

创业计划书

一. 项目概述

“夜来香豆浆店”将于 2019 年末在天河城商业区创立，“夜来香豆浆店”是一家高端的经营传统豆浆店，传统小吃的美食店，并在此基础上对产品进行创新。该美食店与饿了么，美团外卖进行合作，学习“永和豆浆”及其他行业竞争者的产品优势，针对的服务人群为上班族以及深夜劳动者。豆浆店的经营理念是：品质，诚信，创新，成长

二. 公司/团队简介

2.1 公司/团队概述

“夜来香”本身是朵花，在夜里散发着气味，和我们的豆浆一般，给夜里辛勤劳动的上班族以及深夜劳动者心灵上的慰藉，给与他们工作的动力，降低他们工作的压力。

2.2 发展规划

分为三个阶段，前期：小面积，彻底讲究经营效率

中期：DIY 石磨豆浆，厨房走向开放式，增加现场实作调整的临场感，效果及卖点

后期：多店铺化，连锁加盟化，国际化

2.3 团队介绍

“夜来香豆浆店”一共有九位创始人，分别是餐厅 CEO，蔡阳光，是餐厅的经营者，负责管理公司大小事务，夜来香经理李文霞和黄诗淇，主要负责管理餐厅各部门，协助 CEO 管理事务，李文霞管理的部门为人力资源部，财务部和训练部，部长分别为谢晓外（负责招收餐厅的员工），张楠楠（负责对每个月的收支进行总结，并及时向经理提出相对应的意见，张丽丽（负责对员工进行指导，教育）。黄诗淇管理的部门为市场部，销售部，采购部，部长分别为陈寓琳（负责了解市场的情况，并及时向经理反应），林煜依（提出正确的营销策略，让夜来香品牌打入市场，谢晓璇（负责对产品原材料等进行采购）

三. 产品与研发

3.1 产品/服务介绍

3.1.1 产品的用途、功能

豆浆是中国人民喜爱的一种饮品，又是一种老少皆宜的营养食品，在欧美享有“植物奶”的美誉。豆浆含有丰富的植物蛋白和磷脂，还含有维生素 B1.B2 和烟酸。此外，豆浆还含有铁、钙等矿物质，尤其是其所含的钙，非常适合于各种人群，包括老人、成年人、青少年、儿童等等。

鲜豆浆四季都可饮用。春秋饮豆浆，滋阴润燥，调和阴阳；夏饮豆浆，消热防暑，生津解渴；冬饮豆浆，祛寒暖胃，滋养进补。其实，除了传统的黄豆浆外，豆浆还有很多花样，红枣、枸杞、绿豆、百合等都可以成为豆浆的配料。

3.1.2 市场定位

上班族：在工作压力和生活节奏加快下，上班一族需要就餐气氛宽松自由，环境幽静的夜来香豆浆店来摆脱日常生活工作的压力

深夜工作的中年人：中国传统食物已深入他们的生活，而肯德基，麦当劳等西式快餐店新潮的口味让他们望而却步，夜来香豆浆店的出现给他们提供了新的选择。

3.2 产品/服务特色优势（新颖性、先进性和独特性，竞争优势）

3.2.1 新颖性（先进性、独特性）

豆浆的新颖：不断对豆浆进行创新，创造出多种形式的豆浆以便满足消费者的需求

小吃的新颖：首先是会挑选出最佳的后厨参与制作，会提供最高等的原材料，符合上班族的心理需求

餐厅的新颖：餐厅特色化，精致的手绘墙，餐厅桌椅的特色设计

3.2.2 竞争优势（SWOT 分析法）

S: 1.营养搭配更合理 2.价格适中，更具有竞争力 3.品种丰富化，口味多样化，能满足不同年龄的人的需求

W:1.生产标准化还不够完善 2.市场服务相对来说不够高 3.产品创新力度不够，虽然品种很多，但是仍然需求注重味道和外观的改进

O:随着社会经济发展和人民生活水平的提高，中式快餐业市场需求随之不断扩大，发展潜力巨大。人们对餐饮消费观念的改变使得外出就餐趋于正常化，市场消费的大众性更加充分

T: 行业竞争力多，由于市场的开放性，西式快餐一直蓬勃发展，发展的延申能力更强，在中国发展的触角也越来越长，然而中国人正在日益接受西式的餐饮文化。这一趋势显示出西式快餐形成了覆盖全国市场的品牌，都成为夜来香发展的巨大障碍。

四. 市场营销

4.1 市场分析（行业背景、现有市场规模及增长趋势等）

大数据显示，北京，上海，广州，深圳作为中国工业化和城市化水平最高的地区，慢性疾病年轻化的趋势正在加速发展，原本常发生在中老年人身上的疾病，正在呈现年轻化的趋势。

从 2013 年到 2017 年，高血压平均年龄下降了 0.78 岁，糖尿病患者平均下降了 0.5 岁。

1. 上班族工作压力大，常出现熬夜现象，会容易衰老，提高糖尿病，高血压的患病几率，而我们的豆浆具有抗衰老，降低糖尿病，高血压的几率。

2. 上班族晚上常有加班现象，常点外卖，而大多数外卖食品都有一些问题（过辣，不卫生，缺乏营养，油腻，价格高），而夜来香的豆浆便宜，怀旧，有营养）

4.4 风险分析

存在风险:1.需求与客户风险 2.计划制定风险 3.组织和管理风险

3. 人员风险 4.产品设计与实现风险

解决方法: 1.增设反馈机制，如网络留言

2. 吸取其他相似餐厅经验，吸收制作人才

3. 试运营，亲临餐厅做消费者，吸引顾客光顾

4.5 营销策略

推广：1.大规模的实地走访，向深夜工作的上班群里提供免费食品

2. 公众号推广

合作平台：美团，饿了么外卖平台合作

产品优惠：1.优惠券

2.朋友圈集赞打折

产品创新：每个月推出 3 种新产品，淘汰不满意的食品

服务：1.高素质服务员

2.歌手驻场

DIY 石磨豆浆：让你体验自己动手的乐趣

五、发展战略

企业愿景及三年规划目标（产品研发、技术提升、市场开拓、技术人才引进、平台建设、跨地域分布、产业链组建、研发/产业化项目里程碑等）。

六、 商业模式

夜来香豆浆店分别有豆浆类、小吃类、粥类可任意选择。价钱也是平价，普遍的消费者都消费得起。豆浆也是经过特殊的工艺处理，它没有腥味，浓度又能达到一定的程度，把它的健康原味保存了下来。

夜间营业也需要产生空调、照明、设备运转所需的水电成本，同时安排三班倒所付出的人力成本也不容小觑。一般来说，餐厅从午夜 12 点之后客流量就明显减少，在 3 点到 5 点之间客人更少。从成本上看，如果所产生的经营成本、管理成本超过了营收利润，夜间经营模式就不能成立。但是，业内有一些知名餐饮企业仍然在推进深夜经营，还有一些餐厅已经借此取得了巨大的经济效益和品牌效益，这就和自身的市场入口、客户群体、产品和经营战略有关了。夜间经营是相对特殊的经营模式，对应的消费群体也是比较特殊的，想要实现可持续经营，首先得选择适当的入口。

选择开夜间餐厅，除了要挖掘夜间的利润之外，更高层面上则是一种经营战略。

例如，永和大王就把实行 24 小时营业、提供全天候服务当作自己的特色，这暗合了一种“对顾客的承诺”，同时也达到了展示品牌形象和企业实力的目的。

因为夜间经营多数是亏本的，推行夜间服务等于是承担社会公益责任。永和大王借此给了顾客“无论你多晚回来这里都有热乎乎的食物”这种承诺，树立起了温馨的品牌形象另一方面，永和大王提供 24 小时服务，等于是在告诉顾客自己的经营实力够强不怕这部分亏损，给消费者以信心。

把 24 小时经营视为承担社会责任的还有麦当劳。在世界杯等重大赛事期间，北上广的麦当劳 24 小时营业店摇身变为球迷的通宵球场，而在平时，麦当劳 24 小时营业店也承担了候车旅客过夜等具有公益色彩的功能，这些社会责任也丰富了企业的品牌内涵。24 小时营业模式，让麦当劳经营策略也都发生转变，开始从扩大营业点，转为加强食品研究开发、市场推广、餐厅设计以及电视、空调配备的改进等。这些转变正好适应了现代人的生活节奏和用餐习惯，率先抢占消费者一日三餐之间的餐饮消费市场，让麦当劳稳住了全球快餐业第一巨头的地位。

在餐饮巨头、品牌连锁餐厅的引领之下，“深夜食堂”已经在消费者心中产生影响力，这将会带来更大的、与传统餐饮不同的消费市场。

七、财务分析

7.1 未来三年应收预测表（单位：万元人民币）

项目	2019	2020	2021
1. 主营业务收入（不含税）	140000	200000	300000
减：主营业务成本	7000	10000	13000
主营业务税金及附加	2000	3000	4000
2. 主营业务利润（亏损以“-”表示，下同）	131000	187000	283000
加：其他业务利润	60000	80000	130000
减：营业费用（店铺租金）	60000	65000	70000
管理费用（人工费）	100000	120000	170000
3. 营业利润	31000	82000	173000
4. 利润总额	31000	82000	173000
减：所得税	5000	20000	42500
5. 净利润	26000	62000	130500

说明：企业所得税按 25%来计算

八、融资说明

8.1 项目总投入

259000 元

8.2 资金用途

成本	店铺租金	装修	原材料	水电费	宣传费	杂费	人工
9000	60000	30000	36000	20000	2500	1500	100000

九. 资本运营与退出模式

10.1 资本运营

资本运营又称“资本运作”“资本经营”是指运用市场法则，通过资本本身的技巧性运作和科学性运动实现价值增值，效益增长的一种经营方式，所谓资本运营，就是对集团公司所拥有的一切有形与无形的存量资产，通过流动、裂变、组合、优化配置等各种方式进行有效运营，以最大限度的实现增值。而增值有两层意思，第一，资本运营是市场经济条件下社会配置资源的一种重要方式，它通过资本层次以上的资源流动来优化社会的资源配置结构。第二，从微观上讲，资本运营是利用市场法规，通过资本本身的技巧性运作，实现资本增值、效益增长的一种运营方式。我们公司夜来香资本运营主体为资本的所有者，我们团队成员资本投入不同，承担资本运营责任也不同。我们公司的资本运营模式为连锁经营模式，我们会

努力把我们的夜来香公司的品牌国际化，通过这种方法，使我们的资本运营得到扩张，实现公司利益最大化。

10.2 退出模式

“物竞天择，适者生存”这不仅是生物进化的法则，也是市场竞争的基本规律，竞争将使一部分劣势企业从市场退出。而退出模式有很多种，我们公司的退出模式主要为公司终止上市或暂停上市，或兼并重组，或被其收购。