
广东省大学生创新创业训练

忆潮思粿

——潮汕速食牛肉粿条项目

策
划
书

前言

“食在广州，味在潮汕。”走在潮汕街头，你会发现，无论何时何地，人们都在享受美食的盛宴，从早到晚，无论男女，无论老少，食物对于他们而言，不仅仅是果腹之物，也是高于口舌之欲的享受。有时，美食就是一座屹立千年的石桥，它连接着一个地区的过去与未来，维系着游子对渐行渐远的故乡之间的屡屡思绪。潮汕作为有名的美食聚集地，潮汕美食能够突出反映潮汕地区的物质文化及社会生活风貌，是潮汕地区不可或缺的重要特色，更是离乡游子对家乡思念的主要物象。

作为美食之都，潮汕的代表美食主要有肠粉、牛肉丸、粿条等，这些美食是潮汕地区的名片之一，也是潮汕人一直以来深情的坚守。牛肉丸作为著名的潮汕小吃，已有一百多年的历史，它不仅为潮汕本地人所钟爱，在外地也是好评如潮。粿条、肠粉、蚝烙等小吃，在全国优秀小吃品种评定会上，也获得了“中华名小吃”的称号。牛肉粿条作为潮汕地区著名的小吃，它对于潮汕人来说是最熟悉不过的食物了。

潮汕牛肉粿条，作为潮汕游子最深的乡愁，也成为他们一直以来难以跨过的一个坎，在外的游子，味蕾对于牛肉粿条的挑剔往往很难得到认同与满足。这是因为牛肉粿条保质期特别短，无法长时间保存，大多停留在现做现卖的阶段，这就使得潮汕牛肉粿条这道传统美食很难走出潮汕本土。大量出外打拼的潮汕人，更有众多远在海外的潮汕游子，以及“只闻其名，想尝其味”的非潮汕人，对于牛肉粿条强烈食欲，只能是一直抱憾深深。

另一方面，潮汕人在外寻求发展的很多，特别是一些较为偏远的村落，青壮年都外出谋求发展，农村剩下很多的留守儿童、老人和妇女，甚至出现了“空心村”的现象。这势必导致乡村产业更加匮乏、经济发展更为落后等问题的出现，而这显然与国家“决战决胜脱贫攻坚，全面建成小康社会”的政策是背道而驰的。

2020年是全面建成小康社会的决胜之年。中央一号文件中强调“发展富民乡村产业”，因地制宜，利用当地特色资源，带动产业发展，促进当地就业，助力脱贫，打赢脱贫攻坚战。

本公司决定打破常规，充分发挥潮汕当地特色美食资源优势，做可以“走出去”的潮汕美食，研发出“胶地人”“忆潮思粿——潮汕牛肉丸粿条”，做“胶地人”自己的速食产品，让潮籍游子和众多非潮籍人士都能品尝到正宗的潮汕美食。协同潮汕地区知名旅游景点“牌坊街”、“望天湖”、“广济桥”等一起发展当地美食文化。

同时，项目通过在乡村兴办加工厂，以及“互联网+”潮汕特色美食等途径，通过以“粮头食尾”、“农头工尾”为抓手，为当地村民提供充分就业机会，带动乡村产业发展，助力“美丽乡村”发展战略，助力精准扶贫和乡村振兴发展战略。

经过实地考察和洽谈，本公司决定主要针对潮汕速食牛肉粿条以及其同类系列产品，如潮汕牛肉丸粿条、潮汕牛肉火锅，以及对各种口味的产品进行开发，做成速食类产品。但是良好的开端不等于最终的成功，为了打响“胶地人”品牌，让潮汕风味系列的速食产品更好地“走出去”，让思乡的味蕾得到满足，让思乡的情怀得以实现，让乡村更加美丽、产业更为振兴，让助力全面建成小康社会的愿景更充分地实现，本公司特制定了一系列的发展及推广策略。

目录

1. 执行概要	1
1.1 项目背景	1
1.2 项目意义	2
1.3 开展现状	2
1.4 项目特色	5
2. 项目概况	7
2.1 项目基础	7
2.2 公司概况	9
2.3 市场描述	10
3. 产品与研发	15
3.1 产品概述	15
3.2 产品功能	19
3.3 产品优势	20
3.4 未来规划	23
4. 市场分析	27
4.1 宏观环境分析	27
4.2 微观环境分析	30
4.3 SWOT 分析	33
5. 生产管理	34
5.1 产品介绍	34
5.2 产品规格	36
5.3 产品定位	38
5.4 产品定价	39
5.5 厂址选择	41
6. 营销策略	44
6.1 目标人群	44
6.2 产品销售	45
6.3 价格策略	51

6.4 促销与渠道	52
7. 商业模式	54
7.1 概述	54
7.2 商业模式 O2O	54
7.3 成本控制	58
8. 财务分析	63
8.1 财务预测	63
8.2 财务预算	63
8.3 财务分析	70
8.4 项目可行性分析	73
9. 机遇与风险	74
9.1 机遇	74
9.2 风险与对策	75
附录	80
附录 1	80
附录 2	85
附录 3	87

1. 执行概要

1.1 项目背景

2020年是全面建成小康社会的决胜之年。中央一号文件中强调发展富民乡村产业，因地制宜，利用当地特色资源，带动产业的发展，促进当地就业，助力脱贫，打赢脱贫攻坚战。

潮汕人在外寻求发展的很多，特别是一些较为偏远的村落，青壮年都外出谋求发展，农村有很多留守儿童、老人、妇女，甚至出现了“空心村”。这势必导致乡村产业更加匮乏、经济发展更为落后等问题的出现，而这显然与国家“决战决胜脱贫攻坚，全面建成小康社会”的政策是背道而驰的。

民以食为天，中华美食文化源远流长，享誉海内外。潮汕作为有名的美食聚集地，潮汕美食能够突出反映潮汕地区的物质文化及社会生活风貌，是潮汕地区不可或缺的重要特色。潮汕牛肉粿条对于潮汕人来说是最熟悉不过的食物了，在潮汕也有很多制作潮汕牛肉粿条的传统手艺人。但用传统制作方法制作的牛肉粿条以及数量众多的潮汕美食，因保质期短，无法长时间保存，大多只停留在现做现卖的阶段，使得潮汕牛肉粿条等地方传统美食很难走出潮汕本地，只有在潮汕地区和珠三角极少数的潮汕牛肉店才能吃到这“一口解乡愁”的家乡美食。

随着科技的发展，近一两年来，市场上终于出现了速食牛肉粿条，但产品种类甚少，线上销售渠道单一，产品市场占有率和知名度都极低。这是因为现有少量的速食牛肉粿条包装易烂，粿条难泡且易碎，更重要的是味道不正宗。很多在外潮人，以及“只闻其名，想尝其味”的非潮汕人，对于牛肉粿条的强烈食欲，只能是一直抱憾深深。

本项目发挥潮汕当地特色美食资源优势，让潮籍游子和众多非潮籍人员都能品尝到正宗的潮汕牛肉粿条。同时，项目通过在乡村兴办加工厂，带动乡村产业发展，为当地村民提供就业机会，助力精准扶贫和乡村振兴。

1.2 项目意义

1.2.1 弘扬潮汕饮食文化

潮汕牛肉粿条的形成，离不开潮人赖以生存的地理自然环境、人文风俗、及悠久的传统历史文化。潮汕地区濒临南海，地处平原，水土肥沃，气候温和，而传统的潮汕文化，崇尚“礼乐”和“仁义”，提倡“忠恕”和不偏不倚，有者深厚独特的文化底蕴，在此基础上孕育出的潮汕美食文化也独具特色，誉满全球。潮汕牛肉粿条如能“走出去”，潮汕饮食文化也能得到更好的弘扬，增进不同文化之间的交流，潮汕文化和潮汕饮食便能更好地得以继承、弘扬、创新和发展。

1.2.2 释怀潮人思乡之情

潮汕牛肉粿条，作为潮汕人一直以来深情的坚守，也承载着潮汕游子最深的乡愁，但始终成为他们一直以来难以跨过的一个坎，因为普通牛肉粿条很难得到漂泊在外的潮汕游子挑剔的认同味蕾。身在异国他乡的潮汕游子，如果能吃到一碗热腾腾的正宗潮汕牛肉粿条，思乡情怀瞬间便得最深层的满足，这可谓是一件幸福感爆棚的事！

1.2.3 带动当地经济发展

潮汕牛肉粿条，是潮汕地区的特色美食，是潮汕地区的响亮招牌。本项目选址在潮汕地区，既能体现地方风土民情，又是活生生的文化名片。弘扬优秀的潮汕传统文化，把传承下来的美食推广出去，打出潮汕的品牌文化，提高潮汕地区知名度。突出彰显本地风味特色，增强美食文化内核。项目通过在偏远乡村兴办加工厂，为当地村民提供充分就业机会，带动乡村产业发展，助力精准扶贫和乡村振兴发展战略。同时，旅游活动离不开特色美食，旅游经济离不开餐饮经济，传统美食还能直接影响当地旅游业的经济效益，旅游地往往被赋予特定的文化氛围，提供协调的环境和良好的服务，促进当地经济发展与旅游业的兴起。

1.3 开展现状

现市面上销售的鲜湿粉面种类不多，主要分为鲜湿米粉、调制鲜湿米粉、糙米鲜湿米粉。其中比较出名的有桂林米粉、车仔面、乌冬面以及最近的网红产品魔芋粉。



桶装的魔芋粉里含有魔芋包、粉包、蔬菜包、酱包和醋包等。它相比只能热泡或干拌的方便鲜湿米粉，加入了“冷泡”的方式，解决了没有热水也可以吃到汤粉的问题，而且他的保鲜技术极为环保，仅有生活饮用水、魔芋粉、淀粉和食品添加剂（氢氧化钙），对本公司产品有很大的参考价值。

广西、河南等地方的特产鲜湿粉品牌越来越多，但是潮汕速食粉面产品却是寥寥无几。本团队成员特意在线上搜索并购买了两款产品，尝试后存在包装易烂、粿条难泡熟、味道不正宗等问题，如下图所示：





面对潮汕地区特色的美食现状，本团队怀着浓浓的情怀，根据潮汕牛肉粿条的特点，研发具有潮汕风味的潮汕速食牛肉粿条。采用FD宇航冻干技术来保持牛肉的新鲜嚼劲，粿条成型后用盐水包装以此来保持口感爽滑弹性，做原汁原味的正宗潮汕速食牛肉粿条。这一方面解决了产品在时间和空间上的弊端，使人们随时随地就能品尝到“家的味道”，释怀思乡之情，所谓“忆潮思粿”，另一方面，项目还弘扬了潮汕地区的文化和美食，通过在偏远农村兴办企业，促进当地劳动力充分就业，促进潮汕地区的经济和旅游业的发展，助力乡村振兴战略，助力全面建设小康社会目标的实现。

1.4 项目特色

1.4.1 食用方便与受众面广

潮汕牛肉粿条深受大众喜爱，其认知度和接受度都较高。大量出外打拼的潮人，众多远在海外的潮汕游子，以及“只闻其名，想尝其味”的非潮汕人，潮汕速食牛肉粿条都可以承担其满足其味蕾需求的主食、夜宵或者点心，且保质期长，食用方便。当代年轻人或者上班族，在繁忙的时候，往往会选择简单便利的食物，节约时间，潮汕速食牛肉粿条产品正好符合消费者追求便利的需求。

1.4.2 味道正宗与选择多样

牛肉粿条的材料主要有高汤、粿条、牛肉丸、沙茶酱。其中高汤和粿条是牛肉粿条的灵魂所在。本项目从高汤的鲜度和粿条的口感入手，产品里的高汤由黄牛的牛骨和牛杂熬制，最后浓缩成一个汤包。粿条由米浆和0污染的山泉水制作而成。粿条成型后用盐水包装，用鲜湿粿条替代传统的干粿条，可以保证食用时复水时间短、粿条有劲道，不断条、口味纯正、水分含量高，有新鲜粿条的感觉。

对于不同阶层的消费者，公司推出普通款牛肉粿条桶装和特别版自热牛肉粿条。普通款里包含有鲜湿粿条、浓汤包、真空包装的牛肉丸、冬菜包、食用油包；特别版自热牛肉粿条里含有鲜湿粿条、浓汤包、冬菜包、食用油包外，还加入了自热装置和豪华版牛肉丸和牛杂。两者的区别在于特别版的可以更好的还原食材的鲜味和口感，满足追求更高层次的消费者。另外，项目还将陆续推出潮汕牛肉自热火锅，分沙茶味和香辣味。提供给顾客的选择多种多样，满足顾客的个性化需求。

1.4.4 承载乡愁与促进发展

潮汕牛肉粿条，作为潮汕游子最深的乡愁，也成为他们一直以来难以跨过的一个坎，在外的游子，味蕾对于牛肉粿条的挑剔很难得到认同与满足，思乡之情尤为浓烈。忆潮思粿——潮汕速食牛肉粿条可以让消费者品尝到家乡的正宗味道，一口解乡愁。

本项目充分发挥潮汕当地特色美食资源优势，做可以“走出去”的潮汕美食，研发出“胶地人”“忆潮思粿——潮汕牛肉丸粿条”，做“胶地人”自己的速食产品，让

潮籍游子和众多非潮籍人士都能品尝到正宗的潮汕美食。协同潮汕地区知名旅游景点“牌坊街”、“望天湖”、“广济桥”等一起发展当地美食文化。

同时，项目通过在乡村兴办加工厂，以及“互联网+”潮汕特色美食等途径，通过以“粮头食尾”、“农头工尾”为抓手，为当地村民提供充分就业机会，带动乡村产业发展，助力“美丽乡村”发展战略，助力精准扶贫和乡村振兴发展战略。

2. 项目概况

2.1 项目基础

2.1.1 项目选题

“忆潮思粿——潮汕速食牛肉粿条”是一个以“味道正宗、食者回味”为宗旨的潮汕美食特色项目。项目从市场，文化，社会等多方面出发，立体了解在外的潮人对“一口解乡愁”牛肉粿条的心理诉求，本团队决定做“走出去”的潮汕速食牛肉粿条，研发出原汁原味并且能够满足当代人们味蕾的潮汕牛肉粿条。经过对桐坑乡进行实地考察和与乡民的充分洽谈，决定响应国家“脱贫攻坚”政策号召，结合当地特色并利用当地资源，研发出“忆潮思粿”这一特色产品，为当地增加就业机会，带动地方经济建设，为全面建成小康社会、加快推进社会主义现代化建设贡献我们的智慧，也让正宗的、原汁原味的牛肉粿条为远在他乡的潮人架起一座思乡之桥，为潮汕美食的对外交流与传播打开一扇重要之门。

2.1.2 项目调研

本团队为了积极响应国家扶贫政策，多次前往揭阳市揭东县白塔镇桐坑乡进行调研，通过网上查阅资料实地调研相结合，更加确认了当地的经济水平以及发展潜力。该地在改革开放后，很多本地人跑去了深圳东莞做生意，留在本地发展的不多，但是由于该地的牛肉粿条味道正宗，那些去外地做生意的人还是会经常回来就为了吃一碗家乡的牛肉粿条，很多其他地区的人也慕名不远千里奔赴桐坑乡，只为尝一尝人们口碑相传中的牛肉粿条。这让本项目的构想能够落地提供了坚实的现实基础。通过对当地经营牛肉粿条生意的村民进行洽谈后，他们均表示乐意与我们合作。通过对当地资源的调查我们发现，当地牛肉品质上乘，而且牛肉粿条基本上都是用传统手工制作方法制作出来的，这可以最大程度上保证口感，提供原汁原味的牛肉粿条。经过我方内部与当地商家商讨，决定由当地商家提供人力和物力，我方提供工具、技术与场地，一起实现项目的达成。

2.1.3 项目产品

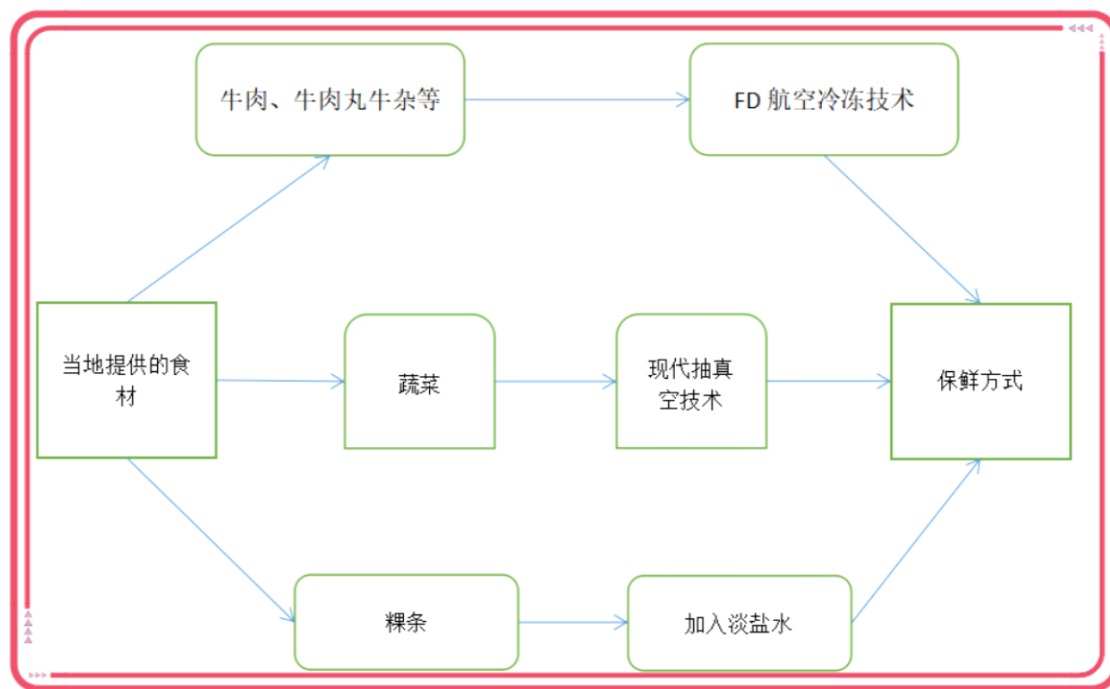
本项目主要研发潮汕速食牛肉粿条、潮汕牛肉火锅等同系列产品，打造“忆潮思粿”品牌潮汕速食食品。“忆潮思粿”品牌下主要有桶装式潮汕速食牛肉粿条和自热火锅式潮汕速食牛肉粿条，产品特点是原汁原味、方便、性价比高、材料足。

本团队决定研发以下产品：

1. 沙茶味潮汕速食牛肉粿条（湿粿包、蔬菜包、骨汤牛肉包、蒜头油、沙茶酱）
2. 香辣味潮汕速食牛肉粿条（湿粿包、蔬菜包、骨汤牛肉包、蒜头油、辣椒酱）
3. 沙茶味潮汕速食牛肉丸粿条（湿粿包、蔬菜包、骨汤牛丸包、蒜头油、沙茶酱）
4. 香辣味潮汕速食牛肉丸粿条（湿粿包、蔬菜包、骨汤牛丸包、蒜头油、辣椒酱）
5. 沙茶味潮汕自热火锅（湿粿包、蔬菜包、冬菜包、紫菜包、牛肉包、牛肉丸包、高汤包、蒜头油、沙茶酱）
6. 香辣味潮汕自热火锅（湿粿包、蔬菜包、冬菜包、紫菜包、牛肉包、牛肉丸包、高汤包、蒜头油、辣椒酱）

2.1.4 产品包装

针对目前市场上原有同类产品采用袋装而带来的易碎、不方便食用等问题，产品包装采用桶装，方便简单、容易携带，便于储存和食用。牛肉粿条在粿条中加入淡盐水，使得粿条能够保持原来的湿度，水分和营养成分也能够保存不流失。自热火锅包装在桶装的基础上采用先进的FD宇航冻干技术，食材被脱离水分，防止了微生物的滋生，且营养成分和膳食纤维被完整保留，从而锁住食材的原色原香，还原真实口味，展现食材自然本色。冻干后的食材重量仅是本身重量的十分之一左右，更便于运输和储存，且营养物质可保留达95%以上。



2.2 公司概况

2.2.1 公司简介

广东新潮味有限公司是一家专注于广东潮汕特色传统美食产品研究、开发、生产及销售的企业，总部及研发基地设立于古色古香的潮汕揭阳，公司地址位为广东省揭阳市揭东县高新区，公司的原材料、生产加工主要通过与合作进行合作，为当地村民提供充分就业机会，带动乡村产业发展，助力精准扶贫和乡村振兴发展战略。

公司坚持以人为本、诚信立业的经营原则，坚持以潮汕地区为根，不忘初心为潮汕地区的建设做出自身的贡献。

在公司文化上，公司以建设潮汕文化为主，宣扬发展潮汕文化的公司文化，培养公司全体成员怀着浓浓的潮汕家乡情怀。

在产品上，根据潮汕牛肉粿条的特点，研发具有潮汕风味的潮汕速食牛肉粿条，保持牛肉的新鲜嚼劲，粿条的爽滑弹性，使用桶装，做正宗的潮汕速食牛肉粿条，保持原汁原味。解决时间和空间上的弊端，人们随时随地就能品尝到“家的味道”，释怀思乡之情，努力将潮汕独特的美食文化宣扬发大，就是所谓“忆潮思粿”。

在对潮汕地区的就业建设上，公司将建立自身的生产流水线，扩大对潮汕人员的招聘，在增加就业岗位的同时，促使潮汕外出求职人员返乡振兴，拉动潮汕 GDP 的增长，

减少空巢老人在潮汕地区的出现。

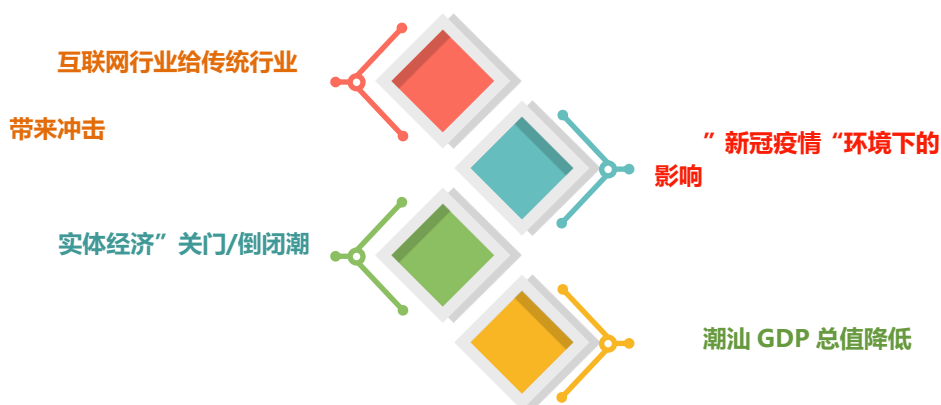
近年来，国家一直鼓励并提倡建设“最美乡村”，揭阳市政府也大力支持和提倡美丽乡村的建设，公司基于潮汕人文的建设，每逢佳节、庆典等日子时，会提前召集公司的员工，上门慰问潮汕地区的空巢老人，并献上我们公司的产品。

2.2.2 建立背景

广东新潮味有限公司由潮汕地区本土一所高职院校的师生共同创立，团队成员有着同一目标，怀揣着同一梦想——让全国乃至全球都能够品尝到来自潮汕的特色美食潮汕牛肉粿条。为了开发出真正适合市场需求的“忆潮思粿”产品，公司紧密跟踪产品研发方面的技术和行业发展特点，不断优化“忆潮思粿”品牌产品，以期令潮汕地区的文化传播到更多的地方，让顾客得到最优质的服务和最好的投资回报。同时，响应国家“发展富民乡村产业”政策号召，因地制宜，利用当地特色资源，带动产业的发展，促进当地就业，助力脱贫，打赢脱贫攻坚战。

2.3 市场描述

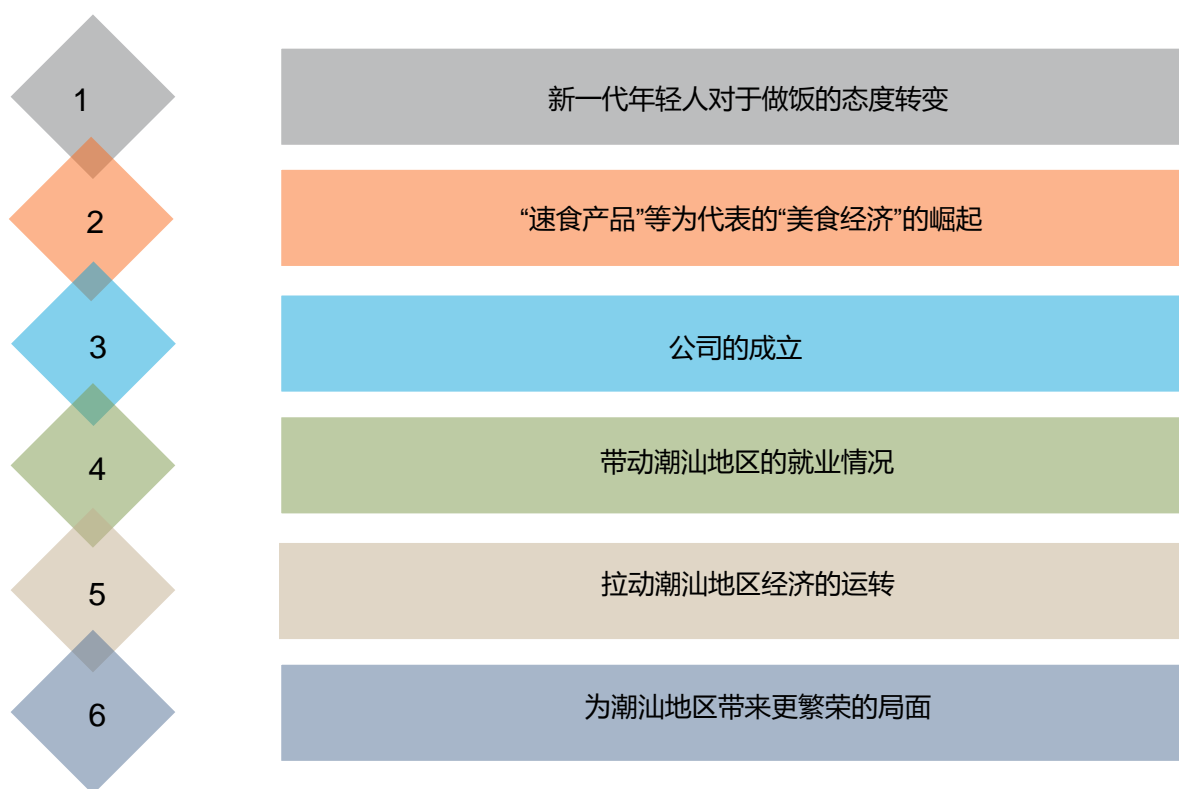
当下，互联网行业给传统的商业领域带来了史无前例的巨大冲击，雪上加霜的是“新冠疫情”所带来的冲击，以零售业、制造业为代表的实体经济首当其冲，各地实体经济出现“关门/倒闭潮”，这些冲击不仅让部分人失去了生活的来源，还因为足不出户降低了消费程度，长久以往，潮汕地区今年的GDP总值可能会受到影响而降低。



另一方面，近年来，新一代年轻人对于饮食态度的转变，下厨逐渐脱离单纯的家务劳动认知范畴，成为一种生活乐趣；然而快节奏生活压缩了原有的下厨时间，简单易操作，不需太多烹饪技巧的快手菜/预制菜/半成品菜颇受青睐。

在宏观层面，国家政策的助力，使得以“地摊经济”、“餐饮”、“街头小吃”、

“速食产品”等为代表的“美食经济”却越来越火，速食行业特别是一些颇具创意的传统美食和包装，将会长期被看好，再加上 2020 年习近平总书记在 10 月中旬考察调研潮汕地区，考察了潮州市的古建筑、文物，非遗文化传承、文旅资源等情况，强调要加强非物质文化遗产的保护和传承，对潮汕牛肉丸的做法作出高度评价：“手工槌打出来的牛肉丸，肉质更加细腻”并表示价格很实惠。习近平总书记的考察，一方面，带动潮汕地区的就业情况，另一方面，拉动潮汕地区经济的运转，以稳定潮汕地区的 GDP 总值为基础，向更进一步发展为目标，为潮汕地区带来更繁荣的局面。



2.3.1 疫情带来的商机

根据中国餐饮协会消息，疫情期间，93%的餐饮企业都选择关闭门店，其中 73%的企业关闭了旗下所有门店。另一方面，疫情期间，为了减少非必要外出，大部分人选择了在家下厨；同时，许多年轻人复工后脱离了父母的“投食”，吃饭不便又对外卖存有顾虑。因此包括京东超市、天猫超市等在内的线上自热火锅订单量增加了 200%-300%。2019 年年底，天猫发布的《2019-2020 国民味道》数据显示，方便速食将成为 2020 年六大年度美食趋势之一。数据显示，今年 2 月以来，天猫商城上方便速食

的整体销量同比增长接近7倍。在疫情的影响下，速食食品迎来了“春天”。

2.3.2 自热食品异军突起

在近年来国人越来越注重饮食健康的背景下，方便面也面临着转型升级的需求。高级速食食品就是在这样的背景下异军突起的。很多速食产品顺应消费升级趋势纷纷推出高端产品，“原汤”代替调料粉，“大块肉”代替脱水肉干，方便食品摆脱传统的“饱腹”形象，开始向“营养、美味、方便”的形象进发。



自热食品升维降维双向抢占市场，前景广阔。自热食品从2016年下半年起开始进入大众视野，2017年迎来大爆发，企业注册量比2016年增长了75%，并于当年“双十一”卖出170万份，彻底引起了市场的关注。2019年半成品菜销量同比增长111%；自热火锅等新式方便速食在天猫上的销售增长超过50%。自热小火锅满足了一部分“偶尔吃好一点”的消费升级需求，如住校学生，跟团游中老年人，郊游家庭等，具有替代部分方便面的属性。从品类上自热技术能弥补火锅难以外卖的不足，相较于部分外送火锅的价格而言更具性价比且操作更为简，均价低于外卖平均45元的客单价，因而从品类讲对外卖存在一定替代，解决部分消费者或单身人群“懒于出门”“一人食”的火锅需求。目前行业尚未成熟，仍在快速发展，下沉空间较大，未来市场前景广阔。

2016-2019年中国自热食品企业注册量统计情况

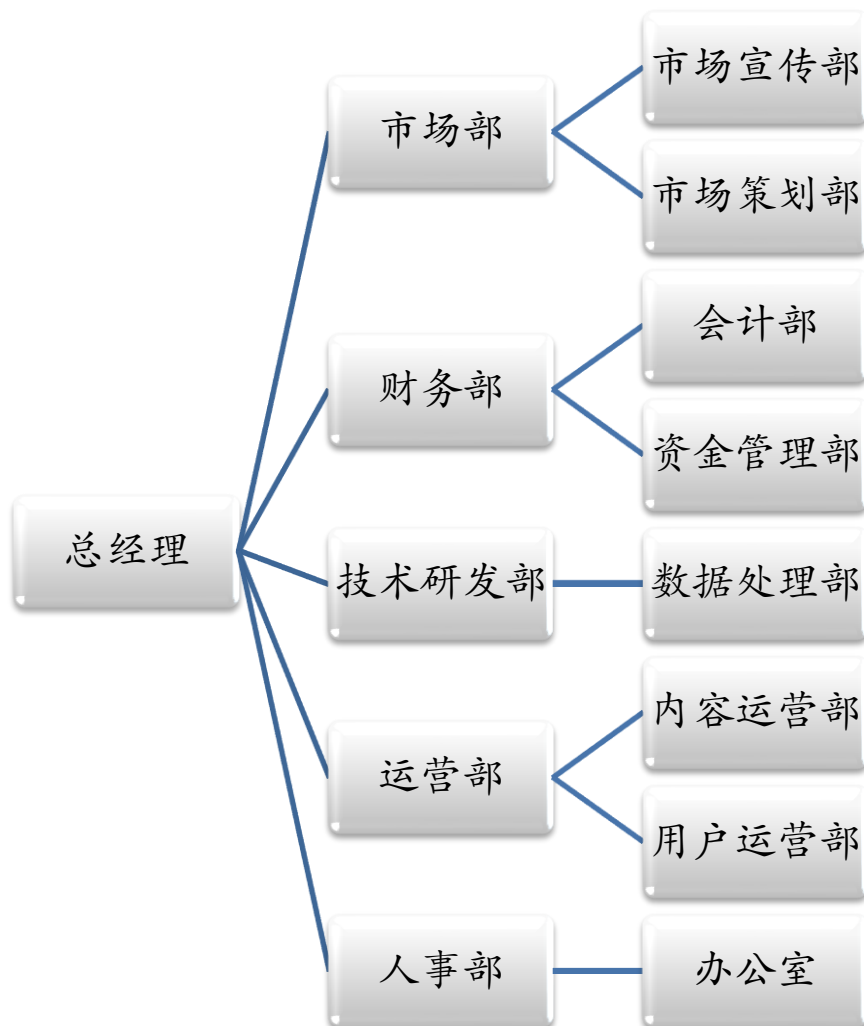


资料来源：前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

2.4 管理团队

2.4.1 团队架构



(1) 市场部

市场部包括市场宣传部和市场策划部，本部门主要通过对消费者行为的分析，拉近产品与消费者的心理距离、拉近产品与消费者的物理距离。使本公司产品最大化去满足消费者。

(2) 财务部

财务部是在本公司一定的整体目标下，关于资产的购置（投资），资本的融通（筹资）和经营中现金流量（营运资金），以及利润分配的管理，也就是负责本机构的财务管理。

(3) 技术研发部

负责公司技术管理和市场调研和产品跟踪工作；

根据公司发展及市场需要对现有产品、工艺进行改进，寻找新型原材料，开发、设计新产品；

根据公司发展的需要，研究市场和用户的潜在要求，制定技术研发计划，及时提出研究开发方向和研究课题，并负责对提出的研究开发方向或课题组织评审，保证课题具有前瞻性、可操作性和现实性。

(4) 运营部

负责创造短期用户价值和协助产品完善长期价值的部门。包含“内容运营、用户运营、活动运营、产品运营”等经典意义上的四大运营模块。此外，也有新媒体运营、APP 商店推广运营。

(5) 人事部

主要负责人事考核、考查工作。建立人事档案资料库，规范人才培养、考查选拔工作程序，组织定期或不定期的人事考核、选拔工作；负责做好公司员工劳动纪律管理工作。定期或不定期抽查公司劳动纪律执行情况，及时考核，负责办理考勤、奖惩、差假、调动等管理工作；严格遵守“劳动法”及地方政府劳动用工政策和公司劳动管理制度，负责招聘、录用、辞退工作，组织签订劳动合同，依法对员工实施管理；负责核定各岗位工资标准。做好劳动工资统计工作，负责对日常工资、加班工资、出差工资、出勤奖的报批和审核工作；负责编制培训大纲，抓好员工培训工作。



冻干	优质的工厂	财务系统	管理制度	定位	经销商
研发力	严格的品控			策划	铺货
独特的配方				推广	陈列
					销售

3. 产品与研发

3.1 产品概述

北方喜面，南方爱粉，而潮汕人，独宠粿条。在许多潮汕人的味蕾记忆中，牛肉粿条是最为魂牵梦绕的味道。冒着烟的清汤、鲜嫩肥美的牛肉与酥嫩爽滑的粿条，不管春夏秋冬，潮汕地区大街小巷的粿条汤小店里经常座无虚席。对于潮汕人来说，无论是早餐、午餐、还是晚餐、宵夜，粿条是一天随时可以吃到的、白吃不厌的美食。潮汕牛肉粿条历史悠久，是潮汕地区的一道传统美食，深受当地人的喜爱。随着经济发展，很多潮汕人离开家乡外出工作，潮汕牛肉粿条成为他们心中的乡愁。外地人对潮汕牛肉粿条也有着浓厚的兴趣，说垂涎三尺一点都不为过。为了满足人们的需求，本公司将研发潮汕速食牛肉粿条这一产品。

现在市面销售的速食粿条产品种类不多，且味道多不正宗。而我们坚持用潮汕本地地产出的牛肉和牛肉丸，运用原产的牛肉高汤，可以高程度地还原出原汁原味的潮汕牛肉粿条。

3.1.1 牛肉选择

本项目产品牛肉和牛肉丸选择的是前腿肉（潮汕话叫吊龙）。前腿肉的营养价值高，正所谓吃啥补啥，也是有一定的道理，由于牛前腿更加的健壮，所以吃了对于我们的身体健康以及身体免疫力来说，都有一定的帮助作用。前腿肉精肥相间，肉嫩，好吃。天然的牛肉香气，不同于调味品或食用香精的味道，不管煮熟前后，都是饱满的香气，吃起来口齿留香，我们用来做鲜牛肉。



前腿肉小腿肚子那块肉叫金腿肉，比较修长，筋比较多，口感很好，我们用来做卤牛肉。将牛腱肉洗净，放入清水中浸泡两小时。每隔一小时换一次水牛腱肉剁成大块，放入锅中，加凉水没过肉。大火将水烧开，撇净血沫，拿出牛腱肉洗干净。起锅，加水，将洗好的牛腱肉放入锅中，加入姜、八角、桂皮、香叶。放入冰糖、老抽、生抽、料酒、蚝油、冰糖、盐，开小火炖煮约1个小时。时间到后让牛肉继续浸泡一个晚上。这样能更加入味。卤好的牛肉切片小包包装，和潮汕粿条绝配。

用来判断一颗牛肉丸是否有弹性，是要看牛肉丸入口后咀嚼的韧劲，是否爽脆，是否有嚼劲。一颗好的牛肉丸吃起来应该是嚼劲十足，弹牙不粘牙，肉质纹路清晰可见，无明显添加物（牛筋丸与特色风味丸除外），无油脂，无特别香料或调味料。我们的牛肉丸就是这样，让舌尖感受到幸福。



3.1.2 粿条选取

对于粿条的选取也特别讲究，以当季新鲜的大米为原料，经清洗、浸泡、磨浆（粉碎）、发酵（或不发酵）、熟化、成型、冷却等生产工艺加工而成，最后用鲜湿粿条包装替代传统的干粿条包装，可以保证食用时复水时间短、粿条有劲道，不断条、口味纯正、水分含量高，有新鲜粿条的感觉。

从外形看，潮汕的粿条，跟河粉长得一样，其实不然，一是原料不同，粿条以大米为主原料，较少添加薯粉或淀粉。因此吃起来韧性不像河粉，厚度也远远厚于河粉，所以口感比较饱满，潮汕人称饱嘴，河粉则有韧性；二是原料不同导致的颜色不同，制作粿条是用米浆，蒸熟后透明度比加生粉的河粉差，所以河粉看起来晶莹透明，粿条则是轻微的乳白色。



3.1.3 蘸料选取

吃潮汕牛肉粿条最离不开的蘸料是“沙茶酱”，潮汕人对沙茶酱的做法也有一番研究，是用食用植物油，花生仁，芝麻末，白砂糖，鱼露，扁鱼，蒜头，葱，辣椒，香辛料，沙姜粉等材料制成。



3.1.4 高汤的制作

本产品的高汤采用潮汕本地的黄牛牛骨和牛杂熬制。首先，牛骨清洗干淨，过水

焯几分钟，控干水份，把焯过水的牛骨放进高压锅，加入南姜片，加清水没过牛肉，盖上盖子，煮 40 到 50 分钟，将牛骨捞起，就可以得到一锅高汤，最后经浓缩、分装成均匀的汤包。



3.1.5 菜包的制作

对于速食的潮汕牛肉粿条来说，当然少不了蔬菜包、冬菜包、紫菜包等各色菜包。在潮汕本地，蔬菜包的制作材料一般就是芹菜、胡萝卜、玉米等蔬菜。蔬菜包的加工流程一般是：挑选（择菜）——一级清洗——二级清洗——切菜——涡流清洗——沥水——风干——包装。冬菜包更是少不了，潮汕人喜欢在做牛肉粿条汤的时候加入冬菜来提味，使底汤更加美味。冬菜的腌制过程必须要按照传统的工序来制作，并且必须要发酵满八个月才能够打开来食用，所以制作冬菜需要用很长的时间，这样冬菜的品质才能得到保证。紫菜包的配料一般是虾皮、干紫菜、调味香料等。优选优质，新鲜美味。



3.2 产品功能

3.2.1. 满足消费者追求便利的需求

当代的学生党或者上班族，忙于学习工作，在繁忙的时候，往往选择简单便利的食物。到达潮汕地区旅游或是外出到其他地方旅游的人，行车路上，为了节约时间，易于携带，也同样会选择简单便利的食物。我们的速食牛肉粿条产品正好符合这些消费者追求便利的需求。

3.2.2. 满足消费者对正宗口感与不同味道的需求

牛肉粿条的材料主要有高汤、粿条、牛肉丸、沙茶酱。其中高汤和粿条是牛肉粿条的灵魂所在。而我们从高汤的鲜度和粿条的口感入手，产品里的高汤由黄牛的牛骨和牛杂熬制，最后浓缩成一个汤包。粿条由米浆和水制作而成，粿条成型后用盐水包装，用鲜湿粿条替代传统的干粿条，可以保证食用时复水时间短、粿条有劲道，不断条、口味纯正、水分含量高，有新鲜粿条的感觉。

根据人们消费习惯的差异，我们推出普通款牛肉粿条桶装和特别版自热牛肉粿条火锅。普通款分为两种：卤牛肉粿条和牛肉丸粿条。卤牛肉粿条桶装里包含有鲜湿粿条、浓汤包、卤牛肉包、冬菜包、食用油包；牛肉丸粿条桶装里包含有鲜湿粿条、浓汤包、真空包装的牛肉丸、冬菜包、食用油包；特别版自热牛肉粿条里包含有鲜湿粿条、浓汤包、冬菜包、食用油包外，还加入了自热装置和豪华版牛肉丸和牛杂。这两种款式都有沙茶味和香辣味可以选择，另外特别版可以更好的还原食材的鲜味和口感，满足消费者追求高层次的需求。

3.2.3. 满足消费者思乡的心理诉求

牛肉粿条作为潮汕地区著名的小吃，它对于潮汕人来说是最熟悉不过的食物了。潮汕牛肉粿条，作为潮汕游子最深的乡愁，也成为他们一直以来难以跨过的一个坎，在外的游子，离家愈久，思乡愈切。家乡的味道，一碗“潮汕牛肉粿条”就可以完成承载。忆潮思粿——潮汕速食牛肉粿条可以让潮人游子尝到家乡的正宗味道，“一口解乡愁”。

3.2.4 满足消费者的低脂与营养的需求

粿条属于多糖，也叫碳水化合物，虽然是高热量，但是脂肪含量极其少。多糖只有在身体里面多到无法消化的程度，才会转化为脂肪，否则不会转化为脂肪。且我们采用鲜湿包装的粿条代替市面上的油炸方便面饼或风干粿条，提升粿条的爽滑口感的同时，还可以减少油脂含量。对于减肥的人来说，食用速食粿条是不错的选择。

粿条的主要营养成分有蛋白质、脂肪、碳水化合物等。粿条易于消化吸收，可以充分补充人体内所需的营养，有改善贫血、提高免疫力、平衡营养吸收等功效，补中益气、健脾养胃、益精强志、和五脏、通血脉、聪耳明目、止烦、止渴、止泻的功效，是因为其性甘味平，人们多食能令人“强身养颜”。

3.2.5 满足环境保护的需求

菜包的包装采用真空包装，真空包装在抽出空气后，包装基本是贴合包装物，即内部容比小，这样不仅节省了包装空间，还便于人们日常携带；真空包装袋采用无毒、无害、无污染的包装材料，生产时不添加粘合剂，无溶剂残留问题，绿色环保。

3.3 产品优势

3.3.1 地方特色

一提起潮汕，人们的第一反映多是“潮汕美食”，而潮汕牛肉粿条则在潮汕美食中占据无可替代的地位，没来过潮汕的游客对牛肉粿条更是“只闻其独特口感之名，未尝其香软Q弹之味”。“忆潮思粿”产品系列，结合潮汕地方饮食特色，为游子解乡愁，更能作为来潮游客的最佳伴手礼选择，还能为全国，乃至全球各地想品尝潮汕特色小吃的人们提供便利。

为了实现以上愿景，本公司经过实地的调查和讨论，最终决定将原材料的选址选在了揭阳市的桐坑乡，桐坑当地的著名特色小吃便是粿条。桐坑粿条的刀工很好，切得很均细，汤水的味道也很浓，桐坑制作粿条的历史始于何时没人说得清楚，早在上个世纪，就有很多的人从深圳、广州慕名而来，只为了品尝这里的美食。

3.3.2 味道正宗

当今的生活节奏较快，速食产品成为大部分人的选择，市场上常见的速食食品，

大多都以油炸方便面主，口味较单一，鲜湿类的粉面较少。而我们的速食牛肉粿条采用鲜湿粿条包装，口感更接近于现卖现煮的潮汕牛肉粿条，味道正宗，更容易吸引顾客。



3.3.3 选择多样

速食粿条的成本不高，适合各个阶层的消费者，通过线上和实地调查不同地区的口味，给产品地区描述用户画像，“忆潮思粿”产品系列特别推出特别版牛肉粿条和普通版牛肉粿条桶，可以满足不同阶层的消费者，不同口味的牛肉粿条更能切合不同地域、不同饮食习惯人们的多样选择。

3.3.4 高质健康

关于高汤的材料：我们坚持用潮汕本地产出的牛肉丸和牛筋丸，最大程度地还原出原汁原味的牛肉汤底；

关于粿条的制作和保鲜：我们用鲜湿粿条替代传统的干粿条，可以保证食用时复水时间短、粿条有劲道，不断条、口味纯正、水分含量高，更接近新鲜粿条的口感。

关于菜包的保鲜：蔬菜包的加工流程为挑选→清洗→切菜→涡流清洗→沥水→风干→包装。首先是冬菜包，冬菜的腌制过程必须要按照传统的工序来制作，并且必须要发酵满八个月才能够打开来食用，所以制作冬菜需要用很长的时间，这样冬菜的品质才能得以保证。其次是紫菜包，配料一般是虾皮、干紫菜、调味香料等。

以下是我们对产品的质量要求：

GB 2760-2014 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准

QB/T 2652-2004 方便米粉（米线）

DBS45/050-2018 使用安全地方标准 鲜湿类米粉

表1 感官要求

项目	要求
	方便鲜湿米粉
色泽	具有产品应有的、基本均匀一致的色泽，不呈现漂白色泽
气味、滋味	具有本产品固有的气味、滋味，无异味；口感爽滑、柔韧，不夹生，不黏牙，基本无硬芯。
组织形态	米粉复水后粉条厚度、宽度基本均匀一致，表面平滑
杂质	无杂质

表2 理化指标

项目		指标
		鲜湿米粉
水分/(g/100g)	切粉 \leq	72
酸度/(°T)	切粉 \leq	1.5
总膳食纤维/(mg/kg) \geq		-
铅(以Pb计)/(mg/kg) \leq		0.1
无机砷(以As计)/(mg/kg) \leq		0.2
镉(以Cd计)/(mg/kg) \leq		0.1
黄曲霉毒素B ₁ /(μ g/kg) \leq		5.0
氰化物(以氢氰酸计)/(mg/kg) \leq		1.5
复水率% \geq		200
短条率% \leq		16.0
粘条率% \leq		3.0

食品添加剂（以磷酸根（ PO_4^{3-} ）计，最大使用量 /g/kg）	1.0
--	-----

表3 微生物限量

项 目	采样方案及限量（若非指定，均以/25g表示）			
	n	c	m	M
菌落总数/(CFU/g)	5	2	10^5	10^6
大肠菌群/(CFU/g)	5	2	20	10^2
沙门氏菌	5	0	0	—
金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g	1 000 CFU/g

注：n为同一批次产品应采集的样品件数；c为最大可允许超出m值的样品数；m为微生物指标可接受水平的限量值；M为微生物指标的最高安全限量值。

3.4 未来规划

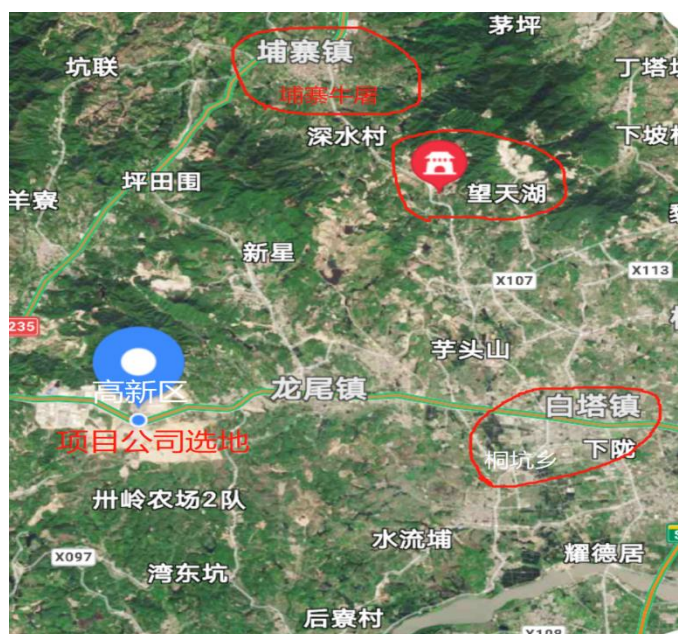
创业初期	创业中期	创业后期
<ul style="list-style-type: none"> 以网络营销为起点，利用当地的旅游景点和交通工具，以及结合互联网和当地的地理优势，节约成本的快速打入市场，建立良好口碑和鲜艳品牌。 	<ul style="list-style-type: none"> 根据推出市场反馈，推出更多的产品种类，使产品多样化，符合多地口味，例如增加川味特辣，或者牛肉面，另外增加原材料直接售卖，如真空装牛肉丸、卤肉块等等。 	<ul style="list-style-type: none"> 加大生产除外，另外与当地特色的美食结合，研发出新的潮汕传统美食的速食产品，加速潮汕美食文化的传播，带动当地就业，扩大平台合作。

3.4.1 创业初期

潮汕美食离不开正宗的潮汕味道，创业初期要打造好良好的口碑，树立品牌优势快速打入市场，因此从三个方面入手：

1. 项目选址选在离潮汕粿条的发源地最近的一个开发区——揭东产业园高新区，该地离附近最大牛屠场——埔寨牛屠，同时靠近潮汕粿条最代表性的、生产最多的白塔桐坑乡，可以快速提供生产速食牛肉粿条的原材料，其次更加接近

当地的原始工艺程序,取其精华, 打造接近“现煮现卖”的牛肉粿条的正宗味道, 同时保证材料的新鲜, 以及节约运输成本。



2. 想要快速的融入市场, 必须有渠道平台的支撑, 项目生产选址附近有广东省 4A 级的“望天湖旅游景区”, 除此之外延伸出去, 潮汕地区还有总多的旅游景点, 如揭阳进贤门、揭阳学宫、潮州牌坊街、潮州广济桥等等, “特色文化旅游”结合“特色文化美食”打造出去, 同时可以利用互联网的新传媒, 同时利用抖音、快手、小红书等 APP 里的知名博主直播带货, 扩大产品知名度。

3. 利用当地的交通工具把潮汕文化美食传播出去, 与揭阳本地有潮汕国际机场、揭阳南站火车站、揭阳站高铁站、揭阳机场站高铁站等洽谈之后, 投放上去作为特色旅游食品, 能够快速的让外来人群第一时间接触到本产品, 并且能够增加销量, 提高知名度。

4. 前期零售时, 速食牛肉粿条的知名度在没提高之前, 主要是通过以网络销售为起点进行推广式销售, 平台主要在淘宝、微商以及一些吃货团等平台销售, 通过网商平台打开知名度, 以及增加零售量。

5. 为了资金积累和后期销售, 前期的工作重心会更多地放在产品宣传上, 先推出牛肉粿条和快速检测试剂盒, 跟随国家推行快筛技术的政策, 吸引消费者的尝试购买欲。

3.4.2 创业中期

1. 项目中期属于成熟期，产品已经拥有了一定的名气和粉丝，同时公司也积累了一定的资金，可以推出更多款式的粿条，根据推出市场反馈，可以推出更多的产品种类，使产品多样化，符合多地口味，比如川北地区喜欢辣味，黔东南偏向喜欢吃酸，中期可推出特色产品，“变态辣”粿条包、潮汕风味酸菜包等等。

2. 除了桶装速食牛肉粿条之外，还可以推出更多原材料产品，如干拌牛肉粿、真空装潮汕牛肉丸、大包鲜湿粿条、潮汕风味浓汤火锅底料、潮汕冬菜干、潮汕风味酸菜，以及自家品牌“忆潮思粿”的沙茶酱、辣椒酱等等。

3. 在进行宣传销售的同时，我们也要提高服务质量，通过在一些微信购物群和吃货团上发放优惠券或免费试吃活动，让更多人品尝我们的产品，获得更多的建议和意见。同时利用线上和线下的销售渠道提高销售额和知名度，工作重心将会转移到官方论坛及其他的平台线上讨论。

3.4.3 创业后期



红桃粿



栀粿



甜粿



小米粿

1. 公司产品销售额基本稳定，现阶段“忆潮思粿”牛肉粿条的名气已经传播出去，除了加大生产除外，另外与当地特色的美食结合，研发出新的潮汕传统美食的速食产品，比如“潮汕栀粿”、“潮汕甜粿”、“潮汕小米粿”、“红桃粿”

等传统美食进行速食化，从而加速潮汕美食文化的传播，争取把“忆潮思粿”牛肉粿分享给更多的人品尝，给出门在外的潮汕人品尝家乡的味道。同时也给外地人品尝正宗的潮汕美食味道。让更多的人了解潮汕美食文化，促进潮汕特色美食——牛肉粿条的传播。

2. 通过扩大平台合作，比如外地的旅游景区和商业平台合作或将加大产品的研发和生产之后，将引入很多的传统美食工艺人的合作，以及将扩大公司员工，从而带动就业，提高当地就业率，振兴乡村和保护文化的传承与促进文化的发展。

4. 市场分析

4.1 宏观环境分析

4.1.1 国家政策

在今年疫情非常严峻的形势下，政府实行“六保六稳”政策，着力稳企业保就业，免征餐饮行业的服务增值税，旨在保护中小企业的生存。并支持餐饮、商场、文化、旅游、家政等生活服务业恢复发展，推动线上线下融合。餐饮企业面向家庭、私人消费的经营业务持续增加，成为企业经营中的主体。同时节假日消费与休闲消费走入家庭以餐饮成品、半成品、速冻、方便食品的发展势头更趋增强，开发与生产范围更加广泛，进一步满足了市场消费的需求，形成行业发展新的经济增长点。行业规模不断扩大，经营领域不断拓宽，服务方式日趋丰富，使我国餐饮市场更趋繁荣兴旺，成为行业的快速发展和保持较高增长势头的重要力量。餐饮业产业化发展进程也不断加快，与种植业、养殖业、食品加工业、制造业和安排就业、振兴当地饮食文化、带动地方经济具有密切关联，各地政府从社会和经济全局着眼对餐饮业的发展更加给以高度重视，政策配套，部门配合，措施有力，为进一步促进餐饮业的发展起到推动作用。全面推进“互联网+”，打造数字经济新优势。

4.1.2 经济层面

2020年是全面建成小康社会的决胜之年。就我国当前的经济来看，我国GDP保持平稳较快发展。在《中国餐饮报告2020》中数据显示：2019年，我国餐饮业收入达到4.2万亿元，预计2020年餐饮业全年增速将达到10%。2019年，餐饮规模占社会消费品零售总额的比重为11.3%。2020年初在新型冠状病毒造成的疫情影响，中国几乎所有的线下娱乐产业和餐饮服务业都进入了停止的状态，线下餐饮服务业受到冲击，而线上餐饮服务业有较好的发展。其中揭阳地区白塔镇发展线上餐饮服务业潜力巨大。

白塔镇的近年的发展

白塔镇因地制宜，发挥优势，坚持贸、工、农齐发展，积极实施“工业兴镇，实业富镇”、“科教兴镇”发展战略，促进全镇农村经济上新台阶。由于实绩突出，镇连年来被市、县评为“五好镇党委”、“两个文明建设先进单位”、“揭阳市文明小

城镇”。

近几年，全镇共投资 2 亿多元，兴建一大批基础设施项目，服务经济社会发展。精心规划编制了《白塔镇镇区总体规划》，实行有序建设，加快城乡一体化建设步伐，目前已建成镇区面积 5.2 平方公里；在全县率先实现镇村道路水泥化；建成中心市场和农贸专业市场，配套水龙、排污等设施，其中，占地 45 亩的农贸专业市场，是揭东乃至全市最大的淡水鱼批发市场，商贸活跃，周边县、镇商贩到此批发鱼货；建成装机容量 5 万门程控电话的电信大楼，开通程控电话、数字移动电话基地站；建成日供水 1.5 万吨的镇自来水厂及沿途乡村二、三级管网，全镇近一半人口饮上卫生洁净自来水；建成供电所，投资近 1000 万元全面改造农村高低压电网，并对原 35 千伏变电站进行扩容，110 千伏输变电站已建成投入使用，这些情况对于我们项目提供很大的便利。

白塔镇经济情况

年份财政	财政收入 (万元)	财政支出 (万元)	资金平衡 (万元)	支配增幅 (%)
2014	8251	8250	支配财力为 8251	——
2015	9948	9948	支配财力为 9948	20.56
2016	——	——	支配财力为——	——
2017	12538.93	12538.89	支配财力为 12538.93	——
2018	16532	15800	支配财力为 16532	31.84
2019	16303	17035	支配财力为 17035	3.04

上面数据虽然有所欠缺，但已有的数据已经很好的反映了该地政府财政实力好，财政与经济紧密相关，经济不会差，未来发展前景很好。

4.1.3 科技水平

当前正处于“互联网时代”和以及交通科技发展迅速，各软件开发内容丰富多彩，如抖音、微信、淘宝、京东等等，网络的大量普及，有利于本产品广泛推广和销售。对于日常生活中，消费者欲购买速食产品，如具有代表性的方便食品、消费者不仅在商场超市、便利店、自动贩售机、服务站等地方都能买到方便面，而且在家里、火车、餐厅、飞机等，同样可以随时随地买到，随着电商的普及，网上购买的方式也变得常见，从淘宝、京东等电商平台，或是其他外卖、宅配 APP 都能买到方便食品，网络购买省时省力，符合生活节奏愈来愈快的社会，速食食品更加是颇受欢迎。

4.1.4 人口因素

广东揭阳 2014—2018 年四年常住人口流失人口超百万

2014年-2017年城区常住人口连续下降城市					2018年广东省地市人口一览					
排名	城市名	省份	3年人口减少(人)	流失比例>10%	排名	城市	常住人口(万)	户籍人口(万)	净流入(万)	GDP总量(亿)
1	虎林	黑龙江	1800		1	深圳	1303	446	857	24222
2	北安	黑龙江	5200		2	广州	1490	898	592	22859
3	佳木斯	黑龙江	6000		3	佛山	791	420	371	9936
4	鹤岗	黑龙江	8000		4	东莞	839	211	628	8279
5	鸡西	黑龙江	32300		5	惠州	483	369	114	4103
6	大庆	黑龙江	128100		6	中山	331	170	161	3633
7	桦甸	吉林	800		7	茂名	631	804	-173	3092
8	临江	吉林	6400		8	湛江	733	839	-106	3008
9	吉林	吉林	7500		9	珠海	189	119	70	2915
10	通化	吉林	17500		10	江门	460	396	64	2900
11	德惠	吉林	37400	13.01%	11	汕头	564	565	-1	2512
12	凤城	辽宁	4200		12	肇庆	415	446	-31	2202
13	阜新	辽宁	23500		13	揭阳	609	703	-94	2153
14	新民	辽宁	43700	19.63%	14	清远	387	437	-50	1565
15	开原	辽宁	52400	19.75%	15	阳江	256	297	-41	1350
16	营口	辽宁	154900	15.44%	16	韶关	298	335	-37	1344
17	巴彦淖尔	内蒙古	40300		17	梅州	438	550	-112	1110
18	石嘴山	青海	88500	17.42%	18	潮州	266	276	-10	1067
19	什邡	四川	3500		19	河源	309	373	-64	1006
20	兴宁	广东	9800		20	汕尾	299	363	-64	920
21	揭阳	广东	1298300	60.61%	21	云浮	253	300	-47	849
22	洛阳	河南	90700							

整体经济不好，对外政策也不够好，外来人口越来越少，对外商人的优惠政策少，导致缺少外商来投资。缺少相对政策，对高材生，博士生研究生有吸引力也不够强，没有世界大企业愿意来，全国 500 强也少的可怜，外资不进来，本地资源往大城市靠拢，导致人口不断外流。

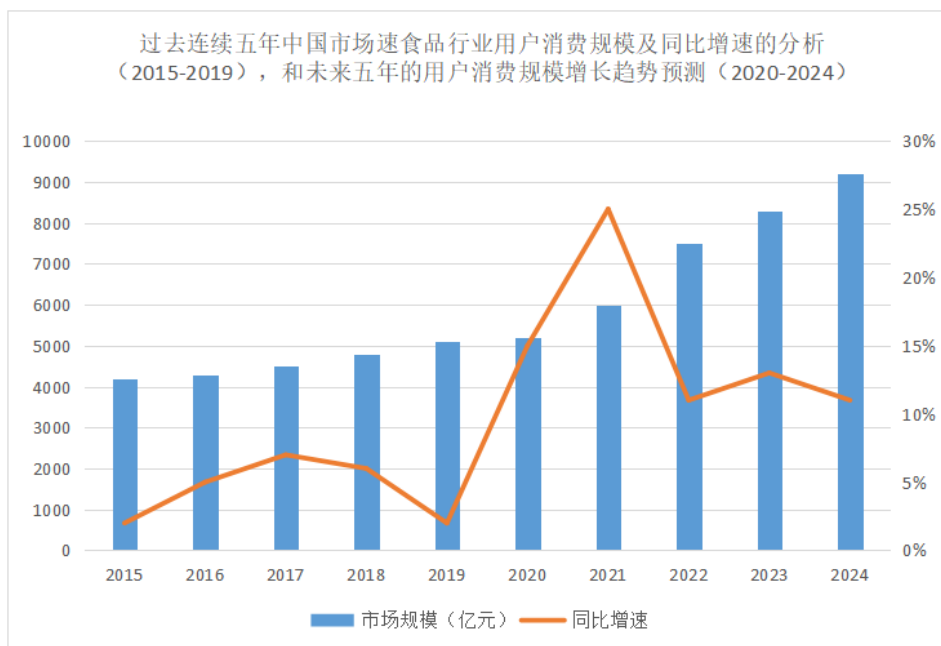
对此中共揭阳市委印发《关于加快人才优先发展推动创新驱动的若干意见》，对新引进和新入选国家“千人计划”“万人计划”和省“珠江人才计划”“广东特支计划”“扬帆计划”等项目的个人及团队，由市财政按照国家或省首次资助额的50%给予配套资金扶持。制定市级创新创业团队引进培养实施办法，按国际领先、国内领先、省内领先三个档次分别给予创新创业团队800万元、500万元和300万元资助，大量资金吸引人才回流。修订《揭阳市高端人才公寓管理办法（试行）》，加快市高端人才公寓配套建设，保障高端人才的住房问题。2018年中央一号文件鼓励社会各界投身乡村建设，建立有效激励机制，以乡情乡愁为纽带，人员通过下乡担任志愿者、投资兴业、包村包项目、行医办学、捐资捐物、法律服务等方式服务乡村振兴事业。研究制定管理办法，允许符合要求的公职人员回乡任职。吸引更多人才投身现代农业，培养造就新农民成为推动乡村振兴的建设性力量。

4.2 微观环境分析

完善生态保护红线、环境质量底线、资源利用上线和生态环境准入清单等“三线一单”生态环境分区管控体系，开展重要生态空间自然资源确权登记，扩大生态系统服务价值核算范围，速食食品的市场需求，通过调查，从以下几个角度对速食食品行业的市场需求进行分析研究：

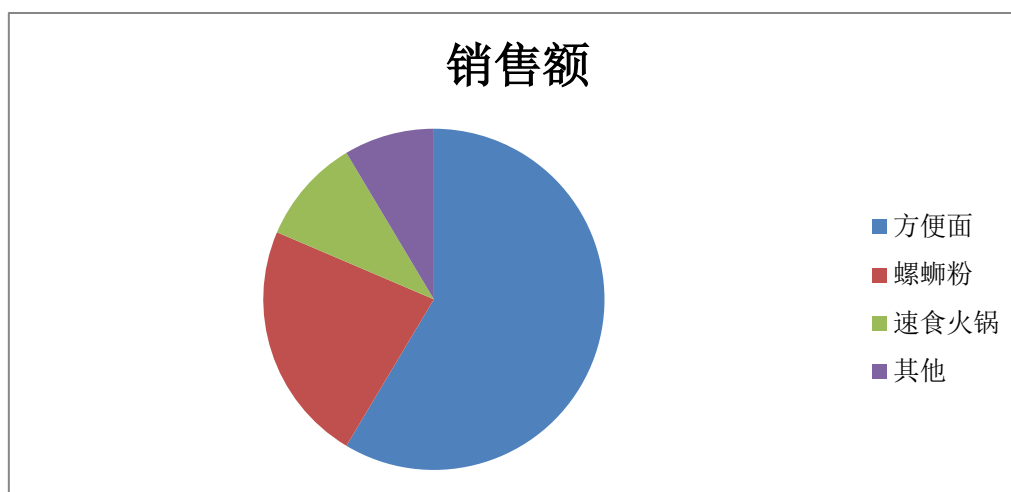
4.2.1 消费者分析

用户消费规模及同比增速：通过对过去连续五年中国市场速食品行业用户消费规模及同比增速的分析，判断速食食品行业的经济规模和成长性，并对未来五年的用户消费规模增长趋势做出预测。



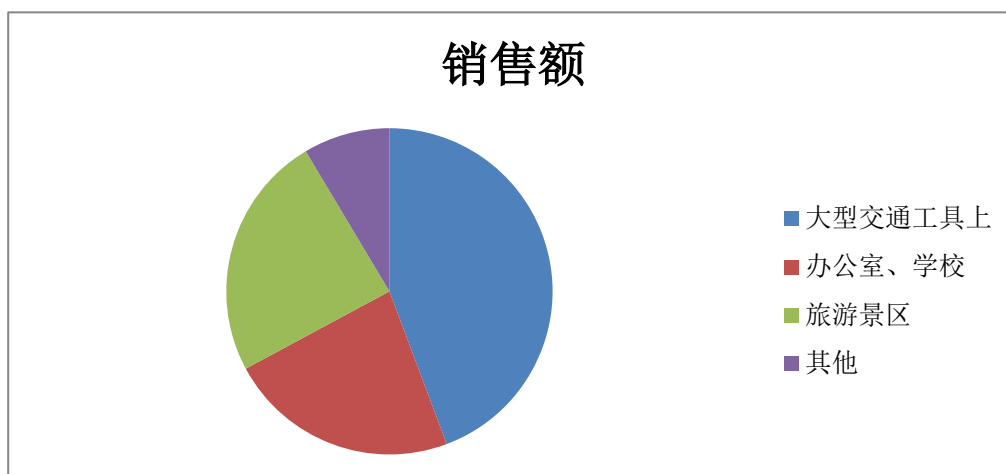
4.2.2 产品结构分析

从速食食品行业的产品和服务入手调查分析,并进行分类,得出每一类细分产品和服务的用户消费规模和在行业中的占比,如下图:



4.2.3 市场分布分析

从调查用户的消费地点和消费能力等因素,来分析速食食品行业的市场分布情况,并对消费规模较大的重点消费地点的消费情况进行分析,包括该区域的消费规模、消费特点、产品结构等,得出以下比例图:



通过以上“速食食品的市场需求”，对消费者进行研究，主要研究出用户的消费行为，其中消费者在选择“速食产品”时起决定性作用的是产品因素，速食产品本身就是一个方便用户食用，且满足客户的食欲，做到快速而又有起一定的解决饥饿的作用，另外潮汕速食牛肉粿条还可以满足消费者对它的“知名而想知其味”的食欲；其次，消费者的购买频率会根据自己的兴趣和他人的口碑的影响；另外，通过消费地点可得知消费者的购买渠道，一般是办公附近、旅游景区、学校的超市和小卖部，以及大型的交通工具上直接提供、网购等；最后，通过对过去连续五年中国市场速食品行业用户消费规模及同比增速的分析，其速食食品的市场需求在目前来说属于“递增波动型”，未来还有一个很大的发展空间。

4.3 SWOT 分析

<p style="text-align: center;">外部因素</p> <p style="text-align: center;">内部因素</p>	<p style="text-align: center;">机会 (O)</p> <p>1、速食食品日益增加，潮汕食品速食化程度不高，市场开阔，前景可观，同行竞争低；</p> <p>2、国家大力弘扬宣传各地区发展特色文化与特色食品产业。</p> <p>3、潮汕地区文化浓厚，属于特色旅游地区，外来游客多；</p> <p>4、互联网技术水平的提高，物流速度的提升与电商平台等线上服务已成熟，有利于跨时间与空间销售和宣传。</p>	<p style="text-align: center;">威胁 (T)</p> <p>1、市场开发无成熟经验，开发成本高；</p> <p>2、新模式新挑战，市场认可需要检验；</p> <p>3、在本地市场并不乐观，潮汕人对产品口味要求较为严谨；</p> <p>4、不同的地方口味不同。前期的产品不太能满足口味多元化。</p>
<p style="text-align: center;">优势 (S)</p> <p>1、潮汕特色美食在全国闻名，能够满足且方便在外的潮汕人或者外地人的食用，另外可通过潮汕美食口碑，吸引更多合伙人；</p> <p>2、创新动力强；</p> <p>3、发挥当地特色并与互联网结合，可把特色推行到各地；</p> <p>4、借助互联网潮流，产品容易推出。</p>	<p style="text-align: center;">S-O</p> <p>1、优化发展模式；</p> <p>2、更新资源类别；</p> <p>3、提升产品品位；</p> <p>4、拓展营销手段；</p> <p>5、塑造区域性文化品牌形象；</p> <p>6、与电商平台结合，将产品销往广大地区。</p>	<p style="text-align: center;">S-T</p> <p>1、建立品牌效应，扩大市场份额；</p> <p>2、积极开发创意新产品，加大技术的研究，生产出更加与“现煮现卖的粿条汤”口感相同或者更加美味的产品；</p> <p>3、加大资源开发力度，完善产品技术体系结构；</p> <p>4、加强与政府合作，推动发展；</p> <p>5、加大宣传力度，将销售重点放在潮汕地区境外。</p>
<p style="text-align: center;">劣势 (W)</p> <p>1、技术短时间无法达到口感与“现煮粿条汤”一致；</p> <p>2、线上推广平台尚未建立，宣传力度一般，知名度较低；</p> <p>3、对于新产品，受众从认识到接受可能需要一定的时间，投资回收期较长；</p> <p>4、面向各地，区域不同，对区域文化认可度需要检测；</p> <p>5、保鲜技术还需继续完善；</p> <p>6、这片市场处于空白，也意味着没有先例可以学习，不知道市场的需求有多大。前期的经验和处理要经受考验。</p>	<p style="text-align: center;">W-O</p> <p>1、通过互联网大力宣传，以“潮汕特色”推动面向潮汕以外的知名度。</p> <p>2、整合各速食食品的生产经验和技木，对产品制作技术进行完善。</p> <p>3、运用“乡愁情怀”把“方便速食家乡特产”形象传播出去。</p> <p>4、投放到各地前要加强调研，嵌合所在地区的口味，生产出合适所投放地区口味的产品。</p> <p>5、推广到旅游景区或者火车、飞机等大型交通工具上。</p>	<p style="text-align: center;">W-T</p> <p>1、挖掘各地区的口味需求，整合市场资源。</p> <p>2、加强产品促销，增加产品的营销渠道。</p> <p>3、加大宣传力度，构筑多层次的营销网络。</p> <p>4、不断加强市场技术的研究。</p> <p>5、注意与其他同类产品的对比，对比优势与劣势，然后结合实际情况对速食粿条进行整改。</p>

5. 生产管理

5.1 产品介绍

5.1.1 材料选择和制作介绍

本公司对的产品材料的选取特别严格，也别有一番研究。市场上在售的湿米粉种类不多，按原料类别分为鲜湿米粉、糙米鲜湿米粉和调制鲜湿米粉。本公司考虑到粿条的烹饪时间和口感问题，决定采用鲜湿粿条包装代替传统的干粿条包装。鲜湿米粉：是指以大米为原料，经清洗、浸泡、磨浆（粉碎）、发酵（或不发酵）、熟化、成型、冷却、包装等生产工艺加工的产品。通过这个生产工艺可以保证食用时复水时间短、粿条有劲道，不断条、口味纯正、水分含量高，可以最大程度还原的粿条的原滋味和口感。

牛肉丸制作方法：**1.**取新鲜黄牛后腿肉，将肉的筋和油去掉，用用机器搅碎，搅碎后的牛肉取出来再加入细盐，用铁棒或圆木棒反复捶打大约两个小时，直至牛肉打出黏连胶质（标准：手抓起肉浆不会掉）。**2.**将捶好的牛肉浆加入调味料——生粉（1克肉 50 克生粉）、味精、少量白糖、胡椒粉，蒜蓉快速搅拌均匀。**3.**准备一锅牛骨汤烧至温水转小火，接着用手工快速挤成圆形，放进锅中慢火煮丸约 8 分钟。

沙茶酱的制作：**1.**将花生仁放进容器中，加沸水(略放盐少许)泡 10 分钟后剥皮，投入六成热的油锅中炸至熟脆捞出，待冷却后将它碾成碎末。另将扁鱼剔尽骨刺，也用(七成)热的油锅炸酥捞出，斩成细末待用。**2.**开油锅，将植物油熬熟后待凉，再调入约 150 克凉油调稀;将大蒜头剥去皮磨碎，再用一部分油将葱炸干水分，然后把葱碾碎，仍放入油中，另用一部分油分别将辣椒粉和蒜蓉熬成蒜油和辣油待用。**3.**另用净锅放油，加入芝麻末、花生末、沙姜粉炒匀，再加入蒜油、葱油、辣油、精盐、白砂糖、香辛料、鱼露炒匀，用文火炒透取出，待其自然冷却后装入坛内，可久藏 1~2 年不变质。

5.1.2 产品类型

前期产品（主打产品）

●潮汕卤牛肉粿条

- 1、沙茶味潮汕速食卤牛肉粿条（湿粿条包、蔬菜包、骨汤牛肉包、蒜头油、沙茶酱）
- 2、香辣味潮汕速食卤牛肉粿条（湿粿条包、蔬菜包、骨汤牛肉包、蒜头油、辣椒酱）

●潮汕牛肉丸粿条

- 1、沙茶味潮汕压缩牛肉丸粿条（湿粿条包、蔬菜包、骨汤牛丸包、蒜头油、沙茶酱）
- 2、香辣味潮汕压缩牛肉丸粿条（湿粿条包、蔬菜包、骨汤牛丸包、蒜头油、辣椒酱）

●潮汕牛肉自热火锅

- 1、沙茶味潮汕自热锅（湿粿条包、蔬菜包、冬菜包、紫菜包、牛肉包、牛肉丸包、高汤包、蒜头油、沙茶酱）
- 2、香辣味潮汕自热锅（湿粿条包、蔬菜包、冬菜包、紫菜包、牛肉包、牛肉丸包、高汤包、蒜头油、辣椒酱）

成熟期产品

前期的产品已经积累了一定的名气和粉丝，根据推出市场反馈，在原来主打产品的基础上，可以推出更多的产品种类，使产品多样化，特别是川北地区喜欢辣味，黔东南偏向喜欢吃酸，特推出以下产品：

●麻辣牛肉粿条

湿粿条包、蔬菜包、骨汤牛肉包、蒜头油、麻辣酱

●潮汕冬菜（酸菜）牛肉粿条

湿粿条包、冬菜（酸菜）、骨汤牛肉包、蒜头油、沙茶酱/辣椒酱

衍生产品

项目发展一定程度后，会增加更多原材料产品和产品组合以增加利润，以及提高品牌知名度，如：

●单份粿条

- 单牛肉丸
- 沙茶酱和辣椒酱
- 单冬菜（酸菜）
- 潮汕速食卤牛肉粿条+牛骨
- 潮汕速食牛肉粿条+潮汕压缩牛肉丸

后期产品

项目后期与当地特色的美食结合，研发出新的潮汕传统美食的速食产品，如研发出新的潮汕传统美食的速食产品，比如“潮汕栀粿”、“潮汕甜粿”、“潮汕小米粿”、“红桃粿”等传统美食进行速食化，从而加速潮汕美食文化的传播，争取把“忆潮思粿”牛肉粿分享给更多的人品尝，给出门在外的潮汕人品尝家乡的味道。

5.2 产品规格

产品包装主要分桶装和自热火锅式

产品名称：潮汕卤牛肉粿条	产品品牌：忆潮思粿
产品规格：200g	保质期：6个月
口味：原味、香辣、沙茶	
配料：湿粿条、卤牛肉、蔬菜包、骨汤牛肉包、蒜头油（沙茶酱、辣椒酱）	
储存条件：请存放于常温、阴凉、通风干燥处、避免阳光直射	

产品名称：潮汕牛肉丸粿条	产品品牌：忆潮思粿
产品规格：200g	保质期：6个月
口味：原味、香辣、沙茶	
配料：湿粿条、牛肉丸、蔬菜包、骨汤牛肉包、蒜头油（沙茶酱、辣椒酱）	
储存条件：请存放于常温、阴凉、通风干燥处、避免阳光直射	

产品名称：潮汕牛肉自热火锅	产品品牌：忆潮思粿
产品规格：150g	保质期：6个月
口味：香辣、沙茶	
配料：湿粿条包、蔬菜包、冬菜包、紫菜包、牛肉包、牛肉丸包、高汤包、蒜头油（沙茶酱、辣椒酱）	
储存条件：请存放于常温、阴凉、通风干燥处、避免阳光直射	

牛肉丸 营养成分表 1

项目	每 100 克	营养素参考值
能量	825 千焦	10%
蛋白质	16.6 克	27%
脂肪	10.1 克	17%
碳水化合物	79.8 克	3%
钠	515 毫克	26%

粿条 营养成分表 2

项目	每 100 克	营养素参考值
能量	341.08 千焦	17%
蛋白质	6.82 克	11%
脂肪	0.88 克	2%
碳水化合物	75.2 克	25%
纤维素	0.00 克	0%

脱水速食蔬菜包 营养成分表 3

项目	每 100 克	营养素参考值
能量	1520.00 千焦	18%
蛋白质	6.80 克	11%
脂肪	0.00 克	0%
碳水化合物	82.60 克	28%
钠	690 毫克	34%

5.3 产品定位

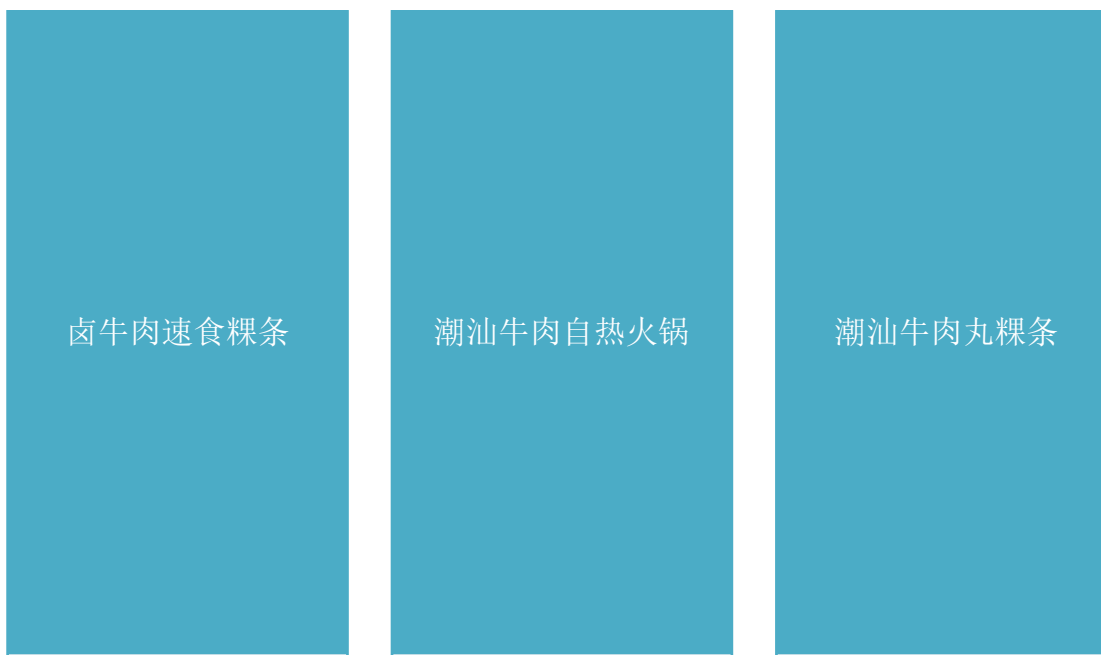
5.3.1 产品属性定位

本公司主打的产品是速食类产品，定位为“正宗原味，便捷省时”，通过对传统潮汕速食牛肉粿条的材料和包装创新，完成消费者对潮汕速食牛肉粿条的高品质认知。

5.3.2 产品价格定位

前期产品

前期产品主要是：潮汕卤牛肉粿条、潮汕牛肉丸粿条、潮汕牛肉自热火锅。



• 卤牛肉速食粿条的成熟期产品

• 速食火锅即是自热

• 该产品是采用正宗

在前期产品不变下，成熟期再增加出其他“偏重口味”产品，主要是迎合更多的外地人群，根据推出市场反馈，推出更多款式的粿条，符合多地口味，比如推出“麻辣速食牛肉粿条”、“潮汕速食冬菜（酸菜）牛肉粿条”，其价格和定位与“前期速食牛肉粿条”一样。

5.3.3 根据竞争对手的产品定位

本项目在利用潮汕美食打造特色速食产品，采用的是正宗的原材料与标准的工艺，其定价也亲民，物有所值，另外产品也多元化让客户可有多种选择。

(1) 与市面上同品的竞争对手相比下，“忆潮思粿”的产品选材和味道更加正宗，且解决了当前市场上遇到的痛点，如“粿条难泡软”、产品单一等问题。

(2) 与市面上同类“速食产品”的竞争对手相比下，“忆潮思粿”的产品表现出当地文化的特色，潮汕美食的口碑也深入人心，赢得更多人的期待。

(3) 与市面上“自热火锅”的竞争对手相比下，“忆潮思粿”的自热火锅拥有独特的创意设计，产品具有较强的文化特色，更好的满足目标客户的需求，以及价格公道，从而能快速打入市场。

5.3.4 产品的价格和利益定位

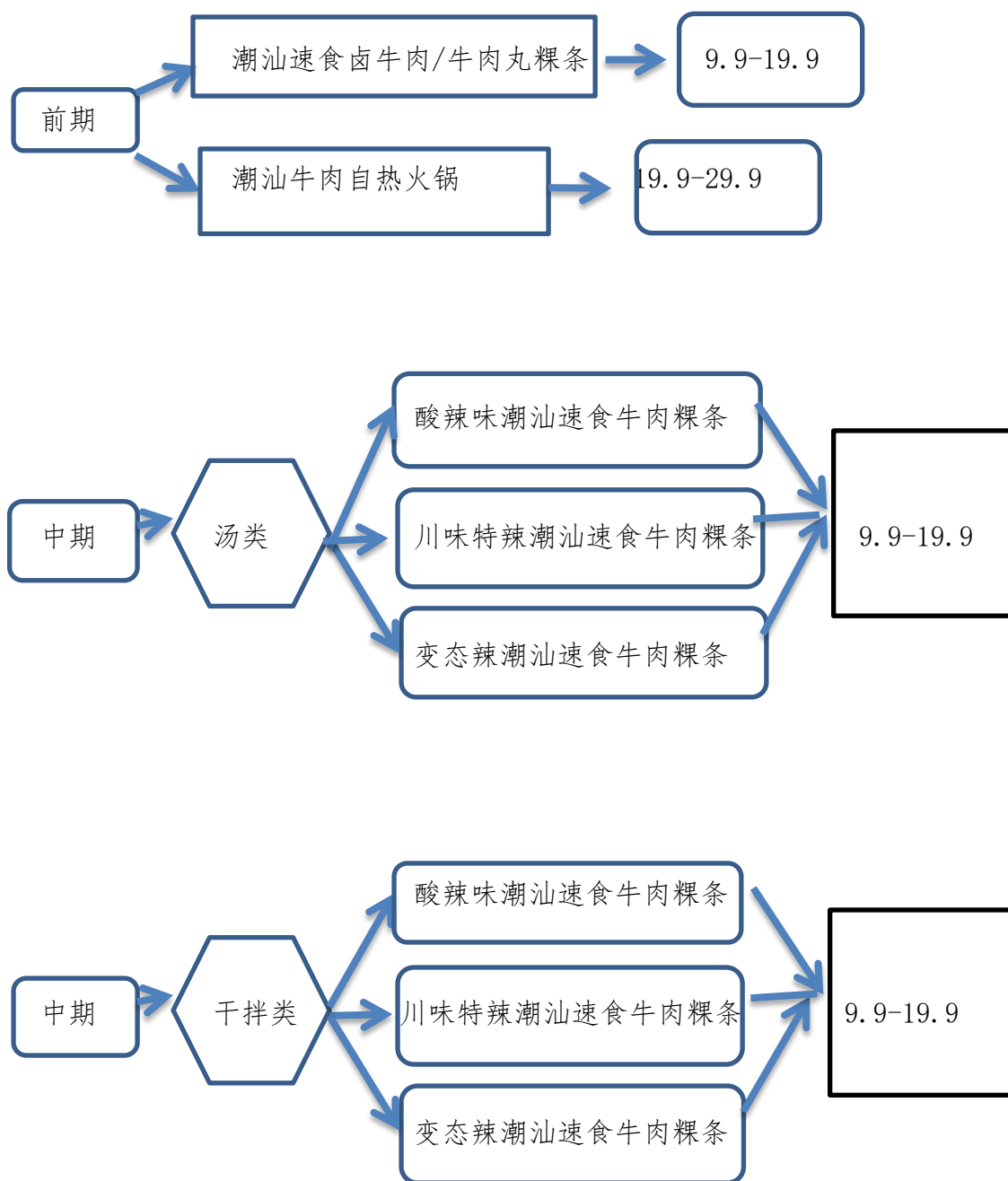
根据当前市场分析，忆潮思粿品牌产品的价格定位为中价定位，确定在目标市场顾客平均购买力都能支付的价格区间。忆潮思粿品牌产品把价格定在市场同类产品的平均水平上，是因为本品牌产品有足够的质量控制与保证，在原材料的选择，产品的包装以及产品的生产管理上都能做到严谨。忆潮思粿品牌产品能够满足消费者在时间方面的需求，做到节省时间，并且在满足这一需求的同时，做到味道正宗，增强消费者的体验感，使消费者对忆潮思粿品牌产品有反复购买的欲望。

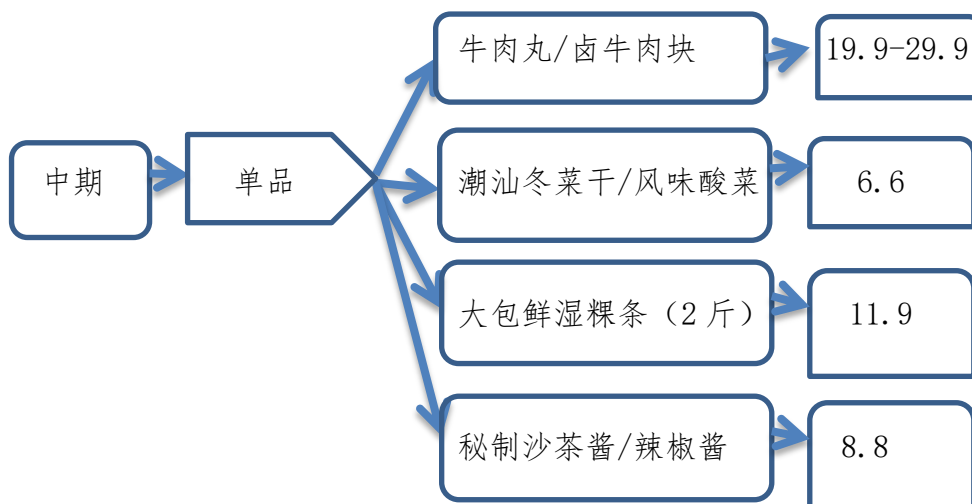
5.4 产品定价

产品的定价策略不能一味的追求高利润，还要求考虑多方面的内容，包括获取理想的利润，实现公司的愿景；迅速占有市场，维护或者提高潮汕速食牛肉粿条等产品在市场中的占有率；稳定产品在市场中的价格；应付与防止竞争对手；取得适当的投资利润率；该定价消费者能否接受等等。为了达到公司在项目中的预期目标，公司经过多次的线上调查和线下商讨，最终以不同的时期为分界线，暂时制定了以下的不同策略方案来进行产品的定价（最终根据不同时期不同商品制定不同的定价策略。）

前期：以符合市场的价格进行定价，如以淘宝为基础，潮汕牛肉速食粿条一般定价是在 9.9-19.9 一桶，潮汕速食牛肉火锅定价为 19.9-29.9。中期：当产品在市场当中拥有一定的市场占有率和知名度丰富产品品种，使产品多样化符合各地口味。本公司将推出汤类、干拌类潮汕速食牛肉粿条及系列单品定价为 6.6-29.9。后期：在前期和中期的基础上扩大本公司的商业链，将推出潮汕当地的红桃粿、栀粿、甜粿、小米粿等速食产品定价为 1.5-6。

各阶段产品详细定价如下图所示：





后期	产品/速食	单价
	红桃粿	3.0¥/个
	栀粿	2.5¥/个
	甜粿	1.5¥/个
	小米粿	6.0¥/份

5.5 厂址选择

5.5.1 选址原则

对于影响设施选址的因素，可根据它们与成本的关系进行分类。与成本有关直接关系的因素，成为成本因素，可以用货币单位来表示各可行位置的实际成本值。与成本无直接关系，但能间接影响产品成本和未来企业发展的因素成为非成本因素。综合考虑各方面因素，特确定如下选址原则：

成本因素	非成本因素
<p>1、原料供应：粿条对原料的量和质均有严格要求；</p> <p>2、运输成本：交通运输条件比较方便、经济；</p> <p>3、劳工成本：不同地区的劳工工资成本是不一样的，选址在工资水平低有利于降低成本；</p> <p>4、水力供应：有充足可靠的水源和电源；</p> <p>5、建筑成本和土地成本：避免占用农业用地，尽量选取不适合耕作的土地作为工厂地址。</p>	<p>1、当地政府的政策：适合全国和地区工业布局以及产品供需安排，且符合城市规划或工业区域规划的地点；</p> <p>2、环境保护：不污染环境，不破坏文物古迹，不妨碍文化、旅游及其他精神文明建设；</p> <p>3、地理环境：地质条件较好，施工难度小，建设投资少；</p> <p>4、文化习俗：传播和发展本土文化；</p> <p>5、扩展机会：项目建成投产后，经济效益良好，对拟建项目留有适当发展余地。</p>

5.5.2 工厂选址

本公司选取广东省揭阳市高新区作为产品生产厂址。考虑的主要影响因素如下表：

影响因素	优势
1、地理位置	高新区位于揭阳市区西部、沿 S335 线揭东、揭西交界处以南地区。距揭阳市区约 22 公里，距揭西县城河婆镇约 36 公里。位于潮汕 1 小时经济圈、深圳市 4 小时经济圈、广州市 5 小时经济圈内。
2、产业地位	高新区位于揭阳市沿江经济产业带、西部经济产业带、中部经济产业带的中心位置，是沿江产业带的重要组成部分。
3、用地范围	高新区用地面积 70 平方公里（10.5 万亩），范围涵盖六镇一场，即揭东县白塔镇、龙尾镇、揭西县的五经富镇、京溪园镇、东园镇、塔头镇，以及卅岭农场。

4、对外交通	<p>高新区对外交通方便。省道 335 线呈东西向从北面穿越高新区，京棉公路位于高新区南部；高新区距揭普惠高速公路霖磐、洪阳出入口分别约 15 公里、距广梅汕铁路揭阳站约 30 公里、国际机场约 45 公里。</p>
5、土地资源	<p>高新区用地基本上是林地，仅有少量农田保护区及村镇建设用地，大部分土地处于未开发状态。</p>
6、水电资源丰富	<p>揭西水力资源丰富，是“小水电”之乡，能够为高新区提供廉价的电力供应。</p>
7、旅游度假资源	<p>揭西县是国家生态示范区，有“粤东后花园”、“南国绿宝石”的美称。高新区周边 2~20 公里范围内，已建成粤东最大的生态旅游基地。</p>

5.5.3 原材料选址

出于对产品原材料的质量、运输成本等因素的综合考虑，本公司的原材料产自桐坑乡。桐坑村隶属于揭东县白塔镇，主要是种植、农业，地势交通便利，可以为忆潮思粿品牌产品提供高品质的原材料，从而保证忆潮思粿产品的质量。

6. 营销策略

本公司为了主要针对潮汕速食牛肉粿条以及其他相关同类系列的产品，如潮汕压缩牛肉丸粿条、潮汕卤牛肉速食粿条、潮汕速食牛肉火锅，以及其他各种符合各个地区各种口味的产品进行开发，在宣传潮汕优秀传统美食文化的时候，努力集百家之所长，取其精华，去其糟粕，使之符合中国人民喜闻乐食的优秀产品。而为了一切向符合预定期望的方向开展，通过市场的线上与线下同步进行调研和实地考察，最终在营销策略方案中，确定了以下几方面的内容：

6.1 目标人群

2020年疫情来袭，全国不少行业陷入困顿，餐饮、旅游、酒店等行业的销售旺季急转直下。然而有危有机，速食行业却呈现另一种景象。由于受到疫情影响，消费者普遍宅在家中，出于吃与囤货的需要，促使速食消费呈现爆发式增长。公司根据公司的愿景、速食行业以往的消费人群、疫情下人们的需求，制定了以下但不限于的目标人群：

在外潮人

据潮汕地区官网调查显示，潮汕地区每年都有着上千万的华侨身在异地，远离故乡，每当他们想起家乡美食的时候，却难以吃到一口正宗的潮汕牛肉粿条，潮汕美食是一道家乡的名片，也是潮汕人心中的乡愁，本公司的潮汕速食牛肉粿条正是为了释放这道乡愁，化痛点而为带动潮汕地区经济发展而诞生的。

来潮游客

随着人民收入水平的提高，以及潮汕独特的传统文化，潮汕地区旅游业发展迅速，外地来潮汕地区旅游的游客对潮汕美食的感知度和兴趣都比较高，具备较强的食欲和好奇心，而且作为游客，其食品的方便性起到关键的产品因素，因此可以将其作为前期的重点销售市场。

办公群体

中国人民是勤劳的人民，中国人常常因为为了更好的服务公司的发展，经常有加班熬夜的现象，一份富有营养的速食产品对办公群体也是其不二的选择。

学生群体

公司由一群中国现代青年群体组成，最能明白学生所需要的需求，熬夜学习、挑灯奋战，节省支出、满足口食等等一系列需求总能让自身备上那么一箱速食产品。

工人群体

工人群体作为中国社会主义建设中最朴素无华的劳动群体，经常因为工作需要，只能快速解决自身饭食需求，而潮汕牛肉丸粿条能够在短时间内为其奉上一份正宗、便宜、营养丰富的食物。

6.2 产品销售

公司成立初期，因为潮汕速食产品在这个行业中，是新生的资源价值网，一切刚刚开始，受到的知名度和专注度不高、购买顾客有限、各方面渠道有限等情况的制约，公司综合自身实力和优势，确定以下几方面的步骤内容：

6.2.1 销售推广

主要开发潮汕牛肉速食粿条系列产品，销售该产品时，通过广撒网的方式，一边努力通过各个新媒体平台宣传推广自身产品和知名度，更快提高自身产品和文化的知名度，努力积累自身流量，为后期形成 IP 化产品打下坚实的基础，一边通过线上线下销售的方法，努力销售出公司产品，在带来销量的同时，协助推广其知名度，具体可实施方法如下：

(1)新媒体视频推广。公司是来自一群潮汕地区及其他广东地区的高校学生组成，拥有着各种专业所带来的优秀人才，在视频制作方面，我们拥有从视频拍摄再到视频整套流程的制作人员，在这方面，我们会从潮汕牛肉粿条的线下制作场景出发，拍摄并且制作属于潮汕传统牛肉粿条的一系列场景的视频，通过在各个新媒体平台，如抖音、快手、火山、爱奇艺等平台中进行宣传推广，并附带公司产品的购买链接进行销售推广。以快速渗透策略、以求先发制人、以最快的速度打入市场，通过大量的分享视频短片，对产品大力宣传扩大传播。首先，让闻名到潮汕的游客和批发商知道我们的存在，有需求就可以联系我们；其次，也方便解决用户的就餐问题和满足食欲的同时，还可以发扬我们的传统美食文化。



(2) 新闻公众号宣传。让专业写手为系列产品撰写文案，在运营自己的公众号的同时发布到影响力较大的本地新闻公众号。在极短时间内使我们公司获得大量曝光，在保持原有真实性的情况下，利用文章标题吸引眼球，同时发布到多个主流新闻门户网站上，宣传潮汕牛骨原汤速食粿条。



牛腩 | 牛肚 | 牛百叶 | 牛肉丸

牛油 | 嫩肉 | 金钱肚

"我可以"这三个字我都说倦了! 每样也不是只有一点点, 至少一大勺起步, 但凡有一样是我不爱的, 我也不会这么沦陷



潮汕牛肉粿条 - 百科



潮汕牛肉粿条是一道美食，主要食材是粿条（河粉、米线）、牛肉（我买的是牛板筋，也可以用...

 搜狗百科小程序

潮汕【天价】牛肉粿条，老板居然赶我走！



"1碗粿条敢卖50块，还是评价榜第一 这店离公司不远 ...= 潮汕来的细粿条，吃不够？免费续！

深圳小食光 6个月前

阅读 1万+

潮汕正宗牛肉粿条



粿条迅速滑散煮开，马上关火（煮的时间不宜超过一分钟，会太烂）沥干水分，倒入碗里另起锅...

 下厨房+小程序 2019-3-8

寻味潮汕·第60期 | 不可割舍的牛肉粿条汤 —— 卤入骨



第60期·不可割舍的牛肉粿条汤 —— 卤入骨·潮汕人好一口粿条汤 特别是牛肉粿条 在生活中必不...

寻味潮汕v 2个月前

潮汕牛肉炒粿条



操作方法牛肉加沙茶酱，酱油和油提前腌制一下，芥蓝切小，（下面有图）锅热油，牛肉加点水，下...

6.2.2 线上线下结合推广

自身
线上
销售
平台

如淘宝、拼多多等销售型电商平台进行销售和盈利。再通过网红、知名美食博主的直播带货，进一步扩大销售空间和渠道，增加购买客户。众多新产品的迅速蹿红，绝对离不开大量的营销推广，而最快引领潮流的是明星博主效应。有了娱乐圈众多明星和对传统文化有浓厚兴趣的博主推荐，形成粉丝经济，热度迅速窜升，用户增长量不断增加，经济持续发展。

户外广
告与网
络广告
配合。

楼宇电梯广告与网络广告配合；公交车站广告与网络广告配合，学校附近广告栏；公交车身广告与网络广告配合。楼宇电视广告传播面广，宣传效果好。在商务写字楼、广场、酒店等各大公共场所都有分布，且楼宇电视广告内容每天循环播放，受众人数也相当客观。专业人士指出，人们外出在公共场所活动时，楼宇电视广告往往能够很好地抓住人们的注意力，且无论白天还是晚上，都可以循环播放。而公交广告可以帮助客户在最短时间里覆盖最大的目标受众群体



线下产品销售。结合潮汕自身店铺、其他店铺、景区景点等地方。放在景区销售时，可以作为一种商品供人品尝，亦可以销售当地特产使其带回，当客人购买时数量少时，可以直接卖出，当购买数量多时，可告诉客人留下地址，我们送货上门，加大销量，因为外地游客来潮汕地区对潮汕美食的感知度和兴趣都较高，具备较强的食欲和好奇心，而且作为游客，其食品的方便性起到关键的产品因素。自身店铺结合其他店铺的时候，如京东、美宜佳、超市等店铺，在通过其销售产品的时候，可以事先展开销售活动提高知名度，如购买可得、购买优惠等，促进产品的宣传购买，另外游客的口碑也可以帮产品免费传播。同时，随着人民收入水平的提高，潮汕地区旅游业发展迅速，积极响应政府美丽乡村相关政策，截止到2018年12月07日，相关示范点达162个之多，以及潮汕独特的传统文化，潮汕地区也比较闻名，因此对潮汕地区对传统文化和美食资源的需求更加强烈，但市场可提供的传统美食精品项目太少，因此结合潮汕文化特色，开发潮汕牛肉的速食系列产品，针对不同客户群进行功能细分，打造不同的目标市场，做出适合不同地区的口味，然后针对性的进行营销。开辟潮汕速食牛肉粿条的新的营销模式，如潮汕卤牛肉速食粿条、潮汕压缩牛肉丸、潮汕牛肉速食火锅等，以及结合不同地区的口味需求，以及增加档次针对不同的目标消费者，进行针对性的生产开发，如针对川北地区，开发潮汕速食牛肉粿条、麻辣牛肉速食粿条、潮汕冬菜（酸菜）牛肉速食粿条等，且能充分的传播潮汕文化。

6.2.3 产品迭代

1. 产品系列上。公司将成立潮汕速食粿条产品专业研究部门，在对于产品的研究上，分以下几点：

(1) 实地调研。公司将组成专业的调研团队，前往各地进行实地调研，了解并明晰潮汕牛肉粿条更优秀的做法，吸取各地的优秀作品和先进思路，不断对自身产品进行改进创新。

(2) 线上问卷调查。通过问卷星等网址，制作多方面的调查问卷，有偿或者无偿向各地区进行问卷调查，以此收集更多的数据来为产品的改进进行支撑和帮助。

(3) 开发官方论坛及其他线上讨论。如以小米手机为参考，制作专属于潮汕速食牛肉粿条的专属官方论坛，让更多热爱潮汕牛肉粿条的爱好者、传承者参与进其中，

分享其想法，讨论其不足，让购买者在无形中转变角色，成为潮汕速食牛肉粿条的参与者、制作者。

(4) 成品分享。当产品制作完成之后，在潮汕地区的范围内，开展线上或线下主题文化活动或者抽奖活动，将成品分享给当地土生土长的人们，让其免费品尝是否符合潮汕人民正宗味道，并给出建议。

2. 场景系列。无论是哪个公司产品的流量与知名度到达一定程度之后，都会遇见产品迭代的难关，跨过去便会获得巨大的提升，如微信当初在遇见迭代难关时，流量止步不前，后来通过春节晚会的场景突破了迭代，获得了进一步的提升。公司自身在其发展时，便开始构思如何进行迭代突破的场景可行性，最终得到但不限于如下方面：

(1) 制作属于潮汕速食牛肉粿条和其他系列开发产品的转身 app，完善平台结构，丰富文化内容。以潮汕地区为基础，向广东、华南乃至全国进行推广，吸纳更多优秀的传统文化表演者加入我们平台，让更多文化通过我们平台进入大家的视野，得到应有的传承。

(2) 穷则独善其身，达则兼济天下。公司不再局限于产品的内容上，将会往公益投资方向开展，积极响应国家号召，通过先富带领后富，积极为国家的建设做出贡献。

(3) 通过走访各大公司，积极推荐本公司的系列产品，争取成为各大公司的节日福利礼品供应商。

(4) 通过走访协商，以公司文化为主题，在当地开展主题文化节日，亦可跟高校进行合作开展，在锻炼和培育潮汕学子能力的同时，宣传潮汕传统文化，并邀请专业人员进行点评，当地居民进行参加，事后并通过报道宣传。

6.3 价格策略

项目初期

通过自身条件，结合市场需求和实际购买力，前期采用无差异法，通过一种符合市场的价格，如一件产品 9.9 包邮，一边向市场推广宣传，一边使用各种优惠条件吸引人群，并以其正宗且富有营养价值的方向建立品牌效应，迅速打开市场，扩大市场份额，打好“胶地人”潮汕牛骨原汤速食粿条的知名度，以及最终获取直接性收益。

项目成熟期

在公司运营的成熟期，实行专业化生产和销售，如加强打造潮汕牛肉丸、速食火锅等，获取更高层次的利润，并形成了属于自己商业的专属转化率链，高效且稳定的进行流量和利润的转换。

项目中期

改用差异性市场法，在打下属于自己的流量基础和知名度之后，积极开发创意新产品，加大技术的研究，挖掘各地区的口味需求，整合市场资源，生产出合适所投放地区口味的产品，根据不同消费者的口味来具体生产不同口味和档次的产品，如潮汕牛肉速食粿条、麻辣牛肉速食粿条、冬潮汕速食火锅等，通过互联网大力宣传，以“潮汕特色”推动面向潮汕以外，获得更多的利润的同时提高知名度。

6.4 促销与渠道



线上广告

- 潮汕景点、超市合作地
- 交通站点、交通车辆
- 楼宇、电梯间



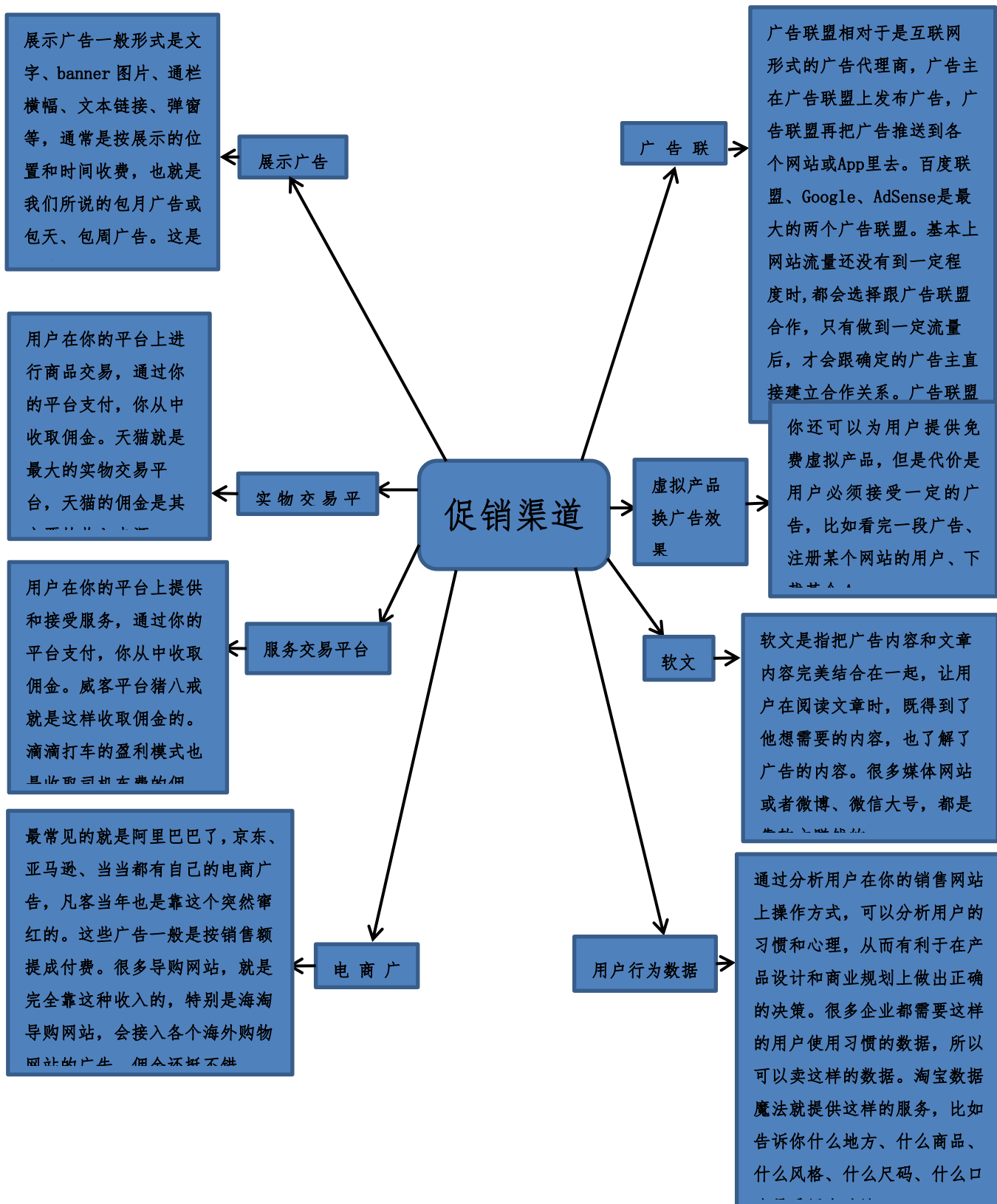
线上广告

- 视频宣传片、新媒体平台如公众号宣传等
- 手机电视等网络广告
- 新闻合作广告



自发宣传

- 客服交流方面优秀时，得以使客户自主宣传
- 其他优秀的服务
- 产品的价值打动客户



7. 商业模式

7.1 概述

商业模式是所有企业的基石，是一个企业所拥有的内在价值。无论是市值千亿美元的苹果、亚马逊，还是街边的奶茶店，它们都有着各自的商业模式。如果一个企业没有属于自己的完整商业模式，就难以在竞争激烈的商业市场上生存。根据2017年10月18日，习近平在十九大报告中提出乡村振兴战略。本公司的商业模式一：选择广东省揭阳市高新区为线下销售地址，不仅可以带动当地经济发展，还可以传播潮汕文化，将潮汕文化发扬光大。商业模式二：在互联网迅速发展的时代，对各行各业都带来了深远的影响，尤其是互联网与速食行业的融合发展，更是成为当前传统行业变革发展的主要方向，本公司将采取线上和线下相融合战略。具体模式如下所示：

7.2 商业模式 O2O

7.2.1 O2O 模式概述

O2O营销模式，是指线上营销线上购买带动线下经营和线下消费，O2O模式通过打折、提供信息、服务预定等方式，把公司线下的商店产品信息推送给互联网的用户，从而将他们转换为自己线下的用户。

公司为什么要使用O2O模式呢？首先是因为，过去的互联网和物流体系远不如现在5G时代的发达，我们购买某个产品时，产品是层层分销，最后才到消费者手中，无形中抬高了产品的价格，而现在随之互联网的迅速发展，信息流平台的出现，公司O2O模式的建立，一能够大大节省了中间商赚差价的成本。其实是因为线下实体经济拥有的局限性，比如我们在北京地区，不能因为一直听闻潮汕地区的美食有多好吃，潮汕的牛肉粿条有多出名，就专程过来吃这一口食品，这也就限制了潮汕食品的传播范围以及潮汕美食的文化传播，而公司O2O这种线上结合线下经济的模式，只要通过我们线上的各种销售渠道了解我们的产品，并且只要手机轻松一点，就可以下单买货，等到物流快递送达之后，就可以品尝到我们公司那些来自潮汕地区的原味正宗的美食了，而这就很好的解决了这种需要到实地才能进行了解到产品的地区局限性。这中模式从时间（货物到客户手上的时间）和空间（全球化）上给与大大的支持，极大的提高了公

公司的盈利的额度和更多潜在消费客户的可能性，二可以令客户提前了解并选择商品，大大减少了线下模式的局限性。

这对于我们产品的顾客以及潜在顾客来说，不仅拓宽了他们选择的余地，可以通过线上选择更多令人期待的服务，打开产品消费者的区域性享受我们提供的服务，还可以更好的宣扬我们潮汕地区的美食文化，把潮汕地区本土的美食产品传播到全国各地，让更多的人了解我们潮汕地区的文化。

7.2.2 O2O 模式优势

o2o 对我们的客户而言，有以下几方面的优势：

- 1) 获取更丰富、更全面的商家其服务的信息；
- 2) 更加便捷的向商家在线咨询并进行预购；
- 3) 获得相比线下直接消费较为便宜的价格。

公司使用 **o2o** 模式，对我们公司而言，有以下的优势：

- 1) 公司不仅仅是通过线下的销售渠道去推广以及销售公司的产品，还可以开通互联网各方面的推广销售渠道，获得更多更好的机会去宣传、展示我们的产品，让用户了解到店里的最新信息，吸引更多潜在客户到我们的公司进行消费。
- 2) 公司产品推广效果后台可查、产品交易情况可跟踪，通过在线有效预订等方式、合理安排经营，这种有效的经营模式可以通过数据安排我们每一笔资金成本，通过合理运用节约公司成本。
- 3) 掌握用户数据，通过客服与用户的聊天信息、店铺内部的用户评价，公司平台的商讨论坛等多方面结合，能够对自身产品营销中的优劣势进行研究，了解公司产品的优势，观察补足自身产品的缺点，在改进优化公司产品的同时，更好的宣扬维护潮汕地区的美食文化，大大提升对客户的维护与营销效果。

- 4) 通过跟客户的聊天、产品地区、口味的选择，了解用户的消费情况、消费理念，并且通过线下实体调查，为公司的产品用户描绘用户画像，对消费者的地区进行服务定位，能够改善公司的服务质量，制定更符合用户口味的消费体验。
- 5) o2o 线上线下销售模式的使用，能够降低公司对线下实体对黄金地段旺铺的依赖，让公司在线下地址拥有更多的选择空间，通过合理运用可以合理的减少公司的租金支出。
- 6) 通过用户的沟通、释疑更好了解用户心理。提高用户对商店的好感。
- 7) 对拉动新品、新店的消费更加快捷。优惠推广更为方便。

公司使用 O2O 模式，对于我们潮汕地区而言：

- 1) o2o模式可以扩大公司潮汕美食的用户范围，在获得更多的用户的同时，可以避免与潮汕地区内部的市场竞争。
- 2) 公司使用o2o线上线下销售模式，公司不仅仅需要线下实体地址的运营人员，还会需增加产品的生产、打包、运输人员，更因为开拓线上渠道需要更多的中的线上经营、推广、维护 人员，公司岗位增多，可以为潮汕地区提供更多的就业人员，带动潮汕地区的GDP的增长。
- 3) 公司的产品、logo、印制的信息、传播的内容等方式，都可以更好宣传潮汕地区的文化，在提高潮汕地区知名度的同时，让更多的人把眼光集中到潮汕地区中来。

7.2.3 O2O 模式具体实施

经过公司的讨论，我们制定了以下但不限于以下的几种方式：

(1) 开发一个属于自身的官方营销网站以及产品APP。公司通过公司内部的技术人员，开发出属于公司自身的营销网站以及产品的APP，如美团、饿了么等软件，以产品的APP为例子，通过这些渠道可以进行几方面的内容：

第一：引流。首先公司通过app向消费者提供商铺的详细信息、更多的优惠价格(如团购、优惠券)、便利服务，方便消费者搜索等方式，吸引更多的用户群体。其次通过

公司将组成自身产品的拍摄团队，通过产品视频的拍摄和制作、内容的营销上传到自身的营销渠道上，推广与吸引更多的客户流量。

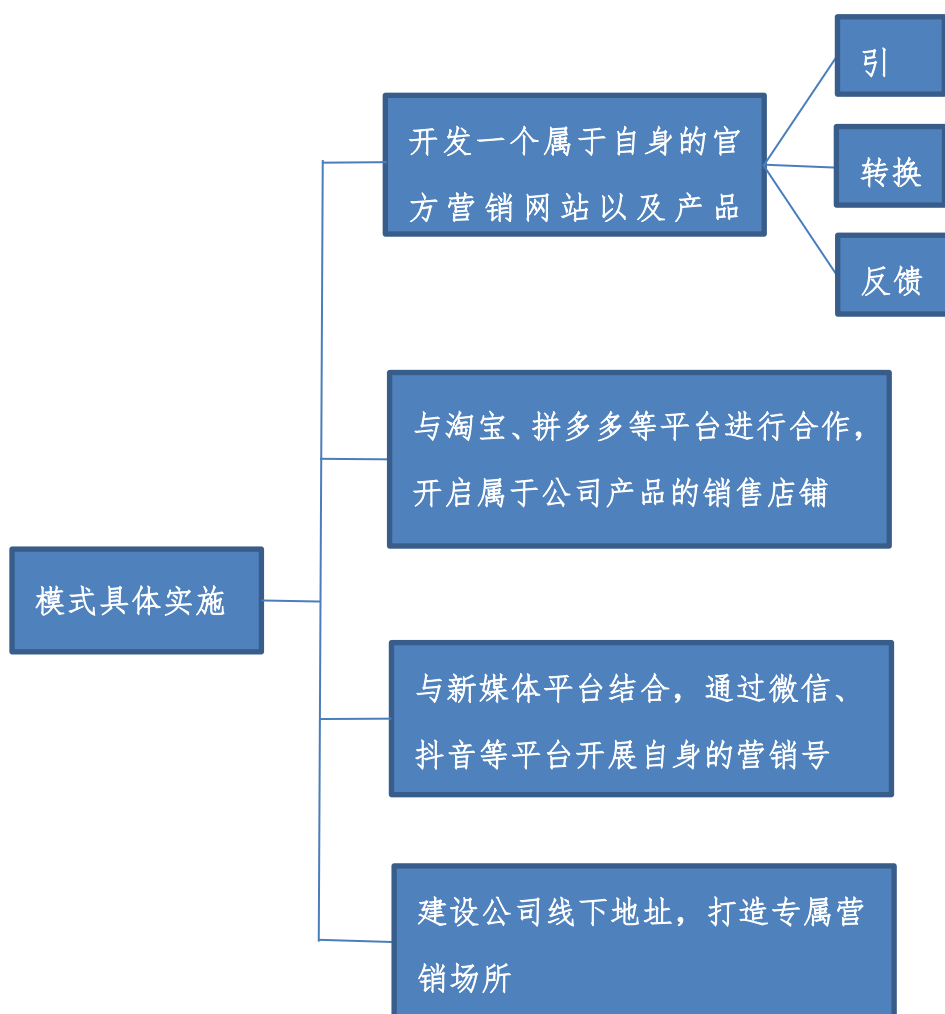
第二：转换。公司通过引流吸引更多的用户群体流入公司之后，一对其进行产品的售卖，比如直接在APP里面开通销售渠道，令客户可以直接对产品进行购买，二做好客户的服务，在app里面进行节日和行为等活动，刺激流量产生交易的行为，比如现在中秋了，搞个转发介绍点赞活动，多少个转发点赞可以抽奖，送公司产品，送活动大礼包什么的。

第三：反馈。吸引消费者将自己的消费体验反馈到线上平台，有助于其他消费者做出消费决策。线上平台通过梳理和分析消费者的反馈，形成更加完整的本地商铺信息库，可以吸引更多的消费者使用在线平台。

(2) 与淘宝、拼多多等平台进行合作，开启属于公司产品的销售店铺。通过在淘宝、拼多多等平台开设公司产品的销售平台，利用其他已经完善好的平台的流量进行多方面营销，能够加快公司的成长速度，缩短公司的引流阶段，并且还扩大自身的销售渠道。

(3) 与新媒体平台结合，通过微信、抖音等平台开展自身的营销号。一方面，公司通过微信公众号这类平台，令公司自身的团队亦或者聘请 10W+写手进行内容推广，利用爆款文章刺激消费。另一方面，公司团队自身拥有视频的拍摄、制作人员，公司会将拍摄好的视频通过抖音、快手等平台，制作公司自身的营销号，对公司的产品和潮汕地区的文化进行宣传。

(4) 建设公司线下地址，打造专属营销场所。公司将在线下寻找公司产品销售、视频制作的专门地址，作为公司产品的线下旗舰店，打造公司专属的线下营销场所。



7.3 成本控制

7.3.1 节源策略

相对成本控制

因为公司产品的类型和研究方向基本确认，运行的流程开始转动之后，其产品的生产成本也会基本确认下来，所以，结合公司的财务预算，公司经过商讨暂时制定了以下内容：

在产品的生产和作业上，项目的前期不会大范围进行产品的研究和生产，而是要做到少而精。在管理费用和财务费用上，制定相关的制度来明确规定各项费用的使用条件和额度，另外可以从过程和投入产出上来对费用效果进行考核，减少费用的支

出。

在供应商的成本上，有效的进行采购成本的管理，在合适的时机更换供应商，选择价格更低，质量相等的供应商；还可以考虑与其他公司合作，合用同一个供应商，扩大采购量，取得以批量降价格；通过本公司的批量采购优势，代供应商采购原材料，降低供应商采购成本，同时，也降低了我们的采购成本。对于顾客的意见，使用自助服务功能，合理减少客户服务成本，解放人力；对用户进行用户画像，区分服务内容；提高客户咨询效率，注重细节，如给与用户方便的渠道，详细清晰的描述问题，快速定位等；搭建问题咨询社区平台，全民参与，让广大的积极用户来参与回答问题。改进员工培训，提高技术水平，树立成本意识。在其他方面上，我们会努力在各种方面靠自身的努力降低成本。

如今，相对于口味较单一的车仔面和乌冬面，产品差异化的优势日益突出。越来越多的速食食品公司希望通过增加(比如口味、品质、价格等)标签供给来丰富产品线，大量速食食品公司的加入使得原本就激烈的市场竞争变得更加白热化。原先的标签食品公司若想突破重围在商战中获胜，就必须走差异化道路，开发出不同的产品和特殊的市场需求。

对于这个问题，公司刚起步，关于产品的种类和口味更要严格把关。公司推出卤牛肉粿条桶装、潮汕牛肉丸粿条和潮汕牛肉自热火锅，其中还分为沙茶味和香辣味两种口味，提供给顾客的选择多样，以后的推出产品将会满足顾客的个性化需求。

边际成本预算管理

公司以现有战略规划和综合计划为指导，以优化成本为主，将公司的预算管理与目标成本管理有机结合，强调科学合理规划产品成本，努力做到随着产品的增加，总成本逐渐的减少，以此达到边际成本的利润最大化。并将其作为预算标准分解到责任部门或负责人，通过预算控制对企业生产经营活动中影响成本的各种因素加以管理预测，一旦发现与目标成本之间存在差异，立即采取有效的措施加以纠正，最终以预算目标考核责任人和责任部门。

我们制定的边际成本管理的方法有以下内容：

(1) 提高销量。提高销量是增加收益的最好方式，提高销量从而降低边际成本。可以通过顾客的禀赋效用，来提高顾客的满意度和回头率；通过羊群效应，吸引更多的新顾客。总之是想方设法让没买过的人想买，买过的人继续买。

(2) 网络销售，因为网络订餐业务不占用餐位、不用人服务，每增加一单，仅仅是增加了可变成本的投入，边际成本极低，所以利用周边商圈、住宅区等的优势，打开线上销售的渠道，是增加收益的一个绝佳方式。

我们公司实行这种成本控制，一方面可以了解企业在多大的销量下收入与成本的平衡，另一方面可以知道当企业的销量达到多少时，企业的利润最高。所以相对成本控制是一种更行之有效的方法，它不仅是基于实时实地的管理思想，更是从前瞻性的角度，服务于企业战略发展的管理来实现成本控制。

7.3.2 渠道强化

7.3.2.1 渠道管理

● 现代渠道

现代渠道完成的不仅仅是产品的销售，还有产品的展示。现代渠道中的仓储式超级市场大多依附于庞大的商业集团，有着广泛的品牌影响力和令人信服的财务信用。现代渠道主要包括大卖场、超级市场、网络等。为了获得市场的认可，其在现代渠道营销方面主要采取产品由当地经销商直接供货，并将产品直接铺到大超市、大卖场，入场费、堆头费等费用由我们承担的方式。在确保铺货及时的前提下，现代渠道最大程度地解除了经销商的后顾之忧。

网络直销由于没有物理店面成本，加之渠道中间环节成本的节约，网络直销的成本优势非常显著。然而，从供应链角度来看，网络直销渠道对于网站后台的产品供应、配送中心的建设、网站的吸引力、顾客下单及配送的准确性和时效性均有较高要求，也就是说，电子商务最终是后台物流管理系统之间的竞争。此外，多元渠道战略下传统分销与网络直销可能存在的双重渠道冲突问题，也是需要努力解决的。

● 常规渠道

常规渠道的成员包括经销商（代理商）、批发商、邮差商以及一些小店等。我们通过分区域、分渠道的方式覆盖了小店、餐饮、特通等终端店，形成了完整的销售网

络。与渠道伙伴共同成长，力求双赢，是企业义不容辞的责任。我们在每个省设 1 个总经销商，总经销商下面可以发展多个经销商、邮差商。我们的营销模式最大优点是能够保障各个分销环节的高利润，从而最大限度地调动经销商的积极性。

● 餐饮渠道

我们在定位市场和开展狂轰滥炸式广告攻势的同时，紧紧围绕“家乡的味道”的定位，选择了潮汕菜馆和潮汕地区的旅游景点店作为“诚意合作店”，投入资金与他们共同进行促销活动，并且把这些消费终端场所也变成了广告宣传的重要战场，设计制作了电子显示屏、红灯笼等宣传品免费赠送，让消费者品尝正宗潮汕粿条的味道。在餐饮商家获得巨大实惠的同时，“忆潮思粿”悄无声息地完成了餐饮渠道的建设。

● 特通渠道

传统渠道的弊端越来越多，使得更多的速食厂商开始重新审视特殊通路这一分销渠道。速食产品的终端促销主要是提供品质好的产品。我们在饭店、旅游点、人流量巨大的地点的操作除了常规的请导购、提供品尝之外，还进行了联合促销，如与王老吉搞联合促销打出的“买 1 箱王老吉赠送 1 份忆潮思粿的产品”。

7.3.2.2 管理模式

运营商不仅需要提升渠道管理水平，还需要丰富渠道管控手段，转变渠道管理观念。

内部控制系统

销售数量与销售效率管理（目标管理、激活率）

新发展用户质量调控（离网率、平均 ARPU）

渠道业绩考核跟踪（销售增长、业绩提升）

渠道信息反馈与应变机制（渠道拜访与报告）

渠道秩序与经营规范（奖励与处罚）

渠道管理人员激励控制（绩效考核）

外部监控系统

经销商真实信息记录（网点录入、统计准确）

核心渠道信息反馈（对手动态、市场异动）

中介机构调查（渠道检查、市场跟踪）

经销商协作沟通机制（全体例会与个别沟通）

7.3.2.3 盈利模式

（1）产品盈利

A. 自己生产、自己销售：自己直接生产、直接销售给用户

B. 外包生产、自己销售：把生产环节外包出去，自己负责直接销售给用户

C. 只生产、不销售：自己负责生产，交给分销商销售

（2）资源盈利

现在市场上好的速食粿条的产品基本没有，本公司可以加快垄断市场产品从而获利，有了好的产品，我们就进行渠道垄断。

（3）收租盈利

持续按比例从利润处抽取资金进行速食产品相关技术的研发，获得相关专利，如快速还原产品的技术，靠知识产权获利。

（4）组织活动

通过免费活动聚齐人气，然后组织各种线下线上活动，如免费试吃、拍摄抖音短视频等，这些活动可以获得广告或赞助，或者在活动中销售产品。

8. 财务分析

8.1 财务预测

资金来源

注册总资本 70 万，股本结构如下：

股本来源 股本规模	自有资金投入	银行贷款
	金额	20 万
比例	71%	29%

8.2 财务预算

8.2.1 财务预算的假设条件

(1) 财务预算时，假定国内的经济、政治和社会环境不会产生很大的波动，基本保持稳定的状态。

(2) 本企业财务预算按照我国现有的会计准则和会计制度执行。

(3) 所有的营业收入基本在当期收到，没有大量的应收账款。

(4) 折旧方法使用直线法折旧，折旧期为 10 年。固定资产期末都没有残值。

(5) 长期待摊费用摊销方法为年限平均法，摊销年限为 5 年；

(6) 银行贷款 20 万，5 年，到期还本付息，利息率为 4.75%。

8.2.2 初始投资估算

项目	费用/元
1. 固定资产	77900.00
1.1 办公用固定资产	77900.00
1.1.1 空调	10000.00
1.1.2 电脑	30000.00

1.1.3 桌椅	3000.00
1.1.4 沙发茶几	1500.00
1.1.5 文件柜	1800.00
1.1.6 插座	1200.00
1.1.7 货架	4000.00
1.1.8 多媒体设备	15000.00
1.1.9 打印机	10000.00
1.1.10 饮水机	400.00
1.1.11 会议桌	1000.00
2. 长期待摊费用	540850.00
2.1 水电铺设与装修	100000.00
2.2 开办费	440850.00
2.2.1 筹建人员开支费用	72000.00
2.2.2 企业登记公证费	500.00
2.2.3 办公室租金	30000.00
2.2.4 物业费	150.00
2.2.5 广告费用	24000.00
2.2.6 其他费用	314200.00
3. 周转资金	81250.00
总投资合计	700000.00

1.2.3 未来五年费用列支预算（单位：元）

	固定成本	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
盈 亏 平 衡 点	固定资产折旧	7790	7790	7790	7790	7790
	房屋租金	30000	30000	30000	30000	30000
	水电费	3000	3000	3000	3000	3000
	人员工资	72000	72000	72000	72000	72000
	装修费	50000				
	销售费用	24000	24000	24000	24000	24000

根据项目的成本分析，大部分的期间成本均为固定成本。项目收入的变动成本率大概为 57.5%，边际贡献率为 42.5%，所以盈亏临界点可以大致推算出为 321670.8 元。

1.2.4 预计资产负债表

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
资产					
流动资产：					
货币资金	81250.00	103280.00	271580.00	471624.00	666515.39
存货	203606.00	95040.00	95040.00	83160.00	71280.00
流动资产合计	284856.00	198320.00	366620.00	552984.00	737795.39
非流动资产：					
固定资产：					
固定资产原值	77900.00	77900.00	77900.00	77900.00	77900.00
减：累计折旧	7790.00	15580.00	23370.00	31160.00	38950.00
固定资产净值	70110.00	62320.00	54530.00	46740.00	38950.00
长期待摊费用	540850.00	432680.00	324510.00	216340.00	108170.00
非流动资产合计	610960.00	495000.00	379040.00	263080.00	147120.00
资产合计	895816.00	693320.00	745660.00	816064.00	884915.39
负债和所有者权益					
负债					
流动负债：					
非流动负债：					
长期借款	200000.00	-	-	-	-
非流动负债合计	200000.00	-	-	-	-
负债合计	200000.00	-	-	-	-

所有者权益：					
实收资本	700000.00	700000.00	700000.00	700000.00	700000.00
资本公积	-	-	-	-	-
盈余公积	-	-	4566.00	11606.40	18491.54
未分配利润	41840.00	6680.00	41094.00	104457.60	166423.85
所有者权益合计	695816.00	693320.00	745660.00	816064.00	884915.39
负债和所有者权益合计	895816.00	693320.00	745660.00	816064.00	884915.39

8.2.3 预计利润表

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、营业收入	237600.00	297000.00	368280.00	439560.00	510840.00
减：营业成本	129600.00	162000.00	200880.00	239760.00	278640.00
税金及附加	-	-	-	-	-
销售费用	24000.00	24000.00	24000.00	24000.00	24000.00
管理费用	125840.00	75840.00	75840.00	75840.00	75840.00
财务费用	-	-	-	-	25082.94
其中：利息费用	-	-	-	-	25082.94
利息收入	-	-	-	-	-
加：其他收益	-	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-

资产处置收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-	-
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	41840.00	35160.00	67560.00	99960.00	107277.06
加: 营业外收入	-	-	-	-	-
减: 营业外支出	-	-	-	-	-
其中: 非流动资产处置损失	-	-	-	-	-
三、利润总额(亏损以“-”号填列)	41840.00	35160.00	67560.00	99960.00	107277.06
减: 所得税费用	-	-	15220.00	24990.00	26819.27
四、净利润(亏损以“-”号填列)	41840.00	35160.00	52340.00	74970.00	80457.79

8.2.4 预计现金流量表

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
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	237600.00	297000.00	368280.00	439560.00	510840.00
收到的税费返还	-	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	-	-	-	-	-
经营活动现金流入小计	237600.00	297000.00	368280.00	439560.00	510840.00
购买商品、接受劳务支付的现金	129600.00	162000.00	200880.00	239760.00	278640.00
支付给职工以及为	-	-	-	-	-

职工支付的现金					
支付的各项税费	-	-	15220.00	24990.00	26819.27
支付其他与经营活动有关的现金	149840.00	99840.00	99840.00	99840.00	124922.94
经营活动现金流出小计	279440.00	261840.00	315940.00	364590.00	430382.21
经营活动产生的现金流量净额	41840.00	35160.00	52340.00	74970.00	80457.79
二、投资活动产生的现金流量：					
收回投资收到的现金	-	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	-	-	-	-
投资支付的现金	-	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付	-	-	-	-	-

的现金净额					
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	-	-	-	-	-
投资活动产生的现金流量净额	-	-	-	-	-
三、筹资活动产生的现金流量：					
吸收投资收到的现金	700000.00	-	-	-	-
取得借款收到的现金	200000.00	-	-	-	-
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	900000.00	-	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-	200000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	-	-	200000.00
筹资活动产生的现金流量净额	900000.00	-	-	-	200000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	858160.00	35160.00	52340.00	74970.00	119542.21

加：期初现金及现金等价物余额	-	81250.00	103280.00	271580.00	471624.00
六、期末现金及现金等价物余额	81250.00	103280.00	271580.00	471624.00	666515.39

8.3 财务分析

我们分别从营运能力、流动性、长期偿债能力、盈利能力等方面选取了一些有代表性的指标来进行分析。

财务指标	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
营运能力分析					
流动资产周转率	1.67	1.23	1.3	0.96	0.79
存货周转率	1.27	1.08	2.11	2.69	3.61
总资产周转率	0.53	0.37	0.51	0.56	0.6
长期偿债能力分析					
资产负债率	22.33%	-	-	-	-
已获利息倍数	-	-	-	-	5.28
产权比率	28.74%	-	-	-	-
盈利能力分析					
营业利润率	17.61%	11.84%	18.34%	22.74%	21%
净资产收益率	12.03%	5.1%	7.3%	9.6%	9.5%
总资产报酬率	-9.3%	4.4%	9.4%	12.8%	15.56%
总资产收益率	-9.3%	4.4%	7.3%	9.6%	9.5%
成本费用利润率	14.97%	13.43%	22.47%	29.43%	26.58%
盈余现金保障倍数	1	1	1	1	1
发展能力分析					
营业收入增长率	0	25%	24%	19.35%	16.22%

资本积累率	0	-0.36%	7.5%	9.4%	8.4%
资本保值增值率	0	99.64%	107.5%	109.4%	108.4%

8.3.1 偿债能力分析

由于企业借了一笔长期借款 20 万元，五年后一次还本付息，故本企业的资产负债率只第一年为 22.33%，企业的利息保障倍数也只第五年为 5.28，从这些数据可以看出，资产负债率越低表明企业债务越少，财务状况越稳定，偿债能力越强；利息保障倍数越高，说明企业偿还债务能力越有保障；产权比率也是逐年减少的趋势，该项指标低，说明企业是低风险，低报酬的财务结构。

8.3.2 营运能力分析

营运能力通常是指企业在一定时期管理资产营运效率的能力，资产周转率是营业收入与平均资产总额的比值，反映了单位资产投资所产生的营业收入。资产周转的越快，说明资产运营效率越高，营业收入能力越强。总资产周转率从公司创业初期较低，但呈现上升趋势，这表明公司的资产运营效率高，运营能力强，创造营业收入的能力处于中等水平，前景较好。

8.3.3 盈利能力分析

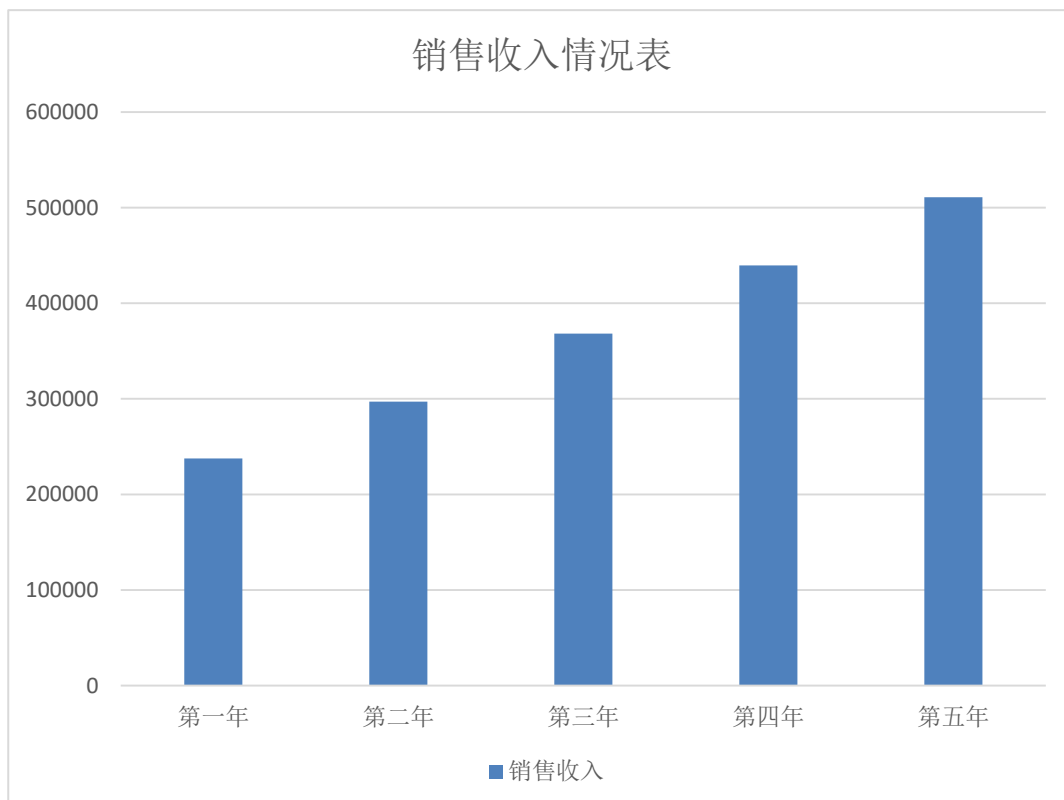
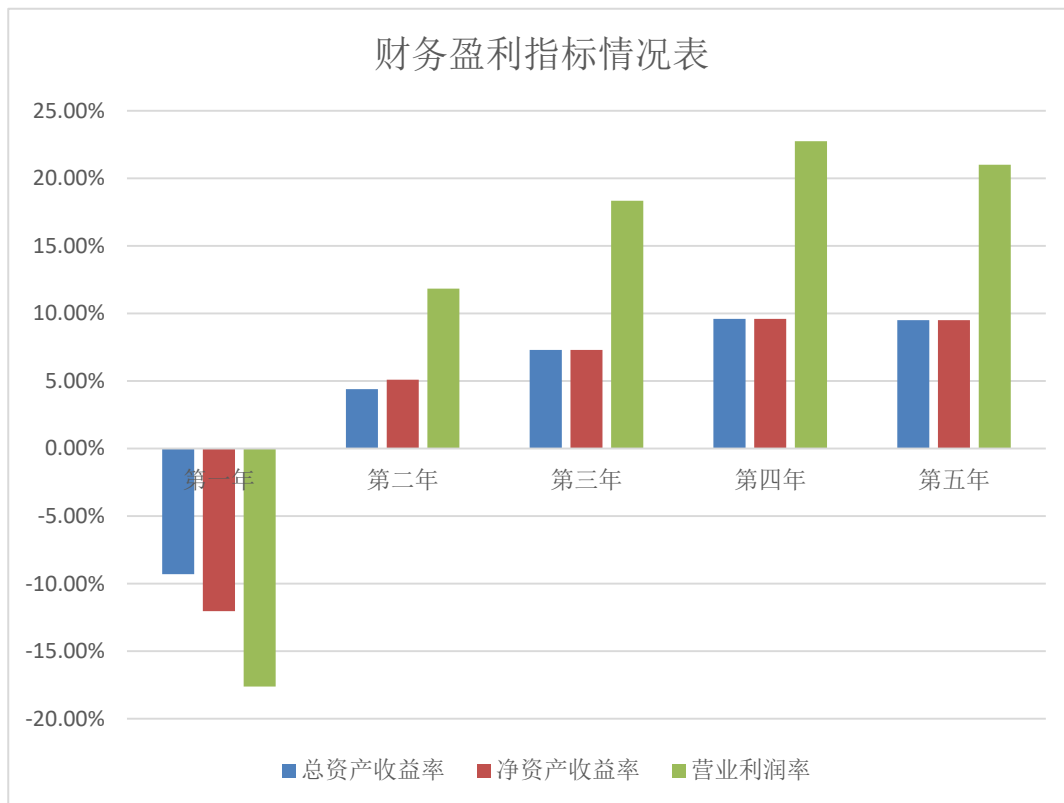
本企业的营业利润率第一年为-17.61%，第二年为 11.84%，第三年为 18.34%，第四年为 22.74%，第五年为 21%。从这些数据可以看出，企业的营业利润率比较平衡，但是第五年度有下降趋势，主要原因是第五年度主营业务收入的增加，而成本费用也随之增加，面对这种情况，企业需要降低成本费用，从而提高利润。

企业的总资产报酬率全面反映了企业的盈利能力，从表中数据可得：总资产报酬率是在逐年增加的，表明企业的全部资产的总体运营效益越高，整个企业的获利能力越强。

8.3.4 发展能力分析

企业的营业收入增长率是衡量企业经营状况和市场占有能力、预测企业经营业务的拓展趋势的重要标志，也是企业扩张资本的重要前提。不断增加的营业收入，是企

业生存的基础和发展的条件。从表中数据可以看出，每年该指标都大于0，表明企业每年的营业收入都有所增长，增长速度适中，前景较好。



8.4 项目可行性分析

8.4.1 折现率的确定

在这里我们采用资本资产定价模（CAPM）来确定折现率， $i=R_f+\beta(R_m-R_f)$ 。采用五年期国债收益率 R_f 作为无风险证券收益率，即 R_f 为 3%； R_m 为该行业的平均利润率，由于产业的特殊性，可比性较少，约为 10%， β 平均值约为 1。因此，股东要求的收益率为 $3\%+1\times(10\%-3\%)=10\%$ 。

未来五年净现金流量表（单位：元）：

项目	0	1	2	3	4	5
净现金流量	518750	74120	142330	166630	190930	221500.73

8.4.2 投资回收期

投资回收期= $3+135670/190930=3.71$ （年）。

8.4.3 净现值

净现值是项目按折现率 10%将项目计算期各年的净现金流量折现到建设期初定现值之和，本项目净现值（NPV）计算得出 59378.12 元，其数值越大，项目的获利水平就越高，远超过 0，本项目可行。

8.4.4 内含报酬率

内含报酬率（IRR）= 13.8%

内含报酬率（IRR）是衡量项目中财务上是否可行的主要评价指标，是项目组计算期内，各年净现金流量现值累计等于零时的折现率。一般地，IRR 大于投资者要求的收益率，表明项目财务上可行。可计算出本项目的内含报酬率为 13.8%，远大于投资者要求的收益率 10%，表明本项目效益好。

9. 机遇与风险

9.1 机遇

9.1.1 市场

(1) 市面上在售的潮汕速食牛肉粿条种类不多，且味道不正宗，市场占有率低，可供选择的种类选择少，正是需要新产品的出现，给消费者提供更多选择。

(2) 快节奏生活下，为了节约时间、方便快捷，年轻人更加青睐方便的速食产品。速食产品的市场需求、用户的消费规模在持续增长中。

9.1.2 政策

(1) 2017年国务院发布了《中国传统工艺振兴计划》，讲到提高传统工艺产品设计、制作水平和整体品质与拓宽传统工艺产品的推介、展示、销售渠道。潮汕速食牛肉粿条正是在传承传统工艺产品过程中，进一步创新提高制作技术。

(2) 《中国传统工艺振兴计划》中明确提出传统工艺企业符合现行小微企业和高新技术企业等税收优惠政策条件的，可按规定享受税收优惠政策。

(3) 2020年中央一号文件提出“发展富民乡村产业”，因地制宜，利用当地特色资源，带动产业的发展，促进当地就业，助力脱贫，打赢脱贫攻坚战。

9.1.3 科技

(1) 当前正处于“互联网时代”，各种软件开发形式、内容丰富多样，如抖音、快手、火山小视频等娱乐软件，和微信、淘宝、京东等网络交换平台的大量普及，有利于本产品广泛推广和销售（为我们的产品销售提供强大的助力）。

(2) 交通科技发展迅速，交通运输便利。线上购买的各种产品都可以利用汽车、火车、高铁、飞机等交通工具进行运输，可以在较短的时间内送到消费者手上。

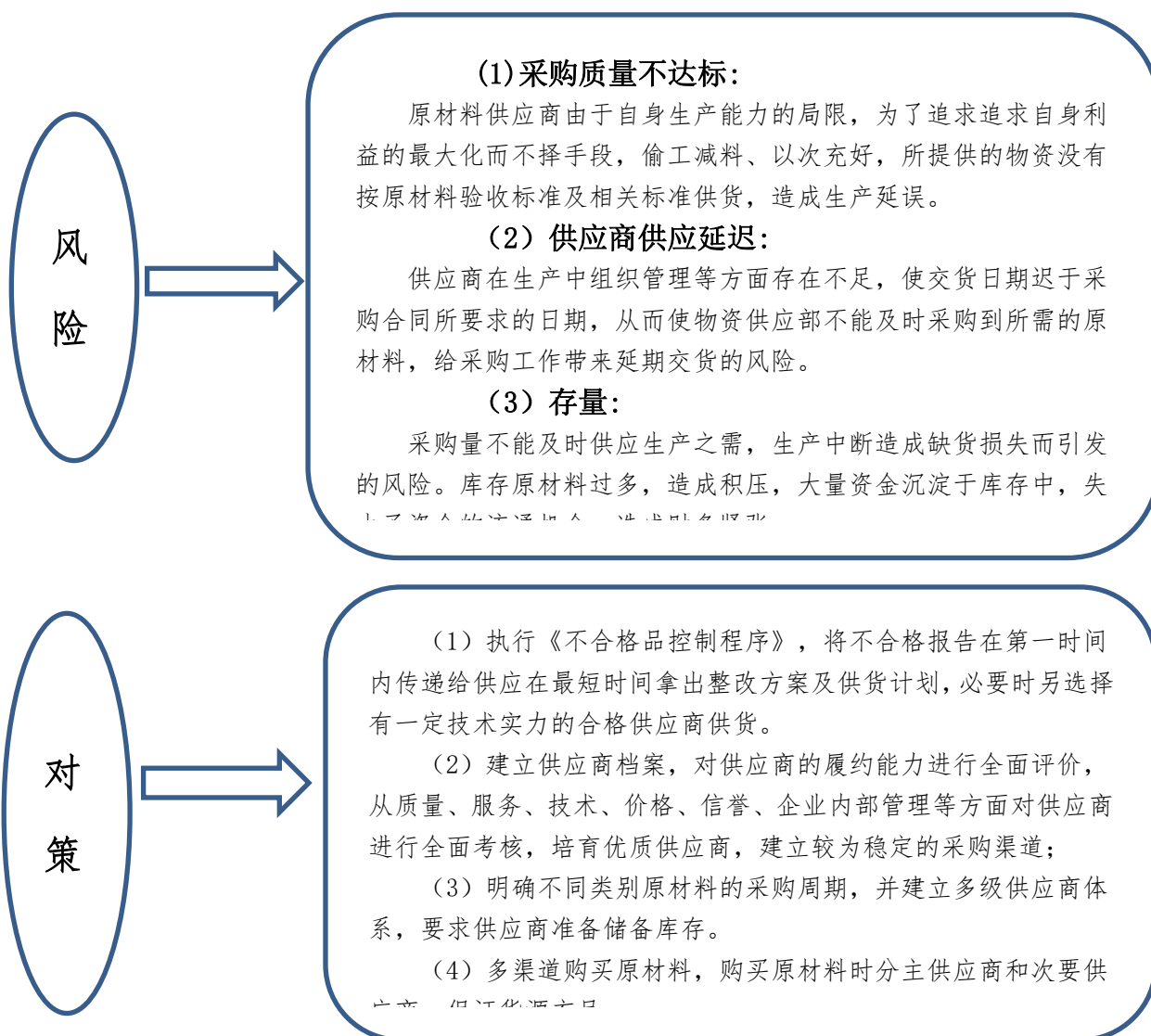
9.1.4 社会文化

(1) 通过调查，大约 93%的人对传统美食文化有一种特别的依赖和需求。现在随着经济的发展，越来越多的潮汕人走出家乡，外出打拼。对家乡的传统美食有着浓浓的眷恋之情。

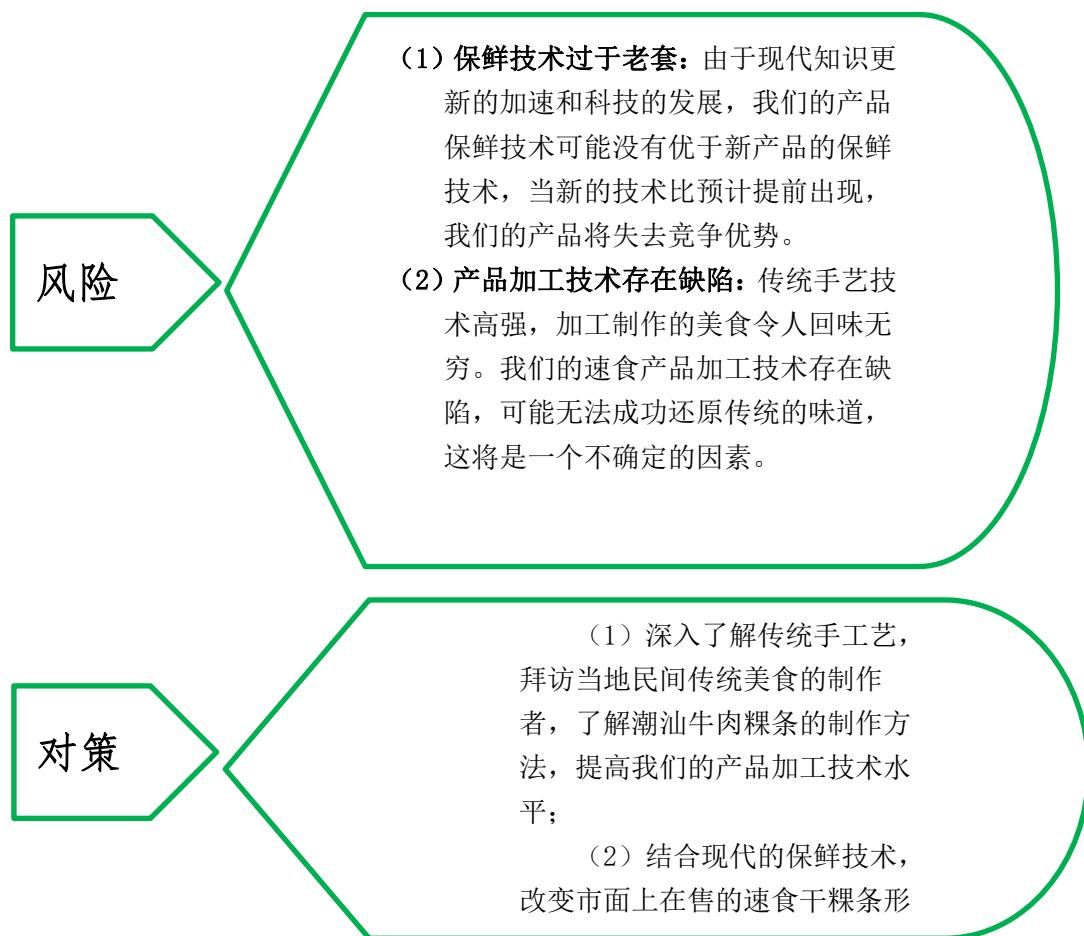
(2) 旅游成为人们休闲活动的大趋势，每当人们去到一个地方，必然会去了解当地的传统文化和习俗，以及品尝购买当地的美食特产。

9.2 风险与对策

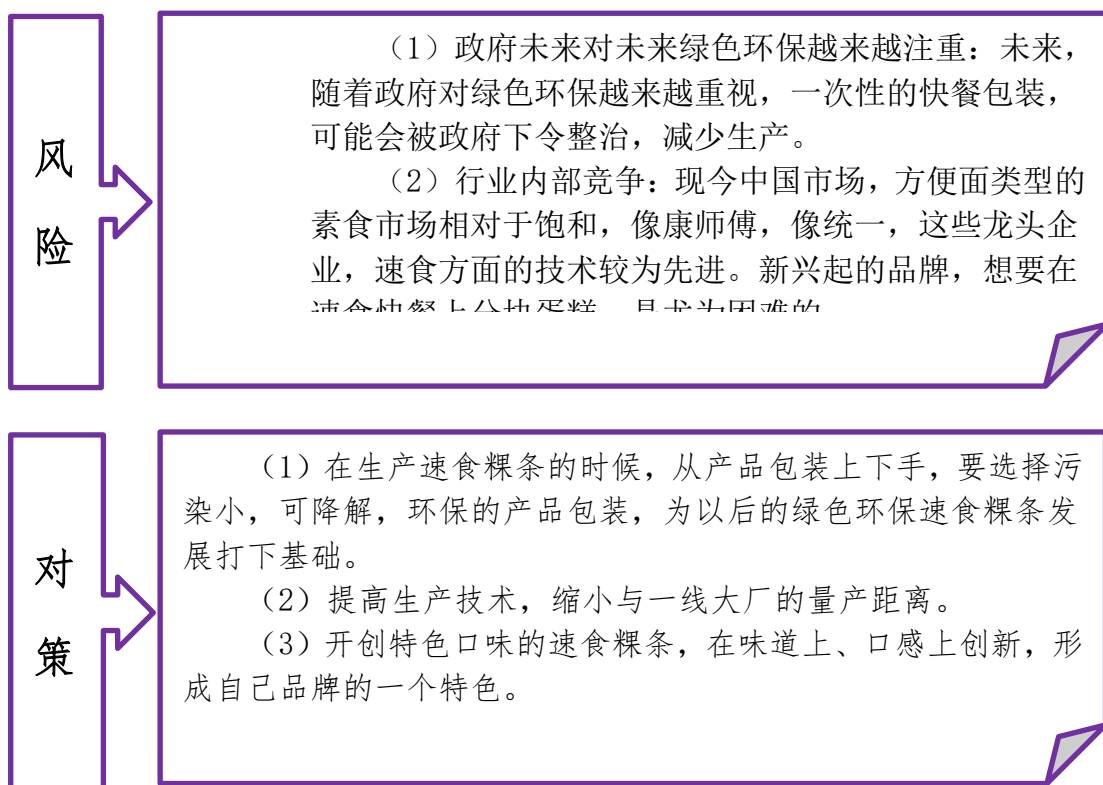
9.2.1 原材料采购风险与对策



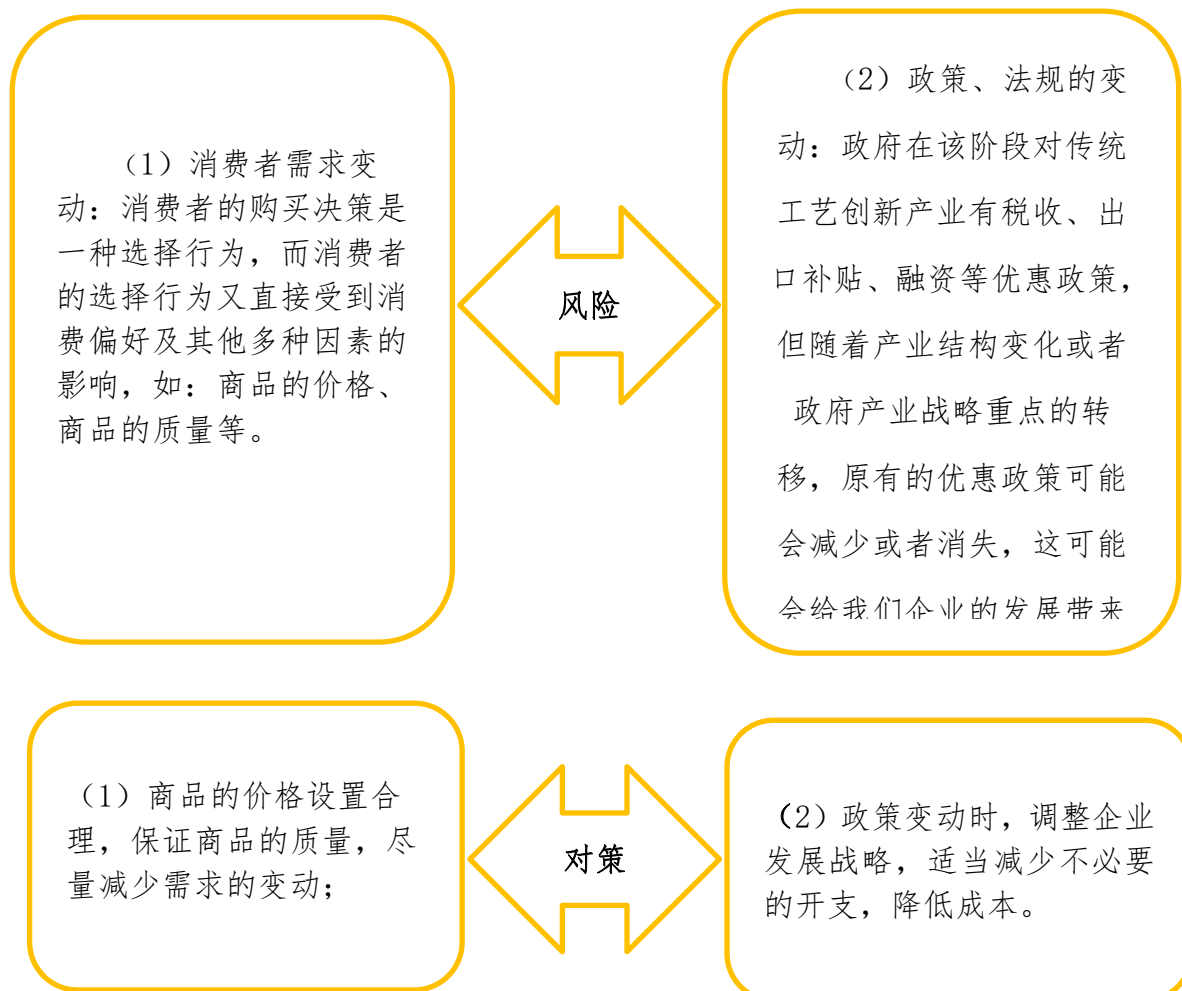
9.2.2 技术风险与对策



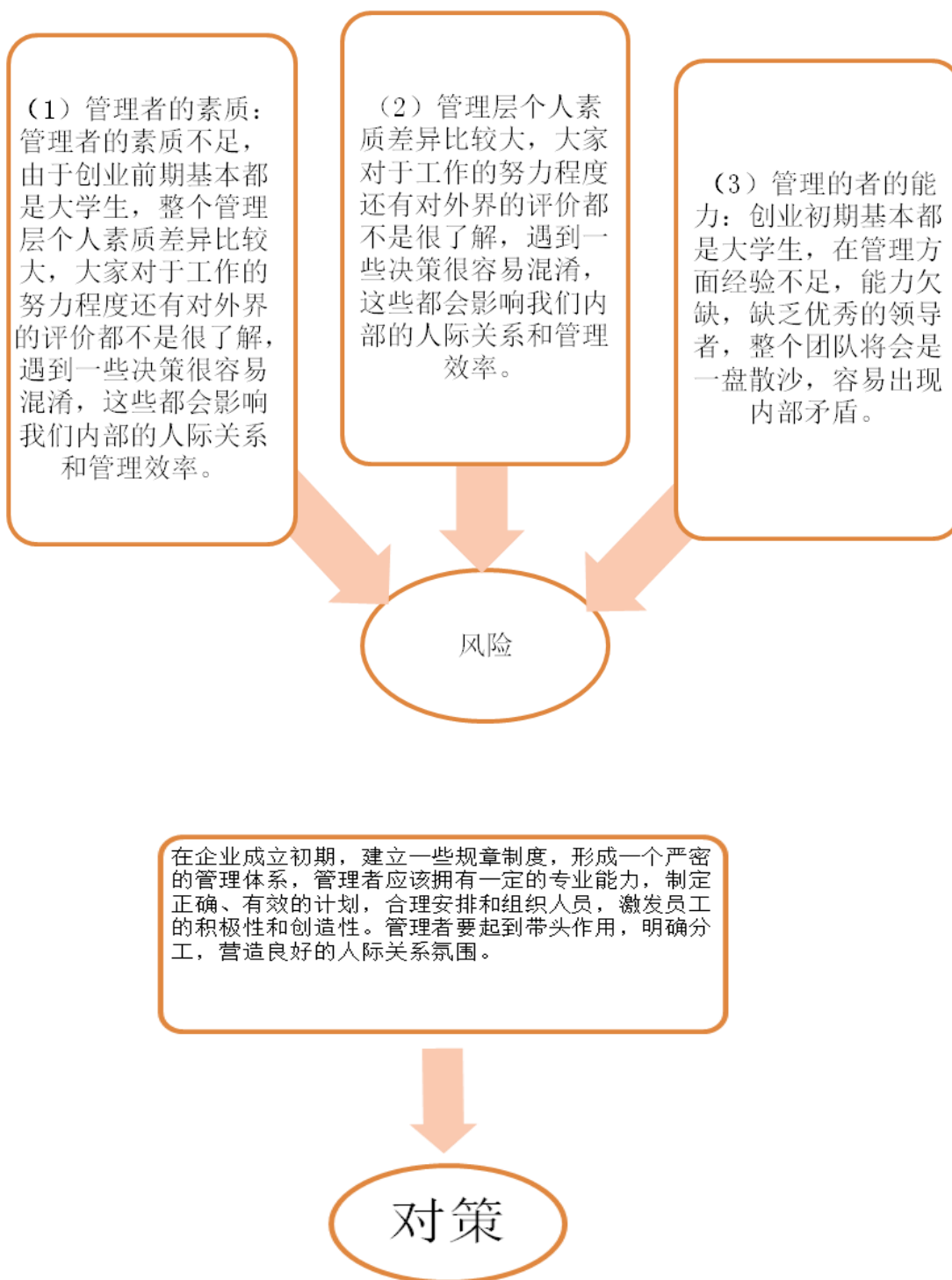
9.2.3 行业风险与对策



9.2.4 市场风险与对策



9.2.5 管理风险与对策



9.2.6 财务风险与对策

风
险

(1) 资本结构不合理：企业资金中的自有资金和借入资金比例不恰当，造成企业资本不合理，从而引发财务风险。

(2) 投资决策不合理：投资决策对企业未来的发展起到至关重要的作用，正取的投资决策可以增加企业盈利，错误的投资，则会带来灾难性的损失。

(3) 财务管理制度不完善：财务管理制度不能覆盖企业的所有部门，所有操作环节，很容易造成财务的漏洞，带来财务风险。

(4) 财务人员风险意识淡薄：企业财务人员缺乏风险意识，对财务风险的客观性认识不足，忽视了对企业风险的预测和预警，导致企业在突发事件发生时，应变能力不足，带来财务风险。

(5) 收益分配政策不科学：股利分配政策对企业未来的发展有重大影响，如果对企业利润的分配脱离企业的实际情况，会影响企业的财务结构，影响财务风险。

对
策

企业在筹集资金时，必须在风险与成本之间权衡，选用最佳的筹资方式。加强对流动负债的管理，降低成本，保证生产经营的需要。在投资方面，必须在流动性和获利性之间权衡做出最佳选择。财务管理制度应该对财务管理内容进一步细化，包括制定财务决策，制定预算和标准，记录实际数据，对比标准与实际，评价与考核等各个环节。另外，要定期进行人员培训，加强财务人员的风险意识，提高应变能力。在收益分配方面，企业要按照有关法律的规定的前提下，自主安排盈利中有多少

附录

附录 1

潮汕速食牛肉粿条问卷调查

前言：您好！本团队为进一步了解关于开展潮汕速食牛肉粿条的市场状况，做出可行性策略，特开展此次问卷调查。非常感谢您能抽出宝贵时间参加我们的调查。本次调查的信息将采取保密的形式，您大可放心填写。祝您生活愉快！

1. 您的性别？

A. 男

B. 女

2. 您的年龄？

3. 您是否是潮汕人？

A. 是

B. 不是

_____ (XX省 XX市)

4. 您喜欢的食物包装色系？

A. 暖色系

B. 冷色系

C. 都可以

D. 其他 _____

5. 您有吃过潮汕牛肉粿条吗？

A. 有

B. 没有

C. 没有，但想试试潮汕牛肉粿条

6. 如果潮汕牛肉粿条做成速食产品，你会支持吗？

A. 支持

- B. 比较支持
- C. 一般
- D. 比较不支持
- B. 不支持
- 7. 如果你在异地想吃正宗的潮汕牛肉粿条你会选择?
 - A. 到潮汕地区吃正宗的潮汕牛肉粿条
 - B. 网购正宗的速食潮汕牛肉粿条
- 8. 您对潮汕牛肉粿条是否喜爱?
 - A. 很喜欢
 - B. 比较喜欢
 - C. 一般
 - D. 比较不喜欢
 - E. 不喜欢
- 9. 如果你是潮汕人并且在外地工作或上学你会不会想念正宗的潮汕牛肉粿条?
 - A. 会
 - B. 比较会
 - C. 一般
 - D. 比较不会
 - E. 不会
- 10. 您的月生活费区间?
 - A. 300 元以下
 - B. 300—550 元
 - C. 550—800 元
 - D. 800 元以上
- 11. 您买速食食品的月频率是?
 - A. 1—3 次
 - B. 4—8 次

- C. 9—15 次
 - D. 15 次以上
 - E. 几乎没有食用
12. 您一般购买什么价位的速食食品？
- A. 1—5 元
 - B. 6—10 元
 - C. 11—15 元
 - D. 15 元以上
 - E. 几乎没有购买
13. 本团队打算把速食粿条研发地建在揭阳市高新区，你认为会给附近的居民带来什么？（多选）
- A. 提高当地知名度
 - B. 吸引当地人口回流
 - C. 提高当地的就业率
 - D. 带动当地的经济发展
 - E. 其他 _____
14. 您吃潮汕牛肉粿条最喜欢的酱料是什么？（多选）
- A. 辣椒
 - B. 沙茶酱
 - C. 不蘸酱
 - D. 其他 _____
15. 你希望公司后续新增什么潮汕美食产品（多选）
- A. 潮汕卤牛肉粿条
 - B. 潮汕牛肉丸粿条
 - C. 潮汕牛肉自热火锅
 - D. 其他 _____
16. 你觉得潮汕牛肉粿条速食产品有哪些好处？（多选）
- A. 非油炸食品比方便面营养健康

B. 能饱腹且低脂不易肥胖

C. 性价比高

D. 省时省力

E. 其他 _____

17. 您希望潮汕牛肉粿条速食产品是什么样？（多选）

A. 净含量增加

B. 更加卫生健康

C. 口感更好

D. 营养价值高

E. 其他 _____

18. 你会把速食方便面或速食粿条等作为何时吃？（多选）

A. 早餐

B. 午餐

C. 晚餐

E. 下午茶

F. 宵夜

G. 零食

19. 您对速食食品的口味偏好？（多选）

A. 酸

B. 辣

C. 咸

D. 清淡

D. 其他 _____

20. 决定购买食物时，您会根据那些标准来评判食物是否好吃？（多选）

A. 促销优惠

B. 食品价格

C. 食品包装

D. 网上评价

E. 朋友推荐

F. 营养价值

G. 其他 _____

21. 您对潮汕牛肉粿条速食产品有什么建议?

附录 2

调查问卷分析

一、调查原因：公司为进一步了解关于开展潮汕牛肉粿条的市场状况做出可行性策略，特开展此次问卷调查。

二、调查目的：根据问卷调查的数据作出可行性策略

三、调查对象：在异地工作的潮汕人及本地非潮汕人

四、问卷分析：

本公司开展此次问卷调查并希望通过调查的数据做出开拓潮汕牛肉粿条市场的可行性策略。

潮汕地区的特色美食多种多样，潮汕牛肉粿条是潮汕地区的传统美食之一，就当前市场而言，大家想要吃到一碗正宗的潮汕牛肉粿条必须亲自到潮汕地区才能吃到，导致了这一传统美食没能得到更好的发展。据统计，潮汕地区有上千万的华侨在异地工作，当他们想吃一碗正宗的家乡牛肉粿条时却往往难以得到满足。

首先，问卷设置的问题有“被调查者的性别、年龄、是否是潮汕人、有没有吃过潮汕牛肉粿条”，这几个问题中可以分析出吃过潮汕牛肉粿条的不同年龄阶段的人数。

其次，“对潮汕牛肉粿条是否喜爱、喜欢的酱料”类问题，可以分析出潮汕牛肉粿条爱好者其对酱料选择的比率。

第三，对“正宗潮汕牛肉粿条”的认可与选择问题中，不仅可以从侧面得出潮汕牛肉粿条的影响力，还可以得出如果把潮汕牛肉粿条做成速食产品的支持度。

是“你觉得潮汕牛肉粿条速食产品有哪些好处、你希望潮汕牛肉粿条速食产品是什么样的”从这两题中可以了解新开发的速食牛肉粿条和原有的方便速食老品牌优势和劣势的对比。例如康师傅、统一等老品牌。最后是“您对潮汕牛肉粿条速食产品有什么建议”此主观题作为问卷的最后一题，可以收集被调查者的建议对以后的研发提供帮助。

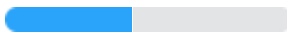

根据增长黑盒咨询机构我们了解到方便面速食产品有较好的发展前景。从青山资本发布的《2020 中国快消品早期投资机会报告》中我们对“方便速食”类产品有了全新的了解，方便速食的市场规模有 2500 亿。方便速食食品的市场规模离不开懒人经济

的崛起，目前单身，快节奏，懒人经济等发展，更多人开始选择方便快捷的饮食，其中年轻人是方便速食的主要群体。根据 CBN 消费大数据显示，方便速食的主要消费者是 85 后和 90 后。从以上数据可看出速食食品的潜在市场在未来会有很大的发展空间。



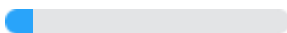
附录 3

潮汕速食牛肉粿条问卷调查结果

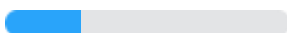
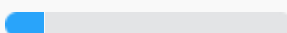

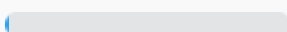
第 1 题 您的性别? [单选题]

选项	小计	比例
A. 男	54	 44.63%
B. 女	67	 55.37%
本题有效填写人次	121	

第 3 题 您是否是潮汕人? [单选题]

选项	小计	比例
A. 是	52	 42.98%
B. 不是	57	 47.11%
C. 省市	12	 9.92%
本题有效填写人次	121	

第 4 题 您喜欢的食物包装色系? [单选题]






选项	小计	比例
A. 暖色系	33	 27.27%
B. 冷色系	17	 14.05%
C. 都可以	69	 57.02%
D.	2	 1.65%
本题有效填写人次	121	

第 5 题 您有吃过潮汕牛肉粿条吗? [单选题]

选项	小计	比例
----	----	----

A. 有	95	 78.51%
B. 没有	12	 9.92%
C. 没有，但想试试潮汕速食牛肉粿条	14	 11.57%
本题有效填写人次	121	






第 6 题 如果潮汕牛肉粿条做成速食产品，你会支持吗？ [单选题]

选项	小计	比例
A. 支持	50	 41.32%
B. 比较支持	30	 24.79%
C. 一般	32	 26.45%
D. 比较不支持	6	 4.96%
E. 不支持	3	 2.48%
本题有效填写人次	121	


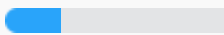
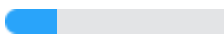


第 7 题 如果你在异地想吃正宗的潮汕牛肉粿条你会选择？ [单选题]

选项	小计	比例
A. 到潮汕地区吃正宗的潮汕牛肉粿条	77	 63.64%
B. 网购正宗的速食潮汕牛肉粿条	44	 36.36%
本题有效填写人次	121	

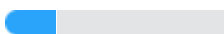
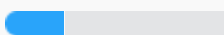
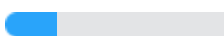
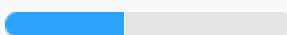
第 8 题 您对潮汕牛肉粿条是否喜爱？ [单选题]

选项	小计	比例
A. 很喜欢	46	 38.02%
B. 比较喜欢	32	 26.45%
C. 一般	41	 33.88%
D. 比较不喜欢	1	 0.83%
E. 不喜欢	1	 0.83%
本题有效填写人次	121	

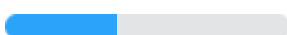
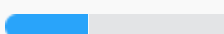


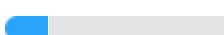
第 9 题 如果你是潮汕人并且在外地工作或上学你会不会想念正宗的潮汕速食牛肉粿条? [单选题]

选项	小计	比例
A. 会	66	 54.55%
B. 比较会	24	 19.83%
C. 一般	23	 19.01%
D. 比较不会	5	 4.13%
E. 不会	3	 2.48%
本题有效填写人次	121	

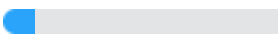
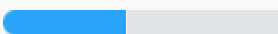
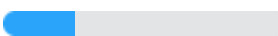
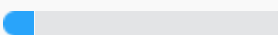
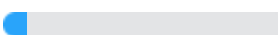
第 10 题 您的月生活费区间? [单选题]

选项	小计	比例
A. 300 元以下	22	 18.18%
B. 300—550 元	25	 20.66%
C. 550—800 元	23	 19.01%
D. 800 元以上	51	 42.15%
本题有效填写人次	121	





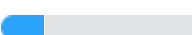
第 11 题 您买速食食品的月频率是? [单选题]

选项	小计	比例
A. 1—3 次	48	 39.67%
B. 4—8 次	35	 28.93%
C. 9—15 次	11	 9.09%
D. 15 次以上	9	 7.44%
E. 几乎没有食用	18	 14.88%
本题有效填写人次	121	





第 12 题 您一般购买什么价位的速食食品? [单选题]

选项	小计	比例
A. 1—5 元	14	 11.57%
B. 6—10 元	52	 42.98%
C. 11—15 元	31	 25.62%
D. 15 元以上	13	 10.74%
E. 几乎没有购买	11	 9.09%
本题有效填写人次	121	


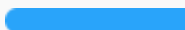


第 13 题 本团队打算把速食粿条研发地建在揭阳市高新区, 你认为会给附近的居民带来什么? [多选题]

选项	小计	比例
A. 提高当地知名度	84	 69.42%
B. 吸引当地人口回流	75	 61.98%
C. 提高当地的就业率	69	 57.02%
D. 带动当地的经济的发展	76	 62.81%
E. 其他	18	 14.88%
本题有效填写人次	121	


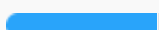

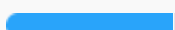

第 14 题 您吃潮汕牛肉粿条最喜欢的酱料是什么? [多选题]

选项	小计	比例
A. 辣椒	66	 54.55%
B. 沙茶酱	73	 60.33%
C. 不蘸酱	21	 17.36%
D. 其他	13	 10.74%
本题有效填写人次	121	


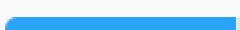

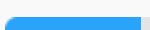

第 15 题 你希望公司后续新增什么潮汕美食产品 [多选题]

选项	小计	比例
A. 潮汕卤牛肉粿条	75	 61.98%
B. 潮汕牛肉丸粿条	79	 65.29%
C. 潮汕牛肉自热火锅	88	 72.73%
D. 其他	16	 13.22%
本题有效填写人次	121	

第 16 题 你觉得潮汕牛肉粿条速食产品有哪些好处? [多选题]

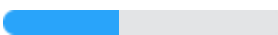
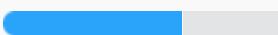

选项	小计	比例
A. 非油炸食品比方便面营养健康	84	 69.42%
B. 能饱腹且低脂不易肥胖	64	 52.89%
C. 性价比高	66	 54.55%
D. 省时省力	71	 58.68%
E. 其他	18	 14.88%
本题有效填写人次	121	

第 17 题 您希望潮汕牛肉粿条速食产品是什么样? [多选题]

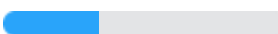

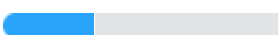

选项	小计	比例
A. 净含量增加	75	 61.98%
B. 更加卫生健康	98	 80.99%
C. 口感更好	78	 64.46%
D. 营养价值高	58	 47.93%
E. 其他	12	 9.92%
本题有效填写人次	121	

第 18 题 你会把速食方便面或速食粿条等作为何时吃? [多选题]


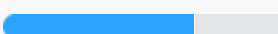




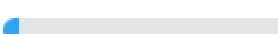
选项	小计	比例
----	----	----

A. 早餐	50	 41.32%
B. 午餐	76	 62.81%
C. 晚餐	74	 61.16%
本题有效填写人次	121	

第 19 题 您对速食食品的口味偏好? [多选题]

选项	小计	比例
A. 酸	41	 33.88%
B. 辣	71	 58.68%
C. 咸	39	 32.23%
D. 清淡	57	 47.11%
本题有效填写人次	121	

第 20 题 决定购买食物时,您会根据那些标准来评判食物是否好吃? [多选题]

选项	小计	比例
A. 促销优惠	67	 55.37%
B. 食品价格	81	 66.94%
C. 食品包装	66	 54.55%
D. 网上评价	56	 46.28%
E. 朋友推荐	68	 56.2%
F. 营养价值	65	 53.72%
G. 其他	7	 5.79%
本题有效填写人次	121	