

2018 年 “淮海职教杯” 创业大赛

【创业项目报告书】

企业/项目名称: 蜜菓奶茶

联系人: 武怡达

联系方式: 18361485519

指导老师: 杨菲 金小琦

一、项目概述（在两页内完成）

项目概况

项目名称	蜜菓奶茶店
注册情况	<input checked="" type="checkbox"/> 已注册 <input type="checkbox"/> 未注册（打√选择）
项目类型	<input type="checkbox"/> 有限责任公司 <input checked="" type="checkbox"/> 个体工商户 <input type="checkbox"/> 个人独资企业 <input type="checkbox"/> 合伙企业 <input type="checkbox"/> 其他_____（打√选择）
经营地址	江苏省连云港市东辛农场生物工程中等专业学校东边第三家
注册资金 (启动资金)	300000 元人民币
主要经营范围	主营各种口味搭配的奶茶、甜品、零食等，可外送上门。 
产品/服务概况	奶茶的主要成份有：奶粉、茶叶、糖、水（及冰）、香料（珍珠奶茶还包括珍珠），坚果类零食，可以品尝，外卖送货上门。 

市场机会	<p>1. 竞争对手有其固定范围的消费群，且决对不会甘心奶茶市场份额的减少，一定会采取相应措施；</p> <p>2. 随着各类食品供应种类及数目的不断增加，消费者可供选择的领域越来越广，选择余地越来越大，产品差异化不够，饮料类诸如可乐、橙汁、椰汁、牛奶、纯净水等一定程度上瓜分了本已有限的需求市场。</p> <p>3. 奶茶系高脂肪、高热量食品。当今社会的审美观念（苗条为美——尤指女生）及较为风行的减肥趋势无疑让部分奶茶消费者（尤指女性）忍痛割爱，对其说“No”</p>
------	--

盈利模式

一、收入来源

主要收入来源：奶茶营销收入

其它收入来源：咖啡收入、软饮收入

二、盈利模式

主要盈利模式：销售

其它盈利模式：促销、免费品尝等

投资收益评价

总投资额（元）	300000 人民币	投资收益率（第一年）		66.48%			
各年净利润 (税后利润)	第一年	第二年		第三年			
		年增长率	60%	年增长率	56 %		
		199427	320000	500000			
备注	投资收益率=净利润÷总投资额×100%						
	预期净利润—第一年：见经营第一年利润表；						
	此表中“总投资额”项的金额等于资金需求合计						

二、产品与市场分析

产品与服务

产品或服务种类	功能	创新与特色
主营各种口味搭配的奶茶、甜品、零食等	让奶茶的凉爽趋走你夏日的酷暑！让奶茶的温暖趋走冬日的严寒！	以创新灵活的经营模式来吸引师生 以无可挑剔的优质服务来满足师生 以安全舒适的卫生环境来方便师生 以公益感恩的企业文化来回报师生

市场定位与目标客户

市场定位	<p>1. 市场情况介绍</p> <p>店铺周围高中小学，学生密集，人口众多。 每年奶茶消费量为 300, 000.0 杯。 同时学校潜在的奶茶消费者约为 25000 人。 学校奶茶消费年增长率为 5%。</p> <div data-bbox="485 1006 1394 1596"></div> <p>2、市场分析</p> <p>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，其市场份额占有率为逐年攀升；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。</p> <p>作为学生消费群体，她们对口味的追求越来越高，对于事物的新鲜感更加敏感，对于品质的要求越来越高，而奶茶的口味自我创新不够，难以</p>
------	---

	<p>达到消费者的各方面需求，因此奶茶店的生意愈加难做，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。</p> <h3>3、顾客需求分析</h3> <p>经调查，学生对于奶茶这一行业主要的要求有两点。一是产品；二是服务。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，消费者对奶茶的需求也不尽相同，夏天，人们更喜欢冷饮，冬天更倾向于热饮</p>
目标客户	<p>奶茶属于大众消费，消费者甚多，其中以年轻人居多，特别是学生，不管是小学、中学还是大学的学生，各个不同阶段的学生是奶茶的主要消费群体。另外一个群体是逛街的行人。</p> <p>本公司将目标市场更加准确的定位于学生群体，所以我们的店铺选址定于学校聚集地段，西邻生物中专学校，对面是一所小学。</p>

市场预测（市场占有率）

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，其市场份额占有率为逐年攀升；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，而奶茶的口味自我创新不够，难以达到消费者的各种需求，因此奶茶店的生意愈加难做，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。

竞争分析

目前，已有的奶茶店有么么哒、正新鸡排奶茶店，这几家奶茶店的奶茶口味与品种都相似，且在产品开拓上没有什么创新。还有的竞争对手就是各种厂商创造系列奶茶，如香飘飘、优乐美、立顿等。

项目 SWOT 分析

优 势 (Strengths)	1.现有的奶茶店店面装潢简单，给人以不干净的印象； 2.奶茶品种有限，口感较一般，产品开拓上没有创新； 3.厂商创造的系列奶茶，价格偏高，品种单一，且口感不如现做的入口，受季节限制大，在炎热酷暑之时，其消费量会有所减少； 4.店内销售及外卖服务一定程度上能够吸引更多的消费者。
劣 势 (Weaknesses)	1.奶茶营业面积有限，提供服务范围有限； 2.新店开业部分学生对于其基本情况诸如口味等了解不多，一定程度上影响销售额； 3.产品创新对于热衷于传统奶茶产品的消费者来说，不易接受； 4.奶茶的季节性消费较为明显，不能达到很好的消费额度。
机 遇 (Opportunities)	1.市场远未饱和，存在着较大的利润空间及数目较为庞大的奶茶消费群，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、认真的服务态度，专业的操作水平在同学中树立了好较的口碑； 3.虽然营业面积有限，但有着优美的室内环境，耳濡目染中能给同学留下良好的印象(特别是跟其他奶茶店店面相比)，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。
威 胁 (Threats)	1.竞争对手有其固定范围的消费群，且决对不会甘心奶茶市场份额的减少，一定会采取相应措施； 2.随着各类食品供应种类及数目的不断增加，消费者可供选择的领域越来越广，选择余地越来越大，产品差异化不够，饮料类诸如可

	<p>乐、橙汁、椰汁、牛奶、纯净水等一定程度上瓜分了本已有限的需求市场。</p> <p>3.奶茶系高脂肪、高热量食品。当今社会的审美观念（苗条为美——尤指女生）及较为风行的减肥趋势无疑让部分奶茶消费者（尤指女性）忍痛割爱，对其说“No”。</p>
--	---

三、公司战略

发展战略	<p>1 早期计划</p> <p>尽快建立起客户群体赢得客户口碑，将店面品牌推广。安放几套沙发建立更加舒适的娱乐形式，同时在店内配有音乐，如果条件允许，</p> <p>2 中长期计划</p> <p>可以加入受消费者喜爱的休闲食品的供应，加入吉他弹唱与点歌模式，给顾客提供更舒畅的环境。</p> <p>在三年后，如果奶茶店营业额依然稳定的话，考虑在其他市场再建连锁店面。</p> <p>假如实际情况不如现在的预期规划这么理想，我店会及时调整营销战略，两年内依然亏损就处理全部设备设施后关张停业。</p>

四、营销策略

产品定价

产品或服务	单位	单位成本	同类产品市场 零售单价	产品单价
珍珠奶茶	元	4 元	10 元	10 元
三兄弟	元	5 元	11 元	10 元
红豆布丁奶茶	元	5 元	11 元	10 元

宣传推广

推广方式	主要内容	推广费用
店面的招牌使用显眼、引人注目的颜色和款种。在后期积累一定资金后还可以在报纸、广播、电视、网络等投入广告。另外，工作人员一律着本店工作服。	开业典礼，让学校附近的人知道我们的店面开业了；利用在学校的人际关系，多做宣传；借助于互联网进行信息发布；利用即时通讯手段（QQ，飞信等），宣传店铺给予相应积分商品；	5000 元

五、团队管理

组织结构

团队概述

总经理：茅启新

职务：负责统筹管理奶茶店。

业务素质：具有较强的分析调解能力。稳重、冷静、谦虚，善于沟通，因此得到整个团队的信任。

宣传：杨菲

职务：广告宣传

业务素质：为人亲和力强，有过做兼职的经历，又曾经在院部和系部担任过学生会干部的职，人脉资源广泛。

财务：徐皓

职务：负责收银以及日常财务管理。

业务素质：沉稳、细心，对金钱具有敏锐的洞察力，表达能力、工作认真负责。

营销：徐月、武怡达

职务：平时奶茶制作、店面管理

业务素质：精力充沛、有一定的沟通能力

业务中介：李宝石

职务：采购

义务素质：计算机系团支部负责人，工作严谨，态度认真，掌握大部分奶原料经销商的具体情况，比较熟悉市内各地区的交通通线路，有很强的工作能力

部门/岗位职责

管理制度

六、融资与财务分析

年度收入分析

总收入：

$$\text{销售收入} = \text{单位销售价格} \times \text{销售数量}$$

(1) 单位销售价格：

单位营业成本	批发&零售业		服务&制造业		合计
	产品成本		材料费	人工费	
	4 元	3 元	1 元	4 元	
单位销售价格	10 元				
单位毛利润	6 元				
	(单位毛利润 = 单位销售价格 - 单位营业成本)				

(2) 销售数量：

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月
销售数量	3600	3450	3900	3600	3500	3600
单位销售价格	10	10	10	10	10	10
销售总收入	36000	34500	39000	36000	35000	36000

7月	8月	9月	10月	11月	12月	总计
3450	3600	3900	3600	3500	3900	40000
10	10	10	10	10	10	10
34500	36000	39000	3600	3500	3900	400000

(3) 年总收入 = 400000 (请将计算结果填入此处)

年度成本分析

总成本 = 营业成本 + 期间费用 + 折旧

(1) 营业成本：是指生产产品、提供服务，直接发生的人工、水电、材料物料费等。

单位营业成本	月营业成本	年营业成本	说明
495 元	14850 元	178200 元	

备注：月营业成本=单位营业成本×月销售量；年营业成本=单位营业成本×年销售量

(2) 期间费用：是指维持经营所间接发生的费用（包括：公共事业费，如水电、燃气、电话、网络、交通费等，租金，工资，广告，办公费，保险费等）。

期间费用	月期间费用	年期间费用	说明
公共事业费	450	5400	水电费、电话费
租金	2000	24000	
工资	6000	72000	三人
广告	370	4443	
办公用品(或易耗品)	100	1200	
保险费	500	18000	
利息			
其他			
总计	10420	125043	

(3) 折旧：税法对折旧年限规定如下，房屋、建筑物 20 年；飞机、火车、轮船、机器、机械和其他生产设备 10 年；与生产经营活动有关的器具、工具、家具等 5 年；飞机、火车、轮船以外的运输工具 4 年；电子设备 3 年。

资产统一按直线法计提折旧，无残值。

折旧年限	月折旧	年折旧	说明
10	745	9055	

(4) 年总成本 = 285043 元

投资回报分析

(1) 启动资金：是指创立业务时（公司开业之前）一次性支付的资金。

项目	支付对象	金 额
房租租金	房东	24000
器械	总公司	90550
店面装潢	装修公司	50000
材料	供应商	120000
其他		15450
全部启动资金	300000	元

(2) 融资渠道：

来 源	金 额	性 质
个人存款	100000	
亲戚	100000	
朋友	100000	
银行		
其它		
总计所得资金：		

(3) 财务关键点:

盈亏平衡点 (至少选一种)	按实物单位计算	年销售量: 40000 年期间费用+年折旧 / 单位毛利润=22350
	按金额计算	年收入: 400000 (年期间费用+年折旧) / (1-单位营业成本/单位销售价格) =
投资回报率	$=\text{年净利润} / \text{总投资额} \times 100\%$ $=199427 / 300000 \times 100\% = 66.48\%$	
投资回收期	$=\text{启动资金} / \text{年净利润}$ $= 300000 / 199427 = 1 \text{ 年 } 5 \text{ 月}$	

项目三大财务报表 (必报材料)

七、风险及应对策略

风险	<p>1. 竞争对手有其固定范围的消费群,且决对不会甘心奶茶市场份额的减少,一定会采取相应措施。</p> <p>2.随着各类食品供应种类及数目的不断增加,消费者可供选择的领域越来越广,选择余地越来越大,产品差异化不够,饮料类诸如可乐、橙汁、椰汁、牛奶、纯净水等一定程度上瓜分了本已有限的需求市场。</p> <p>3.奶茶系高脂肪、高热量食品。当今社会的审美观念(苗条为美——尤指女生)及较为风行的减肥趋势无疑让部分奶茶消费者(尤指女性)忍痛割爱,对其说“No”。</p>
应对策略	<p>① 重服务态度的培养,尽最大努力提高服务质量;</p> <p>②不断进行产品创新,完善并增加奶茶种类,适应不同消费者需求;</p>

③不断加强产品的宣传，增强学生对产品的忠诚度，并努力发掘潜在客户群；

④适时的进行产品促销活动；

⑤在店内增设意见簿，学生有意见或建议可直接提出或书写。

八、社会责任

做好分内应做的事，履行应有的责任，诚信的对待每一位顾客，保证每一杯奶茶的口味与质量！