**浙江理工大学**

**《创业管理期末作业》**

**标 题： 校园外卖商业计划书**

**完成期间：** 2023年5月1日至5月6日

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **点名册序号** | **姓名** | **班级** |
| **55** | **王银亮** | **电子（3）班** |
| **109** | **高浩民** | **计算机全英** |
| **81** | **孙泽宇** | **计算机（4）班** |
| **108** | **代翔** | **计算机全英** |
| **82** | **金嘉鑫** | **材料（1）班** |
| **83** | **刘佳慧** | **新能源材料与器件（1）班** |

**目 录**

一、执行概要 3

（一）竞争优势 4

**（二）策划目标** 4

二、公司介绍 5

**三、产品和服务介绍** 6

**（一）产品特点** 6

**（二）服务承诺** 6

**（三）宣传方式** 7

四、可行性分析 8

**（一）市场分析** 8

**（二）竞争分析** 9

**五、生产安排** 11

（一）选址 11

**（二）过程** 12

六、营销 13

**（一）项目契机** 13

**（二）项目优势** 13

**（三）市场推广营销策略** 14

七、财务计划 15

**八、风险评估及应对策略** 17

**（一）风险评估** 17

**（二）应对策略** 17

九、退出机制 18

# 一、执行概要

随着现代商业社会的快速发展，社会竞争日益激烈，生活节奏加快，通过对大学在校大学生进一步调查我们发现，大学生群体有着极大的购买能力和消费欲望，他们在一定程度上带动了学校周边服务业的发展。大学生己成为这个环境中的主要的消费群体。

然而目前学生饭堂就餐状况普遍不容乐观，其主要原因**；**

1.样式重复，即每天换来换去都是那么几道菜，口味也重复时间长了就感觉腻。

2.口味问题，即对饭菜的口味不习惯，因为来自四面八方，众口难调，很难让所有人满意。

3.饭堂饭点时人多拥挤，不好买饭。

4.时间问题：在面临满课的情况时，时间不充足且难以预定点餐。

5.在某些天气原因，例如冬天太冷，雨太大等原因，大家都不愿意在外作过多停留，则选择食堂就餐的人就大幅减少

通过对项目自身的特点及我们的自身情况的综合分析，我们选定的目标市场为**:浙江理工大学**在校学生群体。当前由于 就餐时间比较集中多数同学就餐时饭菜儿乎都凉了,这样使得大多数同学都蛮期待该项目的实施。 以下是我们对该项目的可行性 进行的一个市场调查

饿了么、百度外卖、美团外卖等存在一定的风险

**1.**卫生无法保障，网络平台、**APP**平台等无法监督商家的食 品安全，厨房卫生安全也难以保障。有没有经营许可证、卫生许 可证、工作人员健康证，我们也不得而知。

**2.**影响校园秩序，外卖人员比较少，订外卖的人有很多，所 以外卖小哥骑车速度很快，饭点的时候食堂寝室的人流是最密集 的，撞到人就不好了。

**3.**夕卜卖容易受很多因素的影响，商家可能会因为下雨休息，

也可能会晚点，拖延很长时间，这对肠胃不好的人来说，胃病也 许会加剧。还可能会出现错送的情况；冬天，外卖送到也许就完 全凉了，一是不好吃了，二也是给肠胃造成负担。

**4.**外卖价格昂贵，饭菜的搭配不合理，多半油腻，荤素失调， 一份外卖最起码也要18-24元，对大学生来说花费太大了。

**5.**外卖**app,**在线支付安全没有保障，万一信息泄露，卡被盗 刷就糟糕了。

**6.**外卖与图片不符，味道很大，影响他人。

**7.**外卖餐盒加重清洁卫生阿姨的负担,工作量加大，工资不涨。

**8.**订外卖，商家不会开具发票，就算你拉肚子，食物中毒，

严重影响学习和生活，也没办法维护自己的权益。

而我们团队所构建的新型外卖方式“校园外卖”，让食堂与周边餐饮店等具有健康，美味的餐饮店加入我们的app中并以此将外卖送到具体楼层，且在售后保障和改进方面，我们会投入更多的精力去保障运行。

（一）、竞争优势

相较美团等现有外卖平台，我们有更贴合学生的售后保障，能让学生“吃得舒心，吃得放心”，相较原有的个别商户的外卖方式，我们具有“更为系统，更为便捷”的优势，且将商户具体菜品放与app上展示，更能为其宣传。我们的外卖平台是贴合学校而生的，在某些学校大型活动或者节假日时。我们会推出一系列的活动例如：消费满20，可获取一次抽取“霸王餐”的机会。这相较与外卖平台和个体商户具有更能适应学校环境的优势。

（二）、策划目标

首先，我们的外卖服务定位于校园外卖。顾名思义，我们的主要目标群体是校内。他们应该是这样一个群体**:**年龄**18-25**岁， 生活节奏快，对健康的要求高，追求时尚和新鲜，月支出**600-1500**元。其次，我们的外卖服务定位于学生二餐解决方案。二餐， 己经不仅仅只是吃饭。吃的是健康，吃的是心情，吃的是生活方 式**(Clife style)!**我们的外卖，也不仅仅只是外卖，是服务，是健康，是愉悦，是一种生活方式**！**对我们来说，选择做外卖，并不仅仅只是选择一种赚钱的途径，而是希望创造一份事业， 将健康营养意识在学生中推广开来。 所以我们将以高标准来做好这份事业。

# 二、公司介绍

1.财务部：

#负责网站财务管理，对支出，收入做出统计。

#资金做出合理规划

2.人力资源部：

#将网站，app订单整合分配至具体配送外卖的人员。

#负责各种餐饮的售后保障，确保顾客满意。

#将实践中的问题及时反馈。

3.推广部：

#宣传校园外卖网站，负责和外部进行宣传合作。

#策划各种营销活动，同时对接财务部适当发放福利

1. 行政部：

#管理各部门稳定持续进行，选出更适合校园外卖发展的路线

## 资金及其运用

我们公司的启动资金包括筹集的10w人民币以及其吸引的投资者入股的资金。资金运用的主要方面有：

1 app的构建及其运营维护成本（我们的app为了更流畅和便捷，选择将其外包于专业技术部门构建，并由专业人士维护）

2各部门运行的成本

3公司成立初期所要宣传推广和活动的各种费用

# 三、产品和服务介绍

我们的校园外卖服务致力于为浙江理工大学的师生提供便捷、健康、多样化的餐饮选择。我们充分借助学校附近餐饮店和桂花园、玫瑰园、紫薇阁三个食堂的丰富餐饮资源，为广大师生提供优质的外卖服务。以下是我们的产品和服务介绍：

**一、产品特点**

1. 多样化的餐饮选择

我们与浙江理工大学校内三个食堂以及学校附近的餐饮店建立了稳定的合作关系，为客户提供多样化的餐饮选择。无论客户喜欢中式、西式、还是特色小吃，我们都能满足他的口味需求。新鲜、美味的食材，精心烹制的菜品，让客户尽情享受美食的乐趣。

2. 安全卫生的保障

我们对合作餐饮店和食堂进行严格的卫生审查，确保食品安全。所有食材都经过严格筛选和检验，保证新鲜、无污染。我们的配送团队也将严格遵守卫生标准，确保食品在配送过程中的安全和卫生。

3. 到宿舍楼层的配送服务

为了让客户更加方便地享用外卖，我们提供到具体宿舍楼层的配送服务。客户只需在下单时填写宿舍楼层信息，我们的配送团队将会准时将美食送达目的楼层。

**二、服务承诺**

1. 快速配送

我们将建立自有的外卖配送渠道，与第三方配送平台合作，以确保快速配送服务。客户下单后，我们将尽快为客户准备食物，并在最短的时间内将美食送达客户手中，让客户享受到最新鲜的美食。

2. 优惠活动

我们将定期举办促销活动，如节假日特惠、新品试吃等，为客户提供更多的优惠和福利。此外，我们还推出会员卡制度，为常客提供积分累积、折扣优惠等福利，让客户享受更多的实惠。

3. 客户服务

我们的客服团队将全天候为客户提供服务，解答客户的疑问和需求。如果客户对我们的产品和服务有任何建议或意见，欢迎随时与我们联系，我们将尽心尽力为客户提供满意的解决方案。

**三、宣传方式**

我们将通过多种宣传途径来推广我们的校园外卖服务，包括线上和线下宣传。线上宣传将包括社交媒体推广、校园APP推送、校园论坛广告等；线下宣传将包括校园海报、传单、露天活动等。我们还将与学生组织、社团合作，进行口碑宣传，提升品牌知名度。

四、价格策略

针对不同的餐饮店和食堂，我们将制定不同的价格策略，以确保价格具有竞争力，同时保持合作伙伴的利润空间。我们将定期进行市场调研和价格测算，灵活调整价格策略，以满足顾客需求，提升服务价值。

通过我们的校园外卖服务，希望能为浙江理工大学的师生提供一种便捷、健康、美味的用餐选择，让他们在繁忙的学习生活中也能享受到美食的乐趣。我们致力于打造一个受欢迎的校园餐饮品牌，与广大师生共同成长，共同进步。

# 四、可行性分析

**4.1 市场分析：**

浙江理工大学作为一所知名高校，拥有庞大的学生群体和教职工队伍，这为校园外卖市场提供了稳定的消费群体。学生们因学习忙碌或宿舍条件限制，对外卖服务的需求量大，尤其在午餐和晚餐时段，外卖订单量往往达到高峰。此外，教职工和校园内其他工作人员也是外卖服务的重要客户群。因此，从市场需求角度看，浙江理工大学校园外卖市场具有较大的潜力。

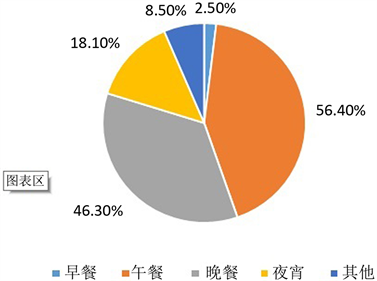
其次，浙江理工大学位于杭州下沙。作为一个相对而言消费水平较高的城市，校园外卖的需求量较大，价格调整的空间较多。整体而言，操作空间更加完备。

**4.1.1高科技平台对校园外卖的宣传与实际工作产生了很多便利：**

高科技平台对校园外卖的宣传与实际工作产生了诸多便利。首先，在宣传方面，高科技平台利用大数据分析精准定位目标用户，通过社交媒体、短视频等渠道进行广泛传播，有效提高了校园外卖的知名度和曝光率。其次，在实际工作方面，高科技平台实现了订单自动化处理、智能配送路线规划等功能，不仅提高了运营效率，还降低了成本。同时，平台还支持多种支付方式，为用户提供了更便捷的消费体验。因此，高科技平台的应用为校园外卖的发展带来了显著的便利和优势。

**4.1.2 学生与教师的忙碌情况需要校园外卖的诞生：**

首先，基于外卖平台的特点，外卖平台的配送有时会出现超时情况。虽然能够投诉但有时会造成糟糕的心情。同时，为了解决外卖“吃腻”的情况，校园外卖将着重与学校内部的食堂。



**4.2 竞争分析：**

在浙江理工大学做校园外卖平台的竞争分析显示，该领域竞争激烈但机会并存一方面，已有多家外卖平台在校园内占据市场份额，他们拥有成熟的运营模式和稳定的客户基础。另一方面，随着学生消费需求的多样化，校园外卖市场仍有增长空间。因此，对于新进入者来说，要想在竞争中脱颖而出，需要注重差异化竞争策略。例如，可以提供更加个性化、健康的菜品选择，优化配送服务，提升用户体验等。同时，加强品牌宣传和市场推广也是关键。通过不断创新和完善，新进入者有望在浙江理工大学校园外卖市场中分得一杯羹。

****

**某校园外卖平台**

# 五、生产安排

**5.1 选址：**

5.1.1 学生人流量：

首要考虑的是学生流量大的区域，如食堂附近、宿舍区、教学楼群等，这些地方是学生日常活动的集中地，外卖需求量大。有利于品牌的宣传。

5.1.2 交通便利性：

选择便于配送的区域，确保外卖能够快速、准确地送达学生手中。同时节省路费等租车成本与人工成本。

5.1.3 租金成本：

由于校园内空间有限，租金可能相对较高，因此需要在保证位置优势的前提下，控制成本。

5.1.4 校园规定：

必须遵守浙江理工大学的校园管理规定，确保选址符合学校要求，避免因违规而导致业务受阻。

**5.2生产过程组织**

5.2.1 食材采购：

与可靠的供应商建立长期合作关系，确保食材的新鲜、安全和稳定供应。

5.2.2 食品加工：

建立标准的食品加工流程，确保食品的卫生和质量。同时，根据校园学生的口味偏好和需求，提供多样化的菜品选择。

5.2.3 包装：

采用环保、安全的包装材料，确保食品在配送过程中保持温度、湿度和卫生条件。

5.2.4 配送：

建立高效的配送系统，利用校园内的交通工具或步行等方式，实现快速配送。同时，考虑学生的上课时间和宿舍门禁时间，合理安排配送时间。

此外，浙江理工大学的校园外卖还应注重品牌建设和口碑营销，通过优质的服务和美味的食品，吸引更多学生成为忠实顾客。

因此，对于浙江理工大学的校园外卖而言，选址和生产过程组织需要充分考虑校园环境和学生需求，确保业务的顺利进行和持续发展。

# 六、营销

## 一、项目契机

随着现代科技的飞速发展和生活节奏的加快，外卖服务在大学生群体中逐渐普及，成为日常生活的一部分。尤其是在校园内，由于地理位置限制和餐饮选择的局限性，学生们对于便捷、多样且安全的外卖服务有着强烈的需求。此外，外卖平台也为餐饮商家提供了更广阔的销售渠道，有助于其业务的拓展。因此，开展校园外卖商业项目不仅符合市场需求，也具有广阔的发展前景。

## 二、项目优势

**精准定位**：项目专注于高校校园市场，能够更深入地了解并满足学生群体的特定需求。

**便捷高效**：提供线上点餐、线下配送的服务，省去了学生排队等候的时间，提高了用餐效率。

**丰富多样**：与校园内多家餐饮店铺合作，提供多样化的菜品选择，满足学生不同的口味需求。

**安全保障**：对合作商家进行严格的筛选和监管，确保食品质量和安全，为学生提供放心的用餐体验。

## **三、市场营销推广策略**

**1.服务宗旨**

我们的服务宗旨是“快捷、便利、安全、满意”。我们致力于通过高效的服务流程、严格的食品安全监管和优质的客户体验，赢得学生的信任和支持。

**2.市场扩展步骤**

（1）初步市场调研：了解校园内外卖市场的现状、竞争对手情况及学生需求，为项目定位提供依据。

（2）初步建立合作关系：与校园内主要的餐饮店铺达成合作意向，形成初步的供应网络。

（3）完善服务平台：开发或优化外卖平台，确保界面友好、操作便捷，提供优质的用户体验。

（4）逐步扩大市场份额：通过优质的服务和口碑传播，逐步吸引更多的学生用户，提高市场份额。

**3.价格策略**

（1）合理定价：根据菜品成本、市场定价和竞争状况，制定合理的价格，确保价格具有竞争力。

（2）优惠活动：定期推出优惠活动，如满减、折扣等，吸引用户下单。

（3）差异化定价：针对不同时间段、不同菜品及促销活动，实行差异化定价策略，提高销售额。

**4.宣传策略**

（1）线上宣传：利用社交媒体、校园论坛等平台进行宣传，发布优惠信息、活动通知等。

（2）线下宣传：在校园内设立宣传摊位，发放传单、小礼品等，提高品牌知名度。

**5.促销策略**

（1）新用户优惠：为新注册用户提供首单优惠或折扣，吸引其尝试使用平台。

（2）会员制度：设立会员制度，会员可享受积分累积、会员专享优惠等权益，提高用户粘性。

（3）满减活动：设定不同档次的满减优惠，鼓励用户增加订单金额。

（4）限时折扣：在特定时间段内推出折扣菜品，提高用户点餐积极性。

**6.渠道策略**

（1）线上渠道：通过自有外卖平台、第三方外卖平台等线上渠道进行销售。

（2）线下渠道：与校园内的超市、便利店等合作，设立外卖取餐点，方便学生取餐。

综上所述，通过明确的服务宗旨、合理的市场扩展步骤、价格策略、宣传策略、促销策略和渠道策略，我们将努力打造一款受学生欢迎的校园外卖商业项目，实现业务的快速发展。

# 七、财务计划

**1.资金需求**

表1：初始资金需求

|  |  |
| --- | --- |
| 平台运营费 | 20000元 |
| 宣传营销费 | 5000元 |
| 基本设备 | 10000元 |
| 人员招聘 | 10000元 |
| 合计 | 55000元 |

|  |  |
| --- | --- |
| 平台运营费 | 3000元 |
| 人工费 | 60000元 |
| 活动折扣补贴 | 25000元 |
| 合计 | 88000元 |

表2：运营资金需求

综上所，项目启动资金约为五万五千元左右，项目的年流动资金约为八万八千元左右。由上数据分析可得，此项目前期投入较小，风险较小。

**2.利润预测**

根据前期市场调研，结合各种情况综合考量，我们预测以前两个月6000单为例，配送人员每单抽取百分之十利润，最后两个月总利润约为8000元。随着品牌知名度提高，用户数量也将逐步增长，预期将在两年内稳定于月利润一万五左右。预期将于两年实现盈亏平衡。

**3.财务分析**

销售净利率基本一直保持在 10%以上的水平，可见公司销售收入的收益水平较高，后期投入减少销售净利率增加，公司业务扩张，都很大程度地提高了公司的获利能力。

总资产净利率在 1 年到2 年较快增长后缓慢下降，但仍处于较高水平，反映的是公司在第二年市场迅速扩张后获利能力增强，之后业务逐渐稳定。可见，公司在增加收益和节约成本等方面有着良好的效果。

# 八、风险评估及应对策略

1.风险评估

当前，校园外卖正处于发展阶段，前景广阔。但是仍然存在一些问题。下面是对校园外卖的一些风险预测。

（1）送餐系统不稳定。当前的校园送餐系统基本依赖于微信平台，缺少APP的稳定性。

（2）配送人员业务能力较弱。校园外卖大部分是由学生进行校内配送，但部分学生责任感较弱，配送业务效率较低，对校园外卖的服务有一定影响。

（3）商家和用户与平台之间信任度有待提高。校园外卖市场复杂，竞争者层出不穷，商家和用户偏向于选择较高知名度的外卖平台。

(4)用户信息安全风险。每个APP的使用必然涉及用户个人信息问题，保护消费者权益和个人隐私是一个服务平台的责任和义务。

2.应对策略：

（1）完善网站，app的功能，定期维护，保障系统稳定。

（2）对配送人员进行专业培训，制定考核机制，提高工作效率。

（3）与商家进行充分沟通，相互了解，互利共赢。

（4）对供餐商家进行严格筛选，确保食品符合安全标准。

（5）及时获得用户反馈，进行有效解决和改善。

# 九、退出机制

退出机制是商业计划书的一个重要的组成部分，它不仅关系到投资者的回报，也是评估项目风险的一个关键因素。

1.股权转让：创始人或早期投资者可以通过将部分或全部股权出售给其他个人或机构来实现退出。

2.清算：如果项目运营不善或市场环境发生重大变化，投资者可以选择通过清算的方式来退出，尽可能回收投资成本。

3.自然退出：在一些情况下，投资者可以选择在合约规定的投资期限结束后自然退出，这种方式需要在投资合同中明确规定。

4.赎回：投资者可以要求在商业计划书中加入赎回条款，允许他们在特定时间以特定价格将股份卖回给公司或创始人