The background features a light gray geometric pattern of overlapping triangles. A large, thin-lined circle is centered on the page. Several thin, parallel diagonal lines in teal, yellow, and orange colors cross the entire page, creating a dynamic, modern feel.

# 豆粕餐厨速配项目 商业计划书

# 目录 Content

1 项目概述

2 行业市场分析

3 产品与服务

4

The logo consists of a blue rounded square containing a white circle, which in turn contains the Chinese characters '豆粕' (Dou Ban) in white.

豆粕

A large, thick red arrow pointing upwards and to the right, positioned to the left of the title.

# 项目概述

# 豆粕餐厨速配项目概述

## 平台概述

- 我们是专业的餐饮后厨房原材料直配平台，平台整合上流商家资源，由平台展示超大信息量的食材原料，由平台直配，我们能满足客户每天一次性的采购需求，项目是在实体供应商基础上开发的这个平台，项目已经落地。

## 平台定位

- 高中低端餐饮客户，付现采购的快速餐饮店

## 业务方向

- 各类食材、厨房用品、耗材等



## 我们的团队

- 项目策划者——黄健：2004年至今成都餐饮原材料供应行业12年的从业经验，对行业相当熟悉，准确的定位客户需求，合理定制客户采购预案，上下游货源地采购路线清晰。
- 徐志均：三顾策划公司负责人，从事企业咨询策划10余年工作。
- APP开发团队：有经验的安卓和苹果系统开发人员2名。
- 备货团队：5年以上餐饮客户需求采购备货经验人员2名

豆粕

2

# 行业市场分析

## 行业市场规模及状况

餐饮市场在所有消费行业中跃居第一，而且我们的客户群粘连性极强，比较稳固，客单价高。

根据成都餐饮协会的真实数据统计显示2014年，2015年，2016年的餐饮消费额均在500个亿以上，因此可推测，原材料采购额应在150个亿左右，原材料供应将是个庞大而可持续的市场。

成都市场

年餐饮消费500亿

成都市场

年均食材采购150亿

全国食材供应市场将是N亿级

## 行业市场—— 餐饮市场状况分析

目前餐饮企业面临数量多， 餐饮店相临距离越来越密集， 品牌竞争力不强， 消费者可选择性多等等多方原因， 造成现在餐饮企业普片生意低迷， 单店进客量少， 60%以上餐馆的都在生存线上。然而餐饮业还面临的房租剧烈上涨， 人员用工成本节节攀升， 物价上涨等重大因素， 导致营业成本的具增， 普片餐店都是生存在温饱线上， 举步为坚。

**在此环境下客户必将从多方面入手压缩成本开支：**

- 1、**房租**： 硬性指标， 不易缩减
- 2、**人员**： 开源节流， 尽量精简， 一人多职
- 3、**原材料采购**： 逐步由帐期缩减为付现采购



# 行业市场—选择餐饮客户群的原因

餐馆市场细分：**大型酒店、中小餐馆**

**大型酒店：**各大型餐饮采购虽然食材消费量大，其帐期均在一个月以上，除资金周转慢外，此类餐厅客户如遇害不诚信客户突然关门跑路，供应商要帐困难，死帐，跑帐比比皆是，资金风险相当大。

**中小餐馆：**各中低端餐馆采购均为日结或短时周结，此类客户非常有利于我们平台资金回笼运转，当是我们切入市场的首选。

# 行业市场——选择餐饮客户的目的

## 餐饮客户

其一：客户群固定，便于一对一的到店推广，可以降低投入的广告宣传费用，不用在户外或媒体广告上花钱。

其二：因为餐饮店是每天营业，食材天天有，因循环性强，而且客单量又大，所以客户的循环粘连性相当强，这是大众市场不能比的。

- 现在的中小型餐馆缺乏人员配置，想以实惠的价格得到保质量的货品，还不用付出采购的隐形成本，那么他必然会考虑选择我们的平台，以得到最多的实惠。

豆粕

# 行业市场 —— 成都现有的类似平台

找冻品网

餐馆无忧  
canguanwuyou.cn

有菜

	豆粕食材	找冻品	餐馆无忧	有菜
相同点	餐饮客户	餐饮客户	餐饮客户	餐饮客户
	食材	食材	食材	食材
	平台线上订单结算	平台线上订单结算	平台线上订单结算	平台线上订单结算
不同点				
平台模式	平台对客户	平台对客户	平台对客户	商家对客户
产 品	活海鲜，高中低端冻品 海鲜及家禽，餐料	低端冻品家禽， 低端冻品海鲜	蔬菜，低端冻品海 鲜及家禽，餐料	蔬菜，低端冻品海 鲜及家禽，餐料
客户群	高中低餐厅	二及城市批发商，低端餐厅	中低端餐厅	中低端餐厅
配 送	平台直配	商家发货	平台直配	商家配送

## 与同行竞争，我们怎么脱引而出

- 一、价格体系管控
- 二、配送时效
- 三、产品质量保障
- 四、心连心客户关怀
- 五、客户需求统计独立数据库分析
- 六、推广宣传
- 七、帮客户解决问题（人员，菜系，宣传）
- 八、我们的团队（三顾咨询，为客户解决经营问题）
- 九、我们的战斗力

豆粕

3

产品与服务

# 产品与服务——平台展示

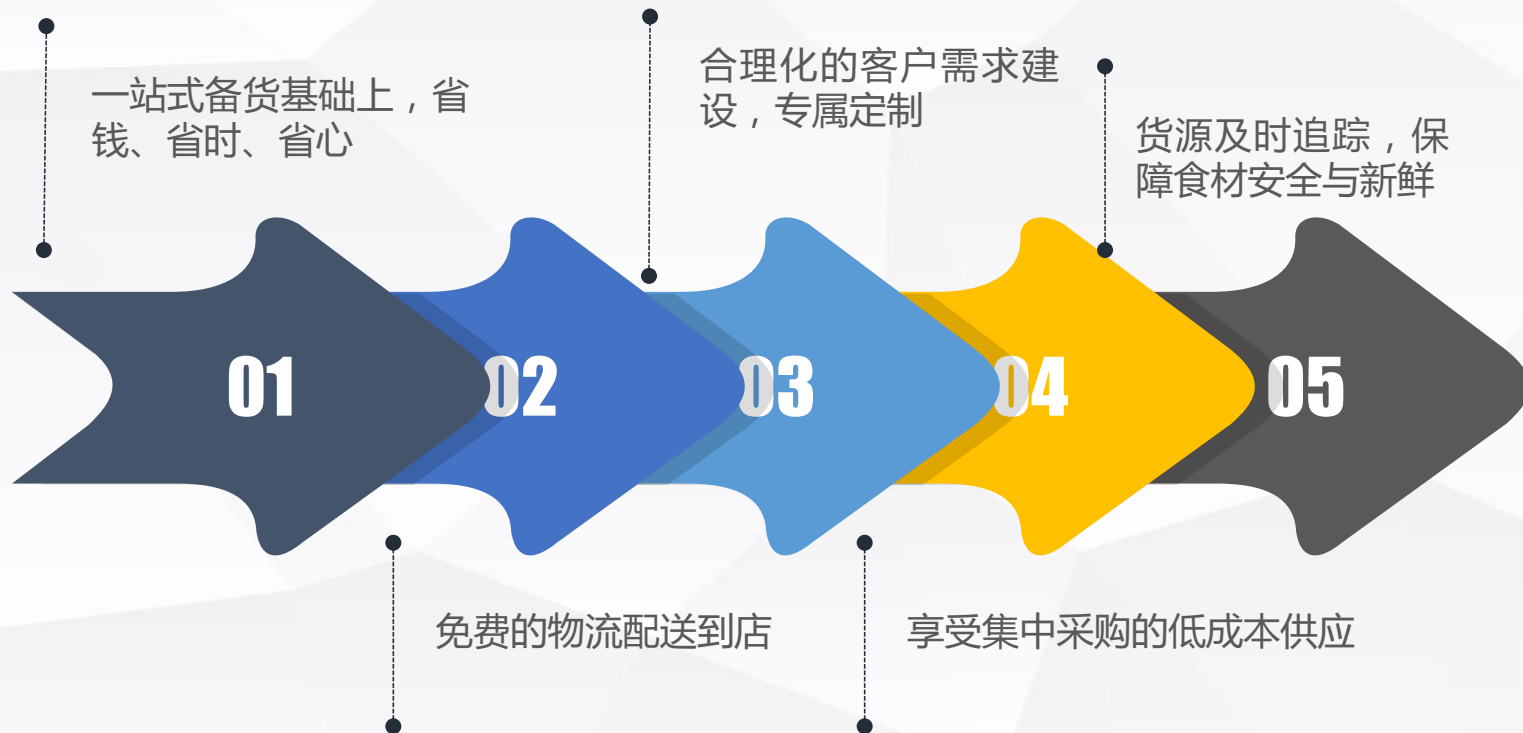
平台8月初已经完成上线



- 专门对餐饮开放的后厨房原材料供应平台 —— 平台上包括了餐饮80%主要的食材、厨房用具以及耗材，品种继续增加中。
- 品类齐全，操作简便，一站式的备货，让餐馆采购无忧。
- 通过对小范围客户体验后，已经有部分体验过的客户每天在平台上循环使用。

## 产品与服务—— 怎么解决客户的问题

平均将为每位客户节省**15%**的成本支出



## 产品与服务 —— 后续服务

- **平台模块化**：为不同类型的餐馆定制需求。
- **美食开发**：展示食品原料做成的各类美食，让顶级厨师在平台上互动。
- **厨房人员的流动整合**
- **打破采购回扣的潜规则**：对所有客户实行积分对换及奖励政策从真正意义上的杜绝采购回扣问题，可以减少企业在原材料上最少5%的回扣支出。
- **后期设想：平台金融服务：**

餐厅在选购食材上可以有选择金融服务，经过诚信度（芝麻信用等等评估达到信用等级）的客户可以选择短时有帐期利息的付款方式。

通过以上板块，我们能让客户真实享受到货品价值以外的增值服务，从而更增加粘连度



豆粕

## 产品与服务 —— 商业计划



我们做要**行业的标准**，对我们配送的餐馆，进行食材分类标识认证。通过我们的标准认证，展现在所供应的餐厅中，让客人通过我们的食品安全认证可以放心的选择餐厅就餐。

我们平台对于餐厅的价值，绝对不仅仅是配送原料，这只是最基础的服务，我们要做的是通过这个服务，做到正真的**食品原材安全极的认证**，最终影响消费者流向，**让我们成为消费者的风向标**。

实现我们的平台价值

# 产品与服务——豆粕平台产品

食材



厨房用品



耗材



平台为厨房客户提供各类食材、厨房用品以及耗材的配送，一次性满足客户每天的采购需求。

## 产品与服务—— 平台规则

●客户通过平台上展示的产品，下单订货，我方在完成配送后餐厅通过支付宝，微信付款。

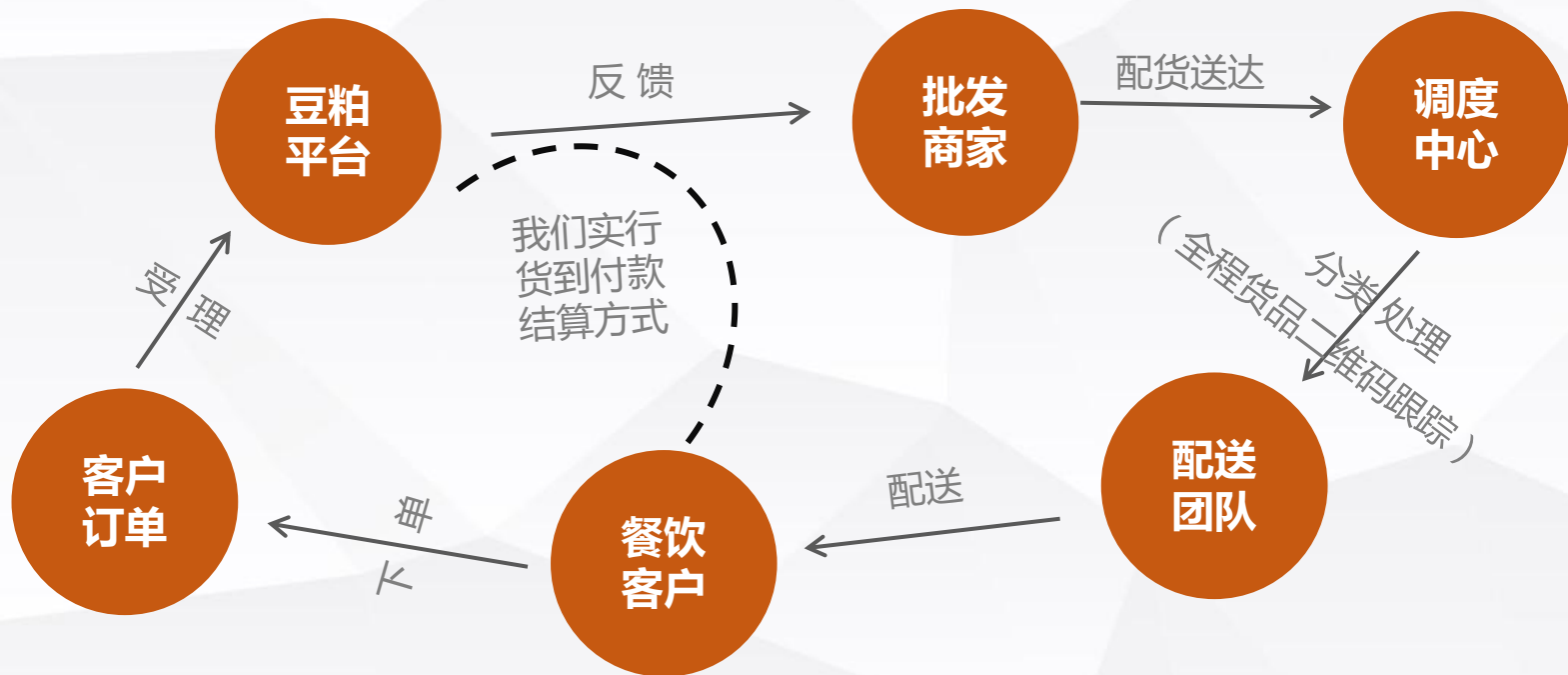
1、我们实行货到付款结算方式

2、对客户进行诚信级别评定（芝麻信用等等评定），后期对于诚信级别高的客户开放短时付款期限业务。



微信支付

## 产品与服务——业务流程



# 项目资金需求

**需要资金300万出让10%股权**

投资退出股份由营运团队回购或第三方介入

**股权结构：黄健85%，创投10%，员工持股5%**

**资金用途：**

- 1、营运团队建设5人，市场开发团队建设10人，备货配送团队建设15人，半年薪酬占资金**25%**
- 2、办公房租（现有办公室续租），中转中心场地建设（海霸王批发市场，青石桥批发市场商铺），办公费用（办公设备，电动车10-15台，大面包车1台）占资金**15%**
- 3、市场推广活动宣传，占资金**25%**
- 4、备用金，占**35%**

以上支出会有清晰和透明的财务制度

## 市场营销计划（成都区域）

### 第一目标6个月

一阶段：以中心划分一环区域内的餐厅在1个月内到店推广，注册用户1000家，客户开发目标为150家

二阶段：一环到二环的餐厅3个月内注册用户5000家，客户开发目标500家

根据客户实际开发量，建设后台相关设施及配送人员增加

### 第二目标 品牌建设

二环到三环客户迅速开发，客户稳定关系建设，现有区域第二次开发，注册量达到10000家，客户开发目标总额达到1000家，月销售额达到300-400万。

### 第三目标 扩张期

客户开发目标到2000家，月销售额在800-1000万



感谢聆听