

学校编号: 10384
学号: 17920131151025

分类号 _____ 密级 _____
UDC _____



厦门大学

硕士学位论文

JF 公司智能家居研发生产项目商业计划书

The Business Plan of Research and Development Project for Smart Home of JF Company

张敏洁

指导教师姓名: 陈闯 副教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2016 年 07 月

论文答辩时间: 2016 年 08 月

学位授予时间: 2016 年 09 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2016 年 07 月

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的指导下，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，均在文中以适当的方式明确表明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

声明人（签名）：

年 月 日

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

JF 公司是一家从事整体智能家居销售、安装的初创公司。由于行业入门门槛降低导致行业竞争激烈，品牌质量参差不齐导致口碑损失，利润空间收缩导致盈利不足，JF 公司为实现继续生存发展，依托原有的技术和渠道优势，向前延伸产业链，介入智能家居的研发和生产，开发自有品牌。为此，JF 公司设立了 JF 品牌智能家居研发生产项目，着力打造具有自主知识产权、质量稳定、性价比高的智能家居产品。为此撰写本商业计划书，以谋求投资人对 JF 品牌智能家居研发生产项目的关注。

为使投资人对本项目有一个基本了解，本商业计划书首先为 JF 公司智能家居研发生产项目确立整体发展战略。本文首先运用波特五力模型对智能家居行业的竞争态势进行分析，找出行业外部威胁，再运用 SWOT 分析了解自身优势及劣势。从分析可以看出，JF 公司在技术和渠道上有一定优势，从而制定出与 JF 以高性价比、灵活简便为细分市场的差异化竞争战略。在确定了竞争战略主基调后，本文又从实际出发，通过 4C 和 4P 理论对 JF 智能家居产品的营销进行策划，制定出以新媒体，即互联网和手机 APP 为主的营销模式，目标人群为中等收入、容易接受新鲜事物的中青年家庭。

本文共有七章。第一章为绪论，主要阐述本文的研究背景、研究目的、研究方法和论文结构，从大方向上把握、概况本文。第二章为理论基础，主要阐述在为 JF 公司提供经营意见时所要使用的各种理论工具。第三章为智能家居行业及 JF 公司细分市场分析，即对我国当前的智能家居市场及其相关产业的发展情况进行分析，通过波特五力模型和 SWOT 分析定位 JF 公司的细分市场。第四章为公司战略，从战略高度分析，为 JF 公司制定公司战略，并通过对产品、价格、渠道的分析，对公司的发展方向、渠道、销售进行规划布局，构建适合 JF 公司智能家居系统销售平台。第五章是行动计划与财务支持，以稳健为原则，通过对资产负债表、损益表、现金流量表的预估，对 JF 品牌智能家居产品的财务情况进行预判，并以此为依据，评估 JF 品牌智能家居产品项目的投资价值。第六章为机会、风险与对策，对 JF 公司的智能家居系统项目将面对的机会、风险进行评估，并提出对策。第七章阐述结论，对不足之处进行补充说明。

关键字：智能家居；稳定性；差异化

Abstract

JF is a newly established company which works on the integrated smart home sell and installment. Because of the low rudimental standard, the fierce industry competition and the uneven quality of products in this industry, JF Company cannot sell profitably. JF Company made their survival through the advantages in original technology and channels, extending industrial chain and setting an own brand for their research and development of smart home. JF Company set JF Brand for the research and development of smart home. The smart home products have their independent intelligent property right, stable quality and high performance cost ratio. So the company writes this business plan to draw investor attention to the research and development project of JF brand.

In order to help investor have a basic understanding of this project, this business plan make an overall development strategy for the research and development of smart home of JF company. The paper first uses the Porter's Five Forces Model to analyze the competitive situation and find out the external threats, and then uses the SWOT analysis to realize their advantages and disadvantages. According to the analysation, JF Company has certain advantages in the technology and channels, so it makes a differentiation market segment competitive strategy through the high performance cost ratio, simple and flexible product. After making sure the master tone of competitive strategy, the paper proceed from the reality, using the 4C and 4P theories to plan the marketing mode which mainly use the new media like Internet and mobile app. Also it chooses the young and middle-aged families that have middle income and easily accept new objects as target population.

The paper has seven chapters. The first chapter is introduction writes about the background, purpose, methods and structure of the paper and summarizes the paper in a rough direction. The second chapter is the theoretical basis, introducing the theory tools for the running suggestions of JF Company. The third chapter is the segment market analysis for JF Company and the smart home industry. Analyzing the current development of the smart home market and some related industries in our country, the paper also using the Porter's Five Forces Model and SWOT analysis to analyze the segment market of JF Company. The fourth chapter is the company strategies. Making from a strategic height

and through the analyze of the products, price and channels, the company set sales platform of the smart housing system based on the plan and arrange of the company's developing direction, channels and sales. The fifth chapter is about the action plan and financial support. The paper makes a robust estimation of balance sheet, income statement and cash flow statement. According to the prognosis of the pecuniary condition for smart home product of JF brand, assessing the investment value of JF smart home products. The sixth chapter is the assessment about the chances, risks and the corresponding countermeasures. The seventh chapter is the concluding which makes some supplemental instructions for the deficiencies.

Key Words: Smart Home; Stability; Differentiation

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的	1
第三节 论文结构	2
第二章 相关理论基础	3
第一节 竞争分析理论综述	3
一、波特五力模型.....	3
二、SWOT 分析.....	5
第二节 竞争战略理论综述	6
一、总成本领先战略.....	6
二、差异化战略.....	7
三、目标集聚战略.....	7
第三节 营销理论综述	7
一、4P 理论.....	7
二、4C 理论.....	8
第三章 智能家居行业分析	11
第一节 智能家居行业定义	11
第二节 智能家居行业分析	12
一、国际智能家居市场发展概述.....	12
二、中国智能家居市场发展概述.....	13
三、智能家居行业市场分析.....	14
第三节 竞争分析	16
一、波特五力模型分析.....	16
二、SWOT 分析.....	23
第四节 JF 公司产品分析	25
一、智能家居分类.....	25
二、JF 公司产品种类.....	25
三、ZigBee 技术简述.....	25
四、语音识别技术简述.....	28
五、JF 公司产品特色.....	28
第五节 客户定位	30
一、竞争者产品分析.....	30
二、JF 品牌智能家居产品的定位.....	31
第四章 公司战略	33
第一节 公司概况	33
第二节 公司远景和规划	33
一、公司远景.....	33

二、公司规划.....	33
三、公司与所有管理.....	35
第三节 公司竞争战略.....	36
一、要建立差异化的产品定位.....	36
二、要建立差异化的管理模式.....	36
三、要建立差异化的营销模式.....	36
第五章 营销、运营与融资规划.....	39
第一节 营销、运营计划.....	39
一、公司框架的重塑.....	39
二、改变原有营销模式，拓展渠道.....	39
三、营销计划.....	39
四、运营计划.....	40
第二节 融资计划.....	40
一、融资金额及使用.....	40
二、经营预测.....	41
三、收入预测.....	41
四、支出预测.....	42
第三节 三报表预测.....	43
一、利润表.....	43
二、资产负债表.....	45
三、现金流量表.....	46
第四节 财务分析.....	46
一、运营能力分析.....	47
二、盈利能力分析.....	47
三、现金流量和投资分析.....	47
第六章 风险与对策.....	49
第一节 风险.....	49
一、技术风险.....	49
二、市场风险.....	49
三、经营管理风险.....	49
四、财务风险.....	49
五、政策风险.....	50
第二节 对策.....	50
第七章 研究结论.....	52
第一节 研究的主要结论.....	52
第二节 研究的不足之处.....	53
参考文献.....	54
致 谢.....	55

Contents

Chapter One Introduction	1
Session 1 The Background of the Thesis	1
Session 2 The Purpose of the Thesis	1
Session 3 The Structure of the Thesis	2
Chapter Two Relative Theory	3
Session 1 The Competition Analysis Theories	3
2.1.1 Porter’s Five Forces Model.....	3
2.1.2 SWOT Analysis.....	5
Session 2 The Competitive Strategy Analysis Theories	6
2.2.1 Overall Lost Leadership Strategy.....	6
2.2.2 Differential Strategy.....	6
2.2.3 Single-minded Strategy.....	7
Session 3 Marketing Theories	7
2.3.1 4P Theory.....	7
2.3.2 4C Theory.....	8
Chapter Three Analyze the Segment Market of the Smart Home Industry and JF Company	11
Session 1 The Definition of the Smart Home	11
Session 2 The analyzation of the Smart Home Industry	12
3.2.1 The Development of the International Smart Home Market... 12	
3.2.2 The Development of Chinese Smart Home Market..... 13	

3.2.3 The Market Analysis of Smart Home Market.....	14
Session 3 The Competition Analysis.....	16
3.3.1 The analyzation of Porter’s Five Forces Model.....	16
3.3.2 The SWOT Analysis.....	23
Session 4 The Analysis of the Product of JF Company.....	25
3.4.1 The Classification of the Smart Home.....	25
3.4.2 The Product Categories of JF Company.....	25
3.4.3 The Sketch of Zigbee Technology.....	25
3.4.4 The Sketch of the Speech Recognition Technology.....	28
3.4.5 The Features of JF Product	28
Session 5 Targeting Customers.....	30
Chapter Four Company Strategies.....	33
Session 1 Company Profile.....	33
Session 2 The Perspective of the Company.....	33
4.2.1The perspective of the Company.....	33
4.2.2The plan of the Company.....	33
4.2.3The Management and the Ownership of the Company.....	35
Session 3 The Competition Strategy of the Company.....	36
4.3.1Setting a differentiation Product Positioning.....	36
4.3.2Setting a differentiation Management Model.....	36
4.3.3Setting a differentiation Marketing Mode.....	36
Chapter Five The Marketing, Operational and Financial Plan.....	39

Session 1 The Marketing Plan.....	39
5.1.1 The Rebuilding of the Company Framework.....	39
5.1.2 Altering the Original Marketing Mode and Extending Channels.....	39
5.1.3 The Marketing Plan.....	39
5.1.4 The Operational Plan.....	40
Session 2 Financial Plans.....	40
5.2.1The Amount of Financing and its Using.....	40
5.2.2Management Prediction.....	41
5.2.3Income Prediction.....	41
5.2.4 Expense Prediction.....	43
Session 3 The Prediction of Three Statements.....	43
5.3.1Profile Statement.....	43
5.3.2Balance Sheet.....	45
5.3.3Cash Flow Statement.....	46
Session 4 Financial Analysis.....	47
5.4.1The Analysis of Operation Competency.....	47
5.4.2The Analysis of Profitability.....	47
5.4.3The Analysis of the Cash Flow and Investment.....	47
Chapter Six Risks and Countermeasures.....	49
Session 1 The Risks.....	49
6.1.1The Technology Risks.....	49
6.1.2The Market Risks.....	49

6.1.3The Management Risks.....	49
6.1.4The Financial Risks.....	49
6.1.5The Policy Risks.....	50
Session 2 The Countermeasures.....	50
Chapter Seven Conclusion.....	52
Session 1 The Conclusion of the Thesis.....	52
Session 2 The Deficiencies of the Thesis.....	53
References.....	54
Acknowledgements.....	55

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景

JF 公司成立于 2012 年 9 月，注册资本 100 万，以智能家居系统的代理销售和安装为其主营方向。经过两年多的努力，公司在福建省内拥有了一定客户群，并累积起了较好的口碑，实现了生存。但由于智能家居行业的高额利润以及诱人的发展前景，智能家居品牌层出不穷，价格多样、选择多样，且无统一的行业标准，让消费者无所适从。质量的良莠不齐也导致消费者对智能家居的不信任感加强。JF 公司代理的智能家居品牌也出现了质量不稳定、售后无法保障的问题，影响了 JF 公司的销售。而随着电商、直销等销售模式的兴起，传统代理的利润空间也在逐步被压缩。恰于此时，JF 公司低价获得了 Ember Zigbee 协议（一种实现智能家居控制的短距离传输协议），这个协议在全球范围内需要高价购买，具有稳定和私密的优点。它的低价获得不仅大大降低了生产智能家居产品的投入，也保证了生产出的智能家居产品的良好品质。因此，为了实现企业的生存和发展，JF 公司计划融资 300 万元投入智能家居产品的生产。

第二节 研究目的

智能家居产业技术不断发展，所能实现的功能越来越多，产业前景广阔，因此和产业相关的各路品牌纷纷加入。原有的传统智能家居品牌有上海索博、波创、普利特等，这些品牌大浪淘沙，已日趋成熟。而除此之外，越来越多的各类相关企业加入到智能家居市场的竞争中：一是传统安防企业，如视得安罗格朗、冠林、安居宝、振威等；二是家电企业，典型代表如海尔、TCL、美的等；三是 IT 通讯企业，如以联想为代表的“闪联”组织、GOOGLE 公司等。由此可见智能家居行业竞争对手众多且不乏拥有强大经济实力和良好口碑的大型公司、外资公司，JF 公司要想进入这一领域并获得生存和发展，面临着诸多挑战。但是，智能家居是未来人类的新生活方式，人类的衣食住行都将受到智能家居的影响，这是一个相当广阔的市场，甚至今后人类使用的任何一样物品都有可能代入智能功能。JF 公司虽然看似面对激烈竞争，但通过市场细分，JF 公司所面临的竞争环境将会有所不同。而广阔的前景、高额的利润将会使突出重围生存下来的公司在未来的发展中赢得先机。本文就将对 JF 公司所面临的竞争态势和自身条件进行分析，并综合竞争战略、营销、财务等要

素提出解决方案，消除投资者疑虑，以谋求获得融资，实现 JF 公司的转型。

第三节 论文结构

本文根据需要，运用波特五力模型分析、SWOT 分析、差异化竞争战略分析、营销理论、财务预算与分析等工具进行研究。

波特五力模型分析，是对 JF 公司的行业竞争环境进行分析，了解智能家居行业的竞争态现状，为 JF 公司的发展及其智能家居研发生产项目的推进提供理论依据。SWOT 分析则是从企业个体入手，对 JF 公司的内部竞争优势、竞争劣势、外部机会和威胁进行分析，做到知己知彼。差异化竞争战略分析是了解 JF 公司的内外部竞争态势后，为 JF 公司脱颖而出、赢得竞争提供战略层面的意见。营销理论是从战术层面，为 JF 公司智能家居系统的销售提供多方面、多角度的实用性方法。财务预算与分析是从实实在在的数据上分析 JF 公司资金来源和使用规划，对生产经营活动的收入、成本及现金进行预测。

本文共有七章。第一章为绪论，主要阐述本文的研究背景、研究目的、研究方法和论文结构，从大方向上把握、概况本文。第二章为理论基础，主要阐述在为 JF 公司提供经营意见时所要使用的各种理论工具。第三章为智能家居行业及 JF 公司细分市场分析，即对我国当前的智能家居市场及其相关产业的发展情况进行分析，通过波特五力模型了解智能家居产品上下游产业链及竞争对手的当前态势，通过 SWOT 分析解剖 JF 公司，定位细分市场。第四章为公司战略，从战略高度分析，为 JF 公司制定公司战略，并通过对产品的分析、价格的分析、渠道的分析，对公司的发展方向、渠道、销售进行规划布局，构建适合 JF 公司智能家居系统销售平台。第五章是行动计划与财务支持，以稳健为原则，通过对资产负债表、损益表、现金流量表的预估，对 JF 品牌智能家居产品的财务情况进行预判，并以此为依据，评估 JF 品牌智能家居产品项目的投资价值。第六章为机会、风险与对策，对 JF 公司的智能家居系统项目将面对的机会、风险进行评估，并提出对策。第八章阐述结论，对不足之处进行补充说明。

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts 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 for delivery details.