

2018.3.1

北京爱厨艺餐饮有限公司

以亲子互动为主题的特色餐馆的市场推广策划书

目录

[1执行纲要 5](#_Toc1995164536)

[1.1市场描述 5](#_Toc1025536558)

[1.2 核心技术 5](#_Toc292732244)

[1.3 团队概述 5](#_Toc1735819720)

[1.4 发展战略 5](#_Toc1462224576)

[2 产品项目 5](#_Toc1673159623)

[2.1 产业前景 5](#_Toc316458898)

[2.1.1 背景介绍 5](#_Toc2101112962)

[2.1.2 移动端云计算虚拟三维技术的概念 5](#_Toc935594877)

[2.1.3 移动端云计算虚拟三维技术在生活中的应用 5](#_Toc376462827)

[2.2 产品概述 5](#_Toc1133108034)

[2.2.1 产品介绍 5](#_Toc500022842)

[2.2.2 产品优势 5](#_Toc1328860582)

[2.2.3 产品前景 5](#_Toc486765100)

[2.2.4 研究与开发 5](#_Toc142578485)

[2.2.5 未来产品与服务规划 5](#_Toc331879032)

[2.3 生产技术管理 6](#_Toc917236953)

[2.3.1 生产场地管理 6](#_Toc210858481)

[2.3.2 原材料的采购与管理 6](#_Toc1263764684)

[2.3.3 产品质量管理 6](#_Toc1998475775)

[2.3.4 成本控制 6](#_Toc159908927)

[2.3.5 管理模式 6](#_Toc639543792)

[3 市场调查与分析 6](#_Toc817046438)

[3.1 移动端云计算虚拟三维产业链分析 6](#_Toc329508027)

[3.2 竞争因素分析 6](#_Toc1383591503)

[3.2.1 竞争产品分析 6](#_Toc154928642)

[3.2.2 潜在进入者分析 6](#_Toc554572348)

[3.2.3 竞争优势分析 6](#_Toc150929058)

[3.3 市场发展预期走势分析 6](#_Toc1113651491)

[3.4 市场预测分析 6](#_Toc430684000)

[3.4.1 预测的市场规模与总容量 6](#_Toc177337915)

[3.4.2 行业市场划分与应用内容 6](#_Toc961332380)

[3.4.3 移动端云计算三维的商业模式 6](#_Toc1456220559)

[4 市场营销 6](#_Toc470070159)

[4.1 营销计划 7](#_Toc549668452)

[4.1.1 市场进入和开发阶段(1-2 年) 7](#_Toc770961487)

[4.1.2 市场成长阶段(3-5 年) 7](#_Toc2143229782)

[4.1.3 市场成熟阶段(5-10 年) 7](#_Toc866127351)

[4.2 定价战略 7](#_Toc724590801)

[5 机遇与风险 7](#_Toc931341011)

[5.1 机遇 7](#_Toc1242590178)

[5.2 外部风险 7](#_Toc1857698836)

[5.3 内部风险 7](#_Toc1431363854)

[5.4 解决方案 7](#_Toc423967113)

[6 组织与管理 7](#_Toc196980288)

[6.1 公司简介 7](#_Toc1573942339)

[6.2 公司的核心价值观 7](#_Toc755846145)

[6.3 公司目标 7](#_Toc1114217242)

[6.4 公司组织结构 7](#_Toc1784800821)

[6.4.1 公司初期组织结构 7](#_Toc2019610829)

[6.4.2 公司中后期结构 7](#_Toc965209369)

[6.5 管理形式 7](#_Toc1944709748)

[6.5.1 管理团队和基本思想 8](#_Toc511670974)

[6.5.2 岗位说明书 8](#_Toc1782255807)

[6.5.3 公司的规章制度 8](#_Toc126734127)

[6.6 企业文化 8](#_Toc1895262477)

[6.6.1 团队标志 8](#_Toc1937184450)

[6.6.2 企业文化理念 8](#_Toc681306475)

[6.7 人力激励与约束机制 8](#_Toc2046191535)

[6.7.1 激励机制 8](#_Toc903352293)

[6.7.2 约束机制 8](#_Toc1111990475)

[7财务计划 8](#_Toc76045803)

[7.1 股本结构与规模 8](#_Toc1864684673)

[7.2 运营收入及相关税金估算 8](#_Toc420727386)

[7.2.1 公司营业量及营业收入估算: 8](#_Toc546115962)

[7.2.2 运营收入及税额估算 8](#_Toc266869478)

[7.3 投资状况 8](#_Toc1191688873)

[7.3.1 初始投资 8](#_Toc541862097)

[7.3.2 固定资产投资估算 8](#_Toc1132996829)

[7.3.3 投资使用计划与资金筹措 8](#_Toc1916279675)

[7.4 成本费用估算 9](#_Toc1473203108)

[7.4.1 研发费用 9](#_Toc228103359)

[7.4.2 员工结构及工资费用 9](#_Toc1626494863)

[7.4.3 折旧费用 9](#_Toc757083314)

[7.4.4 办公、差旅费用 9](#_Toc652070472)

[7.4.5 摊销费 9](#_Toc1823475151)

[7.4.6 公关及宣传费用 9](#_Toc183542006)

[8财务分析 9](#_Toc1407916618)

[8.1 公司利润表及现金流量表 9](#_Toc790208745)

[8.1.1 公司利润估算分析 9](#_Toc1968342827)

[8.1.2 公司现金流量分析 9](#_Toc1280043799)

[8.2 公司盈利能力分析 9](#_Toc1755418114)

[8.2.1 静态盈利能力分析 9](#_Toc1765568927)

[8.2.2 动态盈利能力分析 9](#_Toc1791714773)

[8.3 敏感性分析 9](#_Toc1390190274)

[9投资分析 9](#_Toc1892303054)

[9.1 投资结构及分析 9](#_Toc1539493603)

[9.1.1 注册资本结构与规模 9](#_Toc1179891076)

[9.1.2 投资回报 9](#_Toc426125881)

[9.2 风险分析及防范措施 10](#_Toc1438201490)

[9.2.1风险管理系统 10](#_Toc2083243369)

[9.2.2 市场风险 10](#_Toc1538116356)

[9.2.3 运作风险 10](#_Toc1514247293)

[9.2.4 人力资源风险 10](#_Toc1800444395)

[9.2.5 公关风险 10](#_Toc1958843743)

[9.3 风险投资资金的撤出方式 10](#_Toc2060363256)

[附录 1 公司经营第五年资产负债表 10](#_Toc2067313873)

[附录 2公司经营五年期利润表 10](#_Toc1003048968)

[附录 3公司经营五年期现金流量表 10](#_Toc454741705)

# 1执行纲要

## 1.1市场描述

亲子互动是指家庭中父母和孩子间的交互活动，它能够增进孩子和父母以及其他家庭成员之间的感情，提高家庭的凝聚力，培养孩子的归属感和父母的责任感，是一种非常有益的活动。在市场经济不断发展的今天，人们在物质需求日益得到满足后，越来越重视情感层面的需求。在国外，许多餐馆纷纷推出亲子套餐，许多娱乐节目也推出了亲子档，比如红极一时的《爸爸去哪儿》系列节目，可见亲子项目是比较喜闻乐见的。

从家庭活动的角度，用餐算是一个父母和子女交流的重要时刻。然而，许多为工作奔波的父母并不能陪在子女身边用餐，这给家庭生活造成了难以弥补的损失。除此之外，就算父母和子女一起外出用餐，餐厅的氛围也是无法和家里相比的；家里人外出吃饭却无话可说的尴尬局面也是常见的场景。父母和孩子们需要一个这样的餐馆：它的环境和家里相似、每一个家庭可以得到相对独立的环境、配备了各种亲子互动所需的设施的餐馆，在这里，父母和孩子们边吃边聊，举行各种家庭活动，谈心或者享受美食。

目前，在国内这种亲子主题餐馆并不多见，这意味着这个领域是一片蓝海；而亲子互动中潜在的巨大商机则足以说服投资者。

## 1.2 核心技术

作为一家餐馆，食品的供应是最重要的技术之一。作为一家亲子主题餐馆，我们有专业的装潢师、会做各式家常菜的厨师、布景师等等。为了能够提供更好的服务，我们还有表演团队为家庭庆典提供庆祝演出。

## 1.3 团队概述

我们的团队最初的成员是来自北航餐饮厨艺协会的三位会员。随着我们创业计划的推广，越来越多不同院系的同学加入了我们。目前，我们有来着计算机系的负责开发手机APP点餐系统、网页开发等等IT业务的同学；有来着法学院的负责法律顾问的同学；由来着经管学院的负责财务的同学；还有来着北京农业大学的同学，负责采购原材料。还有从社会招募来的服务员和演员。

团队核心成员共20名，分工明确，主要负责餐馆的日常经营，菜式的研发，亲子活动的策划以及线上推广。团队已经开发了完整的运作流程，进行了详尽的市场分析，撰写了完善的商业项目策划，目前已经完成了创业前期的一切工作。

## 1.4 发展战略

◆ 近期发展目标 (1-2年)：在北京经营3-4家分店，积累活跃顾客，建立“亲子互动”，“亲子共享美食”的新的生活风尚。加大宣传力度，开发点餐APP。在“饿了吗”等外卖平台提供服务、在微信建立公众号、在微博建立官微、在大众点评获得比较好的评价等等。

◆ 中期发展目标 (3-5年): 把分店扩散到其他省份，特别是餐饮消费占百分比较高的省份。开始走中高档路线，提高服务质量，提供更多增值服务，比如亲子卡拉OK，亲子脱口秀，生日送蛋糕等等。

◆ 长期发展目标(5-10年): 提升品牌知名度，打造国内亲子餐饮领先品牌，开发国外市场，提供国际化的亲子餐饮服务。

# 2 产品项目

## 2.1 产业前景

### 2.1.1 背景介绍

亲子关系是维护社会和谐稳定的重要一环，是每一个家庭不得不面对的话题；良好的亲子关系是孩子健康成长的基石，也是父母安心工作的基础。维护良好的亲子关系需要孩子和父母在日常生活的方方面面的共同努力，而用餐时段则是非常难得的机会。

餐饮企业在如今的中国遍地开花。我国基本上所有的餐馆都围绕菜品特色做文章，比如八大菜系的[鲁菜](https://baike.baidu.com/item/%E9%B2%81%E8%8F%9C" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)、[川菜](https://baike.baidu.com/item/%E5%B7%9D%E8%8F%9C/26409" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)、[粤菜](https://baike.baidu.com/item/%E7%B2%A4%E8%8F%9C" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)、[苏菜](https://baike.baidu.com/item/%E8%8B%8F%E8%8F%9C" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)、[闽菜](https://baike.baidu.com/item/%E9%97%BD%E8%8F%9C" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)、[浙菜](https://baike.baidu.com/item/%E6%B5%99%E8%8F%9C" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)、[湘菜](https://baike.baidu.com/item/%E6%B9%98%E8%8F%9C" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)、[徽菜](https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%BD%E8%8F%9C" \t "/home/cgsdfc/Documents\\x/_blank)和新式菜，比如火锅店、洋快餐、拉面店等等。这些餐馆基本上除了提供菜品和就餐环境，并没有为就餐人群作特殊的考虑。一些洋快餐店确实提供了儿童活动区，但是并没有为家长做考虑。

为了弥补已有餐饮企业的不足，我们为家长和孩子创造一个温馨舒适的就餐环境，提供老少咸宜的菜品以及家庭活动的道具，让孩子和家长在就餐的同时多多沟通，增加感情。

### 2.1.2 亲子主题餐饮的概念

亲子主题餐饮的概念是在一顿饭的时间里，为家长孩子提供既健康美味又有趣的就餐体验，进行愉快的亲子交流和互动。我们的目标人群是3-12岁的儿童和重视下一代培养和教育的家长。我们提供亲子DIY烹饪，儿童餐厅，生日派对等等活动。我们的服务人员都具有幼教资格。更重要的是，我们有专业的健康膳食研究团队，研制出适合不同年龄段儿童生长发育的、适合产后妈妈身体恢复的营养美食。

### 2.1.3 亲子主题餐饮的发展空间

亲子主题餐饮和传统的餐饮行业存在竞争关系，必须提供差异化的产品和服务和合理的价格才能有竞争力。为此，我们必须抓住儿童和父母心理上的特点，满足各自的需求。父母希望孩子吃健康的食品，收获一些对成长有利的知识；孩子希望见到新奇的食物，喜欢动手尝试，获得成就感和归属感。亲子餐饮可以有针对性的提供各种食品DIY，让孩子在动手动脑中制作出精美的食物；父母则从旁帮助，从而和孩子交流和合作，促进感情的交流。为了丰富业务，还可以提供制作示范，让年轻妈妈学做健康的幼儿膳食。如果针对亲子特有的需求提供差异化的服务，那么亲子主题餐椅将获得传统餐饮行业所没有的发展空间。

## 2.2 服务概述

### 2.2.1 服务介绍

服务特色：童话主题餐，亲子DIY，亲子娱乐游戏，生日派对。

### 2.2.2 服务优势

服务人员有幼教资格，健康有趣而又美味的食物，温馨舒适的就餐氛围，可定制的上门服务。

### 2.2.3 服务前景

由于目前亲子互动主题餐饮行业还属于新兴产业，现有企业不多，且实施难度系数比小，因而门槛低，要进入市场相对容易；但是市场需求会随着社会经济的发展与日俱增，在未来将会有较多的竞争者。

### 2.2.4 研究与开发

短期目标：巩固现有服务的质量。

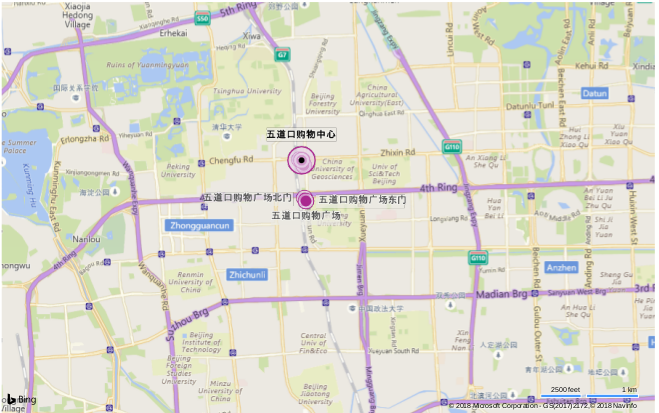
中长期目标：丰富产品种类，提供不同层次的服务。

### 2.2.5 未来产品与服务规划

我们将亲子互动餐饮的年龄范围提高，让其适应青少年的孩子和他们的家长。针对青少年存在的叛逆心理，提供对症下药的服务，促进家长和孩子缓和矛盾，增进相互理解。

## 2.3 生产技术管理

### 2.3.1 生产场地管理



**北京爱厨艺亲子主题餐厅**

公司的第一家分店选址在北京市海淀区五道口购物中心。公司的选址基于一下的考虑：

1. 市中心较近的人口密集区，交通比较便捷。

2. 靠近教育机构，方便家长带孩子来用餐。

3. 人流密集，有助于公司的宣传。

### 2.3.2 原材料的采购与管理

公司的原材料主要是未加工（半加工）的食品原材料、互动所需要的教具、服务人员的服装等等。本着健康至上的原则，公司对食品材料进行严格的质量控制，绝对不售卖过期或者变质食品，为消费者的健康负责。公司还将定期消毒教具，更换老旧的设施，保持室内装潢的整洁，时尚和舒适。服务人员穿着整齐划一的服饰。厨师等厨务人员进入工作岗位前要进行身体的消毒；厨房定期进行消毒。确保给家长和孩子一个卫生良好的用餐环境。

### 2.3.3 产品质量管理

一、服务流程：

作为一家亲子主题餐馆，日常的经营以提供亲子互动的用餐体验为主。我们的组织结构分为前台、后台、管理层三个部门；前台有分为服务部和亲子互动部；后台分为厨房和场景布置部。其中，管理层负责管理监督和协调前后台各项事务，还负责菜品的研发和解释；前台负责招待来客；后台负责生产菜品。各部门的员工可以向管理层直接反映意见，确保渠道畅通。

**提供菜品**

**后台**

**前台**

**管理**

**管理**

**管理层**

二、各部门人员分配：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类别 | 人次 | 主要工作 |
| 大厨 | 2 | 烹饪高级菜肴 |
| 中厨 | 5 | 烹饪中级菜肴 |
| 下厨 | 10 | 烹饪一般菜肴 |
| 洗碗工 | 5 | 洗碗 |
| 厨杂工 | 5 | 食材预处理，清理厨房 |
| 食品工程师 | 3 | 研发菜品 |
| 前台服务人员 | 10 | 点菜，传菜，结账 |
| 互动组织人员 | 10 | 组织，开展亲子互动 |
| 前台经理 | 3 | 管理前台事务 |
| 后台经理 | 2 | 管理后台事务 |
| 场景布置人员 | 3 | 布置派对场景 |

### 2.3.4 成本控制

成本控制主要在这几个方面展开：

1. 食品加工。和高档食品供应商形成合作伙伴关系，以大批次的订货获取较为优惠的价格。

2. 服务人员薪酬。由于亲子餐饮对服务人员的素质要求较高，将会以高薪聘请高素质人才并加以培训；对于持幼教资格证的员工还有特殊待遇。

3. 菜品研发经费。为了提出创新、健康而又美味的菜肴，我们必须聘请营养学、幼儿学等专业人士，在有相关经验的项目经理的带领下进行研发。我们需要支付研发人员的薪酬较高，加上研发经费，实验成本等，将会在整体支出中占据较大的份额。

4. 各项杂费，铺租水电等。

我们将秉持质量至上，服务至上的原则，在不牺牲服务质量的前提下，尽可能的节约整体支出。我们将落实一下措施：和食品供应商达成合作伙伴关系，建立阶梯式的薪酬体系，确保资金透明，进行财务公开。

### 2.3.5 管理模式

高效的生产效率离不开科学的管理制度。每个企业都会根据自身发展的特点制定出适合自己的管理制度。公司的基本管理政策是：

1. 下级服从上级。
2. 跨部门管理要征得管理层同意。
3. 各项决策应参考顾客的反馈意见。
4. 重大人员变动，如辞退、升职、降职、录用，须由和人员变动有关的部分的负责人和管理层人事部门代表组成的临时委员会进行商讨后决定。
5. 公开财务流水明细和薪酬各项明细。对公示内容有疑义者，可以向管理层提出复核。

# 3 市场调查与分析

## 3.1 亲子主题餐饮产业链分析

## 3.2 竞争因素分析

### 3.2.1 竞争产品分析

### 3.2.2 潜在进入者分析

### 3.2.3 竞争优势分析

## 3.3 市场发展预期走势分析

## 3.4 市场预测分析

### 3.4.1 预测的市场规模与总容量

### 3.4.2 行业市场划分与应用内容

### 3.4.3 移动端云计算三维的商业模式

# 4 市场营销

## 4.1 营销计划

### 4.1.1 市场进入和开发阶段(1-2 年)

### 4.1.2 市场成长阶段(3-5 年)

### 4.1.3 市场成熟阶段(5-10 年)

## 4.2 定价战略

# 5 机遇与风险

## 5.1 机遇

## 5.2 外部风险

## 5.3 内部风险

## 5.4 解决方案

# 6 组织与管理

## **6.1 公司简介**

## **6.2 公司的核心价值观**

## **6.3 公司目标**

## **6.4 公司组织结构**

### **6.4.1 公司初期组织结构**

### **6.4.2 公司中后期结构**

## **6.5 管理形式**

### **6.5.1 管理团队和基本思想**

### **6.5.2 岗位说明书**

### **6.5.3 公司的规章制度**

## **6.6 企业文化**

### **6.6.1 团队标志**

### **6.6.2 企业文化理念**

## **6.7 人力激励与约束机制**

### **6.7.1 激励机制**

### **6.7.2 约束机制**

# 7财务计划

## **7.1 股本结构与规模**

## **7.2 运营收入及相关税金估算**

### **7.2.1 公司营业量及营业收入估算:**

### **7.2.2 运营收入及税额估算**

## **7.3 投资状况**

### **7.3.1 初始投资**

### **7.3.2 固定资产投资估算**

### **7.3.3 投资使用计划与资金筹措**

## **7.4 成本费用估算**

### **7.4.1 研发费用**

### **7.4.2 员工结构及工资费用**

### **7.4.3 折旧费用**

### **7.4.4 办公、差旅费用**

### **7.4.5 摊销费**

### **7.4.6 公关及宣传费用**

# 8财务分析

## 8.1 公司利润表及现金流量表

### **8.1.1 公司利润估算分析**

### **8.1.2 公司现金流量分析**

## 8.2 公司盈利能力分析

### **8.2.1 静态盈利能力分析**

### **8.2.2 动态盈利能力分析**

## 8.3 敏感性分析

# 9投资分析

## 9.1 投资结构及分析

### **9.1.1 注册资本结构与规模**

### **9.1.2 投资回报**

## 9.2 风险分析及防范措施

### **9.2.1风险管理系统**

### **9.2.2 市场风险**

### **9.2.3 运作风险**

### **9.2.4 人力资源风险**

### **9.2.5 公关风险**

## 9.3 风险投资资金的撤出方式

# 附录 1 公司经营第五年资产负债表

# 附录 2公司经营五年期利润表

# 附录 3公司经营五年期现金流量表