

機緣巧合



目錄

1.我們的公司	p.3
2.理念及使命	p.3-4
3.主要合作夥伴	p.4-5
4.機危強弱分析	p.5-10
5.PEST 分析	p.10
6.產品重新定位	p.11-13
7.市場定位	p.13
8.可行性	p.13-14
9.營運方法	p.14-15
10.定價及有關費用	p.15-16
11.宣傳媒介	p.16
12.市場策略	p.16-17
13.服務流程表	p.17-18
14.社會責任	p.18
15.人力資源	p.19
16.感想	p.20
17.附錄	p.21-27
i) 會議紀要	p.21-24
ii) 財務報告	p.24-27



1. 我們的公司

近年不斷出現食品安全問題，大大使大眾對綠色健康飲食文化的關注提升。另外，由於時代的變遷，使地球污染的問題不斷增加，以及急促的生活節奏降低人類生活質素。

「機緣巧合」是一個網上購買有機產品的平台，為大眾方便提供品質保證的有機產品。

「機」是指有機食品及機會、「緣」是指緣份、「巧合」則指利用現今先進的網路平台推廣城市綠化。基於近年來大眾對健康有所追求、方便快捷以及品質保證，我們所售的有機產品都是通過網路以包裝好的形式出售，讓大眾既方便亦不用花太多時間預備膳食，希望推廣城市綠化。此外，我們亦會與水耕種植公司（如：火炭水耕種植中心）和物流公司（如：順豐快遞公司）合作，由他們發貨，讓大眾市民可下班後到集合點取已訂的蔬菜，以快捷和方便為主，並以中介的身分去推廣本土有機農業和城市種植此推廣本土，提倡健康飲食及生活，製造商機。最後，「機緣巧合」亦會定期派員工到水耕種植公司進行監管，並在產品包裝上清楚列明認證機構或管理當局，如：香港有機資源中心和香港有機認證中心發出的「有機食物」認證標籤，保證良好的品質，好讓大眾安心進食。

本公司除了售賣蔬果副產品，如：有機辣椒醬、果醬及飲品等，令本港顧客也可以享受價錢實惠的有機蔬果製品，我們還會與農場合作，根據當時的時令蔬菜推出特色菜譜，然後將該道菜餚的材料包在一起，以材料包的形式出售，讓平日忙於工作和不通廚藝的人在拿到材料包後，只要將所有材料放在一起煮，便能享受有機菜餚，遷就香港市民凡事都追求快的生活習慣。另外，在服務方面，我們將會與本港各有機農場及水耕菜中心合作，讓市民能以比超級市場更低的價格去購買有機食品，以吸引更多客源。最後，我們還會和園藝公司合作，為本港市民的家打造一個植物牆，以綠化環境。

2. 理念及使命

理念：隨著時代的變遷，地球上的污染問題日益嚴重，車輛的增多造成尾氣肆虐，以及因為忙碌急促的生活節奏使其生活質素下降。這到個人的健康，與每個人的生活息息相關。因此本公司重視環保及健康，通過與不同公司合作，如：香港水耕種植集團、香港有機資源中心、食物及環境衛生署等，在推廣本土有機農業食品及用品的同時，提倡城市綠化，培育更多注重個人健康的新一代。

使命

1. 利用香港有機食品專家的誠信、知識、和國際網絡，建立本地有機生產及國際採購的平台，為嬰兒兒童及青少年提供有機健康食品。
2. 配合天時地利人和各種因素，利用先進科技技術製造綠色商機，為買賣雙方提供一個在線交易平台，使買賣方可以主動在商品網拍賣，而消費者可以透過商品網買多元化的產品，既能幫助消費者省錢，減少了租金成本，又能方便消費者。
3. 推廣綠色文化，加強消費者對環保的認知，透過提供購買有機食品平台，倡導綠色生活文化。

3. 主要合作夥伴

網路製作公司,如 App Express, Wix.com	主要幫我們製作購物平台和確保網頁精良
全環控水耕研發中心 (漁農自然護理署)	水耕菜的主要來源,以仲介的身份與他們合作以推廣水耕菜, 拓闊其知名度.
香港水耕種植集團	
香港有機資源中心	確保蔬果的安全和衛生,為顧客提供優質及安全的貨品.
食物及環境衛生署	
消費者委員會	向機構取得認證,令顧客的權益也受到保障.
香港本土的有機農,例如: 香港青年協會有機農莊	貨物的主要來源,籍此推廣本土農業
順豐快遞	以此作為集合點,方便顧客於任何時間取貨

4. 機危強弱分析

強 (優勝之處)

• 市場觸覺

食物生產過程受化學物影響，對人類健康產生不少問題，因此現今社會講求健康及有機食品。我們的產品，經獨立認證，品質及安全有保障，定能切合顧客的需要，有市場需求

• 創新力強

不斷發掘新口味新品種的產品，讓產品經常改頭換面，加上精巧的包裝，在講求多元化的香港社會上引起陣陣新熱潮，定能長久保持重要席位。由於網店可以比較容易轉售其他商品，所以有絕對的優勢去幫助各商家去售賣不同種類的貨品

• 成本效益

著名管理學家 Micheal Porter 的名著 Competitive Advantages 中指出，成本優勢是企業的重要長遠戰略。因此，我們在變動及固定成本的組合方面，都非常重視其有關效益。其中包括盡量利用外部資源，減少前期投資及固定成本，避免因市場波動而產生的下行風險 (Downside Risks)。

由於實施網店並非實質商店，所以商家無須繳付昂貴的店舖租金及勞工開支。

在香港，至 2016 年 12 月，平均每平方米租金分別由\$ 1306 至\$ 1408 不等，視乎地區而定。以旺角一帶的店舖為例子，花園街旺舖每月租金大約需要\$ 330000。基本上，貨品已經難以以低於平均價格去放售有機食品，以我們則能讓市民受惠及多接觸有機產品

加上，網上店舖可以以個人的身份去營運，無需外聘員工來維持店舖日常運作，減少了勞工開支。以現時最低法定工資每小時\$ 34.5 來計算，如需 3 小時： $\$ 34.5 \times 3 \times 8 = \$ 828$ /日，即在 1 個月可以節省\$ 24840 的經常營運開支。

選擇我們網上交易平台的商家可以以低價租享銷售格子，作放售商品之用途。以低成本，比市價低的價錢放售自己的蔬果/有機食品，讓市民可以購買便宜又有益的有機食品

• 選擇自由度大

平台設有購物車功能，可以先把喜愛的貨品加進購物車，在之後再進行篩選，以減少購買不必要的貨品，從源頭減少廢物，減低消費者浪費金錢的機會，便可以達到環保的理念，減輕堆填區的負擔。另外，平台是與不同的商家合作，以多元化綠色商品作為理念的一環，不會單一銷售。商品包括新鮮蔬果，裝飾品，有機加工食品及加工商品，把不同種類的貨品集於一網，以供顧客逐一選購。

• 所需投資本金比經營實體店低但回報高，可以容易吸引投資者駐資原因:

~人手需求少，以網上交易平台 Amazon.com 及實體交易平台 Walmart 為例:

Amazon:約 23 萬員工，Walmart:約 230 萬員工，相差約 10 倍!!!!

但收益方面

Amazon:約 1359 億美元，Walmart:約 4820 億美元，只相差約 3.5 倍

員工人均生產總值:

Amazon:約\$606522 美元，Walmart:約\$209565 美元

總結而言，網店的人手需求雖然比實體店少，但所收取的利益卻比實體店多，所以能吸引更多投資者駐資發展

產品弱勢

一，資金有限

1·採購能力有限

- a) 由於公司的資金有限，對有機菜的購買能力也會相對較弱，難以為客戶提供大量蔬果，不能滿足客戶的需求。
- b) 有限的蔬果品種不能滿足客戶的需求，會給客戶留下不好的印象，顧客有不再使用本產品的可能。會導致產品的知名度和使用率難以得到提升。

2·難以用員工福利和薪水留住人才

- a) 產品的開發，技術研究，策劃市場策略等工作需要大量人才，但由於公司的資金有限，難以用良好的員工福利和高薪水留住各部門的人才。將導致公司損失一部分人才。
- b) 當公司缺乏人才，產品的質量將難以得到提升，如：系統無法更新，產品功能單一，產品設計缺乏創新等。會導致本產品難以與其他產品競爭，本產品的顧客忠誠度會有所下降。

3·聘請的員工有限

- a) 當本公司沒有足夠的資金聘請大量銷售部員工如：接單與送貨型銷售員，客戶關係型銷售員等
- b) 缺乏接單與送貨型銷售員會導致客戶的訂單難以迅速地到達生產部，而貨品也難以確保準時送到客戶的手上，令營運效率降低。
- c) 缺乏客戶關係型銷售員則會導致公司缺乏解決客戶不滿的人力資源。當客戶對產品感到不滿時，如沒有相關人員出面解決，會令客戶的不滿情緒增加，客戶忠誠度也會同時降低。

二，經驗不足

1.容易相信合夥人或供應商導致上當受騙

- a) 由於經驗不足，公司在與合夥人和供應商合作期間會輕易相信對方，容易導致公司上當受騙。
- b) 而當公司上當受騙時也沒有經驗解決相關問題。

2.在策略上作出錯誤判斷的機會較大

- a) 公司在策略上做判斷時，由於沒有豐富的營運經驗，作出錯誤判斷的可能性較大。而公司錯誤的判斷會導致公司損失慘重或無法最大可能的提升營運額。

3.管理能力較低，程序上容易出現漏洞

- a) 公司的經驗不足會導致管理能力較低，所以產品在程序出現漏洞的可能性會較大。

4.處理突發事件的能力較低

- a) 當出現突發事件時，公司沒有相關經驗解決問題。會導致公司無可避免地有所損失。
- b) 由於經驗不足，公司也沒有能力預防突發事件。

機會

● 科技漸趨發達

我們的網站/應用程式會可以讓不同階層使用，不會受到科技的限制。從而客源和瀏覽次數可以比實體店多，因為可以在任何時間或地方使用。

● 香港網店競爭性低

中國大陸設有阿里巴巴集團，壟斷了中國網上交易平台的市場，而外國則設有阿/gmarket 等大型平台。相反，香港並沒有專一的網上交易平台，所以我們的網頁/應用程式可以提供一個創新和香港獨有的網上交易平台，有一個新的商機

產品威脅：

一. 供應商

供應商所帶來的威脅分三大類

1. 不可抗力因素

- a) 由於不使用農藥種植，農作物則有病蟲害的可能，從而影響產品的質量。
- b) 自然災害如颱風，暴雨等導致農作物受到破壞，令食品供應不足，減少營業額，成交量降低。

3. 採購成本

- a) 如果供貨商突然大幅度提高供貨價格，則會導致經營成本的提高，競爭能力下降。

4. 產品質量和數量控制

- a) 假如供應商有意或無意在產品質量控制上出問題將導致產品質量下降，失去對客人的吸引力。
- b) 萬一黑心供應商道德品質低下，出現少金缺兩或灌水等行為，則會導致產品數量不足。

二. 運輸及儲存

1. 運輸及包裝

有機蔬果具有容易腐爛的特性，對外界環境有特殊要求，保質條件較高，如果食品在運輸或包裝過程中處理不當，如：運輸及儲存的工具未經仔細消毒或者儲存的溫度和濕度不合適，食品便會有變質的可能。

2. 及時性

-運輸時間沒有控制好會導致農作物質量和顧客滿意度下降。

三. 顧客

顧客方面所帶來的威脅分三類。

1.存在對市場瞭解不足的危機。比如，部分人並不能很好地掌握手機及軟件的使用方法，對本產品的使用率會有所影響。

2.賠償損失方面。如果顧客食用了軟件平台售賣的產品後，出現身體不適。本公司需作出賠償。

3.顧客的評價直接影響產品的名聲。如果顧客對產品中的功能有任何不滿會直接在討論區反映。容易導致產品信譽及名聲受損，使用軟件的顧客也會有所下降，導致顧客流失。

四. 同行競爭

1.現有競爭者

a) 同樣售賣有機蔬菜的店舖如：點點綠零售店，City' Super，惠康等，以及網絡商店如：淘寶的營業時間比本產品長，擁有固定市場及一定的知名度。與其相比，本產品的知名度較低，故此競爭力相對較弱。對本產品來說是有劣勢的。

2.新增競爭者

如果新增的競爭者數量增加，而市場份額不變，則會瓜分市場，令本產品銷量下降，對本產品形成不利。

解決方案：

供應商方面

- 1· 需加強溝通以及產品數量和質量的管理力度。定期檢查食品的生產過程，以確保質量。
- 2· 加強驗收管理，以防供應商偷工減料。
- 3· 選擇與多個供應商合作，防止供應商突然加價和解決食品供應不足的問題。

運輸及包裝

- 1· 考慮引進備用運輸方，以防運輸過程出現突發狀況，導致產品不能按時送到目的地。
- 2· 在合同上註明，如果產品在運輸的過程中，質量出現問題，所有損失由運輸方賠償。
- 3· 嚴格規定運輸的細則條款，避免產品在運輸途中質量變壞，令顧客無法享受到最佳的產品體驗。

顧客方面

1. 加強與顧客的溝通，如果顧客對本產品有任何疑問，可透過網絡對話，為顧客講解產品的使用方法，加深顧客對產品的瞭解。
2. 購買保險，把顧客由於產品導致的損失風險轉嫁給保險公司。
3. 以貼心的服務態度換取顧客的滿意度及提升顧客的忠誠度，減少顧客流失。

同行競爭方面

1. 當有競爭者出現，可考慮與競爭公司合作，賺取利益。
2. 把服務做好，提高顧客的滿意度及忠誠度，減少顧客流失。
3. 以各種形式，大力宣傳本產品，提高本產品的知名度。

總結：

我們應加強與供應商及運輸方的溝通，以確保產品的質量，同時也應把服務做好。以貼心的服務態度及良好的產品質量換取顧客的滿意度及忠誠度。從而在面臨市場壓力時，然保持一定的市場佔有率。

5. PEST 分析

政治 (Political)

1. 2017/2018 年度政府財政預算案繼續推動農業的落實及發展，運用五億元，推行「農業持續發展基金」的兩項建議：

- (一) 在年內開展「農業優先區」，
- (二) 物色較大面積的優質農地並促使荒廢農地恢復農業用途。

經濟 (Economic)

1. 不少有機蔬果店與外地國家合作，例如：在 Grassroots Pantry 可以如同環遊世界般，品嚐到各種不同文化的有機素食，支持慢食主義，選用香港及廣東地區的有機農戶合作，聯繫人與食物的關係，並可以推動旅遊業的發展。

1

¹ <http://www.epochtimes.com/b5/16/8/22/n8226489.htm>

社會 (Social)

- 1.近來因一連串的食品安全問題，大大使社會上大眾越來越注重食品的營養價值，不少人覺得吃有機產品是比較好的，對健康綠色生活有所追求。
- 2.近年，有機蔬果食品店鋪的數目提升，總共 38 間，成為熱門消費品之一。根據調查，已有 56%的消費者願意支付更多金額購買有機產品，讓自己擁有更安全、更健康的生活。

科技 (Technology)

- 1.現今科技發展一日千里，互聯網的應用十分普遍，藉著互聯網作一個宣傳渠道，倡導綠色文化。
- 2.透過網上購物平台，制造綠色商機，能減少租金成本，幫助消費者及賣家節省金錢。

6.產品重新定位

近年來因為一系列的食品安全問題和病毒的爆發，大眾市民越來越注重食品本身的品質和其營養價值，對健康綠色生活有所追求。因此，有機蔬果在市場中的地位和價值都有所提升，成為熱門消費品之一。

- 以本公司所推廣的有機食物材料包為例，由於都市人生活急促，上班族日理萬機，普遍工時長要吃得好是一件頗困難的事。都市人生活繁忙，節奏十分急速;工作量既多工時又長，下班後又有消遣娛樂，大部人食無定時或根本沒有足夠時間解決三餐需要。因此，他們經常光顧快餐店，以節省時間。而快餐店提供的食物往往是高脂高糖，長期進食恐影響健康。因此，有機蔬果材料包相比一般餸菜較能方便大眾，購買材料包，例如：臘味炒芥蘭，在市場中的地位和價值應有着重要的位置，幫助都市人從繁瑣的政務中也能輕易快捷完成膳食。

服務/產品系列

針對以上所述，我們將會主打一系列的綠色有機食材，其中以新鮮有機蔬果為主，有機蔬果製成品和有關服務為輔，以吸引本港市民購買。

我們會和本港和香港之外如臺灣的有機農民合作，在網站中售賣含有豐富營養的日常或時令有機蔬果如西蘭花，椰菜花，南瓜以及以及由水耕菜中心種植的無農藥水耕菜等。主要吸引注重家人健康的家庭去購買。除此之外，蔬果副產品如有機辣椒醬，果醬，飲品等均會出售，令本港顧客也可以享受價錢實惠的有機蔬果製品。特別的是，我們會和農場合作，根據當時的時令蔬菜推出特色菜譜，然後將該道菜肴的材料包在一起，以材料包的形式出售(例如臘味炒芥蘭)。這樣一來，平時忙於工作和不通廚藝的人在拿到材料包後，只要將所有材料放在一起煮，便能享受有機菜肴。既節省時間，又方便。可以遷就香港市民凡事都追

求快的生活習慣. 而我們的服務形式將會是早上訂貨,晚上收貨;晚上訂貨,翌日早上取貨.一切為求貨物新鮮.

而在服務方面,我們將會與本港各有機農場,水耕菜中心合作.讓市民有更多機會以比超級市場更低的價格去購買有機食品.以吸引更多客源.我們還會和園藝公司合作,為本港市民的家打造一個植物牆,以綠化環境.

產品/服務	功用/營養價值	說明
<p>有機辣椒醬</p> 	<p>辣椒中含有豐富的維生素C、β-胡蘿蔔素、葉酸、鎂及鉀；辣椒中的辣椒素還具有抗炎及抗氧化作用，有助於降低心臟病、某些腫瘤及其他一些隨年齡增長而出現的慢性病的風險。它還可開胃消食，暖胃驅寒、止痛散熱，肌膚美容、降脂減肥，抵抗癌症、保護心臟，促進血液循環。用於胃寒疼痛，胃腸脹氣，消化不良；外用治凍瘡，風濕痛，腰肌痛。²</p>	<p>有油制和水制兩種。油制是用芝麻油和辣椒製成，顏色鮮紅，上面浮著一層芝麻油，容易保存；水制是用水和辣椒製成，顏色鮮紅，加入蒜，薑，糖，鹽，可以長期保存，味道更鮮美。³</p>
<p>植物牆</p>  	<p>不適用-</p>	<p>植物牆是由植物製成的牆體。經過別出心裁的設計，將不同綠色植物融合在一起，形成一幅富有設計感的圖畫。無論是在工作有或是家居環境皆有綠化和美化環境之效，令人賞心悅目，眼前一亮。</p>

² 資料來自 <http://www.jiankanghou.com/yinshi/33549.html>

³ 資料來自 <http://baike.baidu.com/item/%E8%BE%A3%E6%A4%92%E9%85%B1/6793480?fr=ala>

<p>水耕蔬菜 http://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/lifestyle/20150305/bkn-20150305123002248-0305_00982_001.html⁴</p> 	<p>水耕菜在室內種植，如：在多層工廠大廈或溫室環境，優勝於它不受天氣或環境影響，能以天然陽光種植，確保產量。而在工廠大廈內進行水耕種植，不單有利於釋放耕地，更可充分善用土地，從而紓緩都市地區耕地匱乏的問題。</p>	<p>水耕種植是一種現代化耕種方法，利用自動化技術，從而減低對人力的需求。水耕種植場可設於工廠大廈，如火炭 Fresh & Green 綠色煮意，應在網絡平台上推廣水耕菜種植的重要性及好處，提升大眾對水耕菜種植，有助提升客緣，並毋須模擬太陽光及投資通風系統，可節省電費開資，有助節省成本。</p>
<p>有機食物材料包 https://kknews.cc/news/vlegy.html⁵</p> 	<p>進食有機食物可減少吸收殘餘合成化學物（如除草劑及除害劑等）和添加劑。種植有機食時不含化學物質(如:他學肥料、農藥、防腐劑等)及不含基因改造的成份，達致保存食物本身的天然味道及營養，為消費者提供品質保證的食物。</p>	<p>把指定的食物材料包裝好，包括:食譜、材料、功用。讓大眾能從交收點拿取已訂的產品，方便大眾，能在下班後快捷地烹煮食物。</p>

7.市場定位

本公司主要的客人可分為兩大類，第一類為中港內外的普通家庭，而第二類則是各食肆和餐廳。

首先,對於中港內外的普通家庭來說,最大的銷售點便莫過於健康有營和安全了.近年來,不少蔬果都被檢驗出農藥超標,令大眾市民轉而購買有機食品.在中國大陸出於對食品安全和健康的關注,人民對有機食品的需求便更加之大.然而,有機制品的售價比一般農業產品要

⁴ http://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/lifestyle/20150305/bkn-20150305123002248-0305_00982_001.html

⁵ <https://kknews.cc/news/vlegy.html>

昂貴,並非所有人都負擔的起.因此本公司希望通過網絡平台 以較低的價格去銷售有機農業商品,並藉此推廣本港農業的範圍,以價廉物美為前提去 吸引大量顧客.並以獨特的經營方法迎合生活節奏繁忙的香港市民

其次,一家餐廳若是運用認證的有機蔬菜去製作食物,無疑會成為一個獨特的賣點去吸引更多客人,只是市面上的有機蔬菜一般較昂貴和並未受到認證.本公司會就著這一點去向食肆推銷,相信能吸引一些餐廳向我們購買食材.

8.可行性

根據調查顯示,現時已有類似的網站銷售有機產品,流覽量也頗多。但是,此類型的網站服務都缺乏多元化,它們大多以銷售有機蔬菜或植物製品等為主,但出售的服務種類卻并不多。因此,本公司打算用此網絡平台的概念,同時結合自己的創意去打造一個 更優質的購物平台。



我們將會在網站和程式中加入每日菜譜,直播間,生日折扣,每日登陸有賞等元素,以這些創新的優化元素吸引客源。再者,營銷一個大型網站和程式的總花費約\$300000,價錢合理。而以類似的購物平台,淘寶作參考。淘寶在 2016 年第 4 季度的淨利潤為 76.35 億人民幣。雖然本公司的規模並不如這個網站大,但這個例子卻告訴我們網路銷售平台十分有發展前景,而所收利潤也能夠蓋過支出。因此,我們這個創新的購物平台可行性頗高。同時,我們會在起步時通過打折的方法去吸引顧客,然後再以優質的貨品吸引他們繼續購買.一旦成功,本公司將會擁有一批固定客源每日光顧我們的平臺,增加瀏覽量。其後,通過老顧客向外界推廣,我們的客源又會再進一步增加。由此可見,本公司的未來收入和發展前景是可預示的,每年利潤也非常可觀。

9.營運方法

放置在自家網站購買

由於現今香港的租金十分昂貴，為了減低風險，達至持續經營及發展的效果。我們不會開設直營店號，改而開切網站讓市民能從網購的途徑選取適合自己的有機蔬果和產品。有鑒於網購是現時香港流行的購物途徑之一，運用此途徑能讓我們跟上潮流，也能吸引年輕的消費者購買。同時，開設網上店舖也能減少租金，從而令產品的成本價格也大減。這或許也能令產品的售賣價格比店舖的便宜，並從而增加網站的競爭力

放置在自家手機軟件來購買

現今智能手機十分普及，手機軟件層出不窮，運用不同的手機軟件來購買日常生活所需，已成香港人的生活習慣營。為了迎合這個趨勢，我們推出手機軟件，功能大致上與網站差不多。希望不同的顧客都能選擇適合他們自己的購買渠道，同時因為手機用戶涵蓋不同年齡層，運用手機程式，也能令我們的顧客更多元化。現在不少公司也會付上架費給不同的超級市場，連鎖零售店或百貨公司，讓自家品牌的產品在不同的連鎖企業內售賣。可是這種方法會令佣金價格高昂，提升我們的成本，我們這種小企業並不能負擔起這麼昂貴的佣金。因此我們會自行開發程式，改善此問題。

10.定價及有關費用

本公司會以放租銷售格子和廣告位的形式來賺取盈利。

銷售格子收入:

本產品會以放租形式租出，以讓商家可以降低上架費的高昂成本並銷售自己的貨品。

月租/同一樣貨品 \$5000，其後每一樣貨品月租都是\$4000(以作優惠鼓勵每一位販賣有機食品/有機加工食物)

在資料下，本公司所收的費用比實質店舖低，平均實店需要 20~60 萬/半年，但本公司只需要 6 萬/年。然後顧客可以透過銷售格，來賺買自己心儀的貨品。如果消費額低於\$150，我們會額外向顧客收取\$20 作行政費用

廣告支出:

由於本公司是網店，知名度和曝光率都會比實體店低，所以會投放資源在廣告方面。

首先，我們會借助之有名網站如博客，Facebook 和 Google 等，在市民瀏覽網站時可以無意中發現我們公司，並在搜尋有機產品時可以率先看見我們公司的網站，從而增加我們的曝光率。

Google AdWords 是用於在搜尋時，可以顯示我們公司在第一位搜尋位置，方便顧客上網購物

Facebook ads 是在市民在尋找好友或瀏覽貼文時可以看到本公司的 Facebook 專頁和網站，從而增加知名度

在其他普通商業網站，可以借他們的知名度去推廣本公司，並且藉此嘗試與他們合作，一同販賣有機產品，增加合作伙伴。

		第一年	第二年	第三年
出租格子收入				
同一樣貨品	\$5000 月租	1000 個	1500 個	3000 個
其後每樣貨品	\$4000 月租	650 個	975 個	2000 個
顧客賺買貨品收入	佣金比例 20 %	每年消費額 \$500000	每年消費額 \$600000	每年消費額 \$840000
廣告費支出				
橫額廣告 (上層)(普通網站)	\$14000 月租	3 個月(\$42000)	2 個月(\$28000)	1 個月(\$14000)
Google AdWords	每次點擊收費約\$10(需要以競標形式投得)	9000 個(\$90000)	5000 個(\$50000)	4500 個(\$45000)
Facebook ads	\$250/日	3 個月(\$22500)	2 個月(\$15000)	2 個月(\$15000)

人力資源分配：

第一年: 1 名行政及會計，4 名銷售及 1 名主管

第二年: 2 名行政及會計，8 名銷售及 1 名主管

第三年: 3 名行政及會計，15 名銷售及 2 名主管

<http://hk.apple.nextmedia.com/news/art/20131220/18559562>

<http://yukz.com/adpic/main.html>

<http://www.sosomarketing.com/2015/04/10/facebook-vs-google> 廣告/

11. 宣傳媒介

現時的社會無論是年輕族群或上了年紀的老人都吹捧健康生活。公司希望在成立初期極力以蔬果的各種營養及益處來吸引顧客，並藉此宣揚公司的綠色概念，以及推出饅菜包——一款類似湯包的商品，以簡單快捷為特點，希望新一代的年輕人亦能學懂如何煮出簡單又美味的飯饅。值此，我們會針對不同消費群來採取不同的宣傳方式。

1. 社交平台

時下的年輕人都喜歡用社交平台如 Instagram, Facebook, 微博 等來知道最新資訊。因此，本公司會在以上提及過的社交平台上建立帳號，並上載本公司的最新資訊，令年輕人能近貼我們的最新動態，例如我們的各種優惠、創新的商品等，購買到所需的商品；更能推廣環保意識，令年輕人可以有所得著。此外，這種宣傳方法成本低，而且方便快捷，覆蓋的範圍甚廣，是一個不二的宣傳手法。

2. 宣傳單張

除了年輕人，我們亦希望老一輩的長輩能夠安坐家中，亦可以享用到新鮮的蔬果。為配合他們的習慣，我們會在街上派發宣傳單張，把本公司的網絡平台介紹給他們，並把我們的各種好處都透過單張來告知他們，為他們提供多一個購買途徑，選擇更多實用的商品。這種方法是比較實用的，補習社為吸引更多學生前來報讀，亦會派發宣傳單張，而他們的營利是有明顯的上升。

3. 透過合作商店或公司宣傳

我們將會與銷售蔬果及綠色商品的商店和公司合作，並通過互相宣傳，建立友好關係。此外，我們作為中介平台，可以向顧客推介商品，通過介紹商品及其好處，藉此增加客源，推廣綠色思想。

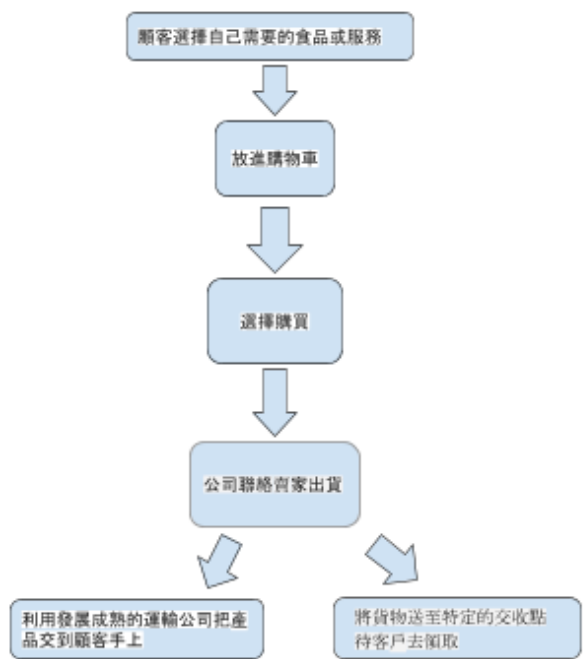
12. 市場策略

階段	時間	目標	策略
開業初期	2017年6月至8月	1. 運用各種媒介推擴	1. 推廣：運用社交平台的感染力，於 Facebook, Instagram, 微訊等社交

		<p>本程式</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 吸引用家使用 3. 調整程式的漏洞 4. 向更多商戶推行本程式 5. 提供最貼心及標準的服務 	<p>平台上貼文, 大規模宣存</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 行銷策略 <ul style="list-style-type: none"> 《讚好優惠》: 於社交平台讚好可享減 10 元的優惠 《創業優惠》: 在創業初期, 購買滿 100 元可享有 9 折優惠, 滿 300 元則可享 8 折優惠 3. 進行問卷調查, 以提高服務質素 4. 溝通: 親自到各商戶公司商討合作事宜, 以表示誠意 5. 調整: 透過用戶的反映, 改善程式及更改漏洞
中期拓展	2017 年 8 月至 12 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 穩定客源 2. 提供多元化功能 3. 繼續提供最優質的服務 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 與更多商戶合作, 提供更多不同類型的新產品, 以保留現有顧客及吸引新客源 2. 推行全新的功能, 如每日健康資訊, 為客顧送上貼心的小提示 3. 繼續進行問卷調查, 改善原有的服務, 推行新的功能
後期平穩	2018 年以後	<ol style="list-style-type: none"> 1. 擴大業務 2. 開發新客源 3. 增加新元素 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 把業務擴展到不同範疇, 採納新元素 2. 繼續與新公司合作, 吸引新客源, 並不定期推出折扣優惠, 增加消費者的購買慾 3. 聘請具創意的人才, 在程式設計

			方面,用嶄新的畫面及新穎模樣,吸引顧客的目光 ⁶
--	--	--	-------------------------------------

13.服務流程表



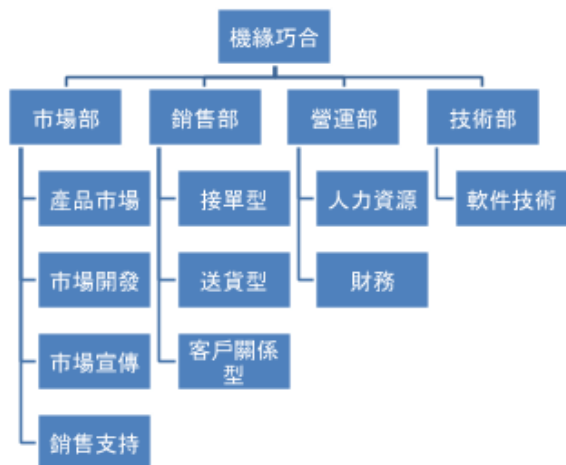
14.社會責任

我們公司設立一個部份推薦健康而又容易準備的菜單。我們希望可以從介紹菜單給顧客幫助顧客養成一個健康的飲食習慣.同時我們也希望藉此推廣本土農業 特別是本地的水耕菜，令我們成為一個推廣本地農業的渠道, 以身作則帶領大眾一起綠化社區,支持有機農業,並能有機農業在香港的市場有更大的發展機會。綠化與社會息息相關因此我們選擇了農業這種市民日常需要的範疇來發展

15.人力資源

部門	具體部門	職責	例如	工作重點	人數
----	------	----	----	------	----

市場部	1.產品市場部	負責公司新產品的開發戰略	分析公司將在未來幾年為市場提供什麼有價值的新產品	發現創新的泉源，完成新產品的定義	4
	2.市場開發部	負責現有產品的定位和市場推廣戰略	產品定位和價格策略	要給市場明確的信息，分析我們的產品與競爭對手相比其價值體現在哪裡	4
	3.市場宣傳部	負責新老產品的具體活動，激發市場需求	廣告，促銷，活動，產品介紹	宣傳手段和方法	2-3
	4.銷售支持部	向銷售渠道（自己隊伍，運輸方，供應商）提供支持	產品培訓，競爭分析，銷售技巧，銷售工具	協助相關負責人進行日常銷售工作的管理及配合銷售團隊做好後台支持工作	2
銷售部	1.送貨及接單型銷售人員	負責處理產品送貨及訂單轉交的工作	把客戶已購買的產品發送給客戶以及把客戶的訂單轉交給企業的生產部門	獲取訂單和轉交訂單	5
	2.客戶關係型銷售人員	在客戶中間建立起良好的聲譽，使客戶滿意	定期拜訪客戶，了解客戶對產品的滿意度	滿足客戶的需求和慾望	3
營運部	1.人力資源及財務管理員	對各個網店日常營銷行為及業務，財務等營運流程和相互銜接執行具體的指導，協調和監督	執行行政處罰，調整普通管理人員	指導，協調及監督	2
技術部	1.軟件技術部	負責軟件的各項技術工作	軟件研發，系統升級，系統維修及改造	機台操作，處理軟件相關問題	5



16.感想

經過不斷的改變，終於把這份報告完成了。回想起初我們連題目都毫無頭緒，到了現在這份報告已經完成，真是有很大的滿足感。在研習這報告，我們經過與克服重重困難而得出來的成果，是非常珍貴的。從前，我對綠色企業的認識是模糊不清，但經過向其他同學學習，我明白到企業是需要關係到不少因素，例如：人們的需求、怎樣能有效地賺取利潤以及社會上的不足。期間，我們組也遇到一些困難，例如：服務範圍太廣泛、意見分歧、不知從何入手，但幸運地我們得到啟蒙老師和專業人士的指導，我們終解決了那些煩惱。或許報告有些少錯漏，但這一切都不重要，最重要是我跟其他組員努力所得來的成果，讓我獲益良多。



17.附錄

Mentor-Mentee Meeting Minutes

Team no.: 53

Company name: 機緣巧合

Name of Team leader: Erika

Name of Mentor: Dennis

Date:20-2-2017

Time:15:40-18:40

Venue:School

Attendance: all present

1) Meeting Details

The Meeting Objective(s):	Achieved	Partly achieved	Not achieved
report project progress	v		
check if there are any unlogical items of the proposal		v	
Report individual parts of the proposal		v	
Discuss how to set the financial budgets and distribution of labour	v		

2) Discussion Items

- how to set financial budgets
There are some advice from mentor , we can take it as example
- the selling goods is it include plant wall etc.
Not including but we're encourage the sellers to sell
- do we need to delete some risks and bad sides

3) Follow-up actions

- revise the proposal
- write meeting agenda
- Edit the part of financial budget and the relative price
- We can add some opportunities and strength

4) Any other business

- Invite students to have a look to check any misleading information or unlogical items inside

Team no: 53

Company Name: 機緣巧合

Name of Team Leader: Erika Chung

Name of Mentor: Dennis

Date: 07-01-2017

Time: 1930- 21:00

Venue: School

Attendance:Kitty Ho,Nicole Leung,Melinda Lau,Peony Yip,Erika Chung ,Linda Lam

Mentor:Uncle Denis

I) Meeting details

Meeting Objective(s)	Achieved	Partly Achieved	Not Achieved
Our Mission and Vision	V		
Our market position	V		
Products	V		
Design Of the Web page		V	
Company Name			V

II) Discussion items

- Create an Apps which sell the organic food (some kind of Green Taobao)
 - Customers can order their product simply by swiping their finger. Then the products will arrive soon
 - Other than the organic vegetables, we can sell some green service and some organic products without chemical
 - App risk → the customers may not regular buy things from our platform so our income is not steady
- Vision and Mission:
集天時地理人和, 運用先進的科設' 推廣綠色概念, 製造商機
- Need an attractive Apps and Webpage to draw people's attention
The design of the webpage most likely to be in blue and green color which makes people think of green products.
- Final decision:
Create an Green Taobao which is a platform to buy green products

III) Follow up actions

- 1) Thinking of the design of the Webpage to draw people's attention
- 2) Thinking of the content of the video
- 3) Start to work the proposal out
- 4) Thinking of the company name

IV) Any other business

How to attract more and more people to use our apps

Think of some brief ideas

Mentor-Mentee Meeting Minutes

Team no.: 53

Company name:

Name of Team leader: Erika

Name of Mentor: Dennis

Date: 02-03-2017

Time: 20:00-22:23

Venue: Skype

Attendance:

1) Meeting Details

The Meeting Objective(s):	Achieved	Partly achieved	Not achieved

Decoration of Proposal			v
Change of product(s)	v		
Adding some business partners		v	
Change of business focus	v		

2) Discussion Items

<ul style="list-style-type: none"> ● We should focus more on green planting in Hong Kong but not having any business with The Mainland China. ● Decorations of Proposal should be done in order to make it more attractive. ● We should focus more on gaining profits and green planting but not just focusing on health aspect. ● We should add products eg. Food package but deleting the pillow and soap product.
--

3) Follow-up actions

<ul style="list-style-type: none"> ● Amend the proposal by cooperating with The Hydroponics Company but not the Mainland China. ● Discuss what to draw on the Proposal. ● Delete the extra words about health aspect but add more words on gaining profit and green planting. ● Amend the proposal by adding food package as our product.

4) Any other business

<ul style="list-style-type: none"> ● Finding a time for taking group photo. ● Checking the grammar of our proposal.

Mentor-Mentee Meeting Minutes

Team no.:53

Company name: 機緣巧合

Name of Team leader: Erika

Name of Mentor: Dennis

Date:4-3-2017

Time:12.00-3:00

Venue:skype

Attendance:

1) Meeting Details

The Meeting Objective(s):	Achieved	Partly achieved	Not achieved
report project progress	v		
check if there are any problems of the proposal		v	
How to minimize the page need		v	

2) Discussion Items

- how to minimize the page of the proposal
- is there anything needed to delete
-

3) Follow-up actions

- revise the proposal
- write meeting agenda

Mentor-Mentee Meeting Minutes

Team no: 53

Company Name: 機緣巧合

Name of Team Leader: Erika Chung

Name of Mentor: Dennis

Date: 11-03-2017

Time: 1930- 21:45

Venue: Skype

Attendance: Kitty Ho, Nicole Leung, Melinda Lau, Peony Yip, Erika Chung, Linda Lam

Mentor: Uncle Denis

I) Meeting details

Meeting Objective(s)	Achieved	Partly achieved	Not Achieved
Follow up after being given some suggestions	V		
Correct the mistakes of the proposal	V		

II) Discussion items

Check one more time whether we have fulfill the requirement

Check the grammatical mistakes

III) Follow up actions

Go through the proposal again

		2017	2018	2019
資產負債表				
固定資產		40,000	30,000	20,000
存貨	30	1,399,562	2,099,342	2,729,145
應收賬款	-	-	-	-
現金		5,191,110	12,301,950	21,545,547
資產		6,630,672	14,431,292	24,294,692
應付賬款	30	(1,399,562)	(2,099,342)	(2,729,145)
借貸		-	-	-
應付稅項		-	-	-
負債		(1,399,562)	(2,099,342)	(2,729,145)
資產 - 負債		5,231,110	12,331,950	21,565,547
投資金額		500,000	500,000	500,000
累計利潤		4,731,110	11,831,950	21,065,547
股東權益		5,231,110	12,331,950	21,565,547

		2017	2018	2019
損益表				
收入				
銷售收入		56,760,000	85,140,000	110,682,000
		56,760,000	85,140,000	110,682,000
銷貨成本				
生產成本	30%	(17,028,000)	(25,542,000)	(33,204,600)
銷售及渠道費用	30%	(17,028,000)	(25,542,000)	(33,204,600)
推廣費用	20%	(11,352,000)	(17,028,000)	(22,136,400)
銷貨成本		(45,408,000)	(68,112,000)	(88,545,600)
毛利		11,352,000	17,028,000	22,136,400
經營費用				
一般行政及管理開支	10%	(5,676,000)	(8,514,000)	(11,068,200)
固定資產折舊	20%	(10,000)	(10,000)	(10,000)
利息		-	-	-
		(5,686,000)	(8,524,000)	(11,078,200)
稅前利潤/虧損		5,666,000	8,504,000	11,058,200
稅金: 16.5%	16.5%	(934,890)	(1,403,160)	(1,824,603)

	2017	2018	2019
稅後利潤/虧損	4,731,110	7,100,840	9,233,597
以前累計利潤/虧損	-	4,731,110	11,831,950
分派股息	-	-	-
累計利潤	4,731,110	11,831,950	21,065,547
現金流量表			
銷售收入	56,760,000	85,140,000	110,682,000
生產成本	(15,628,438)	(24,842,219)	(32,574,797)
存貨	(1,399,562)	(699,781)	(629,803)
銷售及渠道費用	(17,028,000)	(25,542,000)	(33,204,600)
推廣費用	(11,352,000)	(17,028,000)	(22,136,400)
一般行政及管理開支	(5,676,000)	(8,514,000)	(11,068,200)
支付利得稅	(934,890)	(1,403,160)	(1,824,603)
經營業務	4,741,110	7,110,840	9,243,597
	-	-	-
購置物業、機器及設備	(50,000)	-	-
投資活動	(50,000)	-	-

	2017	2018	2019
投資活動	(50,000)	-	-
發行股份	500,000	-	-
發還股本	-	-	-
支用貸款	-	-	-
償還貸款	-	-	-
支付利息	-	-	-
支付股息	-	-	-
融資活動	500,000	-	-
現金的增加/減少	5,191,110	7,110,840	9,243,597
前期結存下來的現金	-	5,191,110	12,301,950
資產負債表上的現金	5,191,110	12,301,950	21,545,547
負債股東權益比率	26.8%	17.0%	12.7%
已獲利息倍數	N/A	N/A	N/A
銷售淨利率	8.3%	8.3%	8.3%

	毛利率		20%	20%	20%
	淨資產收益率		90.4%	57.6%	42.8%
	現金到期債務比率		N/A	N/A	N/A
	應收賬款"日"		-	-	-
	應付賬款"日"		30	30	30
	利息		0%	0%	0%
	存貨"日"		30	30	30
	銷售收入				
	出租格子同一樣貨品月租	5,000	10	15	20
	出租格子其後每樣貨品月租	4,000	5	8	10
	顧客購買貨品月收入	10%	1,000,000	1,500,000	1,950,000
	橫額廣告(上層)月租	14,000	100	150	195
	橫額廣告(下層)月租	11,000	80	120	156
	彈出頁面廣告月租	10,000	100	150	195
	小圖廣告(上層)月租	9,000	80	120	156
	小圖廣告(下層)月租	7,000	80	120	156
	增長率			50%	30%