# 创业计划书参考格式（共五篇）

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2025-08-07

*第一篇：创业计划书参考格式附件2：创业计划书参考格式备注：此为参考格式，具体可根据实际的创业项目特点做变动（或在网上搜寻更合适的模板），但参加比赛的计划书必须是英文版。封面目录摘要/创业计划书概述：（引导并说服投资者完整阅读创业业计划书）...*

**第一篇：创业计划书参考格式**

附件2：

创业计划书参考格式

备注：此为参考格式，具体可根据实际的创业项目特点做变动（或在网上搜寻更合适的模板），但参加比赛的计划书必须是英文版。

封面

目录

摘要/创业计划书概述：（引导并说服投资者完整阅读创业业计划书）

机会（清楚解释这一点），管理小组资格（包括过去的成功经历），市场（市场规模和股份预期值），竞争优势等。

公司（你是谁）

公司历史，公司规模及高级管理人员（总经理，财务管理、技术总管及营销总管）的业务水平、经历、业绩及持股情况，公司的地址和设施等。产品/服务（生产什么以及为什么你的产品比同类产品来得好）

产品/服务说明：公司目前所有产品清单极其使用领域，产品处于何种阶段，产品的创新处，在国内外领先程度（提供相关证明材料）等。

竞争比较：国内外主要竞争对手产品开发情况或产品销售情况，与其相比贵公司的优势或劣势等。

管理小组（告诉他们为什么完善的管理能够使商业计划得以顺利进行）

组织结构；管理小组：公司重要股东情况，董事会成员的简历，公司员工激励制度，奖惩分配及员工持股情况简介；人事计划（所需人员及工资）等。市场（使投资者相信你的产品/服务拥有市场并且知道你市场的力量）

市场组成部分，目标市场，市场走势和发展，竞争（别人的优势和劣势，你是怎样比较的），竞争优势（为什么你的产品/服务比你的竞争对手强）等。市场销售和促销（详细阐述你将如何销售你的产品/服务）

销售渠道，促销/广告，定价，客户服务等。

风险及外界因素（你们的风险是什么）

影响收益的因素：政治，经济萧条，价格上扬，经济走势等。

战略（你的目标和你将如何实现你的目标）

短期目标和长期目标，竞争优势等。

财政方案（具体的财政预算数据）

所需资金（金额，用途、资金使用率）；产品价格及生产成本；3-5年的收益损失方案；资金周转，资产负债表；创业投资退出方式安排等。

总结（概括全文）

他们为什么要投资你的公司？是什么使得这一商机变得格外特别？.为什么你会成功。

**第二篇：创业计划书**

大学生创业计划书

项目名称：绿色单车 姓名：李钊 201106124228 张志钢

201106124220 王德邦

201106124216 高嘉良

201106124229 所在班级：建筑11

2创业计划书

一：项目介绍

我们学校是在离郑州市区比较远的位置的大学园区，在本地去市区的公交车特别的少，加上周围的道路也在不断的修路，所以学生出行特别的不方便。每次去市区都要挤公交，每次都很难能找到座位！这还是比较好的，要是赶到堵车，那就更然人难受了,有时候堵两三个小时都是正常的！所以，大学生骑车出去不仅能够锻炼身体，还能节省时间！再加上，国家今年来提倡的绿色出行，所以大学生骑车出行时一种时尚！所以我和我的同学准备开一家单车租赁店。

本创业计划书是关于在大学附近开设一家自行车租赁行的方案。其主要业务是对外出租自行车目标市场是在校大学生以租金为

其主要利润来源之所以在学校内选择“自行车出租”这一项目进行创业直接的原因是自行车方便，一般学校建的离市中心较远虽有公交车驶交通中心、风景观光中心校外附近生活设施但往往会花很多时间等公交车行使速度又慢等公交车可能会花十几分钟等类似的情况。

二、可行性分析

我们知道往往大学的校园占地面积都比较大校内图书馆、教学楼、食堂、宿舍楼、体育场等各个设施分布其中学生每天穿梭于其间同时好多时间也就白白浪费在路上如果在大学城中即便是紧邻的两个校园步行来回恐怕也要半个小时左右。尤其是当有急事时由于短时间内同学们无法步行往返给大家的生活带来诸多不便比如到教室离上课几分钟时突然发现忘带作业„„ 但是如果有辆自行车立刻返回宿舍就不是问题大学生还可以短时间到体育馆到图书馆或到到旁边的学校找同学同时也可以到附近的超市周六周日更可以叫上几个哥们儿去郊游也可载上女友去野餐„„一辆自行车能给大学生活平添许多精彩。这样有同学可能会想买辆自行车吧但是大学生都知道在大学里丢自行车是司空见惯的事。同时大部分学校都不设看车的有的甚至连车棚都没有宿舍又禁止放自行车大学生只能看眼睁睁的看着自己的爱车在露天的停车处风吹日晒了老化。同时有的同学买了自行车又可能只是偶尔用用大部分时间在闲置浪费资源。一方面需要自行车另一方面有了车却又有诸多麻烦这样的两难该怎样解决?经过分析我们发现

事实上大学生的真正需要不是自行车而是自行车带来的方便自由„„那么自行车出租服务无疑会解决这个问题只要一两元钱就能快捷办事尽情的放飞心情自由的释放生命而且又没有自行车存放保管、丢失之类的问题。大学生有需求自行车租赁行又能满足这种需求这就是自行车租赁行产生的条件。当然初步只是在自己学校开个小的等实力壮大起来其市场前景也是不错的因为中国有一千多所高校上千万在校大学生其潜在市场规模是相当可观的即便是只能占领三分之一的市场也能取得可观的回报。

三、优劣势分析

优势

1、绿色环保。21世纪整个社会提倡的是“健康出行享受绿色生活”追求无污染环行节省了等公交车的时间又能锻炼身体一举两得。大部分境国外好多都在提倡用自行车上班在石油资源逐渐减少的背景下这样不仅减少污染节约燃油而且可以锻炼身体若是去市里同时还可以节省时间尤其对于那些比较拥堵的地方。对于很多人来说时间就是金钱和生命。

2、出租自行车是一种服务型的产品目前市场上几乎不存在这种服务尤其是品牌化专业化规模化的根本没有。旅游景点设立的小摊或者是修理自行车的附加提供这种服务但诸如此类的小摊贩皆不成规模没有发展愿望根本不具备竞争力且又远离校园市场竞争更无从谈起所以面向大学生出租自行车这个行业目前在国内还几乎是一片空白。劣势由于创业者本身是大学生大学生创业社

会经验不足创业资金短缺发展速度慢市场很容易被抢占这是最大的劣势。同时具体的创业项目操作上也有各种问题例如自行车的护理。以及如果自行车在借出后遭到损坏如何进行赔偿以怎样的标准较为合适赔偿的价格怎样计算。这些都是必须解决的问题。

四、场地选择 “自行车出租”的场地设置尤为重要这关系到目标市场的发展空间消费人群的数量。初步计划在本校大食堂一楼旁边设一出租点。大食堂处于校园的中心位置几乎是同学们往来必经之地人流量很大选此位置利于宣传也方便大家租车。

五、项目投资及成本预算 最初先购进30辆六、七成新的自行车也就是收购二手自行车每辆自行车控制在30元—50元之间收购价共900元—1500元。一个打气筒大约20元。30把自行车锁每把最高价15元共450元。一个能容纳30辆自行车的二手自行车棚能遮阳挡雨最高收购价为200元。自行车租赁计时系统大约1500可经计算机同学修改使同学可用一卡通刷卡、系统自动计时计费合计成本不到5000。

六、经营与管理计划

1、经营时间除去寒暑假一般早上10:00到晚上6:00.2、自行车出租价格按时平日每小时1元周末每小时1.5元超出时间将按照超出时间累计2元/小时。如有不足1小时 但超过半小时的仍按照1小时计算价格。按天平日一天15元周末一天20元。按月每月80元。按年200元。节假日价钱相应上调。

3、自行车出租时记录的内容出租自行车时有一卡通的利

用租赁系统刷卡以便自动计时计费无一卡通的系方式将用现金抵押抵押金额为50元。

4、自行车损坏赔偿 本出租方制定双方皆满意合同每个同学

租车前需签字同意否则不予出租。合同上将明确如下内容为防止自行车出租前后损坏处不一或有新的损坏处要求借车人员在借车前看清车辆的损坏处出借营业者也应说明自行车状况明确责任。在归还时发现在自行车又有新的损坏处借车人员需赔偿修理费。在借车场地会列明自行车常见损坏部件修理价格如轮胎修理费2元钱等。但损坏情况不定所以需要经营者要了解自行车修理的部件价格。如果借车人员不能接受损坏处的修理价格则借车人员可自己去修理然后归还修理时间不计费

5、宣传方式 1可与学校一些社团合作举办活动2书写宣传海报在校园各个宣传栏粘贴 3利用好网络媒体包括人人校内微薄等4请各位好友、同学在周边人员宣传

五、项目拓展

“自行车出租”的项目发展若能够收回原有成本并且有较好的收益的会相应扩大业务。

1、考虑将购买全新的自行车吸引更多的消费者。

2、考虑发展自行车商业行为如出售自行车回收旧自行车

**第三篇：创业计划书()**

创业计划书(合集15篇)

时光在流逝，从不停歇，我们的工作又进入新的阶段，为了在工作中有更好的成长，是时候静下心来好好写写计划了。拟起计划来就毫无头绪？下面是小编帮大家整理的创业计划书，欢迎大家分享。

创业计划书1

目 录

一 执行总结...2

1.1 公司...2

1.2市场...3

1.3生产与营销...3

1.4投资与财务...4

1.5组织与人力资源...4

二 项目背景...5

2.1 产业背景...5

2.2产品概述...6

2.2.1产品介绍...6

2.2.2成本估计...8

2.3开发与创新...9

2.4未来产品与服务计划...10

三 市场机会...10

3.1目标市场...10

3.2潜在顾客...11

3.3顾客购买准则...11

3.4销售策略...11

3.5市场竞争...12

四 公司战略...12

4.1公司概述...12

4.2公司使命与宗旨描述...13

4.2.1公司使命...13

4.2.2公司宗旨...13

4.3销售计划...13

4.3.1初期（1~3年）...13

4.3.2中期（4~5年）...14

4.3.3长期...14

五 市场销售...15

5.1销售策略与目标...15

5.2价格策略...16

5.3 战略销售...16

5.3.1销售渠道...17

5.3.2 自有销售队伍...17

5.4宣传策略...18

六 云南民族特色文化饰品的生产和管理...19

6.1厂址的选择与布局...19

6.1.1选址...19

6.1.2生产流程图...19

6.1.3厂平面布置图...20

6.2工艺流程...20

6.2.1生产设备与人员安排...20

6.2.2原料的采购、包装与储运...21

6.2.3储运...21

6.3 厂内生产...21

七 管理体系...22

7.1公司的性质...22

7.2组织形式...22

八 机遇与风险...23

8.1机遇...23

8.2外部风险...23

8.3内部风险...23

8.4解决方案...23

创业计划书2

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，是创业者计划创立的业务的书面摘要，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。它用以描述与拟创办企业相关的内外部环境条件和要素特点，为业务的发展提供指示图和衡量业务进展情况的标准。创业计划是市场营销、财务、生产、人力资源等职能计划的综合。

写好创业计划书要思考的问题：

创业计划书十章节 通常一本创业计划书在前面需要写一页左右的摘要，接下来是创业计划书的具体章节，一般分成十大章。

第一章：事业描述。必须描述所要进入的是什么行业，卖什么产品（或服务），谁是主要的客户，所属产业的生命周期是处于萌芽、成长、成熟还是衰退阶段。还有，企业要用独资还是合伙或公司的形态，打算何时开业，营业时间有多长等。

第二章：产品/服务。需要描述你的产品和服务到底是什么，有什么特色，你的产品跟竞争者有什么差异，如果并不特别为什么顾客要买。

第三章：市常首先需要界定目标市场在哪里，是既有的市尝既有的客户，还是在新的市场开发新客户。不同的市尝不同的客户都有不同的营销方式。在确定目标之后，决定怎样上市、促销、定价等，并且做好预算。

第四章：地点。一般公司对地点的选择可能影响不那么大，但是如果要开店，店面地点的选择就很重要。

第五章：竞争。下列三种时候尤其要做竞争分析：1.要创业或进入一个新市场时；2.当一个新竞争者进入自己在经营的市场时；3.随时随地做竞争分析，这样最省力。竞争分析可以从五个方向去做：谁是最接近的五大竞争者；他们的业务如何；他们与本业务相似的程度；从他们那里学到什么；如何做得比他们好。

第六章：管理。中小企业98%的失败来自于管理的缺失，其中45%是因为管理缺乏竞争力，目前还没有明确的解决之道。

第七章：人事。要考虑现在、半年内、未来三年的人事需求，并且具体考虑需要引进哪些专业技人才、全职或兼职、薪水如何计算，所需人事成本等。

第八章：财务需求与运用。考虑融资款项的运用、营运资金周转等，并预测未来3年的损

益表、资产负债表和现金流量表。

第九章：风险。不是说有人竞争就是风险，风险可能是进出口汇兑的风险、餐厅有火灾的风险等，并注意当风险来时如何应对。

第十章：成长与发展。下一步要怎么样，三年后如何，这也是创业计划书所要提及的。企业是要能持续经营的，所以在规划时要能够做到多元化和全球化创业计划书是将有关创业的想法，借由白纸黑字最后落实的载体。创业计划书的质量，往往会直接影响创业发起人能否找到合作伙伴、获得资金及其他政策的支持创业计划书必杀技如何写创业计划书呢？要依目标，即看计划书的对象而有所不同，譬如是要写给投资者看呢，还是要拿去银行贷款。从不同的目的来写，计划书的重点也会有所不同。

创业计划书的内容

一般来说，在创业计划书中应该包括创业的种类、资金规划及基金来源、资金总额的分配比例、阶段目标、财务预估、行销策略、可能风险评估、创业的动机、股东名册、预定员工人数、具体内容一般包括以下十一个方面：

（一）封面

封面的设计要有审美观和艺术性，一个好的封面会使阅读者产生最初的好感，形成良好的第一印象。

（二）计划摘要

它是浓缩了的创业计划书的精华。

计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并作出判断。

（三）企业介绍

这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个概要，而是对你的公司作出介绍，因而重点是你的公司理念和如何制定公司的战略目标。

（四）行业分析

在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。关于行业分析的典型问题：

（1）该行业发展程度如何？现在的发展动态如何？

（2）创新和技术进步在该行业扮演着一个怎样的角色？

（3）该行业的总销售额有多少？总收入为多少？发展趋势怎样？

（4）价格趋向如何？

（5）经济发展对该行业的影响程度如何？政府是如何影响该行业的？

（6）是什么因素决定着它的发展？

（7）竞争的本质是什么？你将采取什么样的战略？

（8）进入该行业的障碍是什么？你将如何克服？该行业典型的回报率有多少？

（五）产品（服务）介绍

产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利等。

在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般地，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

（六）人员及组织结构

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财务管理、作业管理、产品管理等等。而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

因为社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的。企业要管理好这种资源，更是要遵循科学的原则和方法。

在创业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权、比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

经验和过去的成功比学位更有说服力。如果你准备把一个特别重要的位置留给一个没有经验的人，你一定要给出充分的理由。

（七）市场预测

应包括以下内容：

1、需求进行预测；

2、市场预测市场现状综述；

3、竞争厂商概览；

4、目标顾客和目标市场；

5、本企业产品的市场地位等。

（八）营销策略

对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

在创业计划书中，营销策略应包括以下内容：

（1）市场机构和营销渠道的选择；

（2）营销队伍和管理；

（3）促销计划和广告策略；

（4）价格决策。

（九）制造计划

创业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：

1、产品制造和技术设备现状；

2、新产品投产计划；

3、技术提升和设备更新的要求；

4、质量控制和质量改进计划。

（十）财务规划

财务规划一般要包括以下内容：

其中重点是现金流量表、资产负债表以及损益表的制备。

流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要预先有周详的计划和进行过程中的严格控制；

损益表反映的是企业的盈利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果； 资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

（十一）风险与风险管理

（1）你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险？

（2）你准备怎样应付这些风险？

（3）就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会？

（4）在你的资本基础上如何进行扩展？

（5）在最好和最坏情形下，你的五年计划表现如何？

如果你的估计不那么准确，应该估计出你的误差范围到底有多大。如果可能的话，对你的关键性参数做最好和最坏的设定。如何写详细的创业项目策划书？对于正在寻求资金的风险企业来说，创业计划书就是企业的电话通话卡片。创业计划书的好坏，往往决定了投资交易的成败。

对初创的风险企业来说，创业计划书的作用尤为重要，一个酝酿中的项目，往往很模糊，通过制订创业计划书，把正反理由都书写下来。见后再逐条推敲。创业者这样就能对这一项目有更清晰的认识。可以这样说，创业计划书首先是把计划中要创立的企业推销给了创业者自己。

其次，创业计划书还能帮助把计划中的风险企业推销给风险投资家，公司创业计划书的主要目的之一就是为了筹集资金。因此，创业计划书必须要说明：

(1)创办企业的目的——为什么要冒风险，花精力、时间、资源、资金去创办风险企业？

(2)创办企业所需多少资金？为什么要这么多的钱？为什么投资人值得为此注入资金？ 对已建的风险企业来说，创业计划书可以为企业的发展定下比较具体的方向和重点，从而使员工了解企业的经营目标，并激励他们为共同的目标而努力。更重要的是，它可以使企业的出资者以及供应商、销售商等了解企业的经营状况和经营目标，说服出资者(原有的或新来的)为企业的进一步发展提供资金。

创业计划书3

一．童装市场现状分析

二．童装市场未来的发展趋势

三．当地市场调研

四．当地童装市场调研分析报告

五．童装店店名及释义

六．店面选址及装修风格

七．经营方式

八．融资说明

九．财务预测

十、风险控制

一.童装市场现状分析：

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装企业进行童装品牌定位，可以通过年龄层细分市场。按年龄段可以细分为婴儿装、1－3岁段的幼儿装、4－6岁段的小童装、7－9岁段的中童装、10－12岁段的大童装、13－16岁段的少年装。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，查过很多相关的资料得知，目前我国年产童装占全国服装总产量的近10%。童装生产以中小企业为主，近年来，我国童装的消费需求同比保持高速增长，国内童装企业目前相对缺乏竞争力，国外品牌童装已占据了相当大的市场份额，几乎达50%，而国内有特色的童装品牌所占市场份额还很小，只有30%左右，70%企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，在现实中现在小孩的服饰需求也平常化，一年当中平时两套，过生日一套，六一节一套，过春节一到两套，一年当中最少需求5-6套，市场较乐观。同时中国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转移到“品牌消费阶段”总体消费特点表现为一是由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型，部分经济发达的城市，消费者对童装的需求趋向潮流化、品牌化。童装企业在做品牌时，一定要做一个有文化内涵的品牌。

二.童装市场未来的发展趋势

中国童装产业发展很快，市场需求迅速扩大，童装产业发展前景被广泛看好。中国拥有庞大的童装消费主体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，经查过相关的资料显示，中国14岁以下的儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。据测算，20xx年以后，中国每年的新生儿出生率将保持一定比率的递增，到20xx年，新生儿出生数将进入高峰期，在现有出生数的基础上增加1倍，将形成庞大的儿童服装消费市场。

童装业的发展非常快速，以后的童装业发展将步趋品牌化、服务化、个性化、功能化发展，分述如下：

1．品牌化

现在一些发达城市，生活水平较高的城市童装品牌店日益增多，随着生活水平的提高，品牌意识渐渐加强，现在不少城市中散货童装店也虽然很多，但一定要有品牌意识。

2．服务化

童装的购买者有直接者有间接者（指买来送人的），但以父母间接购买居多，现在由于子女人数不多，一般程度上都比较尊重他们的意见，一定程度上儿童的意见性非常重要，会制约购买意向。如何留住顾客，促使二次消费，我们要考虑更多的增值服务，除了单纯的卖给他们服装后，我们还能给他们带来什么？我们可以提供哪些更多的增值服务，进一点提高顾客价值，也是提高竞争力扩大销售的一种手段和一种发展趋势。

3．个性化

生活水平的提高，对物质各方面的追求会越来越高，审美观点也变得潮流和时尚，针对儿童如果有一些再个性化的服装（一般是中童，大童，少年装为主）将会越来越被重视，而且要表达健康成长、积极向上的良好喻意。

4．功能化

也查过相关资料，据了解市场上有部分衣服对人面含有不利健康的材料，不符合环保健康要求，穿得要健康。因此在以后的发展形势中，有各种功能诉求卖点，如可以当少儿一些不良症、有益提高免疫力的等功能性童装将会越来越被推广和普及。

童装行业的发展任重而道远，品牌男装和女装也许你可以一口气说上十来个不成问题，但要你说出知名的十来个童装品牌可能有点困难，未来童装的发展目的性针对性较强，大的国内品牌将会不断加强品牌建议，不断提高品牌知名度和影响力，规模将会越来越大；一些非品牌将会接受新一轮的应战，要么细会市场打造另一个第一，要么会被一些知名品牌收购和吞拼，一些研发能力，设计款式时尚跟不上的部分中小型企业将会举步维艰。

三.当地市场调研

市场调研是一项非常重要的工作，因市而变，以便做好相应的评估，及时做好当地的市扬调查情况，要了解当地童装店的分布情况及销售情况，了解当地消费人群的消费习惯及消费水准，采用交谈法，实地观察法和问券调查的方法收据相关的信息收据。

当地的市场调查采取以下几种方法：

1．采用传统的问券式调查法，收集相关的资料信息（已委托朋友交给幼儿园的老师分发学生让其父母填写、收回），自已再上街实际询问操作

2．采用顾客交谈法，多问问当地身边的目标群体，了解他们的消费习惯。

3．多到当地同类产品店多观察，了解他们的店面装修风格、货物风格以及销售成交情况，以便做评估。

4．要在所租店面地段多多观察，多了解所在地段的人流量，目标群体进店率，所在地段的商业氛围。

5．沿街观察或多到当地的幼儿园、小学多看看，了解当地年龄段朋友的穿衣风格，流行的款式等。

问券式调查内容表格如下:（当时委托一位幼儿园老师朋友让小朋友家长填写，发出去200份，收回150份左右，有效率75%）

区域市场童装消费意识及消费习惯调查表

一.您的年纪是？

a.23-25岁 b.25-30岁 c.30-35岁 d.35-40岁 e.40岁以上

二．您小孩的性别是？

a.男孩 b.女孩

三．您小孩的年龄是多大？

a．婴儿 b．1-3岁 c.4-6岁 d.7-9岁 e.10-12岁 f.12-16岁

四．为小孩购买童装时，会不会在意是否是品牌童装？

a．在意，一定要选择品牌的 b.不在意，只要质量款式好就行

五．为小孩购买童装时，你考虑先后顺序是：（选择你最重视的两项）

a．是否是品牌 b.质量 c.款式 d.价格

六：下面哪些节日时，您会考虑为小孩购买新衣服？

a．过生日时 b.六一儿童节 c.过春节时 d.过这些节日，都会买

七．一年中您一般会为您的小孩买几套衣服？

a.2—3套 b.3--4套 c.4--5套 d.5-6套 e.6套以上

八．您愿意花多少钱购买一件小孩的衣服？

a.50元以下 b.50-100元 c.100-150元 e.150—200元 f.只要看中，多少钱无所谓

九．去店里购买衣服时，最后购买的选择权是谁？

a．都由大人做主 b.小孩看中哪件就买哪件 c.看情况，一般情况下由大人做主

十．你在选购衣服时，您会喜欢怎样的价格标注方式？

a．明码标价，优惠时有相应的折扣 b.不太喜欢明码标价，店员开价再还价

十一．您的月收入是多少？

a．1000-20xx元 b.20xx-3000元 c.3000-5000元 d.5000以上

非常感谢您的参与与支持，请留下您的联系方式。

您的姓名：

联系电话：

以上表格的调查内容可以帮我们了解到：

1.当地小孩的年龄层次分布集中情况

2.当地各年龄段男女孩的性别数量比例

3.当地人的是否注重品牌意识

4.当地人愿花多少钱去买一件儿童服饰

5.间接和直接消费群休的购买权

6.当地人的收入与消费水平

7.一年中当地童装大约有多少购买需求

8.哪些日子家长会考虑为自己孩子购买童装

9.当地的消费意识是注重质量、款式、还是价格

10.目标群体是喜欢采取明码标价还是注重散货店店员报价再还价

四．当地童装市场调研分析报告

据业内人士分析，全球15岁以下的儿童有18亿人，占世界人口的30%。从数量上看，儿童服装将具有绝对的市场潜力。以中国市场为例，该地区对童装的需求量每年以10%至13%的速度增加，服装业主要开拓儿童消费群体。，中国在不仅是世界第一人口大国，消费者可支配收入也持续上升这一切都预示着中国童装市场的潜力巨大。

同时，尽管有些国家儿童人口并没有显著增多，但由于本国时尚潮流以及消费者可支配收入持续上升，童装市场潜力同样不可小视。以英国为例，英国人口近年来呈下降趋势，但20xx年其童装市场销售额仍增长了26%，达到47.9亿英镑(约合92.3亿美元)。根据对大众消费者的有关调查显示，最具购买力的是年龄在18-34岁的人，而这一年龄段的人群许多都已为人父母，父母更倾向于加大孩子服装方面的开支，他们越来越紧跟潮流，关心流行趋势，不再将童装仅仅认为是生活必需品，而是将其作为提高生活质量的一部分。韩国纤维服装产业联合会对韩国2500个家庭进行的调查显示，今年上半年，韩国家庭购买儿童及青少年服装的金额达到7908亿韩元(约合7.1亿美元)，同比增长20.7%，占据韩国服装市场13.9%的份额，高于去年同期的11.9%。童装对整个服装市场的巨大拉动作用由此可见一斑。

随着后配额时代的到来，童装市场格局正在发生变化。20xx年的整体童装市场，也正体现出新阶段童装市场的发展趋势。有关专家指出，依照儿童的自身特点以及整个市场的发展，世界童装业者必须也正在从以下几个方面有所作为。

首先从童装产品定位来看，“绿色服饰”已经成为国际童装发展的新潮流，重视环保健康成为童装发展的一大方向。新型面辅料不断出现，代替了过去单一的花布、涤棉、灯芯绒等低档面料，童装设计必须注重采用绿色环保面料，确保无毒害、无污染，同时大大提高各种性能，确保儿童健康。儿童作为一个正在成长中的群体，童装产品的舒适度等方面也应当加以关注。更重要的是，童装作为一种文化载体，也体现着区域特色与国际间流行趋势的交流和融合，对儿童的身心健康有着潜移默化的影响，童装必须突出文化内涵。在各种各样童装产品充满市场的今天，实践证明，顺应这一趋势的产品才能真正占有市场。

第二，营销渠道方面，国际童装经销商必须注重其营销策略在国际区域的整体整合和提升。目前国际品牌童装采用强大的宣传和公关攻势，全方位体现品牌风格，刺激和诱发家长和儿童的购买欲。在国际服装市场全方位放开的大环境下，直销和加盟连锁的方式将使销售更加顺畅，进一步打造品牌基础，为在国际竞争中具有更大的优势提供保证。过去的一年里，这种做法也正在被推广和实施。例如英国童装市场基本上受控于大型综合零售商店的品牌服装，20xx，综合服装店占童装市场销售额的30%左右。

第三，目标消费群体的合理定位和市场的有效细分将成为国际童装经营者关注的焦点。找到自己的目标客户群体，针对目标客户制定适当的市场目标，是在激烈的市场竞争中立于不败之地的必要因素。我们可以回顾20xx年的日本童装市场，童装经销商们基本上达成了这样一个共识，那就是有效的市场定位与细分：按照年龄划分，分为4类，0岁-2岁婴幼儿、2岁-6岁儿童、6岁-12岁儿童、12岁-15岁儿童。有调查显示，接受调查的74家童装制造商中，29.1%表示将关注学步儿童这部分童装市场，25.5%选择婴儿服装市场作为主攻对象，超过54%认为学步儿童服装市场和婴儿服装市场同样重要。这些数据和调查均表明，童装经营者们已经把眼光放开，在市场中寻求不同人群、不同品质的均衡。新的发展阶段中，这种平衡的寻求还会进一步深入，从纵向到横向，从区域到国际，在全球范围内实现资源的优化配置和合理组合。

五．童装店店名及释义

店名【乐乐童装店】

释义【快乐儿童服装店，表示孩子天真、活泼、快乐的年龄特点及特征】

六．店面选址及装修风格

店面选址【重庆市江北区观音桥天天尚街】

店面装修风格【主要以粉色系为主打，附带蓝、绿色，以卡通图案为主要图案。】

七．经营方式【先以个体经营方式进行，到中期增加销售人员，后期如果各方面效果好可以扩大销售量及增加销售场地。】

八．融资说明【主要来源于个人部分资金及家人资助，比例占4；6】

九．财务预测及风险控制【根据童装销售、产品成本、费用等预算的有关信息，前期投入尽可能在4万左右，其中包括店面装修及服装的首次进货。前期会存在产品销量问题，或者货品积压，需要有部分资金保证中期的种种资金困难问题，需准备资金四万作为拿服装季节新品或者店面租金等费用。整个童装店资金风险控制在十万以内，若因销售出现资金无法回笼问题，就需通过宣传及做活动形式来加大销售量，用于填缺资金问题及货物积压问题。

创业计划书4

一、企业概况

主要经营范围：

我创办的项目是“朱砂泥手工艺品加工厂”。主要从事小型手工艺品的设计、生产、批发业务，暂不搞零售。

主要产品是：飞马、菩萨、飞天三个系列，共18个品种。

本企业创办初期，以自行设计、自主生产为主;来样加工为附。以批发为主要销售方式，不搞赊销，减少资金占压。由于人手原因，暂不零售，将来准备在敦煌旅游区设立摊位，主要是了解市场需求，改进设计和生产。

产品市场前景广阔，据调查，来我省旅游的游客80%的会买纪念品，仅敦煌旅游区一处，一年就卖“朱砂泥手工艺品”15万件，附近其他景点同时销售15万件，共30万件的市场容量，而本地生产的仅19万件，其余11万件由外地工厂加工，我厂有较好的生存空间。

企业类型：

■生产制造 □ 零售 □ 批发 □ 服务 □ 农业

□ 新型产业 □ 传统产业 □ 其他

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验(包括时间)

三、市场评估

目标顾客描述：

最终客户是占游客大多数的中等收入者。

目标客户是各旅游景点的商店，为他们提供“价格便宜、样式简单、便于携带、有地方特色”的工艺品。

今后，可以与旅游纪念品公司、工艺品公司、贸易公司、装修公司合作。

市场容量为30万件，当地供应量仅为19万件，有11万件的市场可供初期与外地企业竞争。

如果，我厂能占有这11万件的10%，约10000件就可保证初期的生产能力满负荷。同时，采取各种方法改进设计、生产、销售，完全有可能强占本地的供货市场约5%，两项合计为XX0件。但仅占整个市场的6.7%，发展的余地很大。

市场容量的变化趋势：

随者西部大开发的进程，游客会增加，市场容量会扩大;但竞争者也会增多，且市场增容的速度可能会比加剧竞争的速度要慢，因此，必须练好内功，有领先一步的意识，做到“销售一代、生产一代、设计一代、开发一代”。

竞争对手的主要优势：

1.起步早 2.有雇工，产量大 　 3.在景点摆摊，了解市场

4.价格低 5.有一定的销售渠道 6.有一定的经验

竞争对手的主要劣势：

1.产品简单 2.品种少 3.产品均为仿制

4.没包装 5.没计划 6.不打广告

7.不贴商标

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1.产品精致 2.品种多 3.自行设计 4.有便于携带的包装

5.有一定的计划 6.准备搞宣传7.贴商标，创品牌

相对于竞争对手的主要劣势：

1.起步晚 2.产量小 3.不了解市场 4.价格比他们高1元

5.没有渠道 6.没有经验

四、市场营销计划

1、产品：

产品或服务主要特征

贴近丝绸之路的背景主题，先做飞马、菩萨、飞天三个系列，通过“造型设计和古旧的色泽”突出“古朴和乡土特色”。尺寸小，有包装，便于携带。

2、价格

产品或服务成本价销售价竞争对手的价格

飞马1.2-1.51.8-2.01.5-2.0

菩萨同上同上同上

飞天同上同上同上

折扣销售订量达到200件，可折价5%

赊帐销售订量的30%可赊销订量连续三次达到200件

3、地点

(1)选址细节

地址面积(M2)租金或建筑成本

自家小院

(2)选择该地址的主要原因：

□ 交通便利 □ 基础设施健全 □ 价格低廉□ 无环境保护限制

□ 短期不会发生地址或居民变动 □ 有较大的消费市场

□ 其它 生产设施占地少;无条件找地方

(3)销售方式(选择一项并打√)：

将把产品或服务销售提供给：

□最终消费者 ■零售商 □批发商

(4)选择该销售方式的原因：

没有富余人手销售

a)促销

人员推广 成本预测

广告 成本预测

公共关系报纸宣传成本预测

营业推广免费样品成本成本预测20\*1.5=30

五、企业组织结构

企业将登记注册成：

■个体工商户 口有限责任公司 □个人独资企业

□合伙企业 □其他

拟议的公司名称：法莱特运动休闲服饰

企业的员工(请附企业组织结构图和员工工作描述书)：

职务 月薪

业主/经理：黄亮 600

员工 ： 李燕 600

企业将获得的经营执照、许可证和特许：

类型 预测费用

个体工商户 50元

企业的法律责任(保险、员工的薪酬、纳税)：

类型 预测费用

合伙(合作)人与合伙(合作)协议：

内 姓

容 名

协议

条款

出资方式

出资数额与期限

利润分配和亏损分摊

经营分工、权限和责任

合伙人个人负债的责任

协议变更和终止

其他条款

六、固定资产

1、具和设备

根据预测的销售量，假设达到100%的生产能力，企业需要购买以下设备：

名称数量单价总费用(元)

桌椅板凳 50

电灯、电线 30

平整地 100

搭建工棚 700

灭火器 100

其他 20

工作台 400

晾晒架 300

工具 100

供应商名称地址电话或传真

2、交通工具

名称数量单价总费用(元)

供应商名称地址电话或传真

3、办公家具和设备

名称数量单价总费用(元)

办公用品

供应商名称地址电话或传真

b)固定资产和折旧概要

资产价值(元)年折旧(元)

工具和设备600

交通工具

办公家具和设备

店铺

厂房1200

土地

另：开办费350

合计2150780 每月65元

七、流动资金(月)

a)原材料和包装

项目数量单价总费用(元)

朱砂泥 400

羊毛等 60

彩绘原料 120

供应商名称地址电话或传真

b)其他经营费用(不包括折旧费和贷款利息)

项目费用(元)备注

业主的工资600业主的工资600前三个月不领工资

雇员工资

租金

营销费用50

公用事业费

维修费30

保险费20

登记注册费35

其他30

合计765

八、销售收预测(12个月)

销售数量

平均单价

月销售收入

销售数量

平均单价

月销售收入

销售数量

平均单价

月销售收入

销售数量

平均单价

月销售收入

销售数量

平均单价

月销售收入

销售数量

平均单价

月销售收入

销售数量

平均单价

月销售收入

销售总量

销售总收入

创业计划书5

一、公司(迈德广告传媒有限责任公司)概述

(一)公司简介

迈德广告传媒有限责任公司成立于XX年12月1日，商业法定名称是(中国迈德广告传媒有限责任公司)，法定地址是南昌市双港东路232号。

迈德广告传媒有限责任公司是一家集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的媒介性合资广告公司。

我们的业务范围主要是校园内及周边地区产品的广告宣传。

迈德广告传媒有限责任公司为股份责任有限公司，有着一套完整的管理体系、合作的团队、优秀的骨干，我们设有广告部、策划部、营销部、执行部、财务部、人事部、物资采购部以及综合办公室。

(二)公司宗旨

迈德广告传媒有限责任公司以帮助客户获取经济效益和社会效益为已任，旨在通过公司科学、专业、真诚的服务来建立客户与市场的最佳沟通渠道，把客户有限的资金进行最经济的策划和设计，让客户以最低的广告成本，达到最佳传播的效果。

(三)公司目标

打造代表江西财经大学大学生创业成果的窗口形象。

(四)创业理念

“让人人都做得起广告”这是我们创业的口号，即在起步之初积极探索发展模式和方向，走一条有自己特色的路，我们的服务对象主要是针对广大在校师生，我们将考察师生的需求，认真做好让顾客满意的广告，达到最好的宣传效果。

(五)公司服务

1.专业化的广告服务

迈德广告传媒有限责任公司为客户提供详细准确的行业咨询服务，包括数据调查资料，分析结论。从而使得客户的投资更科学、合理，全方位与消费者沟通。我们的员工是清一色优秀大学生,在自身的知识和经验上独树一帜，我们成立内部的研究机构，逐渐开创自己的理论架构和知识体系，建立自身文化内涵。

2.全面的业务服务

迈德广告传媒有限责任公司是南昌市第一家由在校大学生创办的广告公司。迈德提供传单,调查,露天宣传,上门推销等各种广告渠道方式。

3.为客户提供准确、科学的市场调查

不必客户东奔西跑，迈德为客户提供完善的效果测定服务。

4.其他

客户利益：迈德广告传媒有限责任公司因自身特点具有业务成本上优势。能把客户所需的广告预算降到最低做到真正的优质价廉。

二、执行摘要

(一)经营理念

中国迈德广告传媒有限责任公司的理念是：我们承担压力，客户享受轻松。

(二)公司概述

中国迈德广告传媒有限责任公司成立于XX年11月26日，主要从事于校园内及周边地区产品的广告宣传，例如新产品现场推广，运动品牌校园大卖场，海报制作。公司的合法成立的组织形式是有限责任公司。出资的所有权构成是创业者集体出资并吸收了少部分得风险投资，我们的主要办公地点在南昌市双港东路232号。

中国迈德广告传媒有限责任公司处于经营启动期，已经成功的为国内某著名的电子产品平台厂商做了新产品推广，并且正为某运动品牌制作校园系列宣传。

在近期XX年12月1日, 迈德广告传媒有限责任公司完成了3万元的业务额，并且显示出强劲的赢利。如果融到300万元的资金，我们期望能够完成XX万元的业务，在第二年完成300万元的税前利润。在第3年(下一年)完成500万元税前利润。

我们能够完成上述目标，因为融到的资金主要用于例如： 1.在江西省内确定了自己的品牌形象的前提下，将迈德企业的理念和业务推广到全国范围内;2.在全国6个省会及直辖市建立分公司(北京，沈阳，上海，成都，武汉，广州)。3.引进补充部分广告和管理方面的专业人才。4.采购业务所需专业器材。

(三)产品与服务

中国迈德广告传媒有限责任公司的目标是打造“让人人都做得起广告”，当前我们的服务处于成长时期。我们计划扩大我们的广告品牌的知名度，以扩大我们的客户群体，其中范围包括餐饮，电子，服装等行业。

迈德的宣传，有别于传统广告以当红明星和海量传单的“烧钱”和“造势”，我们强调的是让客户以最少的宣传费用，达到其有限范围内积极的产品推广。我们帮助商家搭建与消费者零距离的平台。并且以我们专业的技术，帮助商家避免他们在类似宣传中可能会遇到的困难和风险。

(四)营销概述

迈德广告传媒有限责任公司的市场是中国目前“混乱”的低端广告市场，到XX年12月时，根据现有规模测算，其市场已达到亿元级标准。若将其已一定形式和法规，规范化后，据现阶段广告产业的规模，业界普遍认为该市场能够分得广告市场3/1的份额。我们的客户是中国现在各行业新兴的新创企业，商品针对学生消费群的各级代理零售批发商和有相关需要的企业。解决该类客户关心的广告成本问题正是我们的服务宗旨所在，我们将用“迈德”的模式，帮助其推广宣传。

中国迈德广告传媒有限责任公司目前与博艺广告有限公司,天艺事务所, 新势传媒，新鲜传媒直接竞争，并且与江西财经大学校影视中心有一定程度上的间接竞争，其中新势传媒和新鲜传媒是公司未来业务发展的最大潜在竞争对手。

但是比较以上竞争对手，我们的宣传与学生消费群体有更近的距离，并且宣传的专业程度和宣传手段有更多的多样性。

(五)风险与机会

迈德广告传媒有限责任公司经营的最大的风险是商业风险，管理风险和资金短缺引起的财务风险。但是由于我公司处于初创阶段，并没有过多的财务负担，我们可灵活经营规避市场风险，并且通过合作或者吸收投资克服管理和财务上可能带来的风险。

(六)管理团队

我们的团队由下列成员组成：

总经理：副总经理：广告部：策划部：谢营销部：执行部：综合办公室主任：财务部：人事部：物资采购部：

(七)资金需求

中国迈德广告传媒有限责任公司寻求300万元作为权益性投资，用于公司未来业务的拓展和公司规模的扩大。并计划5年后，根据公司情况，进行剩余利润分红后，再次融资或实现上市融资。

(八)融资计划

目前迈德广告传媒有限责任公司的注册资本为20万元，并且已经吸纳江西财经大学孵化中心3万元的风险投资。在创业之初到现在，短时间内已经完成了3万元的业务，实现毛利润1万3000元，实现8000元的税前利润，并且业务量有强劲的增长趋势。

(九)销售总结

三、经营理念

(一)基本信条

我们专业 我们创造价值

(二)做事模式

团队协作 集思广义

(三)创业精神

创意100 满意100 服务100 挑战100

创新100

创新是企业发展的源动力。在达成某一具体目标时，能根据外界的变化修正调整自己的方式和方法，为公司的发展提供创造性的、新颖的、变革性的建议和解决方案。

满意100

不断的创新，作出满意的作品。

服务100

具有强烈的自我责任心和服务意识，为了让客户满意，坚持不懈地克服工作中遇到任何挫折困难和压力。

挑战100

挑战变化，培养超越自我的意识，不满足已有的成绩，勇于在工作和生活中为自己设定更高的目标。

四、业务分析

(一)业务背景分析

在中国，广大的大学生有将近XX万，这个市场相当于1/4个德国，1/3个英国，除去学杂费，大学生一年的开销，包括教育费用、休闲娱乐、交友的费用，平均每人每年4000元，那么XX万的大学生，就意味着有800亿的市场。数据明确的显示了中国大学生的消费总水平，正是因为有这么大的消费群体，广大商家才越来越注重校园市场的开发和拓展，君不见学术节期间各商家抢占市场的激烈局面。但是仔细推敲这些商家进驻校园市场的方式，我不禁要说：难道这样的营销起作用?难道这样就可以打通校园的广阔市场?如果答案是肯定的，那作为大学生的我们应该感到悲哀，因为商家如此简单的营销手段就将我们就地正法。但是我相信我们大学生，相信现如今的大学生思想的多元性和思维的敏锐性，他们不会这么容易的掉进商家的圈套，他们需要商家仔细的了解他们，深刻的分析他们。我一直认为营销的最高境界就是征服顾客的心甚至是思想。试着想想脑白金的成功——如此的东西尽然成为现如今人们送礼的最佳选择，究其原因我认为只不过是商家很好的掌握了消费者的心理，用一种效应征服了无知的消费群体。有广大大学生的消费需求，有商家虎视眈眈的眼睛，校园消费与社会供给的融合缺的就是中间的“月老”。我们的校园传媒公司要做的就是这样的“月老”。

(二)具体业务分析

1、基本生活消费(衣、食、住、行)

大学生最基本的消费支出，针对这些方面，可以为广大的超市、餐馆、旅社以及旅行社开拓校园市场提供营销方案。

2、学习消费(学费、书籍杂费、考证费、电脑等)

瞄准这些市场需求，可以为广大的培训机构提供市场营销方案。

3、休闲娱乐消费(休闲、健身、旅游、娱乐等)

这部分的消费需求是巨大的，也是现在多数商家非常看重的一块。针对这一块，可以为各种休闲场所、健身会所、娱乐机构提供开拓校园的具体营销方案。

4、人际交往消费(人情往来、恋爱)

这部分的消费也是相当巨大的，各种为情侣开发的浪漫场所也会极力的开发市场，满足大学生的需求，挣取客观利润。

这些业务市场的空间需求，给我们传媒很大的业务支撑，这也是我们的利润来源。

五、市场和销售战略分析

(一)市场描述

广告行业是我国的新兴行业，XX年我国共有广告公司57434家，几年来公司数量不断增加，营业额和从业人员不断扩大，增长速度可观，全国广告经营额XX年突破1000亿元大关。按照专家的预测，XX年我国国内生产总值增长不低于7%，将达到12.5万亿元以上，全国广告经营额大概在1100亿元左右。中国广告市场在未来XX年左右有望成为全球三大广告市场之一。但与美国广告权威机构披露的外国大型广告集团的年营业额数相比，差距极为巨大。我国西部地区的经济及广告与东部相比差距仍然很大，这一点在短时间内不会有大的变化。

江西财经大学位于昌北开发区，附近学校密集，大学生众多。此外，江西财经大学是一所以培养创业型人才为目标的高校，很多优秀毕业生选择自主创业，也为我们公司的发展提供了良好的条件。

(二)目标市场

我们把创业初期目标市场按地域特点分为三类：江西财经大学校内市场，江西财经大学周边市场，昌北开发区内市场。

江西财经大学校内市场主要表现为学校方对外宣传的广告需求，校内各团体活动的广告需求，学校内举行各类活动和比赛的广告需求及毕业生创业所需的广告宣传。

创业计划书6

1、创办组织

简单介绍一下所要创办组织的经营项目、投入资金量、创业团队人数、联系方式等基本信息。

2、项目

(1)详细阐述你的创业项目，并分析该项目的市场成长性如何

(2)描述你的创业要素，具体如下：

客户——你面对的客户有哪些，或者说针对的市场细分客户群体

营销——你准备采用什么方式或渠道让客户了解并购买你的产品/服务

资金——主要启动资金来源于哪里，准备怎么分配使用这些资金

场地——你的办公场地在哪里，地段条件如何，场地内怎么布置装修的团队——创业团队目前各成员的背景信息(简历)及分工负责哪些工作

3、盈利模式(这部分内容比较重要，请重点描述需带有数据分析)

(1)你的项目通过什么方式获取盈利，如有经营历史数据则写上

(2)仔细分析你的盈利发展趋势，具体说明你在短期如何产生现金流，以及未来准备在哪些方面进行投入以获取长期收益

4、竞争

(1)市场上的竞争者来自于哪里，他们经营模式是怎样

(2)阐述你的竞争优势

(3)阐述你的竞争策略或者合作策略

(4)你的服务或产品采用什么方式定价，为什么

5、风险

(1)你的创业项目主要风险来自于哪里

(2)你打算采用什么方式来规避或降低这些风险

6、贷款使用情况以及具体还款计划

(1)你成功申请到贷款后怎样使用

(2)贷款期限到期后如何还款阐述一下具体的还款计划

创业计划书7

项目名称:鱼、鸭、鸡立体混合养殖

项目地点:xx村

项目总投资:10万元

一、项目建设背景

在盂县委组织部对大学生村官扎根基层，创新创业的不断引导与鼓励下，在上社镇党委和政府的正确领导和悉心指导下，充分发挥自身的专业优势，结合当地实情，引导广大农民积极创业增收，创建鱼、鸭、鸡立体混合养殖中心。

二、项目经济及社会必要性评价

秋林村是个传统的农业村，富余劳动力较多。由于种植业收益率低及小港村特殊的地理位置所限，导致大量劳动力外出务工，如何在农村经济结构战略性调整和农村产业结构调整的重要时期，这一瓶颈，增加农民收入，成为摆在当前的一道难题。

秋林村群众有养殖的传统习惯，养殖积极性高，但由于品种单一、生产原始、技术落后，且防疫工作不到位，导致成活率低甚至造成鱼鸭的大批死亡，给养殖户造成了极大的经济损失，严重打击了农民的养殖积极性。此外较小的养殖规模没有给养殖户带来应有的经济效益，因此让农民真正做到养殖增收，解决农村富余劳动力就业问题，是农村养殖的紧迫课题。

三、市场需求分析及预测

水产品及家禽作为日常生活消费品，市场需求空间巨大。千家万户的餐桌、宾馆、酒店等到处都是施展魅力的地方。鱼、鸭、鸡养殖产业孕育着巨大的商机，随着人民生活水平不断提高，消费需求量将会逐年直线上升，后市一路看好。

立足现实，着力于盂县区域位置及市场特点。本地现今市场上的鱼、鸭、鸡大多数是由外地养殖户供应，运输费用占产品成本的一大部分，造成产品市场价格的大大提高，而且消费者普遍反应产品品质低，广大消费者更愿意购买本地土特养殖品。因此，高品质的土特养殖业在我县具有较大的发展潜力和前景。

四、项目建设内容及规模

1、规模

养殖场共有水域面积约23亩，山地面积约40亩，养殖场地结构分布合理，适合立体养殖业发展，整体规划混合养殖四大家鱼四万尾，肉鸭1000只，土鸡1000只。

2、具体建设内容

(1)养殖场改建

河汊修整及排水分流建设，初步规划建设成四大块主要水面养殖区，预计投资1万元。

(2)养殖棚舍建设

初步建设鸭舍6栋，鸡舍4栋，雏苗舍4栋，第一期投资1、5万元。

(3)其它费用

饲草种植费2025元，购买鸡、鸭、鱼苗费用6000元，饲料费4万元，防疫费6000元，河汊承包费8000元/年，租赁看护场所费3000元/年，日常开支元1万元，合计:7、5万元

前期投资总计:10万元

五、项目投资效益分析

每只鸭收益5元，按成活率85%计算，预计每批鸭收益4200元，一年出栏5批，收益2、1万元

每只鸡收益7、5元，按成活率85%计算，预计每批鸡收益6200元，一年出栏2批，收益1、24万元

预计养鱼收益3万元

预计收益总计:5、3万元

六、资金来源

养殖场和村民合资，个人投资4万元，为使养殖场尽早走上正规，更好更快的发展。现急需资金6万元，希望上级领导予以政策和资金上的支持。

综上所述，该项目投资少，见效快，抗风险能力强，具有极强的科学合理性和可行性。在项目实施第三年即能收回投资，更主要的是能起到示范带动作用，指引一条致富路，激发广大村民创新创业的热情，展现我县大学生村官扎根基层，服务农村的务实精神。

创业计划书8

一.公司简介

公司名称：宁波市创流装潢设计有限公司

注册资金：100万元。

资金来源：独资

公司宗旨：一个温馨环保的家是我们共同的目标!

公司理念：用心、细心、诚心、创新

公司简介：宁波市创流装潢设计有限公司是一家专业提供装潢材料、工程设计、建筑装饰工程.幕墙工程等施工一条龙服务的装潢公司。家庭装潢，为本公司的主营业务，公司发展初期市场为宁波市，后期以浙江省沿海城市为据点，加强业务拓展，扩大公司的业务经营能力，以家庭、门面、办公室装修为主线，争取承接到更高投资的大型项目，并在一年内取得资质证书。通过付出的诚信和努力赢得百姓的赞誉的口碑，打造自我的价值品牌。该投资项目资金投入量少，回收期快，利润高，随着中国经济的发展，该行业具有较好的市场前景和发展潜力。

二.前言

近几年来，我国的装饰装修市场发展迅猛，从而拉动了相关产业的高速发展，新型装饰材料不断涌现，消费者的需求量不断扩大，因此，有人说装饰装修产业是朝阳产业。但是，在我们看到发展的同时，也看到许多与行业发展不利的因素存在。如装饰房屋合同陷阱多，施工偷工减料、以次充好，环保指标不达标，装修工人无证上岗等违规操作使消费者蒙受巨大损失等情况屡见不鲜，同时也使整个行业信誉降低。较低的市场准入使大批无资质的企业和个人承揽业务，争相采用打折或送礼等手段激烈竞争，低价揽客。市场的无序竞争，不仅使行业中规范运作的厂商蒙受损失的情况屡见不鲜，同时也使消费者合法权益难以得到保障。

在未来两三年家装行业仍有较大市场。家装市场缺乏的是真是能提供装潢材料、工程设计、施工等一站式服务的老百姓信得过，具有一定品牌的装潢公司。我们的公司正是要抓住这样的机遇，做好做大做强我们的一站式服务装潢品牌。

三.目标市场分析

1.回顾历史我国的装饰设计远远落后于形势，20世纪80年代初，随着改革开放，国内大量兴建星级酒店，装饰工程大部分被香港承包商独揽，他们带来了浓郁、豪华、累赘的商业风格，让刚接触到装饰的国人大开眼界，于是，国内的装饰市场、装饰理念、装饰风格被这“酒

店”风格所垄断。无论是宾馆、酒店、写字楼或家居、商场，统统以此风格包贴着建筑本体。材料商更是抓住机会，将各地的材料市场填满他们的“星级”产品。让本来就被动毫无个性的室内设计被厂家主导着潮流，加之业主们的眼低手高、参照攀比，设计者们缺乏底气、生搬硬套，使堆砌、繁琐、庸俗的装饰工程大量花费着懵懂投资者的金钱。一项项豪华浓重的装修，一个个“五星级”装饰的家，为满足“暴发户”式的虚荣心，浪费了多少国人钱财，造成了几多精神垃圾。因此，正确可取的室内装饰风格，应是引导进入了21世纪的人们，把握对与否并清楚熟悉的时候。让室内装饰朝着简洁的风格发展，把“轻装修重装饰”到“轻装饰重空间”这一逐渐感悟到的概念，作为我们同时代共发展的设计要素、成为我们的装饰理念。

2.简洁的设计特征简洁并不是简单，简洁是优良品质经不断组合并筛选出来的精华，是将物体形态的通俗表象，提升凝练为一种高度浓缩、高度概括的抽象形式。简练出的新概念，摒弃传统的陈俗与浮华，它多半运用新材料、新技术、新手法，与人们的新思想、新观念相统一，达到天人合一，以人为本的境界。简洁，是一种自然规律，是文化提炼，是大家手笔。“既雕既琢，复归于朴。”(庄子语)“艺术创作宜简不宜繁，宜藏不宜露。”(齐白石语)这些都是对简洁最精辟的阐述。

3.简洁的设计手法简洁并不是缺乏设计要素，它是一种更高层次的创作境界。在室内设计方面，不是要放弃原有建筑空间的规矩和朴实，去对建筑载体进行任意装饰。而是在设计上更加强调功能，强调结构

和形式的完整，更追求材料、技术、空间的表现深度与精确。用简洁的手法进行室内创造，它更需要设计师具有较高的设计素养与实践经验。需要设计师深入生活、反复思考、仔细推敲、精心提炼，运用最少的设计语言，表达出最深的设计内含。删繁就简，去伪存真，以色彩的高度凝练和造型的极度简洁，在满足功能需要的前提下，将空间、人及物进行合理精致的组合，用最洗练的笔触，描绘出最丰富动人的空间效果，这是设计艺术的最高境界。简洁就是线条简练、造型整洁，同时也是浪漫的怀旧气息与前卫风格的完美结合。试想，清雅、自然的设计作品通过几个块面的穿插组合，几个点线就与其概括了一切复杂的形式，一气呵成，生动简明。将实用而又时尚的简约风格与独立、自我的个性融合在一起，让洋溢着温馨的生动和流淌着漂亮的质感借着装饰材料的衬托演绎着各自的风韵。这样，我们才能在简明轻快的现代生活环境中彰显出时尚个性，才能品味出优雅的生活。

4.简洁的认知简洁构成的审美性，因人而异，人们的年龄、见识、素养、生活背景的不同，产生的品味要求也就不同。设计师有责任把人们引进一个简洁、含蓄布满个性的非常世界，有义务提升人们的审美意识，并让这一国际风格随着加入WTO的到来，缓和着审美观念的冲击，缩小着彼此审美层次的差距。

四.服务介绍

1、简中风格装饰

2、简约风格装饰

3、家装

4、室内设计

5、别墅装修设计

6、新中式装修设计

7、市内设计

8、装潢

9、装修

10、装饰

五.目标市场推广

产品展台(Spotlight Exhibits)在中国制造网首页、各产品目录首页上以静态图片文字链接的方式进行，对产品形象的推广及企业品牌的宣传作用尤其明显，一直受到各推广客户的认同和支持。

室内装饰服务推广可分网络、公众两大渠道。在网络中建立自己工作室的网站。展示本工作室的技术及信誉。还可在网站上，自己的服务方式和态度有网友去监督和指正。

六.服务方案

1、装修前，请详细阅读本手册和《房屋使用说明书》，若有疑问可咨询《听语轩》装饰工作室。

2、装修前要检查住宅是否有异常问题，如地漏是否畅通，发现问题可通知物业服务企业。

3、为了及时向您提供装修管理服务，请将您家装饰装修的时间、装修项目等相关内容告知物业服务企业，即办理装修审批手续。物业服务企业将会告知您和装修施工单位进行装修时的注意事项，并签订《装饰装修管理服务协议》、《施工治安消防责任保证书》。上述两份协议对物业服务企业装修管理的行为、装修施工单位及您的装修行为进行了相应的约定。

4、工作室服务部将向施工单位索要《装修许可证》，为装修施工人员办理《临时出入证》，方便施工人员正常进出;施工人员办理出入证需准备其个人资料(1张一寸免冠近照和身份证复印件)。

5、为了保障您及您的邻居的房屋安全(包括消防、房屋结构、管线拆改等带来的隐患)，物业服务企业工作人员将对装修现场进行定期巡视。

6、请将物业服务企业告知您的关于装修禁止行为告知您的装修施工人员，物业服务企业也会在日常的巡视过程中，协助您监督施工人员有无违章行为。

7、装修完成后，物业服务企业会和您、装修施工单位共同对您的房屋进行验收，我们主要是对户内、外的公共设施设备装修行为进行验收。

8、由于装修期间会使用大量的可燃材料，防火意识及器材一定要到位，一方面物业服务企业会加强巡视，另一方面也请您及施工人员做好安全防范措施，配备灭火器。

9、您所处的小区属于高层建筑，一个重量很轻的物品从高处坠落，都会导致很严重的后果，这点您一定要告知装修施工人员并进行约束，物业服务企业也会在此方面加强巡视。

七.财政及人员规划

公司财务结构中，初期投入资金100万，资金主要用于公司提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务。本公司是一项投资少，回收快，收益大的项目。前二年估计盈利100万，以后通过先进管理降低成本，将利润率稳定在30%左右。后几年可根据公司资产负债表进行合理的增资,以便更好的开展公司业务!

创业计划书9

完美创业计划书是怎样炼成的？对于正在寻求资金的风险企业来说，创业计划书就是企业的电话通话卡片。创业计划书的好坏，往往决定了投资交易的成败。

对初创的风险企业来说，创业计划书的作用尤为重要，一个酝酿中的项目，往往很模糊，通过制订创业计划书，把正反理由都书写下来。见后再逐条推敲。

创业者这样就能对这一项目有更清晰的认识。可以这样说，创业计划书首先是把计划中要创立的企业推销给了创业者自己。

其次，创业计划书还能帮助把计划中的风险企业推销给风险投资家，公司创业计划书的主要目的之一就是为了筹集资金。因此，创业计划书必须要说明：

（1）创办企业的目的——为什么要冒风险，花精力、时间、资源、资金去创办风险企业？

（2）创办企业所需多少资金？为什么要这么多的钱？为什么投资人值得为此注入资金？对已建的风险企业来说，创业计划书可以为企业的发展定下比较具体的方向和重点，从而使员工了解企业的经营目标，并激励他们为共同的目标而努力。更重要的是，它可以使企业的出资者以及供应商、销售商等了解企业的经营状况和经营目标，说服出资者（原有的或新来的）为企业的进一步发展提供资金。

正是基于上述理由，创业计划书将是创业者所写的商业文件中最主要的一个。那么，如何制订创业计划书呢？

一、怎样写好创业计划书那些既不能给投资者以充分的信息也不能使投资者激动起来的创业计划书，其最终结果只能是被扔进垃圾箱里。为了确保创业计划书能“击中目标”，创业者应做到以下几点：

1、关注产品在创业计划书中，应提供所有与企业的产品或服务有关的细节，包括企业所实施的所有调查。

这些问题包括：产品正处于什么样的发展阶段？它的独特性怎样？企业分销产品的方法是什么？谁会使用企业的产品，为什么？产品的生产成本是多少，售价是多少？企业发展新的现代化产品的计划是什么？把出资者拉到企业的产品或服务中来，这样出资者就会和创业者一样对产品有兴趣。在创业计划书中，企业家应尽量用简单的词语来描述每件事——商品及其属性的定义对企业家来说是非常明确的，但其他人却不一定清楚它们的含义。

制订创业计划书的目的不仅是要出资者相信企业的产品会在世界上产生革命性的影响，同时也要使他们相信企业有证明它的论据。创业计划书对产品的阐述，要让出资者感到：“噢，这种产品是多么美妙、多么令人鼓舞啊！”

2、敢于竞争在创业计划书中，创业者应细致分析竞争对手的情况。

竞争对手都是谁？他们的产品是如何工作的？竞争对手的产品与本企业的产品相比，有哪些相同点和不同点？竞争对手所采用的营销策略是什么？要明确每个竞争者的销售额，毛利润、收入以及市场份额，然后再讨论本企业相对于每个竞争者所具有的竞争优势，要向投资者展示，顾客偏爱本企业的原因是：本企业的产品质量好，送货迅速，定位适中，价格合适等等，创业计划书要使它的读者相信，本企业不仅是行业中的有力竞争者，而且将来还会是确定行业标准的领先者。在创业计划书中，企业家还应阐明竞争者给本企业带来的风险以及本企业所采取的对策。

3、了解市场创业计划书要给投资者提供企业对目标市场的深入分析和理解。要细致分析经济、地理、职业以及心理等因素对消费者选择购买本企业产品这一行为的影响，以及各个因素所起的作用。

创业计划书中还应包括一个主要的营销计划，计划中应列出本企业打算开展广告、促销以及公共关系活动的地区，明确每一项活动的预算和收益。创业计划书中还应简述一下企业的销售战略：企业是使用外面的销售代表还是使用内部职员？企业是使用转卖商、分销商还是特许商？企业将提供何种类型的销售培训？此外，创业计划书还应特别关注一下销售中的细节问题。

4、表明行动的方针企业的行动计划应该是无解可击的。创业计划书中应该明确下列问题：企业如何把产品推向市场？如何设计生产线，如何组装产品？企业生产需要哪些原料？企业拥有那些生产资源，还需要什么生产资源？生产和设备的成本是多少？企业是买设备还是租设备？解释与产品组装，储存以及发送有关的固定成本和变动成本的情况。

5、展示你的管理队伍把一个思想转化为一个成功的风险企业，其关键的因素就是要有一支强有力的管理队伍。这支队伍的成员必须有较高的专业技术知识、管理才能和多年工作经验，要给投资者这样一种感觉：“看，这支队伍里都有谁！如果这个公司是一支足球队的话，他们就会一直杀入世界杯决赛！”管理者的职能就是计划，组织，控制和指导公司实现目标的行动。

在创业计划书中，应首先描述一下整个管理队伍及其职责，然而再分别介绍每位管理人员的特殊才能、特点和造诣，细致描述每个管理者将对公司所做的贡献。创业计划书中还应明确管理目标以及组织机构图。

6、出色的计划摘要 创业计划书中的计划摘要也十分重要。它必须能让读者有兴趣并渴望得到更多的信息，它将给读者留下长久的印象。

计划摘要将是创业者所写的最后一部分内容，但却是出资者首先要看的内容，它将从计划中摘录出与筹集资金最相干的细节：包括对公司内部的基本情况，公司的能力以及局限性，公司的竞争对手，营销和财务战略，公司的管理队伍等情况的简明而生动的概括。如果公司是一本书，它就象是这本书的封面，做得好就可以把投资者吸引住。

它会风险投资家有这样的印象：“这个公司将会成为行业中的巨人，我已等不及要去读计划的其余部分了。”

二、创业计划书的内容1、计划摘要计划摘要列在创业计划书书的最前面，它是浓缩了的创业计划书的精华。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。

计划摘要一般要有包括以下内容：公司介绍；主要产品和业务范围；市场概貌；营销策略；销售计划；生产管理计划；管理者及其组织；财务计划；资金需求状况等。在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。

其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。

中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的创业计划书。最后，还要介绍一下创业者自己的背景、经历、经验和特长等。

企业家的素质对企业的成绩往往起关键性的作用。在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

（1）企业所处的行业，企业经营的性质和范围；

（2）企业主要产品的内容；

（3）企业的市场在那里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求；

（4）企业的合伙人、投资人是谁；

（5）企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。摘要要尽量简明、生动。

特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。如果企业家了解他所做的事情，摘要仅需2页纸就足够了。

如果企业家不了解自己正在做什么，摘要就可能要写20页纸以上。因此，有些投资家就依照摘要的长短来“把麦粒从谷壳中挑出来” 2、产品（服务）介绍在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，风险企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品（服务）能否帮助顾客节约开支，增加收入。

因此，产品介绍是创业计划书中必不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利。

在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

一般地，产品介绍必须要回答以下问题：

（1）顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处？

（2）企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品？

（3）企业为自己的产品采取了何种保护措施，企业拥有哪些专利、许可证，或与已申请专利的厂家达成了哪些协议？

（4）为什么企业的产品定价可以使企业产生足够的利润，为什么用户会大批量地购买企业的产品？

（5）企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。产品（服务）介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。

虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”，都要努力去兑现。要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。

空口许诺，只能得意于一时。如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

3、人员及组织结构有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。

而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。

在创业计划书书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权、比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

4、市场预测当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求？需求程度是否可以给企业带来所期望的利益？新的市场规模有多大？需求发展的未来趋向及其状态如何？影响需求都有哪些因素。其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况——企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些？是否存在有利于本企业产品的市场空档？本企业预计的市场占有率是多少？本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响？等等。

在创业计划书书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述；竞争厂商概览；目标顾客和目标市场；本企业产品的市场地位；市场区格和特征等等。风险企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。

风险企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。因此，风险企业应尽量扩大收集信息的范围，重视对环境的预测和采用科学的预测手段和方法。

创业者应牢记的是，市场预测不是凭空想象出来，对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。5、营销策略营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

（1）消费者的特点；

（2）产品的特性；

（3）企业自身的状况；

（4）市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。在创业计划书中，营销策略应包括以下内容：

（1）市场机构和营销渠道的选择；

（2）营销队伍和管理；

（3）促销计划和广告策略；

（4）价格决策。对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。

因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

6、制造计划创业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状；新产品投产计划；技术提升和设备更新的要求；质量控制和质量改进计划。在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，创业者应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。

一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何；怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性；设备的引进和安装情况，谁是供应商；生产线的设计与产品组装是怎样的；供货者的前置期和资源的需求量；生产周期标准的.制定以及生产作业计划的编制；物料需求计划及其保证措施；质量控制的方法是怎样的；相关的其他问题。7。财务规划财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。

流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制；损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果；资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。财务规划一般要包括以下内容：

（1）创业计划书的条件假设；

（2）预计的资产负债表；预计的损益表；现金收支分析；资金的来源和使用。可以这样说，一份创业计划书概括地提出了在筹资过程中创业者需做的事情，而财务规划则是对创业计划书的支持和说明。

因此，一份好的财务规划对评估风险企业所需的资金数量，提高风险企业取得资金的可能性是十分关键的。如果财务规划准备的不好，会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象，降低风险企业的评估价值，同时也会增加企业的经营风险，那么如何制订好财务规划呢？这首先要取决于风险企业的远景规划——是为一个新市场创造一个新产品，还是进入一个财务信息较多的已有市场。

着眼于一项新技术或创新产品的创业企业不可能参考现有市场的数据、价格和营销方式。因此，它要自己预测所进入市场的成长速度和可能获得纯利，并把它的设想、管理队伍和财务模型推销给投资者。

而准备进入一个已有市场的风险企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。风险企业可以在获得目标市场的信息的基础上，对企业头一年的销售规模进行规划。

企业的财务规划应保证和创业计划书的假设相一致。事实上，财务规划和企业的生产计划、人力资源计划、营销计划等都是密不可分的。

要完成财务规划，必须要明确下列问题：

（1）产品在每一个期间的发出量有多大？

（2）什么时候开始产品线扩张？

（3）每件产品的生产费用是多少？

（4）每件产品的定价是多少？

（5）使用什么分销渠道，所预期的成本和利润是多少？

（6）需要雇佣那几种类型的人？

（7）雇佣何时开始，工资预算是多少？等等。

三、检查在创业计划书写完之后，创业者最好再对计划书检查一遍，看一下该计划书是否能准确回答投资者的疑问，争取投资者对本企业的信心。通常，可以从以下几个方面对计划书加以检查：1、你的创业计划书书是否显示出你具有管理公司的经验。

如果你自己缺乏能力去管理公司，那么一定要明确地说明，你已经雇了一位经营大师来管理你的公司。2、你的创业计划书书是否显示了你有能力偿还借款。

要保证给预期的投资者提供一份完整的比率分析。3、你的创业计划书书是否显示出你已进行过完整的市场分析。

要让投资者坚信你在计划书中阐明的产品需求量是确实的。4、你的创业计划书书是否容易被投资者所领会。

创业计划书书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。此外，还应保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

5、你的创业计划书书中是否有计划摘要并放在了最前面，计划摘要相当于公司创业计划书书的封面，投资者首先会看它。为了保持投资者的兴趣，计划摘要应写的引人入胜。

6、你的创业计划书书是否在文法上全部正确。如果你不能保证，那么最好请人帮你检查一下。

计划书的拼写错误和排印错误能很快就使企业家的机会丧失。7、你的创业计划书书能否打消投资者对产品/服务的疑虑。

如果需要，你可以准备一件产品模型。创业计划书中的各个方面都会对筹资的成功与否有影响。

因此，如果你对你的创业计划书缺乏成功的信心，那么最好去查阅一下计划书编写指南或向专门的顾问请教。大学生创业计划书及注意事项：

一、创业计划书是创业者计划创立的业务的书面摘要。它用以描述与拟创办企业相关的内外部环境条件和要素特点，为业务的发展提供指示图和衡量业务进展情况的标准。

通常创业计划是市场营销、财务、生产、人力资源等职能计划的综合。写好创业计划书要思考的问题：

（一）关注产品

（二）敢于竞争

（三）了解市场

（四）表明行动的方针

（五）展示你的管理队伍

（六）出色的计划摘要

二、创业计划书的内容一般来说，在创业计划书中应该包括创业的种类、资金规划及基金来源、资金总额的分配比例、阶段目标、财务预估、行销策略、可能风险评估、创业的动机、股东名册、预定员工人数、具体内容一般包括以下十一个方面：

（一）封面封面的设计要有审美观和艺术性，一个好的封面会使阅读者产生最初的好感，形成良好的第一印象。

（二）计划摘要它是浓缩了的创业计划书的精华。

计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并作出判断。

计划摘要一般包括以下内容：公司介绍；管理者及其组织；主要产品和业务范围；市场概貌；营销策略；销售计划；生产管理计划；财务计划；资金需求状况等。摘要要尽量简明、生动。

特别要说明自身企业的不同之处

（三）企业介绍这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个概要，而是对你的公司作出介绍，因而重点是你的公司理念和如何制定公司的战略目标。

（四）行业分析在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

关于行业分析的典型问题：

（1）该行业发展程度如何？现在的发展动态如何？

（2）创新和技术进步在该行业扮演着一个怎样的角色？

（3）该行业的总销售额有多少？总收入为多少？发展趋势怎样？

（4）价格趋向如何？

（5）经济发展对该行业的影响程度如何？政府是如何影响该行业的？

（6）是什么因素决定着它的发展？

（7）竞争的本质是什么？你将采取什么样的战略？

（8）进入该行业的障碍是什么？你将如何克服？该行业典型的回报率有多少？

（五）产品（服务）介绍产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；

主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利等。在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。

一般地，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

（六）人员及组织结构在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财务管理、作业管理、产品管理等等。

而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

因为社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的。企业要管理好这种资源，更是要遵循科学的原则和方法。

在创业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权、比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

经验和过去的成功比学位更有说服力。如果你准备把一个特别重要的位置留给一个没有经验的人，你一定要给出充分的理由。

（七）市场预测应包括以下内容：

1、需求进行预测；

2、市场预测市场现状综述；

3、竞争厂商概览；

4、目标顾客和目标市场；

5、本企业产品的市场地位等。

（八）营销策略对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

在创业计划书中，营销策略应包括以下内容：

（1）市场机构和营销渠道的选择；

（2）营销队伍和管理；

（3）促销计划和广告策略；

（4）价格决策。

（九）制造计划创业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：

1、产品制造和技术设备现状；

2、新产品投产计划；

3、技术提升和设备更新的要求；

4、质量控制和质量改进计划。

（十）财务规划财务规划一般要包括以下内容：其中重点是现金流量表、资产负债表以及损益表的制备。

流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要预先有周详的计划和进行过程中的严格控制；损益表反映的是企业的盈利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果；资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

十一）风险与风险管理

（1）你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险？

（2）你准备怎样应付这些风险？

（3）就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会？

（4）在你的资本基础上如何进行扩展？

（5）在最好和最坏情形下，你的五年计划表现如何？如果你的估计不那么准确，应该估计出你的误差范围到底有多大。如果可能的话，对你的关键性参数做最好和最坏的设定。

创业计划书10

前 言

本策划书为羽翼工作室开设服装店的理论指导，旨在能在开店的时候少走弯路，更好的规避风险。

在这个“人才至上”的年代，为了迎接未来的挑战，我们作为当代社会的大学生为了能够在未来的生活中有碗饭吃，必须提前做好准备，给自己充电。

当然，锻炼自我的方法有很多，我们可以出去实习，也可以在上课之余做些兼职以填补自己的开销费用，但是在这个要求严格的时代我们必须力主创新，独树一帜，不说是做第一个吃螃蟹的人，也要有自己的一套风格，踩出自己的一条可行之路。只有这样才能顺应社会的发展，才能更好的为国家作贡献和为建设和谐社会奉献出自己的一份力量。

当今社会，在校大学生自主创业也成为大学生发展自我，增加经验的一种趋势，这种行为不但可以锻炼自我，磨练意志，积累经验，同时还可以通过自己的努力，为父母减轻一些负担。所以，我们应顺着这种趋势不断摸索，探求，在坚持原则的基础上以更好更多的实战经验去迎接未来的挑战！

当今的服装市场是实力与创意竞争的时代，新店的进入就像往大海里投入一颗石头，怎样才能使一个小的店铺在商海中激起层层浪花，从而达到本店在消费者中的知名度，是我们在策划中希望达到的效果。为此，我们打算建立一个童装店，既方便他人，也满足自己，从更大的方面跟上时代的步伐，促进社会的发展！这是个知识的时代，但是这个时代更加需要人才，只要你愿意，没有什么不可以，相信自己————路是自己走出来的！

目 录

一、市场分析

（一）宏观环境分析

（二）行业竞争者分析

（三）消费者分析

（四）选址分析

（五）SWOT分析

二、战略规划——市场定位策划

（一）市场细分

（二）目标市场选择

（三）市场定位策划

三、营销组合策略

产品和价格

四、渠道策划

（一）货源

（二）销售渠道

五、开业促销策划

（一）开业促销主题

（二）开业活动方案

（三）宣传方案

六、方案执行

（一）筹资与融资

（二）风险控制

七、预算

附录

问卷

统计数据

一、市场分析

（一）宏观环境分析

市场背景

根据有关人口统计年鉴，我国16岁以下的儿童约有3、4亿，其中城市1亿，农村2亿。随着中国进入第三次生育高峰期，到XX年我国新生儿出生数进入第四次高峰期。以后几年新生儿平均出生率保持在15%左右的比率增加，而我国城镇居民对童装的消费量近年来一直呈上升趋势，其增长率一直保持在惊人的水平上，市场还远远没有进入饱和期，也就是说相对于成人服装市场，儿童消费市场更具开拓潜力，不仅国外专业童装品牌进军中国童装市场，连一些外贸企业也开始关注国内童装市场。

一网站发布的《中国童装市场XX—XX年前景预测报告》指出，到XX年中国新生儿出生数将进入高峰期。“婴儿潮”带来的就是“婴童经济”的全面爆发。有关资料显示，自XX年之后，中国婴童产业增长率高达30%，已经成为仅次于美国的婴童产品消费大国，到XX年将有望迈入“万亿俱乐部”。而在这个婴童产业中，童装将占据重要份额。

童装市场现状

与成人装一样，童装业会经历从市场创造品牌到品牌创造市场的转变，如同国际品牌将在一线城市创造出新生市场一样，国内品牌也将在二三线城市甚至三四线城市创造出更大的新生市场。品牌消费会逐渐成为中小城市甚至县乡市场的消费主流模式。品牌向下层市场和内陆地域的渗透发展将带动童装行业区域联动格局的形成。在内陆省份将会涌现出更多的品牌加工企业，而沿海地区的生产规模逐渐萎缩的同时，品牌、设计、研发、服务等领域的发展将会加速。席卷服装产业的梯度转移大潮也会波及童装行业，本轮梯度转移的企业也许并不能带来对当地企业的直接投资，而更多是基于订单转移。沿海童装企业也将在“外协商”选择方面将更多的视线投向中西部地区。

同时，国际品牌涌入中国一线城市势不可当。真正的国际品牌直接进入中国后，中国的“大牌”童装企业纷纷与国际品牌展开合作。过去，多数所谓“国际品牌”多为“授权品牌”，可以说是中西“混血”，而未来进入中国市场的将更多是血统纯正的国际品牌。抢占与这些品牌合作的先机，一方面是化被动为主动，将竞争转化为共赢；另一方面也是对自身品牌的提升与保护。

随着我国第三次人口生育高峰的到来，作为服装市场组成之一的童装市场已成为企业的一个新的竞争焦点。据最新的人口统计资料显示，目前我国14岁以下的儿童人数占全国人口的25、4%，同时每年新增的婴儿数约为XX多万，再加上儿童生长发育的速度快，因而每个儿童每年对于服装都会有新的需求，由此可见，我国童装的市场潜力是多么惊人。但是，在我国的整个童装行业中，童装市场与日益扩大的消费需求还不能很好的融合，童装市场还存在一些弊端。主要表现在以下几方面：

1、童装的产品结构不合理。童装根据儿童的年龄变化应该有婴儿服、幼童服、小童服、中童服和大童服五种类别。然而目前我国童装市场的产品结构还不够合理，市场上销售的幼童服及小童服居多，而婴儿服、中童服、大童服则偏少，尤其大童服装更是严重缺少《服装行业XX年报告》已指出，我国10岁～14岁人口占全部14岁以下人口的44%，童装需求量占全部童装需求量的48%。由此可见，大童服的市场需求量大。

根据消费人群的不同，服装的价位可分为低、中、高三档。目前我国童装价位的总体特点是两极分化，低档次的和高价位的童装不难买到，而中等价位的款式新颖、性价比高的童装则较少。但在义乌调研时，很多接受调查的家长表示，孩子身体发育变化快，买的服装不可能穿很久，故没有必要去买高价位的服装，而低价位的服装质量、款式等又不尽如人意，所以还是想要中等价位的。

2、童装设计水平比较低。法国莎娃设计中心设计师刘莎说，缺乏专业设计人才，整体设计水平有待提高，是形成目前童装市场现状的主要原因。据了解，目前我国专职童装设计师数量非常有限，很多设计师主要以成人服装设计为主，对于童装只投入极少的精力。

童装市场成功的关键在于设计和市场营销能力。而目前我国童装业在设计和布局上，相对处于初级阶段，童装设计主要停留在模仿国外同类产品的色彩、款式的表面水平上，对于国外童装的设计理念、营销模式等的学习却不重视，因此许多新生品牌由于企业实力及营销策略等原因，难以得到很好的发展。还有国外每年至少发布两次童装流行趋势，有专业童装书刊和著名童装设计师，而我国几乎没有专业童装的研究机构，更缺少专业技术人员研究发布童装流行款式。

据调查，现今的孩子对于服装款式的时尚化、个性化已经很敏感，超过80%的家长都愿意让孩子参与服装的购买，孩子对父母购买童装的决策有很高影响。所以设计上的“千牌一面”与“时尚、个性”相撞的结果就是供不符求，对供需方都产生影响，也给国外童装品牌更多的市场空间。

3、国产童装品牌缺乏竞争力。中国服装协会副秘书长王茁表示——设计理念陈旧、品牌文化缺失、市场定位偏差的通病已经成为限制童装市场发展的瓶颈，品牌细分将成为中国童装市场走出“小市场”的重要途径。

业内人士指出，我国拥有数量庞大的少年儿童消费群体，但品牌童装专业生产企业却找不到200家，为儿童设计服装的名师更是屈指可数。我国多数童装企业责任心不强，市场竞争混乱，品牌良莠不齐。

目前我国童装市场总体消费特点表现为：市场需求量大，但新生品牌难以满足市场对其品牌的要求，许多企业往往把赚钱放在第一位，对品牌的建设根本没有意识到。例如浙江湖州的织里镇，注册的童装企业就近5000家，但是大部分的生产厂家重短期利益，轻品牌建设，生产的产品以中低档为主，主要集中在批发市场销售，相对于外国童装品牌，其产品就缺乏品牌竞争力。据统计，现在国内童装市场进口品牌已经占据50%的市场份额，而国内童装生产企业，70%处于无品牌竞争状态，有品牌的童装也只占市场份额的30%。从市场销售成绩来看，海外以及合资童装品牌在各大商场中都获得良好的业绩。

（二）行业竞争者分析

近年来儿童数量的增加，国内童装市场有着巨大的容量与诱人的发展前景。童装企业要想在激烈竞争的市场中找到立足之地，并不断发展与壮大，一定要把握好消费者市场、资源和文化的变化趋势，要及时转变思想观念、调整行为方式，挖掘自身潜能，以提高竞争实力。

儿童消费群体具有自己独特的个性，他们大多都思想活跃，个性突出，追求自然、自信、自立和时尚，但自控能力差，依赖性强，动手能力差，往往容易眼高手低。这也是一个更早熟的群体，手中有可观的零用钱，懂得如何支配。目前全国大城市的儿童零用钱平均每月为76元。现在的儿童多数是独生子女，对电视节目有很大的选择权，同时容易接受新事物，决定了他们对家庭消费影响很大。相对于国内品牌，儿童更向于国外的品牌认同，主要是这些品牌比较时尚且适合他们的个性。值得注意的是儿童并不拥有消费决定权，特别是12岁以下的儿童，多数家长往往指定品牌购买，但有60%的家长会听取孩子们的意见。

目前国内童装市场有效需求不足，中童服和大童服的市场存在很大的市场空白。一方面以米奇妙、史努比、哈利波特等知名国际品牌以质量、款式等优势占领了童装高档市场，价格一般在300元以上，而国内的品牌多数集中在低中档市场一般在200元以下，出现了两极分化，与国际品牌相比差距主要在设计和营销上，国内品牌一直停止在模仿国外童装色彩、款式水平上，色彩暗淡、款式太过于花哨或单调、对现代流行的牛仔风潮、适应儿童成长的设计、普遍接受的多功能性设计理念不了解，时代感不强，没有重视品牌形象的建立，很少投入经费开发研究，缺乏个性和民族色彩，而有的品牌开发出来的童装过于成人化，很使人反感。但是儿童发育成长较快，童装穿着周期较短，同时由于童装经营风险比成年服装要小，市场进入门槛比较低，这就使得童装市场形成了多渠道流通，各种经济成份参与经营，竞争将会加剧。

我们所面临的竞争者可以大致分为三类：童装制造商、童装批发商和童装销售商。童装制造商在义乌也有，但是不多。江苏省句容有很多大大小小的童装厂，广州也有很多。童装批发商远的不说，就近的就有义乌本地的宾王市场和杭州的四季青等等。我们的店面打算开在义乌，因此我们的最大的竞争者就是义乌本地的童装销售商，大部分分布在地下商场一街、宾王市场等等。

（三）消费者分析

对于不同年龄段的儿童，除在身高、体重等体型特征上有明显的差异外，在活动范围、自控能力、心理变化等方面也有显著的区别。只有把握好某一阶段儿童的特点，才能围绕其特点制定良好的市场营销策略，并有针对性地开发出适合相应年龄段的童装新产品，使企业具有较强的竞争能力。

12岁以上的儿童开始进入青春期，生理上出现明显的变化，如男女性别的差异、身高增长迅速等。同时，心理活动增多，有一定的社交圈和朋友。此阶段的儿童已经有白己的一些爱好，以及对事物的辨别能力和观点。对服装的选择不仅有自己的主见，还受到周围同学和朋友，以及流行时尚的影响。此细分市场要较多地考虑儿童的心理因素。近几年义乌该年龄段的儿童的数量大概为7万人次。

童装消费者可分为自身消费和送人消费，消费心理有求实心理、求新心理、求名心理、模仿心理等等。求实心理是指消费者在购买儿童服装时，以追求服装的实用和实惠为主要购买目的的心理。求新心理是指消费者在购买儿童服装时，以追求服装的流行潮头和新颖性为主要目的的心理。求名心理是指消费者在购买儿童服装时，以追求表现自己身份、地位、价值观、财富等为主要购买目的的心理。模仿心理又可称为从众心理，是指消费者在购买儿童服装时，以追求与名人消费同步为主要购买目的的心理。

服饰行为本质上是心理的反映，所以服饰是自我形象的一部分，服饰常常被包括在对于自我特征的有意识的评估中。研究表明服饰常常用来表示少年儿童对于自己的喜爱程度，他们把穿着看成是获得他人认可和赞许的方式，这种倾向比成年人严重）。少年对人体的变化最为敏感，是最执著服饰和外表的时期。在其生长的过程中，服饰帮助了他们扮演角色，建立自我。

（四）选址分析

投资童装店面，有了好的选址可以说是事半功倍！对于童装店选址的研究和评估是童装创业者在童装创业道路上的第一个最重要的抉择。童装店面选址在目标商圈的选择上，要把重点集中在商圈是否符合你的童装店面的市场定位、商圈的稳定性和成熟度上，童装店面选址的目标主要可以是以下几种：

一、童装店面选址目标位置1：地下商场。该地区是环境优美、街道整齐、交通方便、商业服务配套齐全而不嘈杂，而且集中了许多时尚品的消费者，这类人群崇尚个性和自由，拥有极强的消费需求，热爱时尚和流行，接受新鲜事物比较快，追求产品的款式亦追求品质，她们是中高档童装消费者的中坚力量。

二、童装店面选址目标位置2：人口密度高、人口数量多的居民小区底层营业店面。义乌有一定人口数量的居民小区，根据目前城市建设规划的发展趋势来看，住宅“社区化”的趋势愈演愈烈，社区经营的童装店面往往可以取得不俗的业绩。只要童装店的品位能够投小区顾客所好，获得他们的认同，那么一定能拥有一个稳定且不断拓展的顾客群。

三、童装店面选址目标位置3：宾王市场或同行聚集的街道和区域。同行聚集在同一个区域甚至同一条商业街上，这种现象为人们熟悉，因为顾客都希望能以尽可能少的钱买到质优价廉的产品，往往他们会货比三家，衣多多童装批发网厂家一手货源的价格优势、专业童装买手更新率快的富有个性特色的时尚款式和竞争实力强的童装货源进入同业“扎堆”的商圈，能够迅速争夺并占领目标市场。

创业计划书11

一 发展前景

现在在城市尤其是像上海这样的大城市，以餐饮业为代表的服务业发展尤为迅速，“民以食为天”，吃的健康，营养，环保越来越成为人们的追求。一方面随着生活水平的提高人们越吃越胖，减肥苗条成为一种时尚；另一方面，饮食安全越来越成为人们的担忧，各种各样的假冒有毒食品使人们处于担忧之中；第三，越来越多的年轻人，学生，上班族，没有时间准备早饭中饭甚至周末聚会都要出来吃，在家休息也懒得出门，夏天出门怕晒，冬天出门怕冷。如何吃得快捷方便也成了一个大问题。如何吃的快捷方便，健康，营养，环保越来越成为人们的追求。另一方面，外卖行业并没有有效整合资源，竞争混乱，没有有效的实现资源整合，虽然有肯德基，必胜客等一些商家开展外送业务，但依然在价格服务上有很多不足之处，形成有影响力的品牌，根据行业发展的集中化规律，可见做好外卖现在是做好外卖品牌的大好时机。

二 发展计划

为了实现最低风险，稳步前进在店面的设计上分为三步：

创业初期，以安全和低成本为目标，以学生集中居住的公寓楼进行“试点创业”。

第二阶段，在第一阶段取得盈利的基础上，以大学城文对象，采取“实体店+网络销售”的经营模式。

第三阶段，城际扩散经营，由大学城开始想小区商业区扩展，采用总分部的组织模式，分散功能，统一领导，连锁经营。

三 产品与服务工作

在针对学生群体中的饮食问题，主要是选择的问题，大家常常最困惑的问题是“吃什么呢”，“好吃吗”等。学校里的饭菜天天都一样，就算种类再多，味道再好，天天吃就不觉得好吃了。学生的主时间是主要是学习和娱乐，一年又九个月在学校每天都要吃这是刚性需求。因为学习或者娱乐常常不愿意出门，外卖大爷都是叼一根烟半小时才能到的。有时候送来的饭都是凉的，有的吃了还拉肚子。经常吃的几家外卖永远就那么几个套餐，远一点儿的有不愿意送等等，这些都是大学城外卖市场的问题，同时也是商机。虽然学生群体的消费层次不高，但是数量庞大，“推荐效应”很强。适时在大学城内做出健康营养美味快捷的外卖品牌，大有利可图。消费者最看重的是外卖的性价比，如何在质量服务上取得优势要在以下几个方面做好：

第一： 优质的厨师是核心，首先是通过高新猎聘，厨师学校择优选拔获得不同类型的厨师，为其提供良好的工作待遇环境。要求其具有自主开发的能力，按照其制作套餐的订单数量为绩效，不达到一定标准即淘汰。

第二： 科学饮食的概念宣传，利用热量消耗的概念，以不同的时间段为周期为学生推荐不同的热耗套餐，营养套餐，减肥套餐，控油护肤套餐，养颜补血套餐等等。

第三 ：建立网站，将主页设置成菜单形式，设置美味诱人的图片，链接该菜的价格，配料，制作工序，功效，哪位厨师等等。并可以注册会员，进行售后评价等。

第四： 送餐人员形象代表公司形象，注意着装礼貌，统一佩戴工作牌，着制定工作服，控制配送时间。

第一阶段 按照“饿了么”网上销售的受欢迎程度制作响应的食谱套餐。

第二阶段 一要产品差异化，扩大经营种类和范围，择优经营；二要宣传科学饮食的概念，制定有针对性的食谱，例如减肥食谱，控油护肤食谱，考试营养食谱等等。

第三阶段 稳中求变，不断探索，打造饮食时尚品牌。

四 发展战略

餐饮外卖行业竞争激烈，针对不同阶段的发展特点，制定不同的策略：

（一）初期是战略“抢”：由于刚开始资金少，人力不足，是小规模的试点创业，以低成本为原则，以外卖业务为主要目标，以学生集体公寓（例如五期四期）为对象，是争夺市场份额求生存的阶段。

（二）第二阶段战略是“做”：把工作重点从宣传到加强内功上来。

在区域内（如大学城范围内）打造专业的外卖为主的品牌，在第一阶段取得盈利的基础上，以大学城为经营对象，提升核心竞争力，摸索出一套可以复制的经营模式，和线上自由订餐，先下实体门店的模式。

（三）第三阶段是“扩”：在第二阶段取得成功的基础上，扩大融资渠道，转变管理职能，有针对性的扩大经营的范围与营销对象，采用加盟招商连锁经营的方式，向国内外其他成功餐饮品牌看齐。

五 市场分析

初期阶段相当于完全竞争市场，生产者之间产品，规模差异不大，竞争力相当，门槛低，低利润。这一阶段的目标就是学会在营销宣传和成本控制。消费者接触的信息是通过传单和“饿了么”在线订餐，保证外卖品质不低于竞争对手的情况下，注重有效率的宣传。以一个月为周期最大效力的宣传可以摸清利润多少，以此决定后续用人的质量和成本投入规模力度，这一时期的优势是如何在保证品质的情况下宣传上做的更好。

第二阶段需要拥有自己的核心竞争力，这样才能在业界立足，以此才能扩大经营，拥有自己的客户群，是升级核心竞争力造就品牌关键过程。这就要解决一下几个问题，如何让大家都知道这个品牌，吸引其愿意来，愿意再来，愿意推荐的问题。这一时期的优势是让大家相信这个品牌美味，健康，方便快捷，价格公道。其次更重要的是核心团队的管理与建设，一旦在这个阶段取得成功核心领导团队内部会发生公司走向的分歧，一开始就要做好核心团队的建设管理工作以及下一阶段的发展方向灯重大问题。

第三阶段是复制连锁经营阶段，要在当今乱战的餐饮市场中打造以专业外卖为主业的品牌，工作重心是制度化管理，下放经营权利，上层做好整个公司的品

质形象和规模效益的问题，让各分店充分发挥自身创造经营的活力，提高整体效益。

六 团队建设

第一阶段 合伙制 建立3人核心团队，分工协作。聘请厨师2名。

第二阶段 部门化职能管理，分厨房部，采购部，配送部，宣传部。

第三阶段 公司制度化管理，为不同层级的加盟连锁店，不同级别配置不同。在团队建立的初期就设定不同时期的发展规划以及退出机制。

七 营销宣传

无论出于公司发展的哪个阶段，宣传工作始终很重要。一下是各类针对不同阶段可以采用的宣传方式。

第一阶段——多元化，个性化，收效最大化。

第一，发小卡片，付电话和网站信息发到每个宿舍。利用大家都采用的常

规手段让所有人都可以接触到美食产品组合，这是常规手段，能使

自己和别人的竞争力相同。

第二，网站宣传，注册学生都用的人人网账号，建立“美食美客”微博账

号以及飞信，以美食图片吸引眼球，在网站设计上做各国饮食文化，国内饮食传统，“美食美客”自己做出来的每一道菜以及做法和营

养搭配，广加好友。飞信推出每周饮食推荐，在客户愿意的情况下

每周发一次。

第三，价值宣传，为宣传单添加附加值。例如公益宣传。例如洗漱间的文

明标语，楼层指示，个性门贴等低成本宣传品。在角落处注明商标

和网址。

第二阶段——价值概念宣传，在区域内打响品牌。

第一 联系各校学生会组织等，支持影响力较好的各类学术、辩论、体育运

动等。在活动中宣传“美食美客”科学饮食概念以及线上订餐，产品配送等业务活动。让主流学生群体了解到该公司的存在。

第二 活动宣传，结合厨师的竞争上岗评定，在大学城内推出热量测试等推

出“免费午餐”为主题的免费试吃活动等。

第三 网络宣传，通过网站微博飞信等方式发出最新推荐优惠活动等。

第三阶段——品牌宣传。

要依据发展的实力和融资状况而定，如地铁海报宣传，广告媒体宣传，创意短片宣传，电视广告宣传以及在前期有针对性的宣传方式等。

八 财务预算（月）：

（一）投入预算

第一阶段 租房 1000元，设备投入800元，材料投入 3000元，人力投入 6000元，宣传费用3000元，预备资金5000元，总计投入：23800元

第二阶段 实体店面15万，设备投入约3万，人员工资月4-5万，宣传费用5万，材料水电维护等其他投入8万。总计投入：35万

第三阶段 视情况而定。

（二）盈利预算

第一阶段 每天中午晚上可以卖出外卖300份，以均价10元本6利4的行业标准来算，月盈利目标：35000元左右。扣除月成本净利润约12000元左右。

第二阶段 按照外卖业务倍数响应扩大，实体店与网络销售平均水平预算，月毛利约在50万-150万 扣除月投入35万 净利润约在15万以上。

第三阶段 视情况而定。

九 风险分析

市场是不断变化的，所以必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

(1)团队分离风险，这是创业失败的主要原因。往往会在经过困难时期，权利分配不均导致团队集体出逃的风险

(2)安全风险，饮食行业的食品来源是无法控制的，像疫情、流感等。甚至在食品制作过程都有可能因为误操作，卫生等原因败坏企业的形象。

创业计划书12

一．定位：

（1）现代人生活节奏快，压力大，在空余时间最需要的就是得到舒心的服务，使自己可以尽可能地放松。此时，人们需要一个符合自己心意的松弛空间，以便交流信息和感情。同时，在闲暇时间聚会或款待朋友，或商务洽谈，需要的是有特色能够让所款待的人眼前一亮并对你的品味刮目相看的场所。那么“老地方茶馆”是市民们可供选择的最佳平台。

（2）为传播茶文化，秉承千百年来的饮茶习俗，将传统的茶文化注入新鲜的元素，不仅要能够吸引老龄顾客。还要吸引新一代的年轻人，让他们认识茶文化、喜爱茶文化、关注茶文化，为茶文化注入新鲜血液。功能定位的准确与否，关系到整个茶馆的成败与否，因此我们非常重视风格功能档次选址等方面的定位。主题定位为“具有高雅文化元素，并展现世界茶文化特色的商务休闲茶馆”。

1.风格定位：

复合型茶馆：茶饮与茶食复合，自助与服务复合，传统与现代风格复合，中国与国际复合。经营场所内设中国传统风格茶室，中国新现代风格茶室，日系和风茶室，韩国高丽风茶室，东欧风茶室，欧美风茶室，具地方特色的散座、自主选食广场，交流表演茶艺等。顾客既可以享受到自己喜爱风格的茶室环境，还可以品尝到世界各地茶叶、茶点、商务茶点套餐等，具有国际特色的服务，满足消费者的不同需求。

2.功能定位：

（1）休闲功能：会友、下棋、喝下午茶

（2）商务功能：接洽、商谈、签约、应酬等

（3）情感功能：情侣包厢、家庭套厢、闺蜜私间等。只有想不到，没有做不到

（4）教育表演功能：专业茶艺师为消费者表演茶艺，还接受茶艺技术培训。

（5）延伸服务：主要代客养壶、代客存茶（例如：陈年普洱的贮藏保存，可以代劳）、代客配具（依照顾客的要求描述进行茶具采购，搭配购买）.3.档次定位：

对商务层定位为：高档次的商务客户群。

对待普通白领，上班一族，普通家庭的闲暇交流去处定位为中档次以吸引更多的消费者。

4.茶馆理念： 以最好的服务让客人享受茶之趣

二．选址：

老话说的好“上铺是金” 所以选址非常重要。茶楼由于本身的性质而定，除具备明亮整洁，清静优雅环境基本条件外，还要注重宽阔、且交通便利客流量大等条件，以保证茶馆的良性运营。故选址在商业集中区的近边位置。因商业集中位置多为步行街，客流不断，选在商业街路口附近保证交通便利，同时商业街是最接近中高级写字楼也是辨识度，描述容易度最高的地区。经营面积：500—600平米。

三．茶器：

大厅：玻璃杯 1人/个、白瓷小餐盘 1人/个

中式包厢：青花盖碗6套、白瓷大餐盘2个、煮水器、随手泡各1 日式包厢：汝窑杯4个、汝窑公道杯、茶壶各1个、白瓷大餐盘2个、煮水器、随手泡各1个

韩式包厢：白瓷杯、白瓷碟各6个、煮水器、随手泡各1个

四．茶单

A套餐：花茶（茉莉花茶、玫瑰红茶、桂花乌龙、菊花茶）四选一+自助茶点=38元/人

B套餐：中国名茶（西湖龙井、安溪铁观音、竹叶青、安吉白茶、洞庭碧螺春、正山小钟等）选一+自助茶点48元/人

C套餐：西式进口红茶+自助茶点=58元/人 单点：花茶30/杯+小分茶点（泡芙+苹果）中国名茶40元/杯+小分茶点（千层饼+圣女果）西式红茶50元/杯+小分茶点（蛋糕+猕猴桃）

茶单设计：四个板块，分别展示套餐和单点

A套餐版面以温馨浪漫的紫色图案打底，配上套餐说明和各种茶图片

B套餐以黑白蓝的中国元素图做暗花，配上套餐说明和各种茶图片 C套餐以时尚的淡黄色为主调，配上套餐说明和各种茶图片

单点板块，白色为主调，清晰标明各种茶的价格和茶点，附茶点照片，每页附茶馆logo

五．人员要求

店长一名：要求本科学历，管理学学士，对茶文化和茶馆经营有一定了解，能负责茶馆经营、员工考核、协调等工作

策划师两名：大学本科，茶文化专业女生、负责出席活动和整体策划

茶艺师7名：专科，茶艺专业，中级茶艺师及以上证书获得者，负责茶艺表演和服务 保洁、保安各一名

六．装修

茶馆主要是以现代中式风格为主，其中借鉴了一部分西方文化。古典韵味的茶馆多配以沉稳的色调，而我们在茶馆中添置了一些浅色的中式家具，大气柔和、很好的柔化了空间中僵硬的局面，调和了红木冷硬的视觉感官。让人一进茶馆感受的是最清新的中式文化，是现代和古典文化的一种交汇，是一种新型的艺术表达方式，生动的画面不必言语也能洞察其内，正可谓一切尽在不言中。走进大厅，左手边的木质直线型吧台，咖啡色的地板，整齐摆放的桌椅与中式家具，装饰相结合，给人一种简约的古雅，给人以视觉上的清凉。大厅层次分明，错落有致，顶上的古式灯以及灯旁边的中式装饰，让现代装修与中式装修很好的结合在一起。全方位配置的小音响，宁静又悠扬的轻音乐充盈着整个大厅，能让前来品茶的顾客感觉到全身心的放松。穿过大厅，印入眼前的不再是洁白的地板，转而是木质阶梯，延伸到各个茶室的木质地板及木质门板。各位可别小看这一间间的木质门板，墙板之间填充的是岩棉，隔音效果可达53分贝以上，顾客丝毫不用担心说话内容会被偷听。转角处排列整齐的凤尾竹，奇形怪状的灯饰，给人以温馨闲适的感觉，没有污染。除此之外，其中的设计也是迥然不同的，分为中式茶室、日式

茶室、韩式茶室等等。茶室内只设1~2套桌椅，四壁装饰精美，又相对封闭，可供洽谈生意或亲友相聚。一般需预先定座，由专职的服务人员帮助布置和服务，房门可悬挂提示牌，以免他人打扰。中式茶室墙壁采用的是现代流行的艺术壁纸，用中式那种古朴的色调展现不一样的美。青花瓷盘作为背景装饰，配上舒适的中式家具，让茶室生动自然。桌椅使用的是亲切的原木色，让整个茶室深暖人心。墙角设一屏风，惊世瑰宝的马踏飞燕传承着古文明的博大精深。

日式茶室采用的是可推拉的大格子门和障子纸，显得比较大气。茶室中放置的是简单的小木桌，小木椅，以及55毫米的标准榻榻米。日本人讲究道，茶室是这套茶道体系中的一个点。这样设计的茶室能给人一种洗净铅华，一尘不染，却又带着淡淡木香的感觉。

韩式茶室装修用的是富有现代感、花朵图案的淡雅壁纸，与线条柔美的纯白桌椅极为和谐。窗前的插花尽显韩式风格的浪漫主题。

七、茶馆经营业务范围

一.市场定位：

格调方面：整栋茶楼以中式风格为主，尽量还原中国古代建筑风格,渲染中国文化，从而体现茶文化。楼里面设有中式，西式不同风格的包厢，营造一种舒适的饮茶环境，引导消费者追求高雅的文化品位。

目标市场：白领，成功人士，小资及崇尚文化追求的人等。

二.市场分析：

1.随着人们生活水平的不断提高，快餐文化的出现，人们生活的节奏越来越快，越来越需要这样一个场所，能让人们放下脚步，静静的呆上一个下午或一整天，喝喝茶，聊聊天，看看戏等来放松心情

2.中国洽谈会议习惯性的放在餐馆上，解决一切合同问题，导致商业纠纷案日益增加。茶馆为商业者提供了一个更好地场所洽谈合同，既能良好沟通，又能理性洽谈。

3.茶楼是一个充满文化氛围的地方，消费者可以受到熏陶，自我提升。

三．主要业务：

食物类：各类茶，餐食，各色点心等。每天茶楼都会有推荐的茶和

餐食及特色点心。

表演类：京剧，茶艺表演，舞台剧，相声及名人讲座。每周一次关

于健康饮茶的讲座

销售类：茶馆提供高质量的茶叶，茶具等。

活动类：提供不同风格的包厢，为顾客提供私人场所可供商业洽

谈、派对、部门聚会等等。

茶馆营销策略与销售计划

商品计划：对通过采购获得茶品和茶具，进行分类，主要分为三个等级消费者可自行选择三个等级中的各小类。

八、销售渠道计划

茶馆的目标消费群体主要是白领和追求时尚和品质生活的一类人。主要通过实体店经营获得利润，并且在通过微博、论坛等网络工具进行推广宣传，参与团购打折等。

九、品牌宣传

1、主要通过发放宣传海报的形式进行宣传，海报内容包括店内情况、茶品茶点、开张优惠活动等。

2、开张当日，在茶馆门口举办宣传活动，三位茶艺师分别表演中式、韩式、日式茶艺，同时限量免费派送茶品和茶点。活动促销计划

1、开业促销

2、店庆促销

3、例行节假日促销

4、行业竞争促销

节假日促销

本店主要推广三个节假日促销活动，分别吸引女性消费群体、时尚的年轻消费群体和一群热衷于赠品的消费群体。

（一）、妇女节

凡在当日来本店消费的女性客户可享受8.8折优惠，并可免费品饮本店专为女性设计的养颜美容茶一杯。

（二）、万圣节

万圣节前后共三天内，本店隆重推出万圣节狂欢派对，大厅上演cosplay，凡来消费者，可免费试穿各种服装发饰。

（三）、年终大派送

1、设计制作一批红包形式的代金券

2、派送给新老客户、潜在客户、意向客户

3、代金券的使用：每个获得代金券的客户凡来本店消费，即可使用代金券，且消费满88可得挂历等。

VIP 会员维持计划

1、会员折扣 持有vip卡的消费者，在本店可享受8.8折的优惠

2、vip卡的发放

①新店开张10日内，来店消费即可免费获得会员卡； ②新店开张活动停止后，消费满188元可获得会员卡 ③凡获得会员卡的客户需要登记一份基本资料

3、对于本店vip客户，我们有一个详细的记录和统计，包括他们在本店的消费情况、个人偏好等，便于提供客户更好的服务。另外，我们会向他们发送一些节日祝福、问候和店内活动等相关信息。

十、茶馆管理计划

现场管理：空间布局、灯光照明、背景音乐

资金管理：经营目标、资金预算、各项费用开支标准及审批程序、财物分析 利润控制：资产划分、奖励与分配

财务控制与稽核审计制度：资产控制、零用金管理、费用开支标准、内部稽核 财产管理制度：固定资产火灾保险事务处理、财务盘点 财物部门负责人工作制度：职务、职权、职责

会计：财务、会计与稽核单位工作职责、会计账表的标准规范、会计人员审核费用规范、会计核算基础工作规范、月绩分析、事务处理制度、标准成本设定及单位使用说明书

物源管理：

采购：茶叶来源

茶叶分类编号：存量控制、采购具体操作、验收操作 仓储：仓库安全、季度总结、滞品、废品处理 质量：保质期、包装、退货处理 使用：领取茶叶、发放茶叶

人员管理：

员工：招聘、培训、勤务、福利

客户：资料、售后联系

⒈在茶馆任何一处碰到宾客必须打招呼。

⒉不得在宾客面前与同事说方言，若宾客出言不逊，不要流露出不悦。

⒊不得在宾客背后挤眉弄眼，不讥笑宾客外行的地方，应主动为其提供帮助。

⒋不许切切私语，互相交头接耳。

⒌不得任用工作电话谈私事。

⒍在茶馆内不允许奔跑，要勤快地走路。

⒎尽量记住宾客的姓名，以便称呼。

⒏下班时间到了，不得擅自离岗，须听上级安排，如果需要加班，应该留下继续工作。

⒐在客人活动场所禁止吸烟，当班时不允许嚼口香糖，上班前或工作时不允许喝酒。

⒑不要伏在桌上开单

⒒在茶馆内，任何时候不得有梳头、修理指甲、吐痰、吹口哨、叉腰、手插口袋、挖鼻孔等行为。

⒓为宾客服务时，要始终保持微笑。

茶馆服务员的岗位职责：

（1）着装整洁、守时、礼貌、服从指挥。

⑵负责擦洗茶具、服务用品、搞好茶馆卫生工作。⑶熟悉各种茶、茶点、做好销售工作。

⑷负责将所有脏茶具送到洗涤间并分类摆放以及清洗。⑸负责做好结束工作，完成领导布置的临时任务。

销售管理：

销售计划：销售计划、销售方针计划书

情报管理：客户名单处理、订单情报处理、个人调查实施办法、竞争对手调查、市场调查以及预测工作管理、业务接洽追踪 售后服务：顾客满意度调查、客户投诉处理

销售事务处理：销售过程控制、销售结果评估、销售问题处理 销售经理管理：销售员标准操作、销售人员奖励办法、销售人员考核办法、业务员教育训练办法

行销评估：

茶叶诊断：感官审评、理化检验、服务诊断、价格、销售通路诊断、推广诊断

信息管理：信息服务策略、适合于用户的规程、茶叶及顾客数据库的建立、操纵和检索、计算机程序使用

广告策划：

策划方法：茶馆针对客户的服务项目、影视广告、报纸杂志广告 策划方案：原则、编拟要点、构架

总务管理：

档案：茶馆、员工、顾客

出差：国内、国际、差旅费支给

车辆：使用、车辆肇事、客户车辆停放

出入仓库：人员登记、茶叶登记、存储量记录

提案：创意提案、员工建议、顾客建议、提案奖励与审查

创业计划书13

药店名称：

投资规模：

乡镇大型药店，投资金额在20万以上，经营面积在200平方米以上。正式人员5人。资金用途：

装修3万，监控、收银设备、空调、电视2万，柜台、桌子、凳子之类1万，体验设备1万，开发费用3万，药品9万，流动资金1万。

药店定位：

具有规模化、特色化、多元化、差异化、会员制服务为主的新型乡镇药店，药店以服务乡镇普遍中等收入家庭购药为主。

定位原因：

1.规模化：现在的乡镇药店一般面积小、品种少、摆放乱，而大规模的药店将成为以后乡镇药店发展的趋势。

2.特色化：目前的乡镇药店普遍同质化严重，缺乏特色，靠天收、坐店等客，无竞争意识，缺乏经营理念，这样的药店将被市场淘汰或者利润压缩。

3.多元化：经营的多元化、品种的多元化、服务的多元化。

4.差异化：别人有的产品、服务我们一定要有，别人没有的我们也要有。

地理位置：

六十铺菜市街西路南，有菜市街，居民区，在建小区，背靠乡村，工业园区。选址原因：

1．有效客流

居民区是一大主流，伴随着对农村市场的辐射，另外菜市街的带动，可以使药店的受视和受注的可能性增强，增加购买。

2．成本核算

除了预测客流量、选择恰当的地理位置，对于成本的核算也是不容忽视的。门店成本的核算策略是每个经营者都应娴熟应用的技能。需要注意的是，门店的成功之道在于利用规模经济的边际效益。

药店装饰：

1．外围写真大型招牌为主，绿色底，墙以白色粉刷，以显干净、整齐、规

范。玻璃电动感应门两扇，以便吸引光线和注意店内陈列。

2．内部划分四区，推荐用药区、自选用药区、免费体验区、客户休息区。药店设立专柜专科，处方药专柜，非处方药专柜，保健品专柜，计生用品专柜，拆零专柜，中药专台，大堂吊顶，设置方形柜台，地板砖，收银台，大屏幕彩电，监控录像，选一角落作为咨询台，中医座诊。

药店专柜专科的功能：

1、增加销售额：纵观传统品牌药品，以及刚上市产品打造品牌，其销售额主要靠专柜专科。

2、提升品牌知名度：在医药超市、商场的大型终端设立品牌专柜专科，以统一的形象、统一的价格、统一的政策与消费者见面，给消费者一个完美的品牌概念。

3、广告效应：一个药店或专柜专科的设立有利于产品的展示和提醒作用，这一点可推广至大量的终端陈列。在大型商场设立专柜专科，其作用更是显而易见。

药店专柜专科设立的时间：

1、建立形象专柜专科的时机选择在市场开业或商场装修，因为这里涉及到柜台的装修和商场的整体布局。

2、建立普通的专柜专科一般选择同类产品销售淡季，对价格、位置等谈判都有利。药店专柜专科利润分析：

药店专柜专科的盈亏分析：

专柜专科的投入：员工工资、制作费、宣传费、管理费、药物成本。

专柜专科的产出：柜台销售额与毛利润。

利润＝专柜专科的产出－专柜专科的投入。

人员管理：

人员招聘:人员：店长一名、大夫一名、促销员2名、收银员1名共5名。

培训：包括产品知识、企业背景、与消费者沟通技巧、简单的中老年保健知识、营销基础知识等。

规章制度：

规定工作人员的要求、权利、义务。

（1）店长要求：

A、认真贯彻执行《药品管理法》等有关药品管理方针政策，按GSP规范门店工作，对门店药品质量及服务工作负具体责任。

B、贯彻执行总办各项管理制度，不得自行购药，对上级主管部门下达的各项质量指示制订相应的措施，严格执行并传达落实。

C、按门店发展趋势，起草本门店长短期发展规划，经批准后执行。

D、负责门店排班，日常事务的分工管理，协调各部门的关系并指导相关工作。

E、负责协调质检，驻店药师做好药品的质量监督工作。督查效期药品，及时处理门店质量投诉，对门店药品质量负相关责任。

F、遵守物价部门下发的药品价格体系，保证上柜商品明码标价，价格标签填写齐全，及时有效的对本店商品价格开展自查工作。

G、贯彻执行规范服务，处理解决门店纠纷。

H、保证门店财务出入相对平衡，对利润负责。

I、负责门店商品计划的核实与传递以及单据、日报表的保管，负责门店办公用品计划的申报与领发。

J、负责门店授权范围内的折扣，挂帐管理，相关报表的量化分析。

K、上传下达，协调管理层与执行层间的关系。

L、不计较个人得失，能吃苦耐劳，工作认真细致，条理清楚，坚持原则，责任心强，懂市场营销，热情稳重，有主人翁意识。

M、积极完成上级交待的其他工作。

N、处理好周围商家及有关部门的关系，协调好本店内部员工关系，依靠员工，关心员工，充分调动和发挥员工的工作积极性。

O、认真推行文明经商，规范服务，争创各种荣誉称号，提高门店的社会信誉度。P、迅速处理好突发事件，如火灾、停电、盗窃、抢劫等。

店长职责：

A.负责药店员工，商品、设备、现金、财务凭证、安全，卫生等全面经营管理。

B.对人的管理：

1、安排员工出勤，休假，轮换等。

2．检查，记录员工的出勤情况。

3．检查员工的仪容、仪表、是否穿工作服、挂胸卡，是否做到“主动、热情、耐心、周到、准确”。

4．组织员工会议，学习及社外活动。

5．检查员工是否完成每日的营业任务。

6．对新员工的岗位培训，语言技巧及顾客服务培训。

7．检查员工吃、住、行是否安全。

C.对商品的管理：

1．对商品的验收，入库，缺损记录及处理

2．对商品的陈列，摆放是否美观，安全，符合GSP要求。

3．对商品的质量管理，对商品的包装、保质期、冷冻设备、冷藏、搬运、存放是否符合GSP要求。

4．对商品的缺损管理，盘查商品是否有丢失，哪些商品需要及时补货，缺货是营业的最大敌人。检查库存药品是否都有上货架，所缺商品是否补救措施。

5．是否过期商品，是否有退货及报损商品。

6．商品的包装是否变色或有灰尘等污染物。

D.对现金的管理：

1．每日营业收入的管理：

1）配备保险箱，存放过夜营业款，钥匙由店长保管。

2）每日15：00--16：00结清当日的营业收入。

3）填写每日营业收入结帐表，由收银员签字作为做帐凭证。

4）收银员清点营业款后，应与营业员填写的销售清单进行核对，实收款与实销售数额相符后签字把营业收入移交店长。

5）店长将收到的营业款（除去备用找零款1000元外）其他一律存入银行指定账号，存款时应注意安全以防发生意外。

2．对收银员的管理

1）选聘收银员的标准是：诚实、负责、快捷与友善、熟悉药品。

2）控制收银差错率在5/万之内，主要管理事项：

①假币。②退货不实。③价格数输入错误。

④亲朋好友结帐少输入。⑤内外勾结逃过结款。

⑥少找顾客钱。⑦直接偷钱。

3．交班现金的管理

1）接班收银员在接班前应将额定的现金零钞备妥。

2）应准备一本现金移交薄，用于营业现金的交接签收。

4．大额钞票的管理

1）大额钞票放在现金盘的下面，以现金盘遮盖住。

2）大钞累计到20xx元以上，由店长收回放在保险箱中，此作业称为中间收款，将现金放在特定布袋内，然后系在手上带走，并随时注意四周的情况。

3）每次收大钞时，将收款额、时间、登记在该收银台的中间收款记录本上，由收银员及店长签名确认。

5．零用金的管理

1）零用金应包括各种面值的纸钞及硬币，其数额可根据营业状况来决定。

2）每天开始营业前，必须将各收银机开机前的零用金备妥。

3）除开机之前的零用金外，应备足一定兑换量，在营业中途兑换。

4）零用金不足时，切勿大声喊叫，及时和其他人兑换。

6.监控设备的管理

1）营业前打开监控设备。

2）下班前保存好监控内容。

（2）咨询大夫要求：

A.年龄40~65岁，让众患者感到有资历。

B.不仅仅医学知识扎实，而且一定要熟悉我们的产品知识，如产品的优势、卖点等。

C.会应用我们的销售工具（产品的权威性、优惠政策、疗效承诺、质量保证等）。

D.熟悉现代药品药店的营销模式，能够有强烈的自信心说服消费者购买产品。E.能够准确的解释仪器检测的结果。

F.会应用相关台词销售药品。

咨询大夫职责：

A.负责各种病理的解释。

B.负责说服群众购买药品。

创业计划书14

一、餐厅开业筹备的任务与要求餐厅开业前的准备工作，主要是建立部门运营系统，并为开业及开业后的运营在人、财、物等各方面做好充分的准备，具体包括：

（一）确定餐厅各部门的管辖区域及责任范围各部门主管到岗后，首先要熟悉餐厅的平面布局，最好能实地察看。

然后根据实际情况，确定餐厅的管辖区域及各部门的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总主管。

餐厅最高管理层将召集有关部门对此进行讨论并做出决定。在进行区域及责任划分时，各部门管理人员应从大局出发，要有良好的服务意识。

按专业化的分工要求，餐厅的清洁工作进行归口管理。这有利于标准的统一、效率的提高、设备投入的减少、设备的维护和保养及人员的管理。职责的划分要明确，并以书面的形式加以确定。

（二）设计餐厅各部门组织机构要科学、合理地设计组织机构，餐厅各部门主管要综合考虑各种相关因素，如：餐厅的规模、档次、装修布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

（三）制定物品采购清单餐厅开业前事务繁多，经营物品的采购是一项非常耗费精力的工作，仅靠采购去完成此项任务难度很大，各经营部门应协助其共同完成。

无论是采购还是餐厅各部门，在制定餐厅各部门采购清单时，都应考虑到以下一些问题：

1、本餐厅的建筑特点。采购的物品种类和数量与建筑的特点有着密切的关系。例如某些清洁设备的配置数量，与餐厅的餐位数量直接相关，再如餐厅的收餐车，得考虑是否能够直到洗碗间等。

2、本餐厅的设计标准及目标市场定位。餐厅管理人员应从本餐厅的实际出发，根据设计的标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本餐厅的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对餐厅用品的需求，对就餐环境的偏爱，以及在消费时的一些行为习惯。

3、行业发展趋势。餐厅管理人员应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识，不能过于传统和保守。例如，餐厅减少象金色，大红色的餐具与布置，增加一些淡雅的安排等等。

4、其它情况。在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：出租率、餐厅的资金状况等。

采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，部门在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

（四）协助采购餐厅各部门主管虽然不直接承担采购任务，但这项工作对各部的开业及开业后的运营工作影响较大，因此，餐厅各部门主管应密切关注并适当参与采购工作。

这不仅可以减轻采购人员的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。

餐厅各部门主管要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

（五）参与或负责制服的设计与制作餐厅各部门参与制服的设计与制作，是餐厅行业的惯例。

（六）编写餐厅各部工作手册工作手册，是部门的工作指南，也是部门员工培训和考核的依据。

一般来说，工作手册应包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部分。

（七）参与员工的招聘与培训餐厅各部门的员工招聘与培训，需由餐厅各部门主管共同负责。

在员工招聘过程中，根据餐厅工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而餐厅最高负责人则负责把好录取关。

培训是部门开业前的一项主要任务，餐厅各部门主管需从本餐厅的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训丁作达到预期的效果。

（八）建立餐厅各部门财产档案开业前，即开始建立餐厅各部门的财产档案，对日后餐厅各部门的管理具有特别重要的意义。

很多餐厅各部门主管就因在此期间忽视该项工作，而失去了掌握第一手资料的机会

（九）跟进餐厅装饰工程进度并参与餐厅各部门验收餐厅各部门的验收，一般由装饰方、投资方、管理方、餐厅各部门主管等部门共同参加。

餐厅各部门参与验收，能在很大程度上确保装潢的质量达到餐厅所要求的标准。

餐厅各部门在参与验收前，应根据本餐厅的情况设计一份餐厅各部门验收检查表，并对参与的部门人员进行相应的培训。验收后，部门要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

（十）负责全店的基建清洁工作在全店的基建清洁工作中。

餐厅各部门除了负责各自负责区域的所有基建清洁工作外，还负责大堂等相关公共区域的清洁。

开业前基建清洁工作的成功与否，直接影响着对餐厅成品的保护。很多餐厅就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。

餐厅各部门应在开业前与餐厅最高管理层及相关负责部门，共同确定各部门的基建清洁计划，然后对各部门员工进行清洁知识和技能的培训，为各部门配备所需的器具及清洁剂，并对清洁过程进行检查和指导。

（十一）部门的模拟运转餐厅各部门在各项准备工作基本到位后，即可进行部门模拟运转。

这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

二、餐厅开业准备计划制定餐厅开业筹备计划，是保证餐厅各部门开业前工作正常进行的关键。开业筹备计划有多种形式，餐厅通常采用倒计时法，来保证开业准备工作的正常进行。

倒计时法既可用表格的形式，又可用文字的形式表述。以下是相关表格仅供参考。

表一：工作倒计时表计划装饰期 — 天 月 日试营业 月 日正式营业（具体实践根据实际情况落实）交表日期： 年 月 日

表二：岗位人员及基本工资设定

表三：投资费用预估

表四：台位及布局

表五：价格定位及业绩预估分析

创业计划书15

一、生姜种植项目概况

(一)项目名称：生姜种植

(二)项目负责：XXX

(三)主管部门：XXX

(四)项目内容、规模、目标：

1、内容：生姜(习称姜、鲜姜、柴姜)是我国传统大宗药食兼用品种，又是药材、蔬菜、调料。同时生姜有具有多种功能与疗效。着眼于本地区生姜市场价值，故计划种植生姜以供应市场需求。生姜具有很多价值，比如：

(1)降温提神 增进食欲

因为姜中含有姜醇、姜烯、水芹烯、柠檬醛和芳香等油性的挥发油;还有姜辣素、树脂、淀粉和纤维等。所以，姜在炎热时节有兴奋、排汗降温、提神等作用;可缓解疲劳、乏力、厌食、失眠、腹胀、腹痛等症状;生姜还有健胃，增进食欲的作用。

(2)抗菌防病 治疗肠炎

美国和丹麦的科学家通过试验证实，生姜干粉可缓解晕动病之头痛、眩晕、恶心、呕吐等症状，有效率达90%左右，且药效可持续4小时以上。民间用吃生姜的办法防止晕车、晕船，有的用生姜片贴内关穴，有明显的防晕效果。盛夏季节，细菌生长繁殖异常活跃，容易污染食物而引起急性肠胃炎，此时适当吃些生姜或用干姜加茶用沸水冲泡后饮用，能起到防治作用。科学家通过研究发现，生姜能起到某些抗菌素的作用，尤其对沙门氏菌效果明显。

(3)开胃健脾 防暑救急

夏天，人们贪凉，喜爱电扇空调对着吹，很容易受寒，引起感冒。这时及时喝点姜糖水，将有助于驱逐体内风寒。中医认为生姜能通神明，即提神醒脑。夏季中暑昏厥不省人事时，用姜汁一杯灌下，能使病人很快醒过来。对一般暑热，表现为头昏、心悸及胸闷恶心的病人，适当吃点生姜汤大有裨益。我国传统的防暑中成药——人丹，里面就含有生姜的成分，目的就是驱风健胃和提神醒脑。同时还是生活中做菜时必不可少的一味调料。

2、规模：100亩(1亩=667公顷，100亩=6670公顷)露天土地。

3、目标：以带动经济发展为目的，增加就业为手段，使农业发展更快更迅速。争取做到带动本地区经济发展，更好的解决我村富余劳动力的就业问题，为大家提供创业致富的途径。以科学的思想去发展，以反季节蔬菜为优势，以绿色农业为导向。引进新品种，提高单位产量和品质。

(五)项目实施地点：贵州省

二、种植项目基本情况

(一)行业相关信息：

20xx年生姜价格由5——6元/千克暴涨至12——14元/千克的天价，被网友戏称为姜你军引起众多姜农的囤积惜售，期盼11年价格上涨，然而11年生姜市场饱和。

资料显示，20xx年之前全国主产区种植面积基本稳定在100——150万亩左右产销基本平衡，所以生姜价格稳定。20xx年生姜价格开始上涨，又08年的3——4元/千克涨到5——6元/千克极大刺激了农民的种姜热情，种植面积激增到239万亩，10年生姜价格暴涨更加激活了农民的热情种植面积再增至300万亩以上，20xx年已攀升至400万亩左右。因为供需不协调，致使大量生姜库存饱满，价格随之下跌，包括贵州与在内的全国各地从11年年初的6元/千克的收购价暴跌至0.8——1元/千克生姜价格的下跌，是因为产大于求导致的市场正常现象，预计在几年或明年，生姜价格会有上涨。

(二)项目发起人及发起缘由：

1、项目发起人：XXX2、发起缘由：

(1)带动当地经济发展。

(2)增加就业。(3)满足当地市场需求。(4)增加新型农业产品。(5)推动农业发展的多元化。

三、生姜种植项目可行性分析

(一)经济可行性：生姜价格虽然在去年出现了下跌的情况，但是就\*\*\*本地区来说，升降市场仍未饱和，价格的下降必然还会带来生姜种植量的减少，根据市场规律，以及近期政府对农产品的支持政策来看，生姜价格会有提升，加之本地生姜种植的空白，所以，经过认真分析，本地生姜种植有良好前景。

(二)政策可行性：政府对农产品实行的价格补贴，大大打消了农民的种植担忧，政策性的保险和财政补贴，让种植生姜成为一项可行的项目。

种植后只要参加生姜政策性保险，即便出现了一定的损失，有了保险赔偿，我们的种植热情依旧很高。

(三)技术可行性：生姜的种植及管理并不是很复杂，农民可以通过相关资料获取种姜常识，可请乡农科站的工作人员到田间地头做指导，了解种植的注意事项。

所以技术方面没有太大问题。

(四)组织和人力资源可行性：种植面积决定了此项目不是一家一户能完成的，初步计划是一户牵头，带动发展最好是\*\*\*地区能形成一定规模，产生规模效应，辐射到周边各兄弟村。

种姜农忙时人手不够，可雇佣一部分村民帮忙种植及管理。

四、生姜种植的项目优势

(一)人力优势：\*\*\*地区农田多被用作农业生态示范区的建设用地，导致原本种地的农民闲臵，所以，本项目可以充分利用这种人力优势。

(二)市场优势：本地种植生姜的农户极少，但是需求量大，大多的供应只是依靠一些散户的少量种植及其外地流入，本地生姜有待开发。

(三)价格优势：生姜产销基本平衡，生姜价格稳定，不见大起大落。

20xx年生姜价格开始上涨，由20xx年的3——4元，上涨至5——6元，亩效益高达2万元左右，极大地刺激了产区广大农民种植生姜的积极性，种植面积激增至239万亩，20xx年生姜价格暴涨至12——14元，亩效益暴增至6——7万元之后，更加激活了农民种姜的热情，种植面积再增至300万亩以上，20xx年已攀升至400万亩左右。

(四)其他优势：政府政策的大力支持是至关重要的，还有农民的种植热情高涨等等。

五、生姜种植项目的生产流程

(一)项目选址

1、地理位置：\*\*\*地区宽广低平地带

2、自然情况：地势平坦，地形广阔，水源充足，土地资源良好，降水和热量丰富，光照充足。

3、资源情况：水热资源丰富，土地资源，以及光照资源丰富。4、经济情况：需要有足够的经济费用支持，作为种植成本投入。(二)生姜种植 1、生姜播种 生姜是一种喜温怕寒的作物，发芽温度适宜为15——18度。10度以下低温以及土地适度太大都会导致根茎腐烂。在强光下叶片容易枯萎，因为生姜的根系不发达，对土壤的水分要求极高过干过湿都不利于其发育，播种时通过块茎的无性繁殖，所以播种时要千万注意选好土地，注意土地的轮作，要下足基肥，合理密植，要选择良种，提早种植，可增加产量。另外注意水分的控制。

2、田间管理

(1)适时追肥，合理排灌。人畜粪水是很好的选择，将其与尿素一同很合后淋施。

(2)抓好姜疫预防工作，田间打药，及时摘除染病植株，采用石灰粉灭菌，增施草木灰等钾质肥料。

(3)实行套作，提高经济效益。

3、产品销售

生姜农产品种植采取以下销售模式：

(1)以贵州省现代农业展示区为依托。

(2)为当地农家乐供货。

(3)包装好的成品进入贵阳市各大超市直销。

(4)外地大客户订单批量销售。

六、项目其他辅助事宜

(一)生姜种植中的环保问题评估及解决措施：这次种植我们将使用农家肥料，减少多有机肥的使用，将对环境影响降至最低，不会产生影响土地的废水，相反地，这有利于增加土地的肥沃，我们将重复利用水资源，把水土流失减到最少。

真正做到生态农业，生产出无公害的农产品。

(二)生姜种植基地项目总成本费用估算：此次生姜种植经费经预计，总共在25万元左右，也是该项目总费用。

(三)生姜种植地的轮作问题研究：可根据生姜前期生长较缓慢，植株低矮，耐阴性强的特点，早春可在垄边种植瓜菜、豆角、茄子等作物，达到增收的目的。

**第四篇：创业计划书（共）**

一份优秀的创业计划书无疑是一个好的开始，但是对于创业计划书怎么写?写什么?很多人还没有清晰的概念，今天小编在这给大家带来创业计划书，接下来我们一起来看看吧!

创业计划书1

一.前言

在这样一个注重人才的年代，我们作为当代社会的大学生，为了迎接未来挑战，为能够在未来踏入社会的时候有足够的信心，必须提前做好准备，多找机会锻炼自己，给自己充电。当今社会，在校大学生自主创业也成为大学生发展自我，增加经验的一种趋势，这种行为不但可以锻炼自我，磨练意志，积累经验，同时还可以通过自己的努力，为父母减轻一些负担。所以，我们应顺着这种趋势不断摸索，探求，在坚持原则的基础上以更好更多的实战经验去迎接未来的挑战!同时，这是一个商业时代，只要我们善于去观察，就会发现生活中商机无处不在。在日常生活中，我发现江汉大学内部及周边专门卖运动鞋的店很少，而且学校比较偏僻，外出购物不是很方便，为此，我打算建立一个专门卖运动鞋的店，既方便他人，也满足自己，锻炼自己的营销能力与沟通能力。这是个知识的时代，但是这个时代更加需要人才，只要你愿意，没有什么不可以，相信自己----路是自己走出来的!

二.创业背景

时代的变迁赋予了当代大学生不一样的涵义，也给予了当代大学生不一样的生活和思想，追求的不同，享受生活的方式自然也不同。科技不断的进步，生活水平的不断提高，人类惰性的潜能又被激发出来，很多大学生不愿意自己动手做一些事情。就穿的方面来说，比较好的名牌运动鞋专卖店离江大这边都比较远，很多学生不愿意为了一双鞋而跑那么远的路，感觉这样很浪费时间。同时，品牌鞋专卖店卖的价位一般都很贵，因为他本身的店面费用就很高，到专卖店买鞋的话很多人感觉很不划算。但很多大学生又都追求穿品牌鞋。因此他们需要有人来给他们提供方便的购鞋方式以及合理的价位。

三.创业目的众所周知，在大学校园里，能力远比知识更重要，这就需要一个平台来让我们不断学习、锻练和展现自我、从而增加能力。学校里面的社团和学生会对我们来说已经没有多大诱惑了，所以我们需要自主创业来为自己铺路。这样可以提前培养我们的创业意识，学会自己给自己当打工。

四.经营项目

正品安踏，特步，361度运动鞋及配对的鞋垫。同时提供多种样式，颜色，尺码供给顾客选择。

五.经营原则

1、真实原则：对顾客以礼相待，不欺不瞒，友善平等。“顾客是上帝”在这里不再是空洞的说教，而是一种真实的感受;

2、互利原则：在真诚的基础上，做到主顾双方平等互惠;

3.便利原则：尽可能的为顾客提供一切可以提供的方便，让他们足不出户，就能够体会到最优质的上门服务。

六.服务群体：

1、学习工作繁忙，没有空余时间的人群;

2、不喜欢逛街，但又追求穿品牌鞋的人群;

3、力图方便，购买商品注重实惠，希望以最合理的价钱买到最好的商品的人群。

七.市场分析：

1、在江大的校园内外，至今还很少有这方面的经营店。所以在市场竞争上，我们处于一个相对的优势位置。但是正因为如此，市场的打开又将面临着一个大的问题。在一定程度上，很多同学会存在戒备的心理，所以一个创新的有说服力的广告宣传是必要。

2.现在很多学生喜欢网上购物，我们可以将网上与现实相结合，在淘宝网上进行店铺宣传，顾客可以在网上进行选购，确实购买后，我们可以提供免费送货上门服务，尽可能为顾客提供方便。我们的店铺可以直接开在寝室，不须要店面费，那么价格方面可以定得更便宜一些。

八.经营策略：

1.商品来源：从汉正街直接进货，先进行前期市场调查，争取以最合理的价位批到货真价实的品牌鞋。

2.人力上：集纳有独特创新思想，沟通能力强的人才进入;同时，人员必须要有吃苦耐劳的精神，有耐心。在此基础上采取有秩序的管理模式。

3.宣传上：开业期间可在资金允许的基础上，发放大量的宣传单，先吸引群众眼球，打入寝室内部做宣传;同时在校园内与学校一些社团进行合作，以拉横幅，贴海报的形式进行宣传。把商品发布到网上店铺，在QQ里进行店铺推广，让更多的了解我们的商品，了解我们的店铺。

4.经营上：为了弥补资金上的缺乏，创业先期可以采用股份制原则，让更多的同学来投资，按投资金额的多少来分利润。

5.策略上：开业期间本着薄利多销的原则，采取一定的优惠政策，比如开业期间八折优惠，买一双品牌鞋，送一双对应的袜子等等。

6.店面上：由于资金原因，同时考虑到送货方便问题，店铺直接开在寝室内部，同时开通淘宝网上店铺。

顾客可以以以下两种方式来了解购买我们的商品：

①网上进行选购，选中后，我们可以提供免费送货上门服务。

②直接来店中进行选购。

7、设备上：需要一台电脑、货架以及一些简单的办公设备。

九.经费来源及分配：

来源：起初，采取入股制。前期计划投入三千元，先试验一段时间，如果销售量达到预期的标准，再追加投资。

1)月基本工资分配标准：每月月底将净剩收入的百分之八十按入股金额的比例发放给员工;

2)每月提成分配标准：按个人接受任务、完成任务及顾客的满意度分配，将员工的个人业绩分为甲、乙、丙三个等级，从而分配提成。

十.预想问题及解决办法：

在服务过程中，可能会出现顾客因不满意而要求赔偿的事宜，为此，我们必须坚持“顾客是上帝”的原则，尽量满足顾客合理要求。在销售过程中，有可能出现货源不足的情况，无法满足顾客的购买需求。我们会尽一切力量来满足顾客，如果他们要买的鞋而本店正好缺货，可以向他们保证如果愿意等的话，可以在一个星期内给他们提供需要的商品。在鞋子质量方面，我们可以承诺：三天内如果是鞋子质量问题，可以无条件包换或者退款。三个月内如果是出现质量问题，确定非人为故意损坏后，我们可以无条件包修。

创业计划书2

每个人心中都有一个创业梦，很多人都苦于无从下手。为此，好范本-范文大全小编特意为读者朋友们整理了关于syb创业计划书范文和材料，希望对您有帮助。

一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200M的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。

未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(一)商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0---200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60---200平方。

(二)经营选址

一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来达到自己的经营赢利。

三、投资计划

(一)CI设计

1、企业标识要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的CI。

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

2、企业理念

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

(二)投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面――为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。照明――白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持10-15平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

音响――为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备电脑――一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。软件――与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。收银台――收银台兼管理人员工作台。货架――以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。冰柜――因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。其他设备――如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%,约需单品数2025至3000种。

(三)经营理念1、符合目标消费者需求――便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快2、为消费者提供方便――就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置

四、管理运营

1、制度管理

在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的相关的管理制度有：出勤制度卫生管理制度报表管理制度能耗管理制度设备管理制度固定资产管理制度采购管理制度现金管理制度工资的发放管理规定员工的担保制度管理人员的权限规定员工的奖惩制度员工工作制度货架作业管理制度商品配送管理制度仓库管理制度会议管理制度耗材领用管理制度通讯器材及设备管理制度

2商品管理为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：商品的进场制度商品的销售报表采购报表滞销报表畅销商品统计表关于商品的奖罚制度商品的配备申报制度临近商品的处理商品销售考核促销商品的管理制度

3库存管理因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品的周转率，建立有效的商品配送机制，相关的制度有库存报表管理库存的限制商品的周转周期与库存的参考调货申请表退货管理规定库存周转考核商品配送管理制度滞销商品考核

4系统管理系统化，信息化，数字化的管理能有效的减少商品的损耗，加强店与店之间的沟通频率，能快速的实现商品的流转，从而使资金的流转更加有效，促进企业的良性发展，因此连锁店必须将其电脑系统进行连网统一管理，以提高工作准确率和工作效率，相关的制度有操作员的管理规定操作员的权限操作员的保密规定营业额与员工工资的关系制定

a)损耗管理制定有效的防损制度，提高员工的防损意识，发挥员工的防损积极性，有效的防损降耗措施，相关的制度有员工内盗的处理意见损耗的管理规定损耗的奖惩制度耗材管理关于盗损的管理规定

b)促销管理实行统一的促销政策，有利于增强企业的形象，促进商品的销售，有利于整合促销资源，实现资源利用的合理化，充分化.相关的制度有促销管理规定促销的申请促销的执行考核

五投资分析预算按120平米计算(单店)

1A固定设施：首期(即开业前)天花+墙面：直接刮腻子(120+120)3.5/平方=840元水电设备：2500元地板;120平方6+600+120平方12=2760元铺面外：2025平方=600元店招：20平方30=600元合计840+2500+2760+600+600=7300元

B经营设备货架：28020+18030=11000元电脑收银设备：3500+500+800=4800元

创业计划书3

一、项目简介：

社区水果超市的建立：在社区的居民达到3000个家庭(每个家庭3人计算)的小区建立水果超市。

二、市场分析

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果85公斤相比，国内人均消费才刚到其一半。通过对大多家庭的调查，80%的3口之家每月消费水果的金额在80元以上。10%的家庭消费水果在50-80元之间。只有10%的家庭消费水果在50元以下。

随着居民收入水平的提高，对果品的消费需求呈增长趋势。我国目前人年均果品占有量约为45kg，与健康标准要求(70kg)还有不小的差距，与发达国家人年均消费水果(80kg)的水平相比差距更大。若考虑到未来人口增长因素，按照健康标准计算，全国果品消费量将达到11550万t，比2025年全国果品生产总量高出70%

三、选择理由

1、行业的需要：中国缺少水果的销售大户。

2、创业者的需要：进入门坎低，很小的投入就可以经营。

3、政策支持：2025年3月22日(北京市商务局、北京市发展和改革委员会)：79项鼓励支持发展的商业项目，包括超级市场、便利店、社区早餐店、食品店、日用品店等。限制的商业项目有：地区级以上商业中心和规划的特色商业街(区)以外限制新增加营业面积5000平方米以上的大中型零售商业设施;城区二环路以内，限制新增加营业面积10000平方米以上大型百货店、大型综合超市;城区三环路以内限制新增营业面积10000平方米以上的大型仓储式商场、大型专业超市、各类大型批发市场;城市中心区、市级商业中心、地区级商业中心、中关村科技园海淀园、商务中心区限制新增各类初级集贸市场、批发市场等。

4、全新的销售机会：只有水果连锁店还是空白。而其它行业连锁店都处在微利竞争状态下。

5、新颖的销售方式：开放式的自选。

6、多样的服务项目：提供自动榨汁服务。提供组合包装箱，及在店内介绍各种水果的特征和适合食用的人群，引导健康消费。

7、水果的购买状况和消费者的心理：时间忙，没有多余的时间用来购买水果。超市和批发市场因为是购买别的产品为主，所以不会购买很多的水果。

8、庞大的市场：国家计划在2025年使人均消费水果达到40公斤。2025年48公斤。2025年53公斤。也就是说到2025年，水果要有2500万公斤的消费增长。市场巨大。是现在市场的40%。

四、特色服务：

1、给顾客全新的、放心、保证质量和便宜的放心消费地点

更多的顾客选择去超市购买水果，除了是在购买其他商品的时候见到有水果销售，顺便购买外，剩下的最大原因就是超市的水果不管是从产品外观、产品质量、分量上都可以让消费者很放心。并且开放的自选方式可以让顾客有更多的挑选余地。对于我们的水果超市，采用统一装修、统一店面布置、统一采购、统一配送，并且全部产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后在进行销售，完全可以给予顾客以上心理的满足。

2、独特引导消费

现在的顾客购买水果，完全是凭借自己的口味和喜好来选择水果消费，而忽视了水果本身的特性和适合食用的人群。通过对众多的消费者的调查，发现几乎没有一个人能说出菠萝的特性和适合食用的人群，及肝病、胃病病人应该吃什么水果，不适合吃什么水果。这就说明大家都是在盲目的消费水果。没有什么水果消费常识也就会闹出给糖尿病病人送香蕉的好心办错事情的误会。作为一个水果零售商、我们的责任就是要教会大家如何合理的消费、食用水果。在这方面，我会在店面张贴每种水果特性的海报及适合食用的人群，和好坏等级的鉴别方法，引导大家健康的消费。

3：提供多种多样的服务来针对不同的消费群

水果消费者一般会分为自己食用和送礼2种。针对送礼人群的心理及包装需要，我们会专门设计些可折叠或组合的不同容量(3G、5G)等包装组合，有偿提供给消费者。也就是说，顾客可以随意组合、购买水果。购买完后如果需要包装盒，只需要交纳一定的包装费，就可以得到店内的包装盒(可分为祝寿、探望病人、看望亲戚等几种)，并可以得到贺卡一张。这样，既让消费者明白消费，免去了在游商或其他商家处购买的昂贵礼品装水果，又可以保证质量。

4、深入挖掘水果的特性及消费者的其他需要

随着人们的收入增加，更多的消费者开始饮用新鲜果汁。针对消费者的着方面的需求，每家水果连锁店都会有免费使用的榨汁机供顾客使用。顾客在购买完水果后，可以自助的免费使用水源清洗水果并免费使用榨汁机，将水果榨成果汁。如果顾客自带容器，我们将不收取任何费用。如果顾客想将果汁带到家庭、公司或在路上饮用的话，我们将有偿提供一套容器(包括朔料杯、吸管、蜂蜜、砂糖等，并帮顾客封装好)的服务，便于顾客把新鲜的榨的果汁带到任何地方饮用。在卫生方面，顾客每使用完一次榨汁机，我们都会对机器进行消毒处理，然后放进消毒柜，保证卫生。

创业计划书4

一、摘要

无论是创业还是要经销新产品寻找新的利润增长点，在选择新产品时首先要明确自己的目标，是准备将产品作为一项长期的事业来发展，还是仅仅作为现有产品的一种补充，或者是其他的一些目的，目的的不一样决定了自己在此项项目上将投入的资金、时间、精力和操作方式都不一样，这些因素往往直接影响甚至就决定了该项目的最终命运。

二、项目介绍

经过对网上商店的调查报告。做出以下网上开店的流程：

1、开始并不在网上，而是在你的脑子里

你需要想好自己要开一家什么样的，在这点上开网店与传统的店铺没有区别，寻找好的市尝自己的商品有竞争力才是成功的基石。

2、选择开店平台或者网站

你需要选择一个提供个人店铺平台的网站，注册为用户。这一步很重要。大多数网站会要求用真实姓名和身份证等有效证件进行注册。在选择网站的时候，人气旺盛和是否收费、以及收费情况等都是很重要的指标。现在很多平台提供免费开店服务，这一点可以为省下了不少金子。

3、向网站申请开设店铺

你要详细填写自己店铺所提供商品的\'分类，例如你出售时装手表，那么应该归类在“珠宝首饰、手表、眼镜”中的“手表”一类，以便让你的目标用户可以准确地找到你。然后你需要为自己的店铺起个醒目的名字，网友在列表中点击哪个店铺，更多取决于名字是否吸引人。有的网店显示个人资料，应该真实填写，以增加信任度。

4、进货

可以从您熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。

5、登录产品

你需要把每件商品的名称、产地、所在地、性质、外观、数量、交易方式、交易时限等信息填写在网站上，最好搭配商品的图片。名称应尽量全面，突出优点，因为当别人搜索该类商品时，只有名称会显示在列表上。为了增加吸引力，图片的质量应尽量好一些，说明也应尽

量详细，如果需要邮寄，最好声明谁负责邮费。登录时还有一项非常重要的事情，就是设置价格。

6、营销推广

为了提升自己店铺的人气，在开店初期，应适当地进行营销推广，但只限于网络上是不够的，要网上网下多种渠道一起推广。例如购买网站流量大的页面上的“热门商品推荐”的位置，将商品分类列表上的商品名称加粗、增加图片以吸引眼球。也可以利用不花钱的广告，比如与其它店铺和网站交换链接

7、售中服务

顾客在决定是否购买的时候，很可能需要很多你没有提供的信息，他们随时会在网上提出，你应及时并耐心地回复。但是需要注意，很多网站为了防止卖家私下交易以逃避交易费用，会禁止买卖双方在网上提供任何个人的联系方式，例如信箱、电话等，否则将予以处罚。

8、交易

成交后，网站会通知双方的联系方式，根据约定的方式进行交易，可以选择见面交易，也可以通过汇款、邮寄的方式交易，但是应尽快，以免对方怀疑你的信用。是否提供其它售后服务，也视双方的事先约定。

9、评价或投诉

信用是网上交易中很重要的因素，为了共同建设信用环境，如果交易满意，最好给与对方好评，并且通过良好的服务获取对方的好评。如果交易失败，应给予差评，或者向网站投诉，以减少损失，并警示他人。如果对方投诉，应尽快处理，以免为自己的信用留下污点。

10、售后服务。

完善周到的售后服务是生意保持经久不衰的非常重要的筹码，不同的与客户保持联系，做好客户管理工作。

三、市场竞争分析

1、选对产品钓大鱼

要在网上开店，首先就要有适宜通过网络销售的商品，并非所有适宜网上销售的商品都适合个人开店销售。

2、根据业内人士的建议，通过对网上出售产品的细分发现，合适网上开店销售的商品一般具备下面的特点：

1)体积较小：主要是方便运输，降低运输的成本

2)附加值较高：价值低过运费的单件商品是不适合网上销售的。

3)具备独特性或时尚性：网店销售不错的商品往往都是独具特色或者十分时尚的。

4)价格较合理：如果网下可以用相同的价格买到，就不会有人在网上购买了。

创业计划书精选4篇范文

**第五篇：创业计划书（共）**

创业计划书范文

光阴的迅速，一眨眼就过去了，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，写一份计划，为接下来的工作做准备吧！可是到底什么样的计划才是适合自己的呢？下面是小编帮大家整理的创业计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

创业计划书范文1

企业名称

创业者姓名

日期

通信地址

邮政编码

电话

电子邮件

一、创业团队团队名称：

团队成员:

二、企业基本概况企业名称：昌顺养殖厂

企业性质：

企业规模：

企业位置：

农林畜牧行业小型养殖公司6人，流动在职人员5-6人，前期投资约山西省吕梁市离市区吴城镇上三交村35万元固定在职人员共

经营范围：个体养殖户

营业时间：一年四季

三、项目摘要

肉牛养殖一直是农业经济收入的主要组成部分，但是，肉牛品种结构不合理，品质差，饲养落后，一家一户养殖，成品牛外调困难，销售不畅，规模效益、抗风险能力弱，附加值低，一直制约着肉牛养殖业的发展，为了尽快适应肉牛养殖业的新形势，充分发挥肉牛养殖业的传统优势，打出特色牌，特准备发展肉牛养殖示范户。

本项目就是要用农民传统的养殖方法“放养”主要养夏洛涞牛、西门塔尔、中国黄牛、这样前期的投资不会太多,要是选择圈养,那样前期的投资会很大,要是“放养”可以让它在山里面吃，这样既节省人力又节省开销。

四、肉牛的前景分析

一、发展现状

（一）基本情况

1.牛肉产量迅速增加，在肉类中的比重不断提高

改革开放以来，我国牛的存栏量、牛肉产量和人均占有量迅速增长。20xx年全国牛肉产量549万吨，人均占有量4.3公斤，分别比19xx年增长19.4倍和18倍。

与此同时，牛肉在肉类中的比重不断提高。牛肉占肉类总产量的比重从19xx年的2.2%提高到20xx年的8.7%。

目前我国牛肉产量居世界第三位，牛肉占世界总产量的比重从19xx年的0.5%提高到20xx年的9%。

2.肉牛主要生产区域从牧区转向农区

自20世纪80年代以来，我国牛肉生产中心逐步由传统牧区转向广大农区。到20xx年，内蒙古、甘肃、新疆、青海、西藏五大牧区牛肉产量占全国的比重从19xx年的44%下降到13%；同期河南、山东、河北、安徽四省牛肉产量由占全国的9.7%上升到47.3%，东北三省牛肉产量比重由11%上升到15.7%。

（二）主要问题

1.生产水平较低，质量不高

目前全国肉牛平均胴体重133公斤左右，仅相当于世界平均水平的66%；每头存栏肉牛年产肉量仅相当于美国的1/3，甚至还低于墨西哥、阿根廷和巴西等发展中国家。此外，我国高档牛肉的比重不足5%，高档牛肉生产能力低是目前我国肉

牛业的突出弱点。这些都是因为吃饲料引起的，饲料中添加一些不健康的化学物质，自然会引起牛的不良反应，导致体重上不去。

2.疫病未得到有效控制

长期以来，由于防疫机构不健全，手段落后，检验设备不完善，我国肉牛饲养业中疫病时伏时起，一些重大疫病未能有效控制，严重影响肉牛生产，并成为牛肉出口的主要障碍。

3.屠宰加工环节薄弱

屠宰较分散，加工企业规模较小，技术水平较低，60%以上的肉牛由个体户屠宰经营。缺乏统一的行业规范和分级标准，多数正规的屠宰加工企业没有通过国际通行的质量认证，以致生产的牛肉产品与国际通行的质量卫生要求相距甚远。

二、市场前景与竞争力分析

综合考虑多方因素，今后一个时期，我国肉牛肉业会呈快速、健康发展势头。

一是国内市场需求空间大。目前我国人均牛肉消费量仅有6公斤左右，为世界平均水平的一半。随着城乡居民收入的增加，消费观念的转变，今后国内牛肉市场应有较大的需求空间。预计到20xx年，全国人均牛肉消费量将达到17.5公斤，国内市场牛肉需求总量将达1990万吨，与20xx年相比，有近800万吨的发展余地。

二是有生产成本及价格优势。我国牛肉的生产成本一般只有世界平均水平的50%左右。牛羊肉出口价格仅相当于世界平均水平的60%左右。

三是出口潜力大。我国的周边国家及地区是牛肉的主要进口国和地区。随着我国牛肉产品质量的提高和市场营销网络的不断健全，对东南亚、中东和俄罗斯等周边国家及地区的出口潜力巨大。

但是必须看到，在加入世贸组织后，牛肉的进口关税将逐步下降，国外品质优良、包装精致的牛羊肉有可能涌入国内市场，竞争将更趋激烈，必须及时采取有效应对措施，提高产品质量和档次，改善安全卫生条件，完善销售服务体系，积极开拓国内外市场。

五、项目基础条件

1、有利的区位优势

①吕梁市离市区吴城镇上三交村属于养殖地，不会污染水源，污染环境，还有这地方属于山区，自然放养比较占优势。

②关于草料酒糟是一种喂牛最好的东西，既可以当草又可以当料。还有就是我们队员他爸在酒厂上班，可以直接采购》

2、突出的资源优势和产业优势

①在我们当地区主要生产玉米，非常适应畜牧业特别是养牛业的发展。

②近年屠宰业发展迅速，除原各乡镇定点屠宰场外，食品加工厂和冷冻场也大量增多，平均每天屠宰量超过千头，肉牛需求量极大。

六、环境治理

圈舍夏季冲洗两次，每头种牛日平均排粪水30公斤，育肥牛日平均排粪水15公斤，排出的污水通过设计的下水管道到处理池，进行生物杀菌，经过科学设计和建设，无环境污染且有利于整个乡镇的生态环境整治，符合国家环保要求。

七，有效的利用

牛每日排的粪便可以用在农作物，还可以用在沼泽，用沼泽可以发电，供热，提高当地农民的生活水平，这样还节省了国家的资源。

八、风险防范

1、市场风险。加强公司+养殖户合同管理，严格制定价格、数量、质量标准，确保全部回收。

2、价格风险。由于价格变动频繁，养牛的收益波动大，短期内风险较大。因此养殖要有五年以上的规划，研究降低饲养成本的方法，开发廉价饲料，例如：种植牛草。同时，要推广新技术、新品种，加强管理等途径。

3、病疫风险。政策将加大对生猪养殖业的扶持。20xx年底，财政部出台了10项扶持政策支持肉牛养殖业，具体包括能繁母牛补贴、能繁母牛保险、疫病防疫补助、肉牛良种补贴、屠宰环节病害牛无害化处理补助、肉牛调出大县奖励、完善肉牛生产消费监测预警体系、增加牛肉储备规模、支持标准化规模养殖场基础设施建设等。除财政部外，农业部下一步将继续支持肉牛原种场和扩繁场建设，增加供种能力。制定并实施全国肉牛品种改良计划，总结推广实施肉牛良种补贴取得的成功经验，加快肉牛品种改良步伐。积极推进标准化规模养殖场、养殖小区建设规范和技术规范的实施，鼓励和引导散养农户向适度规模养殖过渡

七，结论

1、项目技术上先进，经济上可行，社会效益和环境效益好。

2、符合现行国家政策政策要求。

附：投资测算表：

准备资金，35万。

先投入25万买牛，买25头牛。

在拿1万修水窑。

每头牛吃料每年500斤，每斤料1元，共1.2万。每头牛吃草每年1000斤，每斤料0.2元，共5000元。修牛圈大约1万。

设备每个100元，共2500。养殖场动物管理系统

动物识别标签正在广泛的被应用在动物的繁殖、饲养、疫情、防治、肉类检疫等的信息跟踪管理中。如猪、牛、羊等牲畜均可使用，电子耳标均采用无毒、无异味、无刺激、无污染的材料为其封装材料，有效的防止有机酸、水盐液、矿物酸的侵害，电子耳标有助于畜牧业信息化集中管理，能对种畜繁育、疫情防治、肉类检疫等情况进行有效追踪和溯源，及时发现疾病和疫情并加解决，减少损失，提高了养殖效益。

创业计划书范文2

1.创业机会描述

要求：清晰的产业背景和市场竞争环境；市场机会和有效的市场需求；所面对的目标顾客(群)等。

2.创业项目概述

要求：准确定义所提供的产品、技术、概念产品和服务，针对解决的问题，如何满足市场需求；本项目所具有的独创性、领先性；实现产业化的途径等。

3.公司战略

要求：公司的商业模式、发展战略等。结合竞争优势确立分阶段目标，公司的研发方向和产品线扩张策略，主要的合作伙伴与竞争对手等。

4.市场描述

要求：在市场调查的基础上，分析面对的市场现状、发展趋势、潜力、竞争状况，包括竞争分析、目标市场定位、市场容量估算、预计的市场份额、趋势预测等。要求提供的数据真实有效、分析方法科学合理。

5.营销策略

要求：根据本项目的特点，制定合适的市场营销策略，包括定义产品、技术、概念产品或服务，制定恰当的价格、渠道、推广策略等，确保顺利进入市场并保持和提高市场占有率。

6.融资与财务

要求：股本结构和规模、资金来源与运用；盈利模式、盈利能力分析；风险资金退出策略(方式、时间)等。

7.关键风险和问题

要求：客观阐述本项目面临的技术、市场、财务等关键风险和问题，提出合理可行的规避计划。

8.管理团队及经营管理

要求：介绍管理团队各成员与管理公司有关的教育和工作背景、成员的分工和互补，公司的组织构架以及领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。要求：介绍生产工艺／服务流程，原材料的供应情况，设备购置和改建，人员配备，生产周期，产品／服务质量控制与管理等。力求描述准确、合理、具有可操作性。

创业计划书范文3

1.10.1综合评价：该项目建设通过“公司+农户”的生产经营模式，符合国家的有关产业政策，建设规模适宜，资金安排合理。项目设计方案合理，先进实用。财务分析经济效果可行，管理体系健全。在项目建设的设计中兼顾了资源的综合利用，不会造成环境污染问题，有利于标准养殖、健康养殖、生态养殖示范场的建立与推广。

1.10.2论证结论：该项目从建设规划、投资规模到经营管理均切实可行，立项目标准确，经济效益、社会效益和生态效益处理和谐，对调整农村和农业产业结构，推广畜禽标准化、良种化、规模化散养生产，增加农民收入具有重大的现实意义，建议有关部门抓紧批准立项，并给予大力支持。

创业计划书范文4

一、外部市场情况

调查表明，当人均年收入达到20xx美元时，传统的家务劳动将转向社会，近些年浙江快餐服务业的快速发展也正好印证了这一点。

我们来看一下近年来快餐企业的发展情况，众所周知，西式快餐的代表麦当劳，肯德基在中国发展很快，在城市各个较为繁华的区域都可以看到它们的身影。西式快餐店的明快风格一改传统快餐店脏乱差的局面，其鲜亮整洁的环境，良好的就餐氛围吸引了不少人光顾。但是西式快餐价格并不便宜，口味变化少，多吃几次就会让人腻味，而最大的缺陷在于营养单一，基本上只有热量，常吃会使人发胖并引发一系列的疾病。因此这类快餐被越来越多的社会团体呼吁为垃圾食品，在其发源地美国这类快餐是饱受指责，英国最近也出台了抵制的法令，造成麦当劳准备在英国关闭50多家店。

考察现行的中式快餐店，价格虽然低廉，品种口味也多，营养丰富是其优势，但是小、脏、乱、差的状况仍然很严重。不过现在各地已经有比较干净整洁的中式快餐店，在杭州有老娘舅，米宝宝等等。但是中式快餐的致命弱点依然没有解决，中式快餐十分依赖烹饪师傅的技术而不是普通工作人员的程序性操作，不同的厨师烧同一个菜会烧出不同的口味，就是同一个厨师不同的时间烧同一个菜，口味也有一定的差别。因此同一家餐饮企业各个门店甚至同一门店每次呈现给顾客的同一道菜在口味上都会有比较大的差别，很难做到西式快餐的专业化标准水平。与此同时，一般的小店也很难请到高水平的厨师，即使请到了也需要付出大的成本，而且门店对厨师的管理成本也比较高。另外中式餐馆厨房偏好用明火，空气污浊，不易清理，火灾发生的机率也比较大.二、我们的市场定位及营运方式

我们的门店将座落在杭州城区，选址在写字楼和文教区之间，或文教区和居民区之间。店面在30—40平方米，厨房较小约为8个平方。顾客群为需要提供快速就餐服务且喜欢中式餐饮不愿意放弃饮食乐趣的人群，就餐标准在8-20元/人?餐之间，主要针对上班一族和学生群体。

因为刚起步，规模不大，所以可以先利用自家的厨房作一些菜的初加工。门店的厨房以电为主要能源，煤气等明火能源只在突然停电时使用，这是因为我的加工工艺只需使用电能就可以了，而且目前使用煤气的成本已经相当高。

菜品：餐饮店要立足根基，最根本的就是菜品，无论装修怎么考究，服务如何周到，出菜速度多少快捷，如果菜不好吃，照样也没人光顾，即便光顾那也已经不是真正的餐饮店了。同一道菜的口味要保持一致，不可以这次是这种风味，下次变成了另外一种风味，口味一旦确立就不能轻易改变。这个说起来似乎容易做起来却是相当难，因为传统中式菜复杂的加工烹饪过程中无论哪个环节出错都会导致菜品的差异。其实这些正是这些年来我一直在研究的—标准化的做菜方法，目前我已经做出标准化的菜系，形成了五十多只菜的特别配方，并能根据菜色搭配做出调整。

菜色：菜色太少会让人觉得选择面小甚至无菜可吃，过多又会使员工操作变得复杂由此也会增加门店的运营成本，因此提供多少菜色，如何确立菜色也是一个大问题。按照我目前的想法，每天要准备5个冷菜，30个品种的热菜，包括自创的特色菜、家常的杭帮菜、粤菜以及川菜。然后每月进行统计，淘汰1—2个最少人点的菜，加进几个新菜，品种控制在30个以内。菜色在保持全年基本不变的情况下根据季节进行一定调整。

出菜速度：快餐相对于普通的餐饮，最大的特点就在“快”上，因此快餐还应在保证菜品的条件下，尽可能缩短出菜周期。而我的做菜方法正符合这一要求，能够大大降低出菜所需时间，保证快速出菜。

不同时段的侧重点：午餐和晚餐是中国人的正餐，应以炒菜为主，配以一定的冷菜，同时提供盖浇饭;早餐由员工按配方做粥饭面点;下午和夜宵提供休闲餐，以奶茶、冰品、面点为主。冬天的时候再加上几个特色火锅。

菜价：定位在家常菜的水平，蔬菜5元/份，荤菜8---12元/份，套餐按照菜量和种类搭配不同定价在6---15元/份。各式小吃的定价视成本与市场价格而定。同时为了招睐更多顾客，每半月推出1—2个特价菜。

服务：任何一家企业如果没有良好的服务就不能长久兴旺地生存，服务的背后其实是员工的态度，只有员工满意，才能让顾客满意。因此我们要对员工进行培训和激励，先培训后上岗，同时门店制定细化标准以供实施操作与监督考核。有了满意的员工，我们就能为顾客提供良好的服务，高品质的菜肴，快速的上菜速度。

三、业务扩展

门店要合理利用自身资源，装修时就要在店前张贴海报，在附近的写字楼和学校做一些宣传，如发放传单等，使目标受众及时得到讯息，主动与单位联系获得工作餐订单，减轻门店刚开张时的客源压力。开张前向报社，电视台，广播电台发送信息，让他们得到相关讯息，因为我们将是全国第一家不用明火烹饪，每道菜99%口味相同的中式快餐店。开始时也许并不能得到这些媒体的免费宣传，但这多多少少也是对自身的一种广告。

店发展到一定程度要在外面找较大规模的初加工场，运作成功后就可以着手开出分店，扩展是必然的，但是不能盲目，我们可以请老店的优秀员工过去主持分店，同时不能忽视管理和监督。开分店也可以选用特许加盟的方式，这在国内外的餐饮企业中已经运用得很多了，并且有了很多成功的经验，在这里就不说了。

在一个城市发展到5家左右门店的时候，我们可以通过网络接受订餐，再把订单传给最近的门店，让其提供送餐业务，这样也使我们可以提供给顾客更为便捷的服务，同时也更好地扩大了自身的知名度。外省的分店，我们除了提供自己的经典和特色菜之外，还要根据顾客需要提供一些更适合当地口味的菜，那就需要我们请更多的厨师加入我们的团队，或请他们进行指导，这样我们的菜色也会大大丰富。

四、成本与投资回报

成本：

1、房租：40000元/年(半年一付=20000元);

2、餐饮店的转让费：估计为25000元;

3、装修：5000元;

4、设备：10000元;

5、营业费用：20xx元;

6、流动资金：8000元;餐饮业周转快，开业三个月以内就可以维持正常运转，但仍需要有一定的流动资金以备不时之需。

收入与利润：

现在以保守的估计测算，早点80人次，人均消费1.5元;中餐24人次，晚餐48人次，人均消费14元，夜宵60人，人均消费3元，再加上中餐外送50份，每份6元，一天下来的营业额为1608元。营业毛利率控制在40%左右，毛利643元。月营业毛利19290元，支付三名员工的工资3000，支付水电费及固定营业税和个人所得税，月净利至少12000元，7-8个月收回投资，年净利48000元。只要管理得当，在当地站稳脚根，有了一定的.知名度，那么下一的营业额必然会有大比例增长，同时因为不必再支付开业成本中的2-5项目费用，所以第二年的净利在10万元以上。

五、投资风险

任何一种投资都有风险，在杭城大街小巷你可以看到众多快餐店的身影，但是现在做得比较好的中式快餐企业基本都是定位在面点上，以炒菜为主的快餐企业还没有出现，这也是技术瓶颈的问题。我所研究出的标准化做菜无疑开拓了一个新的领域，符合现代人日益加快的生活节奏和对食品品质的要求，因此有广阔的市场前景。

创业计划书范文5

一、项目介绍

项目名称：xx养羊场

经营范围：本地山羊

项目负责人：xxx

项目投资：40万元

场地选择：沂源县

项目概述：销售本地山羊

二、市场分析

1、市场需求分析

随着社会进步和人民生活水平的日益提高，人们的生活水准产生了不断变化，特别是吃食方面，普遍追求无公害和土味、野味，长倩生态山羊养殖场正是迎合人们对“山”字的要求，利用优质山羊种，在环境优美，无污染的大自然放养，在高山林间可食天然虫草，又以补饲玉米秸为主要饲料，运动充足，高山放养时间为7个月以上。所以，山羊体格健硕，肌肉丰满结实，而且品质细嫩、口感好，味道鲜美，风味独特。同时，由于山羊肉营养丰富，是少年儿童发育和老年病后恢复的进补品，有着其他肉类所不能具备的特点，因此，该产品在市场上有着良好的发展前景。

育肥羊就相当于一个羊肉的中转站，他是从一个瘦到胖的过程，从各个地方将羊买到，然后经过我们育肥，一般是两到三个月时间就可以出栏，这期间我们保证了“绿色”“环保”“节能”的服务宗旨。

社会物价水平总体上升等因素的影响下，肉羊价格必然会大幅度的上升，并将维持在较高价位，养羊效益也在增长。

2、市场竞争与效益分析

经济效益分析：年饲养90只山羊，需要羊苗 防疫费 秸秆等生产成本26000元。社会效益分析：高山无公害食品是当今社会人们在吃食方面所想往的，高山放养山羊正是迎合了社会的需要，满足人们的需要，对增强全社会体质有着积极的作用。

三、项目计划

作为项目的计划人，我有很好的先决条件，因为我家就是一个农牧结合的家庭，有良好的自然条件，为建厂提供足够的空间，而且自家的农田也可以提供绿色的饲料来源，周围也有便利的交通。

1、近期计划

在一年之内，科学管理，建立品牌，提高声誉，实现现代化企业管理模式，让养殖场的高品质羊得到有较高生活档次人群的认可。

2、远期计划

在三年之内，将养羊厂办成企业 大大提高品牌社会认可度 扩大养殖规模二倍以上

四、成本预算

1、贷款投资预算

(1)需秸秆粉碎机5台约5000元饲料加工机5台约10000元 配套的料槽30个{每个约350元}三轮车一辆月15000元场地建设费约15万元

(2)流动资金20000元

(4)购买羊苗、疫苗药品、网子10000元

3、经营预算

年饲养山羊180只，总销售72万元，五、风险预测

1、经营风险

(1)选择经营场地的地理位置是否合理;

(2)养殖过程是不是能保证纯天然原料;

(3)羊苗是否高质量存活;

(4)疾病的防治是否到位;

(5)销路是否畅通;

(6)管理制度是否完善。

2、控制办法

(1)选择经营场所必须进行实地考察，多选几个点，多提几个方案，请专家评价选最佳方案。

(2)羊舍设置合理，场地进行消毒防疫工作。

(3)采取优质羊苗。

(4)聘请专业山羊疾病防治技术人员，将疾病防治工作放在重要位置。

(5)做好宣传工作，扩大影响力，打开销路。

(6)囤积秸秆和山上天然草料。

六、市场营销

1、营销策略

主打天然品质 全程监控设立销售点提高品牌知名度;实行羊苗认领制 走高档路线

2、营销方式

(1)熟人推荐：利用熟人介绍。

(2)销售推广：在城区生活质量较高的区域设立销售点

(3)宣传推广：到对生活品质要求较高的小区进行宣传推广，到各个写字楼进行电子屏幕和发传单等宣传。

(4)电话热线：接受电话销售业务。

3、经营计划

(1)将养殖场发展成高品质品牌羊肉和私人认养两种模式。

(2)联系经济水平较高的人群，稳定销路。

(3)设立街道销售点，提高经济效益和知名度。

(4)联系小型个人企业等，建立固定的买家。

(5)近期计划完成，将实施远期计划，最终建立高品质养殖企业。

创业计划书范文6

xx，专营各种冷饮、甜品，制作考究，价廉味美。我们的理念就是让中国人改变自己的饮食习惯，从亚健康走向健康，温暖明亮的环境，贴心的服务，精选优质原料，严格制作，养生好味道，爽滑可口，物美价廉!香甜冰凉，专业工艺，优质原料，一份惬意，一份悠然!温馨舒适的环境，用心之作，丰富饮品，口感纯正，制作考究，营养健康，养生风味，平价享受好味道!

xx将“细腻用心”及“无限创意”投入到甜品的制作中，注重视觉、味觉、嗅觉、身心等全感官的舒爽体验。每一位甜品制作人员都经过专业的训练与培训，xx甄选高品质原料，在食材、口感、配料、温度、工艺、感观等各环节上严格控制，新鲜现制，尤其是食材辅料上，持续创新改进，呈献给消费者不断变化的美味盛宴，将口感发挥到极致，同时最大的特点是低脂、低糖、低热量，深受追求美味与健康的时尚人群青睐。

xx甜品创业

奶茶3年遍及街头巷尾，蛋糕店在4年内随处可见，甜品消费迎来迸发式的开展，20xx年，中国安康甜品消费已到达1200亿元。估计20xx年将超越20xx亿，远超其他休闲项目。

xx凭仗中西合璧的创意安康饮食文明，在市场上掀起一股高端时髦的甜品旋风，并且坚持着旺盛的开展势头，激烈进驻中国际陆市场，协助中国创业者打造阳光事业平台，赢取财富先机。

1、具有一定的商业背景和经商经历，熟习外地市场。

2、有一定的经济实体和投资实力，有良好的信誉。

3、具有努力于公司的创业热情，分心专注、敬业上进。

4、理解、信任公司，在运营理念和开展思绪上能达成共识。

5、对投资风险和收益的两面性有正确的认知和充沛的心思预备。

6、具有法人资历或合法运营资历。

7、情愿交纳保证金。（协作终止时予以退还）。

8、情愿依照规范交纳品牌效劳费及终端推行费

1、品牌优势

多年的品牌历程在消费者心中形成了良好的认知度，市场口碑好。

2、产品优势

为了提高整个连锁企业的商誉，连锁总部都会随时开发或引进或采购独创性、高附加价值的商品，以产品差异化来竞争对手，连锁创业店直接享受这种好处。

3、技术优势

公司成熟技术拥有的地位，总部强大的技术研发中心，会根据市场不断的变化，及时开发新产品并提供技术培训，让您的创业店永远站在技术前沿，保持良好的竞争力。

4、培训优势

开店经营不用愁，总部会为创业商提供开业前系统培训，从产品培训、营销技能、专业技术、到管理技能方方面面都有，让您开店无忧。

5、服务优势

以现成的装修样板、店面的整体设计、统一形象，可使创业店快速启动。

6、投资优势

成熟的品牌才可以保障创业商的创业成功率，我们拥有完善的运营和管理机制，成熟的经营技巧，可以直接为创业商服务，大大降低投资风险。

1、投资者在网上了解我们创业的详细信息，或者直接拨打总部创业电话咨询。

2、了解我们创业代理所需要的条件、判断、评估审核，判断您是否适合创业或代理我们相关项目，这是一个相互选择的过程。

3、提交意向咨询申请创业，总部收到申请后，进行合作资质评估。

4、总部出具可行性方案，签订合同，授予特许经营证书及牌照。

5、总部对于店面选址给予相应配套的专业选址方案，确保合作者选择心仪店址。

6、统一设计装修我们按照统一的店面形象对创业店进行设计和造价预估，双方确定后，交由第三方施工队由第三方施工队完成施工。

创业计划书范文7

健身俱乐部的形式分为三种，第一种是在酒店内的健身房，一般都设有游泳池，但面积不大，价格相对较贵，而且人气不足，主要面向酒店客人。第二种是面向中上层收入人群的会员制健身房，这里有先进的设备，周全的课程设置和强大的教练员班底，人气一般颇旺。第三种是大众健身俱乐部，硬件和软件水平相对较低，但人气非常足。

场地租约的事项

1、场地租约费用：租金，押金，物业管理费、公摊费、水电费用等费用的核算;

2、场地的租约年限

3、场地租约的每年递增费用

4、场地租约的支付方式

健身房场地与设施

一、面积：按实际需要而定

通常使用面积800O以下为小型俱乐部，800―1500O为中型俱乐部。

二、空间要求：宽敞、明亮、空气畅通

健身房的层高及柱间距离是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及训练空间。柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。

三、设施与设备

根据实际情况，主要考虑：健身者的行走路线，各功能区的特点等要素，还是就是安全方面的考虑(消防通道等)。在专业设计人员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程。

1、俱乐部平面布局设计

俱乐部的平面布局及各区域的面积比例是俱乐部设计乃至今后成功经营的关键。按区域大致分为：

(1)前台(服务台)：收银/配送/咨询

(2)休闲/休息区：阅读、下棋，内设水吧台、商品区。

(3)更衣区、淋浴区、卫生间：男、女更衣室/淋浴室/卫生间(蒸汽房?)

(4)器械区分为：有氧训练区、自由重量区、固定器械区等

(5)健美跳操厅：根据俱乐部总体面积和教学实力设一个跳操厅，(6)瑜珈室：常温瑜珈、高温瑜珈(可做舞蹈室)

(7)动感单车房

2、俱乐部的设备和装修风格设计

配套设备：

(1)更衣区设备：配带锁更衣柜(储物柜)、鞋架与长凳等。

(2)淋浴室设备：冷、热水淋浴汽，(如有条件可设计蒸汽房)

(3)有氧训练设备：动感单车、跑步机、椭圆机等

(4)重量训练设备：训练身体某一具体部位肌群的设备。

(5)自由训练设备：卧推架、杠铃、哑铃等

(6)健美操设备：应有独立音响，垫子、哑铃、踏板、健身球等健身俱乐部创业计划书范文20xx年工作计划。

(7)休息区：水吧相应设备、商品展示柜、电脑、电视、电话、音响等设备。

(8)员工服装、医疗急救用品、会员礼品、宣传品等。

(9)水、电、消防等设备

装修、风格设计：

(1)俱乐部Logo的独特设计(设在最为显著的地方)

(2)招牌(以最显著的方式方法摆设和设计)

(3)内部装饰：通过材料选择及主要颜色确定俱乐部的风格(利用壁画营造健身气氛)。并设置教练介绍栏，优秀员工榜，健康知识栏，俱乐部注意事项及条例栏，会员信息栏，健身卡价格栏

⑶施工招标、装修。

创业计划书范文8

第一步，决定卖什么；第二步，拟选择门面；第三步，考察路过拟选门面的人流里有没有你的服务对象。如果有的话，有多少？按最底消费计算，能不能让你的生意有盈余？如果有盈余，请你按下面的说法，对你的项目进行考察和设计。考察和设计完毕后得出的投资数不

一)店的硬件设

a．店内硬1.门面装修:考虑的范围：门面的位置。远看，近看，装修图案及色彩，了解当地主要的宗教信仰，当地人喜欢什么图案和颜色，不喜欢什么图案和颜色。装修材料的选用。

决定的依据：门面位置的选择，考察你的主要服务对象的流量在哪里，门面就选在哪里。远看门面装修时，用数码相机将拟选门面拍照，包括周围环境，越多越好。放入电脑处理，把设计方案放在图中，要求自己的门面更抢眼。近看门面装修时，要考虑材料的档次，制作工艺。档次的确定，参照你邻居的装修水平，主要是考虑你的主要服务对象是哪些人，满足他们的需求。装修之前请一些当地人看看方案图，提提意见。

注意事项：国家和集体禁止的图案不能用。当地人忌讳的图案不能用。有版权的图案未得到许可时不能用。

2．店名选择：考虑的范围：店名的文化内涵，字型，大小，色彩，对联

决定的依据：由主要服务对象来确定。如果开在乡镇街上，店名直接是你的菜名也可以。如果开在学校边，主要服务对象是学生，店名就要有点内函，有点说法，有点故事。

注意事项：不能采用当地忌讳的用语，不能采用国家禁止的用语。

3.服务员：考虑的范围：服务员的长像，身材，行走姿势，上菜动作，服装色彩和样式，决定的依据：主要服务对象的层次是决定因素。如果你的主要服务对象是贫穷的小城市里只是赶着上班的人，那你家三代人一块儿上就行了，按当地得卫生习惯就行。如果你的主要服务对象是大城市里只是赶着上班的人，一家三代也可以上，但是卫生要讲就一点。如果你的主要服务对象是大中城市的商务请客，那服务员就得挑选，而且需要培训走姿，站姿，说话得语气，语音，语调，常用礼貌用语。

注意事项：每个服务员们应将店当成自己的家，对进店来的客人都当成是象到了自己家以样对待。这是最重要的基本要求。长相是次要。

3.洗手间：考虑的范围：洗手台，洗手台上放牙签盒，便池，水冲，卫生纸，镜子，洗手液及洗手液的容器，洗手间的卫生，防滑地板，装修档次，洗手间里应有供酒后呕吐的大池。

决定的依据：装修档次由主要服务对象决定。高档餐馆应洗手间和便池间个自独立分开，主要是考虑中国国情，便池免不了有怪味，而有的客人洗手时要洗口，容易有恶心反映。

注意事项：中国人的小便习惯不好，所以，要考虑有专人负责定时清理消怪味。有条件的应有专人守候。专门设一能冲整个卫生间的水管。卫生间应通风好，或增加排气扇，排气扇应有足够的排风能力，可将气味彻底排出。

4。看周围环境：考虑的范围：拟建餐馆的邻居的装修档次，门口有无挡视线的障碍物，由进到远的看店门，注意事项：拟选店门面若不是本地独家经营，最好不要让路人仰视。也不要太低。

5.经营品种：考虑的范围：菜的样品，价格表，色彩，决定的依据：小餐馆经营品种得选择是生死抉择。一定要考察本地人得生活习惯，饮食习惯，和口味特店。最好在本地人喜欢得品种里寻找，这样风险最小。小餐馆经营的内容不要多，要精。一般小餐馆不会有专业厨师，都是自己亲自操作，或请一业余厨师，能有几样好菜就很不错了。如能让这几道菜有回头客，餐馆就有希望开下去。定价不要心狠，约有利润即可。也要参照当地同类价格。明码标价。

注意事项：增加新菜谱要特别小心，先请几个常客尝一尝认可后，再将其标准化后推出。追求特色创新风险最大，如同赌博中的追求中大彩一样，不适合赚血汗钱的普通百性。追求特色创新是那些把钱当成手纸用的人的游戏。

6.卫生：考虑的范围：门口地面，门面，店内地面，桌椅，服务员，厨师，餐具，厨具，卫生间，店内人员的卫生习惯，决定的依据：采用对比法，考察同档次邻居餐馆的卫生水平，等于或好于他们就可以了。

创业计划书范文9

(一)市场背景:

“陶艺”不向交易双方的任何用户提供质量保证和售后服务。一旦89%的商品全部售出，他们就会忽略它们。他们最大的缺点在于交易期等待时间长，相互信任度低，对出售的商品缺乏技术鉴定和评估，使买家总是感到不安。优点:规模大，先进入市场，利用完善的电子商务网络进行交易，成本低，掌握商品的详细信息有一定的透明度。

同一时期，高校学生的需求有相似之处，也有不同之处，对待售商品的需求也越来越大。有的商品耐用性强，有的大学生为了减轻家庭负担，更喜欢买二手商品。校园交易可信度高，方便又便宜。“大部分学长都在忙着找工作。出门在外检查东西不方便，又不愿意浪费时间处理带不走的东西。目前高校内部交易混乱，甚至互相挤压，伤害同学。另一方面，在中国，为大学生提供特殊服务的市场仍然是空白。在校学生潜能单调，精神空虚日益暴露。大四学生出去找工作要面对很多困难。经常碰壁，失去希望，甚至自杀。即使找到了一般的工作，也会出现一系列的社会问题，比如对当地的住房和安全不熟悉，这些都是无奈的。急需一个全国性的大学生组织来帮助他们！

(二)项目概述:

基于以上数据的分析和推理，我们决定在全国各高校采用“电商网+固定电话+固定店铺地址”的管理方式，利用全国统一的数据库技术，为大学生提供完善的售前、售后服务等相关服务。在为各高校内部交流提供强大售后服务后盾的基础上，采取“多方转货+快速物流”等措施，加快交易速度，确保双方成功，保护我们学生自身利益。我们的宗旨是以二手货为先导，以一流的服务为坚强后盾！同时，利用我们的国家网络和平台，为全国流动的学长提供全方位的人文服务，为全国大学生定期开展校园活动，努力选拔新人，挖掘学生的内在潜力，激活他们的课余时间。

(三)市场调研和可行性分析:

我们对我校20xx多人进行了抽样调查，其中大一600人，大二400人，大三500人，大四500人。

Sias市场研究:

1.这两个月你买过二手货吗？

2.什么时候，在哪里，怎么买的，多少钱买的？

3.交易中有哪些满意和不满意的地方？

4.如果有“二手交易平台”，你愿意交易吗？

5.你还想提供什么服务？

没有二手交易:

目前各高校二手交易仅限于电子产品、书籍等有销售先例的产品。其实他们并不知道有些东西是有潜在买家的，只是卖家单方面认为没有渠道和市场！

和我们学校毕业出去找工作的50个同学做了详细的对话。发现有44人表示找工作有困难，要和认识的同学一起找工作，安全可靠。然而，他们限制了行动自由，不熟悉，信息不清楚，非常沮丧。被问到，有一个大学生自己的组织随时随地帮助他们怎么样？大多数人都很惊讶，说:“太好了。”六个人说没关系，饿死也不求人！

(四)核心竞争力和文化理念

我们避免卖方销售中的麻烦、矛盾和误解，为所有买方提供完善的系统售后服务，保证交易的公平和完整，并承担全部法律责任。让卖家在最短的时间内以合理的价格销售自己的产品，也让买家在最短的时间内以最合适的价格买到最满意的产品。“电商网+固定服务电话+固定店铺地址”:“三重服务，让你放心，保证你满意”！

我们的文化理念:“关注大学生，关注未来，帮助大学生，造福社会”！

(五)长期战略

从大学的二手市场入手，逐步围绕社会等偏远市场！

20xx年底，要打造覆盖全国几乎所有高校的连锁运营网络，为大学生提供各种完善的服务，帮助他们成才，推出“全国VIP卡”享受会员的黄金服务，服务无论何时何地都在你身边！

(六)实施步骤

第一步:在Sias建立第一个平台，测试小规模运营的利弊。11月17日，全校开展了大规模的广告宣传活动:大型海报、展板、网上发帖等手段。11月18日向学校部门申请固定地址展示销售“学长离校前规模最大的现场康二手商品交易会”(突破以往交易缺陷，所有合理合法的商品均可在此交易)。首先，它自己组织了一些文章。这样就带动卖家以市场价格卖出，并收取一点手续费。提供书证:“相关文件说明、保修、售后服务”，观察所售商品的种类、数量、颜色、成交价格，丰富自己的经验，广招人才，扩大自己的影响力！逐渐形成自己的经营理念和规则！

第二步:当这个市场达到一定规模，组织一个有经验的市场开发团队，联系郑州30所高校，寻找合作伙伴和商机，探索其他高校的市场情况，开始探索最好的合作伙伴。在商业规则方面，要限制合伙人的商业行为，灵活经营，适应变化，使90%的利润可以给新合伙人。讨论20xx年初的同一天，在郑州30所重点高校开展大规模的广告宣传活动，然后第二天组织各种商品的大规模展销！

选择合作伙伴，开放校园招聘面试:“大二是最好的人选，思维基本成熟，不太世故，不太忙于课程，致力于工作，忠诚度高，容易接受我们的经营理念和文化，找一个喜欢创业，有兴趣做出大成绩的人！

不同的大学要根据不同的策略，在短时间内建立一定规模的连锁，在小范围内保证市场的正常运转，让90%的利润流向合作伙伴。我们不在乎那些利润。我们真正的目的是让别人发大财为我们服务，搭建我们最终的平台。我们需要的是大平台，而不是看似诱人的利润！

没有人能准确预测我们会遇到的问题，但我们只能保证冷静分析问题，找到根本冲突，尽快解决问题！

不断完善运营，在郑州地区市场成熟的时候，也会覆盖到以郑州为中心的其他高校和职业院校(这些人更愿意合作)，每个小网络不仅能让它自己运营，还能不断融入整个大市场，刺激它的需求和消费。

第三步:河南省所有的大学都在服务的时候，就开始探索外省。这时我们已经有了一大批“商业精英”(专门成立:市场拓展部)，可以交给他们用这种通用的商业模式去开拓新的市场，同时也可以锻炼一部分人的挑战能力。遇到突发问题，必须立即通知总部，立即解决！

总部负责巩固现有市场，开发新的商机，协调国内其他市场先行者继续拓展市场，建立规模网络。

估计至少要5年才能建成这个网络！

(七)风险规避:

前期尽可能避免重置成本的浪费，投资基金利用各种手段做广告，加强服务多元化。

后期，把业务风险分散到所有合伙人身上，避免一错再全垮！

创业计划书范文10

一、企业概况

主要经营范围：

企业名称：姐妹淘服饰

规 模：小型企业

员 工：姐妹俩人

地 址：笏石商业街

经营范围：女性服装

服务内容：突出价格优势，不与名牌争价格，敢与名牌比质量。经营上力求做到服装款式求新、色彩求全、规格求齐，吸引过路客，争取回头客。

□ 生产制造 □ 零售√ □ 批发 □ 服务

□ 农业

□ 新型产业 □ 传统产业 □ 其他

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）

柯雪碧，中专

18岁参加工作，就职于莆田市振兴旅游用品有限公司，任财务一职。

20岁至莆田市锦盛鞋服有限公司担任主办会计。教育背景，所学习的相关课程（包括时间）

于1974-1984在八里庄学校读完小学、初中、高中的全部内容；

1986年在本公司培训业务技能；

1994年在外资企业太平洋百货培训出纳专业； 20xx年10月24日—11月4日参加了培训班。

三、市场评估 目标顾客描述：

当前我的顾客主要是以18-26的女性消费者

为重点，当下人们生活质量普遍提高，年轻女孩们更加注重外表形像的提高。购物更是成了一个休闲的方式，而女生大多偏爱买衣服。

市场的容量或本企业预计市场占有率

笏石是秀屿区政府的所在地，属秀屿区最繁

华的地域，在快速的开发中，笏石有着大规模的工业园区，人口居住集中，而街道就只有一条（据有关数据统计，本市人口接近1100万人，而东门片区有300多万人，人口密集，以前属于老工业区。随着城市改造，大部分厂矿企业迁至城郊，现已经形成商业居住区域。虽然消费能力不是很

高，但消费市场很大（故结合市场情况，价格定位为中低价），估计我们的市场占有率为5‰。）

市场不是一成不变的，随着政府“腾笼换鸟”政策的实施，东门房地产业的兴旺，以电子科技大学为依托的电子产业的形成和成华区政策推出以“电视塔”为背景的休闲、观光概念，市场前景广阔，市场容量以后应更大。

竞争对手的主要优势：

1、经济实力强，规模大；

2、经营时间长，老顾客多；

3、所销售的商品进货量大，进价相对低一些；

4、人员的管理、店面的装修更高档。

5、竞争对手的主要劣势：

1、大规模必然是高投入，风险相应较大；

2、管理表面化，流于形式（管理层凝聚力不

强）；

3、价格上是定价，灵活性较小；

4、进货量大，库存多，款式更新上处于劣势。

5、本企业相对于竞争对手的主要优势：

创业计划书范文11

店名：

卡卡沫

一、定位：

一般甜点都是小孩子喜欢吃的，但是我并不想只把甜点的市场目标投放在儿童身上，要让男女老少们都喜欢吃甜点，甜点要全是diy手工现做现卖的，要做到甜而不腻、入口不淡，并且还会搭配上自己调配的果汁，做到营养全面、好吃又美味。

二、投资分析：

我要按照自己手头上的资本来策划接下来的事情，最初的资金是有20万，甜品店可承受的租金范围在一个月4000以内，而且环境又要处于闹市，租金最好是一个月付一次或者是三个月付一次。

三、装璜于设计：

既然地处闹市，不管店面大小，一定要精致，因为人的食欲一般与环境有关。我个人比较喜欢在墙上贴一些漫画之类的，我可以借鉴过来在店里的墙壁上贴上一些本店的招牌diy甜点、果汁一类的，并附上详细的介绍，（例如：甜点的做法、口感……）供客人参考。一开始如果因为店里小的缘故而不能供应客人休息下来好好品尝我们甜品，没关系，可以在客人买甜点时赠送一个我们diy亲手制作的可爱小人偶作为补偿，并且向客人解释原因。等后面生意做大了，在慢慢扩大店面，来欢迎更多的新老顾客。

四、经营品种：

主营：各种营养甜点、各种不同口味冰淇淋、果汁、奶茶………

五、经营特色：本店最大的特色就是所有甜点、果汁、奶茶、冰淇淋……全是本店专业员工diy现做现卖。并且甜点是按照国家营养标准来进行制作，象很多女生喜欢吃甜点，可是又非常怕胖，便视甜点为洪水猛兽一般，但是我们卡卡沫diy甜点不一样，我们有自己的品牌，我们每一款甜点都是经过营养师的鉴定，只有具有国家营养标准的甜点，我们才会推销上市。

六、经营方式：

(1)在刚开店期间可以先打出广告，告诉广大顾客我们卡卡沫甜品店在做促销活动，凡是购买任何一样甜点都打8折，只有把广告做好了，才会有更多的人知道我们卡卡沫甜点。

(2)实行会员办卡制，在我们店里买满100元或者是积分有达到200分便可免费办一张会员卡，会员在重大节日于活动期间可享受7.5折优惠，买满50元送一款自调果汁或者领取精美小饰品一份。

(3)我们每次制作出新口味甜点不会直接拿出来卖，而是先进行免费试吃活动，让广大顾客品尝，并且让每一位品尝的顾客留下对新款甜点的意见、是否喜欢新款甜点……等一系列问题，等统计出广大顾客的意见之后我们店在决定是否将新款甜点正式上市。

七、销售服务：

一家好的甜品店不仅仅是因为有好的甜点，也是因为有优秀的员工素质，在我们卡卡沫甜品店的每一个员工都是必须经过严格培训出来的，服务有三到：心到、礼到、诚意到。要让顾客觉得我们卡卡沫甜品店的员工有良好的品质，对待客人要尽善尽美，不得以任何理由拒绝顾客的合理要求。对于顾客提出的意见要及时的反馈给每一位员工，及时改正自己的不足，我们要做到给每一位顾客带来快乐。因为吃甜点是种享受，享受当然是件高兴的事情，怎么可以让顾客不满意呢？

八、诚信待客：

(1)在本店买到过期不新鲜的任何一样产品，我们退双倍钱并且免费赠送10份最新鲜的招牌甜点以示赔偿。

(2)对于顾客的外送甜点一定准时送到，决不拖延时间，保证让顾客吃到最新鲜的甜点，如果中途出现意外或者突发状况，一定第一时间告诉顾客没有将甜点送到的原因，并且事后做双份赔偿。

九、致言：

同学们，你们觉得这家卡卡沫甜品店一定会开起来的对不对？本店如有不足之处，欢迎各位同学多多指教！我在此先谢过大家了。

我们卡卡沫甜品店欢迎大家光临，一定要来品尝哦。

创业计划书范文12

一、市场需求

随着电子信息的发展和全球化，网络游戏以计算机信息为基础作为一个新兴的朝阳产业迅速地在全球盛行。20xx年中国仅内陆地区网络游戏市场份额已经突破200亿，如今仍继续保持着百分20以上的增幅。中国游戏市场的潜力非常巨大，中国庞大的网络用户基数是网络游戏能够快速发展的主要条件。

而各种网络游戏尤其大型网络游戏如《魔兽》、《CF》等都离不开游戏装备、游戏道具等，而往往这些道具都是需要花费一定的货币来购买的，对于这些网络的虚拟货币大部分玩家又没有足够时间和精力来获取，因此他们更倾向于用货币来购买游戏中的物品，因此网络中虚拟的货币便拥有了其意义上的价值。

为了满足市场对丰富游戏的需求，我们公司以推动网络游戏发展为导向，以信誉至上、服务快捷为宗旨，发展成为玩家心目中值得信赖的虚货币交易商。并努力将公司发展为国内网络游戏货币交易的主导企业，带领中国网络产业走向国际市场。

二、公司简介

1、公司简介

xx公司是一个服务广大网游玩家的互联网公司，其宗旨是以互联网为依托，凭借专业的技术与服务和公司至上的信誉，为玩家提供各种网络游戏货币。公司主要从各中小型工作站收购网络游戏虚拟货币，然后向玩家提供有保障的、值得信赖的现金瑞环网络游戏虚拟货币的服务。业务主要以精品网络游戏如《魔兽》、《CF》、《EVA》等，并同时提供其他非主要网游，以便方便不同游戏的玩家。

2、公司管理

股权机构：全员持股计划。管理层持股百分60，员工持股百分40，其中员工股中对关键骨干人员提供了赠送职工股份等措施进行激励。日后的发展还要根据公司发展变化以及市场需求来改变策略。

1、营销部门：主要负责把握市场上存在的各种机会，善于捕捉到网络市场发展方向的动态信息，对其加以，并能向市场推销公司最新开发的业务。该部门员工需要头脑灵活、能力强、有一定营销经验的人才。

2、门：主要负责调合公司与各网络游戏的和谐关系，并与各个网络游戏工作站进行洽谈，力求以最低成本收购各游戏货币，同时负责联系一些有意联盟本公司的公司。该部门要求人员的口才好、头脑好、同时需有一定的良好礼仪、气质。

3、销售技术部门：主要负责直接和消费者沟通，了解消费者需求的动态信息，和负责制定网络服务程序。这要求工作人员要有一定的游戏技术经验和专业的电脑技术，信誉良好，服务态度良好。

4、决策部门：主要负责公司有关收益，根据市场制定相关公司发展政策。

5、财务部门：负责管理公司的财务、工资分配、等问题。

不管是哪个部门的人员，作为管理网络游戏的工作者，都需要具备强烈的上进心，并接触过两款以上大型的网络游戏和对网络产业有总体上的把握，同时在职业道德上要信守承诺，遵循公司宗旨理念。

三、资金运作

1、预计吸引投资金额

为了实现长期稳定的业务经营目标，本项目希望20xx年底获得500万元币风险投资。这包括了前期开办费用、市场拓展、宣传、媒体活动和流动资金。

2、投资回报

通过市场需求，可以预计本公司在正常运作后销售目标得以实现，风险投资对本项投资将在逐渐按照约定的股份分配政策进行分红。同时在20xx年底，双方可按照股份协议转让方式双方协商，风险投资获利退出，或通过股份回购的方式，本公司以自有资金回购风险投资的股份，风险投资获利退出。

四、业务核心

本公司主要以不同游戏不同角色对顾客的沟通交流方式服务于顾客。顾客在我们的网站下订单，并通过银行卡或由我公司送的礼券支付，款到后由我公司在游戏里的角色在规定时间内支付顾客所订购的虚拟物品。

五、营销策略及计划

1、建立公司网页，为公司业务打。因为本公司作为一个初始阶段的公司，发展少不了。建立起本公司网页，玩家可通过网络直接向本公司购买游戏装备。

2、以大学生及各学校附近网吧为主，这些人群都是作为网络游戏额主要人群，因此首先要对他们推销公司该业务成功。并力求联盟某些大型网吧。

3、扩大经营网点。公司初始以各学校为中心，根据市场的相关变化和公司的收益稳定，公司会以为中心向外扩散。主要还是以网络普及地区扩散，使公司逐渐发展为全国主要游戏虚拟货币兑换服务公司，并向国外市场进军。

4、强化营销宣传。在完成有关营销目标的基础上，加大营销宣传力度、通过专业媒体、地方报纸、电台、网络等媒介，推广我公司的服务宗旨和服务信誉，增强公司的知名度。

六、市场竞争及风险

目前这个行业中做的最好的企业是IGE，但它认为目前国内市场的利润率过低，因此把目标主要定在国外。因此现在的竞争者主要是一些小型网站。但由于这些供应商比较的分散还处于小作坊的工作站形式，规模小，利润低，且信誉得不到保证，玩家有购买意愿却又不放心。我们以一定价格从小型工作站处购进网络虚拟货币，并以公司的信誉作以保证，向玩家提供可信赖的现金兑换网络虚拟货币的服务。

作为一家初始的网络服务公司，我们深知自身在管理方面存在一定的不足。目前管理薄弱是我公司在初期面临的最大风险。特别是在战略规划、人力资源管理、营销管理方面都缺少人才。为此，本公司决定将每年的某个特定时间作为管理培训日。在管理层和员工当中开展质量意识，岗位职业化意识的培训，完善各项管理制度，改进激励政策，聘用高级管理人才等手段尽量减少管理风险。

创业计划书范文13

甜点店名：xxx

一、定位：一般甜点都是小孩子喜欢吃的，但是我并不想只把甜点的市场目标投放在儿童身上，要让男女老少们都喜欢吃甜点，甜点要全是diy手工现做现卖的，要做到甜而不腻、入口不淡，并且还会搭配上自己调配的果汁，做到营养全面、好吃又美味。

二、投资分析：我要按照自己手头上的资本来策划接下来的事情，最初的资金是有20万，甜品店可承受的租金范围在一个月4000以内，而且环境又要处于闹市，租金最好是一个月付一次或者是三个月付一次。

三、装璜于设计：既然地处闹市，不管店面大小，一定要精致，因为人的食欲一般与环境有关。我个人比较喜欢在墙上贴一些漫画之类的，我可以借鉴过来在店里的墙壁上贴上一些本店的招牌diy甜点、果汁一类的，并附上详细的介绍，(例如：甜点的做法、口感……)供客人参考。一开始如果因为店里小的缘故而不能供应客人休息下来好好品尝我们甜品，没关系，可以在客人买甜点时赠送一个我们diy亲手制作的可爱小人偶作为补偿，并且向客人解释原因。等后面生意做大了，在慢慢扩大店面，来欢迎更多的新老顾客。

四、经营品种：

主营：各种营养甜点、各种不同口味冰淇淋、果汁、奶茶………

五、经营特色：本店最大的特色就是所有甜点、果汁、奶茶、冰淇淋……全是本店专业员工diy现做现卖。并且甜点是按照国家营养标准来进行制作，象很多女生喜欢吃甜点，可是又非常怕胖，便视甜点为洪水猛兽一般，但是我们xxxdiy甜点不一样，我们有自己的品牌，我们每一款甜点都是经过营养师的鉴定，只有具有国家营养标准的甜点，我们才会推销上市。

六、经营方式：

(1)在刚开店期间可以先打出广告，告诉广大顾客我们xxx甜品店在做促销活动，凡是购买任何一样甜点都打8折，只有把广告做好了，才会有更多的人知道我们xxx甜点。

(2)实行会员办卡制，在我们店里买满100元或者是积分有达到200分便可免费办一张会员卡，会员在重大节日于活动期间可享受7.5折优惠，买满50元送一款自调果汁或者领取精美小饰品一份。

(3)我们每次制作出新口味甜点不会直接拿出来卖，而是先进行免费试吃活动，让广大顾客品尝，并且让每一位品尝的顾客留下对新款甜点的意见、是否喜欢新款甜点……等一系列问题，等统计出广大顾客的意见之后我们店在决定是否将新款甜点正式上市。

七、销售服务：一家好的甜品店不仅仅是因为有好的甜点，也是因为有优秀的员工素质，在我们xxx甜品店的每一个员工都是必须经过严格培训出来的，服务有三到：心到、礼到、诚意到。要让顾客觉得我们xxx甜品店的员工有良好的品质，对待客人要尽善尽美，不得以任何理由拒绝顾客的合理要求。对于顾客提出的意见要及时的反馈给每一位员工，及时改正自己的不足，我们要做到给每一位顾客带来快乐。因为吃甜点是种享受，享受当然是件高兴的事情，怎么可以让顾客不满意呢?

八、诚信待客：

(1)在本店买到过期不新鲜的任何一样产品，我们退双倍钱并且免费赠送10份最新鲜的招牌甜点以示赔偿。

(2)对于顾客的外送甜点一定准时送到，决不拖延时间，保证让顾客吃到最新鲜的甜点，如果中途出现意外或者突发状况，一定第一时间告诉顾客没有将甜点送到的原因，并且事后做双份赔偿。

九、致言：同学们，你们觉得这家xxx甜品店一定会开起来的对不对?本店如有不足之处，欢迎各位同学多多指教!我在此先谢过大家了。

我们xxx甜品店欢迎大家光临，一定要来品尝哦。

创业计划书范文14

一、快餐店概况

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为都市快餐店，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等各式中式点心和小菜，午餐和晚餐多以炒菜、无烟烧烤为主。

2、都市快餐店位于路商业步行街，开创期是一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基、麦当劳那样的中式快餐连锁店。

3、都市快餐店的所有者是×××，餐厅经理×××，厨师×××，三人均有6年的餐饮工作经验，以我们的智慧、才能和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领。4、本店需创业资金万元，其中万元已筹集到位，剩下万元向银行贷款。

二、经营目标

1、由于地理位置处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在路商业步行街站稳脚跟，1年收回成本。

2、本店将在3年内增设3家分店，逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的快餐连锁集团，在岛城众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

三、市场分析

1、客源：都市快餐店的目标顾客有：到路商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

3、竞争对手：

都市快餐店附近共有4家主要竞争对手，其中规模较大的1家，其他3家为小型快餐店。这4家饭店经营期均在2年以上。××快餐店中西兼营，价格较贵，客源泉稀疏。另外3家小型快餐店卫生情况较差，服务质量较差，就餐环境拥挤脏乱。本店抓住了这4家快餐店现有的弊端，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

四、经营计划

1、快餐店主要是面向大众，因此菜价不太高，属中低价位。

2、大力开展便民小吃，早餐要品种繁多，价格便宜，因地制宜的推出中式早餐套餐。

3、午晚餐提供经济型、营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境。

4、随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，如本设立目标是“送餐到家”服务。

5、经营时间：早~晚！

6、对于以上计划，我们将分工协作，各尽其职。我们将会在卫生、服务、价格、营养等方面下协夫，争取获得更多的客源。

五、人事计划

1、本店开业前期，初步计划招收多少名全日制雇员（包括多少名厨师），多少名临时雇员（含厨师）具体内容如下：

1）通过劳务市场招聘本市户口的，有一定工作经验，有良好的职业道德，年龄在20--30岁之间，有意加入餐饮行业者。

应聘者特《招用职工登记表》并附入个人资料来本店面试。

2）经面试，笔试，体检合格者，与其签订劳动合同（含试用期）。

2、为了提高服务人员整体素质，被招聘上岗的人员都需要接受2个月的培训，具体内容如下：

1）制定培训计划，确定培训目的，制定评估方法。

2）实施培训计划，贯彻学习《劳动纪律》和各种规章制度。

3）考核上岗，对于不合格者给予停职学习，扣除20%工资，直至合格为止。若3次考试及不合格者，扣除当月全部工资和福利。

六、销售计划

1、开业前进行一系列宣传企业工作，向消费者介绍本店“物美价廉”的销售策略，还会发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务内容。

2、推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

3、每月累计消费1000元者可参加每月末大抽奖，中奖者（1名）可获得价值888元的礼券。

4、每月累计消费100元者，赠送价值10元的礼券，200元赠送20元礼券，以此类推。

七、财务计划

本店内所有帐目情况必须及时入帐，支出与收入的钱款必须经由会计入帐或记录后方能使用，记帐使用记帐法，以科学的方法进行管理，以免帐务混乱，每日的收入应进行及时清点，所有点菜的菜单及收款的凭据必须保存并一式两份，以便核对及入帐。店内所有的物品属店内的固定资产，不得随意破坏或带走，每月的总收益，除去一切费用，剩下的存入银行；如果经过每月的结算后，收入比计划高，将适度调整工资，以调动大家的工作热情，如发现在工作中无故破坏饭店的财产，将从责任人的工资或奖金中扣除。

1）本店固定资产xxx万元

桌椅xxx套

营业面积xxx平方米

冷冻柜xxx台

灶件若干

2）每日流动资金为多少万元

（主要用于突发事件以及临时进货）

3）对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样企业的盈亏在帐面上一目了然，就避免了经营管理工作的盲目性。

注：因刚开业，所以在各种开销上要精打细算，但要保证饭菜的质量，尽量把价格放低。

八、附录

1、法律要求

为保证食品卫生，防止商品污染和有害因素对人体的危害，保障身体健康，增强体质，严格遵守国家，地方有关法规要求具体如下：一、食品生产经营企业和食品摊贩必须先取得卫生行政部门发放的卫生许可证，方可向工商行政管理部门申请登记，未取得卫生许可证的，不得从事食品生产经营活动。

食品生产经营者不得伪造，土改，出借卫生许可证。

2、食品生产经营过程必须符合下列卫生要求：

（一）保持内外环境整洁，采取清除苍蝇老鼠蟑螂和其他有害昆虫及其孳生条件的措施。

（二）食品生产经营企业应当有与产品品种，数量相适应的食品原料处理，加工，包装，贮存登厂房式场所。

（三）应当有相应的消毒，更衣、盥洗，采兴，照明，通风，防腐，防尘，防蝇，防鼠，洗涤，污水排放，存放垃圾和废弃物的设施。

（四）设备介绍和工艺流程应当合理，防止待加工食品与直接入口食品，原料与成品之间的交叉污染，食品不得接触有毒物，不洁物。

（五）餐具，饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前必须洗涤，消毒，炊具，用具用后必须洗净保持得洁。

（六）贮存，运输和装卸食品的容器包装，工具，设备的条件必须安全，无害，保持清洁，防止食品污染。

（七）直接入口的食品应当有小包装或者使用无毒，清洁的包装材料。

（八）食品生产经营人员应当经常保持个人卫生，生产，销售食品是必须将手洗干净，穿戴洁净的工作服；

销售直接入口食品时，必须使用售货工具。

（九）用水必须符合国家规定的城乡生活饮用水卫生标准。

（十）使用的洗涤剂，消毒剂应当对人体安全，无害。

3、禁止生产经营的食品：

（一）腐败变质，油脂酸败，霉变，生虫，污秽不洁，混有异物或者其他感官形状异常，可能对人体健康有害的。

（二）含有毒、有害物质或者被有害，有毒物质污染，可能对人体有害的。

（三）含有致病性寄生虫，微生物或者生物毒素含量超过国家限定标准。

（四）未经曾医卫生检验或检验不合格的肉类及其制品。

（五）病死，毒死或者死因不说的禽、兽、水产动物等及其物品。

（六）容器包装污秽不洁，严重破损或者运输工具不洁造成污染的。

（七）掺假，掺杂，伪造，影响营养卫生的。

（八）用非食品原料加工，加入非食品用化学物质的或者将非食品当作食品的。

其他不符合食品卫生标准和卫生要求的。

创业计划书范文15

一、项目背景

随着人们生活水平的提高，物质文化生活的多样化，蛋糕逐渐成为人们日常生活中必不可少的食品，对于大学生尤其如此，但现在快节奏的生活和新兴的生活方式让不少大学生没有时间也不愿意专门到门市蛋糕店去购买，鉴于此，我们开办了这个网上蛋糕店，旨在为大学生朋友们提供高质优异的服务和轻松便捷的生活方式。

二、公司项目策化

１．公司成立原因

１．１组织原因

有可能成为网站的忠诚客户这一现实，目标市场的容量将是相当可观的。

２．调查结果分析

本公司以重庆的各高校大学生为重点进行客户分析，主要采取网上问卷调查和个别访谈的方式。

⑴有明显的好奇心理，在创新方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

⑵购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响，其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位较低但口感较好的品种。

⑶在校大学生没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

⑷接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性，注重美观。

⑸影响产品购买的因素依次为：价格，口感，品种，包装，服务等。

⑹购买行为节日性很强，一般集中在教师节，情人节，圣诞节及朋友生日前后。

３．目标客户分析

在校大学生购买一般侧重于中低档价位，口感好，新鲜的蛋糕，多用于晚上宵夜。在某些特定的时候，比如生日或送人，也讲究包装，倾向于温馨和创新方面，有向个性化方向发展的趋势，并经常会随蛋糕要求附带卡片鲜花或是小礼品。

三、经营策略

１．营销策略分析

１．１ 品牌策略

网站建设初始，我们将非常重视品牌。在品牌包装上，由美工人员根据详细的市场调查和大胆预测，采取动态与静态页面相结合的设计方案，在视觉形象和文字字体上精心规划，并附带精美蛋糕图片，力求独特创新。

１．２ 价格策略

价格在１-５０元不等，以中低档价位为主，謦香园网上蛋糕店在原料，口感，包装，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。既走价格路线，又走质量路线，满足不同层次消费者的需求。

１．３ 销售策略

⑴宣传策略

利用学校广播站，报栏，宣传栏免费宣传。另外，利用网站本身信息流优势宣传和突出形象，并与各大报社，地方电台与电视台建立良好的关系，采取互惠互利双赢的战略模式。

⑵服务方面

网上蛋糕店的服务必须是一流的，快速的，对于配送人员而言，只要有定单，就必须按照定单要求按时按地送到，并且是微笑服务。在售后服务方面，由客户服务部负责采取以下几种方式：

①打感谢电话或发Ｅ－ＭＡＩＬ进行友情提醒服务，并在客户重大节日时发电子贺卡。

②无条件接受客户退货，集中受理客户投诉。

③设立消费者调查表，附赠礼品，掌握消费者需求的第一手资料。

④第一次订购的客户将收到随蛋糕赠送的小礼品，并享受价格优惠，成为会员后享受会员价格。

⑤不定期的在网上或离线召开会员沙龙，交流信息，沟通感情，并解答客户最感兴趣的问题。

⑥建立客户数据库档案，客户重复订购时只要输入名字，客户的其他信息便自动调入系统。

⑦会员客户进行特别优惠，第一时间品尝新品并不定期地进行馈赠。

１．４ 渠道建设

就目前来看，网上蛋糕店主要要求拥有强大的配送网络，要求各高校都配备２-３名兼职学生，一旦有订单，必须立即按照订购要求送达指定地点。

２．网上蛋糕店策略实施

２．１．市场范围选择

在投入期仅选择网站总站所在重庆工商大学主校区作为试点市场，该区市场容量在３０００人以上，较有代表性，试点时间为一个半月。该模式成功后，再在分站推广。一段时间后再扩张到其余的市场。

２．２．重点宣传客户

宣传对象以在校学生为主，他们对价格不太敏感，注重包装和心意，只要口感达标，蛋糕很容易成为学生宵夜主食和相互之间馈赠的礼物。

３．现场促销

每月初两天为重点宣传日期，在此之前，将宣传单分发至学生宿舍。宣传内容包括：

⑴悬挂统一的彩色横幅，位于校园主干道上，数量为３-５条，以“謦香园网上蛋糕店”网址和“校园蛋糕店隆重推出”为题搭配悬挂。

⑵在校园人流量较高的位置如宿舍门口和食堂附近搭一宣传台，摆放３-５台微机，可以上网查询并订购，放置一宣传板详细介绍蛋糕品种，在宣传当天将配送礼品现场送出。

⑶请学校广播站播发“謦香园网上蛋糕店”宣传部门拟定的宣传材料，在早，中，晚各一次，连续数日。

⑷为营造气氛，在现场放置一些蛋糕样品以供品尝，当场以优惠价格订购并附送礼品。

⑸在宣传当天，请与学校有关的媒体到现场报道，如重庆晚报，校园电视台等。

四、营销效果预测与分析

１．营业额收入

据调查分析，我们可以预测在主要节假日，每天销售额在２００元以上。平时也在７０左右。

２．支付方式

可以货到付款，也可采取网上支付。根据有关材料办理会员卡并充值，可享受８折优惠，力求网上在线支付达到２０％，促进在线支付。

３．订货方式

Ｅ－ＭＡＩＬ定单，直接进入“謦香园网上蛋糕店”网站进行订购，电话订购。另外，我们重点推出倍受学生喜欢的短信订购。

４．客户特点

年轻化，８０％为青年人，以女性学生为主，他们信誉高，文化素质高，无坏帐现象。

５．消费特点

１０元以下作为宵夜的蛋糕最受欢迎。

五、风险分析

任何商业活动都存在一定风险。我们第一次开网上蛋糕店，很多方面都存在不足和缺陷。在技术方面，由于糕点技术已经流传开来，我们要想在技术方面有优势，相对来说是比较难的，因此必须在用料方面下足功夫，做到人无我有，人有我优，才能留住顾客。在市场方面，以重工商大为例，目前学校暂无类似的网上食品店，而粗略估计，现有顾客和潜在顾客的数量非常巨大，我们网上蛋糕店必须把握先机，抢占市场，这是非常重要的，以后一旦有类似的店面出现，我们在市场方面也有足够竞争的优势。财力不足是我们蛋糕店的致命缺陷。因此，我们选择了网上开店这种新颖的方式，减少实体店铺必不可少的店面租金，水电费用等一系列花销，不过即使如此，还是需要一笔不小的费用。

六、经营成本预估

１．原则

把每一分钱用在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值。

２．初期投资

这一时期，资金主要用于外购整体网络服务，原料采购，人员工资，系统开发和维护，前期宣传，物流配送等方面上。预计需要人民币２万元左右。从网站建立到网站正常运作起来大约需要一个月的时间。

３．第二期投资

这一阶段我们的服务将辐射各大高校和重庆市区，服务的内容会有很大的扩展，服务的质量也将有进一步的提高，其资金来源主要是公司前期盈利的积累和外来资金的引入，如银行的信贷。

七、项目小结

了解到广大大学生朋友的真实需求，也结合了课堂上所学的电子商务的知识，做出了适合公司的网站运作流程和设计流程，以及适合我们公司的系统逻辑方案。最重要的是，弥补了目前网上蛋糕市场的空白，适合大学生朋友特殊要求的情况，我们自行设计了一系列服务产品，如短信订购蛋糕，附带祝福卡片等并且制定了合理的价位。与此同时，我们还设立了论坛，不仅满足了广大青年学生的切实需要，也可以满足不同年龄层次消费者的需求！

由于我们企业刚刚开始计划，资金方面存在严重不足，同时在网站设计，制作方面，由于我们对与此相关的知识了解得不够多，致使我们在网站设计时有很大的困难，但是经过我们的共同努力和协作，我们相信，在以后的努力中，本网站一定会得到进一步的完善！

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！