

**FitRecipe**健身记 ( [www.fitrecipe.cn](http://www.fitrecipe.cn) )

上海交通大学

# 商业计划书

健身记

上海交通大学  
2015-05

# 目录

目录.....	2
第一部分 项目基本信息.....	3
第二部分 管理团队.....	4
第三部分 项目产品与服务.....	6
第四部分 项目的市场与盈利模式.....	9
第五部分 项目财务信息.....	10

## 第一部分 项目基本信息

公司名称	健食科技有限公司（筹）			所属行业	互联网
是否在国内落户	是	成立时间	筹	注册资本（万元）	暂无
员工人数	13	公司网址	www.fitrecipe.cn（筹）		
公司地址	上海市闵行区剑川路 951 号 沧源科技园零号湾孵化器 1 楼西区				

### 主营业务

公司主营业务为健身饮食相关的内容与服务，前期通过移动应用以及微信微博等自媒体，向追求饮食的健身用户提供“以食谱为核心的健身饮食计划”服务，后期结合我们的核心内容与服务，在线下提供相关的实体消费，例如食材配送、餐饮实体店等等。

### 股权架构

股东姓名	货币出资	已出资	无形资产出资	有形资产出资	股权比例
庄奕峰	20000	20000	暂无	暂无	60%
刘笑	20000	20000	暂无	暂无	14%
付周望	20000	20000	暂无	暂无	12%
柴昊天	20000	20000	暂无	暂无	8%
李承鹏	20000	20000	暂无	暂无	6%

### 融资经历

2015 年 3 月 25 日：项目成立

2015 年 5 月 18 日：成员自筹资金，每人出资 2 万，总计 10 万，作为启动资金

2015 年 7 月：腾讯大申网 2015 “春苗计划” 大学生移动互联网开发大赛冠军，奖金 1 万 5

2015 年 9 月至 10 月：计划进行天使融资

## 第二部分 管理团队

创始人				
基本信息	姓名	庄奕峰	年龄	24
	性别	男	国籍	中国
	主要职责描述	首席执行官，首席财政官		
教育背景	时间	学校	学科	学位
	2010.09-2014.06	武汉大学	软件工程	学士
	2014.09-至今	上海交通大学	软件工程	硕士
工作创业履历	<p>1. 微软中国（实习）</p> <p>时间：2013.06-2013.09</p> <p>地点：北京</p> <p>机构名：微软亚太研发集团</p> <p>职务：项目经理</p> <p>工作内容：实习部门为必应广告，实习内容为新产品的可行性分析 竞品分析 用户调研 原型实现等</p> <p>2. MetaLab（创业团队）</p> <p>时间：2014.10-2015.03</p> <p>地点：上海</p> <p>机构名：MetaLab</p> <p>所从事行业：产学研转化平台</p> <p>产品及服务：提供产业、学校、研究机构之间的相关转化</p> <p>融资情况：EFG 雏鹰计划、天使融资</p> <p>创业成就：核心开发人员，负责前端开发，独立完成网站的前端开发工作，其中 1.0 版本基于 jQuery，2.0 版本基于 AngularJS。</p> <p>备注：该团队前期产品为网站，共计两名核心开发人员。前期一直已兼职形式，后期公司合伙人欲给予一定股份拉我入伙，但因自己想要独立创业，婉拒退出。</p>			
专业特长	<p>特长：产品；开发；组建带领团队；</p> <p>荣誉：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 第八届“花旗杯”全国大学生金融与信息技术应用大赛一等奖</li> <li>2. 第五届“英特尔杯”全国大学生软件创新大赛暨 HTML5 程序开发邀请赛二等奖</li> <li>3. 2015 微软“创新杯”全球学生大赛中国区三等奖</li> <li>4. 第一届全国高校云计算应用创新大赛三等奖</li> </ol> <p>备注：其他详见 <a href="https://cn.linkedin.com/in/crowleyzyf">https://cn.linkedin.com/in/crowleyzyf</a></p>			

## 创业团队成员

- 基本情况：团队成员均来自于上海交通大学，北京大学，武汉大学，中国科学院四所高校的研究生、本科生，成员专业能力强，综合素质全面，整个团队有很好的战斗力。
- 核心成员：
  - 付周望：联合创始人，CTO，上海交通大学软件工程本科生，已保研上海交通大学软件工程研究生，暑期曾在香港科技大学进行交流。擅长开发，熟悉 C++、Java 等，热爱健身、烹饪，平时担任学生健身房教练。
  - 刘笑：联合创始人，COO，上海交通大学软件工程本科生，学生联合会艺术中心顾问。曾在解放日报、Taste Discovery School 担任新媒体相关的运营工作。
  - 李成鹏：联合创始人，CCO，上海交通大学在职研究生，哈曼硬件工程师，豆瓣《能量便当》《国王早餐》作者，厨艺达人，健身爱好者，负责为团队提供健身食谱，录制烹饪教程。
  - 柴昊天：联合创始人，武汉大学本科毕业，曾任豌豆荚开发工程师，现任 KEEP 开发工程师。开发能力强，负责开发线上产品的网站后台。
  - 丁怡：上海交通大学人文学院本科生，现任人文学院学生会主席，学生联合会艺术中心艺术指导。目前负责运营部分的工作。
  - 王坤：上海交通大学软件工程研究生（保研），擅长安卓开发。目前负责安卓版本开发。
  - 班义琨：武汉大学软件工程本科生，现已保研北京大学信息科学与技术学院，曾获挑战杯全国金奖，中国软件杯全国一等奖等等。擅长 iOS 开发，目前负责 iOS 版本开发
- 其他成员：
  - 王青云：武汉大学软件工程本科生，中国科学院网络中心研究生。擅长设计工作，目前负责团队 APP 等设计工作
  - 方斯瑞：上海交通大学电院本科生，上海交通大学艺术中心技术部副部长。摄制总监，负责食谱图文及视频的摄制
  - 谢雨轩：上海交通大学船建学院研究生（保研）。学生健身房教练，国家高级营养师。负责健身饮食指南的文章撰写。
  - 李淑婧：上海交通大学医学院本科生。负责内容运营
  - 沈思佳：上海交通大学媒体设计学院本科生。负责摄制

## 第三部分 项目产品与服务

### 项目(拟)推出的产品和服务

#### 产品或服务描述

#### 针对的用户群体：

对饮食有所追求的健身爱好者

#### 产品和服务的需求及方案：

#### 2015 年 7 月至 2015 年 10 月：

公司目前推出的第一批服务主要通过线上的模式，以移动应用 APP，微信微博为载体，向目标用户向追求饮食的健身用户提供“以食谱为核心的健身饮食计划”服务。

- 背景及需求：随着生活水平的提高，越来越多人开始喜欢健身这项体育活动，也因为这样的趋势，目前市场上涌现出了一批批“健身训练”相关的移动应用，侧重于指导用户如何进行训练。但其实，健身三分练七分吃，饮食对于健身的最后效果其实是非常非常重要，但是目前市场上很少有能够很好解决这个问题的解决方案，最主要是有两个问题需要解决。

- 饮食计划：健身的饮食并不是一朝一夕的事情，和训练一样，它需要的是一个系统化的规划与安排，同时会根据每个人不同的自身情况有所差异。例如体重 70 公斤，目前希望增肌的男性和体重 60 公斤，目前希望减脂的女性，所适合他们的饮食计划从三大宏量营养元素的摄入比，每日所需热量及各类营养元素，显然都是完全不同的，不是简简单单的说吃水煮鸡胸肉或者水果沙拉就可以概括的。

- 健身食谱：目前有一些健身训练的工具或者减肥的工具会有部分提供饮食计划的功能。但他们的饮食基础属于食材类的饮食计划，例如他会告诉你中饭需要吃 200 克的鸡胸肉，100 克的西兰花，200 克粗粮等等，但是却没有告诉你烹饪方式，导致健身饮食处于“饮毛茹血”啃食材的阶段，所以很多健身的人会直接水煮很多食材直接食用，从而导致很多人都会感觉健身饮食是一个很痛苦的过程，因为很不好吃。其实除非是专业级别的健身情况，否则还是可以进行适当的烹饪，让“美食”和“健身”不再冲突。

- 解决方案：针对于目前上关于健身饮食的两大核心问题，我们提出了“以食谱为核心的健身饮食计划”的解决方案。我们会根据每个用户不同的身体状况和健身目标，提供不同的、若干天的完整的饮食计划。同时饮食计划的基本组成元素不单单再是食材，很大比例上会是“食谱”形的饮食计划，例如并不会像传统的饮食计划告诉你早上可以吃紫薯 100 克，牛奶 100 克，鸡蛋 50 克这一类的“食材”，而是告诉你早上可以吃紫薯香蕉卷 150 克，牛奶 100 克，水煮蛋 50 克这一类的促进健身，也很美味的“食谱”。

- 饮食计划：会通过一个简单的评测，估算出用户每日所需热量以及各类营养元素的评测报告。根据这些数据，推荐用户使用一些事先定义好的饮食计划，或自动化的生成个人的饮食计划。

- ◆ 评测报告：通过十几个简单的问题，例如身高、体重、体脂、运动习惯等等，计算出 BMI，BMR，燃脂心率等一系列客观的指标以及各类饮食、营养建议，例如每日推荐摄入热量范围，每日推荐的膳食结构等等。

- ◆ 事先定义好的饮食计划：使用众创的方式，联合众多营养师、健身达人，共享、设计适合各类健身人群使用的健身饮食计划。好比我们是“哥本哈根减肥法”的聚合体，我们这里有源源不断的，不同的，来自于专业营养师和健身达人的

“哥本哈根减肥法”和“哥本哈根增肌法”饮食计划，来供用户选择使用。

- ◆ 自动化生成个人的饮食计划：根据评测报告的数据，自动化的从我们的食谱数据库中生成个人的饮食计划，推荐每一餐具体应该摄入的食谱。也可以关闭推荐，用户自定义自己的饮食计划，我们提供相应的营养分析与饮食建议。
- 健身食谱：我们将会通过两种方式，自身团队原创以及签约人的形式，去生产各类健身食谱，并提供菜谱的详细制作流程，烹饪教学视频，食谱营养表等信息。所有健身食谱相关的步骤图片，烹饪教程等等资源，我们都会在优质的厨房中进行复现、录制，保证其精美的品质。
  - ◆ 自身团队原创：公司自己运营一个原创食谱团队，负责原创一个适合增肌、减脂的健身人群采用的食谱
  - ◆ 签约人的形式：公司与第三方酷爱健身的美食达人进行签约，成为公司的食谱撰稿人，获取美食达人原创的一些适合增肌、减脂的健身人群采用的食谱。食谱撰稿人同签约作家一样，只需要每月提供公司一定量的原创食谱即可，其他的公司不会干预。对于提供的原创食谱，我们会尽可能的将其中的食谱进行新一轮的拍摄录制，保证食谱表现形式的精致。
  - ◆ 食谱签约人：目前的食谱签约人总共有 6 人，在微博上有着近 8 万的粉丝。
  - ◆ 目前作品
    - 食谱图文：目前完成接近 20 个食谱的复现，已经开始进入量产的阶段，具体形式可以参考附件中的文件。
    - 食谱视频：目前处于研究量产形式、方式的第二阶段末期。下面中第一阶段研究出来的形式：[视频样板](#)



#### 2015 年 11 月：

- **背景及需求：**简单来说，解决了计划和食谱两个问题之后，对于希望追求健身饮食的健身用户，可以简单的分为两类。第一类用户是“愿意自己去做菜的”，自己做自己吃，享受美食的同时也享受烹饪的乐趣，就像健身人群中有一部分人喜欢“不请私教”一样，这类人最大痛点是一整套食材的问题。第二类用户是“不愿意自己去做菜的”，因为客观或者主观条件的限制，虽然有着很强的意愿，但是不愿意自己做菜，所以只要通过量的控制来吃外面的外面等等。
- **解决方案：**针对两类不同的用户，采用两种不同的方式
  - 愿意自己去做菜的：根据用户在我们 APP 中选择使用的计划，我们按照星期，配

送其需要的食材包。例如他在我们的 APP 中选择使用了范志红老师的饮食计划方案,我们按照其计划方案中所需要的食材,分别在每周的周一和周四帮其配送这若干天中需要的食材。

- ◆ 方式:外包装使用我们自身设计的,具体的食材供应以及配送,均由第三方提供
- ◆ 成本:因为食材具有一定的可保存性,不需要每日配送,一周配送两次即可满足一周的食材需求,所以单次配送的成本会降低不少。
- 不愿意自己去做菜的:直接在健身房附近开设相关的餐饮实体店,实体店中贩卖的餐饮均与我们 APP 相关,即所有的餐品都是适合健身人群食用的,只不过我们会通过重量的调控和配比,来保证适合每一个用户,基本发展规划如下:
  - ◆ 以商圈为基本单位,在商圈中挑选 2~3 家最大的健身房,在其附近开设健身餐饮实体店
  - ◆ 对于商圈中其他健身房,使用外卖的形式覆盖
  - ◆ 使用中央厨房,以此降低单个餐饮实体店的成本,提高整体餐饮实体店的效率

## 产品或服务推出计划

### 产业化计划

#### 研发计划及融资计划:

2015.04-2015.08:开发移动应用(Android 版及 iOS 版),预计产品 8 月中旬全面上线

2015.07:推广微信订阅号、微博公众号,为移动应用上线造势

2015.09-2015.10:移动应用(Android 版及 iOS 版)上线,进行天使融资

2015.11-2015.12:搭设食材配送平台,选址第一家实体餐饮店,移动应用 2.0 上线

2016.01-2016.02:实体餐饮店建设装修,准备开店

2016.03-2016.04:第一家实体餐饮店开张运营,移动应用 3.0 上线

2016.05:进行 preA 融资或者 A 轮融资



## 第四部分 项目的市场与盈利模式

行业市场背景	
市场规模估计	<p>根据《2013 年中国健身俱乐部调查报告》，2013 年底，中国 63 个一二线城市健身房数量为 3379 家，年增长率 1%，所以可以估计在 15 年底，全国健身房数量约在 3500 家左右。以每家健身房注册会员数 <b>5000~10000</b> 来计算，潜在的用户群体至少在 <b>1750~3500 万</b> 之间。如果按照日人均流量 <b>300~500</b> 计算，线下实体餐饮的消费群体大约在 <b>105~175 万</b> 之间。同时，对比于美国这样的健身大国，我国仅从去年开始，陆陆续续有一些健身餐饮相关实体行业出现，但在 1995 年，美国的 muscle maker grill，专门制作适合健身人士健身餐的实体餐饮已经起步，至今已经发展到 <b>200</b> 多家分店。</p>
盈利模式	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 线上：广告，主要载体为烹饪教学视频</li> <li>2. 线下：O2O 食材配送的平台费以及实体餐饮的收入</li> <li>3. 主要方式：线上的盈利模式较为薄弱，核心思想就是线上带动线下，线下养活线上</li> </ol>
运营推广模式	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自媒体：目前签约人自身在自媒体，例如微博上，有着上万的粉丝，潜在的一些合作对象甚至有着上百万的影响力。故自媒体主要的运营推广方式为借助自媒体大 V 的影响力，结合自身运营的内容，进行一系列的活动、转发、互动等等</li> <li>2. APP：以自媒体的人气避免冷启动，在前期，主要通过先前自媒体所积累的人气带动 APP 启动。随后，以多种方式，例如应用首发等等进行运营推广。</li> <li>3. 线下：主要与健身房进行深度的合作，以健身房的客流量带动餐饮实体的盈利</li> </ol>
目前阶段与成绩	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自媒体：微信微博自媒体在 2015 年 7 月 15 日左右开始运营，目前微博粉丝 5500+，微信粉丝 1100+</li> <li>2. 比赛项目 <ol style="list-style-type: none"> <li>a) 上海交通大学国家级创业实践项目</li> <li>b) 零号湾孵化器第一批入驻项目</li> <li>c) 第二届天津滨海新区泰达创业大赛暨泰达摇篮计划校园组 15 强</li> <li>d) 腾讯大申网 2015 “春苗计划” 大学生移动互联网开发大赛 <b>冠军</b></li> <li>e) IDG 中美大学生创业大赛校园 15 强（决赛准备中）</li> </ol> </li> </ol>

## 第五部分 项目财务信息

项目融资需求																																																																							
融资方式	<input checked="" type="checkbox"/> 股权融资 <input type="checkbox"/> 债权融资	融资时间	2015 年 9 月																																																																				
融资金额	200~300 万	拟出让股权比例	15%~20%																																																																				
资金使用计划	<p>1. 财务预算表 ( 半年 ):</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>员工薪酬</td> <td>80 万</td> </tr> <tr> <td>硬件费用</td> <td>33 万</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 电脑设备等等 10 万</li> <li>● 服务器 5 万</li> <li>● 拍摄器材 6 万</li> <li>● 厨房 10 万</li> <li>● 其他 2 万</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>办公费用</td> <td>15 万</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 办公室场地 : 9 万</li> <li>● 办公费用 : 6 万</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>市场运营费用</td> <td>42 万</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 运营费用 : 18 万</li> <li>● 市场费用 : 18 万</li> <li>● PR 媒体 : 6 万</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>线下实体</td> <td>130 万</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● O2O 第三方 : 20 万</li> <li>● 中央厨房 : 60 万</li> <li>● 实体店 : 50 万</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td colspan="2">总计 : 300 万</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. 员工薪酬 ( 核心 ):</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>职务</th> <th>月薪 ( 单位万 )</th> <th>人数</th> <th>总计 ( 半年 )</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>首席执行官</td> <td>0.3</td> <td>1</td> <td>1.8</td> </tr> <tr> <td>安卓开发</td> <td>1.4</td> <td>2</td> <td>16.8</td> </tr> <tr> <td>iOS 开发</td> <td>1.4</td> <td>2</td> <td>16.8</td> </tr> <tr> <td>后台</td> <td>1.4</td> <td>1</td> <td>8.4</td> </tr> <tr> <td>设计师</td> <td>0.7</td> <td>1</td> <td>4.2</td> </tr> <tr> <td>运营 ( 1 全职 1 兼职 )</td> <td>0.7+0.35</td> <td>2</td> <td>6.3</td> </tr> <tr> <td>市场 ( 1 全职 1 兼职 )</td> <td>0.7+0.35</td> <td>2</td> <td>6.3</td> </tr> <tr> <td>首席内容官</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>摄制 ( 1 全职 1 兼职 )</td> <td>0.9+0.45</td> <td>2</td> <td>8.1</td> </tr> <tr> <td>店长经理 ( 主厨 )</td> <td>1.2</td> <td>1</td> <td>4.8 ( 4 个月 )</td> </tr> <tr> <td colspan="4">总计 : 79.5 万</td> </tr> </tbody> </table>			员工薪酬	80 万	硬件费用	33 万	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 电脑设备等等 10 万</li> <li>● 服务器 5 万</li> <li>● 拍摄器材 6 万</li> <li>● 厨房 10 万</li> <li>● 其他 2 万</li> </ul>		办公费用	15 万	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 办公室场地 : 9 万</li> <li>● 办公费用 : 6 万</li> </ul>		市场运营费用	42 万	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 运营费用 : 18 万</li> <li>● 市场费用 : 18 万</li> <li>● PR 媒体 : 6 万</li> </ul>		线下实体	130 万	<ul style="list-style-type: none"> <li>● O2O 第三方 : 20 万</li> <li>● 中央厨房 : 60 万</li> <li>● 实体店 : 50 万</li> </ul>		总计 : 300 万		职务	月薪 ( 单位万 )	人数	总计 ( 半年 )	首席执行官	0.3	1	1.8	安卓开发	1.4	2	16.8	iOS 开发	1.4	2	16.8	后台	1.4	1	8.4	设计师	0.7	1	4.2	运营 ( 1 全职 1 兼职 )	0.7+0.35	2	6.3	市场 ( 1 全职 1 兼职 )	0.7+0.35	2	6.3	首席内容官	1	1	6	摄制 ( 1 全职 1 兼职 )	0.9+0.45	2	8.1	店长经理 ( 主厨 )	1.2	1	4.8 ( 4 个月 )	总计 : 79.5 万			
员工薪酬	80 万																																																																						
硬件费用	33 万																																																																						
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 电脑设备等等 10 万</li> <li>● 服务器 5 万</li> <li>● 拍摄器材 6 万</li> <li>● 厨房 10 万</li> <li>● 其他 2 万</li> </ul>																																																																							
办公费用	15 万																																																																						
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 办公室场地 : 9 万</li> <li>● 办公费用 : 6 万</li> </ul>																																																																							
市场运营费用	42 万																																																																						
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 运营费用 : 18 万</li> <li>● 市场费用 : 18 万</li> <li>● PR 媒体 : 6 万</li> </ul>																																																																							
线下实体	130 万																																																																						
<ul style="list-style-type: none"> <li>● O2O 第三方 : 20 万</li> <li>● 中央厨房 : 60 万</li> <li>● 实体店 : 50 万</li> </ul>																																																																							
总计 : 300 万																																																																							
职务	月薪 ( 单位万 )	人数	总计 ( 半年 )																																																																				
首席执行官	0.3	1	1.8																																																																				
安卓开发	1.4	2	16.8																																																																				
iOS 开发	1.4	2	16.8																																																																				
后台	1.4	1	8.4																																																																				
设计师	0.7	1	4.2																																																																				
运营 ( 1 全职 1 兼职 )	0.7+0.35	2	6.3																																																																				
市场 ( 1 全职 1 兼职 )	0.7+0.35	2	6.3																																																																				
首席内容官	1	1	6																																																																				
摄制 ( 1 全职 1 兼职 )	0.9+0.45	2	8.1																																																																				
店长经理 ( 主厨 )	1.2	1	4.8 ( 4 个月 )																																																																				
总计 : 79.5 万																																																																							