

开封忆杰园网络科技有限公司

企  
划  
书

目录	1
摘要	2
公司简介	5
市场分析	12
竞争分析及策略	27
产品与服务	30
财务预测	31
风险分析	34
经营策略	36
法律规范	38
附录 1 公司保密制度	42
附录 32 公司员工薪酬表（第一年至第五年）	46 附录 4 CI
形象辨认	47

## 摘要

### 一、宗旨及商业模式

公司宗旨是：诚信，效率，优质，创新；公司采用 B2B 电子商务模式

### 二、产品概述

全方位阿里巴巴公司代运营 店铺装修 图片美化 产品推广 网销宝托管 直通车托管 钻石展位托管 关键词优化 阿里站外推广 专场活动 运作报名 流量分析 转化率提高 品牌推广 分销推广 淘货源 淘工厂 入驻 产业带入驻 金牌供应商入驻

### 三、市场分析

近年来随着电子商务的蓬勃发展网络交易平台正逐渐成为一个巨大的销售市场，这里有众多采购商，众多买家，众多供应商。并且这里的价格更优惠品种更齐全，不用采购员天南地北的去跑去找商品，随着 2023 阿里巴巴双 11 期间一天成交额达成 500 多亿来看传统公司电商之路势在必行。但是传统公司触网比较困难一方面许多老板对电商并不了解，这使得许多公司踌躇不前。再者自己组建团队花费巨大并且还一定能做还，届时候钱花了但是没有效益得不偿失。所以这个时候选择电子商务代运营公司就是一个非常好的选择，电子商务代运营有专业的团队，对网络平台了解更多更专业。这可以让合作的公司少走很多弯路更加快捷的入网。

#### 四、竞争分析

代运营市场总的来说江浙沪的竞争压力会比较大，大多数代运营公司集中在杭州北京上海义乌等大城市，河南地区相对来说竞争压力较小，代运营市场才起步，只有郑州有一家相对较强的公司，所以我们是有机会在这个市场一展拳脚的。

#### 五、营销组合策略

搜索引擎推广策略+商务信息平台发布+电话营销+公司实地考察

#### 六、财务预测

前期支出重要是 1. 办公设备采购涉及电脑 打印机 复印机 传真机 办公桌椅 电话 网线大约需要 3 万元 2. 搜索引擎推广+商务平台信息推广约需 3 万元

#### 七、团队概述

公司的管理团队重要有赵杰、黄亚科、组成，其中赵杰各方面的综合能力较好，任公司总经理，黄亚科擅长网络营销，且思维活跃，具有较强的责任心，任市场部经理，周美玲擅长与客户的交涉，且对人态度热情亲切，任客户部经理；蒋杰利擅长投资分析，为人精明处事干练，任财务部经理；此外，公司的执行董事由风险投资商决定，公司的网络部则另对外聘请相关人员一名。

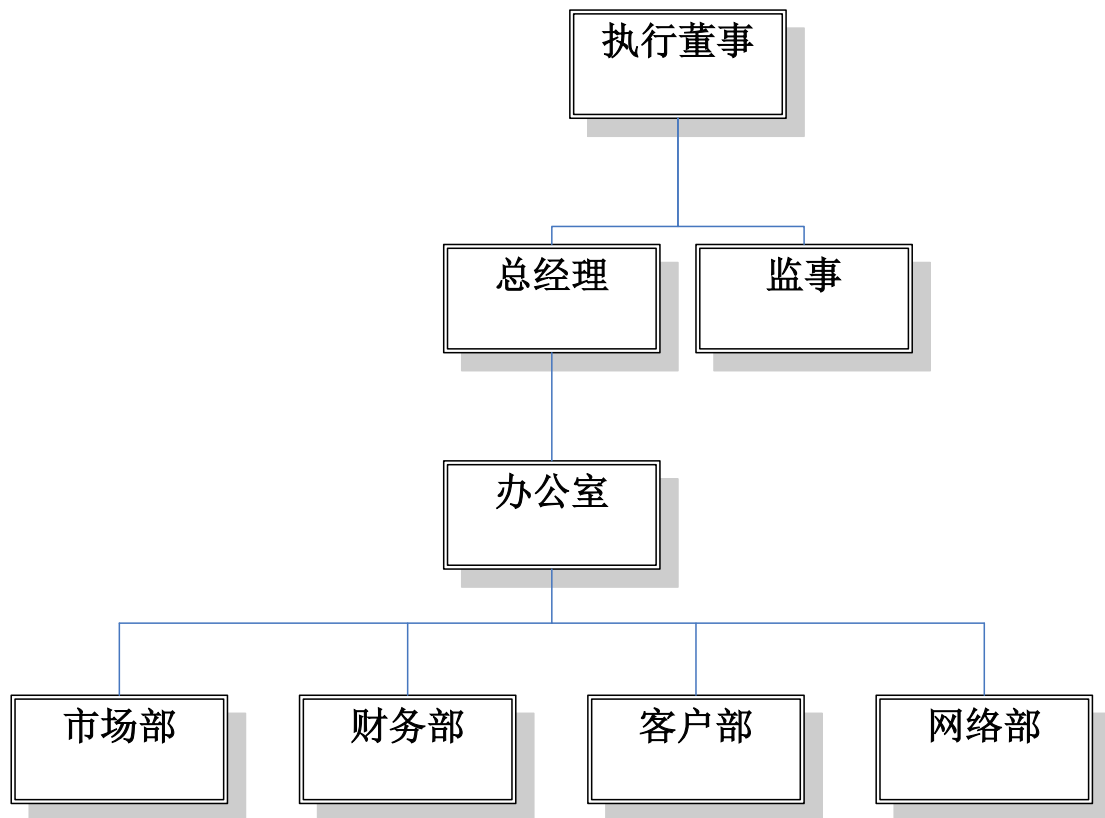
## 公司简介

### 一、公司名称

开封忆杰园网络科技有限责任公司

### 二、公司结构

开封忆杰园网络科技有有限责任公司结构



### 三、公司宗旨

诚信，效率，优质，创新

以诚信的态度对待每一位客户，以最高的效率完毕每一项工作，以优质的服务买足客户的每一个规定，以创新的认识把握每一次机会。

### 四、公司模式

B2B （ 公 司 对 公 司 ） 服 务 模 式

## 五、公司赚钱模式

### （一）重要赚钱模式（特色赚钱）

- 1、代运营服务费用（基本服务费用）
- 2、运营提成，到我们帮一个公司做的销量达成一定量了我们会从销售额提成
- 3、电商培训费用（提供电商培训课程）
- 4、一般个人店铺代装修收取服务费用
- 5、网销宝 直通车 钻石展位托管费用
- 6、图片拍摄费用
- 7、公司官网制作顶级域名绑定费用
- 8、公司官方 app 制作服务费用
- 9、公司 app 推广费用

## 六、公司经营理念和策略

经营理念：服务货真价实，营销诚信守法，服务热情周到，管理细致科学，坚持人本主义

经营策略：我们要实现的目的是先在开封地区取得知名度，然后向整个河南地区进行辐射性发展，最后扩大到全国。我们的公司和网站要生存50年以上，从为国内中小公司提供服务，发展到为国际集团提供专业的商务信息服务；我们要建立最全面的公司数据库，到建立商业资讯高速公路，再到最大的商业资讯服务机构，最后到最权威的电商代运营公司。

## 七、公司设施

台式电脑 4 台，笔记本电脑 1 台，打印机 2 台，复印机 1 台，传真机 1 台，扫描仪 1 台，固定电话 2 部，办公家具 4 套。

## 八、我公司经营宗旨及目的

### (一) 追求

本公司站要不断努力，通过不断强化品牌意识和市场意识诚信服务，以精心服务树立品牌为公司宗旨。为每一位前来公司访问的客户提供第一流的信息与服务，以实现客户的效益，产生客户的利润。在中原地区展开我们的业务，通过不断地加大管理监控进行改革创新，取得不断增长的市场份额和利润，继而成为全国范围内最大最强的电商代运营服务商。

### (二) 管理办法

第一条为加强公司的管理，树立良好的公司形象，保证公司商业信息的安全，根据开封忆杰园有限责任公司办公室有关文献规定，结合实际制定本办法。

第二条本办法合用于参与公司管理的所有业务人员及其他相关人员。

第三条技术部计算机监察员负责公司网站计算机安全监督；技术部保密员负责网站信息安全监督。

第 四 条 我 公 司 各 部 门

设立主责部门和相关部门，主责部门负责上网信息的搜集、整理和发布，并对信息的安全性和有效性直接负责；相关部门配合主责部门工作，对主责部门索取的资料不得以任何理由拒绝提供；公司各单位、公司各部门必须设网络管理员 1 名，负责管理网络办公的登录名和密码，不得随意公开和泄漏。

第五条公司建立网站管理领导小组会议制度，由领导小组组长、网站技术总监召集，成员由公司各部门重要负责人、技术部计算机监察员、技术部保密员组成并参与。

第六条管理领导小组会议的职责：

- 2、网站硬件设施的重大采购、变更事项；
- 3、重大技术问题的决策；
- 4、网站管理员培训计划的制定和决策；
- 5、网站栏目主责部门的重大变更事项；
- 6、网络管理员严重违规行为的解决；
- 7、涉及公司网站信息安全事件的解决；
- 8、其他涉及公司网站重大事件的决定。

第七条公司建立网站管理员会议制度，由公司办公室主任负责召集，各部门相关人员参与。

第八条技术部网站管理员会议的职责：

- 1、一般性技术问题解决；
- 2、网站栏目、网页的技术性变动；
- 3、不涉及网站整体结构的一般性修改；



4、对各栏目的设计和技术进行讲评；

5、及时对业务人员进行培训；

6、对管理人员的违规行为进行确认，并将结果报网站管理领导

组

会

议

；

7、及时纠正平常管理中出现的问题。

第九条 对客户公司网站各栏目应保持及时更新，对长期不进行更新的栏目，技术部管理员会议有权取消相关人员的管理权，并报请网站管理领导组会议对相关负责人进行通报批评。

第十条凡在公司网站各栏目公开发布的信息，主责部门或相关部门必须填写《信息发布审批单》一式二份，认真审核，分别签署意见，经公司主管领导审批，一份留存备查，一份交公司网络管理室建立信息档案。

第十一条主责部门的网络管理员必须遵守公司的各项规章制度。

第十二条 技术部管理员凡有以下行为之一者属于一般性违规。

1、未经主管领导批准擅自发布信息的，未导致公司或个人信誉、经济利益及名誉损失的；

2、未履行审查职能而发布虚假信息，未导致公司或个人信誉、经济利益及名誉损失的；

3、工作懈怠，未按规定期限及时更新栏目；

4、拒不执行技术部监察员和保密员的建议和意见的；

5、拒不安装杀毒软件和“防火墙”软件的；

6、擅自在客户网站上链接其它站点，擅自张贴广告的；

7、擅自发布盗版软件；

8、擅自提供各种形式的收费或免费服务信息的；

9、擅自运用公司网站存储空间谋取私利的；

10、擅自修改网站网页源代码，影响网站浏览速度的；

11、无合法理由拒绝参与网站管理员会议，拒不执行会议决议的；

12、无能力履行管理员职责的。

第十三条技术部管理员凡有以下行为之一者，都属于严重违规；给公司或个人导致信誉、经济利益损失的，属于计算机犯罪，应予以法律上的制裁：

1、刻意发布虚假信息、散布谣言的；

2、发布涉及公司商业秘密、国家机密和个人隐私的信息；

3、擅自关闭防病毒软件和“防火墙”软件，导致公司利益损失的；

4、擅自使用黑客软件，袭击别人计算机的

5、擅自链接色情、反动、暴力等非法网站的；

6、擅自发布涉及“法轮功”等反动异端邪说的信息；

7、刻意更改网页源代码，导致客户网站整体崩溃的；

8、运用网站空间进行非法交易的；

9、故意制作、散布计算机病毒，导致信息损失或计算机硬件损失的；

10、泄露网站操作密码的；

11、其他涉及公司安全的行为。

第十四条对于一般违规人员，网站管理员会议有权建议相关部门取消其管理员资格，

并进行通报;对于严重违规人员,网站管理员会议应及时报请网站管理领导小组会议给予行政或经济上的处罚,涉及犯罪的,移交公安机关,依法追究其法律责任。

第十五条技术部监察员定期对各栏目主责部门的计算机进行检查,对不符合计算机安全管理规定的,应书面告知该部门负责人限期整改。

第十六条 党委保密员要对各栏目主责部门的信息档案进行检查,对不符合保密规定的文档,应及时告知部门负责人,责令其限期整改,并对泄密程度进行评估;导致重大泄密事件的,要及时通报网站管理领导小组会议,对相关负责人进行解决。

第十七条本办法自发布之日起执行。

第十八条本办法由公司办公室负责解释。

#### **四、组织、协作及对外关系**

##### **(一) 组织结构**

考虑到我们是新成立的网络公司,资金和人力资源有限,组织结构较为简朴(参见开封忆杰园网络科技有限公司结构图)

##### **(二) 协作及对外关系**

我们重视内部团队协作,定期召开团队会议,交流和总结每一阶段的成果,加强各个部门的横向合作,增进每个员工的集体感情,不断提高团队协作效率。我们计划在业务开展初期(第一年至第五年)与200-500家不同行业、不同规模的公司建立合作机制。

## 五、场地与设施

目前我们立足于开封大学创业孵化园区，一年后转入写字楼，前期从简。

## 市场分析

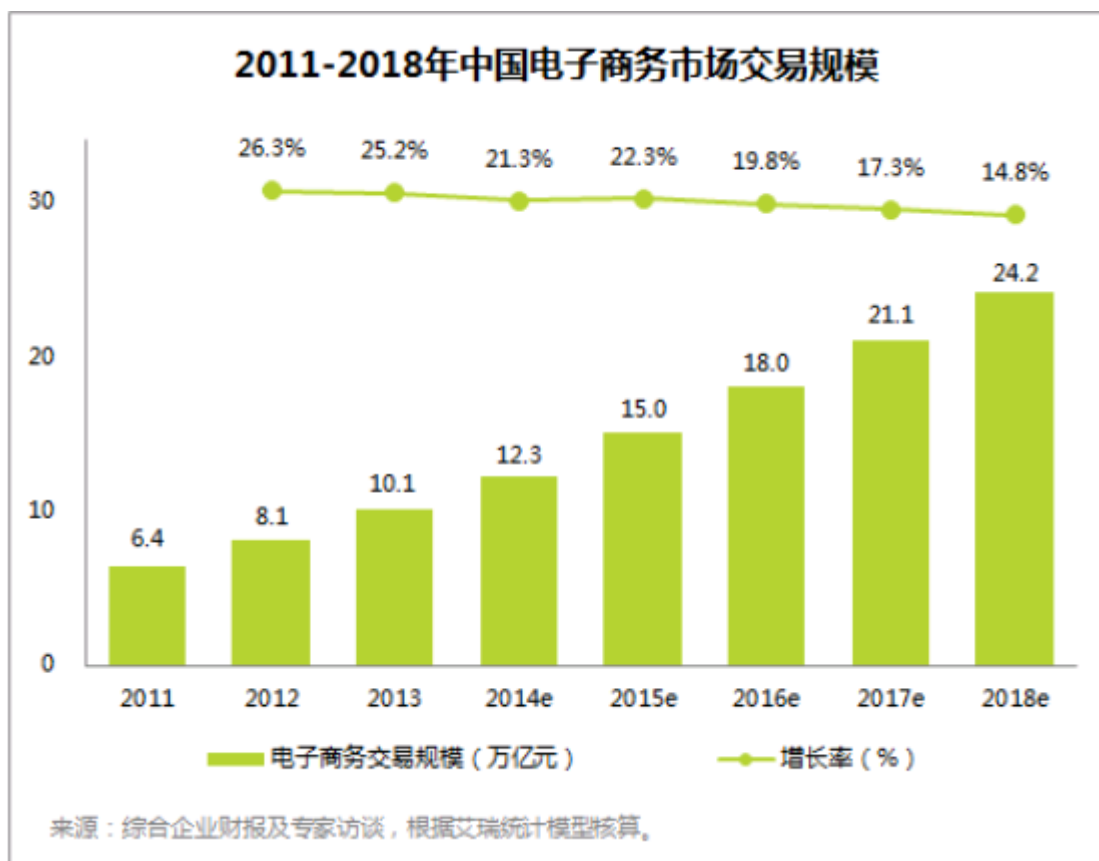
### 一、市场介绍

#### (一) 中国电子商务的市场现状

#### 2、中国 B2B 市场现状

1月28日下午，艾瑞征询召开了2023年度互联网经济核心数据发布会，会中发布了电子商务涉及 B2B 电子商务、网络购物、在线旅游、本地生活服务 O2O 等细分领域 2023 年的数据报告，以及对未来几年市场发展的预测。

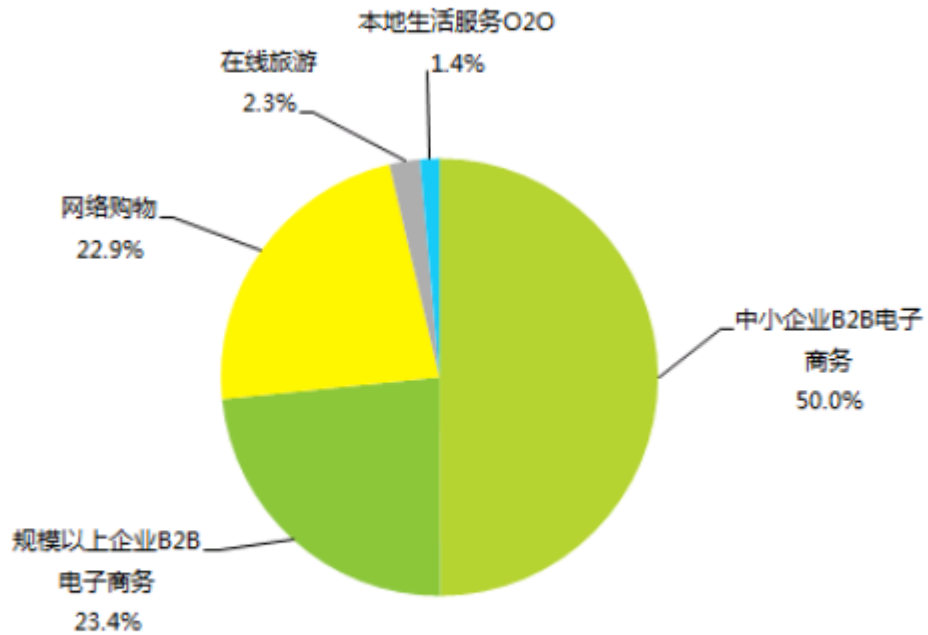
报告显示，2023 年中国电子商务市场交易规模 12.3 万亿元，同比增长 21.3%；其中，B2B 电子商务市场占比超七成，网络购物占比超两成，网络购物占比有明显提高；中小公司 B2B 电商市场营收增长超三成；网络购物年度线上渗透率初次突破 10%；移动购物市场规模增速超 200%。未来几年，移动购物预计将保持 48% 的复合增长率，成为网络购物市场快速发展的重要推动力，其占比预计在 2023 年超过 PC 端；在线旅游市场规模同比增长 27.1%，预计未来几年将保持 20% 以上的复合增长率，迅速发展。



报告显示，2023 年中国电子商务市场交易规模 12.3 万亿元，增长 21.3%，其中网络购物增长 48.7%，在社会消费品零售总额渗透率年度初次突破 10%，成为推动电子商务市场发展的重要力量。此外，在线旅游增长 27.1%，本地生活服务 O2O 增长 42.8%，共同促进电子商务市场整体的快速增长。

**行业结构：B2B 电子商务占比超七成，网购占比提高明显**

## 2014年中国电子商务市场细分行业构成



注释：1.2014年中国电子商务整体市场交易规模为12.3万亿元，为预估值；2.本地生活服务O2O市场规模是餐饮、婚庆、休闲娱乐、亲子、美容美护细分行业O2O市场规模之和。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

2023年电子商务市场细分行业结构中，中小公司B2B电子商务占比一半，B2B电子商务合计占比超过七成，B2B电子商务仍然是电子商务的主体；网络购物交易规模市场份额达成22.9%，比2023年提高4.2个百分点；在线旅游交易规模与本地生活服务O2O市场占比与2023年相比均有不同程度的提高。

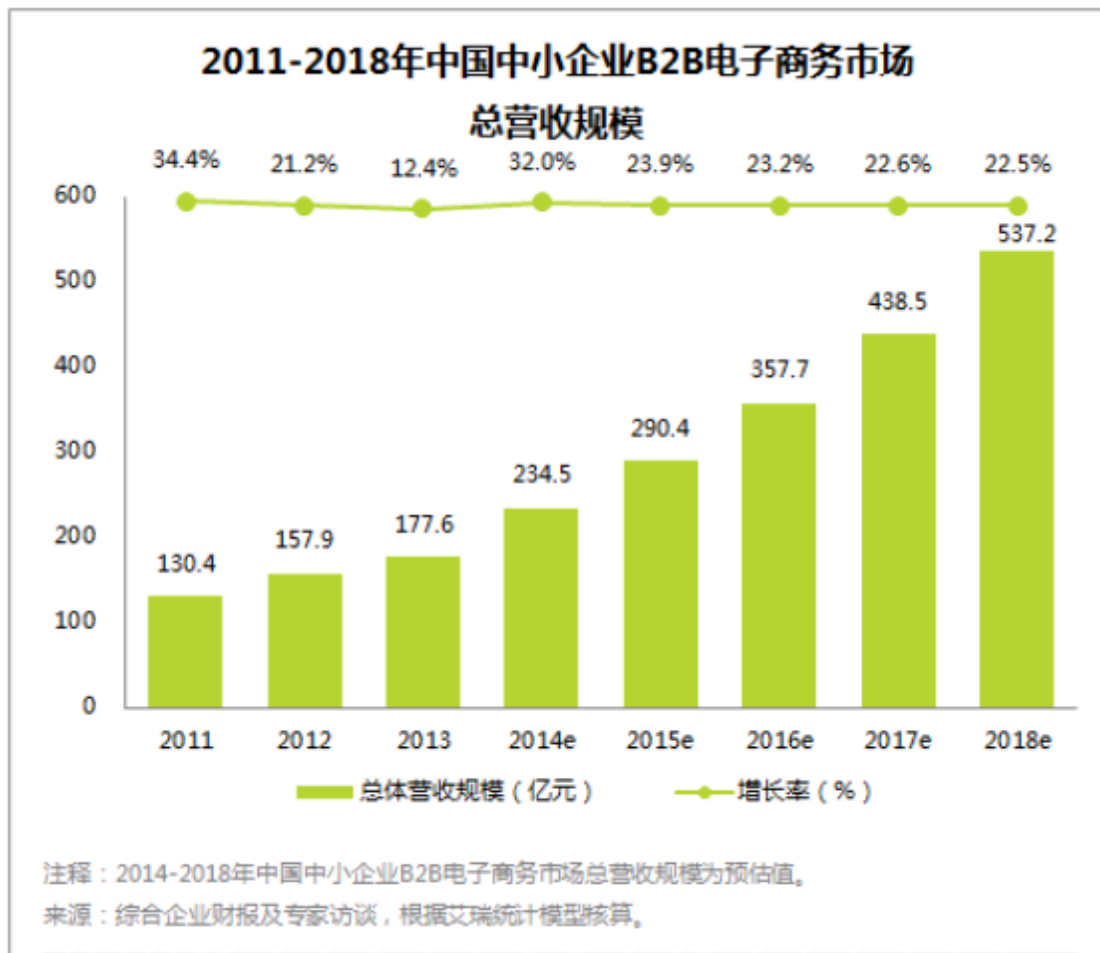


大类别	小类别	2014年规模 (亿元)	2018年规模 (亿元)	CAGR (2014-2018年)
B2B电子商务	中小企业B2B 电子商务	61358.6	116627.3	17.4%
	规模以上企业 B2B电子商务	28782.6	42140.1	10.0%
网络购物	网络购物 (移动+PC)	28145.1	73000.0	26.9%
	移动网络购物	9297.1	45039.7	48.4%
	PC网络购物	18848.0	27960.7	10.4%
在线旅游	在线机票	1607.3	3250.0	19.2%
	在线酒店	636.1	1620.0	26.3%
	在线度假	426.5	1286.7	31.8%
O2O	餐饮O2O	941.9	2127.3	22.6%
	休闲娱乐O2O	660.0	1521.5	23.2%
	婚庆O2O	45.2	227.1	49.7%
	亲子O2O	55.7	135.9	25.0%
	美容美护O2O	54.1	88.7	13.2%

来源：综合企业财报和专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

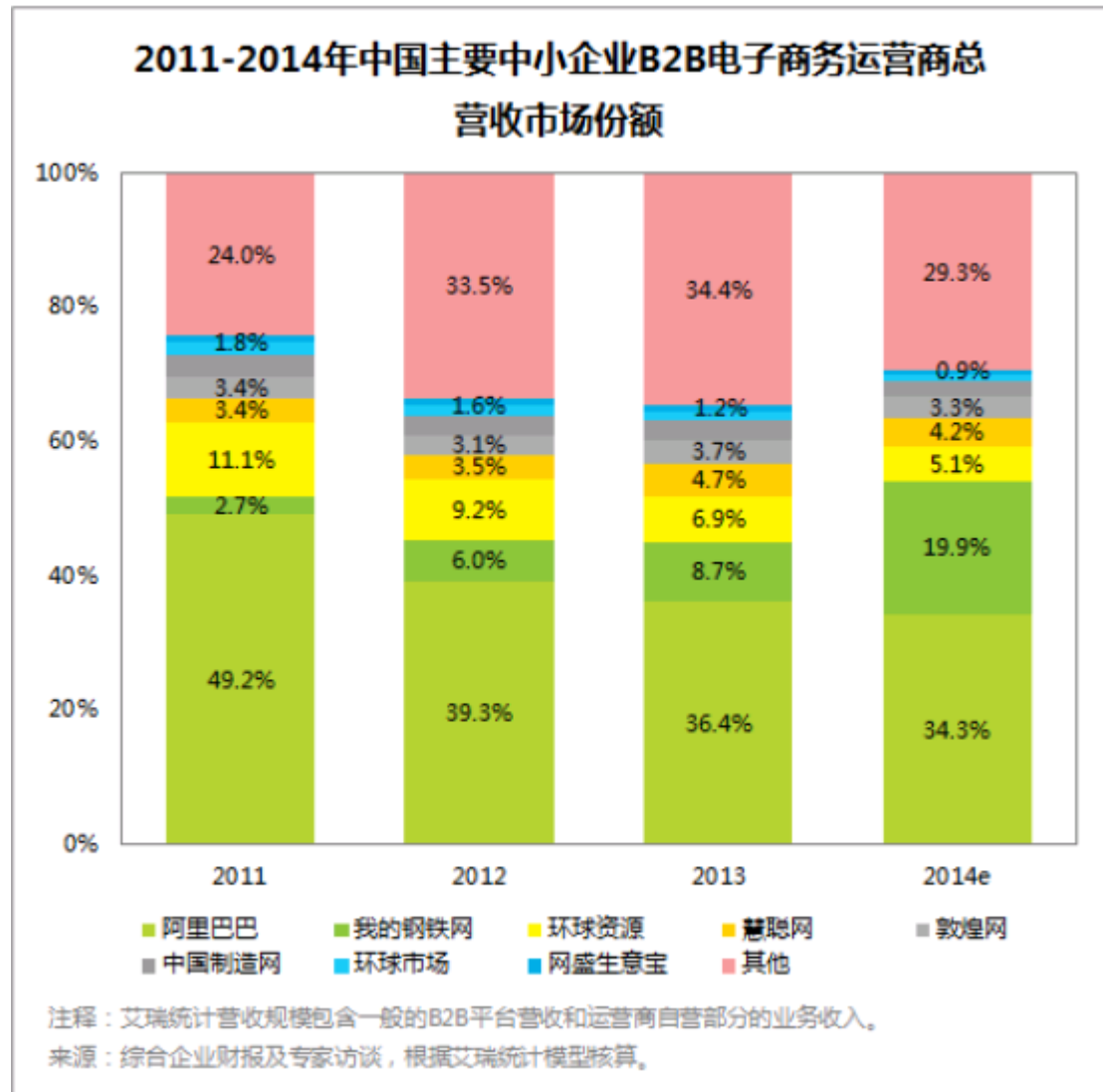
报告分析认为，中国电子商务市场细分领域中，移动购物市场发展迅速，未来几年将保持48%的复合增长率，成为网络购物市场快速发展的重要推动力；此外，在线旅游和O2O未来几年也将保持20%以上的复合增长率，发展快速。其中移动购物和O2O将成为未来几年电子商务市场中发展最快的细分领域。

**市场规模：2023年中国中小公司B2B电商市场营收规模为234.5亿元，增长超三成**



报告显示，2023 年中国中小公司 B2B 电子商务市场营收规模为 234.5 亿元，增长率为 32.0%。预测未来几年中国中小公司 B2B 电子商务市场营收增速仍保持在 20%以上，预计 2023 年营收规模将接近 540 亿元。

公司市场份额： 阿里巴巴仍然独大， 我的钢铁网份额速增



报告显示，在 2023 年中国中小公司 B2B 电子商务运营商总营收市场中，阿里巴巴仍然一家独大，以 34.3% 的营收占比占据首位。

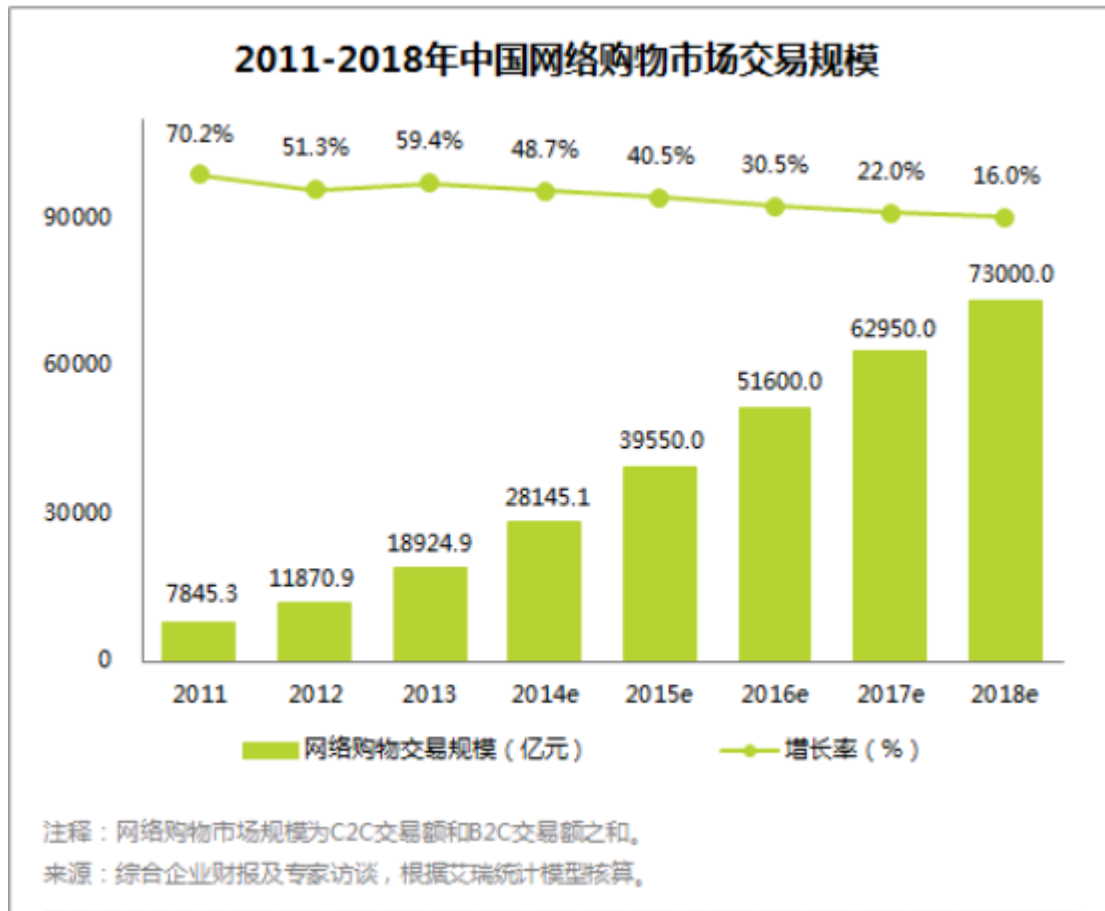
**未来预期: 不同类型增值服务的份额会越来越大, 成为 B2B 平台未来的营收重点**

由于 B2B 在线交易的单笔交易额相对较大、支付安全有待提高、用户在线交易习惯仍需继续哺育等因素, 并非所有公司都接受在线交易形式, 因此, 未来支付、担保、认证、供应商贷款等一系列服务尚有待进一步完善, 公司用户在线交易习惯也有待进一步培养。

公司在线交易的进一步与商家信用的积累, 为 B2B 供应链金融带来发展新契机, 部分 B2B 交易平台提供的在线检查监测、物流拓展、质保服务等配套服务也从货源、配送、售后等方面对 B2B 在线交易提供了一定限度的保障, 未来潜力较大, B2B 在线交易也将向更安全与完善的服务方向发展。

总体而言, 会员费、交易佣金、广告费、增值服务费 etc 短期内仍会是中小公司 B2B 电子商务平台的重要赚钱方式, 而不同类型增值服务的份额会越来越大, 成为 B2B 平台未来的营收重点, 并且成为公司竞争的核心优势。

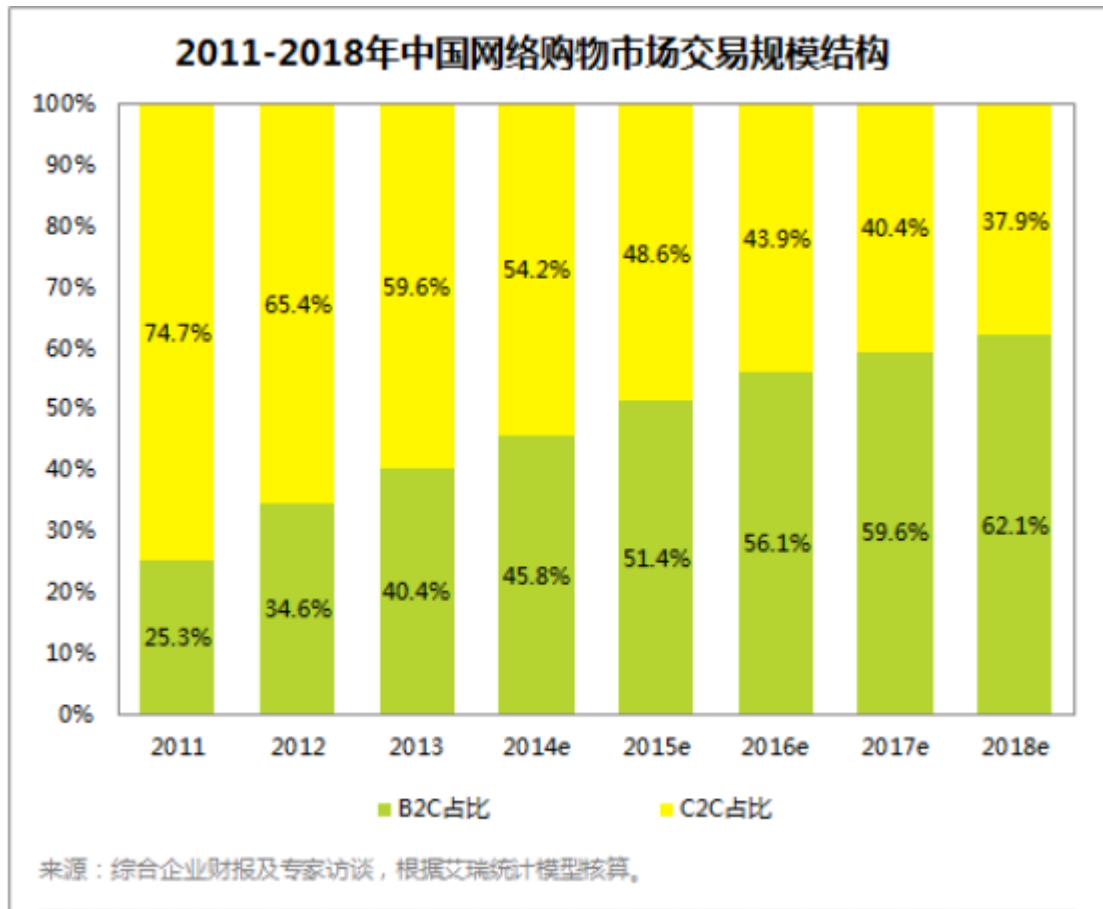
市场规模：2023 年网络购物交易规模达成 2.8 万亿，增长 48.7%



报告显示，2023 年中国网络购物市场交易规模达成 2.8 万亿，增长 48.7%，仍然维持在较高的增长水平。根据国家记录局 2023 年全年社会消费品零售总额数据，2023 年，网络购物交易额大体相称于社会消费品零售总额的 10.7%，年度线上渗透率初次突破 10%。

报告分析认为，随着移动购物市场的飞速发展、典型电商公司向三四线城市甚至农村市场的扩张及国际化战略的布局，未来几年，中国网络购物市场仍将保持 27%左右的复合增长率。

## 市场结构：B2C 占比连续增大，2023 年达成 45.8%



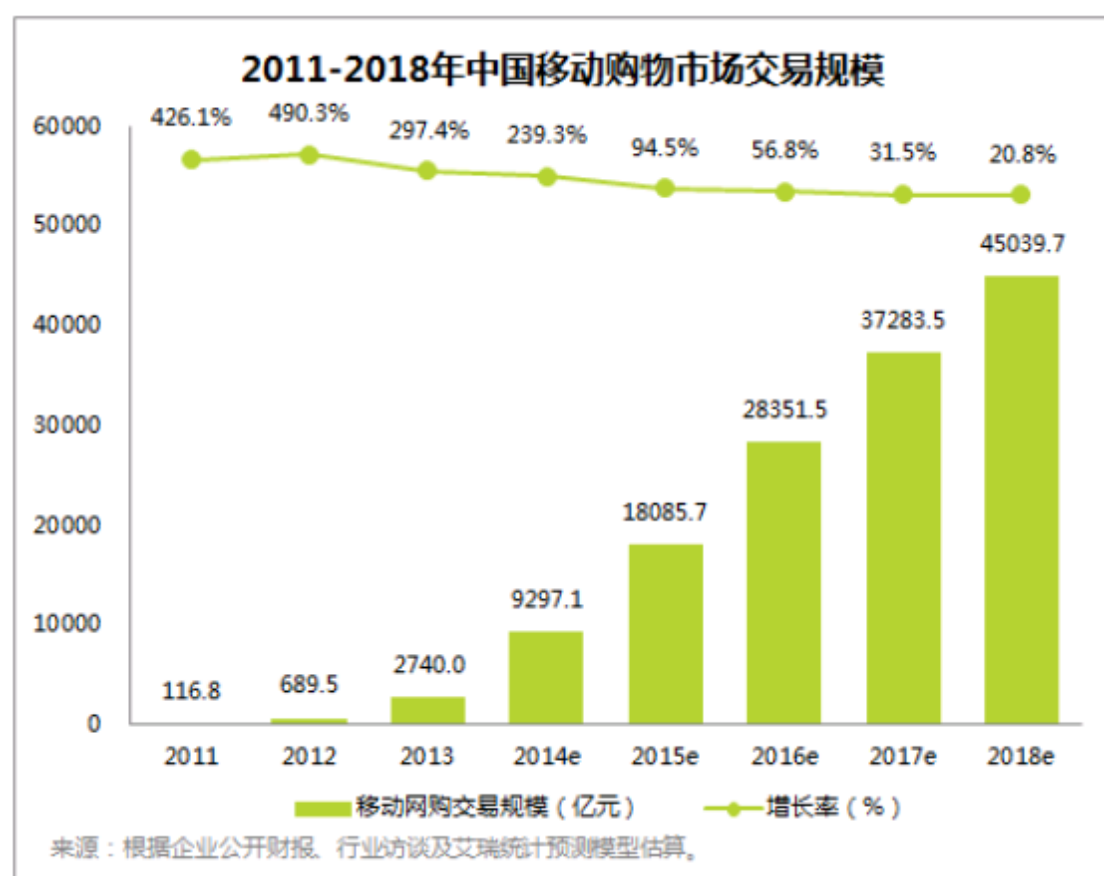
报告显示，2023 年中国网络购物市场中 B2C 交易规模达 12882 亿元，在整体网络购物市场交易规模的比重达成 45.8%，较 2022 年的 40.4% 增长了 5.4 个百分点。从增速来看，B2C 市场增长迅猛，2023 年中国网络购物 B2C 市场增长 68.7%，远高于 C2C 市场 35.2% 的增速，B2C 市场将继续成为网络购物行业的重要推动力。

预计到 2023 年，B2C 在整体网络购物市场交易规模中的比重将超过 C2C。

C2C 市场体量大，产品品类齐全，在满足网购用户差异化及个性化需求方面有一定优势，未来仍将维持稳定增长。从 B2C 市场未来发展情况看，随着网络购物用户网络购物意识的逐渐成熟及网络购物行为的日趋理性，产品品质及服务水平成为影响网络购物用户购买决策的重要因素，对品质产品的诉求将继续推动 B2C 市场的高速发展。

从网络购物市场看，B2C 市场在网络购物整体中的占比将连续提高。

**市场规模：2023 年中国移动购物市场交易规模达 9297.1 亿元，增速超 200%**



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/838051054005006075>