



GREEN

2016年11月3号

“避风港”伞店创业计划

小组成员：任青青、许燕贤、陈浪冰
、朱璧如、谢少眉、江潮莲

“避风港”伞店

市场背景

- 1、我国气候类型多种多样。夏季高温爆晒，冬季温和多雨；由此可见，伞的需求量很大。
- 2、创意雨伞这个新兴产业目前在国内市场还没有形成一定会规模。
- 3、年轻人对伞类产品的消费更关注产品的个性感觉，手绘伞更加受到青睐，销量可观。

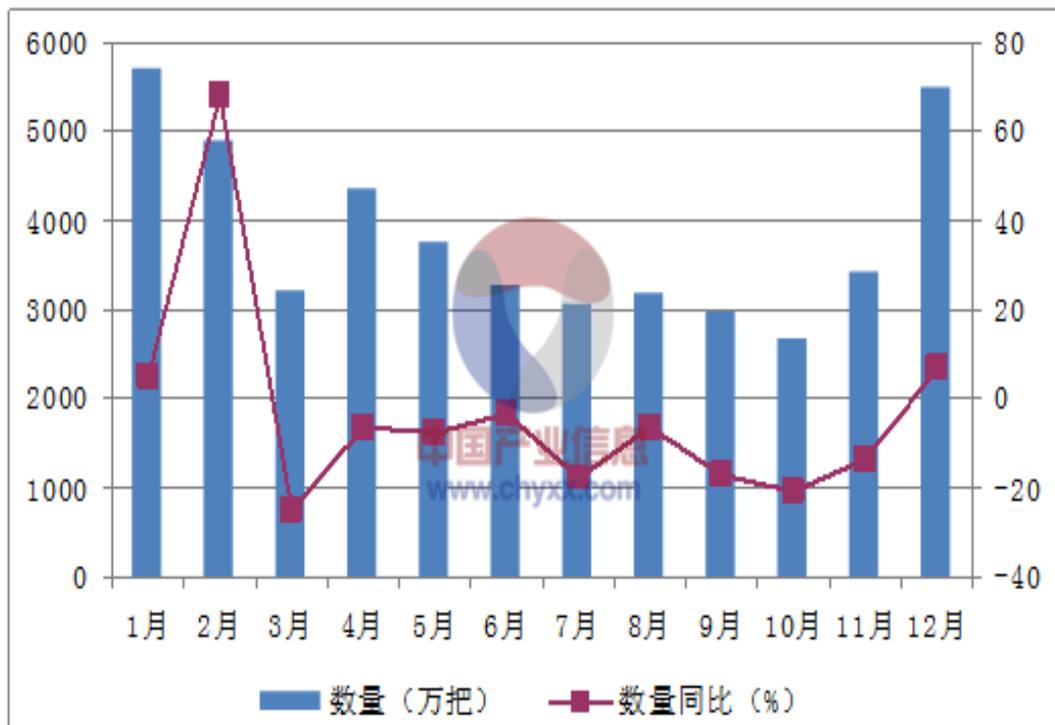


“避风港”伞店

2016 年中国雨伞市场需求特点及需求潜力分析



2016 年中国雨伞需求地分布图



2015 年 1-12 月中国伞出口数量统计图

年出口需求量达到 56000 万把

“避风港”伞店

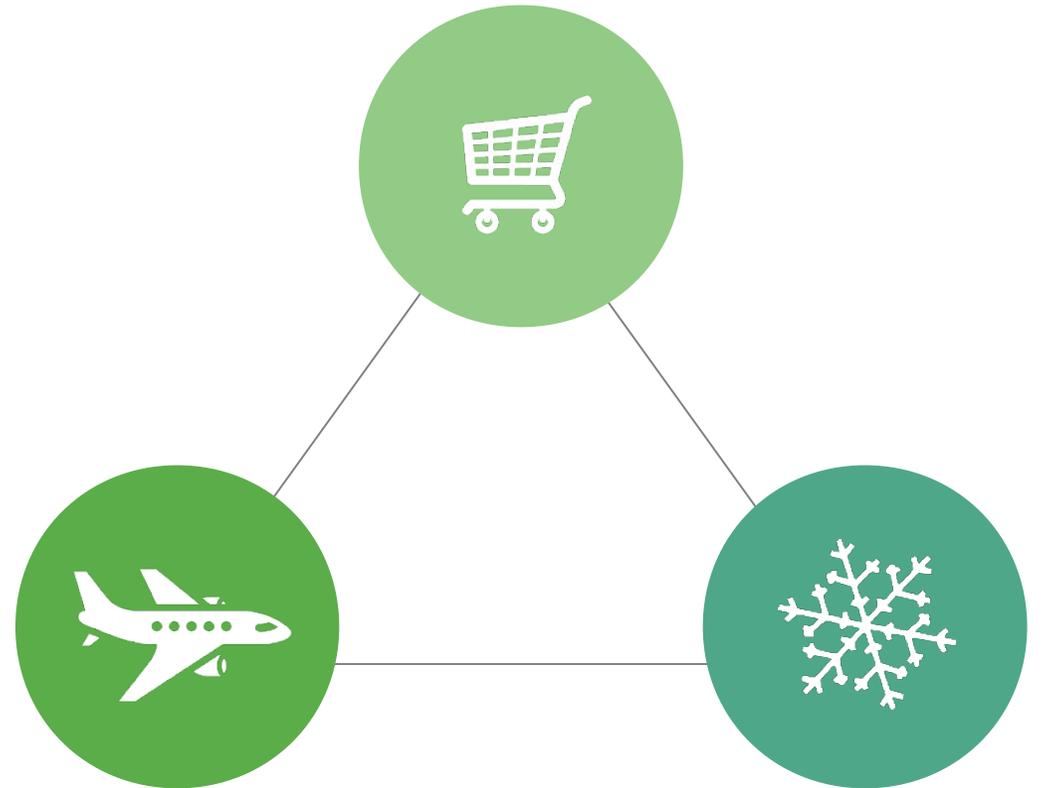


“避风港”伞店

目标定位

1、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”

2、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。



产品介绍



1. 清新个性伞

印花布、素面帆布、透明的 PVC 材料，以及仿古的油纸伞。



2. 实惠耐用伞

防止紫外线伞、儿童伞、拐杖伞、防紫外线服、定制防雨帐篷



3. 独特创意伞

圆形伞，菱形、方形，三角形伞，手提包伞、伞凳、网络雨伞等等

“避风港”伞店

营销策略



01, 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

02, 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

营销策略

03, 宣传策略

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。

04, 促销策略

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。

SWOT 分析

S：优势

创意个性十足，手工制作，研发能力强；以中高端创意兼顾实用型产品为主；产品类型丰富多样，满足各种消费群体的不同需求。

W：劣势

雨伞行业技术含量低下，低档产品占据主导市场，雨伞行业技术革新能力弱，随着人力成本的增加，伞具产品的制造成本也在逐渐加大。

O：机会

国内雨伞需求量最大的地区：如苏浙、珠三角沿岸、海南福建等地，占全国雨伞需求量的 50%。作为世界第一人口大国，中国也必将成为世界最大和最重要的伞具消费市场。
“避风港”伞店

T：威胁

天堂伞占据伞具行业老大，终端覆盖率高，市场占有率远远领先于其他品牌。

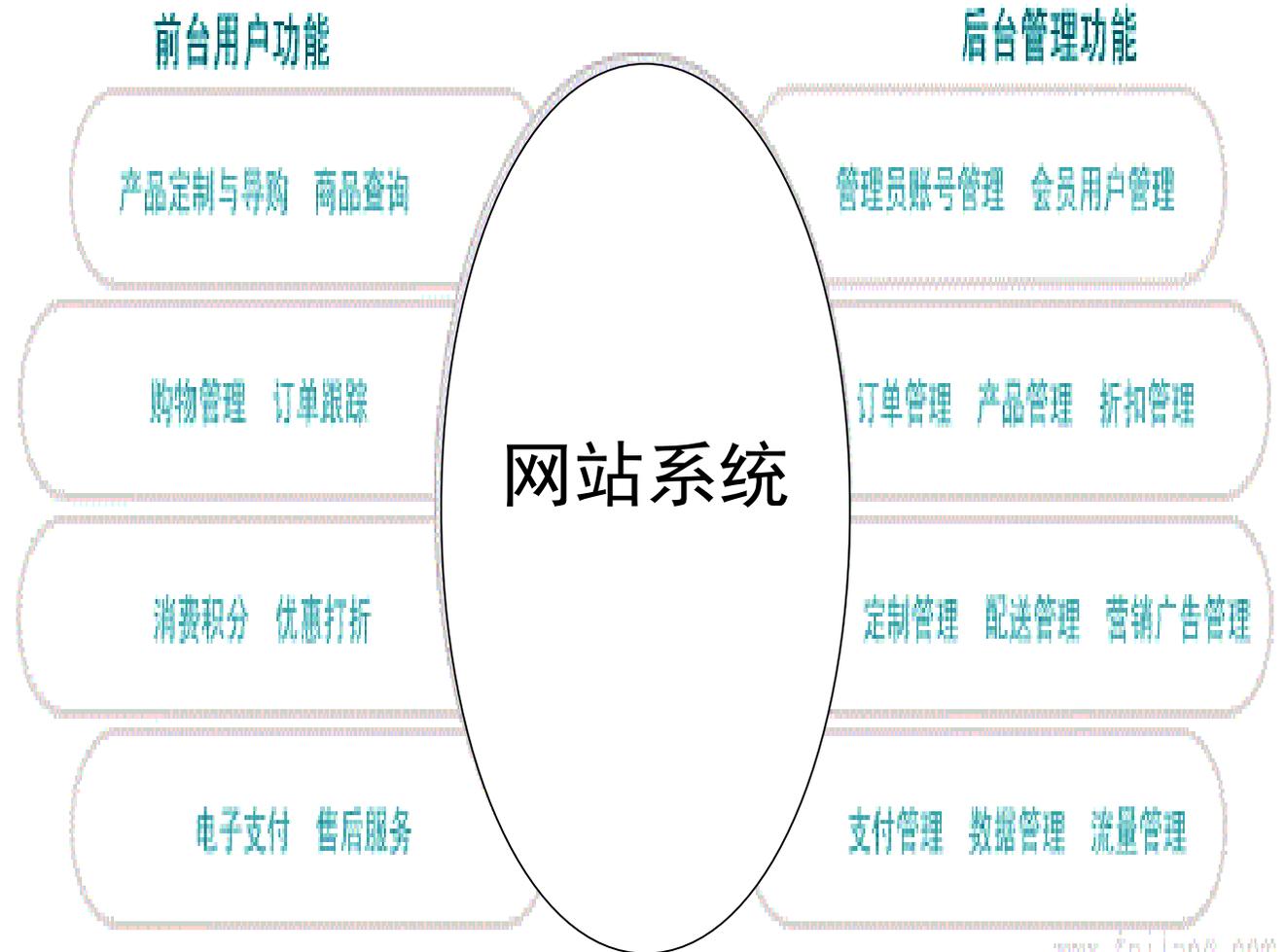


网站规划

1、网站商务规划

以普通青年消费者为主，
主要采 O2O 电子商务模式

2、网站功能设计



www.feilang.com

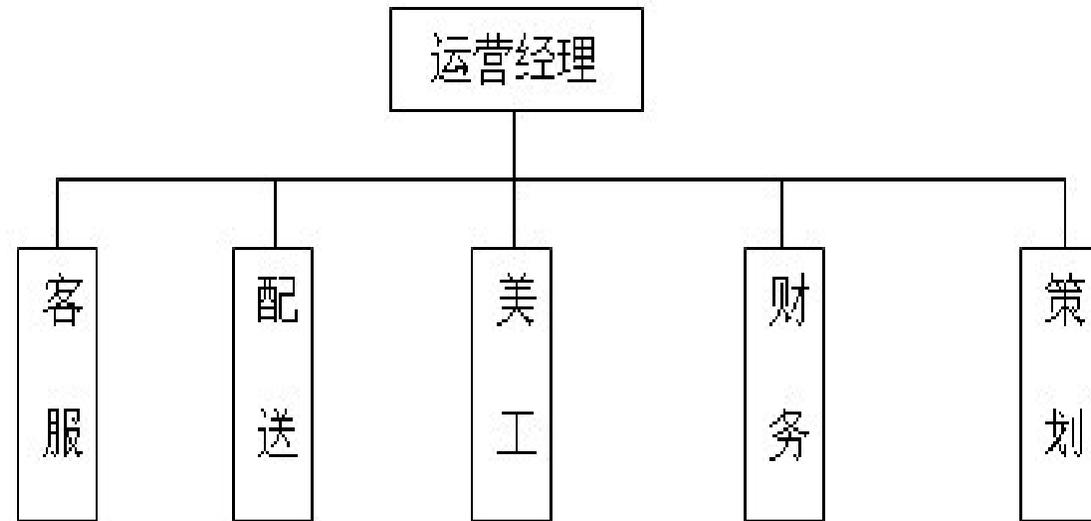
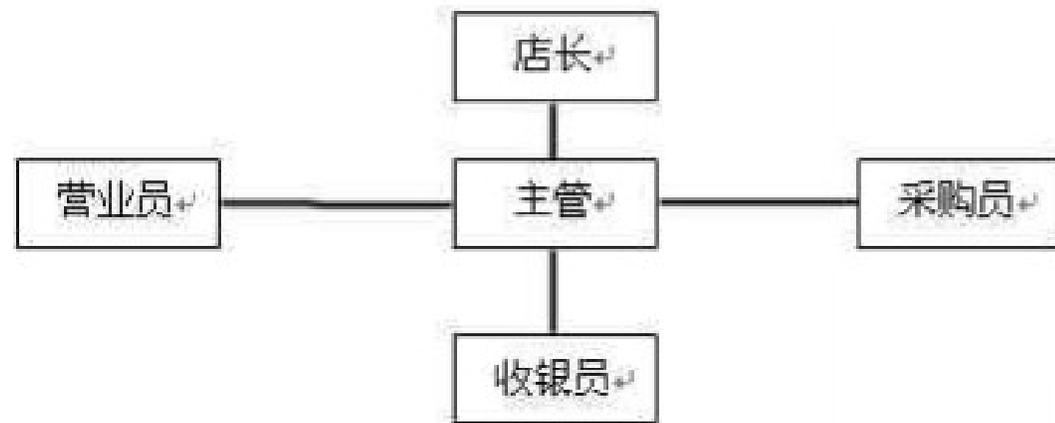
“避风港”伞店

网站规划

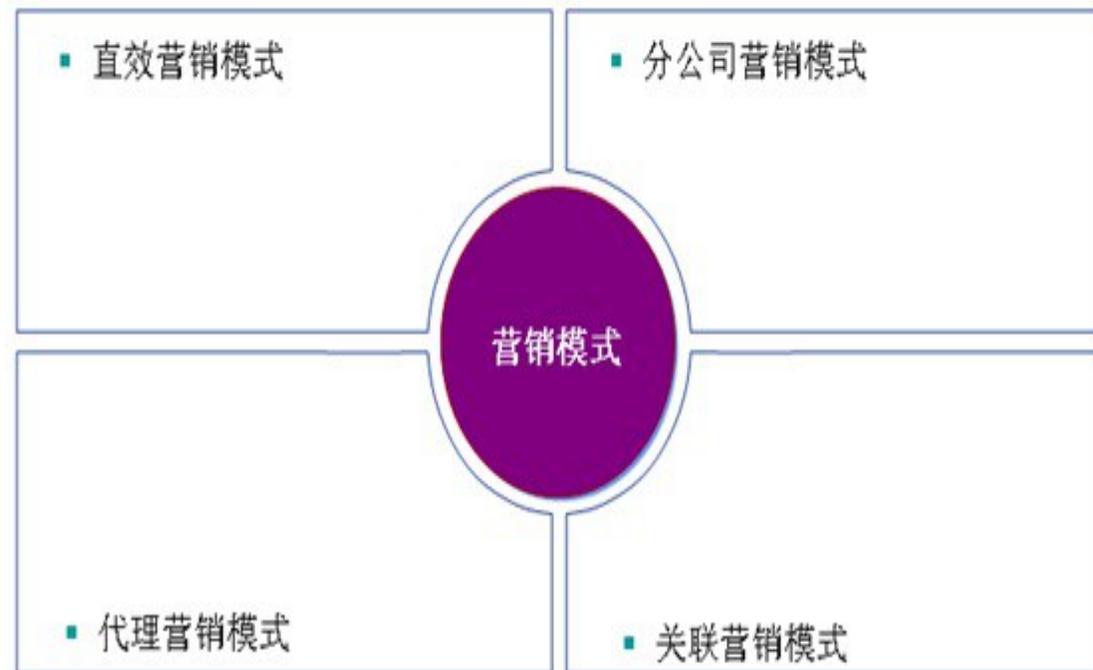
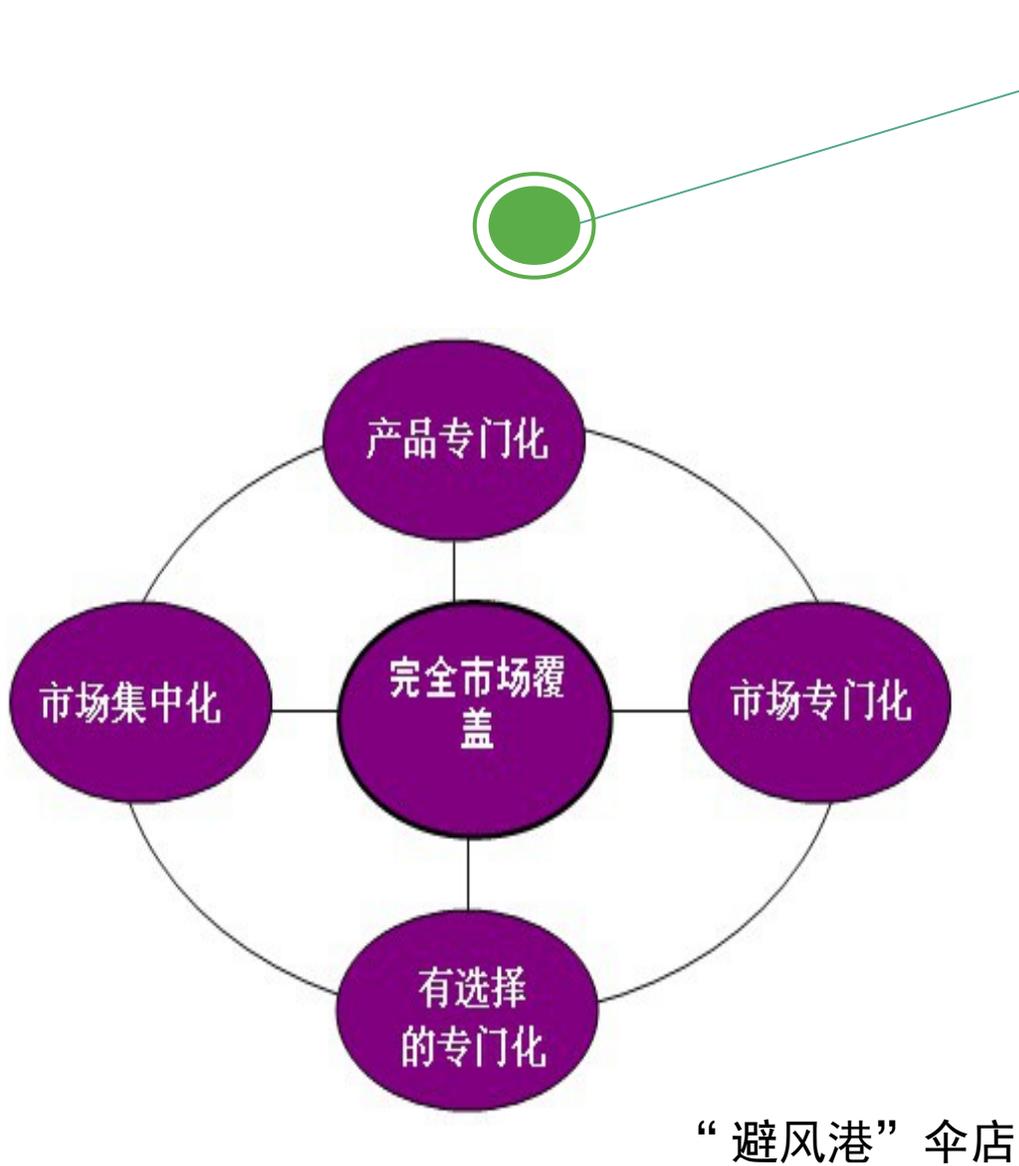
3、组织结构



“避风港”伞店



未来规划



LOREM



愿尽我们所能，做你温暖的“避风港”

Thank you !

“避风港”伞店



· 请在此输入您的副标题

“避风港”伞店