

**“互联网+”大学生创新创业大赛 项目计划书**

项 目 名 称：大学“厨房”

项 目 类 型：“互联网+”社会服务

团队成员：邱文新，胡彬彬，戴景

申报日期：2019年5月10日

大学生创新创业项目策划书

1. 项目摘要

你是不是不想每天都在食堂吃那些天天都一种口味的菜?

你是不是又不想到外面餐馆去吃那些美味却不太安全的饭菜?

你是不是想体验和同学一起下厨的神秘感觉?

大学生厨房就非常对你的口味，把你从烦闷徘徊中解脱。

同学们只要买来自己喜欢的菜肴，这里有完备的厨房设施和就餐设备，所有像家里一 样的厨房设备和餐厅设备都一应俱全，营造了一个自由的空间，这是一个史无前例的、结 构单一的，集中出租房灶台的店。它的结构鲜明，一个厨房四台灶，加一个餐厅，构成一 个单元，一个店可由或多或少地几个单元组成，每个灶台在某个就餐时间可轮流由几组顾 客使用。大学生厨房的成本比较少，每单元仅 2000-2500 元/年大概可在一学期内收回成 本，下半年的收益可用来扩展设备设施。

因为本项目专门针对大学生的饮食和娱乐问题所设计的，而且调查到很多同学，他们 都很期待大学生厨房的开业，很愿意去尝试一下，并且说会每隔一段时间就会请朋友或和 室友一起下厨。所以它的吸引力是无限大的。每年一届的新生又为大学生厨房增添新的顾 客源，所以它将是经久不衰的。

它的规模可大可小，而且前景可观，成本低。可能随时没模仿，所以要严格管理各项 工作，提升它的品味，不断地从原有基础上创新，从学生中不断反思和改革，来提高我们的竞争力。

它的管理模式很简单，分内外部管理。外部管理主要是宣传，和大中规模订租的合理 安排;内部管理主要是为大学生厨房营造自由、洁净的气氛。

快来大学生厨房，和朋友一起享受下厨的快乐吧!

1. 公司简介
2. 性质：大学生厨房是一种面向全体大学生出租厨房的一种服务性项目。
3. 设备设施：大学生厨房以单元制形式存在，一个单元有一个厨房和一个餐厅。一 个厨房中有四个灶台，四套炊具和燃气灶，和一个砧板台，多套切菜工具，和一个橱柜，里面碗具、油盐等调料一应俱全，配备自来水龙头和多只篮、桶等洗菜工具，和几个油烟机;餐厅里有大小桌子五、六张，电风扇，饮水机，电冰箱，消毒柜，电饭煲，时时提供热饭。
4. 项目服务内容：大学生们只要提着自己喜欢的菜来到大学生厨房来，根据时间或 者规模交付一定的租金就可以到指定的灶台上去烹饪了，一个厨房四个灶台、可以同时烹饪。在一个中餐或晚餐时间内，一个灶台又可连续地让几组同学烹饪。这样一个单元的厨房：中餐时间(11:00-2:00)之间大概可以烹饪 28(4 个灶台\*7 组/灶台)组同学。同学们可以 在这里吃完再走，也可以带出去吃，一切自便。我们大学生厨房还搭配有一个大冰箱，若是一个常客，且有吃不完的菜，或需要存储 的剩菜我们将替他们存储，只需将它们密封好后放入一封闭的篮子，然后写上姓名或其他标记，放入冰箱即可，但因考虑到用电情况和冰箱空间问题，若存放的时间超过一天则支付2元/天的寄存金。
5. 项目目的：大学生厨房的产生是我组深刻了解到很多大学生们抱怨食堂的饭菜天 天一个样，味道不可口，没有一点新意，还有部分学生又觉得在外餐馆的饭菜，卫生状况不好，嫌油不多，而且价格不低。在只有两种选择的情况下，除了抱怨，只有抱怨，所以我们想到了大学生厨房这个既对大学生的口味，又锻炼大学生自己动手能力的厨房。
6. 大学生厨房室内的装饰：可由学生来创造设计，设计核心为自由舒适，绿色环保。 主要体现简单美。大学生自己种的花草，手工剪贴画，废物利用等些有创意的设计都可用来装饰大学生厨房。
7. 组织人员管理
8. 我们将顾客分为大、中、小规模。

大规模(20-40 人)：如某班同学聚会，或者是某同学的生日，这样需要出租一个单元的大学生厨房，这需要提前预订。根据要求或者约定一个厨师来帮忙，或请个人来打理杂事。

中规模(10-20 人)：如某寝室联谊，或一个小型的庆祝会，也需提前预约，无厨师配备。

小规模(1-10 人)：随时安排厨灶。

1. 在大学生厨房里，仅需雇佣一个中年的女性员工来打扫收拾大学生厨房，并且在 大学生烹饪期间时时检验液化气灶台的安全性。
2. 其他管理人员：宣传负责人，厨具、餐具负责人，财务管理人，顾客预订负责人， 值班收银人员等均可由学生来担当。
3. 若有大型的聚会或聚餐，可向顾客预订负责人提前预订，他/她可以提前做安排，中型的(10-20 人)也由预订负责人安排，小规模的顾客群，则按先来后到使用灶台。
4. 财务管理人，负责清算每星期水电费，煤气灶和雇佣人员费用和“大学生厨房”的总收益，适当调整价格，大、中型规模顾客群有固定的订租价格，根据预订厨房的次数来决定下周小规模顾客群前来做菜的租金。
5. 政府批文：大学生厨房要获得营业执照，问题主要是卫生和安全。因为我们雇佣了人员来打扫大学生厨房和时时刻刻检验并教导学生使用液化气等危险设备，且在大学生厨房内配有灭火器、消防设备。安全和卫生本来就是大学生厨房核心管理的问题，所以能 够取得政府批文的，若大学生由学生自主创业可向学校申请资金和批文。
6. 市场
7. 市场营销

①宣传

我们将通过传单、海报、校论坛、个大学生的qq群，和大学生中的关系网来宣传。 我们将邀请各院系的一些好朋友相聚到一起来免费体验一下在我们“大学生厨房”中的自由、快乐和满足感，请他们为我们“大学生厨房”做口头宣传。

②客源

既然我们“大学生厨房”的饮食和体验快乐而设计的，那大学生就会有各种各样的理由 喜欢我们“大学生厨房”。

1. 在同学面前一展自己的厨艺。
2. 请自己的好朋友到“大学生厨房”里为自己做一顿香喷喷的美食。
3. 某两、三个男女寝室在这里可以搞个厨艺联谊，不会做菜的顺便学学。
4. 有外地来的同学，让他/她炒炒家乡菜，尝尝鲜。
5. 不满意外面餐馆，也不满意食堂，还不容易自己弄。

在大学生厨房这样轻松自由的环境里，在一个像家里一样可以出入的厨房。我们不仅是吃了一顿饭，更重要的在这个过程里，我们体验到了自己动手的快乐。一起动手的快乐， 这里真的就是大学生们自己的厨房。所以有这样多的收获，我们大学生厨房的顾客将络绎不绝。每一年都将有新生的到来，来尝鲜的同学也将连续不断。

③既然大学生厨房是为大学生餐饮和娱乐考虑，那么可以扩展搭配盈利服务，可以出租烧烤工具，卖烧烤配料。卖饮料、啤酒、干菜等易存储的菜类干货。也可搭配免费服务，提供怎样做菜的一类书籍和营养搭配的书籍。

1. 市场前景

现在看来，还没有同我们“大学生厨房”这样的规模来出租厨房给大学生一

样结构、形式的店，即使有、也只可能是将大学生自己做饭菜当成是一种娱乐的形式。所以我们“大学生厨房”是独特的。大学生们都有一种想体验社会实际，体验自己动手的快乐，也想体验新鲜的积极分子。所以我们“大学生厨房”的前景广阔，全国这么多高校(本科、专科、 职业学校)那将是多么广阔的连锁空间。也重视“大学生厨房”在学生中的关注度，信誉度来横向发展其他服务，做到大学生厨房的横向连锁。

1. 战略目标

⑴近期战略目标：在各地不同几所高校周围都建立一个学生厨房。认真组织好内部结构，为学生提供一个方便、舒适、自由、实惠、干净的饮食、娱乐的空间，用自由和洁净 来赢得大学生们烹饪就餐的舒适，让他们感觉来了就再来，再来，就想天天来。在半个学期内，在所靠近的学校宣传的众所周知，把名声打造的有界碑，在此期间盈利15%。

⑵长期战略目标：在名声、信誉、关注度都建立很好的基础上可发展更多城市，更多 高校的“大学生厨房”，也可横向发展，让“大学生厨房”成为一个品牌，开展其他服务大学生的行业。

1. 投资分析

固定成本 2500-3200元/单元

可变成本 (房租、水、电、油、粮)3000-7000/单元.年

煤气 600 元/月.单元

雇佣人员 900/月.单元

年总收益 2000-6000元/月.单元不等

因为它的不稳定性，不好估计利润的标准值。估计有半年的时间收回成本，半年时间来盈利。 投资形式可以是合资，也可以一个人投资，“大学生厨房”一年的成本大约在2-2.5万/单元之间。所以大学生投资利润的前景是客观的

1. 大学生厨房的SWTO分析

Strength:

①目前还没有出现像大学生厨房一样结构单一、独特的店，所以同行业竞争较少。

②随意性，它比食堂的饭菜更多选择，顺从顾客自己的爱好。它比餐馆更卫生、更实惠，让人放心，它比任何地方都自由。

③灵活性好，适应于客源的淡季和旺季。“大学生厨房”结构简单。灶台都是可移动的， 桌椅也是可移动的，而且又是以单元制的(一个厨房、搭配一个餐厅)，在同学们放寒、暑 假时，可以减少几个单元，缩小规模，减少可变成本(电费、水费、房租费……)

④适应性好，能面对不同时期的冷热情况，当期终临近，同学们都整天忙于复习功课， 迎战期终。这时，“大学生厨房”可能会明显的变冷清，这是，在一定的信誉度和关注度的情况下，而且又靠近学校，我们可以雇佣一个兼职厨师。在短时间内提供餐饮服务，不至于期终期间而变得冷清或产生损失。

Wealth:因为他是一种服务性的项目，所以不太稳定。

Opportunity:同学们都以一种新奇的心情进入“大学生厨房”，以一种轻松地心态享受 “大学生厨房”，可以有很大机会纵向发展，和横向发展。

Threaten：因为大学生成本少、形式新颖，所以模仿者将紧随着产生，这以后反倒成 为一种强大的竞争力量，所以严谨的工作管理安排和不断地创新改革是很重要的。

综合SWOT分析来看，“大学生厨房”应该确保洁净、自由。组织者以严谨的态度来 做好各项管理工作。以诚信作为根本，让同学们信赖。在此基础上，时时保持创新改革的 思想来灵活运转它。才能长久地存在并发展。