

学校编码: 10384

学号: 17920081151115



分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

廈門大學

硕士学位论文

# 户外动态社交网络科技公司创业计划

## A Business Plan for Dynamic Social Network of Outdoor & Technology Company

刘浩

指导教师姓名: 翁君奕 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2013年 4 月

论文答辩日期: 2013年 6 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2013年6月

户外动态社交网络科技公司创业计划

刘浩

指导教师: 翁君奕

教授

厦门大学

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 摘要

户外运动产业在中国刚刚步入发展期，市场规模、参与人数占总人口的比例及运动频率，和美国、欧洲相比还有很大的差距。随着我国人民收入水平的日益提高，日常消费中体验型和娱乐类消费比重不断增加，也带来了我国户外用品市场规模每年 40% 以上的增长，也为户外运动产品的发展带来了契机。本论文运用创业学与管理学的相关理论，通过对中国户外运动行业及竞争态势的研究分析，制定出专业的户外多媒体交流和服务平台的创业计划，既满足了户外运动技术专业性的要求，也融入了多媒体社交网络轻松愉快的沟通渠道，这在户外运动行业不仅是一种全新的应用模式，也是一种商业“蓝海”的探索，更将给社交网络、在线旅游服务等细分行业带来诸多发展契机。

创业项目计划用五年的时间，按照初创期、开拓期、增长期、发展合作期的四阶段战略计划，分别制定了竞争战略、市场战略和人力资源战略。基于适当的收入和成本假设，经财务测算：初始投资 60 万元，第二年融资 100 万元，按照投资静态回收期计算，第三年内可全部收回，五年的 NPV 净现值超过 430 万。在整个宏观经济发展的大背景下，所开发的“乐盒”产品符合中国户外行业的细分市场需求，行业竞争相对缓和，投资成本较低，具有较高的投资回报率，具有良好的市场前景。

**关键词：**户外、无线网络、社交网络、创业计划

厦门大学博硕士学位论文摘要库



## Abstract

Outdoor sports industry in China has just entered a period of development, compared to the United States and Europe, there is a great gap in market size, the number of participants in the total population and frequency of exercise. As the income of residents is gradually increasing, the experience-based consumption and entertainment consumption are getting bigger out of the daily consumption, which brings more than 40% annually growth of China's outdoor market, and also provides an opportunity for the development of outdoor sports commodity. By means of studying Chinese outdoor sports industry and its competitive situation, this paper develops a professional business plan about outdoor multimedia communication and service platform utilizing the theory of Entrepreneurship and Management. The business plan meets the technical requirements of outdoor sports, and also makes use of a multimedia social networking which makes communication easy and pleasant. In conclusion, this paper proposes a brand new application mode in outdoor sport industry, which is not only an exploration of the "Blue Ocean", but also brings a lot of opportunities to social networking, online travel service industry etc.

In accordance with the five-stage strategic plan, which is the start-up, the pioneering, the growth, and the cooperation development, the entrepreneurial project plans to use five years to develop a competitive strategy, market strategy and human resources strategy. Based on appropriate revenue and cost assumptions, estimated by the Finance: when initial investment is 60 million yuan, and the financing is 100 million Yuan in the second year, according to the static payback period of investment, the total cost will be recovered in the third year, and NPV (net present value) will be over 4.3 million in the fifth year. In the context of the development of the overall macroeconomic, "Le He" products are specific for the Chinese outdoor market segments, which has less competition in the industry, lower investment cost, higher ROI, and vast market prospects .

**Keyword:** Outdoor, Wireless Network, Social Networks, Business Plan

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 目 录

1 绪论 .....	1
1.1 研究背景 .....	1
1.2 研究目的 .....	3
1.3 研究方法 .....	4
1.4 论文结构 .....	5
1.5 创业管理相关理论 .....	5
2 产品及服务介绍 .....	8
2.1 户外动态社交网络的内涵 .....	8
2.2 产品功能和特性 .....	10
2.3 产品服务模式 .....	12
2.4 商业模式 .....	13
3 市场分析 .....	16
3.1 行业分析 .....	16
3.2 宏观环境 PEST 分析 .....	20
3.3 目标市场容量预测 .....	25
4 竞争分析 .....	27
4.1 行业竞争局势 .....	27
4.2 五力分析模型 .....	28
5 经营实施 .....	33
5.1 公司愿景和使命 .....	33
5.2 公司总体战略 .....	33
5.3 市场营销战略 .....	37
5.4 人力资源战略 .....	39
6 财务计划与融资 .....	41
6.1 财务结构分析 .....	41
6.2 财务分析 .....	42
6.3 融资 .....	45

7 风险控制 .....	47
7.1 技术风险 .....	47
7.2 财务风险 .....	48
7.3 竞争风险 .....	48
8 结论 .....	50
8.1 论文总结 .....	50
8.2 不足之处 .....	51
附录 .....	52
参考文献 .....	54
致 谢 .....	55

厦门大学博硕士论文摘要库

## Contents

<b>Chapter 1 Introduction .....</b>	<b>1</b>
1.1 Research Background.....	1
1.2 Research Purpose.....	3
1.3 Research Methodology .....	4
1.4 Structure .....	5
1.5 Theory of Entrepreneurship and Management .....	5
<b>Chapter 2 Products and Service Introduction .....</b>	<b>8</b>
2.1 The Connotation of Outdoor Dynamic Social Network.....	8
2.2 Product Functions and Features .....	10
2.3 Product Service Mode .....	12
2.4 Business Mode.....	13
<b>Chapter 3 Market Analysis .....</b>	<b>16</b>
3.1 Industry Analysis .....	16
3.2 Macroeconomic Environment PEST Analysis .....	20
3.3 Target Market Capacity Forecast .....	25
<b>Chapter 4 Competition Analysis .....</b>	<b>27</b>
4.1 The Competitive Situation In The Industry .....	27
4.2 Five Forces Analysis Model.....	28
<b>Chapter 5 The Implementation of Business .....</b>	<b>33</b>
5.1 Vision and Mission.....	33
5.2 Overall Strategy of The Company.....	33
5.3 Marketing Strategy .....	37
5.4 Human Resources Strategy .....	39
<b>Chapter 6 The Financial Planning and Financing .....</b>	<b>41</b>
6.1 Financial Structure Analysis .....	41
6.2 Financial Statements.....	42
6.3 Financing .....	45
<b>Chapter 7 Risk Control .....</b>	<b>47</b>
7.1 Technical Risks.....	47
7.2 Financial Risk .....	48

7.3 Competition Risk .....	48
<b>Chapter 8 Conclusions .....</b>	<b>50</b>
8.1 Summarization.....	50
8.2 Inadequacies.....	51
<b>Appendix.....</b>	<b>52</b>
<b>References.....</b>	<b>54</b>
<b>Thank .....</b>	<b>55</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 1 绪论

对于创业的定义，古今中外的定义都不少，霍华德·H·斯蒂文森的定义属于比较典型和常用的：“创业是个——不管是独立的还是一个组织内部——追踪和捕捉机会的过程，这一过程与其当时控制的资源无关<sup>①</sup>。”在此定义基础上，斯蒂文森指出：觉察机会、追逐机会的意愿及获得成功的信心和可能性，对于创业是特别重要的。

### 1.1 研究背景

这些年来，随着我国城市化进程明显加快，越来越多的人选择居住在城市，城市人口密度过高、人口异质性强、人际关系淡漠化的特点变得尤为突出。特别是人们生活节奏加快，人与人之间的竞争力和压力也随之增强。现代社会中高效率、快节奏的生活方式使人们经常处于激烈竞争和超负荷的高度紧张状态中，城市化使得人们接触大自然的机会越来越少。

我国自 1995 年 5 月 1 起实行双休日，1999 年五一、十一假日“黄金周”的推出，全国掀起了户外运动的热潮。随着人们对自然的认识和文化品位的提高，人们不再热衷于单纯的吃喝玩乐和游山玩水，而在心理上有着更高层次的追求，挑战自我、超越极限、追求快感、获得享受的户外运动/活动被越来越多的人所接受。我国户外运动的发展大体经历了三个过程，即探索过程（20 世纪 50-90 年代），活动内容以登山探险为主；兴起过程（20 世纪 90 年代-2003 年），部分高校的登山运动传到了社会，成为一项时尚的都市运动，内容也从登山扩展到滑雪、骑行等方面；萌芽发展阶段（2004 年以来），户外运动迅猛发展，不仅国家体育总局正式设立了登山等户外运动项目，户外俱乐部也从 1989 年第一家户外运动俱乐部——北大山鹰社成立开始，到 2006 年已经 600 多家<sup>②</sup>。借鉴欧美户外运动发展史以及相关数据印证，我国的户外运动还处于初期启动阶段，内生性的发展动力强劲，特别是在广阔的细分市场有大量的商机。

<sup>①</sup>李志能, 郁义鸿, 罗伯特·D·西斯瑞克.《创业学》[M].上海复旦大学出版社, 2005: P287-393

<sup>②</sup>李红艳. 户外运动的理论与实践研究[D]. 北京体育大学, 2006.

图 1-1：户外运动分类描述



资料来源：《户外用品行业投资价值分析报告》，国都证券研究所

户外运动类型主要分为三个不同层次（详见图 1-1）：专业户外运动、常规户外运动、休闲户外运动，每一类型都有不同的消费群体以及典型活动形式。专业户外运动无疑是最专业的，参与者受到专业装备、专业技能以及体能的限制。休闲户外运动是最普遍的，只要走进户外，无论你做什么，无论你是谁什么年龄，都可以找到你适合的活动方式。而常规户外运动处于两者之间，对装备、技能和体能有一些基本的要求，运动的地点也更贴近自然，覆盖的人群主要以中青年为主，是现在主流方式。

我从 2011 年下半年开始接触户外运动，当时只是觉得应该给自己一个多走出去看看的理由，既锻炼身体，又可以结识不同背景和性情的人，感觉这种方式很环保、很自然。特别是 2012 年在北京出差 10 个月，周边交通发达，时间相对充裕，再加上北京户外运动相比其他地区发达，我深度体会了登山、徒步、骑行等多种不同的户外运动方式，也体会了一览众山小、回望来时路、一骑绝尘的酣畅淋漓，终于明白了“站在起点的彷徨和迷茫，冲过终点的豪迈和自信”。有句极富哲理的话：活在当下。在户外，无论你和谁在一起，说些什么、做些什么、想写什么、是否认识，没有任何情景能代替那种“活在当下”的快乐，我心中无数次想把时间定格，想着如何在以后的岁月中，还能回温这种喜悦和满足。但现实总是那么残酷，当你回到城市，回到工作中，当时留的 QQ、微信、电话、微博，都显得那么微弱无力，在时间的冲刷下，一切都变得苍白，



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库