

## 《淘宝乐×淘创意生活用品网店创业计划书》

### 一、网店概要

#### 1、投资安排

资金需求数额 5万元 相应权益 无

#### 2、网店基本情况

网店名称：乐×淘创意生活用品 地址：北京朝阳区 邮编：100000

网店性质 国有 有限责任网店 股份有限网店 合伙网店 其它

网店注册日期：二〇〇八年十月九日

您在寻找第几轮资金 种子资本 第一轮 第二轮 第三轮

网店的主营产业 创意生活用品

3、网店的宗旨：坚定与执着于一个目标——只为您创意新生活而存在。

4、网店简介资料：优质的生活，不一定要用高级品才能营造出来。只要感觉对了，就连一个不起眼的纸箱都会充满艺术性。生活里各个角落都存在着不用心发掘就难以体会的快乐和趣味，在每一次专注与亲自完成的过程之中慢慢地释放出来，逐渐地丰盛、充实了人们的心灵与精神，并且感受到单纯无杂质的快乐。杂货的意义在于那份真心的喜爱与投入，以及发现的乐趣中。一件简单的产品，细细玩味，用心想想，无论清新的色调、可爱的造型、柔软的材质、逗趣的喜感还是实用的生活功能，由这些生活小物件仿佛可以触摸到更贴心也更扎实的温暖感，一如身处在某个温度刚好、清风舒爽、阳光和煦，在此时光除了让自己更愉快之外再也别无它事的悠闲午后。我们一直在想的是，如何不把一件那怕

是最平常，简单的产品当成产品来开发，我们始终认为，产品也是有感情的，喜怒哀乐，自成风格。有感情，有温度的产品才会生动，有趣起来；因此我们将一些充满人性的，有趣的，充满创意的产品与客户和消费者来共享，我们力求可以用最少的钱找到更大的意外惊喜。希望可以帮助消费者感到愉悦。网店为您提供各类创意家居生活用品，是个性、简约与时尚的完美融合，创意的灵感来源于我们对于日常生活细微处的敏锐洞察，在琳琅满目的商品中，最迷人的正是让人大呼过瘾的发现创意，我们相信唯有充满 idea 的杂货，最让人深深著迷。我们给您实用、体贴、幽默的创意商品，为您生活带来奇妙的惊喜。用心的体会吧，你会发现生活真美。乐×淘创意，生活有我，爱家，爱生活！

## 二、网店管理

1、负责人：王×晞

2、经营团队：王×、韩×、魏×、王×影

3、外部支持：牟×老师

## 三、市场调查简况分析

1、伴随着房地产的火爆，其周边产业尤其是家居装饰家居用品蕴藏着巨大的商机。而区别于普通用品的奇趣生活用品，将更符合现在购房主力军一年轻人的消费需求。除此之外，办公室、店堂、汽车等各种生活空间，家居饰品无处不在，亲朋之间，同事之间，单位之间，开业庆典，各种节日时馈赠家饰早已蔚然成风。

我们可以经常发放调查问卷，调研创意家居生活用品在市场的占有率。我们也可以派店员到市场中去生活体验，随时掌握市场简况。

2、目标市场的设定：着重于年轻的消费者群体，年龄在 20 至 40 之间的年轻朋友们，这些消费者会使我们网点的最大客户群。

3、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析：随着网络的发展、电子商务的发展，大多数年轻消费者越来越喜欢网上购物，因为网上购物可以节省购物时间，还可以提供大量的商品让消费者选择，非常便捷。现代年轻人非常适应网上购物这种方式，而且非常喜爱个性化的商品，这对我们的网店有很大的优势，会为我们提供大量的商机。

4、目前公司产品市场状况，产品所处市场发展阶段(空白/新开发/高成长/成熟/饱和)产品排名及品牌状况：市场状况趋于良好，产品处于新开发阶段，经过我们的调查，这类产品有很大的发展空间，正在不断的发展当中。

5、市场趋势预测和市场机会：经过我们对市场的调查，日常用品购买比例明显增高。日常生活用品购买比例的增势今后仍将持续，并最终成为网上购物的主流，因此我们选择这一类产品作为我们的主打商品。

#### 四、竞争分析

1、有无行业垄断：无行业垄断

2、主要竞争对手情况：公司实力、产品情况(种类、价位、特点、包装、营销、市场占有率等)：经过对多家类似商品网店的调查，我们发现，我们的竞争对手还未成熟，他们在一些商品的选择上有明显的失误，我们曾经对一些消费人群进行了深入的调研，他们对产品的要求很孤傲也很特别，经过了这些深入的了解，我相信非常有利于我们网店的发展。目前这些网店的品种还可以，价位偏高一些，包装一般，没有什么自己的个性特点。对我们很有利。

3、公司产品竞争优势：商品DIY，有助于吸引消费者眼球，产品种类繁多，价位低廉，包装精致，有自己的个性特点，为客户提供个性化的服务，多方面满足客户要求，在线咨询帮助客户了解我们的产品。

## 五、网店的主要发展战略目标和阶段目标

- 1、战略目标：一直以来，我们坚定与执着于一个目标——只为您创意新生活而存在！  
不断挖掘创新自己网店的创意个性用品。每月主推几种个性商品。
- 2、阶段目标：寻找合适自己网店的货源保质保量，慢慢深入市场，开发客户。为了提升自己店铺的人气，在开店初期，应适当地进行营销推广，但只限于网络上是不够的，要网上网下多种渠道一起推广。
- 3、进度安排：第一个阶段：挖掘创意几句生活用品，市场调研，分析问卷。  
第二个阶段：淘宝网开店、维护；  
第三个阶段：宣传推广；  
第四个阶段：进入正轨运营网店。

## 六、工程技术独特性：

- 1、做个性：随着社会经济水平的不断提高，人们已经不再只满足于温饱了，更多开始注重生活品味，消费格调也越来越高，追求时尚，注重品质，崇尚个性。而一个美好、温馨、舒适、有品位的家，需要各式各色有装饰性、实用性、观赏性的家居饰品来装扮。我们所放在网店上销售的用品全是选自于生活中比较有个性化的生活用品，用品样子要选择新颖的，当消费者打开我们的网店就可以被吸引住。
- 2、做创意：“拒绝平淡，追求创意”，从来都是“乐×淘创意”前进的方向。在贴吧或生活中发掘一些做创意生活用品的人，请求他们为我们提供丰富的货源。

## 四、已投入的资金及用途

1、进货：主要的资金将用来进货。

2、盈利后有足够存款后将聘请人员专门发开创意生活用品。

### 五、网店目前主要产品或服务介绍

#### 1、产品生产：

资源及原材料供应：各大批发市场、宜家家居等。

产品标准、质检和生产成本控制：本着为顾客负责的心态仔细挑选商品，或发现损坏禁止出售。信誉永远大于谋利。

包装与储运：为顾客所挑选后要售出的商品均用包装纸包好。

#### 2、产品价格介绍及方案：

①定价依据和价格结构：根据消费者价格接受程度，消费者对商品的需求程度，在所能负担的情况下，我们会定出适当的价格。

②影响价格变化的因素和对策：根据市场环境的变化，会对我们的产品或价格产生一些影响，我们会适时地做出决策例如多买多赠等促销手段来应对，不会对网店带来损失。

---

产品名称	价格<元>	用途
------	-------	----

---

smile 水果叉 15 水果叉

smile 搅拌棒 15 搅拌棒

smile 餐具套装 35 餐具 she&he 创意调味瓶 15 调味瓶 smlie 水果削皮器

15 削皮器

用功小人创意台灯	28	台灯		
半球创意调味瓶	15	调味瓶	smilie 开瓶器	15 开瓶器
潜艇随心杯	25	水杯		

3、服务介绍：为您提供各类创意家居生活用品，是个性、简约与时尚的完美融合，创意的灵感来源于我们对于日常生活细微处的敏锐洞察，在琳琅满目的商品中，最迷人的正是让人大呼过瘾的发现创意，我们相信唯有充满 idea 的杂货，最是让人深深著迷。我们给您实用、体贴、幽默的创意商品，为您生活带来奇妙的惊喜。用心的体会吧，你会发现生活真美。乐×淘创意，生活有我，爱家，爱生活！我们店采用跟踪服务的方式，向消费者发邮件询问产品使用情况，参加抽奖活动，征求他们的建议与意见，完善服务。没有自己喜欢的款式，那么可以自己动手做，甚至可以将已经购买的产品按照自己的想法加以改造，或者加上自己的印记，成就感将油然而生。我网店接到订单后将在第一时间与消费者联系确定发货时间。

## 六、网店优势说明

随着社会经济水平的不断提高，人们已经不再只满足于温饱了，更多开始注重生活品味，消费格调也越来越高，追求时尚，注重品质，崇尚个性。而一个美好、温馨、舒适、有品位的家，需要各式各样有装饰性、实用性、观赏性的家居饰品来装扮。我们网店随时更新创意产品，进货方便，交割便宜。利用这些优势我们将不断开发销售产品。

- 1、具备独特性或时尚性：网店销售独具特色或者十分时尚的。
- 2、价格较合理：选择好的进货渠道，使自己的价格可以相对便宜更有质量。
- 3、通过网店了解就可以激起浏览者的购买欲：假冒伪劣商品。
- 4、网下没有，只有网上才能买到，比如外贸定单产品或者直接从国外带回来的产品。



网店初步定位：把创意生活用品网店当作了一个营销平台，而非创意用品企业网店；把创意生活用品网当作一个第三方网店，主要营销推广某公司的产品，这样更有利于销售。

网店名称：乐×淘创意生活用品网。

网址：<http://shop34949×××.taobao.com/>

营销模式结构：创意生活用品电子商务网店+网店（淘宝、易趣、拍拍）+博客（网易博客、新浪博客、搜狐博客）。

### 核心营销运营模式

用户会员制：会员制度虽已陈旧，但它却是一个营销网店的核心部分，是网店与会员交流、交易的纽带。会员制度能否成功运作是检验一个营销网店成功的标准。从Web2.0角度设计会员制度：活跃用户、增进交互、激励消费、黏着用户。

1、用户主动性：让用户体验很自然、很自由，用户可以随意浏览产品，并对产品发表自己的看法和评论。

2、用户互动性：在网店上设立一个新栏目，提供给用户间交流、探讨、推荐好有创意的生活用品。

3、用户激励性：网店上设立一种积分制，用户在网店所有行为都可以作为积分的标准。如：用户对产品发表评论、主动把自己的保养方法分享给其他用户、购买产品等等。积分可以为用户带来的好处：划分会员等级、特别节日享受优惠或特价、打折、免费赠品等。

产品结构优化：

1、产品展示友好全面：把产品友好的、全面的、清晰的展示给用户，给用户交易前留下良好的第一印象。网店因为自身的产品体系多，从而导致网店整体感觉比较烦乱。现在我们将产品划分成详细的体系，也就是把产品详细归类，每个系列下面多少个/种产品。

2、产品展示以用户为导向：把所有的产品拆开，按照用户目标群划分，也就是以用户为导向，让用户第一时间找到适合自己的产品。

3、产品展示智能化：增设产品和知识搜索框，方便用户使用。

口碑营销：利用用户的宣传，推广我们的网店和产品，用户推荐一个用户可以获得一定的积分和优惠；口碑是最好的营销方式。用户可以推广线上和线下的口碑宣传，其中线上的方式有：把我们的网址或产品页地址通过 QQ/MSN/电子邮件等方式发送给自己的网友、朋友；线下的方式就是通过电话、短信和口头把我们的网店名称、产品名称介绍给自己的家人和朋友。

网店营销模式：淘宝<C2C\B2C> <http://shop34949×××.taobao.com/>，充分利用这些网店从网上获得最直接的买家，同时也就把用户带到了主网店来。（贵在实践，掌握网店交易技巧）。

博客推广模式：充分利用各大门户博客宣传自己的产品和网店，可不要小看这个博客，有的博客栏目每天在线用户几百万人。

### 网店目的及优势

树立全新企业形象：对于一个生活创意生活用品企业而言，企业的品牌形象至关重要。特别是对于互联网技术高度发展的今天，大多客户都是通过网络来了解企业产品、企业形象及企业实力的。因此，企业网店的形象往往决定了客户对企业产品的信心，建立具有国际水准的网店能够极大的提升企业的整体形象。

**优化企业内部管理：**企业网店的建设将会为企业内部管理带来一种全新的模式，网店是实现这一模式的平台。在降低企业内部资源损耗、减低成本、加强企业员工与员工、企业与员工之间的联系和沟通等方面发挥巨大作用，最终使企业的运营和运作达到最大的优化。

**增强销售力：**销售力指的是，产品的综合素质优势在销售上的体现。现代营销理论认为，销售亦即是传播，销售的成功与否，除了决定于能否将产品的各项优势充分地传播出去之外，还要看目标对象从中得到的有效信息有多少。

由于互联网所具有的“一对一”的特性，目标对象能自主地选择对自己有用的信息，这本身已经决定了消费者对信息已经有了一个感兴趣的前提，使信息的传播不在是主观加给消费者，而是由消费者有选择地主动吸收。同时，产品信息通过网店的先进设计，既有报纸信息量大的优点，又结合了电视声、光、电的综合刺激优势，可以牢牢地吸引住目标对象。因此，产品信息传播的有效性将大大提高，同时亦即是提高了产品的销售力。

**提高附加值：**许多人都知道，购买产品不仅买的是那些看得见的实物，还有那些看不见的售后服务。这也就是产品的附加值，产品的附加值越高，在市场上就越有竞争力，就越受消费者欢迎。因此，企业要赢得市场就要千方百计地提高产品的附加值。在现阶段，传统的售后服务手段已经远远不能满足客户的需要，为消费者提供便捷、有效、即时的24小时网上服务，是一个全新体现工程附加值的方向。世界各地的客户在任何时刻都可以通过网店下载自己需要的资料，在线获得疑难的解答，在线提交自己的问题。

#### 网店用品宣传策划方案

1、折价促销：由于网上销售商品不能给人全面、直观的印象，也不可试用，触摸等原因，再加上配送成本和付款方式和复杂性，造成网上购物和订货的积极性下降。而幅度比较大的折扣可以促使消费进行网上购物的尝试并做出购买决定。

2、赠品促销：赠品促销和优点是提升你的知名度；可以鼓励人们经常访问网店以获得更多的优惠信息；还能根据消费者索取赠品的热情程度而总结分析营销效果和产品本身的反应情况等。但千万要注意不要选择次品，劣质品作为赠品，这样做只会起到适得其反的作用。

3、限期供应：“限期供应”对消费者总是具有诱惑。像“特价只剩2天！”这样的促销口号。但“限期供应”要真实，否则最终失去消费者信任。

4、多与其他网店建立友情链接：俗话说多个朋友多条路，在网上可以说是多个链接多个窗口。大家通过交换店铺链接，可以形成一个小的网络，能增进彼此的影响力。尤其是当有人上了首页推荐的时候，你就更是跟着沾光了。而当你也很厉害的时候，别人也能托你的福了。我们将会和兄弟网店联手，比如消费者在我们网店买东西，我们将赠送兄弟网店提供的小礼品，反之，消费者在兄弟网店买东西，兄弟网店也将会赠送我们乐×淘小店赠送的小礼品，其目的是宣传我们小店的商品。

5、利用网络以外的宣传方式。你在网上开店铺了，你的家人知道么？你的同学，你的朋友知道么？一定要在第一时间告诉他们，因为你告诉了100个人，每个人还会告诉更多的人，一传十、十传百、会有无数的人短时间就知道你开店铺了。去校友录里留言吧，让同学们和你分享开店的喜悦。

博客截图：[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_4dd66×3e010×ck59.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_4dd66×3e010×ck59.html)

## 6、市场开发规划

乐×淘创意生活用品自然需要创意的营销，独推极具个性创意的——商品DIY，将其与乐×淘创意生活用品的销售相结合，形成一套独特有效的盈利手段与营销模式。商品DIY，可以让顾客轻松的制作出各种自己想象的、独特的、个性的饰品、家居生活用品，装饰品，深受顾客喜爱。将商品DIY与奇趣生活用品经营结合起来，在传统的营销方式中注入

了更具活力的、更吸引人气的全新因素，将奇趣生活用品的销售提升到一个前所未有的高度。

## 八、风险分析

### 1、资源<原材料/供应商> 风险

乐×淘创意生活用品都是经过店主精心挑选的，集时尚、个性为一体。未来的若干所，个性化将是时尚的主题，但也能找到你所日常需要的生活用品。但本店将为顾客奉献最好、最精、最美的商品，本着提供最经济、最方便的礼品服务的初衷，专门为用户提供一流时尚的生活用品。主要是选好原材料的供应商，建立良好的供求关系，就能够拿到第一手的流行货品，保证网上销售的低价位。

### 2、进货的风险

- ①货源过于单一不是顾客所喜欢的样式。
- ②在批发市场批发的货物出现质量问题，而无法进行退换。
- ③进货人员工作失误。
- ④采购预测不准，超出预算。
- ⑤运货途中出现意外<发生车祸造乘人员伤亡>

### 3、市场不确定性风险

市场占有率是衡量企业发展成功的一个重点。电子商务企业的大部分资金用于商品的采购、库存等，商品的数量完全需要根据市场份额、销售量来确定，通过市场规模、现

状、趋势，网络消费者的需求、状况，价格的定价，营销手段，促销活动；商品的采购、库存管理、安全库存量等方面分析目标市场的选择。

#### 4、研发风险

自己喜欢样式和品种顾客未必喜欢，品种、规格不齐全，产品过于单一会造成一些产品积压，使企业的资金处于经济危机。

#### 5、生产不确定性风险

商品质量是关系到企业生存的关键所在，质量的优劣是提高企业信誉的一个重要因素。由一个消费者至少能影响身边至少 20 个消费者的连锁反映可以看到质量对顾客的重要性，商品出现质量问题，商家应负承担的责任。

#### 6、积压商品的风险

①积压商品使资金不能循环，无进货、补货资金

②积压货物占了一定的库存空间，无法购买新货

#### 7、成本控制风险

主要从资金的投入，商品的成本分析，期间费用，商品的销售利润，预测现金流量表，预测利润表，预测资产负债表，主营业务利润率，总资产利润表，成本费用利润率等方面分析企业的财务状况。

#### 8、资金链的风险

①积压的商品不能卖出而不能得到货款

②不能购买新货，使产品不能更新，顾客失去购买欲望

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/867020144060010010>