

梦想工场智能玩具企业 创业计划书

姓名：陈静

班级：12级地本二班

学号：

目录

1 实施总结	4
1.1 企业	
1.2 市场	
1.3 投资和财务	
1.4 组织和人力资源	
2 项目背景	5
2.1 产业背景	
2.2 产品概述	
2.3 梦想工厂玩具关键优点	
3 市场机会	7
3.1 目标分析	
3.2 用户购置准则	
3.3 销售策略	
3.4 竞争分析	
4 企业战略	9
4.1 总体战略	
4.2 发展战略	
5 市场营销	10

5.1 目标场	
5.2 产品	
5.3 价格	
5.4 销售渠道	
5.5 推广策略	
6 生产管理	13
6.1 生产厂址选址	
6.2 关键生产工艺原理	
6.3 产品包装和储运	
7 投资分析	15
7.1 产业背景	
7.2 产品概述	
7.3 投资回收期	
7.4 盈亏平衡分析	
7.5 盈亏平衡点分析	
7.6 投资回收	
8 财务分析	19
8.1 关键财政假设	
8.2 收益表	
8.3 流量现金表	
8.4 资产负债表	
8.5 会计报表分析	

8.6 风险假定和分析	
9 管理体系	24
9.1 企业性质	
9.2 组织形式	
9.3 部门职责	
9.4 创新机制	
10 机遇和风险	25
10.1 机遇	
10.2 外部风险	
10.3 内部风险	
10.4 处理方案	
11 风险资本退出	26
11.1 退出方法	
11.2 退出时间	

1. 实施总结

1.1. 企业

梦想工场儿童智能玩具科技是由梦想创业团体创建一个提议中企业，该企业拥有该项智能玩具技术专利，其产品是以一般玩具为载体，对其进行技术上智能化升级和改造，在保留其原有功效基础上实现对一般玩具语音控制和其语音识别等功效。

企业以兰州交通大学电子科学与技术系强大师资力量为后盾，其梦想创业团体研发语音智能技术专利正在申报之中。本企业有能力对其产品不停进行升级改造使其产品保持最优化，深入研制开发智能玩具及其衍生品，形成以智能玩具为关键多元化经营集团企业。

企业开始应以北方市场为依靠，逐步向全国市场挺进，重视短期目标和长远战略结合，中长久目标将逐步拓宽产品领域，最终形成以智能玩具为关键多元化经营集团企业。

1.2. 市场

据统计，中国现今 16 岁以下儿童有 3.6 亿左右，占人口比重约 20%。现在中国儿童消费已占到家庭总支出 30%左右，全国 0~12 岁孩子每个月消费总额超出 35 亿元。但中国 14 岁以下儿童和青少年人均年玩具消费仅 20~30 元人民币，其中中国城市儿童人均年玩具消费为 45 元，农村儿童人均年玩具消费则不足 15 元，远低于亚洲儿童人均年玩具消费 13 美元和全世界儿童人均年玩具消费 34 美元水平。据估计，在前，中国人口增加将保持每十二个月 1 600 万~2 000

万人水平，这是中国玩具消费一个关键群体。和前多个高峰期不一样是，新生育高峰期关键群体是改革开放早期出生一代独生子女，这些独生子女在关注孩子成长花费方面表现出两个特征：一是舍得在孩子身上投入；二是越来越重视儿童素质教育，这将会带来一个全新儿童玩具消费市场，智能玩具一定会成为其首要选择。另外，伴随大家生活水平提升，大家消费需求也逐步随之提升，现现在中国玩具市场上销售玩具大部分处于中低级次，高级次玩具还未成为消费主流，能够说高级次玩具市场在中国有着巨大发展空间。假如中国玩具消费达成亚洲平均水平，市场规模估计将突破 300 亿元人民币。据估计，中国玩具正以每十二个月 30%~40%速度增加，到，销售额将超出 1 000 亿元人民币。

但现在中国玩具市场上多为布绒玩具、木制玩具、塑料玩具、遥控玩具，它们大多功效单一，控制简单，无“自动控制”功效，同时缺乏想象力，在激发儿童求知欲及好奇心上效果不显著，面对中国智能玩具市场空缺，梦想工厂以自己专有技术产权为依靠开发出了一系列高科技智能玩具，产品定位中低级市场并采取价格策略进入市场。相比中国进口高端智能玩具价格较低，在现在市场上有很大竞争力。

中国玩具企业大多集中在广东澄海和浙江义乌地域，那里玩具业发展势头很快。

同时也已经形成了自己市场，不过现在中国玩具制造业仍然只局限在珠江三角洲地域，在北方还极少人认识到玩具业发展潜力和空间，所以我们企业将立足于北方城市，在取得北方市场拥有率情况下再向全国拓展。企业早期将在西北设置七个区域分销中心，和代理商和经销商一起建立健全

营销网络。

企业在进入市场过程中将在商场、游乐场、图书广场等人流量庞大地方推出玩具试玩，有奖问答等活动进行促销，尽可能快地提升市场占有率。

1.3. 投资和财务

企业设置在兰州交通大学科技园，可享受国家对于支持大学生创业所提供一切优惠政策。

企业成立早期共需资金 60 万。其中风险投资 20 万，估计回收期四年，第五年便可盈利，风险资金最好在第 3—5 年撤出，采取收购方法比较适合本企业。

在企业成立早期，我们能够向“中小型企业国家创新基金”申请创业基金，也能够申请国家尤其为大学生创业提供半息小额贷款，同时部分企业为了激励大学生创业也设定了部分优惠政策。

1.4. 组织和人力资源

企业性质是有限责任企业，早期组织结构采取直线制。企业全部权和经营权分离，实施总经理负责制。总经理下设营销副总经理、技术副总经理、财务副总经理。

2. 项目背景

2.1. 产业背景

现代玩具工业在经历了毛绒玩具、塑料玩、小制玩具、电子玩具以后，正在向智能玩具时代迈，并不停地用高科技武装玩具，研发出多种集知识性趣味性于一体智能玩具。

近 10 多年来,中国玩具生产能力和行业规模快速扩大,玩具生产、内销和出口取得了很大发展。现在,中国已成为世界上关键玩具生产国(占世界玩具总量 60%)。然而当国外同行们在不停求新创新时候,多数中国厂家思绪似乎停留在布偶娃娃、长毛绒玩具、汽车模型等低成本、低技术含量传统玩具产品上或满足于为国外厂家作贴牌生产,赚取微薄加工利润。造成中国智能玩具市场出现了很大空白,其发张潜力巨大。

据统计现在比较优异智能玩具生产商大多全部集中在欧美大大国家,造成同类智能玩具价格高居不下,使大部分工薪阶层家庭全部只能望而却步,本创业团体

作为一个智能玩具,我们将“模式识别、语音识别和语音控制、语言信息处理、传感器引导”等结果应用于玩具行业,开发出一系列高科技智能玩具,这些高科技智能玩含有很强语音识别能力和强大控制能力,能够和人进行“语音交流”,在保持玩具应有娱乐性及教育性同时更重视儿童思维能力培养。不仅如此,此系列高科技智能玩具而且也可作为教学演示之用,用于激发学生学习爱好,同时也有利于相关专业知识和学习,梦想工场产品可谓老少皆宜,不仅益智而且能给大家带来愉快,所以我们对企业发展前景充满信心。

2.2. 产品概述

- 鹦鹉学舌型:在现有布绒玩具基础上加装电路,使之含有录音、放音功效,达成鹦鹉学舌效果,俏皮而有趣。

自动循迹型：在电动玩具基础上对其进行改造，使之含有自动循迹、自动识别及避障和对行驶旅程、速度、时间等参数进行计数及显示等功效。其运动轨迹可由用户用黑色胶带在木板、地板或大一点桌子上任意粘贴设置（转弯处弧度不可太大）。该产品能够激发儿童对科学知识产生浓厚爱好及好奇心，益智而好玩。

- 语音控制型：在电动玩具基础上增加语音识别及语音处理电路，实现语音控制，成为“听话”玩具，真正做到了“我玩具我做主，我玩具听我话”。该产品智能化程度最高，研发难度也最大。在激发儿童求知欲及好奇心方面效果最好，但价格最高，适用于经济条件很好家庭购置。

2.3. 梦想工场玩具关键优点

- 拥有智能玩具技术专利，和国际同类同类产品相比性价比更高。
- 梦想工场系列高科技智能玩具不仅适合于儿童思维训练而且也可作为教学演示之用，用于激发学生学习爱好，同时也有利于相关专业知识了解和学习，梦想工场产品可谓老少皆宜，不仅益智而且好玩。
- 梦想工场注意到现在部分玩具材料对孩子健康影响，本企业对所有玩具材料全部采取健康环境保护材料。
- 它立足于中国玩具制造业还未起步西北地域，发展潜力和空间巨大。

3. 市场机会

3.1. 目标市场

现代玩具产业不仅面对儿童，而且对成年人、老年人全部含有吸引力，

尤其是高科技、高智能化、仿生化玩具，老少皆宜，并对教育事业现代化、示教、示范作用巨大，本企业生产玩具定在语音智能玩具，其目标市场以下：

- 儿童

儿童一直是玩具产业最大市场，在认知和智力开发等方面，儿童天然需要玩具，伴随科学技术不停发展，越来越多家长日益认识到智能化玩具对开发孩子智力关键性，本企业研发鹦鹉学舌型、自动循迹型和语音控制型三种系列产品均属于拥有一定智能性益智玩具，娱乐性显著，对儿童有着很强吸引力，同时能够激发儿童对科学知识产生浓厚爱好，寓教于乐，这也是每一个孩子家长所愿意见到。

- 一部分学生和成年人

在当今社会，益智玩具已经不只是儿童专利了，伴随生活节奏加紧，成年人需要一个主动消遣和休息方法来缓解工作压力，玩具也就自然而然地走进了成年人生活。它能让成年人对世界充满好奇，它让成年人回到童年。本企业产品应用了语言识别及语言控制等科学技术，有着很好语音识别和控制能力，对于部分在校学生也能够做教学示范，使每一个学生能够仿真操作，仔细分析其结构及原理，这也使得现代教育投入更少，效果愈加好。

- 少许老年人

老年人大多害怕孤独，喜爱回想，本企业鹦鹉学舌型玩具能够惟妙惟肖模拟特定语音声调，能够和老人进行对话交流，起到陪同解闷作用。

3.2. 用户购置准则

我企业语音智能玩具关键价值在于：

- 寓教于乐性

现在越来越多家长日益认识到智能化玩具对开发孩子智力关键性，我企业产品能够使孩子在玩耍同时激发其强烈求知欲和好奇心，从这方面来说，也能够将我企业产品定位为教育类产品。

- 可在课堂中作教学示范之用

我企业产品应用了语言识别及语言控制等科学技术，有着很好语音识别和控制能力，能够用于在高中，大学课堂里做教学示范，使每一个学生能够仿真操作，仔细分析其结构及原理，将理论知识用于实践。

3.3. 销售策略

关键是以零售为主，前期能够在百货商场，图书商城里少儿图书卖场等地方设置销售益智玩具展台和专架，每个展台和专架前还要分配一个导购员负责讲解玩具特点、功效、适用儿童年纪段等知识，使家长了解益智玩含有益于孩子健康成长，对孩子学习有帮助，从而乐于为孩子买适宜玩具。和此同时还能够采取投入较低，门槛不高，能够大大节省成本网络营销方法，在淘宝，易趣等电子商务交易平台中开设网店销售。另外，前期可安排多个促销，试玩等活动，使消费者愈加好地了解本企业生产语音智能玩具。

3.4. 竞争分析

在市场竞争方面，充足考虑了现有市场多种情况，现以梦想工场两大竞争力量作一分析：

● 国外品牌玩具

这些国外著名品牌玩具商多年来形成研究开发能力、完整成熟营销手段是我们中国玩具商极难达成，尤其是在高科技，高智能玩具等方面在和中国产品竞争上有着显著优势。现在很多国外玩具商在中国已经形成了自己品牌并占据了部分市场，所以它们将是梦想工场最大竞争对手，但在价格上，国外产品通常全部比较昂贵。

● 中国品牌玩具

广东澄海和浙江义乌市中国玩具企业集中地域，那里玩具业发展势头很快，也已经形成了属于它们市场，但现在中国玩具制造业仍然只局限在珠江三角洲地域，在北方还极少人认识到玩具业发展潜力和空间，所以梦想工场产品能够先立足于北方市场，逐步向全国甚至国外扩展。

在分析了竞争力量以后，我们认为梦想工场特点是：首先，它立足于中国玩具制造业还未起步西北地域，发展潜力和空间巨大；其次，梦想工场产品早期定位和中低端，性价比高，相比于现在市场上已经有类似产品在确保质量前提下价格更低，售后服务愈加好。所以高性价比是梦想工场产品在市场营销中要尤其突出关键。

4. 企业战略

4.1. 总体战略

企业在 4—6 年内成为玩具市场领导者，让儿童感受到语音智能玩具乐趣。

4.1.1. 企业使命

“向社会提供安全、优质智能玩具产品，激发儿童想象力和求知欲”

4.1.2. 企业宗旨

“‘玩物励志’提升孩子们学习爱好”

4.2. 发展战略

4.2.1. 早期（1—3 年）

企业关键研发产品分为鹦鹉学舌型、自动循迹型和语音控制型三大系列，均属于拥有一定自动控制功效智能型益智玩具；它们全部有着各自市场定位，能够满足用户不一样市场需求；建立自己品牌，积累无形投资；收回早期投资，准备扩大生产规模，开始准备研制开发衍生产品。

第一、二、三年：

- 产品导入市场，提升产品知晓度，树立品牌形象；
- 逐步建立健全销售网络；
- 打开并初步占领电子玩具市场；
- 累计产量约达成 100 万个，销售收入约 1000 万元，利润约 550 万元；
- 市场拥有率为电子玩具市场 4%—8%。

第四年：

- 提升产品形象，增加无形投资；
- 增加设备，扩大生产规模；

- 年产量达成 25 万个，销售额约达成 250 万元，利润约达成 80 万元；
- 市场拥有率提升到 15%左右；
- 研制芯片，开发更完善语音系统，利用现有销售网络，开拓整个玩具市场；
- 产品基础成熟，关键挖掘产品新技能，开发衍生产品，开拓市场；

4.2.3. 中期（5—7 年）

- 深入完善和健全销售网络体系；
- 关键研制相关产品，深入拓展产品线，实施多元化经营战略；
- 市场拥有率达成 17%—20%，居于主导地位；
- 巩固、扩展智能化玩具市场。

4.2.4 长久（7— 年）

- 利用企业研制方面优势，开发研制更完善含有自动控制功效相关产品，实施产品多元化，拓展市场空间，扩大市场拥有率。
- 企业将参与其它品牌竞争，适时进入国际市场。

5. 市场营销

5.1. 目标市场

全国全部玩具批发商、经销商、适龄儿童、学生甚至是部分成年人全部是我们目标市场。

5.2. 产品

5.2.1 产品

严把质量关，不停提升产品质量，研发出更为优异产品。

我企业在中后期将会生产相关智能玩具系列产品，增强本企业市场占有率，拓宽销售渠道。

5.2.2 服务

企业将会建立高质量、更人性化服务体系，分为售前、售中和售后服务。

- 售前服务：采取宣传、交流和试玩等手段，和经过专业推销人员努力，使用户愈加好了解本企业产品性能情况，并和全国关键玩具销售商建立起联络，做好消费者对智能玩具各方面性能需要调查。
- 售中服务：生产出本企业各个系列产品，并把好质量关，建立完善销售网络（电话订货，网上订货），急用户所需，立即送货上门；
- 售后服务：建立信息交流反馈渠道，包含销售渠道中反馈和电子商务网络反馈，做好产品质量、服务反馈信息处理，依据用户需要不停改善产品；和用户搞好关系，固定长久业务关系；最大程度满足用户需要；适时举行信息交流活动，搭建沟通桥梁，并定时举行回馈用户大促销活动。

5.2.3 品牌

本企业生产智能玩具系列产品，初定为“梦想之全部”，这么有利于建立自己品牌形象，实现无形资产升值。

建立商标防护网，注册品牌和商标，包含相关或相近品牌、商标名，利用相关国际条约保护自己权益；提前在网络上注册企业域名，为发展电子商务打下基础；宣传产品品牌，提升品牌知晓度。

企业为树立良好品牌形象，从下面多个方面入手：

1. 健全销售服务；
2. 高质量、高科技产品；
3. 良好信誉度；
4. 良好销售态度。

5.3. 价格

企业生产一系列产品应该从最终消费者买得起、愿意买这两个方面着手，应该尽可能降低上产成本从而降低产品价格。（确定最终价格还需要最终预算）

5.4. 销售渠道

- 我企业销售渠道关键是经过宣传和和其它玩具批发商、经销商建立联络、签署协议。
- 我企业将会在西北部分城市建立销售点，实施就近标准。哪儿需产品，就能够在最近销售点购置。
- 建立企业网站，主动开展网络营销活动，适时建立电子商务。也能够经过电话和传真订购业务。

其销售渠道以下图所表示：

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/158043134114006114>