



第二十屆和富千禧企業家精神計劃 - 商業計劃書

Wofoo Millennium Entrepreneurship Programme (MEP 20) – Business Proposal

甲部－隊伍基本資料

Part A - Basic Information

組別編號 : 032

Group No. :

組員資料 Details of Group Members

	中文姓名 Name in Chinese	英文姓名 Name in English
1	吳凱晴	Wu Hoi Ching
2	邢靜怡	Ying Ching Yi
3	何倩頤	Ho Sin Yee
4	何惠琳	Ho Wai Lam
5	陳淑妍	Chan Shuk Yin
6	陳倩盈	Chan Sin Ying

帶隊導師資料 Details of Team Advisor

學校/機構名稱: School / Organization Name:	Holy Trinity College
中文姓名: Name in Chinese:	屈敏華/范劉美芝
英文姓名: Name in English:	Miss C. Wat/Mrs C. Fan

啟蒙導師資料 Details of Mentor

中文姓名: Name in Chinese:	江巧文
英文姓名: Name in English:	Kong Hau Man , Jackie



乙部 — 創業計劃書

Part B – Business Proposal

第一部份：項目基本資料

Section I: Basic Information of Business

(i) 項目名稱

Name of Business

留轉流傳

(ii) 項目主題 (請選擇其中一項)

Theme (Please select one of the following options)

- 智慧出行 Smart Mobility 智慧生活 Smart Living 智慧市民 Smart People
 智慧經濟 Smart Economy 智慧環境 Smart Environment

(iii) 項目摘要 (請用不多於500字簡介)

Executive Summary (Not more than 500 words)

留轉流傳是一個流動商店的項目，此項目參考了美食車的概念。美食車的定位是為吸引遊客及推動旅遊發展的旅遊項目可惜美食車在香港的經營並不成功。原因是美食車只可停泊在指定地區而該地區例如觀塘海濱等人流不高便難以達宣傳之效。其次是美食車和舊時熟食小販的經營雷同而引起爭議若果把經營模式改變相更多方面的好處。

此項目的目的是方便市民改善生活質素和給予新創業的年輕人和小商舖一個經營和宣傳的機會。留轉是流動商店的特色，流動商店在全港十八區移動經營，一天日留在一個地方片刻然後轉走到其他地方，並在港內十八區兜兜轉轉出售不同的商品，和美食車相比更多元化亦可吸納更多顧客。除此之外，在區內售一些百貨公司不齊全的商品更能方便市民購買他們需要和感興趣的產品。另外流傳亦是流動商店的第二特色，年輕人和小商戶可借助流動商店推廣他們的產品讓他們的产品流傳開去。若更多新產品推出，香港便可以有更多元化的商品。

第二部份：社會效益

Section II: Social Impact

(i) 社會需要 (例：社會問題及其嚴重性) (約200字)

Social needs (e.g. social problem and its seriousness) (About 200 words)

香港作為國際大都會，主要經濟來源除了金融貿易外，更依賴旅遊業帶來的商業收益。因此，在香港各區都不乏匯聚來自不同國家的品牌的商業中心、百貨商場。但正是大家都看好及投入大品牌在香港的經濟發展，而忽略了基層市民的生活質素以及年輕一代的創業機會。香港的貿易市場早已被大集團壟斷，香港寸金尺土和大部分日用品都倚靠入口，租金和消費早已是出名的高，大公司當然有足夠資源在香港發展生意，但卻容易令年輕一代在創業路上止步，年輕人有其獨特的優勢，但亦有致命的劣勢，就是資金不足，就算他們的想法有多創新，但假若資金不足，他們能做的事很少。新創業或小企業都只是做小生意，收支不平衡，會令不少小企業選擇止蝕「離場」，小企業難以在市場生存，對整個市場來說並非好事，反而會是長期的惡性循環。

因此對於年輕一代和小企業來說，他們需要一個能減低成本的方法，以及提升他們知名度的機會。



(ii) 項目如何回應上述社會需要及產生社會效益 (例：紓緩或解決社會問題) (約200字)

How can your business address the above social needs and generate positive social impacts (e.g. alleviate/solve the problems?) (About 200 words)

做生意不一定要有門市才能經營，以流動車的經營方式能夠有效降低租地方的成本，除此之外，流動車亦能透過遊走不同的地區，讓消費者有機會接觸跨地區的原創品牌，相比起傳統的廣告，能夠以較低的成本提升品牌的知名度，而且比起近年網上購物、推廣，流動車有更大的優勢就是其消費對象更為廣泛。而我們的項目亦希望透過流動車便利市民的生活，利用一些科技，更新流動車的去向，停留時間或今日商品等資訊，便利一些居住得較偏僻的居民，或申請停泊在屋村內，方便居民購買，亦可透過此方法，讓年輕人研發的商品帶到各區，更好的宣傳。流動車除了能減低租金成本，亦能彈性租借流動車，比起店舖此類通常雖要較長時間的租約，流動車在處理租借事情上較簡易，亦能省略一些水電的費用，流動車能提供明確的方向讓年輕一代嘗試創業，小企業亦能利用此為擴闊他們的事業發展。

流動車的計劃能夠吸引「新力軍」投入本地市場，亦因購物更為容易，能刺激經濟外，亦能提升香港在文化、創作方面的正面形象。

第三部份：項目資料

Section III: Details of Business

(i) 產品/服務簡介 (約200字)

Introduction of Product / Service (About 200 words)

我們的流動商店分為兩類，第一類是為方便市民生活的流動商店，而另一類是幫助新創業的年輕人和小商戶。

我們會利用流動商店的方式，將各種在連鎖店不常見的商品，例如手作展現，並出售一些日常用品，方便行動不便的婦人、長者和殘疾人士。流動商店會根據行駛路線到全港十八區的各個定點，並設立流動商店軟件，方便人們查閱流動商店的行駛路線、停留時間及商店種類等資訊。流動商店的行駛路線包括交通較落後和地理環境不便於人們經常外出的地區，讓各人都能購買這些特色商品，增廣見聞，推動文化發展。因流動商店的租金較一般商舖便宜，所以流動商店亦能支持新創業的年輕人，年輕人的思維比較創新，因此在流動商店上也能看到多樣性的商品，吸引大眾，同時幫助小型商店推廣特色商品，有助建立香港商店特色，防止市場壟斷，同時提高人們的生活質素。

流動商店提供人們一個與人溝通的機會。在有各自特色的流動商店上與愛好相同的人交換心得，互相鼓勵，從而得到心靈上的滿足。

(ii) 產品/服務特色 (約200字)

Characteristics of Product / Service (About 200 words)

1. 流動商店營運資金包括租金比傳統商舖低，能支持年輕人創業，防止大集團壟斷市場。
2. 流動商店的服務範圍主要交通不便和行動不便的人，讓他們在有限的內提高生活質素。
3. 流動商店軟件提供各個商店的產品和日用品，並讓人們隨時查閱流動商店的行駛地點、時間和商品特色，方便他們針對自己的生活需求和喜好到流動商店購物。
4. 有別於網上商店，流動商店提供人們一個直接與店主給予詳細意見的機會，商店店主可以透過詳細的建議，打造更適合人們的產品，同時能建立友好的形象，增加客源。
5. 流動商店提供人們一個與相同愛好的人交換心得的機會，在繁忙沉悶的生活中找到樂趣。



(iii) 業務目標 (約200字)

Business Goals (About 200 words)

短期目標：

讓有需要的人用最方便快捷的方式應付日常生活需要，接觸不同文化的特色商品。

長期目標：

為小型企業提供機會，擴大客源，並支持年輕人創業。透過和顧客之間的直接溝通改良產品，使產品質素得以提升，更貼近顧客需求，提升顧客的生活質素。

最終目標：

令人們生活更方便，打造共融社會，提高生活質素。

第四部份：營銷及市場策略

Section IV: Sales & Marketing Strategy

(i) 市場定位 (約200字)

Market Positioning (About 200 words)

流動商店的定位是超強流動性以及用低成本投資的商業模式。

流動商店能夠全港十八區移動，無論居住在那裏亦能在同一間商店購物，客戶的地理位置更加擴大，可以吸納更多客戶，客戶能在高效率的流動車中購物。

香港一向地少人多，單是地鋪租金已經讓剛創業的年輕人士卻步，再加每月的電費、水費，實在難以負擔。流動商店則是較低成本，相比租流動車和地鋪租金已經有強烈的對比。流動商店能讓年輕人成功創業，並且預防大集團壟斷市場。

(ii) 主要顧客對象 (約200字)

Target Customers (About 200 words)

- 主要對象：青少年和就業人士（剛大學畢業的人士或想創業的人士）

1) 有些剛大學畢業的人士對於他/她們的未來仍然會感到迷茫，不知什麼工作適合他/她們，因而不斷浪費了他/她們寶貴的時間。而流動商店能夠提供工作經驗的同時，亦能發掘自己不為人知的潛能，幫助他們認清自己的實力。

2) 有些就業人士想創造屬於自己的公司，可是流動資金不足，因而放棄了追逐自己的夢想。不過流動商店能幫助他/她們實現夢想。流動商店成本低，不用太多資金就能營運，因此人們只要能有一筆資金租一輛流動車就可以營業。

- 次要對象：兒童、家庭主婦、長者、獨居老人和殘疾人士

1) 家庭主婦因要照顧小孩或者需要處理家庭的瑣碎事務而難以去到離家較遠的地方購買所需物品。

2) 長者，獨居老人和殘疾人士因身體的狀況而無法很便利地去到超市購買日常生活用品。

而流動商店則可以解決他們的難處，流動商店會每日去到十八區不同地方，例如屋邨，大街，以及偏遠的郊區和村屋等等，而流動商店會售出不同類型的產品（取決於創業人士）。

流動商店出售物品： 1) 五穀類食品（米，粉麵，麪包等）

2) 廚房用品（各種調味品，用具，廚紙等）

3) 清潔用品（洗潔精，消毒劑，抹布等）

4) 手作（裝飾品）

5) 首飾（手鍊，頸鍊，手繩等）

顧客可以購買到生活必需品外，還能買到具傳統特色或懷舊的物品，產品應有盡有。



(iii) SWOT分析 (約500字)

SWOT Analysis (About 500 words)

- 優勢 :**
- 1) 流動商店較其他商店便利，因為流動商店能夠開進不同的社區內，例如：屋邨、偏僻的郊區，方便市民購物。
 - 2) 流動商店的開放時間是由早上10點到晚上10點，市民可以在以上時段的任何時間前往營業時間段長能夠方便不同年齡階段的人士。
 - 3) 流動商店較一般商店節約能源。

- 弱勢 :**
- 1) 由於車廂空間有限，因此未能提供足夠的產品去滿足顧客的需求。
 - 2) 由於營業時間長，因此增加人工成本。
 - 3) 新創業人士缺乏營運經驗。

- 機會 :**
- 1) 流動商店相對較其他商店的營運模式新穎，因此會吸引到不同年齡層的市民嘗試去體驗這種模式，甚至吸引到不同國家的遊客到此一遊，因而提升盈利，獲得市場佔有率。
 - 2) 新的營運方式會有大量的上升空間和發展潛能，有利於創業人士經營。
 - 3) 一週一行政策、自由行以及其他旅遊政策會增加遊客數量，從而令我們的目標顧客範圍增加，提升盈利之餘，增加知名度。

- 危機 :**
- 1) 本地競爭者：
 - 1) 超級市場（百佳、惠康、佳寶等）
 - 2) 外國品牌商店（日本城、無印良品等）
 競爭者較多，容易被取代。
 - 2) 香港人多地少，尋找停車位置需要長時間與不同人士溝通及協調，這大大影響到流動商店的日常運作，減少盈利以及增加機會成本。

(iv) 營銷渠道 (約200字)

Sales Channels (About 200 words)

- 1) 流動商店每日會去到十八區不同地方，例如屋邨，大街，以及偏遠的郊區和村屋等等，直接出售不同的商品。
- 2) 流動商店會在該應用程式上發佈不同商店的地理位置和出售產品的類型，市民也可以透過程式知道出售產品的存貨以及價錢。
- 3) 流動商店亦會推出24小時預訂服務，市民可以在24小時前透過流動商店的應用程式進行預訂，之後選擇領取的日期，時間及地點，我們會安排將會在市民選擇地點附近的流動商店準備訂單，然後透過程式告訴他/她們領取產品的地點。
- 4) 開設facebook、instagram、weibo的賬號等，透過社交平台定時更新流動商店的最新資訊。

(v) 宣傳方法 (例：Facebook / 上架費) (約200字)

Promotion Method (e.g. Facebook / Listing Fee) (About 200 words)

- 提議設立一個應用程式
- Ø 列出提供不同類型的產品



- Ø 商店的地區流動情況
- Ø 發掘更多不同的產品，而不是統一出現在商場的貨物，例如手工作品
- Ø 能夠輕鬆知道流動車的去向，清楚時間地點，客戶能更願意購物
- Ø 提供最新消息
- 提議使用廣告推廣流動商店
- Ø 地鐵站的廣告牌
(地鐵是最常用的交通工具，客戶能方便了解流動商店，會對流動商店更了解以及願意於流動商店購物。)
- Ø 社交平台廣告
(隨著智能電話的普及，日常生活越來越離不開社交平台，社交平台是一個良好的渠道令人知道流動商店的資訊。)
- Ø 請一些網絡紅人推廣
(他們的知名度甚至比明星高，聚集力強，能夠吸引大家的注意)

(vi) 銷售預測 (首三年) (約200字)

Sales Projection (First 3 years) (About 200 words)

在第一年，我們預計小部分的年輕人會開始創業，以及相對較少的商戶，主要以年輕人為主。

在第二年，我們預計有更多中年人士資料在流動商店中，以及使用人數增加。

在第三年，我們預計流動服務會持續平穩，愈來愈多的客戶信任使用和惠顧流動商店。

第五部份：財務 (請列明各項明細)

Section V: Finance (with Cost Breakdown)

(i) 公司成立成本

Startup Cost

-填寫「致商業登記署通知書」繳付一年期或是三年期的商業登記證

(一年證收費為HK\$250，三年證則為HK\$3,950)

-公司註冊費(約HK\$1,720)

-開設銀行戶口費用(約HK\$120)

-購入一定數目的流動車

-裝修流動車

-公司保險費用

-程式的研發費用及初期工作人員的薪金

(ii) 預計每月支出

Expected Monthly Expenditure

每輛流動商店車每月支出：

- 司機薪金(\$15000)

- 電油費(視乎時價)

- 清潔費(\$10000)

- 普通維修費(\$1000)

- 泊車費(\$10000)



*由於星期六,日,流動商店由租戶營業
以上費用租戶佔20%(包含在租金內)。*

流動商店車的額外費用：

- 停車費(\$8000/月)
- 流動商店車外觀護理費
- 每輛流動商店車保險費(\$35000/年)

貨品：

- 自家品牌製作成本
- 採購貨品

薪金：

- 行政人員*2(\$23000)
- 辦事員*3(\$20000)
- 稅:20%

(iii) 預計收入

Expected Income

- 會費（包括公司平台軟件）
- 流動商店從商戶中收取的盈利
（30歲以下商店負責人客戶:10%、其他客戶:15%）
- 流動商店租金收入
（每架流動車約HK\$5,500/兩星期）
- 客戶商品額外推廣費
- 流動商店銷售生活用品的盈利

(iv) 集資來源

Funding Sources

- 開創基金
[青年發展委員會 青年發展基金] (預計HK\$600,000)
 - 尋找共同創辦人
目標共3人
連同每人投入資金(HK\$100,000)
- 可得資金:HK\$900,000

(v) 三年財務預測

Financial Projection in 3 years

開支：

- 頭半年買入兩部貨車\$300000x2=\$600000
如回響大在第二年再購入一部\$300000
- 裝飾車輛費\$100000
- 設計程式\$75000



每年其他必要開支:

- 員工\$24000x12=288000
- 停車費\$8000x12+\$10000=\$216000
- 清潔費\$10000x12=\$120000
- 購入產品
- 車油費
- 稅:20%

其他開支:

- 每次普通維修費\$1000

每年收入 :

- 會費
- 流動商店租金 (每架流動車約HK\$5,500/兩星期)
- 流動商店盈利 30歲以下商店負責人客戶:10%、其他客戶:15%
- 流動商店銷售生活用品的盈利

其他收入 :

- 客戶商品額外推廣費

第六部份：風險管理 (請列舉營運期間可能面對的風險及相關應變計劃)

Section VII: Risks Management (Predicted risks and respective contingency plans)

1.營業虧損

- 定期與租主開檢討會議,究其創業者(因為相對營運經驗較少),討論營運困難與問題,商討方案,並作出改進,從而減少虧損的風險。

2.應用程式故障

- 定期更新應用程式,檢查系統, 維修。

3.發生意外 (例如：發生交通意外, 流動車遭受人為破壞)

- 提前為流動車購買保險。

4.機件故障

- 定期為流動商店作檢查及維修