

“阿庆嫂” 大杯水

好喝的奶茶来了

冬天又到了喝奶茶的季节

今天给大家带来新品奶茶

阿庆嫂大杯水



“阿庆嫂” 大杯水

——一种业余劳动者的网红创收新方式



负责人：刘彤



项目立项背景

“地摊经济”兴起：地摊经营创业门槛低，没有店铺租金的压力，没有太高的学历、技能要求，既可以降低商户运营成本，也可以增强消费市场主体活力。

消费者对“奶茶自由”的精神需求：奶茶作为年轻人喜闻乐见的饮品，寄托着人们放松身心、享受生活的渴望，“奶茶自由”也逐渐成为一个城市经济复苏的标志之一。

奶茶行业的优势：奶茶行业作为休闲餐饮的代表，投入少、见效快、收入稳定、风险小、无技术难度等特点。响应当下“地摊经营”号召，经营场地灵活方便。

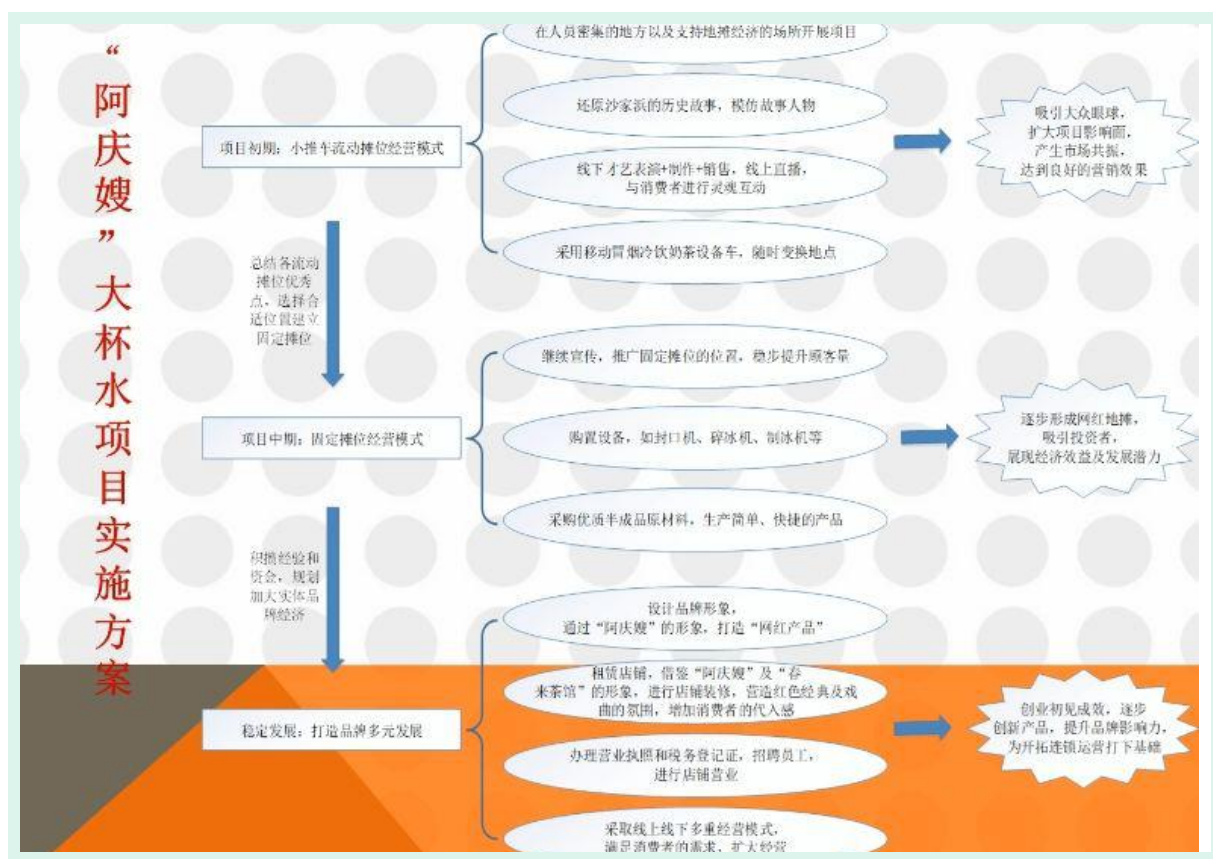
一、项目立项背景

由于此次疫情的发生，我国的国内经济受到了冲击。为了保民生，居民能有好的经济收入，国家鼓励发展地摊经济，**地摊经济**门槛较低，相对于门店经营有较高的收益。在疫情困扰人们焦虑的期间，选择奶茶创立项目，是因为奶茶被年轻人所喜爱，是年轻人喜闻乐见的一种饮品。同时饮用奶茶的时候也可以放松心情，使得心情舒畅。而奶茶制作的操作技术低，投入少，收入稳，风险小，有较大的利润，能够短期提高居民的收入。也可以在原来制作的奶茶品种上不断的创新，创新出新的奶茶特色，吸引更多顾客。



走近主创团队

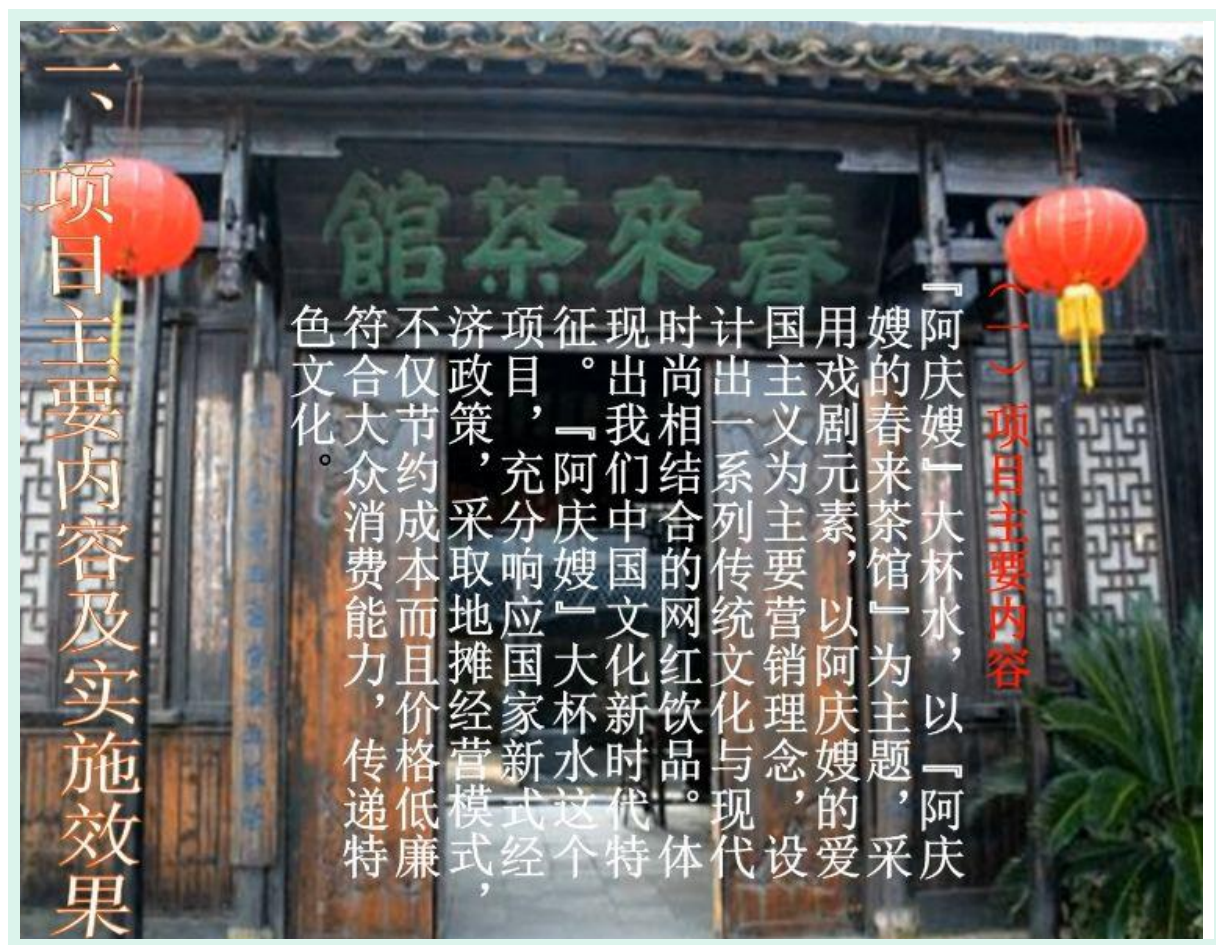
负责人及 团队成员 信息	姓名	系部	专业班级
	刘彤	劳动经济系	大专 19 会计 1 班
	卢晓	劳动经济系	大专 19 会计 1 班
	刘硕	劳动经济系	大专 19 会计 1 班
	刁玲玲	劳动经济系	大专 19 会计 1 班
	田卫雪	劳动经济系	大专 19 会计 1 班
	张玥	劳动经济系	大专 19 会计 1 班
	孙荣祯	劳动经济系	大专 19 会计 1 班
	李彦庆	劳动经济系	大专 19 会计 1 班



项目主要内容及实施目标

从产品角度，本项目以**“阿庆嫂的春来茶馆”**为主题，研发一系列面向青年群体的奶茶产品。采用经典戏曲元素，以阿庆嫂的爱国主义精神为主要营销理念，经营者以**“阿庆嫂”**的形象面向大众，吸引大众眼球，传递阿庆嫂的爱国精神，

采取**地摊经营模式**，通过小推车方式在学校商业街周边推开试点，在人员集中的地方进行售卖。不但能够节约成本，而且可以以低廉的价格、特色的文化迅速扩大产品影响力。



那么奶茶的价格和销量如何呢

价格：奶茶中杯 5 元/杯，大杯 7 元/杯，咖啡 8 元/杯。

销量：奶茶销量呈季节性变化。预计冬季每月销售中杯 3000 杯，大杯 2400 杯，咖啡 600 杯，每月销售额为 3.66 万元；夏季每月销售中杯 4500 杯，大杯 3600 杯，咖啡 1000 杯，每月销售额为 5.57 万元，全年营业。

四、预期成果形式

1. 拟通过市场调研，找出目前奶茶行业的优势与不足，挖掘传统文化元素，找到与新媒体的结合点，形成一份详细的商业策划方案，制定一份可行性分析报告



2. 计划完成奶茶配料设计，并制作出奶茶样品，并通过试营业期间邀请学生免费品尝、提出建议的方式，扩大品牌的知名度



产品创新特色

传统与现代融合

巧妙利用了“阿庆嫂”“春来茶馆”“沙家浜”这些世人皆知却不曾见过的冷门文化，以人们乐见的形式变现为人间烟火，圈粉、收割流量。

地摊经营模式

相应国家号召，采取地摊经营模式，节约创业初期成本，更好地满足消费者需求，增强经济活力

创新营销方式

采取人物模仿方式，借助短视频 APP 等新媒体营销手段，吸引大众眼球，达到良好的营销效果

产品设计新颖

产品以《沙家浜》戏曲中的戏词“人走茶凉”衍生出产品名字“人走茶不凉”、“不卑不亢芋泥奶茶”等。既体现出戏曲中爱国主义形象，又体现出我们的人走茶不凉、温暖人心的服务理念。

三、创新特色

1. **传统与现代融合。**巧妙利用了“阿庆嫂”“春来茶馆”“沙家浜”见过的冷门文化，以人们乐见的形式变现为人间量。项目拟借鉴“阿庆嫂的春来茶馆”形象，把茶馆风格，员工服饰装扮以“春来茶馆”为主题，使中与现代时尚饮品完美融合。
2. **地摊经营模式。**响应国家号召，采取地摊经营模式，节约创业初期成本，更好地满足消费者需求，增强经济活力。
3. **创新营销方式。**采取人物模仿方式，借助短视频APP等新媒体营销手段，吸引大众眼球，达到良好的营销效果。
4. **产品设计新颖。**产品以《沙家浜》戏曲中的戏词“人走茶凉”衍生出产品名字“人走茶不凉”、“不卑不亢芋泥奶茶”等。既体现出戏曲中爱国主义形象，又体现出我们的人走茶不凉、温暖人心的服务理念。

好喝的奶茶已经告诉你了

还等什么呢

行动吧！