

搭乘千亿级市场快车 打造中式健康餐领导品牌

罗勒轻食商业计划书



中国健康餐市场痛点：身材与美味不可兼得

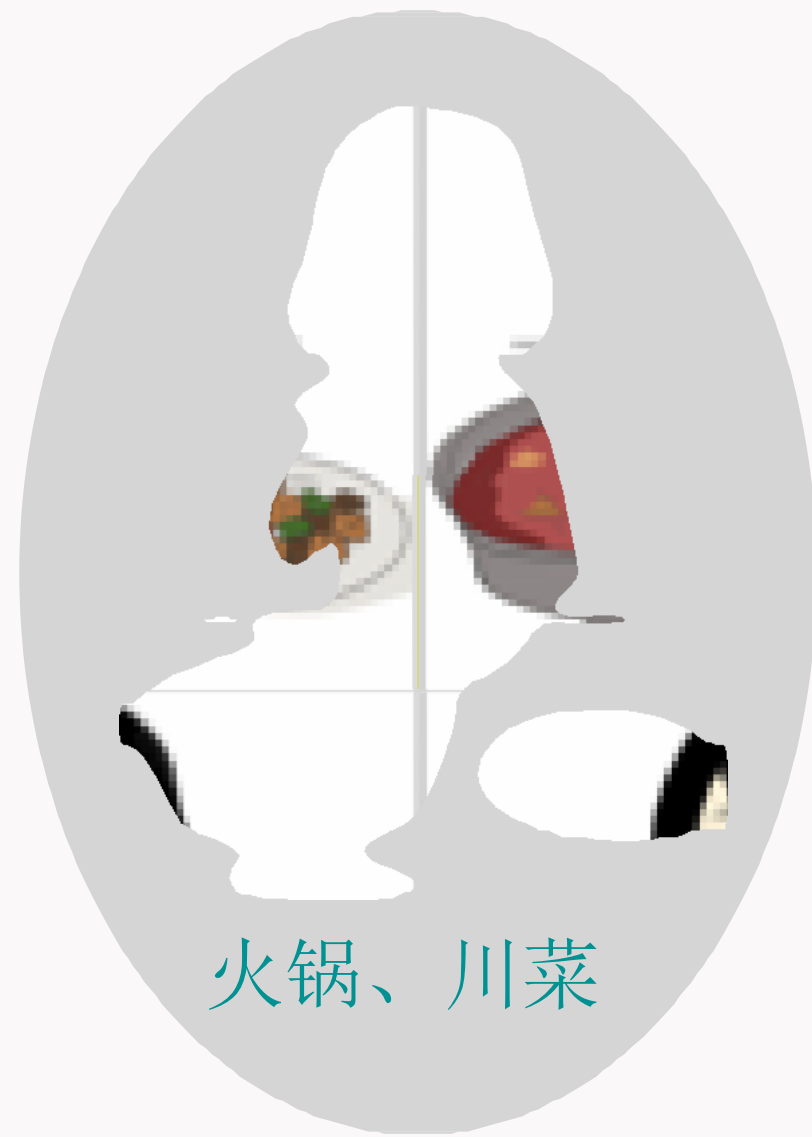
典型用户：

杨小姐，28岁

就职知名外企，月薪15k

生活节奏快，注重个人形象

每周消费三次罗勒轻食



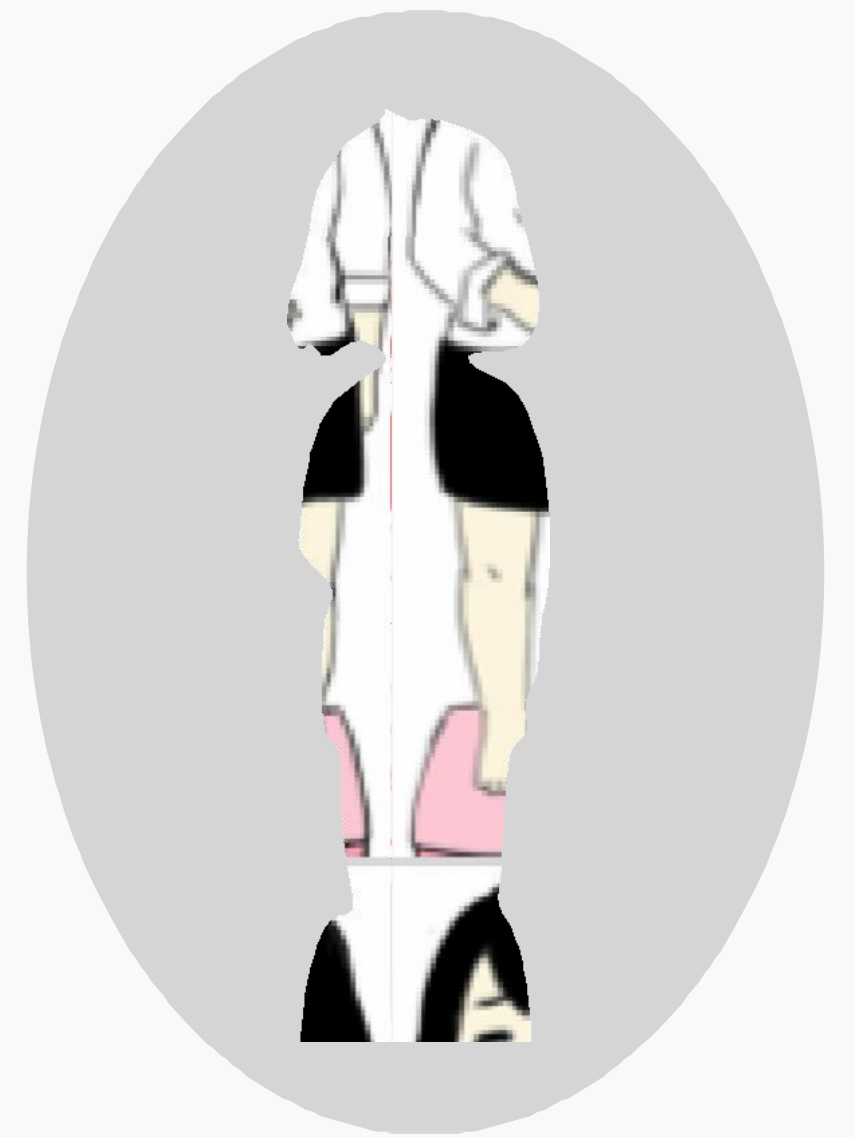
火锅、川菜

好爽！好满足！好开心！
可心里总有抹不去的负罪感




沙拉，代餐

偶尔吃一次，没什么用
一周吃三次，生无可恋



想吃，又想瘦
我该怎么办

消费者洞察：健康是追求，好吃是根本



理性需求
科学搭配、低热量
安全无添加

The diagram is an iceberg within a grey oval. The tip of the iceberg is light blue and labeled '理性需求' (Rational Demand) with the text '科学搭配、低热量' (Scientific combination, low calories) and '安全无添加' (Safe, no additives). The much larger submerged part of the iceberg is dark blue and labeled '感性需求' (Emotional Demand) with the text '热的、熟的' (Hot, cooked), '有肉的' (With meat), '味道丰富的' (Rich in flavor), and '食材新鲜的' (Fresh ingredients).

感性需求
热的、熟的
有肉的
味道丰富的
食材新鲜的

理性需求：健康

主流消费群体对“健康”的需求：保持好身材

对应于以下要素：

科学营养搭配，低热量，安全卫生、无添加剂

感性需求：好吃

对“好吃”的需求决定于饮食习惯

符合中国人的饮食习惯，需要具备以下要素：

热的、熟的、有肉的、味道丰富的、食材新鲜的

打造中式健康餐领导品牌

策略

1

有的放矢的产品

- 好吃是基础
- 品质有保障
- 搭配是关键

2

高效协同的运营

- 聚焦两大互补场景
- 成本分摊，提升效率

3

乘风借力的推广

- 定位必不可少的饮食环节
- 借力健康生活方式关联社群

支持因子

4

资深、专业的团队

一贯执行

5

产品开发
运营铺设
品牌推广

品牌推广

1

有的放矢的产品：好吃、科学定制化营养搭配

有机牛肉 牧场直供
纯种安格斯黑牛
无公害饲养
手工切割



好吃是基础：高颜值、好口味中式菜品



独家配方 秘制料油
21种香料，3小时熬制
每份菜品只用3克
油脂含量降低80%
保持菜品丰富口味



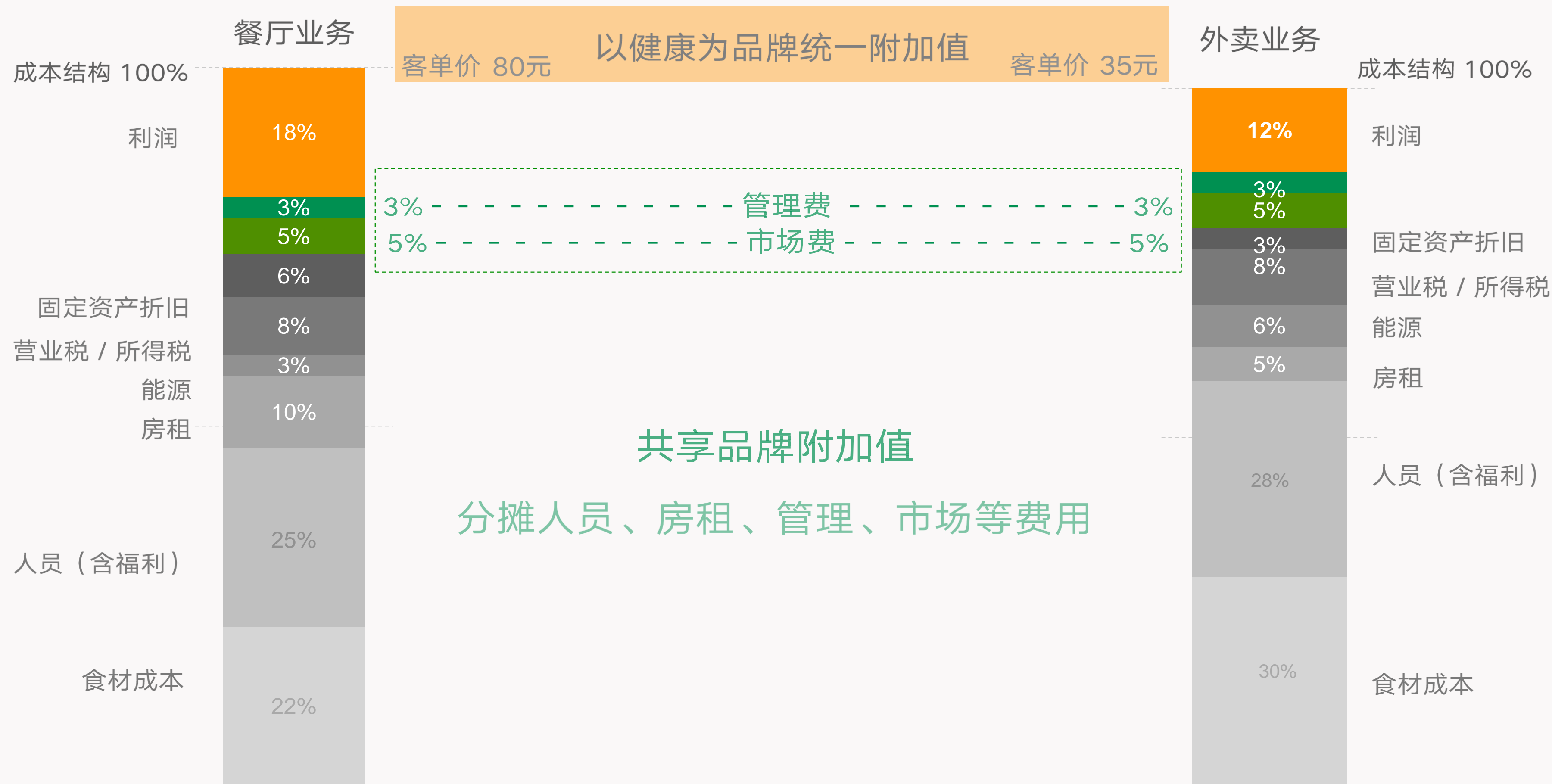
线上：个性化菜品搭配
可定制化

线下：传统餐厅标准化生产
可规模化

科学营养搭配模型：量身定制饮食报告

聚焦两大互补场景：餐厅和外卖

一个厨房，两个业务



借力健康生活趋势，搭乘品牌宣传快车



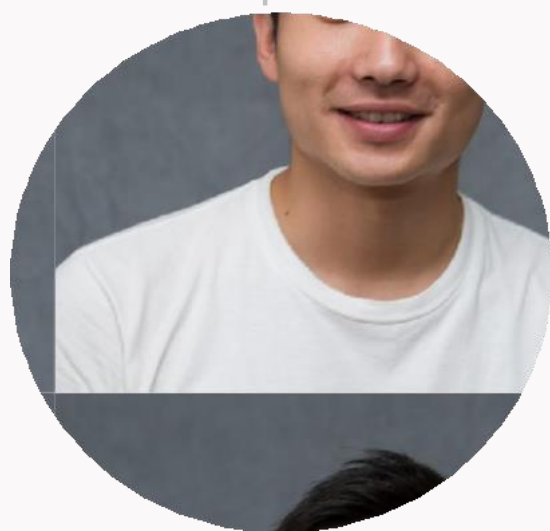
强强联合造势，无需教育市场
填补需求空缺，借力关联品牌
多种途径合作，迅速获取客户

核心团队：团结、热忱、资深、实干

CEO 房蔚
7年连锁餐饮创业经验
GOMAX果麦北京公司创始人
清华大学MBA



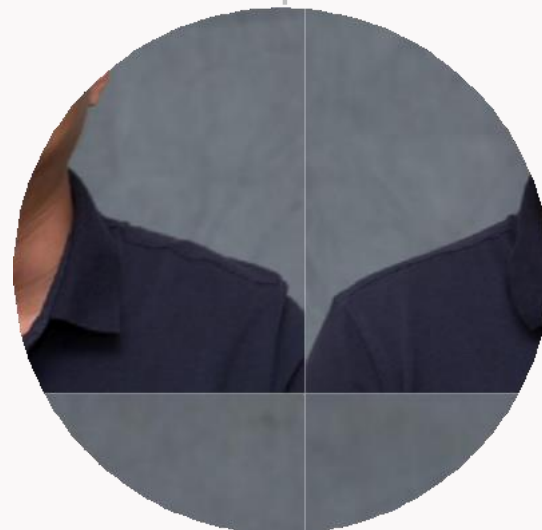
产品顾问：钟云光
25年中餐烹饪经验
曾任前门饭店厨师长，俏江南北京区菜品总监



孙竞
联合创始人
供应链经理
5年连锁餐饮管理经验
马来西亚北方大学
物流管理学士



谢立和
品牌形象经理
国家认证摄影师
10年专业摄影经验



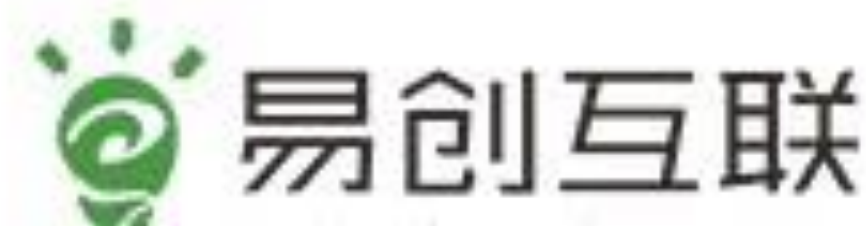
陈吉利
营运经理
6年连锁餐厅管理经验
曾任顺兴川菜运营经理



李现峰
厨务经理
16年烹饪经验，
8年厨房管理经验



阮铭
市场经理
4年互联网初创公司
品牌推广经验



IT开发 / 联合创始团队
由资深技术人谢文领导
60人专业开发团队



罗勒轻食

加入我们，成就中式健康餐领导品牌

融资需求：500万元 人民币

用于

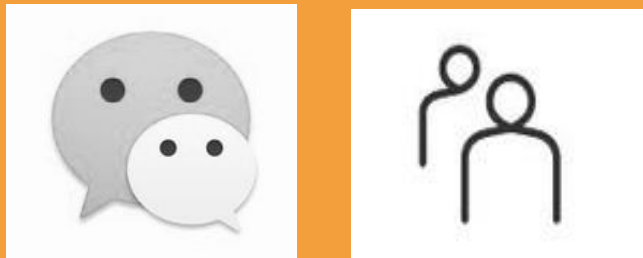
铺设

推广

研发



运营铺设（80%）



内容 / 渠道（15%）



产品升级（5%）

18个月
经营目标

- 3配送站 - - > 3餐厅 + 2配送站
- 团队 50人 - - > 150 人
- 日销售额 1万 - - > 7万
- 微信公众号 关注突破10万
- 成为北京市场知名度第一的中式健康餐品牌
- 季度菜单更新
- 订餐系统完成3次迭代

感谢关注

北京罗勒在线科技发展有限公司



罗勒轻食

2016环球小姐北京赛区指定轻食