



蓝星科技

蓝惠车载电脑经销商招商计划书

蓝惠车载电脑经销商招商计划书

目录

第一章 项目说明

一. 项目发起人说明

二. 项目背景

三. 产品背景

四. 目标市场背景

第二章 市场综合分析

一. 宏观背景

二. 政策环境

三. 市场容量

四. 市场形势

五. 预测、分析

第三章 SWOT 分析

1. 机会

2. 威胁

3. 优势

4. 劣势

5. 解决策略

第四章 市场营销策略

一. 4P+4C 整合营销策略

二. 目标市场定位与市场细分

1. 定位策略

2. 细分策略

三. 媒介策略与执行

1. 产品策略

2. 价格策略

3. 渠道策略

4. 促销策略

四. 招商策略

第五章 投资分析

一. 效益分析

二. 资金需求

三. 行业投资回报前景

第一章 项目说明

一. 项目发起人说明

- 公司成立于 1994 年，1999 年改制组建蓝星电脑集团；
 - 2002 年经湖北省政府批准，投资成立股份制企业——武汉蓝星科技股份有限公司，注册资本金 1.2 亿元；
 - 公司拥有几十家分支机构和数百家渠道合作伙伴；
 - 专门的 R&D 部门，省级企业研发中心，丰富的外部研发资源；
 - 品质体系全面遵循 ISO9000 和 CMM；
 - 全国最大的区域性 IT 综合企业之一；
 - 湖北省政府重点支持的 100 家企业之一；
 - 湖北省政府重点品牌运营企业之一。
-
- 04、05 年国家规划布局内的重点软件企业
 - 02~05 年全国电子行业满意产品称号
 - 04~06 年中央国家机关政府采购协议指定供应品牌
 - 04~06 年全国农村中小学现代远程教育项目指定品牌
 - 05 年湖北省名牌产品
 - 中国计算机行业协会理事单位
 - 企业无形资产价值：6900 万元（05 年评估）
-
- 整体通过 ISO9001:2000 质量管理体系认证
 - 软件工程全面遵循 CMM
 - 中国国家强制性认证（CCC）
 - 国家涉密信息系统集成甲级等多项资质认证
 - 信息产业部计算机信息系统集成二级资质
 - 湖北省综合布线设计施工甲级资质
 - 湖北省安防工程设计施工二级资质
 - 企业信用等级：AAA
-
- 为了实施自主创新策略，公司于 2000 年正式成立企业研发中心，并通过湖北省省级企业技术中心认证。
 - 研发中心聚集了 200 多名 IT、汽车电子领域的专业工程技术人员，从事嵌入式软硬件、高性能计算、行业应用等方向的研究开发和产业化推进工作。
 - 与武汉大学、华中科技大学、武汉理工大学等多家知名高校和数家国家级、省级重点实验室建立了稳定的校企合作关系。
 - 先后承担了十余项国家和地方的重大科技攻关和产业化示范项目，取得自主知识产权十几项，得到了国家和地方政府资助上千万元。

二. 项目背景

蓝惠汽车计算平台（车载电脑）结合了汽车电子和嵌入式计算机技术，将计算机技术应用到汽车这一特殊的应用环境，让计算机与汽车的电力、传感器及其相关控制信号等连接，形成了一个通用并开放的信息处理平台，提供 GPS 定位导航、数字仪表、故障检测、无线网络通讯、多媒体娱乐等功能，提升汽车的信息化水平和驾驶的安全性、娱乐性。

■ 成果鉴定：

该产品于 2005 年 5 月通过了武汉市科技局组织的科技成果鉴定，鉴定委员会认为“系统的总体方案和主要功能设计方面达到国内领先水平。在系统抗震和散热设计方面特点突出，具有**创新性**”。

■ 质量检验：

产品通过了湖北省电子产品质量监督院的产品性能检测、功能检测、质量检测、环境检测。

■ 产权保护：

目前已申请 2 项专利、4 项软件著作权保护。

■ 业界认可：

美国 INTEL：全球最大的处理器企业，蓝星科技与英特尔达成共识，将在产品研发、市场推广等方面大力合作，9 月 15 日将由亚太区总裁代表 INTEL 在武汉签署 MOU（中国大陆地区独家）。

台湾 ARBOR：国际知名工业主板生产制造企业，磐仪科技决定将和蓝星科技在东湖开发区组建嵌入式主板的生产线。

德国 MICRON：是国际知名的专业从事汽车电子产品研发的企业集团、全球 AUTOSAR 联盟的成员单位，到蓝星科技参观本项目之后表现出浓厚兴趣，并就本项目展开相关技术、市场等领域的全面合作。

上汽集团：06 年 6 月，中国地区首届“车用多媒体终端研讨会”在上海举办，蓝星应邀出席并在会上展示了样车。我们与上汽集团研究院陈更生教授、中国微计算机单片机学会理事长陈章龙教授、复旦大学信息科技与工程学院童家榕教授、复旦大学副校长周鲁卫教授进行了座谈和上车操作体验，会上各位专家一致认为这款车载电脑是目前国内最先进和产品化最成熟的硬件产品，陈更生教授表示，作为上汽研究机构的项目负责人，他们一直在寻找此类型的产品，没有想到这种产品真的存在，而且这么成熟。各位专家和教授都表示，愿意在这个项目上与蓝星展开更深入的合作。

英国 Vantis PLC 集团：是专业从事全球产品推荐的大型公司，2005 年在全国进行新产品调研中，将蓝星车载电脑列为十大推荐产品之首，希望能够在全球推广，目前已经与蓝星科技签订了全球市场合作推广协议。

■ **媒体关注:**

CCTV-1《新闻联播》、CCVT-2《经济半小时》、《深圳晚报》、《楚天都市报》、《中国车网》等媒体先后对蓝惠车载电脑给予专题报道、高度评价。

中央电视台科教频道《科技之光》节目将播出对蓝惠车载电脑的专题采访。

三. 产品背景

- 为汽车产业的升级提供技术支撑
汽车从机械化设备向集成化的电子设备转变
- 提高整车的性能价格比
汽车的制造成本将大幅度降低
同时整车的稳定性、安全性、舒适性将得到大幅度的提高。
- 汽车产业的综合竞争力将得到整体的提升
- 为相关的配套产业提供更大的发展空间

四. 目标市场背景

- 汽车电子是汽车产品构成的一个非常重要部分。目前在汽车成本中，汽车电子产品及元器件所占比例越来越大。国外每台汽车采用汽车电子产品的平均费用 1990 年为 672 美元，2000 年已达到 2000 美元。
- 随着未来汽车市场的快速发展和汽车电子的价值含量迅速提高，专家预测未来汽车电子产品所占汽车的成本比例将达到 30%到 50%，全球市场销售在近一、二年将超过 1000 亿美元。

第二章 市场综合分析

一. 宏观背景

- 随着我国未来汽车市场的快速发展和汽车电子的价值含量迅速提高，我国汽车电子产业将形成巨大经济规模效应：
- 汽车电子产品占汽车的成本将进一步提高，轿车中的汽车电子产品比例将达到 30%-40%，卡车的比例为 10%-20%。

二. 政策环境

- 2003 年 31 名院士联名向国家提出关于组织实施支柱产业振兴工程“国家汽车计算机平台工程”的建议，亦相继得到温家宝总理、黄菊、曾培炎副总理的批示，信息产业部将组织实施“国家汽车计算平台工程”定位于“是促进支柱产业核心技术空心化问题的解决，提高信息产业和汽车

工业的核心竞争力，实现两个支柱产业及其关联产品振兴的重大举措，是走新型工业化道路，实施可持续发展战略的必然选择，对促进国民经济持续快速发展和保障国家经济安全，实现全国建设小康社会的战略目标具有重大而深远的意义”。

- 汽车电子产业已经成为国家“十一·五”计划重要产业发展方向；
- 湖北省是全国汽车工业大省，是全国汽车产业支柱地区之一；
- 国家汽车电子产业基地落户武汉东湖开发区；
- 武汉市大专院校、相关科研单位在汽车产品及配套电子产品研发方面，处于全国领先地位；
- 省、市、开发区政府、相关部门对蓝星汽车电子产业方向高度关注、积极支持。

三. 市场容量

- 2004 年汽车电子产品的需求量将继续以年均 29.3% 的速度发展，产业规模将达到 2000 亿元以上。
预计 2005 年我国汽车需求量将达到 550 万辆，汽车市场销售额将达到 10000 亿元，其电子产品价值含量按 25%~30% 计算，汽车电子产品市场规模大约可达到 2500 亿元~3000 亿元。
- 从大背景看，目前中国的平均汽车保有量非常低，与中国的经济发展水平不相称，如果达到世界平均水平，中国应该有 1.6 亿辆汽车，是目前的 5 倍。2003 年，我国每千人的轿车拥有量只不过 5.16 辆。世界上有 29 个国家遍及亚、非、拉美的人均 GDP 低于我国，可是它们的每千人轿车拥有量却高于我国。例如居民数仅次于我国的印度，其人均 GDP 只及我国的 39%，可是每千人轿车拥有量却只与我国相差 10%。中国的汽车市场还没有完全形成应有的规模，所以中国汽车市场潜力仍然巨大。
- 汽车电子的发展速度将从目前 10% 的增长率上升到 20%。

四. 市场形势

全国汽车电子企业状况

- 数量多
- 规模小
- 产品单一
- 技术含量低
- 产品集中在车载电子设备如汽车音响、汽车仪表、通信导航设备以及部分半导体电路和器件、传感器、电机等。
- 在车载计算机多媒体系统方面，尚无产品能够产业化。

五. 预测、分析

- 整车中汽车电子设备应用比例
中国落后于全球平均水平
- 汽车电子产业增长速度
中国高于全球平均水平

- 消费者对汽车功能要求的发展，将会把汽车变成一个应用电子、通讯、IT、家电、服务等产业最新技术的高科技平台。
- 假定 2004 年-2010 年汽车保有量按 16%-20% 的速度增长，则到 2010 年我国汽车保有量将在 6650 万-8431 万辆之间。另外，假定新增汽车需求量与汽车保有量呈线性关系，即新增汽车需求量=新增汽车保有量+汽车更新量，如果汽车更新量为汽车保有量的 6%，则新增汽车需求量=新增汽车保有量+0.06×汽车保有量。据此，我们可以推算出 2010 年汽车的年需求量将达到 1317 万-1911 万辆之间。因此，中国有望在 21 世纪前 10 年成为世界上最具成长性和规模最大的汽车消费市场之一。

第三章 SWOT 分析

1. 机会

- **汽车市场需求拉动**

据预测，到 2010 年，中国的轿车拥有量将达到 1 亿辆。这个数字背后，人们可以看到汽车是继彩电、冰箱、洗衣机之后的又一个耐用消费品。

- **产业内在驱动**

据预测，中国轿车内的平均电子设备含量将从现在的 22% 增加到 2010 年的 35%。

- **消费者需求的拉动**

越来越多的消费者要求汽车安装具有信息处理、上网、通讯、导航、防盗、语言识别、图像显示和娱乐等功能的车载计算机多媒体系统

2. 威胁

- 无

3. 优势

- **产业优势分析：**

- 适合推广：**

- 车载信息装置不影响汽车行驶的动力性、燃油经济性、乘坐安全性及操纵稳定性能，不影响到车辆的维修保养，用户易于接受。

- 技术水平：**

- 我国电子信息产业和国际发展水平的差距正在逐步缩小，特别是在整机产品方面我们已经或正在达到国际水平，许多成果甚至处于国际领先地位。

- 车载信息装置在国际目前也属于汽车电子新兴产业方向，与汽车动力系统、底盘系统等电子技术相比，国内车载信息装置在技术上与国际水平差距不大。

- **内部优势分析：**

技术积累：

蓝星车载电脑技术源于蓝星（蓝惠）网络计算机嵌入式软硬件技术，技术积累已达3年之久

本项目是武汉市十大科技产业化专项项目

本项目已经通过国家科技成果鉴定，技术水平处于“国内领先地位”

产业积累：

十余年电脑产业发展历程

蓝星品牌在华中、湖北省IT领域影响力巨大

湖北省名牌产品

拥有华中地区最大的全自动电脑生产线

拥有数百家渠道伙伴

4. 劣势

- 尚未形成产业规模, 市场处于起步初期尚无领导品牌出现

5. 解决策略

- 智能化
- 电子化
- 信息化
- 网络化
- 将计算机、通信、控制、微电子、电子传感器等技术融入汽车，使汽车由传统意义上的机械产品向高新技术产品演进

第四章 市场营销策略

一. 4P+4C 整合营销策略

- 打造中国最优秀的导航及信息服务提供商
- 为汽车提供最优质的全方位信息化服务
- 3-5年成为中国最大的汽车信息化产品生产制造商
- 5-10年发展成为营销网络覆盖美洲、欧洲及东南亚的跨国运营公司。

二. 目标市场定位与市场细分

1. 定位策略

- 以点到面发展形式，逐步布网，形成公司总部统一管理的格局。实现“十”统一：
 1. 统一的商号、品牌形象
 2. 统一的装修和视觉形象
 3. 统一的经营范围
 4. 统一的服务规范和管理

5. 统一的信息系统
6. 统一收费政策
7. 统一广告宣传
8. 统一的培训管理
9. 统一的配件供应
10. 统一的服务热线

2. 细分策略

- 车载信息装置在国际目前也属于汽车电子新兴产业方向，与汽车动力系统、底盘系统等电子技术相比，国内车载信息装置在技术上与国际水平差距不大

三. 媒介策略与执行

1. 产品策略

- 产业化 专业化 信息化 技术领先

2. 价格策略

- 新价格：新价格发布时，甲方将在新价格媒体公布之前，将甲方制定的新价格发布至乙方，同时乙方有向甲方查询新价格的权利
- 完善的价保政策

3. 渠道策略

- 完善的技术、产品、安装和销售等培训，使加盟商无后顾之忧
- 由经验丰富的的技师长年提供技术指导，直接供给原厂正品零配件，协助加盟商走上专业化的道路
- 强大的售后服务队伍，随时为加盟商的日常经营保驾护航

4. 促销策略

- 促销特价：根据市场情况在某段时间开展促销活动，关于促销活动的特价政策以促销活动时的统一安排为准
- 针对性的广告宣传，整体提升品牌形象，更好地让加盟商在当地迅速树立较高知名度

四. 招商策略

■ 加盟经销商的条件和要求

第一. 资格要求

1. 必须是独立的法人实体，签约时须向甲方提供法人代表身份证、本年度年检合格后的法人营业执照（副本）和税务登记证的复印件。
2. 在工商行政管理机关登记注册的“项目范围”应包括“计算机产品”或“汽车配件”等项目。

第二. 场地要求

1. 设立维修蓝惠产品的场所
 2. 店铺内面积在 15 平方米以上, 店面设计和产品的陈列都要有专业的感觉
 3. 产品售卖区和维修的工作区要严格的区分
- 第三. 具备一定的经营和管理能力
1. 注册资金和专项资金符合要求
 2. 具有相关项目的技能, 汽车音响维修中高级或经本公司技术部门认可
- 第四. 服务要求
1. 为蓝惠产品客户提供必要的上门服务 (选定)。
 2. 对相应地区的蓝惠产品提供售后服务。
 3. 给予蓝惠用户妥善和礼貌的接待, 对用户来电应作及时的回复。
- 第五. 加盟金: 全免
- 第六. 管理费: 全免

■ 加盟流程

1. 参加推介活动或咨询: 让大家了解加盟条件及详细情况
2. 索取加盟资料并填写加盟申请: 更详细了解加盟后的权利与责任
3. 渠道经理考察加盟申请者。并把意见反馈回公司
4. 部门审批: 我部根据产品销量、申请加盟者的技术力量、和工作环境等方面进行全面的考核和评估, 选出适合的申请者
5. 营销总监审批批准
6. 总部评估并签定加盟合同: 签订代理合同并下发文件说明经销商管理制度, 同时颁发证书
7. 提供技术培训: 我司为其提供一些常用的维修配件和技术培训资料
8. 正式运作: 技术支持, 电话沟通, 网络服务。我司不定期地进行走访和了解工作情况
9. 后续支持
 - ①总部不定期在各媒体及公司的宣传资料进行广告宣传
 - ②总部对加盟商进行巡查, 详细了解加盟商的实际经营状况, 帮助加盟商解决实际问题
 - ③总部组织加盟商进行不定期业务交流及培训, 增强业务水平
 - ④加盟商亦可随时通过 E-mail, 书信, 电话, 传真与总部取得联系了解市场动态和相关信息

第五章 投资分析

一. 效益分析

- 经销商需要投资的部分主要分成以下几个部分
 1. 店面租金—好的店面是成功获利的前提条件

2. 员工培训—这个部分包括学习专业的安装技术和销售技巧，好的产品是长期获利的重要保证
3. 广告宣传—这是很重要的一个部分，也是需要长期坚持和支出比较大的部分
4. 设备物料—设备必须要和您的店的规模相匹配，要有能足够应付最繁忙时候的销量，而且设备要一次到位地投资，贪图便宜必定会因小失大
5. 其他支出—包括流动资金等

■ 以某省会城市 4S 店为例：

1. 总共投资在 30 万左右专项资金
2. 在 4S 店内的美容装饰精品区开设专柜，固定投资大约在 10 万左右，
3. 工作人员为 5 人，平均每月薪水 800 元/人，负责产品在店内的维护和客情联系
4. 每台产品的毛利率为 69%(以 4S 店为列，售价 18800 元，成本 10600 元)
5. 预期的投资回收期为 12 个月，那需要保持每月的营业额在 3 万左右。
6. 实际每月的营业额在 6 万元左右!6 个月就可以收回 30 万的初期投资

二. 资金需求

■ 代理商

注册资金¥50 万元以上，专项资金¥30 万元以上。

■ 分销商

注册资金¥100 万元以上，专项资金¥50 万元以上。

三. 行业投资回报前景

■ 汽车时代已经来临

中国汽车产业已步入快速增长轨道，国外的发展经验表明，当汽车的平均价格和人均 GDP 相比在 2—3 倍的比率时，表明将进入“汽车社会”时代，在我国，北京、上海、深圳、广州和其它一些城市该比率已经非常接近，随着国民经济的持续稳定增长，我国整体进入“汽车社会”的时代已经不远。

汽车时代的来临意味着给相关产业带来极大的发展机遇和发展空间!

■ 汽车需要导航

伴随着交通设施和路途环境的改进，有车族自驾车进行中短途的商业旅行和假日旅游已经司空见惯，生活的半径也越来越大；随着城市建设的不断变化以及城市规模的不断扩大，即使是长期生活在该城市，要真正熟悉城市路况越来越难；更多高速路的修建，城市与城市之间的往来越来越频繁，自己开车到另一个城市出差已司空见惯；……等等，所有这些都希望自己能够象出租车司机一样驾轻就熟，但这不过是空想而已，因为我们更多的人东南西北都没有分清楚，不可能将自己城市的路网烂熟于胸，更不要说周边地区和周边城市了。因此，汽车非常需要导航系统，需要一个“专业向导”。

欧美国家比我们早走了一步，调查显示，2002 年欧洲汽车导航仪市场超过 100 万台；美国预计 2005 汽车导航仪市场规模将达到 150 万台；日



本 2002 年的汽车导航仪市场超过 200 万台。

■ **汽车需要信息**

随着汽车不断地进入家庭，人们不再满足于汽车仅作为一个交通工具来使用，由于生活在汽车上的时间越来越长，我们希望在汽车上就可以办公、娱乐，能够接收到外部的各种资讯，不需要在汽车上无聊地等待。同时，当我们开车出差时，除了能够导航外，还希望能够了解到当地的风土人情、酒店住宿、小吃及娱乐等资讯，解决人生地不熟的烦恼。