



未来  
是一个  
哲学的时代  
吗？

张永阔/述



# 目录

我非常不愿意搞事情——但已经上了贼船—————	1
海德格尔餐厅：从使命到风格	
——未来，一个哲学的时代—————	4
创业大纲：海德格尔餐厅—————	14



## 我非常不愿意搞事情——但已经上了贼船

对于哲学家来说，最大的享受莫过于心灵的安静和精神的提升，最大的享受不是在竞技场上和人竞争去获得荣誉，也不是去获得财富，而是如亚里士多德所说，成为一个观看的人。

过去这几个月以来，我从来都不想真正的参与进来，你可以说我懦弱怕事，是的，每次遇到挫折或者否定的时候，我心里会打一个退堂鼓，但是鼓声将尽的时候，又常常出现一个人或一个事与刚才否定的声音不同，我又会立马本能地去抓紧这根绳子，让自己重新站起来。比如现在的你们，感谢你们成为我写这封信的绳子。我的“心”可能就是这么好骗。我也从来都是一个不想搞事情的人，只想照顾好自己的一亩三分地，游荡于世界边缘，自得其乐，唯恐出现在公众面前。但是一一次又一次，在我想换条路的时候，却又不忍心，不忍心一点作为都没有去可以回报我们周围的世界，让思想改变世界的想法日益强烈。我问过你们想在这个项目里获得什么，我的答案是让这个项目成功，让思想成为社会去追求的东西。

毫无疑问，我们身处一个糟糕的世界，但是我们没有办法去摆脱他，这个世界里没有人去关心真知，没有人可以停下来去关心自己的心灵，去抚慰一下已经受过千万创伤的伤疤。大自然一年四季春夏秋冬，太阳每天东升西落，我做什么，大家做什么，似乎冥冥之中已有天意无从改变，最终一切努力也可能会变成徒劳，无济于事——但这又是为什么？

为什么？我明明看到无数的人快乐的笑容，看到一颗颗的赤子之心，看到无数的心灵在跳动，看到这个世界在改变，看到那么多人内心深处的共通，为什么还是一个绝望的世界？我非常不愿意搞事情，但是为了一个可爱的世界更加美好，我愿意上这条贼船，暂时抛弃自己最大的观看的乐趣，而是选择去投入到改变之中。哪怕这个路上需要面对自己的被无限放大的缺点的挑战也再所不惜。这个选择是好是坏，只有天知道。

未来途中，酒色财气，哪儿个不是成长途中的拦路虎，能不能控制得住自己的激情，能不能有定力去走完这条路，能不能抵抗路上的各种诱惑，能不能做到悲天悯人，对人宽容有爱，都是一个个个巨大的问号。

左思右想，若达此事，千万不能莽撞，需格外谨慎，一定待天时地利人和时方可动手。更需循序渐进，稳扎稳打。得天下之英杰，共谋此事！我希望能“观看”到这个项目的成功。

海德格尔，是上个世纪最伟大的哲学家之一，西方哲学史上地位是可以比肩苏格拉底、柏拉图、亚里士多德的人物，他的《存在与时间》是哲学史上的一个巨大的浪花，让后来者以一种崭新的视角重新看待过往2000年的思想动态，穷竭思考之最深层次，至今无人敢否定他在哲学史上的地位。但哲学不在于寻找某一个确定的答案，意义却在于否定和批判：海德格尔和其哲学思想，仍然需要被批判，更不能唯海德格尔，不能唯任何一个人，要做的是遵从哲学本身的逻辑，推崇质疑，崇尚反思。即使我们现在第一家餐厅的名字是叫做海德格尔餐厅，但是我们永远是站在批判和反思的角度来对待，如果是时候更换，也不能有所迟疑。

未来的路很漫长，始于海德格尔餐厅，但不止于餐厅。

第一家海德格尔餐厅的出现是以去年的外卖店的形式出现的，但是因为存活的时间比较短，所以没有太多的意义和数据留给我们。他的出现纯属偶然，前身是王二妞盖浇饭，在北大小西门对过的一个地下二层的美食城里面，只是因为好几个月以来没有读书感到的空虚，在某个夜晚登陆了饿了么商家版，将所有菜单和名称logo改为了存在主义风格，就是这样把一个外卖店从“地下”拽到了“天上”。但是考虑到后来菜品不足以支撑外界的期待，为了避免砸了招牌索性给关掉了，以至于数据有限，导致现在的一个困难就是无法找到产品所匹配的市场。这个是大家遇到的第一个关卡，但是并不是没有可能去解决，现在的熊猫星厨外卖基地可以给我们去试错的机会。我相信这一关可以解决掉的。

最重要的也许是第二关，就是线上转线下。不管我们前期是通过潜在客户聚焦访谈的方式还是通过外卖实战来获得的经验，最终目的都是为了我们所要

面对的第二个关卡，就是成立地上的实体店，打造出一个哲学餐厅的空间。让虚拟的哲学思想有一个聚合的实体空间来承载。

路漫漫，什么时候打开第二关的关卡？是在我们经过了第一关，有了清晰的市场定位，有了完善的产品模型以后才可以去进行的。

第二关如果跑的顺利，那么就是我们的第三个关卡了。而这第三个关卡非常艰难。这也是为什么说始于餐厅，但不止于餐厅的原因。

如果第二关的各个环节都能解决的非常细微妥当，那么会有幸面临第三关，这个第三关的关卡首先是一个选择。这个选择有三个选项，第一个选项是关掉的关卡；第二个选项是从一到三的关卡，以一个季度两个店的周期开始全国范围内直营；第三个选项是将哲学从餐饮品类里走出来，赋能各个行业，带动消费升级，走品牌制作和授权的关卡

这三关如果能够顺利通过，那么我们的梦想也许就实现了，让思想改变世界，让反思成为大众的技能，让哲学成为一个时尚。那时候的人们，希望不再是以金银财来相互打交道，而是都有一个反思的意识和习惯，在与自己相处，与他人相处，与世界相处的时候，能够和已有的社会、政治、经济、环境、宗教、地位、肤色的各种偏见保持距离，能够更加懂得听从自己本真的声音，在这个世界里绽放出创新的花朵，我相信那会是一个美好的社会，我相信我们今天的所有努力在那一天都会得到意义。

技能上的困难，我相信都可以去解决。不管是创业的技能，还是炒菜的技能，或者是餐厅经营的技能，抑或品牌制作、运营、宣传、客户维护、交易谈判打交道，技术上的东西始终都可以去学习复制，只不过会有技长技短之别，但不一样的是技术的使用者是谁。

通过各种打怪升级，上面的技能会从零到一，只要我们有一颗坚持和学习的心态，在路上始终提醒着自己为何出发就可以了。一时的荣辱与成败与我们最后要达到的目标相比都是过眼浮云，可能最后这个项目一无是处，但会珍惜彼此同甘共苦的这段岁月，可能最后我们大家都不在这个项目里面了，但是只要他能实现，又何必在乎某个细节。唯独希望我们能够同舟共济，共同到达成功的彼岸。

永阔，于2019年7月16日，双创





# 海德格尔餐厅：从使命到风格

## ——未来，一个哲学的时代

### 一：前言：

一个公司到底是什么？是大家口耳相传的那种一个社会组织吗？一个社会组织又是什么？难道是要再冒出上几个自以为很熟悉的词语继续去向下解释吗？我并不看好这个思路。

因为我认为无非是再出来几个黑话忽悠人而已，只能让人似乎觉得明白了，而从来不会有更本质性的理解。这类的思维误区太为常见，大家都习以为常了某些态度和认知，而从来不会去想最为舒服的状态。如果对这些问题还模棱两可，我觉得不管是公司的创始人还是联合创始人，或者公司的CEO和其他员工，会不太清楚为什么而出发，或者逐渐在一条杂草丛生的森林里迷路。

尤其是我们此时与哲学餐厅相遇的时候，我们会问自己海德格尔餐厅这个公司到底是什么，仅仅是哲学餐厅的这样一个概念、这样的一个噱头吗？就是一家餐饮企业吗？不是的。那样的话既理解错了一个公司的本质，也理解错了海德格尔餐厅。

那是刚刚得到北京大学全球大学生创新创业中心成功入孵的通知的时候，我徘徊在创业大街，左思右想自己到底想做的是做什么。我没办法不去想不去思考这个问题，脑子停不下来忍不住地去逼问自己“哲学餐厅”到底是个啥玩意，为什么当时很多人说简单添加些哲学内容的装修、制造一些噱头我会本能地拒绝呢？现在我才知道，一切流俗于表面的东西我都是天然的拒斥，没有任何怀疑，因为不够。仍然记得当时怀着激动又有些好像是恐惧的心情写下了这一小段文字：

“

当哲学和餐厅相遇 会发生什么？

仅仅是哲学餐厅这样的概念 这样的噱头吗？

不 不 不是的！（当时有点激动，编者注）

相信任何一个哲学人的感觉都不是仅仅于此 但又苦于说不出来（当时有点激动，编者注）

那 我来说吧，（当时有点激动，编者注）

餐厅代表的是一种物质性的东西 而这些物质还更包括一切外在的形式 比如权威 地位 金钱 外貌 等等等等

那么哲学呢？代表的是对上面那些的反抗 顺从 或者说是独立

那么哲学餐厅呢？他的意义绝对不是在于哲学 不是在于餐厅 而是在于每一个人的二元分裂化的现状 一方面鼓吹思想 另外一方面又被迫做着昧着良心的事情

哲学餐厅的意义就在于告诉这些人你可以不用再被迫着生活 这里是一个希望 是一朵蓝花 在这儿里 思想和物质不再是分裂的 二者本是一体 你的生活也当如此！

这，才叫做认识你自己 才叫做做你自己！

”

“餐厅”代表的是一种物质性的东西 而这些物质还更包括一切外在的形式 比如权威地位金钱外貌等等等等

“哲学”呢？代表的是对上面那些的反抗 顺从 或者说是独立

“哲学餐厅”呢？他的意义绝对不是在于“哲学”、不是在于“餐厅”，而是在于面临每一个人的二元分裂化的现状的反抗：不再一方面鼓吹思想，另外一方面却又被迫做着昧着良心的事情。

“哲学餐厅”的意义就在于告诉大家可以不用再被迫着生活，这里是一个希望，是一朵“蓝花”，在这儿里，思想和物质不再是分裂的。二者本是一体，你的生活也当如此！

或者，这才叫做认识你自己，才叫做做你自己，才是我们公司之为公司的使命和担当，也是我们海德格尔餐厅存在的意义和价值。路途漫漫，不仅仅需

要噱头，还需要真材实料，更需要哲学赋能，这是一步艰难的跨越，跨过去才可以见得另外一座山的风貌。

为了能够帮助我们成功的跨过这座山，另外一座山的风景要稍微给大家展示一下其出处，因为我认为只有这样，才可以更好的让大家去理解下面所说的一系列的使命、价值观、方法论这些东西的由来以及重要性，而不至于成为空泛虚无缥缈的东西，并成为我们此时在这座山脚下向上前进的最为坚实有力的工具。当然了，也是需要不断被打磨的工具。

有段时间我几乎每天晚上都睡在了公司里，几乎“发狂”到深夜的两三点、三四点钟，过了最不像人的一段日子，不知为何每天焦虑不安，大脑像是蹦着一根弦一样，想松也送不下来——最后，也没有太大的什么灵感出现，不过就是形成了今天大家要看到的这些公司使命等基础“工具”。不知道你有没有注意到我故意的一开头就让大家去思考公司这个概念的原因呢？其实关于公司的具体的讨论，就像餐厅这个概念一样不是那么重要的，重要的是和哲学相遇发生的微妙的变化，这个才是我想传达给大家的：哲学公司。

“

说是哲学公司的话，是这样想的：从哲学餐厅而来——

过去这几个月以来，很多人会问我，这真的是一个餐厅吗？真的可以吃吗？

我略有迟疑，但回神后还会斩钉截铁地说，当然是一个餐厅了！不然呢？

因为我无法想象，它除了会是一家餐饮公司以外，还能是什么？

现在，

我好像可以变成这样：

它是一家哲学公司（说它是文化公司，感觉有点不妥当 说是品牌公司好像也不是那么贴切 只能这样说了）

是以追求真理为使命，追求智慧。

它不像餐厅，需要桌椅板凳油盐酱醋，它需要爱 反思和批判

它不像餐厅追求好吃美味，它追求真理

它不像餐厅一样对食材加工，它需要最大宽容理解、反事实条件句和非动物性的视角

它唯一像餐厅的就是：很落地！

通过哲学对各行业进行赋能，打造并成为这个生态的一份子。

”

其实哲学公司的概念也很好理解，公司就像一个人一样，我们可以说要把一个人当作一个公司来经营，其实反过来，把一个公司当作一个人来管理，也可以的。在正式的介绍使命和风格之前，我还有必要告诉大家我对公司的全部理解是建立在以下几个信念上：

第一，不是先有了公司才有了人，而是先有了人才有了公司。

第二，我们说一个人的时候会说ta的身体和心灵，一个公司也是如此：既有像腿胳膊这些肢体器官一样的各个部门，还有像我们人的存在观、人生观等思想风格的一样的东西，称之为公司的世界观下的使命、价值观、方法论、愿景等这些理念。

第三，理念是最实的东西。就像我们交朋友打交道一样，除了对方长的是不是好看，是不是对眼以外，还得是聊得来，彼此的思想交流如果match不上，那么早晚会有些疏离的，但是我们认定的朋友，就算是处于非常困难的境地，我们也不会抛弃。公司仍然是这样，就像我们不会扔掉自己身体的一部分一样，不会去抛弃公司的战友，我们是为了同样的一个信念聚合在一起，在思想的大海上同乘一舟小船，共同接受风风雨雨的洗礼，共同去分享相遇的阳光和喜悦，共同去改变世界。

一个人的品质气质特点是什么，一个人面临酒色财气有什么反应，一个公司面临诱惑的时候，面临危险的时候会做出什么抉择大致也都是相似的。在思考公司未来会是一个什么样的公司的时候，我又重新反思了自己，生之为人，我又想成为一个什

么样的人。下面的一些使命不如说成是我个人的追求，下面的价值观不如说成是我个人判断是非的特点，下面的方法论也是我个人与他人、与社会保留的基本态度。我是什么样的人，作为一个创始人，来聚集什么样的人，和组建什么样的公司，做出什么样的产品和服务，怎么样的去和社会打交道，怎么成长生生不息道理大致都是相似和一脉相承的。但是创始人也并不是一个名词，而是一个动词，只有不断的去开创展开的时候才是一个创始人，在这个意义上，每个人去做一件事情，不管是思考还是执行，他的身份首先是一个创始人。创新的路上需要学习和积累，需要自省和锻炼，也需要大家相互启发，创新的生活才是最值得过的。

使命、价值观、方法论构成了个人、公司的一个理念上的标志。而这些标志成为了公司之为公司的一个特定的符号，成为了我们与别人、组织，成为了我们做事，不管是产品、商业模式、运营组织、公关关系、宣传营销、市场谈判、客户关系、投资关系等等的共有特点。这些东西决定了我们做什么、怎么做、不做什么、抵抗什么、彰显什么的重要原因，这些也是所有成员从零到一可以同舟共济面对困难还能够坚持在一起、面对成功不骄傲的最实的东西，这也是一起冲出洞穴沐浴阳光看到真实世界里的花花草草的绳子。

任何一根绳子都需要不断被编织才能更粗更有力量。下面介绍的可不可以成为大家一起向上爬的力量，只有实践才能够检验。永远保持开放的心态去面对所有的质疑和挑战，希望能和诸位一起前行，未来可能有些人一直在，有些人来了又走了，一些人走了又来了，进进出出我一直都在，今天写下的文字也都在，希望能珍惜一起奋斗的日子，一起享受思想的挑战，一起攻克一个个的堡垒。有形的困难固然可怕，无形的挑战最为致命。我们犹如行走在林中小路上，时而见得些许阳光，时而黑暗的不知所走，只有那些林业工才识得这些路，他们知道什么叫做在林中路上。

## 二：总述：

### 1、公司使命

追求真理

## 2、公司价值观

爱、自由、反思、批判、创新、动态

## 3、公司方法论

可错、切问近思、最大宽容理解、非动物性视角、反事实条件句、  
存在是一个动词

## 4、公司口号

与苏格拉底为友，与海德格尔为友，更要与真理为友

## 5、公司愿景

通过哲学赋能各行各业，让思想改变世界

## 6、公司纪律

协调、沟通、学习、锻炼、复盘、明确、细化、执行、坦诚、信任、  
积极、自律

“我不知道是不是已经理解你的意思了”

“我们假设做个思想实验，或者我说一个反事实条件句”

## 7、公司风格

活泼泼的独立

三：介绍：

其实这些“工具”有些本是哲学里面的专业术语，我没有进行专业解释的意图，而且每一个概念也本来都是有其特定的讨论背景，任何的盲目的嫁接都是一种不负责任，所以介绍之前我首先声明，希望大家以一种工具化的心态去看待，而不是盲目的去听从或批判。

**1:关于使命：追求真理。**相信任何一个人最大的快乐是在于坚持了或者认识了某一个真知吧。就像庄子《逍遥游》告诉我们的一样，只有真知，方可逍遥。我们在这个世界上、公司在社会上能够始终可以面对镜子看看“自己”，得到快乐的原因无非就是自己坚持了真知。

**2：关于价值观**，我挑选了六个词语，这些是我最喜欢的词语。

**爱：**悲天悯人，我们自己会有些不足，别人也会多少有些缺陷，爱是面对自己不足、面对他人的一个基本的态度，别人可能受限于其经济、政治、宗教、地域、肤色、经历、教育等等，面对一件事情可能并不会像我们一样能够更加勇敢，或者能够去坚持真理做出正确的选择，我们怎么办？他们已经非常不幸了，需要去理解和尊重他们，因为我相信只有理解和尊重，他们才会肯有放下成见的态度，才会更有可能去接受我们，去接受改变，哪怕我们会有一定的损失。

**自由：**一颗自由的心灵、一个自由的态度和行动是美好值得追求的，但是是困难的，因为那种逍遥的自由，只有真知才可以达到。通往自由的路上是艰难的，但是不能打着自由的名义做着不自由的事

**反思：**未经反思的生活是不值得过的。孔子说思考两次就行了，思考太多反而有点过了，因为还要去生活

**批判：**只有批判才会有创新

**创新：**创新需要不断的学习和积累，只有积累才可以过的上这种最值得过的生活。

**动态：**我们相信一切的快乐、痛苦、失败或成功都是一个动态发展的过程

**3:方法论：**上面价值观的介绍总是感觉有点空，不如来点实际的方法论上的介绍

**可错**：不管是修订的战略还是策划，不管是人事还是财务等，在执行之前都要有可错方案来替代，因为实践是检验真理的标准，为了避免错误带来的更大损失要有一个备选措施进行替补。公司纲领尚有些不足，希望能够多多补充。

**切问近思**：先将能做好的东西做好，一步一步前进，才会有新的突破，既要有远程的规划，又要一个步子一个步子去挖掘深度。

**最大宽容理解**：把对方看作比自己更高深的人，不要盲目的去批判他人，批判之前先思考一遍自己是不是已经将对方传达的信息给掌握了，试着从对方的角度来重新解释发生的事情，以期望着能够理解对方真正要表达的意思，从而再进行呼应或批判，这样的批判才更有价值和意义。

**非动物性视角**：这个是保持自信，相信未来不是动物性那样简单，而是相信一切都会好的。

**反事实条件句**：这个是常用的反思的伎俩。通过故意说一些与可能的常规事实不相符乎的场景，来达到去追求某件事情背后更深一层次的逻辑。比如我说我们餐厅的菜品选择一个辣子鸡块吧，并不是说一定要去选择这个品类，而是说进一步探究我们选择品类的标准是什么，什么可以什么不可以，原因是什么。

**存在是一个动词**：我们不能用任何现成的眼光去看待所遭遇的事情，就像领导一样，领导不是一个名词，而是一个动词，不是你站在了领导的位置就是领导，而是因为你真正的去领着大家指导别人才是领导。

#### 4公司口号：

**与苏格拉底为友，与海德格尔为友，更要与真理为友**：模仿了哈佛校训，与柏拉图为友，与亚里士多德为友，更要与真理为友。苏格拉底是哲学史上形象最好的一个哲学家，述而不作，在死亡面前坚守社会的规则，有着最伟大的勇气和智慧。哈佛建校的时候还没有海德格尔，我们餐厅的第一个名字叫做海德格尔餐厅，但其实海德格尔的哲学思想在现代给了我们巨大的启示，非常年轻有活力的一个思想家。如果不是因为海德格尔哲学，我恐怕现在还在迷茫之中，“存在不是一个名词，而是一个动词”，正是海德格尔存在论现象学的名言，揭示了我们的存在之思。也许真理的战争



并不是那么正义，兴许真理的战斗要比沙场上的兵斗还要血腥，但我们始终要为基本的良知和真知而战斗，战斗中才有英雄出现。

#### 5公司愿景：

**通过哲学赋能各行各业，让思想改变世界：**在一个独立思想缺乏的时代，一个人到底有多高的哲学水平才能过的快乐？一个人又该有多高的哲学技能，才能在这个分裂的世界里过的快乐呢？希望通过我们公司的努力，制造出与其他行业可以配合的概念产品体系，有恰当的融贯性，来通过带动传统行业消费升级的手段，达到传播反思技能，让社会大众生活更加幸福的目的。

#### 6公司纪律：

**协调、沟通、学习、锻炼、复盘、明确、细化、执行、坦诚、信任、积极、自律：**如何做一个人，就如何做一个公司。一个人的纪律怎么样，身体之间怎么配合，为了达到什么样的目的还有多长的距离还需要用什么样的手段，就是一个人的纪律，就是一个公司的纪律。

**“我不知道是不是已经理解你的意思了”：**学会沟通，将其作为讨论事情的第一句

**“我们假设做个思想实验，或者我说一个反事实条件句”：**学会反思，将其作为话题深层次讨论的开头

#### 7公司风格：

**活泼泼的独立：**既能做外界人士以为是好的认可的东西，也能做坏的不认可的。面对外界，我们公司所有部门、员工成为一体，相互信任，成为社会有独立精神的公司，就像一个人的身体的各个部分相互配合、身体和心灵相互配合一样。

### 四：未来，是一个哲学的时代

是的，我希望能够打破哲学和社会各行业的沟通壁垒。我们很多人喜欢去咨询、去投行这些金融领域，赚的钱多又很高端。反观哲学，大家都觉得很穷酸，买不起这个那个，我希望通过建立海德格尔餐厅，通过创造出来大家满意的产品来改变这个现状，在社会价值观上，能够让哲学发挥出来自己的价值。

随着大家自我意识的逐渐觉醒，现在的任何一个自媒体，不管是微信的朋友圈还是微博，或者抖音，都在表示着社会大众展示自我的一个欲望。他们在展示的时候，其实也是自我意识萌醒的时刻。互联网、物联网、人工智能让人们的双手不断解放，过去几千年从来没有像现在一样这么需要哲学，你可以理解成只有一些“闲人”，就像过去一样只有寺庙里的和尚，或者宗教场所里面的教徒去思考这些问题，但是现在，“闲人”的概念扩大了，你的孤独的时光成为了一个常见的状态，每个人都讨厌孤独，你看庄子孤独成什么样子了，都得瞎编几个人来陪他聊聊天。而且随着实用技能的提升，人们更加关注人之为人的东西，而这些东西随着微信、Facebook这些世界化的产品让地球没有了陌生的角落，人与人的相处，消费者和企业的相处不再是地域的概念，而回到了思想的领域，这也是品牌得以成为品牌最为根基性的东西，这种操作易实现程度史无前例。

但是找到自己不是一个口号就可以为所欲为，而是需要实打实的工具，这些工具是什么？上面已经介绍了一部分，并且将其定位了我们公司的价值观、方法论的位置上。未来会有很多哲学公司成立，有巨大的哲学市场规模，而我们也只是应运而生。工具的使用和传达，让我们的消费者也成为会思考的人，这是我们这个时代的号召。

未来，是一个思想的时代，一个哲学的时代。

永阔，7.29，于霸蛮

# 创业大纲：海德格尔餐厅

项目名称：海德格尔餐厅  
项目时间：2019年暑假  
创始人：张永阔  
开会时间：每周一、三、五、七晚上6:40-9:30  
讨论时间：不定形式、不定时、不定地点  
运作地点：中关村创业大街霸蛮科技公司北京会议室  
Email: [philaurant@126.com](mailto:philaurant@126.com)

**大纲为行业机密，不能以任何目的和形式外传。**

大纲分为四部分：

- 一：本项目具体安排
- 二：本项目的详细规划辅导安排
- 三：本项目所需的知识储备需要
- 四：本项目工作的大致强度（以第2周市场定位策划展开为例）。

一：本项目具体安排如下：

**Week1 战略 Introduction:**介绍公司使命、价值观、方法论、介绍团队制度、创业大纲、人事制度

**week2 定位：**细分市场 and 细分客户的明确

**Week3、4 demo策划：**哲学餐厅前端产品、后端产品研究打磨策划，vi 设计 装修策划。目标：设计两套产品体系。（进入商业机密状态）

**Week5 财务策划：**运营成本测算、资金需求、融资方案评估、财务指标测算、组织结构、人力资源配置、行政、股权、商业模式，选址规划

**Week6 价格策划：**产品价格、成本、需求、撇脂定价、竞争

**Week7 运营督导管理体系策划：**流程标准化 运营管理制度、关键财务指标与KPI、建立公司微博、公号、抖音、内容储备

**Week8 渠道开发策划：**线上、线下的营销方案 事件营销、讲座营销

**Week9 促销方案策划：**人数、单价、频次 以年为单位，节日为据点

**Week10 检验：**定址 市场、投资、供应链、重点客户关系维护

**Week11 行动：**外卖上线测试

**Week12 行动：**海德格尔餐厅外卖店运营数据分析迭代

**Week13 行动：**外卖店以及第一家海德格尔餐厅成立前夕

**Week14 执行：**第一家海德格尔餐厅成立

**Week15 执行：**第一家海德格尔餐厅运营

**Week16**执行：第一家海德格尔餐厅数据分析检查

**Week17**执行：第一家店运营以及第二家海德格尔餐厅的准备

二：本项目的详细规划辅导如下：

**Week1 Introduction:**介绍公司使命、价值观、方法论、介绍团队制度、  
**创业大纲，明确细分市场和细分客户（战略定位）**

阅读材料

创业基础：精益创业、定位

哲学基础：西方哲学史吴天岳 哲学第一课

餐饮基础：中国食经：热菜

**Week2 demo**策划：哲学餐厅前端产品、后端产品研究打磨策划，vi设计  
**装修策划。目标：设计两套产品体系。（进入商业机密状态）**

创业基础：商业模式

哲学基础：西方哲学史吴天岳 柏拉图

餐饮基础：烹饪知识

**Week3 财务**策划：运营成本测算、资金需求、融资方案评估、财务指标  
**测算、组织结构、人力资源配置、行政、股权、商业模式，选址规划**

创业基础：企业家精神 熊彼特

哲学基础：西方哲学史先刚 黑格尔

餐饮基础：烹饪调料知识大全

**Week4 价格**策划：产品价格、成本、需求、撇脂定价、竞争

创业基础：商业计划书

哲学基础：哲学导论：刘哲第一课

餐饮基础：舌尖上的中国：第一期

**Week5 运营**督导管理体系策划：流程标准化 运营管理制度、关键财务指标  
**与KPI、公司微博、公号、抖音、内容储备**

创业基础：创业者手册

哲学基础：中国哲学史：杨立华 老子

餐饮基础：东方美食杂志

**Week6 渠道**开发策划：线上、线下的营销方案 事件营销、讲座营销

创业基础：曹仰峰 第四次管理革命

哲学基础：中国哲学史：杨立华 孔子

餐饮基础：会计拉面

## **Week7 促销方案策划：人数、单价、频次 以年为单位，节日为据点**

创业基础：大众法则 王乐武

哲学基础：中国哲学史：杨立华 王阳明

餐饮基础：定位

## **Week8 检验：定址 市场、投资、供应链、重点客户关系维护**

创业基础：品牌公司

哲学基础：中国哲学史：杨立华 朱熹

餐饮基础：深夜食堂 漫画

## **Week9 行动：外卖上线测试**

创业基础：股权分配

哲学基础：尼采哲学研究 吴增定 道德的谱系

餐饮基础：外卖运营实战指南

## **Week10行动：海德格尔餐厅外卖店运营数据分析迭代**

创业基础：投融资

哲学基础：海德格尔哲学研究 吴增定 存在与时间导论

餐饮基础：餐饮新零售

## **Week11行动：外卖店以及第一家海德格尔餐厅成立前夕**

创业基础：从零到一

哲学基础：维特根斯坦哲学研究 逻辑哲学论

餐饮基础：从零开始做新餐饮

## **Week12 执行：第一家海德格尔餐厅成立**

餐饮基础：餐饮业行话俗语通释

## **Week13执行：第一家海德格尔餐厅运营**

## **Week14执行：第一家海德格尔餐厅数据分析检查**

## Week15执行：第一家店运营以及第二家海德格尔餐厅的准备

三：本项目所需的知识储备大致如下：

### 创业类：

- 1:精益创业
- 2:定位
- 3:商业模式 参考九宫格
- 4:企业家精神 熊彼特
- 5:商业计划书 参考airbnb
- 6:创业者手册
- 7:品牌咨询 参考思创客 李婷
- 8:股权分配 参考雷军
- 9:曹仰峰 第四次管理革命
- 10:大众法则 王乐武
- 11:从零到一
- 12:投融资 退出机制

### 哲学类：

- 1:西方哲学史吴天岳 哲学第一课
- 2:西方哲学史吴天岳 柏拉图
- 3:西方哲学史先刚 黑格尔
- 4:哲学导论：刘哲第一课
- 5:中国哲学史：杨立华 老子
- 6:中国哲学史：杨立华 孔子
- 7:中国哲学史：杨立华 朱熹
- 8:尼采哲学研究 吴增定 道德的谱系
- 9:海德格尔哲学研究 吴增定 存在与时间导论
- 10:维特根斯坦哲学研究 逻辑哲学论

### 餐饮类：

- 1:中国食经：热菜
- 2:烹饪知识
- 3:烹饪调料知识大全
- 4:舌尖上的中国：第一期
- 5:东方美食杂志
- 6:会计拉面
- 7:深夜食堂 漫画
- 8:外卖运营实战指南
- 9:餐饮新零售
- 10:从零开始做新餐饮
- 11:餐饮业行话俗语通释

四：创业内容的大致强度，以第2周市场定位策划展开为例，一周七天的安排如下：

**Day1:**以市场定位为目标，策划市场定位寻找方案。会议讨论前每人需根据《定位》一书及其他方面的搜集准备来提交一份策划案，包括未来五天的执行安排，包含但不限于公司方法论体会、聚焦访谈问题、产品模型、潜在客户画像、痛点分析、客户联系渠道、可能困难方向以及解决建议等。要求将策划案在会前当天中午十二点提交到项目邮箱，会上每人进行15分钟展示。目的：进行项目感知，选择整体策划案执行的辅助者，负责执行和督导。

**Day2:**以确定种子客户访谈问题为目标，策划聚焦问题方案。要求：第一，自己策划访谈问题方案，包括时长以及产品模型、客户画像、痛点或其他注意问题。；第二，按照小步试错的方式执行方案。要求试错样本不低于十人，每人至少十五分钟；第三，样本需要有地域、身份的不同因素。第四，将当天成果包括样本数据调查结果以及最终确定的访谈问题于当晚十点之前提交至项目邮箱。目的：将访谈问题精细合理化，当天十二点之前会反馈给个人最终策划案。

**Day3:**执行种子客户聚焦访谈最终方案。要求：第一，熟悉最终的反馈策划案，将不懂的内容及时通过邮件熟悉，十点之后不接受询问。第二，晚上开会前寻找种子客户并进行访谈，客户数量不低于二十人，每人不低于十五分钟访谈时间。此次种子客户需特定包括（自己寻找）北京大学、清华大学、人民大学、北京师范大学、传媒大学、央美、北交、北科、女子学院等高校师生和组织群体；第三，和种子客户（个人消费者C端、公司B端）签订合作意向书，不低于五份合同。第三，会议前将访谈记录和合作意向书交至办公室。第四，会议前形成一份初版市场定位，内容包括但不限于公司价值观体会、访谈收获、遇到的困难、改正方面以及初步的产品模型、用户画像勾勒、痛点并展示第二天行动方案，第四，每人会议进行20分钟展示。目的：小兔快跑方式进行快速试错进行改正，并进行访谈问题策划案升级为第二版

**Day4:**执行第二版问题策划案。要求：第一，此次执行种子客户对象需特定包括（自己想办法联系）五道口、中关村、望京、国贸、三里屯、798、太阳宫等商圈行人、组织；第二，种子客户访谈时长不能低于十五分钟，数量不可少于25人。第三，和种子客户签订意向合作书，不可低于十份合同。第四，当晚十一点之前将访谈记录整理后发送至项目邮箱，需介绍访谈成功或者失败总结、产品模型方案、用户画像的升级版思考以及访谈体验和第二天的执行难点。第五，将意向合同书送至办公室。目的：进行第二轮市场定位试水，为下一周的产品的前后端设计作准备。当天晚上十二点之前，项目组会将次日执行中的特别注意事项反馈给个人，问题策划案升级为第三版

**Day5:**执行第三版问题策划案。要求：第一，此次种子客户执行对象需特定包括（自己联系）投资人、投资机构、咨询机构、餐饮企业家、房地产公司、哲学从业者、文创企业家；第二，种子客户访谈时间不可少于二十分钟，客户数量不低于15人。第三，和种子客户（B端、C端）签订意向合作合同书，不可少于十份合同；第四，会议前将意向合同提交至办公室。第五，会前形成一份第二版市场定位报告，包括但不限于公司使命体会、产品服务模型、用户画像特点刻画、市场规模预估、可能遇到的实际困难以及解决方案、访谈经验分享以及未来展望，并提交至项目邮箱。第六，会议每人进行不超过20分钟展示。目的：形成较为精确的市场定位、产品功能服务大致模型、寻找较为准确的市场标杆、发现产品制作的难点和解决思路，并进行小步试错，补充问题策划案不足升级为第四版。

**Day6:**执行第四版问题策划案。要求：第一，此次种子客户执行对象需特定包括（可远程操作）北京、上海、广州、成都、深圳、杭州、天津、济南城市群体。第二，种子客户访谈时间不可少于15分钟，客户数量不低于25人。第三，和种子客户（B端、C端）签订意向合作书，不可少于15份。第四，对餐饮市场进行行业分析，搜集行业研究报告文章，包括品类分析、渠道分析、市场分析、标杆研究等不少于十份干货价值量高的内容打包提交至项目邮箱。第五，将行业研究文章体会和当日的访谈记录发送至项目邮箱，还需包括更为清晰的细分用户画像分析、产品前后端模型、清楚明白的社会、用户痛点和有强有力的价值定位。

**Day7:**寻找投资人和投资机构。要求：第一，每人需见投资人或投资机构（自己寻找）不少于十家；第二，与投资人、投资机构保持长久友好关系；第三，听取投资人、投资机构项目建议和期待；第

四，要求至少两家投资人或者投资机构签订投资意向我方出的合同书，并在开会前提交至办公室；第五，会议前将与投资机构谈判的过程经验汇总成报告提交至项目邮箱；第六，会议前从哲学公司的使命、价值观、方法论出发谈作为公司一员在与市场、投资、公关活动或者社会、同行、市场、客户群的纪律和定位思考形成一篇文章提交至项目邮箱；第七，会议前形成一份最终版本的市场定位报告，内容需有行研支撑和更广泛的种子客户聚焦访谈以及投资角度来展示，包括但不限于商圈的影响、位置空间影响、消费者结构、交通等方面。第八，会议时每人展示其过程经验、纪律、和最终版的市场定位报告以及产品模型和自我介绍。不超过25分钟。目的：确定要攻打的山头和哲学餐厅第一次考察通过的人。——总之，非常严格。永阔，凌晨三点半，2019年7月23日，于霸蛮









