“三国杀”IP 文化沉浸式主题乐园

“三国杀”文化主题乐园是以经典三国题材文化为主题，通过“三国杀”IP 文化沉浸式体验，将三国文化与现代科技、时尚元素相结合，打造一个集娱乐、教育、文化传播于一体的多元化主题乐园。

一、时代机会

宏观政策

《文旅高质量发展行动方案》

《产业振兴规划》

《广东省高质量发展行动方案》

消费需求

广东省会公共交通、高铁客流增长

竞争格局

国内文旅赛道

二、市场现状

市场规模

2024年度1月1日至4月25日

游客数量

2024年4月25日至5月1日

营业时间

2024年4月25日至5月1日

营业收入

2024年4月25日

三、人事现状

在职人数

人事行政部现有员工5人，其中男员工2人，女员工3人。

人员结构

1、在职情况：现在在职有效员工5人，其中男员工2人，女员工3人。

2、年龄结构：平均年龄27岁，平均工龄1年。

3、学历结构：本科2人，大专3人。

4、工资结构：平均工资2500元，最高工资3000元，最低工资2000元。

人员流动

1、入职情况：本月入职0人。

2、离职情况：本月离职0人。

人员编制

人事行政部人员编制为5人，目前人员已经满编。

四、人事行政

人事行政部主要职责

人事行政部是公司人力资源管理的核心部门，负责公司的人员招聘、培训、绩效考核、薪酬福利、劳动关系管理等工作。

人事行政部工作内容

1、招聘管理：根据公司发展需要，制定招聘计划，发布招聘信息，筛选简历，组织面试，录用新员工。

2、培训管理：组织新员工入职培训，提升员工技能和素质。

3、绩效考核：制定绩效考核方案，组织实施绩效考核，确保公平公正。

4、薪酬福利：负责公司薪酬福利的发放，确保员工的合法权益。

5、劳动关系：处理员工的劳动合同、社保、公积金等事宜，确保劳动关系的合法性。

6、行政管理：负责公司的日常行政事务，如办公用品采购、会议安排、接待来访等。

人事行政部工作流程

1、招聘流程：发布招聘信息→筛选简历→组织面试→录用→入职手续。

2、培训流程：制定培训计划→组织实施→效果评估→记录。

3、绩效考核流程：制定考核方案→组织实施→汇总→反馈→奖惩。

4、薪酬福利流程：核算→审核→发放→记录。

5、劳动关系流程：合同签订→变更→续签→解除→处理纠纷。

6、行政管理流程：接待→安排→记录→反馈。

人事行政部工作要求

1、熟悉公司业务，了解公司文化。

2、具备良好的沟通能力和协调能力。

3、熟悉劳动法、社保、公积金等相关法律法规。

4、具备一定的组织能力和执行力。

5、具备一定的文案能力，能撰写招聘信息、通知、报告等。

6、具备一定的数据分析能力，能对绩效考核、薪酬福利等数据进行分析。

7、具备一定的抗压能力，能在工作压力较大的情况下保持工作效率。

8、具备一定的保密意识，能对公司内部信息保密。

人事行政部工作考核

1、招聘：根据公司发展需要，制定招聘计划，发布招聘信息，筛选简历，组织面试，录用新员工。

2、培训：制定培训计划，组织实施，效果评估，记录。

3、绩效考核：制定考核方案，组织实施，汇总，反馈，奖惩。

4、薪酬福利：核算，审核，发放，记录。

5、劳动关系：合同签订，变更，续签，解除，处理纠纷。

6、行政管理：接待，安排，记录，反馈。

人事行政部工作奖惩

1、奖励：对工作表现优秀的员工，给予奖励，如奖金、表扬信、晋升机会等。

2、惩罚：对工作表现不佳的员工，给予惩罚，如警告、罚款、降职、解除劳动合同等。

人事行政部工作目标

1、招聘：根据公司发展需要，制定招聘计划，发布招聘信息，筛选简历，组织面试，录用新员工。

2、培训：制定培训计划，组织实施，效果评估，记录。

3、绩效考核：制定考核方案，组织实施，汇总，反馈，奖惩。

4、薪酬福利：核算，审核，发放，记录。

5、劳动关系：合同签订，变更，续签，解除，处理纠纷。

6、行政管理：接待，安排，记录，反馈。

五、市场定位

目标客户群体

1、目标“传统客户”群体

目标客户年龄在18岁至60岁之间的传统客户群体。

（1）目标群体特点：目标群体的年龄跨度较大，涵盖了18岁至60岁的成年人群，这一群体通常具有较强的消费能力和购买力。目标群体的职业分布广泛，包括但不限于公司白领、自由职业者、企业管理人员、教师、医生、工程师、公务员等。这一群体通常具有较高的教育水平，大多数人拥有大学本科及以上学历，这使他们在决策时会更加理性和注重信息的收集和比较。目标群体的消费习惯和偏好通常受到传统文化、社会规范、家庭环境、朋友圈等因素的影响。他们在消费决策时，会考虑产品的质量、品牌、价格、服务等多方面因素，并且会通过口碑、广告、社交媒体等渠道获取信息。

（2）目标群体的消费需求：目标群体的消费需求多样化，涵盖了日常生活、娱乐、休闲、旅游、教育、医疗、保健、金融、投资等多个领域。在日常生活方面，他们需要购买食品、日用品、家电、家具、服装、鞋帽、化妆品、个人护理用品等商品；在娱乐休闲方面，他们可能会参加电影、音乐会、演出、体育比赛、旅游、聚会、社交活动等；在教育方面，他们可能会参加各种培训、讲座、研讨会、学术交流等；在医疗保健方面，他们可能会购买保健品、参加体检、预约医疗服务、参加健身课程等；在金融投资方面，他们可能会进行股票、基金、保险、银行理财、房地产投资、参加投资讲座、咨询金融专家、参加投资俱乐部等。

2、目标“数字化客户”群体

目标客户年龄在18岁至35岁之间的数字化客户群体。

（1）目标群体特点：目标群体的年龄跨度较小，通常在18岁至35岁之间，这一群体通常具有较强的学习能力和适应能力。目标群体的职业分布广泛，包括但不限于学生、白领、自由职业者、企业管理人员、教师、医生、工程师、公务员等。这一群体通常具有较高的教育水平，大多数人拥有大学本科及以上学历，这使他们在决策时会更加理性和注重信息的收集和比较。目标群体的消费习惯和偏好通常受到社交媒体、朋友圈、家庭环境、社会规范等因素的影响。他们在消费决策时，会考虑产品的质量、品牌、价格、服务、社交媒体评价、朋友推荐等多方面因素，并且会通过社交媒体、搜索引擎、电商平台、朋友圈、社交媒体、直播、短视频、社交媒体、直播、短视频、社交媒体、直播、短视频