**艺彩装饰公司**

**商 业 计 划 书**

**2010年6月**

**目 录**

[第一单元 标题页 1](#_Toc263789174)

[**一.**公司概述 1](#_Toc263789175)

[二.保密须知 2](#_Toc263789176)

[第二单元 执行摘要 3](#_Toc263789177)

[第三单元 环境和行业分析 7](#_Toc263789178)

[一.市场规模及行业发展 7](#_Toc263789179)

[二.竞争者分析 8](#_Toc263789180)

[三.行业和市场预测 8](#_Toc263789181)

[第四单元 新企业的描述 9](#_Toc263789182)

[第五单元 运营计划 11](#_Toc263789183)

[一．公司运营战略计划 11](#_Toc263789184)

[二．营运计划 13](#_Toc263789185)

[第六单元 营销计划 15](#_Toc263789186)

[一．营销控制 16](#_Toc263789187)

[二．产品分析 17](#_Toc263789188)

[三．推广与促销策略 17](#_Toc263789189)

[第七单元 组织计划 18](#_Toc263789190)

[一．所有制形式 18](#_Toc263789191)

[二. 合伙人股东确定 18](#_Toc263789192)

[三. 负责人权限 19](#_Toc263789193)

[四. 管理团队背景 20](#_Toc263789194)

[五．薪酬制度 20](#_Toc263789195)

[六．激励制度 21](#_Toc263789196)

[第八单元 风险评估 21](#_Toc263789197)

[一、风险 21](#_Toc263789198)

[二. 应急计划 24](#_Toc263789199)

[第九单元 财务计划 24](#_Toc263789200)

[第十单元 附录 29](#_Toc263789201)

# 第一单元 标题页

**一.公司概述**

公司名称：艺彩装饰公司

成立时间：2010年

注册地区：湖北省黄冈市

注册资本：30万元人民币

主营业务：各类中小型商场、专卖店、酒店、别墅、复式楼、写字楼等场所的设计装饰装修以及装饰材料的出售和批发

公司地址：湖北省黄冈市小池镇新顺建材城

法定代表人：李志强

电 话：15898384049

传 真：57218818

邮 编：438000

网 址：http://www.yicai.com

E-mail: [610119412@qq.com](mailto:610119412@qq.com)

艺彩装饰公司成立于2010年，承接各类中小型商场、专卖店、酒店、别墅、复式楼、写字楼等场所的设计装饰装修以及装饰材料的出售和批发。公司拥有独立的制作环境和现代化的技术配置，为客户提供全方位、一体化的专业服务。我公司内部有着严格的管理模式，拥有一批技艺精湛、吃苦耐劳的高素质员工。我们本着对客户高度负责的热忱，提供展示客户自身个性风格的创意，可免去您的后顾之忧。我们将诚信和品牌作为公司生存和发展的基础，拥有一支设计前沿的新锐组团，我们崇尚艺术更追求艺术与商业的结合。我们了解室内设计，唯一的宗旨是我们的付出最终让客户满意和接受。我们的优势是有好的创意和设计组团，能在最快的时间以及最优惠的价格给您满意的方案。

## 二.保密须知

本商业计划书属于商业机密，所有权属湖北省黄冈市艺彩装饰公司。其所涉及的内容和资料只限于已签署投资意向的投资者使用。收到本计划书后，收件人应即刻确认，并遵守以下的规定：

(1).若收件人不希望涉足本计划书所述项目，请按上述地址尽快将本计划书完整退回；

(2).在没有取得湖北省黄冈市艺彩装饰公司的书面同意前，收件人不得将本计划书全部或部分予以复制、传递给他人、影印、泄露或散布给他人；

(3).应该像对待贵公司的机密资料一样的态度对待本计划书所提供的所有机密资料；

(4).本商业计划书不可用作销售报价使用，也不可用作购买时的报价使用。

# 第二单元 执行摘要

**一. 环境和行业分析**

1.未来前景或趋势

2009年建筑装饰行业总产值约在1.85-1.9万亿元之间，比2008年总体增长15％左右，解决了1500万人就业。2010年建筑装饰产业产值增长不会低于15％，形势非常好。

2.竞争者分析

包括外来竞争和内部进入者两方面，外来竞争即目前各地装潢装饰公司，但基本根本满足不了市场需求，因此进入此行业的壁垒很低。内部进入者即掌握装潢施工技术的民工和其他行业潜在进入者，但都有各自的劣势，他们的威胁很小。

3.市场细分

按顾客需求分类，将市场细分为：普通商品房市场、高档别墅市场、商用楼市场、党政办公楼市场。其中，普通商品房是企业首选的细分市场。

4.行业和市场预测

行业预测包括两方面内容，即政治环境和技术环境。市场预测包括机会和威胁。

**二. 新企业的描述**

1.公司概况

艺彩装饰公司成立于2010年；注册资本30万元人民币，银行贷款10万元。

2.产品或服务

为企事业单位、家庭量身定制，提供一流、高质量的室内外装潢设计、装修服务，并根据需要为顾客提供设计、装潢、装饰一条龙服务。

3.组织机构

公司按产品和服务划分

4.人员构成和设备

本公司目前拥有员工9人，其中内部管理人员6人，设计人员2人，业务人员1人。

**三．运营计划**

1．公司运营战略计划

公司成立之初的策略：顾客至上，保证质量。公司的改革遵循公司的根本宗旨和目标，对以前优秀的传统予以继承和发展，对过去的不足进行完善。

2．营运计划

（1）市场环境分析。

（2）国内外软家饰市场对比得知，国内依然有着非常广阔的市场空间。

（3）国内前沿城市软家饰市场发展趋势：“装饰性”投资将逐步加大。

（4）巨大的家居软饰品需求空间。

3.市场细分

按顾客需求分类，将市场细分为：普通商品房市场、高档别墅市场、商用楼市场、党政办公楼市场。其中，普通商品房是企业首选的细分市场。

4.公司竞争战略和商业模式

差异化战略和半虚拟制造模式

**四．营销计划**

任何企业都与市场存在着千丝万缕的联系。企业作为市场系统中的一个单位，需要认识市场，适应市场，进而驾驭市场，这是我们抢占市场份额，实现利润最大化所必须的。根据我们顾客的需求，以及我们产品的特征我们进行了市场细分，目标市场的确定。根据我们的行业预测，我们将制定合理的营销目标，直销、网销等销售渠道。通过刊登广告、发布传单等方式进行促销。而良好的售后服务将是企业能否树立良好的形象，赢得消费者信赖的关键。

**五．组织计划**

1.所有制形式

本公司成立于2010年5月23日，注册资本30万元，公司为有限责任公司，由六个股东共同出资，每个股东以其所认缴的出资额对公司承担有限责任。

2.合伙人股东确定

本公司有6位股东共同出资，柳楠，李志强，王丹，杨文，党玉珠，佟立欣每位股东5万元，按照法律程序组建公司。每位股东以其出资额为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司的债务承担责任的企业法人。

3.负责人权限

李志强出任公司总经理，主管公司发展战略性方向；王丹担任财务主管；杨雯主管设计与研究；党玉珠负责公司营销及采购，佟立欣负责工程项目管理，柳楠担任人力资源主管。

**六．风险评估**

1.市场开拓风险

因此较高的转换成本以及客户已经建立起来的对产品的忠实度会对我们的市场开拓构成一定的威胁。市场规模不大，导致无法形成规模经济，进而更增加了成本，使企业处于不利地位。

2.经营风险

“装饰性”投资将逐步加大。

3.技术风险

我们的技术也会面临着被替代的风险。

4.管理风险

由于公司刚刚成立，很多因素具有不确定性。

5.财务风险

考虑到运营初期需要的资金较大，我公司筹集到了30万资金作为公司初期的投资使用，但是一段时间过后可能会由于经营短期困难而陷入财务困境，无法继续经营而面临破产危机。在公司运营后期，企业可能过分依赖财务杠杆的效果而使用过多的负债筹资，增加企业资不抵债的风险。

**七． 财务计划**

1.我公司的预计资产负债表中可以反映出下列信息：公司的流动比率，即流动资产比流动负债的比例较高，偿债能力较强；现金周转率较高；负债权益比较低，在一定程度上能够避免企业陷入财务困境。

2.从利润表和现金流量表可以看出，从一开始我们公司现金周转率就超过了50%，因此不必担心我们公司的现金周转不灵问题，具有很高的流动性。

3.从流动比率表我们可以看出，我们公司的流动比率较高。对于债权人而言，尤其是供应商等短期债权人而言，流动比率越高越好。

4.盈利能力分析：从销售净利率表中我们可以看出公司的销售净利率较高且保持相对稳定的发展，说明本公司获利情况很好，可以为以后公司的发展吸引更多的投资商和合作伙伴。

# 第三单元 环境和行业分析

## 一.市场规模及行业发展

建筑装饰是建筑装饰装修工程的简称。是为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的物理性能、使用功能和美化建筑物，采用装饰装修材料或饰物对建筑物的内外[表](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006030909330600310.html)面及空间进行的各种处理过程。建筑装饰行业已经成为建筑业中的三大支柱性产业之一，是一个劳动密集行业。建筑装饰行业是随着[房地产](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006011117185900310.html)热潮的逐步兴起，快速成长起来的朝阳产业。近些年来，伴随中国经济的快速增长以及相关行业的蓬勃发展，建筑装饰行业愈加显示出了其巨大的发展潜力，市场增长空间以平均每年20%左右的速度递增。中国建筑装饰材料行业也随着房[地产](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006011117185900310.html)、建筑装饰业的发展得到了快速发展。目前，中国已经成为世界上装饰材料生产大国、[消费](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006052611433700447.html)大国和出口大国。材料主导产品不仅在总量上连续多年位居世界第一，而且人均消费指数已接近和高于世界先进[水](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006030911434300310.html)平。随着中国人民生活水平的提高和综合国力的加强，建筑装饰行业不仅在建筑业中的比重不断上升、作用日益突出，同时在经济发展和社会进步中，发挥的作用也日益重要。加快建筑装饰行业的发展，提高行业整体运行质量，是全面建设小康社会的一项重要内容，充分利用[计算机](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006020516002500416.html)技术和[网络](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006112910003600447.html)技术，提高企业[管理](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006121816220300447.html)和设计、施工的信息化水平，将是实现建筑装饰行业跨越式发展的重要途径。

2008年建筑装饰行业产值达到了16000亿，占[GDP](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006071211340400447.html)达6％。从细分市场来看，国内星级[酒店](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006031013252400437.html)，尤其是高端星级[酒](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006030914353000310.html)店发展迅猛。2008年房地产投资超过3万亿元，商业地产带来的会所、[公寓](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006071912362200447.html)、宾馆、商场的装修市场将急剧膨胀。随着国家一系列文化产业政策的出台，对公共文化服务设施建设的增加将创造大量剧院会堂文化类设施的市场需求。随着上海世博会、广州亚运会、深圳大运会的陆续召开，将催生大量的体育场馆建设及配套建设。4万亿投资刺激计划中十项措施中有5项与建筑装饰行业息息相关，[铁](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006040712003300447.html)、公、基的投资强度势必带动[机场](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006052414380100437.html)、车站等的需求大量增加。[金融](http://knology.chinaccm.com/phrase-2006052917032500437.html)危机给众多行业巨大冲击，而我国建筑装饰业似乎是一个例外。2010年建筑装饰业有望保持15％以上增长。2009年建筑装饰行业总产值约在1.85-1.9万亿元之间，比2008年总体增长15％左右，解决了1500万人就业。2010年GDP增长幅度应该在10-11％之间，建筑装饰产业增长不会低于15％，形势非常好。

预计市场在未来十几年将与房地产业随着西部大开发的进一步深入保持快速发展，直至总体经济发展进入稳步发展时期，本行业也将进入平稳、健康的发展时期。

## 二.竞争者分析

1.外来竞争

目前各地装潢装饰公司基本根本满足不了市场需求，因此进入此行业的壁垒很低。目前几家装潢的创意也不是很好。

2.内部进入者

掌握装潢施工技术的民工基本上已经在从事本行业，但由于管理知识的奇缺，和拘泥于传统的经济思想，他们组织起来创办公司的可能性很小，而对于其他行业潜在进入者，施工技术是他们最大的障碍，又因为民工零散，组织意识不强，并且大多数人满足于当前现状，靠“陌生人”发动的感召力很难说服他们。

综合上面1和2分析，企业的装修作业所面临的竞争主要来自一批零散的民工，和他们抢占市场将是本企业必须要面对的。而装潢设计面临的竞争更小。

## 三.行业和市场预测

全国政治稳定，在中部大开发战略的指引下，安徽省委省政府颁布诸多文件，鼓励非公有制经济以及中小企业的发展。各级市、县政府有关部门制定多项政策，通过各种优惠措施，积极招商引资，兴办企业，大力发展非公有制经济。

目前市内除了刨木机等基本的机器设备，安装、组合等作业流程全靠传统的手工技艺完成，做工精细但效率低下。全市装潢设计专业人才奇缺，少数的设计人员都是“自学成材”，掌握知识不足，综合素质不高。计算机、网络发展水平总体偏低，但正处于迅速膨胀时期，计算机观念深入人心，孕育着电子商务的萌芽并促进虚拟经济悄悄成长。

1.强势：专业的管理人员，专业的设计师，一流装潢工程施工工程师，庞大的顾客网络，较高的市场知名度。企业见效快，成本低，收益高。

2.弱势：管理人员经验不足，市场营销人才缺乏，施工队伍受教育程度低，知识结构不够合理。

3.机会：随着社会经济的快速发展和人民生活水平的迅速提高，挖掘潜在顾客、开发潜在市场的机会越来越多，越来越容易，市场占有率也越来越大。

4.威胁：发达地区同行业的大量涌入，以及供应商垄断或竞争对手通过其他手段造成原材料价格的大副上涨。

# 第四单元 新企业的描述

**一.公司概况**

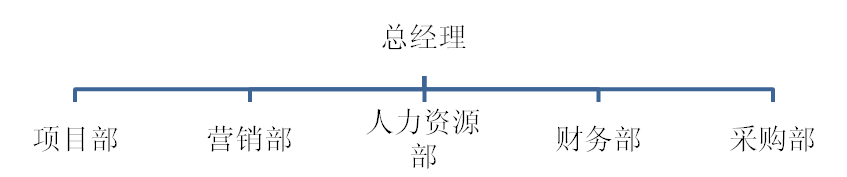
艺彩装饰公司成立于2010年，注册资本30万元人民币，银行贷款10万元人民币。公司致力于成为一家为人们提供多彩生活,引领时尚生活潮流指导人们如何享受丰富多彩的优质生活的专业化装饰公司。公司计划在未来的2-3年内成为本市该行业内首屈一指的品牌企业，在5年内逐渐向全省覆盖业务，最终成为全国范围内具有较高知名度的专业装饰公司为全国人民提供优质生活服务。

**二.产品或服务**

为企事业单位、家庭量身定制，提供专业、正规、一流、高质量的室内外装潢设计、装修服务，并根据需要为顾客提供设计、装潢、装饰一条龙服务，以收取设计、装修、装饰费用为主要业务收入。

**三.组织机构**

公司设立董事会，董事会是公司最高权力机构，负责决策公司的经营方向和发展计划。公司实行董事会领导下的总经理负责制，总经理受董事会委托主持公司的日常经营管理工作。



**四.人员构成和设备**

本公司目前拥有员工9人，其中内部管理人员6人，设计人员2人，业务人员3人，管理人员中大学本科6人，严格实行8小时工作制。

**五. 企业文化**

为顾客提供优质高效稳定的生活环境，用科技引领生产，用技能创造效益，

在企业发展中始终坚持以下原则：顾客至上、保证质量、成本领先、以为和贵，为树立公司良好的外部形象，并营造健康的文化氛围。同时，在业务经营过程中，我们也有严格的规定要遵守（SBC）：

（1）诚信。诚信是我们与客户之间交往的准则，同时，它还意味着保护公司的商业机密。

（2）卓越。努力向客户提供品质卓越的产品和服务。

（3）责任心。贯穿在我们的语言和行动上。

（4）关心。体现在对待员工和对待业务所处的社区方面。

（5）公平。这意味着我们的员工、股东、合作伙伴、客户以及供应商，都要遵守同样的行为准则和法规、政策。

（6）尊重。在与我们的员工、合作伙伴、客户以及供应商沟通或评估他们的反馈的时候，要对他们表明足够的尊重和谢意。

（7）标志。公司员工统一配备工作服，彰显公司形象，工作时统一配备胸卡。

# 第五单元 运营计划

## 一．公司运营战略计划

1.公司目标

公司致力于成为一家为人们提供多彩生活,引领时尚生活潮流指导人们如何享受丰富多彩的优质生活的专业化装饰公司。公司计划在未来的2-3年内成为本市该行业内首屈一指的品牌企业，在之后5年内逐渐向全省覆盖业务，最终成为全国范围内具有较高知名度的专业装饰公司为全国人民提供优质生活服务。

在实现公司最终目标的过程中，公司将势必会遇到各种各样的困难，遭受来自许多方面挫折的打击。为了应对这些挫折和困难，公司必须做好在各个发展阶段的规划，有计划又准备的实施各项措施经营发展企业，使企业一步一步逐渐向着最终目标的方向健康发展。

2.公司初期战略

公司成立之初的时期是整个公司发展过程中第一个关键时期，这一时期将决定公司能否在行业内站住脚跟为今后的发展奠定坚实基础。因此，公司经过对行业及市场进行详细调查和分析后制定了以下策略：

(1)顾客至上。在当前市场环境下，装饰企业数目庞大，企业竞争激烈，同时由于市场管理的不完善造成企业的服务质量参差不齐，存在一些欺骗顾客、偷工减料、以次充好的企业，不仅对顾客造成损失，也损坏的同行业其他企业的声誉。因此，公司将“顾客至上”列为公司的首要宗旨，对于顾客的需求应当尽量按质按量满足，并做好相应的后续服务，及时将顾客的信息反馈到公司，以便于公司随时进行调整相关事务。

(2)保证质量。无论是个人还是企业来说，装修都是一项成本不小同时又是不可或缺的投资。任何人都希望物有所值，在投入大量金钱和心血后能够享有自己所期望的结果，而不是在不断地抱怨和修补中煎熬。所以，公司要求每名员工在工作中必须认真负责按照顾客的要求保质保量的完成，同时对于顾客所考虑不到的后果应当进行详细解释并做好防范措施，解决顾客的后顾之忧。

(3)成本领先。顾客是我们的衣食父母，对于顾客的要求我们不只要保质保量的满足更要替他们分担一些压力。公司应当在尊重顾客和公司利益的前提下，选用合适的材料和服务以最优的性价比满足顾客的需求，主动减少顾客不必要的花费，让顾客的每一分钱都能用于有价值的地方。

(4)“和”。在当前复杂环境下，市场上存在着各种矛盾冲突，公司想要在这种环境下生存，必须构建起自己稳定良好的小环境，避免处于各种冲突的中心。对于行业内的其他企业，公司应当采取积极合作的态度;对于顾客，公司应当主动承担责任，避免与顾客发生冲突；对于政府相关部门，公司也要采取积极主动的配合姿态。

当公司经过一年左右时间站稳脚跟步入正常经营阶段后，除了坚持之前公司的宗旨策略，此时应当开始采用更为积极的市场开拓的策略，通过原有老客户的良好口碑和广告，建立公司良好的品牌形象，扩大市场分额。在这一阶段，公司还应当坚持以下几点：

(1)加强服务质量。通过加强服务的质量，提升顾客对企业的忠诚度，维系顾客对企业的良好口碑。通过顾客的口口相传，于无形中建立企业在行业中的品牌优势。

(2)积极公关。对公众媒体采取坦诚开放的合作态度，为企业建立良好的舆论氛围，积极的宣传企业的形象。同时为企业在应对一些不可遇见的突发事件构建快速的舆论反应渠道，使企业不至于陷入舆论信息被动的地步，为企业解决问题赢得时间和主动优势。

3.公司中期期战略

公司经过2-3年的经营，在本市建立稳固的市场地位后，将经历公司发展生涯第二个关键阶段。这一阶段将决定公司能否进一步发展成一个在全国都知名的大型企业。因此，我们需要在这一阶段建立起完善的经营模式和组织结构。在这个过程中，公司的重点应当由市场开拓转移到企业文化、结构、经营模式的建立、调整和完善上为企业今后的扩大发展奠定物质和文化基础。在这一阶段，公司势必会有一系列的改革，而改革的成败将是公司转折的关键。

公司的改革应当遵循公司的根本宗旨和目标，对以前优秀的传统予以继承和发展，对过去的不足进行完善，对于不符合公司今后发展要求的规章制度、职能部门、经营业务坚决进行撤销、更改和重组，积极构建新的符合组织需求的文化和结构。在改革的过程中，人员的更替无疑是重中之重，这对于人力资源部门来说也是一个重大考验。因此，做好人力资源管理是公司这阶段的另一个重点。如何为公司培养优秀的继承人和培养什么样的人才，将决定改革的成败。只有将适合公司发展的人员安排在公司需要的位置上，才能使公司发挥潜力继续成长扩大。

在进行改革的过程，公司要保证改革措施的公开，让员工清楚改革的内容并积极参与进来，从而保证员工对公司的忠诚和信心使公司业务能够继续稳定增长。

## 二．营运计划

1.市场环境分析

随着国内外文化的交融和社会经济水平的提高，家居软装饰这一全新的概念也渐渐融入了人们的生活，一个美好、温馨、舒适的家，需要装饰性、实用性等集为一身的家居软饰品来彰显个性品位。而在忙碌的社会节奏带给人们无时无刻的压力下，人们也渴望得到舒缓，让自己的生活更轻松愉悦。要知道，生活不仅仅是单调的柴米油盐酱醋茶，在平淡的日子里加点细致、加点精巧、加点创意，生活马上就精致、灵动起来。细节处见心思，细节处见品位。

（1）国内外软家饰市场消费情况对比

据调查，国内人均居室软装饰消费比世界平均水平低27%，而居室软装饰生产与消费占纺织品总体生产消费的比例还不到发达国家的50%，因此在这其中将有着非常广阔的市场空间。

（2）国内前沿城市软家饰市场发展趋势

中国社会调查事务所（SSIC）在北京、天津、武汉、上海、广州五地做的家居装修、装饰的专项问卷调查显示，中国公众家庭家居装修、装饰将会涌现新的潮流,“装饰性”投资将逐步加大。现代人装修房屋越来越简单，更多的人准备将装修费省下来，用以购买能够让家充满个性和情趣的装饰品。在关于家居装饰看法的调查中：74％的被调查者认为装饰居室要体现个人风格和品位。

（3）巨大的家居软饰品需求空间

据国家权威机构统计表明：全国33个省会城市，393个地级城市， 近3000个县级城市，家居饰品的年消费能力高达2000～3000亿，一个10万人口的小县城，家居饰品年消费能力不低于1000万元。家居软装饰业无疑是继家电业、建材业之后兴起的又一朝阳产业。

“软装饰”和“硬装饰”是相互渗透的。在现代的装饰设计中，木石、水泥、瓷砖、玻璃等建筑材料和家居用品、纺织品都是相互交叉，彼此渗透，有时也是可以相互替代的。目前中国软装饰市场还刚刚起步，在家装中的比例并不高，平均只占到5%，但未来的10年之中它将占到20％甚至更多。

设计不只是美化，还包括合理性、经济性、审美性、独创性、适应性，“轻装修，重装饰”是一种更为理性的家装消费观念，用软装饰打造个性生活正成为一种健康家装新时尚，这无疑给软装修市场创造了许多商机。

市场调查显示，目前此类产品相对分散，仍处于“品种少、质量差、流通慢、价格高、无品牌、市场乱”的初级发展阶段，而在绝大多数中、小城市时尚类专营店中几乎属于空白，因此急需一个品牌化、专卖化、规范化、产业化的时尚品牌来引领中国市场。

装修新趋向：轻装修而重配饰。在以往，人们一般都会把大量的资金投入到装修之中，认为漂亮的居室是装出来的。如今，这一观点在“80后”这里有了悄然的改变。

工作时间短、积蓄少是“80后”的共同特点，面对买房、装修的双重压力，如果不凭借“啃老”，几乎很少有人既可以轻松地买房又能精装修。面对这样的难题，“80后”们早已有了自己的妙招，那就是在装修上尽量地节省资金，再把节省下来的部分资金投入到后期配饰上，如此一来，不仅可以节省一部分资金，还可以装出漂亮、温馨的小屋。何乐而不为呢？

2.市场细分和目标顾客

通过市场调查和分析，公司将市场细分为普通商品房市场，店面橱窗市场，高档别墅市场，商用楼市场,党政办公楼市场。

(1)普通商品房市场。企业首选细分市场，是企业能够立足行业的市场，也是企业赖以生存的最大的市场。因此企业将这个市场作为重点开发，保证市场占有率。致力于为广大居民量身定制满意的设计、装修、装饰服务。

(2)店面橱窗市场。这是一个很多装修公司忽视的市场，同时也是一个广大的市场。因此，公司将它与普通商品房市场一同作为公司的重点市场进行开发。致力于为每家商店创造一个个性独特吸引顾客的店面装饰。

(3)高档别墅市场。鉴于此市场顾客要求普遍较高，个性化需求差异大，消费者有自己独特的认知和欣赏能力，对公司的要求高，但是市场的现实回报率高。因此，公司将在发展到一定规模，具备足够的技术和经验，形成自己的品牌后，再进入该市场，现阶段只是将它作为潜在市场进行培养。

(4)商用楼市场。随着各地城市化进程的不断发展和深入，各种写字楼、商业会议楼、宾馆、餐厅等场所的大面积建设。商用楼市场无疑会成为公司在普通商品房市场和店面橱窗市场外另一个需要重点开发的市场。但是由于这个市场对装修设计和技术的特殊要求，公司在现阶段进入市场还不成熟，但可以在一些小写字楼、会场、餐厅进行尝试为今后正式进入市场奠定基础。

(5)党政办公楼市场。党政机关办公楼的要求相对简单，只要与相关部门进行良好的沟通，提供符合需要的服务即可。这类市场的收益不高，但是对公司有特殊的意义。因此市场不作为公司市场开发的重点，但仍然要积极进入市场。

3.公司竞争战略和商业模式

差异化战略

由于装修服务的特殊性，公司只能够通过与顾客面对面交流，了解顾客心理性格偏好，以此为基础为顾客量身定做地设计、装潢、装饰，并以电脑为工具，向顾客展示设计产品平面、3D的全方位效果图，并按其要求作必要的修改、调整直至顾客满意为止。

半虚拟制造模式

全权负责市场开拓和产品（装潢）开发设计，具体的生产环节（装修作业）采取外包方式进行。与顾客面对面，通过电脑效果向其展示本公司产品，对顾客信息反映灵敏，适应性强，及时根据顾客需求更改方案。

# 第六单元 营销计划

任何企业都与市场存在着千丝万缕的联系。企业作为市场系统中的一个单位，需要认识市场，适应市场，进而驾驭市场，这是我们抢占市场份额，实现利润最大化所必须的。根据我们顾客的需求，以及我们产品的特征我们进行了市场细分，目标市场的确定。根据我们的行业预测，我们将制定合理的营销目标，直销、网销等销售渠道。通过刊登广告、发布传单等方式进行促销，良好的售后服务将是企业能否树立良好的形象，赢得消费者信赖的关键。

## 一．营销控制

1.营销理念

我公司秉持以消费者为导向的现代经营观念，同时关注社会长远发展利益，从顾客核心需求出发，为顾客提供先进、便捷运作的产品，以及满意的服务，为国家可持续发展做出自己贡献。

2.近期目标

我们将向市场推出我们的产品，进入我们公司积极建设的阶段。基于我们的产品尚未被顾客接受的情况，我们争取通过后续营销手段实现每年有10%的订单增幅，在以实现销售额最大化的基础下，实现速赢得目标市场的公司愿景。

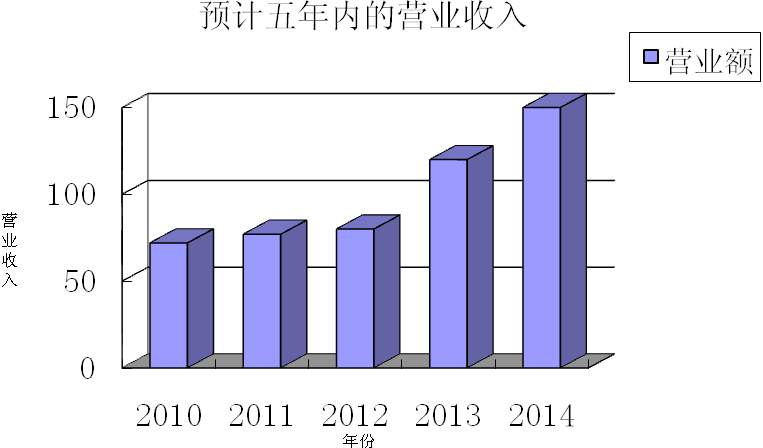
3.中长期目标

我们初步制定我们公司在不断完善和创新的基础上升级设计技术，企业在2-3年之内打开自己的市场，拥有自己的客户，由于新技术新产品的冲击，产品利润下降严重，拟在这一期间扩大公司规模，采取多元化经营，我们将继续推出各种橱窗设计方案，这样企业将会长远发展，最终得到我们顾客的认可。

4.公司营销市场发展方向

以黄冈市为中心，向华北，南方地区辐射。并且依靠我们的不屑努力，向周边省市拓展。

5.五年内设计订单盈利走向图



## 二．产品分析

1.核心产品分析

(1)核心产品：时尚新颖的设计方案，绿色环保的装饰材料。

(2)服务:我们将竭诚提供优质的设计方案，并持续维护装潢性能。我们的售后服务及产品设计更新详见后续部分。

(3)品牌

品牌名称：艺彩装饰公司

品牌口号：为顾客提供优质高效稳定的生活环境

品牌价值观：用科技引领生产，用技能创造效益

品牌建设：利用公益活动计划和环保公益事业的支持及公益广告和公益活动赞助的形式提升品牌在公众中的形象，吸引潜在客户群，建设品牌知名度和认知度

2.产品价格

每件产品的成本包括主营业业务成本、管理费用、销售费用和财务费用，设计费用等，根据不同的装饰风格，有不同的价格规定。

但是由于我们实行产品差别化战略，我们的销售地点、销售时间顾客对我们的产品特殊要求可能不同，因此我们采取不同顾客不同价格，不同款式不同价格，不同地点不同价格，不同时间不同价格，不同用途不同价格。再加上原材料价格很可能会上涨，我们初步估计每个装潢设计成本变动为15 元，进行橱窗装潢，则每个劳动力每天100元。

## 三．推广与促销策略

1.促销展出

我们邀请的参与人主要是以装饰集团为首的全国各地装饰企业，租用创业园展销中心举办展览会，将我们的产品技术以及我们的服务向外界传达。届时，将邀请专家来做咨询工作，以及我们的技术研发人员将对顾客对我们的疑问进行现场回答。此外，我们还将邀请相关人员前来做讲座。

2.广告

本公司立足公司实际，提出了公司的广告目标，广告主题，广告媒体策略以及预算费用。本公司初步广告战略设想：从企业形象广告，产品广告到品牌形象广告的纵向传播整合。通过广告达到宣传的目的。

3.网络促销

我们将在自己的产品网站上刊登我们的促销策略，方便顾客能够有第一手资料来了解我们的产品推广计划。

4.现金折扣

基于一般客户往往采用分期付款制度，以30%作为预订金，60%作为产品设计完毕支付金额，10%作为产品设计质保金，因此，对于按约定期付款或者提前付款，我们可以在产品基本价格上享受一定数量折扣，以加速我们产品的资金周转。

# 第七单元 组织计划

## 一．所有制形式

本公司成立于2010年5月23日，注册资本30万元，公司为有限责任公司，根据《中华人民共和国公司登记管理条例》规定登记注册，由六个股东共同出资，每个股东以其所认缴的出资额对公司承担有限责任，公司以其全部资产对其债务承担责任的经济组织。有限责任公司包括国有独资公司以及其他有限责任公司。

## 二. 合伙人股东确定

本公司目前拥有员工9人，其中内部管理人员6人，设计人员2人，业务人员1人，管理人员中大学本科6人，由6股东共同出资，柳楠，李志强，王丹，杨文，党玉珠，佟立欣每位股东5万元，按照法律程序组建公司。每位股东以其出资额为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司的债务承担责任。

## 三. 负责人权限

李志强，出任公司总经理，主要从宏观上负责公司内部日常管理以及监督各部门工作，协调和配合各业务部门围绕公司经营目标开展各项工作，负责企业文化建设纲要的实施与落实工作，保证公司各种会议的顺利召开及公司其他活动的顺利开展。

王丹，财务主管，对公司经营活动进行全过程的财务服务和监督，保障公司经营活动正常顺利地进行。制定公司财务管理和会计核算制度并监督实施，发挥预测分析、规划控制、责任会计等会计管理职能，保质保量地完成公司财务预算的编制、实施、监控和调整工作，定期进行财务分析，通过强化财务管理，实现公司财务状况最优化。负责公司的会计核算工作。及时准确地申报、缴纳各种税款，编制公司月度、年度财务报表、财务决算。

杨雯，主管装饰的设计与研发，负责公司主线的新产品开发、新工艺、新技术的研究和运用、负责工艺技术攻关、科技项目、科技成果、技术革新、工艺技术及合理化建议的管理等，行使产品质量监督检验的职能。

党玉珠，负责公司营销及采购，负责调查并收集市场信息、预测市场，负责销售方案的策划、执行及管理并配有相关促销活动，负责商品的销售及批发商的联络负责办理所有手续，负责新产品开发、包装设计，广告宣传等。

佟立欣，负责工程项目管理，负责公司原材料及辅料的计划、供应、采购及仓储管理工作，将原料运输到指定的工作场所， 将成品准确无误的送到客户经销商手中，进行工程的监督和指挥。

柳楠，主管公司的人力资源，负责制定公司人事劳动工作的规章制度并监督执行，负责编制和执行公司人力资源管理计划，办理员工的聘用、调动、解聘，配合有关部门组织员工专业技术职务评审，负责员工专业技术职务的聘任和管理工作，负责公司员工人事档案管理工作以及员工的教育培训工作，负责劳动合同制度的组织实施，并协调有关部门处理劳动合同、劳动争议等问题。

## 四. 管理团队背景

总经理：李志强，辽宁石油化工大学工商管理专业，在校期间主修管理学，学习《生产与运作管理》、《组织行为学》、《人力资源管理》、《管理经济学》等课程。

财务部经理：王丹，辽宁石油化工大学工商管理专业，在校期间主修会计学，学习《财务管理学》、《金融学》、《人力资源管理》、《经济学》等课程。

设计部经理：杨雯，辽宁石油化工大学工商管理专业，热爱设计，在校期间主修管理学，学习《生产与运作管理》、《组织行为学》、、《管理学》等课程。

营销采购部经理：党玉珠，辽宁石油化工大学工商管理专业，在校期间主修项目管理学，学习《市场营销学》、《营销理念管理》、《人力资源管理》等课程。

项目部经理：佟立欣，辽宁石油化工大学工商管理专业，在校期间主修项目管理学，学习《生产与运作管理》、《项目管理学》、《人力资源管理》等课程。

人力资源部经理：柳楠，辽宁石油化工大学工商管理专业，在校期间主修人力资源管理，学习《人力资源管理》、《管理学》等课程。

## 五．薪酬制度

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 部门名称 | 人员 | 薪酬水平 |
| 总经理 | 总经理 | 15000/年 |
| 设计部 | 主管 | 15000/年 |
| 员工 | 除提成外1200/月 |
| 销售采购部 | 主管 | 15000/年 |
| 业务员 | 除提成外1200/月 |
| 人力资源部 | 主管 | 15000/年 |
| 财务部 | 主管 | 15000/年 |
| 项目部 | 主管 | 15000/年 |

**六．激励制度**

1. 科研创新奖励：为了鼓励设计部的科研创新，公司设立设计创新奖励，对于设计成果突出的员工给予较多的物质和精神奖励。
2. “营销之星”计划：每个季度营销额最大的员工将会得到公司特别设立的“营销之星”奖励，奖励包括物质和精神双重形式，以尽量激励公关营销部的员工。

# 第八单元 风险评估

## 一、风险

承担风险才会有回报。风险越高，风险回报往往越大。但是如果采取盲目的风险偏好策略进行对外投资，将很有可能带来巨大的亏损。因此我们应当对风险进行全面的预测，并考虑相应的应对策略，这样才能使我们的运行可行性提高。以下我们将从市场拓展、经营、价格、技术、对公司关键人员依赖的风险、管理风险及财务风险角度进行多角度全方位风险分析及控制。

1.市场开拓风险

风险分析：

我国装修市场近几年呈现异常激烈的竞争状态，很多中小企业退出市场，这是市场开拓的一个首先关注的问题。我们的企业才刚刚成立，还没有建立起一定的客户基础，产品推出后，顾客群可能由于对其性能还不了而采取观望态度。因此较高的转换成本以及客户已经建立起来的对产品的忠实度会对我们的市场开拓构成一定的威胁。市场规模不大，导致无法形成规模经济，进而更增加了成本，使企业处于不利地位。

风险应对：

（1）人们对装潢的需求在不断扩大，整个装修市场竞争激烈，恶性竞争导致质量参差不齐，行业管理混乱，随着橱窗装潢呈现出持续强劲的发展态势，我公司顺应时代发展，在我们不断的坚持和推广下，市场潜力巨大，市场前景广阔。

（2）分析市场竞争对手，保持自己技术领先的优势，以优质的产品，完备的性能，可靠的售后服务争夺市场份额是刚进入市场时所采取的战略手段。当产品渐被熟悉后，我们将采取独特的营销模式，找准目标市场，抓住重点客户，开展关系营销，与重点客户建立战略联盟，对公司推销人员进行专业培训，保证服务质量。同时建立信息反馈系统，了解客户需求，及时更新技术，打造一流品牌。

2.经营风险

风险分析：

中国社会调查事务所（SSIC）在北京、天津、武汉、上海、广州五地做的家居装修、装饰的专项问卷调查显示，中国公众家庭家居装修、装饰将会涌现新的潮流：“装饰性”投资将逐步加大。现代人装修房屋越来越简单，更多的人准备将装修费省下来，用以购买能够让家充满个性和情趣的装饰品。在关于家居装饰看法的调查中：74％的被调查者认为装饰居室要体现个人风格和品位。对于顾客的不同需求，这是我公司面临的主要风险。

风险应对：

（1）本公司的核心技术在正常运营情况下，能够减少装修次数，并且可靠性更高，给雇主减少了二次装潢带来的巨大损失。未来的效益足以弥补现在的成本，高性价比更能占据有利市场地位。

（2）寻找多家供应商，将每家供应商的报价与材料质量进行一一评价，从中选出最具吸引力的供应商。可选取若干供货方，将较大份额给予他们中间一家，卖方企业为争夺较大份额而不得不竞相提供优惠条件，与其建成联盟，互惠互利，保证原材料供应的稳定。

3.技术风险

风险分析：

本产品的设计思路来源于橱窗装潢高级研究机构，他们多年从事于橱窗装潢以及其他方面装潢的研究。但是随着科技日新月异的发展，技术的更新速度不断加快，为了能在瞬息万变的市场上占据有力地位，竞争企业会不断提高自己的技术平，而我们的技术也会面临着被替代的风险。

风险应对：

（1）我公司在橱窗装潢上大胆创新，使用了新技术，新材料，考虑了技术的可行性，技术壁垒很高。并且它的性能远远高于市场上普通装潢技术，并与市场需求相符，有较好的发展潜力。

（2）我公司将花大量人力物力财力于科研开发，聘请了两个熟练掌握CAD及图片设计的大学毕业生作为我们的技术顾问，且运用一定的科研经费培训企业的专业技术人才，不断研发出更有市场潜力的技术与产品。

（3）定期进行市场调研，了解客户对技术与产品的满意度，及时发现将要淘汰的产品，更新技术，并根据市场需求研发新技术，开发新产品，使企业处于长青状态。

4.管理风险

风险分析：

由于公司刚刚成立，很多因素具有不确定性。我们的创业人员多是才毕业的大学生，没有相应的工作经验，刚进入社会难免由于不熟悉市场状况而做出错误的决策。需要一段相当长的时间来学习摸索，积累经验。

风险应对：

我们的创业团队成员是来自不同专业，具有不同特点的高素质成员，大家有着共同的目标，较高的积极性与创业热情，都希望把自己的企业做大做强。大家专业不同，各种知识架构体系的人才都有，从而能够从不同层面角度考虑问题，给企业出谋划策。结合内部优势与外部机会，相信我们一定能够很好的管理这个公司。

5.财务风险

风险分析：

考虑到运营初期需要的资金较大，我公司筹集到了30万资金作为公司初期的投资使用，但是一段时间过后可能会由于经营短期困难而陷入财务困境，无法继续经营而面临破产危机。在公司运营后期，企业可能过分依赖财务杠杆的效果而使用过多的负债筹资，增加企业资不抵债的风险。

风险应对：

我们在平时的财务工作中应注意做到充分利用自有资金，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，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，选择总风险较低的最佳融资组合，积极争取政策性扶持和资金贷款，签订合同规范，加强沟通，努力将融资风险降到最低。同时做好资金来源、资金占用、资金分配和资金回收的测算和平衡。

## 二. 应急计划

1.针对企业管理上存在风险

奉行“以人为本”的企业文化，实现员工和企业价值的共同增长，采取多种激励措施，尽可能地吸引并留住人才。提供优质的工作、生活环境，创造良好的学习氛围，给予员工发展所需要的空间和支持，满足员工实现自我价值的需要，在销售策略上进一步提升市场销售量，扩大大工程、大项目的带动成果。提升服务品质，提升综合竞争力，增强网络和代理服务功能适应市场变化的能力。

2.企业发展战略的措施

寻求政府和相关管理部门和产业政策的支持，实施品牌战略；推行目标成本管理，加强成本控制；采取内部培训、外部培训等多种措施，提高管理团队的整体素质；倡导组织创新、思想创新，以适应不断变化的外部环境；完善公司自身的“造血”机制，加强对资金运行情况的监控，最大限度地提高资金使用效率；实施财务预决算制度。

# 第九单元 财务计划

财务分析是信息使用者获取有关企业经营成果、财务状况及现金流量最直接、最有效的途径。基于前面相关的行业市场、销量、成本等方面的预测，同时根据会计准则中关于期间费用等方面的相关规定，完成了对我公司未来三年内的财务报表的预测。同时，根据财务报表的相关数据，做出了有关的财务指标分析，让我们公司的盈利能力、资产管理水平、公司财务风险等更清楚的展示给大家。**艺彩装饰公司开销预算表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 费用 | 项目 | 费用 |
| 店面租金 | 60000元/年 | 打印机 | 1台，1000元 |
| 工作用车 | 1辆，6000元 | 工作服装 | 若干，500元 |
| 营业执照 | 20000元 | 店面装修 | 5000元 |
| 电脑 | 4台，10000元 | 传真机 | 1台，1000元 |
| 宽带费用 | 600元/年 | 水电费 | 1500元/年 |

**艺彩装饰公司资产负债表**

年度：2010---2012年

单位:人民币元

| 资 产 | 2010  年 | 2011  年 | 2012  年 | 负债及所有者(股东)权益 | 2010  年 | 2011  年 | 2012年 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **流动资产：** |  |  |  | **流动负债：** |  |  |  |
| 货币资金 | 300000 | 350000 | 400000 | 短期借款 | 0 | 0 | 0 |
| 交易性金融资产 | ---- | ---- | ---- | 交易性金融负债 | ---- | ---- | ---- |
| 应收票据 | 0 | 0 | 0 | 应付票据 | 0 | 10000 | 20000 |
| 应收账款 | 30000 | 50000 | 20000 | 应付账款 | 10000 | 30000 | 20000 |
| 应收股利 | 0 | 0 | 0 | 应付职工薪酬 | 200000 | 220000 | 230000 |
| 应收利息 | 0 | 0 | 0 | 应交税费 | 30000 | 40000 | 60000 |
| 其他应收款 | 20000 | 10000 | 0 | 应付利息 | 40000 | 20000 | 20000 |
| 存货 | 50000 | 30000 | 40000 | 其他应付款 | 0 | 20000 | 0 |
| 其他流动资产 | 80000 | 100000 | 120000 | 其他流动负债 | 0 | 0 | 20000 |
| 流动资产合计 | 480000 | 540000 | 580000 | 流动负债合计 | 280000 | 340000 | 370000 |
| **非流动资产：** |  |  |  | **非流动负债：** |  |  |  |
| 持有至到期投资 | ---- | ---- | ----- | 长期借款 | 100000 | 80000 | 60000 |
| 长期股权投资 | 0 | 0 | 0 | 长期应付款 | 0 | 0 | 0 |
| 长期应收款 | ---- | ---- | ---- | 其他非流动负债 | 0 | 0 | 0 |
| 固定资产 | 50000 | 50000 | 50000 | 非流动负债合计 | 100000 | 80000 | 60000 |
| 在建工程 | 0 | 10000 | 15000 | 负债合计 | 380000 | 420000 | 430000 |
| 固定资产清理 | 0 | 0 | 0 | **所有者权益：** |  |  |  |
| 无形资产 | 20000 | 20000 | 20000 | 实收资本 | 20000 | 20000 | 20000 |
| 开发支出 | 0 | 10000 | 25000 | 盈余公积 | 50000 | 70000 | 90000 |
| 其他非流动资产 | 0 | 0 | 0 | 未分配利润 | 100000 | 120000 | 150000 |
| 非流动资产合计 | 70000 | 90000 | 110000 | 所有者权益合计 | 170000 | 310000 | 260000 |
| **资产总计** | 550000 | 630000 | 690000 | **负债及所有者权益总计** | 550000 | 630000 | 690000 |

资产负债表是指反映企业在某一特定日期财务状况的会计报表，它能反映企业在某一特定日期所拥有或控制的经济资源，所承担的现时义务和所有者对净资产的要求权。我公司的资产负债表中可以反映出下列信息：

1.公司的流动比率，即流动资产比流动负债的比例较高，偿债能力较强。

2.现金周转率较高，明显高于同行水平。

3.负债权益比较低，在一定程度上能够避免企业陷入财务困境。

**艺彩装饰公司利润表**

年度：2010---2012年

单位：人民币元

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项 目 | 2010年 | 2011年 | 2012年 |
| 一、营业收入 | 720000 | 770000 | 800000 |
| 减:营业成本 | 305600 | 282100 | 300000 |
| 营业税金及附加 | 3000 | 5000 | 5500 |
| 销售费用 | 5000 | 6000 | 6000 |
| 管理费用 | 6000 | 6500 | 6500 |
| 财务费用 | 10000 | 10000 | 10000 |
| 资产减值损失 | 0 | 0 | 0 |
| 加：公允值变动损益 | 0 | 0 | 0 |
| 投资收益 | 0 | 0 | 0 |
| 二、营业利润 | 390400 | 460400 | 472000 |
| 加：营业外收入 | 20000 | 25000 | 20000 |
| 减：营业外支出 | 15000 | 20000 | 25000 |
| 三、利润总额 | 395400 | 465400 | 467000 |
| 减：所得税费用 | 98850 | 116350 | 116750 |
| 四、净利润 | 296550 | 349050 | 350250 |

**艺彩装饰公司现金流量表**

年度:2010---2012年

单位：人民币元

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项 目** | **2010年** | **2011年** | **2012年** |
| **一、经营活动产生现金流量** |  |  |  |
| 销售商品、提供劳务收到的现金 | 720000 | 770000 | 800000 |
| 收到的其它与经营活动有关的现金 | 20000 | 25000 | 20000 |
| 现金流入小计 | 740000 | 795000 | 820000 |
| 购买商品、接受劳务支付的现金 | 105600 | 62100 | 75000 |
| 支付给职工以及为职工支付现金 | 200000 | 220000 | 230000 |
| 支付的所得税款 | 98850 | 116350 | 116750 |
| 支付的除增值税、所得税以外的其它税费 | 3000 | 5000 | 5500 |
| 支付的其它与经营活动有关的现金 | 15000 | 20000 | 25000 |
| 现金流出小计 | 422450 | 423450 | 464750 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 317550 | 371550 | 365250 |
| **二、投资活动产生的现金流量** |  |  |  |
| 收回投资所收到的现金 | 0 | 0 | 0 |
| 购建固定资产、无形资产和其它资产支付的现金 | 0 | 0 | 0 |
| 现金流入小计 | 0 | 0 | 0 |
| 权益性投资所支付的现金 | 0 | 0 | 0 |
| 现金流出小计 | 0 | 0 | 0 |
| 投资活动产生的现金流量净额 | 0 | 0 | 0 |
| **三、筹资活动产生的现金流量** |  |  |  |
| 收投资所收到的现金 | 0 | 0 | 0 |
| 借款所收到的现金 | 100000 | 80000 | 60000 |
| 现金流入小计 | 100000 | 80000 | 60000 |
| 偿还债务所支付的现金 | 0 | 20000 | 20000 |
| 分配股利或利润所支付的现金 | 0 | 15000 | 20000 |
| 现金流出小计 | 0 | 35000 | 40000 |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 10000 | 45000 | 20000 |
| **四、汇率变动对现金的影响额** | 0 | 0 | 0 |
| **五、现金及现金等价物净额增加** | 3200 | 5000 | 8000 |

1.流动性分析

1）现金周转率

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 年份 | 2010年 | 2011年 | 2012年 |
| 货币资金/总资产 | 74.73% | 81.49% | 87.13% |

从上表中可以看出，从一开始我们公司现金周转率就超过了50%，因此不必担心我们公司的现金周转不灵问题，具有很高的流动性。因为刚成立的公司很难从银行借到足够的贷款，所以我们必须用足够的流动资金来保证企业的正常运行。当企业稳定发展之后，我们必将这丰富的流动资金用于投资其他回报率高、风险低的投资项目，争取更高的收益。

2）流动比率

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 年份 | 2010年 | 2011年 | 2012年 |
| 流动资产/流动负债 | 1.27 | 1.91 | 2.13 |

从上表我们可以看出，我们公司的流动比率较高。对于债权人而言，尤其是供应商等短期债权人而言，流动比率越高越好。作为一家刚起步的公司，很难从银行贷款以满足企业日常生产经营活动的需要，因此这就需要公司用较高的资金来保证企业的正常运转，不至于陷入财务危机。

2.盈利能力分析

1）销售净利率

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 年份 | 2010年 | 2011年 | 2012年 |
| 净利润/销售收入 | 65% | 69.4% | 66.6% |

从上表中我们可以看出公司的销售净利率较高且保持相对稳定的发展，说明本公司获利情况很好，可以为以后公司的发展吸引更多的投资商和合作伙伴。

2）资产报酬率

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 年份 | 2010年 | 2011年 | 2012年 |
| 净利润/总资产 | 12.96% | 13.46% | 11.61% |

把企业一定期间的净利润与资产做比较，可反映企业资产利用的综合效果。由上数据可以看出，我企业的资产利用效率还是比较高。综上所述，可以看出我们公司的可持续增长能力很强，企业有长期发展潜力，能够获取长期的高收益。

# 第十单元 附录

**1.设计样本与说明书**

（1）空间要素。空间的合理化并给人们以美的感受是设计基本的任务。要勇于探索时代、技术赋于空间的新形象，不要拘泥于过去形成的空间形象。

（2）色彩要求。室内色彩除对视觉环境产生影响外，还直接影响人们的情绪、心理。科学的用色有利于工作，有助于健康。色彩处理得当既能符合功能要求又能取得美的效果。室内色彩除了必须遵守一般的色彩规律外，还随着时代审美观的变化而有所不同。

（3）光影要求。人类喜爱大自然的美景，常常把阳光直接引入室内，以消除室内的黑暗感和封闭感，特别是顶光和柔和的散射光，使室内空间更为亲切自然。光影的变换，使室内更加丰富多彩，给人以多种感受。

（4）装饰要素。室内整体空间中不可缺少的建筑构件、如柱子、墙面等，结合功能需要加以装饰，可共同构成完美的室内环境。充分利用不同装饰材料的质地特征，可以获得千变完化和不同风格的室内艺术效果，同时还能体现地区的历史文化特征。

（5）陈设要素。室内家具、地毯、窗帘等，均为生活必需品，其造型往往具有陈设特征，大多数起着装饰作用。实用和装饰二者应互相协调，求的功能和形式统一而有变化，使室内空间舒适得体，富有个性。

（6）绿化要素。室内设计中绿化以成为改善室内环境的重要手段。室内移花栽木，利用绿化和小品以沟通室内外环境、扩大室内空间感及美化空间均起着积极作用。

**2.专业术语**

净空：指地、吊柜身的箱体内空。

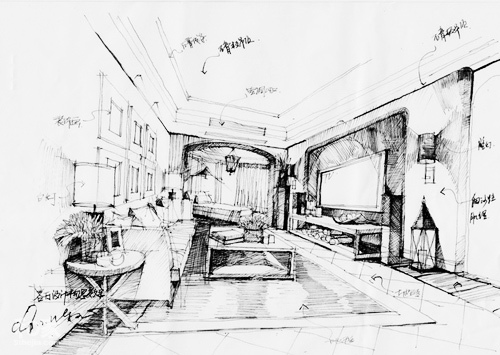
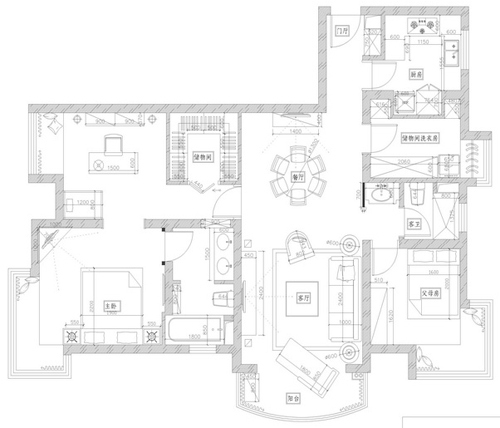
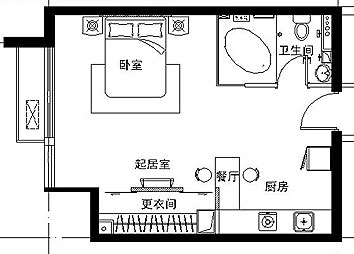
小怪物：(转角连动拉篮)是专门使用L型、U字型厨柜各转角部分的一种高档金属拉篮，能有效的利用转角空间，方便转角处存取物品。

UV板：UV板：是利用优质、环保、防潮高密度板为基材，经印刷、UV底漆、UV面漆等加工工序，所制造的一种环保、高亮、耐磨、耐老化的新型门板。

**3.市场调研数据**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 岗位名称 | 低端薪酬 | 中低端薪酬 | 中端薪酬 | 中高端薪酬 | 高端薪酬 |
| 平面设计 | ￥800 | ￥1200 | ￥1500 | ￥2500 | ￥4000 |
| 三维动画设计 | ￥1200 | ￥1800 | ￥2200 | ￥2500 | ￥5000 |
| 多媒体制作 | ￥1000 | ￥1300 | ￥2800 | ￥4000 | ￥7000 |
| 产品包装设计 | ￥1500 | ￥2000 | ￥3000 | ￥3400 | ￥4300 |
| 装修装潢设计 | ￥1800 | ￥2600 | ￥4500 | ￥5900 | ￥10000 |
| 工艺品设计 | ￥800 | ￥1300 | ￥2200 | ￥3000 | ￥4500 |
| 工业产品设计 | ￥1200 | ￥2000 | ￥2600 | ￥3100 | ￥4300 |
| 服装服饰设计 | ￥2000 | ￥3200 | ￥4000 | ￥7100 | ￥15000 |
| 形象设计 | ￥1500 | ￥2000 | ￥3000 | ￥3600 | ￥4500 |
| 玩具设计 | ￥1000 | ￥1300 | ￥1800 | ￥2300 | ￥3600 |
| 珠宝设计 | ￥3000 | ￥3600 | ￥4500 | ￥5000 | ￥6000 |
| 文案策划 | ￥1200 | ￥1600 | ￥2500 | ￥3600 | ￥6000 |
| 媒体策划 | ￥800 | ￥1200 | ￥1800 | ￥2300 | ￥5000 |
| 广告设计 | ￥1200 | ￥2800 | ￥3000 | ￥3600 | ￥6000 |
| 创意策划 | ￥1000 | ￥1200 | ￥1500 | ￥2000 | ￥5000 |

**4.设计的图片**



**5.装修应遵循的原则**

(1)橱窗横向的中轴线应与顾客的平视线一致，以便使整个橱窗的陈列尽收眼底。

（2)既不能影响店面的外观造型，也不能忽视商超的建筑特色而一味追求橱窗本身的艺术效果，橱窗广告应与商超的整体规模、风格相适应。

(3)主题必须明确突出，一目了然，切忌主角与陪衬位置不清。只有主次分明、整齐和谐地统—于一体，才能达到众星捧月、突出主题的效果。

(4)注重整体效果与局部突出，要让顾客从远、近、正、侧均能看到商品。富有经营特色的商品应陈列在视线的集中处，并采用形象化的指示标记引导消费者的视线。这样，从远处看，橱窗广告的整体形象感强，容易引起注意；近看则商品突出。

**6.临时用工合同**

**临时用工合同书**

根据《中华人民共和国劳动法》，甲乙双方经平等协商，自愿签订本合同，共同遵守本合同所列条款。

一、合同期限

甲方聘用乙方在甲方 （部门）担任临时岗位工作。合同期限为一年，自 年 月 日至 年 月 日。

二、乙方工作内容

  （一） 全日制工作形式

  （二） 熟练操作室内装潢工作

 三、甲方的权利与义务

（一）负责乙方的日常人事管理；

（二）负责支付乙方工资，每日 元。

（三）其它；

四、乙方的权利与义务

（一）接受甲方的管理，并按合同要求认真履行岗位职责，服从工作岗位安排或调整，遵纪守法，圆满完成工作任务；

（二）享受合同规定的工资待遇；

（三）在签订本合同时自愿遵守甲方的有关规定；

（四）其他

五、聘用合同的变更、解除、终止

（一）乙方有下列情况之一，甲方可以解除合同，须提前1天以书面形式通知：

1．履行合同差、完不成工作任务、考核不合格；

2．甲方撤并或减缩编制需要减员，经双方协商就调整岗位达不成协议的；

3．患病或非因工负伤按国家规定的医疗期满后，经有关机关鉴定，乙方不能从事原工作，或医疗期满尚未痊愈的；

4．订立合同的客观情况发生重大变化，经当事人协商不能就变更合同达成协议的。

（二） 乙方有下列情况之一，甲方可以随时解除合同：

1．严重违反劳动纪律或用人单位规章制度，损害单位经济权益，造成严重后果以及严重违背职业道德，给单位造成极坏影响的；

2．连续旷工时间超过2天

3．无理取闹、打架斗殴、恐吓威胁单位领导、严重影响工作秩序和社会秩序的；

4．贪污、盗窃、赌博、营私舞弊情节严重的；

5．违反工作规定或操作规程，发生责任事故，造成严重经济损失的；

6．伪造成绩单、学历、健康证明及用其他不正当手段欺骗甲方的；

7．被开除、劳教、判刑、依法追究刑事责任的；

8．其它违反国家、甲方规定的。

（三） 乙方有下列情况之一，甲方不得与乙方解除合同：

1．患病或非因工负伤，在国家规定的医疗期内的；

2．因工负伤，并经劳动鉴定部门鉴定完全或大部分丧失工作能力的；

3．实行计划生育女职工在孕期、产期及规定哺乳期内的**；**

4．符合国家规定其它条件的。

对上述人员，可根据业务发展需要调整适当的岗位，待遇随岗而定。

（四）合同期内，乙方要求违约解除合同的，应提前1天以书面形式向甲方提出申请。解除合同时间从甲方同意之日计算。

（五） 有下列情况之一的，乙方可以随时通知甲方解除合同：

1．甲方未按规定支付劳动报酬的；

2．甲方以暴力、监禁等非法手段强迫乙方工作的。

（六） 有下列情况之一，本合同自行终止：

1．合同期限届满；

2．法律、法规规定的其它情况。

六、违反合同的责任和争议解决

合同一经签订具有法律效力。合同期未满，又不符合解除合同条件单方解除合同的，要承担违约责任。因解除合同甲、乙双方发生争议，应先由双方协商解决。协商无效的，可以向有关仲裁机构申诉。

七、其 他

本合同经双方签字后生效，本合同一式二份，甲、乙双方各执一份。

甲 方（盖章） 乙 方（签名）

年 月 日 年 月 日

**小组成员**

**柳 楠 工商0702 02**

**李志强 工商0702 06**

**王 丹 工商0702 15**

**杨 雯 工商0702 31**

**佟立欣 工商0701 04**

**党玉珠 工商0701 17**