|  |  |
| --- | --- |
|  | 惠州学院  HUIZHOU UNIVERSITY |

企业信息化

**题目：** **企业信息化期末作业：**

**卓越新时代健康有限责任公司**

**商业策划书**

**姓 名 何树深**

**学 号 1314080903212**

**专业班级 13网络2班**

**指导教师 索剑**

**提交日期 2015-12-12**

# 目录

[目录 1](#_Toc1978038280)

[第1章 摘要 3](#_Toc597480681)

[1.1 公司介绍 3](#_Toc520492997)

[1.2 主要产品 3](#_Toc938525)

[1.3 行业分析 3](#_Toc2088929683)

[1.4 目标市场 3](#_Toc1732004314)

[1.5 公司战略 3](#_Toc1446979948)

[1.6 公司管理 3](#_Toc752476163)

[第2章 项目背景 3](#_Toc462397024)

[第3章 公司介绍 4](#_Toc77002171)

[3.1 公司简介 4](#_Toc1327602139)

[3.2 公司使命 4](#_Toc469673752)

[3.3 公司模式 4](#_Toc146256384)

[3.4 发展目标 4](#_Toc1986722108)

[第4章 产品及服务论述 5](#_Toc361677540)

[4.1 产品介绍 5](#_Toc733754210)

[4.2 产品优势 6](#_Toc1439250223)

[4.3 企业中长期产品研发战略 6](#_Toc802204887)

[第5章 行业与市场 6](#_Toc63454966)

[5.1 行业特征 6](#_Toc531970726)

[5.2 竞争分析 6](#_Toc1492996559)

[5.3 竞争优劣势SWOT分析 7](#_Toc1979400174)

[第6章 营销计划 7](#_Toc207666969)

[6.1 市场目标与计划 7](#_Toc1873067538)

[6.2 目标市场 8](#_Toc92707746)

[6.3 营销策略 8](#_Toc192633217)

[第7章 财务计划 8](#_Toc259297181)

[7.1 资金需求 8](#_Toc607696642)

[7.2 资金使用 9](#_Toc1695506740)

[第8章 风险控制 9](#_Toc1241508800)

[8.1 初期风险 9](#_Toc524593687)

[8.2 中期风险 9](#_Toc1526061372)

[8.3 远期风险 9](#_Toc1838989482)

[第9章 资本退出 10](#_Toc1045086685)

[9.1 资本退出策略 10](#_Toc1526999897)

[9.2 资本退出时间 10](#_Toc1780435517)

[第10章 附录 10](#_Toc629607351)

[10.1 关于松花粉 10](#_Toc826496197)

# 第1章 摘要

## 1.1 公司介绍

卓越新时代健康有限责任公司， 是一个拟建中的公司。

它坚持”以人为本“的理念，致力于帮助人类促进身体健康， 宗旨是创造”健康、科技、自然“的生活。

采用传统和互联网结合的方式经营。

## 1.2 主要产品

以松花粉为原料的松花奶粉等保健品。

以竹提取物为原料的保洁用品。

## 1.3 行业分析

行业内主要以传统模式为主，突出的产品很少。

## 1.4 目标市场

各个年龄层的人。

因为公司产品多样，所以各个消费层次的产品都有覆盖，各个消费层次人群都是目标人群。

## 1.5 公司战略

第1-2年： 打造特色，建立品牌。

第3-4年： 提升品牌，抢占市场。

第5年以后：形成规模。

## 1.6 公司管理

利用计算机和互联网，开发管理平台进行统一管理，提高管理效率。

开发销售平台和通讯平台，充分利用互联网提高销售量以及方便员工间或员工与客户间的联络。

# 第2章 项目背景

随着科技的进步、人们生活水平的提高，健康是一个越发受人关注的话题， 同时也是一个趋势。有研究表明，人类的自然寿命应该是150岁左右的，而现在我们人类的平均寿命和研究的相差甚远。人类关注自身健康是十分好的。

传统保健品非直销销售渠道是药店，人们在药店获取其有关信息，并靠人们对其口碑传播实现销售。而我们现在可以借着互联网的力打破传统，发展属于自己的产品。

# 第3章 公司介绍

## 3.1 公司简介

卓越新时代健康有限责任公司是一家拟建中的公司。在我们现在这个”新时代“以”健康为主题“。

公司地址:广东省惠州市惠城区

核心产品名称: 松花奶粉。

企业文化：健康、科技、自然

宗旨：以人为本，以高新科技为基础，引领一种“健康、科技、自然“的互联文化消费，帮助改善人们的生活，增加人们的舒适体验。

品牌和标志: 卓越新时代，其意义为追求卓越，新时代象征着公司蓬勃发展， 走在时代的前面。

商标:



## 3.2 公司使命

.......

1). 卓越新时代的理念: 用心做最好

2). 卓越新时代的原则: 以人为本、高科技为基础

3). 卓越新时代的标准: 用户的赞誉是唯一标准

4). 卓越新时代的精神: 追求卓越、

5). 卓越新时代的作风: 找准方向， 立即行动

## 3.3 公司模式

公司主要采用特许的直销经营方式。

## 3.4 发展目标

3.4.1 初期（1-2）

公司的主要产品是以松花奶粉为核心的保健品， 以自然为主题的浴室用品， 以健康为主题的厨房用品。

第一年：

1. 产品进入广东省市场并迅速推向全国， 通过互联网络， 迅速提高公司和产品的知名度， 树立公司和产品的品牌形象。
2. 稳定研发队伍和产品的销量。
3. 吸引更多人才。
4. 完善公司的各层及基础设施，充分利用高新科技和互联网。

第二年：

1. 建立传统销售网络和以互联网为载体的销售网络， 提高市场占有率到20%。
2. 继续提升产品形象。
3. 继续寻找以自然为主体的材料， 研发新的贴近自然，促进健康生活的产品。丰富公司的产业链和生态系统。

3.4.2 中期（3-5）

1. 吸纳更多人才，追求更卓越的产品和研发新的产品，实现多元化。
2. 继续提高市场占有率。
3. 建立更完善的互联网系统。

3.4.3 长期（6-10）

1. 适时地开拓国外市场，主导国内市场
2. 继续增加研发力度，持续开发新产品。
3. 稳定产品输出和人才输入。

# 第4章 产品及服务论述

## 4.1 产品介绍

产品不要以健康和自然为主题，目的是为了健康人们的身体。主要分类有”健康身体“的保健食品、”健康浴室“的保洁用品

4.1.1 健康身体

1. 松花奶粉：

以松花粉主要原料制成的保健食品，具有增强免疫力的保健功能。分为装成盒的小袋装和压缩成片的片装。

【关于松花粉见附录11.1】

1. 松花伴侣片：

精心选取松花粉、葛根提取物、余甘子提取物三种主要原料科学配伍。对化学性肝损伤有辅助保护功能

4.1.2 健康浴室

1. 竹竹沐浴露：

含天然竹提取物、皮肤滋养剂。源自植物来源的活性成分，无滑腻感，泡沫丰富、香味清新，营养滋润肌肤，浴后可防止皮肤干燥，轻松止痒，倍感滑爽舒适。

还有多种选择， 适合不同的肤质用户。

1. 竹竹洗发露：

含竹提取物、蚕丝精华，温和调理配方。充分清洁发根和发梢，独特的蚕丝精华在发丝表面形成保护膜，减少来自外部环境的伤害，减少水分流失。竹提取物调理发丝润泽度，修护发质。令秀发顺爽、健康。

3. 竹竹系列还有牙膏、毛巾、牙膏等产品。都有各自的特色。

## 4.2 产品优势

1. 主旨为”天然“，所以系列产品全部都十分绿色，这是其他很多国内产品没有具备的。
2. 采用高新科技提取原料，配方更合理。
3. 价格合理，具有国际竞争力。
4. 采用直销和互联网平台的方式进行销售。

## 4.3 企业中长期产品研发战略

继续研究现有产品，改善现有产品，追求更加卓越。同时，丰富现有产品线。努力研发更多能影响人们生活的产品。

# 第5章 行业与市场

## 5.1 行业特征

保健品行业属于朝阳行业，未来发展空间巨大。

随着人们收入水平的增加，人们的医疗保健需求将迅猛增长，有专家预测整个健康服务业将以每年25%的速度增长。人们对保健品的接受度日益升高。传统保健品非直销销售渠道是药店，人们在药店获取其有关信息，并靠人们对其口碑传播实现销售。

## 5.2 竞争分析

5.2.1 行业内主要竞争对手分析

1. 国外厂商

国外厂商好产品和不好产品对半分。同时，无论哪个，他们的价格都比较高。目前目标市场内，国外厂商很少，且近期无意进入中国市场。

1. 国内厂商

国内的厂商并不多， 并且各自的市场分散。同类厂商都是传统的销售模式和生产模式。竞争力不强。

5.2.2 代替品分析

药品不能充当保健品。同事，功效差的产品，必定不会无法构成威胁。高质量的产品中，价格无法在短期降下来。

5.2.3 客户购买能力分析

系列产品包含各个价位的产品，适合不同年纪和不同消费层次的人群。几乎覆盖整个年龄段和消费层次。

## 5.3 竞争优劣势SWOT分析

5.3.1 机遇

现在随着科技发展以及我国目前经济的快速增长，人们生活水平日益提高，对此类产品的需求日益增大。正是风口上。

5.4.2 风险

1. 高新科技发展很快，追求极致的话，企业内的设备可能需要频繁更换，可能带来压力。
2. 可能受到已有厂商的报复。
3. 进入国外市场的壁垒。

5.4.3 优势

1. 具有一支有教授、博士生、硕士生组成的研究队伍，研发能力强。
2. 产品质量高、而价格也有明显优势。
3. 公司采用信息化管理和无纸化办公，人员精炼、素质高，组织结构灵活。

占领全国市场份额15%以上。

5.4.4 劣势

1. 公司为新进入者，开拓市场时必然要付出很多。
2. 公司员工比较年轻，缺乏实践经验。
3. 新兴公司，人员流动不稳定。

5.5 结论

整体看优势大于劣势。同时，公司还准备采取以下方式规避风险和减小劣势。

1. 在研发上高投入，实现技术突破，降低成本。
2. 充分利用互联网，完善营销和服务网络。
3. 持续推出新产品，开拓新市场。

# 第6章 营销计划

## 6.1 市场目标与计划

6.1.1 市场目标

1. 短期(1-2年）
2. 以高于市场增长率快速增长。
3. 占领全国市场份额15%以上。
4. 中期（3-5年）
5. 完善营销和服务网络，保持销量的快速增长。
6. 占领全国市场份额30%以上。
7. 长期（6-10年）
8. 开拓国外市场
9. 确立国内主导地位
10. 占领全国市场份额45%以上。

6.1.2 市场计划

1. 第一阶段（1-2年）

第一年为为进入市场的前期准备阶段。主要任务是宣传产品和企业形象以及培养营销人员。建立公司数据库和建立公司门户网站。

第二年主要是建立传统营销和服务网络以及建立基于互联网的营销和服务网络，快速抢占市场。

1. 第二阶段（3-5年）

健全和完善营销和服务网络；加大研发力度，推出更多新产品；

1. 第三阶段（6-10年）

进一步开拓国内市场和开始开拓国外市场，丰富产品生态系统，实现多元化。

## 6.2 目标市场

目标人群：年轻人、中年人、老年人。希望改善身体状况的人群。

## 6.3 营销策略

1. 会员制；
2. 促销

通过定向宣传，定时优惠，特色服务等进行促销。

3.赠送服务。

# 第7章 财务计划

## 7.1 资金需求

7.1.1 目前资金需求量

金额: 1000万人民币

时间: 2016年1月至6月

资金类型:

1. . 权益: 100%
2. . 债务: 0%.

资金来源:

1. . 300万人民币——技术入股和高层经理自筹入股
2. . 700万人民币——风险投资基金

## 7.2 资金使用

7.2.1 公司开办费：614万元

各种证书、执照：2万元

设备购买： 300万元

设备测试： 4万元

研发费用： 300万元

其他 ： 8万元

7.2.2 流动资金

300万元

7.2.3 库存占用资金

50万元

# 第8章 风险控制

## 8.1 初期风险

初期的主要风险是：如何打开市场

1.市场营销

加大宣传力度，重视宣传的有效性。充分利用互联网。

2.消费者的认可。

做好市场调查，以优质的产品和服务留住客户。

## 8.2 中期风险

1. 融资风险。
2. 随着公司的成功，会有大量的模仿者进入，加剧竞争。

着手于产品和服务。更快地推出更高质量的产品和以基于”以人为本“的心态用更人性化的服务打动客户。

## 8.3 远期风险

1.随着公司的发展壮大。各种问题会日益凸显，例如管理上的问题和数据安全等问题。

不断进行内部管理者的培训， 建立健全的公司规章制度和完善员工福利制度等。

积极利用计算机和互联网，开发安全的公司管理软件，提高管理效率。

# 第9章 资本退出

## 9.1 资本退出策略

由于本公司产品市场容量、资本规模、研发能力和生产能力有限，同时考虑到竞争对手可能做出的反应和市场风险，预计短期内无法达到上市条件。对于创业初期给予我们帮助的投资者， 我们将采用股权回购和寻求其他企业购买风险投资股份的方式撤出风险投资。

## 9.2 资本退出时间

风险退出时间将会选择在回收投资后并使资产规模和盈利能力较强时，具体时间大概为第6年年末。

# 第10章 附录

## 10.1 关于松花粉

10.1.1 松花粉的基本介绍

松花粉（英文：POLLEN PINI）又名松花、松黄，泛指马尾松、油松、红松、华山松和樟子松等松属植物雄蕊所产生的干燥花粉。始载于唐《新修本草》，为鲜黄色或淡黄色细粉，味甘平无毒，是中国传统的食品，一些中国传统食物如松花糕、松花团子、松花酒等仍添加松花粉。有一定的药用价值，主要针对皮肤相关病有一定疗效，被收入中国药典2000版一部。

松花粉作为松属植物的遗传物质，除含蛋白质、脂肪、糖类等一般营养物质外，还含有多种维生素、微量元素、黄酮、酶、脂肪酸及辅酶等200余种营养成分及生物活性物质。

10.1.2 松花粉的历史记载

*汉·《神农本草经》*

“（松花粉）气味甘平无毒，主治心腹寒热邪气，利小便，消淤血，久服轻身益气力，延年。”

*唐·《新修本草》*

“松花即松黄，拂取正似蒲黄，久服令轻身，疗病胜似皮、叶及脂也。”

*宋·《本草衍义》*

“其花上黄粉名松黄，山上人及时拂取，作汤点之甚佳，但不堪停久，故鲜用寄远……松黄一如蒲黄，但其味差淡，治产后壮热、头痛、颊素、口干唇焦、多烦躁渴、昏闷不爽。”

*明·《本草纲目》*

“松花，甘、温、无毒。润心肺，益气，除风止血，亦可酿酒。”

*清·《本草从新》*

“善糁诸痘疮伤损并湿烂不痂”