

关于寻访2015年大学生创业英雄活动结果名单的公示

2015-11-10 KAB创业俱乐部

为在当代大学生中选树一批创新创业典型人物，进一步推动营造大众创业、万众创新良好氛围，团中央学校部、全国学联秘书处、中国青年报社、KAB全国推广办公室于今年9月至11月举办了寻访2015年大学生创业英雄活动。活动面向在校大学生创业者和毕业3年内大学生创业者。经学校推介或个人自荐（毕业三年内大学生创业者）、组委会资格审查，共有352名大学生创业者进入微信公众投票环节。综合公众投票结果和专家现场评审打分，最终产生了2015年大学生创业英雄10强和大学生创业英雄100强（含10强），现对名单进行公示。

公示时间：2015年11月10日-11月12日，公示期为三天。

公示对象创业简历及创业故事可在微信公号KAB创业俱乐部（KABClub）查询（在活动主页查询名字即可）；如有意见或建议，可发送邮件至电子邮箱xuelianban@126.com或kaboffice@qq.com。

团中央学校部

联系人：高琦

联系电话：（010）85212282

KAB全国推广办公室

联系人：魏和平

联系电话：（010）64098510

附件1：寻访2015年大学生创业英雄10强名单；

附件2：寻访2015年大学生创业英雄100强名单（其余90强）；

寻访2015年大学生创业英雄活动组委会办公室

2015年11月10日

附件1

寻访2015年大学生创业英雄10强名单

姓名	学校	学历	公司	公司资产（万元）
卢成堆	桂林理工大学	硕士		

李雪枫	中南大学	本科	长沙速码加信息科技有限公司	
陈有明	江西农业大学	本科	南昌市云悟文化传媒有限公司	112
刘可成	四川农业大学	硕士	四川极美农业科技有限公司	3000
侯扬扬	黄淮学院	大专	驻马店市开发区扬帆商贸有限公司	60
雷淇源	湖北工程学院	本科	湖北卓璞教育咨询有限公司	270
胡旭	铜陵职业技术学院	专科	安徽省艺旺文化艺术品发展有限公司	150
田丽欣	山东交通学院	本科	济南帝伯机械科技有限公司	50
刘佳琦	中南大学湘雅医学院	本科	长沙市飞医信息科技有限公司	
陈跃龙	河南工程学院	本科	郑州润心阁电子商务有限公司	220
洪宇镜	大连理工大学	本科	大连索易三维科技有限公司	100
刘一盛	四川农业大学	硕士	成都干盛惠禾农业科技有限公司	113
李志鹏	湘潭大学	本科	湖南云迈科技有限责任公司	5
郭仕捷	福州大学	本科	晋江市思捷教育咨询有限公司	80
珠扎	西南民族大学	本科	四川云使绿能科技有限责任公司	500
曾雪娇	海南师范大学	本科	海南牧洋文化传播有限公司	
王春秋	河南工业大学	本科	郑州华实瑞康电热器有限公司	300
郭玉静	许昌学院	本科	河南校园哎吆嗨网络科技有限公司	300
安陆宁	浙江工业大学	本科	北京陆宁科技有限公司	100
阿布力克木·麦提阿布都拉	吉首大学	本科	湘西自治州好食货电子商务有限公司	100
袁伟	南开大学	本科	天津农梦成真电子商务有限公司	1000
刘雅卿	云南中医学院	本科	紫葳创意吧	20
马崇文	西北农林科技大学	本科	陕西杨凌卉丰生物科技有限公司	36.5
袁泰喆	黄淮学院	本科	驻马店大丰林业有限公司	143

附件

“奋斗·青春” 人物推荐表

报送单位 (公章)	
人物姓名	阿布力克木·麦麦提阿布都拉
事迹	<h3 style="text-align: center;">奋斗·青春+创业</h3> <p>我叫阿布力克木·麦麦提阿布都拉，是吉首大学物理与机电工程学院 2012 级应用物理专业的学生。现在担任湘西自治州好食货电子商务有限公司总经理，湘西自治州电子商务协会宣传部副部长，物理与机电工程学院团总支学生会纪检部部长。上大学两年多，虽然遇到不少困难和挫折，但始终努力拼搏，保持积极向上的心态，时时以一名优秀大学生的标准来严格要求自己。为了使自己做到全面发展，我妥善处理好学习和工作两者之间的关系，不断锤炼自己。终于，有心人，天不负，通过两年多的刻苦奋斗，终于通过自己的努力获得了一些佳绩。</p> <p>一、思想情况</p> <p>我一直以“做事先做人，人不立，事不成”这条警言来鞭策自己的言行。坚决拥护中国共产党的领导，热爱祖国、热爱人民、热爱社会主义，自觉遵守团的章程，履行团员各项义务。在日常生活中，认真学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想等党的指导理论和思想，并且时刻注意将这些理论与实践相结合，在思想和行动上严格要求自己。在平时的学习中，关注时事政治，努力学习并掌握党的理论知识和方针政策，提高了政治思想水平，坚定了对马克思主义的信仰和共产主义的信念，增强了对改革开放和现代化建设的信心，树立了正确的人生观和世界观。始终保持着一颗不断进取的心，处处做出表率，勇于奉献，时时刻刻严格要求自己。在思想上、行动上始终与党中央保持高度一致，以实际行动为建设社会主义和谐社会贡献自己的一份力量。所以在 2013-2014 学年被评为优秀团员，优秀少数民族大学生，2015 年 1</p>

月获得了 2014 年度中国大学生自强之星提名奖，中国新东方自强奖学金。

二、学习情况

我经过自己的努力于 2008 年考上了内地新疆高中班，并经过自己刻苦拼搏获得了在北京免费读高中的机会。2012 年考上了吉首大学，作为大学生，我很明确我上大学的目的是来学习知识、提升自己的专业技能，以便让自己以后更好的回报社会。所以，我认真学习，从不逃课，在课上认真听讲，在课后认真完成老师的作业。通过一年的努力与坚持，大一一学年，专业成绩在班上排第二，拿了优秀学生二等奖学金，并获得国家励志奖学金；大二一学年，我的专业成绩依然排名第二，再次获得二等奖学金。2014 年 11 月，作为一个青春奋斗榜样典型，参加了学校举行的奋斗的青春最美丽，青春榜样面对面活动，与广大师生分享自己的青春经历。

我为了学习更多的知识，几乎每天都去图书馆阅览各种书籍，以此来增加自己的知识面。此外，我还坚持每天至少一个小时看新闻，时刻关注本专业对人才的要求，积极提高自己的专业素养和综合能力。



吉首大学 物理与机电工程学院 <http://wdx.jsu.edu.cn/>

[设为首页] [管理登录]
[设为首页] [收藏本站]

输入关键字

首页 院系概况 党政工作 专业建设 学科建设 研究生教学 实验室建设 学生工作 招生就业 院务公开 关工委工作

团总支学生会 团总支学生会 当前位置: 首页 > 学生工作 > 团总支学生会

我院学生阿布力克木·麦麦提阿布都拉参加青春榜样面对面活动

发布日期: 2014-11-19 22:19:44 浏览次数: 39

11月18日14点30分，由校团委主办的“奋斗的青春最美丽”——青春榜样面对面活动在我校大田湾校区预科楼多功能报告厅如期举行。此次活动由优秀教师和学生代表两部分构成，我院学生阿布力克木·麦麦提阿布都拉作为优秀学生代表参加并担任主讲嘉宾。



三、生活情况

我来自新疆和田地区洛浦县的一个农村家庭，父母是农民，家庭经济条件并不好，所以在大学期间，我一直利用课余时间做兼职挣钱以减轻家里的经济负担。我利用每周六、周日的课余时间，在大街上发传单、抬广告游街、餐厅做服务员等工作来赚取自己的生活费。

即使做兼职再苦再累，母亲好好学习、出人头的告诫一直萦绕他脑海。我并没有因为兼职而耽误自己的学习，我合理利用自己的时间，在兼职的同时依然坚持每天早起晨读，预习当天专业课，认真在实验室里学习探索。另外，在学校我与各民族同学和睦相处，并积极参加学校组织的各项活动。



四、自主创业方面

去年暑假的一则新闻——维汉大学生创业，合伙卖切糕的励志传奇红遍中国，让我有很深的触动：“切糕王子”----长沙理工大学的学生阿迪力·买买提杜热，同是新疆人，他却用自己的双手和努力闯下了属于自己的天空，他的创业精神让打动了我，激动之余，我就萌生了创业的想法，于是我联系了阿迪力·买买提杜热，跟他商量在吉首大学卖切糕。而且我是和田人，咱们家乡和田有全国有名的和田大红枣、核桃等特产，咱们家也有这些特产，所以我第一步便是在在吉首大学起点创业坊申请摊位，周末摆摊卖切糕、红枣，开始走上自己的创业路途。



都说万事开头难，我的每一步都走得异常谨慎和艰辛，由于创业广场只能周末摆摊，因此，可以摆摊的时间很少。我利用其他的时间在学校内几个小型超市里寄卖。由于新疆特产价格稍高，学生的消费能力有限，销量一直不理想，为了打开销路我又联系了校外的几家大型连锁超市，因为我没有那些和田大枣，核桃那些东西没有生产许可证，所以被大型超市老板拒绝，此过程中我遇到了不少的困难，但我没有放弃，缘巧合中，遇到了一位本校商学院毕业的学生，他提议我何不效仿阿迪力，在网上卖新疆特产，同时办执照、开公司，进超市售卖。我们9月中旬开始策划，2014年10月20日注册了“湘西自治州好食货

电子商务有限公司”，并申请了京东网上商城，获得了乌鲁木齐新边界贸易有限公司（主营和田大枣，核桃，葡萄干等新疆特产）、多个湘西本土特产企业的网上分销代理权，开始了自己新的创新创业之路。促进民族和谐，本公司是湘西地区维吾尔族、苗族的两位大学生合伙人兴办，体现了各民族一家亲，共同奋斗自力更生的精神，现在公司有 8 为正式员工，还有 5-6 个兼职大学生，公司 2014 年 11 月底京东商城开业以来半年时间里销售额已经达到 25 万以上，目前建有网络销售平台 3 个，分别为京东商城“好食货食品专营店”：<http://mall.jd.com/index-101729.html>，腾讯网旗下拍拍网“好食货食品专营店”：<http://shop.paipai.com/2067921682>，淘宝皇冠店铺 <http://shop67298737.taobao.com>，还有咱们准备开发微店和 APP，招生微店代理人，所以本项目今年直接带动 10 余位大学生就业，间接带动百余位学生就业，我相信今年销售额目标 100 万以上，公司办公地为湖南吉首市和湖北武汉市，这个也体现了电子商务的特殊性，公司已经入住了吉首市大学生创业孵化基地，以创业带动就业，从而为湘西州创造更多的就业机会贡献了自己力量。

回馈有梦想而坚持不懈奋斗的人，我们还在准备线下发展，在吉首、张家界、怀化等地区稳步开始线下超市、湘西特产和新疆特产的销售。从与合作商家刚开始接触的将信将疑，到现在众多商家支持我们这样的大学生创业，其间我收获颇多、感悟良多。

好食货电子商务有限公司的贸易范围已经拓展到全国，贸易机会和交易量极大的增加，促进了新疆特产，湘西土特产销售渠道的拓宽创新。21 世纪是知识经济的世纪，知识经济以信息产业为核心和主要推动力，电子商务是信息产业的最为重要的一个组成部分，电子商务的发展无疑会直接或间接地促进本湘西州知识经济及相关方面的发展。

我坚信有努力就会有回报，有梦想就会有未来，求学、创业的道路上，90 后的我不断前行，我经历着贫困带来的苦难，享受着奋斗带来的乐趣，感激着身边人无私帮助。践行社会主义核心价值观，我为青年自强做代言，从青春期的北京到青年期的吉首，我在各民族同学的交融中不断学习、成长，为自己在社会主义环境中茁壮成长而感到骄傲自豪。我上次青春榜样面对面活动中提到了中共中央总书记，中央军委主席习近平的讲话“每个人都有理想和追求，都有自己的梦想，现在，大家都在讨论中国梦，我以为，实现中华民族伟大复兴，就是中华民族近代以来最大的梦想。这个梦想，凝聚力几代中国人的夙愿，体现了中华民族和中国人民的整体利益，是每一个中华儿女的共同期盼。”我知道大学生要共同努力为国家的繁荣富强做出自己应有的贡献，以学习图自强、以创业回馈社会、传播社会正能量强。“天将降大任于斯人也，必先苦其心志，

	<p>劳其筋骨”，创业之路我先行。在践行社会主义核心价值观的过程中，实现个人价值与社会价值的统一。在实现经济效益的同时不忘以企业自身力量回馈社会，大学生创业义不容辞。创业之路其修远兮，一切未完待续·····</p>
<p>联系人 联系方式</p>	<p>阿布力克木·麦麦提阿布都拉 吉首大学 手机号： 15674380719 qq邮箱：1769240808@qq·com</p>

(此表可复印)



“互联网+地方特产网络零售”

创
业
计
划
书

湘西自治州好食货电子商务有限公司

2015年9月

目 录

一、项目概述.....	1
(一) 项目策划的背景:	1
(二) 项目独特优势与核心技术:	1
(三) 项目成功的关键要素:	2
(四) 项目成功的保证条件:	2
(五) 项目实施目标:	3
二、市场分析.....	4
(一) 市场环境分析:	4
(二) 消费者分析:	6
(三) SWOT 分析:	7
三、定位策略.....	12
(一) 战略定位:	12
(二) 市场定位:	12
(三) 产品定位:	13
四、营销组合策略.....	14
(一) 产品策略:	14
(二) 定价策略:	14
(三) 促销策略:	15
(四) 广告策略:	16
(五) 运营核心技巧:	17
五、项目风险管理.....	21
(一) 风险预测:	14
(二) 风险分析:	14
(三) 风险防范:	15
六、公司内部职能划分.....	22
七、财务计划与投资收益分析.....	22
(一) 项目总投资预算(一期):	22
(二) 主营产品成本利润核算	22
(三) 社会效益分析:	23
结 语.....	23

一、项目概述

(一) 项目策划的背景：

随着 2015 “互联网+”行动计划推进，湘西州与腾讯公司签订了“互联网+湘西”战略合作框架协议，“互联网+地方特产”网络零售必将带动传统农业、加工业的产业革新，而借助国内主流电商平台，能更快实现地方特产销售渠道向更广泛更有深度方向发展。

同时，近年来对大学生创业、创新项目的政策支持，随着市场竞争激烈程度的不断升级，中小企业营销已日益成为决定企业生存和发展的主要环节。传统商业和互联网技术相结合运营而生的电子商务，打破了时间、地域的制约，为传统商业和时代经济提供了更加广阔的市场舞台。

(二) 项目独特优势与核心技术：

新疆、湘西两地区物产丰富，但因地区偏远、经济欠发达等因素，好酒也会受到巷子深的制约，当地优质土特产的推广收到阻碍，而网络行销为这些土特产的推广提供了一条绿色通道。

本项目的核心技术为项目持有人研发的互动式在线交易系统,该交易系统有以下特点：

1. 购销双方可直接在网上进行洽谈，交易；
2. 借助国内主流电商平台，迅速积累客户资源；

3. 将传统商贸中供方单向销售转为供求双方互动式交易；
4. 采用与实时价格同步的动态报价系统，可使客户在第一时间得到最新价格信息；
5. 采用自动比价系统， 为客户购销决策提供准确的市场依据；
6. 采用自动议价和互动式议价相结合的议价系统，使客户以最优价格购买所需产品；
7. 采取全程跟踪服务，使客户随时掌握交易进程；
8. 电子支付方式多种，并支持货到付款。

（三）项目成功的关键要素：

- 1、新疆，湘西特产要在网络平台上推广成功，其关键的问题是：

强化产品原生态、原产地的独特性，并包含产品深厚历史文化底蕴，努力为消费者所认可；

- 2、引导一种健康生活的消费观念，强调产品产自特殊地域、原生态无添加、质量可靠等优点，提升产品的附加值；

- 3、在国内主流电商平台（淘宝网、京东商城、1号店、苏宁易购等）有自己的网店。

（四）项目成功的保证条件：

和田大枣、新疆切糕、吐鲁番葡萄干、凤凰姜糖、湘西糍粑、

古丈毛尖、红心猕猴桃、蜜柚等具有地域特色的产品已经在主流电商平台具有一定的市场规模，比如淘宝“切糕王子”2015年6.18单日销售量44.6万元人民币（数据来源：淘宝数据魔方）。



随着人均消费水平的提高，消费者越来越注重产品的产地、质量、品牌，这对新疆，湘西特产网络销售提供了得天独厚的条件。

（五）项目实施目标：

1.近期目标：产品投入京东商城、淘宝网市场，获得80%认识率（3-5个月），实现半年销售额40万销售额（已实现）；京东商城，淘宝网湘西初级农产品实现月销售5万元目标（已实现）；完成半年目标，实际销量线上75万，线下25万（已实现）；

2.中期目标：取得京东、淘宝商城，新疆+湘西特产同类产品市场20%以上的份额（1-2年），实现年销售200万元目标；淘宝网特色湘西初级农产品实现月销售5万元目标；中期目标预期销售目标划分

(年份 2015) :

月份	预计销售额 (万元)	预计客单价 (元)	预计转化率 (百分数)	预计 UV (月)
2月	9	115	5.2%	20000
3月	12	118	5.3%	23000
4月	12	123	5.2%	22000
5月	12	125	5.2%	24000
6月	15	125	5.3%	25600
7月	15	125	5.4%	26000
8月	18	130	5.5%	26000
9月	18	130	5.4%	27000
10月	19	135	5.6%	26000
11月	22	138	5.7%	28000
12月	23	142	5.9%	28000
1月	23	151	5.9%	27000

以上内容为销售预估，实际以销售明细为准，按照预估分析，2015 年公司可以实现 200 万的销售目标。

3.长期目标：取得京东，淘宝商城，新疆，湘西特产同类产品市场 40%以上份额（3-5 年），并占有绝对领导地位，实现年销售 1000 万元目标。

二、市场分析

(一)市场环境分析：

1.平台分析：

淘宝网 (taobao.com)，中国最大的网购零售平台，目前拥有近 5 亿的注册用户数，每天有超过 6000 万的固定访客，同时每天的在线商品数已经超过了 8 亿件，平均每分钟售出 4.8 万件商品。随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加，淘宝也从单一的 C2C 网络集市变成了包括 C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈。目前已经成为世界范围的电子商务交易平台之一。

京东是中国最大的自营式电商企业，2013 年，活跃用户数达到 4,740 万人，完成订单量达到 3,233 亿。2010 年，京东跃升为中国首家规模超过百亿的网络零售企业。2013 年 3 月 30 日正式切换域名一个事业部，涉及金融、拍拍及海外业务。京东创始人刘强东将担任京东集团 CEO。2014 年 5 月 22 日，京东在纳斯达克挂牌，股票代码：JD。是成为仅次于阿里巴巴、腾讯、百度的中国第四大互联网上市公司。

公司现有三个网络平台，分别为京东商城“好食货食品专营店”：<http://mall.jd.com/index-101729.html>，腾讯网旗下拍拍网“好食货食品专营店”：<http://shop.paipai.com/2067921682>，淘宝皇冠店铺 <http://shop67298737.taobao.com>，壹号店“好食货食品专营店”将于

2015年9月底正式上线，自2014年11月11日开始营业以来，9个月线上总销量75万元人民币，目前正快速发展起步中。

2.竞争环境分析：

1. 主要竞争对手分析：松桂坊、榜爷，一品玉，切糕王子，楼兰蜜语等大型企业，要想从这些竞争者中做突破，差异化产品是关键、有自己的引流渠道建立稳定的客户群是起到决定性的作用。

2. 竞争情况分析：虽然同行企业众多，同类型商品其他省份也有竞争企业，但是市场容量每年以不低于15%的增长速度提升，同时价格、服务、产品存在着较大差异，这就为我们项目启动提供了发展土壤，在没有形成高行业壁垒前进驻大型电商平台竞争是非常有必要的。

3. 竞争者划定：

电商特产平台上存在的店铺类型：旗舰店型，专营店型，集市店。

主要竞争者的市场定位及广告诉求点：

旗舰店型：松桂坊京东旗舰店 (<http://songguifang.jd.com>)
主营湘西腊味、特色私房菜等，天猫切糕王子旗舰店
(<http://qiegaowangzi.tmall.com>) 公司位于长沙，主营切糕。

专营店型：湖南供销食品专营店 (<http://hngxsp.tmall.com>)，
根茂食品专营店 (<http://mall.jd.com/index-34337.html>)，两店
分别为天猫、京东主营多个品牌湖南特产，且在行业中处于领先地位。

位。

集市店型：麻辣魔方（<http://shop103995486.taobao.com>）以经营麻辣熟食为主，公司位于吉首，麻辣熟食在淘宝网具有一定的市场份额，但由于店铺类型限制和加工食品不具备相应生产资质而受到制约；

4. 竞争战略地位

综合以上分析，我们的项目是市场补缺者的战略定位。其具体做法是：通过代理新疆，湘西正规厂家的名优特产，传统经营模式变为现代化的“互联网+”经营模式，做到京东商城同类产品领先地位，

（二）消费者分析：

1.消费需求（湘西特产为例）：

（1）实体购买转化为网购需求：湘西地区旅游业发达，每年入州游人数达 3485 万人（2013 年），人均购买力为 1893 元，其中多数为购买当地土特产；

（2）异地生活的本地人网购需求：外出务工及常年在外生活的湖南（湘西）人口，需要购买家乡土特产自用或者送礼，此需求占到购买总数的 15%；

（3）送礼需求：逢节庆日需要购买土特产送礼的顾客；

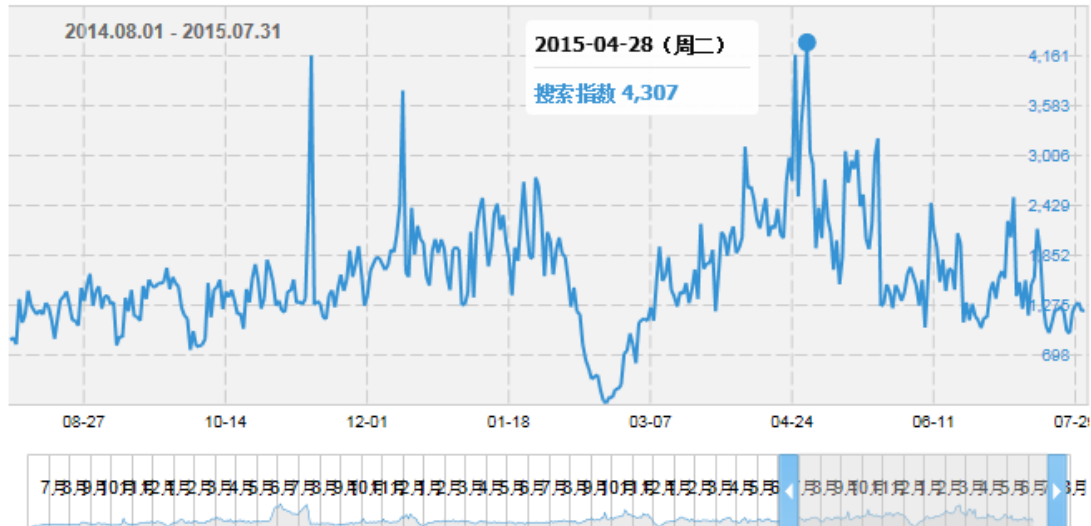
（4）健康需求：顾客追求产品无过度加工，且原材料供应的自然环境偏优的，此类型顾客消费购买力较高，关联产品推广效果较

好。

2. 消费习惯（以和田大枣为例）：

①搜索指数：

和田大枣：■ 搜索指数

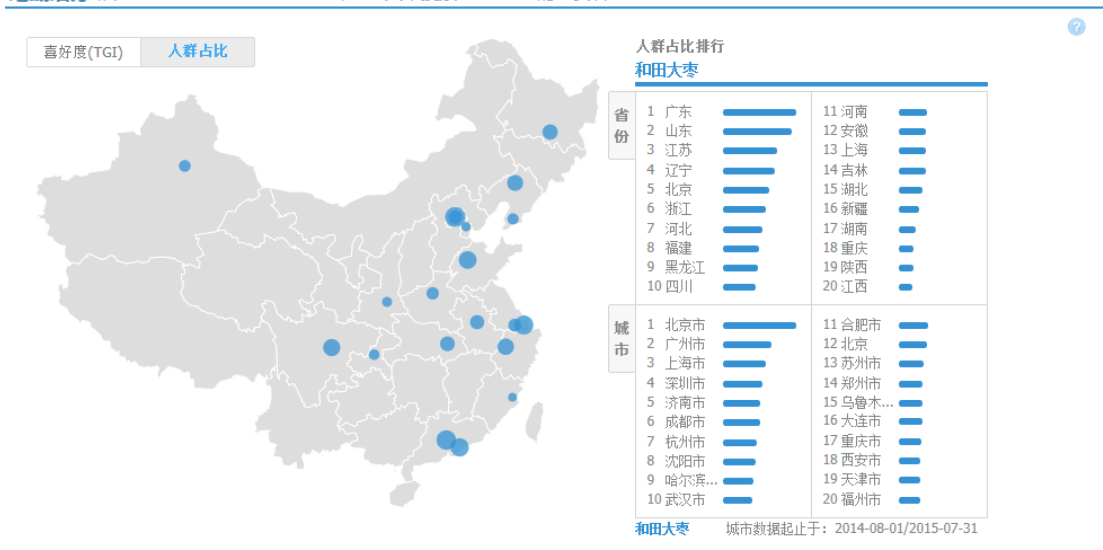


和田大枣日均搜索量为 2115，下半年搜索量明显高于上半年，同时下半年也是销售旺季，如 2014 年 11 月 11 日搜索量为 4155，“和田大枣”最近七天的搜索指数环比 4.9%，与去年同期相比 2.1%。“和田大枣”最近三十天的搜索指数环比 16.7%，与去年同期相比 14.9%。

未来一月内的总体趋势预测：保持平稳。

②地域细分：

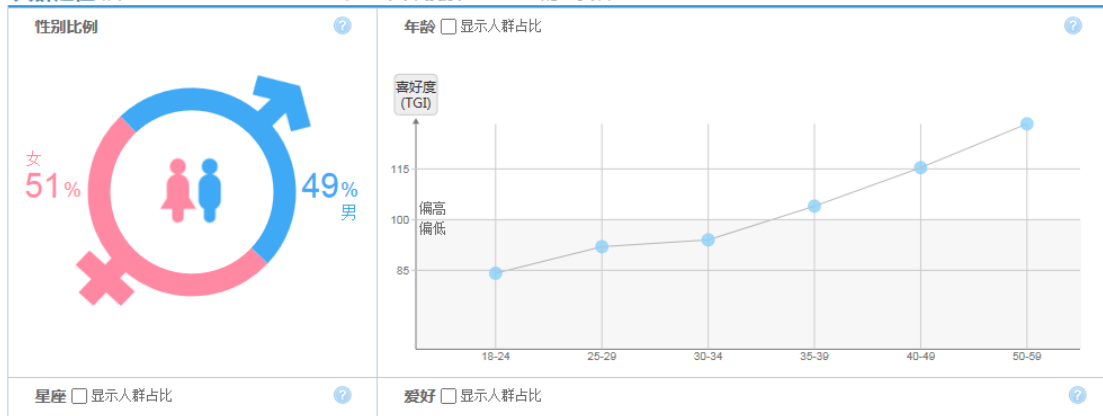
地域细分 从2014-08-01到2015-07-31, 365天来搜索 和田大枣 的消费者



广东、山东、江苏、辽宁、北京等地是购买需求较旺盛的省份，北京市、广州市、上海市三个城市最喜爱到网上购买和田大枣，证明经济发达省份或城市消费需求旺盛；

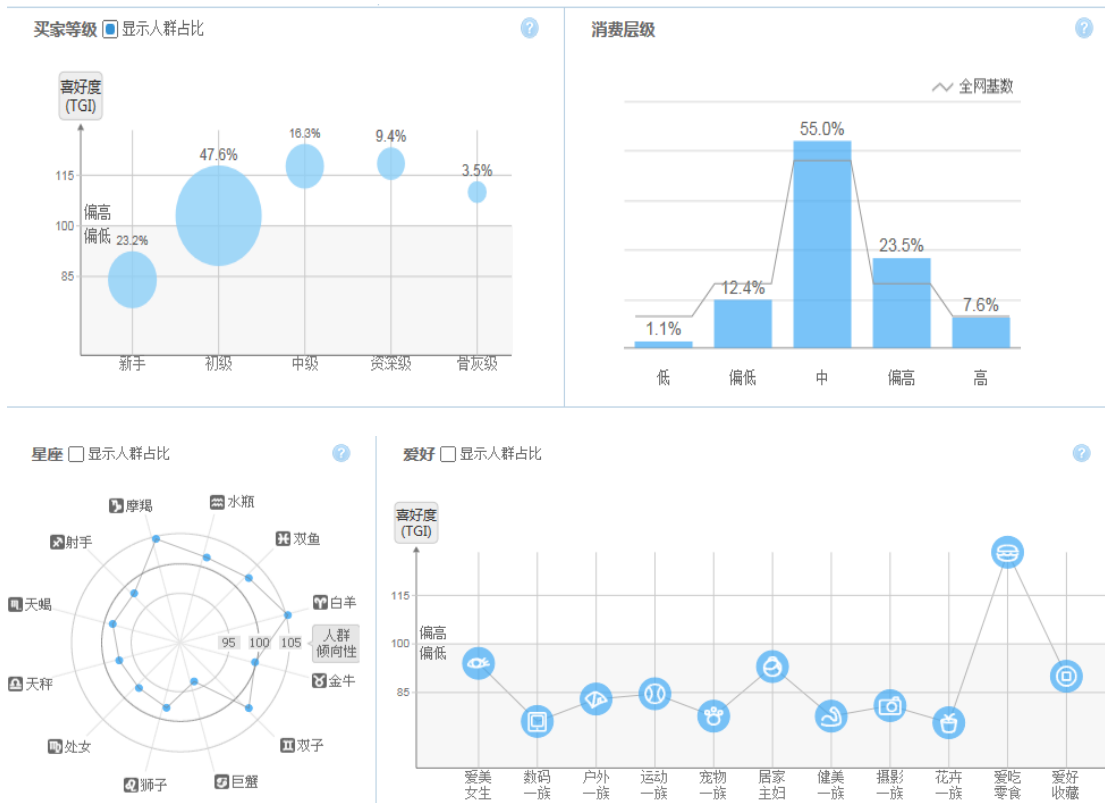
③人群定位：

人群定位 从2014-08-01到2015-07-31, 365天来搜索 和田大枣 的消费者



男女性比例较为平衡，且消费年龄正走向高龄化。

④买家等级和消费层级：



买家等级偏低，消费层级中层占多数，爱吃零食者购买需求量大。

通过以上数据分析，营销重点应着重于沿海地区，年龄 20-50 岁，爱吃零食的人群。

(三) SWOT 分析:

知己知彼，方能百战不殆，就目前公司京东商城店铺作简要的 SWOT 分析:

S: 优势

好食货电商主创团队均由有 2 年及以上的电商团队运营，有很好的产品渠道优势，从产品多元化、质量和图片吸引力上比同行更有卖点。

W：劣势

目前由于公司店铺初始进入京东、拍拍等平台，且同类目、同行级卖家已经在京东商城做出了业绩，有了先入为主的态势，松桂坊、切糕王子、皇上皇等在有利位置占据了十多个坑位，京东雨润店的线下知名度比我们店铺高；再者，我们的利润率目前不高，按照京东满 39 元包邮政策，大部分单品均需建立捆绑链接销售。

O：机会

入驻京东商城、拍拍商城、淘宝网，对于拓宽销售渠道有长远意义，且目前行业入驻壁垒较低，咱们准备进入微商开发 APP，就目前市场规模来看，年销售 200 万目标可以实现。

T：威胁

1.以京东为例，京东平台后台诟病在今后一段时间内仍然会存在，站内引流全靠类目小二给予的活动资源，付费流量（类似于京东快车）目前对于整个类目来说没有实际效果，依然被动承接活动资源，在价格谈判上提升利润点（目前为 22%--26%）难度较大；售后处理流程完全处于被动，在减少公司损失和提升顾客体验中找不到平衡点；

2.同行在包装规格、产品细分上做的比我们好，我们需要一段时间来跟进；

3.顾客体验除赠送赠品外，目前还没有具体的体验方案出来，这将影响顾客体验，赶不上顾客需求的改变。

三、定位策略

(一)战略定位：

采取聚焦差异取胜战略，集中采购一手原厂货源，取得成本领先优势，注重产品差异化（质量、规格、顾客体验），专注于目前已有一定规模市场需求产品的推广。

(二) 市场定位：

1.区域市场定位

以广东、北京、江苏等具有消费需求的网购者为先决开发对象，以江浙沪北上广沿海网购普及率较高地区为重点推广对象，同时在二三线城市投入 25%左右的推广费用。

2.目标市场定位

使用者：20-40 岁之中青年，中等收入者；

购买者：上述年龄层，主要为中青年有网购经历者；影响者：使用者之父母，子女，亲友，同事。

目标市场对象分析：

A.20 — 40 岁之中青年，中等收入以上者可分为三类：

20 — 25 未婚青年；

25-35 已婚青年，子女在 10 岁以下；

35-40 已婚中青年，子女在 10 岁以上。

B.此阶层多为管理人士，公司职员，商店营业员，行政人员，

科教文卫人员，生意人，社会交往较多，网购接触度容易，信息传播速度快；

C.居家主妇、旅游爱好者、爱吃一族是重点推广对象；

D.平时忙于工作谋生养家，休息时看电视，报刊杂志；假日享受家庭之乐或参加朋友聚会，外出郊游，其中妇女喜欢逛商店；

E.注重实际，价格是重要考虑因素。

(3) 产品定位：

1. 品牌形象定位

根据对新疆，湘西土特产市场环境，目标市场对象的分析，为区别竞争品牌的市场定位，好食货在京东、淘宝等平台以全新定位出现：新疆，湖南最优特产的品牌开拓者。

页面设计以红色为底色，LOGO 参考示例：



2. 产品功能定位：

原生态、具有特色、品质有保障的特色食品

四、营销组合策略

（一）产品策略：

1.产品组合策略

腊味采用整块包装和切片包装两种，规格可分为 248 克小包装，500 克中号包装，2500 克礼盒包装，产品细分为后腿腊肉、五花腊肉、腊肠、里脊腊肉、腊猪耳、腊猪肝、腊猪舌、腊猪脸、腊鱼、腊鸭等；

姜糖规格分为 218 克和 318 克，口味分为浓香味、清香味、嫩姜味、老姜味、花生味、芝麻味；

剁辣椒分为瓶装 1020 克，袋装 200 克，口味分为咸味和酸味；

酱腌菜系列产品为熟食袋装，品种有酸豆角、外婆菜、醋萝卜、萝卜干、大头菜等；

初级农产品根据季节推广，有靖州杨梅、龙山腌蕨菜、麻阳甜橙、凤凰蜜柚、红心猕猴桃、湘西枞菌、官庄黄桃，运输防破损是提供好的顾客体验的关键之处。

2.产品包装策略

土特产生腊味和酱腌菜采用双层真空包装，外袋为彩色铝膜袋提高产品档次；

初级农产品为专用发货纸箱，内物用防破损气泡膜包裹好；

（二）定价策略：

1.利润款为高品质，中高定价的渗透定价策略；

2.引流款为一般品质，进价较低产品，往往采取 9.9 元包邮形式促销；

3.活动款为大型促销活动量身定制，采用*2 份或*3 份捆绑销售，利润居中。

（三）促销策略：

1.店内促销

分为满减促销、满赠促销、单品促销、多买优惠、套装促销、赠品促销、预售促销等。

目前京东商城采取的促销方式为，购满 48 元全店包邮，购满 98 元减 5 元，购满 198 元减 10 元，购满 268 元减 20 元，买就送 60 克软姜糖一份，满 158 元送 200 克无花果一袋；

淘宝集市店的农产品采用预售促销，农产品未上市前预付 10 元定金，产品上市优惠 5 元并支付余下货款。

2.大型活动促销

通过商家后台报名 618 大促、双 11 狂欢购物节、双 12 万能购物节、短时间内引爆消费需求，创造利润。示例：2012 年淘宝“双 11”成交金额为 290 亿，2013 年“双 11”成交金额为 350 亿，2014 年“双 11”成交金额为 571 亿，目前公司运营团队成员之前供职的松桂坊电子商务有限公司的“双 11”近 3 年成交额分为为：2012 年 11 月 11 日：123 万元，2013 年 11 月 11 日：98 万元；2014 年 11 月 11 日：126 万元。大型活动不仅能短时间引爆消费需求，而且为店铺带来上万新客户资源。

3.客户关怀

2014年乌镇中国互联网大会，阿里巴巴董事局主席马云提出：未来十年内，电商经济是体验经济，客户体验是区别于线下，同时拉近消费者与商家距离最好的方式之一，具体方法是提供给客户物超所值的关怀，赠品回馈、会员专享、促销信息及时告知等都是客户关怀的重要手段，“三只松鼠旗舰店”

(<http://sanzhisongshu.tmall.com>)、“阿芙旗舰店”

(<http://afusjt.tmall.com>)都是客户关怀值得学习借鉴的榜样。

(四) 广告策略：

1.广告目标

建立30%市场知名度；争取20-40岁精准需求消费者。通过付费推广，提高店铺流量。

2.广告策略

预售期：以理性诉求做预备说明，加强悬念；

发售期：配合店内产品促销，以感性诉求和理性诉求结合；

巩固期：以感性诉求，加深企业及产品印象。

3.广告投放

通过淘宝“直通车”、京东“精准通”等站内资源位单品和店铺展位投放，及阿里妈妈、优酷、爱奇艺、暴风等站外付费资源位的

精准投放。目前投放产品有大枣、无花果，姜糖、葛根粉，人均点击(PPC)为 0.98 元 / 次。

4.广告投放效果

展现量（商家投放广告中符合消费者搜索需求的关键词被触发，该关键词所对应的创意将出现在搜索结果页，称之为关键词和创意的一次展现。一段时间内获得的展现次数称之为“展现量”）数据达到日均 50000（目前京东商城店铺为 15000）；

点击量（即点击广告次数）达到日均 600-800 次（目前京东商城店铺为 300-500 次）；

点击转化率达到 3%--5%（目前已达到）；

投入产出比（ROI）达到 1:1.5—1:3（目前京东商城店铺为 1:1.13）。

（5）运营核心技巧：

1.营销手段的灵活运用

就目前公司营销手段来说，不一定要拘泥于某一定式，例如关联营销可以是同类产品关联（如和田大枣产品关联），也可以差异化产品关联（大枣与特色菜关联），捆绑式关联（搭配套餐关联）；老顾客互动营销，根据购买力（70 后、80 后的 600 万卖家是主力购买群）、购买地区（江浙沪、北上广沿海地区是主战场）、购买频次（以 90 天为划分界限）等，而进行宣传强度有别的营销，手段可以

是赠品、可以是感情联络、可以是营销支点（网络热点、慈善活动、商家联合活动、年节等）撬动；通过多级优惠吸引顾客，单品促销+店铺满减+东券或京券赠送，单品买几送几，刺激顾客购买欲。

2.前瞻性把握店铺动向

所谓前瞻性，就是指必须拥有超前的眼光，以适应未来电子商务的发展趋势，抢得先机就等于获得了制胜的竞争优势。

随着网购市场的快速发展，人们对电子商务有了新的认识，其实电子商务已经不仅仅是网购那么简单，我们看看团购网站的流行，也是电子商务的一种。随着网络生活的不断延伸发展，电子商务的外延也在不断地发生着变化。要了解这些动向，预估发展趋势，运营者自身就应该不断的学习和思考。在淘宝大学学习的同时也要去派代、艾瑞这些网站论坛看看别人晒出来的干货。同时电子商务突显新一轮移动营销，要关注微博营销带来的流量，淘客的灵活运用等。

就目前京东商城店铺分析，需要大致对活动期和平常运营期的日销量、浏览量、客单价、转化率、页面跳失率、回购率等关键数据做预估，做形势判断，店铺普平常运营期的增长态势如何。

3.客户体验模式的更新

(1) 建立客户档案

目前京东和淘宝的客户资源为 1.5 万，可按照会员等级（注册会员、铁牌会员、铜牌会员、银牌会员、金牌会员、钻石会员）、购

买力（以 50 为界限，或者更高划分）、购买地区（沿海与非沿海划分）、频次（按目前实际情况大于或等于 2 次即视为忠实顾客）。

（2）提高评价数

就公司京东商城店铺来说，京东前台不能显示月销量，只显示用户评价，评价销量比为 0.132:1，比值偏低，一旦产生差评，特别是不太畅销产品，将对提升客户体验带来严重影响，所以必须提高评价数，通过顾客评价或晒单赠送小礼品或者店铺东券来刺激顾客评价，覆盖差评的同时也可以提高商品的自然排位。

（3）设计专属京东和淘宝商城的宣传资料

京东商城、淘宝集市店包括包裹不得有其他网站宣传信息，同时内容上也可以根据京东和淘宝实际来设计资料，如将评价有礼等信息植入，个性化指定客户体验方案。

（4）售后、客服专业技能的提高

售后、客服专业技能的提高将对客户对产品、对店铺总体印象、甚至第三方物流评价产生积极影响，售前专业解答技能强，能使顾客对店铺产生信任；售后处理问题能从顾客心理出发，诚恳、耐心解答顾客疑问，能减少店铺投诉率，这方面要与客服部多探讨交流彼此想法及存在问题。

4.从模仿对手到超越行业

当店铺发展到行业 TOP10，客户资源有一定积累，单品评价数突破 200，日均 UV 达到 800 以上，可以称作京东行业领先者，但绝非领军者。经过了见对手，见行业的探知过程后，就到了见自己

的探索过程，因为此时标杆就是自己，要不断自己挑刺、找漏洞，打败自己、颠覆自己，这样才能称之为领军者。做到领军者，善用平台资源同时，要把自身的累积资源爆发出来，扩充流量来源。

五、项目风险分析

（一）风险预测：

根据项目 SWOT 分析，项目预测风险可划分为以下几类：

- 1.市场风险：网络零售销量靠流量支撑，由于产品销量靠后、DSR 评分过低，会导致产品自然排位下降从而影响流量；同行间价格战无法避免，导致大量顾客流失，页面跳失率提升，影响店铺转化率；
- 2.供应商风险：公司目前无厂房，供应商均为新疆和湘西州内中小企业，产品质量如酸豆角、腊肉等出现漏气涨袋，无花果颗粒大小不均匀等，近期猪肉涨价大幅增加了腊味供货成本；
- 3.资金风险：季节性囤货资金或货物预付资金已占用 20 余万元，耗材占用资金比例大（包装物保底存量为 10 万元），加之商城押金 15 万元，对于 50 万一期投入成本来说，降低流动资金存量，存在资金链断裂风险；
- 4.技术风险：由于货物存放不当，加之仓库潮湿，容易造成部分商品变质（如茶叶）、霉变，增加运营成本；

（一）风险分析：

通过对风险预测，可分析在目前运作的 9 个月里都是可控的，但是由于风险的客观性和总体市场环境不确定性，加之运营过程中会有新的风险出现，增加了项目运作成本。

风险的不利性要求公司运营团队在承认风险、认识风险的基础上，做好决策，尽可能地避免风险，将风险的不利性降至最低。

（一）风险防范：

做好风险防范，方能未雨绸缪，针对本项目，风险管理的措施有：

1.针对市场风险，通过报名京东、淘宝等电商平台团购促销活动，短期内提升产品销量，将主营产品冲到自然排位前 3 位，于此同时做好 DSR（产品质量、服务态度、发货速度）方面客户体验及售后工作，维持 4.8 以上评分，以实现稳固自然排位目标。

2.通过编写好食货供应商产品供货标准，要求供应商按供货标准供货，实现产品质量稳定，原料来源正规，更好提升客户体验，如 OEM 代工生腊味的供货标准如下：

产品	后腿腊肉
颜色	金黄色、偏黑色，肥肉呈金黄色、半透明状，皮呈黄黑色，瘦肉呈红黑色，瘦肉切开呈酒红或绛红色，泛银绿色光，无白色现象
干度	肥肉部分允许有一点软度，皮硬无明显软度。瘦肉部分用手指按不动，瘦肉切面处允许有少许软度
肥瘦度	整体上，肥瘦比例不能超过 4：6，肥肉和瘦肉的比例为 3：7 最佳
整体卖相	1. 无明显的一长一短现象，腊肉最长长度不得超过 25 厘米；
	2. 切面朝下、瘦肉向内摆放。两块肉居袋子下方并对齐，无边角料拼接；
	3. 标签无粘歪现象。封口处在标签下面 1/3 处，无歪斜现象、无皱折

现象、无破损现象;

3.资金风险管理：首先，淘宝开通订单提前收款功能，当天下单当天可现行回收订单金额 80%，京东开通 T+1 结算，可将账期缩短至 15 天；其次，开通后台贷款功能，京东、淘宝客根据店铺销量给予一定额度短期贷款，最高可达 100 万，月利率为 0.2%，进而环节短期资金压力；最后，拓宽融资渠道，除自筹资金外引进风险投资，但股权占比不超过 30%，控制话语权；

4.技术管理，通过采购防潮垫、货架，货物离地摆放最少 10 公分，并做好防鼠防虫工作，减少因天气、卫生环境造成的货物损失；

5.针对公司运作过程中可能产生新的风险，成立项目风险管理小组，并加强项目经理队伍建设，发挥项目经理的关键作用，项目经理目前由总经理担任，并全盘负责。建立风险管理的相关制度，包括风险管理实施细则、绩效考核、激励制度；投入必要的财务、物力来满足风险管理的要求；及时对风险管理工作进行检查与考核，并进行必要的交底和教育work。一切目的为降低风险，并将存在风险降低在可控范围内减少损失。

六、公司内部职能划分

根据公司发展需要，目前共划分为 7 个内部部门，分别是：

部门	职能	备注
运营部	负责京东商城店和淘宝集市店总体日常运营，安排正常运营店铺建设工作部署，监管店铺运营状态和数据分析工作，参与营销方案制定	活动期负责京东商城和淘宝集市店活动承接，做好活动前期方案研讨及准备、进行期活动监测和数据统计、活动后总结
设计部	负责京东商城店和淘宝集市店店铺首页和宝贝描述页面的设计更新，活动和关联描述的设计	页面设计要领先于公司其他店铺，页面给客户最优体验
订单管理部	负责京东商城店和淘宝集市店订单管理和发票打印工作	同时整理客户档案
客服部	负责京东和淘宝集市店客服工作，提升服务质量，耐心解答顾客疑问	运营部交待京东客服注意事项并监督
发货部	负责发货部订单出库工作，区分淘宝订单和京东订单的发货要求	运营部监测发货部错单率
客户体验部	负责京东商城和淘宝集市店客户体验，可以与公司其他店铺同步	京东宣传资料不得有其他店铺信息
财务部	负责京东商城和淘宝集市店财务报表、票据管理及发票申领	运营部与财务部积极沟通对接京东和淘宝集市店财务情况

七、财务计划与投资收益分析

(一) 项目总投资预算（一期）：

项目总投资及分项投资概算表

单位金额：万

元

类别	项目分类	序号	分 项 投 资	金 额
1	办公及交通工具	①	办公场地及仓库	3
		②	运输工具	5
		③	初加工机械及发货机械设备	2
		小计	10	
2	进货及耗材资金	①	生腊味	3
		②	熟食、糖果	3
		③	特色农产品	2
		④	发货纸箱等耗材	2
		小计	10	
3	商城入驻费用	①	商城押金（可返还）	10
		②	年技术服务费	3
		③	预扣佣金	2
		小计	15	
4	广告推广费	①	京东“精准通”	3
		②	淘宝“直通车”	3
		③	“聚划算”坑位费	3
		小计	9	
5	公司管理费用	①	员工工资	2.5
		②	员工培训费	2
		③	员工福利费及社保	1.5
		小计	6	
合计	50			

(二) 主营产品成本利润核算：

1.OEM 代加工生腊味利润核算（9800 斤腊肉）：

$100\text{kg}/\text{头} \times 26 \text{ 元}/\text{kg} = 2600 \text{ 元}/\text{头} \times 200 \text{ 头} = 520000 \text{ 元} = 200 \text{ 头} \times 100\text{kg}/\text{头} \times 70\% \text{（可用肉率）} \times 70\% \text{（腊肉出品率）} = 9800 \text{ 斤腊肉}$

利润： $9800 \times 75 \text{ 元}/\text{kg} \text{（售价）} - (9800\text{kg} \times 53 \text{ 元}/\text{kg}) = 21.56 \text{ 万元}$

2.蔬干菜 (0.5 万斤)利润核算：

$0.7 \text{ 万斤} \times 50\% \text{（出品率）} = \square [(\text{干萝卜条 } 0.2 \text{ 万kg} \times 54.5 \text{ 元}/\text{kg}) - (\text{干萝卜条 } 0.2 \text{ 万kg} \times 24.8 \text{ 元}/\text{kg}) = 5.94 \text{ 万元}] + [(\text{干竹笋 } 0.05 \text{ 万kg} \times 109 \text{ 元}/\text{kg}) - (\text{干竹笋 } 0.05 \text{ 万kg} \times 68.8 \text{ 元}/\text{kg}) = 2.41 \text{ 万元}] = 5.94 \text{ 万元} + 2.41 \text{ 万元} = 8.35 \text{ 万元}$

3.小包装熟食（0.95 万袋）利润核算：

$[\text{外婆菜 } 0.3 \text{ 万袋} (150\text{g}/\text{袋}) \times 13.8 \text{ 元}/\text{袋} - (\text{外婆菜 } 0.3 \text{ 万袋} (150\text{g}/\text{袋}) \times 8.51 \text{ 元}/\text{袋}) = 1.587 \text{ 万元}] + [\text{腊肉香干 } 0.2 \text{ 万袋} (150\text{g}/\text{袋}) \times 19.80 \text{ 元}/\text{袋} - (\text{腊肉香干 } 0.2 \text{ 万袋} (150\text{g}/\text{袋}) \times 11.66 \text{ 元}/\text{袋}) = 1.628 \text{ 万元}] + [(\text{麻辣牛肉条 } 0.15 \text{ 万袋}(120\text{g}/\text{袋}) \times 29.80 \text{ 元}/\text{袋}) - (\text{麻辣牛肉条 } 0.15 \text{ 万袋}(120\text{g}/\text{袋}) \times 18.61 \text{ 元}/\text{袋}) = 3.663 \text{ 万元}] = 1.587 \text{ 万元} + 1.628 \text{ 万元} + 3.663 \text{ 万元} = 6.878 \text{ 万元}$

4.初级农产品利润核算：

$[(\text{红心猕猴桃 } 1 \text{ 万斤} \times 40 \text{ 元}/\text{kg}) - (\text{红心猕猴桃 } 1 \text{ 万斤}) \times 26 \text{ 元}/\text{kg}] = 7 \text{ 万元}] + [(\text{凤凰蜜柚 } 2 \text{ 万斤} \times 7 \text{ 元}/\text{kg}) - (\text{凤凰蜜柚 } 2 \text{ 万斤} \times 3 \text{ 元}/\text{kg}) = 4 \text{ 万元}] = 7 \text{ 万元} + 4 \text{ 万元} = 11 \text{ 万元}$

5.新疆坚果蜜饯

按乌鲁木齐供货商 14%销售返点计算，2015 年五星红枣、无花果干、薄皮核桃、圣女果干、红杏干、碧根果、开心果等商品的半年内平均日销数据 1512.73 元，年销售额 552146 元，综合销售返点利润为 $552146 \times 0.14 = 7.73$ 万元

整个项目年总利润:

总利润=21.56 万元（肉类腊味）+8.35 万元（蔬干菜）+6.878 万元（小包装食品）+11(初级农产品)+7.73 万元（新疆坚果）=55.518 万元

(3) 经济社会效益分析:

1. 经济效益:

通过以上分析，公司一年内预估利润为 55 万余元，项目回收资金快，且收益率高于实体店运作收益，该项目具有可行性。

2. 社会效益

好食货电子商务有限公司的贸易范围可以拓展到全国，贸易机会和交易量极大的增加，促进了湘西地区土特产销售渠道的拓宽创新；

21 世纪是知识经济的世纪，互联网+时代中，知识经济以信息产业为核心和主要推动力，电子商务是信息产业的最为重要的一个组成部分，电子商务的发展无疑会直接或间接地促进本州知识经济及相关方面的发展；

本公司是湘西地区维吾尔族、苗族的两位大学生合伙人兴办，体现了各民族一家亲，共同奋斗自力更生的精神，现在公司有 8 为正式员工，还有 3-4 个兼职大学生，咱们准备开发 APP 进入微商，所以招生代理，以创业带动就业，本项目直接带动 10 余位大学生就业，间接带动百余位生产岗位就业，从而为湘西州创造更多的就业机会贡献了自己力量。

公司承诺回收成本后将首年 70% 营业利润，往后每年 3-5 万元，捐献给湘西贫困地区中小學生，实现贫困山区孩子求学梦想，贡献自己一份微薄力量。

结 语

“天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨”，创业之路我先行。在践行社会主义核心价值观的过程中，实现个人价值与社会价值的统一。在实现经济效益的同时不忘以企业自身力量回馈社会，大学生创业企业义不容辞。创业之路其修远兮，一切未完待续……



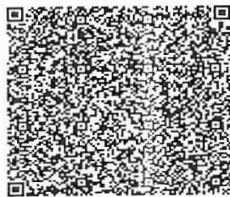
营业执照

(副本)

注册号 433101000021630

副本 1 号 (S)

名称 湘西自治州好食货电子商务有限公司
 类型 有限责任公司
 住所 湖南省吉首地区大学生创业孵化基地227室
 法定代表人 阿布力克木·麦麦提阿布都拉
 注册资本 人民币贰佰万元整
 成立日期 2014年10月20日
 营业期限 2014年10月20日至2034年10月19日
 经营范围 预包装食品、散装食品零售，日用百货、服装、纺织品、体育用品、家用电器、饰品、钟表、工艺品批发零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。



登记机关

2015 5 22

年 月 日

执照有效期限：2034年10月19日止

<http://gsxt.hnaic.gov.cn>

企业信用信息公示系统网址：

中华人民共和国国家工商行政管理总局监制

(营业执照副本)

中华人民共和国 组织机构代码证

代 码: 32052337-X



机构名称: 湘西自治州好食货电子商务有限公司

机构类型: 企业法人

法定代表人: 阿布力克木·麦麦提阿布都拉

地 址: 湖南省吉首地区大学生创业孵化基地 2 2 7 室

有效 期: 自2015年05月29日
至2019年05月28日

颁发单位: 湖南省湘西自治州吉首市质量技术监督局

登 记 号: 组代管433101-007686

说 明

1. 中华人民共和国组织机构代码是组织机构在中华人民共和国境内唯一的, 始终不变的法定代码标识。(中华人民共和国组织机构代码证)是组织机构法定代码标识的凭证, 分正本和副本。
2. 《中华人民共和国组织机构代码证》不得出租、出借、冒用、转让、伪造、变造、非法买卖。
3. 《中华人民共和国组织机构代码证》登记项目发生变化时, 应向发证机关申请变更登记。
4. 各组织机构应当按有关规定, 接受发证机关的年度检验。
5. 组织机构依法注销、撤销时, 应向原发证机关办理注销登记, 并交回全部代码证。

中华人民共和国

国家质量监督检验检疫总局签章

年 检 记 录

年 月 日	年 月 日	年 月 日	年 月 日
-------	-------	-------	-------

NO.2015 3057020

(组织机构代码复印件)