

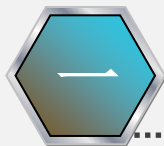


《美特》APP创新创业计划书

互联网+中国特色美食购买推广平台 Internet+food promotion

MEITEapp

目录



团队介绍



软件内容



可行性分析



市场前景



呈现方式

一、团队介绍

致力于在顺应互联网+的时代潮流下，将中国民间特色美食与文化相结合，打造一个极具中国地方特色的美食文化平台。

序号	姓名	分工	负责内容
1	苏明杰	队长	数据分析 市场调研 内容细化
2	李赫	队员	构想提出 结构建设 实施方案
3	谢超然	队员	资金分析 风险分析 组织管理

二、软件内容

将中国地区特色美食以互联网的经营模式推广、贩卖。保障食品安全的同时，让消费者购买到实惠、安全和官方认证美食。

1. 图标
2. 构架
3. 地图
4. 软件推广
5. 下载商店
6. 地域美食推送
7. 美食和店铺推广
8. 商家入驻
9. 资格认证
10. 运输配送
11. 质检机构
12. 故事分享
13. 营销模式

美特美食

MEITEMEISHI

内容及实施方案

1、图标



2、总体构架



根据当今最流行的构架模式将地域进行大致划分，当搜索到一个城市之后系统会根据网络大数据进行估算，将当地特色美食展现出来。

3、内置地图



高德
百度
腾讯



4、软件推广

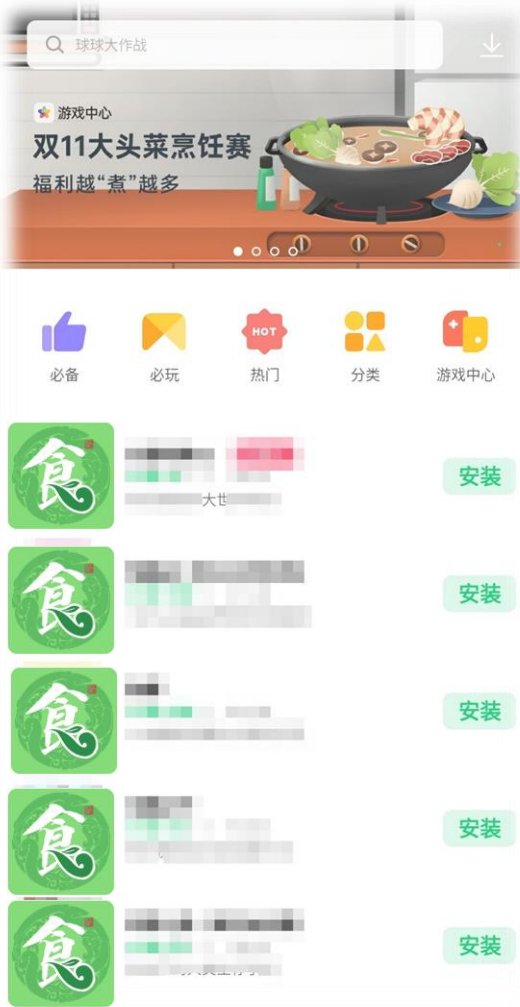
其他APP上启动显示广告



数字化滚动浏览
嵌入式发布广告



Copyright © 1998-2020 Tencent. All Rights Reserved. (5/4)



各大应用市场滚动推广

5、下载商店

- 各大应用市场进行合作
- 网络下载链接
- APP Store
- 分享下载

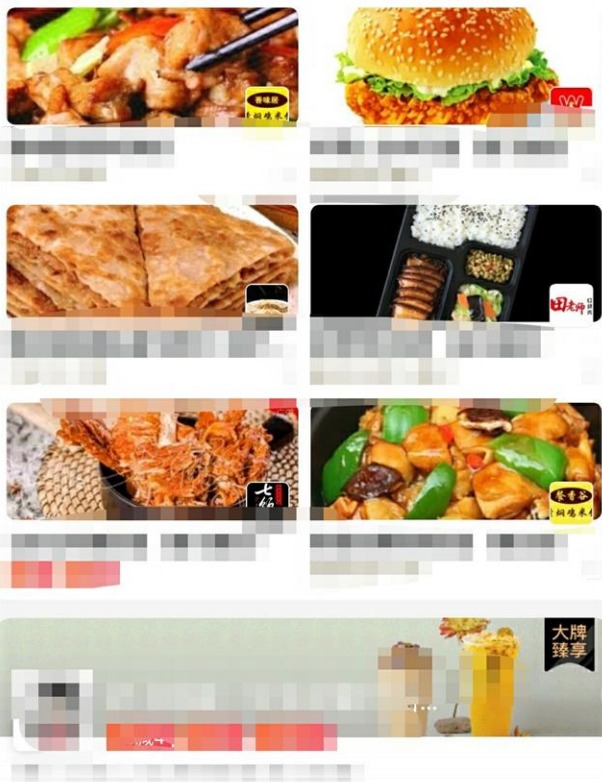
6、地域美食推送



电子
函件
服务

7、美食和店铺推广

美食推荐

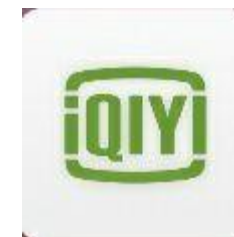


App内部进行付费推广
直播推广（软件内部）
第三方软件推广
短视频推广（外部、内部）



8、商家入驻

初期“扫街”，商家入驻三年内入驻费全部免费，产品首页推广每季度更新，每个季度都会邀请有实力的商家来参加季度例会，招标首页推广搜索页排行，每星期更新，按上周销量排行。厂家直销零售、批发，没有中间商赚差价。



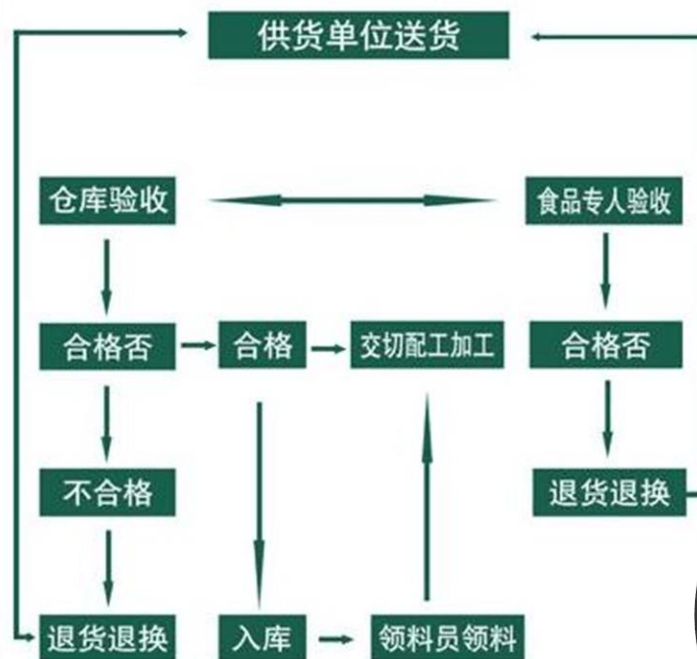
9、资格认证



10、质检机构

严格按照我国的食品安全法进行专业质检，坚决对消费者负责

食品验收流程图



11、运输配送



- 同城配送
- 跨省市配送
- 偏远地区配送

(与多个现有的快递进行合作主顺丰)

12、包装故事分享

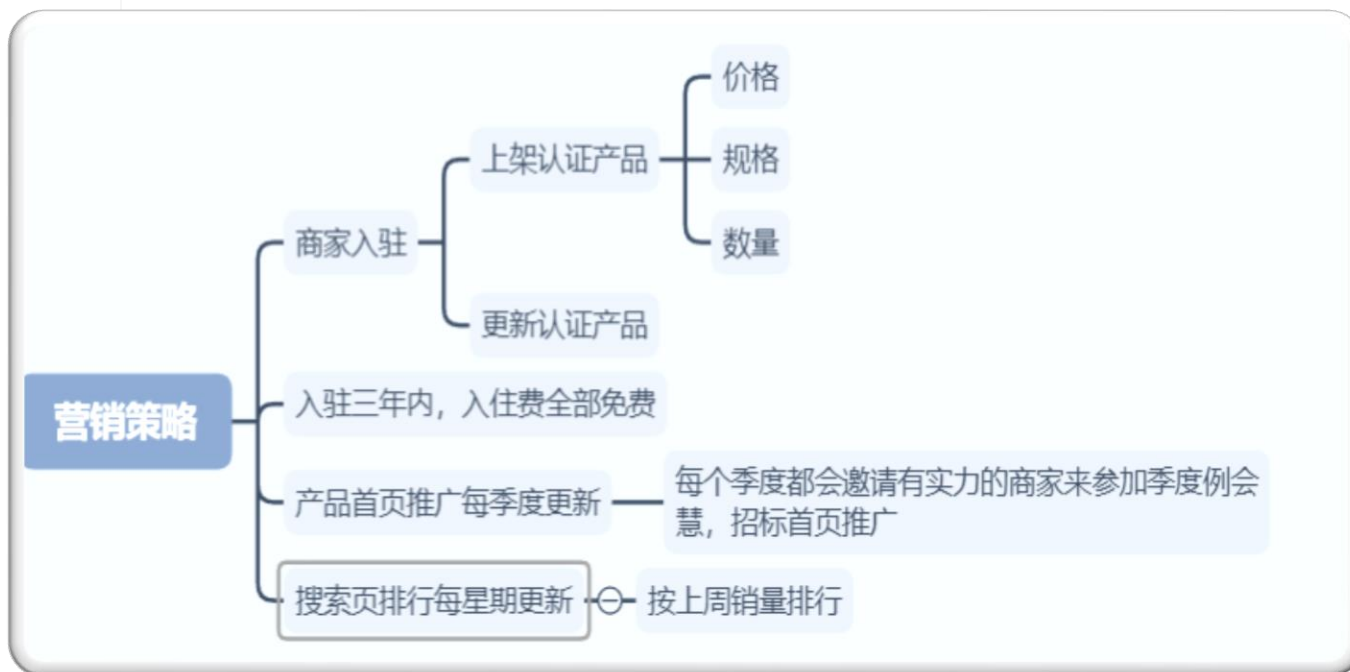
- 包装上面标有二维码（内容为该产品的“由来”、“故事”、“传说”）

列:粽子的包装上面的二维码写屈原的悲壮故事

这样可以将美食背后的精神文化和悠久的历史进行更为广阔的传播。

13、营销模式

- 免费礼品服务
- 节日纪念（可用户自主备注）
- 推出连载故事（前任三-芒果）
- 季节更替（如秋天的第一杯奶茶）
- 思乡之情（妈妈的味道）



三、可行性分析

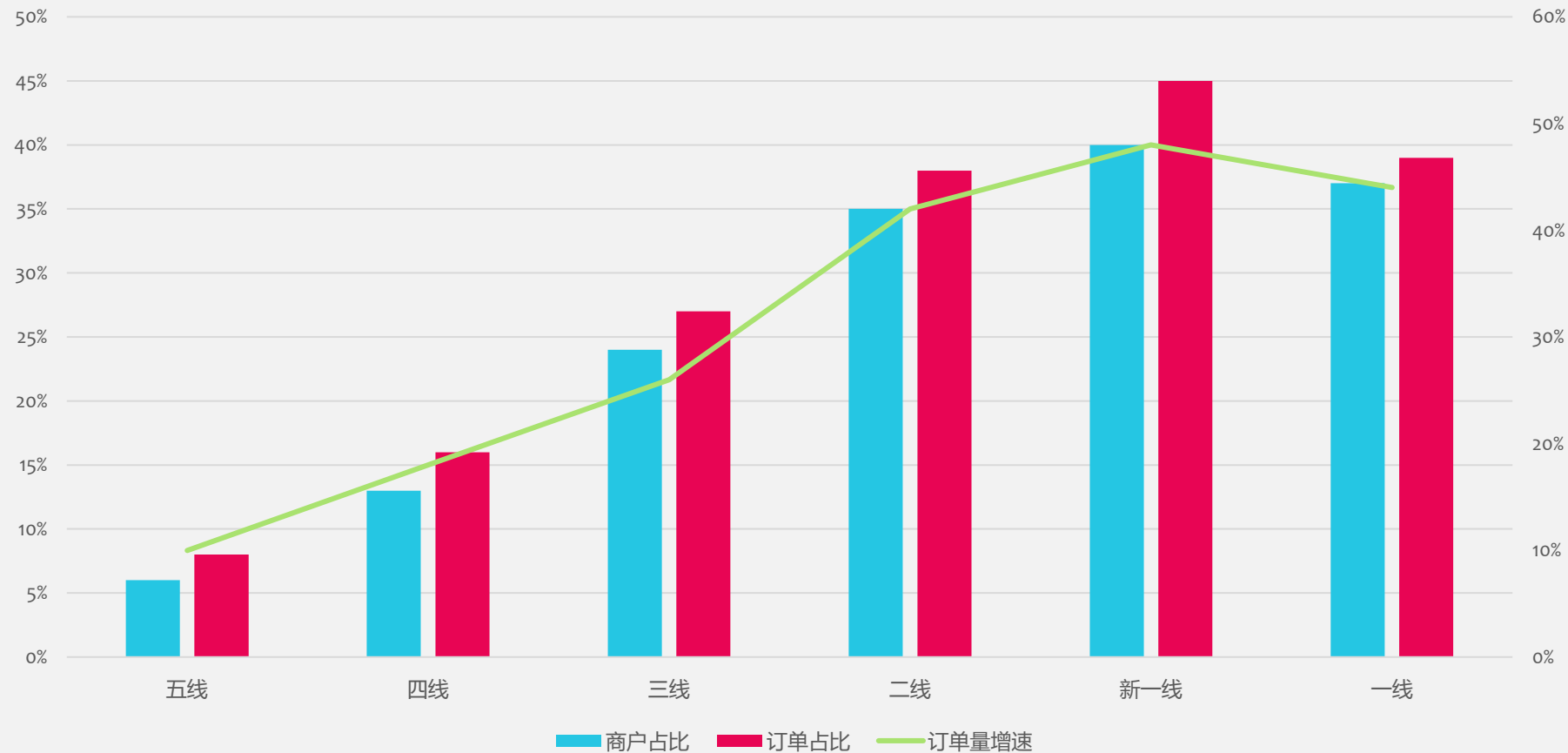
“文酌”将以手机APP的形式出现在大家的视线中，这样不管是工作忙碌的年轻人，还是退休在家的老人，都能很方便的“看到”、“吃到”、“感受到”饮食文化带来的优质体验。

- 1、投资必要性
- 2、技术可行性
- 3、财务可行性
- 4、经济可行性
- 5、风险移速及对策
- 6、组织可行性

1、投资必要性

	商户占比	订单占比	订单量增速
五线	6%	8%	10%
四线	13%	16%	18%
三线	24%	27%	26%
二线	35%	38%	42%
新一线	40%	45%	48%
一线	37%	39%	44%

城市商户与订单量占比



政府扶持
自主创业

资本家也
会分羹

需求大于
被需求

2、技术可行性



肉豆腐

网络构架、建设团队
IT技术支持
学长技术支持
信息工程技术支持
初步销售产品

3、财务可行性

架设平台预算：团队，数据云，及其地方调查，数据分析，商家入驻，前期预算为不到百万级，需深入进行设想和专业分析评估。

与个平台进行签约合作，多方位盈利，可进行引资，和资金回笼方可达到盈利期。



4、经济可行性

前期引入

促进文化交流

拉动经济发展

中期考核

商家、政府、
大众

新+旧模式

后期盈利

真实、可靠、
认知度

发展经济交流、
结合旅游业等

5、风险移速及对策

长期贷款或寻找资本家进行风险投资，可以暂时解决资金问题；

法律风险可以由相关律师顾问代未解决，或直接内部设置法律行政部门，来应对后期的食品安全法律法规。



北京烤鸭

6、组织可行性



四、市场前景

随着国家经济的迅速发展,人们的生活水平不断提高,对餐饮品质要求也越来越高。餐饮业是我国经济发展的重要领域之一,地方特色小吃产业是餐饮业的主要组成部分。

- 1、地域特色
- 2、思乡情怀
- 3、好奇品尝
- 4、政府扶持

手撕牛肉干

正宗

来自内蒙古大草原的馈赠
享受大大快朵颐的快感



初步打造市场构想

1、地域“特色”

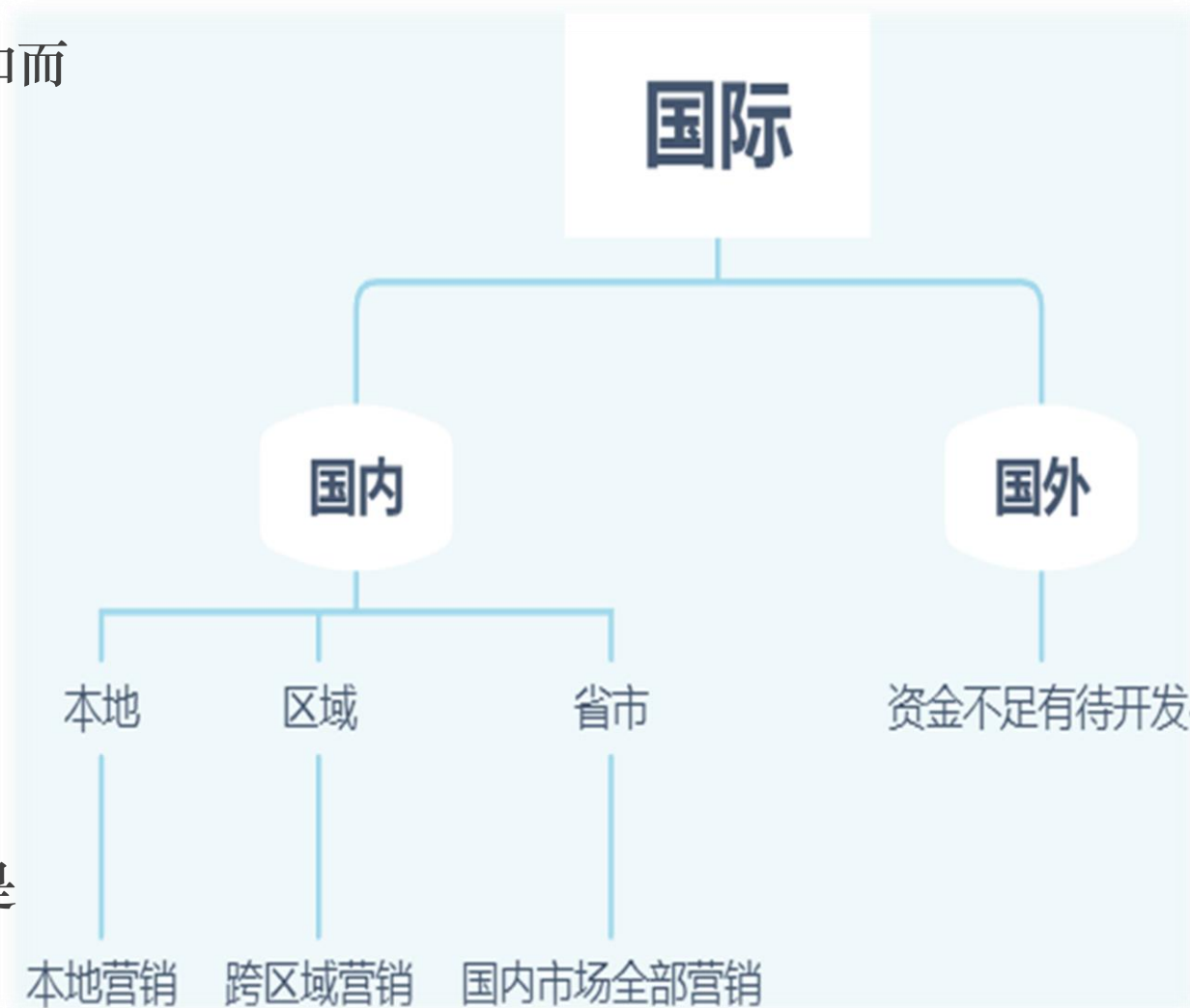
具有一个地方的文化传承、民族信仰和历史遗留总和而成的精神文化物质。

2、思乡“情怀”

是可在骨子里的毅然决然。

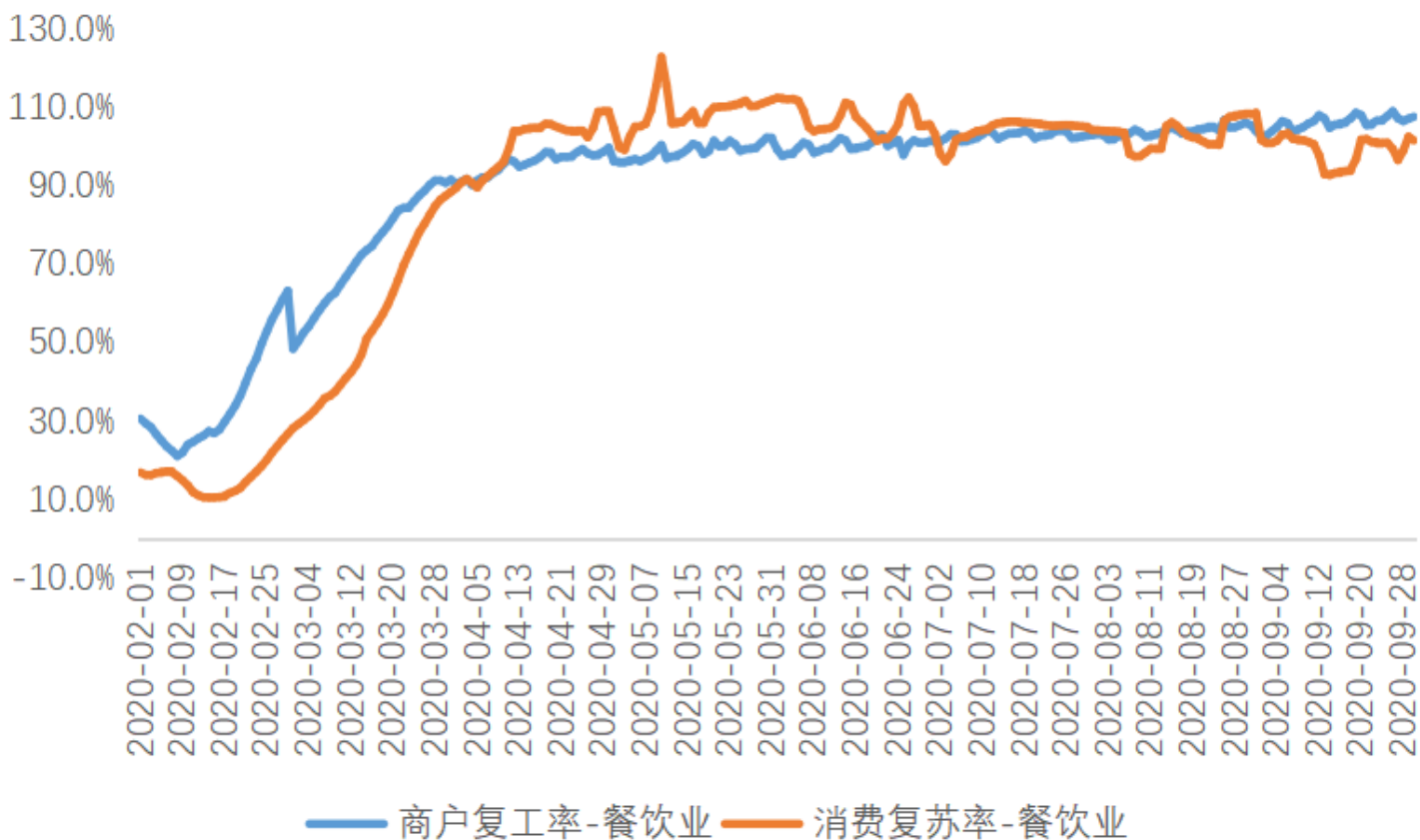
“吃”和“喝”是一种最为朴实的文化，一种最能让人流露出真实情感的感官享受，是家乡的味道，是爱的味道，是妈妈的味道！

目前市面上的各地特色小吃大多数都是假冒伪劣产品，打着“特色”的旗号，做着造假食品，赚着昧良心的钱。这方面市场很大，地域也广，不仅仅是国内，外贸产业不可估量。



3、好奇品尝

- 商家与消费者占比

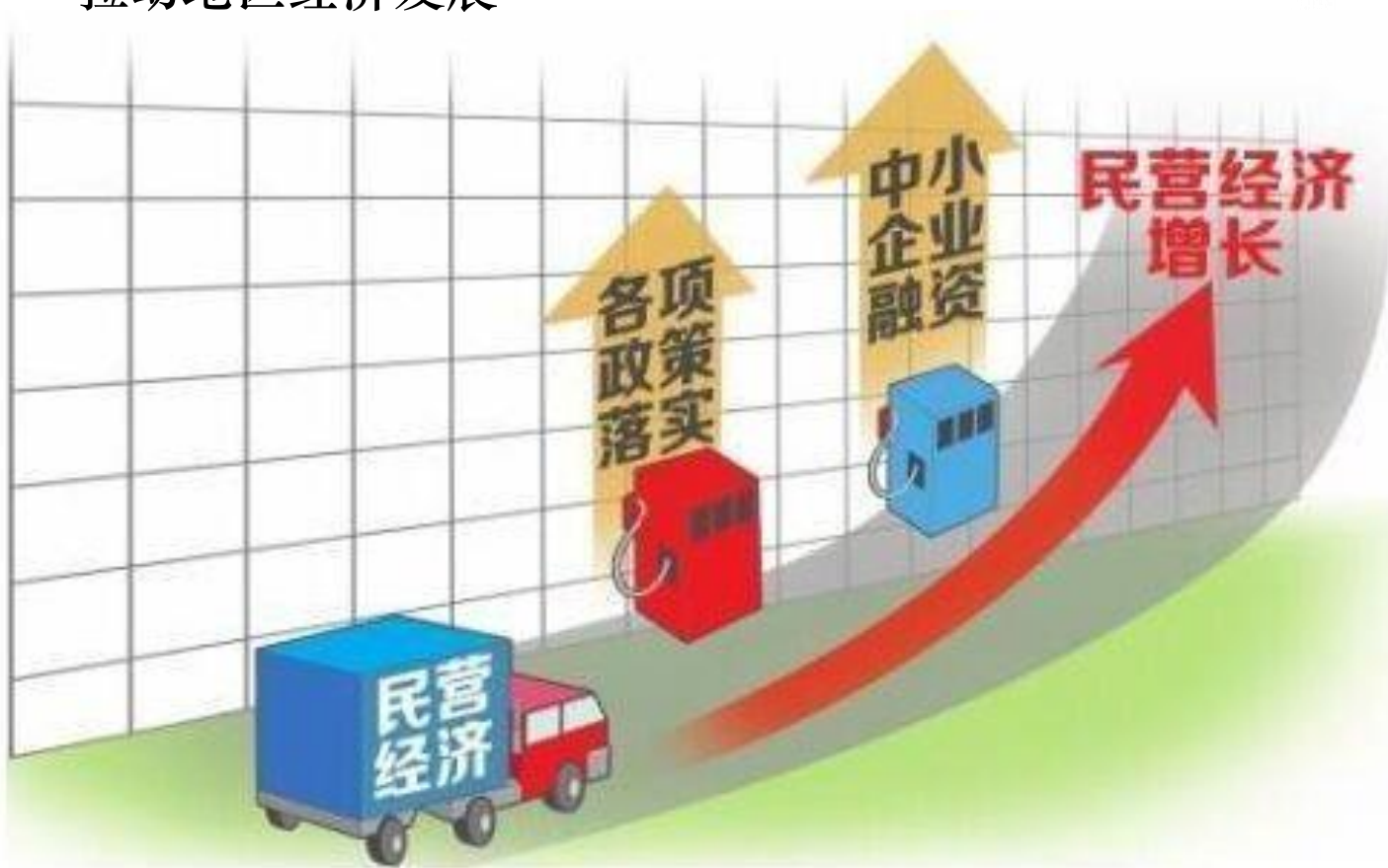


排名	订单量占比 TOP20		订单量同比增长率 TOP20	
	品类	占比	品类	增长率
1	快餐简餐	43.7%	炸鸡炸串	146.9%
2	麻辣烫	6.0%	包子	92.9%
3	面条	5.8%	韩式小吃	90.6%
4	米粉	5.6%	港式小吃	90.1%
5	粥	5.6%	卤味鸭脖	67.8%
6	包子	4.0%	米粉	62.1%
7	黄焖鸡	3.3%	锅贴	53.6%
8	炸鸡炸串	3.2%	津味小吃	50.3%
9	米线	2.5%	豆腐花	44.6%
10	饺子	2.4%	烧鸡	41.8%
11	陕西小吃	2.4%	日式小吃	41.0%
12	川味小吃	2.0%	汤类	40.5%
13	卤味鸭脖	1.6%	陕西小吃	37.3%
14	汤类	1.5%	沙县小吃	36.8%
15	沙县小吃	1.2%	粥	33.9%
16	馄饨抄手	1.2%	馄饨抄手	33.4%
17	津味小吃	0.9%	花甲	32.2%
18	熟食熏酱	0.8%	饺子	32.1%
19	小龙虾	0.7%	面条	31.8%
20	生煎	0.5%	麻辣烫	29.1%

- 各地区特色美食订单占比

4、政府扶持

政府鼓励大学生创业
拉动地区经济发展





五、呈现方式

信息特征具备多维性，这决定了信息可以以不同的方式组织、获取。

搜索模式 } 结合
列表模式 }

用户采用搜索模式

快速准确，用户可以通过若干关键词，而快速获取目标信息。因而，该模式适合于搜索用户已经明确的目标信息，偏向于精准化的目标诉求



滴滴打车
(左 首页 中 司机应答页 右 付款)



饿了么 (左主页 右详情页)

平台采用列表模式
将平台面向的所有用户所需要的信息全部列出。因而，平台在采用列表模式的同时会配合搜索模式与推荐模式来辅助用户进行信息的筛选。



左今日头条



右氧气



谢谢

苏明杰

+15369076772

1209810996@qq.com

MEITE

