

南通职业大学

毕业设计（论文）

类 型： 毕业设计说明书 毕业论文

题 目： 孕味餐厅创业计划书

学生姓名： 周洋

指导教师： 唐欣然

专 业： 旅游管理

时 间： 2015 年 4 月

目 录

摘 要	1
Abstract	2
1 执行总结	3
1.1 创业背景	3
1.2 餐厅简介	3
1.3 市场分析	4
1.4 营销策略	4
1.5 组织形式	4
1.6 投资与财务	4
2 餐厅介绍	5
2.1 餐厅简介	5
2.2 餐厅 LOGO	5
2.3 经营理念	5
2.4 产品概念	5
2.5 餐厅选址	6
2.6 餐厅布局	7
2.5 餐厅菜谱	8
3 市场分析	20
3.1 目标市场	20
3.2 竞争分析	25
3.3 市场拓展策略	25
4 市场营销	28
4.1 产品策略	28
4.2 价格策略	28
4.3 销售渠道	29
4.4 促销策略	29
5 组织管理	32
5.1 组织结构	32
5.2 部门职责	32
5.3 管理制度	33
5.4 招聘培训	34
6 融资方案	35

6.1	资金需求与公司发展轨迹	35
6.2	融资计划	35
6.3	股本结构和规模	35
6.4	资金运用计划	35
7	财务分析与预测	38
6.1	基本财务假设	38
6.2	财务预测	35
8	风险预测及防范	41
8.1	市场反应冷淡	41
8.2	潜在竞争这进入	41
8.3	成本控制风险	41
8.4	食品安全风险	411
9	风险投资的退出	42
9.1	首次公开上市	42
9.2	股份转让	42
9.3	其他方式	42
10	附录	43
10.1	问卷调查	43
10.2	男女服务员服装	44
	参考文献	45
	致谢	45

摘要

孕期的膳食是否科学合理不仅关系到孕妇自身健康，对下一代的健康也有重要影响。孕妇群体在饮食消费时，也更加注重安全、健康、科学。“孕味餐厅”创业项目聚焦年轻的孕期女性人群，定位专业的孕育妈妈餐饮服务，以提供个性化、人性化的服务为经营理念，通过专业化、多样化、高品质餐饮产品服务，逐渐树立起孕妇膳食专家的品牌形象，该创业项目具有巨大的市场潜力和发展空间。本创业计划书从餐厅介绍、市场分析、营销策略、组织机构、融资方案、财务分析、风险预测和风险投资退出等多个方面对“孕味餐厅”创业方案进行了描述。

关键词：孕味餐厅，孕妇，创业计划，南通

Abstract

The scientific and reasonable diet during pregnancy is not only related to the health of pregnant women themselves, but also has important influence on the health of the next generation.. The maternal group in the food consumption, also pay more attention to the safety, health, science. Pregnant taste restaurant venture focused young pregnant women population, birth to locate a professional mother catering service, to provide personalized and humanized service for the business philosophy, through specialization, diversification, high quality food and beverage products and services, and gradually establish pregnant women dietary expert of brand image, the poineering project has huge market potential and development space. This business plan from the restaurant introduction, market analysis, marketing strategy, organization, financing options, financial analysis, risk prediction and risk investment exit multiple aspects of pregnant taste restaurant business plan are described.

Key words: Pregnant Taste Restaurant; Pregnant woman; Business Plan; NanTong

1 执行总结

1.1 创业背景

近年来，我国餐饮行业一直保持了较快的发展势头，经营特色化和市场细分化趋势日益明显，汽车餐厅、儿童餐厅、老年餐厅等主题特色餐饮应运而生。与此同时，孕妇作为一个特殊的消费群体，也逐渐被重视，孕期的膳食是否合理、科学不仅关系到自身健康，对下一代的健康有重要的作用。而另一方面，大多数年轻的准妈妈缺乏经验，不会合理的补充营养，一些孕妇一味补充等某一种营养物质而导致营养不足，还有一些准妈妈由于工作繁忙没有过多时间和充足的精力为自己准备合理的饮食搭配来补充营养。因此，开办一家孕妇营养主题餐厅，定位专业的孕育妈妈餐饮服务，聚焦服务年轻女性人群，在保证营养套餐的营养和专业性，充分照顾到孕妇特殊生理时期的口味和营养搭配，具有巨大的市场潜力和发展空间。

1.2 餐厅简介

孕味餐厅是一家致力于为孕妇人群提供科学健康饮食的主题餐饮企业，本餐厅以满足孕妇特殊的营养需求为服务核心，以提供个性化、人性化的服务为经营理念，通过专业化、多样化、高品质餐饮服务，逐渐树立起孕妇膳食专家的品牌形象。

本餐厅注册资金为人民币 50 万元，餐厅位于南通市中南世纪城。

1.3 市场分析

政策分析为出发点，将市场分析分为宏观和微观两个方面，在宏观分析中，主要对政治环境、经济环境和社会环境进行了阐述，在微观分析中，对市场调查及调查结果进行描述；其次，对目标市场进行分析，进行了市场定位；再次，对竞争状况进行了分析；最后，提出了企业的发展战略，餐厅的发展战略分为四个阶段，各个阶段的目标如表 1-1 所示。

表 1-1 企业发展战略图

阶段	年限	市场基础	目标
起步阶段	2015—2016	以南通为基础市场	提高餐厅服务质量，扩大客源
发展阶段	2016—2017	占领南通市场，在南通建立连锁餐厅	树立餐厅自己的良好品牌形象，使其产生品牌效应
开拓阶段	2018-2019	开拓南京、苏州、无锡等周边城市市场	占领江苏市场成为江苏省著名的孕妇连锁餐饮品牌

完善阶段	2020—	全国的一、二线城市大力发展孕妇连锁餐厅	开拓全国市场，成为全国著名的孕妇餐饮连锁企业。
------	-------	---------------------	-------------------------

1.4 营销策略

主要分价格策略、产品策略、销售渠道、促销策略四个方面展开。其中促销策略包含了广告、人员推销、营业推广、公共关系等四个方面。

1.5 组织形式

餐厅将采取扁平式组织结构进行管理，如图 1-1 所示。

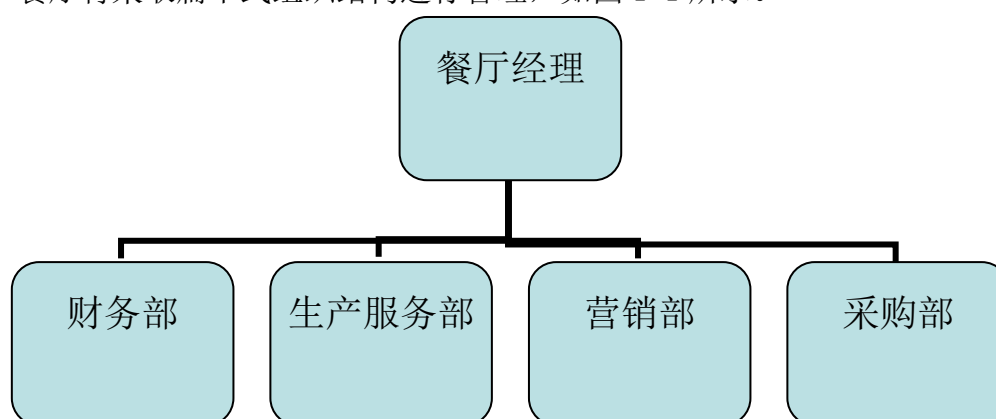


图 1-1 公司组织结构图

1.6 投资与财务

公司第一次融资计划引进总金额为 50 万人民币的投资，其中成员自筹资金 20 万元，拟吸引 1-2 家风险投资 30 万元。公司预计在 2016 年 6 月达到收支平衡，2016 年下半年实现逐步盈利，第二期计划融资 500 万，主要用于全国市场拓展以及上市准备。

2 餐厅介绍

2.1 餐厅简介

孕味餐厅是一家致力于为孕妇人群提供科学健康饮食的主题餐饮企业，本餐厅以满足孕妇特殊的营养需求为服务核心，以提供个性化、人性化的服务为经营理念，通过专业化、多样化、高品质餐饮服务，逐渐树立起孕妇膳食专家的品牌形象，呵护和引导准妈妈们科学饮食，促进宝宝健康成长。

2.2 餐厅 LOGO



图 2-1 餐厅 LOGO

LOGO 说明：

餐厅 LOGO 图案中的孕妇形象代表本餐厅是专为孕妇开设的营养主题餐厅；LOGO 整体选用绿色为基调，给人以自然健康、生机勃勃的感觉，也让人对新生命的诞生充满无限希望，这也正是本餐厅向人们所传递的。整个图案构图新颖、图形设计简洁流畅，色彩明快清新，有较强的视觉吸引力。

2.3 经营理念

本着“诚心、爱心、信心、热心、专心“的经营理念，对产品和服务的品质精益求精，力求通过全体员工的共同努力能够为准妈妈们提供最健康营养的食物，让准妈妈们享受到最温馨的环境，给准妈妈们最贴心的关怀。

2.4 产品概念

本餐厅核心产品以卫生、营养、科学为开发理念。首先作为一个餐饮企业，对食物进行严格的质量控制，进货源可靠，严把采购关，在城市近郊设立专门的供应基地，

采购绿色食品、有机食品和无公害蔬菜，保证食品原料的新鲜卫生。保障食品加工、贮存、销售、配送等环节的卫生安全，做好餐厅卫生管理工作。在严格卫生控制的同时，力求配餐的营养、科学。在顾客需求的基础上，为其提供专业化的咨询与建议，合理搭配餐点，保证孕妇营养摄入的均衡，在烹饪过程中科学制作，遵循低盐、低脂低、低糖的原则，绝不添加防腐剂和添加剂，不放味精或鸡精等调味品，避免提供过分油腻和刺激性强的食物。最后，送餐服务中，送餐时间（从客人订餐到送餐上门）力求压缩在 1 小时以内，同时随着公司的逐步发展不断压缩时间，力求在最短的时间内送餐上门，送餐过程中食物保存在专业的保温箱内。

本餐厅形式产品包括舒适温馨的用餐环境和高品质的服务。与普通餐厅相比，本餐厅环境的装饰布置、设施设备的安装都是从孕妇的生理及心理需要出发，如墙纸灯光的颜色、防滑地板、带扶手的餐椅等诸多细节，让顾客产生宾至如归之感又能体现出餐厅环境特色。在服务上，每一位员工都将以最大的热情服务于每位客户，按照专业的操作流程及严格的质量标准向客户提供安全、细致、周到的优质服务。

本餐厅的附加产品包括知名孕婴营养专家讲座、孕期档案建立、孕期健康饮食指导等。孕期健康饮食指导，免费提供专业化的孕期饮食指导，合理规划客户的每日膳食等。建立用户数据库，对重要客人进行建立孕期档案，记录客人的身体状况、营养情况、调理方案等信息，为其提供更好的膳食指导服务。

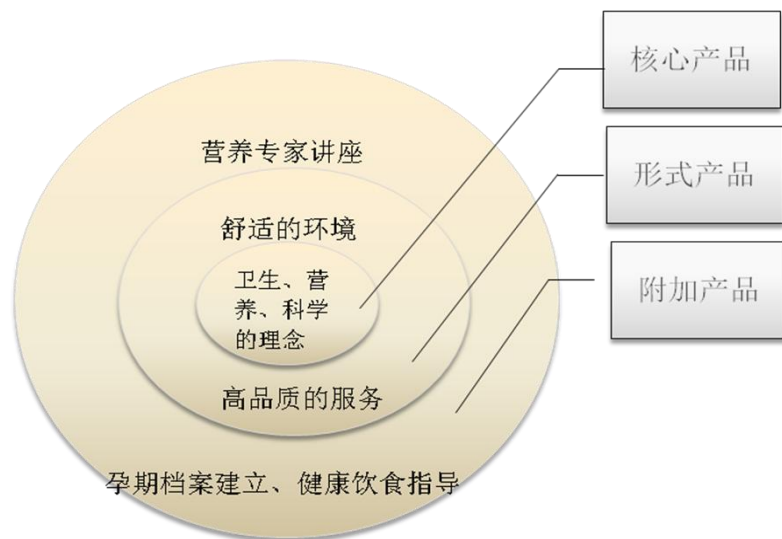


图 2-2 餐厅产品构成图

2.5 餐厅选址

地址选定： 孕妇人口密度较小，孕妇行动不便，因此孕妇不太爱出门，这给餐厅的选址增加了难度，针对这一情况我们选择将餐厅建在地段繁华的南通市新区中世纪城区域。中南世纪城地处新区中心，附近有南通市妇幼保健院与和美家妇产科医院，孕妇客流稳定频繁；地处城市商业中心、居民聚居区、商务集聚地，周围交通便利，客流量

大，消费水平高，有着巨大的消费潜力。

规模：200 m² 左右或可根据具体设计而言，能同时容纳五十人左右的同時用餐。



图 2-3 餐厅选址示意图

2.6 餐厅布局

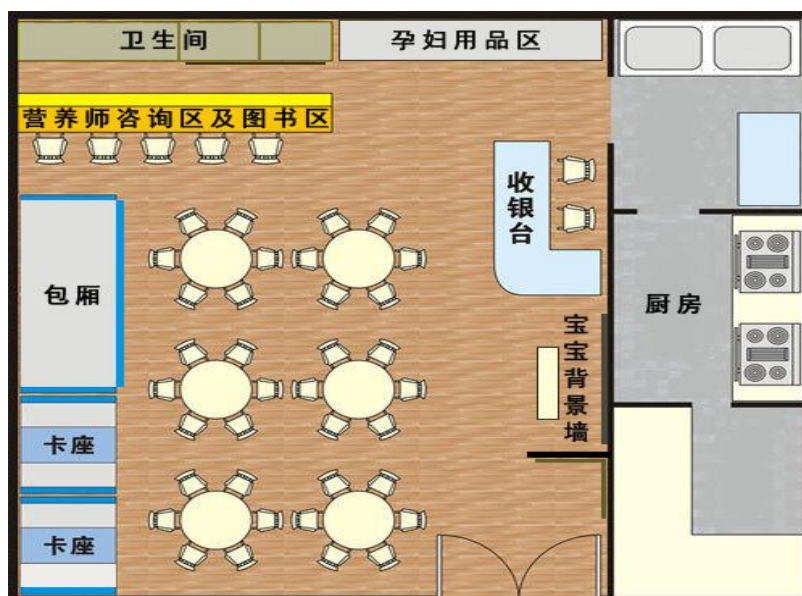


图 2-4 餐厅布局平面图

餐厅设有大厅、包厢、咨询室、孕妇用品区、图书区、厨房等区域。如图 2-4 所示。

(1) 大厅

与普通餐厅布局相比更加宽敞，不显得拥挤。环境上偏向宁静温馨，用暖色调，餐厅里保持光亮，光线柔和不刺眼，装修材料采用绿色环保材料，保证室内空气达标。地上铺上原木色地板，干净而温暖，比地砖更为防滑，比地毯更不易吸附灰尘。餐桌、座

椅均无棱角或用布料包边。餐椅上配有相应的靠垫，便于孕妇调整舒适坐姿，帮助消除孕吐。相邻两桌间距较大，桌椅间距便于调整。

餐厅内播放轻柔、温馨胎教音乐，让孕妇感到放松的同时，刺激胎儿听觉器官的神经功能，刺激胎儿的脑部成长。在餐厅设置一个图书角，放置一些孕妇相关书籍和杂志，且定期更新。餐厅中留两面墙，一面挂上宝宝照片，用作宝宝照片背景墙，强调孕妇餐厅的主题；另一面墙，用作准妈妈们们的留言墙，准妈妈们可以把自己对宝贝的话写在便利贴上，再贴到墙上与他人分享。

（2）包厢

包厢环境温馨典雅，可供孕妇休息。

（3）卫生间

设有男女厕所，女厕均采用坐式马桶，提供一次性马桶圈垫纸。地面铺防滑地砖，增加防滑垫和扶手。

2.7 餐厅菜谱

（1）粥类

海参粥：



图 2-5 海参粥

功效：清淡又开胃，够增强人体的免疫力，且海参含有丰富的 DHA 能够促进胎儿脑神经细胞发育。

黑糯米粥：



图 2-6 黑糯米粥

功效：此粥具有止呕作用，适于有妊娠反应的孕妇食用。

鸡丝粥：



图 2-7 鸡丝粥

功效：养血安胎。适用于妊娠胎动不安、小腹坠痛，是孕妇安胎保健佳品。

枣桃粥：



图 2-8 枣桃粥

功效：补脾益胃、利水消肿，对妊娠水肿有一定疗效。

黑鱼粥：



图 2-9 黑鱼粥

功效：健脾益气，润肠通便。

(2) 面食

番茄猪肝菠菜面：



图 2-10 番茄猪肝菠菜面

功效：易于消化，营养均衡，适合孕妇食用。

全麦燃意面：



图 2-11 全麦燃意面

功效：含有花生和核桃等坚果，钙含量极高，可以促进生长发育。

北方糊塌子：



图 2-12 北方糊塌子

功效：鸡蛋含蛋白质、脂肪、矿物质及多种维生素，促进胎儿大脑发育。

鲜香担担面：



图 2-13 鲜香担担面

功效：营养丰富，清肠通便。

(3) 点心

果仁甜甜圈：



图 2-14 果仁甜甜圈

功效：适量食用不加添加剂的甜甜圈，能够提高“胃”动力。

南瓜饼干：



图 2-15 南瓜饼干

功效：孕妇多吃南瓜，有利于促进胆汁分泌，免受粗糙食品刺激，加强胃肠蠕动，帮助食物消化。

田园南瓜星星饼：



图 2-16 田园南瓜星星饼

功效：南瓜所含果胶还可以保护胃肠道粘膜，提升孕妇食欲。

马芬蛋糕：



图 2-17 马芬蛋糕

功效：美味可口，孕妇日常零食。

（4）饮品

核桃芝麻豆浆：



图 2-18 核桃芝麻豆浆

功效：将核桃与黑芝麻的高蛋白营养汇于豆浆中，味道清香，营养丰富。

黄豆红米糊：



图 2-19 黄豆红米糊

功效：富含蛋白质及矿物元素等，以及人体 8 种必需氨基酸和天门冬氨酸、卵磷脂、可溶性纤维、谷氨酸和微量胆碱等营养物质。

菠萝甜橙汁：



图 2-20 菠萝甜橙汁

功效：橙子富含维生素，是上火的准妈妈的很好选择。

玉米汁：



图 2-21 玉米汁

功效：玉米含有大量维生素 E，可增强人的体力和耐力，常吃玉米制品可提高免疫力。

梨藕汁：



图 2-22 梨藕汁

功效：酸酸甜甜的梨藕汁不仅味道可口，有助于开胃，更能去火去燥，十分滋润，是防孕吐佳品。

雪梨蜂蜜苦瓜汁：



图 2-23 雪梨蜂蜜苦瓜汁

功效：雪梨和蜂蜜搭配，能够最大限度地降低苦涩的味道，而且还可以祛火、清热去燥。可以防止孕妇便秘。

黑豆核桃蜜奶：



图 2-24 黑豆核桃蜜奶

功效：豆类的食品有大量的蛋白质，妊娠期吃黑豆也是一个很好的选择。

(5) 菜肴

炸酱排骨：



图 2-25 炸酱排骨

功效：营养全面，补充蛋白质和钙质。

培根土豆饼：

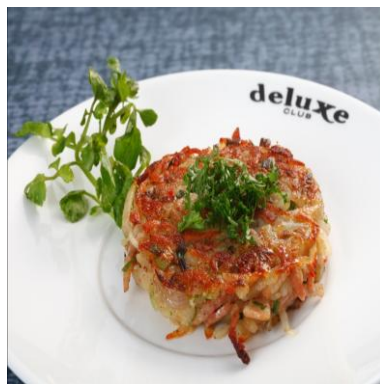


图 2-26 培根土豆饼

功效：土豆含有丰富的维生素、纤维素、蛋白质、脂肪和淀粉。培根有健脾、开胃、祛寒、消食等主要功效。

凉拌牛肚：



图 2-27 凉拌牛肚

功效：牛肚性平、味甘，归脾、胃经，有补虚、益脾胃的作用。

浇汁山药盒：



图 2-28 浇汁山药盒

功效：山药补中益气，适合全家人食用，尤其适合女性补气养血暖手脚。

鸡肉起司卷：



图 2-29 鸡肉起司卷

功效：香脆诱人，有助开胃，能给人体补充营养，全面提高孕妈身体素质。

甜豆炒鲜贝：

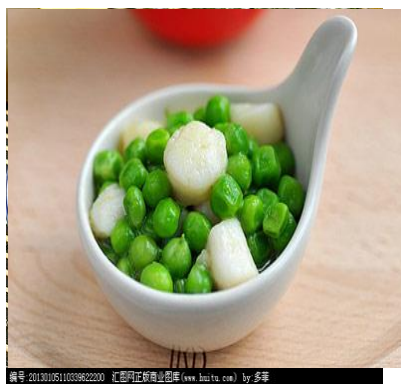


图 2-30 甜豆炒鲜贝

功效：鲜贝营养丰富，高蛋白、低脂肪、易消化，是孕妇理想的食品。

姜汁菠菜：



图 2-31 姜汁菠菜

功效：菠菜含有叶酸，适合孕前、孕期和产后女性食用。

蛋肉糕：



图 2-32 蛋肉糕

功效：猪肉含蛋白质、脂肪、矿物质等，与鸡蛋结合营养丰富。

清炒莴笋丝：



图 2-33 清炒莴笋丝

功效：莴笋含有少量的碘元素，具有镇静作用，对于孕期的准妈妈来说，经常食用莴笋有助于入睡。

(6) 汤类

枸杞猪肝汤：



图 2-34 枸杞猪肝汤

功效：滋补肝肾，预防贫血。

冰糖银耳红枣汤：



图 2-35 冰糖银耳红枣汤

功效：补血、润肠、通便、养颜。

黄豆蹄花汤：



图 2-36 黄豆蹄花汤

功效：孕妇补身良品。

鲫鱼豆腐汤：



图 2-37 鲫鱼豆腐汤

功效：富含动植物蛋白，为孕妈妈补充营养。

三丝银鱼羹：



图 2-38 三丝银鱼羹

功效：补肺清金、补钙、滋阴补虚、润肺止咳、善补脾胃。

山药红枣煲乌鸡：



图 2-39 山药红枣煲乌鸡

功效：补脾胃，益气血。

3 市场分析

3.1 目标市场

3.1.1 市场背景分析

我国改革开放以来，餐饮行业一直保持了较快的发展势头。据统计，2013 年我国餐饮业保持 18% 的增速，零售额达到 3.3 万亿元，吸纳就业人口超过 2500 万人。近年来餐饮业发展也呈现出一些新的特点和趋势，如由于国家政策的影响，高端餐饮开始转型，逐步走向大众化，大众餐饮顺势迅猛发展。然而大众餐饮自身还有很多局限性，如功能单一、产品趋于雷同、差异化越来越小等，无法满足消费者日益丰富的餐饮消费需求。近年来发展起来的特色餐饮，却受到了消费者的广泛喜爱，其富于情调的用餐环境，色香味俱全的菜品，温馨周到的服务，无一不让消费者感到惊喜。在此背景下，汽车餐厅、儿童餐厅、老年餐厅等主题餐厅应运而生，与此同时孕妇作为一个特殊的消费群体，也逐渐被重视。孕期的膳食是否合理、科学不仅关系到自身健康，对下一代的健康有重要的作用。而另一方面，大多数年轻的准妈妈缺乏经验，不会合理的补充营养，一些孕妇一味补充“钙”“蛋白质”等某一种营养物质而导致营养不足，还有一些准妈妈由于工作繁忙没有过多时间和充足的精力为自己准备合理的饮食搭配来补充营养。因此，开办一家孕妇营养主题餐厅，定位专业的孕育妈妈餐饮服务，聚焦服务年轻女性人群，在保证营养套餐的营养和专业性，充分照顾到孕妇特殊生理时期的口味和营养搭配，具有巨大的市场潜力和发展空间。

餐饮 O2O 的发展已经势不可挡，未来的餐饮自然也不会错过这种营销方式，开展线上线下相融合，实现餐厅与电脑互联网、手机互联网、移动通信、微信营销平台等社交媒体的合作是目前以及未来的最大发展趋势。在此时代背景下，我们策划一个以满足孕妇需要为主题的特色餐饮项目就在使用 O2O——线上线下同时结合的模式实现推广宣传和服务。用这种方式能把自己的企业文化和产品特色很直观体现给消费者，消费者能够直接在网络上点菜并预约就餐时间，还有买单都可以在线上完成，消费者既可以到门店消费也可以选择送餐上门的形式，这样节约了消费者的用餐时间，也给餐厅节省了很多服务成本和时间。可以说，这种模式将会是未来特色餐饮的发展趋势。

3.1.2 宏观环境分析

（1）政治环境

国家大力推行计划生育政策同时也制定了《宪法》、《刑法》、《婚姻法》、《妇女权益保障法》、《母婴保健法》、《传染病防治法》和《人口与计划生育法》等一系列有关妇女儿童生存、保护和发展的法律法规和政策措施，形成了较为完备的保护妇女儿童权益的法律体系。“少年强则国强”，国家很重视儿童的健康发展，新生儿的健康问题也尤为重视。孕妇的饮食营养补充直接关系到新生儿的健康，因此关于孕妇饮食的

餐厅将会收到社会的关注。

（2）经济环境

在未来几年内，中国餐饮业经营模式变得越来越多元化，科学健康的饮食观念也会深入人心，孕妇餐厅在也必将餐饮行业中占有一定地位。

（3）社会环境

深受中国传统文化的熏陶，“不孝有三无后为大，传宗接代”等落后思想在一些人心中根深蒂固，人们希望老有所依，因此每个人都越来越重视自己的孩子，越来越重视孕妇饮食问题。

3.1.3 微观市场分析——南通本地市场调查

1. 调查背景

近几年中国餐饮业发展迅速，餐饮消费水平不断增长，但针对孕妇市场的专业餐厅寥寥无几，仅在北京和上海两地各有一家，南通甚至江苏省内目前还没有一家孕妇餐厅，处于市场空白阶段。为了在南通成功开设孕妇餐厅，弥补市场空白，现对南通孕妇餐饮市场进行调研。

2. 调查方式

本调查采用定量方式进行（街头拦截随机访问，问卷见附件）本次调研对 100 为孕妇发出了问卷，回收有效问卷 90 份，有效率为 90%。

3. 调查结果分析

（1）怀孕期间的饮食情况满意度

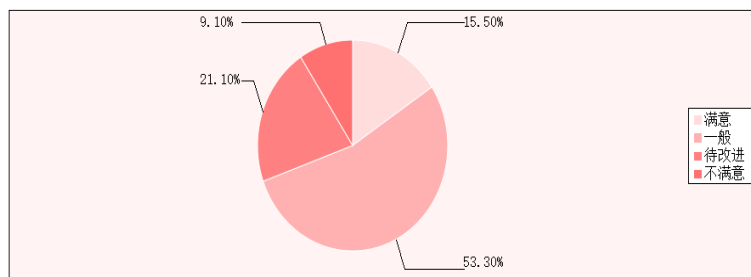


图 3-1 怀孕期间的饮食情况满意度

从调查结果可以看出，仅有 15.5% 的的被访者对怀孕期间孕妇的饮食状况满意，有 9.1% 的被调查者认为不满意，21.1% 的被访者认为待改进。由此可知，这也表明孕妇餐厅在未来有很大的市场需求，孕妇餐厅有很大的可行性。

（2）对目前餐饮企业不满意之处（多选题）

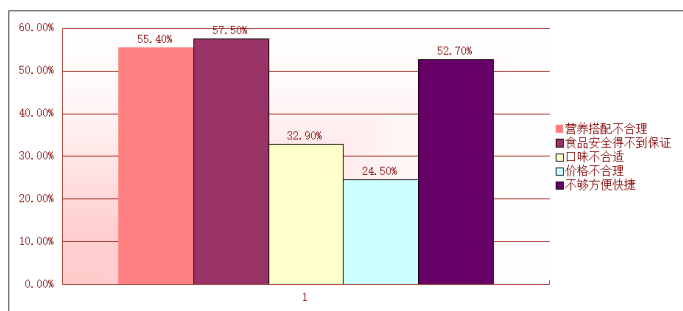


图 3-2 对目前餐饮企业用餐不满意之处

由图 3-2 可知，孕妇对目前餐饮企业不满意的地方主要集中在营养的搭配不合理、食品安全不保证和不够方便快捷，根据这个数据，我们在产品和服务上要突出营养搭配、安全和便捷的特点，满足准妈妈的需要。

(3) 是否听说过孕妇餐厅

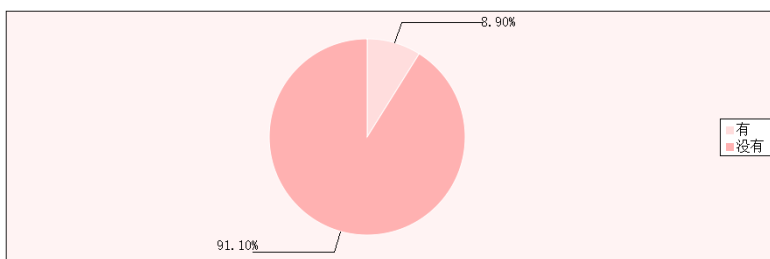


图 3-3 是否听说过孕妇餐厅

结果显示，仅有 16.92 的被访者听说过孕妇餐厅，鉴于孕妇餐厅在我国处于发展的起步阶段，本餐厅在开业初期要积极采取大量的促销方式，吸引眼球，提高社会知名度。

(4) 是否愿意到专门的孕妇餐厅用餐

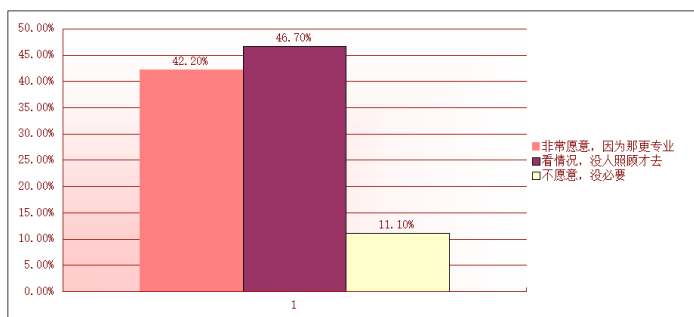


图 3-4 孕妇餐厅的社会认可度

设置这个问题目的是了解对孕妇餐厅这类新型餐饮行业的认可程度，结果显示，有 42.2%的孕妇非常愿意到孕妇餐厅用餐，并且认为孕妇餐厅能为她们提供更专业的服务，有 56.7%的准妈妈认为在没人照顾的情况下愿意去孕妇餐厅，可见这部分市场有着

巨大的开发潜力。结果表明，消费者对孕妇餐厅的认可度价高，孕妇餐厅发展前景广阔。

（5）能够接受的价格

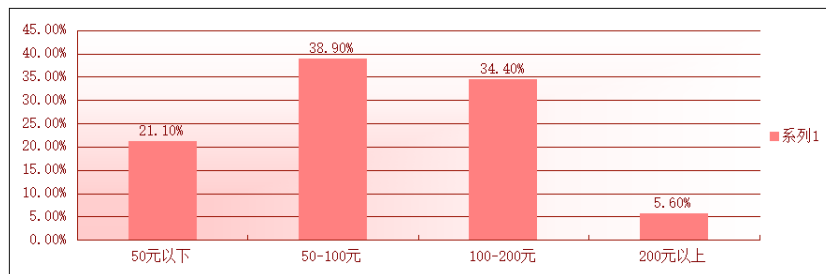


图 3-5 孕妇餐厅的社会认可度

结果显示，有 21.1% 的人认为每餐 50 元以下较为合适，有 38.9% 的人认为 50-100 元比较合适，有 34.4% 的人认为 100-200 元以上比较合适，5.6% 的人能够接受 200 元以上的消费，这为我们制定产品价格提供了依据。

3.1.4 目标消费群体分析

（1）购买需求分析

随着经济文化的不断发展，人们的生活质量得到改善，人们也越来越重视对下一代的培养。孕妇这一特殊群体，越来越被人们重视，特别是在中国大力推行计划生育的这一背景下。每个家庭越来越重视对孕妇专业营养的补充，更倾向于科学健康的饮食。准妈妈因为孕期中各种营养不良或营养缺乏而引起的胎儿疾病这种现象经常发生。因此，孕妇在 280 多天的“孕程”中如何从饮食中补充营养显得尤为重要。大多数年轻的准妈妈缺乏经验，不会合理的补充营养，一些孕妇一味补充某一种营养物质而导致营养不足，还有一些准妈妈由于工作繁忙没有过多时间和充足的精力为自己准备合理的饮食搭配来补充营养。因此，开一家专门针对孕妇这一特殊群体为其提供服务的餐厅，满足她们对饭菜、口味，营养等特殊需求，具有很大的市场。

孕妇市场消费人群数量大，具有集中性，针对性。2013 年年底，南通地区新生人口 54137 人，人口出生率为 7.1%，而孕妇人数基本等同于新生人口数量。每个家庭都十分重视孩子，都会用一切方法满足孕妇的需求。孕妇在怀孕期间由于妊娠反应对食物的营养需求更为特殊。每位孕妇都有不同的生理特点，因此每一位孕妇的营养需求都有所不同，在十个多月的孕程中孕妇不同阶段的营养需求也会不同。

（2）孕妇心理分析

求健康心理：由于孕妇对食物的要求比较严格，我们在选料过程中保证食材新鲜干净且最好是当季食材，在加工制作过程中，遵循低盐、低脂低、低糖的原则，食物烹调味道清淡，绝不添加防腐剂和添加剂，不放味精或鸡精等调味品，避免提供过分油腻和刺激性强的食物，烹饪方法简单，避免加工过程中营养的流失。

求营养心理：胎儿发育期间需要各种营养素，孕妇的饮食应满足胎儿对各种营养素的需要。准妈妈们就餐时不仅仅是追求吃饱，而是食物的种类和数量方面应加以恰当搭配，平衡膳食。所以我们的产品更要讲究科学，讲究饮食营养和健康的搭配关系。因此，我们聘请了专业的营养师，设计的餐单或菜谱都遵循孕期膳食结构的整体搭配原则，将营养缺乏的可能降到最低。

求方便心理：一方面很多准妈妈都是上班族，工作繁忙，生活节奏变快，没有时间做饭；另一方面随着产期的临近，不少孕产妇行动不便，无法出门就餐。针对这一特点，本店推出 O2O——线上线下结合的营销模式，消费者能够直接在餐厅网站、微信营销平台点菜，在线买单，餐厅就会按照客户需要准时送餐上门，快捷方便。餐厅还可以为消费者提供每周食谱，根据准妈妈所处孕期的具体阶段，提供系统全面的服务，从此准妈妈不需要为吃什么而烦恼。

求美心理：准妈妈在孕期尤其是孕早期会出现一些生理反应，如恶心、呕吐、食欲不振、偏食等，严重者无法进食，引起各种营养素的缺乏，从而影响孕妇及胎儿健康。针对准妈妈这一生理特征，厨师在食物的选择、加工及烹调过程中，既要重视品质，也要重视菜肴形式的美感，食物既要清淡爽口、富有营养，外观形态也要色彩丰富、能吸引人的视觉感官，如选用番茄、黄瓜、胡萝卜等，它们色彩鲜艳，营养丰富，易诱发人的食欲。

求安全舒适心理：准妈妈们往往身形笨重，行动不便，极容易发生意外情况，因此餐厅一切从准妈妈的角度出发，符合他们的生理特点需要。如餐厅的地面铺设的是防滑木地板，卫生间墙壁上安装有可抓握的扶手，桌椅的高度设计都是严格设定便于准妈妈换扶起坐；每个座椅上都有靠垫，准妈妈靠在上面可以消除疲劳。

3.1.5 市场定位

（1）定位原因

如何才能使自己的产品区别于竞争者？这就需要进行的市場定位，市場定位的实质是使自己与别人严格区别开来，使顾客明显感觉和认识到这种区别，从而在消费者心目中占有特殊的位置，并达到引导消费的目的。而要进行市場定位首先要对目标市場进行分析，了解这一类群体的消费需求。孕妇作为一个特殊人群，既体现出年轻人的青春活力，又散发出女性的成熟气质，不少职场孕妇工作压力较大，在生理和心理上都处于一个复杂多变的状态。在膳食的安排上，孕妇们既想遵循个人的口味喜好，也要出于胎儿的健康成长的考虑，选择一些有营养但不爱吃的食物。基于准妈妈们生理和心理上的特点，能否满足其需要，为其提供营养、健康又美味的食物，周到贴心的服务成为孕味餐厅的首要任务，是孕妇餐厅得以发展的关键。可以说，准确的市場定位能够帮助餐厅占领市場，通过树立鲜明的企业形象来赢得消费者。

据统计，我国平均不到 2 秒钟出生 1 个人，每分钟大约出生 38 人，每小时出生约

2273 人，每天出生约 5 万多人。单独二胎政策放开后以上数字将呈几何增长，每年将有几千万新生儿出生。但针对准妈妈的餐饮市场还处于起步阶段，全国范围内寥寥无几，巨大的市场需求几乎没有被开发，蕴含着巨大的商机。

目前，准妈妈以 80 后乃至 90 后的年轻女性居多，而这些年轻妈妈么大多数都接受过较高程度教育，虽说整个孕期只有短短的十个月，但年轻的准妈妈们的消费水平越来越高。孕妇专用产品受到市场热捧，如孕妇装、孕妇化妆品、拍孕妇照等。在此背景下，开办一家专业的针对孕妇的主题餐厅，弥补这一市场空白，具有巨大的发展潜力。

（2）目标市场定位

因此鉴于以上描述，我们将目标消费群体定位为孕妇人群，本餐厅将致力于为孕妇人群提供科学健康、科学的餐饮服务。

3.2 竞争分析

3.2.1 波特五力模型

（1）潜在进入者威胁

南通目前还没有孕妇餐厅，发展潜力巨大，但行业壁垒不高，需要投入的启动资金要求也不高，可进入性强，一旦餐厅开业以后效益较好的话容易产生跟风者，所以还是会面临一些潜在的竞争对手。

（2）供应商的议价能力

供应商的产品大多是可替代的，所以供应商的议价能力不是很高，餐饮企业在和供应商议价中具有一定优势。

（3）购买者的议价能力

目前，消费者难以找到同类型孕妇餐厅，无法四处比价格，虽然南通市场餐饮企业众多，但准妈妈所希望的高品质、个性化、专业化的产品和服务是其他餐厅难以提供的，上述因素使消费者的议价能力有所局限。

（4）市场主要替代品

其它社会餐饮企业，这些企业提供的产品特点体现为便捷、价格低廉，而孕妇需求特点被忽视。因此确保食物营养、卫生、安全，是本餐厅发展的首要条件，否则就会被其他餐饮企业取代。

（5）现有行业竞争者的分析

全国现有的几家孕妇主题餐厅价格普遍偏贵，超出了许多人的经济能力接受范围。要想在孕妇餐饮行业中占有有利地位，就必须做到价格适中合理，因此我们将来会走连锁化经营的道路，一方面降低采购成本，另一方面树立品牌形象，提升社会声誉。

3.2.2 SWOT 分析

1. 优势

（1）健康饮食观念日益深入人心，现代社会注重食物营养的摄取，尤其是孕妇这样的特殊群体。

（2）孕妇餐饮行业空缺，具有很大的市场潜力，且投入成本相对较少，发展前景可观。

（3）投资相对较低。第一期融资为五十万，同时回报率较高。

（4）有专业人士的指导，餐厅聘请了营养师，经验丰富，能够为消费者提供专业的建议，我们的配餐仅仅只是注重单个食物的营养成分，并且更注重不同食物间的搭配，保证了准妈妈在不同阶段的营养需要。

2. 劣势

（1）餐饮行业是一个顾客忠诚度较低的行业，新成立的餐厅在经营初期想拥有固定的消费群体增加消费额存在一定的难度。因此我们要采用多种促销手段，吸引更多的人关注餐厅。

（2）餐厅经营模式简单，没有过高的技术含量，容易被其他模仿。所以餐厅在经营初期就要树立自己品牌的良好形象，发展品牌效应。

3. 机会

（1）南通是一个经济相对发达的城市，消费水平较高，人口基数大，孕妇人口多，有着巨大的潜在消费市场。

（2）中南世纪城地区有着比较成熟的消费环境，附近有南通市妇幼保健院与和美家妇产科医院，孕妇客流稳定频繁。地处新区中心，周围交通便利，地处城市商业中心居民聚居区、商务集聚地，客流量大，有着巨大的消费潜力。

（3）本地目前还没有同类餐厅，市场处于相对空白的阶段，目前还不存在正面的竞争对手。

4. 威胁

（1）南通已经存在许多各式各样的餐厅，部分餐厅经营价格较低。甚至一些餐厅为了吸引大量的顾客打击其他餐厅，不惜以低于成本的价格出售产品，但是我们的孕妇主题餐厅不是针对低收入消费者，所以我们会避开价格战的怪圈。

（2）引入一种新的特色餐厅进入市场不可避免地存在一定的风险，对于市场的反应目前也只是主观的预测。

（3）如果孕妇主题餐厅在市场上受到越来越多的消费者的关注，必然也会引起其他同行的关注，促使一些商家模仿，将使我们的产品大众化，失去产品原有的特色，我们必须不断的开发出新的特色产品。

3.3 市场拓展策略

起步阶段：餐厅创业初期以南通为基础市场，充分利用有效资源在两年内熟悉餐饮

业事务发展南通市场。通过与顾客的接触不断完善餐厅的建设提高餐厅服务质量，扩大客源。

发展阶段：积极拓展并占领南通市场，以中高档类型的连锁餐厅为突破口在南通建立连锁孕妇主题餐厅。在三年内树立餐厅自己的良好品牌形象，产生品牌效应。

开拓阶段：推广南通的成功经验，在五年内大力开拓南京、苏州、无锡市场并迅速占领江苏市场成为江苏省著名的孕妇连锁餐厅。

完善阶段：增强品牌优势，创造孕妇餐厅在餐饮行业的良好品牌形象，并在一、二线城市大力发展孕妇连锁餐厅开拓全国市场，成为全国著名的孕妇餐饮连锁企业。

表 3-1 企业发展战略图

阶段	年限	市场基础	目标
起步阶段	2015—2016	以南通为基础市场	提高餐厅服务质量,扩大客源
发展阶段	2016—2017	占领南通市场,在南通建立连锁餐厅	树立餐厅自己的良好品牌形象,使其产生品牌效应
开拓阶段	2018-2019	开拓南京、苏州、无锡等周边城市市场	占领江苏市场成为江苏省著名的孕妇连锁餐饮品牌
完善阶段	2020—	全国的一、二线城市大力发展孕妇连锁餐厅	开拓全国市场,成为全国著名的孕妇餐饮连锁企业。

4 市场营销

4.1 产品策略

本餐厅以孕妇的特殊营养需求为服务核心，以提供个性化、专业化的服务为经营理念，为孕妇这一特殊人群提供健康、安全、营养的膳食选择。同时，餐厅提供网络预订、电话订购、以及免费配送服务，使消费者可以更方便地购买产品。

如海参粥是本餐厅精选的一道滋补粥品，富含多种微量元素和 18 种氨基酸。据《本草纲目拾遗》称：“刺参补肾经、益精髓、消痰涎、利小便、生血、壮阳、治疗溃疡生疽”。海参不仅有滋补、保健作用，而且是孕妇难得的补品。第一、海参的营养价值高，含有大量优质蛋白质，有利于胎儿的正常发育。第二、海参含有丰富的 DHA，可提高免疫力，尤其是为胎儿脑神经细胞发育所必需。第三、孕妇怀孕后体内孕激素不平衡发生变化，海参可抑制致病细菌及致病霉菌生长的作用。第四、海参的造血功能也很突出，防止贫血，非常适合孕妇食用。

4.2 价格策略

价格是市场营销组合中最灵活的因素，它可以对市场作出灵敏的反应，价格影响着交易成败，同时又是市场营销组合中最难以确定的因素，定价就是为了促进销售，获取利润。因此，我们采纳成本导向定价法和顾客导向定价法相结合的方法制定餐厅产品的价格，在确保经营成本和销售利润的基础上，针对中高档消费水平的消费者进行相关产品的问卷调查和消费结果调查，制定科学合理的定价。此外，本餐厅的商业模式兼具实体经营和网络销售，降低了成本，且出于初期树立品牌形象和打开市场的目的，产品定价相对适中，具体定价如图 4-1。

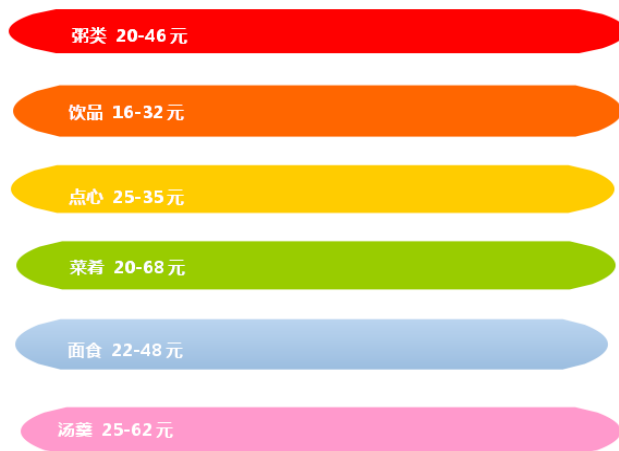


图 4-1 餐厅产品定价

4.3 销售渠道

4.3.1 实体店销售

我们的实体店位于南通新区中心中南世纪城区域，该处紧邻南通市妇幼保健院和美家妇产科医院。我们在此设立店面，考虑到这里孕妇人群较为集中，客流量较大，他们做医院就诊时可以到本店就餐。另一方面，中南世纪城位于南通新区核心地段，周边社区众多，居住人口众多，方便顾客消费，也利于开展配送上门服务。

4.3.2 网络分销

在实体店销售的同时，我们采用使用 O2O——线上线下同时结合的模式实现推广宣传和服务。一方面，在线服务充分考虑到孕妇人群行动不便的情况，另一方面餐厅网站能把餐厅文化和产品特色很直观展现给消费者，消费者能够直接在网络上点菜并预约就餐时间，还有买单都可以在线上完成，消费者既可以到门店消费也可以选择送餐上门的形式，这样既为消费者提供了方便、节约了用餐时间，也给餐厅节省了很多服务成本和时间。在餐厅发展后期，我们的主页上还将设立“专业营养师热线”，为消费者提供专业的膳食搭配服务，定期对网站进行布局、内容、板块上的优化调整，提高用户体验，进而创造价值。

4.4 促销策略

孕妇餐饮业属于刚刚兴起的行业，消费者对孕妇餐厅的认知度低，因此要加强市场宣传推广，提高餐厅知名度，展现出孕妇餐饮行业的专家地位，主要采取以下促销方式。

4.4.1 广告宣传

1. 网络营销

现代社会人们越来越依赖网络，网络推广显得尤为重要。现在的准妈妈多为 80 后、90 后，他们乐于接受新鲜事物，网络成为他们获取信息的重要来源，因此网络营销也就成为一种成本低、传播范围广、传播速度快的有效营销方式。

（1）论坛宣传

利用论坛这种网络交流的平台（如西祠胡同、濠滨论坛、南通爱馨妈妈论坛），通过文字、图片、视频等方式发布餐厅的产品和服务的信息，引起网友注意，达到宣传餐厅的品牌、加深市场认知度的网作用。

（2）网站链接交换

与有资源互补优势的本地网站（如友你淘网等）开展合作，在各自网站上放置对方网站的 logo 和站名，并互设链接，相互推广。也可在合作网站上开辟专区，对本餐厅进行介绍或软文推广。

（3）搜索引擎竞价排名

权威调查表明，98%以上的买家会通过关键词搜索供应商，信息排名前五位的买家反馈将提升最高达8倍。因此，我们计划在我国使用最广的搜索引擎——百度网上进行竞价排名，争取前五的位置，为我公司吸引更多的潜在客户。

2. 微信营销

微信营销是餐厅主动推送信息的模式，餐厅在自己的公众账号上推送餐厅动态、美食、服务信息或打折优惠信息，就像餐厅的海报，通过微信与用户沟通交流最新讯息，方便快捷、成本低。鼓励在我店消费过的顾客在微信朋友圈里发表用餐感触或相关照片，并附带我餐厅网站的链接，这种方式既可以赢得品牌口碑，也可以吸引新用户关注餐厅和产品。

3. 海报传单

在妇幼保健医院、周边商业区和居民区宣传栏张贴海报进行宣传，把餐厅的产品服务信息传递给消费者。

4. 报纸广告

准备在《江海晚报》《扬子晚报》等区域性都市生活类报纸上投放一个月的广告宣传介绍餐厅。

5. 杂志广告

杂志不同于报纸有较强的针对性，有利于商家根据选择阅读杂志的对象做广告宣传，同时杂志的发行量大，能够广泛的被他人传阅。我们可以有目标地选择相关杂志登广告如在《完美孕妇》、《健康准妈妈》、《时尚孕妇》等关注孕期女性需求的时尚杂志。

6. 餐厅出版物

主要指餐厅产品的宣传画册，内容包括餐厅的详细地址、营业时间、订餐方法、餐厅环境以及餐厅产品服务的重要特色和功效。将产品画册发放到医院、药店、化妆品店、超市、母婴用品商店。

4.4.2 人员推销

利用医院举办孕婴保健专家讲座等专题活动的机会，在孕妇密集区域进行现场促销，发放宣传手册和优惠卡和调查问卷（内含个人资料），掌握用户信息，以便开展营销活动。

主动走进周边社区，举办小型宣传活动，对备孕妇女及孕产妇的饮食需求和营养知识进行宣传普及，并同时推销餐厅的产品和服务信息，讲解产品的特点、功效等信息，免费赠送用餐优惠券。

4.4.3 营业推广

1. 采用会员制

会员消费的同时享受累计积分的优惠、生日当天在餐厅消费即可享受七折优惠等。会员还可以享受餐厅提供的多项增值服务，如聆听知名孕婴专家讲座、孕期健康饮食指导等。

与各类孕婴产品商店（网店）推出会员共享服务，会员可以持本店会员卡在这些场所消费享有一定的折扣和优惠，拉动客户消费。

2. 餐厅提供配送服务，各位顾客可通过我们的网络、微信和电话等多种手段在在营业时间内随时订餐，也可提前下订单预定。

3. 在会员生产当天，本餐厅可派人前往探望，送上鲜花与祝福。

4.4.4 公共关系

公共关系是餐厅促销的重要策略，餐厅提高知名度，加强市场竞争力的重要工具，具体策略如下。

1. 与妇产科医院合作，通过妇产医生的推荐餐厅的信息，这样更能提高本餐厅的知名度和在消费者心中的地位，获得口碑效应。

2. 开展与孕妇及婴幼儿相关的公益事业，树立良好的社会形象，邀请电视、报纸、广播等媒体报道，提升餐厅知名度，树立孕味餐厅的社会形象。

5 组织管理

5.1 组织结构

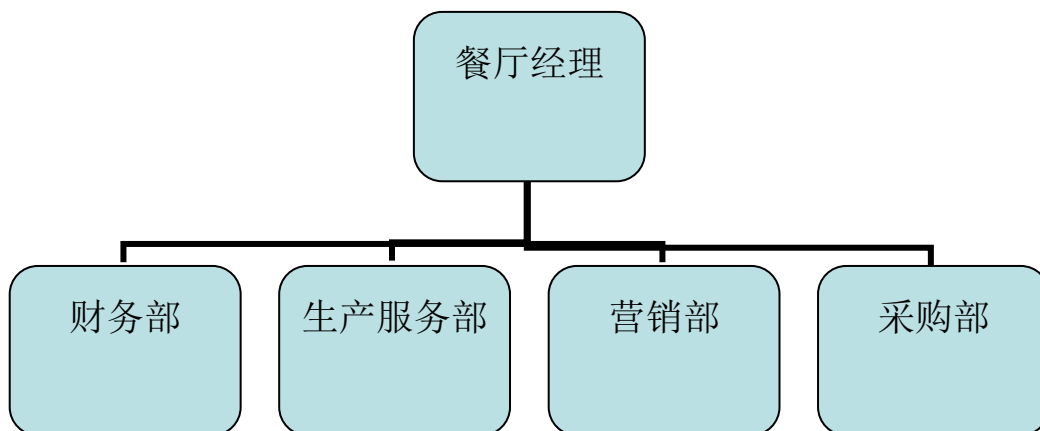


图 5-1 孕味餐厅组织结构图

表 5-1 人员配置表

部门	职位及相关人员配置
经理	1 人
生产服务部	主管 2 人，厨师 3 人，营养师 1 人， 服务员 5 人，外送服务员 2 人
财务部	财务主管 1 人，收银员 1 人
营销部	企划人员 1 人，网络预订员 1 人，
采购部	采购员 1 人，仓储管理 1 人
总计	20 人

5.2 部门职责

经理：制订公司重大战略决策，负责制订和落实公司各项规章制度。主持负责餐厅日常管理、业务监督、对员工进行业务指导、定期培训和业绩考核，监控各个部门的运营发展状况。

生产服务部：餐饮产品的制作加工；现有菜品品种的改良；新型菜品的研发；菜品营养搭配的研究；餐厅内部各项服务；根据各阶段孕妇的营养需求提供饮食方面的咨询和建议；客户信息的统计管理；处理客户投诉。

财务部：负责公司的平常财务核算，根据公司的资金运行情况，合理的调配资金，

来确保公司资金的正常运转。制定公司财务会计制度、核算公司财务收支和预算情况，并定期汇报，编制、核算员工工资、奖金发放表。

采购部：原材料及相关配套物品的采购、进货运输、仓储、库存管理、用料管理和供应管理。

营销部：制定营销计划、策略，负责品牌推广和市场活动策划，制定和实施推广方案；对公司网站进行日常维护及更新，利用网络资源进行产品的推广和销售，在线处理各种网络咨询，及时回复客户的咨询，促成订单，实现在线销售。

5.3 管理制度

5.3.1 员工考评制度

餐厅对员工考评制度主要从以下几个方面进行：出勤率、工作状态、工作态度、工作业绩、工作形象。由各部门管理者对其下属进行考评打分，经理对部门管理者进行考评，可每季度评选季度优秀员工，每年评选优秀年度员工。

5.3.2 请假、福利制度

员工不能无故缺勤，如有特殊情况，则应以书面的形式向直属领导请示，获批准后方可离开岗位；若事情突然，则也应告知直属领导，返回岗位时则要补上假条。

5.3.3 奖惩制度

一个好的企业不仅仅需要一个好的领导者，更需要的是好的员工，在餐厅管理的过程中要做到奖罚分明，公平公正，做出决断都应该有根有据。员工创造餐厅的财富，那就要给予一定的奖励，有的员工在给餐厅发展拉后腿则要给出一定的惩罚措施。

奖励制度：餐厅和员工达到共赢的局面才是最好的，适当的员工奖励，不仅能提升员工的荣誉感，还能在员工之间进行一种良好的竞争氛围，还能激发员工潜能，长此以往增强了企业凝聚力，为吸引更多员工打下基础。

目标激励：给餐厅制定阶梯式目标，鼓舞员工一起朝着目标前进，根据完成进度给予员工一定的奖励，这样可以保持着员工的积极性。

精神激励：每月进行评选优秀员工的工作，给予表扬和张贴喜报，发放员工奖状，每年评选优秀员工，可提供度假游、升职等奖励。

物质奖励：国庆假日可采用发放礼品、购物券、一日游等，丰富企业文化；平时业绩高则发放分红。

惩罚制度：对于有损企业形象、企业发展的员工要进行惩罚。根据员工所犯错误大小，采取扣工资、扣奖金、开除等惩罚手段。保证企业对外形象、发展良好。

权利下方机制：是将各部门主管一些权利下方，让员工自我检查监督，也可监督上级领导。对于主管而言，工作任务减少，对于员工而言，提高了员工的责任感，自查

自纠，员工更能把自我言行与企业联系起来，能够提高企业整体素质。

5.4 培训

做好员工招聘、培训，提高员工整体水平，是提高企业竞争力的重要步骤，通过企业培训，是将员工与企业形成共同的价值观以及增强企业凝聚力的关键工作。一定程度上能够提升员工的技术、能力水平，做到人岗匹配。

5.4.1 员工招聘

餐厅招聘前的工作尤为关键，首先要认清招聘岗位的职责，要给招聘的岗位定个标准，对招聘人员进行分析。

餐厅初步招聘人员以及基本要求如下：（有相关证书的优先）

（1）营养师：有国家公认的相关资格证书，了解孕妇各个阶段的营养需求，有 3 年相关工作经验。

（2）厨师：有过良好的培训，对营养餐有一定的制作经验，有责任心。

（3）服务员（外送服务员）：品行端正，责任心强，有爱心，沟通能力好。

（4）收银员：具有强烈的工作责任心，熟练收银机的操作。

5.4.2 员工培训

（1）培训内容：

企业文化：是一个企业综合实力的体现，为了使企业的凝聚力增强，建立一个和谐的企业氛围，对员工培训企业文化是很有必要的。让员工了解文化并贯彻到以后的工作中去。

企业相关制度：让员工了解企业的高压线，端正员工的工作态度，遵守这些制度，提高企业管理效力

（2）培训形式：

网络培训：网上培训的进程安排较为灵活，不受时间、地点限制员工可以充分利用空闲的时间，且不需要把员工集中起来培训，节省了一部分的开支且高效，但需上课员工提供课程小结。

课堂培训：请行业专家来企业对部分员工培训，培训前可对企业内部进行统计问题，让参加课堂培训的员工带着问题去，参加培训的员工同样要写培训小结。

户外拓展：主要是打开员工平时工作的思维，在面对挑战、解决问题的过程中，让人的心理素质得到改善，户外拓展也能增强员工与员工之间的合作力，员工与领导之间的信任度，从而增强企业的凝聚力。

6 融资方案

6.1 资金需求与公司发展轨迹

孕味餐厅计划未来的三年内在南通各县市达到业务普及，在未来五年内向长三角周边城市开展业务，未来的七年内在全国一、二线城市开展业务。为了实现企业目标，需筹集资金 50 万人民币，投资人可以获得公司 25% 股份。

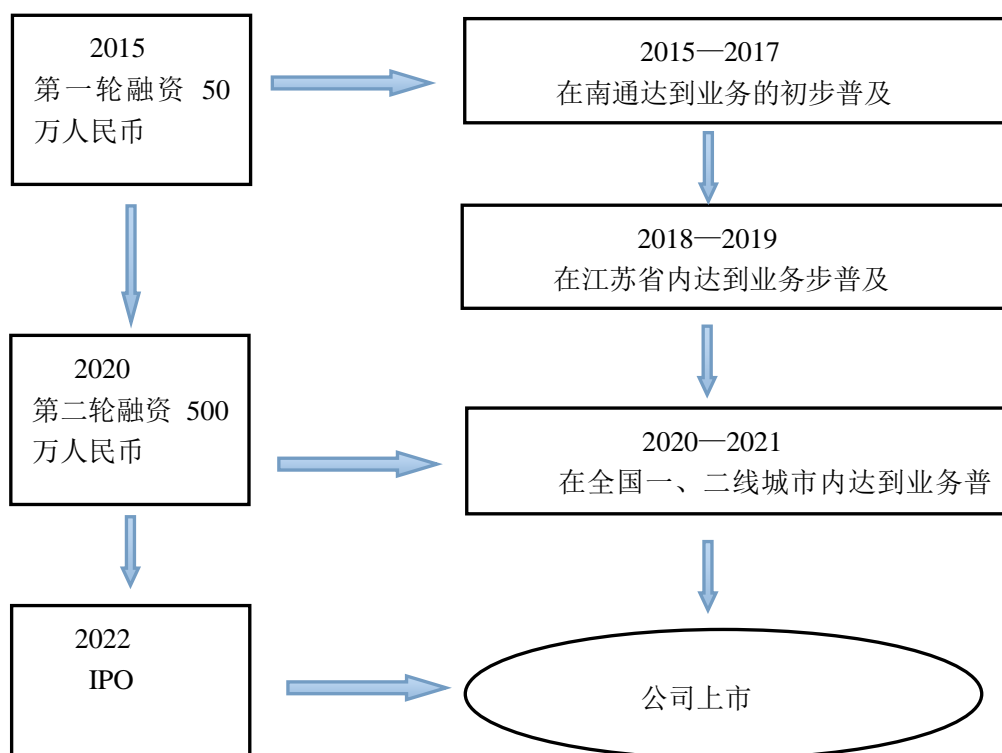


图 6-1 企业资金需求和发展轨迹

6.2 融资计划

餐厅拟通过以下两个途径进行融资：

- (1) 公司成员自筹资金 20 万元。
- (2) 拟吸引 1-2 家风险投资 30 万元。

6.3 股本结构和规模

公司注册资本 50 万元。股本结构和规模如表 6-1。

表 6-1 股本结构和规模组成表 单位：元

资金来源	自筹资金	风险投资
金额（万元）	20	30
比例	40%	60%

6.4 资金运用计划

公司第一次融资计划引进总金额为 50 万人民币的投资，主要用于表 6-2 所列目的：

表 6-2 公司第一次融资用途 单位：人民币

序号	资金用途	资金金额（元）
1	政策性费用	22200
2	经营管理及固定资产投入	431000
3	广告宣传与信息获得	43000
4	合计	500000

公司前期政策性投入为 2.2 万人民币，主要用于取得各类工商许可证件、注册商标（见表 6-3）。公司的经营管理及相关资金投资共计 43.1 万人民币，主要用于在南通市中南世纪城地段租赁房屋、装潢装修、添置经营设备等。公司的营销费用投资共计 4.3 万人民币，用于广告、市场推广、网站建设等。

公司预计在 2016 年 6 月年达到收支平衡，2016 年下半年实现逐步盈利，2022 年第二期计划融资 500 万，主要用于国内一、二线城市的拓展以及上市准备。

表 6-3 政策性费用预算 单位：人民币

项目	单价（元）	数量	费用（元）
申领《企业法人营业执照》	4000	1	4000
申领《营业执照》	300	1	300
食品卫生许可证	200	1	200
卫生部门要求的消毒用品	800	1	800
注册商标	1800	1	1800
食品标签准用证	2000	1	2000

食品生许可证	12000	1	12000
税务登记证	20	1	20
组织机构代码证	150	1	150
总计			22200

表 6-4 公司经营管理及固定资产投入预算

单位：人民币

项目	单价*数量	费用（元）
店面租金	220000	220000
装潢及陈设	100000	100000
冷藏柜	2000*2	4000
打印机（发票）及收银机		1000
电脑	4000*3	12000
音响设备	8000	8000
空调	7000*3	21000
厨房设备		35000
员工薪酬	2500*20	50000
总计		431000

表 6-5 营销费用预算

单位：人民币

开支项目	数量	单价	费用（元）
广告			15000
人员推销		-	5000
网站开发与维护			13000
总计	-	-	43000

7 财务分析与预测

7.1 基本财务假设

1. 对于固定资产的折旧，我们采用直线折旧法，折旧年限为 10 年。
2. 无形资产分 10 年进行摊销。
3. 鉴于公司业务特点，所有销售收入均为实收现金，不存在销售引起的应收账款。
4. 本公司前两年不派股利，从第三年开始提取净利润的 20% 派发股利。

7.2 财务预测

预计 2016 年 6 月实现收支平衡，在南通建立多家连锁孕妇主题餐厅，迅速占领南通市场；三年内开始拓展在南京、无锡、苏州等江苏省内其他城市的业务，2020 年 5 月进行第二笔风险融资，金额 500 万元，开始拓展全国性业务。

表 7-1 预计收入与利润

单位：人民币（元）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
营业收入	200000	3000000	5000000	8000000	20000000
营业成本	400000	800000	1000000	3000000	10000000
利润总额	-1233850	1000000	2450000	2960000	3830000

表 7-2 预计利润与利润分配表

单位：人民币（元）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
一、主营业务收入	200000	3000000	5000000	8000000	20000000
减：主营业务成本	400000	800000	1000000	3000000	10000000
主营业务税金及附加	10000	150000	250000	400000	1000000
二、主营业务利润	-210000	2050000	3750000	4600000	9000000
减：营业费用	43000	44000	100000	150000	200000
管理费用	940850	1000000	1200000	1500000	5000000
财务费用	40000	6000	0	-10000	-30000
三、利润总额	-1233850	1000000	2450000	2960000	3830000
减：所得税			554037.5	740000	957500
四、净利润	-1233850	1000000	1895962.5	2220000	2872500
加：年初未分配利润		-1233850	-233850	1495901.2	2675448.86
五、可供分配利润		-233850	1662112.5	3715901.2	5547948.86
减：盈余公积			166211.25	371590.12	554794.89
应付股利				668862.22	998630.79
六、未分配利润	-1233850	-233850	1495901.2	2675448.86	3994523.18

表 7-3 预计资产负债表

单位：人民币（元）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
流动资产					
货币资金	0	166200	2073362.4	3454288.98	4900368.07
应收账款					
存 货	0	50000	55000	60000	80000
流动资产合计	0	216200	2128362.4	3514288.98	4980368.07
固定资产					
固定资产原价	81000	81000	81000	100000	150000
减：累计折旧	14850	31050	47250	67250	81050
固定资产净值	66150	49950	33750	32750	68950
递延资产					
无形资产					
资产总计	66150	266150	2162112.4	3547038.98	5049318.07
负债及所有者权益					
流动负债					
应付职工薪酬					
应交税金					
短期负债	800000				
应付股利					
负债合计	800000				
所有者权益					
实收资本	500000	500000	500000	500000	500000
盈余公积			166211.25	371590.12	554794.89
未分配利润	-1233850	-233850	1495901.2	2675448.86	3994523.18
所有者权益合计	-733850	266150	2162112.4	3547038.98	5049318.07
负债及所有者权益总计	66150	266150	2162112.4	3547038.98	5049318.07

表 7-4 预计现金流量表

单位：人民币（元）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
一、经营活动产生的现金流量：					
销售商品、提供劳务收到的现金	200000	3000000	5000000	8000000	20000000
现金流入小计	200000	3000000	5000000	8000000	20000000
购买商品、接受劳务支付的现金	400000	800000	1000000	3000000	10000000
支付给职工的现金	600000	700000	850000	1000000	4000000
支付的各项税费	10000	150000	804037.5	1140000	1957500
支付其他与经营活动有关的现金	369000	711200	438800.1	801211.2	1627790.12
现金流出小计	829000	2361200	3092837.6	5941211.2	17585290.12
经营活动产生的现金流量净额	-629000	638800	1907162.4	2058788.8	2414709.88
二、投资活动产生的现金流量：					
购建固定资产、无形资产支付的现金	81000			19000	
投资活动产生的现金流量净额	-81000			-19000	
三、筹资活动产生的现金流量：					
吸收权益性投资所收到的现金	500000				
借款所收到的现金	800000				
现金流入小计	1300000				
偿还债务支付的现金		800000			
分配股利所支付的现金				668862.22	998630.79
偿付利息所支付的现金	40000	5000		-10000	-30000
现金流出小计	40000	805000		658862.22	968630.79
筹资活动产生的现金流量净额	1260000	-805000		-658862.22	-968630.79
四、现金及现金等价物净增加额	0	166200	1907162.4	1380926.58	1446079.09

8 风险预测及防范

8.1 市场反应冷淡

若由于本餐厅的宣传力度不够，导致起初开业市场反应冷淡的现象，我们会制定一系列宣传策略和方案，加强宣传力度，尤其是特色产品和新产品的宣传。

8.2 潜在竞争者进入

孕味餐厅是针对孕妇这一特殊群体的新型餐厅模式，因此在初期竞争相对较小，经营中后期，由于潜在竞争者的进入可能使得本餐厅的营业收入大幅下降。针对这一情况我们利用积累起来的品牌优势采取一系列的措施稳定老顾客，分析竞争对手的不足，形成竞争优势，改变策略变被动为主动。

8.3 成本控制风险

成本控制风险就是在成本控制活动中，由于成本控制失效或不确定性因素的影响所产生的风险，主要表现在过多的投入市场开发而忽视资本的周转过程等方面。因此，在前期投入包括装修、设施设备、人员、推广宣传等方面避免不必要的浪费；人力资源管理方面，不仅要保证人员稳定性，而且要有效控制人力资源成本，做到人尽其才，使人力资源产出大于人力资源成本。

8.4 食品安全风险

食品安全对于消费者和餐饮企业来讲都是头等大事，尤其是我们的服务对象是孕妇这样一个特殊人群，食品的安全管理要摆在工作的首位。一旦食品安全出了问题，直接威胁到胎儿和准妈妈的健康，并且对企业形象和声誉造成负面影响。对策：（1）讲究食材的来源和产地，严格挑选供应商，建立一套完善的标准；严格监管食物加工生产过程，严禁变质食材加工食物。外卖产品的配送中，选用保温送餐箱，要求外送员在最短时间内送达，防止食物变质。（2）对于营养师为科学合理地调配顾客的食谱。（3）餐厅员工要注意个人卫生，遵守对客服务卫生规范，餐厅要加强卫生管理。

9 风险投资的退出

资本退出是投资者最基本的目标，风险投资退出的成功与否主要取决于公司的业绩和发展前景。本公司真诚地以投资者的利益放在最前端，将退出时得到尽可能大的回报放在重要位置。推出以下资金推出方式，旨在实现利益双赢的局面。

9.1 首次公开上市

孕味餐厅的产品面向孕期女性消费者，属于首次公开上市。我们将大力做好市场营销，扩大产品市场知名度和美誉度，提升品牌形象，增加品牌影响力，培养忠诚忠诚的客户群。若业绩表现良好，就有较大的上市机会，从而给风险投资上提供顺利退出的通道。

9.2 股份转让

餐厅市场表现强劲，获得了更多投资者的关注，风险投资者不想继续投资，可采用股份转让机制完成投资退出。

9.3 其他方式

如果投资人想提前收回资金，可在公司盈利后，每年以某个固定的净利润比例，偿还给投资人的投资，具体方式可以另议。

10 附录

10.1 问卷调查

孕味餐厅市场问卷

您好！感谢您阅读这份调查问卷。此问卷是为了解孕期女性对饮食需要，以及孕妇餐厅的市场前景而设计的，您的信息有助于孕妇餐厅的顺利营业，更有助于我们为准妈妈们提供更多更好更贴心的服务，请您根据自己的实际情况填写选项，谢谢您的配合！

A. 20 岁以下 B. 20—30 周岁 C. 30 岁以上

2. 您对自己现在怀孕期间的用餐情况满意吗？

A. 满意 B. 一般 C. 待改进 D. 不满意

3. 您对在餐饮企业用餐不满意的地方是？

A. 营养搭配不合理 B. 食品安全得不到保证 C. 口味不合适

D. 价格不合理 E. 不够方便快捷

4. 您听说过孕妇餐厅或会为孕妇提供营养餐的餐厅吗？

A. 有 B. 没有

5. 您愿意到专门的孕妇餐厅用餐吗？

A. 非常愿意，因为那更专业 B. 看情况，没人照顾才去 C. 不愿意，没必要

6. 你认为孕妇餐厅人均消费多少元较为合适？

A 50 元以下 B. 50-100 元 C. 100-200 元 D. 200 元以上

7. 作为孕妇，您认为孕妇型营养餐厅有没有必要开，有没有发展前途，谈谈您的宝贵意见？ _____

10.2 男女服务员服装



参考文献

- [1] 吕红环, 吕孝虎. 餐饮经营与管理[M]. 杭州: 浙江大学出版社. 2011
- [2] 沙艳荣, 薄立伟. 现代餐饮营销[M]. 北京: 北京理工大学出版社: 2011
- [3] 唯高. 餐饮市场消费心理分析[M]. 北京: 中国物资出版社. 2012
- [4] 李妍. 餐厅经营入门到精通[M]. 北京: 清华大学出版社. 2013
- [5] 赵涛. 餐饮企业管理制度表格流程规范大全[M]. 北京: 电子工业出版社. 2012
- [6] 陈玉伟. 店铺筹建与财务管理[M]. 北京: 中国物资出版社. 2011
- [7] 陈觉. 餐饮连锁[M]. 北京: 旅游教育出版社. 2013
- [8] 李乾文, 何平, 肖久灵. 大学生“三创”案例策划与评述[M]. 北京: 经济科学出版社. 2013

致 谢

时光飞逝，如同白驹过隙，一转眼我们的大学生活就这样过去了。在随着我们离校日期的接近，我们的毕业论文的完成也一起进入了尾声。

在我进行论文的收集资料，到写作、修改，到论文定稿的过程中，首先我得感谢我的指导老师，唐欣然老师从论文选题到写作提纲，再到一遍又一遍地指出每稿中的具体问题，初稿改了又改，每一稿都非常认真的用红笔帮我纠正出来，严格把关，循循善诱，在此我表示衷心感谢。