



广东岭南职业技术学院  
LINGNAN INSTITUTE OF  
TECHNOLOGY

2017 跨专业创业技能训练  
成果系列

# 小青瓜商业计划书

更清新的成人用品



团队名称：小青瓜  
团队成员：冯玉玺 沈嘉和 李文臻 汤熊艺  
陈家成 孙泽铭 邵锦鹏 张贤毓

指导老师：刘隽

目录



## 一、项目概述

小青瓜有限责任公司立足于广大成年性需求受众群体，以零售机结合线上下单的模式，致力于为大家提供更安全、更便捷、更隐私的性用品购买渠道。我们的目标是开拓中国成人用品新销售模式，填充并发展国内成人用品市场。

## 二、市场分析

### （一）项目灵感

看到了目前成人用品市场的空缺以及成人用品为高频消费刚性需求，但是并没有那一家是作为行业第一的存在。

### （二）主要消费人群

没有性经验的年轻人  
长期和伴侣分居两地的人  
性生活没有新鲜感的人  
性生活不融洽人群  
老年夫妻  
残疾人士

### （三）总体市场分析

成人用品进入中国的时间不长，在中国还算新兴行业。如果按照这个来估算的话，那中国成人用品的规模早已突破 1000 亿元。我们知道，淘宝的交易额度已经占到中国社会消费品零售总额的 5.4%，如果可以得知淘宝中关于情趣用品的交易总额的话，就可以略微的推算一下整体的市场分额，当然这也仅仅是推算。可以肯定的是，随着技术门槛的提高和国人观念的进步，这个市场将越来越大。因为现在市面上的大所属情趣用品均为三无产品，所以技术性有待提高，这个行业才刚刚开始呢。

成人用品市场很大，虽说它比服装、电器等行业相比，竞争小很多，全国各地的性用品商店如雨后春笋，遍布大中小城市，而生产企业达到近千家。另

据不完全统计，截止到 2016 年，性用品产业的年销售额已达 1000 亿元人民币，且保持 20% 的年增长速度。另外，中国性用品的市场份额已占到全世界的 70%。

#### （四）市场利润前景

成人用品市场目前是一个很火爆的市场，特别是在网络上。成人用品的发展在我们国家来说还算一个初始阶段，人们已经从逐渐开放的性观念中慢慢的认识和接受成人用品，要发展到像欧美大国一样的大众化产品还需要很长的一段时间，所以这一块市场长久看来还是很好做的，加上成人用品利润高，值得坚持。朋友您还做了网络这一块，那相对于那些还是害羞的群体来说更有开拓的空间。即使与同行业竞争也有利可盈，更没有做到市场第一都是亏本的说法。

据专业统计部门的调查数据显示，成人用品的年销售额高达百亿元，性用品产业规模估计为 50 亿元人民币，其中仅安全套就高达数十亿元。目前成人用品的市场正以每年 63.9% 的速度增长，专家预测，随着人们观念的逐渐改变，三至五年后我国将进入性用品的消费高峰期。成人用品平均毛利率 30%。成人用品的价格差异较大，安全套，孕检产品，情趣内裤营业份额达到 50%，但充气娃娃，振动棒单价较高，销售额贡献最大。中国 14 亿人口，其中有 71% 是成年人，其需求量的巨大是难以想象的

众所周知，成人用品市场有着巨大的空间和潜力，该行业的高额的利润也是其他商品不可比的。据权威数据统计，中国现有的网民已超过 1 亿多，而且还在不断的递增中。现在很多人都认识到成人用品进入了普通老百姓的家庭，现在也正是成人用品销售的黄金时期。据专业统计部门的调查数据显示，成人用品的年销售额高达百亿元，其中仅安全套就高达数十亿元。目前成人用品的市场正以每年 63.9% 的速度增长，专家预测，随着人们观念的逐渐改变，一至两年后我国将进入性用品的消费高峰期。绝对值得深入去做，长远地规划经营。而不是短期耕耘。

我们的 APP 上会有对应的使用方法以及公众号上的科普小知识解决了对性行为没有经历却渴望得到生理上满足初体验的成年人人性需求。

我们的产品不同于以往成人用品，更清新可爱的造型能让人更容易接受。

送货上门解决了临时需要而无法出门购买的问题。

现下零售机更加方便了人们随时就近购买的需求。

匿名配送解决了用户不方便或者害怕透露隐私的问题。

我们是自有品牌，区别市场鱼龙混杂，能让用户更放心选购。

### 三、项目介绍

#### （一）目标市场以及项目简介

我们项目针对主要人群是十八岁以上的情侣、夫妻以及单身男女。我们的首要目标市场是酒店、药店等方便用户购买的几个地点。

线下有自动零售机方便用户就近购买自己所需的用品，线上有 APP，能够及时地最快地满足用户不方便出门、附近无法购买的问题，以及匿名配送能保证用户的隐私，解决了客户不希望透露自己的隐私以及个人信息的想法。

#### （二）具体产品情况以及图样、特色



避孕套、飞机杯、跳蛋、电动棒

特色：方便快捷、送货上门

### （三）产品的开发计划

前期我们需要聘请专业的设计师为产品的包装进行卡通风格的设计，以及自动贩卖机的整体风格设计。

我们的产品是由工厂提供，再进行包装，所以开发部分需要同工厂进行协作。由产品设计师进行新产品的统一设计再由工厂制作，我们进行采购。

### （四）商业模式或产品输出流程图

#### 线下零售机

#### 线上网购（APP）

### （五）选址以及盈利模式

零售机位置：酒店大厅、药店收银台、小区门口，学校宿舍楼下，城中村住宅区

盈利模式主要有三种：零售机机面广告，出售产品，线上 APP 的送货上门的费用

## 四、竞争情况

### （一）竞争对手情况

同行市场中，净果和春水堂是两个值得关注的企业。

净果：净果在吸收采纳市场用户的反馈建议中不断完善产品的品种和服务，产销上万种系列产品。净果以齐全的商品种类、优质的商品质量、合理的价格、多样的订购方式、快捷的服务和广泛的信誉赢得了新老客户的大力支持

和一致好评。净果作为情趣用品连锁加盟企业，深耕行业近 20 年，主营避孕润滑、情趣挑逗、情趣内衣、男用器具、女用器具、护理保健等相关商品的批发、零售、贸易、实体加盟及网络加盟业务，在全国各省市发展有 2100 家连锁实体店、2080 家网络加盟商，业务遍布 40 多个国家和地区，办公区域面积超 6000 平方米，现有专业服务团队近 500 人，并拥有性健康领域的专家团队和技术研发团队

春水堂：春水堂以网上销售形式面对广大客户的，春水堂的特色服务是春水堂得到广大消费者认可的重要点（免运费规则，积分规则，会员级别）

2005 年 11 月，在北京建立直营店，正式着手于加盟的准备工作。

2007 年 4 月，于 2007 年 4 月 21 日在北京国际贸易中心正式开始对外招商。

2010 年 4 月，提供货到付款的城市达 1910 个，成为服务范围最广泛的网上商城。

2012 年 6 月，春水堂进驻天猫商城。

2012 年 11 月，春水堂公司股东结构重新调整。

2015 年 3 月，春水堂宣布完成 B 轮 8000 万融资 启动上市计划。

## （二）项目情况

小青瓜可以给客户购买性用品带来更多途径，客户可以通过小青瓜自动贩卖机去购买产品，贩卖机的外观也秉持小青瓜一贯的清新风格，在消费者购买时减少尴尬。小青瓜的产品外观也打破了传统性用品的外观，让群众不会碍于面子问题拒绝购买性用品。小青瓜也提供匿名的安全的 APP 交流平台，其他用户可以通过部分用户的产品体验反馈来定位适合自己的产品。

## 五、优势和创新

### （一）技术和研发优势

### （二）创新与差异

创新在于我们的整体风格清新符合年轻人的 style，以及我们的 O2O 电商营

销模式，新零售是以后乃至未来的营销模式，我们致力于通过企业的数据来进行技术创新，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合。差异在于产品的技术上以及营销模式上，竞争者的产品特点在于技术的研发。而我们更在意的是品牌塑造以及推广渠道的建设。

## 六、业务情况

### （一）业务指标

我们的业务主要关注的是各产品的月销量和在情趣用品市场的知名度，以及产品的推广力度与广泛大众的了解熟悉程度，每个月新增无人售货机的数量。

### （二）未来计划

预测我们6个月后的产品总月销量10000以上。推出app后，更方便让顾客购买，加入有趣的微信公众号游戏，如关注后参与通过一些问答得出你最需要什么情趣用品的等，以及打造自己的网站后。以广州为例，我们将加入50台无人售货机，分布到各个人员密集的区域，无人售货机的出现更加方便一些不方便收件甚至是不了解我们的品牌后，从而开始了解我们的产品。通过我们的公众号，app以及网站的推广后能打开我们的市场知名度和人们的熟悉度，以及提高我们日后的月销售量。

## 七、营销计划

### （一）产品定位

做更清新的成人用品。成人产品是性生活不可缺少的物品，情趣用品是个助性的好产品，能够帮助男女更好的享受性生活。提高夫妻情趣生活，辅助性冷淡人群，使得夫妻生活的质量得到改善。

## （二）4P 策略

<p><b>产品策略</b></p> <p>80.90 后年轻人                  严格审核                  完全去中介                  做好产品推广</p>	<p><b>价格策略</b></p> <p>多件折扣                  利用品牌名声                  首单减免                  节日优惠</p>
<p><b>渠道策略</b></p> <p>直接分销渠道                  间接分销渠道                  不同产品分销渠道</p>	<p><b>促销策略</b></p> <p>产品促销                  公众号关注                  微博关注转发                  微信朋友圈积攒</p>

## （三）营销调研

成人用品消费的主力军多为 80、90 后。据易观数据分析显示，24 岁以下占到总消费人群的 27%，24-30 岁的人群则占到了 29.8%。

据数据显示，在情趣用品购买上，男性占了 74%，女性占了 26%，女性市场有待开发。

## （四）公众号以及新媒体营销

正在做公众号运营。效果暂时没有预期的好、我们会加大力度去运营公众号。用各种渠道去推广公众号、培养一批忠实的用户。

## （五）广告投放计划

药店，公交车，传单，电视，微博，自营公众号

## （六）目标营销

主要是 90 后的年轻人，以及在校大学生

关注客户使用产品后的情况，并及时解决产品的问题。以最好的服务态度得到第一批用户的信任。多从客户的角度考虑问题。

# 八、团队情况

## （一）公司目前架构

## （二） 公司理想的架构

## （三） 公司理想架构占比

## （四） 核心团队介绍

公司拥有一支由高学历、高素质人才组成的创业团队，其领路人毕业于广州岭南职业技术学院。团队成员年轻而充满朝气，具有创新意识并勇于迎接挑

战。具备良好的社会责任感。

姓名	简介
冯玉玺	具有创新意识，经营一家超市，对于经营管理方面有着自己的一套管理的能力
洗嘉和	在校期间喜欢阅读市场营销知识相关的书籍，对于市场营销方面相当熟悉。
邵锦鹏	曾担任销售助理工作，对销售有着敏锐的嗅觉
张贤毓	在校期间曾多次阅读相关市场营销知识相关的书籍。
汤熊艺	在校期间曾多次与人合伙在双十一，圣诞节等生产创新小商品销售给同学。且在校期间曾阅读生产管理方面的知识。
李文臻	在校期间曾当过人过部门的采购部，在采购方面有着丰富的阅历。
孙泽铭	大学期间进行过鸡蛋仔创业项目，对于网上电商销售知识与实践有着丰富的阅历。现兼职健身私人教练
陈家成	在校期间与人合伙进行餐饮创业项目，且自身有网上店铺，对于销售知识与实践有着丰富的阅历

### （五）核心创始人+联合联合创始人模式

姓名	负责部分	所属专业院校
冯玉玺	人力部	中小企业创业与经营
洗嘉和	市场营销部	中小企业创业与经营
邵锦鹏	市场营销部	中小企业创业与经营
汤熊艺	生产部	中小企业创业与经营
李文臻	采购部	中小企业创业与经营
张贤毓	市场营销部	中小企业创业与经营
孙泽铭	销售部	电子信息工程
陈家成	销售部	电子信息工程

### （六）联系方式

手机：17728793180

微信/QQ：204200435

邮箱：204200435@qq.com

## 九、财务和融资

### （一）私募或公募投资资金

小青瓜责任有限公司估值 460 万，注册资本 100 万，股本结构和规模如下：

单位：万元

融资来源和规模	风险投资	技术参股	创始人出资参股	公司创始人
金额	70	0	30	0
比例	15%	5%	10%	70%

团队自筹资金 30 万，8 名创始人出资入股所持有股本以及技术入股，共占股本的 85%；外部融资占 15%，其中风险投资 70 万，引入 1-2 家风险投资公司，优化股本结构，并为以后可能的上市做准备。

### （二）股权分配

### （三）第一年预计资金流向及预计收入

#### 第一年产品销售收入预测表

避孕套作为高频消费产品，在前三个季度会膨胀式地侵占市场，而其他产品的销售量则会稳定地上涨。（附录一）

#### 第一年成本支出预算表

主要的支出项为原材料以及工资，其次便是摊销。由于前提投入大，后期支出会减少。（附录二）

**第一年利润收入预测表**

在第一季度，由于前期设备的投入比较大。所以会出现盈亏的情况。但在第二季度之后会呈正数稳步上涨。（附录三）

**第一年支出与收入总预测表**

每个季度的现金都将会是以曲线上涨的趋势，而除开前期设备投入后的每一个季度支出项将会稳定下来，这也是曲线上涨的原因。（附录四）

**（四）总收入支出一览表**

单位：元

支出项	启动资金	营业成本	合计
金额	545000	1740924	2285924

收入项	总收入	合计
金额	2786311	2786311

## （五）投资者退出方式

股权转让：投资商可以通过股权转让的方式收回投资。

股权回购：依照本创业计划的分析公司对实施股权回购计划应向投资者说明

## 十、风险机遇和总结

### （一）挑战与风险

目前社会情况就是人们普遍对成人用品避而不谈，羞于启齿。而我们最大的挑战便是如何让成人用品变得更容易让人接受。伴随而至的风险就便是人们对整个成人用品市场的态度将决定我们的存亡。

### （二）未来计划

接下来的的时间除了需要给公司融入资金外，便是结合公司目前情况，对应地补充扩充好公司的组织架构，合理地填充相对应的职能部门，力求使公司能够健康地发展下去；还有必须瞄准好接下来的政策风口，尽一切可能与政府达成合作。

### （三）结束语

改变目前人们对成人用品的认知，将是我们所坚持的目标。我们也相信，由于我们的出现而让大家对成人用品产生了一些不一样的更容易接受的想法。

# 附录一

收入项目		月份											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	
标准产品1: 避孕套	销售数量	1600	2400	5200	8800	10020	14000	16000	20000	14000	10000	12000	
	平均含税价	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	
	月销售额	24000	36000	78000	132000	150300	210000	240000	300000	210000	150000	180000	
标准产品2: 飞机杯	销售数量	200	150	300	450	430	570	800	1000	900	1200	1100	
	平均含税价	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
	月销售额	10000	7500	15000	22500	21500	28500	40000	50000	45000	60000	55000	
标准产品3: 按摩棒	销售数量	100	150	150	250	300	400	450	350	400	600	450	
	平均含税价	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
	月销售额	6000	9000	9000	15000	18000	24000	27000	21000	24000	36000	27000	
标准产品4: 跳蛋	销售数量	500	590	450	700	680	1000	1800	1200	1400	1500	1400	
	平均单价	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
	月销售额	15000	17700	13500	21000	20400	30000	54000	36000	42000	45000	42000	
合计	销售总量	2400	3290	6100	10200	11430	15970	19050	22550	16700	13300	14950	
	含税销售总收入	55000	70200	115500	190500	210200	292500	361000	407000	321000	291000	304000	
	销售净收入	53398	68155	112136	184951	204078	283981	350485	395146	311650	282524	295146	

## 附录二

成本项目		月份											
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	
成本项目	原材料	17720	20170	23500	47260	50354	69470	91050	96950	84100	90700	87150	
	房租	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	
	水电费	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	
	工资	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	
	营销推广费用	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	
	折旧费	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250	
	摊销	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	
	通讯网络费	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	
	运输费	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	
	自动售货机	22500											
	办公设备	24600											
	办公费及耗材	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	运营成本	142520	97870	101200	124960	128054	147170	168750	174650	161800	168400	164850	

## 附录三

月份 项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
净销售收入	53398	68155	112136	184951	204078	283981	350485	395146	311650	282524	295146
月运营成本	142520	97870	101200	124960	128054	147170	168750	174650	161800	168400	164850
月利润	(89122)	(29715)	10936	59991	76024	136811	181735	220496	149850	114124	130296
企业所得税(公司)	0	0	2734	14998	19006	34203	45434	55124	37463	28531	32571
个人所得税	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
净利润(税后)	(89122)	(29715)	8202	44994	57018	102608	136302	165372	112388	85593	97725

## 附录四

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
现金流入	月初现金	545000	180728	171363	199915	265259	342627	465585	622236	807958	940696	1046639
	现金销售收入	53398	68155	112136	184951	204078	283981	350485	395146	311650	282524	291650
	可支配现金 (A)	598398	248883	283499	384867	469337	626607	816070	1017382	1119608	1223220	1348189
	原材料	17720	20170	23500	47260	50354	69470	91050	96950	84100	90700	87200
	租金	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500
	水电费	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	员工工资	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000
	营销费用	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
	通讯网络费	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	维修费	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
	登记注册费	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	设备	69600										
	运输费	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	网站开发费	100000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	场地装修费	150000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	押金	22500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	税金	0	0	2734	14998	19006	34203	45434	55124	37463	28531	32000
	现金总支出 (B)	417670	77520	83584	119608	126710	161023	193834	209424	178913	176581	171650
月底现金 (A-B)		180728	171363	199915	265259	342627	465585	622236	807958	940696	1046639	1163839