

饰品店创业计划书

背景分析

据我国权威机构对中国女性饰品市场的调查显示!目前我国女性饰品市场人均占有率不足5%!而发达国家一般都在45%左右!其中最高的是日本的东京为98%。就目前而言!可供消费者满意的产品并不多!市场中的产品和店面形式也参差不齐、良莠不分。所以说饰品行业的市场发展空间是很大的。

项目概述

个性饰品店起源于美国!流行于日本!意为风格独特、更具专业化、创意鲜明的饰品店铺。在店铺漫天飞的今天!个性是店铺的灵魂!是店铺的生命。为了区别于普通的女性饰品店!我们将以壁挂、藤编容器等家居小饰品作为经营项目!以专业化和个性化为主导理念!以普通消费者为客户群。我们将采用网上经营的模式!构建自己的饰品店网站!采用"一站式"销售实现经营利润的最大化。以电子互动平台来全面提高产品供销链的上市速度!及时补货!与客户进行充分的交流。经营饰品店的想法源于我们自身对个性饰品!家居装饰的浓厚兴趣!以及饰品行业巨大发展潜力的吸引。我们希望我们的产品--一个藤编花瓶!一副泰式壁挂!一盏贝壳灯具!能为您的温馨小家增光添彩!营造出浪漫满屋的氛围。

一、公司介绍

1、公司经营宗旨及目标

本公司坚持诚信为本!顾客利益至上的经营宗旨。我们会时刻关注顾客需求!以公司网站为平台!为客户提供各种咨询服务。并以市场为导向!保证我们的家居饰品的优质与时尚!满足人们追求个性、简洁、潮流的欲望。

靠薄利多销!走经营流水!凭品质和设计!赚客户认可度!这就是我们的经营之道。也是我们的目标,

2、公司简介

(1)公司名称:格品生活(森鹿、猫田喂山风、喵喵小舍、彩虹屋、Be one、新青年、清风与鹿、)

(2)业务范围:家居小饰品--各式壁挂、藤编花瓶、布质靠垫等。

3、公司管理

(1)管理思想,以质量管理理论为指导!要求人员和产品必须不断完善、学习、成长!同时对经营过程彻底进行再思考和再设计!以便在业绩衡量标准上取得重大突破!完成企业再造。

(2)管理队伍,以总经理为管理中枢!下设产品服务总监!市场营销总监、网站技术主管!财务主管。

(3)管理决策,以总经理为核心召开公司会议!各部门主管参加!共同讨论公司相关事务。

4、团队概述

我们公司的八位创建者都是在校的女大学生!目前均就读与集宁师范学院教育系学前专业。我们有深厚的友谊使我们共同设计出了一套严密且分工明确的管理体系!让大家能够各司其职!各尽其责。

以下便是公司四位成员简介:

(1)职务:总经理兼网站技术主管

业务素质,见闻广博!具有良好的组织协调能力!在我们中具有一定权威性!值得信赖。富于创新意识!乐于接受他人意见!不断调整自我!完善自我。

(2) 职务,市场营销总监

业务素质,具有敏锐的市场洞察力!人际交往广泛!社会人脉发达。表达能力!沟通能力较强!工作认真负责!平易近人。

(3) 职务,财务主管

业务素质,做事踏实认真!工作一丝不苟!小心谨慎。亲和力强!善于敛财!与同事关系融洽!沟通能力较强。

(4) 职务,产品服务

业务素质,工作勤勤恳恳!任劳任怨!始终如一。与供货商关系密切!对家居饰品了解甚多。

二、市场及竞争分析

1、市场介绍

在中国开展电子商务!即在网上开店的时机已经趋于成熟!有眼光的商家已经或正在纷纷建立自己的网上商店。

2、市场机会及环境

网上开店!好处多多!最主要的有以下几个突出的优势,

(一)投资少!回收快!而且无所谓存货!所以特别适合小商店和个人在网上创业。

(二)销售时间不受限制!无需专人看守!却可时时刻刻营业。

(三)销售地点不受限制!小商店也可做成大生意。

(四)网上商店人气旺!赚钱没上限。

(五)我们选择的是适合在网络上销售的是商品。

3、市场竞争分析

(1)项目领域---装饰新潮流,藤木手工画,陶瓷画,陶瓷花瓶等工艺品,柳派手工饰品。

(2)技术水平,国内领先

(3)所处阶段,产业化阶段

(4)专利情况,实用新型和外观设计

4、项目说明

(一)产品优势

此产品系列集生态、绿色、环保、装饰、休闲于一体!壁画直接悬挂于墙上(不占空间)!它外观古朴典雅!美丽动人。

特点:悬挂墙上(不占空间),集格调和情调于一身,简约时尚,外观造型的观赏性较强,市场潜力巨大,绝对价廉物美,物有所值。

新:装饰新潮流!藤木的大学艺术生手工打造!别具一格。

奇:超凡神奇壁画!轻盈悬挂!巧夺天工。

特:材质生态环保,芳香宜人的藤木材质。

(二)行业前景

随着经济水平的突飞猛进!装饰业的日趋兴起!人们对生活、家居品位的追求愈加重视!体现在经济形态中就是与之相关的休闲、居家装饰等行业日显蓬勃发展之势。

这样一幅美丽的充满生命力的彩图,在整个壁画行业里显得特别时尚,结合目前壁画藤木是中国市场的空白,消费需求量是无法想象的,二十一世纪流行绿色环保有品位的壁画。

(三)用途

壁画可广泛用于家庭、宾馆、办公、酒楼、商场、娱乐场所等各类装饰空间。

三、成本及经济效益分析

1、目标市场

销售对象主要集中于有一定消费能力的白领阶层!对生活品质和格调有较高的需求和期望!,喜欢休闲有情调,更加关注物质以外的生活质量。

2、顾客的购买准则

遵守购买时自愿平等,诚实信用原则,用支付宝付款结算,遵守淘宝网的网上交易协议。

四、产品与服务

1、服务细则承诺

凡在大家淘艺购买任一商品的顾客均是本商店的普通会员!普通会员(每花一元积一分)积分达到 800 时即可上升为贵宾会员!贵宾会员积分达到积分达到 1500 分~3000 分时即可上升为钻石会员。普通会员可享受 9.5 折优惠!贵宾会员可享受 8.5 折优惠。钻石会员可享受 7.5 折优惠并提供免费邮寄或免费送货服务(石家庄市三环以内)。

2.大家淘艺将根据客户自己选择的运输方式!免费代办运输。邮寄费用或长途运输费(含保险费)将由客户承担。

3.因邮寄或长途运输而造成的货物损失!大家淘艺不承担责任。

4.为确保订单的有效性!大家陶艺将在客户订单发出一天之内通过手机短信、电话或e_mail确认是否购买!在收到客户准确答复后视为合同生效!货款及其邮费余款应在其2天之内到帐!并在到帐后当天或第二天邮出物品。

5、客户2天内买下多件商品可一起邮寄。

6.如果客户所购的礼品涉及到特殊设计和印刷及其它方面的问题!姐妹陶艺在接到客户订单意向后!将与客户联系并最后商定价格。

风险控制

筹资风险规避的技术方法

首先,充分利用自有资金,加强对自有资金的控管,对各种借支款项要严格审批并及时催收。其次,选择合理的资本结构,即债务资本和自有资本的比例要适当,充分利用债务资本的财务杠杆作用,选择总风险较低的最佳融资组合。第三,注意长短期债务资本的搭配,避免债务资本的还本付息期过于集中。第四,选择多种筹资渠道。例如发行股票、债券、从银行或非金融机构借款、充分利用应付账款、应付票据、预收账款等商业信用。第五、提高资金的使用效益。无论是自有资金,还是债务资金,只有资金使用效益提高,才能保障企业的偿债能力和盈利能力。

建立并维持一个机构来控制信用风险。

、建立专门的信用体系,对客户进行信用评估,从而决定是否提供信用。在进行信用销售之前,要通过对客户的初步筛选,排除掉交易价值不大和风险明显较大的客户,选择有潜力客户和风险不确定客户进行资信调查。调查时广泛利用企业内外部渠道,以确保客户信息的完整和准确;有关客信用信息的收集、使用和维护,应有统一的管理规定和制度,这些规定和制度要明确到具体业务流程中去,并有考核和激励措施;有条件的企业对客户信息管理要实现计算机化,即建立客户数据库,并配备信用管理软件或客户关系管理软件,做好客户的信用调查。由于应收账款大都是企业在赊销商品过程中形成的,因此企业在做出是否对客户提供商业信用之前,首先要对客户的信用情况进行调查,做到防患于未然。主要是对客户的财务报表以及客户以往的业务信用运用恰当的方法进行评价分析。具体方法在其他章节中已作详细介绍。

事后控制

事后控制,即事后处理。该阶段应侧重于加强监控力度。好多企业的拖欠账款是由于履约纠纷造成的,有的是由于签约前对本企业履约能力认识不足或部门间信息沟通不畅,有的确实是未能履约,有的则是客户提出的借口或利用合同中的漏洞。再一方面,客户拖欠账款也是由于我们企业对客户的监控和提醒付款工作做得不够好,

因为客户总是先把账款付给管理严格的公司，你不提醒和催收，客户当然是能拖一天算一天。因此，要控制履约风险应从两方面入手：一方面，加强对客户账款的监控，提醒客户付款的时间越早，提醒的方式越高明，越能及早收回账款，对于拖欠账款则要尽早采取恰当的催收方式；另一方面，企业内部要**协调**好各部门的关系，做好**合同履行**工作，对于经常出现的履约问题应反馈到签约前，做到签约前就注意不再出现类似问题。对账款回收工作要制定考核**指标**体系，方便考核和改进工作，并很容易发现问题所在，及时纠正。

1、加强应收账款基础资料的日常管理，选择科学合理的**收款政策**。建立应收账款详细的档案资料，并实行严格监控。主要是通过从赊销原因、时间、催收方式等方面完善基础资料制度；编制应收账款分析表，进行分析；采用合理的催款策略，其中包括通知客户还款的**剩余期限**、加强电话通知客户的**次数**、委托专业的收款理财机构进行催收。

现金流计划

项目		1	2	3	合计
现金流入	月初现金	0	3360	1954	
	现金销售收入	600	1080	1800	48000
	其他现金流入	8000	0	0	8000
	可支配现金	8600	4440	3754	
现金流出	进货	300	540	900	1740
	物流成本	60	108	180	4800
	包装材料	10	18	30	800
	业主工资	1100	1100	1100	3300
	公用事业费	200	200	200	600
	登记注册费	50	0	0	50
	营销费用	500	500	500	1500
	设备	3000			
	维修费	20	20	20	60
	税金	0	0	0	0
	现金总支出	5240	2486	2930	10656
	月底现金	3360	1954	824	

表 2-1 利润表

编制单位： 年 月 日 单位：元

项 目	行次	本月数	本年累计数
一、主营业务收入	1	500000	
减：主营业务成本	4	260000	
主营业务税金及附加	5	1800	
二、主营业务利润(亏损以“-”号填列)	10	238200	
加：其他业务利润(亏损以“-”号填列)	11	44500	
减：营业费用	14	30000	
管理费用	15	62800	
财务费用	16	17000	
三、营业利润(亏损以“-”号填列)	18	172900	
加：投资收益(亏损以“-”号填列)	19	80000	
补贴收入	22	0	
营业外收入	23	5000	
减：营业外支出	25	2000	
四、利润总额	27	255900	
减：所得税	28	844447	
五、净利润(亏损以“-”号填列)	30	171453	
补充资料：			
项 目		本年累计数	上年实际数
1.出售、处置部门或被投资单位所得收益			
2.自然灾害发生地损失			
3.会计政策变更增加(或减少)地利润总额			
4.会计估计变更增加(或减少)地利润总额			
5.债务重组损失			
6.其他			

资产负债表

会企01表		
编制单位：××有限公司	20XX年X月X日	单位：元

资 产	期末余额	年初余额	负债和所有者权益 (或股东权益)	期末余额	年初余额
流动资产：			流动负债：		
货币资金			短期借款		
交易性金融资产			交易性金融负债		
应收票据			应付票据		
应收账款			应付账款		
预付款项			预收款项		
应收利息			应付职工薪酬		
应收股利			应交税费		
其他应收款			应付利息		

存货			应付股利		
一年内到期的非流动资产			其他应付款		
其他流动资产			一年内到期的非流动负债		
流动资产合计			其他流动负债		
非流动资产：			流动负债合计		
可供出售金融资产			非流动负债：		
持有至到期投资			长期借款		
长期应收款			应付债券		
长期股权投资			长期应付款		
投资性房地产			专项应付款		
固定资产			预计负债		
生产性生物资产			负债合计		
油气资产			所有者权益（或股		

1 定义

2 调整

2.1 总

2.2 日

2.3 日

2.4 披

3 填列

4 编制

4.1 负

4.2 填

4.3 编

4.4 填

