



炒酸奶屋项目商业计划书

申报学校：广东工贸职业技术学院

申报负责人：17旅英1班 范萱雅

负责人联系电话：13602860805

团队成员：范萱雅、丘新霞、林绮雯、连鸿志、李昭橙

1.0 项目概况

1.1 项目介绍、项目理念：随着现在经济发展的大环境，人们可以每月可以支出的钱越来越多。由此，大学生的购买力越来越大。根据调查，白云校区师生超过万余人，每月每人用于购买小吃零食占生活费约 20%。以 17 旅英 1 班学生为例。平均每人每月生活费大约 1750 元。如果按照比例计算，每人每月有 350 元可以购买小吃零食。而且随着夏季的到来，酸奶将会是一个非常受欢迎的选择，其在健康、美容、瘦身方便非常受到现在大学生的欢迎。

根据实地调查，白云校区的实体店、创业基地、创新学院都没有涉及到酸奶的创新项目，这将是一个新的创业店。

1.2 项目技术：炒酸奶的原理是根据快速制冰原理而将酸奶凝固成块或片状。由铲子将其与制冰表面分离后盛入碗或杯中供消费者食用的冰淇淋。由于制作过程中用的是铲子，制作动作更像炒菜，而称之为炒酸奶。其概念新颖，非常受到大学生的欢迎。

1.3 项目特点：炒酸奶（酸奶冰淇淋），富含活性菌类，低脂、低糖或无脂无糖，有美容减肥改善消化功能、提高免疫力的作用（目的），适合各个年龄阶层的消费人群，更适合在校学生。可以优化肠胃消化功能，也可以根据喜好制作冰淇淋，大大满足时下年轻人追求自由的心理特色，实在是一个夏季创业好项目。

1.4 项目商业模式：自营

2.0 市场分析

2.1 市场定位与目标客户：我们的市场定位定在白云校区校内，主要目标客户是大一、大二以及大三一小部分的学生。白云校区的老师们就是潜在客户。

2.2 市场预测（市场容量、市场占有率等）：根据调查，白云校区师生超过万余人，但学校的超市或者是文具店，平常的顾客在 3000 人左右，所以我们初期市场容量约在 2000 人左右。随着大一新生的到来，正在经历军训，炎热的夏天，谁不想吃个冰淇淋？他们将成为我们的主要客源，再加上我们会不断更新口味吸引着顾客，后期市场占有率可达百分之二十五，即 4500 的容量，然后趋于稳定。

2.3 竞争对手/项目分析：炒酸奶是新生行业，但学校附近类似的行业没有，竞争不大。

2.4 项目 SWOT 分析：S：a、炒酸奶是新生行业，本身具有吸引力

b、炒酸奶的口味多种多样

c、迎合年轻人需求

W: a、资金不足

b、团队管理以及经验欠缺

c、缺少开发团队

O: a、工贸附近缺少产品原料

b、军训即将到来，新生即将到来

T: a、受季节与天气影响不大

b、类似的行业没有，竞争不大

3.0 营销策略

3.1 产品策略:

产品	特性
原味	
红枣味	
蓝莓味	
凉茶味	
草莓味	
香芋味	
柠檬味	
香蕉味	
菠萝味	
榴莲味	
咖啡味	
抹茶味	

3.2 价格策略:

产品	价格/元
原味	7
红枣味	8
蓝莓味	8
凉茶味	8
草莓味	8
香芋味	8
柠檬味	9
香蕉味	9
菠萝味	9
榴莲味	10

咖啡味	10
抹茶味	10

3.3 推广方案:

促销活动	方式	成本预测
广告	(派发传单, 网络推广)	2000 元/年
营销推广	(赠送活动, 换季活动)	2000 元/年

4.0 团队人员与组织结构

4.1 团队成员情况: 范萱雅是 17 旅英 1 班团支书, 丘新霞是 17 旅英 1 班班长, 连鸿志是 17 旅英 1 班学习委员, 李昭樞是 17 旅英 1 班心理委员, 林绮雯爱好唱歌。

4.2 团队组织结构: 指导老师: 1 名 (宾婕)

权利和义务: 指导实施项目的开展

负责人: 1 名 (范萱雅)

权利和义务: 负责团队创建和项目总体策划组织

团员: 4 名 (丘新霞, 林绮雯, 连鸿志, 李昭樞)

权利和义务: 团结, 理解, 配合各个方面的工作, 保证项目顺利开展; 参加工作会议, 为项目提出更好的意见和建议。

4.3 团队成员职责分工: 丘新霞财务和采购, 林绮雯宣传与资料, 连鸿志市场调研与营销, 李昭樞咨询与售后

5.0 财务分析报告

5.1 成本预算: 3500

5.2 启动资金需求及来源:

5.3 项目利润预测：预计初期每月 1000 元收入，最高点可达 3000 元左右，以后每月可保持在千元左右收入。

6.0 项目风险分析与对策

6.1 可能面临的风险：产品的生产受客观因素较小，自由性比较大，投资成本低，但是也有可能因在经营过程中出现销售低峰导致原料的挤压。

6.2 针对风险的应对办法：加大营销部促销与宣传，采取降低价格等方式减少经营损失。还要注意产品的采购，做到快速灵活，根据销售时期进行调整，确保利润最大化。

7.0 项目发展规划

7.1 项目发展初期：通过走访市场调查炒酸奶的门店经营情况，记录最热卖的产品和口味进行综合分析后定好自己门店所售卖的产品。

7.2 项目发展中期：通过网上对比进货店家的进货质量与价格，确定货源厂家方便后期批发进货节约成本。

7.3 项目发展后期：投入资金，购买设施，一台炒酸奶机，杯子，汤匙等；投入资金进行宣传，报纸质量赢取客人的信任及喜爱，确认主要的消费群体，要以良好的服务态度对待每一位顾客；经营一段时间以后，增加材料预定渠道，增加炒酸奶的产品种类和数量，同时提高质量；保证服务质量，提高服务水平，要求掌握必要的礼仪规范，着装以及与顾客交流的态度与方法。

8.0 附录

8.1 项目的现有产品或现在运营状况的相关资料：

8.2 市场调查数据分析：

8.3 相关调查原始文问卷：