# 7年前打动企业的一份创业计划书[精选多篇]

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2025-02-23

*第一篇：7年前打动企业的一份创业计划书7年前打动企业的一份创业计划书“商界100创业就业援助大行动”为很多怀揣创业梦想可缺乏资金的创业者点亮了曙光。要获得企业送出的上千个的免费店铺、上亿元的创业资金等大礼，最核心的要素就是，要完成出色的项...*

**第一篇：7年前打动企业的一份创业计划书**

7年前打动企业的一份创业计划书“商界100创业就业援助大行动”为很多怀揣创业梦想可缺乏资金的创业者点亮了曙光。要获得企业送出的上千个的免费店铺、上亿元的创业资金等大礼，最核心的要素就是，要完成出色的项目计划书。项目计划书的好坏决定了是否能获得企业青睐，最终实现自己的创业梦想。可很多人在写项目计划书时找不到要领，不知如何去写，也不知道何谓好的项目计划书。针对这一问题，财视网特发布如下项目计划书，以给创业者更多启发。该项目计划书曾经打动2025年商界传媒开展的同类创业援助活动的援助企业，赢得了企业的店铺援助。

市场调查

调查地点：石家庄

调查对象：燃具市场

市场繁荣 需求大

石家庄市辖6区17县总人口300多万，作为华北的中心城市，其特殊的地理位置和政治优势成为商家激烈角逐的市场；此外房产政策的推动和居民购房迁居的热潮更为燃具的销售带来了高潮，主要集中的消费群体为新居新婚家庭、新居旧婚家庭、旧居燃具更新家庭（后两类更倾向于高档次的产品）。从石家庄整体消费水平来分析，恩格尔系数还很高，用于旅游、休闲的消费还很低，教育、购房消费仍占主要地位。伴随家具装饰业的繁荣更说明了小家电、厨房用具的市场潜力，并且在笔者的走访中90%以上的家庭都把厨房装饰看作重要的组成部分，花上一两万已经很正常，燃具作为使用率较高的小家电之一，其选择够面更是不能忽视。况且北方人家庭观念比较重，一个三口之家，一般中午都要自己烧饭吃（有老人者更甚），吃快餐的家庭很少，所以一般对燃具的需求就显得更重要。群雄逐鹿 尚无王

随着小家电市场的蓬勃发展，不但海尔、格力、美的、等家电巨头纷纷投资建厂，而且日本、欧洲等厂家也在积极参与，所以市场已趋于饱和，而且竞争更加激烈，在外观设计、材料选择、功能开发、全面服务上厂家可谓是用尽了心思。但笔者以消费者的目光来看市场，海尔、格力、美的、樱花、帅康、老板、方太、华虹等品牌虽都具有很高的知名度，但大家同样都在宣传自己的诸多优点：结构独特、节省燃料、材料先进、开启安全等等，优点多了也就没了特点。进入眼花缭乱的燃具市场，如同雾里看花，消费者购买何种品牌随机性很大，而销售网络的数量、网点的布置、POP的展示、导购员的综合素质往往起了决定作用，所以市场中尚无一强势品牌而使消费者的忠诚度唯此情有独钟，因此建议厂家在推出一款产品时都应主诉于某一特点，而给消费者留下深刻的印象。大学生创业网

需求多元化 市场潜力大

随着当地政府对地产商的政策优惠及内需的拉动，房地产仍将不断升温，所以潜在的市场需求还很大。而且随着城乡居民的生活水平不断提高及市场竞争的加剧，对燃具的需求也呈现多元化趋势。这同样给厂家的开发和拓展留下了许多机会。其潜在消费群仍时新居、新婚家庭，其次燃具的寿命一般在五、六年，95——97年曾是燃具的一次购买高峰期，因此一两年内家庭燃具更新购买仍占很大比例。大学生创业网 http://

开办地点范围：桥东区

备选店址：

（1）裕华东路与建华大街交叉口处东100米

（2）裕华东路与体育大街交叉口处东50米

（3）槐北路与体育大街交叉口处东10米

介绍：桥东区一直是石家庄市重点的发展方向，也是诸多的房地产商投资发展的黄金位置。一批批的商品住宅区落成促成了潜在的消费群体，而裕华东路一段又是诸多空调、彩电、燃具、电脑等厂家、商家的专卖店位置。如海尔、格力、樱花、美的、雷博电器城、联想、安达、同生等等，所以备选店址的商气、人气都很旺。

创业计划：

一、人员招聘培训：导购人员、促销人员、售后服务人员在总部有关部门的配合帮助下，进行系统的岗前培训和素质培训，对其灌输企业理念，理解企业文化，并进行产品的专业知识培训和素质培训，提高招聘人员的综合素质和沟通、说服技巧。

二、开业前的店面布置、促销活动安排

在总部有关部门的指导帮助下，对店面的装潢、产品的陈列、POP广告的张贴进行布置争取达到店面吸引人、陈列打动人、促销感动人的效果。即在店外的橱窗、灯箱、台牌、招牌的设置上能够吸引顾客光临，在店内的物品陈列上从顾客心理学角度出发，符合消费心里，加强视觉冲击力，激发购物欲，在促销上以亲情化为主，策划一系列主动让消费者参与的促销活动，让顾客感觉得到实惠，而不是漠然和反感。

总之，以专卖店为依托，灵活运用各种手段变被动为主动严格执行总部的大政方针政策，树立华帝燃具在本地的品牌形象，提高品牌的美益度，培养消费者的品牌忠诚度，达到进一步提高市场占有率的目的。并严密洞察竞争对手的动况，深入了解市场需求信息，及时做出反应并向总部汇报，协助总部完成当地的市场推广计划和营销方案的实施，按时、按质、按量完成给予本店下达的各项考核指标。

附一：创业计划具体实施设想

附一：创业计划具体实施设想

1.开业前店面布置：在店内用醒目的字体标出几项有特色的服务承诺；

2.开业前人员建设；

3.开业前宣传：

1）名优住宅小区及房地产商待售房的广告宣传：楼贴、形象栏、招贴、横幅、展牌；

2）报纸媒体的宣传，如《燕赵晚报》、《燕赵都市报》的通栏告之；

4.开业前三天的促销设想：

主题：华帝专卖 送您三重喜；

内容：一重——开业前三天每天光临本店的前十名顾客送精美礼品一份；二重——开业前三天每天前三名购买者6.5折优惠；三重——开业前三天每天光临本店者均可获得9折卡一张5.后期市场开拓工作设想：1）与家庭装潢公司达成产品优惠供应协议；2）掌握新建家属区的企事业单位购买信息；3）与房地产、家具商等寻找合作点；6.后期市场促销工作：1）在各优雅小区及房地产开发区设立形象牌、指路牌如：2）在周六、日选择重点生活区及房地产商正开发的住宅楼区设立长期的促销咨询专柜；3）十月一日的促销设想：主题：新婚 新居 新生活 华帝燃具送贺礼方式：凭结婚证、新房产证等均可享受8.5折优惠 大学生创业网宣传手段：店面广告牌告之，并发放一些宣传单；石市媒体通栏告之；软文章描述。4）元旦迎新怀旧活动。方式：凡华帝老用户凭证领取新年台历一份；5）春节前。主题：新年 新春 新气象 华帝燃具贺新禧方式：购买华帝燃具 赠送新年礼品宣传手段：同3），且选择有购买力的小区给家庭送“福”字。

附二：华帝专卖店客户档案及会员卡

亲爱的朋友们：如果您对我们的产品满意请告诉您的朋友，如果您觉得我们尚有不足，请您告诉我们。无论您是否购买我们的产品，都希望您能认真填写下列内容。您的个人档案将输入我们的CRM系统，您将成为我们的固定会员，并附赠一张会员卡（无论何时凭此卡购买华帝产品均可享受9.5折优惠）。

建议书：

一、产品诉求点

随着家电市场竞争的日趋激烈，市场也日益成熟。同时消费需求也趋向多元化，在在追求更具特色的功能、更为卓越的品质和优质服务的同时，我们更应该给某一款产品某一主张、某一特点，并一直强化这一主张与特点，使它成为这一特点的第一名。

二、渠道建设

（1）在渠道建设中应趋向于扁平化结构，消除多余环节，增大宽度，保证终端网络最大化和生动化。这样才能保证渠道的反应速度，使产品和新政策迅速执行到位（2）在渠道重心上应该由大中型城市向地市、县级市场推进，培训、扶植二级经销商。（3）加强终端售点的软硬包装

硬包装：物品陈列、条幅、挂旗、展牌、店门口立牌等都是有效的沟通手段软包装：加强导购人员专业知识及素质培训，给予科学激励手段

三．促销服务亲情化

1.每一个行销活动及广告都让她充满人情味和亲情色彩，淡化消费者对产品的商业感，强化消费者与企业及产品的感情。

2.在服务商推出个性化、亲情化服务。每一次细致周到的服务都留下很好的口碑，让消费者为我们的服务真诚而感动。

**第二篇：创业计划书怎样才能打动投资人？**

创业计划书怎样才能打动投资人？

一位风投经理曾经这样描述他一个月内看过的商业计划书：100份商业计划书中，有一半会在初次审阅时被淘汰;在几个小时更为细致的评估之后，又有25份遭否定;经过更加深入的分析后，剩下的计划书中大概又有10份不合乎要求。

在最初的100个候选者当中，只有少数几家公司的计划书可以进入比较深入的分析评估阶段，而能够就合同的条件协商成功，并最终获得投资的公司为数就更少了。由此可见，拟订一份优秀的商业计划书，对寻找风投的企业来说多么重要。

那么，一份优秀的商业计划书是如何出炉的呢?

说清六件事

“VC的投资标准无外乎三个：未来的市场是不是够大，是否有成长性?企业的商业模式是否可行，或者部分已被证明可行?企业的团队是否优秀，执行力够不够强?”方创资本合伙人吴明华给出了VC看待一个投资项目的基本标准。因此从某种意义上说，商业计划书就是达到VC投资标准的书面材料，但是具体如何撰写，又有其比较规范的格式和内容。

吴明华认为，写一份完整的商业计划书，需要明确地说清楚六个方面的事情，即：企业现状或简介，商业模式，市场规模与策略，竞争与壁垒，团队和中小企业融资财务计划。“这六个方面的问题是商业计划书里必须有的内容，其中投资者最为关心的是商业模式、市场规模与策略、团队和中小企业融资财务计划四大内容，这四块内容尤其需要创业者在计划书中重点分析和描述。”

商业模式是项目成败的核心之一，也是投资者最关心的。在计划书中，商业模式部分主要是要说明你的企业是怎么赚钱的，主要包括你向谁提供产品或服务，你的产品或服务主要内容是什么，你怎么收钱，以及你的产品或服务是如何制作与提供的等等。“这一部分最好简单明了，让所有人一看就知道你是怎么赚钱的。”

此外，投资者还非常关心这个项目未来的发展潜力，即市场规模与策略。这部分内容主要包括你所提供的产品或服务所处的市场总额有多大，你的目标是占有多大的市场份额。

这一部分是让投资者了解你的企业所处的市场总量有多少，你使用什么手段占领这些市场。这样，看了这部分内容，投资人就能了解这个市场上能不能培育出一家能在公开市场上IPO的公司出来。

团队一直都是投资者最为看重的一个因素，很多VC甚至不看项目只看人，追着人来投资，可见创业团队和个人是多么重要。这个环节主要包括目前股东层的履历与背景，经营管理层的履历与背景，目前团队的分工与激励机制，以及内部的决策机制等内部控制制度等。

“VC都是投人投人再投人，所以大家最关注团队，原因就是只要团队好，模式、市场与利润都是可以创造的，所以企业中小企业融资最应该关注的是团队，而投资者最关注的也是团队。”吴明华强调。

对于投资者而言，最后关心的就是需要多少钱和如何回报的事情了，即中小企业融资的财务计划。这一节比较专业，很多创业者都是输在这一点上。一些创业者说不清楚自己拿了资金到底应该怎么花，花完了之后达到怎样的目的，投资人怎么退出以及退出的回报等。

“说不清楚这一些数据的来源与出处，你的企业价值就没有办法评估，而你拿到资金并给VC的股权也就没有办法证明是否是合理的，所以财务部分很重要。”吴明华提醒，这部分内容创业者往往要咨询专业的公司，在他们的帮助下完成这块相对专业和复杂的内容的撰写。

不能只站在自己的角度

很多创业者以为商业计划书是写给投资者看的，因此总是想如何能打动对方，在内容和形式到装祯设计都非常讲究。作为风投中介机构的合伙人，吴明华的很大一部分工作就是

审阅大量商业计划书，然后把表述清晰准确、有潜力的企业推荐给创业投资机构，因此他有许多不同于创业者的观点。

“商业计划书其实不仅仅写给投资者看的，它首先必须是真实情况的反映，一份好的商业计划书是对自己或企业未来计划的真实反映，而不是编出来表面上的美景去忽悠投资商。”

基于这样的总体论调，吴明华认为商业计划就应该是一本论据，证明“值得投资”这一论点。“商业计划书就是在讲„故事‟，其目的是来说服投资者，我的计划是可行的，我的项目是值得投资的。所以商业计划书一定要有大量的论据来说明„值得投资‟这个论点。”

“如何退出是投资商最关心的问题。”很多人只想到了如何拿到投资人的钱，而没有想到投资人应该怎么退出，以及创业者如何在企业运营过程中去保障投资者的利益。这一点想到了，商业计划书将得到更高的分。而这部分对于很多创业者而言并不擅长。

商业保密问题也是在撰写商业计划书中需要考虑的问题，这涉及到自己的商业构想不被风投机构克隆到其他领域。“其实商业计划书的保密是一个伪命题，结合我国国情，可以说商业构想在当前是不值钱的，只有做出来的构想才能得到大家的认可。”

但是商业计划书不要写得太厚也有保密的原因，创业者在递交计划书前应该仔细甄别，该投资者会不会把你的计划书透露给你的竞争对手或竞争对手的投资者，然后尽量将商业计划书写得简单明了，这样可以更多地保护你的商业机密。当然计划书上的保密声明也是必要的。

很多创业者认为一旦商业计划书写好后，就不需要改变了，吴明华认为这是不对的。“商业计划书三个月前的与三个月后的，肯定是不一样的。”

因为市场与环境随时在变化，创业者的想法也在变，而创业者跟投资人谈完之后所知道的缺点与不足也在促使着计划书要修改，所以商业计划书也是一个动态的东西，处在变化

当中，需要不断添加一些新的市场数据，不断加入一些新的元素，这样的商业计划书更能得到投资者的持续关注，让创业者的计划书“动”起来很重要。

不过，在吴明华看来，最终的商业计划书并却不是最重要的。“树挪死，人挪活，商业计划书只是一份创业者思考的载体，只有团队才是计划书的灵魂，所以很多时候，投了计划书并不是说明中小企业融资的事情就差不多了，沟通与不断的谈判才是你能融到资金的最可靠保障。”

商业计划书减分因素

求多求全：商业计划并不要求必须在20页以上，不是越多越好，写得越厚越好。很多时候简单明了，更能说明你的底气很足，说明你能把握好关键点。

空话太多：很多创业者的商业计划书一开头就是大话连篇，从宏观经济说到世界形势。其实不然，大家别小看投资人的智慧，他能投资你，一定是了解你的行业的，因此你就不用做市场基础教育培训了，直接进入主题，简单明了，反而更能说明问题所在。

呆板不生动：商业计划书最需要数字与图表，而不是像本小说。写小说可以写得密密麻麻，但商业计划书要的是简单明了，最忌讳的是写得太正规，全是字，能用图与数字表示是最好的形式。

CEO闭门造车：商业计划要公司全体团队来写，一份好的商业计划书，绝对不应该是CEO一个人的闭门造车，应该是整个团队的讨论与沟通后的结果。分工协作永远都是效率最高的体现，而团队讨论也会降低企业的整体风险。

商业计划书加分因素

如何退出是投资商最关心的问题。很多创业者只想到了如何拿到投资人的钱，而没有想到投资人应该怎么退出，以及创业者如何在企业运营过程中去保障投资者的利益。这一点想到了，商业计划书将得到更高的分。

市场与环境随时在变，创业者的想法也在变，而创业者跟投资人谈完之后所知道的缺点与不足也在促使其修改计划书，所以商业计划书一定是动态的，不断加入一些新的元素，这样更能得到投资者的持续关注。

**第三篇：创业计划书如何打动投资人（小文档网整理）**

一位风投经理曾经这样描述他一个月内看过的商业计划书：100份商业计划书中，有一半会在初次审阅时被淘汰;在几个小时更为细致的评估之后，又有25份遭否定;经过更加深入的分析后，剩下的计划书中大概又有10份不合乎要求。

http://

在最初的100个候选者当中，只有少数几家公司的计划书可以进入比较深入的分析评估阶段，而能够就合同的条件协商成功，并最终获得投资的公司为数就更少了。由此可见，拟订一份优秀的商业计划书，对寻找风投的企业来说多么重要。内容来自陶城网那么，一份优秀的商业计划书是如何出炉的呢?

说清六件事

“VC的投资标准无外乎三个：未来的市场是不是够大，是否有成长性?企业的商业模式是否可行，或者部分已被证明可行?企业的团队是否优秀，执行力够不够强?”方创资本合伙人吴明华给出了VC看待一个投资项目的基本标准。因此从某种意义上说，商业计划书就是达到VC投资标准的书面材料，但是具体如何撰写，又有其比较规范的格式和内容。陶瓷资讯,尽在陶城

吴明华认为，写一份完整的商业计划书，需要明确地说清楚六个方面的事情，即：企业现状或简介，商业模式，市场规模与策略，竞争与壁垒，团队和中小企业融资财务计划。“这六个方面的问题是商业计划书里必须有的内容，其中投资者最为关心的是商业模式、市场规模与策略、团队和中小企业融资财务计划四大内容，这四块内容尤其需要创业者在计划书中重点分析和描述。”

内容来自陶城网

商业模式是项目成败的核心之一，也是投资者最关心的。在计划书中，商业模式部分主要是要说明你的企业是怎么赚钱的，主要包括你向谁提供产品或服务，你的产品或服务主要内容是什么，你怎么收钱，以及你的产品或服务是如何制作与提供的等等。“这一部分最好简单明了，让所有人一看就知道你是怎么赚钱的。” 内容来自陶城网

此外，投资者还非常关心这个项目未来的发展潜力，即市场规模与策略。这部分内容主要包括你所提供的产品或服务所处的市场总额有多大，你的目标是占有多大的市场份额。内容来自陶城网

这一部分是让投资者了解你的企业所处的市场总量有多少，你使用什么手段占领这些市场。这样，看了这部分内容，投资人就能了解这个市场上能不能培育出一家能在公开市场上IPO的公司出来。

陶城网

团队一直都是投资者最为看重的一个因素，很多VC甚至不看项目只看人，追着人来投资，可见创业团队和个人是多么重要。这个环节主要包括目前股东层的履历与背景，经营管理层的履历与背景，目前团队的分工与激励机制，以及内部的决策机制等内部控制制度等。

“VC都是投人投人再投人，所以大家最关注团队，原因就是只要团队好，模式、市场与利润都是可以创造的，所以企业中小企业融资最应该关注的是团队，而投资者最关注的也是团队。”吴明华强调。

对于投资者而言，最后关心的就是需要多少钱和如何回报的事情了，即中小企业融资的财务计划。这一节比较专业，很多创业者都是输在这一点上。一些创业者说不清楚自己拿了资金到底应该怎么花，花完了之后达到怎样的目的，投资人怎么退出以及退出的回报等。陶瓷资讯,尽在陶城

“说不清楚这一些数据的来源与出处，你的企业价值就没有办法评估，而你拿到资金并给VC的股权也就没有办法证明是否是合理的，所以财务部分很重要。”吴明华提醒，这部分内容创业者往往要咨询专业的公司，在他们的帮助下完成这块相对专业和复杂的内容的撰写。

**第四篇：企业创业计划书**

企业创业计划书

时间流逝得如此之快，又迎来了一个全新的起点，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编收集整理的企业创业计划书，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

企业创业计划书1

一、创业者的情况

（一）基本情况：

1.个人基本资料：

姓名：林婷，出生年月：1990年2月。户口所在地：重庆市南岸区学府大道十九号重庆工商大学9-4，家庭住址：广东省罗定市。学历：在读本科（大三），专业：商务策划管理。

2.性格爱好：

性格开朗，做事稳重踏实，敢做敢拼，热爱所学专业。最大的愿望：是一份属于自己的事业，拥有属于自己的一家企业，并在多年后回归校园，把自己的经验传授给校园的孩子。

（二）创业及工作经历：

20xx年7—9月，于南方东银、隆鑫花样四季做房地产销售，期间没有销售出一套房子，初步认为本身不适合做销售，无意从事房地产行业；

20xx年10月至今，于重庆工商大学就业指导中心担任学生助理，具备办公

室日常工作能力、接待外来招聘企业能力，得到老师和同学的一致好评；

20xx年11月至今，参与重庆鼎韬管理咨询有限公司中石油加油站前庭服务项目，项目仍在进行。

（三）教育及培训经历：

1.教育经历：

（1）20xx年9月至20xx年6月，就读于广东省罗定中学（原广东省国立第八中学），主攻学科：政治学；

（2）20xx年9月至今，就读于重庆工商大学，所学专业为商务策划管理；

2.培训经历：

20xx年3月参加重庆工商大学第一期微企创业培训。

二、拟创办企业情况

（一）基本情况：

企业名称是：引领风创意有限公司，准备在重庆市南岸区学府大道十九号重庆工商大学学创园租赁106室，从事除产品生产外的创意产品设计及产品管理等各方面的工作。拟设置4个部门，预计招用员工4人（由本次创业的4个人组成）。

（二）企业组织形式：

□个人独资企业 □合伙企业 □√有限责任公司

（三）企业类型：

□生产制造□零售 □批发 □服务 □农业 □新型产业□传统产业 □√文化创意 □信息技术 □其它

（四）出资情况：

三、产品（服务）介绍

（一）产品（服务）名称及概念：

1.产品：时尚手机套，2.概念：手机套作为手机的附属产品，具有保护、装饰手机的功能，彰显消费者的性格特征及喜好等各方面的特点。

（二）性能及特色：1.性能：

功能——科技化、实用性； 质量——耐用时间，产品原料。

2.特色：时尚潮流

（三）质量控制：

配置质检员（采购员、供销员）；严控进货渠道、质量；严格按照国家质量体系标准，通过国家认证等。

企业创业计划书2

一：公司介绍

特殊说明：我将家族本身拥有的一个服装加工场和一个服装批发零售店，以及它们在这九年历程中所吸纳的客户为起点，并依托这些优势前提，发挥自己的聪明才智，将其发展成一个富有实力的企业。

(一)、公司经营宗旨及目标

宗旨：公司始终坚持利益共享原则，绝不公以个人私利为导向，而作出有悖各商业联系间各个实体的行为。

目标：将依托家族产业等的优势前提，发挥个人和集体的聪明才智，努力将家族产业做大做强，最终将其打造成一个富有实力的企业。

(二)、公司简介

公司名称：中晟服饰公司

业务范围：主要的经营服装为主，但随着公司的扩大，公司逐渐涉入与服装有关的各个行业，如：布料生产，金融投资。

早期，针对零售商的加工订货。

将来，全方面的开花。

(三)、公司管理

1.管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将持集体利益共享的原则，重视企业各个部门人员的个人利益，并给予每个人自由发挥的机制，以此激励每个人充分发挥个人能力，为企业谋划更好的未来。

2.管理队伍

公司的发挥战略，人才战略是其中非常重要的一点。因此吸纳各方人才，将是公司的战略要点。我们将利用各方关系，竭力吸纳各方人才，以此构建一支充满省略，才能出众的管理队伍。

3.管理决策

早期，管理决策将由我们创业小组人员和家族待业本身具有的人员组成，并明确划分各自任务。我们创业小组人员将主要负责市场开发，以及对公司目标的规划的决策;而原有家族行业人员则负责厂务生产的日常管理事务。

将来，随着公司的做大做强，公司的管理决策将由管理部门决策，并细分许多市场直接机构贯彻和执行决策。

二：市场及竞争分析

(一)、市场介绍

中国拥有世界最庞大的消费群体，而服装作为人们日常用品，其需求量可想而知。特别是时尚服饰的需求，近几处呈现更加迅猛的发展趋势。我想这是由于中国经济的高速发展，人们生活水平不断提高，同时，也在接受新思潮的影响而致。但由于爱经济水平的约束，以及中国传统节俭思想的制约，人们大多青睐的往往是那些物美价廉的时尚服饰。之所以，进几年来在网上淘衣服的很多，但在网上买的话有许多缺陷：一是，质量得不到保障，二是：价格还是有点偏高。同时，不得不重点提出的是大学生那块，因为其对时尚服饰的要求最为强烈，特别是对物美价廉的要求强烈。这样也就促使了许多时尚服装店如雨后春笋般的兴起，它们的货源市场将是一个特别巨大的市场。

(二)市场机会及环境

说明：一个新兴企业，一开始就想走名牌路线，是不可成功的，甚至有可以招致自己，创业之路的失败。我们应该量力而行，采取循序渐进的方法，一步一步稳托稳妥打公司初期：我们规划着先打开零售商将产品市场信息打开，并吸纳许多忠实客户，为公司传播影响。

我曾为我的这一个计划，做过一次市场调查，我发觉许多时装店衣服质量是很差，但价格仍然很贵。在仔细询问才发现：原来它们的服装是从批发商那里进来的，进价较高。因此，假如说我们能够直接绕过中间商，而向零售商供货，并以每件只赚固定利润的低价供货，同时保证质量，其市场前景将是十分广的。零售商的广布性，也将为公司品牌创造提供有利条件。

名牌服饰的市场影响力和质量保证，固然较强，但由于每年广告费活动费等投入巨大，其产品价格也就不可能会太低，凭借着物美价谦的优势，我敢说市场前景将是广阔的。

(三)市场竞争分析

由于彩物美价廉的低价策略，其竞争力可想可知。不过仍会有潜在的竞争，许多企业在看到我们采取这样策略所收到良好效果后，仍会纷纷效法，同时，许多品牌厂商，也会采取代价策略来争夺市场。但由于本公司依靠互利共赢所构建的扩大销售体系，同时，在消费者心中建立的物美联社价廉的形象，将会为我们赢得有利条件。

(四)目标市场

企业初期主要针对零售商，间接针对消费者;

企业将来将主要针对消费者。

三：产品(服务)介绍

服务内容

基本服务：零售商将有公司每次供货前，所提供服装照片，以供选择。零售商逃选完毕，将住处上报，本公司将为其量身生产。

每次供货时产品中将夹带一张产品成本报单。

增值服务：对向零售商发货时产生的运输费，税费等中间环节产生的费用，均由其承担。不过若其能够每期向本公司提供有用的市场住处特别是消费者消费购买倾向的住处可酌情减免。

协议服务：如若其与本公司签定长期供货协议，本公司将保证每件只提取15元利润优厚条件供货，并将其纳入合同范围

(二)产品及服务规划

本公司完全遵从利益共享的原则，将任何商业伙伴利益都纳入考虑范围，并以此建立一套服务于利益的服务流程。

(三)商业合同协议的订立

1.零售单位只须祟营业执照复印件及负责人身份证复印件，可享受免押金，只须拨打我们电话预约，我公司按指定时间送货上门，并双方签订合同。

2.依照有关法律在与公司签订1年或以上的长期供货协议后，可预交相当于本公司所提货物应收利润的一半的押金，待到产品买出后再续交另一半钱。

3.本公司将保证自长期合作的每次供货，每件衣服只撮15元利润，并且每次发货到时，货中夹带一张成本报单，报单具有法律效力。

4.零售商每次向本厂提供有用的市场住处特别是消费者购买倾向等到信息，本公司可酌情减免发货途中产生的间接费用。

5.零售商可将自己设计或者其它任何方式搞到的服装样版提供给本公司。本公司估算其有市场前景后，会酌情量产，再销售。在销售结束后的利润结算中，本公司将会按比服装的销售利润的35%给予其分成。同时，将其产品生产，销售等到环节整理成详细的会计分录，经予其参详。会计分录具法律效力。

四：营销策略

(一)市场机构和营销渠道选择

早期时，我会利用大学同学网络，给予他们一定报酬，让其带着本公司的优惠条件，向各零售商进行点对点推销，以获取于那些零售商签订长期供货协订。

将来，我们将充分信赖与零售商所建立的关系，利用其直接与消费者接触的有利条件所能即时向我们反馈的有力市场信息，并能依此即时制定有利的营业员销策略。同时，我们会建立公司专门的营销机构，加以辅佐。

(二)营销队伍和管理

早期的营销团队，将是由我组建的一个多层次推销体系。每一层次：是由我直接委任的同学;二层次：则是由我直接委任的同学它们自己委任的同学组成。三层、四层……以此类推.它们主要的任务是帮助本公司拉客房这样做的好处是:可利用大学同学来自全国各地特点,并以本公司制定的优惠政策为推销的内容,双重优势,将会为本公司客户的确立,以及销售系统的迅速扩大创造极为有利的条件.我们对推销系统的管理,将采取自由原则.并且按照他们个人推销的,并与其签订长期供货协议的店来算工资.将来,随着自己拥有广阔的销售体系,因此,公司的产品将会开辟自己的一个市场,并且也吸纳了许多忠实客户，此时，我们会趋胜追击，适时建立起自己的品牌。

(三)客户关系建立

早期，我们将主要关注与零售商关系的建立，以所与其签订的合同协议倡导，在与其双赢的基础上，建成一个完整的利益相关整体。(本公司领带于零售商的销售，而零售商则依赖于本公司的产品。)

将来，我们的目光将主要投身消费群体，继续推行物美价廉的消费者为导向，产品更加符合口味的品牌战略，并以次建立更多的忠实客户网络。

六、资金需求及筹措方法

早期，市场建立，将花费巨大，而整个活动的花费将由家族产业承担。

将来，在建立自己的品牌，会同时实行两种方案。一是：现有的销售方案，仍主要以物美价廉的策略为主;二是：依托自己的品牌，开发另一条销售网络，采取加盟的方式组建。前者由于实行加工订贷，所以资金主要由零售商承担;后者由于实行加盟方式，公司拿一半，加盟商拿一半。

企业创业计划书3

目录

第一章 计划摘要--------------------------3

第二章 公司简介--------------------------5

第三章 企业的产品与服务------------------6

第四章 企业的目标市场分析----------------6

第五章 竞争者分析------------------------7

第六章 企业的营销计划--------------------8

第七章 企业的人员及组织形式--------------9

第八章 企业的财务计划--------------------10

第九章 企业的风险分析--------------------12

附录1 产品价目表-------------------------12

(一)公司概况

1、公司名称：贝乔服饰

2、公司地址：辽宁省东港市新兴工业园区

3、公司固定成员：

4、所属行业：时尚创意服装业;

5、业务模式：设计专属自己的服装为主营模式;

6、创业背景：

(1)现在的服装已经成为了反应着装者社会性的一种无声语言，所以那些标

榜自我存在、显现自我主张、有鲜明个性特征的服装必会受到消费者、尤其是年轻消费者的青睐，在现代人眼里，时髦、有创意的服装，能够张扬个性，可以更好的来修饰自我。

(2)对于现在买的衣服，我们往往会遇到一个很严重的问题——撞衫。无论

什么季节，我们总会发现自己买的衣服总有那么几件会和别人一样，于是就会觉得心里不舒服，就把它们藏在柜子里，不再穿出去。

第一章 计划摘要

(二)市场概括

目前服装行业的现状

经济全球化的形势下，服装行业的竞争日益加剧，这对我国服装行业既是新的机遇和挑战，同时也是中国从服装大国建设服装强国的关键。建设服装强国的根本性因素是依靠服装科技生产力的跨越式进步，实现劳动生产率的大幅提高。

服装设计是文化创意产业中的一个类别。中国拥有几千年的文化储备，文化资源相当丰富，北京、上海等地均在兴建创意产业园区，加强服装创意文化的市场拓展研究，在创造财富与就业机会的同时，促进行业的整体提升。

(三)营销策略

1、本公司根据现在的实际情况，采用招收设计师的方式，来帮助顾客设计、修改他们想要的服装款式。

2、采取产品多元化的策略，尽量满足顾客所需。

3、在价格上，因为我们大多针对的是年轻朋友，特别以大学生和刚工作不久的人群，他们的收入都不太高，因此我们的价格会适当定的比较低一些，是大众所能承受的。

4、在促销方面，我们会根据顾客的消费状况进行促销活动。比如送小礼物，打折，等等方式。

(四)生产管理计划

在工业园区租一个店面，面积不用太大，但是要布置的时尚，能紧跟潮流。店面主要就是为顾客设计出他们想要的，具有自己风格的服饰。

(五)资金需求状况

1、启动资金

(1)工具设备，计算机等：自有

(2)办公租金： 30000

(3)人员工资(年)： 40000(两人)

(4)销售广告： 1000

(5)办公费用： 4000

(6)布料，线等： 30000

以上为固定投资，共计750002、主要成本

(1)人员工资(年)： 40000

(2)材料： 30000

(3)土地租金： 30000

(4)销售广告： 1000

以上为全年主要成本，共计43100

(六)企业的财务计划

企业将建立基本的财务会计制度，对所有资金账目的使用情况进行及时的入账，支出与收入的款项必须经由会计记录或入账后方能使用。记账采用会计复式记账法，以科学的方法进行管理，以免账目混乱。所有的收款依据必须以一式两份保存，以便核对及入账。每期的总收入，减去一些费用，余下的全部存入银行。总之，企业的账目一定要一目了然，要十分的详细清楚。

第二章 公司简介

公司的发展理念(一)

以人们的想象力为基础，在原本的衣服上设计出顾客所需要的，适合自己的，具有自己的风格，个性的服装，不再遇到撞衫的尴尬场面，穿出自己的个性。

(二)公司的经营目标

本公司的经营目标重点以设计为主，让企业尽快以设计技术的精湛来开拓市场的渠道，建立属于自己的经营模式。

(三)企业的整体优势及发展战略

1、整体优势

据我公司了解，目前市场上还没有一家像我们这样的企业，因此竞争力低，容易吸引顾客的眼球。而且当今的社会，时尚是年轻人所追逐的，大家总想紧跟潮流，但是总是避免不了撞衫的尴尬，对于这种可以体现个性的店，很容易吸引大批的顾客。

2、公司的发展战略

第一阶段：熟悉服装业，建立自己的营销模式，拥有稳定的客户，实现在第一年还清贷款创造利润的目标。

第二阶段：扩大规模，实现规模效益。招聘设计人才，完善企业内部管理机制，为企业未来的发展奠定基础。多拉客户，让越来越多的顾客了解我们企业，熟悉我们企业，第三阶段：此时企业已经进入成熟期，已经有较强的实力，拥有了许多固定的老顾客，解决了人们遇到撞衫的尴尬。

第三章 企业的产品与服务

时下的年轻人喜欢个性、追求时尚，每个人都希望能够与众不同，对于服饰的追求也要标新立异。

其实，每个人的心里都有属于自己的关于服装的要求，很多人更是有自己的想法，但是苦于并不是学设计的，即使有再好的想法，也不能将它付诸实践。而我们公司就是针对于这样的一种情况，开拓出了一种全新的服装理念。

我们有专业的设计师，结合顾客自身的想法，量身定做属于每个人自己的个性服饰，真正做到了“只有想不到，没有做不到”。

第四章 企业的目标市场分析

(一)企业的目标市场

我们将目标市场锁定在20-35岁的年轻人身上，现在的年轻人注重个性，追求时尚。

(二)目标市场的整体情况

目前，市场上有许多不同种类的服饰卖场，但是像我们公司这样，将客户的想法与专业设计师的概念相结合的新型服装理念还是一个比较新型的创业项目。

(三)目标市场客户的需求状况

现在的年轻人穿衣服，已经不仅仅是为了御寒遮羞之用。服饰更是体现了人们的个性、品味，独特则是现在更多年轻人所追求的目标。

第五章 竞争者分析

(一)目前市场竞争优势

企业的主要竞争者是市场上出售服装的商家，他们有更为完备的供货，种类繁多。首先，对丹东的服饰卖场进行一个分析。

本公司主要的目标市场是整个丹东，但丹东又是全国较大服装批发地之一，可想而知，我公司竞争压力之大。这样的一种状况，对我们的服装价格也会有很大的影响。

(二)现有和潜在的竞争对手分析

竞争对手SWOT分析

本公司的优势： 优势一、服装理念新颖

优势二、国家对于大学生创业的支持

(三)采取的措施

面对这样的竞争形式，我们采取以下措施：

(1)

(2)

(3)

第六章 企业的营销计划

(一)产品策划

首先企业会在产品上做一些营销策划，比如说一些社团的表演服装可由我们设计提供，若觉得觉得我们做的有特色，或则手工满意的，可以下次自己设计由我们来制作。如若不满意，社团有权不使用我们提供的表演服。

(二)关系营销

因为本公司是在校大学生建立的，人际关系网比较大，可以采取上门宣传和关系宣传两大组和来扩大本公司的销售渠道，使本公司更快的打入市场。

(三)媒体宣传

在公司建立之初，可以通过校园宣传栏的宣传，提高公司的知名度。

(四)网络营销

在公司建立之初，我们会制作一些我们自己DIY的衣服放入网站，有助于更多的人去了解我们的公司，我们的产品理念。

(五)体验营销

只要是首次来的客户只需交一点点的布料费，可免费使用我们公司的设备，进行自己的设计。/ 12

产品策略。将顾客的想法与设计师的理念相结合，衣服新颖、独特。价格策略。制定“套餐”及会员价格。服务策略。以顾客为先，倡导独特个性。

第七章 企业的人员及组织形式

本公司企业性质是有限责任公司制，设有经理办公室，市场部，财务部，技术部，公关部5个部门。X，XXX，XXX和XXX为实际控制人，其他人员都是以员工的形式加入，他们可以为企业提供一些意见，并且为本公司的设计师。

公司职位设有设有经理办公室，市场部，财务部，技术部，公关部5个部门。员工6人，现有6名成员。具体名单安排如下：

x任总经理，x任财务部部长，x任公关部部长，x任市场部部长，还有聘请的两名员工，有一定的相关证书与经验。x的主要职责是了解目前DIY市场的消费需求，消费者的消费倾向，预计布料价格的未来走势以及未来服饰消费增长走势。根据现有的产品负责产品的市场销售工作，建立稳固份额客体群体。x的主要职责是对X的一些数据信息进行有规律的调整，可以提出自己的看法。财务上，做好会计工作，对资金的出入做好详细的记录并保留凭证，以便以后的财务核对。在已有的会计数据的基础上，找出企业目前在资金使用上存在的不合理状况，提供解决方案，并预测企业未来生产经营的资金需求，提供符合企业稳固发展的资金链。x的主要职责是宣传本公司的经营理念、特色以及产品。x的主要职责是日常管理及产品的出售工作。外聘技术人员的主要职责是负责产品制作过程中得一些技术问题，并在消费者试用时担任辅导。

通过各自的分工，使企业的生产经营有条不紊的运作，有助于公司更好的发展。

第八章企业的财务计划

企业应收账款预算表

启动资金预测表

成本预算表

单位：元

销售预算表

单位：元

现金预算表

单位：元

由表可以看出企业刚创办的第一年现金收入较稳，随着生产经营的稳健步入，到该企业的第四季度资金稳健增加，在第一年的经营净利润打32903元，假设第二年的规模、费用、市场状况基本情况与第一年相同，伴随一些成本的降低，利润能进一步的增长，规模的扩大，品种的增多，未来几年企业将会越来越好，资金越来越多。

第九章 企业的风险分析

(一)市场风险

1、技术进步加快，新产品和新替代品的出现

2、新竞争对手的加入

3、市场竞争加剧

(二)竞争风险

企业由于刚进入这个行业，不懂行业的一些内在规则，较有可能迎来竞争对手的正面攻击，有一定的竞争风险。

(三)产品与技术风险

设计师的技术，是否能够后设计出顾客所满意的产品。

(四)财务风险

可能由于财务不规范的操作，致使资金使用混乱，造成资金短缺的财务风险。

(五)应对措施

风险规避

风险转移

风险减轻

风险接受

企业创业计划书4

在推行绿色环保的今天，电动车无疑成了人们绿色出行的宠儿。电动车市场的前景也是一片光明。

一、公司简介

a公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等a系列产品的企业。

本公司创建于20××年7月份，目前，拥有生产流水线两条，固定资产800万元，员工120多人，其中高级管理人员10人，中层管理人员15人。并在20××年6月通过了国家生产许可证的验收；被省质量监督局20××抽查测定为合格产品。20××年3月通过北京中大华远认证中心的iso9001质量体系认证。

本公司在电动车行业的产销量名列前茅，成功地在浙江县市级市场上网络遍布率达80%；并渗透了福建省、江西省、安徽省、重庆市、广西省等省市市场；并通过了浙江省、江苏省、上海市、山东省等新产品鉴定，并在以上各省份公安厅上了目录。

本公司将以打造a品牌为企业目标，发展多元化经营，加快网络建设；开展网络服务和电子商务，努力将本公司建设成为集研制、开发、生产、销售、信息网络、科技服务于一体的区域性乃至全国性的电动车企业。

二、市场分析

（一）品牌定位

争做电动车行业的领导品牌

（二）目标市场

县级、地级市（25—35岁的女性为主要目标消费群）

（三）市场前景

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。

而随着高新技术产业的迅猛发展，加快了信息的传递速度，使国内电动车市场前进的步伐在不断加快。电动自行车作为一个新兴的产物，它的诞生来自于自然资源的日渐减少、城市环境的日渐恶劣、人们生活需求日需提高的情况下，故电动自行车的出现使之成为人们为之风靡的产品。这不仅是国内市场，国外市场亦是；公司的网站以及公司注册在阿里巴巴的网站，外商的访问率居高不下，良好的市场前景为电动车行业带来前所未有的机遇和挑战。

目前，公司引用人才，布好棋局，提炼公司核心价值，提高自身的竞争力。在产品质量管理、新产品开发、营销策略制定等都充分地体现公司“做大、做强”的定位需求，故公司并驾国内销售、国际贸易两条轨道，把a公司在电动车行业耸立起来。

（四）产品优势

低噪音、高效率、驱动力矩大、无火花换向

（五）市场现状

20××年的浙江电动车市场，由于绿源、小飞哥、欧豹、以人等国产厂家控制了近70%的市场，因而整个市场运行大体平稳，但里面同样潜伏着引起市场动荡的因素。

企业创业计划书5

一、企业概况

天津桓博科技发展有限公司成立于20xx年12月，位于天津市南开区高新技术产业园区的中心地带(白堤路)。是一家集计算机专业应用软件的培训、安装、批发、零售、技术服务于一体的知识密集型企业。员工队伍业务全面、经验丰富、敬业爱岗、素质优良，其中：专业技术人员20人，全部是大专以上学历，能够以最合理的价格为客户提供最专业的技术服务。

公司是北京用友集团天津地区小型管理软件授权营销服务商，并且连续两年获得用友软件在天津地区的产品A级代理销售及服务授权资格。而且销售额连续两年名列前两位，获得用友集团的表扬和鼓励。

公司内部管理制度合理适宜。外部社会关系广泛良好。经过不断地改进和完善，已基本形成了一套比较科学有效的管理运作体系。

为适应业务发展的需要，壮大经营规模，进一步增强核心竞争力，公司决定启动以“追求客户全面满意，扩大市场占有份额”为主旨的二次创业。

我们相信，通过努力，在以北京用友集团为后盾，桓博公司将成为更具综合实力的企业，也将为加速提高天津地区企业信息化技术应用水平，做出更大贡献。

二、营销计划

公司不仅注重短期目标，更加重视长期发展。公司将秉承“重诚信，竭精心，尽全力，为客户着想，让客户满意”服务理念，在日常业务中不断丰富公司品牌内涵，努力拓宽渠道，扩大市场知名度及美誉度，激活市场，带动人气，力求在天津大部分地区实现销售增长，成为天津地区财务软件的最大代理服务商。

1.目标市场：创业前期(两年内)目标主要集中在天津及周围区县的小型企业，个体经营和一般事业单位，在后期(两年后)逐步进入天津的大型企事业单位，占领这部分增值潜力最大的市场。

2.企业定位：“精细管理、卓越理财”为客户提供更及时、更准确、更全面的、更周到的服务，推动软件信息化的普及。

3.使用价格：参考报价

4.营销队伍：在创业初期，为了降低企业的运营成本，大部分的宣传工作都由本公司的成员承担;在企业不断发展过程中，再适时招纳一定数量新成员(15名左右)专门从事企业营销策划的工作。

5.服务支持：使顾客能迅速、方便的得到准确、完善的相关服务和技术支持。

6.广告宣传：开展有计划。有目的的广告活动。在初期(两年内)主要面向小型的企事业单位，提供尽可能多的免费培训和知识讲座，专门针对会计人员的业务应用环节，逐渐“渗透”的方式进入企业;从第三年开始，我们将集中一部分优势力量对企业中的广大财务人员展开新一轮软件的宣传、促销和培训攻势。广告中突出宣传我公司“专业化”、“人性化”等鲜明特点，并且保证初期的广告投入预算，迅速提升知名度，预计20xx年广告费10万元。

7.推广计划：20xx年下半年开始投入5万元建立自己的网站，并且丰富网站内容，建立会员机制，提供在线技术支持和交流论坛;注册3721网络实名和网站推广，在各大传媒中广告投入，吸引用户注册我们的会员，并且给予会员金额上的优惠和赠送礼品，以此扩大我们的客户群体。

三、产品服务

用友公司是中国最大的管理软件、ERP软件、财务软件供应商，是中国最大的独立软件供应商。在中国ERP软件市场，拥有公司是市场份额最大、产品线最丰富、成功应用最多、服务网落最大、交付能力最强的领导厂商。

(1)软件产品介绍

1：用友财务通由于信息计算在财务领域的广泛应用，会计将由核算型向核算管理型转移;财务工作将进一步参与单位的经营管理，在控制、决策、分析和考评等方面发挥重大的作用。用友财务通正是基于这种环境，以“精细核算，卓越理财”为核心应用理论，面向中小企业及组织的财务应用，提供企业投资融资决策，从而帮助企业全面实现电算化管理。本产品主要包括财务处理、工资管理、固定资产管理、报表、财务分析以及存货管理六大系统。其中，财务处理又细分为总帐、应收应付、项目管理、现金管理等四大模块。用友财务通提供数据接口，可实现向U8管理软件的平滑过渡，满足企业业务发展的需要。

2：商贸通本系统通过预置多种会计制度模板、多种业务类型，全面满足各类小型商贸企业进销存及财务核算需求，为企业提供多种灵活的业务处理方法，准确及时汇总财务数据，出具多角度业务分析报表，规范业务流程，加速资金周转，降低运营成本，提高企业盈利能力及市场竞争力，帮助小型商贸企业高速发展!

3：用友U8系列/用友ERP/U8产品介绍用友ERP—U8企业应用套件是在全面总结、分析、提炼中国中小企业业务运作与管理特性的基础上，针对中小企业不同管理层次、不同管理与信息化成熟度、不同应用与行业特性的信息化需求而设计。他具备五大产品特性。

1.企业全面应用

2.按需部署

3.高度整合4.快速见效

5.低成本

3：用友商用表单及耗材：

用友表单与用友软件全线配套，具有丰富的产品线，主要包括：会计帐簿;业务表单(寻报价单、送收货单、收付款单);综合表单(工资单、固定资产卡片、出入库单)等以及配套装订用品。用友表单支持针式打印机、激光打印机、喷墨打印机等多种打印设备。

(2)软件优点说明：

1.系统优点：用友财务通针对新会计制度及财务管理的内涵和特点，形成了本身的一系列特色：(一)财务会计与管理会计的融合(二)内部管理的实现(三)灵活的数据接口(四)总帐工具的导入功能(五)系统的无缝连接与信息的共享

2.技术特点：

(一)严密的安全技术

a.数据操作安全性 b.数据存贮安全性 c.数据运用、查询、分析时的安全性

3.应用特点：

全面支持小企业会计制度，满足更多小企业管理需求。!a.业务流程自由选择，企业灵活选择自己的业务处理流程。b.报表统计与分析角色化，按应用角色多角度进行业务分析。c.灵活自定义各种基础档案业务属性、各种业务报表及单据格式。d.财务业务一体化管理，更加全面掌控企业物流，资金流，信息流。e.规范企业管理，有效控制企业财务经营风险。f.丰富快捷的财务，业务等分析处理，快速支持企业决策。g.完善的资金管理，提供从日记帐到银行对帐单、支票登记簿、费用报销等一套出纳业务。

(3)产品服务对象

1.财务通：基础版：面向小型企业，小型诊所社区医院、小规模学校等以及兼职会计人员或小型代理记帐公司(5套帐以内)标准版及网络版：面向以财务核算为核心进行全面经营管理的小企业(主要为小型工业企业)以及规模较大的代理记帐公司等。

2.ERP U8面向大中型企业或集团应用的一体化解决方案，用友ERP—U8企业应用套件是在全面总结、分析、提炼中国中小企业业务运作与管理特性的基础上，针对中小企业不同管理层次、不同管理与信息化成熟度、不同应用与行业特性的信息化需求而设计。将成功的管理经验与业务实践应用产品化，把管理要素合理预置在软件中，让更多的企业通过应用和实施用友ERP—U8企业应用套件来实现先进、成熟管理的应用价值。

3.授权资格等级用友软件时第一个通过国家财政部审批的财务信息化软件开发商。

四、业务收入

1.收入来源：桓博公司的收入来源主要为软件销售、升级和软件售后服务费(包括用友软件配套耗材)三个部分，并根据行业的平均标准和公司的成本预算制定相应的收费标准。

其中收入主要以软件销售收入为主，软件升级和服务费及配套耗材销售收入为辅。年均软件销售额超过80万元，服务费收入超过15万元，用友配套耗材销售收入超过10万元，计算机硬件及网络工程实施收入10万元。

五、竞争情况及市场营销

(1)、市场评估：计世资讯(CCW Research)的研究表明，20xx年上半年，中国通用型管理软件市场规模为22.7亿元，增长率32%;同期，ERP规模达到11.9亿元，增长率为29%。有关资料显示，截至到20xx年底，天津地区共有各类企业和组织近10万家，其中以应用软件进行相关管理的只有20xx家左右，仅占0.5%。市场发展潜力十分可观。

(一)中小企业ERP需求旺盛20xx年，中国中小企业ERP市场销售额已经占到ERP市场销售额的68.2%，中小企业市场同比增长速度达到24.1%大幅超过了大型企业市场18.7%的增长速度。

20xx年中小企业将会延续20xx年的快速增长态势，增长速度仍将超出大型企业市场的增长速度，继续成为拉动ERP市场增长的主导力量。

(二)中小企业用户ERP选型慎重

通过调查研究表明，中小企业用户在ERP选型时更加慎重，选型时考虑的因素不再仅仅是厂商品牌、产品价格、功能模块是否全面等表现因素，而是会更加关注产品的可用行，产品是否真正适合企业业务和发展，是否真正能够满足企业现阶段和未来的潜在需求，给企业带来工作效率的提高和销售业绩的提升。

(2)主要竞争对手分析目前我们遇到的竞争对手主要有同行业的厂商，其他竞争对手虽然也有和用有软件争夺市场的能力，他们有和用友功能模块大致相同的产品投放市场，但是产品相对单一，配置也不如用友灵活。从长远的目光来看他们所占据市场份额还不足以威胁到用友软件的发展和生存。相反的，这部分市场份额对用友来说也是利润的增长点，而且中小企业占了国内企业的绝大部分。用友软件公司也注意到了这方面软件的需求，先后推出了系列产品，是所有软件厂商中唯一产品线最丰富，适用面最广泛，按需配置最灵活的管理软件开发商。

(3)销售策略：

帮助客户做到4个充分

充分了解需求;充分培训练习;充分反馈问题;充分总结经验;

利用各种方式，向目标客户传递以下理性诉求：

1.实时化-企业在经营中，必须掌握立即、快速的原则，新品上市快，客户服务要快，决策速度要快，企业应变速度要快。

2.信息化—切忌简单的把信息化理解为企业办公计算机化。而且必须考虑企业的客户数据库是否丰富?产品资料的搜集是否完整?经营环境的相关资料是否够新够多?企业经营结果的信息是否准确?

3.创利化-经营无非时为了活力及贡献社会责任，因此就必须不断创造利益，就要在重视有利益的销售的同时，努力提高效率，降低成本。达到提升竞争力的目的。

(4)价格政策

完全按照用友公司的政策规定执行。报价(略)

(5)销售方式

为了使本公司的\'产品一最快的速度，最全面的被目标客户企业家了解并接受，拟采取以区域集中推介会、社会关系介绍、销售人员上门联系3种直销形式为主，向下级代理商批发为辅的销售方式。公司还将重视做好现有客户的售后服务工作，力争在赢得美誉的基础上，将客户的关系渠道发展成为公司拓宽市场的销售通道。

企业创业计划书6

姓 名： 企业名称： 已核企业名称 投资项目： 做什么 通信地址： 邮政编码： 电 话：传 真：电子邮箱：

日 期： 20×× 年 1 月 11日

一、创业者的情况 基本情况：

姓名，性别，出生年月，户口家庭住址，属XXX人员，无在办企业。与创业有关的爱好与擅长，主要能力。创业及工作经历：

\*\*年\*\*月——\*\*年\*\*月期间的创业经历；

\*\*时在\*\*地打工，担任\*\*\*职务，取得的业绩如何，能力如何等。教育及培训经历：

学历文化层次（读过什么高中、大学），参加过什么种类的培训活动（管理培训、营销培训、生产培训等），20××年3月参加了重庆工商大学第四期微企创业培训。

二、拟创办企业情况

基本情况：

企业名称是什么，准备在什么地方建筑或租赁多少平方米场地，从事何种经营项目或生产什么产品。拟设置哪几个部门，预计招用员工多少人。企业组织形式：□个人独资企业 □合伙企业□有限责任公司 企业类型：

□生产制造 □零售 □批发□服务□农业 □新型产业 □传统产业 □文化创意 □信息技术 □其它 出资情况：

三、产品（服务）介绍（P7）产品（服务）名称及概念：

产品名称：平菇、猴头菇……产品概念=性质+功效（用于销售或租借的东西；具有一些属性、可以满足需要）：生态猴头菇、药膳灵芝….性能及特色：

性能：产品的功能及质量（实现功能程度及其在使用期内功能的保持性）特色：特殊原材料、特殊工艺、生态环保保障措施等 质量控制：

配置质检员（采购员、供销员）；严控进货渠道、质量；严格按照国家质量体系标准，通过国家3C认证等。

四、市场分析

目标客户描述：（P2）

你怎么知道某地区对你计划创办的企业产品有需求，谁将是这个企业的顾客（什么年龄段的人、什么人群…….是我的顾客）。市场现状及发展趋势：（P2）

本地区内有几家做这个行业的，顾客群有多大，有稳定的顾客群吗，顾客现有购买能力足够大吗，未来一定时间内，市场会越来越大吗等。竞争对手及分析：（P4）优势和劣势

产品的价格、质量、销售、员工、地段、未来前景 自身优势分析：

经历、技术、人员、资金、地段、销售渠道、后续支持、发展前景……..五、市场营销 经营地址：

直到门牌号 选择该地址的主要原因：

土地或房租便宜、交通方便、位置朝向好、生产（进货）方便、高素质富余劳动力多、离家近等 销售方式：

将产品或服务销售或提供供给：□最终消费者□零售商□批发商 选择该销售方式的原因：

获得较多的利润，及时获取并处理反馈信息（最终消费者）量大，薄利多销，获得推广支持，保证现金流（零售商、批发商）促销策划：

人员推销：派推销员（业务员）上门服务、上门宣传，活动现场促销，公众人物促销。

广告投放：发传单、发短信、广告牌、广播、灯箱等

价格策略：采用成本加价法和竞争比较法来定价。开业初期，进行打折（赠送礼品、买一送一、送金卡等）。经营正常后，利用多种定价策略积极促销活动。

销售渠道的拓展：联系一些大企业作为长期客户并逐步拓展到区外； 置、业务能力、信誉、合作态度、资金支持等）；

六、人力资源规划

企业人员的组成：

业主1人，员工多少人（其中技术员X人，服务员X人，收银员X人，业务员员工工资：业主工资XXXX元/月（可实行分段发放制度3500、5400、8000.....），各工种员工工资XXXX元/月（注意不要低于870元/月），并实行相关奖金制度。员工的培训：

新进员工均进行岗前培训，考核合格后方可录用上岗；每月对员工进行专业技术培训、安全培训、服务礼仪培训；定期对员工进行思想观念的培训（团队观念、营销观念）；不定期对员工进行相关培训。劳动保障：

按照劳动合同法，给员工办理社保（五险）。七、固定资产情况

办公及生产服务工具和设备（P34）：

企业创业计划书7

一，公司介绍：

1，公司宗旨：人本，理性，创新，环保，健康

2，企业经营项目：创业初期：由于运转资金尚不充足，主要从事废旧品的回收，并对回收进行归类组合，从而出售一部分二手产品;对剩余回收品出售给较大型回收公司，从中赚取差价。发展阶段：除前期发展项目外，引进高技术人员及高新设备，将一部分回收品进行重新加工，制造成新的零件。后期：将回收，重加工，制造，合成一体化，打造出公司自己的品牌。

3，经营对象：手机，废旧电池，电视机，空调等家用电器。

4，公司经营方式：(1)电池，手机及各种电器的回收

(2)废旧品的修复，公司设立维修部，对还可继续使用的产品进行维修。

(3)以旧换新，消费者可以拿以前用过的废旧品换取新的。或以多换一，或加钱换少。

(4)新产品销售，前期可代售其它公司产品，后期可将本公司生产的产品进行销售。

二，公司人事及组织机构：

公司主要有企划部，市场部，生产部等，由于创业初期人员少，所以财务部暂与企划部合二为一，为企划部更好地根据财务收入及时想出对策，作出策划来。各部门职责如下： 企划部主要职责：调查分析技术市场信息，制定企业技术发展战略，制定规章制度，制定经营计划，管理实施目标，完成绩效考核，进行考核市场部主要职责：发展战略的编制，企业的公关业务管理，对外宣传，企业文化建设，法律事务，咨询专家顾问的管理生产部主要职责：研发管理企业新的产品，消化吸收引进的新技术，管理企业新的工艺标准，提供良好的技术支持，编制生产计划，统计报表资料，管理企业生产设备，管理生产安全

三，公司的发展前景：

我国每年旧家电超过一亿台，回收市场前景巨大，据中国家电协会统计，以8~10年的使用周期计算，我国一年电子产品的理论报销量：电冰箱1500万台，空调近1000万台，洗衣机1800万台，电视机3500万台，电脑近3000万台，这5类旧家电一年就超过了1亿台。

此外，我国每年生产的14亿只电池中，回收利用的不足1%。20xx年3月4日，我国正式出台《废弃电器电子产品回收处理管理条例》(以下简称《条例》)，鼓励家电等生产企业和大型零售企业开展“收旧售新”，“以旧换新”业务，以带动新产品销售和资源节约。业内人士指出，该《条例》让目前处于弱势的电子垃圾处理业迎来产业化发展的机遇。

据专家介绍，电子废弃物含有大量的有毒物质。如1台15英寸的电脑显示器就含有镉，汞，六价铬，聚氯乙烯塑料和溴化阻燃剂等有害物质，电脑的电池和开关含有铬化物和水银，电脑元器件中还含有砷，汞等其他多种有害物质。电视机，电冰箱，手机等电子产品也都含有铅，铬，汞等重金属。

目前我国大量的电子垃圾主要由两个非正规渠道处理，即旧货市场和拆解作坊。旧货市场将廉价收到的旧电器，或者经过改装和翻新重新出售，或者拆解分离出值钱的物资。其余的当做普通垃圾扔掉。拆解作坊则用土法分离电子垃圾中的贵重金属，其他物质随意丢弃。

中国人民大学环境学院副教授靳敏说：“部分被收购的废旧电子电器产品，没有做任何有效处理就直接进了旧货市场;而其他大量的电子垃圾则被非正规企业处理或当做普通垃圾扔掉，非正规企业通常以焚烧，强酸腐蚀等做法获得铜等金属，其余无用物质均随意丢弃。这不仅浪费了资源，还直接对环境造成了二次污染。”

四，目标市场的选择及预测

在我国市场经济迅猛发展的大潮中，家电行业的发展与增长及手机的普及也随之水涨船高并呈现大规模发展，但内部的问题也频频出现：盲目扩张规模导致产能过剩，家电和手机的日益淘汰更新，废弃的旧家电，旧手机，旧电池也越积越多。

而我国二手家电行业运行目前发展形势良好，该行业企业正逐步走向产业化，规模发展，专业，高效，节能是我国二手家电行业的发展方向，随着我国二手家电行业运行需求市场的不断扩大以及出口增长，我国二手家电行业运行将会迎来一个新的发展机遇，《20xx-2025年中国二手家电市场分析与投资前景预测报告》共十三章，首先介绍了中国二手家电产业整体运行趋势，中国二手家电产业运行的环境等，接着分析了中国二手家电产业运行现状，然后介绍了中国二手家电市场竞争的格局，最后分析出二手家电产业发展趋势是一个相当可观的行业。

据业内人士介绍，空调机的使用寿命是8至10年;普通电视机的使用寿命是10至10至12年;CRT投影电视机寿命在7至10年;冰箱的使用寿命在8至10年;洗衣机使用寿命应该是6至8年;热水器使用寿命为5年左右;DVD,VCD机使用寿命在5年左右。我国是世界上最大的家电生产国和消费国。从20xx年起我国就开始进入家电报废高峰期，每年预计将有1500万台左右的彩电，电脑，空调等大家电报废。

五，公司市场营销策略

1，差异化营销

针对农村需求对象的特征，实施差异化营销策略不仅能满足广大农村居民的需求，而且能使企业有的放矢地在农村拓展“领地”，进而促进企业的发展。农村家电市场的差异化营销主要体现在产品，价格，渠道，促销方面，即传统4P差异化营销。

(1)产品策略

1，产品的质量要求：农村消费者重视家电的质量重于其它一切，因为对于农村居民而言，对产品质量要求的核心是低故障率，产品质量必须保证家电能在恶劣的工作环境下长时间正常工作。

2，产品的功能设计：面向农村市场的家电功能设计应充分考虑农村消费者的实际需求，去掉一切不实在的功能来降低价格，添置，创造一些适合农村消费者心理，并为其所喜爱的功能。

(2)价格策略

由于农村消费平时以传统节俭型为主，针对这种情况，采取低价策略，谋求在短时间内占领市场。另外，农村消费者比较注重实惠。因此除了低价策略外，还可实行折扣定价策略。如：农民一次性大批量购买某产品时，企业应给予一定的价格优惠。

(3)渠道策略：农村居民居住分散，分布范围广，交通不便，农村经销终端多，但规模较小。所以在铺设营销网络时，考虑一下几点：

1，减少中间渠道环节。以县城为主要批发地和立足点，形成“企业—县级批发商—村级零售商”的通路。

2，与中间商联合。农村市场较为分散，企业完全靠自建网络是不现实，也不经济的。企业除可与中间商合建渠道外，更重要的是要加大企业对商业的援助力度，如：派车送货，售后服务等。

3，联合农村供销社网点。供销社长期服务于农村市场，积累了丰富的经验，网点多，分布广，形成了独特的优势。把产品通过供销社分销到农民手中，企业只要配合销售并在一定集中区设立维修站进行售后服务即可。这样就节省了大量重新布点的成本，争取了主动。

(4)促销策略：农村消费者在购买商品是的主要心态是“眼见为实，耳听为虚”，他们主要的信息渠道是“到商店参观实物”，“电视广告”，“亲友介绍”，对于报纸，广播广告，以及售货员的推荐，他们大都认为不足信。有鉴于此，企业在投放电视广告时，可将目光放在基层的电视台，县城新闻，乡镇新闻，可利用其进行造势，获得农民的关注与信任。

2，品牌营销：在农村做品牌营销前，先做一些感情营销，比如扶助当地教育事业，改善交通基础设施，兴办各种农村娱乐活动，帮助发展农村福利事业，加强企业与农村居民的感情联系，树立企业的公众形象。然后再做一些针对性的产品广告，比如家电知识讲座，现场实物演示等，让农村居民在对你(企业)获得好感后，再了解你的产品。

其次，企业在农村进行品牌营销时，还要注意品牌形象和质量品牌，使企业产品在消费者心目中树立与众不同的记忆，从而对该产品产生品牌偏好，质量认可。再次，在进行品牌营销时，还要注意农村居民的从众心理和意见领袖作用的影响，要多和当地有威望的人进行沟通交流，传播企业品牌形象。

3，二手营销：把旧家电通过“以旧换新”或“折价回收”方式收回，然后统一运到厂家，由厂家的专业工人进行翻修，维修及适当改进;之后由厂家统一包装，贴上标签，注明是由厂家翻新的(翻新时间都应注明)，在质量，服务，保修上都跟其它产品一样的二手家电。这样做节约了资源，降低了成本，增加了利益;农村居民则可以花不多的钱，买到正规厂家的家电产品，少了受坑骗之虞;对全社会而言，废旧家电的污染问题能得到缓解，家电伤人的隐患也可得到有效解决，可谓一举多得。

4，售后“流动车”维修服务：公司购买几辆大车，车身用本公司的家电广告装饰，标明为某公司家电售后服务“流动车”。根据农村居民的居住密度具体分配车辆，该车周期循环服务该区域。

六，财务规划：

我们计划筹资90600元人民币，开业时主要支出如下：

房租20000元，注册费1500元，装潢7000元，应付职工薪资2600元每月，机器设备6000元，包装运输500元每月，桌椅500元每月，水电管理费20xx元每月，原料20xx元每月，不可预见支出2500元每月，营销费1000元每月，流动资金5000元

企业创业计划书8

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。

一、公司简介

A公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等A系列产品的企业。

本公司创建于20xx年7月份，目前，拥有生产流水线两条，固定资产800万元，员工120多人，其中高级管理人员10人，中层管理人员15人。并在20xx年6月通过了国家生产许可证的验收;被省质量监督局20xx抽查测定为合格产品。20xx年3月通过北京中大华远认证中心的ISO9001质量体系认证。

本公司在电动车行业的产销量名列前茅，成功地在浙江县市级市场上网络遍布率达80%;并渗透了福建省、江西省、安徽省、重庆市、广西省等省市市场;并通过了浙江省、江苏省、上海市、山东省等新产品鉴定，并在以上各省份公安厅上了目录。

本公司将以打造A品牌为企业目标，发展多元化经营，加快网络建设;开展网络服务和电子商务，努力将本公司建设成为集研制、开发、生产、销售、信息网络、科技服务于一体的区域性乃至全国性的电动车企业。

二、市场分析

(一)品牌定位

争做电动车行业的领导品牌

(二)目标市场

县级、地级市(25-35岁的女性为主要目标消费群)

(三)市场前景

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。

而随着高新技术产业的迅猛发展，加快了信息的传递速度，使国内电动车市场前进的步伐在不断加快。电动自行车作为一个新兴的产物，它的诞生来自于自然资源的日渐减少、城市环境的日渐恶劣、人们生活需求日需提高的情况下，故电动自行车的出现使之成为人们为之风靡的产品。这不仅是国内市场，国外市场亦是;公司的网站以及公司注册在阿里巴巴的网站，外商的访问率居高不下，良好的市场前景为电动车行业带来前所未有的机遇和挑战。

目前，公司引用人才，布好棋局，提炼公司核心价值，提高自身的竞争力。在产品质量管理、新产品开发、营销策略制定等都充分地体现公司“做大、做强”的定位需求，故公司并驾国内销售、国际贸易两条轨道，把A公司在电动车行业耸立起来。

(四)产品优势

低噪音、高效率、驱动力矩大、无火花换向

(五)市场现状

20xx年的浙江电动车市场，由于绿源、小飞哥、欧豹、以人等国产厂家控制了近70%的市场，因而整个市场运行大体平稳，但里面同样潜伏着引起市场动荡的因素。

1、价格仍是导致电动车市场最不稳定的因素。尽管电动车前四大品牌控制着绝大部分市场，但部分区域品牌想扩大市场份额，往往用低价策略来扰乱市场，另外，即使在几个大品牌之间，在市场的压力下，也在暗中较劲，其中小裟电动车几大品牌降幅，这些都是可能引致电动车价格战的不确定因素。

2、电动车行业对比摩托车来说，技术含量相对较低，电动车企业之间的竞争更多地体现在成本上，但随着几大品牌的规模已经形成，成本优势相差无几，因此电动车行业技术升级之战不可避，节能技术、绿色技术、数字化技术等等技术革新将引发新的竞争。

3、从整体上来看，目前电动车市场仍处于供大于求的状况，竞争渐趋于白热化，加之电动车电机、电池的不稳定，许多老企业面临着生产设备和技术更新的难题。激烈的竞争将厂家面临多重压力，市场份额向大品牌集中，小品牌的市场份额也正在大幅下降，部分企业甚至已处在挣扎线上。

4、从市场需求情况看，电动车消费的档次将逐步拉开，一些整体品质卓越的高品位电动车将成为市场消费的主流，技术含量高的精品电动车因具有绝对的换代优势而受到欢迎。

5、由于农村普及速度加快，一些低价位电动车的需求重心由城镇居民家庭向城郊农村地区延伸，需求总量呈稳步上升之势，产销状况趋势向好，生产处于良性循环的合理区域内。加之最近处于“非典”时期，更为电动车市场带来前所未有的机遇和挑战。6、地区性品牌借助地缘资源在当地拥有相当的市场占有率。

因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

1、技术竞争必将升级。随着电动车行业第二轮高速发展期的来临，国内电动车市场的格局将面临着重新洗牌，新老两大阵营之间的对抗将围绕如何赢得电动车换代市场来进行。

2、电动车企业的营销管理能力将接受严峻考验。绿源及其他新进入者，营销管理规范、系统运作，市场控制力强、市场策划一流、手法稳健，A电动车将如何应对，如何强化自我的营销能力，将成为对A电动车的最大考验。

(六)融资计划

公司计划以借贷形式，一次性借贷100万美元，用于新品开发、设计、市场推广、广告投入及扩大生产规模。

其中20万美元，用于市场推广及广告费用;80万美元用于其他营运活动。

公司计划以两年收回运营资本

三、市场推广

(一)营销策略

品牌定位：中高档。

目标市场：国内二级、三级。

渠道策略：特许经营、专卖连锁

产品策略：在建立行业品牌形象后，向相关联的领域拓展，营造属于A品牌的形态意识。

(二)推广预测：

年份 终端网络 销售额

20xx 50家

20xx 100家 10000万

20xx 200家 15000万

20xx 350家 20000万

在销售额达到10000万时，计划扩大生产规模(土地征用，厂房建设及设备投资)，达到年产A电动车10万量的目标，满足2亿元的年销售额的需求。

通过一系列运作，于20xx年完成2亿元销售额，发展终端网络350家，年生产A电动车10万量。A品牌在中国的二级、三级城市的一类商场或街面拥有专柜或专卖店，并扩展到经济发达的一级城市。A品牌成为中国电动车行业的领导品牌，消费者对A电动车的首选品牌。

四、管理目标

A营销管理工程，以 责任清楚、机构合理、规范运作、提高效率、赏罚分明为目标，通过组织架构的设定和业务流程的重新梳理，将A公司建设成为以客户为中心、以市场为导向的现代营销型公司，使其不但能够出色完成公司下达的营销任务，而且能够在竞争越来越激烈的市场中引领整个A公司稳健发展、更加壮大。

通过明确相关岗位工作流程及相关岗位的岗位功能，界定相关岗位的岗位责任，相关岗位工作制度，绩效评估、激励考核及奖罚制度(包括各岗位的奖罚制度)，派出机构的管理，建立各类规范化表格(如：销售日报表、业务人员工作计划表、绩效考核表等)，及营销服务体系(服务的流程、规范、制度、政策、特色)等工作。

五、回报分析

按4年预期目标计算：

年销售额：20000万元

产品成本：20000万元 ×50%=10000万元

市场推广、广告营销费用：20000万元×20%=4000万元

税 收：20000万元×10%=20xx万元

利 润：20000万元×20%=4000万元

六、STOW分析

优势方面，A已有相关产品生产及销售经验，在统一经营上领先一步。有利于树立企业的整体形象，提高产品及服务质量。

A主要劣势，是没有形成一个以市场为导向、以顾客为中心的组织体系，A内部没有形成统一的价值观，而且在新品开发、设计、工艺质量方面，条件不够成熟。

同时，主要竞争对手的市场意识在增强，渐渐都开始注重品牌和服务，机制灵活，对市场变化反应迅速，对A形成较大威胁，加之行业跟随者及其它品牌的进入将分享A品牌的市场份额，使A品牌渐渐失去行业绝对领导品牌的优势。

A系列产品虽说市场潜力很大，但需主推A电动车，其它产品自然销售。只有当产品向专、新开发，渠道和服务向深、广发展，才能使A品牌真正强大起来。

通过对市场的分析，我们发现，电动车行业在国内外市场上是属于新兴的产物。这反而给A提供了很好的机会。只要及时调整企业战略，充分利用资源，进行合理整合，A品牌是可以在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

企业创业计划书9

一、执行总结

二、项目介绍

三、市场分析

四、总体进度安排和发展策略

五、营销策略分析

六、企业财务收支预测

七、风险应对

八、远景规划

第一章 执行总结

随着社会的发展进步,生活水平不断提高,对于生活的要求也成不断上升趋势.在中国各大城市的西餐/烘焙行业,也随之发展并占有一席之地,有着空前的市场发展空间,这个几千年的西方饮食文化以迅雷不及掩耳的速度登陆了中国市场.我们先要开一个可以用不同的方式做蛋糕的一个店，可以说成蛋糕店，当然想法有许多不一样的，吸引人的是我们的蛋糕店是让顾客说出自己心中的蛋糕是怎样的，然后由我们的蛋糕师来完成。

这种做法我想目前蛋糕店很少有，这是我们的亮点。当然我们还有一个目标，就是可以将蛋糕当成艺术品，收藏，材料我们会用翻糖。这种蛋糕目前有，为了给人留下美好的回忆，秉着这种理念来做蛋糕，我想是很多蛋糕店都想完成的。

而我们就会为那些人尽力完成.当然我们拥有一个很努力，很有实力的团队。从策划到宣传，再到卖出。他们实打实的做着，从顾客那里做问卷调查，然后尽量根据他们的要求做。所以我们人吁业内人士,放远眼光, 从惨烈的价格战和同门残杀中跳出来；从产品、营销同质化中走出来放眼未来,着手现在, 开始真正的规范发展行动――.创造真正属于自己的，具有独特特色专业的强势品牌企业。

1、公司的使命是：“美味、健康，每天为您提供新活力。

2、公司发展主题是质量、服务、健康、速度、全力推进现代化管理。

3、公司秉承“科学管理、品种创新、名牌质量、顾客满意”的宗旨。基本营销目标

第一年销售目标预计可达到200万元，基本的财务目标是，包括通过广告、公关等方面的投入，我们有信心能在第二年第二季度实现盈亏平衡。

第二章项目介绍

我们创立的蛋糕店，它的主打产品是翻糖蛋糕，翻糖蛋糕(fondant cakes)源自于英国的艺术蛋糕，现在是美国人极喜爱的蛋糕装饰手法!延展性极佳的翻糖(fondant)可以塑造出各式各样的造型，并将精细特色完美的展现出来，造型的艺术性无可比拟,充分体现了个性与艺术的完美结合，因此成为了当今蛋糕装饰的主流!翻糖蛋糕凭借其豪华精美以及别具一格的时尚元素，除了被用于婚宴，还被广泛使用于纪念日、生日。

企业创业计划书10

一 执行总结

1.1公司基本情况

一家集娱乐、健身、比赛、餐饮等特色项目为一体的大型篮球主题休闲娱乐中心。

1.2公司服务介绍

以健康生活理念为基础的休闲娱乐中心。内部设有４块用语正式篮球比赛的场地，供承办个人、企业的篮球赛事。另设有相关配套设施，进入场馆后，我们为顾客进行周到、全面的服务，大可不必担心出现的问题。我们还开设了篮球主题餐厅，供广大球迷朋友在此享受美食。最后，我们还有篮球游乐场，规模适中。内部有多台篮球投篮机和健身娱乐器材，其中还有一间商店，主要经营ＮＢＡ主打的球衣、Ｔ恤、球鞋等运动产品供广大篮球爱好者选购。

1.3管理团队分析

主要计划创业人员：付子豪、姚雪、刘涛、徐进进、张洋都是本科在读的大学生，每个人都富有激情，心怀梦想的奋进青年，责任心很强，对事业尽心尽力。在该计划的讨论上，大家都积极建言献策，深入了解市场情况，分析问题，力求尽善尽美。

1.4行业及市场分析

“运动达人派”服务覆盖人群广，从小儿到老人，特别是近年来人们对健康理念的深入理解，该服务的理念也深入人心。所以，该项目市场潜力巨大，前途光明。

1.5销售推广

本服务区别于同性质的其他服务的最显著特点就是人性化突出，它注重于消费者的身体体验和感受，实现了将服务于消费反馈同时考虑的条件。当消费者在享受服务时，随时可以与我们进行零距离交流，短时间内改进服务质量，该服务在现阶段市场环境下，极具创新力。就竞争者来说，该项目属于新兴的服务项目，如果一旦被广大人群所接受和理解，将呈现快速发展的繁荣之势。

1.6融资与财务说明

公司设立在铜陵市区。公司成立初期需要资金１０００万，其中风险投资８００万，公司投资１００万，流动资金贷款１００万。其中用于固定资产投资６４５万，流动资金３５５万。股本规模及结构定义为：公司注册资本１２００万人民币。其中，外来风险入股８００万，“行者”公司入股２００万，资金入股２００万。

公司从第三年开始盈利，到第四年后利润开始大幅增长，内部收益为５０．１％。风险投资可通过分红或整体出让的形式收回投资。

二 公司介绍

本公司为行者运动股份有限公司，我公司推广品牌“劲爆篮球达人派”是主打特色核心服务，本公司的销售宗旨是打造热心服务，秀出健康体魄，主要是针对现实社会快节奏的生活和不断出现的健康问题，我们倾力为广大需要健康生活理念的人群提供一个场所和一系列完备的运动设施来满足他们的需求，此服务在当今社会中下属于新兴而有活力的朝阳产业。

三 服务介绍

3.1以健康生活理念为基础的休闲娱乐中心。内部设有４块用语正式篮球比赛的场地，供承办个人、企业的篮球赛事。另设有相关配套设施，进入场馆后，我们为顾客进行周到、全面的服务，大可不必担心出现的问题。我们还开设了篮球主题餐厅，供广大球迷朋友在此享受美食。最后，我们还有篮球游乐场，规模适中。内部有多台篮球投篮机和健身娱乐器材，其中还有一间商店，主要经营ＮＢＡ主打的球衣、Ｔ恤、球鞋等运动产品供广大篮球爱好者选购。

本服务区别于同性质的其他服务的最显著特点就是人性化突出，它注重于消费者的身体体验和感受，实现了将服务于消费反馈同时考虑的条件。当消费者在享受服务时，随时可以与我们进行零距离交流，短时间内改进服务质量，该服务在现阶段市场环境下，极具创新力。就竞争者来说，该项目属于新兴的服务项目，如果一旦被广大人群所接受和理解，将呈现快速发展的繁荣之势。

3.2项目开发情况

本项目以突出人性化为理念，在实际中不断完善与改进，基本服务框架不变。之后会紧紧跟随最前沿、流行、时尚的潮流，充分吸收和应用国际、国内上的高端服务及项目加以完善和改进。

3.3产品服务的日常安排和计划

开始，我们会按照我们计划的方案去经营公司、项目。之后，我们会从过去的工作中寻找不足和要改善的地方。对于服务产品，我们会与消费者零距离交流，进行详细而深入的调查，从而不断提高我们的服务质量和水平。

四 市场机会分析

4.1市场研究的具体情况:

篮球是一项强身健体，放松身心的休闲活动是能大大丰富我们的课余生活的娱乐项目，从目前的实际情况来看人们的休闲方式还是很单调乏味的，除了那些KTV场所，很少能带来身心的放松。为此，我们以顾客需求为导向，开一个大型的以篮球为中心的娱乐休闲场所，根据在一定的市场调查范围内的结果分析，这个计划是可行的。

因此我们做了一次关于以篮球为中心的娱乐休闲场所的市场调查，结果显示有66.7%的人喜欢这种方式，但是，目前以这种休闲场所还很少，而且发现有很多的人都热衷于篮球，不仅能给他们带来身心的放松和愉悦，而且能给他们带来自信心。由此看来，我们的客源市场是很大的，而且本着高质量，人性化服务的原则，可进一步开发潜力市场，前景比较乐观。

4.2哪些人是你的顾客？

社会中各种青年、需要篮球馆的比赛场所（如各企业间的友谊赛）

4.3哪些人是你的竞争对手？

竞争对手：KTV，电玩城等，其中KTV的实力最强。开一个篮球馆场地要大，选址要合理。

如何扬长避短，发挥自己的优势力，规避劣势与风险。我们可以和一些商家建立友好的合作关系，不仅可以为公司创造利益，而且能提高公司的声誉。总之，竞争就是一种动力，只要我们处理好与竞争对手间的关系，善于借鉴与学习，相信我们的计划会有更大的前途。

4.4面对竞争对手的措施：

《孙子兵法》中有一经典战略思想：“知己知彼，方能百战百胜。”经营也一样，不仅要了解自己的优势与劣势，也要了解对手的优势与劣势。

竞争优势是：

（1）篮球馆的空间大，满足顾客的要求，相信会成为广大朋友的喜爱。

（2）服务周到，就算不会打会有专业人员免费教你玩，所以不用担心自己的技术不好就不好意思玩。

（3）篮球已经成为众多人喜爱的运动，因此本篮球馆的发展前景很大。

（4）设备齐全，馆内设有商店和餐馆，你可以在打完篮球后就可以在此享受各种优质服务。

总之，竞争就是一种动力，只要我们处理好与竞争对手间的关系，善于借鉴与学习，相信我们的计划会有更大的前途。

五 市场营销

国家运动器材组织的住处与研究主任说，90年代娱乐市场的发展将对经济产生深远的影响。他还说，从1990至1992年，参加休闲运动的人数啬了6.2%，预计这个增长趋势仍将持续。据权威估计，娱乐活动一年能产生3500亿以上的收入。篮球中心已制定出销售策略以保证市场渗透。

5.1产品策略

服务区—这是我们特色服务之处。馆内设计美观，正中是篮球场地，四周是座位，周围设有商店和餐厅，在你打球累了之后，可以进去服务区享受服务，品类齐全，设有各种饮料和零食，点心，能满足顾客的需要。

5.2广告策略

直接邮信是我们向周围地方传递信息的一种经济有效的方法。很多俱乐部均采用此销售方法，它已被证明是一种成功的方法。

直接推销将被用于各大公司组织和单位用来进行友谊赛。为能在这一新兴事业早期以最经济的手段尽可能占领市场，我们将直接与一些大公司取得联系。这样将保证篮球中心为它们开展联赛及时签署合同，同时满足他们的具体要求。

我们还将利用打电话的方式与个人联系。为了高效率地向我们的目标市场传递信息我们已经同几个广播电台签定了广告合同，广播的广告费用是每半分钟500元(黄金时间)。我们还将联系不同的协会组织，把我们的广告夹在他们的宣传信件中发出。

竞争性推销策略

中央俱乐部最初是采用直接邮信的方法进行推销的，他们也在地方报纸上做广告，并参与一些购物中心的健康知识普及及活动，以使顾客对运动产生兴趣。事实上，中央俱乐部在开放之前已将会员名额售满足，并保证一个排队名单。这说明它们的推销工作是成功的，篮球中心将采取类似的方法进行开放前宣传。

5.3员工及其待遇

为了扩大会员队伍和增加收入，篮球中心将在开放前进行吸收会员的促销活动。我们一次性入会费是每个家庭300元，较中央俱乐部的600元低。我们的会员在交付入会费和月会费之后，可免贯参加篮球中心的联赛活动，联赛期间外可使用篮球馆。

职工策略

篮球中心预计第一年需要10名全职人员，19名半职人员。全职人员包括篮球指导、维护人员和统计分析。他们的工资根据不同职位将在每小时8元至14元之间，另加各种福利(如医疗、人寿保险等)及免费家庭会员证;工作满足一年以上者，每年可享受两周假期。半职雇员将由主管人员指导，工资为每小时5元，也可获得家庭会员证。

企业创业计划书11

一．产品（服务）介绍

1.本店主要经营各种咖啡、奶茶、啤酒，另外，为了满足顾客的消费需求，同时经营双皮奶、刨冰、奶昔、果啤，各种果汁及饮料和各种小吃，如各种口味的瓜子和爆米花，薯片等。

2.本店主要为情侣设计，也主要是针对大学生。内设小隔间，每个隔间风格各不相同，赤、橙、红、绿、青、靛、紫是各个隔间的主打颜色。在颜色的基础上，通过对摆设的布置突出各种主题。红的热情，绿的清新，橙的温馨，紫的浪漫，同时还包括一个大的隔间，约12平米。供朋友聚会，生日聚会使用。因为房间有限，使用需要提前预约。

3.为吸引顾客，本店会通过不断地尝试来研发新类奶茶，新类奶茶会成为本周的推荐饮品，在推出的前两天会特价销售，如果反响好的话会成为本店特色产品。为了不被因模仿而被超越，我们会不断地推出新产品、节日产品和周年产品。如情人节：推出情侣奶茶，光棍节：推出单身奶茶，儿童节：推出卡通形状的塑料杯。不断地因特色而吸引顾客，使顾客对本店印象深刻，并逐渐地形成口碑，成为企业的无形的品牌资产。

4.同时，本店还办理情侣会员卡，会员积分享受优惠或者礼物兑换。

5．不断变换包装来满足消费者的需求，根据消费者的爱好挑选吸管的形状，颜色。以及通过调查选择杯子图案。

6.店内服务员男女人数相同，各穿不同颜色情侣装。给人耳目一新的感觉。同时也减少学生顾客的尴尬。

二．公司概述

本店名“xx饮品店”易记顺口，可以让人很快记住。我们的目标是以一般奶茶店不具有独有的特色吸引顾客而获取大的利润，专门针对大学生情侣设计。为情侣提供一个休闲私密而且温馨的地方。爱是一个永恒的主题。“xx饮品店”可以让人无限遐想，“爱我吧”“让我们相xx饮品店”不同的人会有不同的扩展。这也是一种引人注视的企业文化。

“xx饮品店”选址在大学生较集中的中心点，可以有源源不断的客户群。本店的特色不在饮品，而在于独特的环境和服务。给人提供一种新鲜感。用新鲜的企业文化来征服消费者并获得更多的忠实顾客。

1、公司宗旨

以大学生情侣为主要客户群，专一市场经营，用更好的产品，更特色的服务，吸引更多的客户。

2、经营目标

在经营初期，我们主要目标是进入目标市场，随着市场不断做大，我们的目标是占据更多的市场份额。

3、产品优势

奶茶品种繁多，可供顾客选择的空间大，又不乏特色（其中养生奶茶欢迎)，制作奶茶的速度快，口感较好，价格合理，服务周到。并能根据消费群体的不同及季节差异，推出不同产品不同包装和服务。

4、管理团队

在我们这个创业团队中，总共有六人，分工如下：

制作、销售、现金结算、服务、店面整理、材料订购。

5、公司标志

一颗带翅膀的心，翅膀上面写着xx饮品店，是爱的传递。里面写的贴心服务是我们想给顾客的。

三．市场需求与竞争分析

1.市场需求分析

除了一些大品牌的咖啡屋，像万达的星巴克等，其他大多数热饮冷饮店都是顾客买了就走，很少有提供一个温馨场所的环境，许多原料直接露天摆在外面，而且放置原料的地方，都不是很干净，容易让客户反感。

2.竞争分析

(1)波特五力模型分析

1.现有竞争：在市场中发现“xx饮品店”的直接竞争对手是星巴克这样大品牌的饮料店，但它的大多数顾客是小资群体，产品价格定位比较高。通过两者比较，“xx饮品店”更适合学生这样的消费群体。

2.潜在竞争者:面对学校周边这样的环境，很多学生也有开类似的店铺。

企业创业计划书12

店铺选址与设计方案店铺管理货源渠道市场分析发展战略宣传工作营销策略经济成本与效益分析风险规划

一．行业背景：

随着我国居民生活水平的提高和消费观念的变化，饮料已从昔日的生活奢侈品转为日常的生活必需品。同时随着消费者追求健康、天然的意识的不断提高，饮料市场对品种的需求也在发生变化，享有“饮料新贵”之称的奶茶饮料开始成为饮料市场上最亮丽的风景。

然而，在人们品尝清爽可口的奶茶饮料背后，奶茶饮料市场却是波涛汹涌，大战在即。昨天的奶茶饮料“七杯茶”在遭遇“黑潮”与“快三秒”的突围后，由于缺乏创新与有效的营销战略，已经逐渐被二者越抛越远。而当黑、快的交战不断升温的同时，其他饮料商家也已经“磨刀上阵”了。尽管奶茶饮料市场群雄并起，并已形成了几大品牌共同掌握市场的局面，但仍有许多企业在全力跟进，抢夺市场份额。

面对巨大的市场潜力和激烈的市场竞争，新兴饮品应该如何以挑战者的身份进入这个奶茶饮料市场？公司应该如何发展呢？市场前景何在呢？

二、店铺介绍：

1、店铺名称：青春行

2、店铺结构：一支富有朝气蓬勃，时刻关注商场动态需求，具有创业精神齐心协力的团队。

3、店铺运营状况：本店实行全日营业制，营业时间为上午八点-晚上十点，考虑到奶茶店在春夏秋冬会出现淡季和旺季之分，我们将根据实际情况，适当在时间和人员上进行合理调整。

4、产品服务与特色：本店主要提供一系列奶茶产品，如：茶饮料、沙冰、刨冰、烧仙草、奶昔，咖啡等，店内现代化简单格调，设有舒适隔开的小雅间，供顾客闲聊休息，店内设有无

线网络，可供带有笔记本的顾客无线上网休闲。

5、本店宗旨：服务顾客，提供优质服务，把快乐带给大家，让大家在‘青春行’中感受到春日里的清新、夏日里的凉爽、秋日里的想念、冬日里的温暖。

6、本店目标：坚持自主创新，不断提高奶茶的质量，坚守自己的品牌，将本品牌发展成为市场品牌，并在整个湖南奶茶市场中打下一片天空。

三、店铺选址与设计方案：

〈1〉店铺选址：商业城步行街

优势：

1.、消费人群多，商业城步行街是集中全市人流量最多的，市场的地段。

2、周边有吉首市一中、民师附小、吉大师院等学校，人口集中，便于宣传，高校内一般都有信息交流的场所，如：广播、张贴栏??我们可以充分利用他们来宣传我们的产品，提高我们的人气。

3、集体活动开展比较方便，可以采用诱导式促销手段。

〈2〉设计方案：

劣势：商业城由于是人口集聚地，店铺的租金高，使资金周转的难度加大。

（1）用四个柜子围成一个正方形，员工于正方形内工作。

（2）总体分四种风格，分别为春、夏、秋、冬，以色调来达到要表达的效果，分别为：浅绿、橙色、淡黄、黑白相间，柜子贴上相应颜色的壁纸，员工配相应颜色的围裙、帽子，夏天给人以清凉爽朗的感觉，冬天给人以温暖似家的感觉。

（3）使用的杯子实行一整套专业化的模式，自己找厂家定做，于杯壁上印上我们的店名、宣传口号以及店面地址。

四、店铺管理

1．管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。重视个人的发展，尊重个人价值，各职能负责人相互协调合作，求得店铺的整体发展，实现1+1>2的效果。

2．管理决策

管理团队主要由我们创业小组人员组成。我们都是大学生，具有相关的专业知识，将为店面发展制定切实可行的决策，执行最有效率的任务。我们还将邀请具有本行业技术及管理经验的人员加入，并担任重要职务。

3．团队概述

学历背景：对奶茶行业有一定的了解，进行过奶茶方面的相关培训，具有强

烈的求知欲和进取心。

人际关系：有较强的人际亲和力，热情而且沉稳。

职业素质：信守；注重规范；具有吃苦耐劳的精神，能正确的处理好与

他人之间的关系。

五、货源渠道:

通过实地调查和网上咨询，我们找到了一家有权威性的原料批发市场。长沙市雨花区湖南高桥大市场及南昌市西湖区十全食品配送商行是一家集经销批发、招商代理的个体经营，珍珠奶茶原材料、机械设备、咖啡原料、红茶系列、奶茶设备、果味粉、果汁等、奶茶原料、杯子封口膜、果肉果酱、果肉饮料、咖啡原料设备等是长沙市雨花区湖南高桥大市场及南昌市西湖区十全食品配送商行的主营产品。长沙市雨花区湖南高桥大市场及南昌市西湖区十全食品配送商行是一家经国家相关部门批准注册的企业。长沙市雨花区湖南高桥大市场及南昌市西湖区十全食品配送商行以雄厚的实力、合理的价格、优良的服务与多家企业建立了长期的合作关系。这里的货源好，品质上有保证，又有国家相关部门的批准，因此，在货源上我们就多了一份保障。

六、市场分析：

1、产业背景分析：

随着市场经济的发展，人们的收入也稳步提高；收入的增加使人们对饮食提出了新的要求。人们的饮食观念也正在发生着越来越大的变化：由原来的“吃饱喝足”到21世纪初期的“吃好喝好”再到现在的“时尚饮食”。

奶茶产业作为饮食行业中一个新的发展亮点正吸引着越来越多的投资者和参与者，而它本身也是在这一背景下产生，发展壮大的；它正扮演着一次饮食行业的异军突起。到目前为止奶茶的市场饱和率远未达到，为数不多的几家奶茶经营店正主导着广阔的奶茶市场，如：“黑潮”奶茶联盟店。还有很多市场缝隙没有被发掘，因而市场前景看好。奶茶店继续在以其投资少，见效快，收入稳定，风险小吸引着各类创业人士。

2、市场背景分析——SWOT分析

企业创业计划书13

企业名称：日用百货店

创业者姓名：李

拟开店日期 ：

一、企业概况

服务类企业，主要经营酒水、饮料、糖果、面包、饼干等副食品及日用百货的批发和零售。

二、企业地址

胡家坝镇新风街西口。这里人流量大，是小学生以及他们家长的必经之路，消费群体集中。

本人在这里有两间门面房，任由自己装修，无后顾之忧。

三、创业者的个人情况

本人待人真诚友善，人缘好。口齿伶俐，善于和陌生人沟通。前几年在北京江苏等超市做过销售，近两年一直在当地超市做销售。

四、市场评估

目标顾客描述：胡家坝小学周边的师生、镇村民众。市场容量的变化趋势：

1、随着学校的扩建和扩招，本地学生会逐年增加。

2、本街区现已开发，店铺增多，到这里消费的人也会逐年增加。因此市场容量会逐年增加。竞争对手的主要优势：

1起步早，有经验。

2.经营时间长，有一定数量的老顾客

3.优先挑选了较好的地理位置

竞争对手的主要劣势：

1.不卫生

2.副食品种少

3.价格比较贵

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1.价格实惠

2.品种多

3.店面有特色

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1.起步晚，经验不足

2.没有老顾客

五、市场营销计划

1、商品与主要特征

商品 主要特征

酒水、饮料、糖果、卫生,美味,美观

面包、饼干等 品种多,可以随意搭配

2、占领市场构想

第一年为熟悉业务期，和供货商搞好关系，和消费者建立互信关系。第二年优化服务期，用最好的商品，最实惠的价格，最优良的服务占领市场，立稳脚跟。第三年为扩大经营期，增加商品种类，加大宣传，扩大消费人群，提高市场占有率。

六、所需费用

装修 10000元

柜台 10000元

首批铺货 40000元

流动资金 20000元

共计 80000元

企业创业计划书14

一、目标概述

(一)企业目标与计划的关系

企业目标是企业的一切生产经营活动的阶段目的或最终目的。金字塔的顶尖是一个企业的任务，也就是企业的总目标。总目标直接基于所选定的任务。接下来，战略计划、分段目标和行动计划又由总目标引出。

战略计划一般都是由组织内的高级管理层制定。分阶段目标则是在总目标和战略计划的结构内所要达到的更为详细、更加具体的目标。行动计划可以是与分阶段目标，或者总目标相关联，也可以是同时与两者相关联。

(二)目标内容

一个企业往往有许多目标。有的可能是关系经济方面的，有的可能是涉及社会、环境或政治方面的。一般来说，管理成功的企业应包括下列目标：

(1)市场方面目标;

(2)技术改进与发展方面目标;

(3)提高生产力方面目标;

(4)物质和金额资源方面目标;

(5)利润方面目标;

(6)人力资源方面目标;

(7)职工积极性发挥方面目标;

(8)社会责任方面目标。

(三)制定目标应注意的问题

1.目标应具体

一般组织目标的通病是叙述太笼统。所定目标虽应有一定的弹性，但是还要使目标具体化，例如：销售额比上年增长5%，到1997年市场占有率应达到15%等。

高层的目标越具体，则组织基层制定目标的过程就越简单。

2.目标应可衡量

如在下一个计划把市场占有率提高5%，这一目标是可衡量的，它使管理人员在中能衡量进展情况，并把实绩和预期目标相对照;

3.目标不应强调活动，而应强调成果。

4.目标既应切实可行，又应具有挑战性。

(四)如何有效制定目标

1.了解目标的目的制定目标一般有两个基本目的：

(1)给组织树立一个射击目标;

(2)为制定其他目标和计划提供一个网络。所谓网络就是争取目标实现过程中所采用方法和步骤。

2.正确阐明目标的内容

内容要具体，但要简明扼要，并要有明确的时间幅度。

3.各种目标的一致性

一个单位的最高管理者必须保证使本组织内的各种目标与总目标一致。

4.有效的奖励制度

在目标的制定过程中，应注意建立相应的奖惩制度，有效的奖惩制度能促进目标的制定和实现。

企业创业计划书15

一、推广策划草案

(1)策划目标

短期目标：通过媒体宣传、口碑相传、企业形象设计、小区推广、家具展览会等方式迅速树立并提高本公司在六盘水装饰行业中的知名度和美誉度，扩大市场份额，增强竞争力，更快地创造可观的经济效益，同时获得显著的社会效益。

长期目标：把公司做大，做强，实现公司的可持续发展，实现品牌化

A报纸杂志。可考虑在汉中有较大影响力的报纸上连续发布装饰的风格，要有主题，持续跟进，同时可考虑在一些相关的行业杂志上陆续以装饰的名义刊登家庭装修知识解答，扩大名牌的知名度。B户外广告。主要有立体广告牌、公交广告牌，公交车身等。尤其要注意那些档次较高的小区附近的广告牌，一定要想办法拿下。C电梯广告。电梯是大部分中高层消费者上班的必经途径，而作为装饰行业在电梯方面有“近水楼台先得月”的优势，一定要利用好这个方面。广告语要简洁明了，画面色彩鲜明，有冲击力。

(2)联合促销

与知名品牌的家具或家用电器生产商或销售商建立联合促销的关系，致力于双赢。比如，可将家装与海尔空调、联想电脑等捆绑销售，给那些购买这些电器的消费者在家装方面一定的优惠，以这些电器的销售带动装饰的品牌推广。

(3)小区推广

1.选择新开的楼盘(如：五一、十一)同时举行推广活动，形成浩大的声势，展现装饰的实力。

2.一定要想法取得该小区物业公司的大力支持，最好能建立长期的合作伙伴关系。

3.在小区正门设置充气彩虹门，打出装饰的条幅，辅以一定数目的印有广告语的大气球。

4.向过往的居家客户和来看房的消费者发放装饰宣传单，并赠送印有装饰广告的手提袋。

二、同行市场竟争分析

六盘水目前有装修公司70多家，加上游击队有一百五左右。云上和鼎鼎昌盛主要是中低端，在广告上做的力度很大，他们分别在公交车电视和车身上做广告，还有在每个新开的小区电梯也做了宣传，还设了点。且他们也让客户看到放心、现实的材料。所以他们的上门客户很多。三星、星艺、尚易、都是高中端的，但是他们来六盘水的时间有几年了，他们有自己的客户群介绍新客户，是我们公司不能比的。还有个即将开业的温沙堡和上海波涛，温沙堡是走中高端路线，从建材到装修到家居一体化;有一些小公司，他们专门用一些劣质的材料，把价格降得很低吸引客户。六盘水的客户90%是些重视价格，没有消费理念的。

建议：我们可先从中低端入手，迅速占领市场的(1-5%)，再引进一些材料放在公司，先做出更多的工地，把公司的品牌打出去。然后等时机成熟了再转向中高端。高端做形象，中端做利润，低端做市场。劣势：我们公司还没有形成品牌效应，没有树立一定的形象，没有固定的消费群。

三、目标和团队组建管理

团队成员：10-15人。分组团队，5人为一组。每组有个主管。市场人员多有两个好处，1，能在每个小区都收到利益，每个小区都有我们公司的业务员，能增加签单率，能达到市场人员的积极性和激励，2，能很快的把公司的品牌打出去，能很快的到达公司目标的市场占有率。

管理方针：公平、公正、人性化、能者上，平者下，科学管理。

用人准则：有才有德，重而用之，无才有德，培而用之，有才无德，兼而用之，无德无才，弃而不用。

经营方针：科学环保，创新取胜，效益共享。

日目标：每个业务员一天带1个客户回公司了解，一星期5个，每个月15个(包含上门客户)，每人每月最少完成10万的业绩，公司月业绩每月100-150万元(装修淡季视情况而定)。年目标1000-1500万元。

四、目标消费群分析

第一类：在六盘水主要的消费群是由80%的水矿工人和水钢工人及一些贸易公司白领、银行工作人员、教师组成。他们都是中低端客户，一般消费在7万-10 万(包含主材)，不

包主材在4万-5万。这一类是我们重点推广的目标，他们一般希望是物美价廉，花最少的钱装修出上档次的房子，可以给他们装修一些豪华、欧式的装饰，和其他公司形成差异化，要强调高品质，并不是高价格，价格应在同行业之下。

第二类：中高端由一些私企老板，煤老板，高级白领，政府工作人员组成占市场10%，他们的在装修上更多关注的是设计和公司实力，一般消费在11万以上(包含主材)，不包主材6万以上，我们可用舒适、大气、尊贵的装修来吸引他们。价格应在同行业之下，和其他公司形成差异化。

第三类：是由一些工薪阶层(工资较低)和一些被房地产开发商所占地皮赔偿而买房的客户占市场的10%。他们属于低端，这类人一般只问价格，从不问公司的实力，设计师的水平，一般消费在5万-7万(包含主材)，不包主材在3万-4万，对这类客户应给他们传达的是价格，或是满足他们的心理价位，价格应在同行业之下，但质量也要有所保证。

设计部协助：1注重理念设计的新颖性，另外就是设计理念水平的不断提高。可以想象，每个公司都可以采用先进的材料，最低的价格，相同的样板房，关于这些提高空间都是有限的，都是摆在市面上的。

1.公司建立客户逐步质量认定制，本公司实施客户逐步质量认定制，工程从材料进场到竣工验收，均请客户共同参与，每一步均需有客户认定签字，每一道工序验收前，质检员或工程部经理应教会客户如何进行检验。

2.并有完善的咨询体制：客户咨询，电话咨询、客户上门咨询、设计师上门咨询。

3.业务员每日接待新客户时，要与客户填写“客户洽谈单”，并对客户就公司情况做简单介绍。

4.客服员根据客户的需求推荐合适的设计师为客户服务。业务员定期协同设计师电话回访填写“客户洽谈单”的客户，征求客户对公司的服务意见。公司为客户免费提供看房，参观工地，专人讲解。并与客户修改、认定，我们会充分了解您的需求，最大限度的贴切您的意愿设计。

5.而此时公司的设计人员会绘制详细图纸，图纸、预算需经设计主管审核、签字。合同签订后，三天之内会给您出齐详细施工图。而后签订施工合同，客户交首期款，签订合同后，我们会让业务员为您培训《客户须知》及必要的家装知识。

五、市场营销

1.在各个小区把公司业务员分散安排，和客户当面沟通、交流。这是公司知名度推广最好、最有效的要点。

2.针对各个小区要提前活动宣传策划，不要临阵磨枪。还有样板房优惠，优惠券，会员卡营销(注册会员，以后推介顾客过来给予奖励和给予客户返价)等等。

3.在各小区把印有公司名字的水杯、餐巾纸、雨伞等送给客户，让他们为我们做推广。

4.价格技巧：尾数定价，例如原本预算额为50000元，那么可改成49988元。可达到在视觉上感觉不是很高。

5.在公司内部或公司门口一定要看到样板房征集和某某活动这几个字。还有公司在做的工地就是很好的广告，一定要利用好，可在门上、阳台上、窗户上做\*\*\*装饰几个字，全红色字底白，字一定要大，否则看不清楚。

6.利用知名网站或百度贴吧做宣传。设计师把他们好的效果图，或是我们在施工的工地的小区名称楼号、效果图知放到有知名度的网站上，我会在百度贴吧里创建一个关于公司平价的贴吧!增加公司的知名度

**第五篇：企业创业计划书**

企业创业计划书15篇

时间就如同白驹过隙般的流逝，迎接我们的将是新的生活，新的挑战，现在就让我们好好地规划一下吧。好的计划是什么样的呢？以下是小编为大家收集的企业创业计划书，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

企业创业计划书1

一、目标概述

(一)企业目标与计划的关系

企业目标是企业的一切生产经营活动的阶段目的或最终目的。金字塔的顶尖是一个企业的任务，也就是企业的总目标。总目标直接基于所选定的任务。接下来，战略计划、分段目标和行动计划又由总目标引出。

战略计划一般都是由组织内的高级管理层制定。分阶段目标则是在总目标和战略计划的结构内所要达到的更为详细、更加具体的目标。行动计划可以是与分阶段目标，或者总目标相关联，也可以是同时与两者相关联。

(二)目标内容

一个企业往往有许多目标。有的可能是关系经济方面的，有的可能是涉及社会、环境或政治方面的。一般来说，管理成功的企业应包括下列目标：

(1)市场方面目标;

(2)技术改进与发展方面目标;

(3)提高生产力方面目标;

(4)物质和金额资源方面目标;

(5)利润方面目标;

(6)人力资源方面目标;

(7)职工积极性发挥方面目标;

(8)社会责任方面目标。

(三)制定目标应注意的问题

1.目标应具体

一般组织目标的通病是叙述太笼统。所定目标虽应有一定的弹性，但是还要使目标具体化，例如：销售额比上年增长5%，到1997年市场占有率应达到15%等。

高层的目标越具体，则组织基层制定目标的过程就越简单。

2.目标应可衡量

如在下一个计划把市场占有率提高5%，这一目标是可衡量的，它使管理人员在中能衡量进展情况，并把实绩和预期目标相对照;

3.目标不应强调活动，而应强调成果。

4.目标既应切实可行，又应具有挑战性。

(四)如何有效制定目标

1.了解目标的目的制定目标一般有两个基本目的：

(1)给组织树立一个射击目标;

(2)为制定其他目标和计划提供一个网络。所谓网络就是争取目标实现过程中所采用方法和步骤。

2.正确阐明目标的内容

内容要具体，但要简明扼要，并要有明确的时间幅度。

3.各种目标的一致性

一个单位的最高管理者必须保证使本组织内的各种目标与总目标一致。

4.有效的奖励制度

在目标的制定过程中，应注意建立相应的奖惩制度，有效的奖惩制度能促进目标的制定和实现。

企业创业计划书2

一、宗旨及商业模式

新生活酒店投资集团企业是一个提议中的企业，其宗旨是以网络为平台打造全新的餐饮文化。通过提供私人化、专业化、个性化、差异化、时尚化的全新服务，以顾客满意为导向，以追求时尚为目标，细心满足顾客需求，获得营业收入和利润，创造知名品牌。

本企业是一家处于创始阶段的企业，法定经营形式为股份有限企业。初期我们将主要针对新新的消费群体，给他们带来网络时代的全新餐饮方式，提供快捷个性的服务，合理的对资源进行有效配置。

二、我们的产品和服务：

我企业目前主要提供四种餐饮服务：

个人快餐业务(通过网上预定，指明具体时间，然后配送上门)

传统酒席业务(通过网上预定和桌面终端系统自主服务，方便快捷)

家庭就餐模式(通过网上预定和内容组合，将整个参桌送到家)

集体餐饮模式(通过网上预定开通网上虚拟宴会，如婚礼)

三、市场定位

我们将把目标市场定位在传统酒店的餐饮业上和非传统的家庭餐饮业上。市场调查显示，随着我们经济的不断增长，人们生活水平的不断提高，越来越多的人倾向于家外就餐或者自主就餐，并且只要经济的不断向前发展和网络文化的进一步冲击，这个市场上的消费群体就会越来越多，特别是那些爱好新潮时尚的人们。

四、竞争

我们将直接与餐饮行业所有单位竞争。由于我们采用了全新的订餐和就餐方式，所以从经营方式来讲我们是全电子商务化的，是全新的。通过进行网上预定和自行组合菜单，我们有两个优势，一是可以节约顾客的时间的机会成本，二是我们可以合理的安排库存系统，有效的降低成本，获取最大的利润，真正意义上的实现互利。通过企业文化的建设和在全国的推广，逐渐地的我们将在顾客中形成强势的品牌效应，所以我们是有优势的。

五、管理

初期推行扁平化的组织结构，减少管理层次，实行总经理负责制，直接管理职能部门、信息部门，各具体职能部门由部门经理分管。

u 经营管理型人才：以授权和程序去控制，以严格控制和灵活处理去管理，以人格魅力和有效沟通去领导团队，分别负责营销、采购、公关、人事、财务等部门。

u 市场开拓型人才：是迎接市场变化和竞争者挑战的中坚力量，着力研究市场开拓和业务扩展的可行性和实施方案。

u 业务支持型人才：具备整个网络平台的开发和管理系统的设计维护的人才，拥有企业管理信息系统(mis)建设的专业人员。

六、投资与财务

资金需求：成立初期共需资金470万。其中风险投资400万，短期贷款50万，申请广州市低息创业基金20万，其中用于固定资产投资\*\*\*万，流动资金\*\*\*万。

股本结构：企业注册资本500万，风险投资入股400万(80%)，特许加盟商30万(6%)，自筹资金入股70万(14%)。

扩大再投资资金来源：前期盈利、银行信用贷款、商业信用融资、融资租赁。

企业创业计划书3

目录

第一章 计划摘要--------------------------3

第二章 公司简介--------------------------5

第三章 企业的产品与服务------------------6

第四章 企业的目标市场分析----------------6

第五章 竞争者分析------------------------7

第六章 企业的营销计划--------------------8

第七章 企业的人员及组织形式--------------9

第八章 企业的财务计划--------------------10

第九章 企业的风险分析--------------------12

附录1 产品价目表-------------------------12

(一)公司概况

1、公司名称：贝乔服饰

2、公司地址：辽宁省东港市新兴工业园区

3、公司固定成员：

4、所属行业：时尚创意服装业;

5、业务模式：设计专属自己的服装为主营模式;

6、创业背景：

(1)现在的服装已经成为了反应着装者社会性的一种无声语言，所以那些标

榜自我存在、显现自我主张、有鲜明个性特征的服装必会受到消费者、尤其是年轻消费者的青睐，在现代人眼里，时髦、有创意的服装，能够张扬个性，可以更好的来修饰自我。

(2)对于现在买的衣服，我们往往会遇到一个很严重的问题——撞衫。无论

什么季节，我们总会发现自己买的衣服总有那么几件会和别人一样，于是就会觉得心里不舒服，就把它们藏在柜子里，不再穿出去。

第一章 计划摘要

(二)市场概括

目前服装行业的现状

经济全球化的形势下，服装行业的竞争日益加剧，这对我国服装行业既是新的机遇和挑战，同时也是中国从服装大国建设服装强国的关键。建设服装强国的根本性因素是依靠服装科技生产力的跨越式进步，实现劳动生产率的大幅提高。

服装设计是文化创意产业中的一个类别。中国拥有几千年的文化储备，文化资源相当丰富，北京、上海等地均在兴建创意产业园区，加强服装创意文化的市场拓展研究，在创造财富与就业机会的同时，促进行业的整体提升。

(三)营销策略

1、本公司根据现在的实际情况，采用招收设计师的方式，来帮助顾客设计、修改他们想要的服装款式。

2、采取产品多元化的策略，尽量满足顾客所需。

3、在价格上，因为我们大多针对的是年轻朋友，特别以大学生和刚工作不久的人群，他们的收入都不太高，因此我们的价格会适当定的比较低一些，是大众所能承受的。

4、在促销方面，我们会根据顾客的消费状况进行促销活动。比如送小礼物，打折，等等方式。

(四)生产管理计划

在工业园区租一个店面，面积不用太大，但是要布置的时尚，能紧跟潮流。店面主要就是为顾客设计出他们想要的，具有自己风格的服饰。

(五)资金需求状况

1、启动资金

(1)工具设备，计算机等：自有

(2)办公租金： 30000

(3)人员工资(年)： 40000(两人)

(4)销售广告： 1000

(5)办公费用： 4000

(6)布料，线等： 30000

以上为固定投资，共计750002、主要成本

(1)人员工资(年)： 40000

(2)材料： 30000

(3)土地租金： 30000

(4)销售广告： 1000

以上为全年主要成本，共计43100

(六)企业的财务计划

企业将建立基本的财务会计制度，对所有资金账目的使用情况进行及时的入账，支出与收入的款项必须经由会计记录或入账后方能使用。记账采用会计复式记账法，以科学的方法进行管理，以免账目混乱。所有的收款依据必须以一式两份保存，以便核对及入账。每期的总收入，减去一些费用，余下的全部存入银行。总之，企业的账目一定要一目了然，要十分的详细清楚。

第二章 公司简介

公司的发展理念(一)

以人们的想象力为基础，在原本的衣服上设计出顾客所需要的，适合自己的，具有自己的风格，个性的服装，不再遇到撞衫的尴尬场面，穿出自己的个性。

(二)公司的经营目标

本公司的经营目标重点以设计为主，让企业尽快以设计技术的精湛来开拓市场的渠道，建立属于自己的经营模式。

(三)企业的整体优势及发展战略

1、整体优势

据我公司了解，目前市场上还没有一家像我们这样的企业，因此竞争力低，容易吸引顾客的眼球。而且当今的社会，时尚是年轻人所追逐的，大家总想紧跟潮流，但是总是避免不了撞衫的尴尬，对于这种可以体现个性的店，很容易吸引大批的顾客。

2、公司的发展战略

第一阶段：熟悉服装业，建立自己的营销模式，拥有稳定的客户，实现在第一年还清贷款创造利润的目标。

第二阶段：扩大规模，实现规模效益。招聘设计人才，完善企业内部管理机制，为企业未来的发展奠定基础。多拉客户，让越来越多的顾客了解我们企业，熟悉我们企业，第三阶段：此时企业已经进入成熟期，已经有较强的实力，拥有了许多固定的老顾客，解决了人们遇到撞衫的尴尬。

第三章 企业的产品与服务

时下的年轻人喜欢个性、追求时尚，每个人都希望能够与众不同，对于服饰的追求也要标新立异。

其实，每个人的心里都有属于自己的关于服装的要求，很多人更是有自己的想法，但是苦于并不是学设计的，即使有再好的想法，也不能将它付诸实践。而我们公司就是针对于这样的一种情况，开拓出了一种全新的服装理念。

我们有专业的设计师，结合顾客自身的想法，量身定做属于每个人自己的个性服饰，真正做到了“只有想不到，没有做不到”。

第四章 企业的目标市场分析

(一)企业的目标市场

我们将目标市场锁定在20-35岁的年轻人身上，现在的年轻人注重个性，追求时尚。

(二)目标市场的整体情况

目前，市场上有许多不同种类的服饰卖场，但是像我们公司这样，将客户的想法与专业设计师的概念相结合的新型服装理念还是一个比较新型的创业项目。

(三)目标市场客户的需求状况

现在的年轻人穿衣服，已经不仅仅是为了御寒遮羞之用。服饰更是体现了人们的个性、品味，独特则是现在更多年轻人所追求的目标。

第五章 竞争者分析

(一)目前市场竞争优势

企业的主要竞争者是市场上出售服装的商家，他们有更为完备的供货，种类繁多。首先，对丹东的服饰卖场进行一个分析。

本公司主要的目标市场是整个丹东，但丹东又是全国较大服装批发地之一，可想而知，我公司竞争压力之大。这样的一种状况，对我们的服装价格也会有很大的影响。

(二)现有和潜在的竞争对手分析

竞争对手SWOT分析

本公司的优势： 优势一、服装理念新颖

优势二、国家对于大学生创业的支持

(三)采取的措施

面对这样的竞争形式，我们采取以下措施：

(1)

(2)

(3)

第六章 企业的营销计划

(一)产品策划

首先企业会在产品上做一些营销策划，比如说一些社团的表演服装可由我们设计提供，若觉得觉得我们做的有特色，或则手工满意的，可以下次自己设计由我们来制作。如若不满意，社团有权不使用我们提供的表演服。

(二)关系营销

因为本公司是在校大学生建立的，人际关系网比较大，可以采取上门宣传和关系宣传两大组和来扩大本公司的销售渠道，使本公司更快的打入市场。

(三)媒体宣传

在公司建立之初，可以通过校园宣传栏的宣传，提高公司的知名度。

(四)网络营销

在公司建立之初，我们会制作一些我们自己DIY的衣服放入网站，有助于更多的人去了解我们的公司，我们的产品理念。

(五)体验营销

只要是首次来的客户只需交一点点的布料费，可免费使用我们公司的设备，进行自己的设计。/ 12

产品策略。将顾客的想法与设计师的理念相结合，衣服新颖、独特。价格策略。制定“套餐”及会员价格。服务策略。以顾客为先，倡导独特个性。

第七章 企业的人员及组织形式

本公司企业性质是有限责任公司制，设有经理办公室，市场部，财务部，技术部，公关部5个部门。X，XXX，XXX和XXX为实际控制人，其他人员都是以员工的形式加入，他们可以为企业提供一些意见，并且为本公司的设计师。

公司职位设有设有经理办公室，市场部，财务部，技术部，公关部5个部门。员工6人，现有6名成员。具体名单安排如下：

x任总经理，x任财务部部长，x任公关部部长，x任市场部部长，还有聘请的两名员工，有一定的相关证书与经验。x的主要职责是了解目前DIY市场的消费需求，消费者的消费倾向，预计布料价格的未来走势以及未来服饰消费增长走势。根据现有的产品负责产品的市场销售工作，建立稳固份额客体群体。x的主要职责是对X的一些数据信息进行有规律的调整，可以提出自己的看法。财务上，做好会计工作，对资金的出入做好详细的记录并保留凭证，以便以后的财务核对。在已有的会计数据的基础上，找出企业目前在资金使用上存在的不合理状况，提供解决方案，并预测企业未来生产经营的资金需求，提供符合企业稳固发展的资金链。x的主要职责是宣传本公司的经营理念、特色以及产品。x的主要职责是日常管理及产品的出售工作。外聘技术人员的主要职责是负责产品制作过程中得一些技术问题，并在消费者试用时担任辅导。

通过各自的分工，使企业的生产经营有条不紊的运作，有助于公司更好的发展。

第八章企业的财务计划

企业应收账款预算表

启动资金预测表

成本预算表

单位：元

销售预算表

单位：元

现金预算表

单位：元

由表可以看出企业刚创办的第一年现金收入较稳，随着生产经营的稳健步入，到该企业的第四季度资金稳健增加，在第一年的经营净利润打32903元，假设第二年的规模、费用、市场状况基本情况与第一年相同，伴随一些成本的降低，利润能进一步的增长，规模的扩大，品种的增多，未来几年企业将会越来越好，资金越来越多。

第九章 企业的风险分析

(一)市场风险

1、技术进步加快，新产品和新替代品的出现

2、新竞争对手的加入

3、市场竞争加剧

(二)竞争风险

企业由于刚进入这个行业，不懂行业的一些内在规则，较有可能迎来竞争对手的正面攻击，有一定的竞争风险。

(三)产品与技术风险

设计师的技术，是否能够后设计出顾客所满意的产品。

(四)财务风险

可能由于财务不规范的操作，致使资金使用混乱，造成资金短缺的财务风险。

(五)应对措施

风险规避

风险转移

风险减轻

风险接受

企业创业计划书4

一、行业分析

1、宏观环境分析

国家成功的经济改革，灵活的市场推动政策，使得国内的服装市场如火如荼。GDP、国民消费指数不断攀升，人们消费意识的不断增强，为服装行业展示了一个广阔的发展空间。

2、服装行业的发展趋势分析

服装行业在中国自古以来就是一大行业，发展至今，随着政策的开放与经济的发展，中国现已成为全世界的服装加工基地与品牌发展的战略阵地。中国是服装消费大国，也是出口大国，我国的服装出口额占到整个纺织产品出口总额的2/3左右，世界上所有的品牌产品60%的生产和销售有与中国有关，而中国内地市场每年的消费额在1000亿左右，且有不断增长的需求，市场潜力巨大。这就为我们开展品牌经营提供了广阔的空间。

服装行业是一个生活消费品行业，同时也是高利润行业。因利益的驱动与市场的需要，在整个业态的设计、加工、市场推广、直营、加盟等不同环节，已经发展成相对完善且专业的群体。近十年来，拥有庞大生产和消费规模的中国服饰市场，企业的经营模式和管理水平有了很大的提升，更加重视品牌的经营。

3、市场容量

拥有14多亿人口的中国在过去十年经济增长速度惊人。据国家统计局统计，2025年国内生产总值达95,933亿元人民币，比较上年增长7.3%。国内社会消费品整体销售额为37,595亿元人民币。有专家估计到2025年销售总额将达到10万 亿元人民币。国内服装销售市场十分庞大，据中华全国商业信息中心表示在2025年国内服装销售总量为5.7亿件，大型商场销售总量2.34亿件。随着经济高速发展和中国入世等利好因素，中国被视为现今世上最具发展潜力的消费市场之一。

4、机遇

1)中国经济增长强劲，随着WTO的推进和奥运的到来，将带动更多的外资品牌进入中国，需要与有实力的百货或品牌代理公司合作

2)在许多消费品中，中国是 “世界的工厂”，国内有大量的加工基地，为品牌开发的深入开展提供了条件

3)消费者的消费观念日益成熟，商家的竞争最终是品牌的竞争，品牌运作的时机逐渐成熟

4)品牌运作能加强对资源的控制，提高企业的竞争力和利润率

5)国外高档服装品牌如：路易威登、克来斯汀。迪奥、杰尼亚、范思哲、阿玛尼、宝姿等成功登陆中国市场并在中国服装消费市场获得巨大成功。这也证明了中国消费者对国外的品牌有一定的认知度和相当大的购买潜力

6)国家与服装品牌输出国欧盟的新一轮经济合作政策的启动

7)欧盟轮值主席国意大利贝卢斯科尼10月30日与欧盟委员会主席普罗迪一起同中国领导人举行会晤，并达成经济合作共识，表示将出台相关政策鼓励国内中小企业与中国企业合作。从2025年11月1起，欧洲十二国旅游对中国全面开放。

二、合资公司合作背景

充分利用双方的资源优势，强强联合，迅速占有市场资源。

1、xxx百货集团优势

1)xxx百货的品牌效应

2)百货业运作的丰富经验，对百货业发展趋势的准确把握

3)强大的销售渠道终端

4)资金方面的支持和保障

2、xxx公司优势

1)企业核心产业珠宝业遍布在全国各地大型百货店的庞大网络，可以共享的客情资源

2)雄厚的资金后盾

3)丰富的行业管理经验

4)灵活的管理机制

三、战略目标

(一)营销目标

1、在2025年获得总销售收入1000万元。

2、三年内，经过市场的推广，品牌在国内得到迅速发展扩张。全国各大商场起码有100家品牌形象店，其中加盟式地铺式专卖店30家;

3、建立科学管理体系及销售系统营运平台;

4、建立分工明确能协同作战的营销团队。

(二)财务目标

1、在二年内获得20%的税后年投资报酬率;

2、在2025年净利润达到 1000 万元;

(三)公司定位和品牌运作的方式

1、公司定位

合资公司将是一家专门经营国内外知名品牌的专业运营公司。经营品类包括服装、服饰、鞋、箱包、化妆品、家居用品等。

2、市场定位

公司采用贸易，零售，批发等多种经营模式，最终形成多品牌，多品类，多渠道的市场销售网络。

合资公司的产品将以公司直接或通过二级分销或加盟商在国内各大百货公司、商业街等卖场设立专柜、专厅或独立专门店出售

根据产品类别不同而有不同的定位，合资公司所经营的产品均注重品质，强调品味，价格相在同类产品中较高

3、品牌运作方式

1)做品牌的经销商

引进国外品牌, 由合资负责市场运作, 产品按照贸易价格从品牌公司进口

2)做品牌的代理

引进国外品牌, 全面负责产品的设计,采购,加工,市场和销售的工作, 向品牌公司支付一定比例的品牌使用费，可以考虑与设计公司和加工公司合作。取得品牌在中国的使用权, 需要有强有力的采购渠道和市场推广。

3)共有国外品牌

与国外服装设计室(或品牌公司)合作，成立利益共同体，由国外设计室负责服装风格与产品设计，合资公司则以网络资源及销售开拓管理成为对品牌共有的基础。

4)自有品牌

注册合资公司自有品牌, 自行负责品牌的全部运作，形成多种品牌、多种项目的规模效益。

四、销售渠道策略

总体运作策略：

1、以自营店作前期品牌网络发展开拓，再以二级分销及加盟店扩大市场占有率;

2、初期以王府井百货零售网络为平台，再以此模式在国内各大城市、各大有影响力的百货店形式网络连结;

二级代理商

对城市消费力相对较低，公司客情资源欠缺城市，主要采用二级分销方式，可充分借助代理商网络资源快速渗入市场;

特许加盟

充分利用加盟者的资金，辅助以品牌资源与管理。利用加盟者的资金来拓展自己的品牌市场，有利于企业的资金周转。这是一快速扩张品牌的最佳方法，可以尽快进行品牌点的建设。

网络抢占策略：

1.第一年以拓展王府井百货自有网点为主。条件许可，考虑在上海的华联、武汉的武百、广州的广百、天津的依势丹、深圳的西武、地王大厦等开设战策性网点;

2.以一级城市开设自营地铺专卖店为主，二级城市以代理、加盟店为主;

3.市场以华南、华东、华中为主，东三省暂不开发(王府井百货网络点除外);

4.重点营销区域：

a.一级市场所属省份或城市：上海、江苏、浙江、福州、北京、广州、武汉、重庆、成都、大连、深圳;

b.二级市场所属省份或城市：天津、长沙、南京、山东、广西、江西、安徽、云南、四川;

C.三级市场所属省份或城市：陕西、甘肃、宁夏、河南、河北、贵州。

拓展目标：

1.山东、河南、湖北、西北、江苏、贵阳先以二级分销代理模式推进;

2.公司自营店拓展以北京、昆明、浙江、福州、北京、重庆、成都、大连、深圳为主。

五、公司发展1-3年发展规划

1、一年内，成功代理一至二个国外服装品牌，依托王府井百货网络平台，设立10个专柜;

2、三年内，能成功代理三至四个国外服装品牌，网络开拓包括王府井百货在内的专柜、专厅100个;

3、与国外服装设计室(或品牌公司)合作，成立利益共同体，由国外设计室负责服装风格与产品设计，项目公司负责国内销售网络的建立与管理;

4、多种品牌经营同时展开，网络扩张到除了王府井百货之外的国内各省较有影响的百货。

5、品牌的经营开始拓展二级代理及特许加盟商;

6、在设计，生产，销售和市场推广等方面筹备创建自有品牌。

六、项目公司的组织架构

1、基本组织架构

2、各岗位或部门的基本职责

经理：

对董事会负责，全面负责合资公司品牌的运作与日常事务的管理，制定企业中长期的战略，确认与落实中短期目标和计划。

副总经理：

对公司董事会、总经理负责，分管相关职能部门

品牌引进部

1)品牌市场调研，信息收集和分析

2)制定选择品牌的标准,筛选品牌

3)实地考察品牌的市场情况, 拜访相应的公司

4)确定合作方式和条件

5)展开谈判，签订合同，为启动品牌运营做准备

市场部：

1)广告和媒体

2)公司品牌宣传策划，推广方案的制订

3)VI设计、品牌形象店效果图的制作

4)市场活动用品，POP，赠品等

5)培训

6)市场信息收集和分析

零售部：

1)市场的网络开拓

2)掌握销售状况

3)补货和调货

4)拜访客户

5)回收货款

6)查访柜台

7)导购管理

8)销售数据分析

物流及信息部：

1)到货管理

2)发货管理

3)保管管理

4)运送管理

5)盘点管理

6)信息系统的建立和运用

财务部：

1)融资，投资和资产管理

2)日常管理：财务预算，现金，存货，应收账款管理，费用支出管理等

3)制作资产负责表、损益表和资金变动表

人力资源部：

1)日常管理

2)招聘和解聘，升降职，调动岗位

3)培训管理

4)目标管理方案的制定

5)结合目标管理，建立绩效评估考核体系、激励机制

建立及完善以上管理程序是开展业务和实现合资公司整体目标的基础。

3、预算管理体系

建立预算体系，以便于公司根据市场情况的变化，及时做出调整，保证公司预算的实现。

A.财务预算制度

B.销售预算制度

4、推行目标管理

A.使公司全体员工理解公司的总体目标

B.更好地明确每人的职责和细化目标，提高工作效率

C.帮助员工学习达成目标的方法和步骤

D.为人事考核和评估提供依据

七、财务计划

开发，投资与回报，资金使用计划及盈亏平衡预计

1、启动资金的分配比例

起始资金500万元人民币，后续视发展情况而追加

1)50%用于:用于初期引进国外品牌

2)20%用于:开办10家50平方米的王府井集团直属的百货专柜

3)20%用于:人力资源

4)10%用于：公司办公初期费用

2、开办费

公司注册费(按照500万元)50，000

办公场所租金(1年)200，000

办公设备及用品(电脑，传真机，复印机，桌椅等)200，000

其他费用 10，000

合计 460，0003、品牌经营的前6个月资金投入

按照进口贸易形式引进国际知名品牌，首次同时进入10家门店计算，假设货品资金在六个月后可滚动使用，(每次订货要提前6个月)

商场每月按时回款。

货品(首次铺货)3，000，000

柜台装修 100，000×10 = 1，000，000

管理人员工资 5，000×10人×6月 = 300，000

差旅及日常交通费 200，000

合计 4，500，0004、损益及盈亏平衡预计

方案A、以下预算按照3年只经营一个品牌，开10家自营的零售店计算：

品牌运营的初期需要投入铺底货品，装修费，办公设备等，同时也是品牌的介绍期，预计前第一年的10个店的销售目标1000万元，达到盈亏平衡。以下预计是的损益表：

损益表(预计)

截至品牌运营第1年年末 人民币元

产品销售收入(应销售原价的零售额)10,000,000

减;销售活动让利 500,000

产品销售净额 9,500,000

减：百货店扣率(产品销售净额的28%)2,660,000

减：产品进货成本(应销原价零售额的30%)3,000,000

产品销售毛利 3,840,000

减：库存折价成本(应销原价零售额的5%)500,000

减：销售费用: 导购工资 360,000

交通及差旅费 500,000

装修折旧费 500,000

管理费用：管理人员工资 600,000

办公设备折旧及办公用品费 200,000

市场推广费用 1,180,000

利润 0

损益表(预计)

企业创业计划书5

一：公司介绍

特殊说明：我将家族本身拥有的一个服装加工场和一个服装批发零售店，以及它们在这九年历程中所吸纳的客户为起点，并依托这些优势前提，发挥自己的聪明才智，将其发展成一个富有实力的企业。

(一)、公司经营宗旨及目标

宗旨：公司始终坚持利益共享原则，绝不公以个人私利为导向，而作出有悖各商业联系间各个实体的行为。

目标：将依托家族产业等的优势前提，发挥个人和集体的聪明才智，努力将家族产业做大做强，最终将其打造成一个富有实力的企业。

(二)、公司简介

公司名称：中晟服饰公司

业务范围：主要的经营服装为主，但随着公司的扩大，公司逐渐涉入与服装有关的各个行业，如：布料生产，金融投资。

早期，针对零售商的加工订货。

将来，全方面的开花。

(三)、公司管理

1.管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将持集体利益共享的原则，重视企业各个部门人员的个人利益，并给予每个人自由发挥的机制，以此激励每个人充分发挥个人能力，为企业谋划更好的未来。

2.管理队伍

公司的发挥战略，人才战略是其中非常重要的一点。因此吸纳各方人才，将是公司的战略要点。我们将利用各方关系，竭力吸纳各方人才，以此构建一支充满省略，才能出众的管理队伍。

3.管理决策

早期，管理决策将由我们创业小组人员和家族待业本身具有的人员组成，并明确划分各自任务。我们创业小组人员将主要负责市场开发，以及对公司目标的规划的决策;而原有家族行业人员则负责厂务生产的日常管理事务。

将来，随着公司的做大做强，公司的管理决策将由管理部门决策，并细分许多市场直接机构贯彻和执行决策。

二：市场及竞争分析

(一)、市场介绍

中国拥有世界最庞大的消费群体，而服装作为人们日常用品，其需求量可想而知。特别是时尚服饰的需求，近几处呈现更加迅猛的发展趋势。我想这是由于中国经济的高速发展，人们生活水平不断提高，同时，也在接受新思潮的影响而致。但由于爱经济水平的约束，以及中国传统节俭思想的制约，人们大多青睐的往往是那些物美价廉的时尚服饰。之所以，进几年来在网上淘衣服的很多，但在网上买的话有许多缺陷：一是，质量得不到保障，二是：价格还是有点偏高。同时，不得不重点提出的是大学生那块，因为其对时尚服饰的要求最为强烈，特别是对物美价廉的要求强烈。这样也就促使了许多时尚服装店如雨后春笋般的兴起，它们的货源市场将是一个特别巨大的市场。

(二)市场机会及环境

说明：一个新兴企业，一开始就想走名牌路线，是不可成功的，甚至有可以招致自己，创业之路的失败。我们应该量力而行，采取循序渐进的方法，一步一步稳托稳妥打公司初期：我们规划着先打开零售商将产品市场信息打开，并吸纳许多忠实客户，为公司传播影响。

我曾为我的这一个计划，做过一次市场调查，我发觉许多时装店衣服质量是很差，但价格仍然很贵。在仔细询问才发现：原来它们的服装是从批发商那里进来的，进价较高。因此，假如说我们能够直接绕过中间商，而向零售商供货，并以每件只赚固定利润的低价供货，同时保证质量，其市场前景将是十分广的。零售商的广布性，也将为公司品牌创造提供有利条件。

名牌服饰的市场影响力和质量保证，固然较强，但由于每年广告费活动费等投入巨大，其产品价格也就不可能会太低，凭借着物美价谦的优势，我敢说市场前景将是广阔的。

(三)市场竞争分析

由于彩物美价廉的低价策略，其竞争力可想可知。不过仍会有潜在的竞争，许多企业在看到我们采取这样策略所收到良好效果后，仍会纷纷效法，同时，许多品牌厂商，也会采取代价策略来争夺市场。但由于本公司依靠互利共赢所构建的扩大销售体系，同时，在消费者心中建立的物美联社价廉的形象，将会为我们赢得有利条件。

(四)目标市场

企业初期主要针对零售商，间接针对消费者;

企业将来将主要针对消费者。

三：产品(服务)介绍

服务内容

基本服务：零售商将有公司每次供货前，所提供服装照片，以供选择。零售商逃选完毕，将住处上报，本公司将为其量身生产。

每次供货时产品中将夹带一张产品成本报单。

增值服务：对向零售商发货时产生的运输费，税费等中间环节产生的费用，均由其承担。不过若其能够每期向本公司提供有用的市场住处特别是消费者消费购买倾向的住处可酌情减免。

协议服务：如若其与本公司签定长期供货协议，本公司将保证每件只提取15元利润优厚条件供货，并将其纳入合同范围

(二)产品及服务规划

本公司完全遵从利益共享的原则，将任何商业伙伴利益都纳入考虑范围，并以此建立一套服务于利益的服务流程。

(三)商业合同协议的订立

1.零售单位只须祟营业执照复印件及负责人身份证复印件，可享受免押金，只须拨打我们电话预约，我公司按指定时间送货上门，并双方签订合同。

2.依照有关法律在与公司签订1年或以上的长期供货协议后，可预交相当于本公司所提货物应收利润的一半的押金，待到产品买出后再续交另一半钱。

3.本公司将保证自长期合作的每次供货，每件衣服只撮15元利润，并且每次发货到时，货中夹带一张成本报单，报单具有法律效力。

4.零售商每次向本厂提供有用的市场住处特别是消费者购买倾向等到信息，本公司可酌情减免发货途中产生的间接费用。

5.零售商可将自己设计或者其它任何方式搞到的服装样版提供给本公司。本公司估算其有市场前景后，会酌情量产，再销售。在销售结束后的利润结算中，本公司将会按比服装的销售利润的35%给予其分成。同时，将其产品生产，销售等到环节整理成详细的会计分录，经予其参详。会计分录具法律效力。

四：营销策略

(一)市场机构和营销渠道选择

早期时，我会利用大学同学网络，给予他们一定报酬，让其带着本公司的优惠条件，向各零售商进行点对点推销，以获取于那些零售商签订长期供货协订。

将来，我们将充分信赖与零售商所建立的关系，利用其直接与消费者接触的有利条件所能即时向我们反馈的有力市场信息，并能依此即时制定有利的营业员销策略。同时，我们会建立公司专门的营销机构，加以辅佐。

(二)营销队伍和管理

早期的营销团队，将是由我组建的一个多层次推销体系。每一层次：是由我直接委任的同学;二层次：则是由我直接委任的同学它们自己委任的同学组成。三层、四层……以此类推.它们主要的任务是帮助本公司拉客房这样做的好处是:可利用大学同学来自全国各地特点,并以本公司制定的优惠政策为推销的内容,双重优势,将会为本公司客户的确立,以及销售系统的迅速扩大创造极为有利的条件.我们对推销系统的管理,将采取自由原则.并且按照他们个人推销的,并与其签订长期供货协议的店来算工资.将来,随着自己拥有广阔的销售体系,因此,公司的产品将会开辟自己的一个市场,并且也吸纳了许多忠实客户，此时，我们会趋胜追击，适时建立起自己的品牌。

(三)客户关系建立

早期，我们将主要关注与零售商关系的建立，以所与其签订的合同协议倡导，在与其双赢的基础上，建成一个完整的利益相关整体。(本公司领带于零售商的销售，而零售商则依赖于本公司的产品。)

将来，我们的目光将主要投身消费群体，继续推行物美价廉的消费者为导向，产品更加符合口味的品牌战略，并以次建立更多的忠实客户网络。

六、资金需求及筹措方法

早期，市场建立，将花费巨大，而整个活动的花费将由家族产业承担。

将来，在建立自己的品牌，会同时实行两种方案。一是：现有的销售方案，仍主要以物美价廉的策略为主;二是：依托自己的品牌，开发另一条销售网络，采取加盟的方式组建。前者由于实行加工订贷，所以资金主要由零售商承担;后者由于实行加盟方式，公司拿一半，加盟商拿一半。

企业创业计划书6

一、创业者的情况

基本情况：

姓名：

性别：

出生年月：

家住：

属XXX人员。

创业及

工作

经历：

教育及培训经历：

二、拟创办企业情况

基本情况：

企业名称：

准企业组织形式：□个人独资企业

企业类型：

□ 生产制造

□ 出资情况：（略）

三、产品（服务）介绍

产品（服务）名称及概念：服务名称：建筑劳务。概念：从事建筑劳务分包的劳务企业，承揽建筑劳务的建筑施工。

性能及特色：招聘人员容易，服务即时。坚持“以人为本，诚信为先，安全第一，质量为上”的宗旨。

质量控制：

对员工进行

职业

道德和技术培训，接受技术指导和质量监督，聘请具有专业工程技术证书或实践丰富的施工人员指导施工。

四、市场分析

目标客户描述：

市场现状及发展趋势：

本镇有几家做这个行业的，因为人们的需求，未来市场是越来越大。

竞争对手及分析：

优势和劣势

自身优势分析：

五、市场营销

经营地址：

直到门牌号

选择该地址的主要原因：

房租便宜、交通方便、离家近

销售方式：

将产品或服务销售或提供供给：□最终消费者□零售商□批发商

选择该销售方式的原因：

获得较多的利润（最终消费者）

量大，薄利多销（零、批），保证现金流

促销策划：

人员推销：派推销员（业务员）上门服务、上门宣传。

广告投放：发传单、发短信、广告牌、电视、杂志、灯箱

价格策略：采用成本加价法和竞争比较法来定价。开业初期，进行打折（赠送礼品、买一送一、送金卡等）促销活动。

销售渠道的拓展：联系一些大企业作为长期客户并拓展到市外；

发展区县代理商；

六、人力资源

规划

企业人员的组成：

业主1人，工人X人（其中技术员X人，服务员X人，收银员X人，业务员X人等）

员工工资：业主工资XXXX元/月，工人平均工资XXXX元/月。

员工的培训：

（1）每月对员工进行专业技术培训、安全培训、服务

礼仪培训

（2）定期对员工进行思想观念的培训

（3）不定期对员工进行相关培训。

劳动保障：

按照劳动合同法，给员工办理社保。

七、固定资产情况

办公及生产服务工具和设备：（略）

八、财务计划

资源来源：自筹资金、政府补贴、小额贷款

投资资金和资本金补助资金的使用计划：

购买固定资产XXXX元，其余用于流动资金

企业办理行政许可的种类及预计费用：

工商营业执照免费、税务登记证免费、组织机构代码证148元。

贷款计划：

暂无。

经营收益的预测：今年第四季度盈亏平衡、明年一季度收益 万元、二季度收益 万元、三季度收益 万元。

九、企业管理制度的建立

内部管理：

（1）建立企业相关制度（如考勤制度、财务制度等）并上墙

（2）派专人负责内部管理

合同管理：

（1）严格按照贵州省劳动合同范本给签订劳动合同

（2）相关企业合同（如购货合同、销货合同等）规范化，复杂的请律师审定。

（3）合同由专人管理

风险控制：

（1）多发展固定客户，使企业有一客的固定收入，降低风险

（2）固定资产能租则租，能借则借，能买二手买二手，降低投资风险

（3）给员工购买保险。减轻企业负担，降低风险

（4）通过劳务派遣公司招一般员工，降低企业用工风险

（5）给企业办商业保险（如财产保险、雇主责任险等），降低企业风险。

企业创业计划书7

业主姓名：身份证上的名字

企业名称：已核定名称或未核定的(拟定)投资项目：（电子商务服务项目）

企业地址：企业主要地址(区（县）街道号

邮政编码：

电 话：

传 真：

电子邮箱：

日 期： 年 月 日

重庆工商行政管理干部学校 制

一、创业者的情况

（一）基本情况：（姓名、性别、年龄、身份证号、学历、人员类别）

姓名，性别，年龄，身份证号，学历，人员类别（是哪一类人员？）

XX年X月---XX年X月在X单位工作。

（三）月在X读书（最高学历必须写）；以及参加本次培训：参加微型企业

创业培训情况，如20xx年5月20日至5月24日在重庆市工商干校

参加微企创业培训。

二、拟创办企业情况

（企业名称、注册资金、经营地址、经营范围等等。预计招用员工X人（不包括老板），一起共同创业（发展）。

（二）企业组织形式：□个人独资企业

□合伙企业 □有限责任公司

（三）企业类型：□贸易行业

□服务行业 □加工制造业 □农林牧渔业

（四）投资项目的类别：□新型产业

□传统产□文化创意□信息技术□其他

三、企业构思概述

（一）提供的产品（或服务）名称及概念:电子商务服务，指向从事电子商务事业的企业、单位或个人提供包括电子商务平台建设、电子商务平台推广、品牌形象塑造、网络市场营销等一系列服务。

（二）产品（或服务）性能及特色：富顿电子商务服务属国内首家以电子商务服务为核心的服务项目，其主控核心服务团队由具备多年电子商务平台经营及市场营销管理经验的专业人士组成，对电子商务行为的重点非常清楚，同时对市场营销的把控更加得心应手。

（三）向谁提供产品或服务：富顿电子商务服务主要是为全国范围内从事电子商务事业的企业、事业单位、家庭、个人、组织、机关等客户提供服务。

四、市场分析

（一）市场现状及发展趋势：电子商务服务概念，在国内尚属首创。

随着互联网的发展，商务逐渐线上化成为大趋势，加之电子商务门槛低的特性，不论是大型企业还是个体商贩，都会逐渐加入电子商务的浪潮之中，而电子商务服务本着为电子商务事业服务的共赢理念，其市场前景非常广阔。

（二）竞争对手分析：与电子商务服务具有类似性质的服务目前较少，主要以淘宝店铺或者小型工作室的形式存在于网络之中，虽然其服务成本较低，但并未形成行业标准，服务质量良莠不齐，收费高低有别，多数淘宝店铺或小型工作室由于底子薄、经验少、团队非专业，处于朝不保夕的状态，随时都会从市场上消失。

（三）自身优势分析：富顿电子商务服务，由电子商务行业资深

人士把控，其团队核心成员均具有电子商务行业从业5年以上的经验。在电子商务行为的把控和行业人才、人脉的积累上无人能出其右。通过在电子商务领域长期的摸爬滚打和出色的管理理念，打造了富顿高素质的服务团队，并为客户输出高质量的电子商务服务。

五、市场营销

（一）选择该经营地址的主要原因：交通方便、本行业市场氛围浓重、相关人才储备丰富。

（二）产品（服务）销售（提供）对象：□最终消费者□零售商□批发商

（三）怎样控制产品（服务）质量：1、严格控制服务流程，保证服务质量；

2、专业高素质团队操作，保证服务水平。3、资深电商人士指导，保证品质。

（四）价格策略

拟定本企业销售价格定位及原因：采用成本加价法和竞争比较价格法来定价。开业初期，进行服务项目的配送（随服务项目配送增值服务）的促销活动。

六、人员组织

（一）人员组成人（员工）X人（其中会计1人、技术员X人，服务员X人，出纳

（二）员工工资（各岗位的工资额度及月总额）:

（三）劳动保障：

七、固定资产

八、资金管理

（一）资金来源：

（二）投资资金和资本金补助资金使用计划：（从固定资产投

（三）贷款计划：

资和流动资金两个方面阐述，流动资金分为三个月或六个月）

企业创业计划书8

第一章 摘要

一 宗旨及商业模式

天行网络信息服务公司是一个新型的电子商务公司，其宗旨是以网络为依托提供专业细致的在线软件服务和休闲娱乐信息查询服务。通过提供专业化、便捷化、个性化、时尚化的全新服务，以方便快捷为导向，以顾客满意为目标，努力满足顾客需求，通过各种赢利模式获得利润，并创造知名品牌。

本公司是一家处于创始阶段的公司，初期发展以广州为据点，服务针对两个目标群体：信息查询服务主要针对高层商务人员、白领及年轻爱好时尚娱乐的消费群体：在线软件服务主要针对中小型娱乐。公司力求为顾客提供最准确、最快捷、最温馨、最周到的网络服务，从而促进公众的娱乐消费，带动广州的经济发展。

二 市场定位

在公司的宗旨中，我们已经将公司的目标市场定位为两个大方向的市场，一是针对查询服务的信息提供者——休闲娱乐行业会所;二是针对广大需要进行信息查询服务的消费群体。

针对休闲娱乐这一市场定位，我们的服务主要包括为其提供企业黄页链接，发布该会所特色服务等信息;网络广告宣传;推荐业务;在线软件服务等。通过调查显示，休闲娱乐服务行业的信息化非常低，使得办公经营成本无法降低，这就影响了该企业经营模式的扩展。公司针对休闲娱乐提供的服务，有助于达到公司的双赢乃至多盈的目标。

针对进行信息查询服务的消费群体，我们提供关于休闲娱乐方面的各种信息查询，目标市场定位在热衷于娱乐，有一定经济基础并拥有现代化通讯工具的消费群体上。已有数据显示，随着经济的不断增长，人们生活水平的不断提高，越来越多的人倾向于到各种休闲娱乐设施或场所度过闲暇时间，并且只要经济不断的向前发展和通讯文化的进一步冲击，这个市场上的消费群体就会越来越多，特别是那些爱好新潮时尚、乐观向上的人们。

三、我们的服务

通过市场合理的细分，公司服务也将针对两个目标市场的客户来提供。此处，我们主要先简单介绍我们公司的两个特色服务，其它具体服务方式详见第三章产品与服务。

特色服务——信息查询服务：

★ 娱乐设施及场所的当前情况查询业务

提供娱乐场所当前客户数量，资源使用情况的查询等。通过跟各个娱乐后台数据库的对接及在线软件服务的支持，实现信息共享，顾客通过查询可以在第一时间知道某娱乐是否有空位、空房、空闲设施等即时营业状况。

★ 某行业娱乐设施及会所的全方位对比查询业务

提供该行业各娱乐会的详细资料，包括提供的服务类型、收费标准等;同时提供该行业娱乐场所的特点对比，使顾客更好的选择适合自己的会所。该业务侧重于网上点击查询。

为了使公司的特色服务发展空间更大，我们需要与更多娱乐建立信息系统对接，即使了解其动态信息，但介于中小型娱乐无法实现信息化问题，公司退出了又一个专门针对娱乐而开设的亮点服务，公司初步预计，该项服务将是以后公司战略发展的一个重要组成部分，同时也是公司利润的一个重要来源。+

亮点服务——在线软件服务：公司针对没有信息化的中小型娱乐商家开发的在线信息管理系统。商家通过互联网在线操作属于自己的信息系统，不仅免除了企业开发大型信息系统所带来的高额成本，也免除了企业平时系统维护等巨大的管理费用，从而帮助企业实现E化管理，提高了企业的竞争力和劳动生产率。同时，公司可以通过企业的在线信息系统，随时了解企业的营业情况，从而为信息查询服务打下了坚实的信息基础，实现了多赢。在线软件服务一个多家国外大型厂商都看好的领域，包括微软、Google等，而中国在该领域尚无很成熟的技术，竞争对手较少，很有发展前景。

四 竞争

信息查询行业方面，我们的竞争对手是涉及此行业的相关定位网站，如：今夜中国，广州生活易等，以及包括现在普遍使用的114、160查询服务也将成为我们某一细分市场的竞争者。由于我们采用了新颖便捷的查询方式并配置了专业细致的数据库，所以从经营方式来讲我们是全电子商务化的，是全新的。通过与多种现代通信工具及方式相结合，我们有两个优势，一是可以节约顾客的时间成本，顾客可以随时随地最快的获得所需的信息;二是帮助顾客全面了解广州市内各种娱乐设施及场所，使其有针对性地消费，有效的降低其开销，获取最大的消费者剩余，真正意义上地实现互利。

在线软件服务方面，由于这一领域在中国尚属启蒙阶段，因此来自外部的竞争对手相对很少且不成熟，因此这方面的竞争可以不予考虑。

五 团队优势

我们的团队是由中山大学各个学院中的一些优秀生组成，队员主要来自电子商务、财务投资、市场营销、人力资源管理、公共关系、计算机等专业，因此我们在公司管理架构的各个方面都有比较好的管理、技术理论基础。

团队成员在学术方面获得的成就主要有：协助老师参与《电子商务经济学》、《电子商务案例分析》等教材的编写工作;协助老师完成学术论文并发表在《管理世界》上等。

除了丰富的专业知识外，许多队员都有很多的社会工作和实践经历，有的曾被推荐至新浪广东分公司实习，参与开发了新浪广东校园板块的后台管理系统，并承担了大部分的网页制作工作。有的曾在宝洁公司广州分公司财务部实习，表现出色。

关于团队的具体介绍，我们将在第二章公司介绍中详细介绍。

六 投资与财务

公司在成立时预计需要资金300万元，公司管理层以技术资本入股占20%的股份，同时出资100万元占26.7%的股份，两者合计占46.7%的股份。风险资本150万元，占40%的股份。入股合作商投资50万，占13.3%的股份。

通过使用NPV和IRR指标，显示公司创办这一投资收益很高，并且通过预计财务报表的分析得出第三年盈亏平衡，第四年收回全部投资。

公司得高速发展，使风险投资商能在公司未来投资收益的现值比企业的市场价值高时退出资本。风险投资公司可以获得很大的投资收益。

第二章 公司介绍

一 宗旨

天行网络信息服务公司是一个新型的电子商务公司，其宗旨是以网络为依托提供专业细致的休闲娱乐信息查询服务和在线软件服务。通过提供专业化、便捷化、个性化、时尚化的全新服务，以方便快捷为导向，以顾客满意为目标，努力满足顾客需求，通过各种赢利模式获得利润，并创造知名品牌。

二十一世纪，互连网带来了一种新的经营方式去改变人们的旧的生活，为传统的企业经营注入新的血液。软件正在变为一种在线服务，免去了维护和安装的麻烦，透过网络，人们更容易进行软件操作!随着经济发展，人们越发注重生活质量，休闲娱乐行业必将成为这个世纪最有前景的行业之一。将现代化的通信工具结合网络技术应用于这一领域，为公众的生活提供极大的便利，在创造顾客价值的同时也为休闲娱乐带来了商机，这种多赢的模式无疑是很有发展前途的。

我们公司的理念是：服务专业化、服务规范化、服务多样化以及服务新颖化。

n 服务的专业化：我们将力求根据顾客的需求，开发出性能良好的在线软件服务，尽可能将广州市所有正规的娱乐场所的相关信息罗列到数据库。

n 服务的规范化：我们的服务始终以国家或广东省出台的相关法律(如《经济法》、《娱乐场所管理条例》、《电子认证服务密码管理办法》、《电子签名法》、《广东省电子交易条例》)为前提，绝不向顾客提供不健康的服务和信息，同时将严格执行同行业的相关条款，绝不损害顾客的利益。

n 服务的多样化：我们公司将力推两大业务。在线信息管理系统在国内当属领先地位;信息查询方面，从地理位置查询和当前使用情况查询，到服务类型查询和价格查询，我们考虑到了大部分消费者的普遍需求，甚至我们将服务延伸到特色推荐。

n 服务的新颖化：这是我们服务最能体现价值的一个地方。我们的服务将建构在网络平台和信息平台上，以全新的方式和顾客进行交互。

二 公司的发展将分为四个阶段

第一个阶段，也就是从现在到20xx年底，我们将重点建设在线信息数据库、公司内部网及内部数据库、外部网。与广州市内各个目标客户建立合作关系，与各大型娱乐场所的后台管理系统完成对接。同时，与战略竞争对手建立合作联盟关系。

第二个阶段，从20xx年开始，进行公司品牌宣传，并大力拓展市场，进一步完善在线信息管理系统和内部管理系统，开始查询服务。与此同时开始纵向发展，实施在线软件服务。

第三个阶段，在广州市场逐步走向平稳发展的过程中，开始实施企业内部创业项目，开始公司的横向发展战略，将公司业务拓展到深圳、珠海等珠三角其它城市。

第四个阶段，在巩固并增大在广东省的市场份额的同时，开始向全国扩张。届时，信息查询业务已比较成熟，若在线软件服务行业势头良好，则将该项目作为公司的重点建设项目来抓，并考虑将其分离作为一个子公司经营。

三 公司架构

初期推行扁平化的组织结构，减少管理层次，实行CEO负责制，直接管理市场拓展部、网络技术部、人力资源部、客户服务部、财务投资部，各部门由部门经理分管，互相合作，协同一致为公司发展而努力。

u 市场拓展部：是迎接市场变化和竞争者挑战的中坚力量，着力研究市场开拓和业务扩展，并努力推广和扩大公司品牌。

u 网络技术部：负责建设公司信息系统和网站，完善公司数据库，并逐步实现与各休闲娱乐后台系统的对接，同时解决公司在日常运作方面的技术问题。

u 人力资源部：负公司的人事、培训、招聘等事务，在为公司的发展注入新鲜血液的同时，协助各部门员工提升自我价值。

u 客户服务部：负责短信平台，客服电话等客服系统，尽一切努力使顾客满意。不定期进行顾客需求调查、满意度调查等。

u 财务投资部：负责公司日常的财务工作，及项目拓展的资金成本、回收分析。

组织架构图：

首席执行官

网络技术部

市场拓展部

人力资源部

客户服务部

财务投资部

首席执行官——高天

就读于中山大学管理学院电子商务专业，有相当丰富的专业知识，曾协助老师参与《电子商务经济学》、《电子商务案例分析》等教材的编写工作，与朋友共同成立“koala网络工作室”，并担任总负责人，承接了校内外多个网站的制作和局域网的组建项目，并曾担任校内多个社团的网络部部长，有较强的管理能力和组织能力。曾在佛山交通技工学校担任电子商务课程助教和网页制作课程助教，并获得校方良好的评价。曾被推荐至新浪广东分公司实习，参与开发了新浪广东校园板块的后台管理系统，并承担了大部分的网页制作工作。

技术总监——钟安云

就读于中山大学管理学院电子商务专业和计算机科学与技术专业，专业知识扎实，有较强的网络技术。曾独立开发了学院网站及后台管理系统、人事系统等多个大型项目，并承接了学院学生信息管理系统的开发工作。曾独立制作了多个校外企业的网站，在管理信息系统、数据库技术应用、网络组建方面有极强的能力。

财务总监——杨燕

毕业于中山大学岭南学院(大学)财务投资专业，获得金融硕士学位。曾在毕马威公司广州分公司实习，表现出色，深得上司的青睐。在校级刊物上发表学术论文6篇，在院级刊物上发表学术论文达20余篇。由于专业知识突出，被教授选去参与国外教材的翻译工作。

市场总监——杨先桂

毕业于中山大学管理学院电子商务专业。曾担任中山大学营销学会会长，组织过多次模拟营销大赛。曾在HP市场部实习，负责市场拓展，表现优异。曾在淘宝上开设网上商城，月净利润超过1000元。并曾担任校内大型社团——爱心助学工程四校区总会长，被评为“校级优秀学生干部”。

H R总监——陈镇钦

毕业于中山大学管理学院人力资源管理专业。专业知识丰富，曾协助老师完成学术论文并发表在《管理世界》上。曾组织多次“模拟招聘大赛”，并为之设计题目。曾在广州顶津集团人力资源部实习，并获得“最佳见习生”的称号。曾随同教授对多家著名企业的人力资源发展状况进行调研，经验极其丰富。

客服总监——朱江

毕业于中山大学政务学院公共关系专业。责任心极强，有很强的亲和力。

四 公司管理

n 管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。将刚性管理、柔性管理结合。把硬性的规章制度、组织模式、奖罚标准与有形的情感投资、战略滚动和优质服务联系起来，达到一种软硬结合、和谐发展的最佳效果。通过规范化的制度形式、组织模式和行为规范来管理企业达到一种有章可循、有规可依的效果，使员工的自觉性、能动性得到充分发挥，促进员工实现自我价值。

n 管理队伍

投资是一项经营人才的业务。我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本公司发展的人才加入本公司。

五 企业文化

更理性的思考，更高涨的热情

更规范的管理，更先进的文化

更宽广的心胸，更开阔的视野

1.核心价值观

以人为本，精诚合作，细致服务，努力创新，引领潮流

2.经营理念

u 用诚信打造企业形象，营造和谐的外部关系----共赢

企业内部诚信文化，是管理诚信，对员工建立信用制度

企业与顾客之间建立互动机制，对其诚信，才能得到忠诚，双方加强沟通。

企业与合作伙伴和不同利益主体间要建立互信互惠互利制度，我们将加强与同行业相关机构交流与合作，优势互补，实现多赢。

u 追求卓越，大胆创新，敢于挑战

提倡换位思考的意识，向顾客提供针对性的、无缺陷的服务，来提高顾客满意度。

用创新方法不断改善服务质量和服务方式，挑战传统，根据网络文化给人们心觉和视觉带来的冲击。

u 专注目标，形成规模

集中力量去做最擅长的业务、最有发展潜力的业务、最能够形成规模化的业务、最能够体现天行这个品牌的业务。

u 人本思想，团结协作

建立完善的人才培养、选拔、评价、激励制度，实行量化管理和柔性管理想结合，强化以人为本的管理观念，坚持唯才是举的用人导向，搭建人才成长的发展平台，形成活力持久的激励机制，促进团队合作精神。

第三章 产品服务

公司是以网络为依托提供专业细致的在线软件服务和休闲娱乐信息查询服务。服务所涉及的行业包罗广泛，主要涉及的细分行业有KTV、舞厅、迪吧、茶艺、各式特色餐厅、电影院、剧院、健身房、美容纤体中心、酒吧、咖啡厅、夜总会、体育运动场所、酒店饭店等。在线软件服务的内容是为中小型娱乐提供在线信息管理系统;信息查询服务内容是广州市内各休闲娱乐的地址、价格、分布信息、行业内部比较、优惠等，查询服务可以通过公司网站的网络查询系统、客服电话、GPRS手机上网查询和手机短信查询。

初期，公司数据库的信息收集主要通过以下两个途径：一是市场部成立专门的市场信息采集项目组，负责收集各娱乐的各种信息，如地理位置，服务范围，具体收费标准等;二是通过与《广州生活》杂志合作。

与广州生活杂志合作是我们初期的一个重要战略项目，由于初期信息搜寻成本巨大，公司考虑倚靠一个已经在该行业中有一定口碑的公司进行战略联盟。我们将同《广州生活》杂志协商给予其一定数额的股份，以此分享它已有的客户群体和信息提供者。这是一个多赢的策略，既为《广州生活》杂志打开了网络市场，也使我们公司在成长初期能够方便的获得所需信息，同时也增加了公司的品牌效应。

随着公司品牌的逐渐推广，公司将会同多个商家结成战略合作关系，直接从商家获取第一手信息。

服务内容

目标市场定位为两个大的市场方向，一是对查询服务的信息提供者——休闲娱乐行业会所;二是广大需要进行信息查询服务的消费群体。针对这两个目标市场，我们将提供以下具体服务。

针对休闲娱乐的服务

★黄页链接

这是本公司获得以及发布休闲娱乐信息的平台，也是公司最基本的盈利项目。该项服务是将休闲娱乐的具体信息，如地点、特色、客流量等具体信息反映在我们的公司网站的相关板块中，同时公司将通过竞价排名方式排列同类会所的先后顺序。

★广告服务

本公司为各个休闲娱乐提供广告宣传，为企业进行宣传服务。公司将根据对方提供的广告费用的高低决定广告投放的位置，广告内容健康、不触犯法律。

★推荐服务

本公司将在网站首页、网络查询系统显要位置、短信查询平台登陆首页、声讯电话欢迎词等访问量高的地带设置推荐信息，帮助企业做好宣传。

★在线软件服务

在线信息管理系统介绍：

所谓的在线信息管理系统是公司专门针对中小型娱乐推出的新型网络服务，是一套基于企业信息化战略的、B/S 结构的信息化管理软件系统。在系统构筑中融合了现代企业信息化管理理念，将信息化管理工作上升到战略高度，以提升组织管理能力、战略执行能力及降级组织管理成本为目标，有效地帮助企业快速创建由 CEO、部门经理、一线经理和员工共同组成的信息管理平台。

由于中小型娱乐场所受到人力、财力等多方面因素的限制，它们无法像大型娱乐那样实现信息化管理。根据刚刚完成的调查显示，广州市天河区、海珠区、东山区、越秀区四个区的KTV、餐饮、美容中心的信息化程度很差，除了几处大型的综合性娱乐城外，其他的娱乐均还采用人工登记等方式进行管理，管理的效率比较差。因此，这些中小型娱乐极其需要现代化的管理信息系统对所有的资源进行统筹管理。我们访谈了数十家娱乐城的老板，他们都觉得自己的企业管理效率很低，甚至有时候会因顾客较多而导致混乱，但是因为资金的原因，一直没有去开发自己的信息管理系统。而公司的这种针对性服务就恰好解决了这些企业的难题。

在线信息管理系统集成在公司内部信息数据库，形式上二者是母子关系，但在逻辑上，在线信息管理系统是独立于公司内部母系因拥有技术优势，必定会占据大份的市场份额。

在线软件服务架构图

应用举例：

现有某粤菜酒楼，规模一般，但风味独特，所以顾客甚多，常常出现不够位的现象，很多客人习惯于先定位。由于没有实行信息化管理，导致经常出现错记，漏记，混乱等尴尬局面。

该酒楼现采用我公司提供的在线信息管理系统，通过一台计算机及一个调制解调器访问互联网。公司将员工的信息输入到人事板块，然后将订餐情况登记到营业状况板块，这一板块与公司数据库相连，这样公司就可以随时知道该酒楼的营业情况，也就可以及时提供给顾客。而酒楼方面，有了这个管理系统，就有效地避免了混乱的局面，使酒楼的整个管理更加效率化，同时也提高了酒楼的服务质量。为此，酒店只需每月向公司交纳少量的使用费用。

同时，透过这个系统与本公司的信息系统链接，也是本公司能够动态的掌握该酒楼的此时的营业情况，方便我们为其他通过本公司网站进行查询的顾客或是订餐者提供准确的服务。

针对信息查询顾客的服务

★ 娱乐设施及场所的当前情况查询业务(提供娱乐场所当前客户数量，资源使用情况的查询等。顾客通过查询可以在第一时间知道某娱乐是否有空位、空房、空闲设施等即时营状况。)这是针对查询顾客的一个特色服务，虽然现在该行业有一些提供查询的服务，但是都没有做到动态性，公司为了抢占这一市场，推出这样一种查询方式，从而减少了顾客的搜索成本和时间成本，同时公司在此项查询中还开设了相关推荐业务作为某一休闲娱乐客满时的应对措施，使该项业务更加人性化，也更具吸引力。

★ 某行业娱乐设施及会所的全方位对比查询业务(提供该行业各娱乐会的详细资料，包括提供的服务类型、收费标准等;同时提供该行业娱乐场所的特点对比，使顾客更好的选择适合自己的会所。该业务侧重于网上点击查询。)

★ 具体娱乐设施及场所的地理位置查询业务(提供娱乐场所的具体地理位置查询，除了提供顾客准确的地理信息外，还将提供周边的参照建筑信息，方便顾客查找。)

★ 娱乐设施及场所的优惠活动介绍及推荐业务(提供各个娱乐场所的优惠活动信息，并向顾客推荐有特色的娱乐场所。)

★ 模糊查询(该业务主要是为顾客提供有附加条件的查询服务，如查询最低价格或者特定地点的查询。该业务仅用于网上查询。)

盈利模式

我公司有以下五种盈利模式：

(一)黄页链接

本业务针对各娱乐场所的商家。通过为目标客户提供企业黄页链接来实现公司最基本的盈利。我们通过竞价排名方式为加入公司网络搜索的企业提供信息介绍和排名对比等服务。

由于这一业务采取价高者得的策略，所以很难有一个具体定价，初步估价为每个黄页链接年费不低于20xx元。预计初期加入商家有100家，预计收入为35万元，经营一段时间后会有大幅增长。

(二)在线软件服务

由于中小型娱乐场所受到人力、财力等多方面因素的限制，无法像大型娱乐那样实现信息化管理从而导致了低效率和较弱的竞争力，为解决这一问题，同时也为使公司的查询服务更加完善，我们将为中小型娱乐场提供数据管理子系统，对每个客户都有一个免费的试用期(初定试用期为3个月)，如果在试用期结束后仍想继续使用，就需要给公司支付相应的费用。

该项业务对每一家使用该服务的商家按月收取300元使用费，预计发展初期使用该服务的商家约有40家，年收益为15元。

(三)“推荐”业务。

本业务针对各娱乐场所商家。本公司将在网站首页、网络查询系统显要位置、短信查询平台登陆首页、声讯电话欢迎词等访问量高的地带设置推荐信息，推荐信息的内容基本由商家自定义，但需经本公司审核后方可发布。该业务以月为周期，本公司将按月向商家收取推荐费用，具体费用价格双方面议。每月结束后，商家可选择是否继续该业务。

该项业务按照其宣传所在位置，按月收取不低于1000的使用价格，预计可用的推荐位置有10处，年收益约为20万元

(四)广告业务。

本业务针对各娱乐场所商家及其他需要本公司提供广告宣传的企业、团体或个人。本公司将根据对方提供的广告费用的高低决定广告投放的位置，但前提是产品或服务的内容健康、不触犯法律。广告内容可由商家提供，也可以由本公司专员制作(广告制作费用另计)。该业务以三个月为一周期，具体费用双方面议。一周期结束后，商家可选择是否继续该业务。

每个广告链接点按照其不同的位置收取每月500-1500元的费用，预计广告链接点有20处，年收入约为18万元。

(五)收费业务。

本业务针对中国移动、中国联通、中国电信、中国网通、中国铁通等信息平台提供商。本公司将所有短信及声讯业务交由上述商家中的一家或几家经营，公司与其达成一个既定的分成协议，按月收取分成。

计划查询电话每分钟收费0.5元，短信每条0.2元，预计电话时间流量为6000小时一年，预计金额为24万左右;短信数量为10万条，预计金额为6万左右，通过手机上网查询的预计金额为10万左右。

通过预计合同，与相关电信合作商的分成比例为8：2。

通过电话、短信等业务得到使收入初期估计应该有30万左右。

建立初期的主营业务收入大概为120万元。

服务规划：

1.手机短信查询方式

其主要服务流程如下：

·顾客通过手机短信进入我们的短信平台。

·系统提示顾客通过0-9十个数字选择目标行业。

·系统提示顾客选择服务类型(1-5)。

·顾客根据系统提示输入需要查询的信息。

·公司系统通过短信平台反馈到后台查询数据库，分离出相应的信息，然后提交给前台短信系统，前台系统则立即把结果发送到顾客的手机上。

·顾客接收到信息，并按系统提示选择是否需要继续服务。

·整个过程结束。

2.客服电话(声讯电话)查询方式

其主要服务流程如下：

·顾客通过移动电话或者固定电话进入我们的声讯平台。

·系统提示顾客通过0-9十个数字选择目标行业。

·系统提示顾客选择服务类型(1-5)。

·顾客根据客服人员(人工)提示说明需要查询的信息。

·客服人员(人工)马上进入后台查询数据库，分离出相应的信息，然后提交给顾客。

·顾客获得所需信息，并按客服人员(人工)提示选择是否需要继续服务。

·整个过程结束。

3.网上查询方式

其主要服务流程如下：

·顾客通过互联网进入我们的网站。

·顾客根据网站导航进入网络查询系统。

·系统提示顾客先注册。

·注册完毕后，系统提示顾客登陆查询系统。

·系统提示顾客通过下拉列表选择目标行业。

·系统提示顾客选择服务类型(1-5)。

·顾客根据系统提示输入需要查询的信息。

·系统进入后台查询数据库，分离出相应的信息，然后提交给顾客。

·顾客获得所需信息，并按系统提示选择是否需要继续服务。

·整个过程结束。

4.GPRS手机上网查询

其主要服务流程如下：

·顾客通过手机上网进入我们的网上查询系统。

·系统提示顾客通过0-9十个数字选择目标行业。

·系统提示顾客选择服务类型(1-5)。

·顾客根据系统提示输入需要查询的信息。

·公司系统通过手机网络反馈到后台查询数据库，分离出相应的信息，然后以网页的形式提交给顾客。

·顾客获得所需信息，并按系统提示选择是否需要继续服务。

·整个过程结束。

在设计查询系统的时候，我们充分考虑了顾客使用本系统的难易度及舒适度，并设计出几套不同的查询流程，请学校相关专家评析后选出了上述方案。然后在中山大学内部，正佳购物广场(含广州友谊商场)休息厅，北京路步行街三处进行了问卷调查，分别发放300份问卷(调查问卷见附录一)。现将最后的统计情况列举出来，见附录二。

从上述调查统计的结果可以得出，超过95%的消费者认为我们这套操作流程使用难易度.

企业创业计划书9

一、创业者的情况

（一）基本情况：

1.个人基本资料：

姓名：林婷，出生年月：1990年2月。户口所在地：重庆市南岸区学府大道十九号重庆工商大学9-4，家庭住址：广东省罗定市。学历：在读本科（大三），专业：商务策划管理。

2.性格爱好：

性格开朗，做事稳重踏实，敢做敢拼，热爱所学专业。最大的愿望：是一份属于自己的事业，拥有属于自己的一家企业，并在多年后回归校园，把自己的经验传授给校园的孩子。

（二）创业及工作经历：

20xx年7—9月，于南方东银、隆鑫花样四季做房地产销售，期间没有销售出一套房子，初步认为本身不适合做销售，无意从事房地产行业；

20xx年10月至今，于重庆工商大学就业指导中心担任学生助理，具备办公

室日常工作能力、接待外来招聘企业能力，得到老师和同学的一致好评；

20xx年11月至今，参与重庆鼎韬管理咨询有限公司中石油加油站前庭服务项目，项目仍在进行。

（三）教育及培训经历：

1.教育经历：

（1）20xx年9月至20xx年6月，就读于广东省罗定中学（原广东省国立第八中学），主攻学科：政治学；

（2）20xx年9月至今，就读于重庆工商大学，所学专业为商务策划管理；

2.培训经历：

20xx年3月参加重庆工商大学第一期微企创业培训。

二、拟创办企业情况

（一）基本情况：

企业名称是：引领风创意有限公司，准备在重庆市南岸区学府大道十九号重庆工商大学学创园租赁106室，从事除产品生产外的创意产品设计及产品管理等各方面的工作。拟设置4个部门，预计招用员工4人（由本次创业的4个人组成）。

（二）企业组织形式：

□个人独资企业 □合伙企业 □√有限责任公司

（三）企业类型：

□生产制造□零售 □批发 □服务 □农业 □新型产业□传统产业 □√文化创意 □信息技术 □其它

（四）出资情况：

三、产品（服务）介绍

（一）产品（服务）名称及概念：

1.产品：时尚手机套，2.概念：手机套作为手机的附属产品，具有保护、装饰手机的功能，彰显消费者的性格特征及喜好等各方面的特点。

（二）性能及特色：1.性能：

功能——科技化、实用性； 质量——耐用时间，产品原料。

2.特色：时尚潮流

（三）质量控制：

配置质检员（采购员、供销员）；严控进货渠道、质量；严格按照国家质量体系标准，通过国家认证等。

企业创业计划书10

一、企业概况

主要经营范围：

专门烧一些素菜方面的烧烤，也会有一些卤味，但还是以素菜为主。当然各种烧烤主要是既可以拿来当下饭菜又可以当零食吃的。

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）：

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：位、产品、价格、促销、渠道）商品学。20xx年10月在浙江商业职业技术学院参加SYB创业培训班学习，09年9月-09年11月学习经济学基础，10年9月-10年11月学习（战略管理、消费心理学、采购管理实务、配送实务、基础会计）

三、市场评估

目标顾客描述：主要顾客是一些喜欢吃烧烤但又怕油腻的消费者，以及喜欢吃烧烤的顾客。爱吃烧烤的年青人和青少年。

市场容量或本企业预计市场占有率：

经过仔细调查，经过仔细调查，在杭州的烧烤店一般都是以卤味为主的，很少有以素菜为主的烧烤店，虽然有些小摊子会有这种类型的烧烤，但是那种摊子一般来说看上去都不会很干净，会让人不敢去吃。所以它的市场容量还不是很大，顾客的估计每月在3至4万人次，预计我的市场占有率会达到15%。

市场容量的变化趋势：

随着经济的发展，人们会越来越忙碌，城市的人们会更加的喜欢便利的食品，消费者们对卫生的要求也将会越来越高，他们会更注意饮食卫生，街头小贩的`数量会相对的减少，消费者的人数在可预见的将来会持续增长。

竞争对手的主要优势：

1.成立的时间早，经验丰富

2.有一定的规模和熟客

3.科研能力强

竞争对手的主要劣势：

1.对于市场反应缓慢

2.对顾客的消费倾向没有一定的了解

3.员工稳定性低

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1.小而灵活

2.产品的品种多

3.有独特的制作工艺和调料

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1、刚成立顾客对该食品还没有一定的了解，会产生怀疑的态度

2、经验欠缺

3、规模小

企业创业计划书11

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。

一、公司简介

A公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等A系列产品的企业。

本公司创建于20xx年7月份，目前，拥有生产流水线两条，固定资产800万元，员工120多人，其中高级管理人员10人，中层管理人员15人。并在20xx年6月通过了国家生产许可证的验收;被省质量监督局20xx抽查测定为合格产品。20xx年3月通过北京中大华远认证中心的ISO9001质量体系认证。

本公司在电动车行业的产销量名列前茅，成功地在浙江县市级市场上网络遍布率达80%;并渗透了福建省、江西省、安徽省、重庆市、广西省等省市市场;并通过了浙江省、江苏省、上海市、山东省等新产品鉴定，并在以上各省份公安厅上了目录。

本公司将以打造A品牌为企业目标，发展多元化经营，加快网络建设;开展网络服务和电子商务，努力将本公司建设成为集研制、开发、生产、销售、信息网络、科技服务于一体的区域性乃至全国性的电动车企业。

二、市场分析

(一)品牌定位

争做电动车行业的领导品牌

(二)目标市场

县级、地级市(25-35岁的女性为主要目标消费群)

(三)市场前景

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。

而随着高新技术产业的迅猛发展，加快了信息的传递速度，使国内电动车市场前进的步伐在不断加快。电动自行车作为一个新兴的产物，它的诞生来自于自然资源的日渐减少、城市环境的日渐恶劣、人们生活需求日需提高的情况下，故电动自行车的出现使之成为人们为之风靡的产品。这不仅是国内市场，国外市场亦是;公司的网站以及公司注册在阿里巴巴的网站，外商的访问率居高不下，良好的市场前景为电动车行业带来前所未有的机遇和挑战。

目前，公司引用人才，布好棋局，提炼公司核心价值，提高自身的竞争力。在产品质量管理、新产品开发、营销策略制定等都充分地体现公司“做大、做强”的定位需求，故公司并驾国内销售、国际贸易两条轨道，把A公司在电动车行业耸立起来。

(四)产品优势

低噪音、高效率、驱动力矩大、无火花换向

(五)市场现状

20xx年的浙江电动车市场，由于绿源、小飞哥、欧豹、以人等国产厂家控制了近70%的市场，因而整个市场运行大体平稳，但里面同样潜伏着引起市场动荡的因素。

1、价格仍是导致电动车市场最不稳定的因素。尽管电动车前四大品牌控制着绝大部分市场，但部分区域品牌想扩大市场份额，往往用低价策略来扰乱市场，另外，即使在几个大品牌之间，在市场的压力下，也在暗中较劲，其中小裟电动车几大品牌降幅，这些都是可能引致电动车价格战的不确定因素。

2、电动车行业对比摩托车来说，技术含量相对较低，电动车企业之间的竞争更多地体现在成本上，但随着几大品牌的规模已经形成，成本优势相差无几，因此电动车行业技术升级之战不可避，节能技术、绿色技术、数字化技术等等技术革新将引发新的竞争。

3、从整体上来看，目前电动车市场仍处于供大于求的状况，竞争渐趋于白热化，加之电动车电机、电池的不稳定，许多老企业面临着生产设备和技术更新的难题。激烈的竞争将厂家面临多重压力，市场份额向大品牌集中，小品牌的市场份额也正在大幅下降，部分企业甚至已处在挣扎线上。

4、从市场需求情况看，电动车消费的档次将逐步拉开，一些整体品质卓越的高品位电动车将成为市场消费的主流，技术含量高的精品电动车因具有绝对的换代优势而受到欢迎。

5、由于农村普及速度加快，一些低价位电动车的需求重心由城镇居民家庭向城郊农村地区延伸，需求总量呈稳步上升之势，产销状况趋势向好，生产处于良性循环的合理区域内。加之最近处于“非典”时期，更为电动车市场带来前所未有的机遇和挑战。6、地区性品牌借助地缘资源在当地拥有相当的市场占有率。

因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

1、技术竞争必将升级。随着电动车行业第二轮高速发展期的来临，国内电动车市场的格局将面临着重新洗牌，新老两大阵营之间的对抗将围绕如何赢得电动车换代市场来进行。

2、电动车企业的营销管理能力将接受严峻考验。绿源及其他新进入者，营销管理规范、系统运作，市场控制力强、市场策划一流、手法稳健，A电动车将如何应对，如何强化自我的营销能力，将成为对A电动车的最大考验。

(六)融资计划

公司计划以借贷形式，一次性借贷100万美元，用于新品开发、设计、市场推广、广告投入及扩大生产规模。

其中20万美元，用于市场推广及广告费用;80万美元用于其他营运活动。

公司计划以两年收回运营资本

三、市场推广

(一)营销策略

品牌定位：中高档。

目标市场：国内二级、三级。

渠道策略：特许经营、专卖连锁

产品策略：在建立行业品牌形象后，向相关联的领域拓展，营造属于A品牌的形态意识。

(二)推广预测：

年份 终端网络 销售额

20xx 50家

20xx 100家 10000万

20xx 200家 15000万

20xx 350家 20000万

在销售额达到10000万时，计划扩大生产规模(土地征用，厂房建设及设备投资)，达到年产A电动车10万量的目标，满足2亿元的年销售额的需求。

通过一系列运作，于20xx年完成2亿元销售额，发展终端网络350家，年生产A电动车10万量。A品牌在中国的二级、三级城市的一类商场或街面拥有专柜或专卖店，并扩展到经济发达的一级城市。A品牌成为中国电动车行业的领导品牌，消费者对A电动车的首选品牌。

四、管理目标

A营销管理工程，以 责任清楚、机构合理、规范运作、提高效率、赏罚分明为目标，通过组织架构的设定和业务流程的重新梳理，将A公司建设成为以客户为中心、以市场为导向的现代营销型公司，使其不但能够出色完成公司下达的营销任务，而且能够在竞争越来越激烈的市场中引领整个A公司稳健发展、更加壮大。

通过明确相关岗位工作流程及相关岗位的岗位功能，界定相关岗位的岗位责任，相关岗位工作制度，绩效评估、激励考核及奖罚制度(包括各岗位的奖罚制度)，派出机构的管理，建立各类规范化表格(如：销售日报表、业务人员工作计划表、绩效考核表等)，及营销服务体系(服务的流程、规范、制度、政策、特色)等工作。

五、回报分析

按4年预期目标计算：

年销售额：20000万元

产品成本：20000万元 ×50%=10000万元

市场推广、广告营销费用：20000万元×20%=4000万元

税 收：20000万元×10%=20xx万元

利 润：20000万元×20%=4000万元

六、STOW分析

优势方面，A已有相关产品生产及销售经验，在统一经营上领先一步。有利于树立企业的整体形象，提高产品及服务质量。

A主要劣势，是没有形成一个以市场为导向、以顾客为中心的组织体系，A内部没有形成统一的价值观，而且在新品开发、设计、工艺质量方面，条件不够成熟。

同时，主要竞争对手的市场意识在增强，渐渐都开始注重品牌和服务，机制灵活，对市场变化反应迅速，对A形成较大威胁，加之行业跟随者及其它品牌的进入将分享A品牌的市场份额，使A品牌渐渐失去行业绝对领导品牌的优势。

A系列产品虽说市场潜力很大，但需主推A电动车，其它产品自然销售。只有当产品向专、新开发，渠道和服务向深、广发展，才能使A品牌真正强大起来。

通过对市场的分析，我们发现，电动车行业在国内外市场上是属于新兴的产物。这反而给A提供了很好的机会。只要及时调整企业战略，充分利用资源，进行合理整合，A品牌是可以在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

企业创业计划书12

一、企业概况

天津桓博科技发展有限公司成立于20xx年12月，位于天津市南开区高新技术产业园区的中心地带(白堤路)。是一家集计算机专业应用软件的培训、安装、批发、零售、技术服务于一体的知识密集型企业。员工队伍业务全面、经验丰富、敬业爱岗、素质优良，其中：专业技术人员20人，全部是大专以上学历，能够以最合理的价格为客户提供最专业的技术服务。

公司是北京用友集团天津地区小型管理软件授权营销服务商，并且连续两年获得用友软件在天津地区的产品A级代理销售及服务授权资格。而且销售额连续两年名列前两位，获得用友集团的表扬和鼓励。

公司内部管理制度合理适宜。外部社会关系广泛良好。经过不断地改进和完善，已基本形成了一套比较科学有效的管理运作体系。

为适应业务发展的需要，壮大经营规模，进一步增强核心竞争力，公司决定启动以“追求客户全面满意，扩大市场占有份额”为主旨的二次创业。

我们相信，通过努力，在以北京用友集团为后盾，桓博公司将成为更具综合实力的企业，也将为加速提高天津地区企业信息化技术应用水平，做出更大贡献。

二、营销计划

公司不仅注重短期目标，更加重视长期发展。公司将秉承“重诚信，竭精心，尽全力，为客户着想，让客户满意”服务理念，在日常业务中不断丰富公司品牌内涵，努力拓宽渠道，扩大市场知名度及美誉度，激活市场，带动人气，力求在天津大部分地区实现销售增长，成为天津地区财务软件的最大代理服务商。

1.目标市场：创业前期(两年内)目标主要集中在天津及周围区县的小型企业，个体经营和一般事业单位，在后期(两年后)逐步进入天津的大型企事业单位，占领这部分增值潜力最大的市场。

2.企业定位：“精细管理、卓越理财”为客户提供更及时、更准确、更全面的、更周到的服务，推动软件信息化的普及。

3.使用价格：参考报价

4.营销队伍：在创业初期，为了降低企业的运营成本，大部分的宣传工作都由本公司的成员承担;在企业不断发展过程中，再适时招纳一定数量新成员(15名左右)专门从事企业营销策划的工作。

5.服务支持：使顾客能迅速、方便的得到准确、完善的相关服务和技术支持。

6.广告宣传：开展有计划。有目的的广告活动。在初期(两年内)主要面向小型的企事业单位，提供尽可能多的免费培训和知识讲座，专门针对会计人员的业务应用环节，逐渐“渗透”的方式进入企业;从第三年开始，我们将集中一部分优势力量对企业中的广大财务人员展开新一轮软件的宣传、促销和培训攻势。广告中突出宣传我公司“专业化”、“人性化”等鲜明特点，并且保证初期的广告投入预算，迅速提升知名度，预计20xx年广告费10万元。

7.推广计划：20xx年下半年开始投入5万元建立自己的网站，并且丰富网站内容，建立会员机制，提供在线技术支持和交流论坛;注册3721网络实名和网站推广，在各大传媒中广告投入，吸引用户注册我们的会员，并且给予会员金额上的优惠和赠送礼品，以此扩大我们的客户群体。

三、产品服务

用友公司是中国最大的管理软件、ERP软件、财务软件供应商，是中国最大的独立软件供应商。在中国ERP软件市场，拥有公司是市场份额最大、产品线最丰富、成功应用最多、服务网落最大、交付能力最强的领导厂商。

(1)软件产品介绍

1：用友财务通由于信息计算在财务领域的广泛应用，会计将由核算型向核算管理型转移;财务工作将进一步参与单位的经营管理，在控制、决策、分析和考评等方面发挥重大的作用。用友财务通正是基于这种环境，以“精细核算，卓越理财”为核心应用理论，面向中小企业及组织的财务应用，提供企业投资融资决策，从而帮助企业全面实现电算化管理。本产品主要包括财务处理、工资管理、固定资产管理、报表、财务分析以及存货管理六大系统。其中，财务处理又细分为总帐、应收应付、项目管理、现金管理等四大模块。用友财务通提供数据接口，可实现向U8管理软件的平滑过渡，满足企业业务发展的需要。

2：商贸通本系统通过预置多种会计制度模板、多种业务类型，全面满足各类小型商贸企业进销存及财务核算需求，为企业提供多种灵活的业务处理方法，准确及时汇总财务数据，出具多角度业务分析报表，规范业务流程，加速资金周转，降低运营成本，提高企业盈利能力及市场竞争力，帮助小型商贸企业高速发展!

3：用友U8系列/用友ERP/U8产品介绍用友ERP—U8企业应用套件是在全面总结、分析、提炼中国中小企业业务运作与管理特性的基础上，针对中小企业不同管理层次、不同管理与信息化成熟度、不同应用与行业特性的信息化需求而设计。他具备五大产品特性。

1.企业全面应用

2.按需部署

3.高度整合4.快速见效

5.低成本

3：用友商用表单及耗材：

用友表单与用友软件全线配套，具有丰富的产品线，主要包括：会计帐簿;业务表单(寻报价单、送收货单、收付款单);综合表单(工资单、固定资产卡片、出入库单)等以及配套装订用品。用友表单支持针式打印机、激光打印机、喷墨打印机等多种打印设备。

(2)软件优点说明：

1.系统优点：用友财务通针对新会计制度及财务管理的内涵和特点，形成了本身的一系列特色：(一)财务会计与管理会计的融合(二)内部管理的实现(三)灵活的数据接口(四)总帐工具的导入功能(五)系统的无缝连接与信息的共享

2.技术特点：

(一)严密的安全技术

a.数据操作安全性 b.数据存贮安全性 c.数据运用、查询、分析时的安全性

3.应用特点：

全面支持小企业会计制度，满足更多小企业管理需求。!a.业务流程自由选择，企业灵活选择自己的业务处理流程。b.报表统计与分析角色化，按应用角色多角度进行业务分析。c.灵活自定义各种基础档案业务属性、各种业务报表及单据格式。d.财务业务一体化管理，更加全面掌控企业物流，资金流，信息流。e.规范企业管理，有效控制企业财务经营风险。f.丰富快捷的财务，业务等分析处理，快速支持企业决策。g.完善的资金管理，提供从日记帐到银行对帐单、支票登记簿、费用报销等一套出纳业务。

(3)产品服务对象

1.财务通：基础版：面向小型企业，小型诊所社区医院、小规模学校等以及兼职会计人员或小型代理记帐公司(5套帐以内)标准版及网络版：面向以财务核算为核心进行全面经营管理的小企业(主要为小型工业企业)以及规模较大的代理记帐公司等。

2.ERP U8面向大中型企业或集团应用的一体化解决方案，用友ERP—U8企业应用套件是在全面总结、分析、提炼中国中小企业业务运作与管理特性的基础上，针对中小企业不同管理层次、不同管理与信息化成熟度、不同应用与行业特性的信息化需求而设计。将成功的管理经验与业务实践应用产品化，把管理要素合理预置在软件中，让更多的企业通过应用和实施用友ERP—U8企业应用套件来实现先进、成熟管理的应用价值。

3.授权资格等级用友软件时第一个通过国家财政部审批的财务信息化软件开发商。

四、业务收入

1.收入来源：桓博公司的收入来源主要为软件销售、升级和软件售后服务费(包括用友软件配套耗材)三个部分，并根据行业的平均标准和公司的成本预算制定相应的收费标准。

其中收入主要以软件销售收入为主，软件升级和服务费及配套耗材销售收入为辅。年均软件销售额超过80万元，服务费收入超过15万元，用友配套耗材销售收入超过10万元，计算机硬件及网络工程实施收入10万元。

五、竞争情况及市场营销

(1)、市场评估：计世资讯(CCW Research)的研究表明，20xx年上半年，中国通用型管理软件市场规模为22.7亿元，增长率32%;同期，ERP规模达到11.9亿元，增长率为29%。有关资料显示，截至到20xx年底，天津地区共有各类企业和组织近10万家，其中以应用软件进行相关管理的只有20xx家左右，仅占0.5%。市场发展潜力十分可观。

(一)中小企业ERP需求旺盛20xx年，中国中小企业ERP市场销售额已经占到ERP市场销售额的68.2%，中小企业市场同比增长速度达到24.1%大幅超过了大型企业市场18.7%的增长速度。

20xx年中小企业将会延续20xx年的快速增长态势，增长速度仍将超出大型企业市场的增长速度，继续成为拉动ERP市场增长的主导力量。

(二)中小企业用户ERP选型慎重

通过调查研究表明，中小企业用户在ERP选型时更加慎重，选型时考虑的因素不再仅仅是厂商品牌、产品价格、功能模块是否全面等表现因素，而是会更加关注产品的可用行，产品是否真正适合企业业务和发展，是否真正能够满足企业现阶段和未来的潜在需求，给企业带来工作效率的提高和销售业绩的提升。

(2)主要竞争对手分析目前我们遇到的竞争对手主要有同行业的厂商，其他竞争对手虽然也有和用有软件争夺市场的能力，他们有和用友功能模块大致相同的产品投放市场，但是产品相对单一，配置也不如用友灵活。从长远的目光来看他们所占据市场份额还不足以威胁到用友软件的发展和生存。相反的，这部分市场份额对用友来说也是利润的增长点，而且中小企业占了国内企业的绝大部分。用友软件公司也注意到了这方面软件的需求，先后推出了系列产品，是所有软件厂商中唯一产品线最丰富，适用面最广泛，按需配置最灵活的管理软件开发商。

(3)销售策略：

帮助客户做到4个充分

充分了解需求;充分培训练习;充分反馈问题;充分总结经验;

利用各种方式，向目标客户传递以下理性诉求：

1.实时化-企业在经营中，必须掌握立即、快速的原则，新品上市快，客户服务要快，决策速度要快，企业应变速度要快。

2.信息化—切忌简单的把信息化理解为企业办公计算机化。而且必须考虑企业的客户数据库是否丰富?产品资料的搜集是否完整?经营环境的相关资料是否够新够多?企业经营结果的信息是否准确?

3.创利化-经营无非时为了活力及贡献社会责任，因此就必须不断创造利益，就要在重视有利益的销售的同时，努力提高效率，降低成本。达到提升竞争力的目的。

(4)价格政策

完全按照用友公司的政策规定执行。报价(略)

(5)销售方式

为了使本公司的产品一最快的速度，最全面的被目标客户企业家了解并接受，拟采取以区域集中推介会、社会关系介绍、销售人员上门联系3种直销形式为主，向下级代理商批发为辅的销售方式。公司还将重视做好现有客户的售后服务工作，力争在赢得美誉的基础上，将客户的关系渠道发展成为公司拓宽市场的销售通道。

企业创业计划书13

企业名称：日用百货店

创业者姓名：李

拟开店日期 ：

一、企业概况

服务类企业，主要经营酒水、饮料、糖果、面包、饼干等副食品及日用百货的批发和零售。

二、企业地址

胡家坝镇新风街西口。这里人流量大，是小学生以及他们家长的必经之路，消费群体集中。

本人在这里有两间门面房，任由自己装修，无后顾之忧。

三、创业者的个人情况

本人待人真诚友善，人缘好。口齿伶俐，善于和陌生人沟通。前几年在北京江苏等超市做过销售，近两年一直在当地超市做销售。

四、市场评估

目标顾客描述：胡家坝小学周边的师生、镇村民众。市场容量的变化趋势：

1、随着学校的扩建和扩招，本地学生会逐年增加。

2、本街区现已开发，店铺增多，到这里消费的人也会逐年增加。因此市场容量会逐年增加。竞争对手的主要优势：

1起步早，有经验。

2.经营时间长，有一定数量的老顾客

3.优先挑选了较好的地理位置

竞争对手的主要劣势：

1.不卫生

2.副食品种少

3.价格比较贵

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1.价格实惠

2.品种多

3.店面有特色

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1.起步晚，经验不足

2.没有老顾客

五、市场营销计划

1、商品与主要特征

商品 主要特征

酒水、饮料、糖果、卫生,美味,美观

面包、饼干等 品种多,可以随意搭配

2、占领市场构想

第一年为熟悉业务期，和供货商搞好关系，和消费者建立互信关系。第二年优化服务期，用最好的商品，最实惠的价格，最优良的服务占领市场，立稳脚跟。第三年为扩大经营期，增加商品种类，加大宣传，扩大消费人群，提高市场占有率。

六、所需费用

装修 10000元

柜台 10000元

首批铺货 40000元

流动资金 20000元

共计 80000元

企业创业计划书14

一、创业设想

在松江大学城内开设一家Honey甜品店，主要经营西式甜品，品种：各类奶茶，咖啡，果汁，牛奶，茶类。各类西式蛋糕，面包，冰激淋，冰激淋蛋糕，刨冰，布丁，龟苓膏等。四个季节都有不同的主营产品和新品推出。经营宗旨：

甜美，健康，时尚，优惠。

二、市场分析

松江大学城内有松江大学城内含上海外国语大学、上海对外贸易学院、上海立信会计学院、东华大学、上海工程技术大学、华东政法大学、复旦大学上海视觉艺术学院七所学校。大学城内的商业区域，许多餐厅卫生状况让人担心，但学生限于无其他选择，面对商店、餐厅的价格垄断和服务、卫生品质，学生消费只能任人宰割。我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场，我们的经营理念能够支撑起属于我们的天空。经过分析，我们可以开拓这个市场。心甜专业经营甜品，坚持品牌化差异化人性化的经营。用润物细无声的渗透方法，建立和扩大知名度和美誉度，让消费者从认识我到爱我，买我。以下是一些调查结果及分析：

(一)你的性别是：

(二)在平时吃甜品的人中的年龄段为：

(三)喜欢的甜品类型是：

(四)喜欢什么风格的甜品店：

(五)经常在什么时间吃点心：

(六)你经常去甜品店的原因是

(七)甜品店有哪些活动你会喜欢?

(八)你能接受一分点心的最高价格为：

(九)排除季节问题你会喜欢喝：

(十)购买点心的依据是什么?

(十一)在吃点心时会饮用的饮料吗?若会，你会选择什么饮料?

数据来源问卷星

由以上调查，我们可以分析知道：一般吃甜品的人群中，16岁至22岁的人占主要地位，因此，我们选地在松江大学城，主要针对大学生这个客源。在店面的装修方面，我们选择温馨家居型的，但是可以开设小的包房主题(复古典雅，质朴简约，另类潮流)，作为给顾客过生日，周末桌游地点。营业时间可以初步定为：10：00~22：00。产品的价格普遍定在30元以下，生日蛋糕等产品列外。本店注重产品的开发，每一季节都要有新的口味，产品推出，每次节日期间要推出优惠活动。客人临走时要关注顾客的意见和想法。

三、(一)经营方案

原料专业，放心更多

Honey与知名品牌饮用水、乳制品以及其他原材料的地区供应商建立合作关系，在心甜店堂内点餐区域和各类宣传品上进行标识。从原料供应商值得信赖的角度出发，给顾客一种食品安全能够确切得到保障的感觉。

心甜甜品店创业计划书

一、创业目标

经营目标：在南京师范大学泰州学院建立首家专业甜品店——心甜甜品店，经营范围为中西式甜品。品种包括冰淇淋蛋糕类、冰淇淋类、冰淇淋曲奇饼类、沙冰刨冰类、糖水类、羹(露)类、粥类、果汁类、调味乳制品类、布丁类、药膳滋补炖品类、凉茶类龟苓膏类、中式传统点心类等。

经营宗旨：甜美、健康、时尚。

二、市场及竞争分析

市场介绍：南京师范大学泰州学院是一个很年轻的学校，建校至今仅2年多。目前校内缺乏一家能够系统化管理的甜品店。而本计划所拟建的心甜甜品店正是填补了这样一个空白。

市场竞争分析：南京师范大学泰州学院是一个年轻的学校，校内一切设施正在完善之中，资源困乏，学生的消费环境更令人担忧，饮食问题亟待解决。我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场，我们的经营理念能够支撑起属于我们的天空。经过分析，我们可以开拓这个市场。心甜专业经营甜品，坚持品牌化差异化人性化的经营。用润物细无声的渗透方法，建立和扩大知名度和美誉度，让消费者从认识我到爱我，买我。

目标顾客：有人误认为女生比男生更喜爱甜食，其实是个错误。事实上，口味的喜好并无性别之分，许多男生也喜爱甜品。不少女生为了保持苗条身段或为了减肥，往往视甜食为洪水猛兽。而且如今消费者越来越理智。所以心甜的目标顾客是全校学生。

三、产品与服务特色

原料专业，放心更多：心甜与知名品牌饮用水、乳制品以及其他原材料的地区供应商建立合作关系，在心甜店堂内点餐区域和各类宣传品上进行标识。从原料供应商值得信赖的角度出发，给顾客一种食品安全能够确切得到保障的感觉。

品种丰富，选择更多：众口难调。心甜要尽可能让甜品口味适应各各类品味的顾客。推出诸多款式的甜品可供各类顾客挑选。

营养全面，健康更多：心甜经营品种除了普通的冰品甜品外，想创业，找项目 就上大学生创业网，还有在我国南方部分地区教为流行的药膳滋补炖品类、凉茶类、龟苓膏类。价格表上列明每种甜品所含的补品成分、药膳滋补功效、适应症等，以便顾客按需选择。低热量、有良好养颜功效的甜品，尤其针对爱美的女生。吃甜品和保持好身材不仅不冲突，而且能够通过食补养颜。

服务规范，满意更多：心甜员工分为管理、甜品加工制作、点餐收银、店堂清洁四类。分别着统一服装进行操作和服务。员工要求技能专业，服务统一使用普通话，建立严谨的服务管理规范和投诉回访机制，并严格进行监督管理。

四、选址分析

心甜门店设置在南京师范大学泰州学院食堂一楼东首，可以充分利用食堂的桌椅，容纳更多的顾客。

五、人事与管理

人事：心甜每个员工必须是专业的，包括点餐收银人员和店堂清洁人员在内的每个人必须进行严格培训，确保正常工作时的规范操作。管理人员设置人事管理和企业管理人员各2名，要求本科以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;甜品加工制作人员设置配方员2名，加工操作员6名，要求大专以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;点餐收银和店堂清洁人员若干，严格培训后上岗。所有员工须办理健康证。

管理思想：优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。重视个人的发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得餐厅的整体发展，实现1+1>2的效果。

管理理念

(1)尊重餐饮业人员的独立人格

(2)下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务。

(3)互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

(4)营造集体氛围：既要上下属感受到甜品店纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

(5)公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

管理队伍：投资是一项经营人才的业务。我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本甜品店发展的人才加入本甜品店。

管理制度：建立严谨的服务管理规范和投诉回访机制，并严格进行监督管理。完善员工守则，考核制度和奖惩制度。

六、企业形象

传媒广告：考虑电视广告或印刷媒体等传媒方式，做为最切实可行的宣传渠道，调查证实高品质甜品通过精美的电视广告或印刷媒体能树立良好的品牌形象。另特别会在新生开学之际，下发宣传单，设点宣传并接受咨询。

形象代言：制作可爱的心甜吉祥物，以卡通造型作为形象代言，从卡通造型上体现甜美、健康、时尚的企业宗旨。

店面布置：心甜店堂做到清洁光亮，窗明几净。渗透好甜美、健康、时尚的企业文化。根据不同甜品品种，使用各类特制碗碟。碗碟高雅脱俗，使顾客一看餐具就产生舒心感觉。

七、促销决策

美食手册：制订心甜健康时尚美食手册。内容介绍中国各个地区名小吃，最新的美食甜点，最新的养生养颜药膳配方等。这本手册每年修订一次，放在店堂供顾客翻阅。

节日活动：在新年、端午节、中秋节及西方的圣诞节，情人节等重大节日，在校内或店外组织露天主题活动，旨在增强消费者对心甜产品的印象。活动通过分发快递活页广告、进行产品知识问题竞答、组织小型演出等方式，给予参与者相应奖励。奖品包括印有心甜卡通图案的小礼物、优惠券及最新产品品尝券，每次活动花费约1000～20xx元。

许愿树：店堂设置许愿树两棵，消费即可得到许愿卡。可在许愿树上挂上写好的许愿卡，每个月的第一个星期天店员将收集许愿卡，以抽奖的方式挑出实现过程花费在300元以下的愿望，帮助顾客实现。

店内常备各种小礼物，如心甜的卡通造型汽球、卡片等。一次性消费满60元的顾客可获赠卡通小卡片一张，积满一套三张可获赠6寸冰淇淋蛋糕一块。顾客也可购买优惠卡，每卡售价9元，持卡者可永久享受购买店内除新品和特价品以外的任一商品8。8折优惠。凭借上乘的品质加上灵活的促销手段来赢得稳定的顾客群。

八、财务需求与运用

开张成本

桌椅、碗勺、厨具、消毒柜等设备

预付店租、装潢

原材料

以上项目将移交专业人士代为预算评定。

九、心甜的发展

根据企业实力，心甜以南京师范大学泰州学院这个市场为起点，放眼泰州五所高校的市场。，逐渐向连锁店发展。具体分为以下三步：

1.立足南京师范大学泰州学院市场，占据一定份额

填补南京师范大学泰州学院市场的空白，把企业做得专业、规范，稳步发展。

2.占领南京师范大学泰州学院市场，建立连锁机制

当企业形象被接受并开始喜爱之后，根据需求在泰州五所高校开设连锁店。在实际操作中学习经营管理经验。

3.走向泰州市场，开放加盟经营

在泰州市场能够得到良好控制、正常运转，有了一定流动资本、区域内知名度，掌握一定市场运作体系理论和操作经验，申请到产品自主知识产权之后，在泰州市内扩张连锁店，开放加盟经营。

企业创业计划书15

一、创业者的情况基本情况：

姓xx，性别xx，出生20xx年xx月，户口家庭住址xxx，属xxx人员，无在办企业。与创业有关的爱好与擅长，主要能力。创业及工作经历：20xx年xx月——20xx年xx月期间的创业经历；xx时在xx地打工，担任xxx职务，取得的业绩如何，能力如何等。

教育及培训经历：学历文化层次（读过什么高中、大学），参加过什么种类的培训活动（管理培训、营销培训、生产培训等），20xx年3月参加了重庆工商大学第四期微企创业培训。

二、拟创办企业情况

基本情况：

企业名称是什么，准备在什么地方建筑或租赁多少平方米场地，从事何种经营项目或生产什么产品。拟设置哪几个部门，预计招用员工多少人。企业组织形式：□个人独资企业□合伙企业□有限责任公司

企业类型：

□生产制造□零售□批发□服务□农业□新型产业□传统产业□文化创意□信息技术□其它

出资情况：

三、产品（服务）介绍（P7）产品（服务）名称及概念：

产品名称：平菇、猴头菇……产品概念=性质+功效（用于销售或租借的东西；具有一些属性、可以满足需要）：生态猴头菇、药膳灵芝….性能及特色：

性能：产品的功能及质量（实现功能程度及其在使用期内功能的保持性）特色：特殊原材料、特殊工艺、生态环保保障措施等

质量控制：

配置质检员（采购员、供销员）；严控进货渠道、质量；严格按照国家质量体系标准，通过国家3C认证等。

四、市场分析

目标客户描述：（P2）

你怎么知道某地区对你计划创办的企业产品有需求，谁将是这个企业的顾客（什么年龄段的人、什么人群…….是我的顾客）。

市场现状及发展趋势：（P2）

本地区内有几家做这个行业的，顾客群有多大，有稳定的顾客群吗，顾客现有购买能力足够大吗，未来一定时间内，市场会越来越大吗等。

竞争对手及分析：（P4）优势和劣势

产品的价格、质量、销售、员工、地段、未来前景自身优势分析：经历、技术、人员、资金、地段、销售渠道、后续支持、发展前景。

五、市场营销经营地址：

直到门牌号选择该地址的主要原因：

土地或房租便宜、交通方便、位置朝向好、生产（进货）方便、高素质富余劳动力多、离家近等。

销售方式：

将产品或服务销售或提供供给：□最终消费者□零售商□批发商

选择该销售方式的原因：

获得较多的利润，及时获取并处理反馈信息（最终消费者）量大，薄利多销，获得推广支持，保证现金流（零售商、批发商）

促销策划：

人员推销：派推销员（业务员）上门服务、上门宣传，活动现场促销，公众人物促销。

广告投放：发传单、发短信、广告牌、广播、灯箱等

价格策略：采用成本加价法和竞争比较法来定价。开业初期，进行打折（赠送礼品、买一送一、送金卡等）。经营正常后，利用多种定价策略积极促销活动。

销售渠道的拓展：联系一些大企业作为长期客户并逐步拓展到区外；置、业务能力、信誉、合作态度、资金支持等）；

六、人力资源规划

企业人员的组成：业主1人，员工多少人（其中技术员x人，服务员x人，收银员x人，业务员员工工资：业主工资xxxx元/月（可实行分段发放制度3500、5400、8000.....），各工种员工工资xxxx元/月（注意不要低于870元/月），并实行相关奖金制度。

员工的培训：新进员工均进行岗前培训，考核合格后方可录用上岗；每月对员工进行专业技术培训、安全培训、服务礼仪培训；定期对员工进行思想观念的培训（团队观念、营销观念）；不定期对员工进行相关培训。

劳动保障：按照劳动合同法，给员工办理社保（五险）。

七、固定资产情况

办公及生产服务工具和设备（P34）：

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！