

宝贝计划

—新型儿童教育机构

创业计划书

目录

一、 执行总结	1
二、 服务介绍	3
三、 公司概况	6
四、 市场分析	7
五、 市场销售战略	18
六、 公司发展战略	23
七、 管理体系	25
八、 财务分析	28
九、 风险研究	35

附录

- 一 “宝贝计划”前期市场调研报告.....

策划负责人:兰兰 陆娜

一、执行总结

在当前全国高校关于素质教育、创新能力大讨论的背景下，我们以“创新”“创业”为指针，充分利用现有资料和网络资源进行市场分析、相关人士咨询以及与建立数学模型等方法，开展调查研究，制作出本次的参赛作品“宝贝计划—新型儿童教育模式创业计划书”。

历经三月的调查发现中国儿童教育这一模块还存在很大的欠缺与不足，已有的教育体系还有待改善与提高，而现存的儿童教育机构就九年义务教育来说并不能满足现今大部分父母对子女的预期，随着社会的发展，越来越多的父母认识到全面发展的重要性，不断增加的社会竞争，也应其父母对其子女除学业以外的其它技能培养的重视。

中国是一个人口大国，尤其是这些年经济的快速发展让中国的就业市场不断壮大，社会的发展带动了科技的发展。但是由于技术的落后，中国目前对技术性人才的需求是极大的，这与我国现今占主流的学分竞争制思想是相抵触的，国家迫切需要一种新的教育方式来解决人才问题。而宝贝计划这一新型教育模式方式的出现正好可以解决这一点。宝贝计划是一种新型的教育机构，它最初起源于美国。十几年前，各国教育专家在环球儿童教育机构中作长期跟踪调查，对比了中国与美国的教育模式与课堂氛围后均得出结论，不出二十年，中国必将超越美国。事实证明填鸭式教育已不再适用于当今的社会，古语云术业有专攻，博思而广义，读万卷书不如行万里路。该教育理念在全世界得到了迅猛的发展。新型教育的思想进入中国市场的时间不长，

技术方面还不够成熟，市场占据量还比较小。但随着人们对社会发展前景的认识加深和走可持续发展道路的延伸，宝贝计划在未来一定会有广阔的市场前景。

当前的儿童教育市场主要被传统教育方式所占据，但是其对家长和孩子的身体的和心理的负担颇大，对家庭的和谐发展具有极大的潜在威胁而且实际适用范围受到限制，这就为新型儿童教育服务开拓市场提供了有利的条件。创业初期我们以沿海与发达地区为主要的目标市场，让消费者了解我们的服务，以建立我们自己的品牌优势。在后期公司发展壮大后可以向其他中小城市进军，同时在适当的时间进入国际市场，利用全球化的市场需求获得规模竞争优势。

公司初期成立时候采用直线型的组织结构，由董事长负责全局规划与总体决策；总经理负责协调各个部门之间的分工合作。公司初期的创业团队主要是大学生，大家各司其职，都具有相关领域的专业知识和运作经验，且优势互补。我们将采用“目标管理、集体决策”的制度来保证教育服务质量，并且注重品牌形象，同时吸引优秀人才加盟，不断完善和创新。

二. 服务介绍

学习方式：

宝贝计划打破常规的学习方式，指导孩子在玩中学习，在学习中玩，不同于传统的端坐于课堂中的学习，宝贝计划设有几十种学习模块，各大模块相互联系，相互融合，例如：，我们设有“模拟商铺”，“文馆智多星”，“习习图知”“手工

科技馆”“途证历史”等多个声像图室，将传统的从幼儿园到六年级的基础学科融入到各个板块教室中，通过这种引导启示性学习，不仅让孩子对学习内容的理解更加深刻，也让孩子知其然更知其所以然。宝贝计划作为一个致力于走向国际的教育平台，对于外语的学习则采用对话式，生活时的学习方法，让孩子们可以进行多角度的互动，交往。宝贝计划更有多种特色学习模块，例如：淑女（男子汉）养成记，野外求生记，QQ 农场体验园等通过扮家家酒，角色扮演，实时操纵，让孩子们在生活细节中，在游戏互动中培养出良好的生活习惯，礼仪素养，以与多角度的了解社会，更珍惜自己所拥有的，更加的学会感恩与父母；还有针对现在的家庭感单薄，家庭联系不紧密，父母与孩子不能很好的沟通等等问题的“亲子育幼园”“家庭勇同进”等等具有咨询，教育，以与亲子互动作用的模块。宝贝计划还具备多项业余兴趣班的设施设备，让孩子广泛触摸，了解从而做出自己的选择。在孩子学习过程中，我们配设有具备专业知识的观察员，实时观察孩子的行为，思考方式，以与在孩子相处中的表现，记录下来作为孩子选择，学习的指导性，理论性基础，也是让父母更加了解自己孩子的一种方式。

上千种道具和游戏，老师在课堂上将道具和游戏结合起来，让孩子们在玩乐或实体道具中自然的理解学习内容，并通过反复的练习来巩固他们的记忆，然后通过互动了解孩子对于所学内容的

掌握情况，让孩子自然而学习。

对于小宝宝来说，游戏就是学习。游戏带给宝宝的益处表现在方方面面，如身体的生长发育、智力的发展、情绪情感的发展、社会性的发展等都起到了决定性的促进作用。游戏的过程满足了宝宝好奇、好重复、好探索活动的愿望；宝宝在玩游戏的同时还降低了对于成功的期望和对失败的担忧和压力，使宝宝不害怕失败，承受挫折的能力更强，游戏反而会使宝宝更有毅力。对于宝宝来说，这决不单单是听音乐和玩游戏，它是为提高宝宝智能与运动能力而进行的重要工作。相信宝宝在音乐与游戏的陪伴下，将会更加快乐地成长。

独特的亲子教育模式

俗话说：“父母是孩子最好的老师”，诚然，孩子从出生开始首先接触的是家庭的环境，而父母对于孩子的影响可以说是一生的。而现在家庭如此重视孩子的教育问题，那么，就应当让孩子在出生伊始就接受来自父母最优质的教育。

为家庭打造了亲子园，使得父母和孩子能一起在一起学习、游戏。父母的陪伴，可以让孩子们免除刚刚接触新环境时的陌生感，尽快融入到集体中，为以后进入幼儿园做准备，父母还可以在和孩子一起玩乐的日子里一点点见证孩子的成长，这对于父母来说，也是一个具有成就感的举措。

亲子园的独特之处还在于，父母回家以后，还可以根据孩子在幼儿园学习到的知识对孩子进行再教育，很大程度上避免了教

育的盲目性，使得孩子在幼儿园和家中接受到系统的培养，也可以说，父母此时成为了孩子在家中的“老师”。

很多时候，当孩子还年幼时，很多父母选择做全职保姆或者放手不管，这都无疑忽视了父母是孩子天性启蒙者的角色，而通过亲子园，在家中，父母既可以当保姆，还可以做老师，更重要的是在于孩子的交流中增进彼此的感情，为孩子打开通向世界的第一道门。所以，亲子教育模式不仅是智力与潜能的开发，更是情感和心灵的交流。

学校有为家长和孩子安排的三月一次的定期全身检查，这也是从根本上保证家长和孩子，家庭的和谐和稳定。

设立个性化教育方案

一个孩子的成长，不可能仅仅局限在家中和幼儿园，当孩子开始认知时，要呈现给他们一个多彩的世界，让孩子从小就培养一个开阔的视野和人际交往能力。早教针对这些，设计了一套立体教育方案，

这一套立体教育方案，从孩子的身体，心理，人际交往能力，适应能力等诸多方面入手，通过不同的角色转换和不同的教育方式，打造一个健康、活泼、开朗的孩子。通过孩子与身边的人，与社会的接触，解决孩子初期怯生的问题，并为孩子将来的发展打下一个良好的基础。

宝贝计划也取消了传统的书面性考试，三月为一个考试期，考试时间为一星期，综合考评孩子在家里，学校，给同学，老师以与家

长的整体印象和孩子在学校中自我经营模块的结果,这部分占总分的 40%, 由观察员,老师对其课堂表现,习惯性养成,自制力,控制力以与各项技能技巧的掌握做出综合性考评这一模块占 60%。学校采取升级制,三个月为一个小阶段,九个月为一个大阶段,每次小考后,家长有权利决定孩子是否继续学习,在大考结束后,会有一个月时间由老师带领,有家长,学生,老师一起决定旅游目的地,家长自己决定是否跟随(陪同费用自负),负责带队的老师为五人一组每次,包括生活老师,人文历史讲解老师,以与调解员等。

三、公司概述

(一) 公司概述

公司名称: 宝贝计划” 股份 XX

公司类型: 股份制公司

公司宗旨: 学则优, 玩则精, 用最小的精力取最大的效益

公司业务: 主营业务: 课程培训(包括: 探索课程、启蒙课程、音乐课程、科学课程、数学课程、艺术课程、语言课程)、能力培养(记忆探索, 情商培训, 智力启迪, 技能技巧培养) 以与淑女课程与气质修养课程。

公司的文化: 取夷之长, 抑己之短

公司独创性描述: 打破现有的教育模式,吸收东西方先进的教育思想,开创适合中国国情的针对幼,儿童的一系列服务

公司简介

‘宝贝计划’是一项针对4至12岁儿童的关于性格，能力，气质，礼仪与心理的培养，锻炼计划。针对现在独生子女心理素质差，自我，交际能力低下，父母对其期待大，但时间，精力有限，教育的方式方法不科学，全面。特推出此‘宝贝计划’，在儿童应试学习之余，得到放松与成长

随着社会的发展，儿童教育的重要性越来越深刻的呈现在我们面前，兴趣班，少年宫等一系列的针对儿童智力，性格培养的机构纷呈演绎，而家长也在越来越多的选择中忘记自己的初衷。这就形成了一个恶性循环，家长为了孩子有个更好的成长环境越来越多的时间花在工作挣钱中，而孩子也在越来越重的压力下处于长期性的身体与心理的亚健康状态，家长与孩子间缺乏交流和沟通。“宝贝计划”正是这样一种平台，我们致力于让孩子在娱乐休闲中，在生活细节处养成正确的思考行为模式，增强对社会，家庭的认同感，归属感，让家长更了解孩子，让孩子更理解家长，也让孩子在各种活动中认识自己，欣赏自己，在外形与行为，气质上。学会正确的爱美，懂美，赏美

“宝贝计划”采用扩散式的战略思想，从高端人群着手，逐步推广达到普及教育的目的，采取升级制，以三个月为一周期，通过老师，家长与朋友对其生活，行为的感官印象为其考核内容，在考核期间会有指定观察员对其追踪评定，是否达标决定升级与否，也让家长更直观的看见孩子的成长，也加强了孩子与家长间的联系与沟通。

“宝贝计划”以一种高姿态，高水准，科学，健康，有效的新型教育理念进驻儿童教育机构，与以往的教育模式，理念形成客观，鲜明的对比，区别于其他同类型的产品，弥补市场空白，满足市场需求。

四、市场分析

（一）SWOT 分析

优势（S） 调查显示，城镇家庭平均每月投入到孩子教育上的费用是 300~500 元。中国早教市场的市场规模约为 300 亿元人民币，行业的毛利率约为 60%，净利率约为 30%。

从商业模式上看，与幼儿园相比，亲子园等早教机构以短期培训为主，盈利模式清晰、舆论风险很小，无论直营还是加盟都比较容易复制推广做到规模化。

较直营而言，加盟店的方式更有利于品牌的扩张和推广，但同时应注意对加盟店质量的控制。保证提高师资、课程、周边和环境的质量，才能打造信赖度高的品牌。

在打造教育品牌的同时，应不断延伸产业链并逐步转移业务中心，注重其周边相关市场（如母婴用品、教学器具、儿童服装等）的开拓，以寻求更多更高的获利空间。

劣势（W）： 1.自身体系相对不完善 2.虚假宣传 3.收费不合理的现象 4.师资力量参差不齐

早教行业是新兴的行业，存在的问题众多，以上的几点是较大的较明显的问题，同时还存在其他的问题。例如环境卫生差，存在安全隐患问题。对于这些相对细小的方面没有指定的监管人员进行定期检查，宝宝们在这样的环境中进行学习玩乐必定存在着许多隐患。

机会（O）： 1.近年来的生育高峰期。中国开始进入第四波婴儿潮的时代，接着 20XX “金猪宝宝”、20XX “奥运宝宝”，到今年实施更为宽松的新计生条例，为婴儿潮一再推波助澜。2.中国人口受教育的程度提升以与社会竞争的激烈程度日益增加，人们对教育的重视程度也在逐步提高 3.中国大陆家庭规模的缩小成为另一个不能忽略的早教市场扩大的因素。4 家庭收入的提高也是推动早教行业发展的一个重要因素. 5受国家政策影响较小； 婴幼

儿早教市场集中度低，还没有出现夸地域发展的垄断性企业，各类婴幼儿教育企业都有巨大的成长空间；中国加入 WTO 等与世界发展接轨，越来越多的先进教育理念影响着新一代的家长等。

威胁 (T)： 随着社会经济的发展,越来越多的人意识到这一模块的巨大商机,早教的行业的潜力如此巨大，众多投资商们当然不会放过这块大蛋糕。中资教育研究所所长刘绪多年从事教育投资行业的研究，他认为，目前不仅仅是风险投资看好早教行业，国内的很多产业资本也纷纷进入这个市场。这是一个争分夺秒的时期,比的不仅是战略眼光,战略政策。

SO 策略

- 以特色课程与品牌效应抢占中层收入消费者市场
- 完善营销网络扩大市场供给以满足日益增大市场需求
- 延伸产业链至家长培训、网络服务

WO 策略

- 拓展互联网业务提高知名度
- 增大二线城市的资本投入
- 吸引投资改善服务水平与硬件条件

威胁 (潜在的风险)

- 服务质量监管不完善
- 早教行业收费标准混乱
- 师资力量水平低
- 信赖系统不完善

ST 策略

- 调配一线城市师资拓展二线城市业务
- 保持价格优势迅速包揽消费者
- 利用品牌效应推广信赖系统

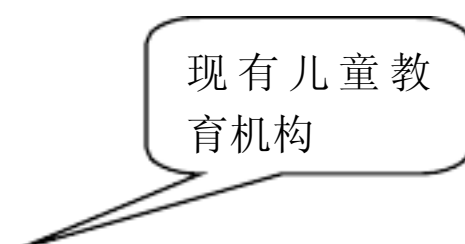
WT 策略

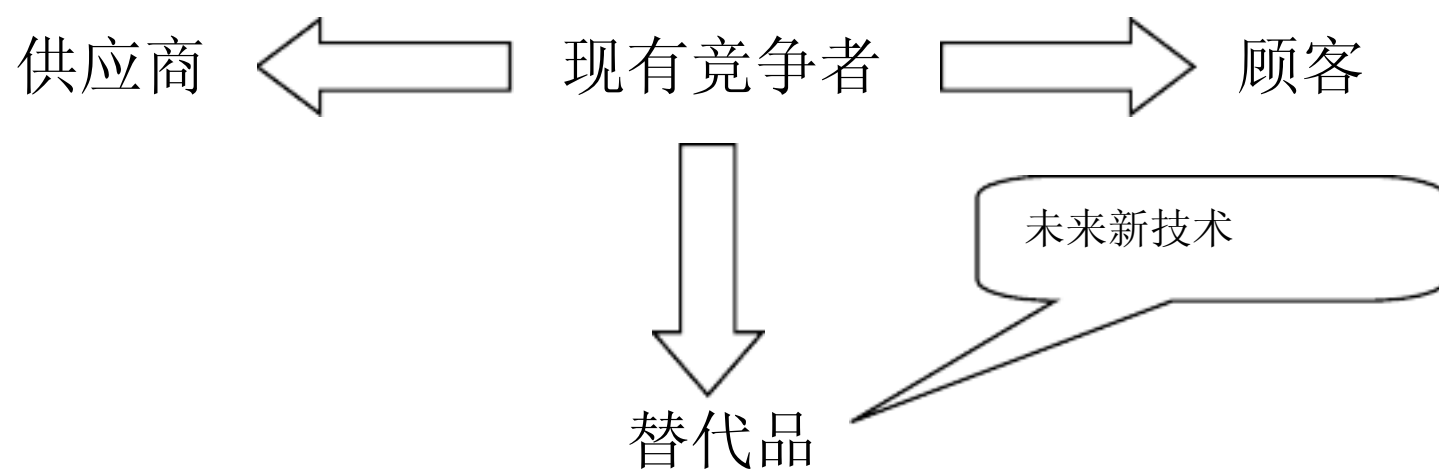
- 提升服务标准，加强质量监管以提高竞争力脱颖而出

(二) 竞争分析

在市场竞争方面，充分考虑了现有市场的各种情况，现以波特的五大竞争力量作一分析：

潜在竞争者





现有竞争对手

主要是传统教育机构。目前国内的传统教育的市场占据着相当大的份额，由于这种教育为现今的主教模式被大多数消费者熟悉和接受。但是随着国家这些年来倡导“减负，消重，多元化发展，”以与当今社会对技术性人才的需求等而导致的大量政策，举措大力鼓励和支持新兴教育事业的发展。这对传统的儿童教育机构来说是一次不小的冲击。其耗费大量人力，物力资源、学分制竞争导致的儿童与家长的巨大的压力，亲子关系的疏离性，家庭关系的分裂比例升高以与所学知识的实用性等缺点早已成为了为人熟悉的诟病，在目前亚健康人群比例升高，青少年心理健康问题成为一大隐患的今天，国家已经采取了相关措施加以改善。如九年义务教育的实施，营养早餐的分布，以与教育补贴，创意性比赛的进行所有的这些政策对于新兴教育模式来说都是有利的，但是由于新兴教育模式在国内的发展时间不长，而传统教育模式已经深入人心，即使其优势明显，但是要想在短时间内取代传统教育模式恐怕还需要一段时间。

供应商

(三) 目标消费群

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/696014201050011011>