



黑龙江某公司赴美上市 商业计划书案例

编制单位：北京尚普信息咨询有限公司

联系电话：010-82885739 传真：010-82885785

邮编：100083 邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

网址：<http://plan.cu-market.com.cn/>

<http://www.shangpu-china.com/>

目 录

第一章 公司概况	1
第二章 公司管理层概况	1
第三章 产品/服务分析	1
第一节 产品介绍	1
第二节 产品前期开发研究进展情况	1
第四章 行业及市场分析	1
第一节 安防软件产品释义	1
第二节 全球安防行业发展现状分析	1
一、欧美安防行业发展现状	1
二、亚洲安防行业发展现状	2
三、中国安防行业发展现状	4
第三节 全球安防软件市场需求预测	6
一、国际安防软件市场需求预测	6
二、国内安防软件市场需求预测	6
第五章 公司核心竞争力分析	7
第一节 国内安防软件行业竞争力分析	7
第二节 中国安防软件行业的竞争状况	8
一、安防软件行业主要企业类型及优劣势对比	8
二、中国安防软件行业典型企业竞争状况	8
第三节 公司具备市场优势	9
第四节 公司专业的技术实力	10
第五节 公司全新的商业模式	10
一、“捆绑式”特征的销售模式	10
二、“捆绑式”特征的服务模式	10
三、岗位责任与服务指标“捆绑”	10
第六节 公司优秀的战略合作伙伴	10
第七节 公司快速的客户反应能力	10
第八节 公司完备的技术团队激励机制	10
第六章 营销战略	10
第一节 营销模式	10
第二节 营销策略	11
第三节 营销计划	11
第四节 营销团队及组织架构	11
第五节 价格策略	11
一、定价目标	11
二、价格实施	12
三、价格控制	12

第六节 渠道策略.....	13
一、市场推广.....	13
二、推销决策.....	13
三、广告决策.....	14
四、公共宣传决策.....	14
第七章 财务分析.....	15
第一节 经营业绩.....	15
一、公司近三年经营情况.....	15
二、与国内安防行业及主要上市公司财务指标对比分析.....	15
第二节 盈利前景.....	15
第三节 财务评价.....	16
第八章 融资计划.....	17
第一节 融资计划.....	17
第二节 融资保障.....	17
第三节 资金使用规划.....	17
一、研发.....	18
二、兼并.....	18
三、市场开拓.....	18
四、营销体系.....	18
五、建立和完善行业规划数据库.....	18
第九章 风险分析.....	18
第一节 公司面临的风险.....	18
一、新产品的开发管理风险.....	18
二、产品技术风险.....	19
三、市场风险.....	19
四、管理机制风险.....	19
五、产品竞争风险.....	19
六、客户风险.....	19
七、外包风险.....	19
八、商业模式被复制的风险.....	19
九、人才流失风险.....	19
第二节 公司规避风险措施.....	19
一、加大市场开拓能力.....	19
二、提高研发速度.....	20
三、强化企业内部管理.....	20
四、提高员工素质.....	20
五、通过各类渠道广泛收集信息.....	20
六、不断强化和完善研发外包管理.....	20
七、依托专业律师团队加强维权力度.....	20

八、注重研发工作的流程化和标准化建设	20
第十章 战略分析	20
第一节 公司战略规划	20
一、两大发展目标	20
二、三大发展战略	21
第二节 公司战略实施步骤	21
第三节 公司本项目实施计划及进度	21
（一）近期发展目标	21
（二）中期发展目标	21
第十一章 结论	21

第一章 公司概况

第二章 公司管理层概况

第三章 产品/服务分析

第一节 产品介绍

第二节 产品前期开发研究进展情况

第四章 行业及市场分析

第一节 安防软件产品释义

第二节 全球安防行业发展现状分析

一、欧美安防行业发展现状

1、欧美安防行业发展现状分析

美国是世界最大的安防市场，美国电子安防产品市场占全球的份额已经由 1998 年的 15% 增加到 2009 年的 27%，美国对电子安防产品的需求在过去 10 年增加了近 3 倍，而在未来 10 年预计将再次翻番……

2、欧美安防软件行业发展现状分析

1) 美洲安防软件市场

北美地区是世界最大的安防市场，也是安防软件最大的市场，其中美国约占 90%、加拿大占 8%、墨西哥占 2%。其市场特点是：(一) 需求量大，价格竞争激烈；(二) 供应商多，庞大的市场需求催动下产生了大量的安防软件服务商；(三) 市场成熟，经销通路绵密；(四) 美国本土公司是安防软件市场主角，令竞争者难以望其项背。但是他们多以集成商的角色出现，另外韩国安防软件产品和台湾安防软件产品也比较常见……

2) 欧洲安防软件市场

3)安防软件市场动态

(1)葡萄牙医疗保健公司采用基于 RFID 的实时定位系统保障安全

医疗保健公司 Espirito Santo Saúde 在葡萄牙设有 17 处办公地点 ,采用基于 RFID 的实时定位系统(RTLS)提高了其应急反应的速度 ,并使用这套系统跟踪资产 ,使其中两个办公地点的工作人员和病人在发生紧急情况时能获得及时的帮助。这套系统由 Unisys 公司安装 , 包括 Ekahau 证章和安装在墙上的呼叫按钮 , 可以通过公司现有的 Wi-Fi 系统发送警报.....

(2) 英国音乐奖采用 RFID 腕带实现非现金支付

(3) 宾夕法尼亚州赌场用 RFID 抵制造假筹码

(4) 英国发布新安检系统

4)安防软件领军企业

(1) 美国凯瑞 KERI 公司

美国凯瑞 Keri 公司现已成为世界上最著名的门禁控制系统制造商之一、一直以来追求生产高品质、低成本、易安装、易使用的门禁产品。成立于 1990 年的凯瑞 Keri 公司是美国著名的 Indala 读卡器公司 (原为摩托罗拉/Indala) 的缔造者 , 也是全球最早的感应式数字读卡器的发明创始人和市场领导者.....

(2)美国 Lenel OnGuard

.....

二、亚洲安防行业发展现状

1、亚洲安防行业发展现状分析

韩国的安防行业自 1995 年起得到了快速的发展。韩国的安防行业市场

防服务占据 59%，安全设备租赁和安装施工占据市场的 27%；其余 14%的安防市场归属于安全系统/设备。近几年韩国安防行业的年增长率保持在 20%以上.....

2、亚洲安防软件行业发展分析

1)安防软件发展现状

当前，亚洲地区已吸引了全球安防行业的关注。中国与印度这两大新兴市场正带领着该地区走出经济危机的影响。

亚洲安防及软件市场中，中国安防企业的增长最迅猛。韩国企业大体也在增长，而大多数日本和台湾公司都遭受了较大冲击。整体而言增长率已经放缓，只有大华科技、CNB、Hikvision 以及 RCG 例外。2009 年的亚洲安防制造商 25 强最明显的特点在于行业出色表现和按计划实现成长。

据估计，亚洲门禁控制市场在 2009 年的市场规模大约达到 10 亿-11 亿美元，其中包括非接触卡和读卡器、控制键盘、生物识别产品、控制器及整合读卡机、软件等。据预测，从 2008 年至 2015 年亚洲市场将以近 20%的年增长率不断向前发展.....

2)安防软件市场发展动态

(1)日本公司开发出面包自动识别系统

日本从事软件开发的 BRAIN 公司日前宣布与兵库县立大学合作开发出了一种面包自动识别系统，该系统能根据事先存储的图像信息，同时识别多种面包，如果与销售点终端机(POS 机)配套使用，它能够瞬间计算出放在托盘里的面包总价.....

(2)韩国采用 RFID 技术更好的实施药品监管

三、中国安防行业发展现状

1、中国安防行业发展现状分析

2000 年中国安防产值仅为 250 亿元，经过“十五”期间快速发展，2005 年产值超过 900 亿元，2006 年产值达到 1180 亿元，2007 年达到 1450 亿，2008 年虽然经济低迷，但受奥运会的影响，行业产值仍增加到 1610 亿元。2009 年全行业维持 18% 左右增长率，总产值将近 1900 亿，安防设备 835 亿，占 44.2%，安防工程 960 亿，占 50.8%，是整个安防产业最大一块。安防服务和维护 95 亿，占 5%，这是有潜力的一块市场。预计未来几年由于传统安防涉及领域需求有所减少，安防行业总体增长速度将有所放缓，预计到 2012 年我国安防产值将达到 2750 亿元。

图 1 2007-2012 年安防行业市场规模及变化趋势统计

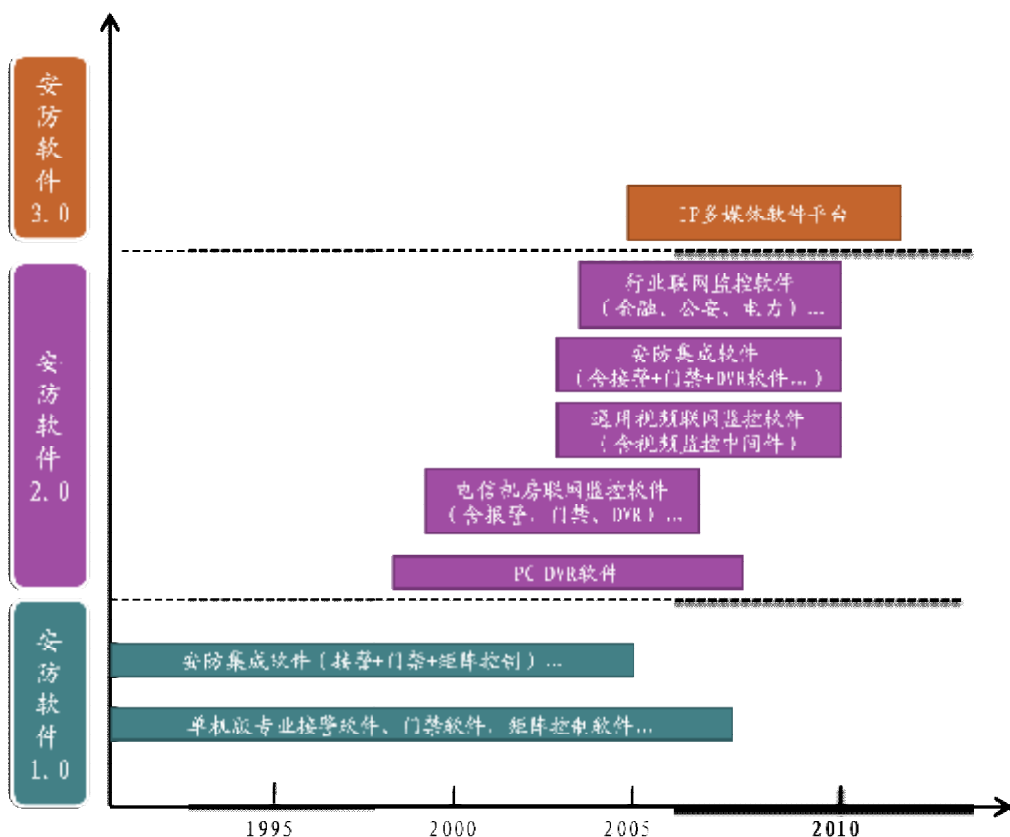


2、中国安防软件行业发展分析

1) 安防软件发展历程

安防软件的发展是随着安防监控报警联网市场的拓展一步一步发展起来的.....

图 2 安防软件发展历程



2) 以金融、交通监控升级带动为特征的安防软件快速增长

3) 平安城市建设加速安防软件市场增长

4) 国内安防软件市场存在的问题

- (1) 盗版软件成为安防软件健康发展障碍。
- (2) 国外软件巨头在中国市场跑马圈地。
- (3) 产品不成熟

国内外安防软件行业发展对比

表 1 国内外安防软件行业发展对比

项目	中国	发达国家
发展程度	正处于发展期	现处于发展期，即将进入成熟期
市场需求背景	中国庞大的内需市场潜力无穷 市场需求以政府公共类项目为	国外市场增长潜力相比国内市场 潜力有限

	主 商用、民用市场还需要培育	市场需求以商用化、民用化为主 政府公共类安防项目需求同安全 局势密切相关
.....		
行业关键竞争要素	市场营销能力 产品价格优势 产品功用性能 公共关系资源 核心技术实力	公司综合实力 安防产业资源整合能力 品牌竞争实力 客户需求整体方案解决能力 客户需求深度挖掘能力

第三节 全球安防软件市场需求预测

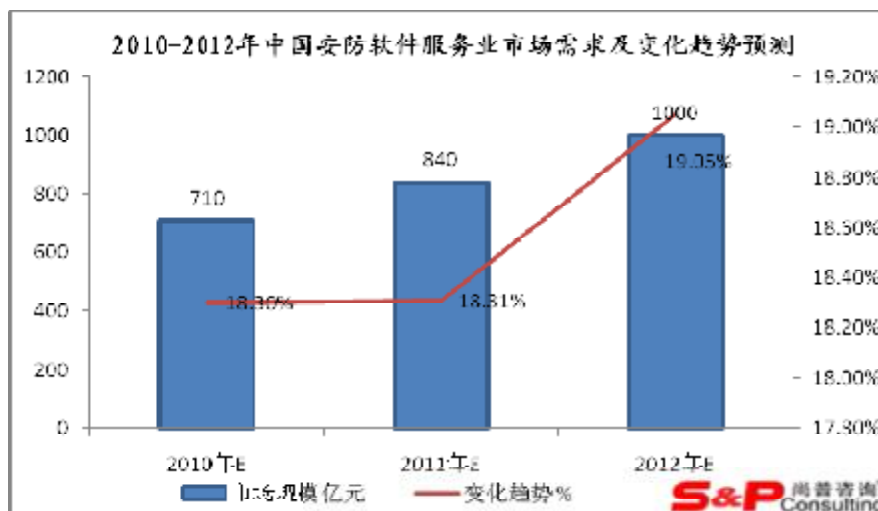
一、国际安防软件市场需求预测

2009 年全球安防产业市场需求规模大约为 1100 亿美元，增长速度保持在 8%-10%之间，其中安防软件占 30%左右，约为 300-330 亿美元。以安防产业发达的欧美国家为例，美国的安防软件系统集成需求量是最大的，年增长率保持在 15%左右，在未来的 3 年，直到 2012 年也将继续保持这个速度。西欧安防软件系统集成市场平均每年增长速度在过去的 3 年一直保持在 16%以上的增长率，预计在未来的 3 年也将继续保持 16%以上的增长率.....

二、国内安防软件市场需求预测

巨大的本土需求市场，良好的产业技术基础以及较低的劳动力成本，稳定的政治经济环境使得中国安防软件产业充满了活力，其规模不断扩大。2004 年至 2009 年，中国安防软件服务行业的产业规模持续扩大，其年均复合增长率为 28.2%。2006 年至 2009 年，在奥运会安全建设、“平安城市”建设，及第二批“科技强警工程”的带动下，安防软件服务产业进入了快速发展时期。2009 年，其产业规模已逾 600 亿元人民币，占中国整个安防行业总产值的 30%以上.....

图 3 2010 年-2012 年中国安防软件服务业市场需求及变化趋势预测



第五章 公司核心竞争力分析

第一节 国内安防软件行业竞争力分析

随着国内安防软件行业的发展,安防软件行业的竞争形势发生了巨大的变化,业内企业综合实力提升速度加快,领先企业将逐步占据市场核心地位。

首先是决定安防软件行业发展的主导力量发生了变化,从过去依靠低水平、低技术、低附加值的企业,发展到目前很多国内安防软件企业已经在迅速增强自身的研发能力、管理水平、资源整合能力,优秀企业在安防软件领域不断脱颖而出,行业的优势资源整合在加剧,企业间的合作越来越紧密,行业的集中度也随之升高,规模化效应更加明显……

表 2 国内安防软件企业综合竞争力 SWOT 分析

优势 S	劣势 W
1、 安防产业受到政府重视 2、 国内安防软件行业政策优势明显 3、 安防软件企业技术积累逐步增长	1、 安防软件同质化竞争 2、 安防软件企业实力整体较弱 3、 高精尖人才较为缺乏
机会 O	威胁 T
1、 国内安防行业快速发展	1、 盗版软件侵害

2、 安防软件行业应用领域不断拓宽 3、 国内安防投入快速增长	2、 安防软件行业利润率不断走低 3、 市场竞争压力增大
---	--

第二节 中国安防软件行业的竞争状况

一、安防软件行业主要企业类型及优劣势对比

表 3 国内安防软件行业主要企业类型及优劣势

安防软件 企业分类	经营业务	优劣势
专业安防 软件	安防软件	该类安防软件企业成分复杂,一部分是安防软件市场的新进入者,一部分是从其他安防产业环节转移到安防软件领域的,还有一部分是长期从事安防软件的研发工作,有一定的安防软件研发经验。一般意义上,该类安防软件企业具有下列优势:专业性强、掌握一定的知识产权、企业经营灵活性强、企业经营思路有利于调动员工积极性等,不足在于安防软件行业的技术积累,尤其是在安防基础管理软件和智能化统计分析软件领域的经验积累弱,另外这类企业规模较小,企业团队的稳定性和员工流动性经常受到考验。
安防工程 商	安防工程设计、 施工	长期耕耘在安防市场,了解用户市场需求,尤其是非常熟悉核心区域市场的用户需求,在核心区域市场通常拥有用户资源。不足关键在于难以提供技术解决方案、安防软件技术实力弱、难以为客户提供后续服务。
.....		
IT 综合解 决方案提 供商	安防软件+IT 信 息化软硬件业务	IT 行业有着丰富的经验,在信息化系统的基础上加入安防各个子系统,形成一个包括安全防范在内的信息化综合系统。如神州数码、华为公司、中兴通讯、H3C 等。

二、中国安防软件行业典型企业竞争状况

国内安防行业近几年发展速度很快,已经有很多生产安防类产品的公司上市。

国内的上市公司主要有海康威视、大华股份、大立科技、中瑞思创等。其中,前三家公司目前是国内视频监控领域中的龙头企业,在数字化视频监控的核心设备 DVR(数字硬盘录像机)上已经处于国际领先水平,在国内市场已经占据了较大的

市场份额，形成了较强的竞争力。

1、海康威视 海康威视的安防视频监控产品国内市场占有率已经达到 8.17%，位居第一，公司所生产的 DVR 和板卡合计占据了国内 40.30%的市场份额，在国内处于绝对优势的地位。公司近两年推出的监控摄像机和监控球机是整个视频监控系统的组成部分，属于前端设备，其市场规模远大于公司的 DVR 市场。和国外品牌相比，公司推出的这两类产品由于采用自主开发机芯，价格优势明显，而且公司凭借品牌优势和客户优势，实现前后端设备的配套销售比较容易……

2、大华股份

3、大立科技

4、中瑞思创

5、中安集团

6、其他一些上市公司

……

第三节 公司具备市场优势

相对于深圳、北京来说，黑龙江省内安防行业发展相对落后一些，但是从 2003 年中央提出“振兴东北老工业基地”政策以来，东北地区的经济有较快发展，各行业的发展也相对增速，从这时起，我国东北地区的安防行业发展也相对较快……

表 4 黑龙江省安防行业竞争力情况

公司名称	概况	竞争力评价
哈尔滨联成信息技术有限公司	成立于 1997 年，注册资金 550 万元，实际资产为 3000 万元，现有员工 105 人，分布在北京、	1、优势：公司成立时间较长，在多处设有办事处具有多年的安防设备、软件及系统解决方案经验，公司在省内安防行业内部具有良好的

司	沈阳、太原和哈尔滨，公司于 2006 年 8 月通过 ISO9001 质量认证。公司拥有信息产业部颁发的系统集成三级资质，地方政府颁发的计算机机房建设一级资质、安全防范一级资质。	声誉，公司的市场销售能力强，在黑龙江省市场占有率名列前茅，综合竞争力较强； 2、劣势：公司的主营业务发展方向定位于金融行业的外包解决方案和将基于 WEB 的 ASP 软件运营。
.....		

第四节 公司专业的技术实力

第五节 公司全新的商业模式

一、“捆绑式”特征的销售模式

“捆绑式”销售模式是公司主要的经营模式，它具有以下三大优势：

- (一) “捆绑式”销售可以创造 1+1>2 的双赢局面
- (二) “捆绑式”销售可以带给消费者最大的利益回报
- (三) 提高企业的抗风险能力

二、“捆绑式”特征的服务模式

三、岗位责任与服务指标“捆绑”

第六节 公司优秀的战略合作伙伴

第七节 公司快速的客户反应能力

第八节 公司完备的技术团队激励机制

第六章 营销战略

第一节 营销模式

图 4 公司业务模块与盈利模式

业务模块	盈利模式	盈利方式
------	------	------

推荐硬件供应商	硬件商返佣收入	1. 合作方式。公司承接到客户安防系统安装或者改造项目后，会给客户推荐硬件供应商，公司与硬件供应商签订协议，硬件供应商与客户合作成功后（即签订合作协议），向硬件供应商收取硬件商返佣收入。 2. 费用收取方式。在硬件供应商收到工程首付款后，硬件供应商向公司支付其硬件商返佣收入的 50%；硬件供应商完成该项目所供设备的验收交付后，硬件供应商再行向公司支付其硬件商返佣收入的 50%。
.....		
升级安防集成系统	收取客户升级服务费用	1. 一年免费期满后，公司以 5 -10 年为服务周期，“有偿”为项目单位提供持续性的软件开发、功能升级和拓展服务，保证其“智能平台”的持续、稳健运行。 2. 费用收取方式。根据具体合作方式进行收取。

第二节 营销策略

依据公司的战略规划及发展方向，在未来两年内，将不断丰富和完善公司现有的产品供应链：以软件技术应用及服务为核心，以硬件设备生产及销售为辅助，形成软硬件于一体的优质产品品牌和服务格局，迅速提升公司的核心竞争力.....

第三节 营销计划

第四节 营销团队及组织架构

第五节 价格策略

一、定价目标

公司的研发、生产成本远远低于欧美发达国家产品，如果以相对较低的价格进行定价，公司仍然能获得较高利润水平；而且，目前目标市场对产品的价格较为敏感，如果以相对较低的价格进行定价，公司的产品能够迅速占领目标市场.....

二、价格实施

1、小规模客户和短期客户价格实施

对于小规模客户和短期客户，公司将按照基本价目表制定标准实施收费，适当给予一定折扣，可视具体情况灵活应变。对于小规模客户和短期客户来说，公司把一季度设置为结算周期.....

2、长期合作客户价格实施

.....

三、价格控制

随着公司的发展壮大，研发力量的积累以及品牌影响力的扩张将促使产品成本不断下降，这将给公司的产品带来更多的让利空间。当行业竞争加剧，行业平均价格下降或者竞争对手的营销策略对公司产生不利影响时，公司将依靠自身强大的产品优势和成本优势，对产品价格进行灵活调整，进而影响行业产品定价秩序。公司将主要使用以下三种方式进行价格调整：

1、下调产品价格。

公司下调产品价格的策略包含两种方式：一是，在产品性能及服务质量保持不变的情况下，调低价格；二是，提升产品性能及服务质量，保持价格不变或者调低价格。

2、加大折扣力度。

3、提供免费增值培训服务。

第六节 渠道策略

一、市场推广

公司未来将加强市场推广力度,有效的将公司产品或服务的信息传递给目标客户,为扩大产品市场份额、提高产品销量和知名度服务。

1、以营销网络中心进行市场推广。

为了能更有效地组织市场推广工作,公司把国内市场分为六大区域,分别是:东北地区、华北地区、华东地区、中南地区、西北地区和西南地区。按区域分为6个销售区,实施专业的营销网络专人负责制,以营销网络为中心,进行市场推广工作。

2、以重点客户为重点进行市场推广

3、以技术优势为中心进行市场推广

4、以技术研讨等方式进行市场推广

.....

二、推销决策

公司在未来将加强人员推销,主要以下列三种进行市场推销工作。

1、高层人员推销。

公司将采用高层专业管理人员推销为主,并结合专业技术人员参与讲解的推销方式。对于公司选定的重点客户或是专业销售人员认为应该由高层专业管理人员进一步进行推销洽谈的客户,公司的高层专业管理人员将直接参与推销并访问客户,进一步了解客户的需要,权衡客户的重要性,从而促成与客户的业务合作关系。

2、合作推销。

3、专业销售人员推销。

.....

三、广告决策

公司将通过宣传资料、期刊杂志、大众报刊、互联网等媒介向潜在客户以及大众进行广告宣传，以树立公司的良好企业形象，扩大公司产品的影响力，支撑公司进一步提升市场占有率。公司广告策略主要包括.....

四、公共宣传决策

公司将利用各种传播手段与客户进行沟通，树立公司的良好形象和信誉，唤起客户对公司及其产品的好感，赢得客户的信任和支持，为公司销售提供一个长期良好的外部环境的营销活动。

1、发行企业刊物。

企业刊物是管理者和员工的舆论阵地，是沟通信息、凝聚人心的重要工具。公司将利用各种介绍公司及产品的刊物作为信息载体向客户传递信息，吸引客户对公司及产品的注意，帮助公司在客户面前树立良好的形象。

.....

第七章 财务分析

第一节 经营业绩

一、公司近三年经营情况

二、与国内安防行业及主要上市公司财务指标对比分析

1、与全行业平均水平对比分析

可以看出，公司在 2008-2009 年的时间里取得了飞速的发展，其主营业务收入增长率指标远远大于行业平均水平，利润增长率指标的增长也大大超过行业平均水平。

行业内部安防系统集成商的主营业务收入增长率和利润增长率指标约为 100%，比公司小 40 个百分点。从利润率指标也可以看出公司处于快速发展阶段，公司的利润率指标要远远大于行业平均利润率水平。公司具有良好的财务状况，发展前景良好……

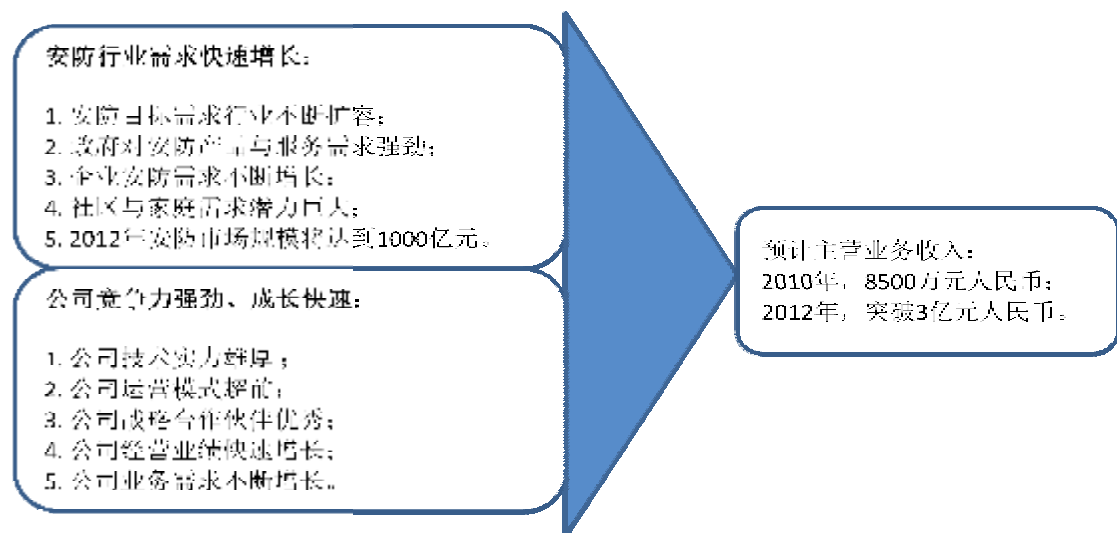
2、与国内主要安防上市公司对比分析

第二节 盈利前景

表 5 2010-2012 年公司经营业绩增长预测

	2010 年	2011 年	2012 年
主营业务收入（人民币：万元）	8652.01	14666.12	23931.62
税前利润（人民币：万元）	4814.05	8175.41	13588.77
每股收益（人民币：元/股）			

图 5 公司经营经营业绩预测



第三节 财务评价

图 6 未来三年公司的财务情况预测 人民币元

项目	2010 年	2011 年	2012 年
一、主营业务收入	86,520,960	146,661,994	239,316,164
减: 主营业务成本	35,974,882	59,597,115	94,105,514
二、主营业务利润(亏损以“-”号填列)	50,546,078	87,064,879	145,210,650
加: 其他业务利润(亏损以“-”号填列)			
.....			
五、净利润(净亏损以“-”号填列)	36,103,600	61,315,600	101,915,772

公司的项目开展状况良好,通过一次性投入,可以获得持续性开发的优势。

2010 年-2012 年,公司的持续性盈利能力和规模化经营能力仍将快速上升,毛利率逐年上升。预计 2011 年-2012 年,公司的平均主营业务收入增长率将达到 63.18%,平均净利润增长率将达到 66.22%。

第八章 融资计划

第一节 融资计划

公司准备赴美国证券交易所上市，拟采取“股票+现金”的方式融资。

公司资本运用主要采取反向并购的形式。融资型反向并购是介于 IPO 和私募之间的融资程序，既有私募的特点同时具有公募的特点。反向并购上市是一种介于融资和并购的复合型完全创新的金融业务品种.....

第二节 融资保障

公司增资扩股到位之后，在内抓管理、外抓市场的同时，充分利用自身的优势，使企业能取得到长远的发展。

公司通过规范化管理，使企业良好发展，以保障股东的利益、实现向股东承诺的投资报酬。此外，公司将着眼于资本市场的运作，努力在短时间内，将公司股票推向市场。投资者届时可以选择将的溢价股权转让，溢价部分根据持有时间确定.....

第三节 资金使用规划

公司通过直接兼并同行业上下游企业，有效的延长企业的产业链条，增强企业抗风险能力，同时也可以提高公司的利润。公司的竞争力主要在公司资源整合能力方面，为了应对 IT 行业飞速发展的情况，公司积极研发新产品，满足客户的不同需求，以好的产品来满足市场的需求，从而提高公司的市场占有率，树立良好的品牌形象，提高客户的忠诚度。

融资所筹措的资金主要利用于以下几方面：

一、研发

通过加大技术研发投入力度，不断提高新型安防应用程序的品类和质量，扩大其使用范围和市场适应性，迅速提升公司的核心竞争力，为公司成长为行业领导型企业奠定基础。

二、兼并

三、市场开拓

四、营销体系

五、建立和完善行业规划数据库

第九章 风险分析

第一节 公司面临的风险

一、新产品的开发管理风险

公司主导产品是安防软件，属于 IT 项目。产品特点决定在提供解决新产品方案要具有跨行业的多方面的技术和知识以及综合运用能力。

新产品的开发管理风险主要包括：项目的目标、范围是否明确，项目可行性研究和计划是否完整和适当，项目的组织是否健全、稳定，是否获得领导的积极支持，是否建立了有序的、有效的、良好的沟通渠道，是否具有有效、全面的项目管理，严格的变更控制，是否建立了良好的、积极的、团队合作的文化氛围以及对需求的准确识别等。

在新产品开发中，对技术、产品及市场发展趋势的把握、关键技术及重要新产品的研发及上市、核心技术和重要产品的方案、研发周期及成本的控制等因素

可能导致存续公司发展方向错误、技术及产品落后、开发失败、研发投入损失的风险，以及由此产生的市场竞争力下降和发展减慢的风险。

二、产品技术风险

三、市场风险

四、管理机制风险

五、产品竞争风险

六、客户风险

七、外包风险

八、商业模式被复制的风险

九、人才流失风险

第二节 公司规避风险措施

一、加大市场开拓能力

公司以哈尔滨市场为基础，巩固、加强现有市场占有率，再利用公司自身产品和营销优势，扩大市场范围，形成“以本地区为产业基地、北京、上海、广州等大城市为主要市场”的市场格局。

公司通过加快新产品开发、不断提高主导产品的技术含量、增强产品在市场上的竞争能力和抗风险能力，加快公司主导产品的市场网络建设，完善售后服务体系，争取公司利润最大化。同时公司在国内主要城市（如北京、上海、广州、深圳等）建立分公司，加强产品的营销力度。

公司根据客户群体制定出个性化的营销方案，如低中高产品、平民阶层产品、

企业化产品等多种营销计划，以应对不同的市场变化，提高公司应对不利市场环境的应对能力。同时，加强产品后期维护、升级服务，进一步提高公司的综合竞争实力。

二、提高研发速度

三、强化企业内部管理

四、提高员工素质

五、通过各类渠道广泛收集信息

六、不断强化和完善研发外包管理

七、依托专业律师团队加强维权力度

八、注重研发工作的流程化和标准化建设

第十章 战略分析

第一节 公司战略规划

公司发展愿景：发展成为大型的系统解决方案集团公司。通过大规模的资本运作，在公司资源、政策、科研实力的支撑下，发展成为国际上大规模生产、多元化开发导向的大型系统解决方案集团公司。在多个国家实现上市计划，把公司建立成为大型产业集团公司。

一、两大发展目标

公司将切实按照拟定发展规划，通过“两个依托，一个发挥”来实现公司的两个发展目标……

二、三大发展战略

第二节 公司战略实施步骤

- 1、打基础，创品牌，建网络，达到第一个发展目标
- 2、优化资源配置，扩张资产规模，提高资产质量，达到第二个发展目标

第三节 公司本项目实施计划及进度

（一）近期发展目标

1.提高市场占有率

依托公司在哈尔滨地区的市场优势，迅速占领黑龙江市场，逐渐辐射东北三省市场；在完善营销网络、提高产品质量及管理效益的基础上，不断提高市场占有率，使公司的产品尽快覆盖全国市场。

.....

（二）中期发展目标

第十一章 结论

尚普咨询各地联系方式

北京总部：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

联系电话：010-82885739 13671328314

河北分公司：河北省石家庄市长安区广安大街 16 号美东国际 D 座

联系电话：0311-86062302 0311-80775186 15130178036

山东分公司：山东省济南市历城区二环东路东环国际广场 A 座 20 层

联系电话：0531-61320360 0531-82861936 13678812883

天津分公司：天津市和平区南京路 235 号河川大厦 A 座 16 层

联系电话：022-87079220 022-58512376 13920548076

江苏分公司：江苏省南京市秦淮区汉中路 169 号金丝利国际大厦 13 层

联系电话：025-86870380 18551863396

上海分公司：上海市浦东新区新区商城路 800 号斯米克大厦 606 室

联系电话：021-51860656 18818293683

西安分公司：西安市高新区科技五路北橡树星座 B 座 2602 室

联系电话：029-89574916 15114808752

广东分公司：广州市天河区林和西路 157 号保利中汇广场 A 座 9 层

联系电话：020-84593416 13527831869