

编号	
----	--

(提交后自动生成)

# 2022 年湖南黄炎培职业教育奖 创业规划大赛申报评审书

(仅供高职学生使用)

作 品 名 称 : 寻卤人一立志专注武冈药卤非遗

领 衔 人 : 陈淑娟

申 报 学 校 : 长沙商贸旅游职业技术学院

申 报 时 间 : 2022-06-20

湖南黄炎培职业教育奖创业规划大赛组委会  
2022 年制

# 填 表 说 明

一、本表须如实准确填写。

二、创业作品名称应准确规范，最多不超过**40**个汉字（含标点符号）。

三、团队成员名单和指导教师一经上报，超过申报截止日期后不得更改，每个团队由**3—5**学生组成，指导教师不超过**2**人。

四、表格（表一除外）内所有文字均要求为仿宋、小四号、标准字距、**29**磅行距，不得随意调整格式。

五、本表每个栏框最多可输入**3000**字；如需插入表格、图片和视频等，可将表格、图片和视频存放至第三方网络平台（不限制存放平台），并将存放网址复制至文本中，网评专家将根据网址查阅相关信息。

六、纸质材料要求用**A3**或**A4**纸双面打印，左侧装订成册，一式一份，不需特别包装设计。如有相关附件，可另行装订成册一并报送。

七、如有其他不明事宜，请向大赛组委会秘书处主体赛联系人咨询。

## 一、基本情况表

团队基本情况	领衔人	陈淑娟	电子邮箱	2304149600@qq.com	专业	中小创业	年 级	2021 级	
	学校全称	长沙商贸旅游职业技术学院					邮 编	410116	
							初赛负责人	韩燕平	
	学校地址	长沙市雨花区同升街道					初赛负责人电话	13548789032	
	团队成员 (含领衔人)	姓 名	性 别	专 业	年 级	任 务 分 工	联 系 电 话		
		陈淑娟	女	中小企业创业与经营	大二	总经理	18507437804		
李国亮		男	市场营销	大一	销售经理	18570262965			
谢娟		女	餐饮智能管理	大一	采购经理	18890156858			
陈贞恒		男	烹饪与工艺	大一	生产经理	15876369258			
蒋小云		女	财务管理	大一	财务经理	19974167142			
作品所属领域 (划√)	产 品 ( <input checked="" type="checkbox"/> )			服 务 ( <input type="checkbox"/> )					
指导教师	姓名	职务或职称			电子邮箱	电话或手机			
	刘翠屏	副教授				13786115482			
	韩燕平	创业学院院长、副教授				13548789032			
资 格 确 认	<p>1、本申报评审书申报者均为在校学生。</p> <p>2、本申报评审书是学生独立（合作）完成或在教师指导下完成。</p> <p>3、本申报评审书所提供的申报材料真实可信。</p> <p style="text-align: right;">学校公章：</p> <p style="text-align: right;">年            月</p> <p>日</p>								

## 二、领衔人和项目简介

- 1、领衔人简介，重点介绍业务专长和所取得的业绩；
- 2、对创业项目和市场机会进行简要描述。

陈淑娟，女，长沙商贸旅游职业技术学院中小企业创业与经营专业大二学生，是一个地地道道的武冈人，从小就生活在武冈药卤世家，熟悉武冈卤味的制作流程和工艺，具有传承和创新武冈卤味的技术优势。2021年参与湖南省消费帮扶营销直播大赛，团队销售业绩4700元，获得了先进个人奖；在校辩论赛中荣获二等奖，是校内创新创业精英班的成员之一，具有传承和创新武冈卤味的营销经验优势。堂哥目前在武冈都梁路开店售卖卤味兼营卤铜鹅，舅舅也在养殖武冈正宗本土铜鹅，具有传承和创新武冈卤味的资源优势。

### (1) 社会痛点

武冈卤菜历史文化源远流长，曾是明、清两代皇家贡品。武冈铜鹅肉质鲜嫩细腻，被誉为“世之名鹅”，与宁乡猪、洞庭湘莲一同列为湖南农业三宝。

2007年元月，在北京市首届城市运营商大会上武冈被中国食品工业协会冠名为“中国卤菜之都”，全国政协副主席孙孚凌亲自题词并授牌。武冈卤菜特色产业已有近千年发展史，一系列卤制品地国际、国内已经有一定份额。

但是当前武冈缺乏对药卤非遗技艺的传承与创新，药卤未能有效振兴当地经济、助力共同富裕，当地农民纷纷选择外出务工，导致武冈当地留守儿童达到12000人，占当地儿童总人数的70%以上，项目领衔人陈淑娟也曾是其中之一，饱尝思念父母之苦，因此萌发以传承创新武冈药卤、带动农民创业就业，让父母陪伴孩子们成长的创业初衷。

图 2-1 武冈农村留守儿童现象突出  
图 2-1 武冈农村留守儿童现象突出



图 2-1 武冈农村留守儿童现象突出

## (2) 武冈卤菜的价值

武冈卤味属于“药卤”，具有两大独特的功能性食品特点：

①具有养生功能，养生体现在少盐、少油、少糖，符合合理膳食原则，卤味均采用大茴、小茴、桂皮、花椒等十九种名贵中药材熬制成卤水，其中三奈、草豆蔻、草果几位药材具有散寒、除湿、治疗里寒症等功效，且卤汁富含多种人体所需的微量元素。

②促进长寿功效，卤制原料中的桂皮可控血糖、砂仁温脾理气、丁香可补肾助阳。经湖南省武冈市统计局和市老龄工作委员会调查统计，全市现有 30 位百岁老人，平均年龄 103.4 岁。

## (3) 市场分析

2018 至 2021 年，我国卤制品市场规模年均复合增速为 12.26%，预计该市场规模将在 2023 年突破 4000 亿元。基于消费场景多元化，卤制品消费逐渐扩至休闲食品、家庭佐餐、餐饮消费、礼品特产四类，2021 年，佐餐市场规模占整个卤制品市场的 54.37%，市场潜力大。

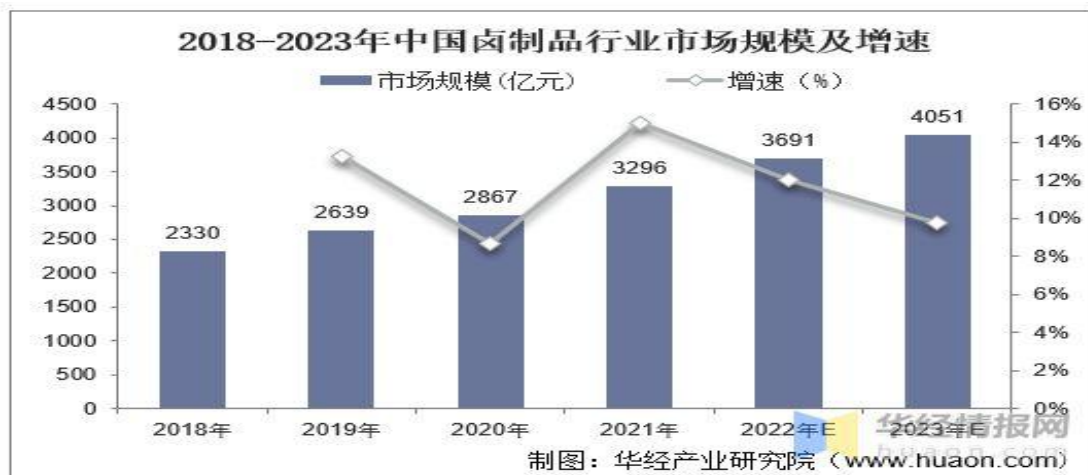


图 2-2 中国卤制品行业市场规模

在**市场细分**上，“鸭货”产品占领着绝对的市场份额，但一些卤味品牌们仍尝试从区域中发掘新的爆款，这也意味着，从武冈地方特色菜中**挖掘药卤**细分，将有很大机会。

从**消费者年龄**上看，我国卤味小吃消费者的年龄主要集中在**18-35岁**，2021年的占比约为75%；此外，36-40岁的消费者占比13%，41-50岁的占比10%。根据团队成员于2022年3月开展卤味市场调查，对人均消费水平进行分析，得出平均客单价10—30元，主要客户群体定位为学生群体以及上班族。



图 2-3 中国卤味小吃消费者年龄结构

从竞品分析来看，选定了学校、比亚迪周边的小香猪卤味、绝味鸭脖、卤叭叭、卤咖四家卤味店的店面情况、经营状况、价格、产品和口味进行了比较分析（详见表1）。

表 2-1 竞品分析

绝味鸭脖 (连锁)	卤咖 (加盟)	小猪香干 (自营)
无主食	卤菜饭、卤粉/面	米饭、凉皮/面、卤粉/面
冷卤	冷热结合	热卤
定价偏高	定价一般	定价略低
不饱腹，价格高，品牌价值高，顾客反馈中肯	饱腹，定价合适且冷热结合，反馈好	饱腹，价格亲民，主食多样，反馈好

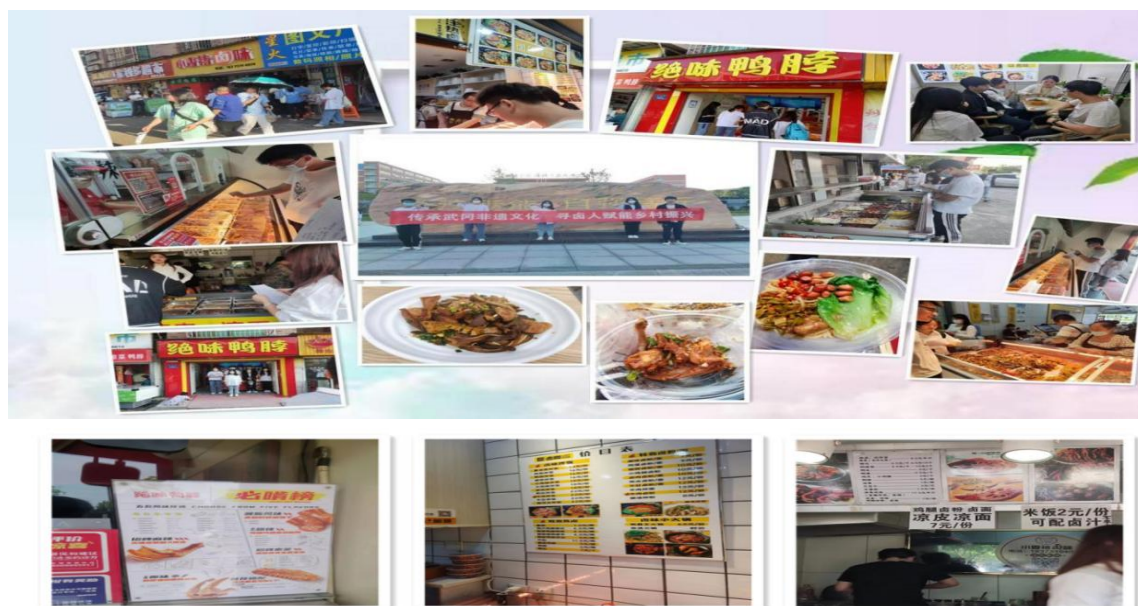


图 2-4 周边卤味店调研

发现目标客户痛点：

- ①冻干再自热，复原不了食材风味和口感。
- ②武冈本地卤菜保鲜时间短。
- ③米饭口感太差，越吃越难吃。

④性价比低，不如泡面和点外卖实惠。

⑤受众范围不断缩小，典型的“一人食经济”。

⑥制作工序复杂、低效。

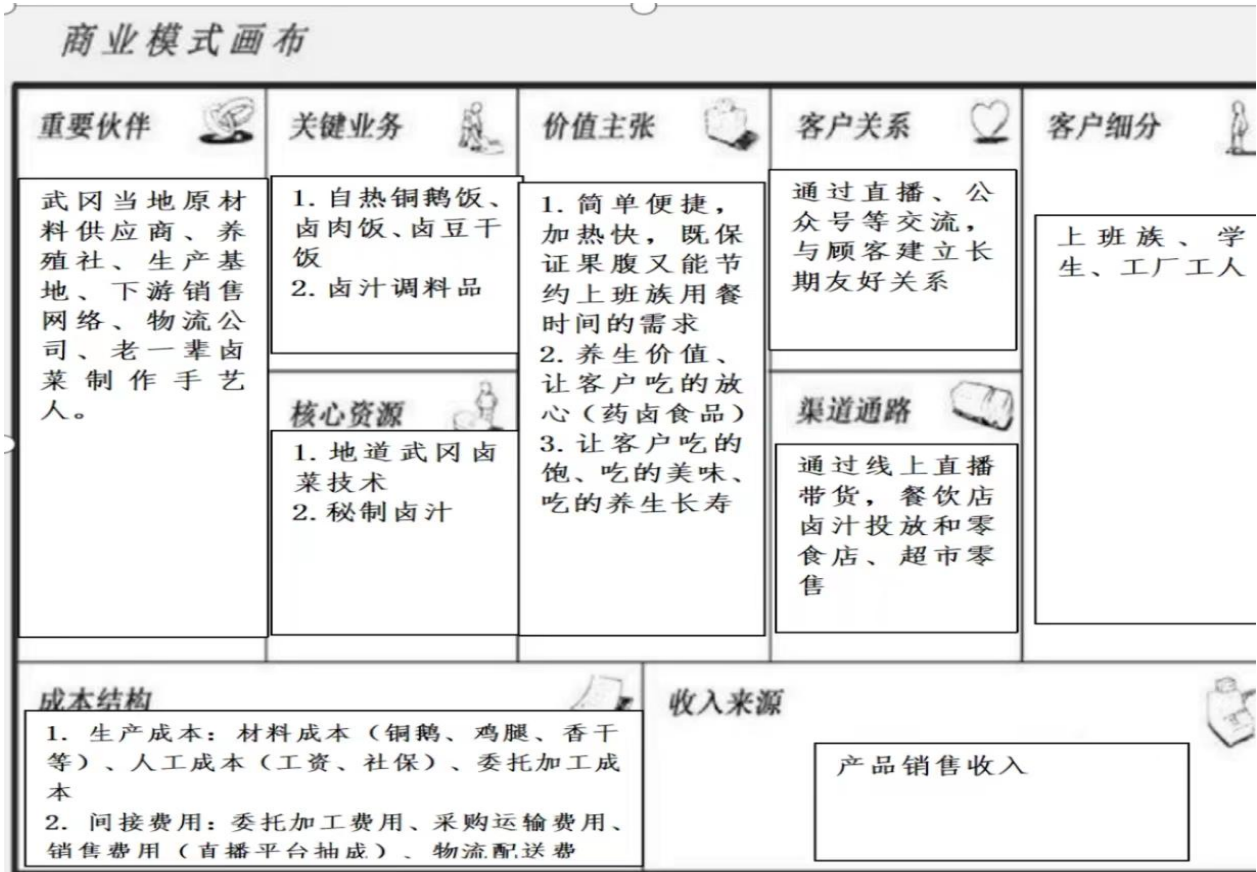


图 2-5 商业模式

#### (4) 项目分析

本项目以卤会友，传承创新武冈药卤非遗文化，以古镇风味为基调，出色品质为核心，以带动武冈本地创业就业为初衷，推动当地乡村振兴发展，致力于发扬地方卤菜文化历史、传播地方卤菜滋味特色。

我们公司的经验理念是：利用互联网思维去审视产品、尊崇工匠精神去创新产品。推陈出新让武冈卤菜走出武冈、迈向长沙、风靡全国、走入国际美食舞台。

**公司口号：**传承武冈非遗文化，寻卤人赋能乡村振兴。

**公司宗旨：**让世界爱上武冈卤味。



**自热技术创新与主打产品：**针对线上开发新式**自热卤味饭**，内有加热包、自热米、主菜卤肉包等，完美满足消费者即食与储存的需求。针对不同客户口味设计基础款、升级款、豪华款自热卤味饭。针对武冈传统凉拌卤菜口味选择较少、且食材普遍筋道，部分外地消费者吃不惯，创新热卤技术，打造武冈自热卤味饭，让武冈卤味通过创新顺应时代需求，被更多消费者接受。

**产品创新与主打产品：**卤汁调味品，十九味药材熬煮，着色采用焦糖溶液，无需添加色素。加入少量盐后加入淀粉熬制粘稠状最后加入食品添加剂保鲜。卤汁作为调味品在煮面熬汤时可以增味提香，炒菜时用于勾芡，也可用于拌饭、拌粉面。少盐少油少糖，符合合理膳食原则。

**口味创新：**初期的目标市场定位在长沙市商贸旅游职业技术学院周边学生群体与比亚迪工人群体。通过实地调查得知，大部分目标客户口味偏辛辣，但也存在部分不能吃辣的人群。在原来香辣的口感上，我们创新武冈药卤推出甜辣，麻辣，咸辣等口味。针对不能吃辣的客户进行辣度分级，衍生出不辣和微辣产品。

**发展战略方面，**寻卤人食品有限公司初期联系武冈农业合作社合作，所需原材料从武冈云山农户手里收购云山药材，与邮政达成物流合作，以武冈为发货地，通过线上快递方式以及线下超市配送等方式和发货。在项目发展后期，资金充足后会选择在武冈本地建食品加工厂，雇佣本地农户为生产工人，实现足不出户就能养家；同时为有意创业的武冈农民开办免费的热卤技术培训班，开办线上课程、团队内部人员手把手到本地店铺教授，公司可提供热卤设备租赁服务，以利润入股、产品递租方式。

**产品药材**均产自武冈云山。寻卤人团队成员三月底深入云山、对云山地理地貌、药材种类与突出的地质条件进行考察，发现其生态环境非常独特，海拔高达1372.5米，年平均日照时间长达1500小时，植物种类丰富，共有1518种，盛产药材，又因为其优异的地质价值，所产出的药材品质极高。

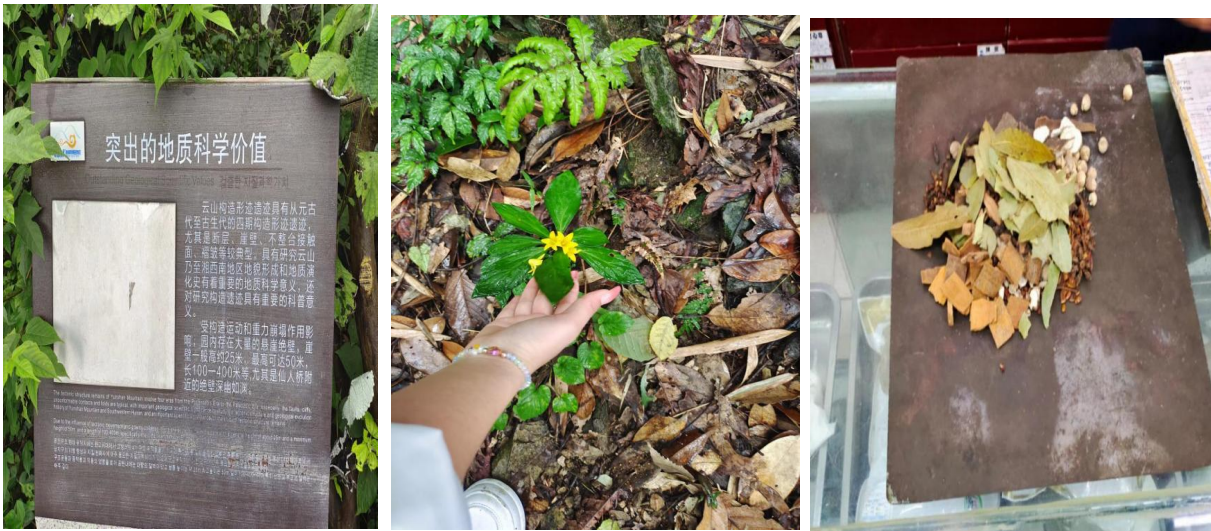


图 2-6 武冈云山独特的药材

拜师学艺传承创新药卤技术。三月前往武冈考察学习药卤技术的传承，将精选的十九种药材用石捣细细捣碎，然后用细纱布包裹好，最后用本地三色细陶土制成的卤鼎进行卤制，制作工艺十分讲究。针对武冈传统凉拌卤菜口味选择较少、且食材普遍筋道，部分外地消费者吃不惯，创新热卤技术，打造武冈自热卤味饭与卤汁调味品，让武冈卤味通过创新顺应时代需求，被更多消费者接受。



图 2-7 武冈卤味考察、学习

食堂试卖市场好评。3月到6月期间，团队成员在桃阳食堂进行武冈热卤制作、试卖实践，大学生们蜂拥而至，排队抢购，每天营业额在2000元以上，市场反响好。



图 2-8 桃阳食堂试卖深受大学生欢迎

寻卤人卤味品牌的宣传和卤味品牌的特创产品。这两者是影响一个卤味品牌在卤味赛道上是否能站住脚跟的关键点。对于卤味品牌的宣传，我们可以结合新型的推广方式，如新媒体抖音门店团购，达人探店等方式。而品牌的产品也需要做到有所创新，避免行业同质化，这样才能有更大的竞争实力。

### 三、项目主要内容

#### （一）产品分析

##### 1. 产品优势

武冈卤味属于“药卤”是原生态绿色食品，其独特的卤水和特殊的制作工艺，是其它卤味食品无可比拟的。

项目主要经营自热卤味饭（自热铜鹅饭、鸡腿饭、鸭腿饭）及卤汁单买。卤味均采用大茴、小茴、桂皮、花椒等十九种名贵中药材熬制成卤水，对豆制品和畜禽及其附件采用卤水反复浸煮等独特方法精制而成，具有养生功能，养生体现

在少盐、少油、少糖，符合合理膳食原则、其中三奈、草豆蔻、草果几位药材具有散寒，除湿，治疗里寒症等功效且卤汁富含多种人体所需的微量元素。

同时，具有功能性食品所具有的三个特点：①具有明确的生理调节功能目标；②含有功能因子成分，在人体内的生化、生理机理明确；③摄食后体现具体功能作用。除此之外武冈卤味还具有一定的长寿价值，武冈市家家户户都吃卤菜，基本熟悉中草药的使用。卤制原料中的桂皮可控血糖、砂仁温脾理气、丁香可补肾助阳，均有促进长寿功效。经湖南省武冈市统计局和市老龄工作委员会调查统计，全市现有 30 位百岁老人，平均年龄 103.4 岁。

卤铜鹅原料为武冈纯种铜鹅或武冈铜鹅与莱茵鹅杂交一代、主产于湖南省资江上游的武冈市，通常武冈鹅群分为黄铜型和青铜型两大类型，武冈铜鹅具有适应性强，抗病耐寒，容易饲养，生长速度快，体形中等，外貌清秀，体态呈椭圆形，肉质好等特点，肉质鲜美、细腻，鹅皮酥脆，卤鹅爽洁香软，黄焖鹅浓醇厚味。

## 2. 产品创新

产品创新：原本传统武冈卤味、口味选择少，外地消费者反馈部分美食吃不惯且口感过于筋道。传统卤菜属于凉拌冷卤，不易保存、过夜就会馊掉。即使使用真空包装，保质期也只能维持最多一周，且口感会大打折扣。因此为解决以上痛点，我们在食品创新方面针对线上开发新式卤味食品——自热卤味，内有加热包。可完美满足消费者即食与储存的需求。

创新方式：自热包内主菜分别是铜鹅、鸡腿、鸭腿。辅菜配有香干，卤蛋和蔬菜包，另有一包卤汁、一包辣油。自热卤味饭在目前餐饮市场上竞争者偏少，市场容量大，发展前景广阔。通过工厂流水线制作，经过真空压缩包装可以延长保质期至六个月。

## 3、产品介绍

### (1) 自热卤味饭

产品上我们学习自热米饭，同时结合武冈卤菜，采用分级售卖原理，推出基础款、升级款和豪华款三种。针对用料不同，成本不同，定价也会有所区分。

基础款主要配料：米饭、可食用纯净水、卤香干、卤瘦肉（小块碎肉包装）、蔬菜包（酸菜包或白菜包）

升级款主要配料：米饭、可食用纯净水、卤香干、铜鹅肉包（碎肉包装）、蔬菜包（酸菜包或白菜包）

豪华款主要配料：米饭、可食用纯净水、卤香干、卤蛋或者卤香肠、铜鹅翅膀或铜鹅腿（切块包装）、蔬菜包（酸菜包或白菜包）



图 3-1 自热卤味饭产品

### (2) 卤汁调味料

采用新的理念，以卤汁为调味原料。使用十九味药材熬煮，着色采用焦糖溶液，无需添加色素。加入少量盐后加入淀粉熬制粘稠状最后加入食品添加剂保鲜。卤汁作为调味品在煮面熬汤时可以增味提香，炒菜时用于勾芡，也可用于拌饭、拌粉面。少盐少油少糖，符合合理膳食原则。

## （二）市场保护措施

### 1. 加强食品安全

严格遵守《食品安全法》等法律法规和协会章程，加强行业自我约束、自我管理、自我监督，维护行业共同利益与形象，擦亮食品湘商金字招牌。在内部行动上做到建立健全行业规范和奖惩机制，促进行业诚信建设，推动行业规范发展。外部食品安全宣传上弘扬尚俭崇信的价值理念，倡导健康营养的饮食方式，推动食品安全共治共享。

### 2. 加强农商互助

本项目与湖南省武冈市养殖专业合作社、种植专业合作社建立完善的原材料供应系统，积极开办红色助农活动，提高当地经济发展，稳定居民销售渠道。不仅考虑到自身材料供应问题更为武冈农产品的销售提供了一条道路。真正做到双方互惠互利。

### 3. 加强校企合作

与母校长沙商贸旅游职业技术学院湘菜学院建立合作关系，共建工学一体化课程体系，开展项目教学，情景教学，教学观摩，提供勤工俭学的机会。以学校创业孵化基地为实践点，满足设备需求，有利于实施人才战略。

### 4. 已加入湖湘文化交流协会

本公司已加入文化与历史传承促进协会，以促进城乡历史文化保护传承为核心思想，互相交流促进湖湘文化对外传播。

为了贯彻 2021 年中共中央办公厅、国务院办公厅日前印发《关于在城乡建设中加强历史文化保护传承的意见》，本公司将建立城乡历史文化保护传承体系，创新发展线上经营模式，系统的保护和传播武冈卤味工艺文化。公司内部建立完善保护传承的管理机制。从店铺装修到各大线上平台宣传，核心主题均为地方特色工艺文化的宣传。让湖湘文化影响全国，走向世界。

### 5. 受重量级人物肯定

2007年7月，在北京首届城市运营商大会上，武冈被中国食品工业协会冠名为“中国卤菜之都”，原全国政协副主席孙孚凌亲自题词并授牌。



图 3-2 原全国政协副主席孙孚凌题词

### 6. 服务湖南“三高四新”发展战略

紧跟湖南发展脚步，积极践行构建新发展新格局，实现新作为，向着十九届六中全会提出湖南三高四新战略方向砥砺前行。作为大学生创业团体，做到在高质量发展中闯出新路子，以地方民族经济发展为己任。建立完整的经济产业链，在长江经济带发展中彰显出新格局。

(三) 研发和生产计划

表 3-1 研发生产计划一览

上游供应		中游生产加工		下游食品消费	
卤豆干（原料：盐卤、水、黄豆）	详细制作工艺	食用油-炒制冰糖-糖色-加入高汤或者高汤类配料-加入姜、葱、食盐、味精、卤料-大火烧开-小火熬制-卤水	销售	线上：电商平台/线上团购平台	线下：车站附近商店、餐饮店、超市
卤鸡腿、鸭腿卤蛋、（原料：鸡鸭腿、鸭蛋）			销售点	休闲速食卤制食品：电商平台、车站、超市、商店等	食品调味品（卤汁）：餐饮店、超市、商店等
卤铜鹅（原料：武冈纯种铜鹅或武冈铜鹅与莱茵鹅杂交一代）	注意事项	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、补充卤味</li> <li>2、过滤卤水</li> <li>3、净化卤水</li> <li>4、去除卤水的油脂</li> <li>5、卤水的保存</li> </ol>	消费对象	休闲速食卤制食品：学生、车站人群	食品调味品（卤汁）：上班族、餐饮行业



## 流程图

### 1. 上游原材料供应



### 2. 生产加工

实地拍摄武冈铜鹅

云山药材



公司提供卤汁配方和加工技术与武冈食品加工厂合作，以委托加工的方式委托生产



3. 食用方法：将米包、饮用水倒入上层盒子，撕开加热包放入底部倒温水没过发热包，将盖盒盖上等待五分钟后，将菜包撕开盖在米饭上再次盖上继续等待七分钟后即可使用



## 四、市场营销

### （一）营销方式与渠道

#### 1. 公司理念

（1）弘扬中华特色美食，让更多人了解到地方美食文化，让武冈卤味风靡全国，家喻户晓。

（2）本公司之所以选择卤菜行业，目的是为了输出武冈热卤文化的同时，把握市场风口借此脱颖而出，实现财富、梦想双丰收。

（3）践行职业教育本质，通过具体的实践操作，锻炼出可以创造社会价值的应用型人才。

（4）为行业提出自我意见看法，解决行业痛点，欣欣向荣。为武冈的乡村振兴添砖加瓦，为社会贡献出自己的一份绵薄之力。

#### 2. 公司战略

（1）初期战略：与武冈当地原材料供应商、养殖社、生产基地、下游销售网络、物流公司、老一辈卤菜制作手艺人建立合作联系。（原料、技术、生产、销售等保证）

（2）中期战略：开展超市零售，餐饮店卤汁投放。完善售后服务，提高生产率，减低生产成本，抢占市场。在此基础上，进行产品创新，加入文创元素，宣传武冈卤菜文化。

（3）后期战略：公司站稳脚跟后，紧跟乡村振兴的步伐，带动武冈当地就业，让留守儿童父母回到家乡发展，推动当地经济建设。加大寻卤人饮食文化的宣传与推广力度，参加各种餐饮博览会，扩大公司的各种宣传渠道。调整公司战略，不断提高产品的附加值，扩展产品线。在各个有潜力的地区寻求代理商，扩大公司产品市场普及率营造国际性营销网络，实现寻卤人国际化经营，努力打破区域性和集团性国际贸易壁垒。走出长沙，走出湖南，走出中国，面向全世界！

### 3. 公关营销

赠送折扣券，推荐朋友购买累计既定数即成为 VIP 客户，扩张客户圈层；节假日派发体验券、折扣券；购买用户和 VIP 用户参加抽奖活动承办大型的餐饮健康研讨活动或举行大型的餐饮健康交流会等，增加对武冈卤菜的认识。

### 4. 公益营销

在中后期资金允许的情况下赞助一些社区公益性活动的同时，成立“寻卤人”志愿者协会，通过定期公益等实际行动，既表达企业的社会责任感与担当，又使社会受众群体对本企业产生良好的印象，树立寻卤人的品牌形象。

### 5. 社区营销

采用社区营销，直接面对消费者，社区人群比较集中，宣传比较直接，可信度高，更有利于宣传；另外容易制造销售，投入少，见效快，可快速直接掌握消费者反馈信息，针对消费者需求及时做出相应的调整。

### 6. 公司优势

- (1) 公司团队是由专业对口高素质大学生人群组建。（人才优势）
- (2) 有餐饮专业及武冈卤菜熟手加入。（技术优势）
- (3) 团队已得到校方大力支持，及专业性人员指导。（支撑性优势）
- (4) 赶上扶持创新创业政策风口和新时代红利。（外部大环境优势）
- (5) 规范化的管理。（管理优势）

#### (二) 市场分析及促销策略

##### 1. 市场分析

历经两千多年历史的卤味，无论饮食文化如何丰富、演化，卤味都没有离开过餐桌，卤味浪潮从未改变，具备诱人的市场空间。随着卤味零售的高歌猛进，卤味餐饮也成为了近年来餐饮创业者的热门投资赛道，激烈的市场竞争也使得卤味不断的演化，卤味行业焕发生机。

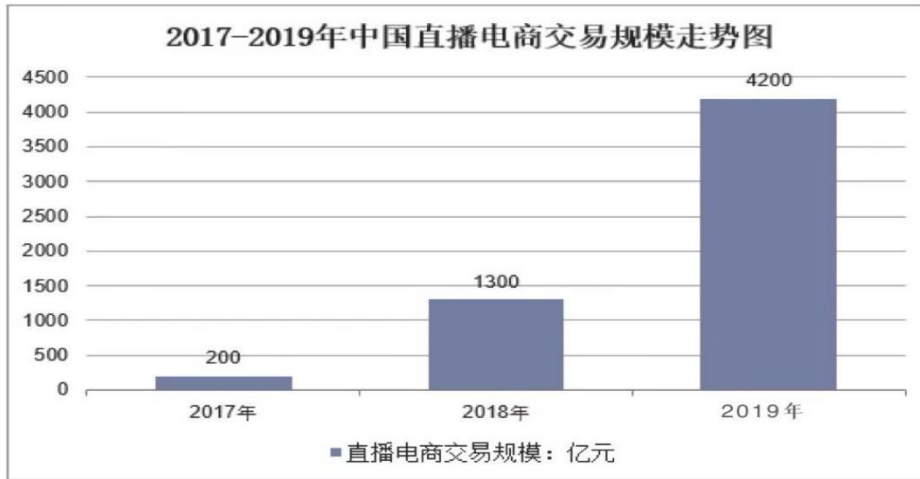
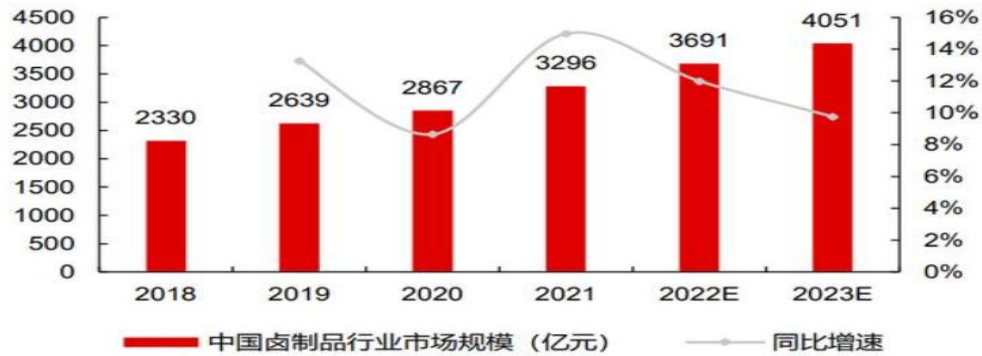


图 2：中国卤制品行业市场规模及同比增速



2016-2020年中国网络零售实物商品交易额同比增速(单位: %)

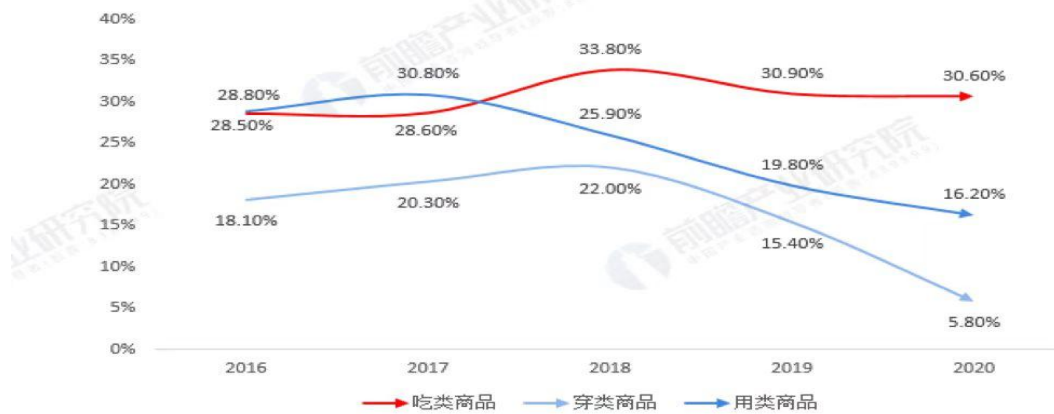


图 4-1 产品市场同比增长

## 2. 市场定位

在传统武冈卤菜文化制作理念下大胆创新，将自热理念融入进来，通过线上直播，线下车站、餐饮店卤汁投放（菜品调味）和学校附近的商店、以及超市零售自热卤菜和卤汁的销售渠道。低投入，回流快的优势。提高企业经营成功率，降低经营成本，同时利于企业在全域新冠疫情的大环境下得以生存，注入新活力。并将其背景特色文化融入进来，形成全新式特色卤菜文化，售卖产品的同时更是输出其文化。



图 4-2  
武冈市人民政府副市长尹放平直播简介推荐武冈卤菜

### 3. 行业竞争

行业竞争大，同样市场潜力巨大。目前行业较大体量的自热食品品牌分别为（莫小仙、自嗨锅、海底捞、熊娇娇等）



图 4-3 线上同类产品分析

#### 4. 盈利

现在饮食行业的利润都是挺不错的，尤其是速食美食——自热食品更加丰厚，成本低，快消方便，量大。一般来说毛利能达到百分之六十左右，除去各种开销纯利润也能达到百分之三十左右，是利润丰富的一个项目。

#### 5. 销售人员薪酬制度

本公司销售人员薪酬制度采用底薪+提成的制度。

##### (1) 薪资制度

销售经理：底薪+业绩提成+个案提成

销售主管：底薪+业绩提成+个案提成

销售代表：底薪+业绩提成+个案提成

##### (2) 提成制度

销售代表提成：店铺当月业绩必须达到 30000 元业绩，按底薪\*任务完成率+提成计算，设立团队突破奖，里程碑奖。

销售主管提成：业绩提成+个案提成+超额完成总价奖励，如果未完成当月任务，按未完成部份的 3%扣除。

销售经理提成：业绩提成+个案提成+超额完成总价奖励，如果未完成当月任务，按未完成部份 4%扣除。

#### 6. 促销策略

##### (1) 价格促销

假如是重大节日或在前期产品市场空白期时，可适当进行成本价或低利润价格售卖，给顾客让利，吸引经济型、不定性顾客，后期再进一步发展成情感型顾客。

##### (2) 优惠券促销

在营业初期，可以线上关注公众号免费领取优惠券。遇到竞争对手的低价出

击，为了抢占市场，保住客户，可以发放礼券。为了提高客户忠诚度，也可以给予老客户适当的优惠及抽奖奖励。

### （3）服务促销

服务非常关键。把服务做好（产品售后的处理），对企业的经营关系很大！在节假日时，还可以给会员寄贺卡等，并附带一些礼券。（线上券）

### （4）渠道促销

围绕“武冈卤味文化”为主题，通过选择一些新媒体（抖音、快手、微博等）开设官方运营账号，定期发布短视频或微博文案使其提高企业知名度和形象。其次可通过互联网系统，活动事件引导，直接操作等方法解决宣传问题，从而建立起我们的营销渠道。



图 4-4 寻卤人公司微信公众号二维码

## SWOT 分析

### 内部优势（S）

1. 产品拥有丰富，能满足不同地区、不同需求的消费者。
2. 食材成本不高，属于本小利大的项目。
3. 秘制配方（卤汁），味道俘获人心，保证客流。



4. 即买即食，价格亲民。
5. 高素质的经营团队。
6. 产品中部分成分属于药材，对身体有益。

#### **内部劣势 (W)**

1. 资金有限，多方面受限。
2. 正宗卤菜技术不熟练。

#### **外部机会 (O)**

1. 餐饮行业发展潜力巨大。
2. 消费者为图方便很可能选择即买即食的卤菜。
3. 卤味已经被越来越多的消费者认可，成为餐桌的常客。

#### **外部威胁 (T)**

1. 市面上存在较多知名度大的（线上自热品牌）竞争力强。
2. 消费者的口味不断变化。
3. 经营风险较大，替代品较多。
4. 新冠疫情的大环境影响。

### **(三) 价格策略**

#### **1. 需求影响定价**

当某类型产品需求量大，供应不足的时候，可适当提高价格；当供大于求时，因根据市场特征，通过降低成本等方式降低价格而保证有利可图。

#### **2. 包装影响定价**

包装的方式和材质将影响产品的定位和价格，可以以“武冈文创+趣味搞笑+正能量图文”等多内容图文为主题，制定寻卤人个性化的包装设计。

#### **3. 尾数定价策略**

在公司最初建立的时间内把新产品的价格暂定价为成本价，以赢得消费者对

寻卤人卤味食品的认可和接受。用 6、8、9、9.9、19.9、29.9 等。让顾客觉得这个没有超过十块，二十块，三十块。这种方法虽然顾客都比较“免疫”了，但是效果还是比较好的。尾数价格更有利于鼓励消费者尝试新新品，而公司则希望消费者通过试用成为公司忠实的顾客，并建立起公司良好的形象。

#### 4. 分级定价策略

分级定价，自热卤菜的每个系列分为“基础款”、“升级款”、“豪华款”三个档次。档次越高，菜品附加种类越丰富（卤豆干、卤豆腐、卤蛋、卤肠等）同样价格也越高。

## 五、财务计划

### （一）资金需求和使用

#### 1. 资金来源

通过团队注资和网络小微贷款、政策补助共形成注册资本为 30 万元。分别为团队成员自筹 10 万元，占资本的 33.3%；政策补助 8 万元，占总资本的 26.67%；网络小微贷款 12 万，占总资本的 40%。

表 5-1 公司资金结构

公司注册资本			
	团队自筹	政策补助	网络小微贷款
金额	10	8	12
比例	33.33%	26.67%	40%

注：创业团队 5 名成员，总投资共 10 万，其中陈淑娟资金入股 4 万元，占总股份的 30%；李承钰、谢娟各资金入股 2 万元，各占总股份的 15%；蒋小云、李

国亮各资金入股 1 万元，各占总股份的 7%；16%的股份留给外来资本；10%的股份预留未来员工。

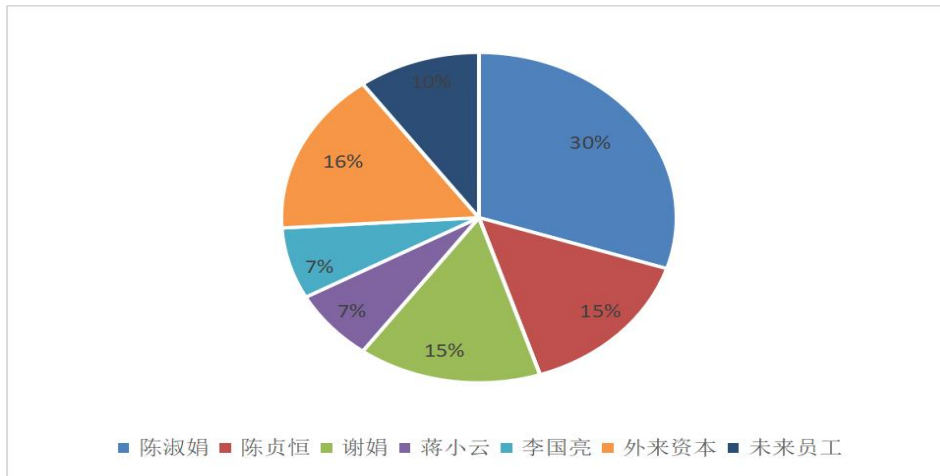


图 5-2 寻卤人食品有限公司创业团队股权分配图

公司两年期网络小微贷款 12 万，到期一次还本付息，在以后可以根据市场变动情况做出相应的调整借款。

## 2. 资金使用预算

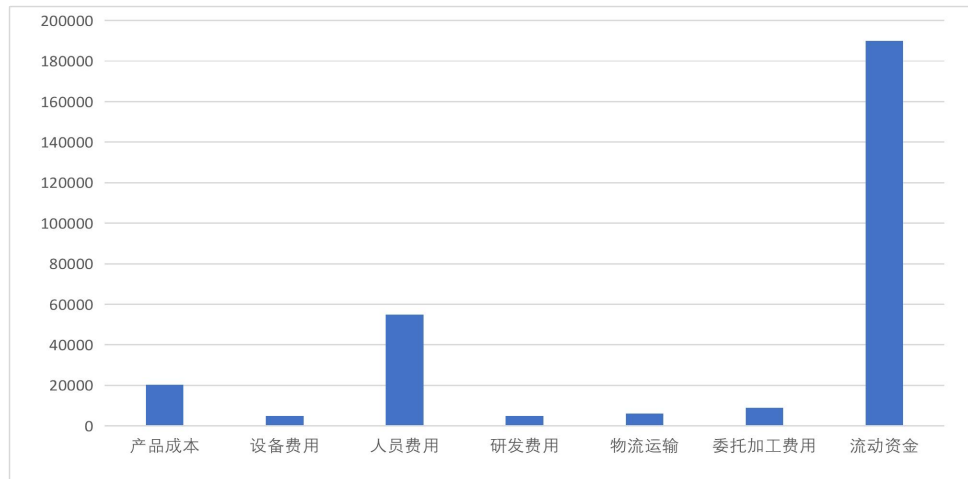


表 5-3 寻卤人餐饮股份有限公司资金需要量预测

公司第一年资金需要量预计 300000 元。所需要的材料费用 2.04 万元，直播销售及摆放产品等设备费用 0.5 万元，人员费用 5.5 万元，“自热包”技术研发费用 0.5 万元，物流运输费用 0.6 万元，委托加工费用 0.9 万元。剩余用作流动资金 19.96 万元，以备其他花费项目。

## 3. 购销计划

(1) 原材料的采购

在武冈实地考察了其价格、保鲜、优惠及运输确定原材料供应链为武冈市内的卤制品原料供应市场以及药材种植商和大米销售商。以下是市场调查表：

表 3 市场调查报价

序号	区域	采购内容	数量	报价	质量承诺
1	武冈	香干	1 斤	6.62 元	有
2	武冈	黄豆	1 斤	3.11 元	有
3	武冈	铜鹅	1 斤	12.04 元	有
4	武冈	鸡爪	1 斤	15.66 元	有
5	武冈	鸡腿	1 斤	6.54 元	有
6	武冈	猪耳朵	1 斤	16.3 元	有
7	武冈	香肠	1 斤	10 元	有
8	武冈	牛肉	1 斤	25.56 元	有
9	武冈	鸡翅	1 斤	11.71 元	有
10	武冈	大茴	1 斤	25.5 元	有
11	武冈	小茴	1 斤	26.4 元	有
12	武冈	公丁	1 斤	26 元	有
13	武冈	母丁	1 斤	7.9 元	有
14	武冈	肉桂	1 斤	17.37 元	有
15	武冈	白芷	1 斤	14.86 元	有
16	武冈	花椒	1 斤	35.45 元	有
17	武冈	山奈	1 斤	14.5 元	有
18	武冈	甘松	1 斤	28.62 元	有
19	武冈	肉蔻	1 斤	51.5 元	有
20	武冈	良姜	1 斤	18.91 元	有

21	武冈	香叶	1 斤	11.19 元	有
22	武冈	白蔻	1 斤	32.2 元	有
23	武冈	草果	1 斤	23.62 元	有
24	武冈	毕拔	1 斤	21 元	有

表 5-4 预计收益

(2) 依据之前的市场销售分析，预计收益如下：

表 5-5：销售预测表

年度	第一年	第二年	第三年
预计销售量（单）	5000	15000	25000
预计销售单价（单）	30	30	30
预计销售额（万元）	150000	450000	750000

表 5-6 2022-2024 年预计收益情况

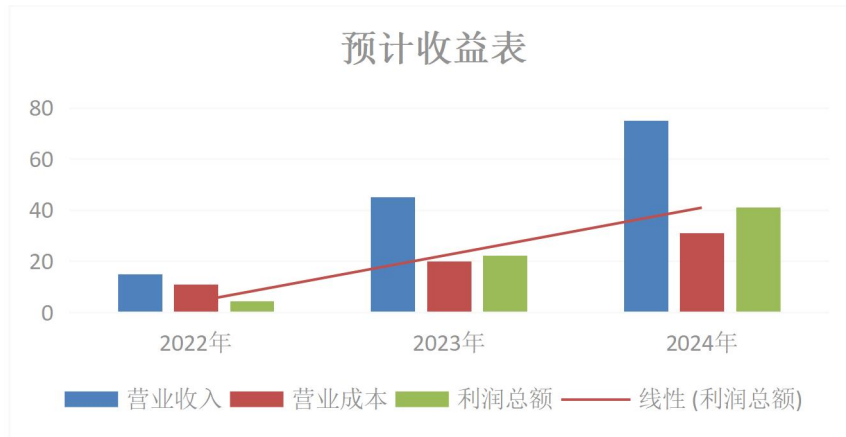
单位：万元

注：假设设备预计使用年限为 5 年，期末残值率为 5%，按直线法计提折

项目	2022 年	2023 年	2024 年
营业收入	15	45	75
减：营业成本	11	20	31
销售费用	0.5	1	2
管理费用	0.08	0.1	0.8
财务费用	0	1.73	0.1
利润总额	4.38	22.17	41.1

旧。

表 5-7 预计收益 （单位：万元）



(二) 财务分析

1. 盈利能力分析

表 5-8 寻卤人食品有限公司盈利能力分析表

项目 (%)	一月	二月	三月
销售利润率	0.18	0.28	0.37
销售毛利率	0.35	0.45	0.48
销售增长率		0.43	0.38
总资产报酬率	0.02	0.04	0.08
净资产收益率	0.02	0.06	0.07

注：第一个月销售利润率较低，二月开始的销售利润率逐渐增长且比较稳定，销售利润率越大，盈利能力越强。第二个月开始销售迅速增长，毛利率也增长，其毛利占大部分。总资产报酬率越高表示投入产出水平较高，资产运营越有效，也是盈利能力的关键。净资产收益率越高说明投资带来的收益越高，可以衡量总体盈利能力，也就是表明了股东投入资本的获利能力。

## 2. 偿债能力分析

表 5-9 寻卤人餐饮股份有限公司偿债能力分析表

项目	第一个月	第二个月	第三个月
速动比率	1.03	2.12	4.58
资产负债率	25.15%	23.23%	12.36%

注：速动比率在第一月较低是因为公司刚开始运营，需要较多的现销收入，所以赊销比例较低，后期可对长期客户适当的提高赊销比例。资产负债率自第三月起趋于平稳，且相关数值证明偿还流动负债的能力较强，一个公司的资产负债率越低，偿债越有保证，负债越安全，借钱也越容易。也就是说店铺在现金流控制良好的情况下，可以适当的扩大经济规模，有效的利用流动资金。

## 3. 营运能力分析

表 5-10 寻卤人食品有限公司营运能力分析表

项目	第一个月	第二个月	第三个月
存货周转率	0.34	0.46	0.56
营业周期	53.32	53.33	55.67

注：存货周转率基本稳定，存货周转天数不是越少越好，存货过多会浪费资金，过少不能满足流转需要，存货应该保持在一个最佳的存货水平。通过财务分析和市场调研，包括对投资额、经营成本和销售收入发生变动的分析。

## 六、风险与对策

### （一）存在的风险

#### 1. 技术及质量风险

本项目有可能出现的技术风险有技术泄密，工厂生产运行问题，产品质量瑕疵风险等。

## 2. 财务风险

由于公司的核心人员的财务专业都还处于大一学习阶段，因此公司在资金筹集、资金运用、资金积累、分配等财务活动中均会产生财务风险。财务风险是企业财务管理过程中必须面对的一个现实问题，财务风险是客观存在的，我们必须采取有效措施来降低风险。

## 3. 市场风险

本项目的市场风险主要包括同类型竞争者造成的风险，供应商供货不稳定造成的风险。

## 4. 原材料成本上升的风险

餐饮企业原材料成本占主营业务成本比重较大，原材料的价格对餐饮企业盈利有重要的影响。而原材料由于受动物疫情和自然灾害、养殖成本、通货膨胀等因素影响价格波动很大。如果未来原材料价格大幅上涨而餐饮企业不能及时将材料成本的上升消化或转移出去，餐饮企业毛利和净利润会大幅降低。

## 5. 疫情风险

2019 年底爆发的新冠肺炎疫情，对中国经济造成了影响，餐饮行业是此次新冠疫情中受到冲击最大的行业之一。根据国家统计局数据，这个行业容纳了超过 4000 万的就业人口，仅是春节 7 天全行业损失即达 5000 亿元。疫情来袭导致快递的停运，直接影响产品的销售。这是产品所面临的一个重要的不确定风险。

## 6. 外部风险

中国的餐饮业相比西方发达国家起步较晚，目前仍以中小规模企业为主，市场集中度低，整个市场竞争尚处于低级阶段，激烈的市场竞争大多仍围绕着价格和质量；但是以树立品牌、通过整合产业链来形成规模效应降低成本的趋势越来越明显，餐饮行业的竞争在逐步向高阶发展。



此外，随着我国对外开放程度不断加深，西方大型餐饮企业已经进入国内，他们无论是从企业规模、资金实力、经营理念还是技术研发能力上都远胜国内企业；同时，西方大型餐饮企业的管理层逐渐本土化，越来越了解中国的市场和文化，开发的产品也更加符合中国人的文化和口味，为更多的国内消费者所接受。随着他们市场占有率的逐渐提高，包括本餐饮企业在内的中资企业将面临更加激烈的市场竞争，餐饮企业短期内仍然面临着议价能力较弱、品牌知名度不高的问题。

#### 7. 人力资源风险

从经营特点上看，餐饮企业属于劳动密集型企业，需要相应人员与之匹配。如何使人力资源跟上业务快速发展的步伐是餐饮企业面临的一大问题。

#### 8. 食品安全风险

自2005年“孔雀石绿”事件开始，我们经过苏丹红鸭蛋、三鹿三聚氰胺毒奶、地沟油、瘦肉精、塑化剂、镉大米、毒豆芽、福喜问题肉……主食副食、鱼肉蔬菜，吃喝涉及到的方方面面，无论是苍蝇小馆还是国际连锁品牌都被爆出各种安全问题。

目前食品药品监督管理局负责“四品一械”的监管，即食品、药品、保健品、化妆品和医疗器械的审批、审查、监督管理，食品安全问题至此上升至药品同等高度。产品质量、产品安全是食品加工企业生存之道，餐饮企业生产的产品主要供消费者直接食用，产品的质量、卫生状况关系到消费者的生命健康。如果餐饮企业在原材料采购、生产、配送等过程的质量控制措施不能满足国家法律，法规以及行业的规定或消费者的需求，将可能对餐饮企业的生产经营带来不利影响。

### （二）风险防范对策

#### 1. 技术风险防范措施

(1) 技术保护与保密措施：利用专利法保护本公司的核心技术，制定严格的公司内部保密制度，细化各个环节分工，使技术人员只涉及整套技术的部分内容，防止由于技术人员的流失导致公司核心技术外泄。

(2) 技术创新与工艺创新：保持与武冈当地的卤菜老手艺人进行合作交流，加强技术和生产工艺的创新，用新技术和新工艺作为公司的核心技术保障，确保公司的技术处于行业领先水平。

(3) 做好产品生产及质量检测的管理控制环节。

## 2. 财务风险防范措施

(1) 公司管理人员必须进一步学习相关的财务知识，公司的财务工作也可以先聘请专业人员来完成。

(2) 保证公司的资金来源，严格控制公司负载率。通过风险投资，销售股份，商业贷款等方式保证公司的运行资金充裕，同时严格控制公司资产负债率。

(3) 在合同中严格规定付款方式和付款期限，项目组适时向公司财务部门报告工作进度，财务部门及时通知客户方付款，从而减少应收款项，尽力避免坏帐出现。

## 3. 市场风险防范措施

(1) 做好技术保护与保密措施，提高研发能力；进一步改善售后服务质量；改善生产工艺降低产品价格，提高产品的市场竞争力。

(2) 选择货源稳定，信誉较好的供应商，并做好交易合同，应用法律约束减小风险。

## 4. 原材成本上升防范措施

1. 调整产品结构，以价格稳定的原材料为主。

2. 建立制度，避免浪费。从菜品的粗加工环节开始，最大程度避免浪费。

3. 检视运营流程，缩减成本。并做出精准预算，从中找出可以再缩减人力、

物力的地方。

#### 5. 疫情风险防范措施

1. 开源节流，开拓市场，节约成本开支，收拢企业资源，将其整合。
2. 时刻跟踪疫情形式动态。
3. 时刻关注党中央政府明文条令公示，了解并把握机会，依托政府扶持，度过难关。

#### 6. 外部风险防范措施

1. 整合资源，围绕“价格”和“质量”，树立品牌，加大特色文化宣传力度，打开企业知名度。
2. 积极创新，用好的产品，好的服务，好的理念。抵御外部威胁，提高企业竞争力。

#### 7. 人力资源风险防范措施

1. 餐饮企业通过提高一线员工福利待遇吸引新员工和技术骨干的加入。
2. 建立良好的企业价值观，让员工认同企业文化，并以此维系企业与员工之间的关系。

#### 8. 食品安全风险

##### 一、人员管理

1. 仪容仪表及健康状况检查。这里指从业人员要有健康证明，工作期间没有传染病症状，不得佩戴任何饰品，佩戴发网帽子口罩等。
2. 洗手消毒。执行正确的洗手流程，牢记必须洗手消毒的情形，整点洗手消毒提醒。

##### 二、设备管理

1. 检查确认设备工具的清洁。设备工具是否有霉斑和生锈的情况。
2. 检查设备运转状况。包括设备的性能及温控，产品的温控。

3. 设备的清洁消毒。

### 三、物料管理

1. 确认食材品质和有效期检查。保证采购渠道的资质，正确储存食材。

2. 避免食品交叉污染。食品交叉污染的渠道有很多，它可以通过食品加工者，通过加工环境、工具和食品间的接触引起。

3. 做好食品食材的异物防护。

4. 特殊食材加工。要设专人专岗，要亲自监督确认。

5. 食品添加剂使用。专人专柜，严格控制使用。

### 四、环境管理

1. 生产加工线的垃圾处理。要正确的配备和垃圾箱，且避免手部肢体直接接触垃圾箱，及时清理垃圾箱。

2. 定期打扫产品仓储库及消毒卫生。

2. 虫鼠害的预防和处理。发现迹象要及时处理，要专业人员及时处理，避免私自使用杀虫饵剂。

## 七、团队介绍

### （一）主要团队人员介绍

总经理：陈淑娟，女，中小企业创业与经营专业，性格坚韧，湖南省寻卤人食品有限公司领衔人，是校内创业精英班的一员。具有相关的创业基础知识和计划创业的经验。并且有很强的语言组织能力，曾参加校内辩论赛，荣获校级团队二等奖。具有强烈的家族使命感，武冈非物质文化遗产继承人，从小做卤味，熟知个中具体工艺。舅舅开了一个大规模的本地铜鹅养殖基地。对武冈卤味食品、渠道有充分的了解。

采购经理：谢娟，女，餐饮智能管理专业。湖南省寻卤人食品有限公司采购负责人，优秀团员，个人性格大方自信，能言善道。专业课成绩优秀，对卤味食

品行业兴趣广泛。会做饭、有使用高压锅做卤味的经历。头脑灵活，思路清晰。堂哥目前在武冈市都梁路开店售卖卤味兼营铜鹅。曾在堂哥的卤味店做过兼职熟知卤味所需材料和制作过程

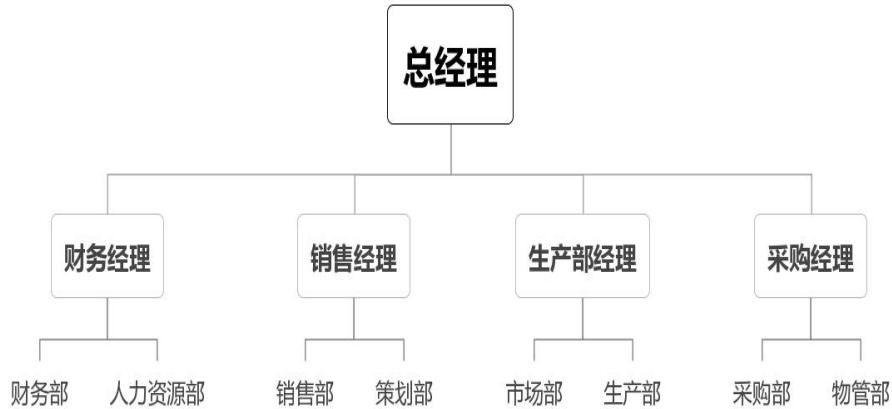
销售经理：李国亮，男，市场营销专业。湖南省寻卤人食品有限公司营销负责人，自信阳光，擅长语言沟通，有积极进取和创新精神。工作上认真负责，能够高效率完成任务策划活动方案及营销方案类不下 30 次。对策划制作及演讲有较高的应用能力水平。在 Word 应用及计算机操作上，具有基础的知识运用能力。高中三年内，荣获过“三好学生”“优秀班干部”“社团先进个人奖”等数十个荣誉证书。就读大学之后也去过卤味店当过兼职生，了解一定卤味方面知识。

生产经理：陈贞恒，男，餐饮智能管理专业。湖南省寻卤人食品有限公司生产研发负责人。个人性格开朗活泼，有很强的集体观念。对食品行业充满向往。作为团队的技术骨干对待工作认真刻苦，面对问题思路清晰，对团队起到支撑的作用。除专业技能外还掌握了熟练的 PS 技能，是一名平面设计师。个人有卤味的制作经验，同时从小就对卤味充满着喜爱。我有线上卤味课程，对制作过程基本熟悉，在家中有过独自制作卤味给家人品尝且获得好评。

财务经理：蒋小云，女，大数据与财务管理专业。湖南省寻卤人食品有限公司财务负责人。个人有吃苦耐劳的品质。乐观向上、动手能力强、有着一定的组织能力和电脑运用能力。来自邵阳，自小也听说过武冈卤味的大名。也去过武冈本地品尝。社会阅历丰富：奶茶店兼职、电话销售、客户拦截、发传单等，锻炼了我的沟通交际能力。加入了学校心理健康协会及校团委。是学校心理健康协会的 21 届会长以及校团委的一名干事，锻炼了我的组织能力以及思考能力。

## （二）组织结构及职责

### 1、组织结构



#### （1）总经理职责

①全面负责处理公司的总体事务，和公司全体员工共同努力，及时完成公司所确定的各项目标。

②制定公司的管理目标和经营方针，包括制定各种规章制度和服务。制定市场拓展计划，带领经营计划人员进行全面的拓展经营。制定公司一系列价目，如材料采购、劳保等。详细阅读和分析每月报表，检查经营状况与计划的完成情况，并采取对策，保证公司业务顺利进行。

③建立、健全公司的组织管理系统，使之合理化、经简化、高效。针对各种问题进行指示和批评。传达政府的有关指示、文件、通知，协调各部门之间的关系，使公司有一个高效率的工作系统。

④健全公司的财务制度。阅读分析各种财务报表，检查分析每月营业情况，督促财务部门做好成本控制、财务预算等工作。

⑤具有预测风险的能力，定期巡视各工程部门的工作情况，检查服务态度及服务质量，及时发现问题、解决问题。

⑥决定公司机构设置、员工编制及重要人事变革。负责公司管理人员的录用、考核、奖惩、晋升等。

#### (2) 财务经理职责

负责协助总经理制定公司发展战略；负责公司的资金运作管理，日常财务管理与分析，资本运作，筹划策略。以及项目的成本核算和控制；负责公司财务管理及内部控制，根据公司业务发展的计划完成年度财务预算，并跟踪执行情况；负责公司全面的奖金调配，成本核算，会计核算和分析工作。管理与银行，税务，工商及其他机构的关系，并及时办理公司与其之间的往来。

#### (3) 销售经理职责

首先参与公司营销策略的制订，负责制订公司年度、季度销售计划，组织完成公司年度销售目标，制订公司销售预测计划，参与公司生产计划的制订，考核直属下级并协助制订绩效改善计划。负责拜访本区域的重要客户，监督、检查销售员对客户的定期访问情况，随时了解客户要求；及时处理客户异议和投诉，以提高客户满意度，建立长期、良好、稳固的区域客户关系；回款管理以及其他销售特殊情况处理

#### (4) 生产部经理职责

依据成本、质量和数量的规划计划、指导和协调产品生产活动和原材料的供给。为供应、材料、和人力资源制定预算并且审批支出。作为一个生产经理，其工作目标就是保质、保量、按时完成公司交给的生产任务，提高部门工作效率，降低生产成本，增大公司的利润空间，从而提高公司产品在市场的竞争力，为公司的发展提供好的保障。负责管控机器设备和整个生产流程，能及时处理生产的异常状况。格外注重负责抓安全生产、现场管理、劳动防护、环境保护等专项工作。

#### (5) 采购经理职责

决定合适的采购方式。制定并确认产品说明书,操作手册和操作术语以及产品合格标准。负责供应商的调查和实地勘察。维护潜在供应资源,负责采购合约与订单的起草,签发以及管理。根据需要采取相应的应急行动或进行后续跟踪。检查供应商提供的样品,对产品进行测试。严把采购质量关,确保到仓库的产品都符合国家有关规定。协助有关部门妥善解决使用过程中出现的问题。解决与供应商在合约上产生的分歧以及支付条款问题。负责并确保所采取的采购行为符合有关政策,法规和道德规范。按时按量按质完成采购供应计划指标,积极开拓货源市场,货(价)比三家,选择物美价平的物资材料,完成下达的采购任务。

### 3. 组织规章制度

#### (一) 企业基本制度

##### 1、食品加工车间卫生管理制度

制定食品加工人员和食品生产卫生管理制度以及相应的考核标准,明确岗位职责,实行岗位责任制。根据食品的特点以及生产、贮存过程的卫生要求,建立对保证食品安全具有显著意义的关键控制环节的监控制度,良好实施并定期检查,发现问题及时纠正。

制定针对生产环境、食品加工人员、设备及设施等的卫生监控制度,确立内部监控的范围、对象和频率。记录并存档监控结果,定期对执行情况和效果进行检查,发现问题及时整改。

制定清洁消毒制度和清洁消毒用具管理制度。清洁消毒前后的设备和工器具应分开放置妥善保管,避免交叉污染。

##### 2、厂房及设施卫生管理

厂房内各项设施应保持清洁,出现问题及时维修或更新;厂房地面、屋顶、天花板及墙壁有破损时,应及时修补。生产、包装、贮存等设备及工器具、生产用管道、裸露食品接触表面等应定期清洁消毒。



## （二）企业管理制度

员工日常工作制度：

一、遵守工作纪律,按时上下班,做到不迟到、不早退。

二、按规定着装,保持良好形象。

三、工作中不准嬉笑打闹,不准聊天、私活、吃零食、玩手机。

四、客服线上交流态度应友善、耐心,不可与客户发生争执,违者重罚。

五、休事假或公休要提前请假,按服务区《考勤和请销假制度》执行。

六、爱护设施、设备,人为损坏,照价赔偿。

七、日常工作中做到严肃认真、团队协作、推陈出新。

八、做到三高（高标准、高要求、高质量）；三勤（嘴勤、手勤、腿勤）；

三满意（消费者满意、客户满意、自己满意）

### 4. 总结团队不足

#### （1）市场经验不足

团队整体缺乏社会经验和创业经验。对市场行情等都不太了解,有的时候,针对相对的问题在处理方法上缺乏相关的经验,有的时候对一些风险的把控会超出自己的预期。

#### （2）细节把握差

团队缺少市场的敏感度,每个创业的细节都是必不可少,不可或缺的,但是我们针对一些细节问题考虑不够周到,无法实现面面俱到,不可避免的出现一些矛盾之处。

#### （3）抗压力差

作为大学生创业群体,缺乏社会实践,如若面临创业失败。也就容易被创业失败带来的影响所左右。

### 5. 解决对策

在线上通过网课资源学习，线下跟其他创业团队多交涉，跟老师多请教。做到在实践中学习，经过高强度的工作锤炼后，提升抗压能力、加强细节管理。

## 八、发展预测

### 1. 未来三年预期发展形势

(1) 初期战略：与学校校企合作，借助长沙商贸旅游职业技术学院的餐饮科研技术支持，进一步提高寻卤人项目的技术实力，为以后开展加盟业务作准备。同武冈本地食品加工厂合作，以承包方式生产产品，以武冈食品厂为货源地发货。公司内部初步建立高效的管理制度；外部进行低成本宣传，采用立体式宣传战略：项目和服务导入市场，拓展市场容量，树立品牌形象，线上利用网络资源、开网店，做直播，入驻各大买菜平台负责销售产品、线下去超市、各大餐饮店面推销配送。

(2) 中后期战略：建立以湖南省长沙市地区为中心的加盟品牌；调查、研究适合本服务和当前长沙市场状况的销售网络；运营模式，提升管理水平、优化管理模式；准备开发相关服务。加强与其他的热卤企业进行交流与合作（如：王小卤和盛香亭热卤等）。在武冈本地建立一体化工厂，提高产品附加值。加大寻卤人饮食文化的宣传与推广力度，参加各种餐饮博览会，扩大公司的各种宣传渠道。调整公司战略，在各个有潜力的地区寻求代理商，走出长沙，走出湖南，走出中国，面向全世界！

### 2. 未来三年的发展目标

三年内的总体目标：

注册个体工商户，建立网络经营体系

建立完整的原材料供给产业链

在武冈建立工厂

成为自热卤味饭行业的领跑者

形成可持续发展实力

三年内总销售量争取达到 41250 件，实现总收入 135 万，总利润 60.59 万  
未来三年发展计划表

时间	发展阶段	重点任务	发展目标
2022 年 10—12 月	起始期	建立初步网络经营体系，利于线上开办网店、注册成为个体工商户，完成下半年销售量 1250 件，实现盈利 4.32 万，内部建立完整的奖惩制度，提升工作效率。外部利用创新的技术和理念，把握市场机会。提高企业的服务质量。	筹建阶段尝试运行，完成投产和初步发展。在校周边餐饮消费占有 1% 市场份额。
2023 年 1 月—12 月	成长期	完善经营网络建设、建立客户档案、提高企业生产自动化水平。全年销售量突破 15000 件，实现盈利 22.17 万，建立完整的原材料供给产业链。加深与武冈合作联系。	逐渐进入稳定阶段，在速食米饭市场有一定知名度
2024 年以后	稳定期	预计技术稳定成熟，宣传并教授热卤技术，带动本地农民就业创业，全年销售突破 25000 件，实现盈利 41.1 万，在武冈本地建立工厂，拓展空间、提升业务水平。形成可持续发展实力。	步入长期稳定发展阶段，成为自热卤味饭的领跑者。

### 附件内容：



附件1.docx



附件2.docx

## 九、学校初赛意见

### 创新点及推选理由

1、该项目 2022 年 3 月份在校食堂进行试卖实践，且获 2022 年度校级创新创业大赛一等，可行性得到专家高度认可。

2、该项目属于湖南省第二批手工技艺类非物质文化遗产。以传统传承为核心，结合热卤和自热概念，开发新式武冈特色自热米饭。该项目在速食领域具有广阔的发展空间。

3、该项目致力于乡村振兴，经营理念围绕带动就业，让更多孩子有父母陪伴在身边。从原材料采购到生产再到最后的销售环节，主要围绕武冈形成一个供应、生产、销售三位一体的供应链。

4、该项目顺应当代餐饮市场的潮流，除产品本身药卤养生的特点外，在价格上满足学生平价需求、解决了上班族时间迫切和带饭不便的痛点。

5、该项目利用武冈云山独特的地质优势，促进云山优质药材销售，增加农民收入、加快农业产业化发展。

综上所述，经学校专家组会议研究，学校同意推荐该项目参加 2022 年湖南省黄炎培创新创业大赛。

学校初赛负责人：

年 月 日

