

一、服务描述：产品/服务介绍、产品技术水平，产品的新性、先进性和独特性，产品的竞争优势

1. 以中国如今面对的生态环境为题材，以人人都熟悉的夏日消暑食品冰棍的形象为主体，将如今生态环境中的一些环保问题可以得到大家的重视，除了主打产品外，我们还将会推出一个以环保为理念的系列，其中全部都是以环保材料做成的商品。

2. 食品是我们人类的必须品，冰淇淋又是我们年轻人喜爱的食品，用一个切入点诉说环保从而以小见大，希望用一点带出一个面。

二、研究与开发：已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平，竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制
本项目我们将推出环保冰淇淋这一概念，此食品最大的特点在于冰淇淋的形象，其形象主要是将会完整的将现在世界上所存在环保问题和世界美景体现在冰淇淋上，不仅如此，在口味上本店采用“傻瓜调配法”，避免冰淇淋调配人员技术差异而影响冰淇淋口感。同时，采用果糖定量机添加果糖，可以精确到毫克，满足了消费者对糖分的不同要求，口味也随心所欲。用果糖代替蔗糖，低热量，美味的同时也保证了健康。同时，根据消费群体的差异，推推出不同产品。

产品研发上，我们在现有冰淇淋种类的基础上，新增环保养生冰淇淋。结合中国传统的中医养生文化，以天然五谷杂粮为原料，融入冰淇淋的制作中：红豆红枣冰淇淋，燕麦芝麻冰淇淋，黑豆黑米冰淇淋，绿豆芦荟冰淇淋，以及综合为一体的五色养生冰淇淋，奶香浓郁，茶香沁人，谷香四溢，豆香怡人，天然美味，营养健康，而环保的部分将表现在我们所选用的五谷杂粮都将是上好的，而质量差些的杂粮我们将会出售给有需要的商家，以保证不浪费任何食物。我们产品坚持环保、健康、美味，所以我们会现吃现做，以新鲜水果和蔬菜搭配冰淇淋，创造各种口味，从而适应不同类型客户，还会解决高热量和高脂肪问题，还可以自行DIY。还会用冰淇淋绘画和文字形式提醒大家要有环保意识，冬天会推出炸冰淇淋，解决冬天没市场问题。

:

三、行业及市场：行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测

本地区周边地区共有3所学校（广科工贸机电），同时，每个学校差不多人均过万，有很大的消费群体，如果每10个人买一个冰淇淋的话，怎么说几万的话差不多有几千人了，这里就有很大的利润，而且在夏天冰淇淋是受到很多同学追捧的，俗话说的好一冰棍在手全夏不怕，我们冰棍做的有是很有创意和新意的，这样更能吸引到更多大学生的来购买，可见冰淇淋消费量是具有较高潜力的。

2、目标市场分析

进入二十一世纪，复合式休闲美食文化已成为餐饮界主流文化，人们的感性消费支出远远大于理性消费的支出，被认为是时尚引领者的大学生们在这一领域扮演着越来越重要的角色，其市场份额占有率也逐年攀升；作为餐饮界边缘化的一支分流，经营学生专一市场正是立足于对这一信息的准确把握。作为学生消费群体，她们对口味的追求越来越高，对于事物的新鲜越加敏感，对于品质的要求越来越高，而冰淇淋的口味自我创新不够，难以达到消费者的各方面的需求，因此冰淇淋店的生意愈加难做，所以我们所要做的首先是做好消费者的

数据调查分析，其次做相应的方法刺激消费，还有我在想强调经济的快速发展也给生态环境造成了巨大的损害，因此我们想要借此产品警示人们要注意保护环境，给我们的后代一个健康的地球

三、顾客需求分析

经调查，学生对于冰淇淋这一行业主要的要求有两点，一是产品：二是服务：三是创意：四环保。对于某些学生来说，他们热衷于市场现有产品，而有些消费者比较喜欢尝试新产品，但不管是怎样的消费者，他们更看重的是服务质量。根据季节的差异，消费者对冰淇淋的需求也不尽相同，夏天，人们更喜欢冷饮，冬天更倾向于热饮。

四、竞争分析

冰淇淋，发展趋势很好的，而且有非常巨大的潜力，但是，要注意几点：

- 1、您的经营必须有特色要有创新有创意。没有特色没有创新创意的产品是没有市场的。
- 2、您的品质要好，口感要保持一致，我接触过众多您的同行，成功的在这方面做得比较好。
- 3、及时了解消费者消费爱好和同行产品，及时调整您的产品和口味。
4. 冬季要开发适合冬季的产品来满足消费者。
5. 价格要合理不能太高也不能太低，让会计做一个合理价格报表出来怎样定价利润最高。
- 6 用材方面要安全健康和环保。

五、机会分析

市场远未饱和，存在着较大的利润空间及数目较为庞大的冰淇淋消费群体，市场前景广泛，且目前竞争对手实力及数目均有限；

- 2 良好的口味、真的服务态度，管理专业，精湛的操作水平在同学中树立了较好的口碑；
- 3 虽然营业面积有限，但有优美的室内环境。耳濡目染中能给同学留下良好的印象（特别是跟其他冰淇淋店店面相比），更显竞争优势；
4. 产品种类丰富，口味独特，有一定的竞争优势。
5. 及时了解消费者消费爱好和同行产品，及时调整您的产品和口味。
6. 更能呼吁同学们保护环境爱护环境的初心。
7. 在如今市场上，食用冰淇淋的人很多，但是没有一个人会在食用此美味之时注意到环保的问题，而我们这一产品将会让人们意识到这是因为人类自身的发展引起的。

:

四、营销策略：在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制

1、产品策略

- ①环保是主题，不仅推出冰淇淋这一单一的产品环保主题，还有受消费者喜爱的休闲食品的供应；
- ②较之于其他冰淇淋店，推出养生茶饮
- ③根据消费者的不同，推出不同产品；
- ④更注重服务这一隐形产品的质量。对于有消费欲望，但不愿愿意自己上门购买的消费者提供上门服务；
- ⑤产品注重包装，给消费者美好的享受。

2、价格策略

①针对消费者消费能力及产品类型，制定合理价格

②较之于竞争者，制定相对低廉的价格。

广告宣传是必须的，我认为可以进行以下几种宣传方式：

①开业典礼，让学校附近的人知道我们的店面开业了；

②利用在学校的人际关系，多做宣传；

③借助于互联网进行信息发布；

④利用即时通讯手段（QQ，微信朋友圈等），宣传店铺及产品；

3. 促销策略

①开业酬宾活动。开业前三天产品半价销售：②每天推出新品试饮活动，宣传新产品

③积分兑换，发放代金券。对于消费不同额度的消费者给予不同价值的积分卡，并规定积满一定分值给予相应积分商品。

④班级信箱中，投放免费广告，对以班级为单位的销售群体进行宣传，老生凭学生证可以定点定时领取一杯免费的冰淇淋，通过口碑传播，发挥意见领袖在顾客群中的影响力。

:

五、产品制造：生产方式、生产设备、质量保证、成本控制

为了保证产品的口感，现做现销，根据客户需求确定冰淇淋每天制作量。消费者可以选择外带、在店内喝完、外送三种方式。坐在店内还可以享用其他产品，外送没有数量限制，极大可能的满足消费者的要求。由于冰淇淋的制作需要的材料较多，需要进行多方原料采购，对于材料供应商距离远的我们会选择直接由供应商送货上门，并与之达成长期合作关系；而对于距离近的我们则会考虑亲自采购，保证材料质量、价格等各方面的要求。还有环保方面，环保材料我们会优先考虑。

:

六、管理：机构设置、员工持股、劳动合同、知识产权管理、人事计划

公司组织结构

总经理：主要负责制定公司的经营战略和实施策略，协调各方面的管理工作，推行公司的经营理念，使本公司全体员工对此有一致而且是认同的目标。

副总经理：主要负责配合总经理制定本公司发展战略以及配合各部门策划工作、广告宣传等。

研发部：负责新活动和服务的开发。为公司增加无形资产，全面把握设计趋势及潮流，对设计人员开展常规培训。

市场部：负责公司的市场推广以及市场信息的收集反馈工作。

人事部：负责公司人事管理工作，制定有效的考评和激励机制，负责对人员的招聘、培训并负责后勤工作。

采购部：负责采购食品、设备以及装饰品等。

财务部：对本公司的财务进行管理。

人力资源计划

在现有的人力基础上，随着经营的不大，需要的人员也会随之增加。在未来经营中，我们鼓励更多的有创业精神的大学生加入我们，只要你有一颗热情真诚的心，都可以成为我们中的一员。

:

七：团队介绍

1. 组织架构

八、财务预测：未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等

日销售量：冰淇淋等：60杯 / 天（取一年平均数值）休闲食品：260元 / 天
（一年

按360天，月30天计算）年销售额：65000元 / 年。

：

九、风险控制：项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施

1、市场与竞争风险

对于刚进入市场的我们来说，无疑面临着巨大的市场与竞争风险。

首先，如果我们的产品口感与宣传力度不够，很难增加产品的销售额，进而直接影响销售收入及整个店面的运营。其次，现有的市场竞争激烈，如果我们的产品策略及促销手段不能吸引消费者，很可能在还未能进入市场之前就被市场淘汰，还有我们环保材料会收到同学们质疑。

2、产品与技术风险

产品的特殊性决定我们必须注重产品的质量与卫生。但是在经营中不可避免的会有失误，产品的质量会直接引发消费者对产品的不满，同时，对我们整个店也会有形象上的影响。

3、管理风险

由于创业者都是比较熟悉的同学，而且店面都是共同管理，就有可能在经营过程中意见有分歧，和对于刚刚成立的小公司来说，有着巨大的威胁。同时，公司的管理制度较为宽松，容易造成管理混乱。