

杭州拓海科技有限责任公司

创业计划书

Hangzhou Tuohai Sci-tech Co., Ltd

—科技拓海，品质领航

浙江工业大学拓海创业团队

2023 年 4 月

序

杭州拓海科技有限公司拟建计划书通过浙江工业大学拓海创业团队所有成员的共同协作，先后经历了项目选择、市场调研、资料收集、可行性分析、计划书撰写、计划书修改六个阶段，于二〇〇八年四月最终定稿完毕。在此期间，团队的所有成员都付出了大量的心血和汗水，彼此之间建立了深厚的友谊。通过本次合作，各位成员在团队协作、知识实践运用等方面也得到了很大的锻炼。相信在此后的生活中，大家会用更坚定的意志去战胜也许碰到的困难。

在此定稿之际，谨向所有支持、关心和帮助过我们的各位老师同学，特别是软件学院的王万良专家，机电学院的张昌生专家，经贸学院的鲁爱民老师等致以最真挚的谢意。

同时，也感谢各位评委老师的悉心教导，感谢主办方、承办方的辛勤工作，感谢你们给了我们一次学习和锻炼的机会。

浙江工业大学拓海创业团队

2023年4月

目 录

序	3
1 执行总结	4
1.1 公司及产品介绍	4
1.2 市场分析	4
1.3 营销策略	5
1.4 投资与财务	5
1.5 组织与人力资源	5
1.6 风险与退出	6
2 项目背景	7
2.1 产业背景	7
2.2 产品概述	7
3 市场分析	8
3.1 市场现状	9
3.2 市场机遇	9
3.3 市场前景分析	9
3.4 目的市场	11
3.5 竞争性分析	11
3.5.1 重要竞争者:	11

3.5.2 潜在对手和替代品	12
3.5.3 竞争对策	13
4 公司战略	14
4.1 公司概况	14
4.2 公司理念	14
4.3 公司使命	14
4.4 公司文化	15
4.5 公司标语	15
4.6 发展战略	15
4.6.1 发展目的	15
5 市场与营销	16
5.1 市场规划	16
5.2 客户分析	17
5.3 营销策略	18
5.3.1 产品策略	18
5.3.2 价格策略	19
5.3.3 定价	19
5.3.4 服务中的价格策略	20
5.3.5 产品推广方案	20
5.4 品牌设计	21
5.5 营销过程中的管理与控制	24

5.6 委托加工关系 (OEM 关系)	25
5.6.1 OEM 能带来什么 ?	25
5.6.2 OEM 操作流程:	26
5.6.3 OEM 策略示意图	28
5.6.4 我们的 OEM	28
6 人力资源管理	30
6.1 职务级别	30
6.2 薪酬制度	30
6.2.1 总则	30
6.2.2 薪酬内容与结构	31
6.2.3 固定工资的构成	31
6.2.4 绩效工资与奖金	32
6.2.5 附加薪酬与福利	32
6.2.6 薪酬支付	32
6.2.7 薪酬组织	33
7 财务分析	35
7.1 股本结构与规模	35
7.1.1 项目资本金和贷款资金	35
7.1.2 公司的股本结构	35
7.2 公司产品的销量与平均价格	35
7.3 人员配备情况及薪酬水平	35

7.4 重要的财务报表预测	36
7.5 财务报表总体分析	40
7.6 风险投资分析	41
7.7 风险退出机制	42
7.8 财务报表附表	42
8 管理体系	45
<hr/>	
合理的管理体系,优秀的管理团队,各部门分工合作,为拓海的未来而奋斗。	45
8.1 公司性质	45
8.2 公司构架	45
8.2.1 组织结构	45
8.3 创业顾问团简介	46
8.4 创业团队简介	47
8.5 办公场合	48
8.6 固定资产	48
8.7 合作与协作关系	48
8.7.1 合作开发	48
8.7.2 委托加工关系 (OEM 关系)	49
9 机遇与风险	49
<hr/>	
9.1 机遇	49
9.2 外部风险	50

9.3 内部风险	50
9.4 解决方案	50

1 执行总结

拓海以创新的思维理念, 先进的市场机制, 以及科学的管理模式, 为中国海上石油产业打开一片新的天地。

1.1 公司及产品介绍

杭州拓海科技有限公司是一家拟组建的公司, 公司发展初期将致力于从事生产 HYQ 型油气混输泵机组, 以解决石油、化工等行业多相流体混合输送难题。

本公司拥有“HYQ 型油气混输泵系统”等多项高新技术, 专利 3 项, 其他相关专利正在申请中。这是根据中国石油、化工等行业的现状而决定研究开发的一项具有结构独特、高效节能(泵效率达 75%以上)、运营平稳、流量调节区域宽、输送介质温度可达 160° C、可长期干运转、操作维护方便等特点的系统; 此外, 此套泵系统所配套的远程控制系统基本可以实现海上无人作业, 也填补了在输油泵市场中电子智能化的空白。

HYQ 型油气混输泵机组目前已在中国海洋石油有限公司渤海分公司的 QK1-82 平台上试运营近一年时间, 产品优越性已经得到普遍认可。

1.2 市场分析

据科学测算, 全球的油田油井开采中, 因油气混输技术难题而浪费的油气资源折算近 10 亿美元, 解决这个问题已是迫在眉睫!

目前国内 10 余万口油井中 3 万多口属油气混存，根据各油田的初步调查记录分析，每年需油气混输泵 1200 台套以上，产值约 4 亿元。海上石油平台每年需油气混输泵机组装置 100 台套以上，产值约 3 亿元。可见市场潜力巨大。

本公司生产的 HYQ 型油气混输泵机组能针对性地解决目前石油、化工等行业多相流体混合输送难题。当前市场上同类机械产品依赖进口、价格昂贵，且不能满足现行社会提倡的节能号召，公司以此作为产品的市场切合点迅速满足海上石油运送所需的输油泵的市场需求。

当前我国海上油气运送大多采用国外进口机械，每台机组价格在 1100 万—1200 万之间。本公司生产的 HYQ 型油气混输泵机组不仅能解决油气混输难题，并且实现了电气化控制，运营稳定，显著提高了工作效率。通过相关参数的计算，本公司将每台机组售价定在 500 万元。所以本公司生产的 HYQ 型油气混输泵机组除了具有很大的性能优势，还具有很大的价格优势。

1.3 营销策略

由于本公司产品的用途重要用于海上石油钻井平台的油气输送，基于此，目的市场界定于中国海洋石油及其各下属子公司。通过对中海油公司基本状况，购买方式，市场潜力预测，客户需求等方面进行客户研究，我们制定出相应的营销策略，涉及产品策略，价格策略，产品推广策略等，并通过营销过程中的管理和控制策略。

为使公司在市场竞争中处在优势地位，合理规避风险，公司决定指定硬件生产商进行硬件部分的生产，即 OEM 生产模式。因此公司将会与该行业中诚信度高，质量有所保证，管理系统良好的生产商联系并洽谈，积极促成双赢的战略协作伙伴关系。这样一来我们的产品就可以实现“零库存”，为销售的成功提供了保守性的保障。

1.4 投资与财务

杭州拓海科技有限公司是一家新兴的科技有限责任公司，公司设在杭州滨江高新技术园区，可申请享受“二免三减半”的税收优惠政策。

公司的股本规模及结构暂定为：公司注册资本 800 万。其中创业团队入股 360 万（占公司注册资本 45%）；外来风险投资入股 240 万（占公司注册资本 30%）；浙江工业大学软件学院专利技术入股 200 万（占公司注册资本 25%）。

公司成立初期共需资金 800 万，其中用于固定资产投资 281 万，其它办公设备 96 万，流动资金 223 万，无形资产 200 万。外来风险投资资金 240 万，分两次进入，分别为 156 万、84 万，借款一次，一年短期贷款，为 55 万。

第一年估计实现净利润 1389.914 万元，之后保持稳步增长，回报率基本维持在 61%，投资回收期为一年。

1.5 组织与人力资源

本公司性质是有限责任公司，初期组织结构采用责任制。公司所有权与经营权分离，实行总经理负责制。机构设立较为全面，总经理下设技术生产部、人力资源部、财务会计部、营销服务部四个部门，争取用较少的人力发明更大的效益。创业团队成员将负责公司各部门的工作，同时本公司还聘请了多位各领域的资深专家担当顾问。

1.6 风险与退出

技术等无形资产占本公司总资产比重较高，一定程度上减少了投资风险。在公司发展初期，当前具有的专利产品已投入试运营，风险投入的第一笔资金将大部分用于产品的销售（公司产品一旦大规模投产即具有了高额赚钱能力），因此，此时风险投资商没有产品研发失败的风险和极低的产品滞销带来的损失。同时，在公司战略发展期，“科技战略”使得公司的绝大部分资金运用在科技创新上，而公司及时的市场需求信息和聘请的资深行业专家顾问团可以减少创新失败的风险。公司的委托加工（OEM）也大大减少了固定资产的投入，增强了资金流动能力。当然，风险是不可预知的，当遭遇高风险时，公司可以在短时间回收在技术研发的大笔资金，同时继续保有在产品的维修、维护方面的收入，安全规避风险。

2 项目背景

依托领先的技术产品，深度挖掘产品产业背景，拓海用理性的眼光，判断自身定位与发展，走进市场。

2.1 产业背景

随着海上石油开发力度的进一步加大，对于相关机械产品的规定也在日益提高。中国海洋石油有限公司是中国最大的海上石油及天然气生产商。2023 年，中海油公司实现油气净产量 1.71 亿桶油当量，同比增长 2.6%。其中，中国海域净产量为 1.49 亿桶油当量。但是目前的海上油气开采所使用的输油泵面临油气无法混输的高成本问题，杭州拓海科技有限责任公司运用科技研发，解决了石油、化工等行业多相流体混合输送难题。此项技术将运用于中海油在中国海域的 100 多个开采平台，增强油气运送设备的高效稳定性。2023 年，中海油公司计划有 10 个新项目投产，此项新技术的运用将更为广泛。

2.2 产品概述

HYQ 型油气混输泵是浙江工业大学为解决石油、化工等行业多相流体混合输送难题而开发成功的高新专利产品。该机组具有技术先进、结构独特、高效节能（泵效率达 75%以上）、运营平稳、可靠、流量调节区域宽、输送介质温度可达 160° C、可长期干运转、操作维护方便等特点。

HYQ 型油气混输泵机组由创新型外环流活塞泵、油气混输罐、减速机、控制柜等几部分组成。

特点：输送介质时无搅动，无脉动，平稳输送，自吸性能好，扫舱能力强，结构简朴，使用寿命长，能输送非润滑性介质，最大特点能在高温季节输送汽油等易挥发性的油品。具有一定的油气混输能力。对的选用材料，可以输送食品和很多有腐蚀性的介质。

性能特点

- ※ 气、液或气液混合的输送功能
- ※ 可长期运转
- ※ 运行平稳
- ※ 流量调节区域宽
- ※ 结构紧凑，占用空间小
- ※ 高效节能
- ※ 适用范围广



应用领域

- ※ **油田油井** 将开采介质升压，输送到主管线；
- ※ **海上油田** 直接将油井开采介质输送至平台或陆地上的处理中心；
- ※ **低产油田** 可明显降低井口回压，提高油井产量；
- ※ **边远油田** 可把边远小油田与大区块油田相连，实现边际油田经济而有效的开采；
- ※ **沙漠油田** 将沙漠腹地油井开采介质直接送至沙漠边缘的集输站；
- ※ **管线集输** 不需要进行分离即可将油、气、水多相介质压送到指定的处理中心或原油加工厂；使得油田生产成本有效下降；
- ※ **投资少、效益高** 由于减少了繁杂的分离器、空压机以及两套独立的气液输送管线，降低了沙漠油田的建设投入和管理费用。

(图 2.1 产品一览)

型号	流量 m ³ /h	进口压力 MPa	压差 MPa	压力比	含气量 %	转速 rpm
HYQ -20/1.0~3.0	≤20	≤1.0	1.0~3.0	≤4	≤90	≤400
HYQ -32/1.0~3.0	20~32					
HYQ -40/1.0~3.0	32~40					
HYQ -50/1.0~3.0	40~50					
HYQ -63/1.0~3.0	50~63					
HYQ -80/1.0~3.0	63~80					
HYQ -100/1.0~3.0	80~100					≤300
HYQ -125/1.0~3.0	100~125					
HYQ -150/1.0~3.0	125~150					
HYQ -200/1.0~3.0	150~200					
HYQ -250/1.0~3.0	200~250					
HYQ -300/1.0~3.0	250~300					

(图 2.2 产品性能)

3 市场分析

通过对目的市场及其趋势的分析和预测,拓海将凭借自身独特技术优势和无限潜力把握市场机会,充足占有市场。

3.1 市场现状

近年来,中国将进一步加大基本建设投资,加速基础设施建设和技术改革步伐,将促进煤炭、冶金、电力、石油、化工、农业排灌等泵产品传统市场的扩大,同时也增长了泵行业新的市场。

预计到 2023 年，工业泵工业总产值将达成 170 亿元，可实现销售收入 180 亿元。2023 年，工业泵行业工业总产值预计达成 180 亿元，销售收入达 190 亿元，是 2023 年的 150%。行业经济效益将得到明显的提高。

石油化工工业用泵是石化生产装置中用量最大的转动设备，它像人的心脏输送血液那样把各种液体介质如原油、成品油、化工原料、中间产品和成品输送到其他地方。我国石化用泵通过数年的发展，品种比较齐全，特别是改革开放以来引进不少国外先进技术，技术性能和产品质量有了很大提高。

最近几年，国内不少泵生产公司从国外引进先进技术，使石化泵的技术水平有了较大提高。但是依靠引进国外先进技术也带来一定的问题，比如较高昂的知识产权费用，高昂的售后服务费用等等都限制了公司的经济利润。

3.2 市场机遇

目前的海上油气开采所使用的输油泵面临油气无法混输的高成本问题，导致大量天然气在开采平台上由于无法运送而燃烧浪费，燃烧的天然气价值相称于同时开采的石油价值的 30%。此外，由于燃烧天然气也导致了环境污染等问题。随着海上石油开发力度的进一步加大，以及对环境质量的责任心增强，设计制造能油气混输的输油泵是其发展的必然趋势。

同时，进口设备在引进的过程中存在诸多问题：价格昂贵，维修费用高昂，且出现突发状况无法及时到现场进行维修服务，与此同时，随着国内科技不断发展，技术不断提高，国内设备存在着诸多优势。

3.3 市场前景分析

3.3.1 输油泵市场的行业特点

输油泵行业是石油机械行业的一个分支，与一般的消费品市场不同，它是一个典型的工业品市场，具有以下特点：

（一）购买者人数较少，但是购买数量大

输油泵市场的营销人员一般比消费品市场的营销人员接触的顾客要少，但是顾客购买的数量要比消费品市场购买的数量大的多。输油泵的购买多为集中采购，每个油田一般根据生产的需求，每月集中采购一次，数量多为几百台，涉及的资金数额多达几百万、上千万元。

（二）买卖双方关系密切

由于购买的人数较少，大买主对输油泵的生产商更具重要性和更有力，他们之间的关系也更为密切。生产商经常被规定提供公司生产所需的各种输油泵，生产商也乐意与使用者密切沟通，生产用户所需的产品。盼望供应商参与由公司顾客举办的特殊研讨会的情况越来越多，生产商在开发出新产品以后，也总是规定公司用户前往鉴定，销售总是在与技术规格和交货规定与购买者密切合作的供应商中达成。

（三）购买人员较为专业化，影响购买的决策者多

输油泵市场购买的技术性较强，对产品质量、规格、性能的各个方面都有严格的规定，通常有由专业知识丰富、训练有素的专职人员负责采购，这意味着行业营销者必须提供他们的产品和竞争品大量的数据，并能准确的掌握。和消费者的购买决策相比，影响输油泵市场购买决策的人员比较多，技术专家、高层管理人员都会影响购买决策。

（四）专用性强，对产品质量、服务质量规定高

石油开采是个高风险、高投入的行业，生产工艺复杂，协作单位众多，许多材料投入均为一次性使用，因此油井的维护费用很高。据调查，由于当前开采平台上使用的设备为国外进口，维修服务也需外国专家前来指导，在此过程中需要承担高额费用以及长达几个月的时间。海上油田每口井的维修费用均在几十万元以上，一旦油井需要维护则损失很大。因此，用户对下井工具规定十分的严格，有任何产品质量缺陷均不能下井使用。输油泵作为油井生产的一个核心工具，对质量的规定更是十分苛刻。许多用户规定下井的输油泵除了要可以正常生产外还必须保证一定的安全生产周期，在安全生产周期以内出现的质量问题，供货商要承担部分或所有的损失。

（五）行业需求缺少弹性

输油泵的使用者是各个油井，由于石油开发公司用泵量的大小是由油田的生产需求和油田的规模所决定的，输油泵价格的提高或下降并不能刺激油田输油泵的需求，因此输油泵行业目前很少有价格战。

3.4 目的市场

2023 年我国石油石化装备制造业业内公司数达成了 1019 家，增长率 29.98%，工业总产值 739.64 亿，同比增长 42.36%，油价高涨，石化工业固定资产投资增长，必将带动石油石化装备制造业的发展。

由于我们自身产品的用途重要用于海上石油钻井平台的油气输送，所以我们的客户重要界定于中海油及其各个下属子公司。

我国海上石油产量 6000 万立方米（当量），海上石油矿井数达成 200 以上，国内油气混输泵需求达成四百台以上，该市场潜力巨大。

3.5 竞争性分析

3.5.1 重要竞争者：

（一）新兴民企

得益于国家改革开放的崭新阶段，最早发端于江浙一带的许多民营企业凭借其科学灵活的经营机制、健全完善的销售网络异军突起。这些民营企业体制上新，无历史承担，生产经营上具有规模优势，销售网络覆盖全国，逐渐向集团化迈进或已经集团化改制成功，显示出强劲的发展势头。在当今泵业市场上，民营公司的数量已远远大于国有公司的数量，民营公司的产值也远大于国有公司的产值。据最新记录，国有公司和国有控股公司的产值只占 30%左右，民营企业要占到 50%以上，泵公司中年产值排在前几位的公司已经是民营企业。可以说，民营企业作为行业主体和市场中的坚

的地位得以正式确立，在未来的发展中，必将扮演越来越重要的角色。

（二）外资（合资）公司

中国大陆被称为“全球唯一一个尚未被蚕食的市场”，随着改革开放和中国的入世，国际上各行业中，众多跨国公司正在迅速占领中国市场。在泵行业，许多世界泵业的巨人们已经在中国布局设点。成立于1871年，位列世界上三家最大的泵制造公司之一的德国KSB公司，于1995年在上海合资设厂；创建于1945年的全球性水泵制造商丹麦格兰富集团，也于1995年12月在苏州工业园区注册成立，总投资达2023万美元；2023年，创建于1872年，德国最大的水泵集团威乐泵业在中国的独资公司-威乐山姆逊（北京）水泵系统有限公司在北京正式开业。全球最大的流体及水解决公司、泵业巨人ITT飞力于1996年在沈阳成立独资公司，是ITT飞力在全球的5个先进生产基地之一。

外资、合资公司的优势是资金雄厚、技术先进、用人机制灵活，没有历史承担；局限性之处是进入大陆时间短，目前尚只能占领一部分高尖端市场，营销网络尚有待完善，对整个市场尚未形成强劲的竞争力。

（三）业内众多中小公司

由于传统的泵产品属于劳动密集型产品，行业门槛不高，因此衍生出分布在全国各地的、数以千计的中小公司，这些小公司的生存多是依附一个较大的公司，有的地方甚至出现了“一企为泵、全民皆泵”的局面。它们普遍属于没有技术开发，没有销售网络，没有售后服务的“三无”公司，迫于生存压力以及受利益驱使，往往对质量和服务等无暇多顾，凭借着成本和价格优势，在乱中取利。

3.5.2 潜在对手和替代品

潜在的进入者涉及两部分:一是新进入输油泵行业的民营公司;二是中国入世以后,将要进入中国石油机械市场的国际巨头公司。

我国的输油泵行业仍然属于高利润行业,随着机械加工技术的不断进步,使得本来进入该行业的技术壁垒进一步的减少。民营公司,特别是油田附近的民营公司,根据我国的大多数油田进入了开发的中后期,开采难度越来越大,对输油泵的个性化需求增长的实际,运用我国石油机械行业加工能力的不断增强,许多配件可以通过购买获得的有利时机,采用差别化战略重点开发特种泵的生产,运用其机制灵活、地方政府大力扶持等优势,在一些特种泵市场打开了缺口,并不断的蚕食着国内的输油泵市场。

入世以后,国际大的石油公司纷纷登陆中国的石油市场。根据 WTO 规则的规定,我国的石油机械产品在 2023 年必须将关税降到 8%以下,取消对石油机械的贸易保护,国外产品可以自由进入中国市场。由于我国的输油泵生产公司规模比较小,在资金、技术、人员素质、营销经验等方面,与国际巨头尚有不少的差距,国外产品的进入将变得不可避免,如何面对入世后的剧烈竞争,尽快发展壮大自己,是国内每个输油泵生产商所必须面对的一个急需解决的问题。

外资、合资公司凭借其数年的品牌优势占据着高端市场;一些风雨飘摇的老国企凭借某些传统的优势割据一方;业内中小公司在低价的泥沼中苦苦挣扎;新兴民营公司日渐崛起,代表了行业未来的希望。

	国外进口设备	国内输油泵	HYQ 型油气混输泵
油气混输	可实现	无	可实现
电气化功能	无	无	可实现

远程监控	无	无	可实现
设备价位/套	1100~1200 万元	/	500 万元

(表 3.1 国内外同类设备对比)

目前输油泵行业的市场竞争压力巨大，如何根据市场发展和自身的优势，制定出公司下一步的发展规划，成为决定一个公司是否可以立于不败之地的关键。

HYQ 型油气混输泵在技术上，价格上，都在同类产品中具有强劲的优势。

3.5.3 竞争对策

- ☛ 加大公司的科技研发力度，提高产品的技术含量
- ☛ 提高产品工艺水平，质量第一
- ☛ 制定有效的销售策略，提高品牌知名度以及公司及商家的信心
- ☛ 减少成本，运用有效的定价策略，提高市场竞争力
- ☛ 注重公司员工素质，故意识地培养员工
- ☛ 端正服务态度，提供全程服务，保证服务质量

4 公司战略

秉持先进的公司理念,崇尚以人为本的公司文化,打造拓海公司发展的新战略。

4.1 公司概述

杭州拓海科技有限责任公司虽是一家计划中的公司,但公司所拟管理机制较为全面,所开发产品具有市场的远瞻性,并且开发的产品是一个具有自主知识产权的、运营稳定的产品。

拟采用有限责任公司的形式,计划建于杭州国家级高科技园区,以求充足运用“天堂硅谷”良好的创业环境,江苏恒源泵业制造有限公司将与本公司合作制造加工生产产品。本公司享受“二免三减半”的优惠政策。

4.2 公司理念

本公司在紧张而有序、欢乐而有度、友谊而有则、飞速而有稳的旋律中运营,并力争在紧张活泼、密切有间、竞争团结、友谊向上的空间氛围中做到以下几点:

以人为本:人才是公司发展的基础

以法为纲:纪律是公司发展的准则

以技为魂:科技是公司发展的动力

以利为宝:效益是公司发展的后劲

资金积累：促进公司规模化的腾飞

感情积累：促进职工凝聚力腾飞

科技积累：促进产品多元化腾飞

人才积累：促进人才国际化腾飞

4.3 公司使命

以科技为先导，提供性价比优越的产品与服务，把拓海建设成为一个有一定规模、主业集中、高规范的、具有连续创新和发展能力的高新技术公司。

4.4 公司文化

公司文化核心：人本科技 卓越品质

- ☛ **具体阐述：**以诚待人，以信取人，与人为善，以邻为伴，创新科技， 放眼未来。
- ☛ **员工——**员工的努力和成绩促进了公司的成功，公司则为员工提供广阔发展空间和薪资回报，牵引员工进一步走向成功，并最终实现个人抱负和价值。
- ☛ **客户——**公司以“实现客户利益最大化”为导向，提供满足顾客需要的，性价比优越的产品，为顾客发明价值，在满足顾客需要的过程中，公司获得生存与发展。
- ☛ **合作者——**

通过与合作者（供应商、经销商等）之间开展长期的互惠合作，提高整个供应链的竞争优势，促进共同发展。

- **社会**——在认真履行社会责任的同时，促进国内油泵行业的发展，为社会发明经济价值。

4.5 公司标语

科技拓海，品质领航。

4.6 发展战略

4.6.1 发展目的

由于公司所生产的产品在国际市场尚属罕有，并且价格实惠，且是专门针对市场研发，因此公司力争在二年内占领国内市场，在三到四年内扩大产业规模，在不断的改善系统、完善系统的过程中，将用五到八年的时间打开国门，走向世界。

- **初期（一到二年）**

重点完善自身的 HYQ 型油气混输泵系统，充足运用浙江和江苏的生产基地、销售市场等资源，将 HYQ 型油气混输泵系统向全国展示，扩大市场占有率，占领国内市场。

- **中期（三到四年）**

重点完善核心产品系统，连续加大科技研发力度，借助于沿海和国内的良好形势和商机，进一步巩固国内市场。

● 长期（五到八年）

建立与重点高校、研究院的合作开发，实现产、学、研结合，促进科技成果的转化，更好的丰富产品线。与国际知名公司开展合作，学习借鉴他们的先进经验，实现优势互补，促进公司业务发展。在技术战略方面加强对拥有自主知识产权的软件产品和应用系统的开发，掌握市场竞争的积极权，同时加强对可复用软件技术和产品的开发，提高业务的利润水平，实现公司的可连续增长。

在公司发展过程中，我们始终注重实行“人才战略”、“品牌战略”和“服务战略”。全面发掘资源，树立大资源观，既要发掘物质资源，也要发掘人力资源；既要发掘现实资源，也要发掘潜在资源；既要发掘直接资源，也要发掘间接资源；既要发掘空间资源，也要发掘时间资源；既要发掘可见资源，也要发展无形资源。

公司将始终坚持“主业突出，立足长远，连续发展”的战略总思绪，在发展过程中，始终注重实行“人才战略”、“品牌战略”和“服务战略”。同时不断完善 CIS (Corporate Identity System 的缩写，即公司辨认系统) 战略规划，将公司形象作为一个整体进行建设和发展，从公司理念辨认 (Mind Identity, 简称 MI)、公司行为辨认 (Behavior Identity, 简称 BI) 和公司视觉辨认 (Visual Identity, 简称 VI) 三部分入手，实现组织形象个性的一体化。

5 市场与营销

以合理的市场规划, 睿智的销售策略为基础, 以完善的员工培训和激励机制为保证, 以对品牌的设计、公司形象的包装、优质的服务为核心。

5.1 市场规划

整合营销战略, 从单一地争夺资源到整合多项资源, 经营营销资源。

- ☛ 经营客户: 从单一地与消费者接触沟通到消费者群体内部的互动激活, 赢得客户的长期价值和客户资源的整合价值。
- ☛ 经营品牌: 从单一的市场推力转向推力与拉力结合, 提高品牌价值。
- ☛ 经营资金: 把营销体系看作是一个资金流平台, 而不是简朴地当作成本中心、费用中心。
- ☛ 经营信息: 走出信息孤岛, 打通公司与市场、营销系统与公司其他业务部门双向交流的通道, 实现信息增值。
- ☛ 经营人才: 要把过去对人才的控制转变为发挥人才的潜能和发明性, 提高其应对复杂多变市场竞争环境和各种突发事件的能力。

导入期, 市场发展以点带面, 扩张市场, 与中国海洋石油有限公司良好沟通, 建立长期合作伙伴关系;

成长期, 公司注重强化重点市场, 满足国内市场需求;

成熟期, 研发相关技术, 在巩固国内市场的同时, 跻身国际市场。

本公司要努力成为——

对于投资者，我们是发明丰厚利润的平台；

对于合作伙伴，我们是忠实诚信的盟友；

对于竞争对手，我们是一个无法忽视的强者。

5.2 客户分析

以中海油为我们公司第一目的市场的研究对象，如下：

(一)基本状况：中海油公司具有着强大的财务背景。2023年，中国海洋石油有限公司的总收入达907.2亿元人民币。公司净利润达312.6亿元人民币，同比增长1.1%。公司全年油气净产量达1.71亿桶油当量，同比增长2.6%。在通货膨胀压力加大，行业成本普遍上扬的大环境下，期内公司成本控制良好，重要桶油成本为16.37美元/桶，继续处在国际同业前列。中海油公司资本投资总额达35.15亿美元。截至2023年12月31日，公司共获得涉及锦州25-1在内的12个油气新发现，成功评价了10个含油气构造。公司2023年实现储量替代率为142%，年内新增储量达2.44亿桶油当量。

(二)购买方式：在购买方式上中海油公司在引进大型生产设备时采用的是招投标的形式，最终由中海油公

司董事会重要负责公司的重要决策等。董事会的职责是指导、引导及监督本公司业务的进行，从而保证股东利益得以维护。此外，中海油公司董事会还涉及五名独立非执行董事，他们均为法律、经济、财务及投资领域的专业人士或学者，拥有公司管理的广泛经验及知识，他们均参与董事会的决策。

(三) 市场潜力：中海油公司在中国勘探开采的地区重要为渤海海域。渤海湾位于中国的东北部，蓬莱油田就位于该海域，这是中国海域迄今为止最大的海上油田。渤海湾是中国近海最为重要的油气生产基地，该海域对中海油公司油气产量、储量的奉献数年来一直居于各区域首位。

2023 年，中海油公司将有 10 个新项目投产，进一步加大勘探力度。与此同时，中海油公司将与合作伙伴一起面向深水区块，展开新的勘探攻势。

(四) 客户需求：针对海上石油运送一直无法油气混输这个技术难题，中海油公司十分需要这项高新技术，一方面可以减少天然气的浪费现象，减轻环境污染限度，另一方面，通过泵系统配套携带的远程监控系统，还可以有效减少在设备上投入的人力、财力。

5.3 营销策略

在营销策略制定的总体思绪上，我们要突出公司产品高科技，节能，高性价比的产品特点，彰显技术价格的双重优势，突出公司产品与市场现存产品的差异化，争取不断扩大市场的占有率。

5.3.1 产品策略

☛ 技术特点：

HYQ 型油气混输泵在技术上和成本上都有着明显的竞争优势。外环转子活塞泵集中了往复泵和转子泵的优点，具有低转速，低剪切力等特点，非常适合输送多相混合介质。用作油气混输不仅能大大节省设备投资，

理论上还可减少采油井口压力，避免因压力过高所导致的输油管线破裂故障，解决井口密封泄漏等严重问题，提高原油产量。

但是，目前该类混输泵只适合在某些油井使用，且大多存在易产气愤阻、密封易失效、可靠性差、效率低等问题，各大油田迫切需要一种性能优良、可靠性高、寿命较长的油气混输泵，HYQ 型油气混输泵对传统外环流转子活塞泵的结构进行了优化改善，提高了油气混输效率和可靠性。

☞ 性能优化

针对传统的外环流转子活塞油气混输泵运营时存在易产气愤阻、密封易失效、可靠性差和效率低等问题，对其结构做了 4 个方面的优化改善：

- (1) 将悬臂式结构改善为简支式结构；
- (2) 设计了转子平衡装置；
- (3) 优化设计转子型线；
- (4) 将箱体和泵体优化设计成一体。

改善后新型泵的形式实验和近 1 年的现场运营状况表明，该泵有效地减少了轴承和转子部件的受力，改善了机械密封运营条件，缩小了密封间隙，防止了输气工况下产生的气阻现象，大大提高了油气混输的效率和可靠性。

本产品输送介质时无搅动，无脉动，平稳输送，自吸性能好，扫舱能力强，结构简朴，使用寿命长，能输送非润滑性介质，最大特点能在高温季节输送汽油等易挥发性的油品。具有一定的油气混输能力。对的选用材料，可以输送食品和很多有腐蚀性的介质。

☞ 产品优势：

总结来说，该产品有以下几点优势：

- (1) 技术领先，由于其结构设计先进性提高了油气混输的效率和可靠性
- (2) 价廉物美，相对国外产品价格较低，相对国内现有产品质量较好；
- (3) 由于核心技术均为国内技术，后期维护方便，且费用低廉；
- (4) 专用软件与硬件配套，轻松简朴，其专业性、精确性、以及快速易用性非其它油泵可比。

我们开发的集成智能化、基于网络 HYQ 型油气混输泵系统，紧跟信息化公司的需求，解决了技术难题，对于提高我省油泵公司的档次、增长公司在市场的竞争力提供了、逐步走向国际市场提供了跳板

☛ 产品理念：

公司产品旨在加强客户在使用产品时，可以体验到其高效和耐用性，同时可以使用户节约成本，提高产量，最终使用户增值。

5.3.2 价格策略

我们公司在定价策略上坚持高性价比定价，彰显技术价格双重优势。

5.3.3 定价

有效的定价体现了产品的整体价值，当公司真实地了解客户的购买模式、使用习惯、对产品服务的观点时，公司才干提高产品的无形价值。

由于国内尚没这类产品，因此我们运用资产评估的市场法，按照我国法律无形资产在科技公司的实收资本中所占的比例最高为 35%，经批准的除外。而我们的经营差不多需要 600 万元左右的资金，所以无形资产定在 200 万元左右。参考相关产品的市场价格，同时结合营销策略，我们的产品成本在 250 万元，考虑到将价格定在 500 万元。

在高度竞争的现在，浮动价格较之固定价格更加适合，但无论公司定价策略如何，必须坚持公司定价政策，由于这会对公司的收入、利润率、商誉以及法律立场产生影响，集合不同的职能部门制定定价政策，保证定价政策覆盖所有的定价情形，反复审核定价政策的合法性，在内部交流定价政策，奖励在价格绩效上有进步的个人。

在定价流程中定期记录最终交易价格，分析折扣情况和最终结果。这样公司可以获得提高或恢复利润的机会；追踪所有影响最终交易价格的因素；拟定产品的价格范围；不断评估各种利润率，拟定改善目的。

5.3.4 服务中的价格策略

据国际权威机构调查：对客户服务不好，导致 94% 客户拜别；由于没有解决客户的问题，导致 89% 客户拜别；在不满意的客户中有 67% 的用户要投诉；通过较好的解决用户投诉，可挽回 75% 的客户。及时、高效且表达出特别重视他，尽最大努力去解决了用户的投诉的，将有 95% 的客户还会继续接受你的服务。根据营销学原理，开发新客户的难度是挖掘老客户的 8 倍，吸引一个新客户是保持一个老客户所要花费费用的 6 倍。

公司服务理念：建立专业、独立的“顾客服务中心”，加强服务的制度化和规范化。服务形成概念，进行传播，提高品牌价值。

服务原则：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/675042134323011221>