**（如有侵权，请联系删除）**

**广西财经学院大学生创新创业项目**

**商业计划书参考范本**

**项目名称：**FUNNY连锁日租房

**所属行业：**“互联网+”社会服务—酒店日租房

**参赛组别：** 青红旅赛道-创意组  **参赛省份：**广西  **所属高校：**广西财经学院  **联系信息：**（姓名/联系方式）

广西财经学院|创新创业学院 制

**摘 要**

项目基于南宁高校周边日租房行业绝大部分正处于无证无照经营的地下发展状态，针对在娱乐设施、服务质量、安全卫生、预约难、团体聚会需求多样化等方面难以满足客户需求的痛点，运用“连锁品牌”的经营模式，利用众筹融资，通过统一组织规划和结构管理，推出多种主题房型满足客户多方面的需求，提供全程化服务彰显在服务方面的人性化，在自身发展的基础上整合市场上零散日租房资源，形成集中化管理，通过线上与线下相结合的营销和推广模式，实现规模化经营，并进行短租、私人厨师和私密空间装修的多个经营业务拓展。本项目旨在为客户提供更规范、更优质、更具特色的聚会场所，最终形成品牌效应、实现规模化效益。

关键词：日租房 连锁经营 集中管理 规模经营 聚会

**一、执行综述**

**1.1 目的**

为消费者提供更舒适安全便捷的聚会型日租房

为有意投资于本项目者提供充分的信息

为本计划未来的经营活动提供基本数据依据和指导准则

**1.2 机会分析**

经过一段时间的行业考察及相关的资料查询后，我们发现以大学生为主的消费群体在发生群体聚会活动是，更倾向于选择具备各种桌游、KTV、游戏机及其他多种娱乐设备及卡牌游戏、提供 wifi、厨房的场所进行聚会。而正因为大学生市场旺盛的需求，高校周边出现了越来越多的提供聚会用的日租房，郊区周边也出现了越来越多的私人日租度假别墅。但是现在的绝大部分日租房以散户无证照经营为主，存在非法经营的风险，不能公开地进行商业运作，使得资源与需求难以相互满足。并且私人提供的日租房无法保障消费者的人身安全与良好的卫生环境，难以得到大学生消费群体的认同，基于双方的需求，我们将聚会日租房形成行业规模化、规范化运营，为消费者提供更安全舒适、娱乐形式多样化的新型日租房。

**1.3 行业分析**

通过对目前日租房消费市场的调研和数据采集，依据消费者的消费习惯、人数以及其他需求，我们把日租房消费市场分为别墅区消费群体、商品房消费群体。根据目前了解到的情况，别墅区日租房一般定价较高，人均消费 300-800 人民币不等，可容纳人数一般为 30 人左右，娱乐设施和服务较为完备，且提供完备的游戏策划方案和娱乐方案。别墅区日租房面向的是购买能力较强的高端消费群体，其消费需求和重复购买次数较少，资金回流速度慢，难以通过别墅区日租房在短时间内抢占日租房市场。商品房日租房包括复式楼日租房和一般商品房日租房，定价相对别墅区日租房亲民不少，单次租房人均消费仅为别墅区日租房的十分之一，娱乐设施和服务相对于别墅区日租房不够完善，但由于价格实惠，并且学生消费主体经济实力一般，其消费者的购买力决定了商品房日租房消费需求大，重复购买次数高，可盈利空间宽广。

**1.4 公司概况**

拟注册成立一个有限责任公司——FUNNY 聚会连锁日租房有限公司。公司的组织结构与公司的战略目标相匹配，由于公司属于成立初期规模较小，为了使公司的发展及其战略目标得到更好的实现，拟采用直线职能制对公司的组织结构进行一个划分，实行董事会领导下的总经理负责制，以达到各个职能部门之间的良好配合及管理优化和利润的最大化。

**1.5 公司战略**

项目前期通过多渠道的资金筹集，租赁距市区较远的高校周边的毛坯房，进行统一风格的装修。项目中后期进行与现经营的日租房房东联系加盟事宜，将现有房源进行二次包装。并办理经营许可证，提供顾客良好的消费环境，实现品牌化经营。

公司宗旨：安全通明 时尚愉悦

公司经营理念：舒适 经济 快乐

公司愿景：成为南宁日租房连锁品牌的最强音

**1.6 生产运作**

主要进行了设计装修、基本管理确保了项目的顺利进行。日租房的基本设计和装修是使得公司得到基本运营保障的基础，是公司能够规范发展的前提，所以日租房的设计装修是目前的重中之重；通过各职能部门的协调，目前形成了以市场部和设计部进行房源选址、上报总经理、通过董事会决定的一系列管理和审批程序。

**1.7 投资与财务**

公司注册资本 \*\* 万元，资本公积为 \*\* 万元。其中，创业者资金入股 \*\* %，资本入股\*\* %，风险投资 \*\* %。根据投资回收期的计算公式：PP=累计净现金流量为正的年份-1+（尚未弥补的亏损/当年现金流入≈0. \*\* 年，在不考虑货币时间价值的情况下，该项目在不到 1 年即可收回投资。此项分析表明，该项目的投资能够在比较短的时间内收回，投资风险较低。

**1.8 社会效益和经济效益**

据种子期企业需要，依据理论，项目的净现值大于 0 就可接受，该项目表明投资项目可以实施。此项分析表明，该项目的平均资产收益是比较丰厚的。根据对未来几年公司经营状况的预测，结合动静态分析指标，可以得出：如果不出现特殊情况，投资成本 1 年至 2 年即可全部收回，公司第 3 年可进入全面发展期。

除此之外，当项目发展至中后期时主要以连锁日租房、散户日租房收购以及短租业务的拓展为主，在此发展过程中公司行政组织的完善与职能部门会逐渐完善，需要招聘更多的人才，能为社会带来更多的就业机会，缓解当前社会的就业压力；且可以对目前闲置的商品房进行利用，在购置设备过程中也在不断地增加各行业的货物流通及资金回流速度，能创造更多的利益与社会价值，并实现资源的优化配置。

**1.9 结论**

在前期调查以及日租房最终设计完成并投入使用的这一段过程中，通过调查和数据分析，我们得出了关于市场现状与 FUNNY 聚会连锁日租房未来发展方向的两方面结论。FUNNY聚会连锁日租房目前仍处于发展的初期阶段，需要投入的人力、财力、物力较多，收入来源具有不稳定性。总之，鉴于“FUNNY 聚会连锁日租房”项目的运行现状及运作成本控制能力，和该行业未来广阔的发展空间，如果获得足够的投资或多方的支持才得以支撑整个公司的继续运营以及进一步的收益扩大，本项目将带来不错的回报，同时带来较大的社会效益。

**二、项目及业务范围**

**2.1 项目目标**

针对市场对团体聚会需求的多样化和欲望的递增，和现有日租房总体市场的混乱、无管制的现状的缺陷，着手于建立实体日租房品牌，建设有完整娱乐流程的实体日租房，提供从预订到退房的配套服务，为团体聚会打造规范的、完整的产业化日租房品牌。

**2.2 项目内容**

**2.2.1 实体聚会型日租房**

项目前期通过转租或收购高校附近现有的散户聚会型日租房，进行本公司风格的装修，二次包装为主题房型，进行自主经营。

项目中后期通过连锁日租房品牌建设和渠道建设，吸引散户日租房经营者向本公司进行加盟，将加盟者的日租房源进行品牌化的二次包装，打造多元化的主题房型，给消费者多样化的主题日租房以选择。现阶段规划的日租房场地信息如下：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | 表 2-1 日租房信息 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 聚会人数 | 户型面积 | 娱乐设施 | 生活设施 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**2.2.2 日租房配套服务**

本公司力求打造规范的、完整的产业化日租房品牌，为此给消费者提供以下配套服务，以满足消费者的多样化需求以及温馨体贴的服务。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 表 2-2 | 服务情况 |
|  |  |  |
| 服务阶段 |  | 服务项目 |
|  |  |  |
| 使用前 |  |  |
|  |  |  |
| 使用中 |  |  |
|  |  |  |
| 使用后 |  |  |
|  |  |  |

**2.3 营销策略**

**2.3.1 产品策略**

（1）标准化策略：公司立足于日租房连锁品牌服务，为更好服务客户公司制定和完善自身的布置及服务标准，为客户提供标准化服务。

（2）差异化策略：公司针对不同的客户要求，推出多种主题日租房型，同时根据不同人数推荐不一样的房型，满足客户需求。

（3）产品组合策略：在提供连锁高品质服务的同时，公司依托不同的消费需求为客户提供有偿食材，私人厨师等相关产品及服务。

**2.3.2 定价策略**

（1）习惯性定价：根据南宁市目前日租房平均市场价格，制定统一的标准房型价格，并对人数较少的消费群体实行以人数收费策略，此外还实行日租房生日、纪念日主题定价，实行房型面积定价，对不同面积的房型采取不同的定价。

（2）套餐优惠定价：公司针对不同的客户需求，提供了不同的产品组合，因此在定价方面，公司采取成套优惠定价，根据服务标准、产品成本和属性判定不同收费标准，此外还将针对不同时段和节日推出不同的优惠套餐。

（3）会员制优惠定价：公司将针对会员与非会员进行不同的收费，非会员以标准定价进行，会员可享受折扣，并赠送优惠券，以此稳定消费客源。

**2.3.3 渠道策略**

（1）线上渠道：通过南宁本地知名的微博、微信等营销号进行线上的广告投放，以推文和集赞形式进行消费者之间的人际广告传播，通过集满赞立减金额的形式进行折扣

（2）线下渠道：进驻高校，以赞助和代金券形式对高校社团的活动及晚会进行推广，扩大品牌知名度和影响力。

**2.3.4 促销策略**

（1）实行时间段及节假日促销制：在不同的时间段实行不同的优惠政策，一共分为上午场（9:00--16:00）、下午场（17:00--22:00）、午夜场（23:00--次日 6:00）。午夜场实行长期促销战略，且在情人节、中秋节等推出不同的优惠政策，同组合产品一同推出。

（2）实行会员积分制及次数打折制：会员客户每消费\*\*元即积一分，当客户消费满888 分时，赠送\*\* 元现金抵用券，或当累计消费达到 3 次以上时，进行 \*\* 折优惠。

**2.4 产品亮点**

（1）提供了多种主题房型，多种时间段和房型的选择，满足不同人群的需求。

（2）提供节日及纪念日主题装饰服务、餐具提供服务、食材代买和代煮的服务、和散场清理服务，顾客体验更佳，服务更为贴心。

（3）对非法经营的日租房进行整合，率先打开连锁日租房的品牌，打造品牌式连锁，树立消费者心中的品牌意识，实行规模化经营，形成完整的产业服务。

**三、市场概况**

**3.1 日租房发展情况及现状**

日租房概念近几年才刚刚兴起，行业还未形成规模，目前主要以散户经营为主，行业内无领导者。但随着近年来学生、社会团体对于集体聚会的多样性需求旺盛，学生群体缺乏一个可以举行群体聚会活动且同时满足多样化娱乐活动的私人空间，于是出现了形形色色的提供聚会用途的日租房。由于日租房是属于短租行业下的细分市场，在一定程度上来说是以满足聚会需求而生的新兴分支行业，很多行业制度与标准还有待建立和完善，绝大多数日租房都处于无证无照地下经营状态。特别是高校周围的日租房，由于管理方面存在很大的漏洞，在廉价的同时无法保障消费者的人身安全及日租房的卫生环境，此外大多数日租房在娱乐设施、服务质量及信息交换方面很难满足客户的需求，导致日租房发展状况很不明朗，其品质得不到大多数消费者的信赖。在这一背景下，新进入日租房行业的领头羊面临较大的发展机遇和市场机遇，在管理完善的情况下，拥有自身特色的日租房供应商容易抢占市场先机。

**3.2 日租房现状处理方法对比**

原处理方法：越来越多的以大学生群体的为主消费者更倾向于在春游、秋游节假日等时间找一个同时具备各种桌游及其他多种娱乐设备、提供 wifi、提供厨房的场所进行聚会。而正因为大学生市场旺盛的需求，高校周边出现了越来越多的提供聚会用的日租房，郊区周边也出现了越来越多的私人日租度假别墅。但是现在的绝大部分日租房存在非法经营的问题，不能公开地进行商业运作，使得资源与需求难以相互满足。并且私人提供的日租房不能保障消费者的人身安全与良好的卫生环境，从而影响到政府的治安管理，难以得到消费者的认同。

项目处理方式：基于双方的需求，我们将聚会日租房形成行业规模化、规范化运营。具体如下：

（1） FUNNY 聚会连锁日租房相对于普通的聚会场所，提供了更完备的 KTV 与游戏机等娱乐设施，以生日主题、纪念日主题展开的多样化娱乐形式，满足消费者当中不同群体多样化的娱乐需求。

（2） FUNNY 聚会连锁日租房规范的管理，通过日租房管理部的向消费者提供优质的服务，安全、卫生的环境，相对于私人日租房，能够提供可靠的保障，更能赢得学生青睐。

（3） 日租房为大学生群体提供了优质的聚会活动场所，在空间和格局的设计上更迎合年轻消费需求，且日租房有较强私人空间，使其在大学生中拥有广阔的市场前景。

（4） 连锁经营模式，具有规模优势，塑造品牌形象，在消费者心中树立品牌忠诚度，通过对客户数据库的管理进行定期客户关系维护，使得消费者产生定向消费信任。

（5） 多主题、多房型设计，根据消费者的人数向消费者提供面积合适的日租房房型，实现资源与消费者的最优配置，节省消费者开支，同时扩展多种面积的房型。

（6） 以小时制进行日租房销售运作，进行分时段的时间安排，过夜则需要以入住登记形式进行，剔除了非法租赁的可能，方便治安管理。

**3.2.1 市场细分**

通过对目前日租房消费市场的调研和数据采集，我们进行了以大学生为主的问卷调查，数据显示在被调查的 \*\* \*\* 名调查对象当中，其中\*\* %左右的人群有重复消费日租房的经历，由此可推测以大学生为主要消费群体的日租房市场体量大，日租房市场有很大的行业进驻价值。此外，通过对大学生在日阻挡方面的消费习惯、人数以及其他需求等因素，我们把日租房消费市场分为别墅区消费群体、商品房消费群体两大方面。

（此处原有商业模式分析图，涉及具体业务流程，已删）

图 3-1 日租房消费频次统计

根据目前了解到的情况，别墅区日租房一般定价较高，人均消费 \*\* \*\* -\*\*\*\*人民币不等，可容纳人数一般为\*\*人左右，娱乐设施和服务较为完备，且提供完备的游戏策划方案和娱乐方案。别墅区日租房面向的是高端消费群体，消费需求和重复购买次数较少，盈利空间窄。

商品房日租房包括复式楼日租房和一般商品房日租房，定价相对别墅区日租房亲民不少，单次租房人均消费仅为别墅区日租房的十分之一，娱乐设施和服务相对于别墅区日租房不够完善，但由于价格实惠，并且学生消费主体经济实力一般，其消费者的购买力决定了商品房日租房消费需求大，重复购买次数高，可盈利空间宽广。

**3.2.2 目标市场**

根据公司目前制定的发展规划以及盈利目标，经过数据比对与调研后，FUNNY 团队决定选取商品房日租房消费市场为目标市场。在项目发展前期阶段，由于经济实力等因素的限制，市场体量相对较大的商品房日租房市场能够为公司带来更大的利润收入，有利于加快资金回流速度，以进行下一阶段的计划投放。且日租房是受距离因素影响的消费品，目前主要把日租房地点定位于高校周边，就近学生消费群体，吸引更大的消费者进行消费。

在项目发展前期阶段，主要以进驻各大高校为主，为各大高校社团提供活动赞助，以赠送现金券和抵用券给学校社团等方式进行对目标市场的线下广告投放；其次还将通过南宁本地知名的微博、微信等营销号进行线上的广告投放，以推文和集赞形式进行消费者之间的人际广告传播，通过集满赞立减金额的形式进行折扣。在此阶段主要通过扩大知名度和拓宽用户受众面为主，进行目标市场的品牌影响和渲染。

**3.2.3 市场定位**

通过对当前市场情况的观察，针对目前以学生为消费主力军的市场，由于其购买能力较低，且对于娱乐形式、安全舒适度的要求较高，FUNNY 连锁日租房主打价格亲民、房型多样、安全更有保障以及服务更加周全的日租房，在消费者心中塑造安全舒适、经济实惠、娱乐活动丰富的品牌形象。

**3.3 产业分析**

由于市场需求旺盛，出现了形形色色的日租房。有大量长租改短租、以自住房为租赁对象的"家庭旅馆"，有整体装修过的规模化"日租房"，甚至有仿照"太空舱"的"胶囊公寓"。但高校周边日租房多为在校学生经营的粗糙简陋的，无安全保障的私人房，为需要室内聚会地点的在校生提供的场所。但因为是新兴行业，很多行业制度还有待建立和完善。目前，绝大多数日租房都是处于地下状态，属于无证无照经营。日租房作为新生事物，给人们带来廉价、便捷、舒适的同时，还有些方面不尽人意，需要改进。相信随着时间的推移，市场的逐步规范，日租房会给人们带来更多的实惠和便利。

**3.3.1 供应商的议价能力**

目前南宁市商品房单间配套月租在 1500 左右，波动较小，供应充足，且大学城周边的商品房出租率较低，房屋拥有者在此时作为供应商议价能力一般。此外日租房需要的各项设施随处即可购买到，电子娱乐设备、棋牌类设备和炊具等设备购买难度很低，在此方面的议价能力也一般。

**3.3.2 购买者的议价能力**

目前南宁市商品房日租房定价波动幅度较小，散户经营具有较大的生存风险以及经营的不确定性。在同等条件下 FUNNY 日租房为客户提供更多的娱乐空间与活动以及全方位的服务，消费者对于日租房消费议价能力一般。

**3.3.3 潜在进入者的威胁**

日租房市场的准入门槛较低，技术含量不高，只要存在可盈利的商机，就会涌入拥有充足资金的竞争者。且已经发展成熟的酒店/民宿，若将部分区域规划为日租模式，那么他们的变化将会对我们产生较大的威胁；拥有丰富资金链的投资者有较大优势。所以在此方面，FUNNY 团队将从拥有较强资金链的短租服务上寻找竞争者。

**3.3.4 替代品的威胁**

日租房是为了满足聚会的多样性衍生出来的在短租市场下的一个细分市场，它的出现使得不同消费者追求的多种娱乐形式能在一个空间同时进行，从行业的形态以及短租市场等方面来看，日租房市场短期内被整合与替代的可能性不大。

**3.3.5 同行业竞争者的竞争程度**

目前日租房市场没有行业领导者，且都以散户经营为主，其消费者形成消费忠诚与对该商家的认可的可能性较低，没有强有力的竞争者出现在市场当中，所以在该行业当中，想要发展成为行业的领导者想对来说竞争力较低。

**四、公司概况**

**4.1 公司性质**

拟注册成立一个有限责任公司——FUNNY 连锁日租房有限公司

**4.2 部门设置**

**4.2.1 公司组织结构设置**

公司的组织结构与公司的战略目标相匹配，由于公司属于成立初期，规模较小，为了使公司的发展及其战略目标得到更好的实现，拟采用直线职能制对公司的组织结构进行一个划分，实行董事会领导下的总经理负责制，以达到各个职能部门之间的良好配合，以达到管理和利润的最大化。公司具体组织结构的设置图见图 4-1。



**4.2.2 部门主要职责**

董事会：

决定公司的经营计划和投资方案

制定公司的年度财务预算决算方案

聘任或解聘公司总经理

制定公司的基本管理制度

总经理：

完成董事会决议的年度经营目标

协调各部门经理制定公司的发展计划

主持公司的购进及经营管理工作

代表公司出席各种公关活动

企管部：

负责公司日常经营管理工作

负责公司人力资源管理工作

建立制度，制定年度发展计划

为其他职能部门的工作提供支持

财务部：

对公司的资金进行管理，制定筹资、资金管理和资金使用计划

提供公司的财务数据和财务报表分析

提交公司利润分配方案

负责日常会计工作，现金流控制以及成本控制

接受各部门支出的账务管理

公关部：

争取政府支持，监管市场职能

进行企业形象宣传，提高企业知名度

负责招商引资，扩大日租房及短期租房业务范围

企业资本化运作探究

设计部：

负责日租房地址选址

进行日租房风格和主题的设计，提供临时节日如生日的布置方案

日租房的翻新装修、设施购进计划及空间布置

负责所需装修、装饰材料及设备的购进

市场部：

进行产品受众及潜在消费者的调研和用户发掘

发掘以年轻消费群体为主的新消费市场

进行日租房销售活动及的策划以及广告招商的策划

负责客户关系管理，建立会员制等吸引消费的客户积分制

日租房管理部：

负责日租房出售的安全告知、功能介绍等关于日租房的现场服务

为有食材需求的客户提供食材采购等需求

进行客户需求的生日等主题房型的临时布置

在客户使用日租房过程中随叫随到

负责日租房日常清理及打扫工作，保持清洁卫生

**4.3 管理机制**

鼓励创新：鼓励公司员工进行新的可用房型进行选址建议，结合社会背景及年轻消费群体的需求，广泛征集互联网及客户意见，对新的主题房型进行设计探索当员工建议最终通过董事会决议被采用后，予以依照公司薪酬管理制度进行一定的奖励。

绩效管理：吸引室内设计师及市场总监等高级人才应征公司招聘，对于设计师和市场总监采取灵活的管理和激励方式，通过期权激励及入股制提高高级人才在本公司的工作热情；对于通过自身努力宣传公司产品为公司带来销售业绩及利润收入的各部门员工进行按照薪酬管理方法进行一定额度的奖励。

通明晋升：在晋升方面依据员工的工作内容制定了两种晋升方法，采用设计部、市场部和一般行政岗位的晋升机制，设计部的晋升通道为设计员→设计师→设计总监，市场部则通过业绩量进行晋升管理，晋升通道为销售员→销售经理→市场总监，行政岗位的晋升通道为一般员工→主管→高级行政人员。随着公司员工的职务提升，报酬和待遇也进行相应的提升。

**4.4 人员配置**

依据公司当前阶段和公司规模，需要的人员组成如下

（此处表格内容涉及具体业务分析，已删）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 部门 | 具体安排 | 人数（人） |  |
|  |  |  |  |
| 行政部 |  |  |  |
| （含公关部） |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
| 财务部 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 设计部 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 市场部 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 日租房管理部 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 总计 |  |  |  |
|  |  |  |  |

**4.5 公司理念**

公司宗旨：安全通明 娱乐至上

公司经营理念：舒适 经济 快乐

公司愿景：成为南宁日租房连锁品牌的最强音

**4.6 公司简介**

FUNNY 聚会连锁日租房有限公司是一家以打造安全舒适、经济实惠、流行娱乐为主的短期聚会地点的连锁公司，在当前南宁市日租房管理混乱、无证经营、环境较差的背景下， FUNNY 聚会连锁日租房通过有组织、有计划地对房源进行管理，解决现存的日租房管理混乱的问题，并依据相关法律法规，向政府部门寻求帮助，一改日租房目前无证经营的现状；此外通过引进高级人才，将房屋进行合理的空间规划设计，进行符合目前消费主流的审美布置，打造安全舒适的日租房环境，促进南宁市日租房行业的健康和可持续发展，也为目前管理混乱、无证照经营的日租房散户提供新的发展机遇和合作机会。

公司目前已进行初步的组织结构规划，并将相应的工作落实到各个职能部门，有条不紊地将公司目标落到实处。无论是发展的前期阶段还是未来的各个阶段，公司都将秉承着宗旨，以公司的经营理念为日租房的主要打造方向，打通自己的品牌与销售渠道，提高知名度后再进一步进行规模的扩大和业务的拓展，早日实现成为南宁日租房连锁品牌最强音的愿景。

**4.7 战略目标**

在未来 3-5 年内公司将致力打造成为有明确管理制度和有高校管理办法的组织机构，依据法律法规打造安全保障的日租房环境，通过高级设计师的专业设计与规划向消费者提供舒适、安全、便捷的聚会地点的新型日租房。待公司运营走上正轨后开始考虑进行日租房散户的并购和连锁店在大学生周围的发展，此外还将进行短租、私人厨师及私人空间等几大业务的拓展。短租业务主要是为了解决有烹饪及游戏娱乐等需求的短期停留，主要的竞争者是一般的便捷酒店；私人厨师业务主要是在为有需要的日租房消费者提供代煮服务，让客户可以解放双手尽情娱乐，不受烹饪压力的限制；私人空间主要是通过设计部与客户共同携手，一起设计出消费者梦寐以求的私人空间风格。在战略规划上，FUNNY 团队希望能够通过主营业务与拓展业务将企业发展壮大，在南宁成为首屈一指的连锁日租房品牌。

**4.8 总体规划**

安全可靠是消费者在选择消费任何产品时的首要考虑因素，也是人类在生存过程中的首要追求，是世界各地及各个组织的第一目标。在公司的发展过程中，将一直秉承安全可靠的第一目标，加大对建设安全可靠的日租房环境的资金投入，通过对房型的独特设计满足消费需求，同时通过各项政策和政府监管，争取各方合作，采取“扩张发展”模式，实现成为南宁日租房第一品牌的目标。

**4.8.1 “扩张发展”模式**

“扩张发展”模式在 FUNNY 聚会连锁日租房应用的基本思路是：在现有的日租房基础上，通过线上推广和地推，扩大品牌知名度，并吸引日租房散户入驻本公司，待日租房产品得到稳定的发展后，进行相关的短租业务、私人厨师、独特空间的业务拓展，实现业务的扩张式发展。

**4.9 发展战略**

**4.9.1 初期（0-0.5 年）**

在发展初期阶段，主要是为公司的正常运行和基本运营与宣传推广做准备工作，进一步完善日租房的环境，完成经营证照的申请和涉及到的专利商标的注册，解决房源选址和设计问题，完成日租房的风格装修及设施改善工作，保证各个环节的正常运转，建立消费者数据库，记录消费者的消费偏好于消费习惯。与此同时完善人员招聘和员工培训等工作，并加强对员工的基础培训和管理。

**4.9.2 中期（0.5-3 年）**

发展中期是公司盈亏平衡及各项指标均正常以后投入市场运营的稳步发展阶段，按照目前的财务预测，公司将在 1 年左右达到盈亏平衡。日租房的发展首先以南宁市西乡塘区为中心，就近大学城，靠近消费主力军，进行 FUNNY 聚会连锁日租房的大量线上线下宣传推广，并与高校各个社团进行合作，树立 FUNNY 聚会连锁日租房的品牌形象，建立消费者的品牌忠诚度，做好客户关系的维护和管理。

此外，发展中期是公司发展速度最快的阶段，此时应借助公司的优势和品牌的知名度，及时进行连锁店的开办与当前日租房散户的加盟并购，扩大 FUNNY 聚会连锁日租房的规模，以稳定的房源数量供应市场的需求，并及时进行其他业务的拓展，推出短租和私人厨师等业务板块。

**4.9.3 后期（3-5 年）**

此时是公司在中期快速发展后的调整，进入再发展阶段，届时将依据公司的规模进行公司组织结构的再度调整，以适应战略需求。同时进行 FUNNY 连锁日租房的地区扩张，到新的城市开拓新的市场，成为广西乃至西南地区数一数二的日租房连锁品牌。

**4.10 设计装修**

日租房的基本设计和装修是使得公司得到基本运营保障的基础，是公司能够规范发展的前提，所日租房的设计装修是目前的重中之重。日租房的设计装修主要以设计部门的设计方案为主，通过市场部的数据调研与多方走访、比较，最终选定广西民族大学西校区旁的小区为 FUNNY 聚会连锁日租房的第一个房源，毗邻广西\*\*大学、广西\*\*\*\*\*\*\*\*学院、广西\*\*学院、广西\*\*\*\*\*\*\*\*学院和南宁\*\*\*\*学院等众多高校，处于目前以大学生为消费主力军的市场环境当中。此外还将对日租房进行多种房型的设计，目前计划设计实施的第一个主题为“绿色家园”，即以绿植的装饰为设计理念，引用绿色元素为日租房的主色调，打造“轻松呼吸、远离喧嚣”的日租房环境和轻松的氛围，让消费者在日租房的娱乐期间得到身心的放松和精神的享受。公司的下一个房源选址，目前计划以广西大学片区为主进行选址，目前暂定下一个日租房的主题为“温馨小屋”，打造优美浪漫的日租房环境。

**4.11 基本管理**

通过各职能部门的协调，目前形成了以市场部和设计部进行房源选址、上报总经理、通过董事会决定的一系列管理和审批程序，市场部通过第一手数据调研为公司的决策提供数据支撑，继而通过设计部对产品进行进一步的深度设计，最终使日租房产品投入使用，在使用期间日租房管理部为消费者提供无微不至的服务，保证了消费者在使用日租房期间的用户体验，最后通过各个行政部门的相互配合，提高公司的知名度，为公司的财务进行理性的规划和下一步目标实现的计划进行判断，再将这些数据和报表一并上交到总经理处，总经理通过数据的处理提出下一步分发展建议，最后将建议与数据一同上交董事会，董事会通过表决决定下一步的发展方向。

**五、财务预算**

**5.1 股本规模和结构**

公司注册资本\*\*万元，资本公积为\*\* 万元。其中，创业者资金入股\*\*%，资本入股\*\*%，风险投资 \*\*%。股本规模和结构如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 实收资本 | 风险投资 | 资本入股 | 创业者资金入股 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

 风险投资  资本入股  创业者资金入股

**7.2 装修投资估算**

**7.2.1 初期装修概况**

项目前期筹集启动资金，初期通过租赁现有日租房房源，制定统一风格，对设施及软件进行标准化。以较少的租金与改造资金进行重新装修，以达到预期效果。项目中后期进行与现经营的日租房房东联系加盟事宜，将现有房源进行二次包装。并办理经营许可证，提供顾客良好的消费环境，实现品牌化经营。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **7.3.2 投资财物现金流量表** | （此处表格内容涉及具体业务分析，已删） |  |  |
|  |  |  |  | 表 7-3 | 投资财务现金流量表 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 项目名称 |  |  | 第一年 |  | 第二年 | 第三年 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 一、经营活动产生的现金流量： |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 销售日租房租赁服务收到的现金 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 收到其他与经营活动有关的现金 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 经营活动现金流入小计 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 支付给职工以及为职工支付的现金 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 支付其他与经营活动有关的现金 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 经营活动现金流出小计 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 经营活动产生的现金流量净额 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 购建固定资产、无形资产和其他长期资产 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 所支付的现金 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 净现金流量合计 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 二、筹资活动产生的现金流量 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 吸收投资收到的现金 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 收到的其他与筹资活动有关的现金 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 三、现金及现金等价物净增加额 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **7.3.3 利润表** | （此处表格内容涉及具体业务分析，已删） |  |  |
|  |  |  |  | 表 7-4 利润表 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 项目 |  | 第一年合计 |  | 第二年合计 |  |  | 第三年合计 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 一、营业收入 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 商品销售收入 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 二、营业成本 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 减：管理费用 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 销售费用 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 三、营业利润 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 加：营业外收入 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 减：营业外支出 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 四、利润总额 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 减：所得税费用 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 五、净利润 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **7.3.4 投资回收期** | （此处表格内容涉及具体业务分析，已删） |  |
|  |  |  |  | 表 7-5 | 投资回收期 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 年份 |  |  |  | 期初 |  | 第一年 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 每年净现金流量 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 年初尚未收回的投资额 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 各年年末尚未收回的投资额 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

根据投资回收期的计算公式：PP=累计净现金流量为正的年份-1+（尚未弥补的亏损/当年现金流入≈0.99 年，在不考虑货币时间价值的情况下，该项目在不到 1 年即可收回投资。此项分析表明，该项目的投资能够在比较短的时间内收回，投资风险较低。

**六、风险防范与市场退出**

**6.1 风险预测**

（1）客户流失：由于主要群体对象是大学生市场，大学生流动率导致客户流失率高。

（2）资金链风险：日租房行业大多是个体经营户，需要筹集资金。本公司品牌尚未

打开市场，资金短缺，难以吸引投资者投资，资金投入量大，回报期较长，存在资金筹集和资金管理的风险。

（3）内部管理风险：本公司有清晰的发展规划，并且拥有相应的专业知识，但在实战方面缺少经验，存在内部管理风险。

**6.2 应对方法**

（1）仔细做好项目前期工作，研究日租房大学生消费习惯、消费喜好，大学生对南宁市现有日租房的运营情况及使用情况所持的态度，访问大。学生对现有日租房及未来日租房发展的看法，以制定出准确的解决方案。

（2）建立即时有效的信息反馈渠道，随时掌握市场和项目动态。

（3）灵活运用财务杠杆，在适当范围内，保证项目收益最大。

（4）项目成员完善自身的管理知识，并在项目进行中积累经验，以降低管理风险。

**6.3 资本退出模式**

**6.3.1 并购退出**

并购指一个企业或企业集团通过购买其他企业的全部或部分股权或资产，从而影响、控制其他企业的经营管理，并购主要分为正向并购和反向并购，正向并购是指为了推动企业价值持续快速提升，将并购双方对价合并，投资机构股份被稀释之后继续持有或者直接退出；反向并购直接就是以投资退出为目标的并购。

**6.3.2 管理层收购**

管理层收购(MBO) 是指企业经营者或所有者从直投机构回购股份，被视为减少公司代理成本和管理者机会风险成本的可行手段而得到迅速发展，是一种有生命力的金融制度。对于企业而言，可以保持公司的独立性，避免因创业资本的退出给企业运营造成大的震动，企业家可以由此获得已经壮大了的企业的所有权和控制权，同时交易复杂性较低，成本也较低。

**6.3.3 公司清算**

若公司已确认项目失败的创业资本应尽早采用清算方式退回以尽可能多地收回残留资本，其操作方式分为亏损清偿和亏损注销两种。如果因为所投资的企业经营失败等原因导致其它退出机制成为不可能时，对公司解散和清算将是避免更大损失的唯一选择。

**七、团队介绍**

本团队的成员为广西财经学院学生韦\*\*、苏\*\*、何\*\*、潘\*\*、李\*\*、庞\*\*。

韦\*\*：项目负责人，有过成功举办广西财经学院市场调查分析大赛的经历，善于协调团队和人事管理;主要负责统筹项目进展，管理团队，执行能力和领导能力强。

苏\*\*：技术负责人，熟悉公众号运营，熟悉 spss 软件的操作;主要负责该项目在网上平台的设计、维护、运营及推广工作。

何\*\*：市场负责人，曾到台湾留学，附于市场的变动较为敏锐，擅长挖掘新市场; 主要负责联系合适的加盟商，为资源的整合做工作， 并进行市场分析和业务拓展。

潘\*\*：财务负责人，做事认真负责，熟练操作办公软件，擅长财务管理，负责财务收支的管理。

李\*\*：采购部负责人，掌握大量的商品信息，负责日租房内部设备的采购。

庞\*\*：客服负责人，负责对接消费者以及售后服务，日常日租房经营情况