# 食品连锁店商业计划书（共五则）

来源：网络 作者：寂静之音 更新时间：2024-11-27

*第一篇：食品连锁店商业计划书一、项目简介和市场前景食品一元店属一个创新项目，目前还没有以往的数据对比，但大众化的产品有它最广泛的消费人群，只是我们提供的产品是否是普遍性的，有特色的，可常规消费的。从相近行业来看，就是面包连锁店、早餐连锁店...*

**第一篇：食品连锁店商业计划书**

一、项目简介和市场前景

食品一元店属一个创新项目，目前还没有以往的数据对比，但大众化的产品有它最广泛的消费人群，只是我们提供的产品是否是普遍性的，有特色的，可常规消费的。

从相近行业来看，就是面包连锁店、早餐连锁店（摊）和社区便利店等，这些企业在一些地区均有一定程度的规模，利润空间较大，价格也相对比较高。从福建省来看，有向阳坊面包蛋糕、早龙早餐、悦士便利店等等。

从成本来看，食品原材料、包装材料、食品加工企业的固定成本和劳动生产率对本项目的产品利润和利润率影响会比较大。

该项目的进入门槛低，技术性不强，但经营规划和管理的难度较大。该项目可以结合早餐工程和午餐工程以及旅游产品运作，可以争取政府部门的大力支持，在一些地方属政府为民办实事工程。

按全国30个省市，每个省市选择4个地级市发展，每个地级市发展50家连锁店，全国将可开设6000家的一元食品连锁店，每家店每月营业额10万元人民币（下同），一年的销售收入是72亿元，按5%的净利润计算，将可获得3.6亿元的净利（计划将所有加盟金6000万作为管理费用）。而我们的特色就是便宜，实惠，地方特色。

二、项目背景：

XXXXX食品有限公司成立于2024年1月17日，公司主要生产和销售台湾麻薯、牛扎糖、Q心馅饼、酸梅汤，近期成功开发出金桔糕系列

产品。产品主要销售渠道有沃尔玛、好又多、福建永辉等大型卖场、全国多个省市的经销商、十余家代加工客户。

2024年9月28日，本公司重要客户之一的XXXX工贸有限公司的“XXXX一元店”成功开业，随之而来的是每天均有投资者前来咨询加盟合作事宜。至今己发展本市连锁店40余家，外省及外市连锁店10余家。此业绩的取得，离不开XXXXX公司企业高管对XXXX一元店的经营指导和管理培训。

据此，XXXXX公司董事会有意进军一元商品连锁经营，自主品牌，自主经营。

三、融资计划及经营规划：

1.2024年12月之前在XXXXX食品有限公司名下单独注册一个食品连锁机构品牌；融资3000万元。

2.到2024年12月，连锁店发展到500家，其中直营店100家以上，开店成功率90%，直营店覆盖10个省市40个地级城市。

3.2024年12月份单月销售收入达到1745万元；本年度销售利润及加盟金主要用于日常的销售费用、行政费用和财务费用。

4.到2024年12月，连锁店发展到3000家，其中直营店120家，覆盖15个省市60-70个地级城市。

5.2024年12月份单月销售收入达到1.38亿元（净利约为5%）；

6.2024年实现销售收入20亿元（净利约为5%），加盟金收入3000万元，净利1.2亿元；并着手策划新的盈利模式（比如一元商品连锁超市、大众化餐饮连锁机构、连锁企业管理公司、食品管理学院、中华美食博物馆等）以及企业上市。

7.2024-2024年每年实现净利2亿元。成功开发出另一个连锁经营项目。

四、管理团队：

1．企业总经理一人：公司现任总经理；

2．连锁经营管理人一人：至今己出版连锁经营管理书籍5册，从事中小型连锁企业管理十年；

3．连锁营销管理人两人：从事中小型连锁企业营销管理工作五年以上，需从同业挖掘；

4．食品生产管理人两人：从事食品生产管理工作十年以上;

5．食品饮料技术研发人多人：

6．食品饮料顾问多人：己与厦门大学化院谈过合作的事。

7．财务总监(可由出资单位派出)。财务顾问多人：

五、竞争优势：

1．高效、专业的经营管理团队（见第四条）。另外，本公司总经理从事食品行业的经营管理有十余年，先后就任于：

1．1．XXXX有限公司福州分公司的市场部经理；

1．2．XXXX食品有限公司生产部经理；

1．3．XXXX食品有限公司总经理特别助理；

1．4．XXXX食品有限公司助理总经理（分管营销）；

1．5．厦XXXX食品有限公司副总经理（分管工厂）；

1．6．XXXX食品有限公司总经理助理兼厂长。

1．7．XXXXX食品有限公司总经理。

从这些职务可以看出，本公司总经理有着广泛的人缘和人才，至今与原就职过的食品企业的董事长或实际控股人均有良好的往来。与原就职单位的同事更有密切往来，被称为老板的好帮手，同事的好朋友。此项目的启动，不光是可以聚集一大批食品行业的精英，更可以成为食品行业的黄埔军校。

2．好的项目：己在项目简介内说明。

3．好的盈利模式：加盟连锁，多项收益。

3．1．加盟金收益；

3．2．产品销售收益；

3．3．加盟商投资，最大限度地利用它人投资。如店面租金、店面装修、加盟保证金等。

六、风险控制：

1．技术：总部配送的产品可以保证产品的质量及新产品的开发，但当地配送的产品如早餐部分和地方特色产品部分，将采用就地供应，可以在当地收购早餐加工企业或个体户，也可以委托当地的食品加工企业供应早餐和地方特色产品，不同区域可以有不同的操作方式，这就给技术带来一定的难度。需成立技术部门加以开发控制，保证产品品质的稳定性。这方面的风险取决于公司阶段性的经营策略。

2．市场：

2．1．不同区域市场存在对产品品种、口味、包装喜好的差异，需因地制宜地进行产品规划。

2．2．竞争者的加入。如果出现恶性竞争，将给企业带来很大的损失，要与竞争者友好竞争，良性竞争，甚至在某些市场要作一定的退让与合作。

3．生产：主要是生产能力和品质保证，多年多人才的生产经验可以规避此风险。

4．财务：资金的筹划应该预留20%的风险金，并且要规划多种融资渠道，以备应急之需。此项目多为现金收入以及预付款，只要不把现金挪作它用，就不会出现资金风险。

5．管理：有可能会出现的是竞争者从本公司批量挖走管理人才，会给企业带来发展的威协，但可以通过劳动合同、人才职业生涯规划、期权、高福利以及高品味的企业文化来保证人才的稳定性。

6．政策：此项目可能存在的正策风险是地方保护主义和城市规划会给区域市场带来一定的损失，但不会对全国市场造成较大的影响。反

之，各地方政府都将为民办实事提上议程，解决上班族的早餐工程、午餐工程等民生工程越来越多，将有利于实惠的、大众消费品和便利消费品市场的快速发展。

7．其它：内部投资者对经营和管理的过度干预。其实这是最致命的，应该有一套合理有效的机制来控制此项风险的发生。就象冯仑所说的先把分钱的事说好，先把权责定好。

七、合作方式：

（前提说明：本公司或者本人近三年内将无资金投入现有公司或是新成立公司。）

1．股权投资：公司可以出让33%的股权，以保证公司在经营管理决策上的优势，保证专业人做专业事。但财务总监可以是新的投资者派出，以防止经营管理者以权谋私或其它非法经营和管理。

2．借贷：第1-2年由公司支付利息，第3-9年支付本金和利息，第1-2年月利率应控制在1%以内，第3-9年月利率应控制在2%以内。

3．利息加分红：第1-2年由公司支付利息，第3-9年支付本金和利息且按双方约定比例分红。第1-2年月利率应控制在0.5%以内，第3-9年月利率应控制在1%以内。分红应分为季度分红和年度分红，季度分红和年度分红应该控制在年度总利润的15%以内。

**第二篇：连锁店商业计划书**

母婴用品服务连锁店商业计划书

一、婴童产品销售通路的分析

1、百货公司——传统通路

在百货公司，婴童用品属于儿童商场经营。主要经营婴童服装、鞋帽、玩具，少量经营部分用品、儿童游乐设施、童车等，基本不经营儿童辅助食品、护理用品、智力开发服务和其他服务产品；孕妇用品在百货公司基本不经营，少数经营部分孕妇装。产品单一，严重不能保证消费需求产品单一，商品和服务种类少，不能保证一站购齐。

销售方式基本以专柜、代销的形式销售，因品牌属于不同的生产工厂和经销代理商，相互经营同类重复单品，同一产品线交叉重叠，如童装方面，不同品牌相互重复，增加了竞争难度和购买目的不确定性。

经营位置在商场中处于劣势，一般情况处于“儿童天地”位置，即5、6楼以上或者地下室，消费者购物很不方便，单品牌的销售业绩很难提高。

在百货公司经营费用高。供应商要承担25-30%左右的销售提存外，还要承担装修费（多次）、进场费、促销费、折扣比例、广告费、节庆费等，甚至承担销售保底、客情维护费用等。以上造成很多品牌或产品定价很高，消费群单一，销售额下降，甚至严重亏损、干脆拆柜离场。而婴童用品是日常快速消费品，消费者购物的首要选择是物美价廉和就近方便。

其优势是购物环境优越、装修档次高，商店品牌知名度高，在消费者心目中有很好的信誉，容易树立良好的品牌广告效应，大量的客流保证一定的销售业绩，顾客群消费档次比较高和稳定。适宜高档品牌、高毛利商品的推广。

2、大卖场、超市——新兴通路

在大卖场、超市等现代快速规模的零售业态中，母婴用品占有一定的比例。主要经营品种包括辅助食品、日常用品、日常护理用品、婴童服装、童车、纸尿裤等。

大卖场经营的产品品种和规格比较简单，单一产品销售量较大，商品包装简单且大容量，突出量贩优势，缺少个性化产品，严重不能保证消费者特别是高档消费者需求；商品种类少，无服务性产品销售，不能保证一站购齐。

销售方式以货架陈列和端架陈列为主，产品因分类不同处于不同的位置，相对陈列面积较小，无明显品牌优势，消费者购物很不方便，单品牌的销售业绩很难提高。因产品销售对象是大众消费群，不能满足个性化需求；产品的质量和单价属于中低水平，经营地位在整个卖场中属于从属地位。

在大卖场经营费用高。要求供应商提供最低供应价，还要承担进场费、调码费、促销费、堆头费、上架费、广告费、节庆费、客情维护费用等；加上结算周期长、占用生产商和供应商大量资金、经营程序复杂等，使供应商的经营积极性受损、经营成本过高，造成“羊毛出在羊身上”，产品定价居高不下，消费群范围缩小，市个人代写商业计划书，前供职投资机构策划分析师，专业角度策划融资文案，质量可与任何市面所谓商业计划书做对比。同时兼可为项目方提供相应融资方式方案辅导，合适项目可与引荐投资人，费用节省至少50%。本人纯个人行为，与任何机构无关，无商业成本。奉劝各位融资项目方不要轻信所谓投资咨询，浪费金钱

是小，耽误项目融资时机是大。张先生 009zhyj@163.com \*\*\*

场占有比例下降。

其优势是购物环境装修档次一般，装修、营运费用低，卖场品牌知名度高，在消费者心目中有较好的信誉，客流量大，保证了一定的销售业绩，适宜大宗低价位单一商品的销售。

3、专卖店、专营店、集成店。

婴童用品专卖店、专营店、集成店通路中，既有单一品种的童装店、孕妇装店、玩具店、用品店、童车店、教育服务店等婴童用品专卖店、专营店；也有集合各种儿童产品和服务的集成店。主要经营场地在商业区或商业街、大型社区附近、大型购物中心独立店等，主要经营婴童孕妇服装、辅助食品、鞋帽、童车、玩具，少量经营部分用品、儿童游乐施设、护理用品、智力开发服务和其他服务产品等。单一专卖店、专营店产品单一，商品和服务种类少，缺泛购物消费吸引力；集成店经营内容丰富，能保证消费需求的综合性，但大多数店铺产品品牌知名度和品质低，没有完整的连锁系统，各自为战，采购经营成本高，缺少持续经营的动力和规模经营的发展方向，不能为消费者提供高品质的商品和服务。

销售方式基本以合柜和专柜的形式销售，品牌和品种杂乱，属于不同的生产工厂和经销代理商，单品重复，产品线不合理等。

因专卖店、专营店、集成店属于店主独立开店，虽然部分实行小规模和区域连锁，经营费用仍然居高不下，缺少经营特色和商品研发能力，但“麻雀虽小、五脏具全”，管理费用也肯定颇高，同时缺少有效的市场推广方案和媒体运作能力，客流量不能保证。

该通路优势主要能满足消费者购物的物美价廉和就近方便。购物环境较好、装修档次较高，商店品牌或者商品知名度比较高，能取得一定的经营业绩。如经营思路得当，在消费者心目中建立良好的信誉，容易产生购物亲情。如果形成连锁，容易树立良好的品牌广告效应和销售能力。

4、目录销售

目录销售属于刚起步，属于辅助性销售渠道，在一些大城市有比较小的市场份额。此类商家的竞争力微弱。

5、网络购物

属于未来具有远大良好发展前景的销售渠道，但现阶段主要处于b2c（Business to Customer）、c2c（Customer to Customer）阶段，不是市场主流，但b2c发展潜力无限，特别是与传统的店铺销售结合起来。

6、批发市场

批发市场主要经营服装、玩具、鞋帽、部分用品、儿童游乐设施、童车、辅助食品、护理用品、孕妇用品等批发业务。产品单价低、陈列混乱、满足部分专卖店、集成店采购需求。主要特点是利润低、产品线单

一、同类重复经营单品多。

二、使用特许加盟店经营的优势和风险

一）特许加盟店经营的优势

个人代写商业计划书，前供职投资机构策划分析师，专业角度策划融资文案，质量可与任何市面所谓商业计划书做对比。同时兼可为项目方提供相应融资方式方案辅导，合适项目可与引荐投资人，费用节省至少50%。

特许连锁经营的核心是特许权转让，通过总部与加盟店的合同，总部在教授加盟店完成事业所必需的所有信息、知识和技术的同时，还要授予店名、商号、品牌、服务标记、商品等在一定区域内的垄断使用权，并在开店后继续支持。主要表现如下：

1、没有商业经营的人，也可以通过加盟经营商店；能力不强的员工也能得到公司完整的培训。

2、总部有一套成熟的赢利模式，可以减少经营失败的风险。

3、经营技术的专业化，有利于店铺经营水平的提高。货架的摆放、商品的陈列、店容店貌的设计施工、经营品种的调整等经营技巧使加盟者摆脱了依靠经验操作的影响。

4、标准化的产品和服务质量可以吸引顾客，扩大销售。（标准化指：商店的开发、设计、设备、陈列、产品、操作程序、技术管理、广告设计、加盟店选址、开办前培训、全套商业服务方案、经营过程中的监督指导、服务交流、培训等）。

5、用较少的资金就可以开展创业并发展自己的事业，是进入商界的“安全通道”。

6、利用加盟总部的知名度进行高效率高回报的经营活动，在竞争中使消费者对商品的认识转向对商店品牌的认同。

7、通过统一的广告宣传能实施影响力强大的促销策略，并节省广告费用。

8、总部大批量进货，保证供货渠道的稳定和价格优势，保证销售产品的价格优势，保证稳定的销售物美价廉的商品。

9、能进行适应市场变化的事业活动。

10、特许加盟受许人能专心致力于销售业务和经营。

11、可以接受行业最优秀人才指导，可持续扩大和发展自己的事业。

12、统一的经营战略、统一采购、计划、广告、物流、信息流等降低经营成本。

13、在人才培养、使用，新技术、新产品的开发推广，信息和管理现代化方面具有规模优势。

14、减少批发商等中间流通环节，提高经营利润。

15、总部物流中心保证加盟店降低库存面积和库存量，扩大销售面积，减少资金占用。

16、可以通过总部的信誉当保给加盟商扩大经营提供金融支持。

17、完整的销售网络体系保证目录销售、网站销售得以顺利开展。

18、加盟总部的知名度和美誉度提高加盟者的社会地位。

二）连锁经营也存在风险。主要表现在：

1、总部提供给加盟者的经营诀窍体系和经营模式，原则上是提供了一个业务工具，还要经营者具备一定的素质和能力才能经营成功。

2、市场变化、市场竞争、消费者的区域消费习惯、消费的多层次化、多样化个人代写商业计划书，前供职投资机构策划分析师，专业角度策划融资文案，质量可与任何市面所谓商业计划书做对比。同时兼可为项目方提供相应融资方式方案辅导，合适项目可与引荐投资人，费用节省至少50%。

等不稳定市场因素带来的风险。

3、总部实力不足、指导不力、信息传递不畅、广告宣传误差、物流供应保障不力等风险。

三）险采取的规避措施：

1、客观全面地评价自己的态度、能力、实力、付出、长期的目标等。

2、做好行业现状、竞争对手、发展前景和目标商圈的评估。

3、做好加盟总部的评估。资格、背景、体系模式的完整程度、实力、信誉度、市场地位等是否适合自己。

三、母婴童用品连锁店经营内容

一）、辅食品类（以采购为主）

1、奶粉（品牌雅培、惠氏、美赞成、嘉宝、多美滋、澳优、美索高、圣元、施恩、雀巢、贝因美、伊利、美可高特、雅士利、明治、飞鹤、恩贝儿、三鹿、南山、培芝、蒙牛、牛栏皇等）。

2、果泥（品牌有嘉宝、亨氏、汇力多、明治、多美滋、雀巢、惠氏、雅培、美赞成、贝亲等）。

3、米粉（品牌有嘉宝、亨氏、汇力多、明治、多美滋、雀巢、惠氏、雅培、美赞成、圣元、三鹿、雅士利、施恩、完达山、贝智康）。

4、磨牙棒（品牌有嘉宝、明治、贝因美、亨氏、澳优、培芝、雅士利等）。

5、肉泥（品牌有嘉宝、明治、贝因美、亨氏、惠氏、汇力多、雀巢等）。

6、蔬菜泥（品牌有嘉宝、明治、贝因美、亨氏、惠氏、汇力多、雀巢、喜宝、wakodo、wattie｀s等）。

7、葡萄糖（品牌有贝因美、亨氏、味奇、多维等）。

8、奶伴侣（品牌有贝因美、美可高特、每伴、安可等）。

9、牛初乳

10、婴儿面

11、营养肉松

12、成长麦粉（麦片）

13、乳珍、乳加力胶丸

14、磨牙饼干、各种饼干、蛋糕、面包

15、钙片、鱼肝油、小鱼干、调味素、咀嚼片等

16、果汁饮料、纯牛奶、酸奶

17、其他休闲儿童食品

二）哺乳用具

奶瓶、奶嘴及周边产品

奶瓶（保温奶瓶、奶瓶盖、奶瓶刷、奶瓶储存盒、奶瓶清洁剂、奶瓶把、奶瓶夹）

奶嘴（安抚奶嘴、奶嘴链、奶嘴卫生盒）

个人代写商业计划书，前供职投资机构策划分析师，专业角度策划融资文案，质量可与任何市面所谓商业计划书做对比。同时兼可为项目方提供相应融资方式方案辅导，合适项目可与引荐投资人，费用节省至少50%。

奶粉盒、保温加热器、消毒器、奶锅、礼盒等

吸奶器、防溢乳垫、乳头保护罩

三）日常护理用具

安全保障用品：安全别针、防撞套、尿湿提醒器、安全坐椅、防触电保护、蹬被提醒器、防滑垫

洗澡用具：水温计、浴擦、沐浴手套、浴帽、浴巾、浴衣、浴盆、淋浴床（架）护齿用具：牙胶、固齿器、乳牙刷、乳牙刷套、训练牙刷、牙膏、儿童牙刷、清洁棒、牙床训练器

医疗健康用具：听筒、体温计、喂药器、健康称、身高尺、退热贴、冰袋、蒸汽消毒盒、加湿器、加温器、药盒

日常洗刷卫生用具：毛巾、手帕、棉棒、吸鼻器、棉签、护脐带、粉扑、粉盒、婴儿剪刀、头刷及梳组、理发器、镊子、湿巾、坐便器。

四）餐饮器具

碗、盘子、勺子、汤匙、托盘、训练杯、水杯、水壶、饮水杯、果汁瓶、吸管、食物加热器、食物研磨器、过滤器、围兜

五）洗浴护肤品

洗发水、香皂、沐浴液、润肤露、爽身粉、痱子粉、按摩油、护臀霜（膏）、花露水。

主要品牌有：贝亲、强生、新安怡、nuk、丽婴房、咪咪、喜多、郁美净、拉比、黄色小鸭、优生、比亲、婴资坊、妙思乐、爱得利、华林贝比、日康

六）尿片、尿裤、尿垫、湿巾、纯棉尿布/裤等

主要品牌：好奇、帮宝适、妈咪宝贝、菲比、嘘嘘乐、花王、金贝利、安儿乐、爱得利、童泰、贝亲、好孩子、喜多等

七）宝宝洗涤用品

洗衣液、衣物柔顺剂、洗衣粉、漂白剂、清洁剂、肥皂等

八）外出行（户外）用具

学步车、学步带、手推车、背带、背袋、妈咪包、汽车安全坐椅、电瓶车、自行车、三轮车、滑板车、扭扭车、玩具车、木摇马等

九）童家具及床上用品

十）戏水游泳用品

十一）婴童包类

十二）婴童鞋帽袜

运动鞋、单鞋、皮鞋、靴子、雪地靴、帆布鞋、虎头鞋、布鞋、编织鞋、棉鞋、家居鞋、保暖拖鞋、鱼靴、凉鞋等、手套类、帽子类

围巾类

个人代写商业计划书，前供职投资机构策划分析师，专业角度策划融资文案，质量可与任何市面所谓商业计划书做对比。同时兼可为项目方提供相应融资方式方案辅导，合适项目可与引荐投资人，费用节省至少50%。

袜子类

十三）婴童服装类

1.根据性别可分为：男、女

2.根据季节可分为：春、夏、秋、冬装

3.根据使用年龄可分为：幼儿、小童、中童、大童类

4.根据风格可分为：正装、休闲、运动、内衣、鞋、袜、包、佩饰类

5.根据使用目的可分为：t恤、套装、外套、衬衫、裤子、内衣、内裤、牛仔、连身衣、马甲、背心、毛衣、针织衫、中式装、西服、礼服、运动装、其它服装

6.婴儿服

爬服、肚兜、上衣、内衣、外套、披风、套装、袜子、连身衣、婴儿裤、毛衣、针织衫、帽子、围巾、手套、脚套、婴儿裙、口水巾

综合分类如下：

1、女童正装：女童西装套装、女童外套上衣、女童衬衣、女童裙、女童外套裤、女童皮鞋等

2、女童休闲装：女童休闲套装、女童休闲外套上衣、女童休闲裙、女童休闲外套裤、女童休闲鞋等

3、女童内衣上衣、女童内衣长裤、女童内衣短裤、4、女童运动装上装、女童运动长裤、女童运动短裤、女童运动鞋等

5、女童袜类

6、女童饰品类：佩饰、头饰、女童包类

7、男童正装：男童西装套装、男童外套上衣、男童衬衣、男童裙、男童外套裤、男童皮鞋等

8、男童休闲装：男童休闲套装、男童休闲外套上衣、男童休闲裙、男童休闲外套裤、男童休闲鞋等

9、男童内衣上衣、男童内衣长裤、男童内衣短裤、10、男童运动装上装、男童运动长裤、男童运动短裤、男童运动鞋等

11、男童袜类

12、男童饰品类：佩饰、头饰、男童包、男童帽类

十四）孕妇装

孕妇装、孕妇衫、马甲、孕妇裙、肚兜、孕妇中长裤、吊带、内衣、文胸、背带裤、围裙、托腹带、托腹裤、毛衣、哺乳装、防溢乳垫、束腹带、束腹裤、护腰枕

十五）妈妈护理

专用化妆品、乳房护理、洗发水、沐浴露、防晒霜

十六）婴童玩具

1、婴儿玩具、益智玩具

认知培养、美劳创造、创造力培养、益智玩具、布书、早教机、运动游戏、个人代写商业计划书，前供职投资机构策划分析师，专业角度策划融资文案，质量可与任何市面所谓商业计划书做对比。同时兼可为项目方提供相应融资方式方案辅导，合适项目可与引荐投资人，费用节省至少50%。

2、电动玩具、电子玩具

智能玩具、电动飞机、遥控玩飞机、四驱车、电动赛车、遥控赛车、电子宠物十七）婴童书籍音像制品

十八）孕妇及新生儿妈妈用品

十九）婴童纪念品

二十）早教课堂（益智课堂）

二十一）月嫂服务

二十二）健康服务

二十三）游乐设施

二十四）艺术体育培训

二十五）幼儿园产品

二十六）婴童摄影等

个人代写商业计划书，前供职投资机构策划分析师，专业角度策划融资文案，质量可与任何市面所谓商业计划书做对比。同时兼可为项目方提供相应融资方式方案辅导，合适项目可与引荐投资人，费用节省至少50%。

**第三篇：淘换宝连锁店商业计划书**

淘换宝商业计划书

第一部分：概要

商业模式的产生“短暂持有”“可买可卖”的新观念，在年轻人中已经很普遍；二手闲置商品的市场也为商品的交换交流和二次流通创造了机会，因此需要新的模式补充。虚实合一、联盟经营；目标是建立各种商品交易展示的实体平台。

你还能在当今的加盟产业中寻求到如此有创意独特的商业模式吗？无论有钱没钱在当今社会信息如此快捷的今天，您想好有什么项目可以突破竞争瓶颈真正解决日常的消费新旧更替如此频繁的今天，家家越来越多闲置的弃之可惜的衣物、家用电器、电子数码产品等等堆积如山的烦恼？体验店的诞生，服务理念恰恰解决了持家有道的主妇们和生活事业忙碌的人们的苦恼，用爱心和快乐共同筑起人和人之间爱的桥梁；

第二部分：店铺描述：

1.店铺的宗旨

以服务百姓为宗旨，为百姓提供闲置物品的交易平台；无论您家中小到针头线脑，大到房产汽车，让我们家中的闲置物品得以充分利用。这不仅让中华民族传统的节俭美德含义得到升华，更会让实现交换的百姓从中体验到交换带来的快乐；《乐意换》做到的不仅是“迎合”受众的“欲求，更是“引导”了受众的“需求。“乐意”，“换客”，“虚拟币”，“个人闲置物品换来等需物品”，通过实体店，把您家中的闲置物品得以充分展示，用您所有换您所需，交易快捷，给您生活带来便利。

买卖、置换、信息评估的服务平台，为百姓交易畅通渠道；还邀请资深车评估师现场评估报价，解决燃眉之急；同时也形成了多宗自主买卖对接。

2.店铺的名称

淘换宝连锁店

3.“有点2”实体店铺的经营策略

主要业务：集闲置物品换客、寄卖代理销售）、车、房销售；

4.项目将延伸至视频网店、实体店虚实结合、属地配送、实体店在互联网的投影网店销售，网店依托实体店进行属地售后装配服务。将建成全视频网络商城销售平台，网购视频商城销售体系。

5.相对价值增值

统一的管理运营模式，为每一个创业者提供便利。特许经营成为潮流借助“有点2”体验店品牌优势、媒体推广优势，缩短学习曲线、获得总部技术支持、分享管理经验都是现代人选择特许连锁加盟方式创业的目的。事实上通过加盟方式创业的成功率远高于单一创业的成功率。

为更多创业者解决了因不懂管理没有经验放弃了创业梦想,也为很多有需求的社会团体提供方便,包括以下几类:

第三部分：区域《旗舰加盟实体店》的条件和权力

一、区域《体验店旗舰店》基本要求

1、自己产权门店，总部出人运营，签订三年合同，自签订合同之日缴纳第一年管理费

一万元整。

2、加盟旗舰店按照统一要求在30个工作日内，完成开业前的一切准备工作；包括装修，办公桌椅三套120X90\*房、车、寄卖；电脑3台液晶显示器；见明细表。

3、店主参与经营，总部将实行各店轮岗制，从基础开始逐渐掌握经营管理，一年后可申请自己经营，统一管理，3/7分账月结；参与经营时期间店主不得参与管理，只履行服务配合好大家的工作；建议和意见只可与执行人沟通。

4、每月单独拿出销售额的10%用于活动及推广。

二、区域旗舰加盟店权力和义务

1、区域划分七个《区域旗舰店》可开发二类店面的权利

\*一类店面经营面积100平米以上；管理区域范围的专区；车、房的评估买卖集合地；每周组织活动车辆交易日、换客集会；每月组织几次换客大集）摄制组采集推广；

\*二类店面：可开发依托现有的经营场所专区

\*三类店面10个店：（大型社区：经营面积100平米以上）

\*一类店面设立各市、县：（设立一个旗舰店开发自营店专区）

2、区域旗舰加盟费：5万

一类点权利1.可开发二类店（加盟费3万上缴总部）

权利2.经营一年以上有买断地、市、县部分经营区域；

权利3.管理区域内店面，享有本区域销售额分成（比例按各区域当月销售比例）

奖惩：.市区内销售冠军享有额外奖励；违规警告一次扣除保证金50%，违规二次解除合同保证金全部扣除

二类店加盟费：3万

权利1.可开发二类店现有的经营场所专区（加盟费1万上缴总部暂不实行）

权利2.奖惩：本区域销售冠军享有额外奖励，违规警告一次扣除保证金50%，二次解除合作保证金全部扣除

三类点加盟费：1万

权利1代理销售权

权利2..设立格子专区的权利

权利3.提供信息的权利

奖惩：违规警告一次扣除保证金50%，二次解除合作保证金全部扣除

3、保证金统一：3万（加盟商需在签订加盟协议书之日一次性交纳3万元保证金，合同期内无违约行为，合同期满将如数退还保证金；如二类店出现违约旗舰店同样受罚）

4、区域旗舰店投资成本：

一类店5万加盟费+3万装修金+ 3万流动资金+3万保证金=13万—3保证金万=10万

二类店3万加盟费+2万装修金+2万流动资金+3万保证金=10万-3万=7万

三类店1万加盟费+5千装修金+1万流动资金+3万保证金=5.5万-3万=2.5万

5、.营销计划和回报率

利润主要来自房车销售利润；收取格子租金及销售提成。注：本估算为常规计算，对此不承担法律责任。

6.事业发展销售战略分为2个阶段，第一阶段店长负责装修；总部统一招聘：有选择性，具备创业潜质的，重点培养一年后自己创业开店、培训、扶持经营直至业务走向正轨；此阶段重点在于招商工作及营业员培训，保障店铺顺利开业。

第一个月加大招商活动(主要是进各所学校进行校内宣传)，并将店铺投入运营。通过媒体做宣传，例如校内网、QQ群等，成本低，见效快。

每周组织活动车辆交易日、换客集会；每月组织几次换客大集；针对贫困的区的孩子组织爱心捐助活动：1.冬季捐助衣物2.过年年货3.捐助书本

第二个月开发二类店面；管理区域范围的专区；车、房的评估买卖集合地；

第二阶段：塑造品牌，加盟运营

通过区域旗舰店半年的运营即开展连锁加盟运营至少三家，同年招商目标拓展至各市县，并迅速抢占市场份额,促进品牌成长。

7.区域店人员架构： 开业前期主要管理人员到位：

店长；工作职责：管理日常登记上报日销售额

记帐员(管理)：1 名，信息收集、联络商铺寄卖格主；

换客区：交叉工作（同上

车、房经纪人：

第四部分: 市场分析

1.市场调查：无论是网上赶集网、58同城网、百姓网等等二手交易信息平台；线下有二手车大市场、二手房经纪公司、跳蚤市场（俗称旧物市场）、刚刚兴起的换客大集。单一的经营竞争惨烈，以二手房举例尤其是二三类街道正规的经纪公司扎堆经营，还有个人经营的房屋中介，利润只够维持日常生存；需求决定了市场，综合经营尚属盲点；

2.竞争对手：单一行业的经营者，取长补短。

3.市场定位、市场规模（市场结构与划分）以市为中心七区范围内开设7个区域旗舰店、10个大型社区店，再复制俯射各市县级地区；构建多方位的创业探索者舞台，让闲置商品有了第二次生命。同时，迅速省外复制，哈尔滨市内的物价，楼价，人力资源较全国发达地区不足三分之一，运营成本低；且东北地区市场接受能力慢，黑龙江一旦启动，会迅速引起全国连锁反应；

4.目标消费群

人流量多,区域独家经营，并且在学校商圈内口碑宣传很快，容易将人气提升，作为几十平方实体体验店，也可以解决大学生勤工俭学，为一部分大学生创业资金不足或管理欠缺等等问题都在本店铺得到解决。此类店已经通过市场检验证明，终端消费者属于各个年龄段人群，和并且具有很强的人气吸引力。

关于产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析：由于他们很难在一个店内齐聚几个行业的资讯发布及各类小物品乃至收藏品等，所以现实实体店内更适合他们光顾和淘宝。

5、市场优势

1)目前店铺租金高昂，且单一行业竞争激烈；

2)统一的形象、管理、运营、模式；

3)“店中店”，一站无忧，节省成本，价格实惠。

4）综合经营

第五部分、选择加盟后应认同一下几点：应接受总部的约束及监督，协调于总部的统一发展规划，这样可能会使加盟者特立独行的管理方法遭到禁止； 因在加盟体系下，则会有一定的标准、制度及一致性，因此加盟店及格主与总部沟通协调相互体谅是非常重要的。

一、加盟流程

1.提出申请：调研、确定添加加盟申请表回寄或回传。

2.评估加盟者的各项基本条件是否符合，实地考察，签订加盟合同。

3.加盟店必须严格按照总部的管理运营模式，并严格按照总部提供的运行操作手册执行。

二、总部考察

1、评估店面坐落主要商圈的相关位置;

6、店铺所在区域的特性;

2、评估店铺属于何种商圈特性;

7、店铺所在街道的状况;

3、店铺的面积是否合适;

8、店铺附近人员的消费层次;

4、店铺周围的交通环境及设施状况;

9、店铺所在地段内同业竞争家数;

5、店铺附近的人流量状况以及人员结构;加盟流程

1、提出申请

2、双方协商合作的权利与义务

3、总部审批合作条款

4、签订合作协议

5、正式进入合作《十个工作日完成此环节》

三、开业筹备

1、选地

市场调查→投资评估→确定店址→签订店面租赁

2、店面设计

签订加盟协议→提供店面尺寸照片等资料→总部提供给经销商形象标准图

3、装修施工：按图施工。

4、工程质量验收→向总部提供装修招聘→企划部审核→执行店面装修支持。

5、开业前活动准备：提前向申请开业所需的宣传→开业庆典

6、招聘员工培训

开业前确认培训计划，对营业员、业务人员、售服人员进行系统搞培训。总部可派专业人员进行协助培训，和产品专业知识培训。

7、加盟店需按总部统一策划模式举行开业庆典仪式，并在总部参与指导之下结合加盟店当地的实际情况举行开业庆典活动。

注：黑龙江29个市级城市，48个县级和农场

创业者的黄埔军校，为您创业之路顺利渡过经营、学习、管理而交的学费买单。

凡是有即将创业和有创业梦想的人、具备创业潜质的，培养一年后自己创业开 店、培训、扶持经营直至业务走向正轨；自己独立经营。

**第四篇：连锁店商业计划书 连锁店项目商业计划书 连锁店项目商业计划书 社区连锁店商业计划书**

锁店商业计划书 连锁店项目商业计划书 连锁店项目商业计划书模板 社区连锁店商业计划书

第一章 企业概况 9

一、企业基本情况 91、项目业主信息 92、公司历史沿革 93、公司组织结构 94、公司人员构成 9

二、企业经营业绩 10

三、公司管理团队 111、主要团队管理人员 112、团队素质 12

第二章 企业产品及服务

一、企业经营模式 14

二、企业主要服务产品结构 14

三、中心卖场与直营连锁卖场 151、中心卖场规划 152、卖场设计 163、卖场运营管理 184、直营卖场连锁运作计划 21

四、加盟连锁店 211、加盟连锁经营模式 222、加盟业务操作与流程 223、加盟成本费用和投资预测 244、加盟商利益分析 26

六、技术增值服务 291、电子商务服务 292、物流服务 30

七、服务质量控制 31

八、产品、服务与技术研发 311、研发战略 312、产品与技术研发计划 323、研发投入与设备 324、研发中心 325、研发团队建设 336、技术合作 33

九、知识产权保护 34

第三章 行业和市场分析

一、产品行业现状及发展前景 351、产品行业现状 352、产品行业发展前景 383、产品商业零售行业现状与发展前景 38

二、市场分析 401、市场潜力 402、市场增长预测 413、目标市场 414、市场份额 43

三、市场竞争及对策 431、市场竞争情况 432、竞争对策 44

四、政府产业政策 45

第四章 营销战略与CIS计划

一、营销目标 47

二、营销策略 471、品牌策略 472、服务市场定位与组合策略 483、价格策略 484、销售方式与渠道营销策略 495、广告策略 496、促销策略 507、公关策略 51

三、营销队伍建设计划 51

四、CIS计划 521、企业CIS战略 522、连锁店统一CIS系统 53

五、售后服务体系 541、服务宗旨 542、售后服务体系及基本功能 54

六、饮食文化活动营销策略 55

第五章 项目建设计划

一、项目建设内容与规模 56

二、项目选址及项目地区概况 581、项目选址 582、项目地区简介 58

三、直营中心卖场建设计划 601、建设内容与投资概算 602、建设进度 61

四、RR制品连锁店建设计划 611、建设内容与规模 612、建设进度 623、RR连锁店建设投资概算 63

五、WW商务网建网计划 641、WW商务网络系统建网目标 642、网络设计原则 642、网络拓扑结构图 653、100Mbps交换式快速以太网技术 664、外部WEB站点 675、网络系统投资概算 67

六、建设成本控制 68

第六章 发展战略及目标

一、公司长期发展战略 69

二、战略发展目标 691、质化目标 692、量化目标 69

三、企业经营发展战略 711、企业总体经营发展战略 712、企业运营体制 713、产品服务发展战略 724、资本运营战略 735、国际发展战略 74

第七章 公司的管理

一、公司管理组织结构 751、公司总部机构设置 752、卖场机构设置 75

二、管理机制 761、董事会领导下的总经理负责制 762、人才激励机制 763、财务控制机制 774、监督机制 775、管理信息系统（MIS）77

三、人力资源计划 791、公司雇员计划 792、教育与培训 79

四、企业文化 801、企业文化建设的重要性 802、企业文化建设的目标 813、企业文化的构成 814、企业文化建设方案 815、企业文化的实现 83

第八章 财务分析

一、营业收入预测 84

二、营业成本与费用规划 861、营业成本 862、营业费用 883、管理费用 884、财务费用 895、总成本费用 89

三、资本支出 90

四、损益表和现金流量表 911、常规假设 912、特定假设 913、利润预测及现金流量表 92

五、财务分析结论 94

第九章 融资要求及说明

一、资金需求及使用计划 951、项目资金需求 952、资金方案 953、要求资金到位时间 95

二、投资建议及股本结构 961、融资方式 962、股权融资及股本结构 96

三、投资者权力的安排 96

四、投资者介入公司业务的程度建议 97

五、风险投资退出方式 97

第十章 风险及对策 98

一、行业风险及对策 98

二、市场风险及对策 98

三、经营管理风险及对策 99

四、融资风险及对策 100

五、不可抗力及对策 101

附件附表:

一． 附件

1.营业执照影本

2.董事会名单及简历

3.主要经营团队名单及简历

4.专业术语说明

5.专利证书生产许可证鉴定证书等

6.注册商标

7.企业形象设计宣传资料（标识设计、说明书、出版物、包装说明等）

8.演示文稿及报道

9.场地租用证明

10.工艺流程图

11.服务项目市场成长预测图

二． 附表

1.主要服务项目目录

2.主要客户名单

3.主要供货商及经销商名单

4.主要设备清单

5.市场调查表

6.预估分析表

7.各种财务报表及财务预估表

**第五篇：食品商业计划书**

食品商业计划书

食品商业计划书1

一、项目背景

中国人爱吃饺子，除了它多样的口味外，更主要的原因，是饺子在几千年的发展过程中，已经成为一种带有吉祥寓意的食品。

比如说，饺子的皮是圆的，中国人祈求团圆、圆满，这个很适合中国人的需要。饺子的形状是扁圆的，它和古代象征财富的元宝的样子很相似。尤其是在过年的时候，辞旧迎新之际，一家人团圆吃饺子，那么就寓意在新的一年头，可以增加财富，可以过上更好的日子。那么，更重要的是因为饺子它是包馅的，馅里头可以包进去各种各样的吉祥的。比如说，人们结婚的时候，饺子馅里头可以包上花生和栗子，就寓意早生贵子。

小小的饺子承载了那么多吉祥的寓意，使它和中国传统风俗有了千丝万缕的联系。自古以来，民间就有许多吃饺子的习俗，像除夕吃饺子、破五吃饺子、冬至吃饺子，关于饺子的由来也有许多的传说。

虽然只是传说故事，但冬至吃饺子已经成为中国北方寒冷地区老百姓的习俗。冬至之后是数九寒天，一年中最冷的日子要来了。老人们常说，这一天不吃饺子，就要冻坏耳朵。热腾腾的饺子，驱走了冬的寒气，也给人们心中增添了一份温暖。

二、指导思想

将这种美味食品，提升为卫生、方便、美味、快捷，人见人爱。这将给市场带来新的亮点和卖点。因为它不是所谓超前的产品，而且以它古老的传统和习俗、风味而更贴近消费者。一旦进入市场更易于被人们接受。这将使它具有旺盛不衰的生命力。

经过多年的研发，不断的求索。利用现代食品工程高新技术终于研发出最新型科技产品—即食泡菜。它继承百年的传统泡菜工艺和配方，用专门设计的泡菜机械设备制成，不仅取代了一些极其繁琐程序，同时还可以随意按泡菜时间的先后顺序生产所需品种。而且无须借助其它捞取工具，避免了污染，从而延长了保存的时间；更为特别的是由于其快速的泡制方法和传统工艺秘方，其泡制的.菜肴具有消食健胃、降压、活血、美容、防癌的功效。因此，一经上市定会受到了消费者的青睐，特别是中老年和工作繁忙的人士更会是百吃不厌。如今即食泡菜已不是单纯的节令食品，而成为一年四季随时可吃的佳肴，定会受到许多消费者的青睐。确实是中小投资者小本创业的好项目。小泡菜大文章。依靠做泡菜发财的人真是不少，比如身为天津商学院一位教授下海做泡菜生意仅仅两年时间，就足足赚了400万元。如今这位已年届64岁的教授又将投资1300万元，打造一个真正意义上的工业化泡菜工厂。

此项目研发，不但考虑了广大消费者的利益，而且也考虑了生产上的可行性。固定资产投资较低，回报率较高，发展前景较好。每斤即食泡菜的售价7元-10元，而成本不过百分之三十。又如，日营业额在20xx元左右的餐厅，日销售泡菜近3公斤。还如，一些中、大型城市及周边地区按4万多家餐饮企业年需用泡菜20万吨计算，(自做的每年产量约5万吨)可以看出每年则需从市场购买(市场年缺口)达15万吨。仅这一缺口就可看出市场的潜力所在。

此项目技术可以制成多种口味和品种的即食泡菜来。而且可制成在常温下保质期六个月的产品。不断给市场制造出新亮点和新卖点，给生产和经营企业带来丰厚的利润回报，也给消费者带来不少的惊喜和口福。

三、资金投入

1、固定资产(此投资为先期小规模投入)：人民币9万元左右[不包括厂房和压力锅炉（2T）及交通工具]。

2、流动资金3万元。

3、前期筹建金1万元。

4、包装物3万元。

5、市场推广(营销费用)2万元。

6、不可预见费2万元。

四、主要任务和步骤

(一)筹备组建企业，从筹备到试产3-6个月。

(二)可分期、分批投入资金、人员等。由小扩大逐步发展。原则：销售逐步增加，资金逐步投入，厂房逐步扩大，设备逐步增加，人员逐步增加。

(三)做市场应注意的问题(建议)

1、可采用多渠道并举(包括电子商务)的营销方式，并做好促销工作。力求尽快达到盈亏平衡点。尽快整合好进入主流渠道的各方面资源及配送体系。

2、尽快进入龙头店，带动二级店，并协调好代理商。并不断逐步扩展形成销售网络，并细分好渠道和市场。

3、逐步推广市场，扩大市场份额(占有率)。

4、逐步树立品牌和企业形象。

5、进一步把市场细分做透，扩展和延深，并适时推出新产品。

五、效益分析

(一)年产量：约150吨。

(二)年产值：约210万元(按售价每斤7元计)。

(三)年纯利润：约人民币100万元。

(四)纯利率：约50%。

六、项目所需其它条件

人员：10人

厂房：100平方米以上

水： T/h

电：20KW

七、风险预测

此项目属于现代食品工程高新技术。特点：研发期长，技术含量较高，自我保护期长。尤使之较难仿造、伪造和假冒，从而能够保持强有力的竞争力。

结论：固定资产投入较小，风险较小、回报率较大、市场前景广阔。竞争对手少，见效较快，并易形成垄断的技术、垄断的市场、垄断的利润，这种利好的局面。

八、产品发展设想

1、一个企业能尽快创业和发展，并立于不败之地，离不开四个要素。即：营销、资金、技术、团队使之形成一个企业创业和发展的平台及保证。具备了资源的同时要突出一个“快”字，快速占领市场，可避免一些不必要的竞争和消耗。

2、以上所述产品系面对中档消费群体。面对目前国内城市的市场状况，把其产品定位在精装、高质、中等价格，不失为明智之举。

3、宜采用多个鸡蛋放在多个篮子中的策略。使其产品品种、规格、口味等呈多样化，从而形成强有力的市场冲击力，并可获得丰厚利润回报。

食品商业计划书2

企业类型：有限责任公司 所属行业：食品行业

行业地位：行业的领先者（产品、市场与技术）经营宗旨：以高品质的产品，更好地满足国民生活。核心技术： 拥有无糖月饼生产技术专利 核心产品：果然、琪旺、洋一等系列产品。

核心优势：遍布全国的营销网络、公司积累的大量客户资源和“果然”商标。

发展阶段：基于公司具有全国营销的网络、畅通的渠道、成熟的产品和具有特色的销售模式，以及特有的产品，所以企业处于高速增长期。

融资目的：通过在资本市场上取得的资金，对行业的整合，对产品进行开发，加大生产量，提高市场占有率，增大营业额，回报股东，早日实现行业第一品牌。

融资金额：人民币壹亿元整（￥500万元）

资金投向：新增设备、发展连锁饼屋、技术研发、市场开发、人力资源、流动资金。财务指标：财务内部收益率75％；年平均投资利润率65％；投资回收期3年。

第一章 公司基本情况

1、公司名称：创业市果然食品有限公司

2、注册地址：创业市万柏林区千峰南路25号创业大厦 3、法人代表：张果果 4、注册资本：500万人民币

5、企业类型：有限责任公司

6、经营范围：生产经营面制品、面包、糕点、糖果、果仁

1、专业认证

年 份 20xx年 20xx年 20xx年 20xx年 2、历年荣誉 年 份 20xx年20xx年 20xx年 20xx年 20xx年 20xx年 20xx年 20xx年

认 证

发明专利证书（93182号）美国食品药物管理局证书（FDA）国际质量体系证书（ISO9002）食品安全重点控制证书（HACCP）

荣 誉 中国名优产品

协作城市产品质量互认证书 中国食品博览会金奖 国际食品博览会金奖 中国月饼节质量互认证书 中国月饼节名牌月饼

全国“果然杯”焙烤技术比赛“唯一制定产品”中国月饼节名牌月饼 中国月饼节名牌月饼 食品卫生先进单位 放心月饼金牌企业 中国月饼节名牌月饼

国家“月饼类糕点通用技术要求”标准起草人 食品先进企业 食品安全示范企业

公司目标：立足广东，走向全国，打造行业第一品牌！经营宗旨：以高品质的产品，更好地满足国民生活。公司信念：学习、改革、创新。

★ 学习——人在不断的学习中，才能够自我完善；企业在不断的学习中，才能够立足于不败之地。

★ 改革——居安思危，持续变革是企业保持生机的不竭动力。★ 创新——以观念创新为先导、以市场创新为目标、以技术创

新为核心、以管理创新为保障。

人才战略：“以人为本”，重视人才培养，关注人力资本的增值；

拥有专业技能和学习能力的员工是我们最大的财富。

公司口号：“全力以赴、做到更好！” 广告用语：“月是故乡明，情是果然真！” “果然月饼，真心真意。”

第二章 产品与服务

——— 技术、产品与服务的完美结合方可打造企业的核心竞争力

1、商标、专利拥有状况

◆商标：创业市果然食品有限公司已注册了果然和琪旺两大商标，共注册

了35个类别。

◆专利：创业市果然食品有限公司拥有无糖月饼生产技术专利，专利号为：

93182号。

2、技术研究与开发

3、研发历史

1、产品分类

按季节划分：⑴中秋系列；

⑵年货系列； ⑶四季休闲系列。

按类别划分：⑴月饼系列；

⑵糕点系列； ⑶糖果系列； ⑷瓜子及果仁系列； ⑸曲奇饼干系列。

按价格划分：⑴高档；

⑵中档； ⑶低档。

按品牌划分：⑴果然；

⑵琪旺； ⑶洋一。

1、原材料

果然和琪旺系列产品的生产符合国家的产业政策，所需原材料从国外进口或在国内采购，均已与供货商签订了长期供货协议，不存在原料供应障碍。

2、生产条件

公司位于广东省创业市市罗湖区太白路1038号的果然大厦，厂区占地面积6000平方米，建筑面积1万平方米。厂内有两座导热油锅炉，生产能力分别为8吨和10吨；一台300KVA变压器和一台全自动的300KVA发电机，可以完全保证现有生产不受内、外电力供应的影响。公司准备在近期再增加一台300KVA的变压器，以便满足今后扩大生产能力的需求。

3、环保措施

我公司对于生产产生的废水，含有少量油脂，但经过三级沉淀、过滤、撇脂处理后再排放，不会对环境造成破坏，完全符合环保要求。

4、生产能力及产量（1）糕点系列的生产设备

公司现有流水生产线2条，价值人民币10万元，最大生产能力为日生产月饼18万个（详细配臵见下表）。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！