深圳市影响时代传媒科技有限公司

数字智能家居---项目说明

二零壹壹年十一月

目录

INSOTIME

一、公司介绍
二、产品展示
三、市场分析
四、营运模式
五、市场策略
六、融资需求

一、公司介绍

1、影响时代简介

深圳市影响时代传媒科技有限公司（以下简称影响时代公司）前身为深圳市影响时代文化传播有限公司是由文化传媒界有志人士创办,拥有多年的数字媒体、直邮广告、精准营销服务及营销策划执行经验。主要核心业务是数据库的收集与深度开发、信息咨询服务、代理发布国内广告、从事广告业务。

2011年3月公司产业调整，7月正式增加并更改行业类别，在原有的广告业务增加科技开发与销售。

影响时代传媒科技公司现主要从事广告业务；计算机软硬件技术及系统集成的开发与销售；通信技术及电子产品的技术开发与销售；仪器仪表、电子设备、五金交电、家用电器的开发与销售；节能产品技术开发与销售；工艺礼品的开发与销售；国内贸易；经营进出口业务。

目前公司开发的产品有：智能极性检测电力监测仪、漏电保护智能插排插座、无线安防一体机、PLC开关、电力猫等。

2、价值理念

愿景： 让天下人做自己真正想做的受益人

使命： 创造优质产品，为用户做出贡献

信念： 只要活着就要把影响时代哲学进行到底

宗旨： 引领客户持续满意，企业基业长青

客户观： 以客户的当下需求为根本

产品观： 技术优越, 方便实用

人才观： 忠诚 正直 专业 进取

作风： 认真, 快, 坚守承诺

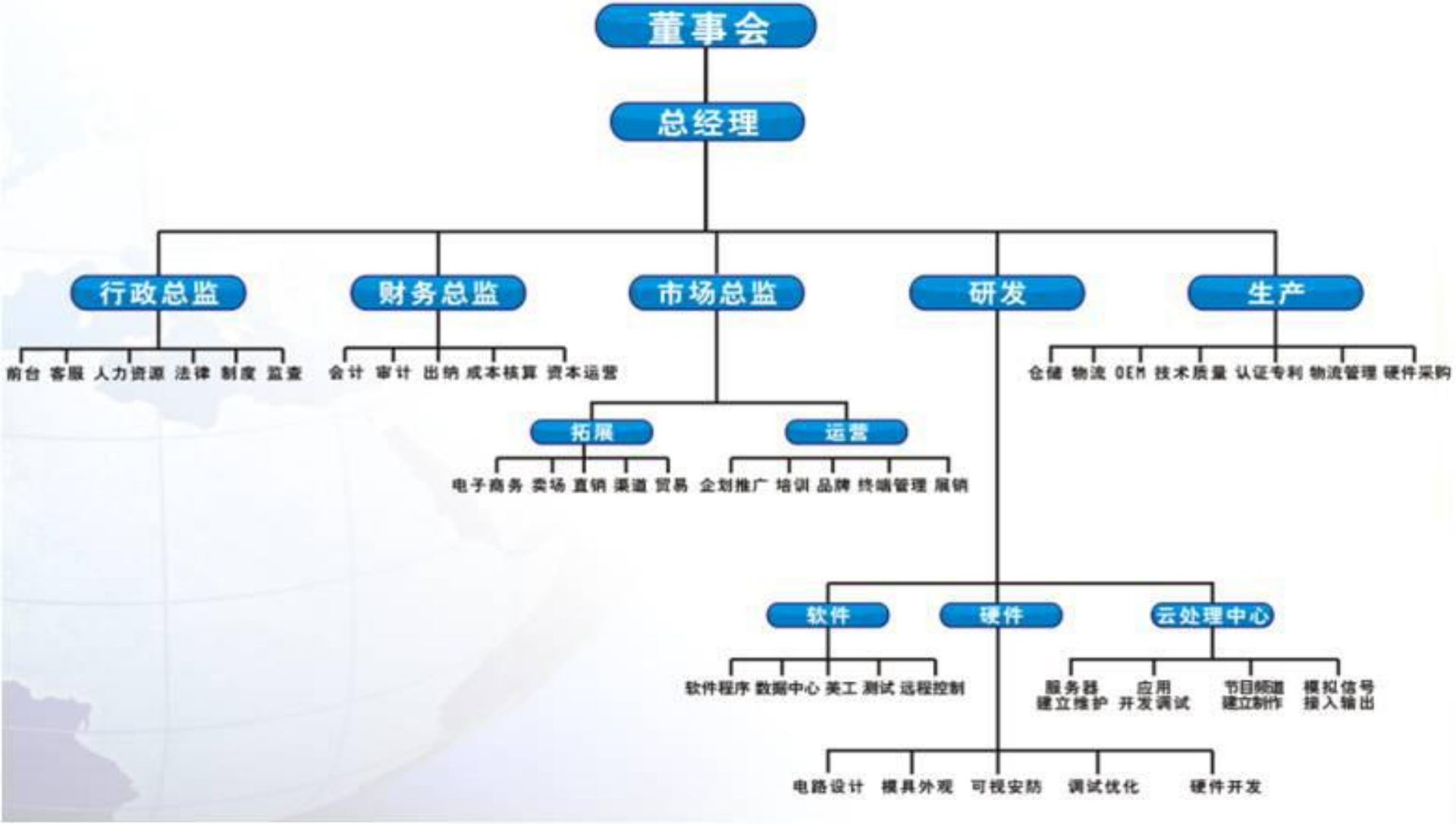
准则： 保证完成任务

司训： 自我修炼, 育人为善

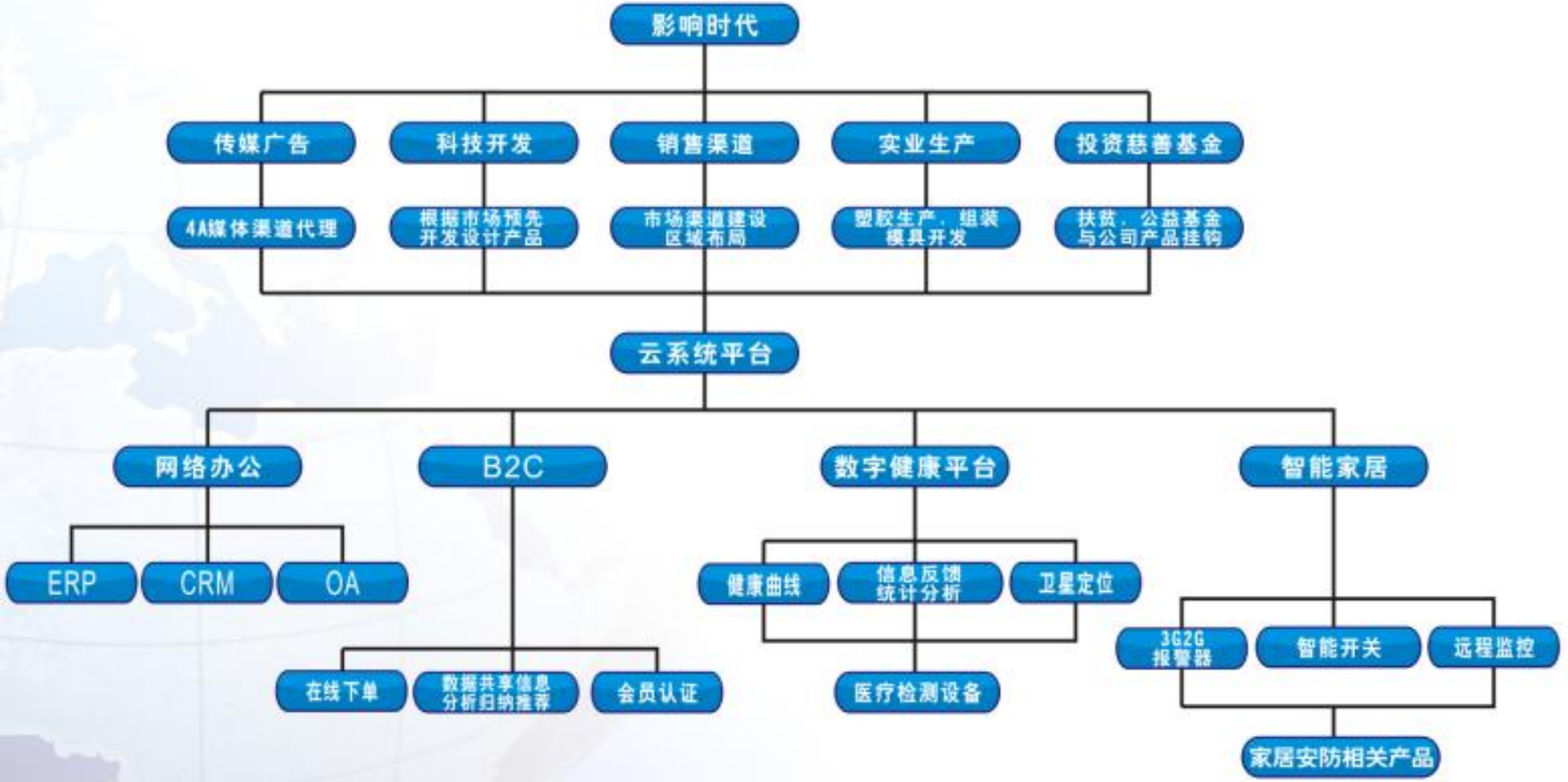
宣言： 我们走在实践的巅峰，引领科技的巨人!我们拒绝形式主义，让我们行动起来，在行动中去纠正、去调整，在行动中去检验、去完善，在行动中去学习、去发现，在行动中去增添勇气、创造机遇，行动、行动、立即行动！

INSOTIME

3、组织架构



4、战略发展

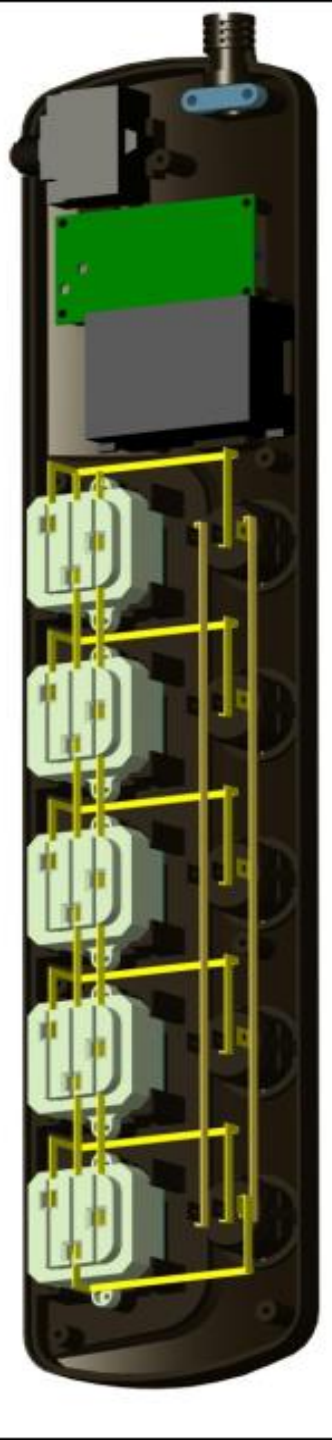

影响时代
传媒广告
科技开发
销售渠道
实业生产
投资慈善基金
4A媒体渠道代理
根据市场预先开发设计产品
市场渠道建设区域布局
塑胶生产，组装模具开发
扶贫，公益基金与公司产品挂钩
云系统平台
网络办公
B2C
数字健康平台
智能家居
ERP
CRM
OA
健康曲线
信息反馈统计分析
卫星定位
在线下单
数据共享信息分析归纳推荐
会员认证
医疗检测设备
3G2G报警器
智能开关
远程监控
家居安防相关产品

INSOTIME 影响时代市场区域图

二、产品展示

提货价：**78元**

全国统一零售价：**168元**



YXSD-CP001

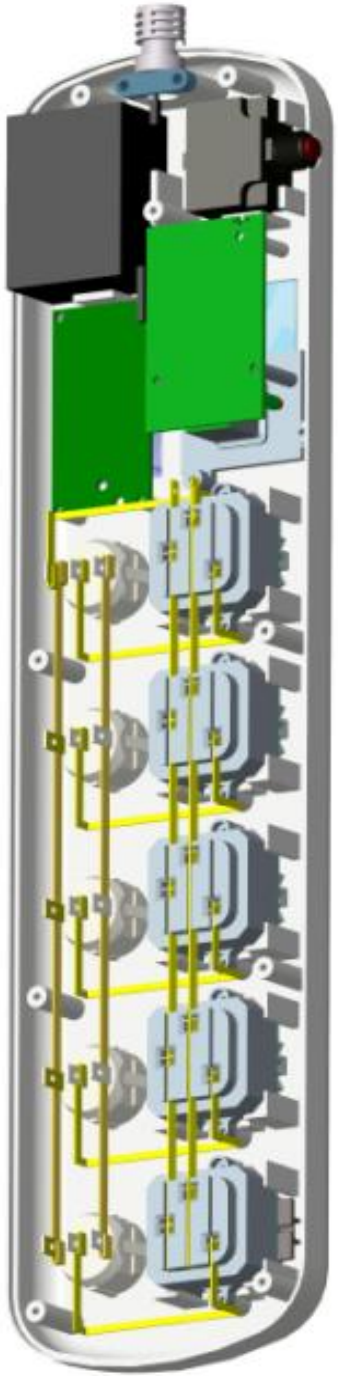
提货价：**98元**

全国统一零售价：**198元**

YXSD-CP002

提货价：**88元**
全国统一零售价：**178元**

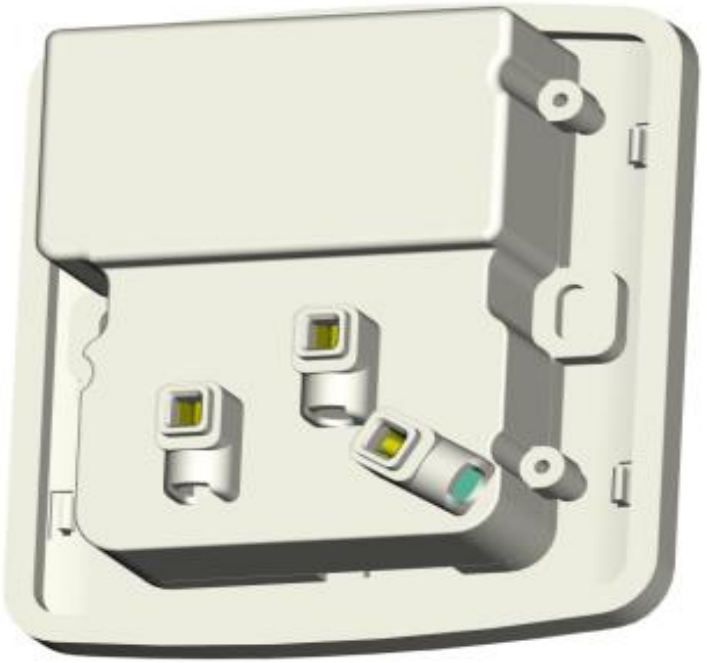
YXSD-CP003

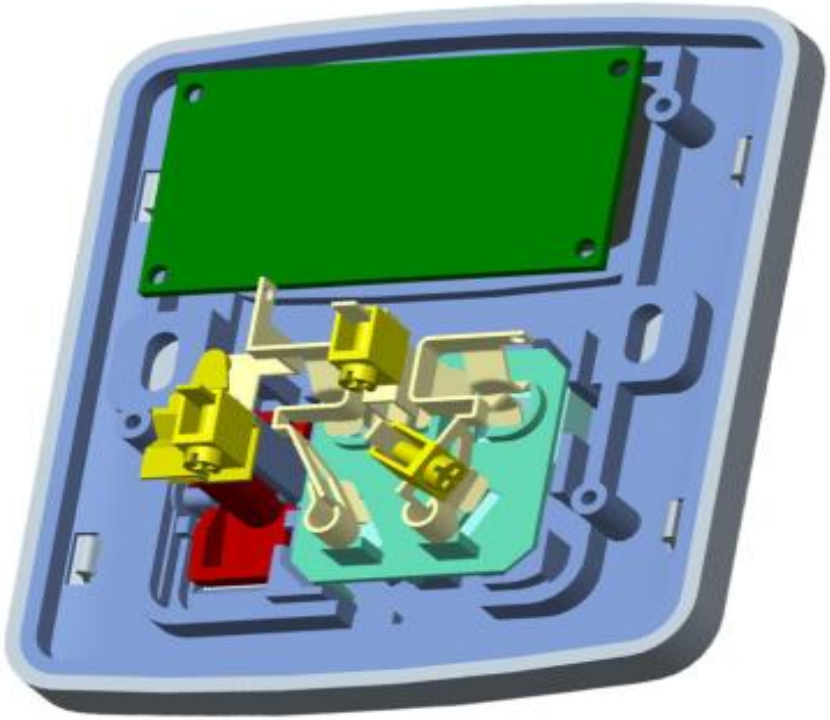


提货价：**78元**

全国统一零售价：**178元**

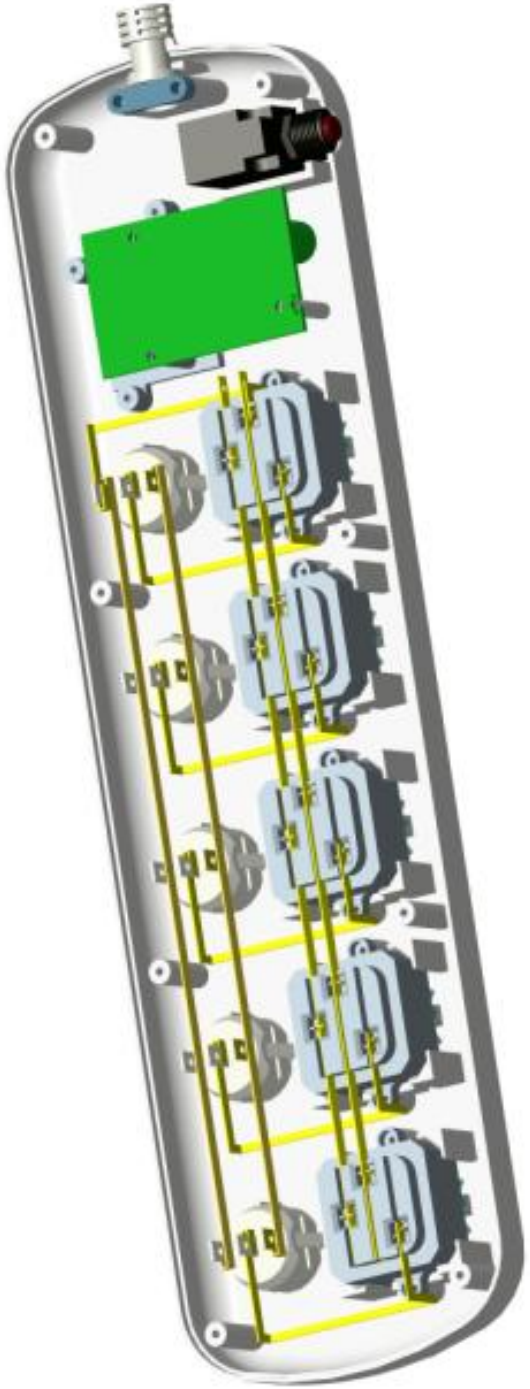
YXSD-CP004





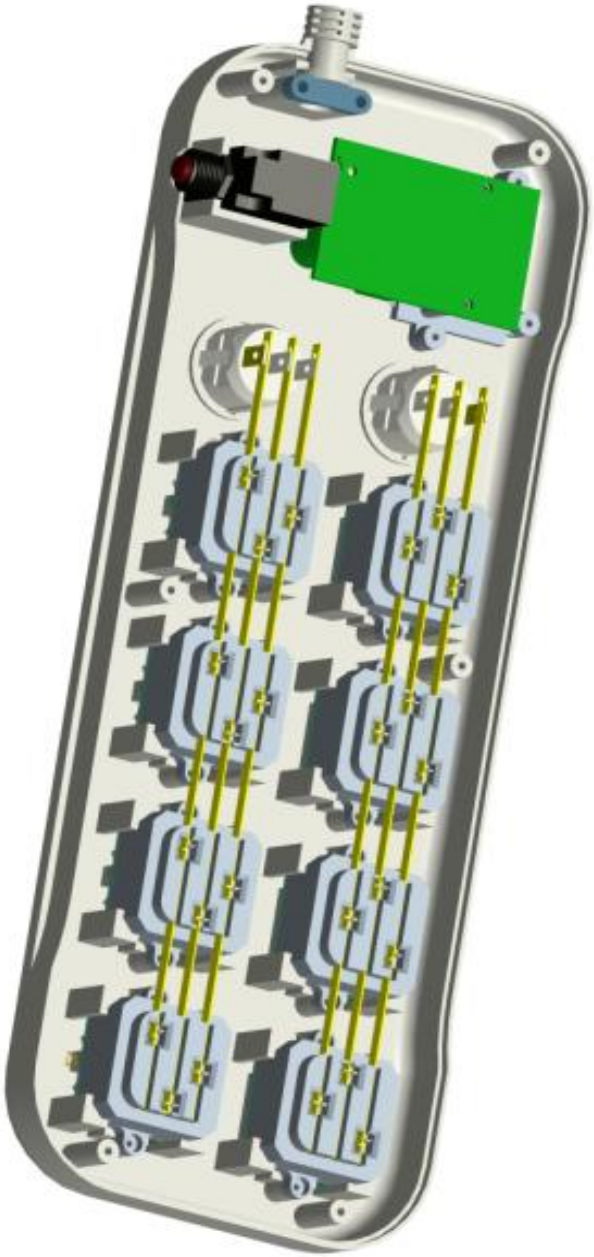
提货价：**68元**
全国统一零售价：**138元**

YXSD-CZ001



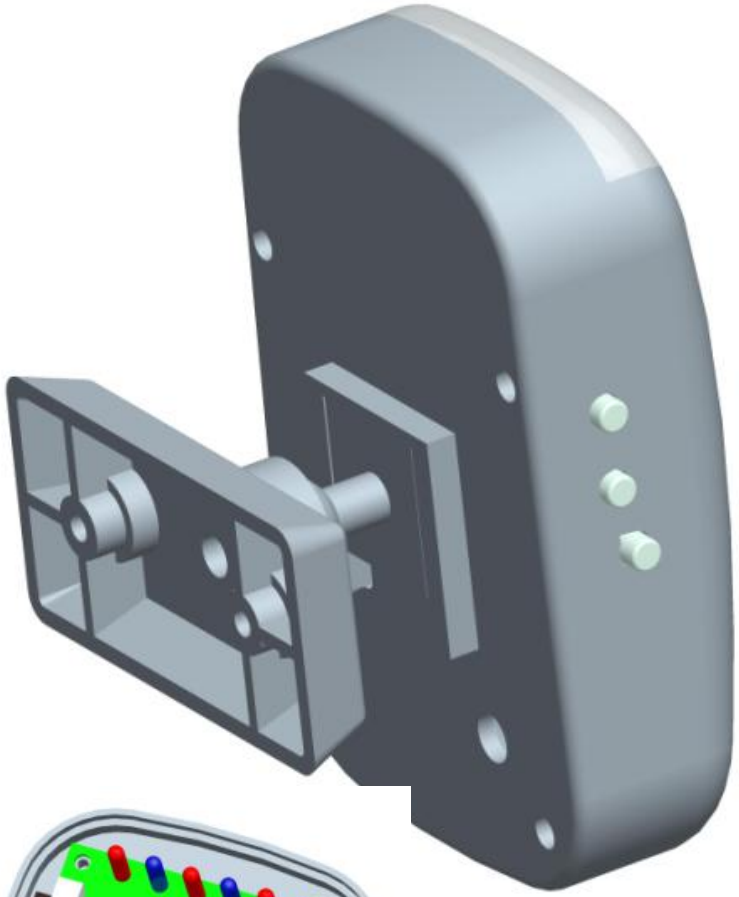
提货价：**38元**

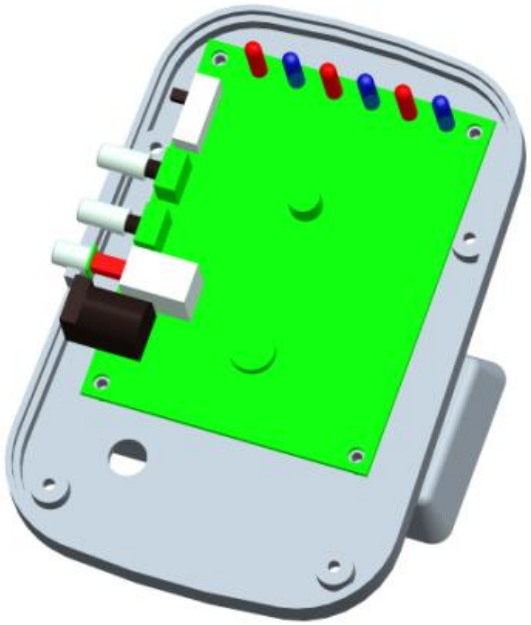
全国统一零售价：**98元**



提货价：**58元**

全国统一零售价：**128元**

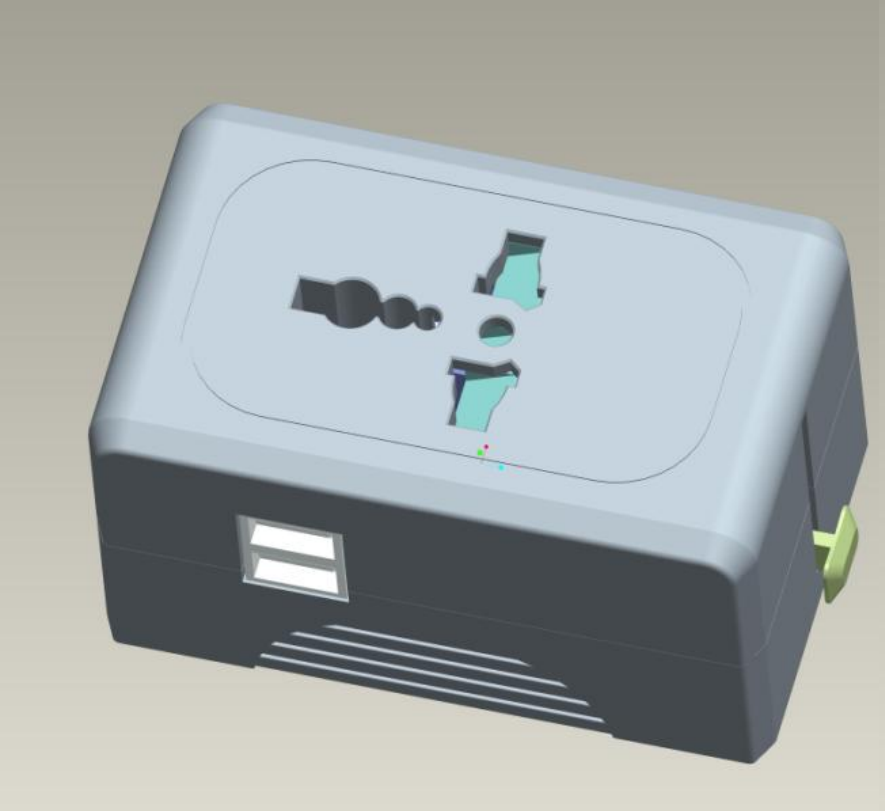


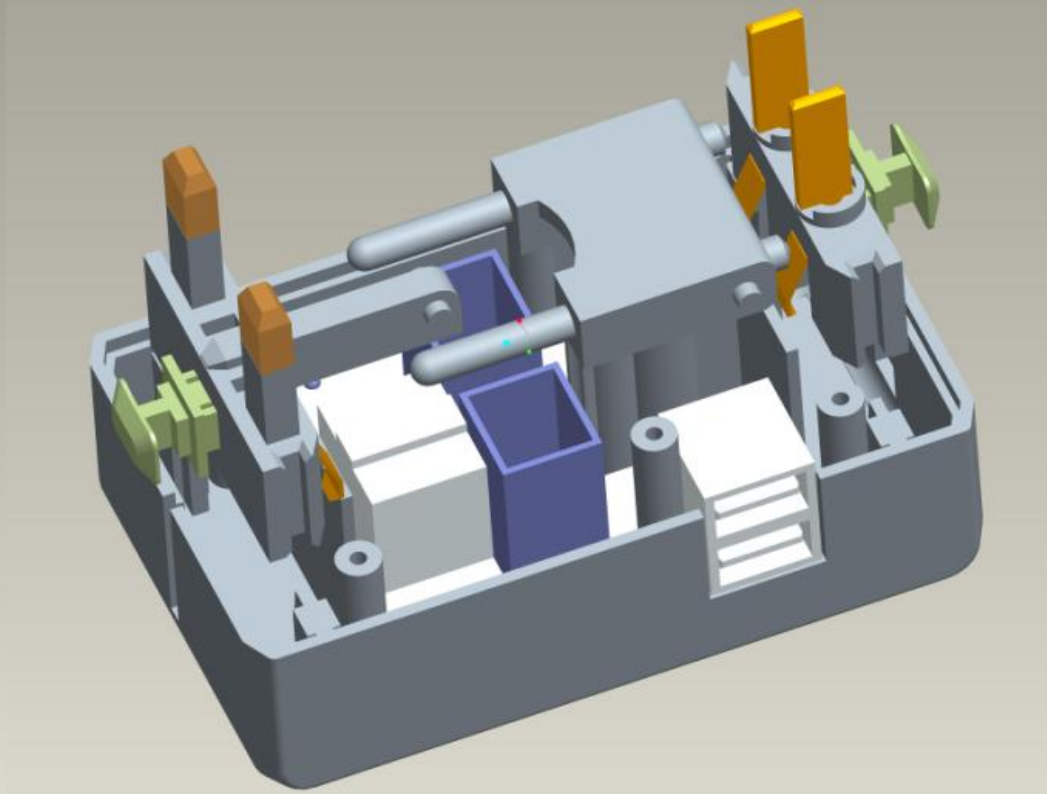


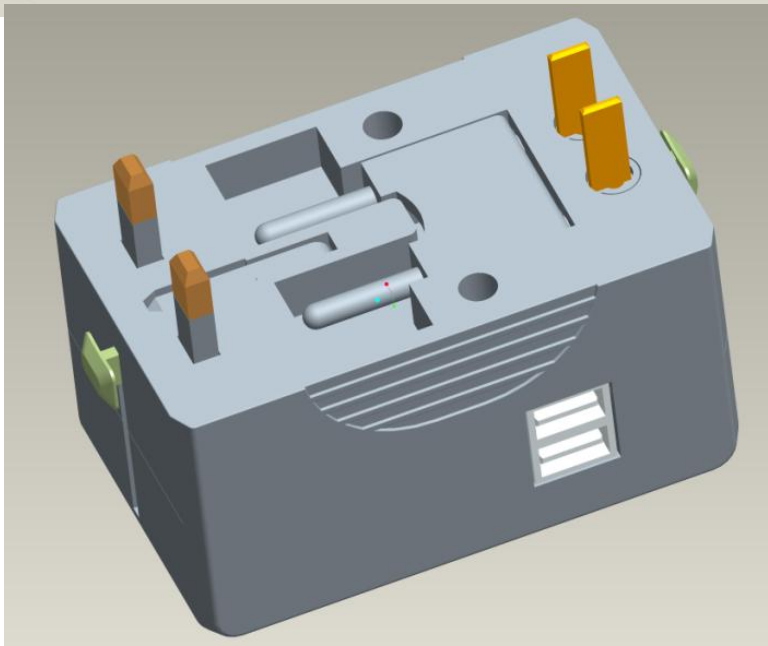
提货价：**68元**
全国统一零售价：**168元**

无线安防一体机

一托六无线控制



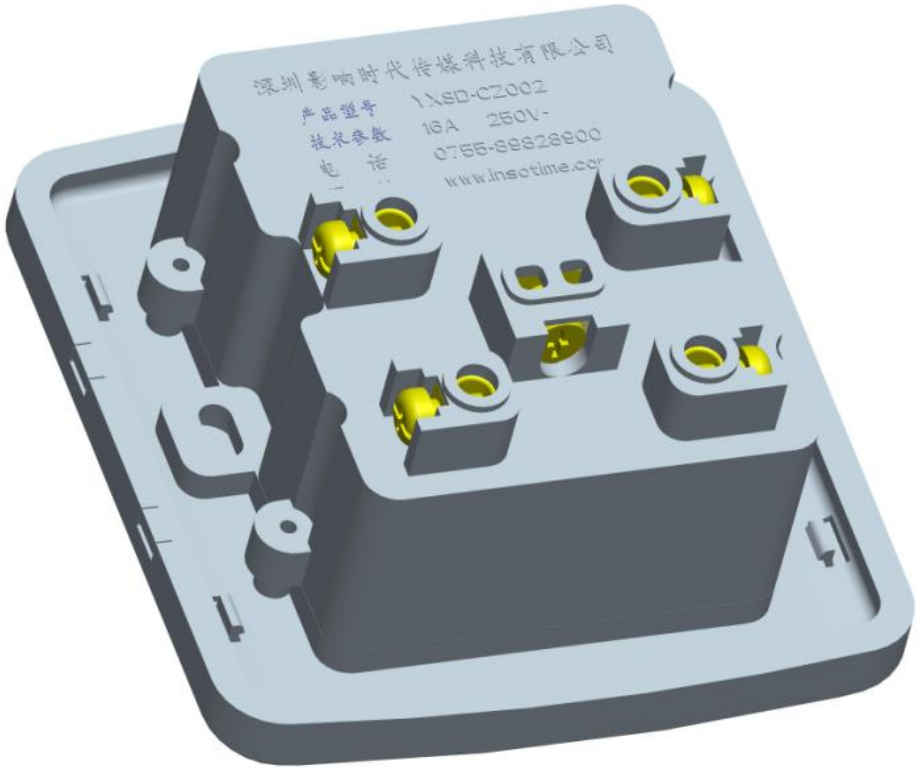


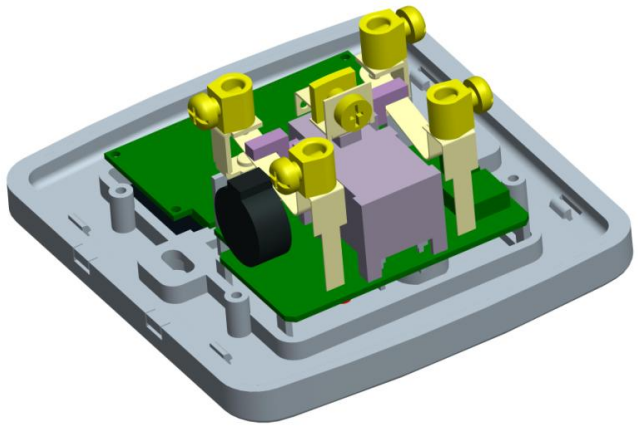


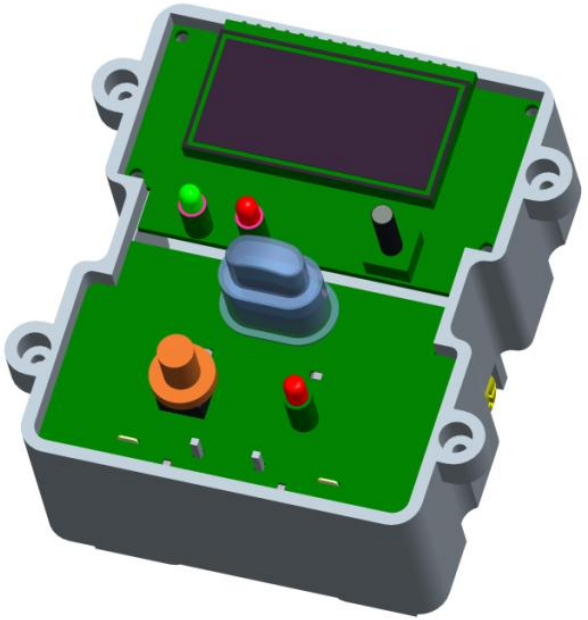
提货价：**18元**
全国统一零售价：**58元**

万能插座电源转换器

自带5V1A双USB充电接口







提货价：**68元**
全国统一零售价：**138元**

漏电保护计量监测插座

三、市场分析

1、机遇

2010年6月1日发布了家用插座“新国标”并于2011年6月1日强制执行。

资料显示，现在家庭中常用的“万用插座”存在各种安全隐患，且使用寿命与墙面插座相比更短。插座并不是越“万能”越好。“新国标”的主旨是为了保证居民安全用电，“万用插座”没有统一的尺寸规范，保护门的设计也很难兼顾。而且，插孔相对较大，“插拔力”容易不达标，即插头容易松动，存在火灾隐患，特别是像夏季这种用电高峰，特别危险。

“新国标”对插孔进行了统一规范，只支持扁头的二、三头插孔和圆头的双头插孔，对“防触电”、“移动式插座的结构”、“接地措施”等做出了明确规定。

“新国标”产品的外包装上会标注 “按GB2099.3-2008标准生产”;而“按GB2099.3-1997标准生产”则是旧国标排插的标志。

“新国标”的推出将会对插座生产业产生较大冲击。今后的插座从用料到做工上都有了明文规定，凡是不符合标准的都将列为不合格产品。避免了之前插座生产没有依据，无法检测的尴尬。一些不符合标准的企业也将面临“被洗牌，对于消费者来说则是一个好消息，真正做到了安全用电。

2、新国际与其它插头类型对比

3、极性检测计量监测插座插排简介

极性检测计量监测插座或插排是以电源插座或插排为载体，集成了电能计量微处理器、定时器、液晶显示等模块，可实时显示用电设备的电流、电压、功率、电量等信息。

用于对用电设备进行工况检测、过载保护、智能化改造等，主要应用在居民家庭、学校实验室、电器生产商产品检测实验室等场合。

插座和电表是两种常见的工业产品，计量插座作为一种两者综合的应用产物，是用户在生产与生活中因计量、节能或用电保护需求而催生的一款新产品，最早出现在03年。

目前常见的计量插座或插排具有上述计量、定时、过载保护的一种或多种功能组合，具有一体化，超小型，高精度，宽量程，多功能等特点。

4、极性检测计量监测插座或插排需求分析

随着电视、电脑、冰箱、空调、洗衣机等大功率用电设备进入普通百姓家中并迅速普及，城市居民用电量大幅增加，城市节能工作的重点已逐步由工业生产转向居民用电，一些厂商也大打节能战，推出各种节能环保的家用电器，但普通家庭一般只有一块电能表，缺少有效的手段和工具去检测用电设备的用电情况，难以做到科学、合理的用电，并且常常因为没有能及时发现电器设备出现异常状况，如电冰箱制冷不合理设置等，以至于设备长期在不健康的状况下运行，浪费了大量的电能，面对电费的增加，却不知道哪里出了问题，不能做到明白用电和节能用电。

极性检测计量监测插座或插排做为人民日常生活中的常用设备可以解决这些问题。带极性检测计量监测功能的插座或插排可以检测插座上的每个设备的用电情况，并能做过流、防浪涌、防雷、漏电等保护。

5、开关插座市场价格分析中上

最高：

吉徕或其它国外直接进口产品等；

梅兰日兰枫木框（不是木纹塑料框，市场上很少见的）、金属框L86系列；

天基金属面板产品（贵族系列）；

产品单个开关一般在100元以上，暴贵，性价比奇低。（特别是天基金属面板产品，里面一塌糊涂，连个双面保护门都没有，就表面有块钢板价格就提高10倍，实在是骗人产品）。

较高：

TCL超音速、西蒙60、奇胜E3000、台湾康宝、梅兰日兰L86、罗格朗马赛等；

产品配两室两厅一般花费在1600～2500，外观整体漂亮，比较有档次。如果真的喜欢，多花1000元个人感觉还是很值的。需要注意的是其中西蒙60要配专用的暗盒（黑色的，尺寸较小），如果已经按了普通的60系列就不能装了；超市里面西蒙的黑色暗盒不要随便买，除非确定肯定用西蒙60。另外康宝是最近新引进大陆的产品，目前市场上为数不多的LED开关之一（同样技术指标的还有奇胜德一个新款，不过价格颇高）在台湾销量很高，目前选购得话性价比还是比较高的。

5、开关插座市场价格分析中下

普通：

TCL银韵、K系列；西蒙50、58、59；奇胜1000、2000；梅兰U86、Easy86（A86）；
松下宏彩、佳典纯；朗能各系列；天基各系列；西门子灵动、远景；罗格朗美特等。

产品装在两室两厅一般在600～1000元，品牌、外观选择也比较多。这个档次产品总体质量比较好，有些品牌的产品还达到国际标准的（比如梅兰、西蒙）。为了用得放心，外观喜欢，买这个档次产品肯定值得。

较低：

GP、金星、飞雕、鸿雁等

外观设计模仿为主，用料较次。质量基本达到国家标准（国家标准真的好低，连插座没保护门都是合格的，有些开关后座还在用以前拉线开关的材料）
价格低，两室两厅一般300搞定。要是想省米，也不在乎外观的话，可以选择。

超低：

品牌：无或假冒品牌或商标接近打擦边球（松日、松可就是这么做起来的）
购买地点：路边或社区的小五金店，市场里的五金杂货柜台。
特征：质量、用材超差，价格超低，外型几乎和名牌一样。

5、开关插座市场价格分析评价

主要品牌评价：

主要品牌最佳质量（不分排名）：罗格朗、西蒙、梅兰日兰

主要品牌较好质量（不分排名）：TCL、奇胜

主要品牌最佳用料（不分排名）：西蒙、罗格朗

主要品牌较好用料（部分排名）：松下、TCL、奇胜、梅兰日兰

最佳外型设计（不分排名）：西门子灵动、西蒙60、西蒙59、梅兰日兰L86、奇胜E3000

较好外型设计（不分排名）：西蒙50、TCL银韵、TCL-K系列、梅兰日兰U86、松下佳典纯

最擅长外观模仿的品牌：朗能、天基

6、2011年十大热门品牌开关插座

1 TCL-罗格朗
(于1860年,电气行业的领导品牌,十大开关插座品牌,TCL-罗格朗国际电工(惠州)有限公司)
2 西蒙Simon开关插座
(成立于1916年西班牙,全球著名的通信布线品牌,开关插座十大品牌,西蒙电气中国有限公司)
3 霍尼韦尔-朗能Lonon
(于1885年,拥有多元化制造技术的大型跨国企业,霍尼韦尔朗能电器系统技术(广东)有限公司)
4 奇胜Clipsal
(于1920年澳大利亚,全球著名品牌,亚洲最大的电工产品品牌之一,施耐德电气(中国)投资有限公司)
5 西门子Siemens
(始于1847年德国,世界上最大的电气工程和电子公司之一,世界500强,西门子(中国)有限公司)
6 梅兰日兰Merlin Gerin
(1920年法国,施耐德电气的下属的世界上领先的配电品牌之一,施耐德电气(中国)投资有限公司
7 松下Panasonic
(始创于1981年日本,大型跨国集团公司,全球最大的电子厂商一,松下电器(中国)有限公司)
8 松本SOBEN
(广东省名牌,广东省著名商标,专业致力于电气产品的企业,开关插座品牌,松本电工实业有限公司)
9 飞雕开关插座
(始于1987年,中国驰名商标,大型现代化企业,行业领导品牌之一,上海飞雕电器集团有限公司)
10 鸿雁开关插座
(1984年,中国驰名商标,高新技术企业,浙江名牌产品,浙江省著名商标,杭州鸿雁电器有限公司)

7、分析总结

智能插排插座同类市场产品并俱备此技术的仅山东力创，山东力创的技术及核心成本比我们高出一倍，主蕊片已停产。

具有类似技术产品的公司包括：深圳北电电子、山东力创电工、慈溪科德电器、宁波培正电器、广州万方等，其主要领域在电力计量监测产品和电表，仅山东力创有涉及插排与插座。

具不完全统计，中国的开关插座与插排市场超过350亿元。

四、营运模式

3、战略

- 高科技
- 高质量
- 高性价比
- 细分市场，深度开发

4、战术

INSOTIME

升级并持续开发新产品:

1、插排（四款准备投产）

2、插座（两款准备投产）

3、万能插座电源转换器（一款准备投产）

4、安防一体机（一款准备投产）

5、PLC智能家居（调试阶段）

6、数字健康服务站

7、云服务平台

5、渠道执行

一、直销
二、电子商务
三、卖场
四、专卖店
五、参相关展会
六、经销
七、代理加盟
八、投资加盟

INSOTIME

6、市场部薪酬体系---直属员工

职位	绩效模式	全国统一零售价 提货价出货返佣	年终考核	工资	年终
分公司总经理	10万/月	5%	120万/年	1万/月	额外5%
区域总监	5万/月	4%	60万/年	5千/月	额外4%
区域经理	3万/月	3%	36万/年	3千/月	额外3%
业务经理	1.5万/月	2%	18万/年	1.5千/月	额外2%
直销员	0.35万/月	1%	4.2万/年	享受全国统一 提货价	额外1%

直销员连续3个月完成目标便可以转为合同制员工或累计金额在单月达到1.5万元便可转正，凡销售公司任何产品不能低于提货价的20%销售，否则一经查实立即解除劳务关系终身不再录用及授权，并有权追求其经济责任。

正式员工包括：业务经理、区域经理、大区总监、分公司总经理。正式员工必须遵守公司的规章制度和员工守则，日常的出勤与绩效是考核的重要依据。销售点/直销员是指为没有签劳务合同的销售网点/直销销售人员。

6、市场部薪酬体系---经销商代理商

二次提货返上次提货点		前6个月免考核后每3个月考核一次
经销商	8%	三个月不能低于1万， 否则取消资格（8%二次返点）
县区级代理商	10%	三个月不能低于3万， 否则降为经销资格（10%二次返点）
市场代理商	12%	三个月不能低于8万， 否则降为县区级资格（12%二次返点）
省级代理商	15%	三个月不能低于15万， 否则降为市级资格（15%二次返点）

7、售后

质量三包服务

提货单价在100元以上	七天包退	提货单价在100元以下	三天包退
	一年包换		七天包换
	加第二年快速保修		一个月保修
	终身维护		

五、市场策略

1、抢占销售网点发展经销代理

销售网点由业务经理负责开发并进行跟踪辅货或代销，并分管相应的促销员，同时自己控制风险与承担风险，销售点跟业绩挂钩。

A类： 电脑城、灯饰城、电源灯光照明店或集中区
B类： 五金批发城、五金店或文具店集中区域
C类： 建材城、家具、卫浴城或类似个体店集中区
D类： 家电城（国美、苏宁、顺电、益群等连锁电器城）
E类： 百货商场（沃尔玛、家乐福、人人乐、天虹、吉之岛、百佳、好又多等）
F类： 小型超市、小家电个体户、五金店
G类： 电子城

2、推广策略

1、X展架

（单个销售网点配一个，并定期更换）

2、宣传单

（单个销售网点单月配200张，并定期更换或补充）

3、启动期联合促销

（项目启动期前3个月，做新品上市特价回馈优惠打折促销活动）

4、区域整合营销

（一个片区联合做促销，并适当与其它相关类似产品搭配捆绑促销）

5、买一送一促销

（买一个智能插排送一个安防一体机）

6、定期普及电源转换器、开关、插排插座、数字智能家居知识讲座

7、部分产品型号参与电视购物与团购网

六、融资需求

1、第一阶段融资需求

本项目第一阶段计划融资600万元人民币。

资金用途：产品塑胶开模与五金冲压件开模、PCB生产与STM贴片、LCD屏生产、IC主芯片与电子元器件的采购、电源线及尾卡采购、牛皮纸与吸塑包装、产品组装封装线、X展架与宣传单页、条码3C认证、相关专利及版权申请。其中，前期投产7款产品，成本150万元；相关人员增配、组建销售网络、渠道拓展、新品研发、运营成本及流动资金450万元。

资金（预计第一年可重复循环3至5次）使用周期：资金到位第一次从投产到成品约60天（成品35000个，平均提货价50元/个，销售额可达175万元，第二次后生产的成品成本可以下降8%左右），再加3至6个月的产品铺货与销售，资金回笼时间第一次约5至8个月便可收回第一次投入成本并实现盈利，股东权益回报在15%左右（约26万左右，第二次约在30万左右）。

2、投资方入股

第一步：根据项目前期运作的具体情况，本次融资需新增投资600万元，其中，公司以其无形资产、技术、管理、市场份额、厂房作为股本，持股70%；投资方以现金作为股本，持股30%；双方共同组建董事会，共同经营管理。

增资价格：按每股1.00元定向发行600万股，每股面值1元，溢价发行部分计入资本公积；融资成功后，公司项目正常运作，新产品迅速占领市场，预计第一年将实现销售收入750万元，净利润125万元。

3、股权转让与退出机制

股权转让

增资成功后，公司将迅速地将技术优势转化为市场优势，大幅度提高产品的市场占有率与利润率，提高股东的投资收益，预计未来3年平均年均资产收益率将达50%以上；同时，经过增资，股权进一步分散，法人治理结构将更趋完善，更有利于公司早日进入资本市场。

投资退出

公司对未来的发展充满信心，如果进入后的投资者想退出，融资方可协议回购，在三年内，公司可按净资产值或年15%的增值率（两者高者）回购，投资者可选择继续持有或出售，或者选择三年获得总额人民币900万元的约定回购额。

THANK YOU

INSOTIME

影响时代
insotime

总经理 谭钦文 18948701992、13163708800

深圳市南山区白石州沙河街工贸六栋四楼402室（云娜服装城后面）

电话：0755-8982-8900

传真：0755-2641-6994

www.insotime.com