

# 我的电子商务创业方案计划书

## 一、 电子商务的背景和前景分析

### 电子商务及网上购物产业背景

#### 电子商务产业背景：

21 世纪电子商务逐渐成为社会生活的主要方式，成为数字化社会的基础。电子商务活动是通过公共计算机通信网络进行商务活动的现代方式。该方式突破了传统商务在时间和地域上的限制，成为方便，快捷，安全可靠的新兴电子化商务活动模式。电子商务使现代商务活动具有安全,可靠,快速,明确和方便的特点，通过国际互联网络我们可随时随地开展电子商务活动。

电子商务的发展逐步改变我们的生活及工作方式。原来纸上交流的管理与商务活动方式逐步变成了由计算机远距离操作完成的数字化活动方式。没有了时间,空间和人为条件上的限制，人们的生活和工作将变得方便灵活。特别在获取信息,各种服务活动,付款,送货方式等方面有了根本的变化。任何合法组织和公司甚至个人通过在国际互联网络上建立自己的站点都可成为全球化的信息发布者。信息的获取具有了广泛的内容和选择性；贸易，商务活动中的商品认识，合同谈判，交易都通过国际互连网信息和网络软件完成。 电子商务也完全改变了我们当今的商务方式。由于没有了时间和空间的限制，人们可以在家中处理业务。小公司也可以实现全球在线订货，完成世界性商务活动。越来越多的电子货币(信用卡,数字现金等)在线付款方式在电子交易中使用，人们不再受限制于物理现金的携带和使用。

从现在年轻人对网络的依赖程度可以看到今后电子商务的比重会越来越大。并且从网络发展态势来看，现在正是发展电子商务的大好时机，市场空白点也有很多。 网上购物的发展前景分析：

一．随着网络的遍及，截至今年 6 月底，中国网民规模达到 4. 85 亿，较 2010 年底增加 2770 万人，增幅 6. 1%。而且在这时网民的品质也大大进步，平均每天的上网时间也有很大的提升。

二.观念的改变。如今随着网购交易平台的兴起和信誉的提升，网上购物逐渐赢得消费者的信赖。大多消费者乐于足不出户，享受购物的乐趣。

三．网购商品近数量种类的增多，网购平台建设的发展。到 2015 年，我国网络零售平台有望覆盖约 5 亿人口。较宽广的选择面，相对于店面略低的价格，各种促销活动，使得不少人更加乐意去网购，淘一些新颖或稀奇古怪的东西或去一些网上折扣店去淘衣服。

四．中国市场巨大。目前网购还处于成长期，潜力大。

五．网上购物竞争激烈。如淘宝、凡客诚品、当当网、京东商城、麦网、欧谷商城、卓越亚马逊、天天团购网（时尚优品）等都是有力的竞争对手。

今后若干年内我国上网人口仍将以中高收入水平的人群为主，们购买力强，教育程度较高，费个性化要求比较强烈。所以，提供一条龙服务的垂直型网站及某一类产品和服务的专业网站发展潜力很大。

互联网的出现,发展和普及本身就是对传统经济社会中个人的一种解放，个性化信息需求和个性化商品需求将成为发展方向。所以我们鼓励消费者把个人的偏好参与到商品的设计



和制造过程中去。对所有面向个人消费者的电子商务活动来说，提供多样化的比传统商业企业更具个性化的服务，也将成为决定今后成败的关键因素。

随着电子商务的蓬勃发展，网上超市在零售业中的地位日益显著。网上超市是 B2C 电子商务的一种类型，即整合了“网络数据流优势”和“实体超市物流优势”的网络营销中介与消费者之间的商务模式，二者的强强结合形成了网上超市的生命力。目前制约我国网上超市发展的两大因素——“物流”和“数据流”中，“数据流”所涉及的信息流、资金流、商流等问题的解决已有长足进步，但“物流”因素的成长仍然非常缓慢，是当前网上超市发展战略面临的核心问题。据悉，常州市目前的具备一定规模的网上超市有：淘常州网，常州生活网。服务区域的广阔明显制约了其物流体制的发展，我们的 School 网上购物超市将针对这一点，制定了以常州天宁区电大学生群体为基础，开办网上超市，逐步面向常州市发展的策略。

## 二、 我的项目介绍

### 、项目的产品介绍

产品名称：School 网上超市购物平台

我们所提供的服务：网上超市（主营），免费店铺宣传，新闻资讯服务，物品流通最新情况。

我们提供服务的过程中应该注意的各种因素： ②

本平台刚开始运作的区域为高教园区，所以服务对象的群体当中学生占了 95%以上，所以在初始阶段我们的服务应当尽量围绕学生这个群体。 ②

应该尽量想办法让我们的服务人群享受到便利，让他们更省钱或更赚钱。 ⑦

要让我们的服务人群在我们的网站服务中得到实惠，这样他们才会记住我们的网站。

## 三、 市场分析

### 、项目的市场定位

我们的初期服务对象：常州市天宁区高校的在校大学生

我们的后期服务对象：常州市市全体高校园区的大学生。

项目实施目标 ②

前期目标：投入常州市天宁区区市场，获得 50%以上的知名度，占有 5%的市场销售额。

② 中期目标：在高教园区达到 90%以上的知名度，占有 15%的市场销售额。 ②

长期目标：在高教园区占有 20%的市场销售额，使其保持一个稳定状态，作好向整个宁波市推广工作。

B2C 市场的良好发展势头为我们的网上超市提供了很好的发展前景，目前，专门在高教园为学生提供网上超市消费的平台还没有出现，而我们的 School 网上超市将大市场背景和高教园区的具体情况结合起来，B2C 市场的持续火爆也为我们的平台提供了一个很好的市场切入点。

目前，常州天宁区有七所学校，经统计学生人数在 5.5 万人左右，是一个不可忽视的消费群体。通过调查我们学校的 4 个超市，一天的总销售额在 2.6 万左右，我们学校有学生 1.1 万，如此推算，在高教园区每天将有 13 万元消费在学校的实体超市中（ $2.6/1.1*5.5=13$ ），一个学期按 4 个半月算，就有 1755 万的销售额，这是一个非常可观的数字。

根据市场分析，我们的竞争对象主要是常州网上平价超市和高教园区各类实体超市，以上两类超市为我们初期的主要竞争对手，常州网上平价超市作为一个网上超市已经拥有一定的知名度和相对成熟的技术，以及比较固定的受众(主要为常州市区的百姓)；高教园区的各类超市主要以学生为服务对象，并且已广泛被学生接受。



#### 四，产品和服务介绍，电子商务策略

名称：CAQ 超安全网络开发有限公司

宗旨：为人们提供更为方便快捷的购物方式，为商家提供更为系统的宣传平台。

本公司是基于互联网的面向宁波市的电子商务网站实体公司，以网上超市的经营为主，通过信息流、物流的整合为消费者提供购物便利。

主营范围：各类实体超市货架商品的网上订购，包括食品、生活用品、数码产品、书籍、二手交易等大众消费商品。

副营范围：通过对高教园区的各实体商家资料的整合，为他们免费提供网上店铺的宣传平台，以此吸引商家关注，扩大网站流量。另外，对大学生群体中个别开有网上店铺的学生免费提供专门的链接平台，实现互利，学生代理、毕业生二手材物品的拍卖等学生物品的信息发布。

##### 公司发展战略

**2015.12-2016.10** 前期准备，包括制作创业策划和寻找合作伙伴。

**2016.10—2017. 12** 公司成立：招聘系统制作技术人员，招聘货物采购人员，招聘送货人员，与大超市进行合作会谈，进行前期的网页制作和系统开发，设立详细的配送网络，布置配送站点，公司成员筹集资金，吸引风险投资。

**2018.1—2018.6** 网络营销方案成功实行，网站正常运作，网上超市品牌深入人心，在学生群体里面已经具备一定的影响力，与实体超市的合作关系良好，超市货架种类日益增多，开始实行网站广告业务，经营实现基本盈利。

**2018.7—2019.7** 优化资源配置，调整公司结构，在探索中寻求进一步创新，谋求更大发展实现盈利，网站品牌深入人心。

**2019.7—** 常州市高教园区的市场稳定，在营业额稳步增长的同时，开拓新业务，争取打入宁波市网上交易市场，并占取一定量的市场份额。

#### 五，赢利模式经营风险和防范

目前网上零售业存在的问题：

(1)配送时间过长。许多网站不能做出当天收单，当天送到的承诺。这与购买日用品的消费者要求存在一定差距。而网上零售需要尽量快速的配送，对配送时间要求较高。

(2)配送价格过高。国内的很多网上购物一笔订单收费十几块。配送成本过高，抹煞了网上购物的优势并限制了网上购物能经营的品种。网上超市为了获得利润，必须尽可能地降低成本，尤其是配送成本，这样才能使自己具有较强的竞争力。

(3)客户售后服务水平无法保证。对于虚拟空间中的网络 and 现实世界中的客户来说，物流配送是连接他们的唯一桥梁。现代网上零售所要求的物流配送不仅仅是送货，而是最终协助网上零售企业完成售后服务，提供更多的增值服务。

面临的主要风险

市场方面：如何应对校园超市可能出现的挑战？（即： a.打价格战； b.也采取送货上门服务）

物流方面：如何避免库存商品的积压？

我们采取的策略

市场方面： a) 如果校园实体超市压低价格，我们会及时掌握校园超市价格信息，采取相应的降价措施，使价格与校园超市同步，并在网站的今日动态上进行公布，能先于校园超市被顾客了解。 b) 倘若校园超市也推出送货上门服务，可见我们网上超市的经营已取得一定成效。那么我们有什么策略呢？此时，我们的网上商店已经逐步成熟，已有了相当的知名度以及一批固定的会员和顾客。配合优质、贴心的人性化服务（传送节日祝福、提供免



费连接等) 在竞争中取胜。 另外投资经营者可分析具体的情况, 选择是否能与校园超市合作, 实现更大的利润。 ⑦

物流方面:

由于部分销量较少的商品是与实体超市合作, 对于这类商品就不 存在库存的问题。其他商品可根据库存量, 对其进行促销或改变商品在网页中的位置, 来增加销量避免积压。并且公司安排销售分析人员, 根据前段时间商品的销量及其他因素来合理调整进货量, 从根本上防止出现商品积压。

## 六, 团队规划和分工

各部门的主要职责为: ⑦

董事会: 管理和协调网站内部各部门之间的工作。 ⑦

1.负责网站建设及公司整体运营; ⑦

2.负责市场开发及公关; ⑦

3.负责网站美工及信息收集; ⑦

4.负责网站系统开发和技术维护; ⑦

5.负责商品采购和配送; ⑦

6.负责人员招聘及财务管理; ⑦

技术部: 负责网站初期的技术开发, 特别是网上超市的系统开发, 以及中 后期的维护、网页内容的更新等工作。并解决网站运行中出现的意外问题, 如: 黑客攻击等。 ⑦

财务部: 负责公司的财政支出、收入业务, 负责建立完善的财务系统。 ⑦

市场部: 负责网站的对外广告宣传, 形象策划。提高 School 淘宝网在社会 的知名度, 负责 School 网与各大超市、高教园区周边商家、学生等所有业务。 ⑦

人力资源部: 完善公司的人事制度。招募人力资源, 制定薪酬制度。 ⑦

采购部: 负责从供应商处批发货物, 并且负责整个配送网络的商品配送服务。

## 七, 投入和产出比分析

网络营销任务: ⑦

网站建设和维护: 网上超市的网站建设与网络营销方法和效果有直 接关系, 没有专业化的网站作为基础, 网络营销的方法和效果将受很大限制, 因此建立一个网络营销导向的网上超市网站作为根本保障。 ⑦

网站推广: 网站推广的基本目的就是为了让更多高教园区学生成为 信息时代的新型消费者。 ⑦

保持良好的顾客关系: 只有缩短和顾客的距离, 才能更深入地了解 顾客需求, 把握市场方向。良好的服务, 伴随而来良好的信任,

建立这类网站所需的资金不多, 可通过各种适合开发商进行融资: 比如通过起步阶段的推广, 吸引广告商的投资; 通过市场初步调查, 加上决策者和技术人员的共同探讨, 确立和完善下一步的网站内容计划。在发展阶段, 结合从广告投资者得到的收益, 以及让消费者获利所需的开支, 分析初步的经验, 确立一套成熟的方案, 如怎样让消费者在自愿范围内看到更多的广告, 并获得满意, 让广告商能看到广告的效益, 并且愿意投资, 从而使得网站得以推行最终达到利润的最大化。