**第十届“挑战杯”河南省大学生创业计划竞赛**

**参赛作品**



学校名称： 河南机电高等专科学校\_\_\_

作品名称：模钛克模具科技有限责任公司

团队名称： 超新星创业团队\_\_\_\_\_\_\_

作品编码： 乙2F04006A\_\_\_\_\_\_\_

类别：（F)

A.□ 农林、畜牧、食品及相关产业组 B.□生物医药组

C.□ 化工技术、环境科学组 D.□电子信息组

E.□ 材料组 F.√机械能源组

G.□ 服务咨询组

第十届“挑战杯”河南省大学生创业计划竞赛

作品申报表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 作品名称 | 模钛克模具科技有限责任公司  （Model Tech Corporation）创业计划书 | | | | |
| 作品分类 | 甲类：已创业（） 乙类：未创业（√） | | | | |
| 作品  所属  领域  分组 | 1．产品（F）  A.农林、畜牧、食品及相关产业组  B.生物医药组 C.化工技术、环境科学组  D.电子信息组 E.材料组 F.机械能源组  2．服务（）  G.服务咨询组 | | | | |
| 参赛学校  （全称） | 河南机电高等专科学校 | | 所在省  （区、市） | | 河南省新乡市 |
| 团队  主要  成员 | 姓名 | 性别 | 年龄 | 年级、专业 | 备注（负责人） |
| 赵玉东 | 男 | 19 | 11级 模具设计与制造 | 首席执行官 |
| 杨长志 | 男 | 22 | 11级 模具设计与制造 | 首席制造官 |
| 尚文静 | 女 | 19 | 11级 模具设计与制造 | 首席人才官 |
| 张前进 | 男 | 21 | 11级 模具设计与制造 | 首席运营官 |
| 王保国 | 男 | 20 | 11级 模具设计与制造 | 首席信息官 |
| 刘阳阳 | 男 | 21 | 11级 模具设计与制造 | 首席营销官 |
| 鲁义伟 | 男 | 20 | 10级 模具设计与制造 | 首席技术官 |
| 团队  联系  方式 | 通讯  地址 | 河南机电高等专科学校 | | 邮编 | 453000 |
| 电话 |  | | 手机 | 15237356500 |
| 指导教师 | 通讯  地址 | 河南机电高等专科学校 | | 邮编 | 453000 |
| 闵强 | 电话 | 0373-3691079 | | 手机 | 13673516806 |
| 作品简介  （200字以内） | 近年来，全球制造业以垂直整合模式向亚太地区转移，据权威调查报告，中国已成为世界制造业基地。模具行业更是国民五大支柱产业的基础。而作为模具行业至关重要一环的注塑模具更是以其普遍性成为日常生活的最亲密伙伴。  我公司便是一家以注塑模为主营业务的制造业公司，公司致力于开发创意家居用品，而为了达到这一目的，我公司将创新放在公司的首位，“着手客户的要求，放眼客户的需求”。以创新为本，生产市场所需的模型、模具。 | | | | |
| 学校  意见 | 盖章：  年 月 日 | | | | |
| 省级评委会  意见 | 盖章：  年 月 日 | | | | |
| 全国评委会  意见 | 签名：  年 月 日 | | | | |
| 备 注 |  | | | | |

填写说明：1. 每件作品填写一份表格，此表可复制；

2. 如参赛团队需说明表中未涉及事宜，请在备注栏中写明；

3. 商业计划书另附，需隐去作者及学校信息，单独装订。

**模钛克模具科技有限责任公司**

**企业识别设计**corporate identity



我公司注重企业形象，以绿色作为企业主色调，前卫而富有科技感，亦可突出公司的环保理念。公司商标为公司英文名开头字母缩写，简洁有力，而“M”突出立体感，以表现模具、模型的现实存在感。公司内部装潢多处使用绿色及商标，以使员工无时无刻不感到家的亲切感。

**前言**

近年来，全球制造业以垂直整合模式向亚太地区转移，据权威调查报告，中国已成为世界制造业基地。模具行业更是国民五大支柱产业的基础。而作为模具行业至关重要一环的注塑模具更是以其普遍性成为日常生活的最亲密伙伴。

模具行业发展至今，尤其注塑模，表面上看已具有相当的规模及行业基础，而我公司之所以“明知山有虎，偏向虎山行”，要继续从事注塑模行业，生产销售包括创意家居用品，并且誓要做注塑模行业的黑马，是因为我公司有以下几点优势：

**科技**：我公司投产后每年将利润的30%用于科技研发，技术革新，争做模具行业的领军人。沿用Intel公司的科技策略，第一时间进行自我更新，不做同行的模仿者。同时与国内著名模具研发实验室联合，进行技术革新。

**环保**：环境问题愈演愈烈，逐渐成为困扰人类的头号问题。模具行业更是因为其对环境造成损害为社会所诟病。而我公司建立之初就将环保作为公司投资与产出的一大关键问题，我公司在产品设计制造方面以绿色环保为基础；在产品研发方面，自主研发符合产品需求的绿色新型材料。

**创新**：近年来,“中国制造”渐渐被世界人民所熟识，然后仅仅作为制造商的中国企业显然没能从中国制造这四个字中获得太多的利润。我国公司投产后将渐渐摒弃这种传统的代工模式生产方式，真正地将“中国创造”代替“中国制造”。为此，我公司专门为创新进行投入，通过问卷调查、创意收集等市场调研方式进行全方位的信息收集工作。

**人才**：“二十一世纪什么最重要——人才”人才作为一个公司发展的原动力，具有不可估量的现实意义。我公司对于人才的招募方式广泛而独到，我公司主营注塑模，而公司主创团队正是来自模具业不可忽视的河南机专模具专业，因此，公司投产后即可实现校企联合，人才引入的方式，与全国多所高校进行联合，实现直线式人才招聘。

**市场**：我公司本着以生产为主导，生产市场所需的产品，同时以直销带动营销，降低广告费用，实现低投入高回报的新型营销模式，同时更能加强企业与用户间的联系。

**目录**

**一、执行概要 ……………………………………………………………………5**

1.1、公司简介………………………………………………………………………………………

1.2、市场描述………………………………………………………………………………………

1.3、投资与财务……………………………………………………………………………………

1.4、管理团队………………………………………………………………………………………

**二、公司概述………………………………………………………………………8**

2.1、公司CIS介绍 …………………………………………………………………………………

2.2、公司特色………………………………………………………………………………………

2.3、企业文化………………………………………………………………………………………

2.4、核心技术及应用………………………………………………………………………………

**三、项目背景………………………………………………………………………9**

3.1、市场分析及存在问题…………………………………………………………………………

3.2、产品及其同类产品概述………………………………………………………………………

**四、市场机会……………………………………………………………………14**

4.1、市场特征………………………………………………………………………………………

4.2、市场容量………………………………………………………………………………………

4.3、竞争分析………………………………………………………………………………………

**五、公司发展战略………………………………………………………………18**

5.1、总体战略………………………………………………………………………………………

5.2、发展战略………………………………………………………………………………………

5.3、公司发展计划…………………………………………………………………………………

**六、市场营销……………………………………………………………………20**

6.1、摘要……………………………………………………………………………………………

6.2、指导思想………………………………………………………………………………………

6.3、市场状况分析 ………………………………………………………………………………

6.4、市场定位和目标市场选择策略………………………………………………………………

6.5、具体营销策略…………………………………………………………………………………

6.6、网络销售平台筹建……………………………………………………………………………

6.7、销售团队筹建…………………………………………………………………………………

**七、生产管理……………………………………………………………………25**

7.1、管理概述………………………………………………………………………………………

7.2、厂址选择………………………………………………………………………………………

7.3、生产计划………………………………………………………………………………………

7.4、具体生产流程…………………………………………………………………………………

7.5、产品检测………………………………………………………………………………………

7.5、售后服务………………………………………………………………………………………

**八、财务管理……………………………………………………………………33**

8.1、财务管理明细…………………………………………………………………………………

8.2、出差开支标准及报销审批……………………………………………………………………

**九、投资分析……………………………………………………………………35**

9.1、股本结构和规模………………………………………………………………………………

9.2、资金来源及运用………………………………………………………………………………

9.3、投资的可行性分析……………………………………………………………………………

**十、管理体系……………………………………………………………………38**

10.1、组织形式……………………………………………………………………………………

10.2、团队精神……………………………………………………………………………………

10.3、部门职责……………………………………………………………………………………

10.4、具体人员分配………………………………………………………………………………

**十一、人力资源管理……………………………………………………………39**

11.1、人力资源概述………………………………………………………………………………

11.2、人力资源规划………………………………………………………………………………

11.3、培训与开发…………………………………………………………………………………

11.4、劳动关系……………………………………………………………………………………

**十二、风险与风险管理…………………………………………………………43**

12.1、管理风险……………………………………………………………………………………

12.2、开发与生产风险……………………………………………………………………………

12.3、财务风险……………………………………………………………………………………

12.4、事件风险……………………………………………………………………………………

**十三、附录………………………………………………………………………48**

13.1、队员介绍……………………………………………………………………………………

13.2、产品实例……………………………………………………………………………………

13.3、生产流程表实例……………………………………………………………………………

13.4、生产计划图实例……………………………………………………………………………

13.5、创意家居调查问卷…………………………………………………………………………

**一、****执行概要**

1.1、公司简介

**模钛克模具科技有限责任公司**（简称模钛克或MTC）是一家一注塑模具、模型为主营业务的新型模具、模型生产企业。以注塑模设计开发为主导，兼以新型塑料材料研发为基础，致力于生产更环保更经济更富有科技含量的注塑模具、塑料模型、创意家居饰品，以满足不同厂家、用户的不同需求，最终实现问鼎模具行业巅峰的企业愿景。

企业建立之初主要为大型模具企业设计模具，代工制造低技术要求模具，并在这段时间内吸取大型模企业的生产经验，同时为以后的自主研发设计制造蓄力，获取资金。企业中期在可以自主研发新型注塑模的前提下，进行大范围的市场调研，以了解市场对于注塑模具、塑料模型的需求情况，并以此为契机进行第一轮的企业技术革新，生产市场紧缺的产品。企业鼎盛时期，大力进行技术革新，不只进行本企业的技术革新，更要带动整个模具行业。

企业的核心竞争力主要有：

1. 与专业高校联合，便于了吸收人才。
2. 优秀的管理团队，优化了企业管理。
3. 产品的创新设计，实现了专利由我。
4. 材料的自主研发，达成了技术革新。

1.2、市场描述

权威市场调查，截至2011年3月我国模具生产厂点约有3万多家，从业人数80多万人。2005年模具出口7.4亿美元，比2004年的4.9亿美元增长约50％，均居世界前列。2006年，我国塑料模具总产值约300多亿元人民币，其中出口额约58亿元人民币。整体来看我国塑料模具无论是在数量上，还是在质量、技术和能力等方面都有了很大进步，但与国民经济发展的需求、世界先进水平相比，差距仍很大。一些大型、精密、复杂、长寿命的中高档塑料模具每年仍需大量进口。在总量供不应求的同时，一些低档塑料模具却供过于求，市场竞争激烈，还有一些技术含量不太高的中档塑料模具也有供过于求的趋势。

我们看到国内注塑模市场虽鱼龙混杂，但注塑模市场依然火爆，同时注塑模行业也在发生着翻天覆地的变化，行业的革新顺应着市场的变化而改变着。

我公司正是为了适应目前的市场情况应运而生的，以依靠现代技术代替依靠钳工，以信息化代替盲从式生产，以自主创新代替仿制他企业产品。

1.3、投资与财务

模钛克公司作为一家多元化投资主体的有限责任公司，各股东根据所持股份对公司享有相应权利和承担相应责任，公司注册资本为550万元（RMB，下同），注册地为新乡市市高新技术产业开发区，新飞大道南路。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 资金筹集 | | 数额（万元） | 数额（万元） |
| 河南机电高等专科学校 | 资金入股 | 100 | 200 |
| 技术入股 | 100 |
| 风险投资 | 资金入股 | 200 | 200 |
| 团队成员 | 资金入股 | 50 | 150 |
| 技术入股 | 100 |

1.4、**管理团队**

模钛克公司性质为有限责任公司，公司设董事会，由各股东代表组成董事会，现任成员为超新星创业团队七人，公司初期设财务部、技术研发部、生产检验部、人力资源部、市场营销部五个部门，公司决策由股东大会表决产生。后期设立市场调研部，公共关系部共七个部门，实行总经理负责制。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 初期管理方式 | | 董事会  事  会  CPO市场营销部  CMO市场营销部  CHO、CMO  CEO市场营销部  CIO、CTO  技术研发部  生产检验部  财务部  人力资源部  市场营销部 |
| CEO | 财务部 |
| CPO | 生产检验部 |
| CMO | 市场营销部 |
| CHO、COO | 人力资源部 |
| CIO、CTO | 技术研发部 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 后期管理方式 | | 材料研发部  技术研发部  董事会  事  会  CEO  总经理  部门经理  CPO市场营销部  CMO市场营销部  CHO市场营销部  CIO市场营销部  CTO市场营销部  COO市场营销部  财务部  生产检验部  市场营销部  人力资源部  市场调研部 |
| CEO | 总经理 |
| CPO | 生产检验部 |
| CMO | 市场营销部 |
| COO | 财务部 |
| CTO | 技术研发部 |
| 材料研发部 |
| CHO | 人力资源部 |
| CIO | 市场调研部 |

**二、****公司概述**

2.1、公司CIS介绍

2.11、公司名称

公司名称：

模钛克模具科技有限责任公司

英文名称：

Model Tech Corporation

简称：MTC或模钛克

说明：“钛”作为一种航天、军事常用金属，以其独有的特性成为科技的代名词，而用“钛”作为公司名，寓意我公司生产的产品也将富有科技含量。我公司“模钛克”三字为“Model Tech”音译。英文名直译为模具科技有限责任公司，而我公司在不改变原意的基础上，通过音译与义译结合的方式，将公司名命名为“模钛克”，给用户、客户一种前卫科技的感觉，而MTC的简称进一步提升了公司给用户简约不简单的第一印象。

2.12、公司商标

标志以令人舒适的绿色作为底色调，仅用黑色勾勒出“M”的形状，富有立体感、时尚感，“TC”两个字母使用了低调简洁的字体，寓意公司产品的稳定以及公司一贯的简约风格。

2.2、企业文化

一个好的公司应该有他自己独特的文化氛围，我那个公司秉承着“领跑科技前沿，创造社会价值”的企业理念，以针对性的提高员工的科技水平为宗旨，让每个员工的素质提高，将来能够独当一面，另外针对公司的特点，模具制造会比较枯燥，所以我们会定期给员工举办活动给员工的活跃生活气氛，加强团队合作力。

员工行为文化：给每个员工请培训师培训，在思想上团结奋进，为公司更加为个人的利益付出，同时让每个员工的思想境界上升一个层次，知道每个部件都关系着公司的声誉，更为国家省资源。同时那在售后服务上公司拥有专业的技术员维修服务一条龙，让每个顾客放心。

共同愿景：打造高科技产品，新型模具模型设计与生产，在行业创新发展，争做行业第一名，把公司员工都培养成可以成为经理人才。

2.3、公司特色

相对于同行业的其他企业，我公司有以下几点特色;

①独特的侧重方向，我公司更侧重产品设计理念，不同于以前的同行业企业。

②独立的材料研究，我公司投产后将建立独立的材料研究所，为公司产品提供新型材料。

③创新的环保观念，我公司在生产产品的同时将十分注重环保，不仅要减少生产对环境造成的破坏，更要生产有利于环境的产品。

④革新的盈利模式，我公司拥有新型的模具生产观念，初期为大型企业设计产品与产品模具，公司后期直接为其他战略伙伴企业进行产品设计与模具设计，从中获取利润。

⑤新型的销售方式，我公司不再从事单一的订购销售，而是广泛开展网络平台销售，创办自己的网络营销平台，进行网络指直销。

2.4、核心技术及应用

我们的核心技术源自不断发现的眼睛。

生活中或许有很多不便之处，我公司则要从这些不便之处寻求解决之道，进行产品设计。

同时我公司还会积极参与专利购买，支持社会发明创造，第一时间获取新的专利信息，用于公司产品生产。

**三、****项目背景**

3.1、市场分析及存在问题

3.11、市场分析

近年来，我国模具行业迅猛发展，据不完全统计，2012年我国模具生产厂点约有3.5万多家，从业人员90万人，其中产值过亿元的模具企业有近30家，产值5000万至1亿元的中型企业有几十家，产值2000万左右的企业占很大比例。在各地方政府的支持与鼓励下，我国已经形成多个模具工业园区，在完善产业链、吸引外资及加强社会投资方面均起到积极作用。模具行业地域分布特色日渐成形，从地区分布来看，以珠三角、长三角为中心的东南沿海地区发展最快。

同时我们看到，目前公众对于美观实用的创意家居用品有很浓厚的兴趣。

在21世纪的社会，随着市场的进一步开放，出现了越来越多样式新颖的家具。在基本的生活需求得到满足后，一些人开始注重家居生活的质量，特别是家居产品对于健康的影响，因此环保家具渐渐被人们所重视，[绿色消费](http://baike.baidu.com/view/13991.htm)风潮也推动了环保家具的发展。环保家居是指那些立足于生态产业的基础上，合理开发、利用自然材料生产出来的能够满足使用者特定需求，有益于使用者健康，并且具有极高文化底蕴和科技含量的家具。其中包含几层含义：一是家居本身无污染、无毒害；二是要具有较高艺术内涵和审美功能，与室内设计相呼应，创造一个和谐优美的居家办公环境；三是便于回收、处理、再利用，当家具不再使用进行处理时，不会对环境造成污染。

创新是环保目的实现的保障。随着社会的发展和人们收入水平的提高，有创意的家居的家居越来越吸引人们的眼球。创意家居是指在满足产品本身的实用功能外，在外观的设计上融入时尚，个性化追求的家居用品。产品以独特的设计打动人心，融合了设计师的创新和灵感。符合人们对生活环境以及生活品质的高要求。创意时尚家居展现的魅力能舒缓生活中的部分压力，增添生活以及工作的乐趣。

创意与环保相结合，将是社会家居市场的潮流。其付出成本巨大，不易被广大人群接受，前期的主要消费市场是高收入人群。但是其未来发展的广阔的市场、科学技术的进步和政府政策的支持，将促使其价格的降低。因此其发展前景非常可观。

创意家居用品源自韩国，台湾。现正以不可阻挡之势风靡全球! 在韩国,杂货艺术已经盛行很久，欧美各国近年来也逐渐重视创意家居的魅力，尤其是在忙碌的社会节奏带给人们无时无刻的压力下，时尚家居的魅力舒缓了生活中的部分压力，增添生活及工作的情趣。 由天人们追求生活质量越来越高，创意家居前景十分广阔。

创意家居的市场前景不庸置疑，随着国人的生活水平越来越提高，大众消费水准的不断提高，直接诱发了人们对生活情趣更高层次的追求；时尚、品质、个性，越来越成为生活、办公中不可或缺的重要主题；家饰重要性的凸显使得时尚潮流饰品也已成为单位、个人赠送的时髦礼物。国内时尚创意用品市场的需求空间在强劲的消费拉动下将变得空前宽广。

但是目前创意家居市场鱼龙混杂，产品质量也良莠不齐，所以一定要找个好的合作伙伴。

由于创意家居目前介于家居用品和时尚用品之间，属冲动型购买商品，所以开店要在人流量大一点的地方，如商业街和购物广场。

据我国权威机构对创意家居用品市场的调查，我国创意家居用品市场人均占有率不足6%，随着我国经济水平的不断发展和人均年收入的高速增长，即将面临创意家居用品需求的高速增长。到2012年中国创意家居用品占有率将至少增长到50%以上。全国33个省会城市，393个地级城市，近3000个县级城市，趣味居家用品的年消费能力高达5000亿元以上;一个10万人口的小县城， 创意家居用品的年消费能力均不低于1500万元

目前一些消费者在居家装修中，大动干戈，装修一次，住一辈子的情况随着住宅“二级市场”的开放，人们在5—10年内搬一次家的情况将会普遍出现会随之改变，家庭居室重装饰轻装修的时代已经到来，家居用品市场潜力巨大

随着现代人对家庭居住环境舒适程度的要求日益提高，以及向时尚、品味、个性化方向转变，家庭装修也由以前的终生制演变成现在的3—5年就重新装修一次，更多的消费者在家居设计中善用一些装饰而不是一味地侧重装修，不仅能够精致节约，还能减少日后家居设计因样式过时要翻新时造成的损失。

所谓软装饰，是指装修完毕之后，利用那些易更换、易变动位置的家居饰物对室内的二度陈设与布置。“软装饰”更可以根据居室空间的大小形状、主人的生活习惯、兴趣爱好和各自的经济情况，从整体体现出主人的个性品位，而不会“千家”一面。需要改变时只需购买一些时尚个性的家居用品，就能呈现出不同的特色和风格，既舒适温馨，又给人带来高品位的生活新享受。

中国家居饰品市场还处于“品种少、流通慢、价格高、无品牌、市场乱” 的初级发展阶段，急需一个品牌化、专业化、规范化、产业化的品牌来引领市场潮流。意百品位家居用品特色化的产品，属于市场空白，竞争无对手，经营利润高，投资无风险，是当前稀缺的创业投资新项目，前景广阔，财富无限！

创意家居主要的目标客户是那些追求时尚，有独特品味的白领、小资等年轻一代的顾客。由于创意家居还是个新兴行业，国内没有比较统一，完整实力雄厚的专门生产和销售创意家居的企业。所以这一行业市场前景和以后的发展规模很好，竞争环境相对轻松，竞争对手比传统家居市场的竞争对手实力都较弱。当然，我们是做的网络营销，在供应商的选择上可以更灵活更自由。我们可以根据不同的消费层次，从不同的厂家购买不同价格不同材料的创意家居，这样顾客就有更多的选择。

3.12、存在问题

我国[塑料模具](http://www.search.hc360.com/cgi-bin/seinterface.cgi?word=塑料模具)行业与其发展需要和国外先进水平相比，主要存在六个方面的问题。

(1)发展不平衡，产品总体水平较低。虽然个别企业的产品己达到相当高的水平，个别企业的部分产品已达到或接近国际水平，但总体来看，模具的精度、型腔表面粗糙度、生产周期、寿命等指标与国外先进水平相比尚有较大差距。包括生产方式和企业管理在内的总体水平与国外工业发达国家相比尚有10年以上的差距。

(2)工艺装备落后，组织协调能力差。虽然部分企业经过近几年的技术改造，工艺装备水平己比较先进，但大部分企业工艺装备仍比较落后。更主要的是我们的企业组织协调能力差，难以很好整合或调动社会资源为我所用，从而就难以承接比较大的项目。

(3)大多数企业开发能力弱。一方面是技术人员比例低、水平不够高，另一方面是科研开发投入少，更重要的是观念落后，对开发不够重视。

(4)管理落后更甚于技术落后。技术落后往往容易看到，管理落后有时却难以意识到。国内外模具企业管理上的差距十分明显，管理的差距所带来的问题往往比技术上的差距更为严重。

(5)市场需求旺盛，生产发展一时还难以跟上，供需矛盾一时还难以解决，供不应求的局面还将持续一段时间，特别是在中高档产品方面矛盾更为突出。

(6)体制和人才问题的解决尚待时日。在社会主义市场[经济](http://www.finance.hc360.com/)中，在经济全球化的过程中，竞争性行业，特别是像模具这样依赖于特殊用户，需单件生产的行业，许多企业目前的体制和经营机制仍旧很难适应多变的市场。人才的数量和素质水平也跟不上行业的快速发展。虽然各地都在努力解决这两个问题，但要得到较好解决尚待时日。

展望未来，由于国际、国内宏观环境总体良好，国内塑料模具各主要用户行业仍将持续以较快速度发展，塑料模具也必将持续高速发展。目前存在的主要问题通过国内外交流与[合作](http://www.search.hc360.com/cgi-bin/seinterface.cgi?word=合作)，通过全行业的共同努力，通过各方面的共同支持，定会逐渐得到较好的解决。

塑料模具出口前景分析

中国是发展中国家，具有生产发展水平较低，劳动力资源丰富，生产成本低廉及市场前景广阔等一般发展中国家同样的一些特点，但中国人均GDP己超过3000美元，同时还具有相当雄厚的技术和工业基础，人们聪慧、勤劳、灵巧和改革开放良好环境等一些特殊的特点，这些特点很适合发展模具工业，因此中国模具工业虽然起步较晚，但发展十分迅速。

从国际来看，一是由于许多外资在中国投资设厂的越来越多，二是工业发达国家模具生产成本越来越高，因此世界上许多工业发达国家将模具逐步转移到中国的趋向十分明显。由于中国的模具技术提高快，在价格方面又有较大的优势，模具性价比高，因此不少工业发达国家到中国采购模具的趋向也十分明显。还有一个方面是有些发展中国家由于技术和工业基础薄弱，模具生产发展一时还跟不上经济发展所需，因此模具供不应求需要进口的现象也较为普遍。他们进口工业发达国家的模具虽然质量水平高，但价格昂贵，而中国模具在同样能满足要求的前提下，价格比较适中，因而也有不少市场。我们再来分析一下最近几年中国模具的出口市场，可以看出除了欧、美、日本等工业发达国家是中国出口模具的最主要市场之外，印度、泰国、马来西亚、越南等国家也有相当大的市场，我国香港和台湾的转口贸易也占了相当大的市场。中国模具工业协会每年都组织模鞠企业到欧、美参加有关的国际展览会，对发展国际交流与合作起到了很好的促进作用。2008年2月中旬中国模协组织了36个摊位61人首次参加印度的国际模具及[机床](http://www.mt.hc360.com/)展览会，反映非常热烈，市场情况很好，尤其是[塑料](http://www.plas.hc360.com/)模具市场更好。

3.2、本产品及其同类产品概述

我公司的产品主要为注塑模具及塑料模型、塑料创意家居用品。

3.21、注塑模具

注塑模具是在成型中赋予塑料以形状和尺寸的部件。模具的结构虽然由于塑料品种和性能、塑料制品的形状和结构以及注射机的类型等不同而可能千变万化，但是基本结构是一致的。模具主要由浇注系统、成型零件和结构零件三部分组成。其中浇注系统和成型零件是与塑料直接接触部分，并随塑料和制品而变化，是塑模中最复杂，变化最大，要求加工光洁度和精度最高的部分。

3.12、塑料模型

我公司塑料模型为自我研发设计的注塑模加工而成的产品，主要有创意家居产品，创意生活用品，为平淡的生活田间一抹绚丽的色彩。

3.13、产品特色

1. 产品材料：创意环保家居用品一般来说，都是用轻质的，环保的材料精心制作。有机材料用得较多，无毒无味，高档些的创意家居用品还用到了很多高科技的新型材料。满足人们追求健康、时尚的要求。
2. 产品功能：创意家居用品强调功能的组合，很多都具备各种功能，集观赏性和实用性为一体。比如柜体的位置渐变，抽屉、沙发的大小渐变以及色彩的渐变。不同鲜艳度的色调家具搭配摆放，通透的材质形成根据光线变化而变化的色彩群，这样多样的色彩可以让人们在不同的搭配中享受色彩变化的游戏快乐。符合你们实用性和功能性结合的要求。
3. 产品市场：创意家居用品在市场上不多见，体现个性的理念。我们的产品根据家居的功能以及造型因素的需要，运用形态构成、色彩构成设计理论，结合人体学、材料学、工艺等相关学科有机地创造出结构合理、造型优美、符合功能需要的家居造型。
4. 价格策略：消费者主要集中在追求效率与时尚的生活节奏快的年轻人中，用合理的价格的方式，针对他们的爱好和需求提供不同的产品，让客户得到最满意的服务。

**四、****市场机会**

4.1、市场特征

近年来，[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)塑料工业年均增长速度达到10%以上，塑料制品年产量位居世界第二。塑料制品在农业、塑料包装、塑料管材和异型材、汽车、家电、电子、交通等领域发展迅猛，掀起了一股投资热潮。

4.11、行业分析

塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)在高技术驱动和支柱产业应用需求的推动下，形成了一个巨大的产业链条，从上游的材料工业和加工、检测设备到下游的机械、汽车、摩托车、家电、电子通信、建筑建材等几大应用产业，塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)发展方兴未艾。

建筑、建材工业

建筑业是国民经济的支柱产业，今后5-10年[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)建筑业会有更大的发展，将成为[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)市场新的消费热点和经济增长点，并带动化学建材业的发展。由于国家已禁止使用铸铁管道，代之以塑料管材，预计2011年全国新建住宅室内排水管的80%及城市供水管的50%将采用塑料管。同时国家正在大力发展塑料门窗，预计2015年塑料门窗的普及率将达到30%-50%。

20世纪80年代以来，[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)塑料门窗及给排水管件，在引进设备和技术的基础上，经过技术消化与开发迅速发展起来。“十五”期间，塑料管道、塑料门窗、新型防水材料更成为化学建材产业的发展重点。

塑料建材不仅能大量替代钢、木和传统建材，而且具有节能、节材、保护生态、改善居住环境、提高建筑功能与质量、降低建筑自重、施工便捷等优点，将在今后得到越来越多的应用，预测2015年建筑用塑料制品将达到约800万吨。

化学建材挤出[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)是用于生产新型化学建材的关键工艺装备，主要包括塑料异型材挤出[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)、塑料管件[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)、低发泡成型挤出[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)等。其技术性能的高低直接影响着新型化学建材的质量与产量。塑料异型材挤出[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)主要用于生产塑料门窗型材。据资料介绍，塑料门窗在德国门窗市场的份额高达80%，其它西欧国家市场份额也达到30%"40%，[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)目前正在大力推广塑料门窗。管件[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)是加工难度较大的注塑模，用于生产城市建筑中塑料给排水管件。

预期塑料建材[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)需求量将有较快增长，各种异型材挤出[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)、塑料管材管件[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)将成为[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)市场新的经济增长点。

家电与电子通信产品

“十二五”期间，预计[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)家电业所需的[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)量的年增长率约为 10%。一台电冰箱约需350副[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)，价值400万元；一台全自动洗衣机约需200副[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)，价值3000万元。单从塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)来看，一台空调器需要20副塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)，价值150万元；一台彩电约需10套塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)，价值120万元。“十五”期间[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)仅彩电的年生产量就将超过4000万台，按10万台需要一整套塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)、价格约120万元计，则仅彩电用塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)每年就有约4.8亿元的市场。

加速发展高档[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)。

海关统计资料显示，2003年[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)共进口[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)13.693亿美元，比上年增长7.65%，其中塑料橡胶[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)进口金额高达7.79亿美元，占总进口额的 56.6%；2003年出口[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)3.368亿美元，比上年增长33.65%，其中塑料橡胶[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)出口金额2.25亿美元，占总出口额的66.8%。可见，[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)市场正处在高速增长期，尤其是塑料橡胶[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)，更是有了长足的发展。从进出口对比可以看出，进口塑胶[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)金额比出口金额高出246%。

前景广阔的创意家居市场。

据权威机构统计：全国33个省会城市，393个地级城市， 近3000个县级城市，家居饰品的年消费能力高达2000～3000亿元。一个10万人口的小县城，家居饰品年消费能力不低于1000万元。据流行色协会调查：国内装饰设计力求奇思妙想，强调简约、时尚，由细微处体现完美品质。在关于未来家居用品、礼品潮流研讨会上，专家提出未来家居生活新潮流是：寻找一种生活的感受、营造一种简单的美。

优质生活不一定要用高级品来表现，只要感觉对了，日常生活中总是充满了创意，家居设计领域虽然没有太多的高科技，但在平常中加入一些简单的小创意，初看平平淡淡，细细玩味又深觉创意无穷。

4.12、行业特征

制约[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)发展的另一个主要原因是国内制造高精[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的能力较低。随着塑料工业的不断发展，精密、大型、复杂、长寿命塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的发展将高于总量发展速度。同时，由于近年来进口[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)中，精密、大型、复杂、长寿命[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)占多数，所以，从减少进口、提高国产化率角度出发，这类国产高档[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)在市场上的份额也将逐步增大。

随着发达国家[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)产业和技术的对外转移以及[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)产业结构的调整，与轿车、家电和电子业相关的精密[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的需求不断增加，从速度、品质、成本及服务等多方面加速了[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)产业的竞争步伐，从而不断提升国内[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)标准化和精密化等方面的技术水准。经过多年努力，塑料模标准模架、标准推杆和弹簧等在[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)越来越广泛地得到应用，并且出现了一些国产的商品化的热流道系统组件；针对市场关键零部件、微孔、精细结构组件的加工要求，追求精密[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的开发以提高产品附加值，已成为一些中小企业发展之道。

专家预言，未来[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)将向大型化、高精密度、多功能复合型等方向发展，热流道[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)在塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)中的比重将逐渐提高，并且随着塑料成型工艺的不断改进与发展，气辅[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)及适应高压注射成型等工艺的[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)也将随之发展。同时，由于近年来[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)每年用10亿美元左右进口[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)，其中精密、大型、复杂、长寿命[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)占多数。从减少进口的角度出发，[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)也应加快高档塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的开发。

4.2、市场容量

据模具行业权威专家分析，近年来中国经济持续较快发展，机械、建材、家电、办公设备等行业发展很快，特别是汽车工业和电子信息产业的高速增长，带动了中国[模具](http://mould.newmaker.com/)市场容量（即市场消费额＝销售产值＋进口额－出口额）的迅速扩大。

“十三五”市场需求仍将较快增长 。

“十三五”期间，珠三角地区无疑是中国模具市场发展最快的地区，以三资企业为主体的广东省模具市场，其产销约占全国的四成以上，但现在已显露出长三角地区发展速度快于珠三角地区的势头，“十三五”期间环渤海湾地区的模具市场也会加快发展。预计“十三五”期间中国模具市场的需求还会持续较快增长，专家预测其年均增幅为12~15%。

4.3、竞争分析

模具模型竞争分析：

随着我国加入世贸组织，全球经济一体化的发展，必然会对我国传统工业的体制产生巨大的冲击。我们必须改革传统的运行模式，来 适应市场。要参与国际竞争，就必须在信息交流的形式和手段与国际接轨，众所周知，电子商务是代表着未来贸易发展的方向，也是 经济发展和进步的一个必然趋势。在市场竞争逐步深入的时期，企业创新能力越来越成为企业竞争力的重要组成部分，信息资源也越 来越成为企业的战略资源。

面对这样的竞争态势，我公司将积极做好信息采集工作，提高企业竞争力。

创意家居用品竞争分析：

普通家具含有等甲醛等有害气体，长期居住对人体健康造成隐患甚至危害，尤其是对儿童，现在的儿童都是家里唯一的希望，身体健康也就显得由为重要，创意环保家居不仅使用上便利多效，提高了单位面积的使用率而且对人体没有危害，达到了现代年轻人对高效和健康的追求。

竞争优势：面对现在居高不下的房价，不少年轻人买房成了巨大的难题，小户型成了这些年轻人的首选，创意环保家具多功能、便利小巧的设计大大提高了单位面积的利用率，也适应了现代年轻人快节奏的生活方式，便于拆装、储存、搬运，其大方简洁的视觉效果符合现代年轻人的审美眼光。

**五、****公司发展战略**

5.1、总体战略

我公司总体战略可分为分为：

1）三步走战略

2）三年计划

3）科技创新战略

4）战略伙伴合作战略

5）环保产品战略

其中科技创新战略、环保产品战略始终贯彻于公司发展中，战略伙伴合作战略将在公司发展到一定程度时启动。

5.11、科技创新战略

当今企业的技术创新管理，常常面对研发国际化、知识融合化和创新加速化三大挑战，面对创新机会识别、技术能力获取、技术资源集成、技术方案选择和知识产权保护等五大管理主题。问题的多样性直接要求方法的多样性；没有好的战略工具企业将无法应对日益复杂而又充满变数的局面。

创新是进步的灵魂、发展的动力，是战胜挑战、走出困境的法门。创新能力的生成和发挥离不开创新工具尤其是一些战略性工具的运用。从现阶段中外典型企业的科技创新绩效比较和差距上看，破坏性技术等十大科技创新战略工具应成为企业创新亟须掌握的对象。

我公司科技创新战略就是要将科技创新放在公司发展的首位，坚持以科技创次能够带动企业发展革新。

5.12、战略伙伴合作战略

所谓的战略合作伙伴，是指能够通过合资合作或其他方式，能够给企业带来资金、先进技术、管理经验，提升企业技术进步的核心竞争力和拓展国内外市场的能力，推动企业技术进步和产业升级的国内外先进企业。

战略合作伙伴关系是一种基于高度信任，伙伴成员间共享[竞争优势](http://baike.baidu.com/view/43172.htm)和利益的长期性、战略性的协同发展关系，它能对外界产生独立和重大的影响．并为合作各方带来深远的意义。

我公司的战略伙伴合作战略将在公司拥有高程度的生产线以及研发部时予以启动，在该战略的引导下，我能该公司将与国内外各大公司进行深入的合作，具体实施办法为：我公司为战略伙伴提供整套的研发生产线，使战略合作伙伴更轻松的生产产品。

5.13、环保产品战略

为响应国家号召，履行社会责任，我公司将积极投身环保建设，争做环保型企业，对于模具及塑料产品的研发，将环保放在重要位置。同时积极投入研发环保塑料材料，置换以前注塑模行业使用的非环保型塑胶颗粒。

5.2、发展战略

5.21、三步走战略

三步走战略为公司长发展战略。

具体为公司将企业发展分为了三个阶段：初期、中期、后期。

初期阶段：我公司主要为大型企业进行产品加工，精加工。

中期阶段：我公司自主研发一些低成本高利润的塑料模型，兼为大型企业进行产品加工，精加工。

后期阶段：我公司自主研发产品，进行科技创新，全力建设产品研发部门、材料研发部门，深入实施发展战略。并积极准备上市工作。

5.22、三年计划

我公司为迎合市场发展需求，迎接机遇与挑战，制定了三年计划，即以三年为期限进行范围进行企业发展计划以及技术革新。有计划有目的的对公司进行发展改革，通过一次次的三年计划，有规律的逐步使公司发展成一流的模具行业领军企业。

初定的三年计划：

第一个三年计划：建立精密的产品生产线，为大型企业进行模具、模型加工生产。在工作中挖掘各门类人才，为以后企业向规范化、制度化方向发展打下坚实的基础；促进人才组织化，帮助员工设计自己的职业生涯。第一个三年计划后，公司年产值达到200万。

第二个三年计划：扩大生产，扩大经营，这一时期人力资源战略的核心是完善组织结构，加强组织建设和人才培养，大量吸纳高级人才，鼓励员工的自我超越；企业与员工建立共同愿景，加速企业员工与企业文化的融合。第二个三年计划后，公司年产值达到500万。

第三个三年计划：进一步扩大生产，扩大经营，并在这一时期，我公司将把公司主要目标放在产品研发与技术革新之上，为此，我们将建立自己的完善的材料实验室，产品研发部，进一步加强人才的招募与培养。第三个三年计划后，公司年产值达到1000万。

……

**六、****市场营销**

6.1、摘要

尽管营销通常被认为只是经济学科中的“软”学科，但它也可以数量化，它是信息、数据和直觉或本能的混合。下面将对我公司面对的市场状况进行描述和分析，从而制定我们的营销目标、营销策略、营销实施方案，并预计短期内的盈亏。

6.2、指导思想

“宁做小池塘里的大鱼，不做大池塘里的小鱼”是我们在公司建立初期定位目标市场的战略指导思想。我们应当通过市场调研和对竞争对手的分析，正确评估我公司的实力，明智地确定不同阶段的目标市场，制定相应的营销策略，通过以市场为核心的一系列研发、设计、生产、定价、推广、服务等企业活动将产品和企业推向市场，赢得目标市场客户的青睐。

6.3、市场状况分析

塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)在高技术驱动和支柱产业应用需求的推动下，形成了一个巨大的产业链条，从上游的材料工业和加工、检测设备到下游的机械、汽车、摩托车、家电、电子通信、建筑建材等几大应用产业，塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)发展方兴未艾。

塑料建材：预期塑料建材[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)需求量将有较快增长，各种异型材挤出[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)、塑料管材管件[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)将成为[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)市场新的经济增长点。

家电与电子通信产品：目前市场对家电、电子消费品外壳的色彩、手感、精度、壁厚等都提出了新要求，外壳设计成为重要的一环。业内人士普遍认为，大型、精密、设计合理（主要针对薄壁制品）的注塑[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)将在今后得到市场的欢迎。[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)市场的需求也呈线性增长趋势，到2005年需求量将达到840万副左右，产业化发展需求极其迫切。

2003年[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)塑[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)产品进出口占比统计  要改善[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的进出口状况，必须加速国产塑料[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的发展。为此，要尽快突破制约[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)产业发展的两大瓶颈。一是[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)标准化率不足，这必然导致交货期延长，同时造成用户更换零部件的困难。[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)标准化程度低也直接制约着[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的专业化分工协作和商品化流通，也限制了[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)的出口，2003年[中国](http://www.chinaxy.org/article/education/pick/20070717/118464110817.html)[模具](http://www.chinaxy.org/article/mould/rest/31.html)标准化程度和商品化程度在45%左右，与发达国家商品化程度70%-80%相比，还有较大的差距。

6.4、市场定位和目标市场选择策略

市场定位是在上世纪70年代由美国营销学家[艾·里斯](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%89%BE%C2%B7%E9%87%8C%E6%96%AF)和[杰克特劳特](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%9D%B0%E5%85%8B%E7%89%B9%E5%8A%B3%E7%89%B9)提出的，其含义是指企业根据竞争者现有[产品](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81)在[市场](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B8%82%E5%9C%BA)上所处的位置，针对[顾客](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%A1%BE%E5%AE%A2)对该类产品某些特征或属性的重视程度，为本[企业产品](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BC%81%E4%B8%9A%E4%BA%A7%E5%93%81)塑造与众不同的，给人印象鲜明的形象，并将这种形象生动地传递给[顾客](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%A1%BE%E5%AE%A2)，从而使该产品在[市场](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B8%82%E5%9C%BA)上确定适当的位置

我公司的市场主要定位两个方向：向上为为需要注塑模或塑料模型的制造业公司生产设计产品，向下为为社会普通客户生产设计产品。

6.5、具体营销策略

依托于科学管理，提高产品质量；加强技术的研发，压低销售价格，扩大消费人群；诚信经营，树立起良好的销售形象；主要集中网店销售，节约销售环节和成本，做大做强之后再进行连体实体店的开张；公司除了通过开发客户赚取佣金收入外，还将自有资金进行合理的投资从而获得收益，后期开发家居的连锁实体店。

(一)营销战略：

1.依托于科学管理，提高环保家居产品的质量；2.加强技术的研发，压低环保家居的销售价格，扩大消费人群；3.诚信经营，树立起良好的销售形象；4.主要集中网店销售，节约销售环节和成本，做大做强之后再进行连体家居实体店的开张；5.公司除了通过开发客户赚取佣金收入外，还将自有资金进行合理的投资从而获得收益，后期开发家居的连锁实体店。

(二)营销渠道：

家居产品从生产者向消费者转移所经过的通道或途径，它是由一系列相互依赖的组织机构组成的商业机构。即产品由生产者到用户的流通过程中所经历的各个环节连接起来形成的通道。销售渠道的起点是家居生产者，终点是用户，中间环节包括各种批发商、零售商、商业服务机构（如经纪人、交易市场等）。

1.以其陈述式的销售方式对于一些具有特定功能或者形式的家居产品特别有效，能具体介绍家居的环保在哪，健康在哪。

2.展会销售：随着绿色产业经济的发展，不少绿色家居把展会作为业务拓展的渠道之一。展会不仅能促进绿色家居产品的推广外，还能聚集纵多的品牌和产家，可以谈合作经销，也可以寻找到加盟商。除此之外，还吸引了消费者，促进销售。

3.连锁专买的品牌经营店：具有创意的绿色家居的专卖品牌经营店在众多的家居品牌中最具亲和力，以其新颖的款式、健康的设计赢得了现代人的认可。

4.网络平台营销，作为低成本高回报的方式我国公司将大力筹建。

(三)人员推销：

对员工进行培训，提升他们的口才和能力。实行多形式的方法：会议推销、柜台推销、上门推销。对绿色家居的环保性与顾客进行信息交流。注重推销的灵活性，满足的顾客环保多样化需求，推销人员进行信息的反馈和统计，方便下次设计师的设计。以此达到推销的三重性，即满足消费者要求，保护了环境，又达到项目的促销目的。

(四)营销公关：

准确掌握政府、企业等社会信息，与其建立并维持良好关系；加强和电视台、报刊、网络等的交流和沟通。

1.在产品广告实施前构造市场氛围

2.利用广告制造新闻

3.为顾客提供新的[超值服务](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B6%85%E5%80%BC%E6%9C%8D%E5%8A%A1)计划

4.构筑产品与顾客之间的有效通道

5.控制消费倾向倡导者意见

6.借用公益团体的社会[影响力](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%BD%B1%E5%93%8D%E5%8A%9B)

(五)价格：

面对高消费人群的需求，保持一定高的成本的绿色家居的价格，又要以技术为依托,降低大部分环保家居的价格，以能被广大人群非消费。

(六)商品陈列：

在实体店，模拟一个办公或者居住环境，使用创意环保家居布置，营造高效的办公气氛，舒适的使用环境。在网上建立模拟3D效果，并且，在虚拟设计环境里可供顾客选择自行挑选中意的家居进行模拟试用。

(七)服务：

创新服务递送系统(拥有规范定义的消费者细分市场，并严格按照各个细分市场中消费者的不同需要或期望来设计服务)。设立热线，专供顾客的沟通和投诉；实行送货上门，售后付款；提供专门人员的上门安装和售后专修；网上提供人员对产品介绍和解释的服务。

(八)运送:

网上销售方面，加强与快递公司合作，实行送货上门；在实体店的销售，与运输公司合作，专车送货。（绿色物流：集约资源绿色物流的本质内容，也是[物流业](http://baike.baidu.com/view/2457793.htm)发展的主要指导思想之一。通过整合现有资源，优化资源配置，企业可以提高资源利用率，减少资源浪费。绿色运输运输过程中的燃油消耗和尾气排放，是物流活动造成环境污染的主要原因之一。因此，要想打造绿色物流，首先要对运输线路进行合理布局与规划，通过缩短运输路线，提高车辆装载率等措施，实现节能减排的目标。另外，还要注重对运输车辆的养护，使用清洁燃料，减少能耗及尾气排放。绿色仓储绿色仓储一方面要求仓库选址要合理，有利于节约运输成本；另一方面，仓储布局要科学，使仓库得以充分利用，实现仓储面积利用的最大化，减少仓储成本。绿色包装绿色包装可以提高包装材料的回收利用率，有效控制资源消耗，避免环境污染。

(九)信用管理:

注重网上顾客的口碑，对不合格的网络和实体店的促销员进行惩罚。

6.6、网络销售平台筹建

我公司将筹建以下三种类型网络销售平台。

1、实店加网店型：

这种模式以有很多的个人实店铺及企业，已通过实店加网店双重操作，已有产生了规模，并收到了很好的效果。以实店为后盾，以网店为另一种销售渠道，货源统一渠道进货，批量进货成本低，具有竞争优势；货源充足，所有网店产品均有现货，发货能及时，产品方面也方便管理，实店网店都能相互反馈得到更好的信息，线上线下都能交易。同城的你有时间还能先看货后以网络价钱成交。

2、专卖店型：

意思就像我们地面中的专卖店一样，只做一个品牌的产品系列，不但专业性强，而且所有产品质量有保证。

现在在网上同样也有这样的专卖店，比如说现在这样专卖店就不少，专卖店的好处是对产品专业，更容易形成自已的品牌效应，能更好的留住客人，让人容易相信产品的质量。这种专卖店需要品牌授权，要求门槛也有一定的高度。但做专卖店能容易形成自已店的个性化及跟其它店的差异化。

3、超市型：

在网上也可跟我们地面一样开一家超市型的网店，就想地面的商场一样，什么产品都有，但比杂货店消费及档次应高点。产品种类铺货面较广，感觉什么好卖，我就卖什么，目的就是跟近网络新时尚的需要，不断更新产品种类，永远在贴近人气产品，这种模式的弱点就是，投资有较大及不方便产品管理，感觉有点杂乱。有一定的规模才行。好处就是只要费一个邮费我可以在你店卖到我想要的很多种类的产品，不需几件不同的产品要找几家店，付多次邮费。

6.7、销售团队筹建

为了确保营销策略的实施，特别是为了加强渠道建设和管理，必须组建一支能征善战的营销队伍：确保营销队伍的相对稳定性和合理流动性，全年合格的营销人员不少于3人；务必做好招聘、培训工作；将试用表现良好的营销员分派到各区担任地区主管；

1. 加强销售队伍的管理：实行三A管理制度；采用竞争和激励因子；定期召开销售会议；树立长期发展思想，使用和培养相结合。
2. 销售业绩：公司下达的年销任务，根据市场具体情况进行分解。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案。
3. 工程商、代理商管理及关系维护：针对现有的代理商或将拓展代理商入行有效管理及关系维护，对代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，了解代理商负责人的基本情况入行定期拜访，入行有效沟通。
4. 品牌及产品推广：品牌及产品推广在执行公司的定期品牌宣传及产品推广，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。有可能的情况下与各个代理商联合入行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些"路演"或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

终端布置，渠道拓展：根据公司的销售目标，渠道网点普及会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合经销商的形象建设。

**七、****生产管理**

7.1、管理概述

服务与管理：公司以顾客至上，精益求精为宗旨。所以在与我公司合作会让你感受到我公司的热情服务，我公司承诺产品不合格，将会双倍价格赔偿。

管理人性化，主要针对员工的利益出发，力求把员工的利益放在公司的前面，但是对于产品的合格率要要要求，出精品。对于检验员工作认真性评比，评先进。员工福利方面，给每个员工上三险，年终有奖金，对特别突出有杰出贡献的员工给于物质和精神奖励。

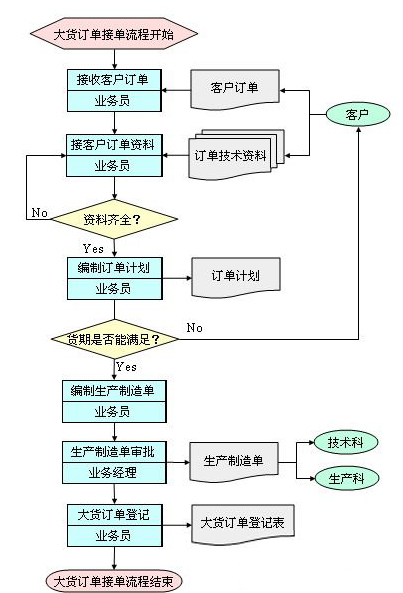
7.2、厂址选择

根据现在的企业状况我公司的选址应在临近市场地区，考虑到公司的产品销售，以及公司生产产生的噪音，人才聚集情况，等影响会合理安排公司厂址。

过我那个公司将把总部设在河南省新乡市高新技术开发区新飞大道南路，该地段为制造业密集区，很多对模具、模型有迫切需求的企业都在此地设厂，因此该地段将会有很大的市场发展空间。

7.3、生产计划

7.31、初期生产计划（订单式加工生产）



7.32、中期生产计划

根据企业发展规划和发展战略制定生产设备配备的发展计划，为了在短时间内投入运营，为企业获得利润。同时不放弃订单式生产。

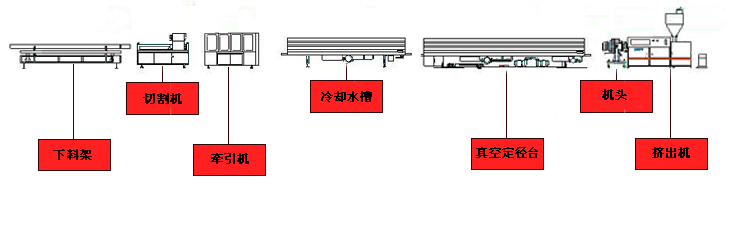
第一：初期采用劳动密集型生产，主营塑料产品生产主要包括

1.建筑行业的管材，塑料门窗；

2.家电电子通讯产品的塑料部件生产；

依据上述主营方向配备两条管材生产线，塑料门窗生产线一条，家电电子通讯产品的零部件采用卧式注塑机，立式注塑机，角式注塑机，卧式注塑机

管材生产线:



（一）PVC管材生产线

工艺流程

生产流程原料+助剂配制→混合→输送上料→强制喂料→锥型双螺杆挤出机→挤出模具→定径套→喷淋真空定型箱→浸泡冷却水箱→油墨印字机→履带牵引机→抬刀切割机→管材堆放架→成品检测包装

（二）模具研发生产线

在以上两生产线生产的同时发展中期计划研发自己的塑料模具以及相关冲压等模具。一方面借助模具修理部门积累的经验再就是利用校企联合培养优秀人才，广泛招聘有经验有能力的模具设计人员构成强大的模具研发中心。服务于本企业的模具修理和生产制造其他产品，为后期能自我研发新产品树立自己的品牌打好基础。

7.33、后期生产计划（自主研发，自主生产）

在后期生产中，我公司计划将主营方向定位在模具设计研发与模型产品制造上，以创意家居为主要特色产品。

（一）建立模具中心

数控设备:

精密电火花式成型机 HCD-400

精密单轴电火花数控成型机 HCD-500ZK

电火花数控切割机 DK7740D

数显滑枕床身铣床 XS778A

龙门铣床 MODEL B20 16A/1X40

数显龙门铣床 XS231614

其他设备根据加工所需在进行补充

针对模具本身存在生产周期长，寿命短，成本高的缺点；

我公司采用软件辅助设计:

1.UGNX5 CAD/CAM/模具模块；

2.UGS/Dynaform complete package

3.includes sower Version5.2

4.Mold flow Mp16.1/模流分析软件

针对现阶段发展，模具的材料生产制造需要热处理，鉴于自己现阶段生产资本公司投入太大，所以热处理可以采用通过附近热处理公司代理加工。

为了加快模具成型。在资金允许的情况下；可以启用快速成型和快速模具制造技术；该技术显著缩短产品投放市场的周期，降低成本，提高质量，增强企业竞争力。根据生产主营方向是人们普遍消费的产品，同时也有家庭塑料材质产品，所以引进快速成型设备；

快速成型设备；

SLA 快速成型机（LPS-600型激光快速成型机）

SLS快速成型机

针对结构复杂无拔模斜度，花纹精细具有深凹槽的零件可以采用硅橡胶快速制模具术，集计算机辅助技术几何造型及模具CAD技术，数值模拟技术快速成型技术，硅橡胶真空注型技术与硫化成型技术于一体的工艺系统。

到后期发展注重产品的自我设计，利用现有的生产线和模具生产从而实现产品的自主权，为了更好地研发新产品需要新材料来实现低成本高利润的目的。所以材料研究所在原有的材料利用基础上建成，利用多年总结的经验再结合现有的软件技术实现产品研发快速化，模具生产快速化的目标。

（二）建立材料研发中心

主要用于产品的力学分析，结构分析，成分分析，从而生产出寿命高力学性能好的精度高的模具；通过研发合适的材料降低生产产品的成本，满足基本力学，结构，外观，质量等要求；

1.力学分析实验室

2.热处理实验室

（三）建立产品研发中心:

1.软件三维制图软件，如UG，CAD Proe等软件。

2.产品成型分析软件等。

3.根据产品市场调研部门找到适合本企业生产盈利的产品，进行研发生产。

4.利用现有的企业技术和能力开展创意家居产品系列，追求时尚华美，设计有自己风格的产品打造自己的品牌。

5.与设计院建立好的技术合作发展，可以依靠设计院的优势资源实现企业产品的快速发展。

7.4、具体生产流程

7.41、企业标准

每个企业都有自己的标准，我公司会根据国标要求制定出符合标准的企业标准，使企业能够规范合理的生产，自然会对以后的检测要求精度有重大关系。

7.42、生产流程

因资金流通问题，公司起步不会购买大型设备来生产零部件，公司承担业务，然后设计出工程图，接着购买材料，加强其他公司合作，制定长期的合作计划，利用其他工厂的机床加工成零件，自己进行检测，然后把零部件拉回公司组装，成品，检测，包装。在资金增加后，公司会进一步接订单，买进生产的机床，逐步增加，最终会使自己生产线完整，然后工人数量的增加。公司会由开始的只为指定客户生产单一产品，到后期的生产各种模具的实力。

公司前期生产流程：

市场调研——接订单——产品研发——工程测绘——材料购买——检测员检测—材料处理——精加工——零件检测——技术员按工程图组装模具——模具的测试——对每个模具刻专利代号——合格包装——交货

公司中期将会把公司生产重点由为他公司生产转向自主研发生产。为此我们将加强市场调研部的建设，加快建设材料研发部、科技研发部。

公司中期生产流程：

市场调研——产品研发——工程测绘——材料购买——检测员检测———精加工——零件检测——技术员按工程图组装模具——模具的测试——对每个模具刻专利代号——合格包装——材料购买——批量生产

企业后期把公司生产重点由为他公司生产转向自主科技研发生产模具、模型，在其他公司生产产品，为此我们将加强科技中心的的建设。

7.43、成本控制

因为我公司是新成立的所以在成本上一定会更加注重减少，但是公司不会拿这为理由制造不合格产品，公司的信誉非常重要考虑到资金，我们会采取向银行贷款，集资等方式来完成，但购买原材料一定会严加要求，还要经过严格检测，我公司目标：以最少的废品来完成成本的降低。

7.5、产品检测

7.51、具体检测手段

我公司为了保证产品质量，将在个公司开设整个阶段，不断引进、购入最先进的产品检测设备以及产品检测手段，如SGKS三维检测设施。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **LDI WS超高精度激光扫描系**  **德国Wenzel精密桥式三坐标测量机及LDI/SLP250激光扫描系统**  **◎ 测量空间：800x1000x700**  **◎ 参考精度：激光扫描精度0.02mm（目前市场上精度最好的高速线激光扫描） ◎ 采样速度：每秒70000点**  **可配主要附件：**  **LDI SLP250/400/500激光扫描测头** | ◎ 精密检测：高精度激光扫描点云检测（全尺寸公差图检测），如精密铸造部件、注塑件、钣金件等的全尺寸误差检测；  ◎ 扫描抄数：曲面结构复杂、易变形物体、及一般传统三坐标测量系统测量很慢的物体的扫描、逆向建模； |
|  | **通用工具针规**  测量范围：0.011-0.500inch | ◎ 针规适用于机械电子加工中孔径、孔距、内螺纹小径的测量，特别适于弯曲槽宽及模具尺寸的测量 |

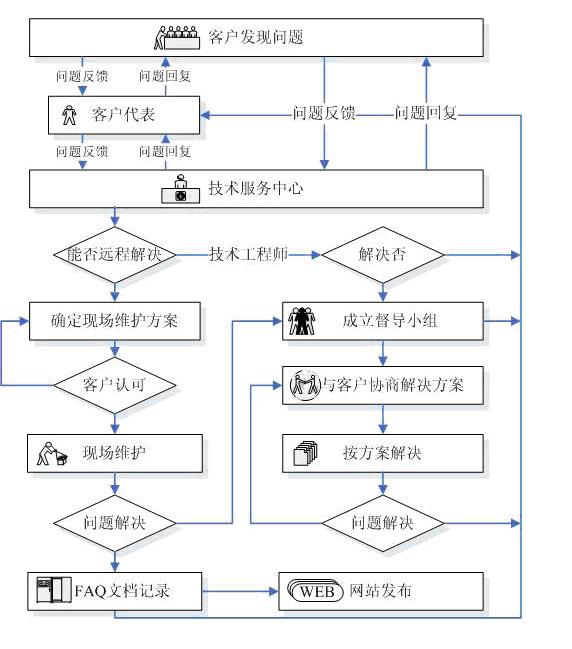
SGKS提供的三维测量或产品数字化服务包括现场测量、工装检具调整、误差检测、首件检测、全尺检测、大空扫描等，拥有通用高精度量具、桥式三坐标测量机2台、 FARO多关节式测量系统（二套）、三维激光扫描系统（三套）、FARO Focus等一系列先进设备，可以为客户提供精度高达0.003毫米的精密三坐标测量服务，也可以到客户指定现场进行汽车整车等大型或不便移动的物体的测量服务，是目前中国市场上少有的同时拥有高精度三坐标测量系统和多套现场三维测量和激光扫描设备的专业测量服务商。

7.6、售后服务

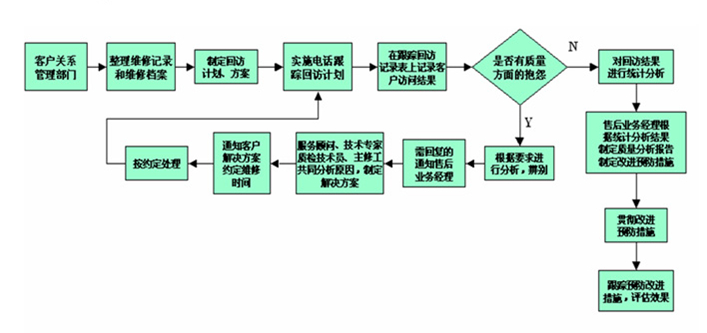
我国公司虽然为一个生产型企业，但对于售后服务方面，我国公司力求完美，对于已销售的产品，严格执行国家规定的三包。同时也会根据顾客对于产品的反应，对产品进行改良与提升。

我那个公司计划将公司的售后服务分为两个模式：

（一）客户反馈式售后服务



（二）跟踪回访式售后服务



**八、****财务管理**

8.1、财务管理明细

为加强[财务管理](http://www.chinaacc.com/zhongjizhicheng/)，根据国家有关法律、法规及建设局财务制度，结合公司具体情况，制定本制度。

一、财务管理工作必须在加强宏观控制和微观搞活的基础上，严格执行财经纪律，以提高经济效益、壮大企业经济实力为宗旨，财务管理工作要贯彻“勤俭办企业”的方针，勤俭节约、精打细算、在企业经营中制止铺张浪费和一切不必要的开支，降低消耗，增加积累。

二、财会人员都要认真执行岗位责任制，各司其职，互相配合，如实反映和严格监督各项经济活动。记账、算账、报账必须做到手续完备、内容真实、数字准确、账目清楚、日清月结、近期报账。

三、财务人员在办理会计于违反财必须坚持原则，照章办事。对经纪律和财务制度的事项，必须拒绝付款、拒绝报销或拒绝执行，并及时向总经理报告。事务中，

四、一切会计凭证、账簿、报表中各种文字记录用中文记载，数目字用阿拉伯数字记载。记载、书写必须使用钢笔，不得用铅笔及圆珠笔书写。

五、公司以单价2000元以上、使用年限一年以上的资产为固定资产，分为五大类：

1、房屋及其他建筑物；

2、机器设备；

3、电子设备（如微机、复印机、传真机等）；

4、运输工具；

5、其他设备。

六、各类固定资产折旧年限为：

1、房屋及建筑物35年；

2、机器设备10年；

3、电子设备、运输工具5年；

4、其他设备5年。

固定资产以不计留残值提取折旧。固定资产提完折旧后仍可继续使用。

七.财务管理的基本任务和方法：

由于本公司刚成立不久，具有良好的发展前景，所以采用扩张性筹资，扩大生产经营规模和吸收直接投资以及银行借贷。

1.筹集资金和有效使用资金，监督资金正常运行，维护资金安全，努力提高公司经济效益。

2.做好[财务管理基础](http://baike.baidu.com/view/1779055.htm)工作，建立健全财务管理制度，认真做好财务收支的计划、控制、核算、分析和考核工作。

3.加强财务核算的管理，以提高会计资讯的及时性和准确性。

4监督公司财产的购建、保管和使用，配合综合管理部定期进行财产清查。

5.按期编制各类会计报表和财务说明书，做好分析、考核工作。

八．公司应根据审核无误的原始凭证编制记账凭证。记帐凭证的内容必须具备：填制凭证的日期、凭证编号、经济业务摘要、会计科目、金额、所附原始凭证张数、填制凭证人员，复核人员、[会计主管人员](http://baike.baidu.com/view/2346515.htm)签名或盖章。收款和付款记帐凭证还应当由出纳人章。员签名或盖

九．短期投资的管理：短期投资是指一年内能够并准备变现的投资，短期投资必须在公司授权范围内进行，按现行财务制度规定记账、核算收入成本和损益。

十．长期投资的管理，长期投资是指不准备在一年内变现的投资，分为股权投资和债权投资。公司进行长期投资应认真做好可行性分析和认证，按公司审批许可权的规定批准后，由财务管理中心办理入账手续。公司对被投资单位元没有实际控制权的长期投资采用成本法核算；拥有实际控制权的，长期投资采用权益法核算

十一.无形资产指被公司长期使用而没有实物形态的资产，包括：专利权、土地使用权、商誉等。无形资产按实际成本入账，在受益期内或有效期内按不短于10年的期限摊销。

8.2、出差开支标准及报销审批

(一)公司职工出差乘坐车、船、飞机和住宿、伙食、市内交通费，按下表规定执行(详见附表一)。各部门负责人应严格控制外出人员，并考虑完成任务的期限，确定出差日期。对因公外出人员均对号入座按标准办理应报销费用。如出差人员投亲靠友自行解决住宿问题，则按标准的40%计发给个人；如不足标准住宿的，按节约额的50%计发给个人；如超标准住宿的，超支部分一律由个人自己负担。

(二)公司人员出差的交通费一律按附表标准套用。具体对下列情况均以有关规定执行如下：

1.乘坐火车，从晚上8时至次日晨7时之间，在车上过夜6小时以上的，或连续乘车时间超过12小时的，可购火车硬卧铺票和轮船三等舱。

2.乘坐火车符合1条规定而不买卧铺票的，节省下的卧铺票费，发给个人，但为了计算方便，规定按本人实际乘坐的火车硬席票价的50%发给。

3.公司人员出差，事先经单位领导批准就近回家省亲办事的，应凭车船票价按实支报，不发绕道和在家期间的出差伙食补助费、住宿费。

4.出差期间乘坐直达特别快车暂按乘坐一般特别快车不坐卧铺补助的规定执行，即按硬座票价的45%计发补助费，因使用空调设备而另外加收的费用不计入票价之内。

5.公司人员调动工作，核发差旅费以其调入地区执行标准计发。调入人员的交通、住宿、伙食补助除照公司规定执行外，其它开支参照有关规定执行。

6.出差人员在出差地因病住院期间，按标准发给伙食补助费，不发交通费和住宿费。住院超过一个月的停发伙食补助费。

7.公司人员参加在外地召开的各类会议，除有会议主办单位出具的食宿费自理的证明，可回公司按出差标准领取伙食费补助；住宿费凭住宿处发票按公司规定标准执行外，其余情况一概不领发有关费用。

8.员工赴外地学习培训超过30天以上的部分，培训期间食宿费自理的，按相关职位标准的50%计发。

**九、****投资分析**

9.1、股本结构和规模

公司注册资本为550万元。股本结构和规模如下表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **资金筹集** | | **数额（万元）** | **所占比例** |
| **河南机电高等专科学校** | 资金入股 | 100 | 37.36% |
| 技术入股 | 100 |
| **风险投资** | 资金入股 | 200 | 37.36% |
| **团队成员** | 资金入股 | 50 | 27.28% |
| 技术入股 | 100 |

在股本结构中，河南机电高等专科学校投资200万元，占总股本的37.36%；风险投资方面，我们计划引入1-2家的风险投资，投资额为200万元；，占总股本的37.36%；除此外，我公司创业团队投资150万元，占总股本的27.28%

9.2、资金来源及运用

公司初期运营正常时，不向金融机构进行贷款，只有经营出现一定的问题时方向金融机构寻求帮助，以此来化解危机，同时规避了初期的负债风险。

资初期启动资金主要用于3000平方米厂区建设，其中2200平方米厂房，800平方米办公楼及研发室，网路平台筹建投入，共150万元。

购置设备、生产原料、技术专利共200万元。

用于研发投入100万元。

流动资金100万元。

9.3、投资的可行性分析

9.31、假设分析

公司的设备、原材料供应商的信誉足够好，设备到货、安装、调试在3—6个月内完成，生产中能够保证产品质量；总公司选址在交通设施完善，投资环境很好的郑州高新技术产业开发区，在政策上享受前两年免税的税收优惠政策。

根据本公司现实各项基础、能力、潜力和业务发展的各项计划以及投资项目可行性，经过分析研究采用正确计算方法，本着求实、稳健的原则，并遵循我国现行法律、法规和制度，在各主要方面与财政部颁布的企业会计制度和修订过的企业会计准则相一致。

9.32、投资现金流量表

**投资现金流量表**

**表一：**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **行次** | **本期数** | **项目** | **行次** | **本期数** |
| 一、经营活动产生的现金流量： | 1 | 250.00 | 补充资料 | 37 |  |
| 销售商品、提供劳务收到的现金 | 2 |  | 1、将净利润调节为经营活动现金流量： | 38 | 194.00 |
| 收到的税费返还 | 3 |  | 净利润 | 39 |  |
| 收到的其他与经营活动有关的现金 | 4 | 250.00 | 加：计提的资产减值准备 | 40 |  |
| 现金流入小计 | 5 | 50.00 | 固定资产折旧 | 41 |  |
| 购买商品、接受劳务支付的现金 | 6 |  | 无形资产摊销 | 42 |  |
| 支付给职工以及为职工支付的现金 | 7 |  | 长期待摊费用摊销 | 43 |  |
| 支付的各项税费 | 8 | 300.00 | 处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(减：收益) | 44 |  |
| 支付的其他与经营活动有关的现金 | 9 | 350.00 | 固定资产报废损失 | 45 |  |
| 现金流出小计 | 10 | -100.00 | 公允价值变动损失（收益以“－”号填列） | 46 |  |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 11 |  | 财务费用（减：收入） | 47 | -100.00 |
| 二、投资活动产生的现金流量： | 12 |  | 投资损失(减：收益) | 48 |  |
| 收回投资所收到的现金 | 13 | 100.00 | 递延所得税资产减少（增加以“－”号填列） | 49 |  |
| 取得投资收益所收到的现金 | 14 |  | 递延所得税负债增加（减少以“－”号填列） | 50 |  |
| 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 | 15 |  | 存货的减少(减：增加) | 51 |  |
| 收到的其他与投资活动有关的现金 | 16 | 100.00 | 经营性应收项目的减少(减：增加) | 52 |  |
| 现金流入小计 | 17 |  | 经营性应付项目的增加(减：减少) | 53 | -194.00 |
| 购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金 | 18 |  | 其他 | 54 | -100.00 |
| 投资所支付的现金 | 19 |  | 经营活动产生的现金流量净额 | 55 |  |
| 支付的其他与投资活动有关的现金 | 20 |  |  |  |  |
| 现金流出小计 | 21 | 100.00 |  |  |  |
| 投资活动产生的现金流量净额 | 22 |  |  |  |  |
| 三、筹资活动产生的现金流量： | 23 |  | 2、不涉及现金收支的投资和筹资活动： | 56 |  |
| 吸收投资所收到的现金 | 24 |  | 债务转为资本 | 57 |  |
| 借款所收到的现金 | 25 |  | 一年内到期的可转换公司债券 | 58 |  |
| 收到的其他与筹资活动有关的现金 | 26 |  | 融资租入固定资产 | 59 |  |
| 现金流入小计 | 27 |  |  |  |  |
| 偿还债务所支付的现金 | 28 |  |  |  |  |
| 分配股利、利润或偿付利息所支付的现金 | 29 |  |  |  |  |
| 支付的其他与筹资活动有关的现金 | 30 |  |  |  |  |
| 现金流出小计 | 31 |  | 3、现金及现金等价物净增加情况： | 60 |  |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 32 |  | 现金的期末余额 | 61 |  |
| 四、汇率变动对现金的影响 | 33 |  | 减：现金的期初余额 | 62 |  |
| 五、现金及现金等价物净增加额 | 34 |  | 加：现金等价物的期末余额 | 63 |  |
| 加：期初现金及现金等价物余额 | 35 |  | 减：现金等价物的期初余额 | 64 |  |
| 六、期末现金及现金等价物余额 | 36 |  | 现金及现金等价物净增加额 | 65 |  |

**十、****管理体系**

10.1、组织形式

董事会

事

会

CPO市场营销部

CMO市场营销部

CHO、CMO

CEO市场营销部

CIO、CTO

技术研发部

生产检验部

财务部

人力资源部

市场营销部

初期组织结构

技术研发部

董事会

事

会

CEO

总经理

部门经理

CPO市场营销部

CMO市场营销部

CHO市场营销部

CIO市场营销部

CTO市场营销部

COO市场营销部

财务部

生产检验部

市场营销部

人力资源部

市场调研部

材料研发部

中后期期组织结构

公司建设发展的整个时期，我们

将聘请专业的经济顾问及法律顾问。

10.2、团队精神

我们团队有着高度的大局意识、协作精神和[服务精神](http://baike.baidu.com/view/4226055.htm)。尊重个人的兴趣和成就。协同合作，全体成员有着一致的的向心力、[凝聚力](http://baike.baidu.com/view/647132.htm)，挥洒个性、表现特长共同完成企业建设目标

10.3、部门职责

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **生产检验部** |  | **负责产品的生产及检验工作** |
| **市场营销部** |  | 负责产品销售及公司管广告工作 |
| **财务部** |  | 负责公司财务审批及管理工作 |
| **技术研发部** |  | 负责技术研发及产品创新工作 |
| **材料研发部** |  | 负责新材料的研发工作 |
| **人力资源部** |  | 负责人力资源分配及管理工作 |
| **市场调研部** |  | 负责市场分析及生产任务的制定该工作 |

10.4、具体人员分配

|  |  |
| --- | --- |
| 董事会成员 | 由公司的大股东组成，我们小组中七人都是董事会成员。董事长由董事会选举产生。 |
| 总经理 | 公司首席执行官兼总经理由赵玉东担任。风险投资商可以另带一个副总。 |
| 顾问团 | 技术顾问由我们聘请河南机电高等专科学校相关教授及老师担任。 |
| 法律顾问、经济顾问由我们向社会广泛招募。 |
| 市场营销部 | 市场营销部部长由刘阳阳担任。 |
| 人力资源部 | 人力资源部部长由尚文静担任 |
| 财务部 | 财务部部长由张前进担任。 |
| 技术研发部 | 技术研发部、材料研发部部长由鲁义伟担任。 |
| 材料研发部 |
| 生产检验部 | 生产检验部部长由杨长志担任。 |

**十一、****人力资源管理**

11.1、人力资源概述

公司就好比我们的五个手指头，良好的人力资源管理就是把这五个分散的手指紧紧的握在一起的手段。鉴于我公司的特点，人力资源主要分为：

1、人力资源规划；

2、招聘与配置；

3、培训与开发；

4、绩效管理；

5、薪酬福利管理；

6、劳动关系管理；

7、团队协作。

11.2、人力资源规划

人力资源规划的目的在于结合企业发展战略，通过对企业资源状况以及人力资源管理现状的分析，找到未来人力资源工作的重点和方向，并制定具体的工作方案和计划，以保证企业目标的顺利实现。人力资源规划的重点在于对企业人力资源管理现状信息进行收集、分析和统计，依据这些数据和结果，结合企业战略，制定未来人力资源工作的方案。正如航行出海的船只的航标的导航仪，人力资源规划在HR工作中起到一个定位目标的作用。

A、由于我公司在初期阶段主要为大型企业进行产品加工，精加工，并且为了节约成本，所以对于招聘人员的学历以及专业知识没有太大要求，招聘那些年龄适当、身体状况良好的人即，并在此期间对员工进行有计划的培训。

B、中期我主要为大型企业进行产品加工，精加工。由于对初期员工的培训公司也得到了保持一定数量具备特定技能、知识结构和能力的人员，再招聘一些具有专业知识的人才；

C、后期我公司自主研发产品，进行科技创新，全力建设产品研发部门、材料研发部门，深入实施发展战略。并积极准备上市工作。

这是我们就需要高薪聘请一些管理人才、有丰富的专业知识并具有创新能力的人才。

在此，我公司势必要做到充分利用现有人力资源；能够预测企业组织中潜在的人员过剩或人力不足；建设一支训练有素，运作灵活的劳动力队伍，增强企业适应未知环境的能力；减少企业在关键技术环节对外部招聘的依赖性；业务流程电子化，实现人力资源的规范化。

人力资源的核查：定期对人力资源进行考查，包括数量、质量、结构及分布状况，初步定为每季度考查一次。

考察内容包括：个人自然情况、录用资料、教育资料、工资资料、工作执行评价、工作经历、服务与离职资料、工作态度、工作或职务的历史资料等。

11.3、培训与开发

人力资源管理要做到人尽其才，才尽其用，人事相宜，最大限度地发挥人力资源的作用。但是，对于如何实现科学合理的配置，这是人力资源管理长期以来亟待解决的一个重要问题。怎样才能对企业人力资源进行有效合理的配置呢?必须遵循如下的原则：

1.能级对应原则

合理的人力资源配置应使人力资源的整体功能强化，使人的能力与岗位要求相对应。企业岗位有层次和种类之分，它们占据着不同的位置，处于不同的能级水平。每个人也都具有不同水平的能力，在纵向上处于不同的能级位置。岗位人员的配置，应做到能级对应，就是说每一个人所具有的能级水平与所处的层次和岗位的能级要求相对应。

2.优势定位原则

人的发展受先天素质的影响，更受后天实践的制约。后天形成的能力不仅与本人的努力程度有关，也与实践的环境有关，因此人的能力的发展是不平衡的，其个性也是多样化的。每个人都有自己的长处和短处，有其总体的能级水准，同时也有自己的专业特长及工作爱好。优势定位内容有两个方面：一是指人自身应根据自己的优势和岗位的要求，选择最有利于发挥自己优势的岗位；二是指管理者也应据此将人安置到最有利于发挥其优势的岗位上。

3.动态调节原则

动态原则是指当人员或岗位要求发生变化的时候，要适时地对人员配备进行调整，以保证始终使合适的人工作在合适的岗位上。岗位或岗位要求是在不断变化的，人也是在不断变化的，人对岗位的适应也有一个实践与认识的过程，由于种种原因，使得能级不对应，用非所长等情形时常发生。因此，如果搞一次定位，一职定终身，既会影响工作又不利于人的成长。能级对应，优势定位只有在不断调整的动态过程中才能实现。4.内部为主原则

一般来说，企业在使用人才，特别是高级人才时，总觉得人才不够，抱怨本单位人才不足。其实，每个单位都有自己的人才，问题是“千里马常有”，而 “伯乐不常有”。因此，关键是要在企业内部建立起人才资源的开发机制，使用人才的激励机制。这两个机制都很重要，如果只有人才开发机制，而没有激励机制，那么本企业的人才就有可能外流。从内部培养人才，给有能力的人提供机会与挑战，造成紧张与激励气氛，是促成公司发展的动力。但是，这也并非排斥引入必要的外部人才。当确实需要从外部招聘人才时，我们就不能“画地为牢”，死死的扣住企业内部。

培训与开发：组织通过学习、训导的手段，提高员工的工作能力、知识水平和潜能发挥，最大限度的使员工的个人素质与工作需求相匹配，进行促进员工现在和将来的工作绩效的提高。

培训与开发的主要目的：1、提高工作绩效水平，提高员工的工作能力。2、增强组织或个人的应变和适应能力。3、提高和增强组织企业员工对组织的认同和归属。

企业培训与开发工作的特性：1、培训的经常性2、培训的超前性3、培训效果的后延性

培训需求分析：长期目标与短期目标。包括：1、组织的人力资源需求分析2、组织的效率分析3、组织文化的分析

人员培训需求分析包括：1、人员的能力、素质和技能分析2、针对工作绩效的评价

培训的方法：1、讲授法2、操作示范法3、案例研讨法等

11.4、劳动关系

劳动关系：劳动者和用人单位（包括各类企业、个体工商户、事业单位等）在劳动过程中建立的社会经济关系。

1、劳动合同具备的条款：a、劳动合同期限b、工作内容c、劳动保护和劳动条件d劳动报酬e、劳动纪律f、劳动合同终止的条件g、违反劳动合同的责任。

2、劳动合同期限的分类：有固定期限、无固定期限、以完成一定的工作为期。

3、劳动合同的变更：履行劳动合同的过程中由于情况发生变化，经双方当事人协商一致，可以对劳动合同部分条款进行修改、补充。未变更部分继续有效。

4、劳动合同期满或劳动合同的终止条件出现劳动合同即终止。

5、劳动合同期限届满，经双方协商一致，可以续订劳动合同。

**十二、****风险与风险管理**

12.1、管理风险

（一）技术创新中管理风险的规避

1、在管理者方面：首先要加强领导者自身的品德修养，从而增强企业凝聚力和激励力，同时着力弥补其他方面如资源劣势等方面的不足，提升管理的效率和效果；同时要扩展知识，对技术创新涉及的知识方法等有一定程度的理解，增强与技术创新人员的沟通，从而对创新活动的组织更为科学；还要全面提升管理层人员的素质和能力，在管理人员中尤其要注重协作构通能力的提高，刻意培养管理创新意识和创新能力。

2、在组织结构方面：中小企业应在组织效率和灵活性上充分发挥自身先天优势；积极利用多种渠道与社会组织加强内外信息沟通和交流；注重知识经验的有效识别和积累，加强企业知识管理，建立知识储备库；扩大企业开放程度，利用各种社会力量，与高校、科研院所建立密切关系，增强组织对创新方向的把握。

3、在企业文化方面：要致力于良好的企业文化的培养，除了凝聚力、向心力的形成和培养，尤其应该塑造创新精神和团队精神，真正把创新作为企业生存和发展的根本所在，树立朝气蓬勃、齐心向上的企业精神，为一切创新活动创造良好的环境。

4、在管理过程方面：应该遵循对技术创新管理的科学性，减少管理人员的随意性。首先要设立正确的创新目标，最大限度地利用现有条件制定科学合理的计划，其中包括对风险的预测及建立相应的防范规避机制；同时，组织的过程管理要以计划为依据，充分挖掘企业各种资源，使现有资源的效用发挥到最大，注意组织结构的适时调整。领导过程要以现有目标为前提，加强对参与创新人员的适当激励，保持创新团队的士气；最后，控制环节除了一般的信息准确及时、控制关键环节、注意例外处理等方面，应突出关注控制的经济效益，要关注采取行动的效率和效果。

（二）风险投资中管理风险的防范

1.完善企业法人治理结构，特别是加强风险投资机构对企业的参与和监管权利。新的《公司法》完善了公司治理的要求。如董事会的组成，董事会的召开，旧法规定公司的董事会必须由董事长召集，如果董事长出于个人目的不召开时，其他人也无权召开。新的《公司法》对这个规定很明确，首先董事长应当履行职责，如果其不尽职，则副董事长、监事会可以履行，这样就有效避免不合理的情况发生。其次新《公司法》对于监事会、公司高级管理人员应尽的义务也都做出了非常明确的要求。

法人治理结构实际上就是通过制定好章程和规范公司的行为正确理顺股东会、董事会、监事会和高级管理者的关系，强化控股股东和实际控制人的义务和责任。新的《公司法》对于公司治理的规定更加明确、详细，使违反规定所面临的责任更加明晰、严格。从而达到防范管理风险的目的。

2 .股东权益保护。资源的有效配置，表现在股权结构中就是各方股东如风险投资企业自身、管理人员、技术人员股份如何分配。也即这些资源如何在企业当中行使权利，获取回报。从法律层面上说，首先应完善公司运行过程中股东权益特别是中小股东利益的保护机制。新的《公司法》对股东权益的维护做了明确的规定，股东有知情权、股东会议召开的请求权、对股东大会的质询权。其次，在与管理层的雇佣合同中增加惩罚性条款，包括解雇、撤换管理层及回购管理者持有的股份。再次，给予管理层期权安排，允许管理层在实现未来管理目标时可按事先约定的较低价格或无偿增持股份。

12.2、开发与生产风险

（一）开发风险的解决与规避

新产品开发最大的风险在于营销组织和规划的不力。因此降低新产品开发风险的有效途径是强化营销管理中的组织和规划。当然新产品开发风险不可能降低到零，但根据理论推断和国内外成功的经验和案例，可以得出一些相对有效的开发组织和规划原则：即坚持以市场营销为导向的[技术开发](http://tech.it168.com/)，重视开发过程的组织、规划和管理;提前做好多个甚至系列项目开发的准备，扩大新产品项目的实验室储存量，以便适应不同市场需求时机并根据竞争者的市场策略，推出不同产品。

为有效规避开发风险，我该公司将不断的完善新产品开发的组织结构，并且完善商业标准，一些较成功的开发项目都事先设定了商业上的标准，如该产品能在5年内引入市场;该产品的市场潜量最少为5000万元和20%的增长率;该产品将取得技术或市场的领导地位等。

1产品经理制

许多公司把新产品的构思任务交给它们的产品经理，实际上，这种方式有可能比较片面：许多产品经理忙于管理其生产线，他们除了对生产线上的流程和环节熟悉外，对市场需求、产品开发与其他部门的协调难以胜任。因此产品经理制并非最恰当的新产品开发组织形式。

2新产品经理制

优点是使新产品开发在企业内的功能专业化了，但新产品经理的工作可能局限在公司现有的产品市场范围或产品线的延伸。

3新产品委员会

许多公司设立专门的高层管理委员会审核新产品建议。

4新产品部

较大型的公司设立专门的新产品部，在财务上和相关生产、销售、研究部门及高级管理部门关系密切，主要职责是产生、筛选、指挥、协调研究开发工作，进行实地试销和商品化前的准备工作。(属于较固定的公司部门编制，有固定的职能和工作任务。)

5新产品开拓组

日本企业的新产品开发工作的组织和管理成功的一大特点是：大部分公司设有新产品开拓组，该组由各业务部门的人员组成，负责把一种特定的产品或业务投入市场。这些人员由公司的智囊组成，并且只要一制定项目预算、时间期限和工作任务，他们就暂时停止其它职责。因此使新项目开发进展速度很快。

上述提到的几种形式，企业可根据自身企业资源和开发目标确定。无论如何，良好的组织形式被证明是提高工作绩效的基础之一。企业在进行新产品开发之前，一定要审慎判断市场需求和竞争对手行为，从全方位认识并采取措施防范开发风险。

12.3、财务风险

财务风险是企业在财务管理过程中必须面对的一个现实问题，财务风险是客观存在的，企业管理者对财务风险只有采取有效措施来降低风险，而不可能完全消除风险。我该公司通过对企业财务风险类型分析，从中找出不同财务风险产生的具体原因，并试图探索出解决各类财务风险的有效方法。

企业财务风险是客观存在的，因此安全消除财务风险是不可能的，也是不现实的。对于企业财务风险，我公司只能采取尽可能的措施，将其影响降低到最低的程度。

1.化解筹资风险的主要措施：

当企业的经营业务发生资金不足的困难时，我公司将采取发行股票、发行债券或银行借款等方式来筹集所需资本。

2.化解投资风险的主要措施：

从风险防范的角度来看，投资风险主要应该通过控制投资期限、投资品种来降低。一般来说，投资期越长，风险就大，因此企业应该尽量选择短期投资。而在进行证券投资的时候，应该采取分散投资的策略，选择若干种股票组成投资组合，通过组合中风险的相互抵消来降低风险。在对股票投资进行风险分析中，可以采用β系数的分析方法或资本资产定价模型来确定不同证券组合的风险。β系数小于1，说明它的风险小于整个市场的平均风险，因而是风险较小的投资对象。

3.化解汇率风险的主要措施：

（1）选择恰当合同货币。在有关对外贸易和借贷等经济交易中，选择何种货币作为计价货币直接关系到交易主体是否将承担汇率风险。为了避免汇率风险，企业应该争取使用本国货币作为合同货币，在出品、资本输出时使用硬通货，而在进口、资本输入时使用软通货。同时在合同中加列保值条款等措施。

（2）通过在金融市场进行保值操作。主要方法有现汇交易、期货交易、期汇交易、期权交易、借款与投资、利率—货币互换、外币票据贴现等。

（3）对于经济主体在资产负债表会计处理过程中产生的折算风险，一般是实行资产负债表保值来化解。这种方法要求在资产负债表上以各种功能货币表示的受险资产与受险负债的数额相等，从而使其折算风险头寸为零，只有这样，汇率变动才不致带来折算上的损失。

（4）经营多样化。即在国际范围内分散其销售、生产地及原材料来源地，通过国际经营的多样化，当汇率出现变化时，管理部门可以通过比较不同地区生产、销售和成本的变化趋利避害，增加在汇率变化有利的分支机构的生产，而减少汇率变化不利的分支机构的生产。

（5）财务多样化。即在多个金融市场以多种货币寻求资金的来源和资金去向，实行筹资多样化和投资多样化，这样在有的外币贬值，有的外币升值的情况下，公司就可以使绝大部分的外汇风险相互抵消，从而达到防范风险的目的。

4.化解流动性风险的主要措施：

企业的流动性较强的资产主要包括现金、存货、应收账款等项目。防范流动性风险的目的是在保持资产流动性的前提下，实现利益的最大化。因此应该确定最优的现金持有量、最佳的库存量以及加快应收账款的回收等。我们都很清楚持有现金有一个时间成本的问题，手中持有现金过多，显然会由于较高的资金占用而失去其他的获利机会，而持有现金太少，又会面临资金不能满足流动性需要的风险。因此企业应该确定一个最优的现金持有量，从而在防范流动性风险的前提下实现利益的最大化。

5.化解经营风险的主要措施：

在其他因素不变的情况下，市场对企业产品的需求越稳定，企业未来的经营收益就越确定，经营风险也就越小。因此企业在确定生产何种产品时，应先对产品市场做好调研，要生产适销对路的产品，销售价格是产品销售收入的决定因素之一，销售价格越稳定，销售收入就越稳定，企业未来的经营收益就越稳定，经营风险也就越小。

12.4、事件风险

事件风险的本质在于事件本身无法预知且发生后实质影响短期内难以量化所带来的投资操作上的不确定性，例如公司因自然灾害导致停产、公司被恶意收购、高管突然病故等，这些事件发生必然会对公司短期运营和业绩构成影响，在市场尚未充分消化事件风险时股价会出现短期巨大波动。在实际操作中，事件风险往往只会对股价走势构成短期影响，如果投资者确定公司价值不会改变，股价下跌会提供难得的介入机会。

事件风险也不只有负面的事件，还包括可能刺激股价短期上涨的正面事件，如国家颁布有利于公司所在行业发展的政策，但由于其不可预知性，同样也会成为操作上的风险。

对于事件，我公司只能在事件发生后第一时间作出行政调整以应对，届时将由股东大会进行组织开会，开展进一步决策，及时修改公司战略，营销策略等重要企业发展规划，做到及时的规避分享。

**十三、****附录**

13.1、队员介绍

|  |  |
| --- | --- |
| 赵玉东 | 男，河南机电高等专科学校材料工程系模具11级学生，担任系编辑部干事。爱好众多，涉猎广泛。有极强的动手能力和好奇心，善于从生活中发现问题。 |
| 杨长志 | 男，河南机电高等专科学校材料工程系模具11级学生，担任系学习部干事。性格开朗，对人友好，有亲和力，喜欢交友，有广泛的交友圈。积极参加学校举办的各项活动，参加校级，国家等级考试并获奖，自己的学业很充实，并且学到的专业技能对以后的管理有很大的作用。 |
| 鲁义伟 | 男，河南机电高等专科学校材料工程系模具10级学生，曾担任系学习部部长。每学期都获得奖学金，学习之余热爱参加了课外活动;在实习中感触到现代加工制造业是一国命脉，学习专业知识并把它用于改善生活上，是我们的责任。知识在于积累，学以致用才是学习的目的，所以我的目标就是能把自己所学运用到生活中。 |
| 张前进 | 男，河南机电高等专科学校材料工程系模具11级学生，担任系学习部干事。喜欢交友，在校有广泛的人脉，性格开朗，为人善良，对待工作认真踏实，一丝不苟，诚实守信。 |
| 刘阳阳 | 男，河南机电高等专科学校材料工程系模具11级学生。性格属于开朗又腼腆型，比较喜欢交朋友，比较和善，积极参加举办的活动，在实践中锻炼自己领导，管理能力。对大学生创业有很大的兴趣。 |
| 王保国 | 男，河南机电高等专科学校材料工程系模具11级学生，担任校学习部干事。作为学生会的一员，在老师和上级的领导下，自己的各方面能力均有提高，并且学习上也取得了良好的成绩。课余时间喜欢去打打球，又是更喜欢外出了解当今社会动向，为自己以后的人生发展做出更明确的规划。 |
| 尚文静 | 女，河南机电高等专科学校材料工程系模具11级学生，担任系青志部干事。性格开朗，为人热心，在班级中担任团支书，有良好的管理能力，是同学的好朋友，老师的好助手。平时对于人力资预案管理较为感兴趣，故有相关特长。 |

13.2、产品实例

**产品计划书**

项目名称；时尚乐圈耳机

研发部门：模钛克有限公司

开发方式 : 全新开发

项目描述: 产品描述

本产品是一款在现在耳机功能上加以改善，力图时尚灵巧，耐用，使用方便，耳机线长度可随意调整，在不用时可以依托转轴的旋转将线存于圆壳中，壳体外部有精美的图案。不管在用还是不用，外部的小夹子将其卡在胸前做装饰品。设计精美的外部图案使其更时尚美观。

需求分析：消费者：随着生活水平的提高，人们对产品使用的方便，耐用，时尚美观更有要求。

原有的耳机：设计大同小异，由于每个人使用耳机习惯不同，所以对耳机长短有要求。线长时在用时重力作用，带的耳机受剧烈运动就会容易掉。线短又不能满足需求。当不使用时耳机线的摆放不规范，使用时总会缠绕一起而影响使用的方便性。其优势就是价格便宜。

无线耳机：利用无线技术。没有线但其价格较贵一般的也要二三十元，外形也较单一。

所以为了满足消费者需要。设计了时尚乐圈耳机。首先先可以根据自己需要调整长短，上面有小卡子可以随便夹在方便的部位，再就是价格也合理，时尚的外观设计加上精美图案迎合消费者心里。

以往成熟经验：我公司采用成熟的专业供应商，目前公司工艺装备完善，掌握成熟深生产工艺检测设备齐全。

突破点；我公司创新方面又有优势。次次产品开发研制我们运用CAD/CAE/CAM软件快速成型技术，缩短产品的研发周期。

创新点:思路新颖原理简单-，利用现有的成熟耳机生产线，结合模具得使用构成批量生产。

经济分析：可以利用我公司的设计思路和先进的理念结合代理加工厂，计算技术研发费么具成本等其他费用。

产品建议价格：10元

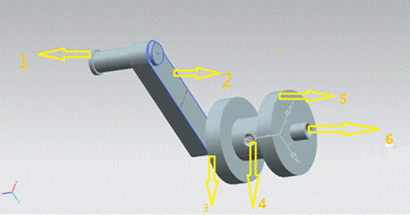
经济效益；消费群相当大，成本低，又迎合消费者心理具有市场竞争的力很大！

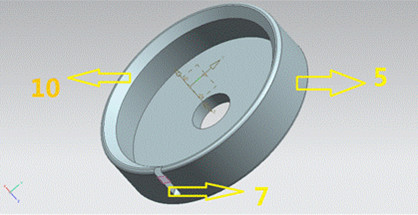
产品的设计原理：源于我们见过的皮卷尺，一个圆盘中间有一个转轴依靠外面的同轴传动装置通过旋转将其皮尺缠绕到原盒里面。

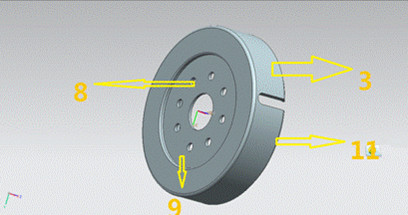
设计时尚美观的皮卷尺图片（右图）

此产品原理及结构设计:在皮卷尺的原理上，将时尚盒体开俩个口为了使在转轴上只有一端缠绕部分有个出口。另一端不被缠绕则需将耳机上不缠绕部分的线的伸出方向平行于转动的轴线方向从轴向穿出到外侧此为另一开口，而此产品至于长短固定方式可以利用转轴外部的传动装置的固定达到固定。在盒体外部设置一个塑料外夹可以方便时尚盒体的整体定位。

UG设计图







|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 标号 | 名称 | 作用 |
| 1 | 摇杆 | （1）带动旋臂杆2摇动传递扭矩力带动6轴的旋转从而缠线；(2)可以按下插入到锁紧孔8中，其固定长短的目的； |
| 2 | 旋臂杆 | （1）其中间扭矩力传递的作用；（2）可以减小手臂旋转时的速度； |
| 3 | 左外壳 | （1）与右外壳合紧；（2）上面有8个锁位孔，可以方便锁紧；（3）有凹槽可以减小盒体总体厚度。与悬臂干相配套；(4)外壳体上有11-是方便与与右外壳5相配合； |
| 4 | 固线孔 | （1）耳机线从4孔穿入后从轴中间的右孔穿出。可以实现自由控制耳机盒所在位置。在合适位置旋转轴进行缠绕，可以在盒体上设置用夹子固定在衣服上用来装饰好好看； |
| 5 | 右外壳 | （1）与左外壳相合紧；（2）上面的中心孔为固定转轴； |
| 6 | 旋转轴 | （1）在1的旋转下而的带动下旋转进行缠线；(2)上面开有孔4，和中间通孔； |
| 7 | 出线孔 | （1）耳机线的出口和收缩时的进口；(2)改进进线口可以在上面增加一个曲面方美观； |
| 8 | 锁紧孔 | （1）可以使以1插进孔内从而固定旋臂杆2，起到控制长短目的； |
| 9 | 凹槽 | （1）美观；（2）与旋臂杆2有空隙，方便2的旋转；（3）减小盒体总厚度； |
| 10 | 配合凹边 | （1）方便与左外壳合紧 |
| 11 | 配合边 | （1）方便与右外壳合紧 |

时尚外观设计:根据消费者喜好设计不同的图案，和时尚外形，使之适应市场！

13.3、生产流程表示例

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | **文件编号：** | | | |
| **文件版本：** | | | |
| **生产流程表** | | | | | **页 码： 第 页 共 页** | | | |
| **生效日期： 年 月 日** | | | |
| **流 程** | | | **描 述** | | | | | **责任人** |
| 1  生 产  生产前准备 | | | 1. 制造车间接到《生产计划单》后应立即做好生产前准备工作，核实生产所需的条件是否满足，如发现有某项条件未能满足的，应立即进行解决，或向上级反映； 2. 准备工作包括生产用工艺卡片、生产设施、人员、材料、时间安排等； | | | | | 制造车间主任 |
| 自检  三检  包 装 | | | 1. 品保人员（制造车间主任）不仅要对原材料、零配件进行检验，在生产过程中还应对首件产品进行首检、在过程中进行巡检、对成品进行综合检验；并监督员工进行自检；确认产品合格后;并按客户要求进行包装，最终确认产品标识与订单无误后方可入库。 | | | | | 制造车间主任 |
| 指 定 仓 位  客 户  发 货 单  发 货  入 库 | | | 1. 仓库管理员要确认产品标识与订单要求无误后，放置于规定位置，并确保符合先入先出原则； | | | | | 仓库管理员 |
| 1. 发货员应对发货产品清单与实际货物数量、标识进行核对，外包装是否干净整齐，标签填写是否正确、完整、内外标签是否一致； | | | | | 发货员 |
| 1. 营销部按公司客户售后服务规定进行售后服务； | | | | | 销售经理 |
| **编 制** |  | **审 核** | |  | | **审 批** |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | **文件编号：** | | | |
| **文件版本：** | | | |
| **生产流程表** | | | | | **页 码： 第页 共 页** | | | |
| **生效日期：年月日** | | | |
| **流 程** | | | **描 述** | | | | | **责任人** |
| 生产订单  客户订单  库存调查  销 售 部  采 购 部  生产经理  总  生 产 部  自  留 | | | 1. 销售部为客户订单的接收部门，在接到客户订单后立即调查成品库存，如库存不足或发货后低于安全存量，应按不足数下达生产订单； 2. 客户发生订单变更时，销售部应及时以书面形式通知生产部； 3. 生产订单为一式三份，自留一份，交生产部二份，双方签字后生效，用于跟踪； | | | | | 销售经理 |
| 1. 生产经理应对生产订单进行全程跟踪，并随时协调和解决生产中出现的问题，直至产品交付； | | | | | 生产经理 |
| 制造车间  **1**  自  留  自  留  采购部  材料准备  时间准备  工装夹具  模具准备  人员准备  图纸准备  请购单  生产计划单 | | | 1. 生产部接到生产订单应及时进行生产前准备；并向相关部门下达《生产计划单》；发生生产变更时应及时通知相应生产部门； 2. 仓库调查原材料、零配件库存，发现不足或使用后会低于安全存量，应按不足数向采购部下达《请购单》； 3. 《生产计划单》、《请购单》应各为一式三份，自留一份，相关生产部门一份，双方签字后提交生产经理一份，用于跟踪； | | | | | 制造车间主任 |
| 1. 采购部接到《请购单》应立即安排采购，并在规定期限内采购到位； | | | | | 采购经理 |
| 1. 制造车间应随时跟踪物料到位情况，发现经催促后仍不到按期到位的应提前向生产经理反应； | | | | | 制造车间主任 |
| 1. 生产经理应及时就反应的问题进行解决，不能解决的应及时向上级反映； | | | | | 生产经理 |
| **编 制** |  | **审 核** | |  | | **审 批** |  | |

13.4、 生产计划图示例

**生产部生产计划流程图**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单位名称** | | **生产部** | | **流程名称** | | **生产计划流程图** | | | |
| **层 次** | |  | | **概 要** | |  | | | |
| **单位** | **总经理** | |  | | **生产部** | | **采购部** | **销售部** | **各生产部门** |
| 1 | 签字  审定  审批  审批  制定年度  生产计划  年度销售  计划  审定  汇总订单用料  计划  生产过程  调度  汇总、分析  统计报表  分解为单位  月份计划  分解为单位季度计划  生产总结  报告  原材料采购  产品入库  季度销售  计划  月销售计划  组织生产  编制计划  报表  生产用料  计划  审批  出柜 | |  | |  | |  |  |  |
| 2 |
| 3 |
| 4 |
| 5 |
| 6 |
| 7 |
| 8 |
| 9 |
| 10 |
| 11 |

**（二）企业生产计划管理标准**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **任务**  **名称** | **节点** | **任务程序、重点及标准** | **时限** | **相关资料** |
| **制定**  **年度**  **生产**  **计划** | **C1** | **程序** |  | 一、《公司发展战略规划》  二、《公司年度  销售计划》  三、《公司年度  生产计划》 |
| ☆由生产部组织下属各生产单位负责人召开年度生产计划会议，根据公司发展战略和经营计划规定的经营目标和年度销售计划，制定当年的生产计划 | 3个工作日内 |
| ☆报生产经理审核，生产经理应提出自己的意见和建议 | 1个工作日内 |
| ☆报公司总经理审批 | 即时 |
| **重点** |  |
| ☆制定年度生产计划的过程 |  |
| **标准** |  |
| ☆控制产销平衡，各生产单位产量平衡、品种齐全，符合客户要求 |  |
| **分解**  **季度**  **生产**  **计划** | **C2** | **程序** |  | 一、《公司季度  销售计划》  二、《公司季度  生产计划》 |
| ☆年度生产计划经总经理批准后，由生产部组织下属各生产单位负责人召开季度生产计划会议，按照季度销售计划要求将年度生产计划分解为各生产单位季度生产计划 | 1个工作日内 |
| ☆每季度一次季度生产计划会议 |  |
| **重点** |  |
| ☆生产任务按品种、型号、规格、数量进行分解 |  |
| **标准** |  |
| ☆控制产销平衡，填写生产计划统计报表 |  |
| **制定**  **月度**  **生产**  **计划** | **C3** | **程序** |  | 一、《公司月度  销售计划》  二、《公司月度  生产计划》 |
| ☆由生产部组织下属各生产单位负责人召开阶段生产计划会议，按照月度销售计划要求制定月度生产计划 | 2个工作日内 |
| ☆每月召开一次月度生产计划会议 |  |
| **重点** |  |
| ☆制定月度各生产单位的生产作业计划 |  |
| **标准** |  |
| ☆生产计划与设备维护、质量、安全、环保、资源等各种计划同时下达 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **汇总**  **原材**  **料使**  **用计**  **划** | **C4** | **程序** |  | 一、《用料计划单》  二、《生产部用料汇  总单》 |
| ☆各下属生产单位向生产部上报生产用料的品种、型号、数量、质量等计划 | 一个工作日内 |
| ☆生产部汇总各下属生产单位用料计划 | 一个工作日内 |
| ☆报财务部进行费用审核 | 一个工作日内 |
| ☆根据购买额度及公司的审批权限，报生产公司总经理审批 | 一个工作日内 |
| ☆计划批准后，由生产部统一报采购部，准备生产用原材料 | 一个工作日内 |
| **重点** |  |
| ☆生产用料的汇总、核实 |  |
| **标准** |  |
| ☆填写采购原材料计划单 |  |
| **生产**  **过程**  **调度** | **C5** | **程序** |  |  |
| ☆生产部对各下属生产单位的生产过程进行平衡、控制，合理调度公用工程系统、人力等资源，对生产现场及时进行监督、管理 | 依生产过程确定生产调度会议，每月5日召开 |
| ☆各下属生产单位按计划组织生产；按季度、月度召开生产调度会议，对生产过程中的问题进行平衡、协调、调度，生产严格按计划进行，产成品通过质检入库 |  |
| **重点** |  |
| ☆生产过程中的安全、质量、成本等因素的控制 |  |
| **标准** |  |
| ☆检查、控制生产过程的记录 |  |
| **汇总**  **统计**  **报表** | **C6** | **程序** |  | 一、《生产统  计报表》  二、《公司生  产统计报  表》 |
| ☆各下属生产单位按要求填报生产统计报表 | 一个工作日内 |
| ☆生产部汇总公司的生产统计报表以及计划完成  情况的分析报告 | 一个工作日内 |
| ☆报总经理审批，并提出自己的意见 | 一个工作日内 |
| **标准** |  |
| ☆报表的汇总和计划完成情况的分析报告 |  |
| **程序** |  |
| ☆报表准确及时，原因分析确切 |  |
| ☆其它经济技术指标的统计 |  |
|  |  |

**1.您的性别（必选题）**

模钛克创意家居调查问卷

您好：

这是一份来自模钛克科技有限责公司的调查问卷，该调查旨在提高您的生活水平质量，望认真填写，我公司不胜感激。

一下一共有26个问题，其中可能涉及到您的个人问题，我公司承诺，该信息绝对保密，绝不外泄。请将适合您的 “○”涂黑，将“□”打勾。

○男

○女

**2.您的年龄是（必选题）**

○20-29岁

○30-39岁

○40-49岁

○50-59岁

○60-69岁

○70岁以上

**3.您是否有配偶（必选题）**

○有

○无

**4.您是否有小孩（必选题）**

○有

○无

**5.请问您的月收入（必选题）**

○4000元以下

○4000-8000元

○8000-12000元

○12000-20000元

○20000以上

**6.您的职业是（必选题）**

○管理类人员

○技术类人员

○办公/销售人员

○学生

○教职人员

**7.您的学历是（必选题）**

○小学

○中学或中专

○大专

○本科

○硕士

○博士

**8.您的住房面积（必选题）**

○一室

○两室

○三室

○四室以上

**9.您是否了解创意家居用品（必选题）**

○非常不熟悉

○不熟悉

○一般

○熟悉

○非常熟悉

**10.如果购买创意家居用品，您主要用于（多选题：可选1-2项）\***

○家居

○办公

**11.您为什么购买创意家居用品？（原因之1：潮流）**

○非常不同意

○不同意

○一般

○同意

○非常同意

**12.您为什么购买创意家居用品？（原因之2：追求个性化）**

○非常不同意

○不同意

○一般

○同意

○非常同意

**13.您为什么购买创意家居用品？（原因之3：节省空间）**

○非常不同意

○不同意

○一般

○同意

○非常同意

**14.您为什么购买创意家居用品？（原因之4：环保）**

○非常不同意

○不同意

○一般

○同意

○非常同意

**15.您中意的创意家居类型：（类型之1：实用性大家具（床衣柜办公桌等）**

○非常不同意

○不同意

○一般

○同意

○非常同意

**16.您中意的创意家居类型：（类型之2：轻巧型产品（厨房小用品等）**

○非常不同意

○不同意

○一般

○同意

○非常同意

**17.您会把创意家居用于：**

□厨房

□卫生间

□卧室

□书房

□书房

□客厅

**18.您偏好哪种材质的创意家居用品：**

□木质/竹质

□金属

□塑料

**19.您希望的创意家居的寿命为（必选题）**

○1-3年

○3-6年

○6-10年

○10年以上

**20.您对产品的需求是（必选题）**

□有成品直接采购

□自己设计定做

□提供信息有人为您设计制作

您的意见\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**21.您喜欢的创意家居的风格是（多选题：可选1-3项）**

□成熟稳重

□清新淡雅

□运动时尚

您的意见\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**22.对于创意家居用品，相比较来说您更在意的是：（多选题：可选1-2项）**

□质量

□价格

□品牌

□实用

□售后

□设计

您的意见\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**23.您偏爱的采购方式（必选题）**

○实体店

○网络

○电视广告

○平面广告

○网络

○广告传单

○同事、朋友等

**26.您认为创意家居的前景如何**

○很不看好

○不看好

○一般

○看好

○很看好

**24.如果您选择在实体店购买，那么您更喜欢的实体店位置是（多选题：可选1-5项）**

□小区附近

□家装市场

□大商场

□超市

□专卖店

**25.您了解创意家居的渠道是（必选题）**



河南机电高等专科学校

材料工程系

超新星创业团队