

内蒙古电子信息职业技术学院

第十二届“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛



---

沃慕思(warm)“家家乐”手环创业计划策划书

---

项目名称： 沃慕思(warm)“家家乐”手环

项目策划人： 李明珠

团队名称： GH 团队

院（系）： 电子商务学院

专业年级： 人力资源管理、财务管理 （大一）

指导老师： 任益、苏雅、赵娟

2020 年 7 月

# 目录

一、产品概述	3
二、产品及服务介绍	4
2.1.手环的设计	4
2.2.手环所提供的服务	4
2.3.手环的阶段性发展	4
2.4.手环的核心竞争力	5
(1) 分析老年人的健康状况	5
(2) 数据挖掘分析技术	5
(3) 与其他终端产品结合，为老人提供效益最大化	6
三、项目背景	6
3.1 项目提出的原因	6
3.2 产品运作可能性	6
3.3 产品优势的分析	6
四、市场分析	7
4.1 产品发展趋势	7
4.2 服务的对象	7
4.2.1 在居民方面	7
4.2.2 在军事方面	7
4.2.3 在医学领域方面	7
4.3. 市场竞争分析	8
4.3.1 产品竞争分析	8
(1) 与品牌手环的竞争	8
(2) 与普通手环的竞争	8
4.3.2 竞争优势分析	8
(1) 与品牌手环的分析	8
(2) 与普通手环的分析	8
五、运营模式	7
5.1. 总体的规划	9
5.2. 开发模式	10
5.2.1 软件开发的工具介绍	10
5.2.2 软件开发所用的技术	10
(1) 手环带方面	10
(2) 电池方面	10
(3) 内存芯片方面	10
(4) 定位系统追踪器方面	10
(5) 运动传感器方面	10
(6) 5G 方面	10
5.3. 推广渠道	11
(1) 互联网线上推广	10
(2) 线下活动推广	10
(3) 企业自行推广	10
(4) 老顾客推广	10

六、预测分析	12
6.1. 市场的风险性及预防	12
(1) 产品设计风险	10
(2) 产品功能质量风险	10
(3) 产品市场定位风险	10
(4) 产品品牌商标风险	10
6.2. 开发技术的风险性及预防	12
(1) 技术上的不确定性	10
(2) 辅助性技术的缺少	10
(3) 技术的飞速变化和市场的激烈竞争	10
6.3. 财务的风险性及预防	12
6.4. 用户的风险性及预防对于用户数据的泄露	13
七、财务计划	14
7.1 盈利模式	14
7.1.1 盈利模式的规划	14
7.1.2 筹资方式 单位：万元	14
7.2 成本规划	15
表四.成本规划表	15
<b>资产负债表</b>	15
表五.资产负债表	16
7.3 收入预测	16
7.3.1 利润表 单位：万元	16
表六.利润表	16
7.3.2 收入增长分析	17
图四.收入增长分析曲线图	17
7.3.3 成本降低分析	17
图五.成本降低分析图	17
八、结束语	18

## 一、产品概述

近些年来人口老龄化严重加速，会给我国的经济发展带来严重影响，加大人民的生活压力，也给家庭带来了很大负担。伴随着人口老龄化，关于老人安全的问题也就浮出水面。我们团队针对老人安全问题，创新研发出了一款以沃慕思(warm)“家家乐”命名为老年人设计的手环。这款手环具有以下功能。

**一键叫车功能：**可以在老人找不到家的时候，按下手环的按钮，从而本市的滴滴司机可以接收到老人的具体位置，并通过手环上显示的地址接到老人送回家。

**身体健康特征实时监控功能：**老年人通过佩戴手环，可以实时监测老年人的身体各项健康指标，例如心跳频率，血压，检测摔倒等会对老年人健康产生危害的情况。

实时对讲功能：手环可以设置紧急联系人，在需要的时候，紧急联系人可以与手环进行实时对讲，从而达到与老人对话的目的。

太阳能充电功能：为了保证手环的续航，太阳能充电功能是必不可少的。

其中我们也给这个产品赋予了使命，把每一个迷路的人安全送回家。愿景，把老年人的出行变得安全方便。这也是我们希望看到的事。

## 二、产品及服务介绍

### 2.1.手环的设计

根据国家统计局 2011 年 4 月 28 日发布了以 2010 年 11 月 1 日零时为标准时点的第六次全国人口普查的主要数据可知：近些年来人口老龄化严重加速，会给我国的经济带来严重影响，加大人民的生活压力，也给家庭带来了许多负担。同时老龄化严重，老年人对医疗、保险、生活服务的需求更加突出，儿女也因事业忙碌，没时间陪伴老人，导致老年人心理郁闷，健康指标下降。所以我们团队为此推出了这款以沃慕思(warm)“家家乐”命名为老年人设计的手环。

### 2.2.手环所提供的服务

老年人通过佩戴手环，可以每天检测老年人的身体各项健康指标；可以进行语音视频；拥有定位系统，与儿女的手机进行连接，让儿女实时关注老年人的位置，预防老年人因走丢找不到而带来不必要的麻烦；可以在老人找不到家的时候，按下手环的按钮，从而本市的滴滴司机可以接收到老人的具体位置，并接到老人送回家。我们的手环都是可以进行双向操作的，首先老人可以自主操作，家人可以进行管理操作，起到更好的防护作用，如果老人在走失时不记得怎么暗响报警系统，那么家人进行管理操作那边也能定位到老人的位置，联络到老人，或者联系附近的滴滴，接到老人送回家。另外手环还会将老人的个人信息，家人信息进行数据库的录入，因为录入信息难度较大，所以前期我们会先选择老人丢失比例较高的城市开始试点，后期有一定的进展后我们会逐步扩大城市的指定范围，争取把项目的难度和风险降到最低。另外我们手环选用的材质都是医用 TPE 或 TPU 材料，这两种材质不仅环保无毒无味，而且对人体不会产生危害。手环也是百利无一害的。

### 2.3.手环的阶段发展

我们的团队规划发展大体分前、中、后期三个时期。

时期	工作及相关内容
前期	前期主要是对实现手环的基本功能进行测试，对原材料进行采购，联系厂商，和政府、滴滴、出租车公司进行交涉等。商家可以对手环策划的基本功能要求进行修改、调整，来发表自己的意见等等。

中期	<p>中期的任务将手环的功能更加的丰富、完善，达到我们自己和企业想要的预期和效果，在外观上也会进行防水、防电、防潮等材质的设计，包装美观，实惠，价廉。内部结构也会进行细分，检查每一步开发的硬件软件设施。</p>
后期	<p>后期与厂商、科技公司进行数据、材料的对接，对手环进行全方面的合成对接，手环的使用功能进行无缝对接，保证最后手环的正常运行和使用。进行手环在老人丢失多发城市的试点工作。</p>

## 2.4.手环的核心竞争力

目前市场上手环的种类多种多样，面对相关产品的强烈冲击，核心竞争力的存在无疑会大大提高产品在市场上的份额，提高产品的竞争力。沃慕思(warm)“家家乐”手环，吸纳了其他相关产品的优点，摒弃了他们的缺点，从中加入我们自己独特的核心理念，只为打造服务更加周到的产品。我们的核心竞争力主要有以下几点：

### (1) 分析老年人的健康状况

手环加入了科技芯片技术及语音功能，可以每天自主测量老人的心率、心跳、高血压、高血糖的指标等等，如果老人出现了心率不齐、血压升高等状况，手环会自动提醒，并给出建议，帮助老人预防三高，给老年人起到一个预防的作用。另外，我们的手环，有语音系统的存在，还可以陪老人聊天，在老人感到孤独时起到一个简单陪伴的过程，让老人的心情放松、身心愉悦，这也有利于养成一个健康的体魄。

### (2) 数据挖掘分析技术

当前是大数据的时代，数据的重要性不言而喻。数据挖掘、数据分析等技术，可以将手环的数据运营进行系统的分析处理，挖掘老年人对手环的潜在需求，达到一个层次的上升，使手环真正面向老人时，可以达到质的效果和飞跃。

### (3) 与其他终端产品结合，为老人提供效益最大化

比如手环的使用可以搭配一些 APP 使用，来更好给老人带来大的效用，更好的分析老人的健康情况和饮食方面情况，为老人提供更好的福利“手环”。

### 三、项目背景

#### 3.1 项目提出的原因

随着老年人口基数不断增长,老年人经济需求和潜在购买能力将带动可观的市场消费。老龄产业是一个多元化的产业体系,产业辐射面广,产业链长,几乎涵盖了国民经济行业的所有类别。中国是全球老龄产业市场潜力最大的国家,人口老龄化的快速发展,老年人口、高龄老人、孤独老人、病残老人和空巢家庭数量的不断扩大,对专业化养老服务机构的建设提出了更高的要求,对老年人相关的产品也存在巨大的需求,这意味着中国拥有一个巨大消费市场的潜力。

#### 3.2 产品运作的可行性

如今随着人口老龄化的加剧,老年产品行业成了当之无愧的朝阳产业,随着我们生活水平的提高,老年人对生活各方面的要求也越来越严高。老年用品消费已出现了庞大的市场需求,市场潜力也无限加大,未来老年用品行业市场竞争必将是残酷而激烈的。老龄人口数据分析

当前我国老年人口基数大且发展速度快,我国是全球唯一老年人口上亿的国家。从老年人口发展速度来看,我国人口年龄结构从成年型转入老年型仅用了约 18 年的时间,而法国完成这一过程用了 115 年,美国用了 60 年,即使老龄化程度很高的日本也用了 25 年,这些数据表明我国老龄化发展十分迅猛。根据全国老龄委的相关研究报告,2050 年,我国老年人口将增加 160.7%,劳动年龄人口减少 24.2%,老年抚养比由 19.7%上升到 67.8%,养老负担增加 2.4 倍。从最新统计数据来看,截至 2014 年年末,我国 60 周岁及以上人口数为 2.12 亿人,占总人口比重为 15.5%;65 周岁及以上人口数为 1.38 亿人,占比 10.1%,首次突破 10%,说明我国老龄化程度进一步加速。

#### 3.3 产品优势的分析

沃慕思(warm)“家家乐”手环与知名机构合作研发产品牌产品,拥有丰富的老年用品资源,运用到了大数据、5G、智能双解锁、定位系统等等。手环符合国家规范,通过质量认证。回家的诱惑通过专攻熟悉并拥有资源优势的项目,不盲目追求社会上

五花八门的经济热点,产品屡获老年群体好评!因为专注,所以专业!当下,国家重视健康、人人关注健康、社会呼吁健康,“健康中国”已经上升为一项国策,尤其是现在人口老龄化严重,老年人口倍增。随着经济的发展,国家的号召,绝大部分老年人开始重视“未病先防”的健康生活理念。沃慕思(warm)“家家乐”更是凭借以为老年人为核心进行创造的新型手环,收获用户一致好评,所以此产品对于老年人无疑是一个非常稳妥的选择。

### 四、市场分析

#### 4.1 产品发展趋势

2019 年年底,中国老年人口已经超过 2.7 亿。2025 年,中国老年人口将突破 3 亿。高龄老年人口、失能老年人口以及患有慢性病的老年人口规模非常大,并且在持续增长,因此老年人口对康复辅具、保健用品、医药用品等老龄用品有

着较强需求，而且长期服用药物还是会有一定的副作用，我们可以进行适当的预防疾病的到来，所以消费需求潜力巨大。所以老龄用品业的市场需求正在逐步扩大，中国老龄用品的市场规模非常巨大。其次，随着越来越多的老年人与子女分开居住，而且子女在外地的现象不断增加，不能及时照料到老年人、观察到他们的身体状况。因此沃慕思(warm)“家家乐”此手环解决了大部分年轻人的顾虑，可以实时了解到父母的身体状况、所在位置。我们的产品还与政府进行了交涉，可以将老人的信息录入到手环里，与出租车公司也进行了交涉，出租车公司能够掌握到老人的信息，在必要时，当老人找不到家，敲响手环，附近司机收到求救信息（附件滴滴、出租车司机只有在老人紧急敲响求救信号的时候才会接受到老人个人信息，其他时候是看不到的），可以准确找到老人的位置，出租车，滴滴等司机那边会显示老人的个人信息包括住址，当然，对于个人信息我们会在政府、出租车，滴滴公司之间进行好交涉，会为每一位司机建立诚信档案，协议等，保证不会泄露老人的个人信息。出租车、滴滴等公司高管因为工作的特殊性，也要进行保密协议的签署，如违反承担法律责任。我们手环的创造会给老人带来很多便捷性，同时也消除了老年人对高科技产品的距离感。

## 4.2 服务的对象

沃慕思(warm)“家家乐”产品覆盖领域广，涉及医疗康复、营养保健、饮食健康、日常居家等方方面面。适合广大中老年人使用。最重要的是涉及范围广，后期发展前景好，我们也对其进行了分析。

4.2.1 在居民方面：服务的对象可发展到小孩，学生，女性单身上班族，或者一些想要用来预防疾病的普通人也是可以进行购买的，适应范围广，安全性强，对居民也起到了一定的帮助。

4.2.2 在军事方面：手环进行简单的数据整合改造，可以应用到军事作战中，对我们在军事方面的发展创造更好的前景，使我们国家军事方面更加新颖，互相之间便捷。

4.2.3 在医学领域方面：可以每一位医生进行标配，与自己所负责的病人进行手环数据的输入和连接，更加便捷了医院的发展。另外，发展好，病人看病前可用手环进行医生的选择和预约，医生通过后，即会看到病人的信息和具体病例情况等等。

## 4.3. 市场竞争分析

### 4.3.1 产品竞争分析

当前的市场上没有一款手环是可以帮助老人回家的，更没有汇集检测健康、识别定位、太阳能充电、信息识别等于一手环上的这么一款产品。但是我们还是面临着很多竞争。

#### (1) 品牌手环竞争分析

大多数老人买手环基本会选择带有品牌 logo 的手环，人民心理作用会觉得有个牌子保障手环会更好，实则不然，品牌手环只是在一个专卖其他产品的基础上推出了这个品牌的其他产品，起不到主打作用，也并不是最好的，而且因为有

品牌 logo 的缘故，反而会更贵，使用效果能不能保证还不一定。

## (2) 普通手环竞争分析

对于普通的手环，这一方面的竞争就更加的激烈了，普通的手环，在市场上可谓是相当的多，普通的手环普遍都是价格便宜实惠，款式简单，核心内容比较少，内部用到的芯片都比较简单，没有加入过多的数据分析等核心技术，对我们来说竞争很小，但是普通手环因为种类繁多，客户选择性就更多，所以对我们也有很大的竞争性。

### 4.3.2 竞争优势分析

(1) 与品牌手环的竞争：与品牌手环的竞争，可以很大程度上减少老年人多花钱，买到贵产品，华而不实的现象出现，我们的手环可以带给老年人更多的福利。

(2) 与普通手环的竞争：与普通手环的竞争，我们的手环更加的结实耐用，最主要还能保证老年人的健康，安全，等等方面。

### 4.4. SWOT 分析

<p><b>优势(Strength)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.是第一款可以送老人回家的手环</li> <li>2.与政府进行了交涉，录入老人信息</li> <li>3.出租车公司对滴滴，出租车司机进行了老人信息的普及</li> <li>4.充电方式多样新颖，电池充电，USB 充电，太阳能充电</li> <li>5.加入了 5G 网络，定位系统</li> <li>6.智能芯片核心技术</li> <li>7.语音功能增加，可与老年人聊天</li> <li>8.双解锁方式，更安全，不易丢失</li> </ol>	<p><b>劣势 (Weakness)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.成本预算过高</li> <li>2.不易实施，政府交涉繁琐，信息量大</li> <li>3.出租车公司没有具体的统筹管理，不易实施</li> <li>4.开发的技术难度较大</li> <li>5.信息容易泄露</li> </ol>
<p><b>机会 (Opportunities)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.手环技术想法新颖，会有较好发展机会</li> <li>2.老年人人口庞大，手环发展前景可观</li> <li>3.大数据时代，巧妙的运用了数据的分析与结合</li> <li>4.与政府进行交涉，与出租车公司进行交涉，录入信息，给老年人安全保障，可以减少老年人找不到家，走丢的问题</li> <li>5.进行了创新，功能更加全面，与老人方面进行分析</li> </ol>	<p><b>威胁 (Threats)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.品牌手环和普通手环的冲击</li> <li>2.同类产品的竞争</li> <li>3.替代品的威胁</li> <li>4.刚开始上市的难度大</li> </ol>

## 五、运营模式

沃慕思(warm)“家家乐”手环采用企业对消费者模式，企业进行投资运营，联系厂商生产，技术人员开发，老年人进行购买，企业为老年人服务。

### 5.1. 总体的规划

“回家的诱惑”手环总体要实现的目标，就是为老年人谋利益，为企业谋利，给老年人带来健康，安全的保障。手环的总体规划如下：

时间	运行规划
第一阶段 2020.07-2020.10	第一阶段，初期阶段属于手环开发的准备阶段，我们会对手环的整体进行规划分析，做出基本策划来对接，并对老年人进行调研，发掘老年人对手环的功能需求，根据反馈进行简单整改。
第二阶段 2020.11-2021.04	第二阶段，前期阶段是主要实现手环的基本功能，企业可以增加、删除、修改、手环的主要策划案，并进行新的创造，使功能更加全面。
第三阶段 2021.05-2022.02	第三阶段，中期阶段任务就是将手环的功能更加丰富，反复核查政府交涉以及出租车、滴滴公司的交涉，定位系统等方面会出现的大问题，进行预防应对措施，我们会找好产品开发的公司等等，和其进行对接，分析利弊，为后期开发做准备
第四阶段 2022.03-2023.03	第四阶段，后期阶段会进行数据的录入、手环的对接工作，对手环用到的各种材料数据进行整合，汇总数据的准确性，实现手环信息系统、滴滴司机、安全、定位系统、健康预防、太阳能充电与一体的最终款。建立老年人使用群，在群里面通过老人的使用，对手环进行反馈分析。

### 5.2. 开发模式

#### 5.2.1 软件开发的工具介绍

随着人口老龄化的加剧以及大数据的到来，我们对其进行了结合，创造出了一款适用于老年人的手环，使老年人的生活更有保障。

“回家的诱惑”手环，才采用了双解锁的方式，安全不易丢失，手环采用防水材料，医用的 TPE（人造橡胶或合成橡胶），属于市面上很好的防水材料，无色、无味、安全。电池和太阳能充电控制器我们选用了无汞碱性电池，成本较低，使用方便，控制器能保护蓄电池，起到辅佐作用。

内存芯片，定位系统追踪器，运动传感器，5G 我们也联系了生产其性能较好的厂商。

- 1.手环带：我们联系东莞市盛家橡塑科技有限公司
- 2.电池：南孚福建南平南孚电池有限公司
- 3.太阳能充电控制器：奥林斯科技
- 4.内存芯片：润石科技
- 5.定位系统追踪器：远星.深圳市亿创科技有限公司
- 6.运动传感器：立庞贸易（上海）有限公司
- 7.5G 网络:华为科技有限公司

### 5.2.2 软件开放所用的技术

**(1) 手环带方面：**采用了双解锁，医用 TPE 材料，以其优良的性质、可靠的性能、方便的成型工艺在医疗领域获得了越来越广泛的应用，使 TPE 材料制成医疗用品极具发展前景，双解锁安全性高，技术开发难度不大。

**(2) 电池、太阳能充电控制器方面：**采用了无汞碱性电池，在充电控制器的基础上添加了太阳能，为蓄电池起保护作用，两者相辅相成，开发技术难度不大。

**(3) 内存芯片方面：**联系厂商进行合作，在原基础上加入新的信息，是数据更加完善，进行了简单的改造，开发难度较大，过程会有些繁琐。

**(4) 定位系统追踪器方面：**联系厂商，和政府交涉进行定位，追踪，录入信息，数据等，开发技术难度系数中等。

**(5) 运动传感器方面：**我们选好了厂商，与其进行交涉，购买其原材料，进行生产，开发技术难度不是很大。

**(6) 5G 方面：**我们与厂商合作，厂商提供材料，企业提供资金，我们团队提供方案，引进新技术。

### 5.3. 推广渠道

前期主要采用一点集中进入法的市场进入策略。首先先进行推广任务，前期集中所有的营销能力，进入目前中型城市进行试点推广。壮大企业实力，为企业进入市场做好准备。

相关的推广渠道到我们主要分为线上和线下两种。线上利用互联网的优势，资源共享，线下企业我们团队学生自行推广，邀请朋友、老师、同学、亲戚等帮转朋友圈等等，具体内容如下：

#### (1) 互联网线上推广

通过互联网的优势，在网站、公众号、APP 等进行宣传，联系广告公司进行宣传推广，标题新颖，引起老年人关注。

## (2) 线下活动推广

我们可以在自己的宿舍、学校进行宣传，和学校进行商议张贴海报，学校公众号对我们的项目进行投放，学生看到可以转发给家里老人，随时关注我们产品。

## (3) 企业自行推广

企业可以自行组织活动等，让企业员工进行推广，或者联系广告等进行推广等等。

## (4) 老顾客推广

企业可以对曾经购买过本公司产品的老顾客进行推广，让大家了解新产品。

## 六、预测分析

### 6.1. 市场的风险性及预防

消费者由于习惯上的购买，对于接受、了解新产品都需要一定的时间，所以短期内必定存在一定的市场风险。

销售过程中如果对市场分析预测的不够准确，不能很好的了解市场行情，则有可能制定的价格不合适，从而阻碍本产品的市场化进程甚至失去部分市场，导致投资难以回收甚至影响到公司的形象不利于公司的长期发展。

(1)产品设计风险：所设计的产品过于超前或者开发难度大导致过时，不适应市场顾客的需要。

(2)产品功能质量风险：功能质量不足或产品功能质量过剩，不能完全满足用户需求。

(3)产品市场定位风险：产品的设计风格与市场顾客要求不相符合。

(4)产品品牌商标风险：品牌未经及时注册而被别人抢注。

防范措施：来自于消费方的抵制，我们在产品进入前期需做好市场调研工作，全面了解消费者情况，如消费者的承受力等确定当前发展方向，选定一个目标市场为突破口，制定相应的营销策略，由此打开市场，然后再逐步推入整个市场领域。对于竞争对手，时刻关注竞争对手的动态及不断变化的市场情况，及时变动完善营销策略，在不超过消费者承受能力的情况下，制定出最佳的方案。

加大宣传，在不断完善营销策略的基础上，我们还有加大宣传力度，要使广大的消费者从观念上接受我们的产品。提高服务质量。

### 6.2. 开发技术的风险性及预防

(1) 技术上的不确定性：首先技术本身的不成熟，有些创意和设计虽然在技术上、市场上都很有吸引力，而且最初看来在技术上也是可行的，然而，一旦投产，就会发现许多技术问题还没有或无法解决，需要做较大的改进，甚至进行再创意和设计，而企业又可能没有这方面的能力和精力，创新项目容易导致半途而废。

(2) 辅助性技术的缺少：有些创意和设计，本身技术上没有什么问题，然而它的成功实施还取决于一些其他辅助性技术的发展。而有些辅助性技术很可能

是目前无法得到的。

(3) 技术的飞速变化和市场的激烈竞争。当企业进行一项技术创新时, 开始这项技术是先进的, 但是由于创新过程的完成需要一定的时间, 当创新完成时, 一项新的更好的技术也许出现, 原创新的技术已经变得过时; 同时, 当一个企业在进行一项技术创新时, 也许还有别的企业也在进行类似的创新, 激烈的市场竞争并不能确保本企业的创新一定会优于别人。

预防措施: 对于技术上的风险性, 我们会采取这方面的预防措施, 我们团队会及时做好方案和提前会出现的问题进行整合并分析解决方法, 我们会帮助企业的团队进行分析找到解决措施, 联系技术人员等等; 在签订技术开发合同前, 对技术项目研究开发的可行性、合法性作研究, 包括对国内外现有技术作深入了解, 检索国内外专利申请情况; 了解合同相对方的资质、技术实力、资金后盾等情况; 约定明确的合同条款, 如风险责任的承担、技术成果所有权和专利申请权等的归属。

### 6.3. 财务的风险性及预防

财务风险存在于财务管理工作的各个环节, 不同的财务风险产生的具体原因不尽相同。而要真正做到防范财务风险, 我们还需要从各项成因出发, 对症下药。

当企业的经营业务发生资金不足的困难时, 可以采取发行股票、发行债券或银行借款等方式来筹集所需资本。

从风险防范的角度来看, 投资风险主要应该通过控制投资期限、投资品种来降低。一般来说, 投资期越长, 风险就大, 因此企业应该尽量选择短期投资。而在进行证券投资的时候, 应该采取分散投资的策略, 选择若干种股票组成投资组合, 通过组合中风险的相互抵消来降低风险。

预防措施: 1. 选择恰当合同货币。为了避免汇率风险, 企业应该争取使用本国货币作为合同货币, 在出品、资本输出时使用硬通货, 而在进口、资本输入时使用软通货。同时在合同中加列保值条款等措施。2. 通过在金融市场进行保值操作。主要方法有现汇交易、期货交易、期汇交易、期权交易、借款与投资、利率、货币互换、外币票据贴现等。3. 对于经济主体在资产负债表会计处理过程中产生的折算风险, 一般是实行资产负债表保值来化解。这种方法要求在资产负债表上以各种功能货币表示的受险资产与受险负债的数额相等, 从而使其折算风险头寸为零, 只有这样, 汇率变动才不致带来折算上的损失。4. 经营多样化。即在国际范围内分散其销售、生产地及原材料来源地, 通过国际经营的多样化, 当汇率出现变化时, 管理部门可以通过比较不同地区生产、销售和成本的变化趋利避害, 增加在汇率变化有利的分支机构的生产, 而减少汇率变化不利的分支机构的生产。

### 6.4. 用户的风险性及预防对于用户数据的泄露

目前市场上有许多可佩戴的健康手环, 导致鱼目混珠。我们这款“回家的诱惑”虽然能够帮助人们管理自己的体力活动以及卡路里的摄入, 让使用者保持体形。但与此同时, 手环里也记录了不少用户的重要个人数据。我们经过无数次调查研究, 得出智能手环所使用的验证手段均允许第三方隐身连接至这些可穿戴设备, 并执行命令。以及在大部分情况下第三方还可以从这些设备中提取到个人信息。虽然我们这款手环主打为中老年人、单身女性所设计, 以备不时之需。但同时也会被不法分子所利用, 例如用户的家庭住址、个人信息、相关数据的泄露等等。

预防措施：我们会整理出应对的措施，比如开发时认真核查数据的录入以及手环的信息功能，保证不受损等等。

## 七、财务计划

### 7.1 盈利模式

#### 7.1.1 盈利模式的规划

沃慕思(warm)“家家乐”手环的盈利模式规划主要分为前中后三个时期。

前期：

作为消费者与商家的桥梁，为两者提供便利，从消费者与多个商家之间赚取服务费。

由于产品等其他原材料、技术、及后期推广都是通过合作来进行的，所以前期的资金形成循环链，资金完全可以供整个项目的运营及后期的更新换代。

中期：

赚取成本与利润的差价、与租车公司进行合作从中谋取利润与知名手环企业进行、合作从中赚取技术费

后期：

与大型科技公司进行合作，增强本产品的时代先进性不断地改革更新换代，使产品具有时代性，提升销量、向军事方面进行拓展，与高新科技进行有效的结合，并从中牟利。

#### 7.1.2 筹资方式 单位：万元

	银行贷款	个人资本	技术入股	投资人投资
金额	40	20	35	5
比例	40%	20%	35%	5%

说明：采用内部资本与外部资本相结合的方式，利用杠杆作用，将企业效益发挥到最大。

杠杆作用：

营业杠杆 DOL=

企业经营成本按期与营业收入总额的一寸关系可分为变动成本和固定成本两部分。其中变动成本是指随着营业收入总额的变动而变动的成本；固定成本是指在一定的营业收入规模内，不随着营业收入总额的变动而变动，保持相对固定不变的成本，企业可以通过扩大营业收入总额而降低单位营业收入的固定成本，从而增加企业的营业利润。

## 7.2 成本规划

前期	人力资源成本不计算，购置材料、技术芯片需要大量投资，少量组装成本。
中期	产品属于股份合作产品所以推广费用忽略不计，另外进行政府交涉，所需少量资金。
后期	人力、固定成本等费用，手环终端产品的研发，更新换代适应新科技和建立费用。

表四.成本规划表

### 资产负债表

流动资产		流动负债	
货币资金	71	短期借款	40
应收票据	0	应付票据	0
应收账款	1	应付账款	1
预付账款	1	应付职工薪酬	5
存货	10	应交税费	0
流动资产合计	83	其他应付款	1
非流动资产		流动负债合计	47
长期股权投资	0	非流动负债	0
长期应收款	1	长期借款	0
固定资产	10	长期应付款	5
在建工程	0	专项应付款	5
工程物资	0	预期负债	4
固定资产清理	0	递延所得税负债	0
无形资产	5	其他非流动负债	0
商誉	1	非流动负债合计	14
递延所得税资产	0	负债合计	61
其他非流动	0	所有者权益	

资产			
非流动资产合计	17	实收资本	30
资产合计	100	资本公积	5
		盈余公积	1
		未分配利润	3
		所有者权益合计	39
		负债和所有者权益合计	100

表五.资产负债表

### 7.3 收入预测

#### 7.3.1 利润表 单位：万元

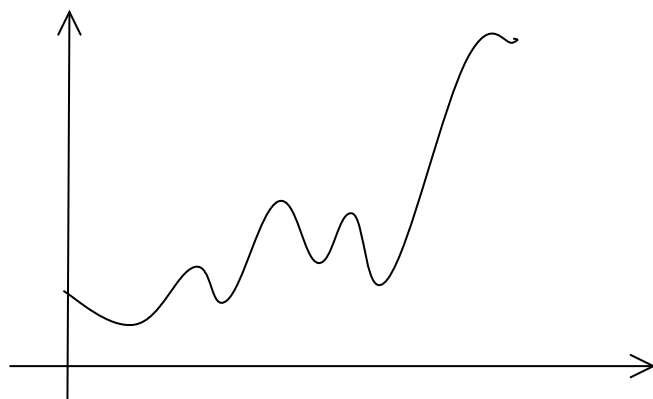
项目	
<b>一、主营业务收入</b>	
1、流量收入	5
2、广告收入	10
3、产品售卖	20
<b>二、主营业务成本</b>	
1、人力资源成本	2
2、技术成本	5
3、终端产品成本	5
<b>三、主营业务利润</b>	23
<b>四、其他业务利润</b>	5
1、其他业务收入	15
2、其他业务成本	10
<b>五、管理费用</b>	1
<b>六、财务费用</b>	0.5
<b>七、销售费用</b>	0.5
<b>八、投资收益</b>	2
<b>九、营业外支出净额</b>	0
<b>十、利润总额</b>	24
<b>十一、净利润</b>	24

表六.利润表

#### 7.3.2 收入增长分析

当前全球市场经济模式正在向着 IDC 规模化、集中化发展，大型 IDC 可以大幅降低采购成本和运营成本，核心城市由于距离客户近、网络延迟低、人才聚集等优势，部署高等级的大型云计算 IDC 来支持热数据，处理时效性较高的业务，

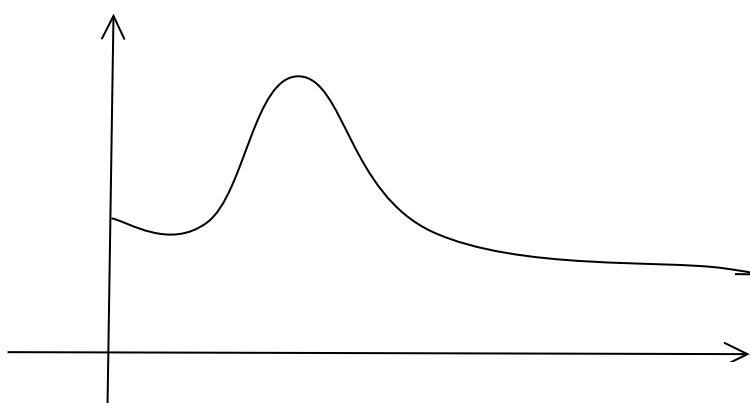
偏远地区部署大型/超大型云计算 IDC 来存放冷数据，处理时效性不高的业务，以降低云计算的成本；在高度靠近用户的网络边缘可以分布式部署小型/微型 IDC，主要用来处理低延时业务。我们的产品与大数据的发展是离不开的所以未来在 IDC 模式下我们的产品会慢慢的更加适应市场，并且随着技术成本的降低，材料等固定成本的降低我们的利润会呈现 J 型上升。



图四.收入增长分析曲线图

### 7.3.3 成本降低分析

随着设备不断更新换代，成本会逐渐升高，但是随着时间的推移，技术的成熟，软件成本会逐渐降低，而且设备成本也会降低。



图五.成本降低分析图

## 八、结束语

在当今的商业大潮中竞争无所不在，商机稍纵即逝。犹豫不决的人只会在潮中翻船落水。机遇与风险同在。成功与勇气同在。你还等什么？