



一：项目简介

二：创业梦想

三：项目创意

四：赢利模式

五：财务模型

六：团队能力

七：执行策略

八：股份设置计划



项目计划书



中式快餐（外卖）连锁

一. 项目简介

我们通过便捷的订餐系统，为客户提供高效的中式快餐外卖服务；选用高端环保包装，彻底改变消费者对中式快餐“脏、乱、差”的印象；满足在写字楼、商场、机关企事业单位等各种临时（零点或团膳）和长期的用餐方便，打造中高端消费群体的私人厨房。公司特色关键词：标准化，连锁，私人厨房，宅急送。

二. 创业梦想

小生意成就大市场

三. 项目创意

1、品牌定位：中式快餐外卖中的“必胜客”宅急送

2、定位来源

1) 调研快餐业相关资源、营销现状、产品服务特点等，找到品牌核心竞争力。

►目前中式快餐前景

(1) 快餐现状与特点

- ◎. 中式快餐发展由感性认识向理性积累阶段转化。
- ◎. 快餐的社会行业地位得到确立，作用更加突出。
- ◎. 西式快餐连锁企业迅速扩张，中西融合的趋势增强

(2) 地位

快餐业的发展是由社会进步和经济发展决定的，是人民生活水平提高与生活方式改善的迫切需要，是人们为适应社会经济建设，工作与生活节奏加快，家庭服务和单位后勤服务走向社会化的必然产物。

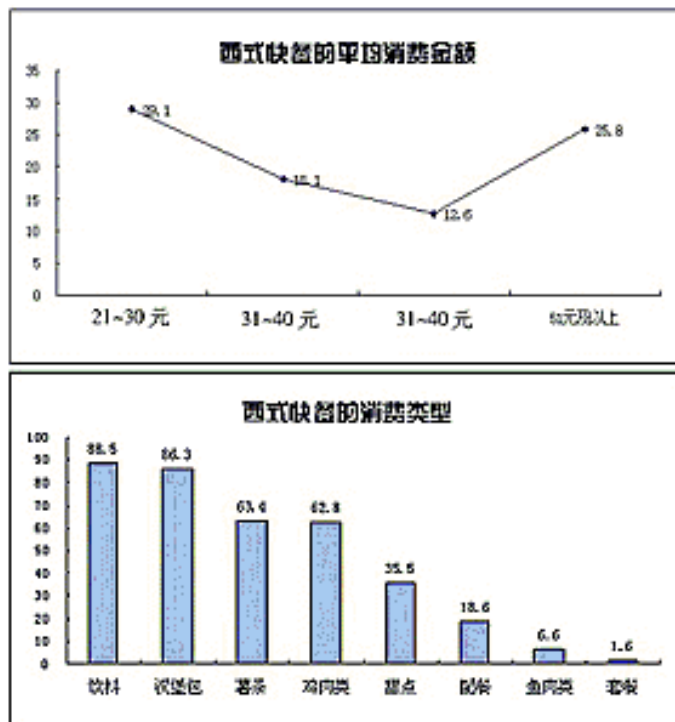
(3) 国内快餐市场情况

我国餐饮百强企业，基本都采用了连锁经营的模式，百强企业中门店数超100家的有几十个，营业额占百家营业额的70%以上。

2) 调研不同消费群体对中餐外卖的认知、整体评价、好感度等消费态度以及产品购买习惯，从而进一步定位品牌在消费者心目中的

地位。

► 西餐消费水平与习惯



西式快餐的价格相对比较高，而套餐比例相对较低，不能满足中国的传统饮食习惯。

► 食物的采购及加工

高起点、高标准、高定位、高要求下问题食品比比皆是

► 快餐品种种类繁多

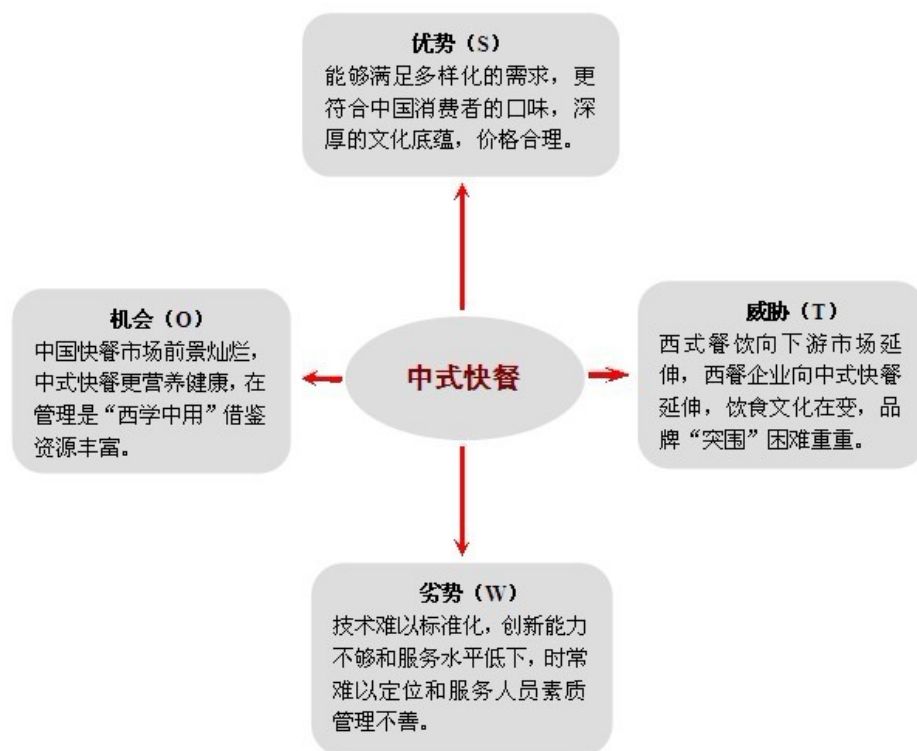
中式、西式、咖啡厅、面馆、各地地方小吃等

► 典型企业

- (1) 台湾弘奇食品有限公司：永和豆浆
- (2) 乡村基
- (3) 华必和餐饮管理有限公司
- (4) 美国爱玛客 (Aramark) 和北京首旅集团
- (5) 必胜客宅急送
- (6) 肯德基和麦当劳
- (7) 丽华快餐

3) 结合与竞争者的分析，进行更优的差异化品牌定位点。

快餐行业 SWOT 分析



4) 制定相应的品牌发展战略，逐步推进品牌定位及核心价值，建立丰满的品牌个性、形象，制定品牌推广总策略在市场竞争格局中的地位。

►本案商业模式

芊佰味快餐商业模式与其他产品比较		
商业模式内容	芊佰味快餐	同行业产品
盈利模式	电话销售多渠道推广	坐店经营经营限制
现金流结构	多渠道现金回收	店内销售回收模式单一
业务系统	系统销售，连锁管理，统一调度，标准服务	零散难规范
定位	多渠道客户群：散客、集团客户分布广	散客辐射半径小
关键资源能力	多渠道建立直营，良好的服务与管理，打造品牌形象	直营、加盟、散店凌乱，服务标准不统一，管理混乱
原料与包装	优质供货商，高标准包装容器	低价劣质货源、甚至有有毒有害包装
单店投资	无堂吃，节约门店巨额装修	以店铺装修为主要投资
企业价值	较高	较低

本模式从开始即定位为连锁外卖标准化模式。

►整合传播定位

(1) 建立真正实效的、成本最优的传播策略，以口碑带动市场

为基础，整合低成本资源投放适度广告。

(2) 设计多种公关、新闻、事件、广告等传播手段的组合，发挥各传播手段的特点，最大化地将品牌信息传播出去。

► 经营定位

专业的中式快餐外卖品牌连锁直营。

► 产品核心诉求

- (1) 突出便捷服务与营养价值。
- (2) 突出合理膳食结构和搭配的重要性。
- (3) 突出中餐饮食文化。
- (4) 突出食物绝对安全可靠地位

► 品牌形象定位

- (1) 专属形象 VI 设计。
- (2) 引发消费者深层的情感联想。

如：生活小常识宣传、菜肴制作课堂与连载、形象生动的漫画连载等

► 品牌个性

中国的→便捷的→现代的→营养的→文化的

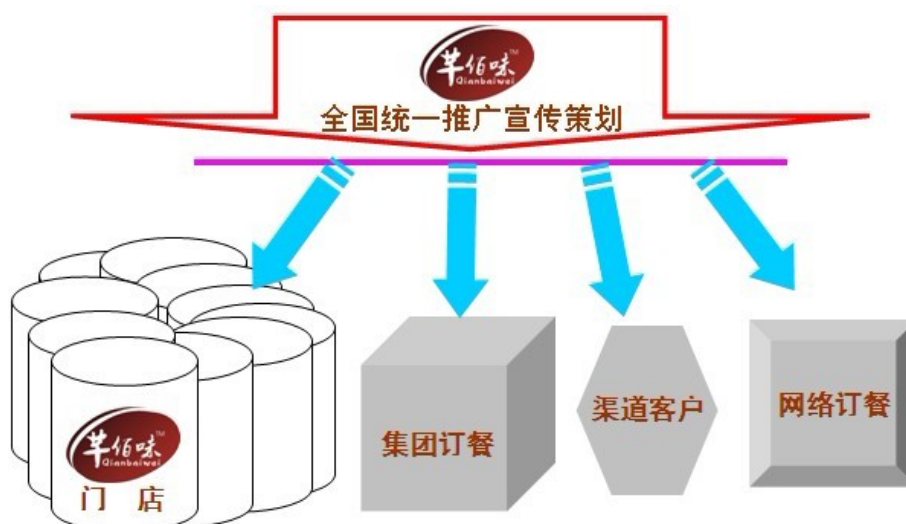
► 品牌口号



四. 赢利模式：

经营管理模式

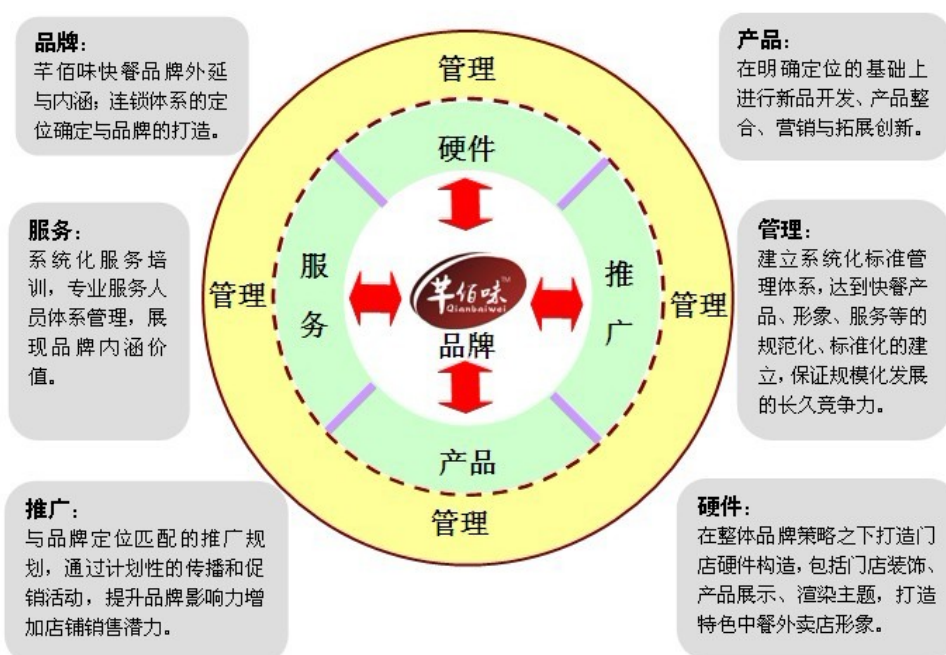
- 1) 多渠道直营连锁经营模式



2) 直营连锁经营体系

上海作为公司总部，进行全国统一战略部署（包括：品牌战略、营销扩张战略、人力资源战略、资本运作战略及相关管理、财务、后勤、门店管理体系）。

► 管理模块



► 项目初期布局（扩张速度及时间以实际操作情况为准）

以上海周边城市做项目试验，减小投资风险，验证市场接受度，为后续以上海为中心，逐步复制运作模式至城区各区打下坚实基础，预计2013 年在上海某区域集中开设多个门店。



五. 财务模型：

（融资后）第一财年营收预计

1) 收入预计（万元）

序号	项目	数量	单店日收 (万)	单店月收 (万)	年收入 (万)	备注
1	门店销售	7	0.3	9	756	店销
2	电子商务				20	B2C
3	渠道客户				100	集团企业
4	附加销售				10	饮料等
	TTL				886	

以上第一年预计销售以现有试验地区实际销售和对应的地区差别为

依据做出的推算。

2) 支出预计 (万元)

序号	项目	数量	单价 (万)	月 TTL(万)	年 TTL(万)	说明
1	门店房租/月	7	0.5	3.5	42	非商铺用房计划 2 元/平米
2	门店水电/月	7	0.05	0.35	4.2	
3	中央厨房租金/月	1	1	1.	12	厂房计划 1~1。5 元/平米
4	中央厨房水电/月	1	0.1	0.1	1.2	
	门店 中央厨房费用 TTL			4.95	59.4	
5	店员薪资:每店 3 人	7	0.5	3.5	42	
6	外卖员薪资营业额 2%补贴	7	0.18	1.26	15.12	其余客户部分收取
7	督导薪资 (每城市 1 人)	1	0.3	0.3	3.6	
8	执行团队薪资 4 人	2	1	2	24	
9	经营管理团队薪资 2 人	2	0.5	1	12	
10	厨房工作人员薪资 14 人	7	2.8	2.8	33.6	
	薪资 TTL			10.86	130.32	
	工厂/门店后勤薪资 TTL			3	36	
11	装修/店	7	5	35	35	7 店及总部一次性投入
12	面包车 2 台、电动车 50 辆			20	20	
13	冰柜	7	0.5	3.5	3.5	
14	冷柜	7	0.2	1.4	1.4	
15	柜台	7	1	7	7	
16	电子秤	7	0.05	0.35	0.35	
17	蒸饭车	7	0.2	1.4	1.4	
18	首期收银系统	7	0.5	3.5	3.5	
19	中央厨房设施	1	50	50	50	8000~10000 份供应能力
	固定设施 物料投资 TTL				122.15	
20	包装材料营业额的 10%				88	年度所有推广宣传费用
21	推广费用年度 10 万				10	一次性布局总部与门店
22	VI 设计				5	
23	培训费用				5	年度价, 5 次大型及小型
24	管理费用				10	年度预计
	市场费用 TTL				20	年度陆续投入
25	材料成本 (营业额的 30%)	7	2.7	18.9	226.8	材料成本平均成本价。 日均销售 3000 元/店/
26	年度税金	4%			35.44	
27	其他	2%			17.72	
	TTL				765.83	

因有实验店为基础，所列项目与实际操作存在微小误差，不含股权分配支出，未计经营团队绩效年度分红支出。

六. 团队能力

1、管理团队主要成员

1) 陈诞华：上海芊佰味餐饮企业管理有限公司创始人，总经理。商人，专业营销管理。早年就读过南京大学商业公共关系（仅仅一年多弃学）。成功投资经营启东皇朝酒家（中餐容纳300人就餐）、启东新时代大酒店（中餐容纳700人就餐）、南苑中学学生食堂（600人就餐），从事餐饮经营10年间兼营上海力波啤酒启东市场、宋河粮液南通总代理、剑南春产品江苏代理；失败于60万平米建筑工程总承包。擅长营销管理战略及业务定位；整合营销，流程控制、人力资源体系建立；销售、管理培训。

2) 仇高好：上海芊佰味餐饮企业管理有限公司代表，经理。

江苏南亚化工材料公司合伙人，策划创立企业自主品牌防水涂料研发生产以及销售。认同企业战略定位、擅长品牌及产品推广，整合市场资源、项目运营。

2、执行团队主要成员

1) 邹爱国：海南人，四川太平盛世酒业副总经理。

曾任剑南春江苏分公司总经理及湖南长沙公司副经理；擅长开店规划、业绩的提升负责全国的拓展及门店运营管理。

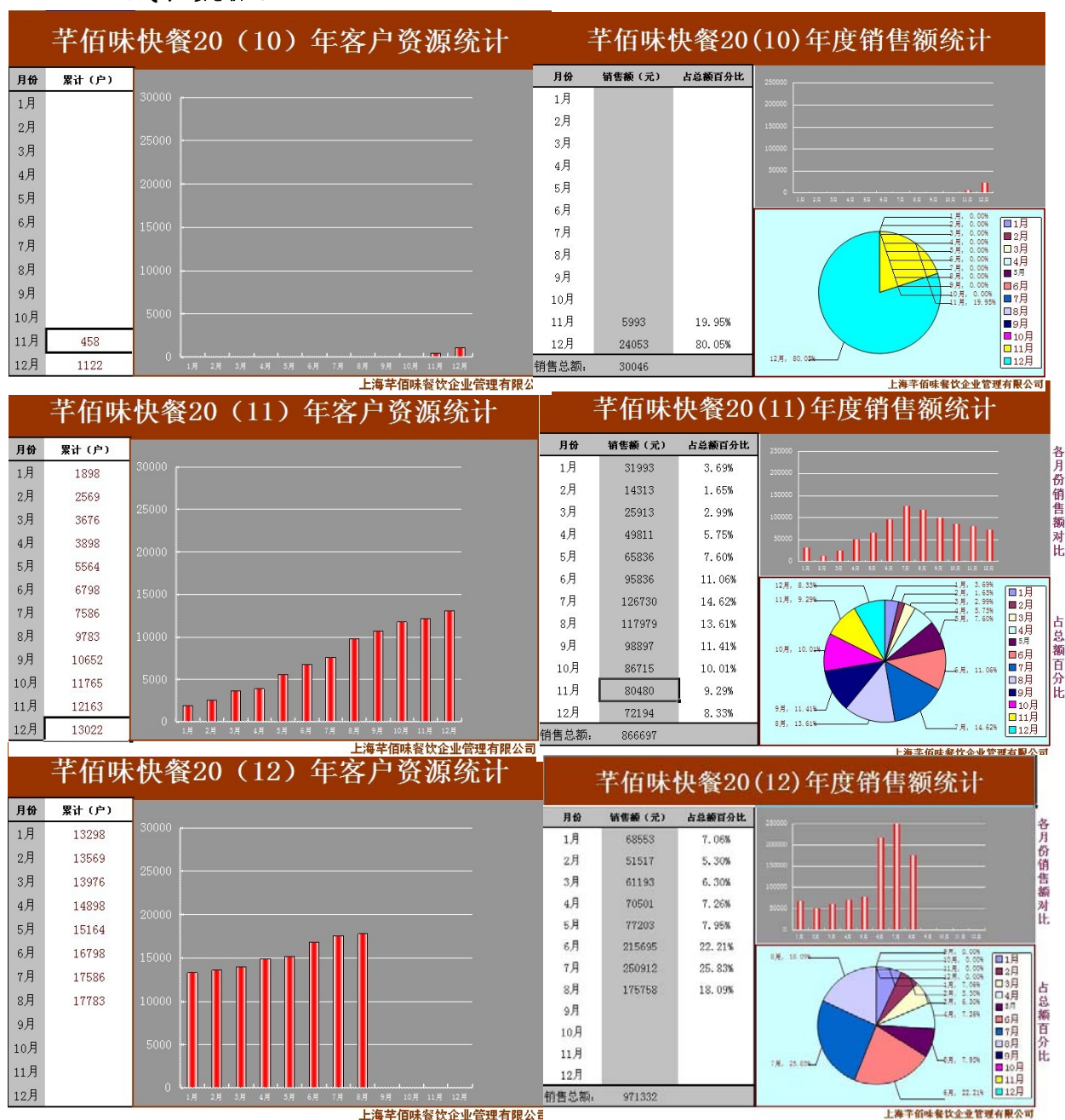
2) 培训师团队：徐灵杰（形象礼仪培训）、陈诞华（经理人培训）、黄明（团队心态培训）、邹愈明（拓展项目）等。

3、产品研发团队主要成员

- 1) 仇高好：市场调研与开发。
- 2) 陈志刚：餐饮一级厨师。
- 3) 宋 滔：国家餐饮协会成员，新加坡XX港式餐厅总厨。
- 4) 顾中华：南京医科大学营养师
- 5) 韩菁菁：专业广告与形象设计

七. 可行性

1. 成长数据：



2.三年规划

1) 第一财年目标

- ▶ 建立上海市中心 5—7 家店。
- ▶ (含建设期)完成营业额 500 万以上,毛利率 50%以上,净利率10~15%左右。
- ▶ 建立稳定的公司团队和内部培训体系。
- ▶ 完善公司各职能手册标准化。
- ▶ 完成网络订餐平台搭建。
- ▶ 进上海快餐市场成为区域内最具代表性的快餐品牌。

2) 第二财年目标

- ▶ 在上海原区域外新建 5—10 店,争取南京开发 2—3 店。
- ▶ 完成营业额 1500 万-2000 万。
- ▶ 成为上海市知名品牌,安全食品品牌。
- ▶ 建设自己的电商平台建立快餐行业显著地位,平台营业额力争 100 万。

3) 第三财年目标

- ▶ 上海建 15—20 店,南京、苏州、无锡增加 5—10 店。
- ▶ 上海、南京建立“芊佰味旗舰体验店”,打造中式现代快餐时尚体验区。
- ▶ 年度营业额达到 4000 万以上,电商营业额超过 300 万。
- ▶ 进行第二轮融资,并开始向全国扩张。

3.投入预测与融资计划

1、投资人投资 300 万-500万,进行公司人员招募,门店租金,前期装修,设施购买,材料准备,市场推广等运作。首期投入现金不少于 200 万,可分期进入。

2、投资人占股份比例不高于 20%,其余为原股东持有。

(遵从知识产权政策,本文仅作为公司与欲投资方进行协商使用。
如投资商最终无法决定投资,请注重保密。以保证双方权益)

上海芊佰味餐饮企业管理有限公司

公司全称: 上海芊佰味餐饮企业管理有限公司
法人代表: 陈诞华
新浪微博: <http://weibo.com/qbw777>
网站地址: www.qbw777.com
企业邮箱: cdh600@qb777.com
联系电话: 15026960007 15851223377