，共4个广告位	600元/周，1800元/月	
3	首页按钮广告	人力资源资讯下面，共3个广告位	400元/周，1300元/月	
4	首页通栏广告	网站首页通栏	静态：600元/周，2000元/月 动画：800元/周，2500元/月	
5	首页侧栏广告	首页两侧浮动广告	300元/周，1000元/月，5000元/半年，8000元/年	
6	首页A1区LOGO广告	急聘信息下方	100元/周，300元/月，1500元/半年，2500元/年	
7	首页A2区LOGO广告	人才招聘/普通招聘 下方	80元/周，240元/月，1200元/半年，2000元/年	
8	首页A3区LOGO广告	名企在线	100元/周，300元/月，1500元/半年，2500元/年	
9	首页A4区大LOGO广告	A1上方，3个广告位	200元/周，600元/月，3000元/半年，5000元/年	
10	招聘显示页LOGO广告	招聘显示页左侧	60元/周，180元/月，900元/半年，1500元/年	
11	找工作搜索页LOGO广告	搜索器下方	80元/周，240元/月，1200元/半年，2000元/年	
12	周六招聘会广告	浮动广告	300元/周，1000元/月，5000元/半年，8000元/年	
13	其他广告方式	待定	待定	

网站广告收费标准

9.4 附录四

蒲誉，男，财会与金融系，08 会计专业。较强的团队组织能力，洞察力强，人缘好，诚实守信，亲和力强，做事果敢，学习认真踏实，仔细心细，爱祖国，拥护共产党，对待问题一丝不苟，为人正直。

陶修艺，男，工商管理系，08 工业工程专业，源动力团队队长，现担任工商管理系团总支学生会外联部部长，中国移动锦城直销队成员，金凯印务柯丽印校园营销团队负责人，足球社外联部副部长，08 级工业工程组织委员。善于沟通协调，具有很强的凝聚力和亲和力，具有较强的组织、协调、沟通及领导能力，全局意识较强，主要负责管理，决策以及协调团队成员的工作。

万玲玲，女，财会与金融系，08 会计专业，对待工作认真，责任心强，一丝不

苟，性格活泼，组织管理能力较强，善于与人交流沟通，爱学习，爱生活，爱祖国，拥护共产党，生活积极向上勤奋刻苦，学习勤奋钻研。曾任系学生会学习部副部长。

张丽萍，文学与传媒系，08 新闻学专业的，思维活跃、敢于冒险、做事认真。曾多次发表文章，具有一定的写作能力。除此之外，还是一个特别喜欢追根问底的家伙，具有一定的创新能力。

江冬，男，财会与金融系，08 会计专业，观念新颖，思维大胆，市场洞察力强，对产品有独到的见解。

孙靖，男，计算机与科学系，08 软件工程专业，吃苦耐劳，踏实认真，思维活跃，学习勤奋，精神旺盛，胸襟宽广，处事果断。

覃翔宇，男，财会与金融系，08 会计专业，洞察力强，有激情，思维活跃，口才好，见识广博，见解独到。

唐杨，女，外语系，08 日语专业，有毅力，不怕苦，有自信，学习认真、刻苦，积极参加社会活动，善于与人交流沟通，有一定的组织能力。