EOVS赛后总结

6.1场

由于第二季借钱借的太多了，导致所有者权益变成负值直接破产。

第一、二季时，运营整体状态良好，销售量和销售额都在第二名，品牌质量位居前列，市场占有率良好，经过计算发现破产原因归咎于第二季也借了钱，总借钱数达到两千万直接破产，归其原因是因为自己没有做充足的战术准备以及知识储备，相当于一个乱打，导致了自己的破产，太可惜了。

6.3场

本场比赛苟活到了第七季，第八季宣布破产，依旧是因为所有者权益为负，后面几季中产品实际生产量逐渐下降是根本原因。一开始看见销售量逐渐下降，一直忘了考虑是否没有生产出足够的产品，而是过分追求产品品质、定价是否合适、营销是否到位，导致策略制定错误，这也是我破产的主要原因，因此我总结了一些自己需要注意的事务如下：

1. 实际生产量大小取决于三个方面：生产线数量（产能）、技术工人数量、原材料数量（原材料库存）。每条新生产线在生产周期内每天按照一个班次能生产的产品数量为5万，生产一个产品需要1.35个原材料，生产线使用一整季后，每季度的产能会在之前的基础上减少2.5％。

生产线折旧=季初设备账面价值×2.5％

1. 产能：指一个生产周期内所有生产线一天工作8小时（1个班次）的产量 。 实际产能=产能×（可启用生产线数/生产线总数）

原材料耗用=单位材料成本×耗用原材料数量

单位材料成本=（当季购料金额+上季原材料存货价值）/（当季购料数量+上季原材料存货量）

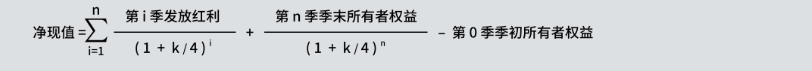
1. 技术工人：每条生产线需要配备3个技术工人（正式），最多可以进行三个班次的生产，最大生产量为产能的三倍。新招聘的员工不能生产。熟练的技术工人一个季度为7500，新手一个季度3750元。
2. 客服人员：市场预计销售量和正式客服人员所需的关系是：

100001-200000 -> 2人

200001-300000 -> 3人

300001-400000 -> 4人 以此类推……

正式员工一个季度9000，新手一个季度4500。

1. 销售量大小取决于三个方面：市场需求量、实际产品投放量、客服人员数量、库存量。
2. 
3. 所有者权益：公司资产-负债
4. 第1、3、5、7季度一次性购买两个季度的原材料防止原材料价格上涨以及节省运费。
5. 产品质量品牌属于持续战需要持续投钱，品牌知名度属于短期战，一个季度投钱多一些品牌知名度就会上去。
6. 边际递减效应：边际递减效应是指在其他条件不变的情况下，如果一种投入要素连续地等量增加，增加到一定产值后，所提供的产品的增量就会下降，即可变要素的边际产量会递减。 当消费者消费某一物品的总数量越来越多时，其新增加的最后一单位物品的消费所获得的效用（即边际效用）通常会呈现越来越少的现象（递减），称之边际效用递减法则。

6．11网赛

筹备阶段：

生产线：

购买原材料

招募技术工人：

招募客服人员：

研发投入：1427000

第一季度

东部：7.2 368000

西部：7.1 300000

北部：7.2 368000

研发投入：7663000

第二季度

东部：8.5 368000

西部：8.4 300000

北部：8.4 368000

研发投入：7663000

研发投资少了，营销投多了