



乐派儿童生日派对

创业方案



目录

第一章 概要	4
1 公司简介.....	4
2 市场分析.....	4
3 业务介绍.....	5
4 营销和发展战略.....	6
5 组织和人力资源.....	7
6 投资与财务.....	8
第二章 公司介绍	8
1 公司简介.....	8
2 公司总体战略.....	8
3 公司发展战略.....	9
4 店面选址.....	10
第三章 产品与服务	11
1 开发的目的.....	12
2 服务流程设置.....	13
3 服务特点.....	14
4 道具展示.....	15
5 典型案例.....	17
6 亲子游戏.....	23
7 优势与独特.....	28
8 未来规划.....	30
第四章 市场分析	31
1 (PEST 分析法).....	31
2 目标市场.....	33
3 波特竞争五力分析法.....	34
4 SWOT 分析法.....	34



5 核心竞争力分析.....	35
第五章 团队管理	36
1 创业团队.....	37
2 股东出资表.....	38
第六章 组织管理	39
1 组织结构.....	40
2 人力资源配置.....	41
3 企业员工素质要求.....	42
4 企业员工招聘与培训.....	43
5 绩效管理.....	44
6 监督机制.....	45
7 薪酬制度.....	48
8 其他注意事项.....	49
第七章 营销策略	50
1 营销目标.....	50
2 产品策略.....	50
3 渠道策略.....	51
4 价格策略.....	51
5 广告和促销策略.....	52
6 公共关系促销.....	54
第八章 财务计划和财务评价	55
1 资金需求预算.....	55
2 融资方案.....	56
3 财务评价.....	64
4 财务评价表.....	65
第九章 风险分析及对策	67
第十章 附件.....	68



第一章 概要

1.1 公司简介

成都乐派儿童生日派对策划公司（以下简称乐派）是一家以策划儿童生日派对为主要服务内容的策划公司，其公司性质为有限责任公司。“乐派”秉承让孩子的每一次生日都是一次五彩缤纷的纪念日的工作理念，全心全意为儿童打造充满欢乐与意义的生日派对。并致力于改善亲子关系，让父母更了解自己的孩子，让孩子更懂得珍惜父母的爱。

1.2 市场分析

据统计，2009年年末成都市户籍人口1172.3万人，居民人均收入已达18659元以上（数据来自于四川在线）。其中成都市区有孩子的家庭占总户数的80%，且收入稳定。这无不促成了成都市民更高层次的消费需求。而孩子是一个家庭的中心，再加之独生子女政策的限制，孩子更是宝中之宝，所以把最好的东西给孩子成了所有父母的心声。根据爱成都网的一项调查，有70%的家庭对于孩子的支出占了家庭总预算的一半以上。“乐派”也正是基于这样经济背景，将成都定位我们的发展基地。

“乐派”的服务目标是12岁以下的儿童，这个年龄阶段的孩子处于身心发展都极不规律与极不稳定的时期，但是他们活泼好动，十分喜欢和同龄人接触，随着青春期的到来孩子和父母间的关系也变得尴尬起来。要使儿童的童年时光过得健康与快乐当然不是一件很容易的事，但是我们可以掌控孩子的成长过程中的每一个契机，告诉孩子他是独一无二的，家庭是幸福和健康的，未来是充满了无限希望的。当然儿童的生日就是这样一个良好的契机，让孩子在欢乐中健康成长。

就成都来看，对于儿童生日派对的关注还有很大一块空白，传统的生日宴模式往往是家长比孩子更快乐的。就算家长希望给孩子一个快乐的儿童聚会也常常感到力不从心。再加之现代社会的生活压力越来越大，很多家长对于自己事业的关注程度远远大于自己的孩子。因此一个健康快乐的生日派对不仅仅是孩子们的需求，更是家长们的渴求。从我们的调查结果中不难发现，60%左右的家长希望给孩子一个难忘的生日记忆，但是相当一部分家长苦于时间紧张，没有合适的场地，没有让孩子高兴的点子而望而止步。所以本公司就是



针对目前市场上缺少属于儿童的生日的服务这一空缺，迎合广大家长需要，为儿童生日提供策划与服务。其市场前景相当可观。

1·3 业务介绍

“乐派”是针对儿童生日的派对策划，而一次成功派对的的关键在于派对的主题，所以我们率先提出主题派对这一新鲜的理念，并重点致力于儿童主题派对的选题和策划上。

1, 主题派对

目前我们已经为不同年龄层次的儿童打造了十余种风格各异的主题生日派对，例如“森林大会”“梦境之约”“格林童话”等等。

2, 集体派对

在乐派公司的前期战略中本公司将不举办这种派对。(即前期战略我们将会大力宣传我们公司，以增加我们公司的会员客户。)集体派对是乐派公司的中期战略中才会发展的派对形式。在乐派公司中期战略的网站上发出公告，寻找同月或同日生的小朋友一起举办生日派对。我们将把他们分成 3 岁—5 岁 6 岁—8 岁 9 岁—12 岁这几种年龄层次，按孩子的兴趣策划派对。

3, 派对前的准备

一个派对是否能顺利进行关键在于前期准备和后勤。在前期准备上，我们会按照客户同意的策划方案进行准备。如果客户需要一个温馨的家庭派对，首先我们会在征得客户同意的前提下，进行实地考察，确定派对主题，决定装饰方案，并在派对当天布置完成。其次，将设计让家长提前排练好在某个主题中需要扮演的角色，并将趣味小游戏教给家长，让家长在派对中拉近和自己孩子的距离。如果客户需要我们会全程记录派对的全过程刻盘留念。最后，在派对开始前我们会提前通知到场宾客，以保证宾客按时到场，派对散场后我们也将协助客户送客。在后勤上，我们会帮助客户购买派对所需的一切材料，例如，菜品、蛋糕、饮料等等。若客户需要我们会充当临时服务员，为派对提供后勤保证。

4, 服务保证

“乐派”认为，凡是和孩子有关的事我们都应该加倍呵护。所以我们将安全放在第



一位，除了在服务，食品，游戏，装饰等等细节上做到万无一失，更要让派对中的每一个孩子在得到快乐的同时也能得到绝对的安全。

1·4 营销和发展战略

“乐派”针对市场空缺，提供儿童生日派对服务，这在整个成都地区尚属首例，因此这就要求我们走品牌化的路线，将“乐派”这块招牌发展为成都的关键词。

在保证儿童**健康**和**安全**的前提下，我们将提供不同风格的派对，力求让孩子保持新鲜感，并把“乐派”理念灌输给孩子，让他们感到每一年的“乐派”式生日是一种惯例，是一年中快乐的日子。而且我们会用我们所提供的周到细致的服务打动家长，使家长认为每年的这一天是放心的日子，是与孩子交心的日子。

“乐派”始终认为教育孩子是重中之重，但是怎样教育更是关键的关键，“乐派”的每一次派对就是一次让孩子玩中学，学中玩的过程。在潜移默化中让孩子明白做人的道理，团队精神的重要以及父母无私的爱。通过这样树立起负责任的企业形象，并以此作为“资本”，吸引广大家庭参与到“乐派”这一阳光事业之中。

在公司起步的前三年里，成都将作为主要的目标市场，首家店面经营稳定后会在其他的学校，居民区，少年宫分布较多的地段开设分店，通过“以店养店”累计资本，继续扩大营销区域。公司在五年时间内实现在川的成熟经营和稳定的市场份额后，会开始进入全国其他大城市，如北京，上海，广州等人民生活质量较高，易于接受新鲜事物的地区，并且兼顾一些贫困地区，将“乐派”的爱散播到千家万户。最终实现在十年时间内，在全国创造较高的品牌知名度。

1·5 组织和人力资源

公司成立初期采用直线型的组织结构，由总经理直接向董事会负责，三到五年后随着新店的开业和经营的完善开始采用事业型组织结构。公司初期的组织结构分为 7 个部门和一个办公室，每个部门的成员主要由四川大学锦城学院各个专业的学生担任。公司稳定发展后，会陆续招聘广告设计，幼师，市场营销，服装设计等专业人才巩固公司的发展。我们也会采用股权分配的形式保证人员的稳定。

在新人加入后，我们会组织岗前培训，实习期考察，绩效考核等方式全面评估员工的工



作能力，最终决定是否签订合同和提升职位。

1·6 投资与财务

本项目总投资 50 万人民币，由发起人投资 21 万元，占全部股权的 42%；其他七位团队成员共投资 29 万元，占全部股权的 48%。

这些资金主要用于成立初期的房屋租金，店面装修费用，电子设备和设施或工具。以及采购乐派公司的主题派对的道具。还有管理费用，人工费用，营销费用，财务费用，宣传费用等。

我们计划在四年内收回所有投资。按照投资比例对投资人进行分红。

第二章 公司介绍

2·1 公司简介

乐派儿童生日派对策划有限责任公司位于四川省成都市一环路东五段九眼桥牛王庙东恒国际大厦。为大学生创业公司，以为儿童派对策划为核心业务的新产业。公司虽然等待成立，但其业务新颖，成长快速，充满机遇。

公司运用先进的管理模式，并有一支以四川大学锦城学院在校大学生为主的高素质创业团队，创业团队青春活力而且严谨扎实，公司会一步一个脚印的快速稳定发展。

2·2 公司总体战略

公司使命：乐派儿童生日派对策划公司，立志让孩子的生日变得丰富多彩，充满欢声笑语。

公司宗旨：公司立志为每个孩子策划出成功的生日派对，生日是每个孩子每年最期待的一天之一，通过我们的生日派对让孩子们在生日当天能充分感受到他/她就是当天的主角，让他感到自信，快乐和享受到梦想成真的喜悦。不仅如此，其他受邀请的小朋友，亲友等，也都能感



受到一个组织有序有亮点的派对，带给他们放松的心情和一次愉悦的体验。策划举办欢乐和富有意义的生日派对，是我们的服务宗旨。

2·3 公司发展战略

前期战略（2010年—2013年）：公司创建初期，第一笔资金到位后，大部分投入到基础运行中，把有限的人力资源重点放在儿童生日派对策划的具体业务操作方式和推广上。与此同时，先与一些活动承办公司取得业务联系，再在成都一部分中小学校通过共同举办活动进行宣传，取得消费者的了解和认同，赢得市场。在此基础上，继续发展壮大，争取更大的投资。具体战略步骤如下：

2010—2013年

做好企业成立的基础工作；

在成都的各大中小学进行企业推广活动；

建立乐派网站，宣传企业，提高企业知名度；

举办好初期客户的派对，赢得良好口碑；

研发创新派对形式，增加派对类型。

中期战略：（2013年到2018年）：公司发展中期，在稳定一个较大的消费群的同时，提高服务质量，在成都市各区建立相应的服务中心，扩大影响力。

成都市中心仍然是公司发展的重点地区。

地区	服务中心
青羊区	青羊区乐派欢乐中心
锦江区	锦江区乐派欢乐中心
金牛区	金牛区乐派欢乐中心
武侯区	武侯区乐派欢乐中心
成华区	成华区乐派欢乐中心
龙泉驿区	龙泉驿区乐派欢乐中心
新都区	新都区乐派欢乐中心
温江区	温江区乐派欢乐中心
郫县	郫县乐派欢乐中心



大邑县	大邑县乐派欢乐中心
都江堰市	都江堰市乐派欢乐中心

但公司此时也要扩展到周围的一些二级城市中去。与此同时，争取更多的资金融入，使公司更快发展。

长期战略（2018 年到 2022 年）：公司五年的稳步发展，不仅仅局限于成都市，还要把业务拓展到四川省内的大中型城市。当在川的成熟经营和占有稳定的市场份额后，公司开始进入全国战略阶段。

全国战略

1 全国初期战略：

乐派在全国大型城市建立分部，包括：北京、上海、广东、深圳、西安等大型中心城市。

通过发展，在这些中心城市形成与成都总公司发展初期同等规模乐派分公司。

2 全国中期战略：

进入全国的大部分省会级城市，占领市场，扩大发展。公司要优化管理方式，在做大做强同时防止企业内部分散，失去凝聚力。

3 全国远期战略：

使乐派成为一个全国的知名品牌，在各个拥有市场的地方建立分公司。

公司慈善战略

乐派本着服务孩子，创造快乐的宗旨，为每一个孩子送出快乐，让每一个孩子梦想成真，公司将大力举办慈善活动。

战略 1：

在乐派中期战略时。乐派将会为灾区小朋友过生日。四川 5.12 地震使得很多小朋友失去了自己的亲人，为了让他们也能得到生日的祝福，在每一年，乐派将免费为地震中失去父母的孩子过生日，让他们感受到和别的孩子一样的快乐。通过这样的活动，树立起公司形象，在得到媒体报道的同时，扩大公司影响力。

战略 2：

举办山区孩子和城市孩子一起过生日的活动，让山区的孩子走进城市，让城里的孩子了解山区。并且通过这种活动使山区孩子和城里孩子建立联谊关系，让山区孩子得到帮助和快乐；城市孩子学会关心他人，理解他人，忆苦思甜。



2·4 店面的选址

乐派公司选址于成都市一环路东五段九眼桥牛王庙东恒国际大厦。它属于东大街商业圈，处于一环路上交通方便，附近有很多中小学校，便于公司的广告宣传



公司周边地形图

图片中 A 处既是本公司的所在位置。公司附近有很多小学，比如龙江路小学，龙王庙正街小学，华西小学，娇子小学。且还有成都幼儿师范学院。这都为我们公司的前期宣传和后期发展提供了很好的机会。

1, 公司店面面积

公司店面面积 90 平方米。总经理办公室 10 个平米。其他各部门的办公室总面积 30 个平米。还有儿童派对活动室 50 个平米。



第三章 服务介绍

3·1 开发目的



“在孩子的世界里，新鲜和变化是他们所期待的，他们期待能在平常的日子有所不同，因为 365 天中属于生日的只有那一天。”

随着中国经济的迅速发展，人们的消费观念也有了变化，服务所体现的价值也越来越明显，国外的曾出不穷的文化也随着这一经济浪潮接踵而至，派对这一新鲜词汇的出现就是其中的现象之一。

派对 (Party) 来自西方在英文里解释为：get together, by invitation, for pleasure。派对的最终目的，就是快乐。在西方每逢节日、生日、某个纪念日的时候，人们都会举办一场派对，来庆祝美好的时刻。

在孩子的世界里，新鲜和变化是他们所期待的，他们期待能在平常的日子有所不同，因为 365 天中属于生日的只有那一天。所以，“乐派”希望每位用心的家长能够给孩子一场真正意义上的儿童生日派对。

国内的孩子，面对的学习、升学、课业压力是国外孩子难以想象的，所以“乐派”会给我们的孩子留有和同伴一起的自由空间和快乐时光！

现在的孩子们大多是独生子女，受挫能力、社会交往能力都远远没办法承受住外界的点点打击，因此我们常会在报道中看到令人心伤的悲剧发生，所以我们需要让他们在快乐的儿童生日派对活动中、在快乐的儿童派对拓展活动中，锻炼自己的受挫能力和提升自己的社会交往能力。先



学会做人，再学会学习，让孩子在心智上得到健全。

许多家庭庆贺孩子生日的方式就是一家人在一起，买个生日蛋糕、吹了生日蜡烛、吃一顿比平常丰富的生日大餐。其实也可以给孩子办一场儿童生日派对，请来他的朋友，痛快地玩一场，在这些时候，孩子会认识到，在生日这一天我是主角，会对自己更加自信，孩子会对自己的出生感到骄傲、自豪，让孩子对每一年的生日有所期待，并且透过儿童派对活动可以使小伙伴们加进彼此的距离，加强孩子与家长的沟通。所以，为了我们可爱的孩子能够快乐的认识自己，建立自信，并且记住他们每一年最最特殊的 365 分之 1 的这一天，不妨让“乐派”给孩子办个儿童生日派对吧！



随着经济飞速发展，人民生活日新月异，生活水平逐年提高，消费水平更是水涨船高。在这样的大背景下，孩子的生日也是家长越来越重视的事情，如何让孩子的生日派对有意义，如何让派对不一定奢华却也有足够的用心与创意，“乐派”就是为正因此事操心的顾客而成立的。

据分析儿童生日派对的目标顾客主要分为：

- 1， 有稳定收入家庭：为孩子留下美好生日回忆，培养孩子的自信心，在生日派对中完善孩子性格，稳固孩子朋友圈。
- 2， 双职家庭：平时家长并无太多时间陪同孩子，在孩子生日时为其举办生日派对，能让孩子感到受到父母重视，得到父母关怀，建立良好的家庭关系。

3·2 服务流程设置



- 1, 客户提出服务意向
- 2, 确认服务意向
- 3, 上门了解场地与环境;介绍服务相关内容
- 4, 提供客户活动策划书
- 5, 确定服务协议
- 6, 修改策划内容安排
- 7, 确认活动策划安排
- 8, 签订服务合同
- 9, 采购材料道具设置
- 10, 现场根据策划演练
- 11, 当天活动提早预演
- 12, 活动进行
- 13, 履行合同
- 14, 活动后回馈评估

3•3 服务特点



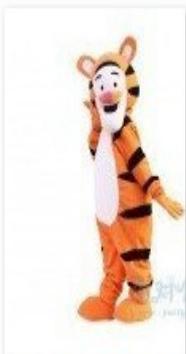


“乐派”儿童生日 PARTY 并不仅仅是与小朋友做游戏这么简单，我们致力为孩子提供一个完美的儿童派对：主题鲜明的生日主题装饰、生动幽默的表演节目、益智趣味的游戏、贴心的人性化管家服务，力争让每位参与的家长和孩子度过一个令其难忘与回味的欢乐时光，留下美好的生日回忆。

3·4 道具展示

“乐派”为儿童生日派对准备了卡通真人秀、各式生日气球、生日派对邀请卡、派对生日帽、派对纸杯、派对蜡烛、派对礼品袋和各种主题大礼包等与派对主题相符的辅助用品。其中部分道具按照顾客要求提供，主要道具（如卡通人偶秀、气球等）为必备道具。

各种卡通人物真人秀



跳跳虎卡通人偶秀



小熊维尼卡通人偶秀



小猪皮杰卡通人偶秀



多啦A梦卡通人偶秀



灰太狼卡通人偶秀



美洋洋卡通人偶秀



米妮卡通人偶秀



米奇卡通人偶秀



巧虎卡通人偶秀

各种儿童生日气球



方形气球



蜡烛形气球



圆形气球



迪斯尼公主气球束 - 副本



米奇气球束



小丑气球束



3·5 典型案例

成功派对的三要素：现场环境布置（气氛渲染）、饮食（派对必备）、节目（派对的中心内容）。其中，派对的节目是派对的灵魂。一个派对好不好玩，有没有意义，主要是通过派对节目来实现的。“乐派”在派对中请一些表演，比如自春晚魔术表演成功以来，魔术在派对中就很风行，在参加派对时我们也常能欣赏到魔术表演，小丑是派对中的笑弹，是所有孩子的好朋友。此外还有一些表演和互动性节目。但这些只能是派对中的一个欢乐节目，并不能给生日派对赋予什么样的深刻意义，很多举办过孩子生日派对的家长事后都认为举办派对过后，遗留下来让人回味的东西并不多。有很多家长都对我说过类似的情况，花的钱不少，可都意义不大。其实，有很多的派对活动是不需要花多少的金钱，却能达到很好的纪念效果的。让“乐派”来告诉你。

1, 案例一：家庭儿童生日派对

地点：家

参加成员：父亲、母亲、孩子、以及少量小伙伴

派对特点：自己亲手做生日蛋糕.

场景：气球、彩带、卡通人偶等

节目：小丑表演、和爸爸妈妈一起做蛋糕、做亲子游戏。

以下为派对效果图片：



米奇米妮人偶



小朋友在父亲的帮助下做蛋糕



小丑的幽默表演

价格：（ 300 元—500 元 ）这种形式的派对乐派公司只提供相应服务，例如帮助家庭买好他们所需要的东西，包括彩带，装饰，生日蛋糕等。提供一些孩子所喜欢的节目及表演，例如小丑表演，魔术表演，角色扮演等。

2，案例二：在家或者在户外的儿童生日派对（主题派对）

地点：家或者公司的派对室内或者室外（只能在成都且不能太远）。

参加成员：父亲、母亲、孩子、以及小伙伴（人数限制在十二人以内）。

派对特点：主题（包括该主题装扮、该主题蛋糕、该主题人偶等）、寿星小朋友才艺表演，亲子游戏。

场景：气球、彩带、卡通人偶、海报、壁画等。

节目：寿星才艺表演、魔术互动表演、做游戏、或者户外活动。

价格：（500 元—1000 元）



服务：帮助家庭准备派对相关用品，比如户外活动用的毯子，野餐篮，食物等。提前预定好活动场所，并通知所有到场宾客。主题游戏方面，客户可以选择孩子喜欢的主题，我们全程提供道具，服装，以及表演（由于某些场地限制，主题选择将根据实际情况更改）。

以下为派对效果图片：



多拉 A 梦蛋糕



多啦 A 梦人偶和小朋友及家长做游戏



(外景合照)

3, 案例三：家庭或者户外的儿童派对。

地点：家或者公司派对室内或者室外（在成都市或者附近的一些城市如都江堰市，德阳市。）。



参加成员：父亲、母亲、孩子、以及小伙伴（人数限制在二十人以内）。

派对特点：主题（包括该主题装扮、该主题蛋糕、该主题人偶等）、寿星小朋友才艺表演，亲子游戏，和蛋糕师，爸爸妈妈一起做主题蛋糕）

场景：气球、彩带、卡通人偶、海报、壁画等。

节目：寿星才艺表演、魔术互动表演、亲子游戏、或者户外活动。

价格：（1000 元以上）

服务：帮助家庭准备派对相关用品，比如户外活动用的毯子，野餐篮，食物等。提前预定好活动场所，并通知和接送所有到场宾客。主题游戏方面，客户可以选择孩子喜欢的主题，我们全程提供道具，服装，以及表演（由于某些场地限制，主题选择将根据实际情况更改）。

4, 案例三： 集体派对

说明：集体派对是客户成为公司会员后，我们为公司会员专门举办的交友派对。集体派对分年龄段举办，其中有 3 到 5 岁的小龄儿童段，5 到 8 岁的中龄儿童段，8 到 12 岁的大龄儿童段。集体派对的目的是帮助小朋友结实到更多与自己年龄相仿的小伙伴。

根据孩子们的性别、兴趣，还有家长的要求，集体儿童派对会有针对性的设计派对的主题，如：多啦A梦、海盗船长、汽车总动员、维尼和他的朋友等；主题是Party最重要的元素，它直接关系到邀请的人员、场地的选择、场景的布置、节目的设计、餐饮的提供、客人的穿着等各个方面。另外“乐派”会从主题、季节、人数等相关的因素来为我们挑选最合适的派对场所。室外风景好，空气开阔，所以室外派对很受欢迎，而且通常人在室外会更加的放松。但大部分家长都喜欢在室内举办派对，如彩色的玻璃房、复式小别墅，室内游泳池里或者是主题餐厅等。派对的装饰风格可以多样化，西式、中式，或者围绕某个卡通片的元素来装饰均可。不论是超人、多啦A梦还是喜洋洋，白雪公主的华丽城堡还是海盗船长的破旧海盗船，集体派对都将这些大型的动画人物和场景的再现，让孩子在派对中感觉仿佛置身于一个真实的童话世界。除了场地的装饰外，



柔和、闪烁的灯光可以为Party增添更多的气氛，而温馨的烛光则能带给Party甜美、温暖的感觉。在整个的派对过程中，[乐派儿童派对](#)有摄像师全程跟踪拍摄，记录欢乐的每一个瞬间，给孩子们留下成长中最美好的记忆。这种派对一般是每人 150 元。

3·6 亲子游戏

亲子游戏是我们每一次派对中都会出现的游戏，考虑到儿童尚小，会由家长带领，亲子游戏的设立，一方面为考虑到家长的参与度，一方面也是对小朋友忠孝德方面的教育，让小朋友更能体会父母的对自己爱，增进子女与父母的关系。

1, 适合 3 到 5 岁儿童的亲子游戏:

(1) 送水车

功能：锻炼手臂力量和灵活避开障碍物的反应能力

材料：一只废旧纸箱或周转箱，2~4 瓶矿泉水，一根绳子。

玩法：

- 爸爸妈妈说“天气热了，我们去动物园给小动物送水喝去吧”。
- 带宝宝一起用手拉着纸箱到处走走、跑跑，绕开障碍物。
- 宝宝一个人用手拉着纸箱运水。当回到起点时，爸爸妈妈给纸箱增加矿泉水。

规则：如果纸箱在运的过程中，碰到了场地的障碍物就要重新回到地点出发。

每次往纸箱增加一瓶矿泉水，逐渐增加纸箱内的重量。

运动是宝宝成长过程中不可缺少的一个重要的生理刺激，尤其对神经系统的生长发育有着重要作用，科学适当的运动游戏可以愉悦宝宝的情绪，发展宝宝良好运用身体的能力和熟练地掌握控制物体的能力。除了参照这些游戏外，爸爸妈妈还可以发挥聪明才智，多想出一些方便又好玩的运动游戏和宝宝一起来分享吧！



(2) 揪尾巴

功能：发展腿部力量，提高跑的速度。

材料：3根长50~60厘米的彩色纸带

玩法：

- 爸爸妈妈宝宝各自把彩色纸带塞在裤腰后做尾巴。
- 爸爸妈妈跑一定距离，宝宝跑去揪爸爸妈妈塞着裤腰后面的尾巴。
- 等宝宝跑开一定距离后，爸爸妈妈跑去再揪宝宝后面的尾巴。

规则：被揪到尾巴后，马上要去揪住对方的尾巴。

(3) 小手 小手变变变

功能：锻炼小肌肉的协调与灵活，训练思维反应能力。

玩法：

- 爸爸妈妈和宝宝都把手藏在各自身体的后面。
- 爸爸妈妈和宝宝一起说“小手 小手藏起来，小手 小手变变变！”
- 每次都鼓励宝宝变出不一样的动作。如变成一把枪、一只小狗、数字八、小兔的耳朵、一个三角形等等。妈妈和宝宝还可以相互学习各自的动作哦！

规则：说最后一个“变”字的时候，小手一定要变出动作来。

(4) 小青蛙跳荷叶

功能：学习单脚、双脚跳和有一定距离的跳的各种方法。

材料：用马甲袋做的荷叶，用小的毛绒玩具做害虫，一个篮子。

玩法：



- 妈妈把荷叶一张一张铺开放在地上，对宝宝说“春天来了，池塘里也长出一些害虫，我们变成小青蛙去吃掉害虫，好不好？”
- 妈妈和宝宝一起说“小青蛙，本领大，跳跳跳，呱呱呱。”（活动四肢、巩固跳的动作）
- 青蛙妈妈带青蛙宝宝跳到荷叶上，一次捉一只害虫，然后再返回去。
- 青蛙妈妈说“现在宝宝长大了，自己去捉害虫吧，妈妈在家等你。”
- 妈妈可以根据宝宝的活动情况，适当改变荷叶与荷叶之间的距离。

规则：一次只能捉一只害虫。只能跳。双脚要落在荷叶上。

(5) 钻洞洞

功能：尝试用自己的身体做各种动作，发展身体的韧性。

材料：一个小球

玩法：

- 爸爸妈妈和宝宝一起说“小手小手拍拍，小脚小脚跳跳、小腰小腰扭扭，膝盖蹲一蹲，脑袋点一点，请我的身体动起来。”接着做热身运动。
- 做个小洞洞。爸爸妈妈鼓励宝宝用手臂和身体做洞洞，每次做出不一样的洞洞，能让宝宝妈妈手中的小球穿过。
- 做个大洞洞。爸爸妈妈尝试用身体做大洞洞，能够让宝宝能从这个洞洞中穿过。

规则：每次都是利用身体的不同部位变出洞洞，不能重复。

变出的洞洞大小要让小球或宝宝可以钻进去。

2. 适合 5 到 8 岁儿童的亲子游戏：

(1) 种树啦



功能:

- 学习正确地运算方法理解加减的概念，让幼儿熟练掌握 10 以内的加减运算。
- 美化环境，知道树的用途，鼓励幼儿进行植树造林。

材料:

- 算术题目若干（废旧广告纸）
- 两张“光秃秃”的山坡图纸和小树若干（书面纸、发泡苯乙烯、雌雄搭扣等）

玩法:

- 家长和幼儿两人猜拳开始游戏。赢的先开始拿一题算术题，做对了种一棵小树，错了“砍倒”一棵小树。两个幼儿互相接力着玩，比比谁种的小树多，就获胜了。
- 幼儿先翻开一道算术题，两人同时计算。先有答案而且计算正确的种上一棵小树。答错或速度慢的不记分。最后谁把“光秃秃”的山坡先种满小树的获得胜利。

(2) 画地图

功能：让小朋友初步知道什么是“地图”，并通过画地图游戏初步建立前、后、左、右等空间概念。

材料：笔、纸、尺子等

玩法:

- 带小朋友去动物园，买一张导游图，找个地方坐下，看着图：让宝宝说出动物园里都有哪些动物？正确说出各种动物的名称，诱发宝宝按图寻找动物。

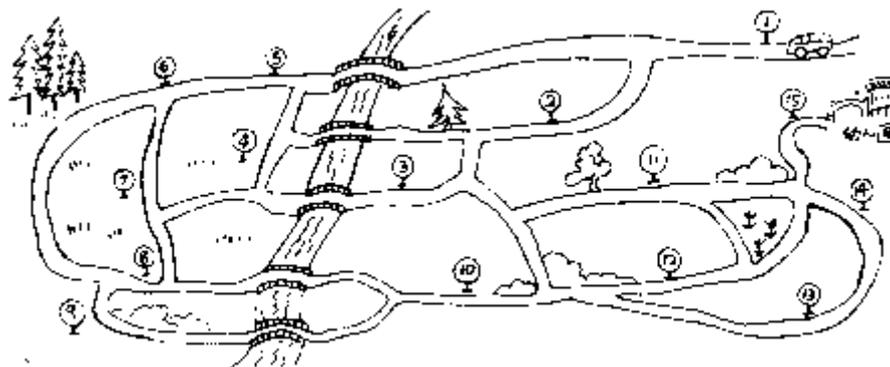
向小朋友启发提问：怎么才能不重复、又不遗漏地看到每个动物呢？并说明“导游图”，就是一种“地图”。

当你带小朋友去每一个游览区的时候，都不妨购置一张游览图，以加深孩子对地图的认识。



继而让小朋友接触所在地的“市区地图”，向宝宝指出那些熟悉的地方的位置。

- 玩“游戏棋”（如图）（从1~15 站到学校）



- 让小朋友画“地图”

从自己的家到学校将经过什么地方？路旁有哪些建筑物和哪些商店？前面是什么？左边、右边是什么？让宝宝试着画一画简易地图

(3) 投篮

功能：锻炼协调与灵活，训练思维反应能力

材料：大块的布，海洋球若干。

玩法：

- 家长将布的两端系在腰上，两手握着布的另一端，当作球架，站在指定地点。
- 幼儿站在起跑线上，将球投进球架，以得球多者为胜。游戏中家长与孩子不能越出指定的边线，掉在布袋以外的球不算

3. 适合 8 到 12 岁儿童的亲子游戏：

(1) 心有灵犀

功能：增进家长与小朋友间的默契。

材料：写有词语的卡片



玩法:

- 以家庭为单位，父（母）比划，孩子猜。
- 家长看卡片后做动作，孩子说出词语。
- 规定时间内猜对词语个数最多的小组获胜。

(2) 患难与共

功能：增加儿童身体协调，以为与他人合作的团队精神。

玩法:

- 一个家庭为一组，同时进行。
- 用绳子把孩子的两条腿分别和爸爸、妈妈系在一起，然后进行4米来回跑。
- 最先到达终点且没有犯规的小组的获得胜利。

(3) 浑水摸鱼

功能:训练小朋友使用筷子的能力

材料：墨水、盆子、玻璃珠、筷子

玩法:

- 盆中加水，倒入墨汁，放入20颗玻璃珠；
- 家长和孩子一起，在两分钟内用筷子夹起玻璃珠放到旁边的小盒子里；
- 规定时间内参与者夹球最多者获胜。

3·7 优势与独特

1, 会员制

“乐派”为与家长和小朋友有更好的交流，和稳定客源将实行会员制。



前三年为创业期，凡是在本公司消费的顾客均可成为会员。以后随会员人数增多，公司进入稳定发展期后，凡是一次性消费达 1000 元的顾客也可成为会员。

“乐派”会员除了有更多和我们交流的机会，还可参加我们专为各年龄小朋友组织的集体派对即交友派对。集体派对分年龄段举办其中有 3 到 5 岁的小龄儿童段，5 到 8 岁的中龄儿童段，8 到 12 岁的大龄儿童段。集体派对的目的是帮助小朋友结实到更多与自己年龄相仿的小伙伴。

2, 为派对制作纪念光碟

欢乐的时光总是短暂，“乐派”为将欢乐时光永恒留住，一次派对专门制作纪念光碟。让小朋友长大后还能如临其境般当时的快乐与温馨，让他在怀念之余，感谢父母的用心良苦。信这份留住美丽时光的光碟也是您的家庭共度闲暇时间的好



为每
感受
也相
节目

3, “乐派”网站



正在建设中的“乐派”网站



“乐派”网站包括了解派对服务，预定生日派对，以往举办的派对照片浏览和在线的交流、建议专栏。“乐派”网站的建立，让顾客能详细的了解“乐派”，让顾客能更直观的看到“乐派”的工作陈果，让顾客更便捷的与我们联系。

3·8 未来规划

1. 出售周边产品

“乐派”产品可涉及派对生日道具、卡通玩偶、儿童玩具等

2. 慈善事业

帮助贫苦家庭和身体残疾的小孩，让他们在生日的时候也受到来自“乐派”欢乐和祝福。公司也要从单纯的捐助资金物品的慈善事业，发展为调动员工积极参与到实践活动中去。

第四章--市场分析

4·1 (PEST 分析法)

1, 经济因素 (Economic Factors)

随着中国经济的快速发展，人民的生活进一步提高。2009年，全市实现地区生产总值4502.6亿元，比上年同期增长14.7%，增速提高2.6个百分点；城市居民人均可支配收入18659元，增长10.1%。过去的一年，成都市的财政收入和市民“腰包”都越来越鼓。统计显示，去年成都市第一产业实现增加值267.8亿元，增长3.7%。第二产业实现增加值2001.8亿元，增长17.7%。第三产业实现增加值2233.0亿元，增长13.4%。统计数据显示，去年成都市工业受世界金融危机的影响，年初增长乏力，但从2月份开始成都市的经济形势有所好转。到下半年后，随着全国经济回暖，成都市第三产业较快回升，增加值增速比前三季度提高0.4%，拉动经济增长6.7%。其中，房地产业、金融业和批发零售业分别增长18.8%、17.9%和15.6%。价格指数平稳回升。去年成都市居民消费价格



总水平继续回升。全年居民消费价格指数为 100.3%。（四川在线—华西都市报）

2, 政治法律因素 (Political Factors)

- 1、合伙自主创业企业，可以适当扩大贷款规模。
- 2、政府大力支持，给予建议和扶持，尤其在信息与人力方面。而且创业者还可以享受政府给你的免费培训。
- 3、新办从事公用事业、卫生事业、饮食业单位，第一年免征所得税。
- 4、为鼓励高校毕业生创业，成都市出台相关优惠政策，震后重建工作，而且创业可以适当的解决自己的就业问题。

(1) 成都市总人口

据统计，2009 年末全市户籍人口 1172.3 万人，比上年末增加 8.9 万人。居全国城市人口第 4 位；人口年平均增长速度仅次于北京市；市区人口密度仅次于上海市；人口基数大，而且育龄群众比重达 27% 左右，比例明显高于全国、全省平均水平，生育潜力大。常住人口 1257.9 万人，比上年末增加 9.4 万人。人口自然增长率为 2‰。

学校类型	毕业生数	招生数	在校生数	
			单位:人	
			小计	其中女
普通高校	146039	174089	589291	-
成人高校	79985	79856	203687	-
普通高校及机构研究生	15400	20774	61597	-
中等职业技术学校	60815	89082	221132	118601
其中:职业高中	22327	33810	82713	42300
普通中学	200333	214256	636529	315815
高中	60290	74716	205473	107523
初中	140043	139540	431056	208292
普通小学	133829	98582	694180	329658
幼儿园	94160	115207	295259	137512
特殊教育学校	1093	1187	5761	2339
工读学校	58	32	216	16

从上述的图表可以看出 2009 年成都市的幼儿园和普通小学的总人数为



98.9439 万人。可见儿童生日派对其市场之大。而在成都市还没有这么专业的为儿童做生日派对的公司。队我们公司而言成都可谓是一片蓝海。

3, 社会文化因素 (Sociocultural Factors)

1、对父母而言孩子可是心头肉，掌中宝。而作为 70 后 80 后的这些消费观念发生重大转变的家长而言，他们绝不会让孩子输在起跑线上。

2、成都作为“西部第一城”。其经济总量在已突破 4000 亿，居民的生活发生和观念随着时代而发生了根本性的改变。

3、成都人的消费能力毋庸置疑，中国第四城。

4, 技术因素 (Technological Factors)

1·我们公司将会请专业的派对策划师为你的孩子策划一个完美的生日派对。无论是哪一个细节我们的策划师都会为你考虑的周周道道。让你和你的孩子玩的开心。

4·2 目标市场

顾客是一个复杂的群体，消费心理，购买习惯，文化接收水平，家庭收入水平等因素都限制了他们的消费水平。在公司前期战略（即前三年）中我们的消费者仅限于成都市的普通大众。当公司走上正轨以后我们会逐步发展到四川的一些二级城市中去。让后再推向全国。

主要的目标顾客：即普通大众，任何一个小孩子都可以过一个有意义的生日派对。

4·3 波特五力竞争分析法

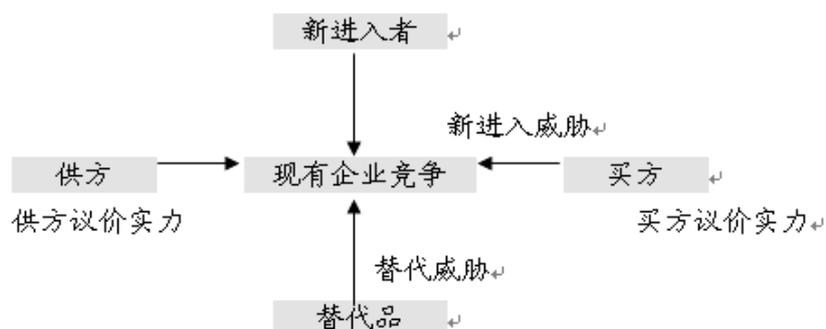


图 6 波特五力竞争分析法



1, 行业的现有竞争

儿童派对策划这一方面在成都几乎是一片空白, 现在正处于一种等待开发的阶段。在这边有很大很好的市场。在成都这一片区基本上没有什么竞争威胁。乐派公司所需要做的就是宣传好公司形象, 且将公司的派对项目做得相当完善和温馨。

2, 新的进入者

现阶段儿童生日派对策划在成都发展是一片空白。等到有新的进入者的时候相信乐派的派对活动已经是做得相当专业的了。且服务项目也是做的越来越完善了。

3, 顾客的讨价还价能力

乐派公司考虑的是为成都大众服务, 基本上是把乐派活动推广到每家每户。所以我们在价格方面也是相当优惠的。基本上根据服务的内容和派对的大小不同。公司的主题派对分了 300 元---500 元, 500 元---1000 元, 1000 元以上的三种价位。而公司中期战略中的集体派对, 基本上都是每人 150 元。所以说这样的价格是每个人都能够接受的。

4 • 4 SWOT 分析法

这种分析法是在对企业内部因素的优势与劣势按一定的标准进行评价, 并与环境中的机会和威胁结合起来, 做出最佳决策, 力求内部环境与外部环境协调和平衡, 扬长避短, 趋利避害, 牢牢把握住对企业最适宜的市场机会。

表 1 SWOT 分析法

	优势 (Strength)	劣势 (Weakness)
	全国的儿童生日派对策划公司相对较少。现在只是北京, 上海, 广州等一些城市发展。而在西南地区还是一片空白。况且成都的经济发展很快, 居民生活水平提高。乐派具有完整的营销广告策划。	公司成立之初会面临人才缺乏的情况, 而且公司本身还处于一种不断地摸索不断地成长的一种阶段。



机会 (Opportunity)	<p>西南地区，特别是成都作为西南地区第一大城市。经济发展迅猛。居民生活水平提高，人们的观念思想你改了一些转变。愿意接受新鲜事物。</p>	<p>增长型战略（I）： 把握机会、拓展市场</p> <p>1、利用政策与政府的支持，以及消费者的支持，做出品牌优势。</p> <p>2、成都位于四川的中心，立足成都，辐射周边城市，由点到面，推广品牌。</p> <p>3、与知名企业或社会政府组织，进行公益活动，扩大知名度、影响力。</p>	<p>扭转型战略（II）： 抓住机会、取长补短</p> <p>1、强有力的营销手段：在短时间内，以最小的代价扩大“乐派”在成都人心中的印象。</p> <p>2、市场细分，从最简单的做起。</p> <p>3、培养自己的优秀人才。</p>
威胁 (Threat)	<p>新的竞争者的进入。所以为了更有力的竞争乐派公司必须做好本公司的宣传和所做项目的服务。</p>	<p>防御型战略（III）： 抓住优势，回避威胁</p> <p>1、找准优势，抓住重点，进行重点营销。</p> <p>2、不断创新，全面改善服务质量，提高员工素质，树立良好的企业形象。</p> <p>3、重点对品牌进行管理。</p>	<p>多样化战略（IV）： 利用优势，避开威胁</p> <p>1、充分研究市场，使企业行为更加合理。</p> <p>2、积极创新，不断开发新产品的同时做好风险应对决策。</p>

4·5 核心竞争力分析

一个企业的核心竞争力是企业核心资源基础上，如技术、产品、管理、文化等的综合优势在市场上的反映，是企业在经营过程中形成的区别于其他竞争对手，避免外部仿效，而企业内部各战略业务又可共享的资源。它是能够被顾客创造并感知，能为企业带来利益的独特能力。在市场经济下只有企业具有核心竞争力，才能获得并保持竞争优势。“乐派”的核心竞争力在于：



1, 科学的战略管理能力

1、“乐派”拥有一支以新闻学、金融学专业人才为主的管理团队。他们在创业初期就为“乐派”制定了整合准确的市场定位、产品定位、利润定位、资源定位、技术定位以及战略定位为一体的科学定位体系。这不仅减小了创业初期的生存风险。

2, 优秀的企业文化凝聚力

1、“乐派”的核心价值观是“让孩子当主角，给孩子带来最纯真的快乐”。而这个目标我们会一直坚持不懈的做下去。

前期我们将以优秀的管理团队为动力、做榜样，结合自身的企业文化对内培养忠实、坚定的企业文化认同感；将来拥有一定影响力后，对外在业内以身作则，言行一致，以追求社会利益的形式。

2、“乐派”会通过优质的人性化服务和不断创新项目。建立会员制度，让天真烂漫的小朋友在一起做派对活动。让他们结识更多的朋友，走出他们一直沉迷的网络环境。



第五章 团队管理

5.1 创业团队

“倾注”是一支充满活力富有朝气的团队，共同的梦想让我们走到了一起。我们干预为梦想付诸实践，敢于为了理想而拼搏！

1. 总经理：张录川（08 土木工程）了解企业的整个运行过程。具有管理，营销，广告，宣传等各方面的知识结构，且在学校担任文学与传媒系的外联部部长。具有较强的工作能力和优秀的领导能力，出色的人际交往和社会活动能力。

主要职责：在公司成立以后负责管理整个公司。负责公司整个运营的流程，负责发展项目开发项目。

2. 财务总监：罗婷（08 金融学）具有较全面的理论专业知识，现代企业管理，具有战略前瞻性思维。具有较强的计划执行能力，工作认真负责。做事很仔细。

主要职责：成本核算和综合分析各部门财务目标的审核，制定并督促实施公司的审计制度，对其日常经营与管理过程进行监控。

3. 宣传总监：胥茂婷（08 新闻学）具有较强的交际能力，且擅长画画。具有较强的写作能力，号召能力。

主要职责：做好公司的项目宣传。扩大公司的影响力，为公司争取更多的客户。并且做好宣传方案。并且及时做好方案的详细说明，再把工作安排下去。

4. 营销总监：唐子杰（08 新闻学）做事踏实认真，工作认真负责。有较强的交际能力。有较强的思考能力。可谓是公司总经理的得力助手。

主要职责：参与负责公司的营销策略，全面负责营销工作。

公司其他部门的部长则由本公司的招聘原则来招聘。

5. 物流总监：梁玲丽（08 金融学）具有较强的管理能力，对待工作认真负责。

主要工作：负责公司做派对时的一些道具的租借或者搬运。

6. 后勤保障部：何炬（08 新闻学）做事认真踏实，极富有责任心。

主要工作：负责公司物流工作。

7. 人力资源总监：王然（08 新闻学）有专业的人力资源知识，有较强的管理知识。



主要职责：管理公司的人员分配和公司资料存档问题。

8. 研发策划总监：张皓（08 新闻学）做事认真负责，做事贴于实际有极具创新精神。

主要职责：负责公司活动的派对或活动的策划。

9. 副总经理：公司的副总经理将会由乐派公司的招聘原则来招聘有很强管理能力和领导能力的人才担任。

主要职责：在总经理的领导下抓好分管工作向总经理反映，提出意见和建议。并且需要有一定的管理能力。当好总经理助手。

成都乐派儿童生日派对策划有限责任公司的创业团队成员中有五名出身于新闻专业。专业性质决定了他们感谢敢做敢于行动的特点。而他们在学校里也参加了不少的学生模拟公司，如鑫政会务公司。在参加这些模拟公司活动的同时他们也积累了不少的经验。而还有两位金融专业的同学。她们对会计这一块很熟悉。还有一位土木工程专业的同学。大家各有所长，在一起发挥自己的专业特长。而乐派儿童生日策划就是需要这种有创造力的充满激情的人。

5.2 股东出资表

姓名	出资	百分比
张录川	21 万	42%
张皓	11 万	22%
胥茂婷	3 万	6%
王然	3 万	6%
唐子杰	3 万	6%
罗婷	3 万	6%
梁玲丽	3 万	6%
何炬	3 万	6%

本公司是有限责任公司。发起人投资 21 万所占股份最大。占公司股份的 42%。张皓投资 11 万占公司股份的 22%，其他各位投资所占公司股份的 6%。



董事会：公司董事会是由八位投资人所组成。其中有限责任公司成立以后，董事会就作为一个稳定的机构而产生。董事会的成员可以按章程规定随时任免，但董事会本身不能撤销，也不能停止活动。董事会是公司的最重要的决策和管理机构，公司的事务和业务均在董事会的领导下，由董事会选出的董事长、常务董事具体执行。

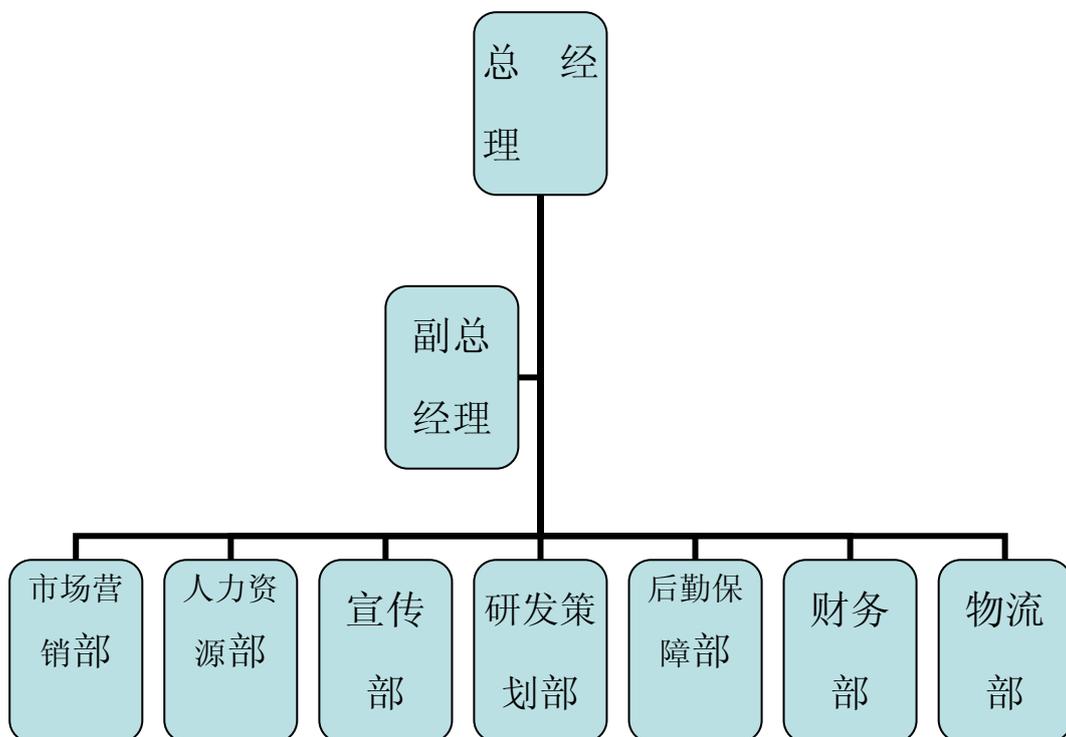
- 1、负责召集股东会；执行股东会决议并向股东会报告工作；
- 2、决定公司的生产经营计划和投资方案；
- 3、决定公司内部管理机构的设置；
- 4、批准公司的基本管理制度；
- 5、听取总经理的工作报告并作出决议；
- 6、制订公司年度财务预、决算方案和利润分配方案、弥补亏损方案；
- 7、对公司增加或减少注册资本、分立、合并、终止和清算等重大事项提出方案；
- 8、聘任或解聘公司总经理、副总经理、财务部门负责人，并决定其奖惩。



第六章 组织管理

6.1 组织结构

从公司的长远发展考虑，公司组织结构将设置总经理、以及各部门经理。具体情况如下：



部门职能和岗位职责描述

总经理职责

对公司全面经营业绩负责，对重大事情进行决策。

副总经理：

在总经理的领导下抓好分管工作，向总经理反映，提出意见和建议，当好总经理助手。

市场营销部：

参与制订公司营销战略，全面负责营销工作。

人力资源部：

全面负责人力资源部的工作。



宣传部：

负责公司宣传与公关工作。

研发策划部：

负责公司拟定或选定项目的具体开发工作或公司新项目的开发工作。

后勤部：

负责公司的后勤保障工作。

财务部：

负责公司的财务管理

物流部：

负责公司的物流管理工作。

注：所有工作人员均要参加派对布置工作。

6·2 人力资源配置

1, 管理层人员配置表

职 务		需求人数	月基本工资
总经理		1名	2500元
副总经理		1名	1000元
市场营 销部	营销员	2名	1500元
人力资 源部	部门员工	1名	1500元
宣传 部	部门员工	2名	1500元
研发策 划部	部门员工	2名	1500元
后勤保 障部	部长	1名	1000元
财务 部	部门职员	2名	1000元



物流部	部门员工	2名	1000元
-----	------	----	-------

每月管理层基本工资总数:19500元

2, 员工配置

职 务	需 求 人 数	月 基 本 工 资
派对布置工人兼保洁人员	4名	1000元
运输司机	2名	900元

普通员工每月基本工资总数:5800元

以上是创业初期的人员配置情况,根据公司的发展规划及战略,我们将对人力资源进行需求分析,制定人力资源发展规划,相应的增加人员配置。

6·3 企业员工素质要求

1, 公司对员工的素质要求

高素质的员工会降低公司的管理成本,提升公司的竞争力。如果要想使我们公司办得越来越好那我们就得拥有一批高素质的员工,这个素质不仅包括知识还包括能力方面、思想方面的、道德方面的素质。

2, 员工的素质要求

- 要具有良好的职业道德与敬业精神。
- 要能够尊重同事和领导并具备团队协作精神。
- 要有自主学习的精神。

3, 员工的文化素质

- 文化基础理论知识。
- 一定的专业知识。
- 政策、法律和法规的相关知识。

4, 员工的能力素质

- 一定的领导能力和组织协调能力,遇事能冷静地去处理事情。
- 良好的交际能力和语言表达能力。
- 思考问题的能力



6·4 企业员工招聘与培训

1, 招聘

招聘原则:

我公司招聘员工本着以用人所长、容人所短、追求业绩、鼓励进步为宗旨,以面向社会,公开招聘、全面考核、择优录用为原则,从学识、品德、能力、经验、体格、符合岗位要求等方面进行全面审核。

招聘流程:

人力资源需求诊断→确立任职资格及选拔内容和标准、技术→各部门提出计划→总经理批准→选择招聘途径→筛选应聘申请→测试、面试→体检→背景调查→录用决策与批准→发通知→报道、培训、订立劳动合同

应聘渠道:

A. 内部招聘

(1). 员工推荐: 人力资源将空缺的职位信息公布出来,员工可以自我推荐,也可以互相推荐。

(2). 内部储备人才库: 人才库系统记录了每一位员工在教育、培训、经验、技能、绩效职业生涯规划等方面的信息,并且这些信息随着员工的自身发展都得到不断的更新,用人部门和人力资源部门可以在人才库里找到合适的人补充职位空缺。

B. 外部招聘

(1). 广告: 可选择的广告媒体主要包括网络、报纸、杂志等,一方面广告招聘可以很好的建立公司的企业想象,另一方面,广告信息传播范围广、速度快,获得的任聘人员的信息量大,层次丰富。

(2). 校园招聘: 公司将在个别高等院校开展双选会,进行招聘。方式主要有招聘张贴、招聘讲座和毕分办推荐三种。

(3). 熟人推荐: 通过公司的员工、客户、合作伙伴等熟人推荐人选,这种方式的好处在于对候选人比较了解,但问题在于可能在公司内形成小团体,不利于管理。

(4). 中介机构: 主要通过人才交流中心、招聘洽谈会或猎头公司进行招聘。



2, 员工培训

(1) 需求确定策略：结合公司实际和培训目标设计培训需求问卷，进行客观的培训需求调查，统计分析调查结果，最后确定培训需求。

(2) 资源配置策略：整合公司内自有的资源优势，结合行业特点，加强与供应商、竞争对手、客户的合作，确保培训的系统性、实用性、行业针对性。

(3) 形式应用策略：为真正实现“实战型”培训目标，采用理论指导与实际运用相结合，课堂讲授与实践相结合的半脱产形式进行培训。

(4) 评估考核策略：每一培训结束后进行阶段性评估，培训项目完成后进行总体评估。评估采用调查问卷、领导采访、论文答辩、口试、笔试等形式。

3, 员工培训制度

为进一步提高管理者队伍素质，培养经验丰富、德才兼备的管理者和部门员工，抓好员工的教育、学习和培训工作的，特制定本制度：

1) . 培训计划的审批

①公司员工（含兼职实习人员）的培训工作由公司统一安排，统一管理。

②参加培训的人员，须由本人提出申请，报公司人力资源部审批。由工作所处地需外地培训者，必须持培训通知或有关证明提出申请，报公司人力部研究审批、备案。

③各部门人员组织参观、学习或培训活动，必须纳入公司的整体培训计划，由公司统一组织，杜绝私自安排本单位人员集体外出活动。

2) . 培训形式

①举办短期培训班。

②组织学习或自学有关业务方面的资料。

③组织到外地参观、学习等活动。

④举办座谈会等形式的活动，派送人员到专业培训机构学习。

3) . 培训内容

① 专业知识、职业道德的学习教育。

② 公司的经营方针、整体规划和各项规章制度的学习。



- ③ 基本技能的培训。
 - ④ 基层及高层管理人员的专业化理论与实践的培训。
- 4) . 培训纪律
- ① 各部门和个人要严格服从公司的统一安排，不得自作主张、私自离岗参加任何形式的学习和培训。
 - ② 公司统一安排的培训活动要积极参加，认真学习，努力实践。
 - ③ 外派学习或培训的人员，必须提出申请，经研究审批，否则不按公派对待，并按有关规定扣发考勤奖金。
 - ④ 培训结束后，需持合格证书或结业证书到公司人力部注册。

6·5 绩效考核

员工的绩效考核是人力资源管理的重要内容，是控制企业员工素质水平及工作质量的重要手段。通过绩效考核，可以掌握员工的劳动态度、工作效果、业务水平及管理水平，从而为对员工的使用及培养提供依据。同时，可以调动员工的工作积极性，充分发挥员工的工作能力，提高公司的经营水平。

1, 考核原则

以客观事实为依据，以考核制度规定的内容、程序与方法为准绳；考核力求遵循公平、公正、公开的原则来进行。

2, 绩效考核程序

● 考核标准

公司按不同的考核对象分类，对员工的“德（态度）、能（能力）、绩（绩效）、质（素质）”四个方面进行考核；“业绩”部分的考核根据公司、部门及个人的周、月、年工作计划和目标的完成情况来进行考核。

- 1) . 态度：主要指员工的事业心与工作态度，包括其记录出勤情况、工作的主动性与积极性等。
- 2) . 素质：包括员工是否忠于本职工作及其可信赖程度，还包括纪律性、职业道德、个人卫生与仪容仪表等。
- 3) . 能力：根据员工的不同职别层次，对其业务能力、管理能力、工作能力作分类考评。



4) . 绩效：主要考评员工对公司的贡献与完成工作任务的数量及质量方面的情况。

● 考核期限

绩效考核：每季度进行一次

● 考评的权限

公司员工的绩效考核得分与当月的实发薪资所得直接挂钩。

公司的绩效考核的评定共划分为五个等级：A（优）、B（良）、C（中）、D（可）、E（劣），分别给予一定的奖励或处罚。

1) . 员工月度绩效考核成绩连续三个月被评为 D 级者，公司给予通报批评，直属领导找其谈话，连续三个月被评为 E 级或一年内累计四个月被评为 E 级者，予以辞退。

2) . 凡连续三个月或年度累计四次考核被评为首位，由人力资源部提议予以嘉奖，并作为公司今后有职务空缺或评定优秀员工时的优先考虑对象。

3) . 月度绩效考核成绩列入年终考核，并作为其考核的主要依据。

4) . 营销员按此标准进行绩效考核，若该营销员当月有提成，则其薪资按提成规定发放；若当月无提成的，则薪资按标准发放。

6.6 监督机制

公司全体员工有权对全部考核活动行使监督的权利，人力资源部负责接受员工的考核设诉及调查处理。

员工工作表现评价表：

姓名_____ 员工编号_____ 部门_____ 班组_____

职位_____ 评估日期，自__年__月__日至__年__月__日

1	工作守时	员工是否守时，经常保持出勤？
	与考勤	员工是否经常迟到或请病假，事假？
	A	员工保持很好的考勤记录，无迟到或缺席。
	B	员工能基本保持良好的考勤记录，曾有少于 3 天的缺席记录。



	C	员工保持平平的考勤记录，有迟到并超过 4 天的缺席记录。
	D	员工考勤记录差，经常迟到并缺席超过 5 天的记录。
2	仪容仪表	员工是否修饰整洁。
	A	对个人清洁卫生非常注意，并经常保持适当的修饰。
	B	通常注意修饰整洁。
	C	偶然有不整洁或不适当的修饰。
	D	衣着不整洁或不适当的修饰。
3	工作知识	员工对本职工作的应有认识如何？
		员工是否了解本职工作的一切功能、要求与责任？
	A	对本职工作各方面有充分认识，极少需要指导。
	B	对本职工作多方面基本有足够的认识，偶然需要指导。
	C	对本职工作某方面缺乏认识，经常需要指导，并需继续培训。
	D	对本职工作多方面缺乏认识，经常需要指导，并需继续培训。
4	工作质量	员工是否处理精确及不易出差错？
		员工在工作上是否有有条不紊，容易使人接受？
	A	工作做得很好，及少发生错误。
	B	工作良好，稍有些错误，及少犯相同错误。
	C	工作表现平平，要经过审核才能被接受。
	D	处事十分粗心大意，经常犯相同的错误。
5	可信赖程度	员工是否值得信赖并对委派工作尽责？
	A	非常值得信赖，经常准时按要求完成制定工作，及少需要指导。
	B	大多数情况都可以信赖，只是偶然需要指导。
	C	在完成工作前需要经常查核。
	D	不可以信赖，需要经常密切监督。
6	进取态度	员工是否有创业精神及具有应变能力？
		即使没有提醒，员工能否主动负起自己的职责？
	A	能主动地应付工作，善于发挥能力及智慧去完成工作。



	B	基本能够主动完成经常性的工作，偶尔会有所疏忽。
	C	工作中需要提醒才能完成本职工作。
	D	需要经常催促，不能主动完成工作任务。
7	礼貌与合	员工对上司、同事及客人是否谦恭、有礼？
	作态度	员工是否乐意与上司、同事及下属协调地工作？
	A	非常注重礼貌待人接物，经常保持和颜悦色，乐于助人。
	B	基本能做到彬彬有礼，乐于与人合作。
	C	只对喜欢的人有礼貌及愿意分工合作。
	D	没有礼貌及不愿意分工合作。
8	管理能力（限 管理人员）	员工是否具有启发下属工作热情与工作目标的能力？
		员工是否具有指引，监督下属并提供技术指导能力？
	A	能有效地激励与引导下属去完成工作。
	B	基本能够保持良好的工作环境。
	C	需要改善个人的领导作风，使下属更好协调工作。
	D	不能监管下属使其完成工作。

员工考评表

总评分		适合晋升		降职		予以转正
		表现满意		表现一般		延长试用期/不予录用
	A	是一位工作表现一贯卓越的非常好的员工				
	B	是一位具有能力去完成预期的工作，表现良好的员工。				
	C	是一位表现颇好的员工，在若干方面具备长处，但仍需改进，以收到更佳的工作效果。				
	D	是一位工作表现平平的员工，需要继续努力，以求更佳工作表现。				
	E	员工需要改善工作表现，才能达到基本的工作要求。				
	备注					



改进意见（范围及方法）_____

所需培训意见（详细说明）_____

其他评语_____
评估人签名：_____ 职称：_____ 日期：_____
员工签名：_____ 意见：_____ 日期：_____
部门主管审阅：_____ 日期：_____
下次评估日期：___年___月___日
正本：送员工个人档案
副本：送有关部门主管

6·7 薪酬制度

1, 工资结构

本公司采用工资结构制：

员工工资=基础工资+岗位工资+工龄工资+奖金+津贴

2, 基础工资

- 1) . 职务高低、岗位责任繁简轻重、工作条件确定。
- 2) . 公司岗位工资分为等级序列，分别适用于公司高、中、初级员工，其在工资总额中占20%—30%。

3, 工龄工资

- 1) . 按员工为企业服务年限长短确定，鼓励员工长期、稳定地为企业工作。
- 2) . 年工资根据工龄长短，分段制定标准，区分社会工龄、公司工龄。

4, 奖金

- 1) . 据各部门工作任务、经营指标、员工职责履行状况、工作绩效考核结果确立
- 2) . 绩效考评由人事部统一进行，与经营利润、销售额、特殊业绩、贡献相联系
- 3) . 奖金在工资总额中占 20%——30%不等。



5, 津贴

包括有交通津贴、伙食津贴、工种津贴、住房津贴、夜班津贴、加班补贴等。

(1) 岗位工资标准的确立、变更

- 1) . 公司岗位工资标准经董事会批准。
- 2) . 根据公司经营状况变化, 可以变更岗位工资标准。

(2) 员工岗位工资核定

员工根据聘用的岗位和级别, 核定岗位工资等级, 初步确定岗位在同类岗位的下限一级, 经 1 年考核, 再调整等级。

(3) 员工岗位工资变更

根据变岗变薪原则, 晋升增薪, 降级减薪。工资变更从岗位变动的后 1 个月起调整。

(4) 关于奖金

奖金的核定程序:

- 1) . 由财务部向人事部提供各部门完成利润的经济指标数据。
- 2) . 人事部提供各部门员工的出勤和岗位职责履行情况记录。
- 3) . 人事部依据汇总资料, 测算考核出各部门员工定量或定性的工作绩效, 确定每个员工效益工资的计算数额。
- 4) . 考核结果和奖金计划经公司领导审批后, 发放奖金。

(5) 关于工龄工资

- 1) . 年内实际出勤不满半年的, 不计当年工龄, 不计发当年工龄工资。
- 2) . 试用期计工龄工资, 工龄计算从试用期起算。

其他注意事项:

- 1) . 各类假期依据公司请假管理办法, 决定工资的扣除; , 计入工资总额。
- 2) . 各类补贴、津贴依据公司各类补贴管理办法, 计入工资总额。
- 3) . 被公司聘为中、高级的专业技术人员, 岗位工资可向上浮动 1~2 级。
- 4) . 在工作中表现杰出、成绩卓著的特殊贡献者, 因故能晋升职务的, 可提高其



工资待遇，晋升岗位工资等级。

(6) 非正式员工工资制

- 1) . 适用范围：订立非正式员工劳动合同的临时工、离退休返聘人员。
- 2) . 工资模式：简单等级工资制。
- 3) . 人事部需会同各相关部门对非正式员工的工作业绩、经营成果、出勤、各种假期、加班值班情况汇总，确定在其标准工资基础上的实发工资总额。
- 4) . 非合同工享有的各种补贴、津贴一并在月工资中支付。

(7) 附则

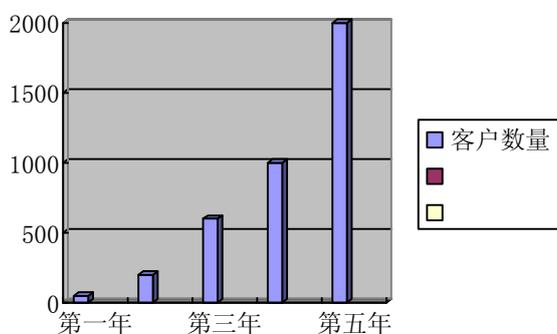
- 1) . 公司每月支薪日为 1 号。
- 2) . 公司实行每年 12 个月工资制。
- 3) . 若公司不能按时发薪，总经理会向全体员工做出解释，并承诺新的发薪日。
- 4) . 以上工资均为含税工资，根据国家税法，由公司统一按个人所得税的标准代扣代缴个人所得税。



第七章 营销策略

百万美元与碌碌无为的区别在于营销策略，营销就是通过教育迫使目标观众或听众赏识你的产品，服务或公司给他们提供的优势，利益，收效或保护的能力。你提供给客户的这些东西不仅要高于，优于他们目前所拥有的东西，而且还要高于，优于他们得到的一切选项和选择。

7·1 营销目标



短期目标	“在营销过程中树立品牌”	做“玩而有意义”的儿童生日派对
中期目标	“以品质取胜”	稳定客户源，提升品牌形象
长期目标	“打入全国市场，做中国最专业的儿童生日派对。”	通过市场探路，做专业，个性的儿童生日派对策划公司

7·2 产品策略

产品是市场营销组合中最重要的也是最基本的因素，因此产品策略是整个营销组合的基石。

1、本公司是针对十二岁以下儿童为固定群体，通过与家长、孩子的联系和沟通，结合孩子本身的特点，为孩子打造出自己独特的生日宴会，取代对于孩子来说毫无意义的“饭局”，本公司的短期目标之一就是要树立“乐派”儿童生日策划的品牌。

2、本公司在成立初，打造出独特的儿童生日派对，让客户了解到公司的宗旨和可信度，逐渐研发出更多的主题派对，形成固定的产品类型。

3、本公司的宗旨是“让孩子成为主角，给他们带来最纯真的快乐。”，做一个



快乐有意义的生日派对，让孩子、家长满意。

4、本公司采用统一品牌策略，在派对主题，派对场地，公司吉祥物等都采用“乐派”这一品牌，为的是集中所有资源宣传公司，起到更好的营销效果，树立品牌。

5、本公司注重为客户的服务，服务产品的最重要的组成部分，不管售前或是售后，都要为顾客做好服务，如食品安全，卫生打扫，态度亲和等等。让客户满意，稳定客户的同时留下口碑，并争取到更多的客户。

7·3 渠道策略

渠道策略是整个营销系统的重要组成部分，它对企业控制成本，提高企业竞争力具有重要意义，包括区域市场的管理、营销渠道自控力和辐射力的要求。

1、渠道类型：我们采用直接渠道策略，即商品在从生产到进入消费领域不经过任何中间过程，公司帮助家长策划，既我们会为客户量身打造一个派对策划书，策划书大致包含，派对主题，派对场地，派对时间，派对所需要物质，客人名单以及派对预算等方面，产销结合，节约成本，及时了解市场，便于及时改变策略，提供优质服务。

2、市场地域拓展策略：公司成立之初，第一个三年计划只专注于本地市场，做好在成都都市区的儿童生日派对的策划，并逐步树立“乐派”品牌，然后在拓展到二级城市，根据对市场的调研，分析，根据经济情况推出相关产品。

3、第一个三年计划后，公司也将在渠道的长度和宽度上增加，并利用网络建立相关网站，运营网站，为打入四川以外的地区做好准备，建立一个完善的运营网络。

7·4 价格策略

1、根据可能出现的同行竞争的状况，本公司将秉着“孩子玩的开心，家长看着放心，家长和孩子更加贴心”的原则，提供优质的接待服务，根据客户的要求具体，实地考察，研发出每一位孩子独一无二的生日派对，公司运营初期，在保证公司每月能够维持运转的情况下，开发出独特的派对吸引眼球。

2、产品成本：房租，水电费，运输费，人工劳务费，原料成本费，研发成本等等。

3、竞争对手的产品和价格：成都有很多策划公司，如成都超越庆典礼仪策划公司，成都丛林企业策划公司，成都英加美婚姻策划公司等，而本公司是一项专门针对儿童生日派对，更为专业和专注，而且在价格方面也会远远优于非专业的策划公司，只专注于儿童，让顾客感受到“乐派”的**宗旨和原则**。



4、市场需求:随着社会经济的发展,人们的社会生活水平提高,物质生活提高,但是往往精神方面造成缺失,如今的家长由于工作忙碌,或是过于溺爱无法给孩子一个有意义的生日派对,这往往让孩子们越发孤独的,造成自我的个性,甚至无法有很多朋友,从我们的调查结果来看,大多数的家长认为自己对孩子能够快乐成长非常关注,希望能够孩子办一个快乐而又意义的生日派对,让孩子回归天性。

5、定价方式:公司成立前期主要采用成本导向定价法,简便易用,按照单位成本加上一定百分比的加成来制定产品销售价格,公司成立之初,价格在同行业的竞争中必须处于优先位置,并且保质保量的完成客户的要求,在后期将采用需求导向定价法,由于是服务行业,必须以市场需求强度及消费者感受为主要依据,在前期一段市场了解后,根据消费者能够接受的价格进行定价。公司逐步步入正轨后,根据客观环境和市场的变化,对价格进行调整。

7·5 广告和促销策略

本公司根据自身特点,整合前期的调查情况,对市场的初步了解,通过多种渠道给消费者提供产品与服务,促进企业营销。我们促销主要是通过广告促销,营业推广促销和公共关系促销。

1, 广告促销

广告宣传载体包括报纸、杂志、广播、电视、互联网、户外广告等。在多方考察、咨询,我们发现只有部分宣传方式对“乐派”有效。因此,以成本考虑为基础,结合策划公司宣传的特点,我们选择主要通过海报,互联网等途径进行宣传。

公司成立后,将与成都的一所小学校或幼儿园联系,在六一儿童节的时候,和学校精心打造一次快乐而有意义的大派对,邀请孩子和家长参加,设计一系列的游戏栏目,并把“乐派公仔”的设计权利交给小朋友,举办一个涂鸦大赛,并在此次活动中选出“乐派”公仔,并设立一二三等奖。公司也将设立咨询点,让家长能够了解公司的情况。借此机会,将把“乐派”成功介绍给大家。

公司计划在前三年重点放在宣传“乐派”,包括其服务项目,公司理念。每年的六一儿童节都会在一所成都小学校举办活动,并在每年学校开学报名的时间,设立宣传点,发放公司精心制作的课程表。

- 由于公司也属于策划公司,需要对顾客宣传“乐派”儿童生日派对的專業性,



公司将在成都市中心，少年宫，培训机构等粘贴海报，分发传单，让大家知道有这样的一个专业性的为孩子策划生日派对的公司。

- 公司将在初期研发出各类生日派对主题，印发成小册子，在对每个主题页面设计益智类游戏，让孩子能够感兴趣，并把公司的“乐派”公仔印在宣传册上，增加印象。
- 我们将与成都的一所著名的蛋糕连锁店合作，如元祖，在公司做前期宣传时，把我们制作的宣传小册子放在店内，向每位顾客发放小册子，对成都每个地区的宣传将起到一定作用，公司三年内稳定客户源，将与该蛋糕店签订合同，小孩生日时的蛋糕都会在该蛋糕房制作（或是请糕点师教家长和孩子制作蛋糕），达到互利互赢的目的。

2, 互联网

- 在网络时代，从分享资料到网购，网络俨然成为了人们生活的一部分，而且为了节约成本，“乐派”将在网络上建立一个官方博客，发布公司的基本信息，联系方式，通过邮件提出建议，儿童派对的各种主题，价格以及最近相关的活动等，在后期，公司将逐步建立“乐派”儿童生日派对策划的官方网站，完善信息，包括会员制度，集体派对，公仔系列动画，孩子派对的图片和电子杂志（经过同意）等等。
- 利用互联网，在人气火爆的论坛或网站进行宣传，比如豆瓣网，发布公司最新的活动状况，聚集人气，发表关于儿童成长的相关文章，视频，来引起网友的关注，并建立“乐派”QQ群，让家长或是关注孩子快乐健康成长的人士在群里讨论，这样也给公司研发活动和主题提供灵感。
- 利用成都公交车电视系统，在电视上打一小段我们精心制作的广告，吸引眼球。
- 通过与相关儿童网站的合作，促进公司的知名度和信赖。如孩子们爱玩的摩尔庄园。

3, 营业推广促销

企业成立之初，必须吸引顾客，并建立固定的消费群体。“乐派”从一开始就会投入建立和发展会员制度。主要包括一下的程序和方式：



- 建立会员档案。

一个专有名称会给人们带来一种独特的归属感，因此，根据我们的企业名称，我们将把会员卡做成公仔的形式，并印有孩子独一无二的号码和昵称。在同意填写真实的个人基本信息的前提下，消费者自愿成为免费会员。会员的资料以电子文档的形式保存，并且对外（非会员）保密。会员簿做成一个供会员内部使用的精美册子，发放给孩子（或家长保管），这样也能增加孩子的交友圈。

- 会员生日有礼送。
- 定期将举办各类小活动，并邀请（会员）孩子和家长参加，增加孩子与家长的感情和孩子与孩子之间的友情。

4, 公共关系促销

- 公司内部员工，应该通力合作，通过公司内部成员关系拉拢更多人际，员工之间，具有团队协作，创新，吃苦耐劳的精神。
- 公司将联合其他机构进行联合促销的方式，比如成都少年宫，小记者协会等等，举办相关的儿童活动，比如亲子运动会，诗歌朗诵，书法大赛等等，并将公司的公仔作为礼品赠送给小朋友，或是赠予公司精心策划的派对主题小册子，公仔连环画。
- 从家长出发，公司将请来相关专家，进行不定期的讲座，让家长们能够关注儿童的健康成长，一个快乐的童年对于儿童的发展的重要性，并为家长提供咨询服务，并建立家长回馈，建议的邮箱，并不定期举办家长讨论会，面对面的讨论孩子的问题和解决方式。建立一个家长联系圈子。
- 每月的月底，公司将在不固定场所，如游乐园，公园等地方展开小型的互动游戏，如寻宝，放风筝，邀请会员和小朋友，家长前来参加，并派送礼物，扩大影响力的同时稳定客户源。



第八章 财务计划与财务评价

8·1 资金需求预算

本项目总投资 50 万人民币，由发起人投资 21 万元人民币，占全部股权的 42%，其它个人投资 29 万，占全部股权的 58%

这些资金主要用于成立初期的房屋租金，店面装修费用，电子设备和设施或工具的采购和装配支出，开办费等投资。以及经营期间的购买并储存原料和成品的费用，管理费用，人工费用，营销费用，财务费用等。

我们计划在 1 年内收回所有投资。按照投资比例对投资人进行分红。

表 1 资金需求预算表

资金需求预算				
项目	数量	单位	单价	合计
一、固定资产投资				97530
1 办公设备合计				29230
a 办公桌椅	12	套	320	3840
b 计算机	10	台	2100	21000
C 电话	10	台	60	600
d 音响设备	1	台	480	480
e 饮水机	1	台	310	310
f 空调设备	1	台	3000	3000
2. 道具				8300
3 汽车	2	台	30000	60000
二、企业开办费				4900



a. 工商注册及税务登记费用				4200
b. 消防费				500
c. 治安许可证				200
二、流动资金投入				397570
1. 银行存款				275080
2. 水电费		月	700 元/月	700
3. 人员工资	14			12500
4. 店面租金		年	2160 元/月	25920
5. 广告宣传费		年	2300 元/月	27600
6. 职工福利费		年		9870
7. 办公费用		月	500	500
8 店面装修				45400
总计				500000

2 融资方案

1, 融资方案

表 2 融资方案表

融资方案	单位：万元	金额
权益融资：	发起人投资	21
	其它个人投资	29



--	--	--

3, 资金使用计划

单位：元

表 3 资金使用计划表

项目	金额
流动资金	275080
房屋租赁	25920
店面装修布置	45400
设备购置	121100
广告宣传费	27600
企业开办费	4900
合计	500000

4, 预计资产负债表

表 4 预计资产负债表

资产	年初数	期末数	负债和所有者权益	年初数	年末数
流动资产:			流动负债:		
货币资金	212785.78	223786, 56	短期借款		



应收 账款		43701.48	应付职工薪酬	2435.00	10435.00
预付 账款	102897.69	18114.95	应交税费	11690.74	10534.65
应收 股利			应付账款	30313.82.	10945.73
应收 利息		4367.78	其它应交款		
其它 应收 款	689.83	268.59	其它流动负债		
其它 流动 资产	66865.00	85674.00	流动负债合计	47541.82	31915.38
流 动 资 产 合 计	383238..30	329761.72	所有者权益		
固 定 资 产:			实收资本	500000.00	500000.00
固定 资产 原价	172791.00	218943..56	资本公积		



减： 累计 折旧	8487.48	15832.75	盈余公积		46598.68
固定 资产 净值	164303.52	203110.81	未分配利润		4358.47
固定 资产 合计	164303.52	203110.81	所有者权益合计	500000.00	550957.15
资 产 总 计	547541.82	582872.53	负债及所有者权益总计	547541.82	582872.53

表 5， 预计现金流量表

项目 投资年 限	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
投资年份	基期	2011	2012	2013	2014
一、经营活动 产生的现金 流量：					
销售商品、提 供劳务收到 的现金	375676.63	465342.68	613323.41	936449.74	1165547.60
收到其它与 经营活动有 关的现金					



经营活动现金流入小计	375676.63	465342.68	613323.41	936449.74	1165547.60
购买商品、接受劳务支付的现金	78538.59	96784.69	177861.30	189779.80	205837.76
支付给职工以及为职工支付的现金	10435.00	25644.54	31188.10	35349.99	52176.08
支付的各项税费	7075.74	9346.80	16229.90	16908.85	19677.27
支付其它与经营活动有关的现金	21765.68	18634.59	26132.60	74955.73	61098.21
经营活动现金流出小计	117815.01	150410.62	251411.90	316994.37	338789.32
经营活动产生的现金流量净额	257861.62	314932.06	561911.51	619455.37	826758.28
二、投资活动产生的现金流量：					
处置固定资产、无形资产和其它长期资产收回的现金净额					
收到其它与					



投资活动有 关的现金					
投资活动现 金流入小计					
投资活动产 生的现金流 量净额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
三、筹资活动 产生的现金 流量：					
吸收投资收 到的现金	500000.00	0	0	0	0
取得借款收 到的现金					
收到其它与 筹资活动有 关的现金					
筹资活动现 金流入小计	500000.00	0	0	0	0
偿还债务支 付的现金					
分配股利、利 润或偿付利 息支付的现 金	0	25377.00	46291.57	79466.54	83042.07
支付其它与 筹资活动有					



关的现金					
筹资活动现金流出小计	0	25377.00	46291.57	79466.54	83042.07
筹资活动产生的现金流量净额	500000.00	-25377.00	-46291.57	-79466.54	-83042.07
四. 现金等价物净增加额	271069.30	-13076.00	43682.60	40639.24	61758.97

6, 利润表

表 6 预计利润表

	第一年	第二年	第三年
一、主营业务收入	552430.00	613340.50	802377.93
减：主营业务成本	376429.05	412732.08	493354.75
主营税金及附加	30659.87	34040.40	44531.98
销售费用	26673.44	53566.31	86550.71
管理费用	53226.34	60332.00	79455.31
财务费用	-6780.77	-2420.17	-8657.21
资产减值损失			
加：公允价值变动净收益净 （损失以“－”号填列）			
投资收益（损失以“－”			



号填列			
二、经营利润	72222.07	55089.88	107142.39
加：营业外收入			
减：营业外支出			
其中：非流动资产处置 净损失（净收益以“－”号 填列）			
三、利润总额	72222.07	55089.88	107142.39
减：所得税费用	18055.52	13772.47	26785.60
四、净利润（净亏损以“－” 号填列	54166.55	41317.41	80356.79

3 财务评价

净现值（NPV），就是将投资期内不同时间发生的净现金流量（现金流入和现金流出之差），以一定的贴现率贴现到投资期初，并将各期的净现金流量现值相加之和。换言之，用一定的贴现率将投资期内的净现金流量贴现为现值，并取其总和称为净现值。是个绝对指标，计算公式：

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} - CF_0 \quad \text{式}$$

$$\text{或 } NPV = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+K_0)^t}$$

其中：CF_t：第 t 年现金流入量

C_{f0}：建设其投资额的现值

K：资本成本（最低投资报酬率）



Ft: 第 t 年的现金流量

内部收益率 (FIRR)

内含报酬率指能够使投资项目净现值为零的投资报酬率或资本成本。他是一个比率，在项目的决策总。只要项目的内涵报酬大于资本成本时，投资项目是可行的。内涵报酬率计算公式：

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - CF_0 \text{ 或}$$

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+K_0)^t} = 0$$

其中：CFt: 第 t 年现金流入量

Cfo : 建设其投资额的现值

IRR: 内含报酬率

K: 内部收益率

Ft: 第 t 年的现金流量

内部收益率就是现金流量净现值为 0 的利率。在这里，我们用内插法求这个利率：

表 7 • 财务评价表

财务评价					
年份	基期	2010	2011	2012	2013
初始现金流量	-500, 000				
营业现金流量	10376 .07	672391. 03	7109 17.0 3	853 288 .09	904378. 69



终结现金流量					
总现金流量	510376.07	672391.03	710917.03	853288.09	904378.69
NPV(按年贴现)	455692.92	456306.67	506016.70	542280.01	513168.76
NPV	2473465.06-500000=1973465.06				
IRR	21.85%				

;

不确定性分析

盈亏平衡分析

平均边际贡献率= (S-VC) /S= (552430-54028) /552430. =0.90

损益平衡点的销售额=F/CMR=172791/0.90=191990.00 (元)

从以上计算可知，该项目的盈亏平衡销售为 191990.00 元。

利益分配方式（预测期）

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、预测期内各年依次按税后净利润的 65% 65% 70% 80% 90% 分配利润；
- 3、将预测期内各年分配利润后的剩余部分作为本企业的留存收益；
- 4、前三年提取较多未分配利润用于宣传投资



资金退出方式

- 1、重组
- 2、出售

第九章 风险分析以及对策

1、普通存在的风险。公司在创立初期可能存在管理制度不完善，使用人员不当，没有建立有效的监督机制。从而造成人员结构不稳定，管理秩序出现混乱。对策：由于服务业具有流动性大的特点。针对这一特点，我们更应对工作人员进行严格的筛选。定期对他们进行培训及教育，提高自身素质。对核心人员，实行股权分发，以此留住人才激励其努力工作。

2、市场风险。对于新型服务业而言，市场接受程度还有待开发，市场风险主要集中在竞争对手的竞争，市场供需的平衡关系变化等。

对策：努力发展自身优势，突出聚会主题特色，加强我们的关系营销模式，建立一个稳定的顾客群，定期做好本行业的市场调查，及时调整营销方式。

3、财务风险。由于打开市场和建立知名度需要一定的时间，从而导致前期运作的亏损，可能引起流动资金紧张。其次，由于在经营管理中的决策和政策失误，可能出现应收账款过大，资金来源不足或者中断导致的资金风险。

对策：重视市场和顾客需求的变化，与家长儿童进行沟通。对于应收账款风险可采取一定的付款优惠或折扣政策，鼓励预先支付。加强与投资者联系，采取有效的利润分配措施，增强其投资信心，并进一步吸引其它投资商进行投资。在日常经营过程中，适当增加流动资金，以备资金来源不足的风险。

4、品质风险。最重要的风险即为服务标准达不到顾客预期要求。更为重要。食品质量不合格会对顾客造成伤害，不但要承担赔偿责任，还会影响公司的信用与形象。

对策：注重市场和顾客需求变化，对服务人员进行培训，提高服务质量。



第十章 附件

调查问卷

大家好！我们是四川大学锦城学院的学生。我们正在做一个关于儿童生日派对策划的调查，衷心感谢你的配合。

- (1) 你对你家小孩的生日重视吗？
A 重视 B 一般 C 不重视
- (2) 一般在哪里给小孩过生日？
A 餐馆 B 游乐园 C 在家 D 其他
- (3) 如果过生日的时候，小孩想邀请他的好朋友参加，你是否愿意呢？
A 愿意 B 不愿意 C 考虑考虑
- (4) 如果有专人给你提供全程服务并且提供你家孩子喜欢的风格的派对。你是否愿意参加呢？
A 愿意 B 考虑考虑 C 不感兴趣 D 其他
- (5) 儿童生日派对策划公司听说过吗？
A 听说过 B 从未听说
- (6) 我们公司提供以下几种派对形式。你更喜欢哪种呢？
A 会员派对 （你如果是我们公司的会员，你的孩子就可以享受到很多的优惠条件。）
B 集体派对 （我们会在公司网站上发布消息，收集这一个月有哪些小朋友会过生日，然后再在一起举行生日派对。）
C 主题派对 （你孩子想要过哪种主题生日。比如说童话类，卡通类~~）
- (7) 你心里能够接受的价位是多少元？
A 300 以下 B 300—500 C 500—1000 D. 1000 以上
- (8) 你家庭的月收入状况？
A 1000—2000 B 2000—3000 C 3000—4000 D 4000 以上
- (9) 您对我们公司的建议



调查结果

创业团队成员于 2010 年 3 月 20 日（星期六），分别在成都二环以内各大超市，公园，小学校展开调查。发出调查表 100 份，实际收回六十份。

调查对象：拉着孩子的父母。

调查结果显示，59%的家长非常重视孩子的生日，并且希望给自己孩子举办生日派对。而其中 45%的人一般都自家给孩子过生日。88.33%的家长希望他们孩子的好朋友能够参加自己孩子的生日派对。而对于乐派公司提供的专业化的服务和策划活动 26.67%的人表示愿意接受，51.67%的人表示可以考虑考虑。而在受访者中听说过儿童生日策划公司的占 23.33%。而对于公司的主题派对和集体派对各有 43%左右愿意自家的孩子参加。对于派对活动的价格方面 43.33%的人选择了 300 元---500 元，33.33%的人选择了 300 元以下，而 500 元---1000 元和 1000 元以上各有 16.67%，6.67%。对于被调查者的家庭月收入 45%的人选择了 4000 元以上。

通过市场调查可以发现成都的家长还是很希望孩子有一个非常难忘的派对。