



—BAOGL—
寶歸來

宝归来锂电电动自行车

营 销 策 划 书

团队名称：“锂”想归来

指导老师：张 珉

策 划 人：曾国凤 徐 莹

岳扬帆 彭梅梅

周洪滨 冯诚嘉

朱 丹

目 录

- 第一章 项目概述1
 - 一、公司简介1
 - 二、策划目的（宗旨）.....1
 - 三、策划目标（近期 中期 长期）.....1
 - 四、产品描述1
 - 1 核心产品1
 - 2 形式产品2
 - 3 期望产品3
 - 4 延伸产品3
 - 5 潜在产品3
 - 五、研究方法3
 - 六、策划过程3
- 第二章 产品市场分析（SWOT 分析法）.....4
 - 一、优势分析4
 - 二、劣势分析5
 - 三、机会分析5
 - 四、威胁分析6
- 第三章 竞争者分析8
- 第四章 第四章 STP 分析10
 - 一、市场细分10
 - 二、选择目标市场10
 - 三、市场定位11
- 第五章 营销策略12
 - 一、产品策略12
 - 二、品牌策略12
 - 三、分销渠道策略13
 - 四、促销策略14
- 第六章 具体推广宣传方案与预算15

附录一 调查问卷18

附录二 调查问卷选项百分比20

第一章 项目概述

一、浙江宝归来车业有限公司简介

宝归来是一家集研发、设计、生产及销售为一体的现代化企业。专业生产锂电池铝合金电动车、山地车。宝归来产品设计独特新颖，制作精湛，成熟稳定。公司在产品研发和设计方面取得了多项中国专利和欧洲专利，在2012 中国制造之美评选活动中获得优秀奖。宝归来是中国电动车自行车行业协会会员、中国制造认证会员和浙江电动车自行车行业协会会员。

宝归来不断投资开发各种软硬件设备，以提升研发能力和制造能力。公司以浙江金华为点面向全球实行产品推广，以点代面，做到电动自行车、老年三轮休闲车、城市山地车、电动摩托车、儿童滑板车和气电二用全地形车等产品的市场销售。

二、策划目的（宗旨）

此次营销策划目的在于抢先占领南昌市的锂电池电动自行车市场，将宝归来公司的产品知识传递给目标消费者，并让目标消费者能够认同宝归来锂电电动自行车健身低碳环保的骑行理念，形成品牌效应，开拓南昌锂电池电动自行车市场。

三、策划目标

近期（2年）	采取多种营销策略，帮助宝归来折叠助力锂电自行车进入南昌市场（主要是中高收入的工薪族，学生，短途旅行爱好者市场），使产品能够被目标群体接受并在市场中初步获益
中期（4年）	通过一系列的推广活动以及初期顾客的宣传作用，产品将逐步被市场接受，中期发展的目标就是要稳固市场地位，打造一个专业品牌。使产品成为南昌市非机动车出行的第一品牌
长期（5年）	通过一系列的营销组合策略，使宝归来折叠助力锂电自行车产品的影响力向周边地区扩散，形成宝归来的品牌效应

四、产品描述

1 核心产品：用来替代步行，作为中短程代步工具，相对低廉，方便，环保，可

折叠，携带方便

2 形式产品：

产品名称：电动折叠自行车	产品型号：EFB	价格：2600 元
尺寸：20 寸		电机：250W
电池：36V 10Ah 锂电池		PAS：1:1 PAS
控制器：智能控制器		车架：6061 铝合金
变速器：禧玛诺 6 速齿轮		制动系统（前/后）：
V-brake/V-brake		
轮辋：双壁合金		灯（前/后）：LED灯
充电时间：4-6h		每次充电范围：6070km
负载能力：100kg		净重/毛重：20kg/23kg
最大速度：25km/h		
产品名称：折叠自行车	产品型号：U-BIKE	价格：1500-2990
电机：180W		电池：24V 9Ah
充电时间：4-6h		最高时速：25km/h
持续里程： ≥ 32 kms		车架：6061 铝合金
高速齿轮：单速		制动系统（前/后）：
V-brake/Oil-brake		
轮胎尺寸：12 寸		轮辋：合金
负载能力：85kgs		净重/毛重：14kgs
产品名称：电动折叠车	产品型号：EH-BIKE	价格：3380
尺寸：12 寸		电机：180W
电池：24V 8Ah 锂电池		PAS：1:1 PAS
控制器：智能控制器		车架：6061 铝合金
变速器：禧玛诺 7 速		制动系统（前/后）：
V-brake/Oil-brake		
显示：790A显示器		充电时间：2.5-4h
每次充电范围：2535km		负载能力：85kg
净重/毛重：16.5kg/19.5kg		

3 期望产品：电池质量好，使用寿命长，安全、低价化、轻量化、骑乘舒适

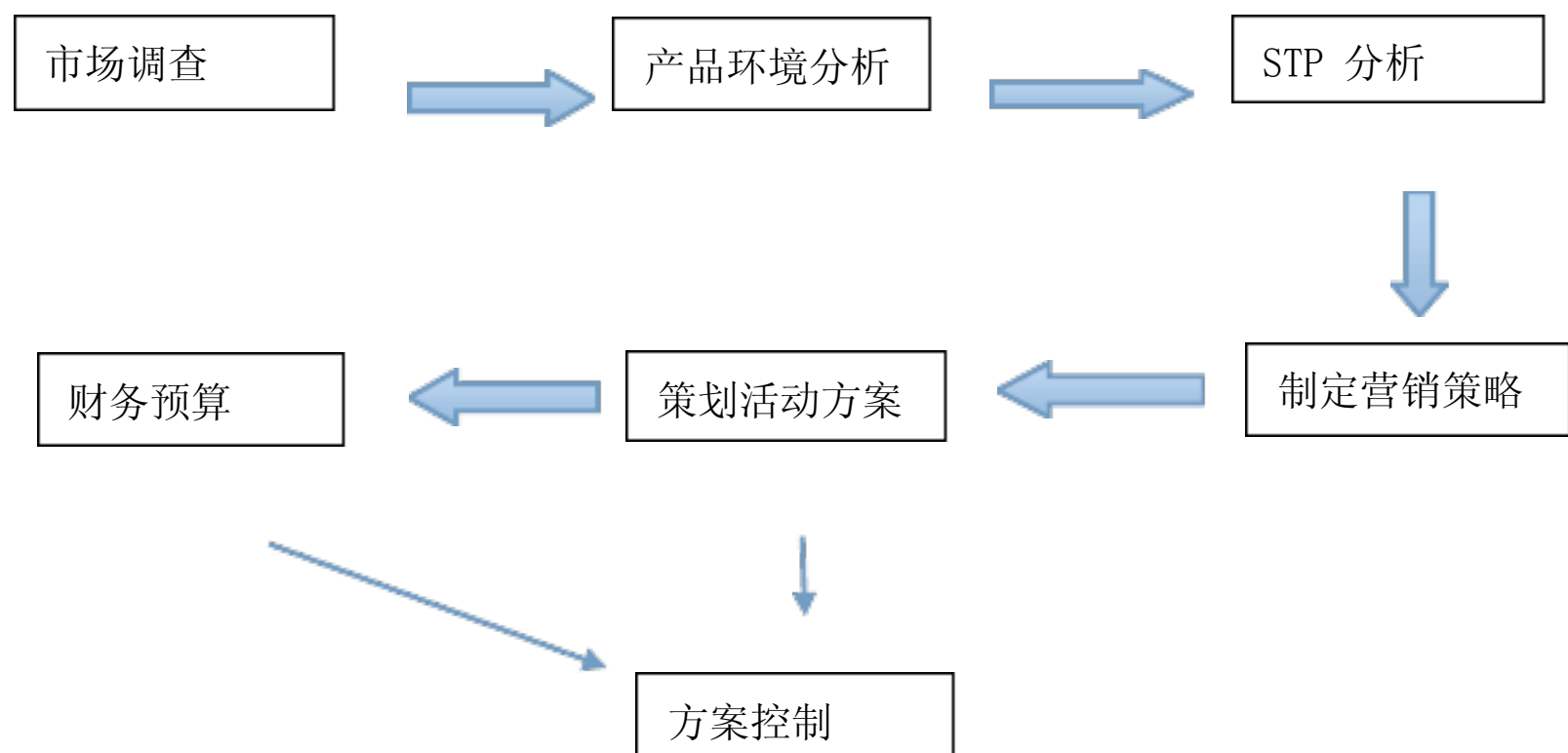
4 延伸产品：免费安装和维修、技术指导、售后服务

5. 潜在产品：锂电电动自行车支持手机充电

五、研究方法

为了实现目标，我们先对南昌市现有的自行车市场，电动车市场，锂电电动自行车市场进行了调查，采用访谈法，文献资料法和问卷调查法对电动车、自行车及锂电电动自行车的市场特征，营销环境，产品状况及竞争对手状况用SWOT分析法进行分析。通过对现有市场各方面分析，小组成员进行分工合作，对市场进行了细分、选择、定位，从而生成了STP战略。并制定具体营销策略与活动方案。

六、策划过程



第二章 产品市场分析（SWOT 分析法）

一、优势分析

1、高效、安全、环保

“宝归来”锂电动自行车相对于传统的铅酸电动车更高效、安全、环保。最重要的是，锂电池轻巧耐用，使得电动车不会笨重，停放方便，占地空间小，也更加美观，更适合都市白领一族。

不骑不来电：以往的电动车只要打开钥匙就可通电，存在很大的安全隐患，而“宝归来”锂电电动车的特点是不骑不来电，人力骑行速度大于6公里/小时后旋转调速转把才能给电机供电，当车轮停止旋转则自动断电，使用方便、节能、安全。

2、寿命长、重量轻、体积小

“宝归来”锂电池电动车充电4~6小时，根据电池容量不同可跑30~45公里，重量只有铅酸电池的1/5左右，锂电池电动自行车最大优点是寿命长。说锂电池价格贵的只是看到表面，其实仔细算算费用和铅酸蓄电池是差不多的，目前一般锂电池保2年，铅酸蓄电池保1年。

3、设计更加人性化

车体进行科学设计，外形轻巧、美观，精选的零部件材料具有最佳观看、乘骑效果。

控制器的设计融合了模拟技术、数字技术及模糊技术，使车辆更安全、性能更好、使用寿命更长。

采用新型优质电机让您骑乘时安静、快速、方便、自然。车架采用铝合金材质，可进行车把、车身、坐管、车踏四折叠，体积小、重量轻，便于提携。遵照国家电动自行车标准进行科学的限速设计，最高车速不超过20公里/小时，使骑乘者安全，家人更放心。

4、超强匹配，多项独家专利

有核心部件都是独家自主研发和制造，保证所有部件的匹配性，能使电池的每一点电量都得到充分的发挥，手机大小的电池，续行里程可长达30公里

独家使用三重保险功能，在控制器，保护板，电池上均设置了保险功能，有效防止电池的过放、过充，大电流放电，消除每一个可能发生危险的存在，让您没有后顾之忧。

二、劣势分析

1、价格相对较高

目前锂电池电动自行车的价格普遍比铅酸电池电动车高出几百元到一千元，因此在市面

上很难得到消费者顾客的认可。锂电池轻巧、环保，废弃后不会产生环境污染，一旦应

用技术成熟，市场销量加大，锂电池电动自行车的价格才会有所降下来。

2、锂电动自行车配套问题

据调查反馈得到，目前锂电动自行车相关配套的电机等外部设备的重购选择空间小。

3、进入中国市场时间短，品牌知名度小

由于“宝归来”产品一直长期针对的主要是欧美市场，进入国内市场时间较短，在知名

度上相比一些大品牌存在一定的劣势。

三、机会分析

1、国家政策的支持

2010年1月1日起将实施《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》电动车国家标准。这个标准只要推行，意味着消费者手中的大多数电动自行车，摇身一变就成了电动摩托车，只有过了上牌照、考驾照、买保险等几道大关后，才能合法上路。这正是锂电电动车的一个很好的契机。

①符合下列标准的电动自行车，按照非机动车管理：

- (一) 最高车速不大于每小时 20 公里；
- (二) 具有良好的脚踏驱动功能；
- (三) 制动性能符合规定要求。

②符合下列标准的汽油机助力自行车，按照非机动车管理：

- (一) 最高车速不大于每小时 20 公里；

- (二) 整车质量（净重）不大于 40 公斤；
- (三) 具有良好的脚踏驱动功能；
- (四) 汽缸工作容积不大于 30 毫升；
- (五) 制动性能符合规定要求。

2、人们对环保问题的重视

目前，我国正在迈向构建和谐社会的重要发展时期，坚持可持续发展既是国策，也是民心所向，推广使用锂电这种轻型、环保能源的意义不言而喻。此外，锂电池运用到电动车领域后所表现出的优点众多，因此其销售火爆也就水到渠成。面对越来越多的城市交通问题，电动车的市场空间巨大，正迎来一个高速发展的时期。尤其是锂电池应用于电动车，对于整个电动车行业的促进作用不言而喻。“锂”响中国，“轻”情环保，必将引领锂电消费大趋势，让普通百姓充分享受绿色便捷的出行方式。

3、南昌地区市场潜力巨大

来自南昌市统计局年报数据显示，到去年末，南昌全市户籍总人口接近500万人，具体数目是491.31万人。并且经过分析问卷调查得出：家里有一辆电动自行车的人数占调查人数的45%，家中有两辆及以上的占调查人数的5%，家中没有电动自行车的占调查人数的50%，而调查人群中至少有25%的人正打算购买。由于南昌市25%人群的消费欲望加上有待开发的潜在的消费力，南昌市电动自行车有很大的销售空间。

随着人们生活水平的提高和生活观念的转变，旅游成为都市人的新时尚，城镇周边游和近距离周末游，春节、五一假日外出旅游、购物飞速发展。城镇居民用于旅游的支出逐年增加。从南昌市内迅速增多的旅行社门店到铺天盖地的旅游广告不难看出其中的需求。

通过调查发现，目前南昌市场上存在的锂电电动车种类还不是很多，品牌竞争者少，属于空白市场，这也给“宝归来”进入南昌市场带来很大的机会。

四、威胁分析

1、南昌市场上已存在喜德盛、捷安特、爱玛、新日、好孩子、上海永久、等几种品牌的锂电电动车，如果“宝归来”锂电电动车不能在价格、质量或品牌效应方面与这些品牌存在竞争力，那么将很难快速打开南昌市场。

2、“宝归来”品牌的宣传力度还不够，当问及消费者是否知道“宝归来”品牌时，大多数人还是没听过，这就对打开南昌市场带来了一定的困难。

3、从业人员素质和代理商素质限制了行业的健康发展。一个是厂家没有强势和成熟的理念指导代理商来获取长远的发展；另一个是代理商不能很好的吸收厂家的理念并付诸于市场。另外，厂家对各地市场的发展，没有加以汇总和整理提升，因此，没能超越代理商的管理水平，也就不能指导强势代理商。

第三章 竞争者分析

在南昌市内小组成员随机访谈调查了十几家门店,其中店内有销售锂电动车的有捷安特、爱玛、新日、好孩子、上海永久、喜德盛等几家。对于这几家我下面做个简单的介绍:

品牌	款式	价格
捷安特	男款/女款	3000 元以上
爱 玛	一款普通款	低价处理 1280 元
新 日	一款普通款	2880 元
上海永久	男款/女款	3000 元以上
好孩子	多款型（锂电专卖）	2800 以上
喜德盛	多款型（锂电专卖）	2600 以上

通过对电动车市场店家和消费者的交谈观察,我们用波特五力模型来分析一下宝归来锂电动车所面临的竞争环境:

1、行业内竞争者分析: 同行业内与宝归来锂电动自行车竞争的有 6 个品牌, 其中捷安特、新日、上海永久等企业在本行业算得上是领先者, 对市场有着敏锐的触觉, 除生产铅酸电动自行车外还生产锂电电动自行车。而好孩子、喜德盛这两个品牌的锂电电动自行车在南昌市开设了多家专卖店。这些品牌先入为主占据了一定的市场, 是宝归来锂电动车强有力品牌竞争对手。

2、新的进入者的威胁: 对于宝归来电动自行车来讲, 新的进入者有即将开通的地铁。地铁的开通, 会影响人们对代步工具的选择。地铁的开通会导致消费者对电动车的需求减少, 影响宝归来锂电动自行车的销量。

3、替代品的威胁: 宝归来锂电动自行车是一种可自行控制的轻型代步工具, 其他的类似功能替代品有铅酸型电动车和自行车。相比于这些替代品, 宝归来锂电动自行车的款式时尚、车型精巧轻便和低碳环保, 但是价格偏高。这对宝归来来说也是一大威胁。

4、消费者议价能力的威胁: 在行业内提供的产品无太大差异化, 消费者购买其他同类竞争者产品的转换成本低, 以及消费者不够了解锂电动自行车的价值, 使

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/005233123341011334>