

“少年行”研学旅行社

# 商业计划书

2021 年 11 月

# 目录

- 一、项目概述.....3
- 二、企业基本信息.....3
- 三、市场和竞争分析.....3
  - （一）青少年研学旅行市场 PEST 分析..... 3
  - （二）微观市场分析.....7
- 四、产品与技术.....10
  - （一）服务模式与标准.....10
  - （二）消费剧本.....16
  - （三）课程研发.....18
- 五、项目运营.....22
- 六、战略规划.....24
  - （一）总体发展战略.....24
  - （二）竞争战略.....24
  - （三）市场营销战略.....25
  - （四）人力资源战略.....28
- 七、财务分析.....29
  - （一）筹资来源.....29
  - （二）具体筹资项目.....30
  - （三）效益评估预测.....30
  - （四）人员编制结构及工资待遇.....31
  - （五）营业费用预测.....31
  - （六）税务规划.....32
  - （七）营销费用.....32
  - （八）第一年财务简析（假定不存在额外收入及风险性支出） .....32

# “少年行”研学旅行社商业计划书

## 一、项目概述

我们的项目为“‘少年行’研学旅行社”（以下简称“少年行”）。

“少年行”融合了教育与旅行，专注于面向中小學生提供城市短途研学产品与服务。根据市场需求，我们打造出针对一至三年级的“自然探索”类、四至六年级的“城市冒险家”类、七至八年级的“职业教育”类研学旅行项目。

## 二、企业基本信息

### （一）名称

“少年行”研学旅行社

### （二）使命

让少年在行走中观天地、阅人生、读自己

### （三）愿景

成为全国性的城市短途研学旅行平台

## 三、市场和竞争分析

### （一）青少年研学旅行市场 PEST 分析

#### 1. 政策因素

##### （1）研学政策密集出台，支持力度大

2014 年我国首次明确将研学旅行纳入中小學生日常教育范畴。2016 年，教育部、原国家旅游局等 11 部门印发了《关于推进中小學生研学旅行的意见》，将研学旅行纳入中小学教育教学计划。2017

年教育部印发《中小学综合实践活动课程指导纲要》指出，要以优秀传统文化、革命传统教育、国情教育、国防科工、自然生态等为主题，打造研学旅行精品课程。政策鼓励下，研学活动成为素质教育领域的重要赛道之一。“自上而下”的引导力量将研学旅行产业的发展带入了快车道，国家级政策密集出台，地方相关主管部门积极跟进，相关产业扶植政策、规范标准等文件陆续出台。政策端的密集供给，同时加速了需求的释放和供给的跟进。中国旅游研究院发布的《2021 中国研学旅行发展报告》透露，近 3 年研学企业数量猛增，2021 年达到了 31699 家。

2020 年 2 月 19 日，深圳市教育局办公室颁布了关于深圳市中小学生研学实践教育工作实施方案，明确指出把中小学生研学实践教育纳入教学计划。计划同时指出，到 2025 年前，在全市建设 1 所以上国家级示范性研学营地，一批市级示范性研学实践基地和营地，开发一批具有国际影响力的研学实践教育精品路线和课程。文件要求各学校要根据教育计划，把研学实践教育列入综合实践活动的课时统筹安排，分小学 4-6 年级、初中 1-2 年级、高中 1-2 年级三个阶段明确规定了按学年参加活动的具体天数。“少年行”研学旅行社正是顺应这些国家政策号召而生，以期为中国教育改革做出一份贡献。

## **（2）双减政策出台，研学行业发展前景可观**

2021 年 7 月下旬，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》（简称“双减”政策），明确校外培训机构不得占用国家法定节假日、休息

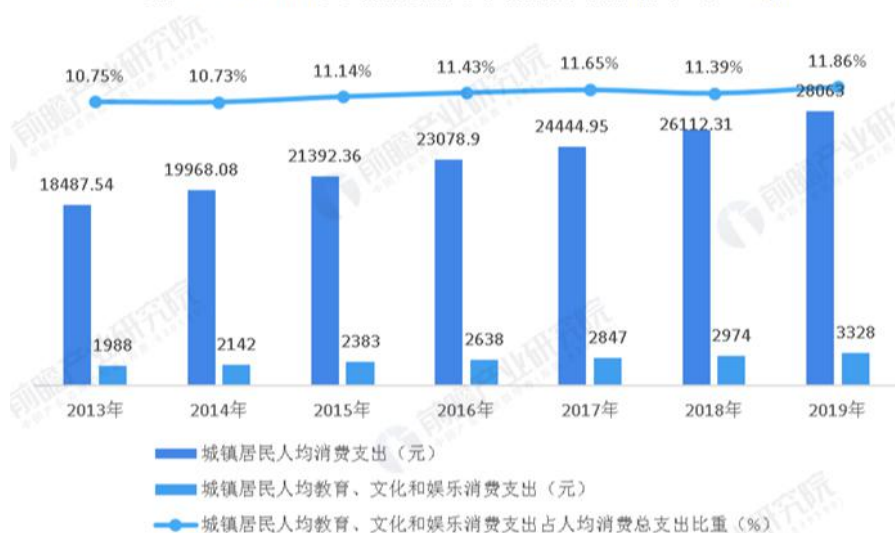
日及寒暑假组织学科类培训、严禁校外培训机构资本化运作、不再审批学科类校外培训机构。“双减”促使研学旅行新需求充分释放：“双减”政策下，学科培训的用户会逐渐溢出，研学旅行市场可能由学校主导向家庭主导转变，研学市场规模会进一步扩大。随着新政策的落实，孩子有了更多空闲时间，家长们必然会寻找替代“补习”的产品，寓教于乐的研学产品需求将大大上升，研学旅行市场规模或将进一步扩容。

## 2. 经济因素

### (1) 消费结构不断改善，有向教育文化娱乐方面倾斜的趋势

近年来，随着收入稳定增长，在物质生活消费得到一定程度满足后，我国居民开始追求丰富的精神生活，体现在居民消费结构上，表现为重心逐渐由吃、穿等生存型消费向以教育、文化、娱乐等发展型、享受型消费过渡。仅从狭义的市场定义来看，全国在校中小學生规模近2亿，考虑到我国人均教文娱消费支出占全国居民人均消费支出的比较已接近11%，无疑研学旅行是一个需求庞大的市场。

图表4：2013-2019年中国城镇居民人均消费支出情况(单位：元，%)



资料来源：国家统计局 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

## **（2）疫情下旅游消费模式的革新**

疫情不仅影响了人们的生活，也形塑了大众的旅行方式。业内专家认为，随着居民旅游消费需求日益多元化，在本地及周边地区“微度假”正在成为人们生活方式的一部分。美团旅游培训中心发布的《旅游“本地生活化”的发展特征及成因分析报告》显示，我国旅游业呈现出“本地化”发展趋势。而同程旅行近日发布的《2021 中国居民周边游趋势报告》同样指出，后疫情时代的暑期出游表现出了“周边强，长线弱”的总体趋势。因此，“少年行”研学旅行社专注于城市及其周边区域打造一日游研学产品。

## **3. 社会因素**

目前，中国 3-15 岁的家长基本上是 80、90 后，他们处于网络发展迅猛的时期，接受新鲜事物较多，多关注自我喜好以及兴趣的培养。他们对孩子的关注也以兴趣爱好培养为主，比例是 45%。可见当今社会家长用户年龄结构变迁、素质教育理念深入人心。多关注孩子的身体、心理健康，习惯、性格、逻辑思维、社交等。而学习成绩的关注相对传统减弱，仅占 20%。研学机构面前是 80、90 后“新生代”家长，市场规模巨大。



## 4. 技术因素

2020 年，国家颁布《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，强调技术赋能旅游业的发展，在 5G 技术支持下，深入推进旅游领域数字化、网络化、智能化转型升级，开展产业融合，通过“互联网+旅游”的产业融合，实现了在线旅游消费、景区智慧运营、智能导游导览、VR 沉浸式旅游等，完成旅游产品品质、消费者体验和旅游管理效率的同步提升，推动旅游产业变革。电子客票的普及也让人们在旅游途中更加方便，快捷。因此，企业也将会外包设计专属的线上小程序，来支持“少年行”研学产品的销售和服务。

### （二）微观市场

#### 1. 深圳市研学市场现状分析

##### （1）学生群体基数大

根据《2020 年深圳教育事业发展基本情况》数据显示，深圳市普通中小学 782 所，在校学生 160.88 万人；中等职业学校（含技工学校）26 所，在校生 8.19 万人。由于公司的目标群体定位在 4-8 年级的中小學生群体，由此可以大胆推测，在上述基础数据的基础上，公司的目标群体数量可达 100 万人以上。

表17 2020年各类教育招生、在校生和毕业生及增长速度

指标	招生数		在校生数		毕业生数	
	绝对数 (万人)	比上年增长 (%)	绝对数 (万人)	比上年增长 (%)	绝对数 (万人)	比上年增长 (%)
普通高等学校	5.24	37.7	13.62	20.3	2.80	8.1
成人高等学校	1.11	-27.0	3.32	-8.7	1.13	42.3
中等职业学校	1.25	-9.6	3.91	-0.8	1.21	-6.3
技工学校	1.48	3.4	4.27	5.4	0.79	-15.0
普通中学	19.32	11.0	51.76	8.4	14.20	6.8
普通初中	13.72	9.9	36.73	8.1	9.97	9.4
普通高中	5.60	13.9	15.03	9.3	4.23	1.3
小学	19.07	-6.5	109.12	2.1	15.07	7.7
特殊教育学校	343(人)	-19.1	1873(人)	28.1	132(人)	-41.1
工读学校	2(人)	-33.3	24(人)	-40.0	21(人)	10.5
幼儿园	18.71	4.1	55.97	2.7	19.20	3.3

（深圳市统计局）

（2）消费能力

据《深圳市 2020 年国民经济和社会发展统计公报》显示，全年全市居民人均可支配收入 64878 元，比上年增长 3.8%。居民人均消费支出 40581 元，下降 5.9%。恩格尔系数为 30.8%。教育文化支出占比 9.1%。

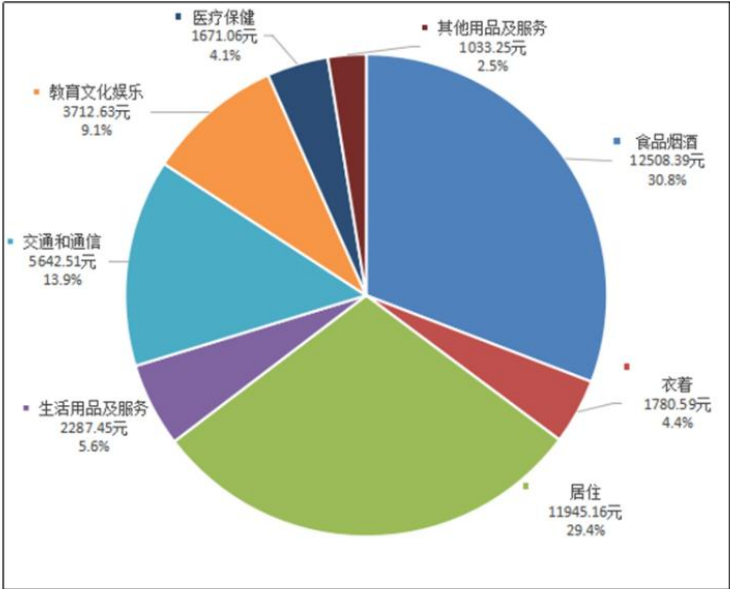


图10 2020年全市居民人均消费支出及构成



## **2. 深圳职业教育现状分析**

### **(1) 中考政策改革**

2021 年深圳市中考三大最新变革：中职和普高的招生比例需要达到 5：5；且禁止所有学校、机构招收初三复读生；中考不达标只能去职高或技校就读。有一半的学生将在初中毕业之后就要面临人生职业的选择问题。

### **(2) 职业教育改革走在全国前列**

2020 年 12 月，教育部、广东省人民政府联合印发《教育部 广东省人民政府关于推进深圳职业教育高端发展 争创世界一流的实施意见》（粤府[2020]63 号）指出，推进粤港澳职教联动发展，打造世界湾区职教高地。

## **3. 深圳研学市场竞争分析**

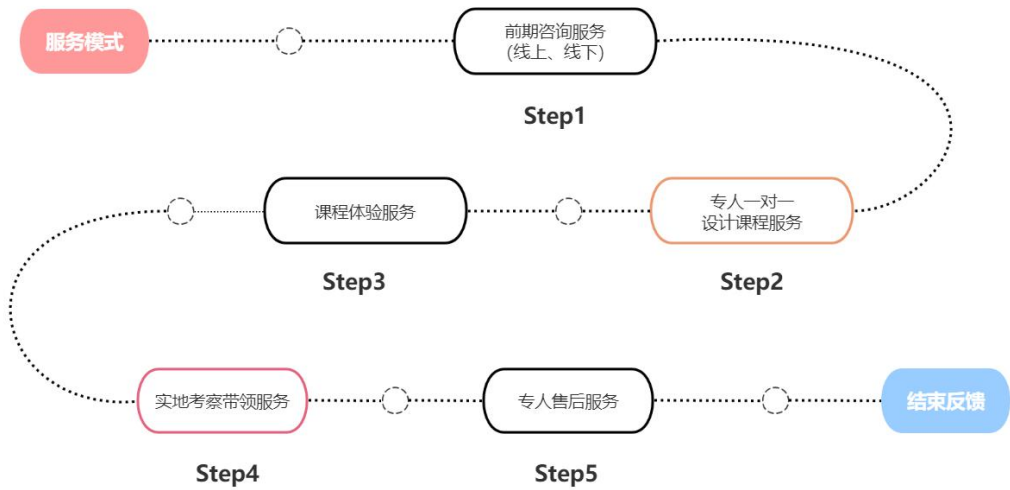
自 2016 年以来，每年新增的机构名称包含研学或业务范围涵盖研学旅行业务的市场主体数量激增，国家级和省市级研学基（营）地、实践教育基（营）地数量显著增长。由于“双减政策”，国内许多培训机构也纷纷进入研学市场。如瑞思教育推出“瑞思研学”新品牌。10 月，新东方在组织架构调整的通知中提到，“各学校均需设立国际游学和营地教育部，面向全学段主要负责研学营地业务”。豆神教育、博实乐等公司也在研学业务上有所布局。在深圳，具有市场竞争力、且具有一定知名度的研学旅行社主要有：松鼠研学、嘉禾研学旅行、悠美研学旅行。但专营研学的教育机构/旅行社数量较少，经营周末研学产品的专业机构也尚未占据深圳大块市场份额。

竞争对手	经营范围	特点	不足
松鼠研学	周末户外营、亲子出游、班级春秋游、研学旅行、主题夏令营	1、以主题夏令营、户外研学为特色。 2、成立于2016年，执行标准完善。 3、市场知名度较高，用户好评率98%	专注于长途的研学旅行产品，周末一日游项目产品较少。
嘉禾研学旅行	研学旅行、主题夏令营	以夏令营项目为特色。	
悠美研学旅行	周末户外营、主题夏令营	成立实践较晚，市场竞争力较弱	

（深圳市主要研学机构竞争分析）

## 四、产品与技术

### （一）服务模式与标准



#### 1. 服务模式

##### （1）前期咨询服务

在前期阶段，家长或学生可以通过线上平台联系客服，或是亲自前往最近的研学中心向客服获取专业的咨询服务，中心专人客服将系

统的介绍公司背景概况，让顾客产生信任及兴趣了解研学产品。

## **(2) 一对一定制服务**

在初期结束咨询服务后，客服将会把客人转介到专人一对一产品设计服务，根据学生年龄、年级、性格测试、兴趣爱好、发展意向、自身技能等调查设计推荐最为合适的研学产品，以及产品理念、价格介绍。

## **(3) 课程体验服务**

学生投入课程中，将会由专人及老师进行理论知识、实践考察、安全教育等结合所提供的体验学习，通过互动、探索、讨论、研学日记等方式循序渐进帮助学生深刻学习记忆，更深入地挖掘学生兴趣爱好及职场偏好。

## **(4) 考察带领服务**

每一次研学出游，都会以研学班出席人数配备专业的导游及带领老师，全程关注每一个学生的学习情况及安全问题等，并配备有针对性、互动性、趣味性、启发性和引导性的讲解服务。

## **(5) 专人售后服务**

结束研学课程后，经学生们总结分享、家长反馈等方式收集信息，由售后专人及时进行汇总分析，明确产品中的主要缺陷，找准发生质量问题的具体原因，主动与家长及学生交流，提高服务质量。

## **2. 服务标准**

### **(1) 服务对象及目的**

以中小學生为主体对象，以集体旅行学习为载体，以提升学生素质、挖掘多元化技能、明确职业发展规划为教学目的，依托旅游吸引物等社会资源，进行体验式教育 and 研究性学习的一种教育旅游活动。

### **(2) 研学导师**

在研学旅行过程中，每班会根据出席人数配置导师，具体为制定或实施研学旅行教育方案，指导学生开展各类体验活动的专业人员。

### **(3) 主办方**

有明确研学旅行主题和教育目的并挂靠教育旅游服务的旅行社，并提供旅游地接、交通、住宿（视出团天数）、餐饮等服务

### **(4) 人员配置**

主办方代表：负责督导研学旅行活动按计划开展。

带队老师：全程带领学生参与研学旅行各项活动。

项目组长：全程随团活动，负责统筹协调研学旅行各项工作。

安全员：在研学旅行过程中随团开展安全教育和防控、防疫工作。

研学导师：制定研学旅行教育工作计划，在带队老师、导游员等工作人员的配合下提供研学旅行教育服务。

导游人员：负责提供导游服务，并配合相关工作人员提供研学旅行教育服务和生活保障服务。

## **3. 产品设计（根据时下学习情况及进度而定）：**

研学旅行产品按照资源类型分为知识科普型、自然观赏型、体验

考察型、励志拓展型、文化康乐型。小学一至三年级主要以知识科普型和文化康类型资源为主的产品设计教学方案及路线。小学四至六年级主要以知识科普型、自然观赏型和励志拓展型资源为主。初中年级以知识科普型、体验考察型和励志拓展型资源为主，进入各大企业等体验职场生活。

**(1) 知识科普型：**主要包括各种类型的博物馆、科技馆、主题展览、动物园、植物园、历史文化遗产、工业项目、科研场所等资源；

自然观赏型：主要包括山川、江、湖、海、草原、沙漠等资源；

**(2) 体验考察型：**主要包括农庄、实践基地、夏令营营地或团队拓展基地等资源；

**(3) 励志拓展型：**主要包括红色教育基地、大学校园、国防教育基地、军营等资源；

**(4) 文化康乐型：**主要包括各类主题公园、演艺影视城等资源。

#### **4. 课程流程安排**

在出行前，导师教育学生做好准备工作，如阅读相关书籍、查阅相关资料、制定学习计划等。在旅行过程中，导游及老师组织学生参与教育活动项目，指导学生撰写研学日记或调查报告。在旅行结束后，组织学生分享心得体会，如组织征文展示、分享交流会等。

##### **(1) 食宿标准**

餐饮方面，以食品卫生安全为前提，选择餐饮服务提供方，提前制定就餐座次表，组织学生有序进餐。督促餐饮服务提供方按照有关规定，做好食品留样工作。在学生用餐时确保餐饮服务质量。住宿方面，由

于本研学中心主打周末为期一天的短途研学旅游，故不包含住宿服务，若举行寒暑假长途研学活动，将安排于目的地三星级以上安全、卫生的酒店入住。户外探险类营地住宿除外。

## **(2) 导游讲解服务**

导游将安全知识、文明礼仪作为导游讲解服务的重要内容，随时提醒引导学生安全旅游、文明旅游。结合教育服务要求，提供有针对性、互动性、趣味性、启发性和引导性的讲解服务。

## **(3) 学生安全教育**

在理论课上对参加研学旅行活动的学生进行多种形式的安全教育，提供安全防控教育知识读本，并根据行程安排及具体情况及时进行安全提示与警示，强化学生安全防范意识。

## **(4) 应急预案**

研学中心将制定和完善包括：地震、火灾、食品卫生、治安事件、设施设备突发故障等在内的各项突发事件应急预案，并定期组织演练。

## **(5) 售后服务改进**

每次活动结束后应对各方面反馈的质量信息及时进行汇总分析，明确产品中的主要缺陷，找准发生质量问题的具体原因，通过健全制度、加强培训、调整供应方、优化产品设计、完善服务要素和运行环节等措施，持续改进研学旅行服务质量。

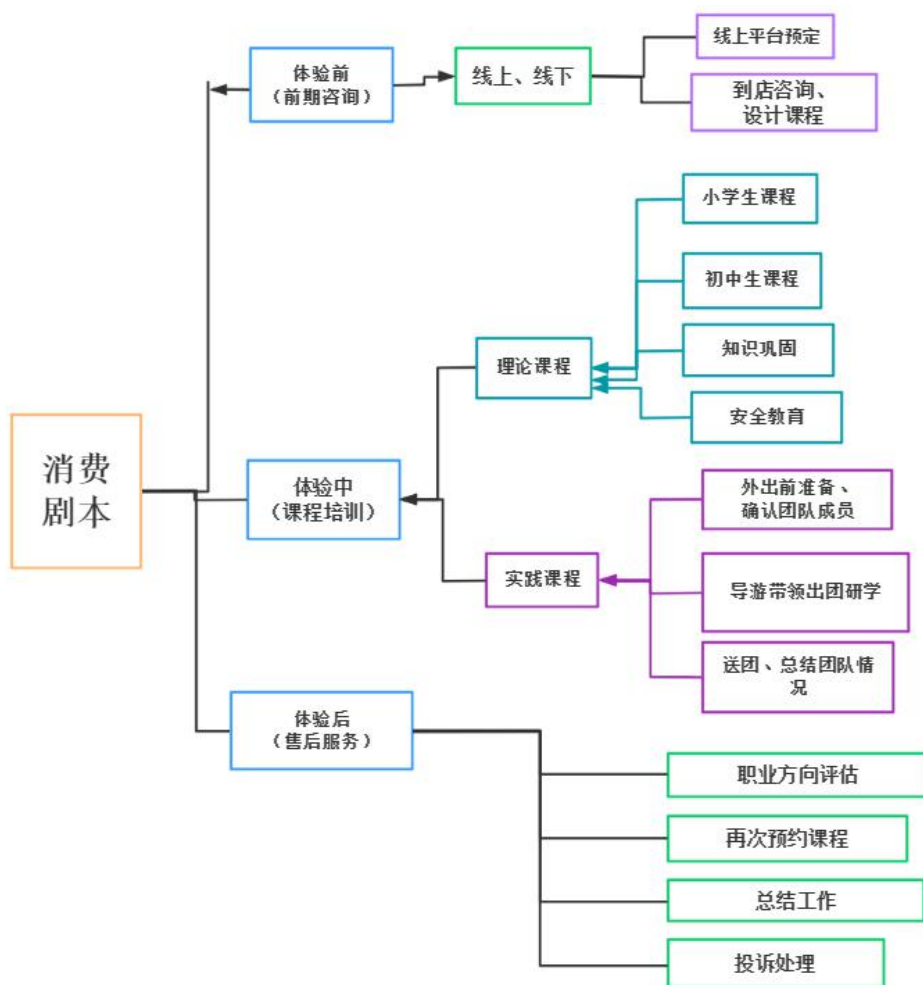
## **(6) 投诉处理**

建立投诉处理制度、投诉信息档案和回访制度，并确定专职人员处理相关事宜，向外公布投诉电话、投诉处理程序和时限等信息。

## (7) 注意事项

- ① 学生出行建议不得携带手机，不建议携带贵重物品、巨额现金等。保管好证件、钱包、钥匙等个人物品。
- ② 为防止意外事件发生，提前发放告家长书，若学生由不良身体状况，须如实填写，例如：心脏病、呼吸疾病、过敏、癫痫等；不建议身体不适或处于治疗期的学生参加行程。
- ③ 请根据自己的身体状况携带一些必备的药品（如：感冒药、止泻药、晕车药）及雨具；活动为学生集体活动，任何人不能擅自离队活动。
- ④ 同学们需要记住出行车辆的车牌号及活动中的座位，研学导师或老师电话，按照要求入座，不私自调换座位，行车途中必须扣好安全带，不得在车厢中走动，疯闹等。
- ⑤ 严格遵守各项活动中导师要求的活动时间，认真听讲解，参观时紧跟活动导师及随队工作人员，不掉队，不私自活动，如遇特殊情况离队，需要跟随队老师请示，老师批准后方可离队处理，并按照老师要求时间，地点归队，在需要离队较远的地点时，需由老师陪同。
- ⑥ 活动中，严禁私自行动，一切听从研学导师的安排；不得疯闹，不得尝试风险性活动，不与人发生纠纷。
- ⑦ 自觉维护基地及车辆环境卫生，请勿随地随意丢弃杂物，将垃圾丢入垃圾桶或自备垃圾袋内，爱护环境卫生，体现文明素质。
- ⑧ 研学活动结束后学生必须原车返回，抵达研学中心，由老师清点人数后可随家长离开，不得返回途中自行与家长离开。

## （二）消费剧本



### 1. 体验前

在前期咨询中，家长或者学生可以通过线上网络平台网站、微信小程序等方式通过客服了解相关研学旅游产品，或是亲自前往各大办公点进行专业咨询服务，与专业服务人员通过一对一的设计服务选择更为合适的课程产品及路线。

### 2. 体验中

选择成功后将进入课程体验环节，在这个模块中主要分为理论课程及实践课程。理论课程包括小学生课程及初中生课程，小学生课程



主要方向为多方位探索学习，在出团前进行知识科普及安全教育等。初中生课程主要为职业发展规划方向，在出团前将根据课程设计的方向选择合适及对口的企业，并对其进行公司介绍、安全教育等。

上午的理论课程结束后，下午进入实践课程学习，带领学生前往目的地实地考察。出团前的准备工作包括导游团队交接、户外课程流程安排、与景点或企业对接，并安排确定好交通工具、订购团餐等。出团过程中导游和跟团老师将时事跟进学生情况、学习进度，为学生进行专业讲解，并拍摄记录学生各互动环节。出团结束后由导游及老师将同学们安全送回目的地，向公司及家长总结反馈学生学习情况，并将出游记录进行综合存档。

小学生组别将通过课程主要提高学生的观察力、分析力、实践力、创造力、团队协作及人际交往能力。初中生课程则主要激发学生对意向职业的兴趣及认识，并结合知识挖掘自身技能等。

### **3. 体验后**

结束理论及实践课程后，家长可以现场预约报名下一次活动，或是申请售后专人服务进行职业生涯规划及未来发展方向的建议评估，根据学生在活动中的表现及反馈，为学生提供最为适合的发展方向以及企业规模详细消息等。此外，在体验后还会通过问卷等方式收集学生及家长的意见反馈、收集并解决顾客投诉处理的售后服务。

（三）课程研发

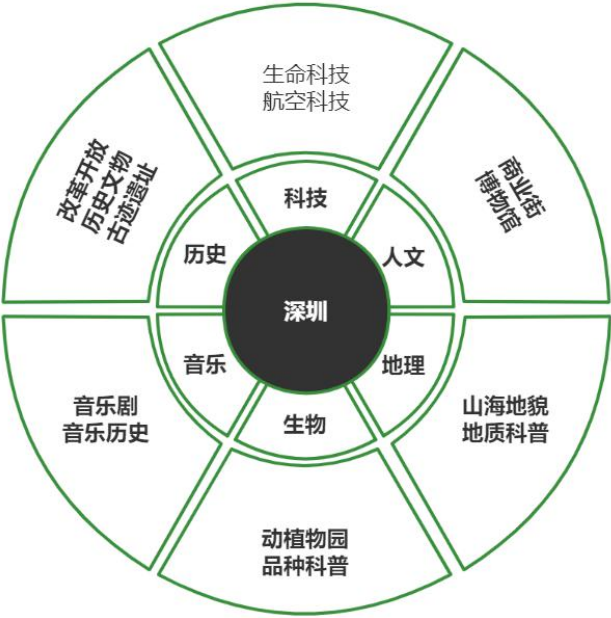


图 xx （图名）

小学生专属课程包括 1-3 年级主题为“探索世界”的初级课程，以及 4-6 年级主题为“城市探险”的进阶课程。其中主要以科技、人文、地理、生物、音乐、历史为六大学习模块，再根据每个模块制订课程及相关景点路线。初中生专属课程主要为职业体验研学旅行。该项目是专门为中学生打造的短期研学旅行，通过职业体验研学旅行，带领中学生实地到某些新兴职业的工作环境深入地了解新兴职业、热门专业、技术的行业发展趋势以及真正实践亲身体验不同的职业。带领中学生走到行业的最前沿，实地探索、体验不同职业带来的亲身体验。通过职业体验的方式，让未来选择专业、技术方向的高职高专学生、中学生了解新兴热门的行业和职业，在职业体验研学旅行中发现自己感兴趣的职业，建立行业认知，开阔视野，找到未来职业发展之

路。

1. 课程产品研发路线一

主题：趣味自然，童真守护

参与组别：1-3 年级学生

人数：20 人以内

课程负责人：主讲老师、导游、跟队老师

时间：每周六或周日开展研学课程

研学地点：仙湖植物园

介绍：全园分为天上人间景区、湖区、庙区、沙漠植物区、化石森林景区和松柏杜鹃景区等六大景区天上人间景区中，有形态各异的植物花卉，还有妙趣横生的植物八卦迷宫和别有洞天等景点。

课程活动形式：

- 1、聆听、阅读、思考
- 2、观察、探索、体验
- 3、游戏互动、动手创作
- 4、总结交流

课程行程表：

时间：（周六\周日）	行程安排	课程主题
周日上午 10：30-12：30	主题讲解及学习、认识植物标本、课堂互动、安全教育及注意事项	趣味自然，由你我保护
周日中午 12：30-13：30	午膳时间	
周日下午	前往参观仙湖植物园	认识南方植物品种

14: 00-16: 30		收集、研究课题植物 植物知识普及 快乐玩童: 互动游戏
周日下午 17: 00-18: 00	返回研学中心	乐享自然: 将沿途收集的落叶制成手工艺品 总结交流互动

## 2. 课程产品研发路线二

主题: 探寻生命奥秘, 遨游梦幻太空

参与组别: 4-6 年级学生

人数: 20 人以内

课程负责人: 主讲老师、导游、跟队老师

时间: 每周六或周日开展研学课程

研学地点: 深圳生命科学馆、太空科普基地

课程活动形式:

- 1、聆听、阅读、思考
- 2、观察、模拟、体验
- 3、设计、创作、策划
- 4、探究实验
- 5、讨论互动、游戏互动
- 6、总结回顾

课程行程表:

时间: (周六\周日)	行程安排	课程主题
周六上午 10: 30-12: 30	理论课程学习、 安全教育及注意事项	探寻生命奥秘、 遨游科技世界
周六中午	午膳时间	

12: 30-13: 30		
周六下午 14: 00-15: 30	前往参观生命科学馆	人类为什么会衰老? 人类寿命受什么影响? 探索延缓衰老新技术
周六下午 16: 00-17: 30	前往太空科普基地	小小宇航员 自制火箭, 放飞梦想 体验太空生活
周六下午 18: 00	返回研学中心	总结学习

### 3. 课程产品研发路线三

主题：走进大国工匠之航空电子装配

参与组别：7-8 年级学生

人数：20 人以内

课程负责人：主讲老师、导游、跟队老师

时间：每周六或周日开展研学课程

研学地点：深圳深航电子机械有限公司

课程活动形式：

1. 聆听、阅读、思考
2. 观察、模拟、体验
3. 设计、创作、策划
4. 探究实验
5. 讨论互动、游戏互动

## 6. 总结回顾

课程行程表：

时间：（周六\周日）	行程安排	课程主题
周六上午 10：30-12：30	理论课程学习、 安全教育及注意事项	走进大国工匠—— 航空电子装配
周六中午 12：30-13：30	午膳时间	
周六下午 14：00-15：30	前往参观深圳深航电子 机械有限公司	切身观察航空电子装配 工人的工作环境、工作 任务
周六下午 16：00-17：30		和航空电子装配工人进 行交流座谈
周六下午 18：00	返回研学中心	总结学习

## 五、项目运营

### 第一阶段：准备阶段

准备阶段包括企业的注册，建立网站、公众号、选取办公场地、以及培训相关的员工、获取旅行社的牌照或者挂靠旅行社。

### 第二阶段：设计研学路线

进行需求分析、市场调研，实地考察，设计职业体验研学旅行路线规划，联系相关单位达成合作。整合职业体验研学旅行吃、住、行的资源。

### 第三阶段：市场推广阶段

职业体验研学旅行市场推广，通过线上线下结合的推广方式，

### 第四阶段：市场成熟阶段

职业体验研学旅行达到一定规模，可以与职业院校、高职中专合作，

共同开展职业体验研学旅行。为中职、中专、技校提供职业体验研学旅行服务。

## 六、战略规划

### （一）总体发展战略

**短期目标（1-3 年内）：**在深圳设立第一家线下门店，完成网站建设，推出初步系统产品，进行前期市场细分，针对不同群体进行广告宣传，积累企业口碑，提高知名度。

**中期目标（4-6 年）：**根据实际的运行情况进行适度扩张，在粤港澳大湾区开设分店，并逐步向粤东西北地区扩张。逐步发挥品牌效应，利用品牌 ip 打造识别度高的周边商品，如研学地点纪念品。同时加大宣传力度，推进网站建设、与学校、政府的合作等，打造成为在省内具有一定知名度的研学旅行品牌。

**长期目标（7-10 年）：**尝试新的营销方式，扩大受众范围。在保持省内分店盈利增长的基础上，继续拓展业务范围，在周边省份开设更多分店。同时加大研发投入，注重创新，拓展研学地点，丰富研学内容，最终打造成为全国知名的研学旅行品牌。

### （二）竞争战略

**1、目标集中战略：**细分市场，瞄准目标群体——小学生、中学生。推出适合这类群体的旅游研学产品，同时提供高质量的服务，满足目标用户群体的需求，从而在研学旅行行业竞争中占据优势，赢得超过行业平均水平的收益。

**2、创新战略：**重视研学地点和课程的研究投入，聘请专业人士对研学旅行项目进行研发指导，并不断改进完善内容安排，以保持企业的市场竞争力、应对市场需求的变化。



**3、成本领先战略：**定期优化产品结构，淘汰不受欢迎、市场份额占比小的项目并进行更新；实行管理标准化和项目产品标准化，可以进一步节约成本；整合外部资源并合理分配，提升企业的效率。

**4、服务优化：**对于研学旅行行业来说，产品的服务质量是影响发展的重要因素。要致力于切实保证项目质量，并通过反馈机制收集问题不断改进，打造良好口碑。

**5、线上线下双线发展战略：**开设线上服务，开通网上报名通道，可以结合 3d 影像技术进行线上研学，利用品牌优势，拓宽收入渠道，开发更多领域的市场。

**6、差异化战略：**突出研学旅行的独特性，营造新鲜感。区别于其他普通意义上的旅行和死板单一的研学，我们打造的项目是“研学”和旅行的有机结合，在市场可以避免被同质化。

### **（三）市场营销战略**

在当前“旅游+”和“双减政策”的大背景下，运用 4p 理论分析市场营销战略。

#### **1、产品（production）**

##### **（1）细分市场，制定产品差异化战略**

要合适的分配和研究各产品的市场投放，我们首先要进行市场细分。我们目前的目标定位城市是深圳，根据其教育冲突大、疫情洗牌广、高中就读率低等特点，我们把市场细分为小学生市场和中学生市场。

接下来，我们要根据细分的市场制定产品差异化战略。针对于小

学生目标群体，我们的目的是让他们探索自然和生活，感受文化脉络和山河辽阔，所以我们主要对小学生群体提供城市探索和户外探险的服务。针对中学生目标群体，我们的目的是让其进行兴趣探索、实践考察，为将来就业夯实业务基础、做好信息铺垫。

进行体验式研学旅行项目开发，设计多样化的旅行产品，提高产品质量。既可以满足不同消费主体的需求，又能吸引更多的消费者。研学旅行应融入各类元素，与其他旅游产品形成差异化竞争。

## **(2) 抓住机遇，传播轻研学旅行理念**

当前我们的首要目标市场深圳处于教育冲突的漩涡中心，且受疫情的影响，深圳的教育体系遭受了一定程度的冲击。在此现状下，国家又出台了“双减政策”，青少年课余时间增多，所以轻研学旅行有一定受众优势。

在此背景下，我们要抓住时代大背景下的发展机遇，广泛传播轻研学旅行理念，由深圳这一个点开始，逐渐辐射到周边地区，再慢慢推广向全国。我们销售的不是某些具象的产品，而是一种服务形式与理念价值，是一种精神和能力上的锻炼，信息上的获取以及“软实力”上的消费。

## **2、价格 (price)**

目前，研学旅行的主体是学生群体，我们的主要目标群体分为小学生和中学生，而且随着我们企业后期的发展，我们要逐步实现研学旅行主体的多样化，如中年人和老年人也可以参与到我们的体验项目中，但这是企业发展的后话。

在此情况下，我们需要实行差异化定价的战略，平衡项目与价格竞争力，根据目标受众的不同给予相应的促销优惠政策。

### 3、渠道（place）

#### （1）整合社会资源，进行多方合作

研学旅行需要各方共同努力，未来研学旅行的需求将越来越大，随着市场规模的扩大，政府、学校和旅行社、培训机构、拓展公司、基地营地运营方等相关企业跨界合作将成为研学旅行发展的新趋势，应加强学校、企业及政府间的交流，进行校企跨界合作等。

此外，如果发展到后期，未来我们还可以和全国各地的研学旅游项目合作，进行强强联手，优势互补，整合不同的资源，开发出多种不同类型的研学产品，以满足不同顾客的需求，形成品牌效应，发挥品牌优势。

#### （2）营销渠道多元化

当前属于互联网时代，网络信息传播速度快、新媒体资源丰富，所以我们在做营销时可采用研学互联网工具为主、传统的媒体为辅的营销方式进行精准营销。

利用多种营销方式与渠道，提升品牌产品曝光率，扩大影响力，让更多的消费者了解研学旅行，从而对不同的消费者进行针对性宣传，进而树立良好的研学旅行品牌形象，营造良好的研学旅行市场氛围。

### 4、促销（promotion）

Promotion 其实不应狭义的理解为促销，而是包括品牌宣传（广

告)、公关、促销等一系列的营销行为。我们的产品服务其实相对于大多数消费者来说是一种比较新奇的体验行为,我们要大力的进行价值理念的宣传,普及我们研学旅行的具体作用和目的,突出产品的新奇性、实用性和安全性,吸引一些真正需要服务的目标群体。

宣传方面,我们可以充分利用微博、微信公众号、抖音等自媒体和智慧研学系统进行宣传与推广,扩大宣传范围,还可以通过直播等创新的交流方式,组织针对性的营销活动,进行体验式营销等。

#### **(四) 人力资源战略**

维持企业长久良性发展,需要拥有高素质的人才队伍。人力资源战略主要有以下几个方面内容。

##### **1. 员工综合考核机制**

企业注重员工综合素质的考核,将从员工的个人素养、服务绩效、团队协作能力、工作效率、业务能力等多个方面按不同权重评价考核。并以月/季度/年为单位对考核结果进行公示,对考核结果优秀的员工进行表彰或升任。以推动企业的良性发展。

##### **2. 培训及淘汰机制**

企业要具有持久竞争力,不被市场淘汰,就必须注重员工技能的培训。企业将每周进行一次业务培训会议。培训及淘汰机制也将与员工综合考核机制挂钩。新员工需要经过 10 次以上培训且业绩正常/良好才能转为正式员工,而连续 2 个月综合素质考核不合格的员工将额外进行集中培训,连续 3 个月不合格的员工将被清退。

### 3. 奖励与惩罚机制

为了保证员工的效率，激发员工积极性，减少消极怠工的状况，企业设立奖惩机制，降低基本工资比例，提升奖金和绩效工资比例。根据每次的员工综合考核结果，对于每个部门评价排名靠前的员工予以物资或现金奖励。同时，企业也设置了严格的惩罚机制，对于迟到早退，工作不力或给企业造成重大损失的情况，处以不同程度的罚金处罚。

### 4. 交流学习机制

企业注重榜样的引领带动作用，定期组织员工到其他研学企业参观学习，或者邀请社会上的专家学者前来传授经验。每周举行的企业培训会议上，由本周的优秀员工进行经验分享，以促进员工群体整体的发展。

### 5. 反馈机制

企业采取开明的态度，欢迎员工对企业发展提出建议和意见。每周会将顾客的意见和员工的意见进行汇总，在企业培训会议上进行讨论，并对向企业发展提出建设性意见的员工予以奖励。

## 七、财务分析

### （一）筹资来源

1. 投资总额：300 万
2. 股东自有投资：60%，共计 180 万元
3. 银行贷款：40%（分 5 年还清，计基础年利率 4.90%，共还息 24.5%），

借款额 120 万元，还款 149.4 万元

4. 前海创业津贴：第二年起¥60000 港币/年，连续三年，即约¥147618 人民币

注：《深圳前海深港现代服务业合作区支持人才发展专项资金管理暂行办法》第二章第十一条：香港青年持有成立一年、营业收入超过 100 万元人民币、并在前海合作区实际经营的机构股份比例超过 25%，派创业津贴，每人约¥60000 港币/年，最多可申请三年，最高可领取约¥180000 港币

注：使用 2021-11-24 日 13:24 实时汇率 1 人民币=1.2193 港元 换算

## （二）具体筹资项目

1. 项目地址：深圳市南山区前海深港现代服务业合作区
2. 经营方式：总店经营
3. 面积：165 平方米
4. 项目租金：日租 3.27 元/平方米/天；月租 1.62 万，12 个月起租，免租期一个月
5. 价格定位：小学生组：¥288 ；初中生组：¥ 388

## （三）效益评估预测

基本假设：

客群	费用/人	人数	节假日/天	班次	总计
小学生组	288	20	2	2	23040
初中生组	388	20	2	2	31040
	月收入	216320			

	年收入	2812160
--	-----	---------

注：月收入以一个月 4 个周末计算

年收入以一年 52 个周末计算

#### （四）人员编制结构及工资待遇

职务	月薪/元	人数	合计/元	总计/月
总经理	10000	1	10000	99，000
研发部经理	8000	1	8000	
课程研发人员	6000	2	12000	
业务部经理	8000	1	8000	
研学导师	7000	5	35000	
计调人员	5000	1	5000	
售后客服人员	5000	1	5000	
营销部经理	8000	1	8000	
财务部经理	8000	1	8000	
	五险一金缴纳额	99000*12%=11880		
	年工资及五险一金总额	1330560		

#### （五）营业费用预测

项目	月度支出	年度总支出	总计
水电费：商业 0.88 度	800	9600	首年 715069 元，以 后 265069 元/年
租金：月租 1.62 万	16200	178200	
物业费：22 元/平方米/月	3630	43560	
空调费：12 元/平方米/月	1980	23760	
办公室用品	800	9600	
小程序平台搭建	-----	349	
*固定资产	450000		
固定资产折旧（年化率按 8%）	-----	36000	

\*固定资产：

1) 装修：20 万

2) 电脑：5 万

3) 流动资金：20 万

注：计算公式

1) 租金：12 个月起租，免租期一个月

2) 电脑 12 台，约 4000+一台

**(六) 税务规划**

1. 年收入：2812160 元/年

2. 企业所得税：2812160\*15%=421824；421824\*10%=42182.4 元

（按 15%的税率征收企业所得税，应纳税所得额\*10%计算）根据《前海深港现代服务业合作区企业所得税优惠政策》对设在前海深港现代服务业合作区的符合条件企业减按 15%的税率征收企业所得税。《企业所得税年度纳税申报表（A 类）》中第 23 行“应纳税所得额”\*10%的优惠金额填报在附表“A107040 减免所得税优惠明细表”中第 24 行“广东横琴、福建平潭、深圳前海等地区的鼓励类产业减按 15%税率征收企业所得税”。

**(七) 营销费用**

营销渠道	营销费用	总计
外包一日游午餐	6000/月	202000 元/年
前期广告费用	30000	
平日促销及宣传	100000	

**(八) 第一年财务简析（假定不存在额外收入及风险性支出）**

项目	金额	备注
预计年收入	2812160	
年工资及五险一金总额	1330560	
第一年营业费用	715069	
营销费用	202000	
员工奖金及福利	30000	



贷款第一年还款额	298800	
其他收入	----	第一年暂无
净利润	235731	
股息及分红	35359.65	按利润额 15%计算
所得税	42182.4	