



第六届“挑战杯”创业大赛



Managed Education

指导老师：王文君

《Managed education》创业计划书

目录

一、执行总结	4
1、公司	4
2、市场	4
3、组织和人力资源	4
二、托管教育背景	5
1、“托管教育”研究的社会意义	5
2、项目的社会背景	5
3、托管教育出现的意义	5
三、市场机会	7
四、公司战略	8
1、公司的总体战略	8
2、发展战略	8
五、市场营销	10
1、总体营销策略与目标	10
2、服务	10
3、价格	11
4、分销	12
5、促销	12
6、田园式教育	13
六、投资分析	15
1、资本结构与规模	15
2、资金运作	15
3、未来五年费用列支预算	16
七、财务分析	17
1、主要财务假设	17
2、损益表	17
3、现金流量表	17
现金流量表	18
4、资产负债表	19
八、管理体系	21
1、公司性质：有限责任教育机构	21
2、组织形式	21
3、部门职责	21
4、创新机制	22
九、机遇与风险 SWOT 分析	23
1、机会（Opportunities）：	23
2、威胁(Threats)：	23
3、优势（Strengths）：	23
4、劣势（Weakness）：	23

5、潜在的风险.....	23
6、机遇.....	24
十、附录.....	25
1、调查样本：	26
2、调查结果统计表：	27
3、调查数据统计及其分析.....	28
十一、附录二.....	34

一、执行总结

1、公司

公司名称为“托管教育有限责任公司”英文名为“managed education company”

Managed education 译为：托管教育,这是一个服务性质的公司。所谓的“托管教育”，就是将照顾孩子和帮助他们成长相结合的服务性公司。

面对日益激烈的国际社会竞争，国际上的很多国家都开始改变国家教育的机制，开始加强对幼儿的教育，加强对孩子全方位的启蒙教育，而我国却忽视了幼儿教育的重要性，从长期发展来看，这在某种程度上会削弱我国在国际市场上的人才竞争力。为培养复合型人才，公司主要针对工薪阶级的小孩，提供安全、舒适、特色化的田园教育，把孩子送到我公司就等于为孩子开拓了广阔的未来。

本公司是为祖国未来阳光一代提供服务的教育型公司，所以公司本着面向国际化的理念，不断地改进服务质量，拓展市场，扩大规模，创造成都首家针对小孩培养的大规模特色服务公司，努力发展为全国权威性的幼儿教育型公司。

2、市场

近几年中国以飞速的发展，中国的市场经济化已经越来越明显。

根据相关的调查，有小孩的家庭中双方都在工作的已经不再是少数。同时，中国从 1978 年实行计划生育到现在，绝大部分的都为独生子女，国家在控制人口的同时也使很多小孩被独自放在家里，由于缺少父母的关心和照顾，以及各方面的启蒙和指引，导致很多问题小孩的出现。因此，从小培养小孩的个性是个十分重要的课题。

而这个问题的被注意,致使很多以此为借口的鱼龙混杂的托管班。而正规、权威、全面的托管教育在中国市场上几乎是一片空白。因此,这样的市场潜力和发展潜力是非常大的。

3、组织和人力资源

公司是服务性的,而且是针对尚无独立思考能力的小孩,因此,公司的人员的素质必须得保证,才能为小孩树立好的榜样,为小孩的成长提供良好的环境。所以,公司团队成员的学历一般为本科以上学历,且接受了良好的高等文化教育和高尚情操的熏陶

二、托管教育背景

1、“托管教育”研究的社会意义

“托管教育”是在教育研究项目所收集的有关孩子发展相关资料的基础上,进行的“有效教学研究项目”。进行“有效教学研究项目”的主要目的是确定基础阶段最有效的教学策略,并把这些策略加以推广应用,最终达到促进孩子在知识、技能和人生态度方面的发展,确保孩子发展有个良好的开端,坚决摒弃社会误导孩子谋暴利的不良培训机构的行为。

2、项目的社会背景

随着中国的城镇化建设速度加快,大量的农民涌入城镇,他们成天忙于工作,无闲暇时间照顾子女,更无时间与精力关心孩子的学习与思想教育。另一方面,由于中国实行的独生子女政策使他们对子女

的成长与发展倍加重视。因此他们渴望将对子女的教育责任转移给有资质且能带给孩子爱与学习帮助的机构，以致他们不再担心孩子的教育问题，他们也就能专心工作了。

A、随着人们对托管教育的定位——教育的补充。托管教育不再是单纯的看护，而是保教结合。在看护的同时丰富孩子的世界，培养并提高孩子们的综合能力成为了广大父母共同的呼声。在国外，各个国家也纷纷制定了旨在提高托管机构教育质量的课程指南和相应的文件。如，美国幼儿教育协会制定了具有方向性的“高质量的托管机构教育认可标准”，表明托管教育已经提升到了政治的舞台。而我国这片空白也应该开始填充。

B、据国际化研究表明，公共机构托管教育越有效地使用教学方法，对儿童认知发展和良好性格的形成越有帮助，所以实质托管教育提供的具体服务质量决定了孩子的利益。从 20 世纪 60 年代到 21 世纪，人们努力追求一种“超文化背景”的课程模式，也就是所谓全能性综合能力模式，所以现代中国的课程教育已经不能满足社会发展进步的需求。

3、托管教育出现的意义

一个新事物的发生，必定有他的必然性。

A、随着时代的进步，现代父母承受的经济压力越来越重，用于照顾和教育孩子的时间明显不足，加上社会安全的日趋复杂，车辆的增多和治安的恶化使得家长不放心孩子独自在家，因此催生了家庭学校以外的孩子第三归宿——托管机构。

B、托管机构主要针对父母都在工作的低龄儿童，一般在 5 岁到 12 岁，主要负责承担孩子在放学后课余时间的安排，以教育的方式丰富孩子们的课余时间，通过一些方式来提高孩子的综合能力，充分解决了父母没时间看管孩子的难题。

由于现在有的孩子多为独生子女，在家享的多是特殊待遇，但他们孤独，因而他们更加需要同伴的氛围。但是学校以学习知识为主，学生自由受到较大的约束，而托管教育机构则更加生活化，以锻炼大家的综合能力为主，因此将有大量的锻炼大家合作和朋友协助的活动开展，让孩子们在玩耍中潜移默化的懂得相处，更能磨练良好的性格，改善个性，培养孩子们坚持不怕苦的精神，取出独生子女身上的“娇惯”二字。这个问题是现在整个社会所必须重视的。

在无特殊关照的同伴氛围中，孩子可以通过相互的教育从而产生较好的生活习惯。很多在家挑食的孩子在托管机构中都会胃口大开，他们并不是天生挑食，而是在家庭中娇生惯养形成的。然而，很多小朋友在托管机构中，受到同伴的影响反而会自觉的完成作业，这是因为孩子们喜欢和同龄人一起生活感到更有乐趣的原因，他们是需要同伴的年龄，同时也因为缺少了家长的过分关注带来了压力和排斥，反而令孩子的各项行为更加的自发的进行。

托管教育中，这里的老师都是有相当的社会知识，他们可以辅导孩子们写作业，能给不会的问题的孩子们提供帮助，比孩子们一个人在家里写作业无奈的神情好的多，同时作业完成后，还可以组织较大的检查较低的同学或者由老师检查，因此节省了家长在忙碌的工作回来还要检查孩子作业的麻烦。

我们设立的托管机构的人员都是本科毕业的年轻学子，对新事物的接受速度较快，和孩子们年龄差距小，心理上的差距较小，更能了解孩子们的内心活动，然后进行针对性的教育和开导。

C、当然还存在一些情况：如家里有老人或者保姆带小孩，但是由于这些看护人缺少必要的教育知识，加上大多老人对孩子的溺爱，孩子会因为缺少良好的氛围而养成诸多不好的习惯，因此家长会选择将孩子送到有专门文化知识和接受高等教育的托管机构，在相关老师进行指导下和同龄的小朋友一起互动学习和做游戏，以形成良好的学习习惯

三、市场机会

1、虽然现在中国市场上已经出现了相关的托管班，但是当前托管班鱼龙混杂。正规、系统、专门的托管机构却是空白一片。据调查分析：目前的托管教育主要分为四种形式。

A、简单的托管，反正只要不出事情就是了，送来的孩子根本没有什么引导性的活动，更不要说教育了，其托管人本身的素质就不是很高。

B、学校教育主管部门办的课后管理班。类似自习室，一般由退休教师看管，主要维持一下纪律，以保证安全为主。或者是学校安排的晚自习等，由相关的任课老师负责。这样的好处是价格便宜，但是比较死板。不仅时间短，看管效果也不理想，同时孩子缺

少了很多自由。

C、以邪恶培训班附带办的托管班，这样免去了家长奔波之苦，培训托管两不误，而且往往是交了大量的培训费之后，托管费至少象征性的收一些，当然托管效果可想而知。

D、一些社会人士自己办的专门的托管班，这种托管的费用可能要高一些，但是一般服务比较灵活，可以负责学生的基本学业和吃饭问题，但是因为办此类托管是为了谋取暴利，所以在锻炼孩子的综合能力方面比较缺乏。

2、正规化的托管机构的严重缺乏，因此社会大力呼吁正规的托管教育机构。

当前工商部门审批项目还没有专门针对托管教育的业务内容。因此，如上几种情况，可以了解到，大多数的托管机构要么无照经营，要么打政府的擦边球，注册“教育咨询公司”或者“家政公司”。如果按照教学场地的要求，绝大多数的托管机构都是不合格的，因此正规化的托管机构的建立，根据经济市场的自动调节，可以使不正规的托管中心不攻自破。

3、缺少独立的经营内容，多数是学校教育的延伸，所以独特的教育模式将是托管教育机构生存的必要条件。

从现在培训班的泛滥可以看出，目前中国市场的托管机构大多数主要负责看管学生放学后或者假期的生活，但是大多数的托管班并没有分清“托管”和“培训”或者“家教”的本质区别，依然把学习放在最重要的地位，缺少独立、富有特色的经营内容和教育模式。

将托管教育真正意义上的扩大到孩子们户外活动的世界，增大情商教育以及生活技能方面，才能真正达到托管教育的目的，真正让学生的课外生活回归到快乐、健康的本质，让他们过着开心的课余时间，拥有丰富珍贵的童年。

4、托管教育随着国家减压减负教育政策的实施而产生，出现已经有近三年的时间了，但是就发展的现状来看，该行业还处于起步阶段，有的地区还只能算萌芽阶段。从发展规模来看，全国各地相当一部分的托管服务机构或组织都属于作坊式经营，存在配套设施不齐全、管理不到位、师资力量薄弱等问题，有的甚至是离退休教师和社会人员，很多辅导老师连教师资格证都没有，这就要求少儿托管教育必须科学化和规范化。因此，发展前景是非常广阔的。当然，为了尽快步入该市场，并采用连锁的方式在某一地区，甚至跨地区经营，就必然需要投入了大量的财力、人力及物力等资源。

总结：从上述市场机会中，在这个刚刚起步的市场上，市场机会和潜力是相当大的，然而要在托管这个市场上真正的站住脚，稳住步伐，其经营模式将向最优化方向发展，其各项策略就必须全面化，服务周到化。

四、公司战略

1、公司的总体战略

在 5-7 年内成为成都地区较正规并有一定口碑的服务性公司，在所在的范围内树立良好的品牌，并扩大到全国城市，

将托管教育同企业一样全国规模化。

具体措施如下：

A、首先，公司必须做到正规化和正统化。包括有正规的场所，有正规的营业执照，有相关机构的证明和接受教育部的检验。同时，相关的老师必须是接受了一定的高等教育，在正式工作之前进行了正规的综合能力的培训。

B、其次，以人为本，达到双赢，就是针对个人品质以及公司信誉的检验。针对每个工作人员，必须具有绝对的责任感。针对我们的客户，我们必须百分百对他们负责，也就是对孩子们的前途负责。

而对于我们团队，当然对此次项目也有相当的兴趣。我们这个团队是自发组织和讨论，具有的绝对的信心和对此项目的热爱，并且当公司具有巨大社会影响力的时候，那必将是社会服务事业进步的又一个标志。

C、应家长要求，对不方便进入托管教育机构少数孩子给与特殊的服务。如，可以带上部分孩子上门服务，让孩子感受同伴的快乐同时忘却现实的伤痛等。

D、独特，特殊的服务方式。

2、发展战略

初期：1年之内

A、本着诚信为本的原则进行宣传，主要以优质的服务树立良好的社会口碑，形成企业的无形资产。

B、根据我们的宗旨，试点性地进行

测试，以最好的计划模拟经济市场现状，进一步的了解市场具体形势。在半年后进行总结大会，进行家长反馈信息，以及计算成本和收益、总结前半年的经验、综合各项指标、得出相关的重要数据，对下半年的具体措施进行增添或改进。在降低成本的同时，保证托管教育的高效。

C、下半年，将是继续试运营阶段，在继续上半年优势的同时，不断探索对孩子有针对性的管理模式和锻炼项目。对大型的锻炼项目必须有相对的规划，组织大型的户外活动，让孩子们更好的贴近生活，贴近大自然。同时确保各项设施的安全以防各项意外发生，确保活动的顺利进行。

中期：（2-3 年以内）

在最初的一年积累了口碑，将市场扩大化。

在成都片区进行铺设，进行托管连锁。同时在经营中不断的总结经验和改善不足之处。

在中期，争取在成都片区具有稳定的正规的托管教育服务机构。

长期：（4-7 年）

在进行了四年的经营后，具有了丰富的经验，形成良好的管理机制和高效率的工作程序，以成都为根据地面向全国扩展，以最快的速度完成上市。

策划推广策略：

A、进入一个新的城市，必须以最有经验的师资进行领头。在不是很熟悉的城市，首先进行常规工作，选址、调查。

B、利用四年积累下来的案例和资金，可以进行大规模的

宣传，让当地客户以最快的速度了解公司并取得他们的信任。

五、市场营销

1、总体营销策略与目标

总体营销策略：营销方式主要采取媒体宣传（以电视广告、报纸广告为主）、车体广告、网络宣传、传单等宣传手段相结合，让社会与家庭对我们“Managed Education”公司有一个整体感知甚至全面认识，从而打动广大家长的心，逐步得到社会的注意和认可。最终实现在广大家长和社会中树立企业形象，打通市场，占领一定的市场份额。

在营销方式上，尽可能的实现营销策略多元化。前期可以通过发放传单与车体宣传甚至媒体广告相结合的营销方式，旨在让大家深入了解我们“managed education”公司：即它是以一种全新的、别具特色的、集托管和教育及培训服务的公司；公司将以其独特的经营理念、人性化的服务和温馨的学习生活环境吸引家长的眼球，为孩子提供优质的服务，最终占据一定的市场份额。同时我们根据对该种行情的调查和分析，制定近期和中长期的销售战略。

短期，通过广告着力宣传公司先进的硬软件配置、过硬的专业化人力资源、优质的人性化服务等特色，建立口碑和品牌效应，打入成都市场和开发潜在的市场，最终实现市场规模的效益化。

中期，凭借公司在最初的企业硬件与软件实力，在整个成都市场上实现 Managed

Education 向纵深方向发展，进一步提升自己的企业品牌效应，站稳脚跟，稳扎稳打。

远期，以优质的个性化服务经营战略和过硬的品牌效应以及充足的资金保证，涉足省二级，三级城市，省外城市，最终推向全国市场。

2、服务

1、市场定位。

“Managed Education ”本着“城市教育”和“田园化教育”的教育宗旨和温馨人性化的服务理念，区别于一般单纯的托管和家政服务机构。在学前教育的社会福利性质的年代，人们没有多少的选择权利，特别是社会主义市场化后，家长有了完整的选择权，市场的要求就是我们“Managed Education ”努力的方向；家长的心愿也就是我们“Managed Education ”奋斗的目标。目前市场上的幼儿园，要么就是对市场反应迟钝的公办幼儿园，要么就是误解该市场竞争的民办幼儿园，它们片面地夸大了自主开发教育资源对形成竞争优势的作用。由于他们的缺点，使得他们逐渐地偏离市场的要求，而“Managed Education”是在汲取以上幼儿园的精华的同时，去其糟粕，形成了我们自具特色的经营方式和个性化的服务，专门服务于放学后闲暇时间的幼儿的托管与教育工作，为他们自小的全面发展打下基础。

2、个性化服务。

我们“Managed Education”公司本着“田园化教育”的教育宗旨和给孩子温馨人性化服务的服务宗旨，制定了一套具有世界先进水平的幼儿托管和教育的个性化服务和运营机制，来满足各种各样的孩

子的智力和生活需求：

①我们“Managed Education”公司拥有具有脑生理学，儿童教育学，营养学，保健心理研究等多学科的专业人员，组成了幼儿学习、生活的评估系统和教育测评系统，并根据每个孩子的不同个性和具体发展情况制定不同儿童最佳的教育和培训方案。

②采用现在国际上先进的 DIY 儿童立体培训方法，有助于培养儿童的空间想象，形象思维能力，以现实生活为创作之源，再现生活场景，特别是田园生活为主的方式，将复杂绚丽多彩的社会生活进行浓缩，通过孩子自己动手，发挥想象力来制作，组装，以开发孩子的自信心和从小自己动手操作的实践能力。

③特别引进源自于德国的 LASY 创意教育课程，LASY 是迄今为止的唯一的一套比较系统和深入地发展幼儿的思维构架能力和想象力，还可以让孩子在学校学习基本技能和模仿构建能力的同时，也允许他们自由发挥想象力和创造力。在实际的操作过程中，手脑并用，刺激孩子左右脑的开发。

同时 LASY 创新教学课程能培养孩子的智商，情商等，充分的拓展三维空间思维体系的想象力，使孩子们享受了“玩中学，学中做”寓教于乐的创意乐趣。LASY 儿童智能训练创意教学课程分为各个阶段的班级，不同的年龄段实行不同模式和体系。

④ “Managed Education”

本着田园化教育的培养理念，教学场地全部以田园化的装饰和布置，为孩子们创造一种温馨，人性化的具有浓郁的乡村田园色彩的学习和生活氛围。同时还配套真正的田园示范区，以提供给孩子们学习和生活玩耍使用。从小培养孩子们热爱乡村，保护环境，尊重劳动者的劳动成果的品质。

⑤ “托管教育公司的每个职工都是托管教育场所的营销代表”，所以展示我们公司高素质的幼教老师的专业水平是十分必要的。同时，我们系统，专业化的经营模式，管理模式将是公司有条不紊走下去的保证。

3、价格

1、价格策略

根据市场调查的相关分析，以及我们公司的特殊性质，经过综合评估，我们采用的方法为价值定价法。

首先，“Managed education”是属于一种全新的服务型公司，在中国市场上，尤其是成都市场上几乎处于空白的、新型的、完全特有的一种服务性机构，并且我们追求高品质的、优质的、相当具有人性化的，并且是针对幼儿的一种服务，他用来满足孩子们的生活学习需要以及家长们的需求，让广大家长和社会充分认知我们服务的价值，这样正是认知价值定价法的依据和基础。同时我们公司作为成都首家别具特色和个性化的托管教育公司，为孩子提供绝对田园化的教育和情商培养。

其次，虽然“Managed education”起初投入成本较高（预计

总资产 500 万元), 营运期间所产生的突发性风险会导致成本的增加, 但又考虑到市场竞争的要素和广大父母及社会对我们还不是充分的认知, 我们放弃了较高定价法 (憋脂定价法,) 而是采用初期的价格定位法。

最后，作为一种新型的托管教育股份有限公司，可能会有初期筹资的困难和市场营运的风险，而一旦成功后，就会有可能会出现模仿者，会直接影响到市场的占有率，而我们作为在幼儿托管教育的领先者，和行业本身的性质，我们在这里主要在采用认知价格定价法的基础上，将费用略高于现在社会上一般的托儿所或者家政，以保证我们以后有足够的资金来正常运营公司。

2、定价依据

（1）兼顾成本的定价策略：不管是采取认知价值定价的方法还是其他方法，都要考虑到公司的成本问题，旨在以后公司的正常工作需要和一定利润的保证。因为我公司是服务类的企业，在短期类不能收回成本，因此使资金回笼相对困难，短期上运作比较困难，因此，在公司试运营阶段，采用多种效率较高的营销手段，使“Managed Education”能迅速被市场所接受，打开市场，增加生源，使成本在生产早期过程中进一步下降，但是同时要达到良好的销售效果。为达到最终低成本，高生源及让社会对“managed education”的服务价值有一种感性和理性的认知的目的。

（2）基于市场的定价策略：虽然我们公司是市场上的新型特殊服务性公司，传统的托儿所和家政服务公司等以及社会对我们的非充分认识已经形成，这些因素对我们来说都是直接或者潜在的竞争。先期定价主要考虑到市场的需求（或者生源地的的大小）与社会对我们的认知程度，我们在定价方面考虑两者中的一个均衡点，并将价位定在社会与公司都可以接受的范围之内。

为此，我们团队曾在成都针对工薪阶级做过相应的市场调查，当被问及我们提供优质而别具个性的服务托管教育体系，作为父母的工薪阶级可接受的范围（见调查分析表）70%的被访者回答是提供的服务而定。可见家长对品质的要求很高。

在针对市场需求，真实成本，以及客户体系结构的服务价值和竞争对手都进行了相对准确的分析后，根据相关经济原理可以得到如下定价清单：

“Managed Education” 收费清单（按月计算）

规格	成 本			收费（小时）
	运送成本	营销成本	固定资产折旧	
	8000 元	15000 元	1200	120/h

4、分销

初期，由于 Managed

Education 资金短缺和潜在的市场竞争压力，我公司采取单独经营的模式，即没有中间商也没有连锁经营，主要通过自己的行销策略免费将我们自己的服务送到广大小朋友的身边，让他们感觉到公司直接服务的温馨与人性化接待。

中后期，随着前期企业品牌信誉的软实力和充裕的资金支持，开始实行连锁化经营，“流水线”管理，总部与分支机构各自明确责任和分工明确，努力做到总部与分支机构的信息、技术、管理的沟通和交流顺畅。同时，我们还考虑与相应的幼儿园建立长期的战略联盟关系，与公司附近的幼儿教育机构处理好放学后小朋友们的接送和交接程序，建立完善的校企联合系统，实现双赢。

5、促销

1、电视

电视的广大覆盖的目标消费者最广，传达的信息最直接。它可以通过图像，声音同时的传达，能够在最大程度上刺激广大父母，使企业形象被广大父母所接受，从而达到最初的期望，进入市场。网上资料显示，电视广告投放的增加，在广告市场上所占有的比例扩大，一度达到 41%，因此，电视广告将是我们“managed education”步入成熟期推广重要的一步。

1、户外广告

由于初期的期望是让社会认识了解“Managed Education”的经营方式和优质的服务，初期采用主要采用户外广告的营销方式。户外广告相对于其他广告更具有弹性，高度重复展露，成本低，竞争小的

特点，最近在成都，户外广告，互联网同广告媒介所占的比重都有很好的增长势头。针对我们服务的特殊群体——

幼儿和小孩，我们户外广告可以采取公交车以及公交车上移动电视广告以及繁华地段，人口密集的灯箱广告，所以这两种宣传方式在控制成本的同时也应该能够达到我们的需要的宣传效果。

2、报刊、杂志

报刊杂志具有可信、有信誉、印刷效果好的特点，且更重要的是有效时间长、可穿越性强。同时目前看报读杂志已经成为绝大多数父母在休闲和办公闲暇时间里了解外部信息的重要渠道之一，据了解：富裕程度越高的人，阅读报刊杂志的比例也会越高。结合广大父母的兴趣爱好和我公司的特点，在报纸，特别是在杂志上制作精美的宣传画和海报，在色彩创意上要特别突出我公司的个性化。

3、车体广告

车体广告也是现代大多数幼儿园（特别是二年或三年城市）采取最普通而有效的广告宣传方式，它兼具有户外广告虽然很普通，但是也具有很高的影响力，它兼备户外广告具有弹性，高度重复展露，成本低，竞争小的特点外，还具有高度重复展示的特点，特别是它拥有更强的机动性，可以到大街小巷进行广播宣传，成本低，效果显著。

4、互联网

随着互联网在成都的逐渐普及，人们上网的时间和上网的频率也在迅速的上升，上网人数骤增，它的覆盖范围广，因此，我们要充分利用网络电视，甚至在相关的网站进行广告宣传。同时，我们“Managed education”也要建立起自己的内网和外网，在自己的网站上把公司的特色，个性服务，教职工专业素质，软件，硬件信息公布在自己的

网站上，供上网的家长了解到有关我们的信息。

5、 发放传单

传单是现在社会当中一种最为经济最有效的一种宣传策略，特别是对于像我们 Managed Education 这样正处于萌芽状态的公司既有效又实惠，因此我们将在小区居住地适当发放宣传单，以最快的速度将我公司的良好形象推向市场。

6、 田园式教育

背景：现在大中城市中的小孩，对大自然了解甚少，更多的是呆在家中，虽然他们接受的现代化事物很多，可是却没有土地，对于农产品的概念，根本毫无头绪。甚至不知道我们日常吃得蔬菜，大米是怎么来的，因此推出这样一种让孩子们从小了解生态的模式。

概括：我们将利用一块地，让孩子通过简单的、合作性的劳作，种植一些农产品，比如水果，蔬菜等，让孩子通过亲自动手来了解自己吃的东西是如何来的，让城市孩子走出“无知”的境地，这在某种程度上对孩子的思想有一定的帮助和塑造，对孩子教育的一种补充。

孩子们还可以在本公司认养自己种植的蔬菜水果，定期人家长陪同孩子到公司田园基地进行参观和收获孩子自己的劳动果实，以此达到让孩子从小养成吃苦的精神，热爱大自然，保护环境意识。

六、投资分析

1、 资本结构与规模

公司为有限责任制，注册资本 200 万。资本结构和规模如下

规 模 来源	风 险 投资	公司资金 入股
金额	100	100
比例	50%	50%

2、资金运作

公司成立初期共筹资 200 万，第一年设主点 1 个，分点 2 个。资金主要用于第一年租入提供劳务所需场地，包括房屋和土地，购买教学器具，装饰房屋，支付职工薪酬和各类期间费用。明细如下：

人员安排

岗位	人数
总园长	1 人
教学副园长	1 人
营销副园长	1 人
财务副园长	1 人
各点总负责人	每点 1 人，共 3 人
主要教师	每点 4 人，共 12 人
保健人员	每点 1 人，共 3 人
后勤人员	每点 1 人，共 3 人
保安	每点 2 人，共 6 人
司机	每点 1 人，共 3 人
总计	35 人

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/517131123122010005>