
商业计划



城市海景投资顾问有限公司

康宁

2009年12月

目录

- Ø 项目概况
- Ø 市场分析
- Ø 战略规划
- Ø 投资计划
- Ø 财务预测
- Ø 融资计划

项目概况

- Ø项目名称
- Ø项目团队
- Ø项目规模（拟建）
- Ø项目功能
- Ø项目选址
- Ø项目定位
- Ø历史运营情况

项目名称：来自项目的战略合作伙伴

- u 本项目拟采用合作冠名形式，即在国际儿童城的基础冠以合作商的名号
- u 比如， 联想国际儿童城
海亮国际儿童城
远大国际儿童城
- u 给合作伙伴潜在广告效应



项目团队：前期先配备总经理、财务总监、市场总监等人员

职务	财务总监
姓名	杨永新
性别	女
年龄	55
学历	大专
专业	会计师
工作经历及主要业绩	
1999至今 北京城市海景投资顾问有限公司	

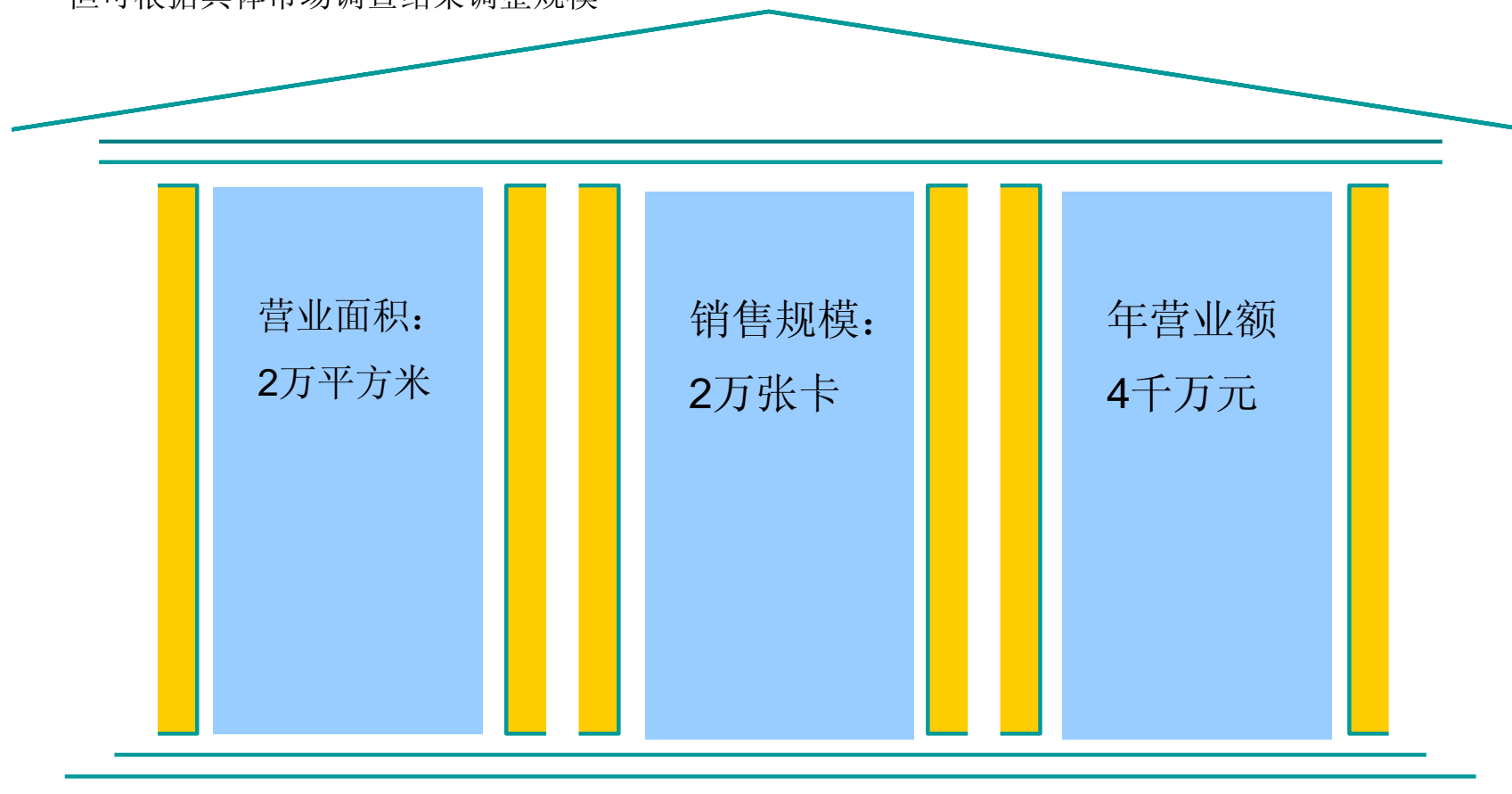
职务	总经理
姓名	康宁
性别	男
年龄	37
学历	本科（研究生在读）
专业	儿童教育发展
工作经历及主要业绩	
1999年创办北京城市海景水上乐园	
2008年创办北京城市海景儿童俱乐部	

职务	市场总监
姓名	郑凌
性别	男
年龄	32
学历	硕士
专业	建筑学
工作经历及主要业绩	
1995-2003年在清华就读建筑学专业	
2003-2008年北京伟业顾问	
2008至今 北京城市海景投资顾问有限公司	

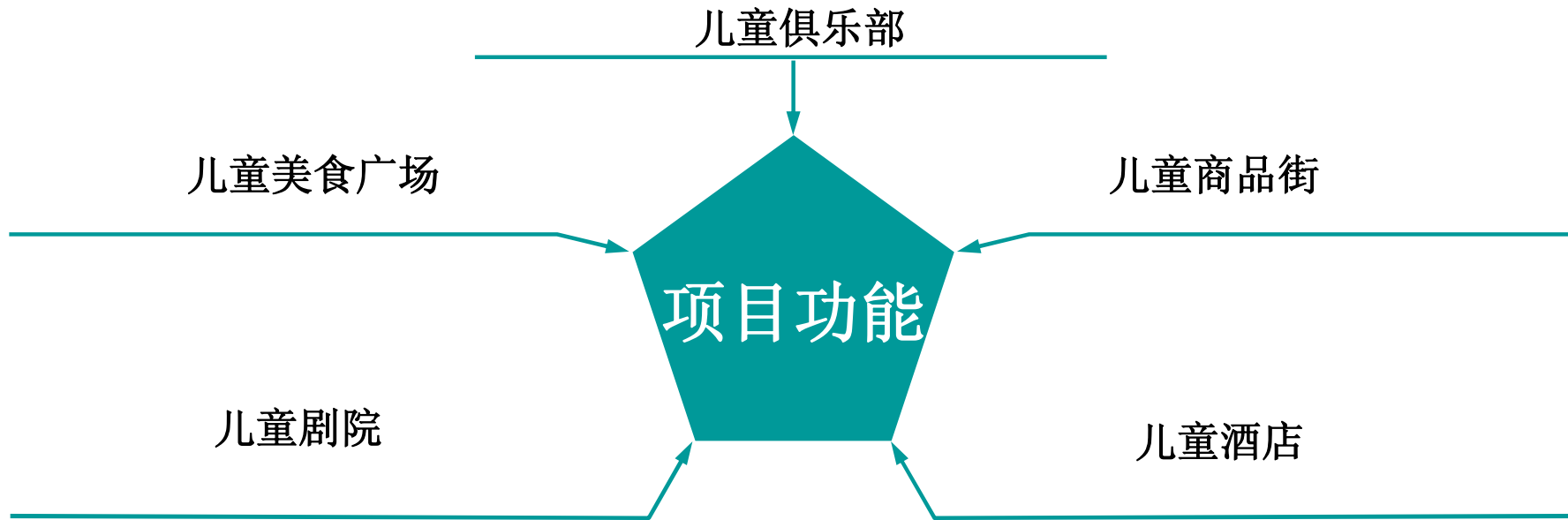
其他人员配备已在选聘中

项目规模：相对来讲，拟建规模已是全国之最

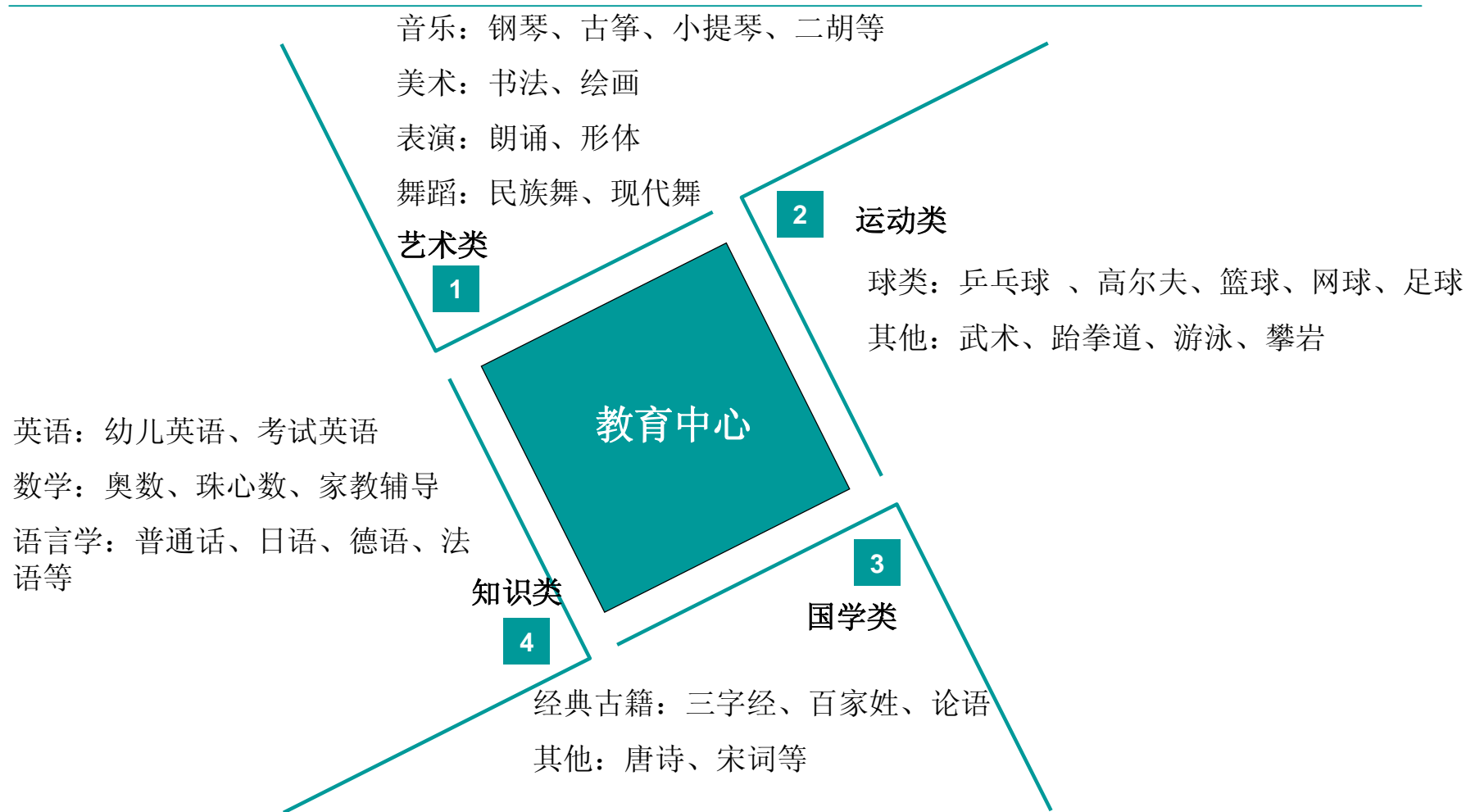
- 该等规模在二、三线城市应该最大规模
- 但可根据具体市场调查结果调整规模



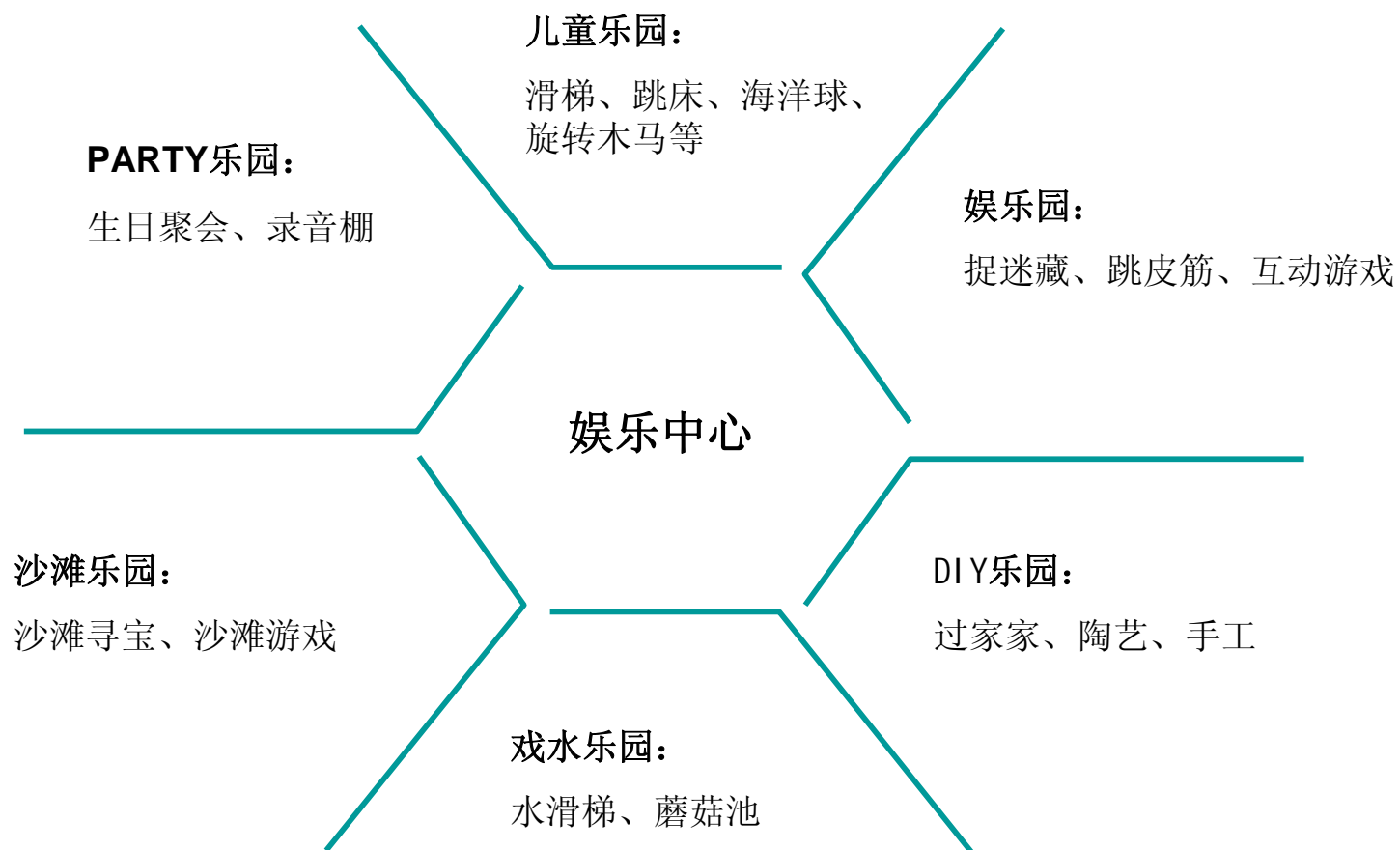
项目功能：本项目包括五大功能



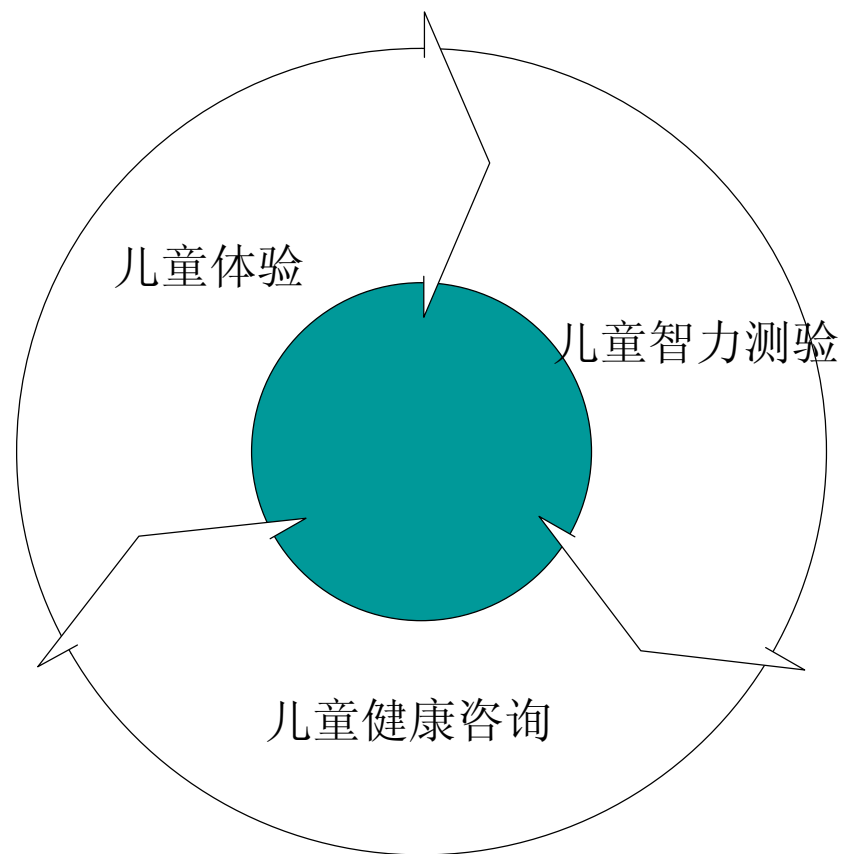
儿童俱乐部-教育中心



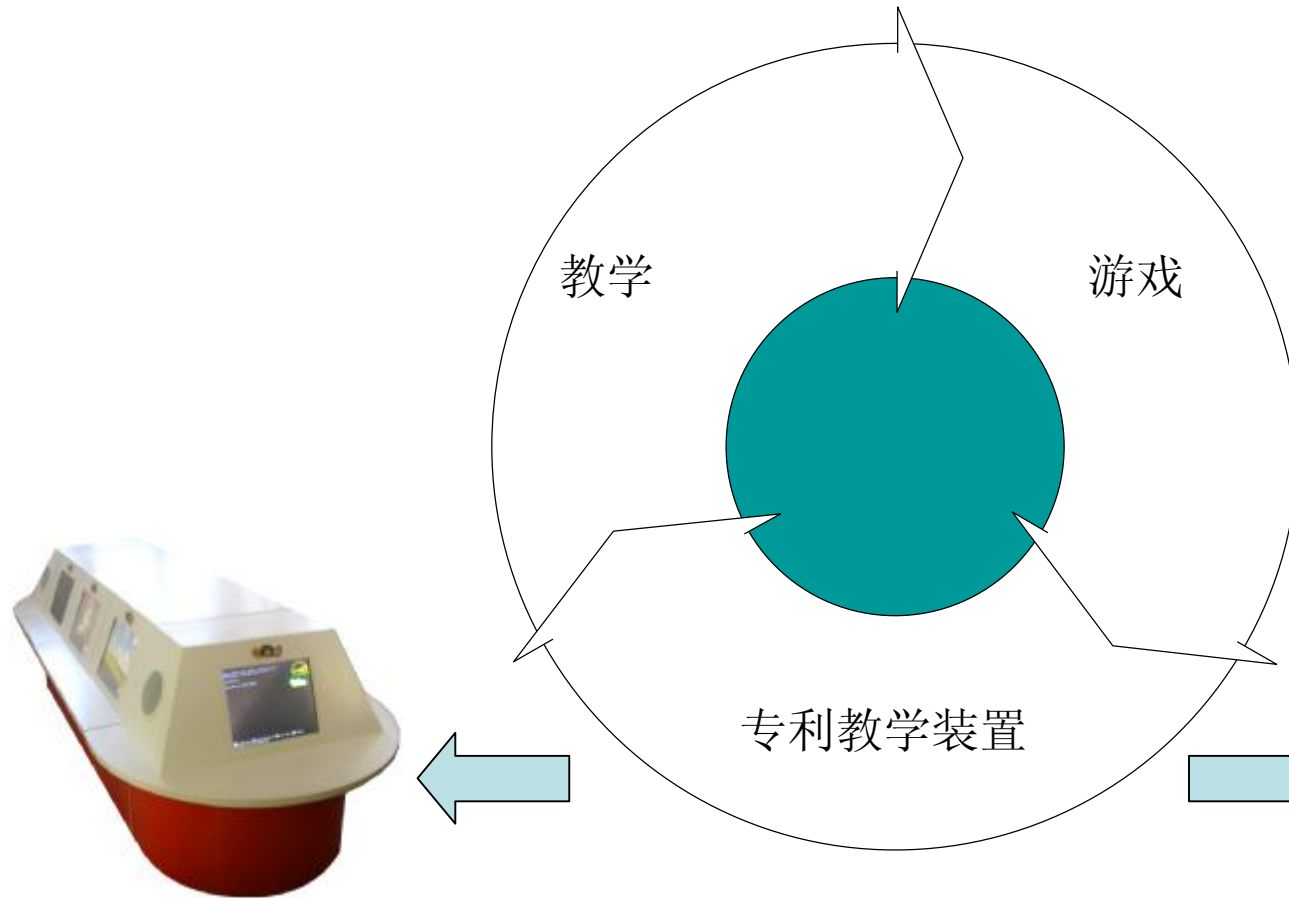
儿童俱乐部-娱乐中心



儿童俱乐部-健康中心



儿童俱乐部-CAI中心



该儿童多媒体教学装置包括一个教学主机和6个学生机，教学主机控制连接学生机，教学主机和学生机均分别装配在箱壳体中，每两个相对设置的学生机装配在同一箱壳体中，各箱壳体成一直线排列设置，教学主机的箱壳体10和学生机外的箱壳体20上开设有显示屏窗口12和21，该显示屏窗口处装配显示屏。教学主机及其箱壳体10位于一端部，该箱壳体整体扣装在计算机主机和显示屏的外部，其前端的箱壳体侧面具有显示屏窗口12，该显示屏窗口两侧的箱壳体侧面设置有音箱11，排列设置的各箱壳体的另一端部的一箱壳体30内设置有网络连接设施及音箱等控制设备，其外的箱壳体上也设置有音箱。中间三个箱壳体的两相对侧边分别设置显示屏窗口21，教师主机和各学生机的显示屏窗口下端的箱壳体的边缘向外水平延伸形成一台面22，该台面可以作为放置学习资料的课桌台。该箱壳体为罩设在计算机的主机和显示屏外的耐热绝缘壳体，其一并将连接线路和电力线路罩设在内部，提高了使用安全性。

儿童俱乐部-亲子中心和配套服务

亲子中心

亲子乐园

学步乐园



配套服务

家长视频休息区

家长健身区



项目选址：基于交通、安全、文化等角度考虑

1 城市次主干道

- 相对安静
- 车辆较少

2 交通便利

- 往来方便
- 停车容易

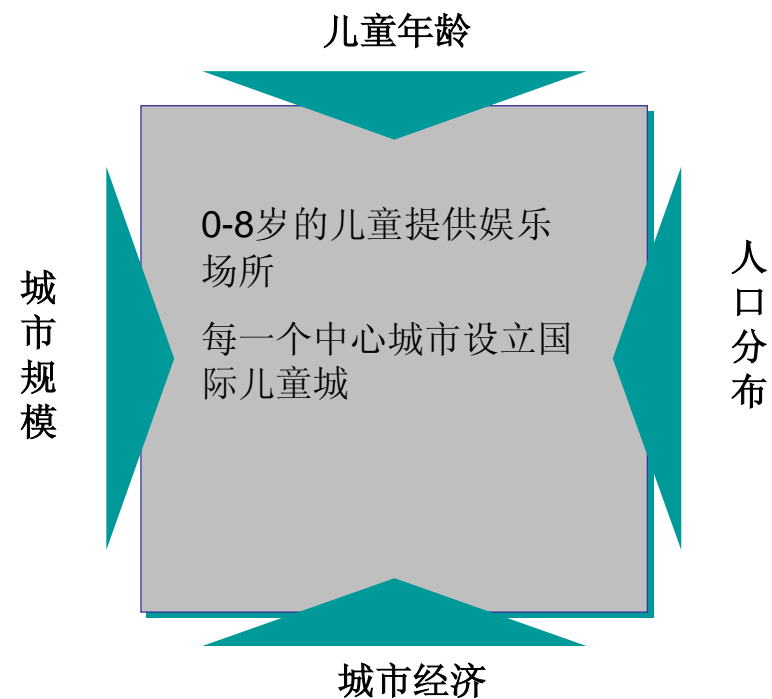
3 城市常住人口均知晓的地方

- 容易做宣传
- 市民心理容易接受

4 接近城市教育区或商务区

- 教育或文化气息较浓
- 人口比较集中

项目定位：基于年龄、人口数量、经济收入等角度确定



目前已运营的城市海景儿童俱乐部的概况



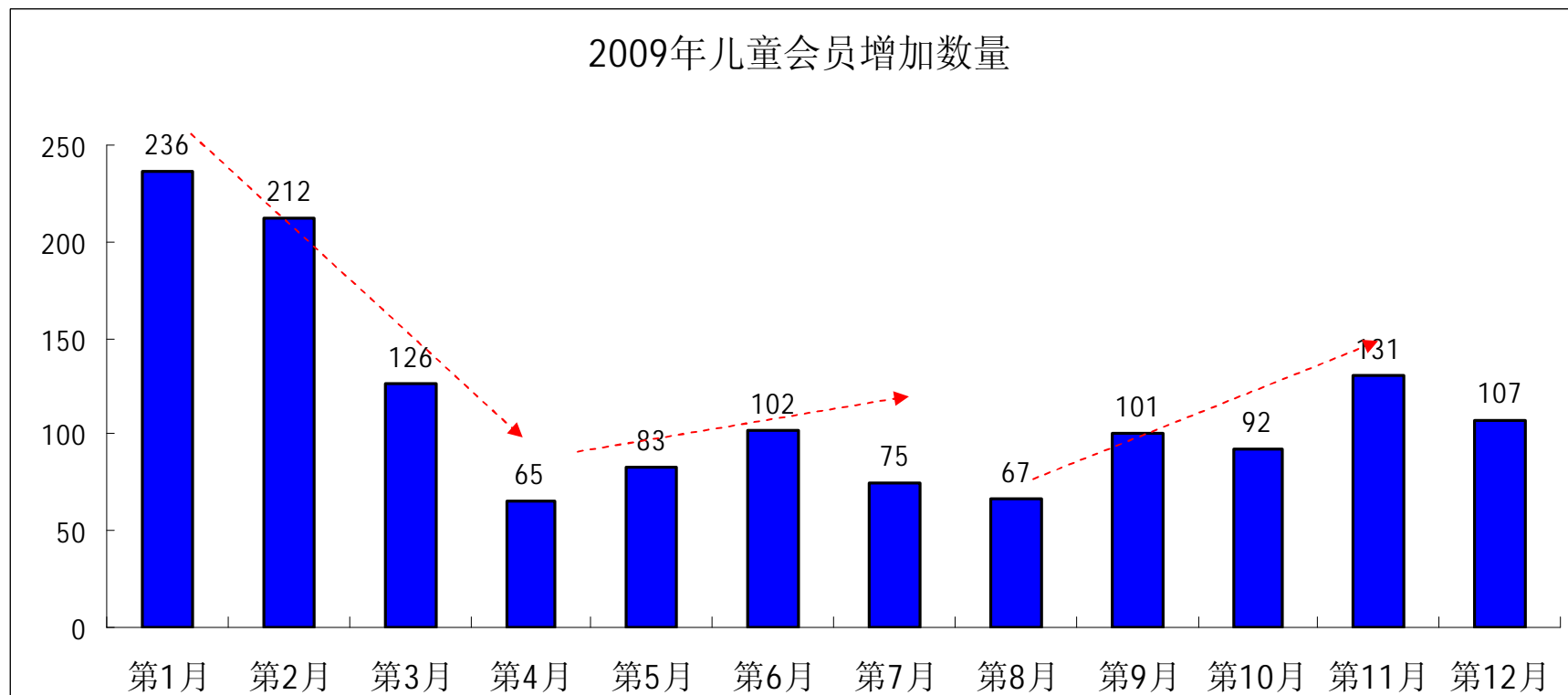
收费标准 | Fees Standard

年 卡：2520元/年 陪伴卡：720元/年
月 卡：900元/月 陪伴卡：360元/月
周 末 卡：1260元/年 陪伴卡：360元/年（周六日09：00-22：00）
亲 子 卡：1260元/年 陪伴卡：360元/年（周一至周五09：00-17：00）
次 卡：500元/10次，限3个月内使用
1000元/30次，限6个月内使用

服务项目 | Services

高尔夫练习场	奥数 作文 英语
海景钢琴中心	休闲区
海景沙滩	书画院
儿童乐园	海景棋院
健身中心	舞蹈中心 跆拳道

历史运营情况：寒暑假期间会员增加显著



2009年共招收儿童会员1397人，平均每人收费2020元/人，2009实现营业额283万元

市场分析

人口结构分析

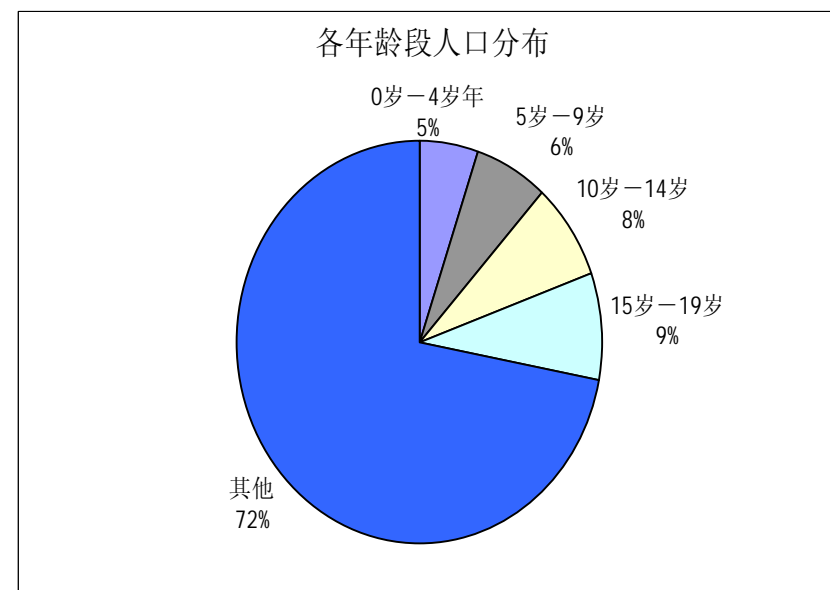
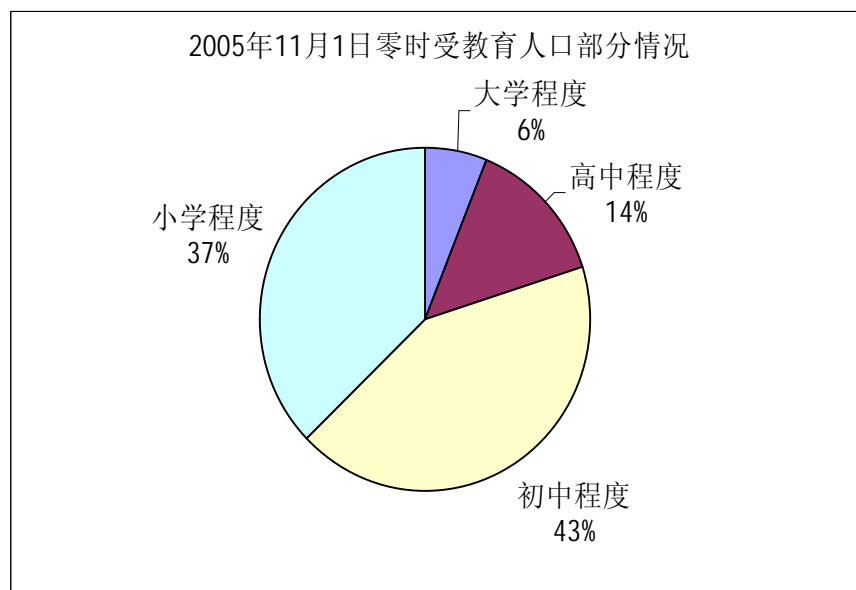
儿童娱乐市场价值

重点城市经济分析

竞争状况分析

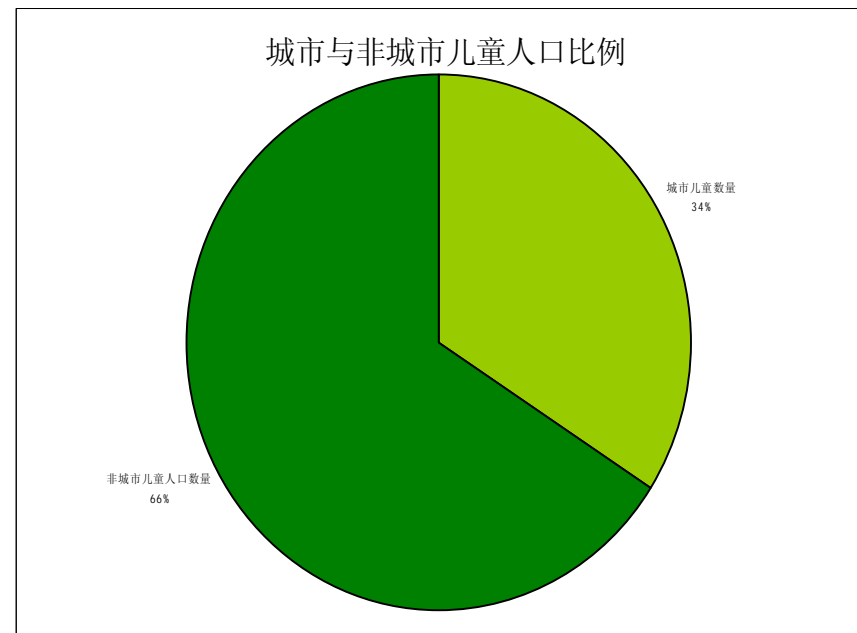
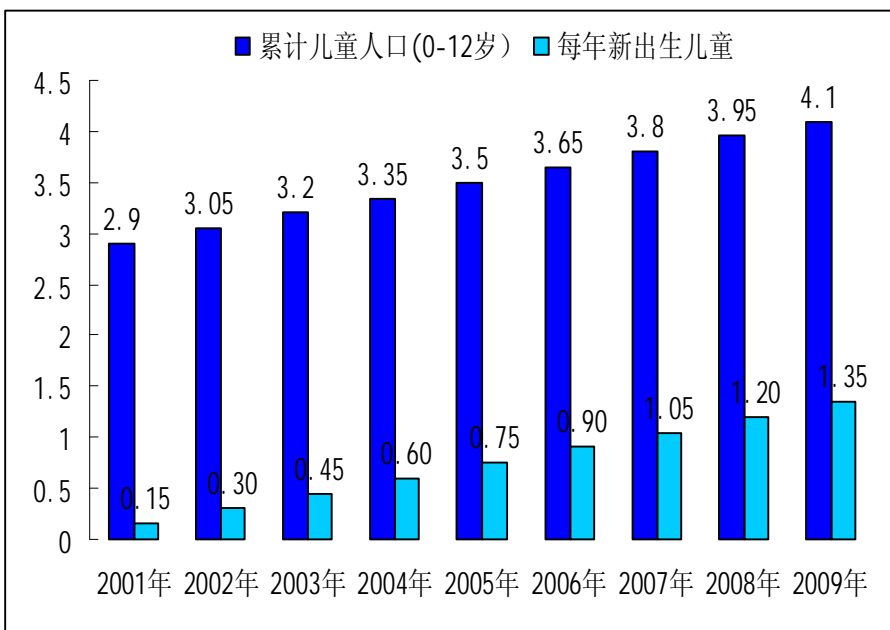
市场需求预测

我国人口现状：中国是世界上人口最多的国家，受教育程度不算高，儿童占22%左右



2005年11月1日零时，全国31个省、自治区、直辖市和现役军人的总人口为130628万人，与2000年11月1日零时第五次全国人口普查的总人口126583万人相比，增加了4045万人，增长3.2%；年平均增加809万人，年平均增长0.63%。根据调查数据推算，2005年年末总人口为130756万人

全国儿童人口分析：行业背景有关统计显示，中国2005年儿童人口数量为3.5亿，每年新生儿童1500万(保守估计)

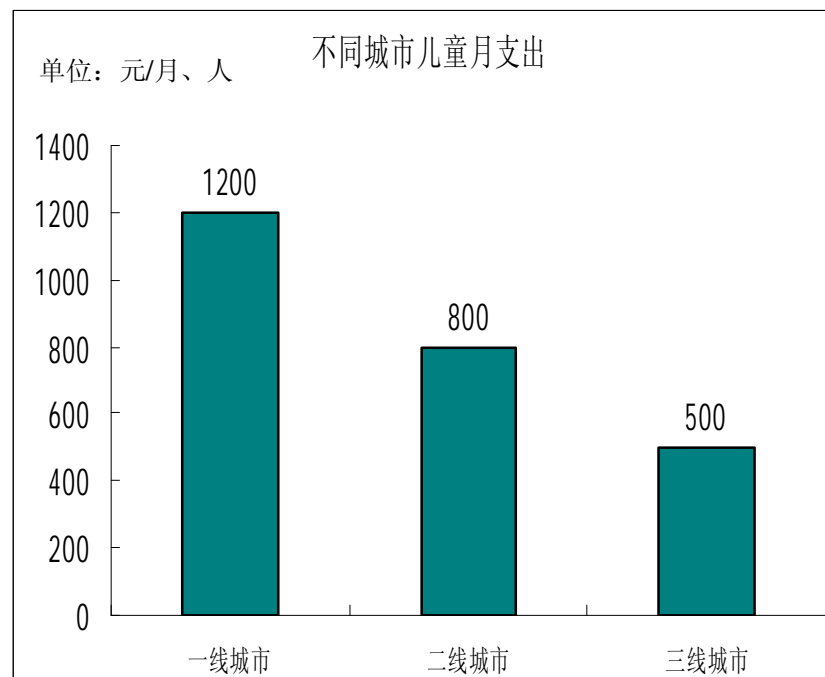
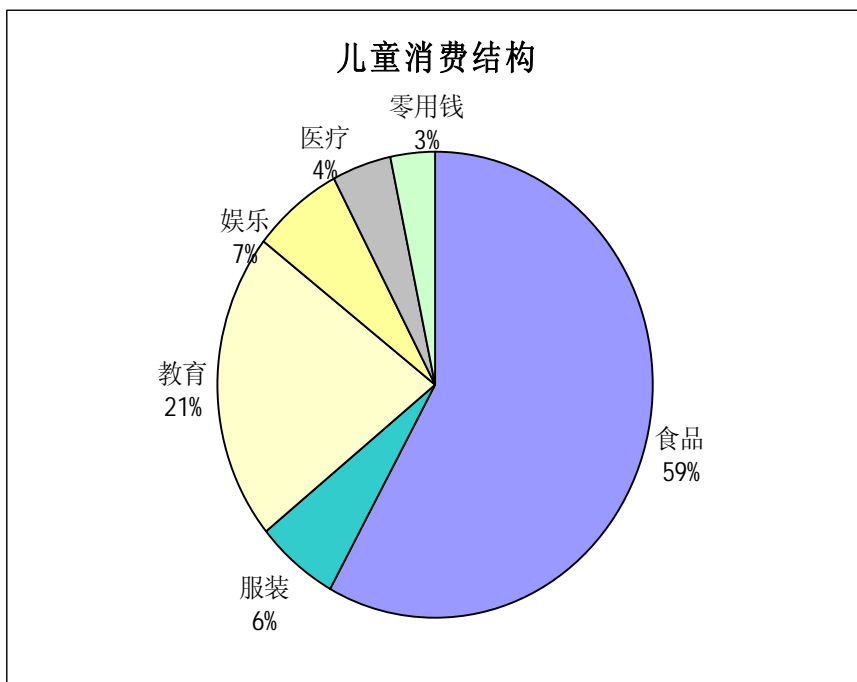


3.5亿儿童，其中城市儿童数量为1.2亿

假设按此增长率，预计2009年（0-12岁）儿童4.1亿

预计2009年（0-8岁）儿童1.35亿

儿童消费结构:食品消费仍占较大比重,59%,而教育和娱乐分别占比21%和7%;一线城市消费明显高于二、三线城市



一、二、三线城市, 平均每月每个儿童消费月**833**元左右

儿童年龄段不同,消费特点也不同

感知阶段

1

- 该阶段（2~7岁之间）儿童最显著的特点是消费认知依赖于观察所得。儿童的消费认知以感知性为特点，以客体的单一维度为基础，并且只从自己的角度来观察客体的细节特征
- 这一阶段的儿童处于学龄前期，他们对商品的喜好简单而直接，喜欢就想拥有，父母难以引导他们转移注意力到其他商品，这在5岁以下的孩子身上表现尤为明显

分析阶段

2

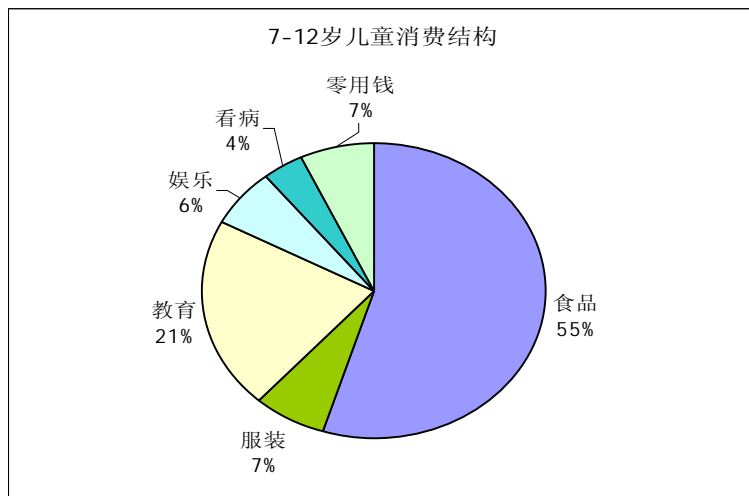
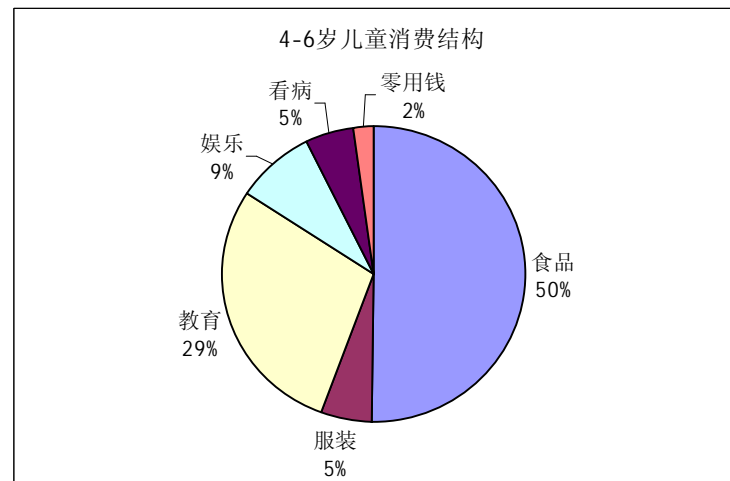
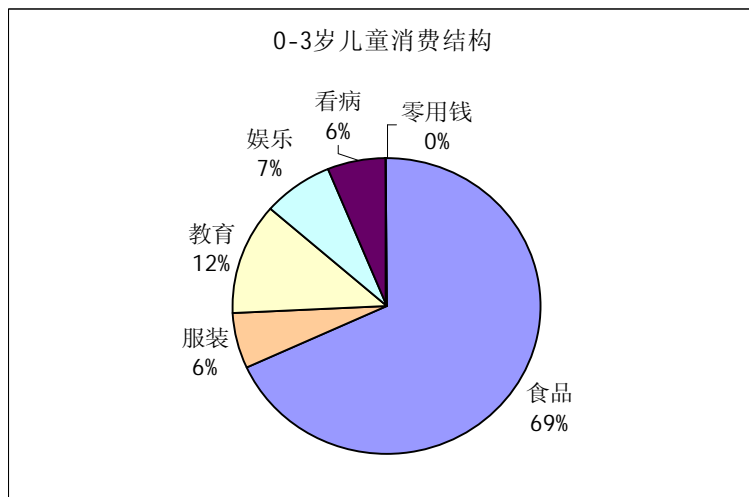
- 这个阶段（7~11岁之间）的儿童社会认知能力显著提高，由具体思维发展到抽象思维，他们开始区分广告、品牌、产品种类和价格等概念，并学会在他人经验基础上进行概括
- 这个阶段的儿童选择产品时不只考虑其外观，还加入了对产品基本功能和特性的考虑。10岁以后的儿童对媒体广告的认识和感知力有所提高，对媒体宣传的产品关注度和占有心理显著降低

反思阶段

3

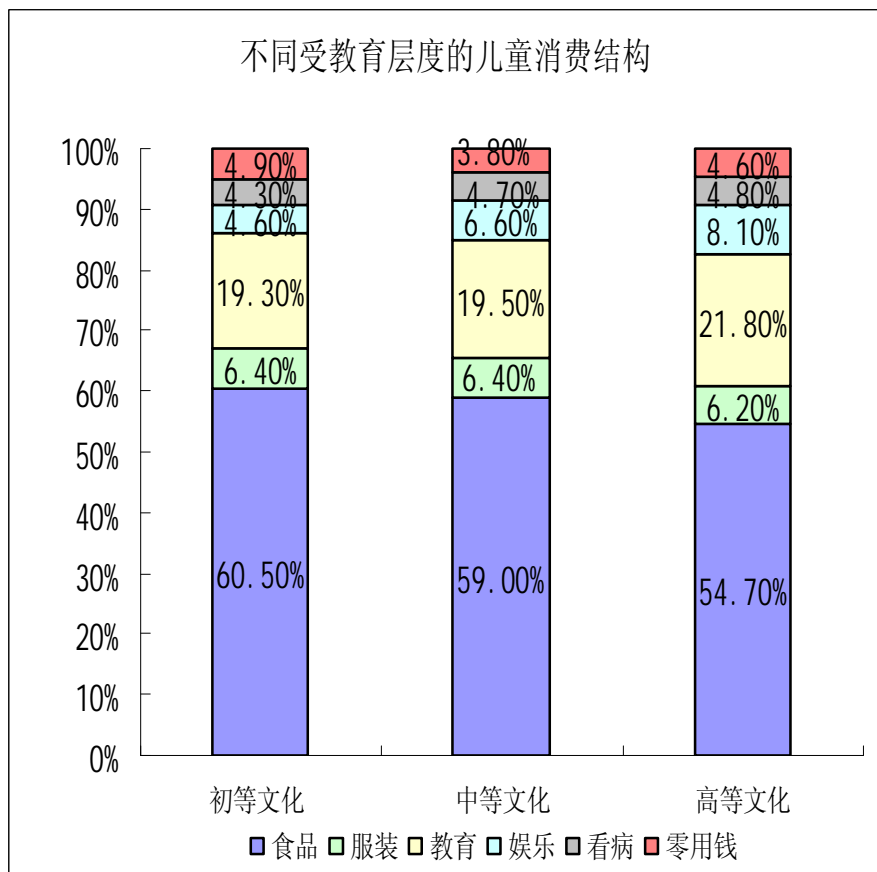
- 这个阶段（11~16岁之间）的儿童和青少年的社会认知功能日渐成熟，获得对周围环境的抽象思维能力，他们开始多角度地分析问题。他们往往通过思考和讨论进行反思，思维更具有逻辑性
- 在这个阶段，儿童青少年消费者更加重视作为一个消费者的社会意义，品牌的意识明显强于前两个阶段

大儿童、小儿童，消费有差异



我国大城市3岁以下的婴幼儿在“食品”和“看病”方面的花费较高。3岁以下的婴幼儿在“食品”方面的花费占孩子总消费的68.0%，分别高出4-6岁和7-12岁孩子17.6和13.2个百分点；用于“看病”的支出占6.2%，分别高出4-6岁和7-12岁孩子1.3和2.4个百分点。

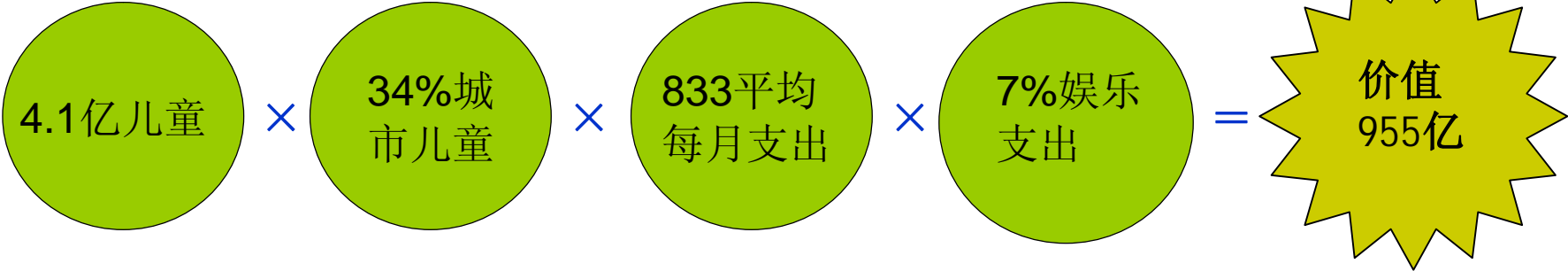
家庭结构的不同影响儿童的消费结构也不同



- 城市家长的文化程度越低，越注重孩子的“吃”和“穿”。本次调查结果显示，初等文化程度的家长，用于孩子“食品”方面的投资占儿童消费总支出的60.5%，分别高出中等文化程度和高等文化程度家长1.5和5.8个百分点；初等文化程度和中等文化程度家长用于“服装”方面的支出均为6.4%，高出高等文化程度家长0.2个百分点
- 中等收入家庭（人均月收入在1001-1750元之间）对孩子“食品”和“服装”方面的支出比例较高
- 家庭收入越高，越注重孩子的教育
- 伴随计划生育政策的实施和深入，“4+2+1”的家庭结构逐渐成为社会主流，六个家长围着一个孩子转，孩子在家庭和社会中的地位不断提高，优生优育的观念变得深入人心

经测算儿童娱乐市场的价值：2009年市场价值955亿元人民币

经济逻辑



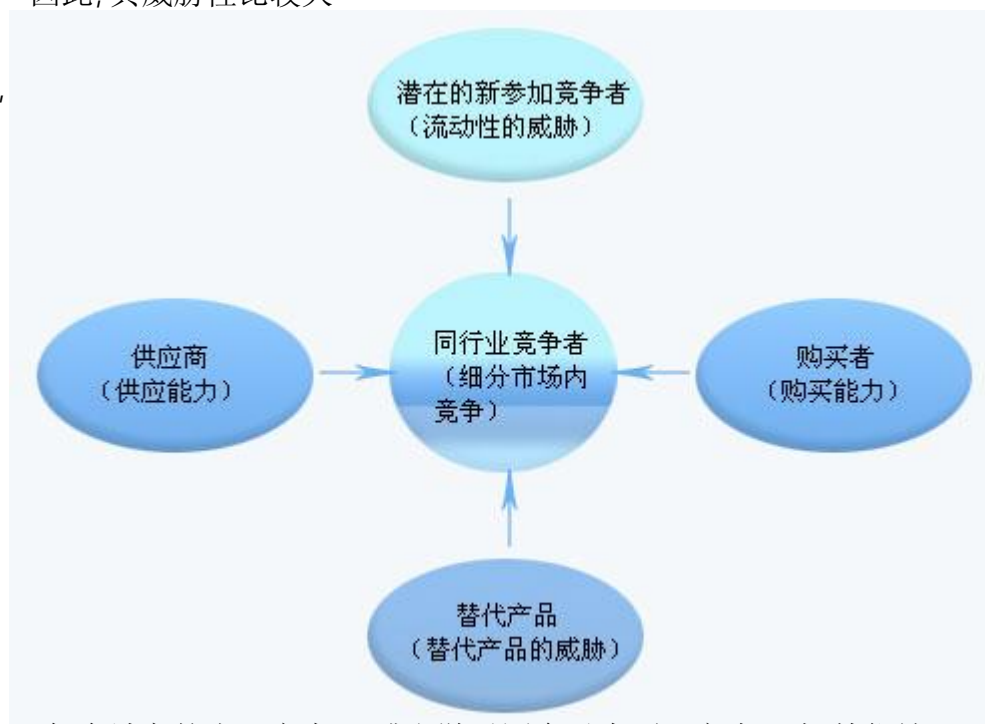
目前，每个城市都有儿童娱乐场所，但是，都无法与本项目的规模相比较,该项目的竞争优势就是规模经济

欢乐谷\动漫大型集团,如宏梦集团\大型儿童培训集团如东方爱婴集团等将是很大潜在竞争者,

他们的主要优势: 1. 熟悉娱乐或儿童市场 2. 资金比较充裕

因此,其威胁性比较大

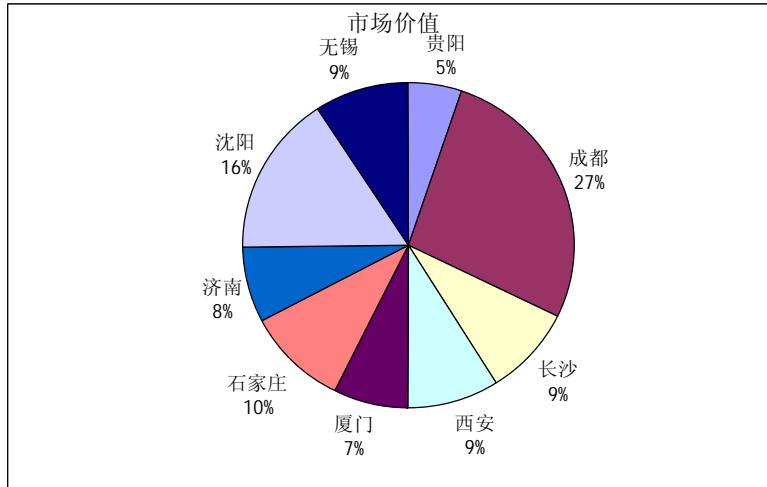
- 本项目的实验形成已运行两年,已于许多儿童娱乐提供商形成良好的合作关系;
- 并且本公司对儿童娱乐项目开发拥有多年经验
- 蟹岛城市海景就是本公司的经典之作
- 因此供应商的议价能力比较弱



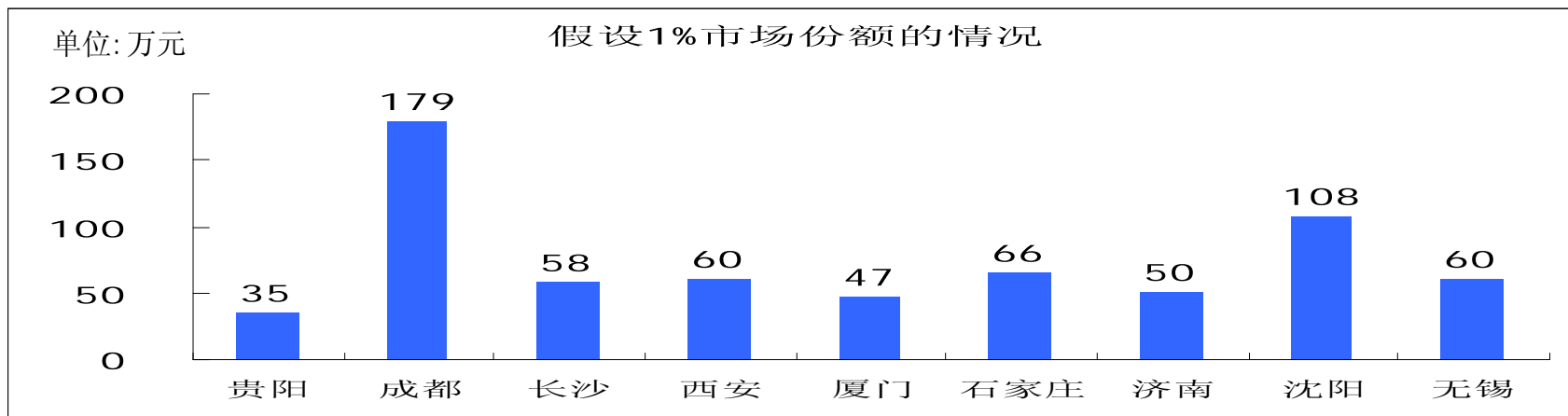
- 本项目主要向儿童提供娱乐与学习服务,
- 同时配有儿童购物街\电影院\儿童酒店和家长休息活动等
- 本项目是集娱乐\学习\休闲\餐饮于的儿童中心,一旦对该服务的消费形成习惯将会很难改变,
- 因此,购买者的议价能力不是很高

每个城市的小儿童中心,或者游乐园会对本项目产生一点,替代效应,但是,本项目将会提供一站式的儿童消费服务,因此,其替代性不是很强

目标市场开拓顺序



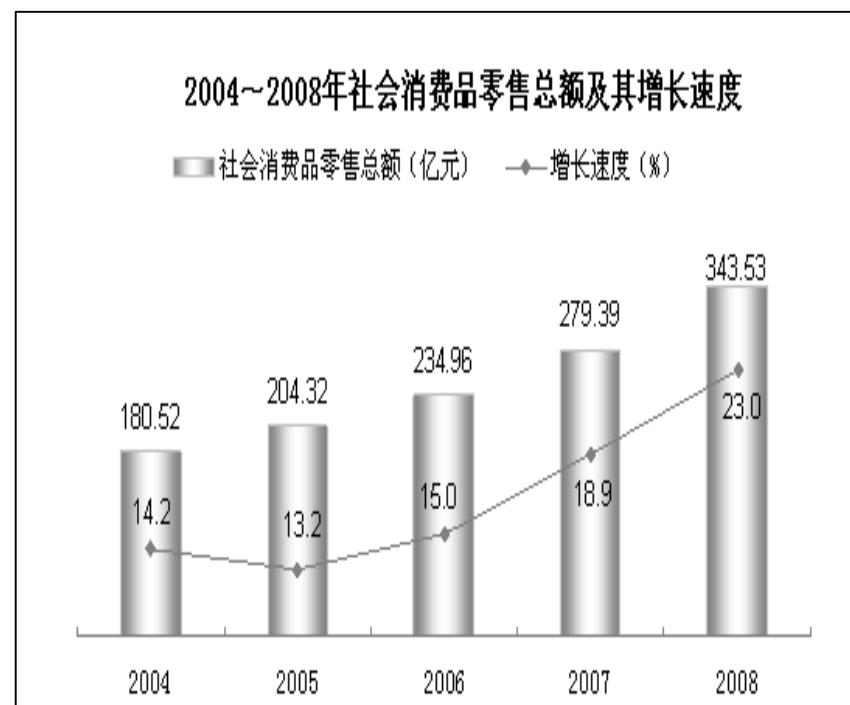
- 第一阶段
沈阳、成都、石家庄
- 第二阶段
无锡、长沙、西安
- 第三阶段
济南、厦门、贵阳



贵阳市市场价值=3460万元

贵阳市“十一五”教育事业发展规划：积极发展幼儿教育。农村乡镇均要建设好中心幼儿园，力争贵阳市三年儿童受教育率达70%以上，学前一年儿童受教育率达90%以上；贵阳市小学适龄儿童入学率达99%；“十一五”期间，贵阳市预计要转移20万人口进城，城区和县镇学龄人口受教育人数相应增加

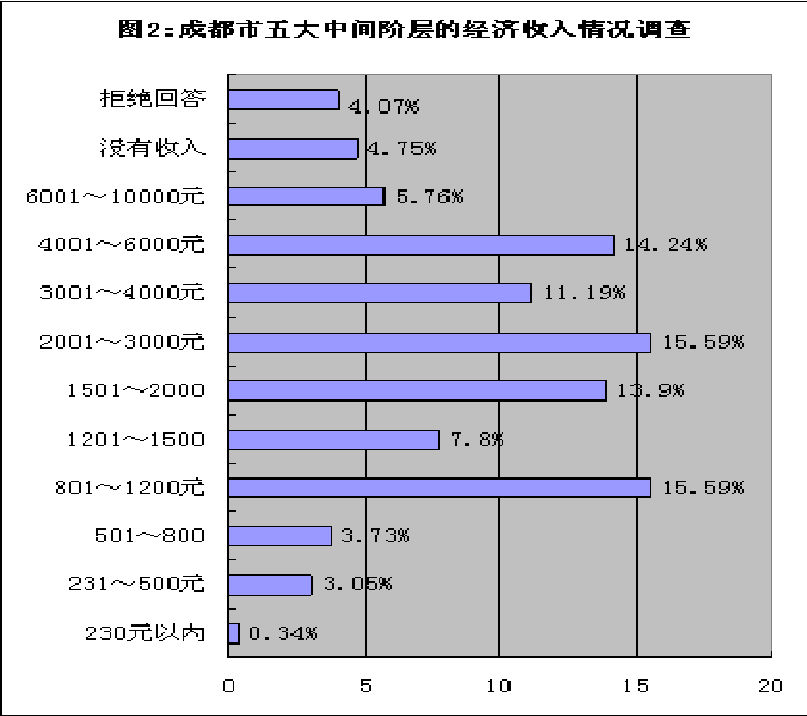
指 标	2008年
居民消费价格指数	7.0
食品类	18.1
烟酒及用品类	2.8
衣着类	-5.8
家庭设备用品及服务类	5.6
医疗保健和个人用品类	1.1
交通和通信类	-1.1
娱乐教育文化用品及服务类	2.9
居住类	5.2



2008年贵阳市DGP811亿元，人均可支配收入13817元，幼儿园在园儿童8.24万人
 假设按三线城市每个儿童每月500元支出计算，并且娱乐支出占7%，
 那么2008年贵阳市儿童娱乐市场价值=3460万元

成都市市场价值=1.8亿

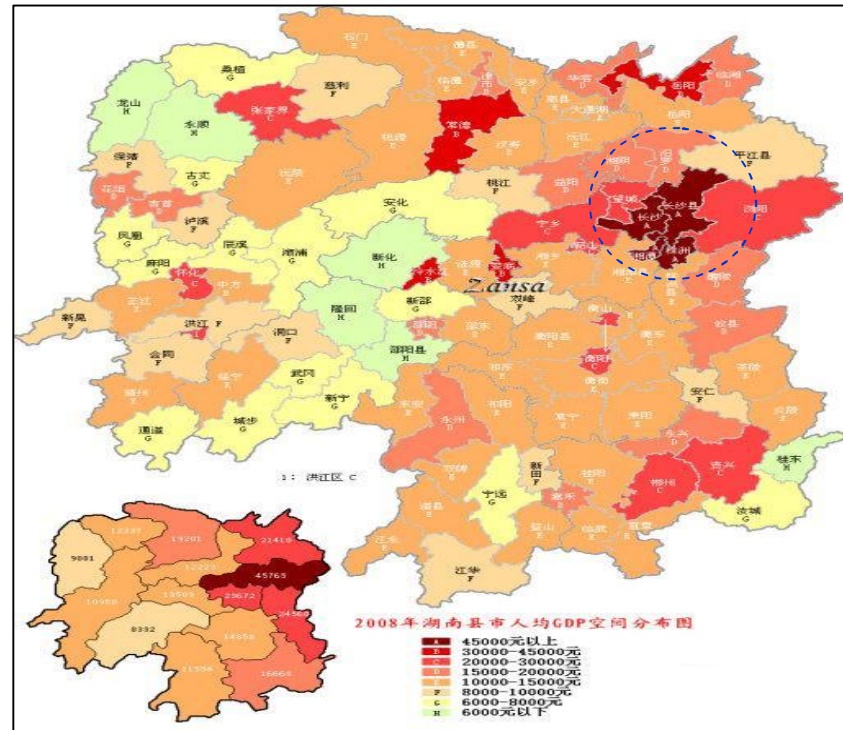
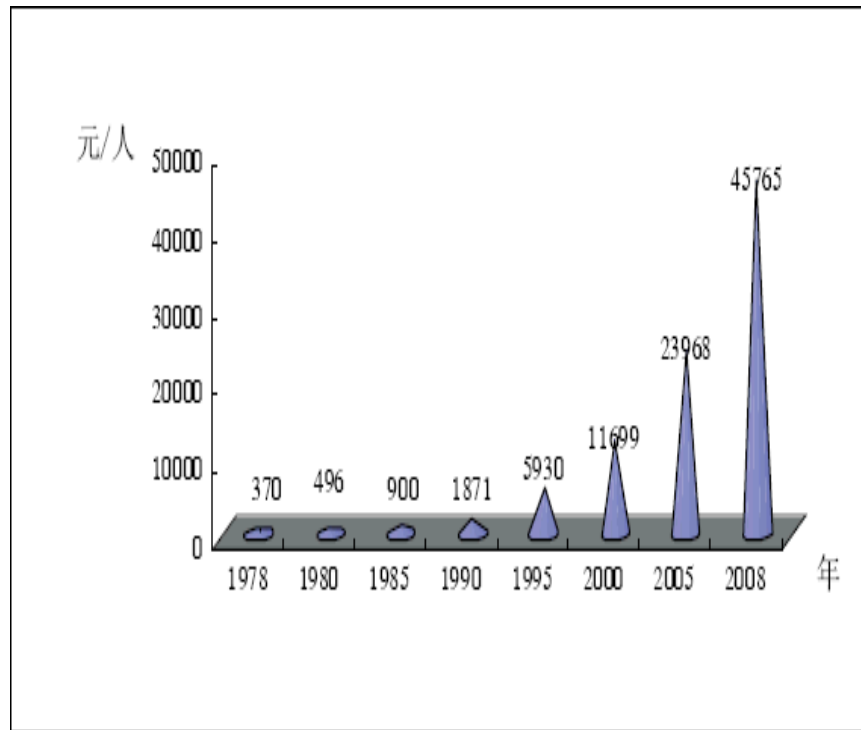
成都市教育事业发展第十一个五年规划：学前三年入园率达到95%以上，积极发展0—3岁婴幼儿早期教育，满足社会对0—6岁婴幼儿学前教育的需求；义务教育阶段适龄儿童少年均能依法按时入学，小学六年巩固率达到99%，初中三年巩固率保持在95%以上，初中毕业生升学率达到95%以上；进一步加大教育投入，力争政府财政性教育经费投入达到GDP的4%



2008年成都市GDP3900亿元，人均可支配收入16943元，幼儿园在园儿童26.7万人。假设按二线城市每个儿童每月800元支出计算，并且娱乐支出占7%，那么2008年成都市儿童娱乐市场价值=1.8亿

长沙市市场价值=5813万元

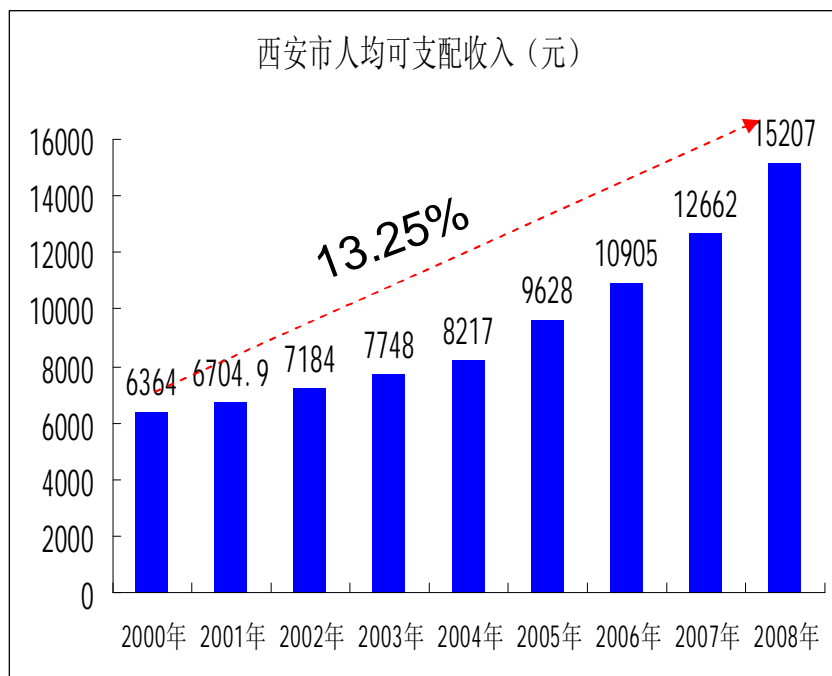
长沙市教育事业发展第十一个五年规划：0-3岁婴幼儿入托率达50%以上；城区3-5岁儿童入园率达98%，农村入班率达95%；小学、初中适龄人口入学率均达到100%，年辍学率分别控制在0.5%和1%以下；每个区、县（市）办好1所示范性幼儿园，每乡镇办好1所中心幼儿园



2008年长沙市GDP3001亿元，人均可支配收入18282元，幼儿园在园儿童13.84万人
 假设按三线城市每个儿童每月500元支出计算，并且娱乐支出占7%，那么
 2008年长沙市儿童娱乐市场价值=5813万元

西安市市场价值=6048万元

教育文化、娱乐服务支出历来是西安居民一项重要的消费支出。该项消费支出占消费总支出的比重始终保持上升趋势。消费投向显示，其边际消费倾向在城乡居民八大类投向中均居第三位。随着居民生活水平的提高和就业的需要，其对子女的教育消费日趋增长，同时对发展及享受型精神文化类需求也日益增加。预计教育文化娱乐服务消费仍将继续保持平稳增长的趋势



西安市城乡居民消费需求呈现五大特点

居民消费投向更趋优化

“住”的消费将稳定增长

“交通通信”消费将成为新热点

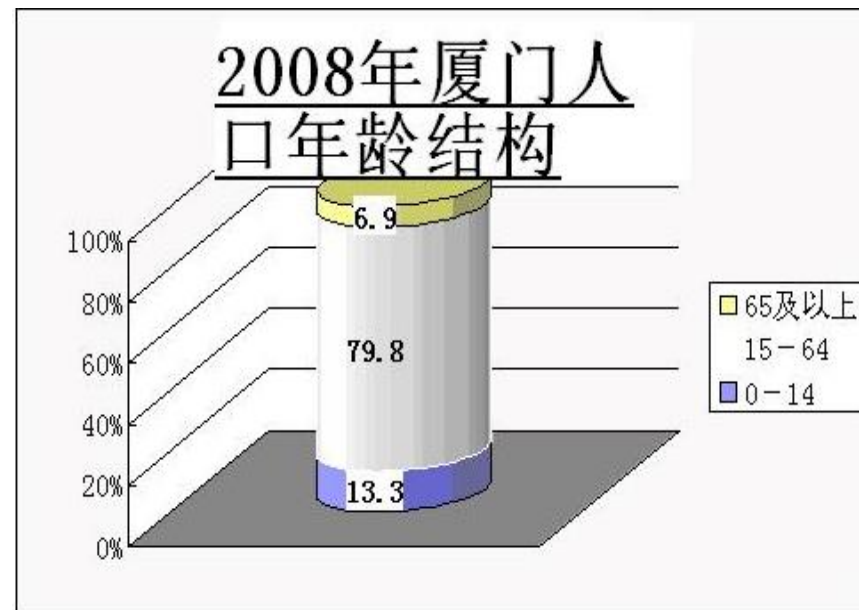
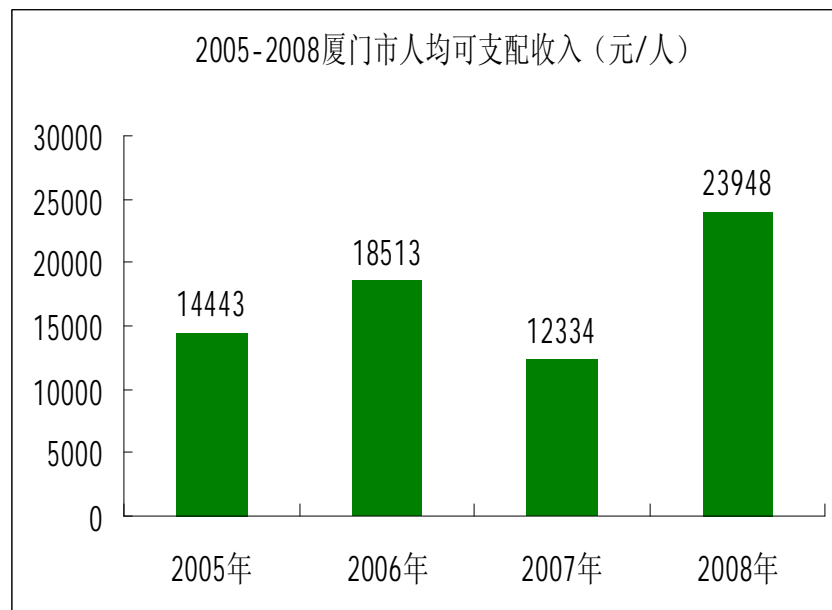
“娱乐、教育、文化服务”类消费将稳步增长

家庭设备用品及服务支出将持续增长

2008年西安市GDP2190亿元，人均可支配收入15207元，幼儿园在园儿童9万人。假设按二线城市每个儿童每月800元支出计算，并且娱乐支出占7%，那么2008年西安市儿童娱乐市场价值=6048万元

厦门市市场价值=4717万元

2007年末厦门市人口比2000年增长18.5%，2007年末，福州、厦门和泉州三个设区市总人口1693万人，占福建省总人口的47.3%，比2000年增加121万人，增长7.7%，高于福建省平均增幅2.7个百分点，占同期福建省净增人口的70.8%。



2008年厦门市DGP1560亿元，人均可支配收入23948元，幼儿园在园儿童7.02万人
假设按二线城市每个儿童每月800元支出计算，并且娱乐支出占7%，
那么2008年厦门市儿童娱乐市场价值=4717万元

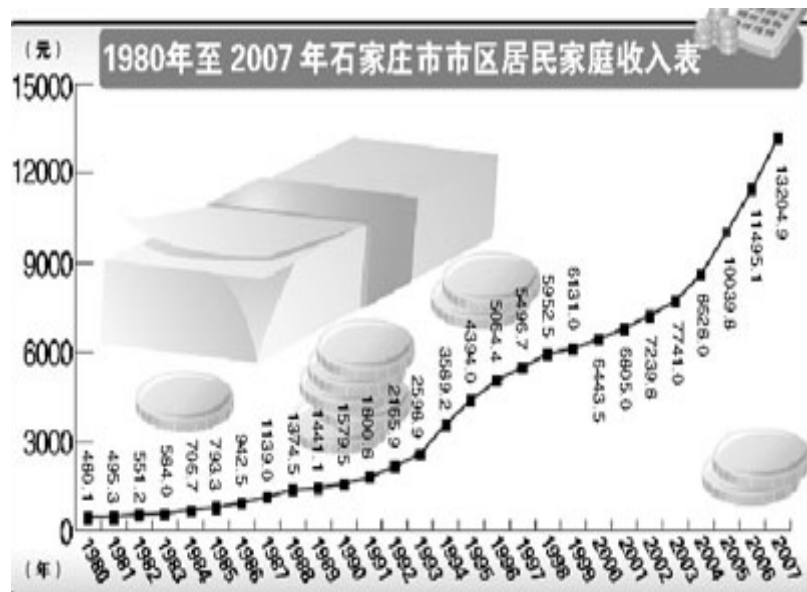
石家庄市场价值= 6552元

2008年末全市常住人口955.05万人，比上年增长1.6%，其中市区237.73万人，增长2.7%。全市人口出生率13.24‰，死亡率4.13‰，自然增长率9.11‰。

石家庄市家庭教育工作“十一五”规划：

使0—18岁儿童家长家庭教育知识和科学育儿知识的知晓率达到：市区95%以上，非贫困县85%以上，贫困县70%以上；

城市40%的社区建立社区家长学校或家庭教育指导中心；结合社会主义新农村建设，农村20%的村建立家长学校或家庭教育指导中心（站）

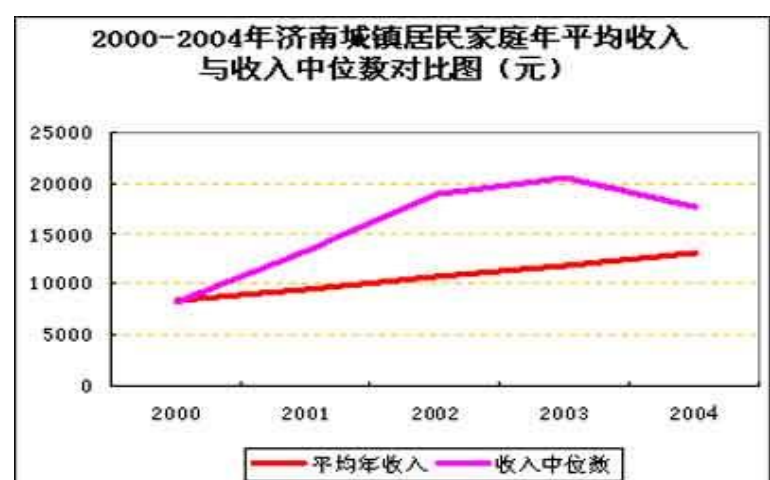
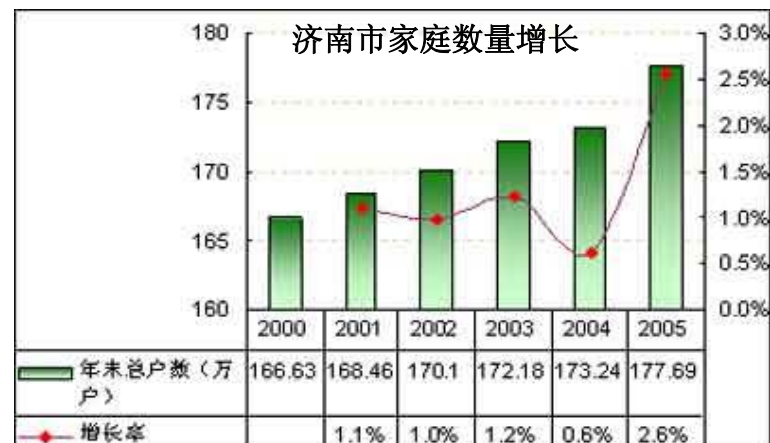
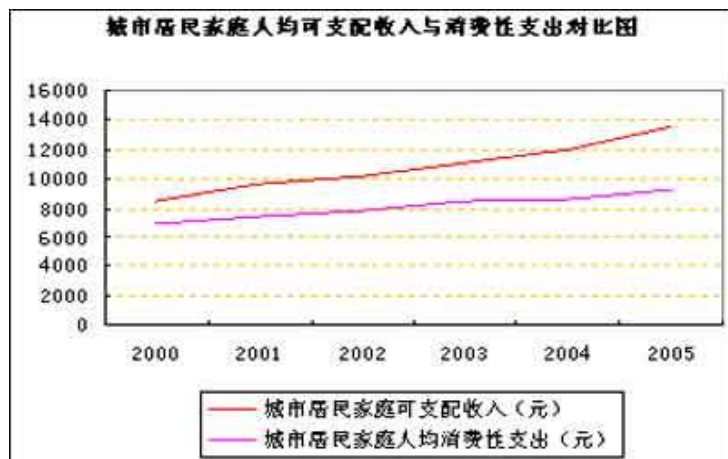


	2007年 城镇化率	与2003年相比 增加百分点	年均增加百分点
全国	43.9	—	—
河北省	40.25	6.74	1.69
石家庄	45.10	5.86	1.47
唐山	49.73	9.41	2.35
秦皇岛	44.78	3.84	0.96
邯郸	40.67	8.00	2.00
邢台	38.06	7.12	1.78
保定	31.76	3.24	0.81
张家口	40.93	6.41	1.60
承德	35.27	7.10	1.78
沧州	39.00	10.13	2.53
廊坊	44.63	7.37	1.84
衡水	35.01	5.10	1.28

2008年石家庄市DGP2838亿元，人均可支配收入15062元，幼儿园在园儿童15.6万人假设按三线城市每个儿童每月500元支出计算，并且娱乐支出占7%，那么2008年石家庄市儿童娱乐市场价值=6552万元

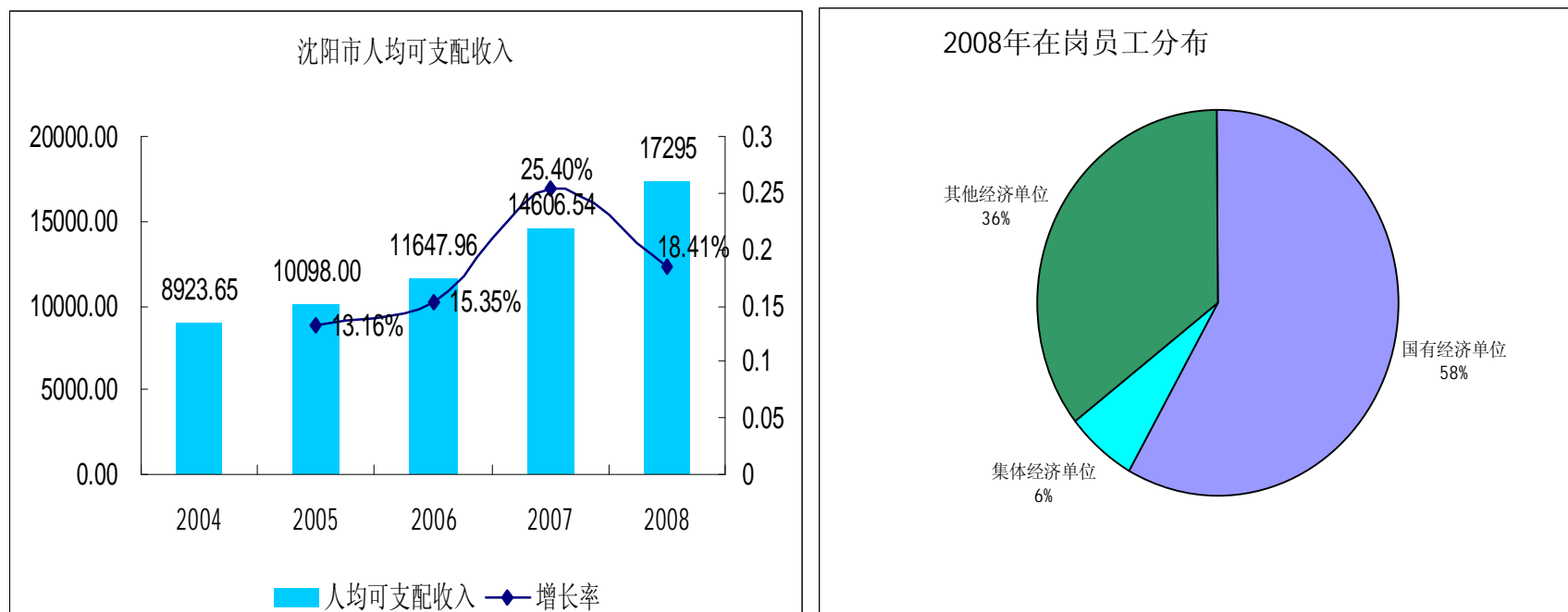
济南市场价值= 5040万元

济南“十一五”时期全市发展的总体目标是：到2010年，全市生产总值达到3500亿元，年均增长13%，人均6800美元



沈阳市场价值=1.1亿元

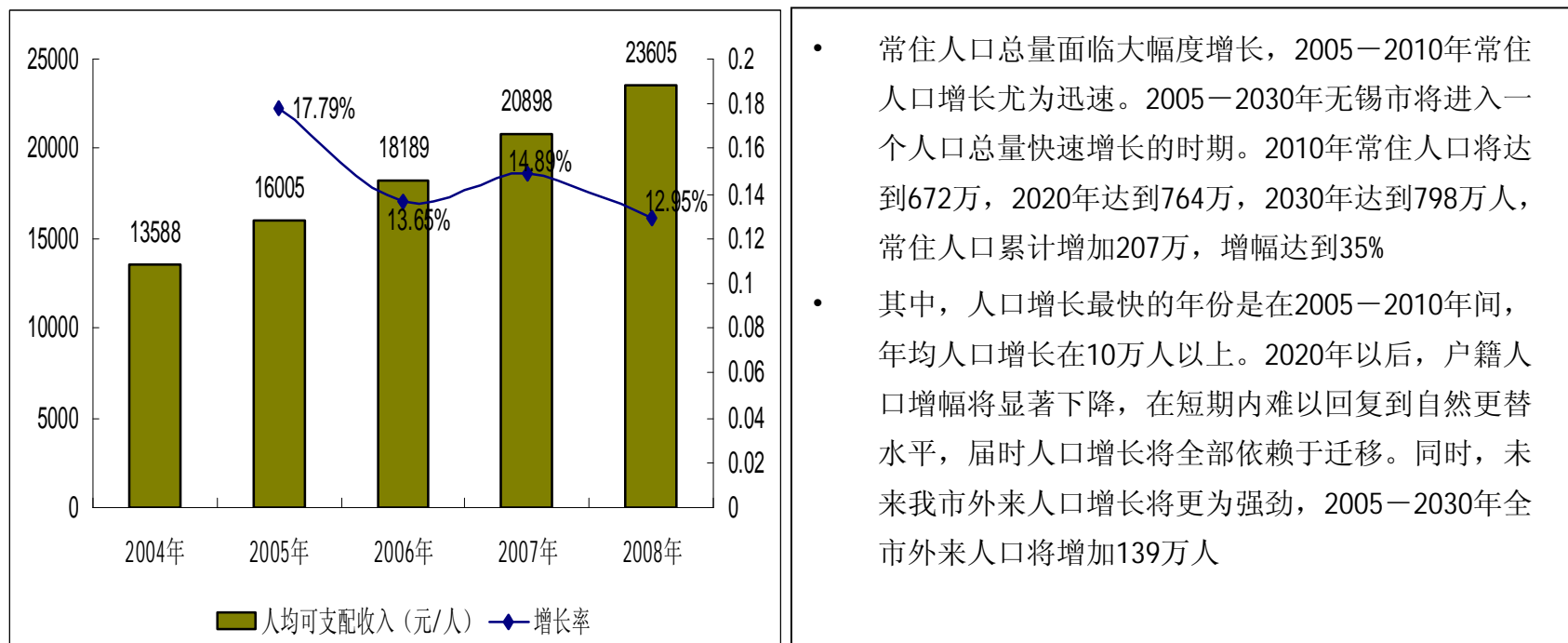
沈阳市城镇居民消费的恩格尔系数略低于40%，居民消费重点已经转向住、行和教育等方面，消费结构的升级转型，将较大幅度地提高住房消费在居民消费中的比例，增加住房消费总量。另一方面，从消费水平看，城镇居民收入的增长，消费水平的提高. 1998年以来，沈阳市GDP和人均GDP增长均在10%以上；城镇居民人均可支配收入，城镇居民人均储蓄存款年均增长也在10%以上



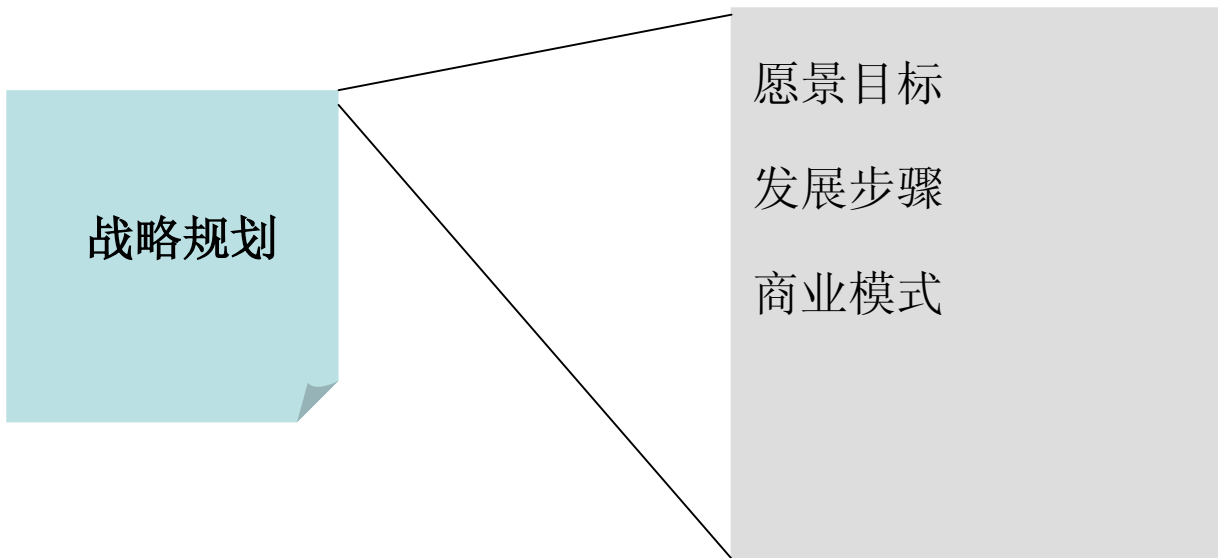
2008年沈阳市GDP3860亿元，人均可支配收入17295元，幼儿园在园儿童16万人
假设按二线城市每个儿童每月800元支出计算，并且娱乐支出占7%，
那么2008年沈阳市儿童娱乐市场价值=1.1亿元

无锡市场价值= 6048万元

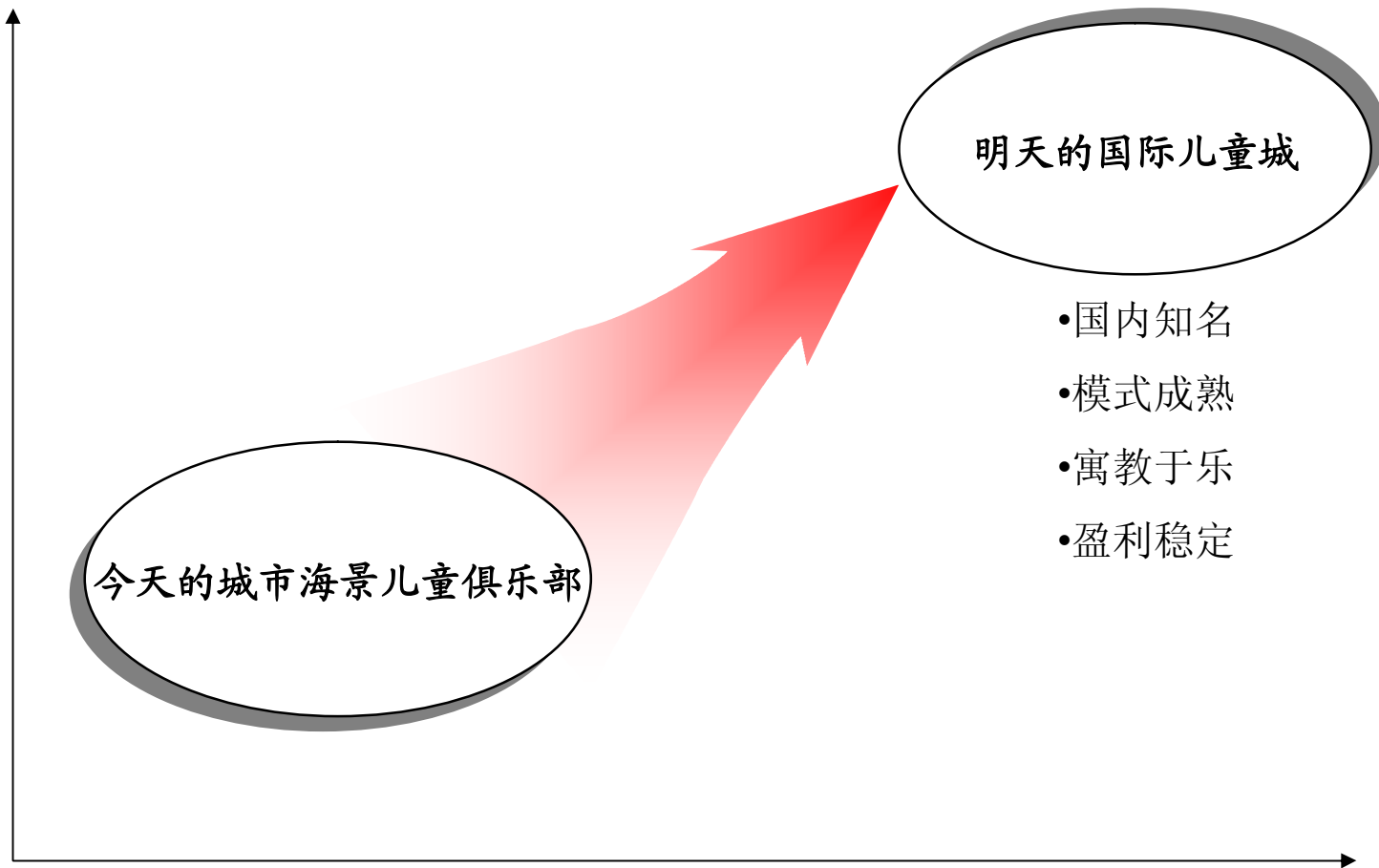
“十一五”期间无锡教育发展的具体目标是：0—6岁学前教育体系基本建立，0-3岁婴幼儿受教育率达到85%，4—6岁幼儿入园率达到99%以上；小学普及率和巩固率继续保持100%，初中普及率和巩固率分别达到100%和99.9%，特殊教育普及率达到99%以上；财政性教育经费占财政经常性支出的比例达24%



2008年无锡市DGP4419亿元，人均可支配收入23605元，幼儿园在园儿童9万人
假设按二线城市每个儿童每月800元支出计算，并且娱乐支出占7%，
那么2008年无锡市儿童娱乐市场价值=6048万元



愿景目标:全国最大的儿童娱乐制造商



在中国新兴城市40强分布中，重点开拓成都、沈阳等城市



发展策略：四大策略将支持项目战略目标的实现



- 与国内或国际知名动漫公司合作-
- 设计主题娱乐项目-(宏梦动漫\奥飞动漫)



- 与当地教育资源聚集政府合作
- 获得政府支持

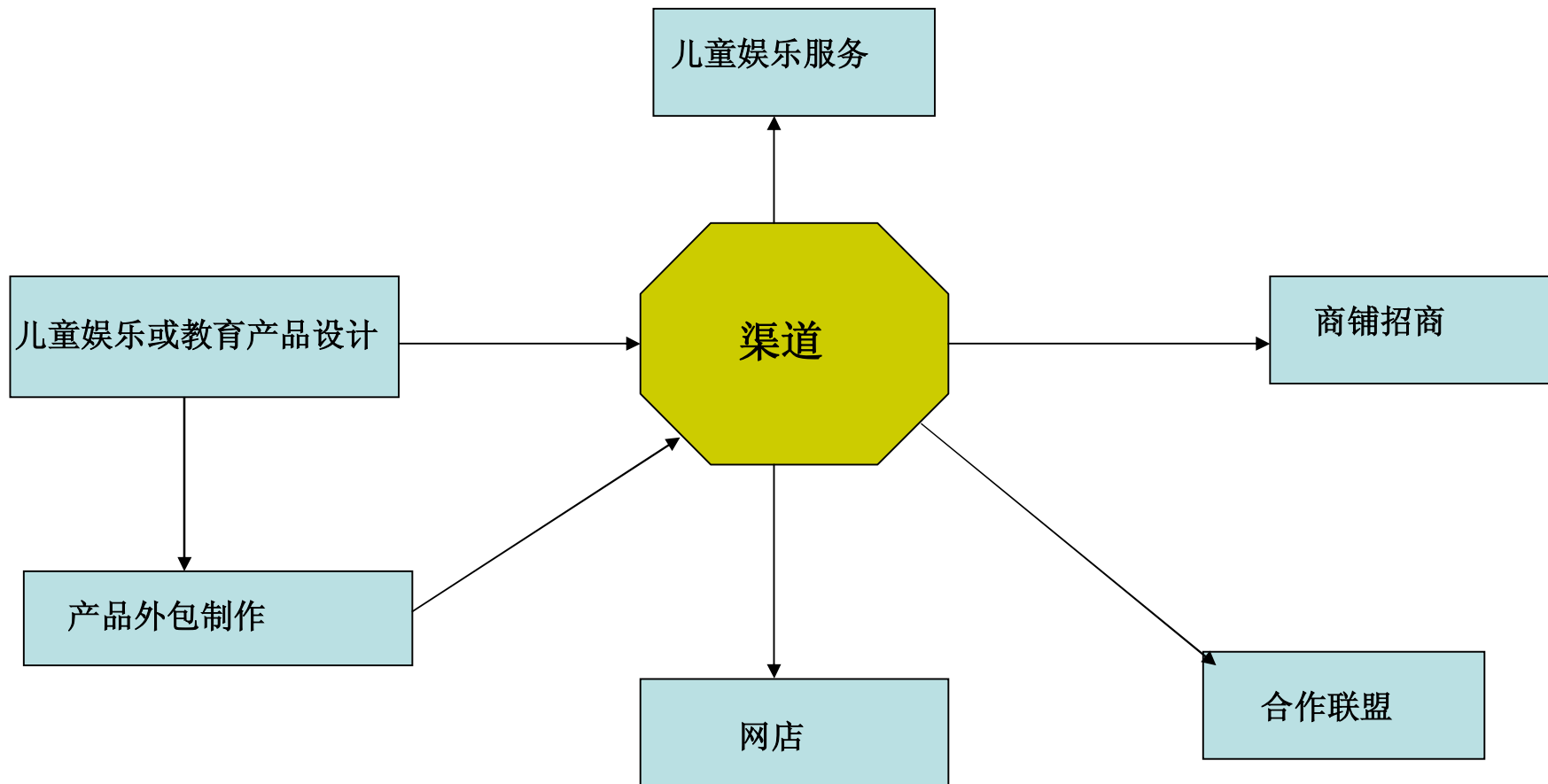


- 与国内知名儿童教育机构合作
- 引进教育品牌



- 与国内知名商业地产合作-获得廉价房租
- 打造教育+娱乐+地产的新概念

商业模式：以渠道为核心的儿童消费的产业链不断延伸



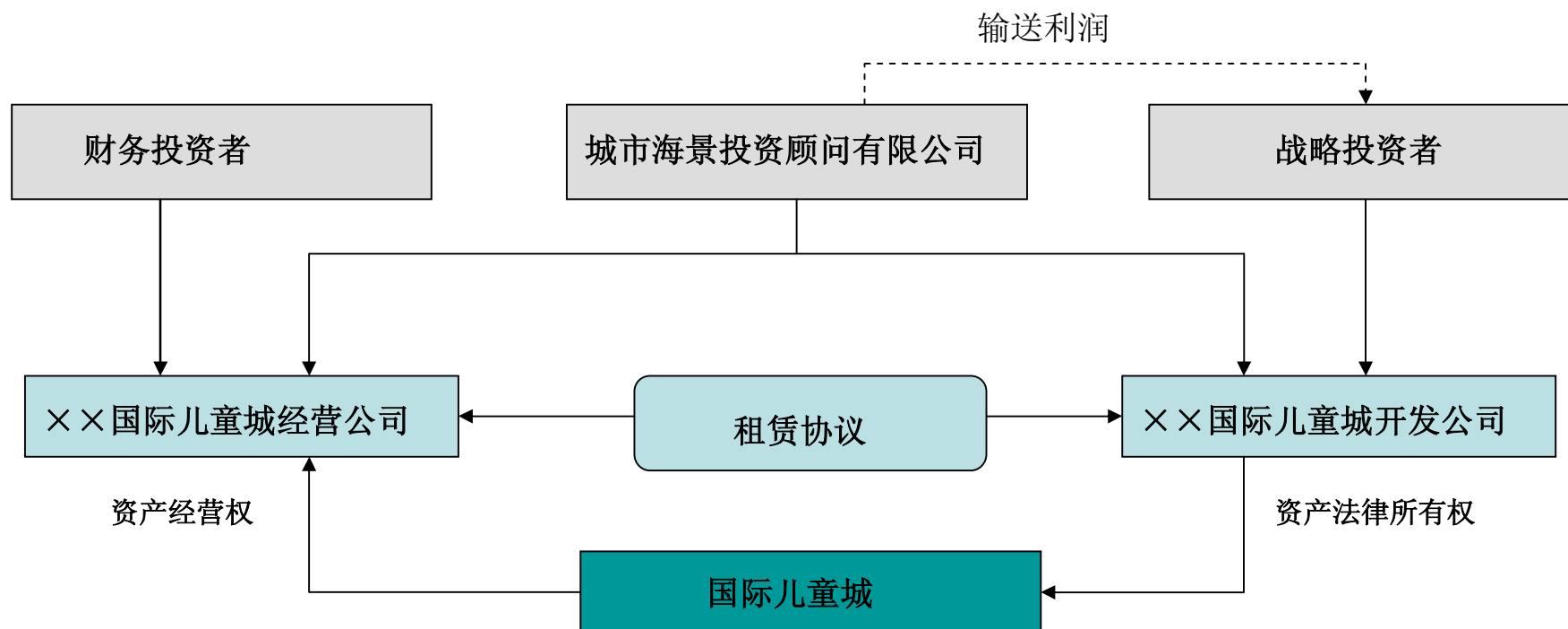
投资计划

- 投资计划
- 投资结构
- 投资方案

投资计划：固定资产投资约3200万元，营运资金约1800万元

营运资金投资				固定资产投资			
项目	数量	单价 (万元/年)	金额(万元)	项目	数量	单价 (元/㎡)	金额(万元)
工资	200	3	600	儿童俱乐部	8000	2000	1600
水电暖冷气			200	美食广场	5000	1200	600
房租	2万平米 (净)		800	儿童商品街	5000	1200	600
广告费			150	儿童剧院	1000	2000	200
其他			50	儿童酒店	1000	2000	200
总额			1800	总额			3200

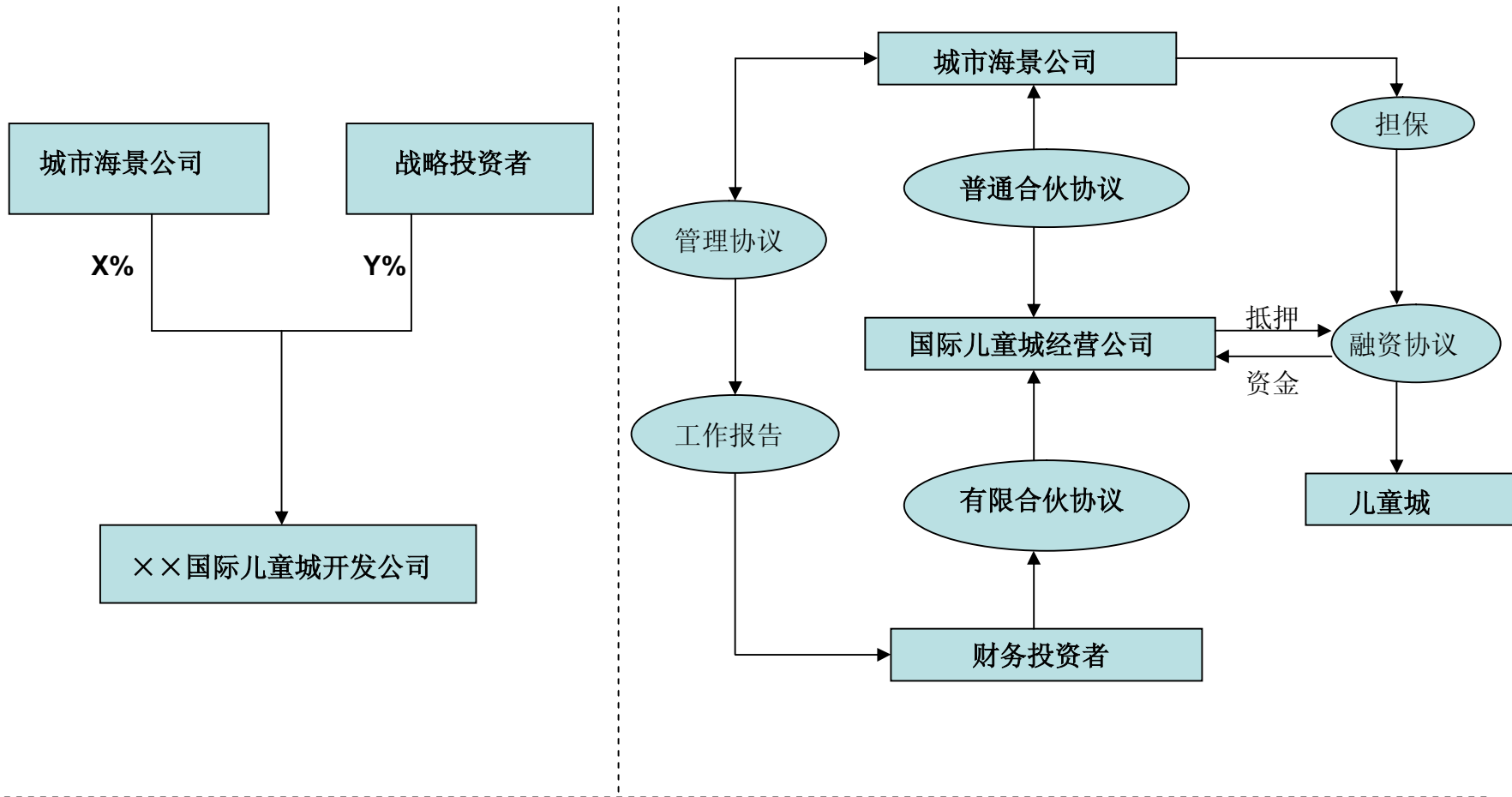
投资结构：拟设立两个公司



Ø设计成立国际儿童城开发公司的目的是为了有效地利用项目的税务优势-投资者能分享其投资比例项目税务亏损（或利润）与其他来源收入合并纳税的好处；解决3200万元固定资产投资问题

Ø设计成立国际儿童城运营公司的目的是为了了解决城市海景公司对项目的绝对控制问题；解决1800万运营资金问题

投资方案：一个拟采用公司制，另一个拟采用有限合伙制



财务预测

- 业务预测
- 模拟利润表
- 模拟现金流量表
- 投资回报

业务预测：会员收费、增值服务、商铺出租、合作分成、物业管理

	业务构成				
	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
会员人数(万人)	1.2	1.7	2.1	2.3	2.3
增长率		42%	25%	8%	0%
平均收费	1800	1800	1800	1800	1800
增值服务占比	3%	5%	6%	7%	8%
商铺面积	5000	5000	5000	5000	5000
出租率	60%	70.0%	100.0%	100.0%	100.0%
租金(元/天m ²)	4	4	5	5	5
合作分成占比	25%	30%	30%	30%	30%
金额	500	500	500	500	500
物业费标准(元/月m ²)	2	2	2	2	2
收费面积(m ²)	10000	10000	10000	10000	10000

	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
会员收入	2160	3060	3825	4140	4140
增值服务	65	153	230	290	331
商铺收入	438	511	913	913	913
合作分成	150	255	319	345	345
物业管理	24	24	24	24	24
合计	2837	4003	5310	5711	5753

模拟利润表：营业额复合增长率20%，净利润复合增长率83%

	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
收入	2837	4003	5310	5711	5753
成本	2540	2390	2390	2390	2390
工资	600	600	600	600	600
水电	200	200	200	200	200
房租	800	800	800	800	800
广告	300	150	150	150	150
折旧	640	640	640	640	640
利润	297	1613	2920	3321	3363
所得税	74	403	730	830	841
净利润	223	1210	2190	2491	2522

	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
固定资产原值	3200				
残值率	0%				
折旧	640	640	640	640	640
余额	2560	1920	1280	640	0

模拟流量表：每年年末年均剩余1160万元现金

	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
现金流入	3193	4243	5419	5780	5817
收入转化现金	2553	3603	4779	5140	5177
折旧	640	640	640	640	640
现金流出	1817	3013	4320	4721	4763
费用转化现金	1520	1400	1400	1400	1400
股利分配	223	1210	2190	2491	2522
税金	74	403	730	830	841
净现金	1376	1230	1099	1059	1055

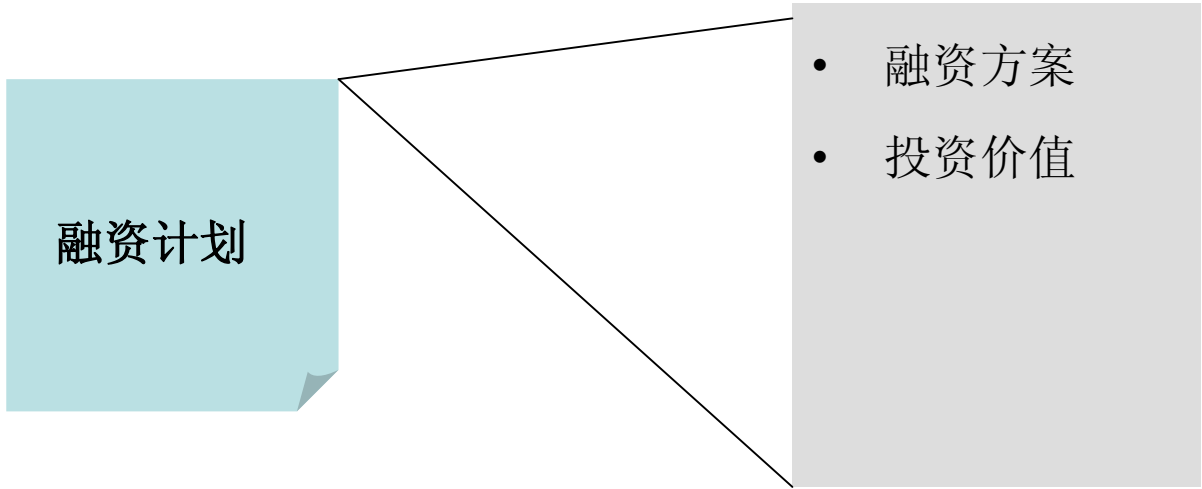
假设条件

收入现金转化率	90%
费用现金支出率	80%

投资回报：预计3年半时间收回投资，投资收益2.8倍，

	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
净利润	223	1210	3400	5891	8413
累计净利润	223	1432	4832	10722	19135
投资额	5000				
5年收益	19135				
投资收益率	2.83				
投资回收期	3.5年				

	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年
净利润	223	1210	2190	2491	2522
股利分配率	100%	100%	100%	100%	100%
股利分配	223	1210	2190	2491	2522
未分配利润		0	0	0	0



融资计划

城市海景投资顾问公司拟融资5000万元人民币，持股比例等协商后待定

融资方案:

- 公司以自有与战略投资者成立国际儿童城开放公司，解决3200万，具体股权比例待定
- 以开发公司的股权抵押财务投资者，解决1800万营运资金
- 战略投资者拟采用股权资本
- 财务投资者拟采用可转债资本

若以5000万元投资额，总股本为5000万计算，预计在2013年可有如下2种收益方式

资本市场收益

- 若公司发展良好，能够在2014年左右实现上市，届时每股价格可达8元，投资溢价至少可达8倍
 - 目前进入每股1元人民币
 - 若上市时对外发行25%，根据预测结果，摊薄后每股盈利为0.4元，根据行业平均市盈率20倍（较低）计算
 - 若以行业平均市盈率42倍计算，其股价可达到16.8元，溢价可达16倍
- 注：美国迪斯尼公司2008年的平均市盈率为20，A股2009年28家中小板平均市盈率为42，2009年12月16日市盈率为25

现金分红

- 若公司经营未能达到在A股上市条件，投资者将可得到固定比例的现金分红
 - 根据预测，假设分红比例为70%，则投资者2010至2014年每年可分得的现金红利分别为：223万元、1210万元、2190万元、2491万元和2522万元，五年合计为1.4亿元，三年静态投资收益率为2.8倍