

# 项目计划书

组名：创意雨伞“避风港”

组员：陈浪冰 朱璧如 江潮  
莲

谢少眉 任青青 许燕贤

## 目录

1.项目执行概要.....

2.企业概况.....

3.产品与服务（核心技术） .....

4.商业构想（实现途径） .....

5.市场分析（竞争分析） .....

6.市场营销.....

7.市场预期.....

8.组织结构与创业团队.....

9.资金来源与股份构成.....

10. 成本分析.....

11. 利润表.....

12. 现金流计划.....

13. 盈利情况预测.....

14. 资产负债.....

15. 风险控制.....

一. 项目执行概要

国内雨伞行业的生产状况整体来说是生产能力庞大，但是整体质量不高。而且创意雨伞还是一个新兴产业，目前在国内市场还没有形成一定会规模，如果这时候我们抢占市场先机，树立属于自己的雨伞的品牌，打入时尚兼并经济界，成为创意雨伞行业的风向标的几率就大大提高了。

## **二．企业概况**

**单位：**避风港创意雨伞有限公司

**法人：**陈浪冰

**地址：**上海市西藏中路 268 号（福州路口）南京东路来福士广场

**邮编：**200001

**E-mail：**1984929734qq@com

**简介：**我们是一家创意雨伞的公司。通过立足于各大高校，进行线上线下的服务模式，先服务于两广地区，再打开国内、国际市场，抢占创意雨伞行业市场的先机，创建一流的雨伞公司，争取做第二个“天堂伞”。并且以走价格+质量+服务为宗旨的路线，赢得自己的客源，一靠雨伞质量价格、二靠创意设计、三靠

服务质量。我们是以“KBOLD 酷德”为店名，以“无微不至的贴心守护”理念，以“My idea, my life”为口号，建立避风港雨伞的形象—从个性诉求的思想彰显个性，把“时尚、创新、个性”融入品牌的避风港创意伞有限公司。

### 三. 产品与服务

#### 产品介绍

主打产品：创意雨伞、防紫外线伞

其他产品：礼品伞、高尔夫伞、广告伞、  
海滩伞、庭院伞、自动开合伞、油纸伞、  
雨衣、雨靴

个性化服务：可定制创意雨伞、情侣伞、  
特色伞、手绘雨伞、防紫外线服、定制防  
雨帐篷

#### 服务介绍：

a) 信息服务：

避风港雨具网，全球雨具信息总汇。

避风港雨具网为您提供行业信息、市场信息、工艺技术、设计信息等专业的信息服务。

b) 咨询服务：

避风港雨具网设计、广告宣传方面的咨询服务，专家汇集的地方可以为企业生产管理、销售管理产品。

## **四．商业构想（实现途径）**

### **1、产品策略**

（1）与物流公司合作、做到当天下单，12小时内送达。无条件接受客户退货，集中受理客户投诉。

（2）设立消费者调查表，附赠礼品

（3）会员制度，分为金卡会员（针对公司企业发放，限 50 张）和银卡会员（针对个人业务，限 200 名）。

### **2、价格策略**

（1）避风港雨具产品价格主要为中低价，少部分精装产品高价

(2) 根据不同的目标人群来定价、  
目标人群，定价也就不同，一般学生雨伞  
价格大约几十块；青年白领人群的雨伞大  
约在八九十元左右

### **3、渠道策略**

分为线上推广和线下推广策划、

(1) 利用各个广播台，报栏，宣传栏免费  
宣传

(2) 与手工业制伞厂商联合、

(3) 建立具有独特创新的网站，拥有自己  
的独立域名和 logo。

### **线下推广策划**

#### **①和各大百货超市合作**

通过分析我们可以看出绝大多数消费  
者会在超市及大型商场购买雨伞，这也是  
因为产品的特性所决定的，因此我们将与  
各大型超市、商场进行合作，如家乐福，  
乐购，易初莲花，沃尔玛，百盛，太平洋  
百货，大洋百货，吉之岛等，这样有利于  
迅速扩大销售，抢占市场。

#### **②实体店合作销售，品牌专营**

其次我们可以看到实体小店的销售也  
受到欢迎，因此可以对城市内人流动量较  
多的地点以及学生市场周围开设品牌专卖

店，进行销售。在学生市场里可以招聘品牌代理，进行宣传，成本低且宣传力度高。

### **线上推广**

最后可以在网络上进行销售，公司自己设立 B2B 或者 B2C 的网络销售平台或与淘宝、拍拍网等合作，铺设完整的销售体系，建议自己设立，这对以后扩大销售甚至走向海外市场有着不可估量的作用。

#### **4、广告策略**

##### **①微博营销**

利用创意型微博发文，引起群众的共鸣点吸引这个点引起热烈的讨论，进而营造传达效果，以便于传播我们这个品牌的创意伞

##### **②网红直播**

和网红合作，推销我们的创意雨伞，通过粉丝效应得到一个宣传效果，提高知名度

#### **5、音乐营销**

我们将发挥音乐营销的作用，帮助我们的销售。我们选择爵士乐，轻音乐为主要背景音乐。主要是给顾客一种轻松舒缓的气氛，照顾顾客心理的同时也将与店内环境相适应。

## **五. 市场分析**

## 一、竞争者分析

雨伞巨头分别是天堂伞、红叶伞、太阳城几大雨伞行业。

- 1、天堂伞：“天堂伞”是中国驰名商标，是目前国内最大的专业制伞有限公司，质量好外观美的特点吸引众多消费者的青睐。
- 2、红叶伞：在国内市场占据第二的市场地位，聘请代言人为雨伞造势，秉承顾客至上的原则进行人性化的销售服务
- 3、太阳城：与多个大品牌百货公司合作，质量上乘的原则进行点对点的销售。良好的售后服务体系。

## 六. 市场营销

### 1、产品策略

我们有着自己独有的品牌文化，在市场定位上也有明确的市场区分，整体上是为了开发时尚型、便捷型、实用型、新颖的创意雨伞品牌，因此我们会在产品推出市场之后进行一系列的反馈调查，查看市场反响，我们先开发小市场，逐步发展成熟就开始向扩大销售并向别的市场进行推进，逐步实现成为行业内创意雨伞行业的精英

### 2、价格策略



在最初的营销推广中，为了打开市场通路，建立稳定的分销渠道，不宜将价格定的过高（初期内不宜进行打折促销，因为会令消费者对产品质量产生怀疑）。但是同时也考虑到推广及成本费用我们会在开辟市场的同时低幅度的进行收益，成长期是产品迅速被市场接受和销售量锐增的时期，销售利润也将由负变正并快速上升。

### 3、渠道策略

#### ①和各大百货超市合作

通过分析我们可以看出绝大多数消费者会在超市及大型商场购买雨伞，这也是因为产品的特性所决定的，因此我们将与各大型超市、商场进行合作，如家乐福，乐购，易初莲花，沃尔玛，百盛，太平洋百货，大洋百货，吉之岛等，这样有利于迅速扩大销售，抢占市场。

#### ②实体店合作销售，品牌专营

其次我们可以看到实体小店的销售也受欢迎，因此可以对城市内人流动量较多的地点以及学生市场周围开设品牌专卖店，进行销售。在学生市场里可以招聘品牌代理，进行宣传，成本低且宣传力度高。

#### ③线上店铺同步销售

最后可以在网络上进行销售，公司自己设立 B2B 或者 B2C 的网络销售平台或与淘宝、拍拍网等合作，铺设完整的销售体系，建议自己设立，这对以后扩大销售甚至走向海外市场有着不可估量的作用。

#### 5、广告策略

##### ①微博营销

利用创意型微博发文，引起群众的共鸣点吸引这个点引起热烈的讨论，进而营造传达效果，以便于传播我们这个品牌的创意伞

##### ②网红直播

和网红合作，推销我们的创意雨伞，通过粉丝效应得到一个宣传效果，提高知名度

### 七. 市场预期

①新型的创意雨伞，不仅有着实用性更具个性化的特点，吸引很多年轻人士注意，初期进入人们视线，初期价格较低，引发大多数人追求这种新潮的雨伞

②发展中期，利润平稳，开拓新的目标人群以及开发新产品，逐步走中高端路线，定期投入广告

③成熟期，市场定位明确，各大城市均有我们的官方品牌直营店，成为独立于晴雨

伞的一大龙头企业，创意雨伞行业。

## 八. 组织结构与创业团队

**组织结构：**主管，店长，财务，设计师，运营经理，策划员，营业员，采购员，收营员，客服。

**主管：**负责管理公司一切的大小事项的决策。

**店长：**主要负责店里的管理。

**设计师：**就是设计伞形和伞样以及辅导 DIY 制作的顾客做出自己想要的伞，初期为节约成本可以在有需要时外请设计师。

**财务：**主要负责店里财务和材料采购。

**运营经理：**主要负责店里线上线下的运营。

**策划员：**策划店铺的一切活动以及避风港创意伞的创意比赛。

**店员：**将进行专业知识培训，解决顾客的疑虑，帮助顾客做出选择。

**创业团队：**主管：陈浪冰  
任青青

店长：

运营经理：许燕贤  
谢少眉

财务：

设计师：朱璧如  
江潮莲

策划员：

## 九. 资金来源与股份构成

一、 银行贷款

二、 通过银行贷款，除此之外，还可以借助金融机构发行债券，向社会直接筹资。当然，这种活动必须具备一定的条件，符合国家的相关法律法规

三、 小企业与个人

可以从新伙伴那里筹集资金，使其入股算是一个好办法。也可以在资金短缺时向亲戚朋友借钱，所谓“一个好汉三个帮”，亲戚朋友们也会拉上一把。当然，鼓励职工入股，或向职工集资

四、 也可以向亲朋好友借钱，暂时缓解，资金压力

由以上分析，我们看到小企业的筹资空间还是广阔的，筹资前景还是令人乐观的。

# 十. 成本分析

| 项目   | 金额    | 季折旧额 |
|------|-------|------|
| 固定资产 | 8000  | 240  |
| 租金   | 48000 |      |
| 累计商品 | 10000 |      |
| 推广费  | 2500  |      |
| 合计   | 68500 | 240  |

我们此次经营的一次性成本 68500，  
预计半年内收回成本，每日成本为  
381。假设每天工资支出为 400，当  
每日营业额超过 781，则开始盈利。

| 项目                  | 本月数   | 累计数 |
|---------------------|-------|-----|
| 一、主营业务收入            | 13650 |     |
| 减：主营业务成本            | 3500  |     |
| 主营业务税金及附加           | 150   |     |
| 二、主营业务利润（亏损以“-”号填列) | 1000  |     |
| 加：其他业务利润（亏损以“-”号填列) | 1000  |     |

|                     |      |  |
|---------------------|------|--|
| 减：销售费用              | 2500 |  |
| 管理费用                | 2500 |  |
| 财务费用                | 2000 |  |
| 三、营业利润（亏损以“-”号填列）   | 3000 |  |
| 加：投资收益（损失以“-”号填列）   | 5000 |  |
| 补贴收入                | 2000 |  |
| 营业外收入               | 4000 |  |
| 减：营业外支出             | 3500 |  |
| 四、利润总额（亏损总额以“-”号填列） | 3500 |  |
| 减：所得税               | 500  |  |
| 五、净利润（净亏损以“-”号填列）   | 3000 |  |

## 十一. 利润表

## 十二. 现金流计划

- 一. 资金流计划分为收入计划和支出计划
- 二. 季度计划：每季度末所在的月 15 日前，各部门向财务部提交下季度计划表
- 三. 月度计划：每月在 1 号前，各部门向财务部提交下个月月度计划表
- 四. 项目计划
  - 常规收支计划和临时性收支计划

五.

年度计划：每年 11 月 1 日前，  
各部门向财务处提交下年度资金计划表。

### 十三. 盈利情况预测

普通雨伞的零部件成本

| 序号 | 零部件   | 现实成本    |         |
|----|-------|---------|---------|
| 1  | 伞面    | 7       |         |
| 2  | 伞架    | 4.5     |         |
| 3  | 伞管    | 3       |         |
| 4  | 伞帽    | 1       |         |
| 5  | 伞柄    | 5       |         |
| 6  | 伞袋    | 1       |         |
| 7  | 弹簧    | 1       |         |
| 序号 | 零部件   | 现实成本    | 手工成本    |
| 1  | 伞面    | 7       | 8       |
| 2  | 伞架    | 4.5     | 1       |
| 3  | 伞管    | 3       | 2       |
| 4  | 伞帽    | 1       | 2       |
| 5  | 伞柄    | 5       | 2       |
| 6  | 伞袋    | 1       | 0,5     |
| 7  | 弹簧    | 1       |         |
| 8  | 弹头    | 1       |         |
| 9  | 系带    | 1       |         |
| -- | ----- | 24.5（元） | 15.5（元） |
| 合计 | ----- | -----   | 40（元）   |

### 成本预测分析

| 产品  | A    | B    |
|-----|------|------|
| 成本  | 24.5 | 40   |
| 售价  | 40   | 80   |
| 月销量 | 70 把 | 30 把 |

### 十四. 资产负债表

| 资产          | 期末余额         | 负债和所有者权益<br>(或股东权益)   | 期末余额         |
|-------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 流动资产：       | 76892        | 流动负债：                 | 53246        |
| 货币资金        | 20875        | 短期借款                  |              |
| 交易性金融资产     | 0            | 交易性金融负债               | 0            |
| 应收票据        | 0            | 应付票据                  |              |
| 应收账款        | 3750         | 应付账款                  | 50861        |
| 预付账款        | 0            | 预收账款                  | 0            |
| 应收利息        | 0            | 应付职工薪酬                | 70329        |
| 其他应收款       | 7810         | 应交税费                  | 8965         |
| 应收股利        | 0            | 应付利息                  | 0            |
| 存货          | 0            | 应付股利                  | 0            |
| 一年内到期的非流动资产 | 0            | 其他应付款                 | 0            |
| 其他流动资产      | 0            | 一年内到期的非流动负债           | 32009        |
| 流动资产合计      | <b>50235</b> | 其他流动负债                | 0            |
| 非流动资产：      | 21652        | 流动负债合计                | <b>61303</b> |
| 可供出售金融资产    | 13531        | 非流动负债：                | 5468         |
| 持有至到期投资     | 0            | 长期借款                  | 0            |
| 长期应收款       | 48623        | 应付债券                  | 0            |
| 长期股权投资      | 0            | 长期应付款                 | 0            |
| 投资性房地产      | 0            | 预计负债                  | 5623         |
| 固定资产        | 34653        | 递延所得税负债               | 0            |
| 在建工程        | 46203        | 其他非流动负债               | 53102        |
| 工程物资        | 0            | 非流动负债合计               | <b>44511</b> |
| 固定资产清理      | 0            | 负债合计                  | <b>46123</b> |
| 生产性生物资产     | 0            | 所有者权益(或股东权益)：         | 8652         |
| 无形资产        | 25123        | 实收资本(或股本)             | 0            |
| 商誉          | 0            | 资本公积                  | 65565        |
| 长期待摊费用      | 2000         | 减：库存股                 | 11212        |
| 递延所得税资产     | 0            | 盈余公积                  | 7551         |
| 其他非流动资产     | 15423        | 未分配利润                 | 63794        |
| 非流动资产合计     | <b>45612</b> | 所有者权益(或股东权益)合计        | <b>37728</b> |
| 资产总计        | <b>76897</b> | 负债和所有者权益<br>(或股东权益)总计 | <b>57689</b> |

## 十五. 风险分析

1. 雨伞消费者大多数是一次性消费者，顾客回头客比较低，难以留住老客户。
2. 竞争对手天堂伞占据伞业市场，我们企业进入市场壁垒大，容易遭受挤压



3. 中高端创新型手工雨伞由于人工，物力成本的增加，雨伞的成本也在难以被接受
4. 伞具进入门槛低，国内伞具行业参差不齐，新型的创新型雨伞目前国内还没有形成一定的规模。

## 十六.附录

### 创意雨伞“避风港”调查问卷

#### Q1.性别

- a. 男    b. 女

#### Q2.年龄

- a. 5~15  
b. 15~25  
c. 25~35  
d. 35~45  
e. 45~60  
f. 60 以上

#### Q3.受教育程度

- a. 初中及以下  
b. 高中  
c. 大专  
d. 本科  
e. 硕士及以上

#### Q4 出现雨雪天气通常更愿意打伞还是穿雨衣？

- a. 打伞  
b. 雨衣  
c. 其他

#### Q5.一把伞你的一般能用多久？

- a. 1~3 个月  
b. 3~6 个月以内  
c. 1~2 年  
d. 3 年或以上

#### Q6.你的伞坏了会主动修还是另买一把？

- a. 修（~就是怀旧）
- b. 买！（有钱就是任性）

Q7.你会因为什么而买伞？(可多选)

- a. 损坏
- b. 因个人喜好择伞
- c. 当礼物送朋友

Q8.买伞会注重哪些方面的问题？

- a. 品牌
- b. 外观
- c. 质量（实用性）
- d. 价格
- e. 材质
- f. 其他

Q9.用过哪些品牌的伞？（可多选）

- a. 天堂
- b. 苏杭
- c. 红叶
- d. 金鼎
- e. 其它

Q10.家里一般谁负责买伞？

- a. 爸爸
- b. 妈妈
- c. 自己
- d. 其它

Q11.你一般会去哪里买伞？

- a. 百货超市
- b. 便利店
- c. 精品店
- d. 网上
- e. 别人送

Q12.如果有伞的促销活动你会去买伞吗？

- a. 会
- b. 不会

Q13.你觉得创意伞怎么样？

- a. 还好
- b. 很好
- c. 不了解

Q14.你更偏好哪种风格的伞？（可多选）

- a. 纯色
- b. 碎花
- c. 淡雅
- d. 可爱卡通
- e. 欧式
- f. 日式森女
- g. 其他

Q15.平时使用的雨伞类型

- a. 直杆
- b. 收缩
- c. 新型

Q16.买伞时能接受的价位

- a. 20 一下
- b. 20~50
- c. 50~100
- d. 100 以下

Q17.你觉得创意伞有什么需要改进？

- a. 款式应该更时尚丰富
- b. 质量系数需提高
- c. 价格需更实惠
- d. 提供更优质的售后服务
- e. 其他

Q18.使用雨伞的不便之处

- a. 功能单一
- b. 伞柄抓握不舒服
- c. 外形不美观
- d. 风雨交加时，雨伞易被吹翻
- e. 雨伞体积过大，不易携带
- f. 使用过后雨伞不能快速变干
- g. 其他

Q19.用伞还有什么不便之处会建议意见？