# 2024年大学生创业的商业计划书应强调创新(精选13篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-08-14

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。大学生创业的商业计划书应强调创新篇一1、营销计划与营销策略营销方式...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇一**

1、营销计划与营销策略

营销方式：

采用时间卡制优惠方式，顾客介绍吸引更多顾客，换取会员卡的方式，开设不同人群共同健身的锻炼新模式，通过桌游等游戏缓解等待健身的压力，适当开设男女混合锻炼项目、增设户外活动，每个星期锻炼结束回馈锻炼效果、提供锻炼意见，举办“大学城先生”活动。

营销策略：走价格优势路线、专业化的咨询团队、量身打造健身计划、以顾客为主、目前唯一一家专业化的针对大学生的健身房。

2、具体操作流程

我们的核心理念：连卓越都不够好!

服务理念：做好每一件小事，力求为客户带来更多喜悦!有针对性才有挑战性。围绕以上的理念，我们的团队制作出了如下具体营销模式：

(1)我们店面开张前，主要以发宣传单的形式，面向周围的大学宣传。宣传的内容包括：我们是以月卡、年卡的形式，价格低，服务专业，有专业的健身教练，目前唯一一家专门针对大学生健身的健身房。开张当天前十名顾客可以获得我们的免费一个月的体验卡。

(2)因为刚开始可能顾客不多。所以我们针对前来的每个顾客，为其量身定制最适合的健身方案。我们的教练会随时征求顾客的意见，并给予建议、指导。

(3)等我们的第一批顾客的健身方案完成后，我相信。这些顾客会是我们打响品牌，宣传的最好证据。所以，我们的宣传页将转入以顾客口碑为主的宣传阶段。

(4)当然，我们针对每个顾客的需求，给予不同方案的锻炼计划：

定价方案：月卡：120元/月，(包月)

次卡80元/次，(一次性，适合周末)

日卡20元，(一天)

学期卡450元/学期(包学期)

(5)销售周期：分3个周期

旺季：刚开学前后，推出购买季度卡、月卡优惠，吸引学生购买。

假期：开设假期训练班、夏令营吸引临近的客源

3、健身方案123

这个版块是我们针对不同的顾客类型做出的具体的健身方案。以下是按照男女性别指定的方案：

男性展示自己身体的时候，最好的地方应该是胸肌、臂肌、腹肌等身体部位。所以，我们对于男性大学生主要以力量型的健身方式让你的整个身体充实起来。

而相对于女性来说，我们则侧重于女性的柔韧性的训练，加以必要的力量锻炼。所以我们对于女性的大学生主要以瑜伽，团体操，搏击操等做为主要的训练方式。

以下是按照锻炼的时间习惯制定的方案：

方案1、(晚上运动型)

时间一般在晚上8点到10点。晚上的运动时间不宜过长。所以一般安排两个小时左右。一般可以用跑步机跑步半小时，然后开始开始活动臂肌、胸肌、腹肌、腿部肌肉的运动锻炼。晚上的肌肉容易松弛，所以对于肌肉的锻炼要适当，不宜过久。

方案2、(白天运动型)

白天运动是一个比较正常的运动时间，特别是早上和傍晚这两个时间段，那么我们可以按照每个人的基本要求进行不同的训练。

方案3、(周末运动型)

周末是很多人都会选择的运动时间，因此，我们对于周末这种人数比较多的时候我们准备增加团体运动的场次。

七、经费预算

1、经费预算表

数量单价合计

跑步机5350017500

五人综合训练器11300013000

坐式蹬腿训练器150005000

坐式胸肌推举训练器160006000

下斜举重床165006500

臂力训练器260001200

其他设施(乒乓球台等)若干30000

其他费用(租金等)20

合计300000

注：其他费用为场地的租赁费用以及装修的费用等。

2、经费的筹措

以家庭借款的方式凑集资金为主、向银行贷款为辅的原则，多人集资平分收入

八、附录

1、资产负债明细表

资产

合计(元)

跑步机17500

五人综合训练器13000坐式蹬腿训练器5000

坐式胸肌推举训练器6000下斜举重床6500

臂力训练器1200其他设施(乒乓球台等)30000合计79200负债合计(元)

银行欠款80000

其他欠款140000

合伙人出资80000

合计300000

2、利润表(经营初期)

编制单位：第五健身房201﹡年度单位：元

项目本期金额

一、营业收入222300

减：营业成本60000

销售费用1500(宣传费用)

管理费用5000

财务费用5280(银行借款利息)

二、营业利润150520

加：营业外收入2024

减：营业外支出1500

三、利润总额151020

减：所得税费用48825

四、净利润102195

财务费用为银行借款的利息费用

年利率6.65%，80000\*6.65%

3、盈亏收支情况表

时间具体内容收支情况

前期(1-3年)净利润用于偿还贷款和解款亏损

发展(3-4年)净利润持续增长，借款与贷款还清平衡

创业计划书

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇二**

服装店，兼顾服装设计和服装营销。

选择服装业的理由：

首先，近二十年是服装业发展的机遇和挑战之年，从“世界工厂”“中国制造”，逐渐向“中国设计”转变，中国服装产业经历了不同寻常，但充满机遇的20年。只依靠低成本，大批量生产没品牌的服装已经无法使企业立足于当今的服装行业，我将自主设计自主销售相结合，打造自主品牌，符合当今中国服装业的转变趋势。

其次，相对于其他行业来说，服装业投入成本相对较少，对于像我这样刚毕业的大学生来说还可以承受，通过国家的优惠政策，可以申请创业贷款，并且可以享受一年的免税优惠，减轻创业的资金压力。

再次，“衣食住行”对人们来说相当重要，衣又排在首位更见其重要性。无论世界如何发展，衣服永远不会被抛弃，服装业也不会消失，因此只要有明锐的洞察力和与时俱进的精神，就能开发出广阔的市场。

最后，我本人对服装设计有独特的爱好，对服装有自己的看法，兴趣是最大的动力，因此我从内心里为从事服装事业而感到幸福。

服装店名称：xx(即品牌名)

宗旨：用心做服装，帮您释放自己的美丽。

本店特色：店主自主设计的服装，主打女装。从长远看唯一的出路在于打造自己的品牌，这才是长胜之道。

五大风格：清新脱俗，简约大方，成熟知性，高贵典雅，时尚现代

商品定位：第一阶段主要销售中低档价位商品，刚开业时品牌没有知名度，主要面对占中国最大多数人口的中低收入者，保证服装店可以运营起来;第二阶段，“亦阳天使”具有一定的影响力，具有一定的市场份额，开始转向高档服装销售，进军国际市场。

1.实体服装店成立前期计划

在互联网上开网店，为实体服装店积累资金，做宣传，扩大影响力。

此阶段的主要目的不仅是资金积累，还要使“亦阳天使”得到好的口碑，赢得一部分消费者青睐，从而起到宣传作用，为实体服装店的经营减少压力。网店经营三年后开始经营实体服装店，但同时也经营着网店。

网上开店投入不大、经营方式灵活，可以为经营者提供不错的利润空间，成为许多人的创业途径。启动资金低，投入少，交易快捷方便网上开店的创业成本比较低，没有各种税费和门面租金等，而且，网店不需要转人的看守，这样就节省了人力方面的投资，网店经营基本上没有水、电、管理费等方面的支出。网上开店的平台是免费注册开店的，所以，网上开店的成本是很低的。

2.实体服装店的运营

(1)开业准备阶段

服装店选址：xx市新开发的商业街，由于新的城市规划，这里将会形成新的繁华地带，且这里的服装店档次较高，有利于提高“xx”在顾客心中的地位。

服装店装潢：以暖色调为主，凸显女性的主题，还要包含现代元素，具体请专业设计团队设计装修。

宣传工作：

c.长期宣传：平常年份，一个季度一次较大的宣传活动，在全石家庄范围内发放传单，主要介绍本店特色;节假日，进行相应的活动宣传。在春节及店庆向消费5000元以上的消费者(消费金额每年随着经营情况调整)寄送精美的贺卡以表感谢。

d.当经营达到规模档次，加大宣传投入，在时尚杂志及新闻报刊上刊登广告。

货源：继续与开网店时的服装厂家合作，同时寻找新的服装厂，开始生产自己设计的服装。保证每两星期有新的款式，进货时间随时调整。

工作人员：初期只招一个女生，要求形象气质较佳，较好的语言表达能力，能说标准的普通话及简单的英文，由于刚开始资金量有限，主要注重工作人员的质，因此给工作人员较同行业人员高的工资，随着服装店的经营会随时调整工作人员的数量。

(2)经营阶段

资金运作：

房租(一年)60000

装潢15000~20000

员工工资(每月)1500+提成

宣传费用(每年)10000

流动资金(水电费，进货资金)10000

固定资金10000

(3)关于员工

要求：服务态度好，微笑服务，平等对待每一位顾客;上班身着整洁的工作服;

福利：每周休息一天(周一)，传统节日发放食品。

自我提升：关注同行业的发展，借鉴他们的经验教训，关注时尚杂志服装界的潮流;不断学习服装设计的知识。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇三**

微信小程序自上线2年以来，依靠强大的用户流量迅速扩张，当前小程序应用市场中的小微商户及个人，由于受限于制作技术的缺乏，资金有限等因素，全国多达9000万的这个群体如何可以快速制作和发布属于自己的小程序，是当前存在的一个庞大的商业市场，正是通过市场的调研分析，瞄准这个群体对小程序应用的需求，公司在20xx年初上线了小程序制作平台——商拉拉。

与国内大型小程序服务商的出发点不同，本公司关注的是小微商家的实际应用需求。

商拉拉小程序制作平台具有以下特点：

1.快：10分钟内完成商家小程序的制作及发布；

2.省：商家使用小程序只需899元/年；

3.多：提供多行业模板选择及多功能营销插件；

4.双：提供手机及pc双平台管理后台。

商拉拉平台20xx年3月开启全国招商运营，目前运营数据如下：

1.全国已有62家平台加盟商的进驻（10000/年/家）；

2.进驻商拉拉平台商户3200多家（平均按1000/年/家估算）

3.销售及营业收入：62万+3200x1000=382万

商拉拉平台关注进驻商户的营销推广支持，相继开发了分销、拼团、秒杀、红包等营销工具，免费给各商户进行业务推广应用；搭建了聚合商城，让每个进驻商户的货品，可以自动进入商拉拉平台的聚合商城，通过平台的引流，为进驻商家带来额外的客户群和销售流量。

20xx年5月，商拉拉平台得到了腾讯的许可，直接为进驻商家的小程序实现认证服务，这样进一步简化和缩短了商家小程序上线的时间，未来3年，商拉拉平台目标实现移动端制作小程序国内的标杆，提供更强大的商户应用功能，争取占据全国市场份额的1成以上，服务超过1000万家小微商户，年营业额超5亿的目标。

商拉拉创业项目的公司简介：

商拉拉项目的部分产品介绍：

商拉拉的产品与服务

广州来客科技熟知小微企业的需求与特点，特为小微企业量身打造了小程序电商，可设置管理员、通过通讯模块可实现信息的反馈、咨询以及商户联盟；pc端可做分销，给小微企业带来方便和便捷，具体如图1-6所示。

图1-6商拉拉产品与服务

a商铺/官网saas平台

商拉拉平台提供完整功能且易用易上手为特点的网店/官网saas平台，小微商户后续可以在pc与手机端，完成网店/官网的创建、维护、管理、运营。设计制作方法快速简单，具体制作流程后面有详细介绍。

b聚合商城平台

商拉拉平台积累的运营流量后续能够为平台加盟商家带来流量的反哺，是商家快速获得流量入口的一种方式，目前商拉拉平台已拥有30万+的流量。

商拉拉搭建平台的聚合商城，聚合商城中的商品，一部分是商户的精选商品，另外一部分是平台自营的商品，力求给聚合商城的用户更多性价比高的选择以及让商户获取更多的流量。

c大数据分析

后台可对进驻平台的商家数据以及消费数据进行精准分析，从而对商家业务发展、市场拓展以及产品开发给予强有力的支撑。当商家、商户入驻或使用商拉拉平台的小程序产品和服务时，后台可以使用大数据进行实时监测，同时后期平台可对消费者的消费行为以及商家销售数据进行分析，以便更好地对用户进行更加精准的服务。

d供应链管理

由于牛鞭效应主要是供应链各阶段按订单而不是按顾客需求进行预测造成的，而供应链的独一需求是满足最终客户需求，商拉拉saas平台为供应商、零售商等环节与其他供应链成员提供共享数据的功能，能使各成员对实际顾客要求的变化做出响应。因此，在供应链上实行销售时点数据信息共享，使供应链每个阶段都能按照顾客要求进行准确的预测，从而减少需求预测变动性，减少牛鞭效应。

e产品特色

1.即做即用

手机端10分钟完成小程序制作及上线发布，不用在电脑端进行复杂的技术操作。

2.模板、插件丰富

商拉拉提供多行业精美设计模板，商家可根据自身产品特点挑选适合自己的小程序模板。丰富的营销插件，如：分销、拼团、秒杀、红包等功能。

3.双平台管理

移动端与pc端都可对小程序进行后台管理

4.权威认证

腾讯授权商拉拉平台完成商家小程序认证，在商拉拉平台创建的小程序不用再向腾讯申请授权，不用交300元认证。

包括行业分析、市场规模、竞争对手分析

a：行业分析从三个方向入手：行业的环境分析、行业的数据分析和行业的生命周期。

1行业环境：

包括经济、政治环境、人口环境、科学技术环境、社会文化环境等因素，可采用pset分析法。以云计算发展pest分析为例：

2行业数据：

包括行业的市场规模、增长态势以及行业在整个市场的占有率等。

商拉拉在分析小微商家行业的情况时就引用了支付宝《20xx中国小微商家发展报告》里面的数据来进行分析。

3行业的生命周期：

企业的生命周期分为4个方面，如图1-9所示。判断行业所处生命周期阶段的主要指标有：市场份额占有率、市场需求增长率、产品定性和类型、竞争者数量、未来发展潜力等。

b市场规模及痛点

尽量计算出你的产品所面向的细分人群的市场需求的规模数据。

下面是商拉拉的行业痛点分析为例，如图1-10所示。

c竞争分析

要重点阐明的是：你的直接竞争对手有哪些？竞争对手的发展现状如何？你们在各个维度上与竞争对手相比各有何优劣？你的间接竞争对手和潜在竞争对手又是谁？最好以表格或者图表的形式列出来。

营销策略应包括四方面内容：营销队伍和管理；销售渠道的选择；促销计划和广告策略；激励机制。

商拉拉平台营销策略，分五步走，如图1-11所示。

a推广方式：

地推：主动出击，组织人员实地推广。

线下教学：通过线下一对一为商家提供教学，为商家开通免费试用小程序。

政企合作：与傲昇财税合作，将宣传单随营业执照快递，实现精准投放。

好友邀请：通过好友分享进行推广，分享后好友开通即可领取红包。

b现有成果：

全国加盟代理商数：已签约代理商68家。

平台服务商家：3200家（800家为平台发展商家）。

营销数据：20xx年3月至5月的营销数据：

平台营收代理商加盟费:62万元，平台营业额：超200万元。

团队是投资项目的关键所在，无论是多么有前景的项目，如果团队不足以支撑其重量，都是无稽之谈。在商业计划书中，团队介绍一般包含创始人介绍、核心团队、人力资源规划等几项。

a创始人介绍

如：商拉拉在商业计划书中对其创始人的介绍。

ceoxxx：资深互联网人，4年软件开发实战经验，致力让商业变得更加智慧！曾任职国内领先的境外自驾游平台——租租车，负责平台支付系统核心代码、接口文档的编写，主体架构的设计。因嗅到小程序创业商机，辞职创办了公司，开发了商拉拉产品，希望通过努力为小微商业提供更好的创富平台。创业两年凭借坚韧不拔的努力和对梦想的坚持，实现了公司的快速发展，并取得了优秀的成绩。

b核心团队介绍（约3min）

核心团队的介绍是一份商业计划书中不可或缺的部分，在介绍核心团队时，要重点介绍核心团队的职能划分、管理者的优势特点和综合整体性等三方面内容。

如：商拉拉在商业计划书中对其核心团队人员的介绍。

cto刘xx：电子商务运营师。多年的研发工作经验，攻克了行业的多个技术难关，如：小程序自动更新，手机生成创建小程序等。曾任广州鑫网家广告有限公司担任产品设计。

cdo蔡xx：移动电商app开发工程师擅长产品策划与运营，有多年的运营产品、咨询、技术的经验、连续创业者。曾任广州市伍尔斯微贸易有限公司运营总监，在电商已经有3年的产品策划与运营经验。

coo张xx：电子商务大数据分析师。曾任广州御枫芸生物科技有限公司营销总监。拥有丰富的市场销售及产品运营经验，有较强的行业人脉及渠道资源，是一个具备专业技术又具备企业运营的多维度人才。

c人力资源规划

人力资源管理的重要性使它在商业计划书中占有一席之地，在商业计划书介绍公司的人力资源管理情况，主要介绍公司的奖惩制度、考核制度和人力资源计划等。

商拉拉在商业计划书中就介绍了人力资源计划和考核制度，如表1-2、表1-3、表1-4所示。

表1-2商拉拉公司人事职员表

部门

具体安排

数量

经理

办公室

1名总经理

1

产品部

1名产品经理，4名设计师

5

法务部

1名经理，2名法务员

3

研发部

1名经理,3名前端高级工程师,3名后台高级工程师，3名运营工程师，4名测试工程师

14

市场部

1名经理，8名市场拓展员工

9

人力

资源部

1名经理，2名助理，3名后勤

6

财务部

1名经理，1名会计，1名出纳

3

总计

41

表1-3商拉拉具体绩效考核方式

类型

绩效考核特征

绩效考核方式

考核周期

高层管理者

给予经营效益达成的kpi考核

kpi考核

述职报告

一年考核

中层管理者

以任职资格为基础，基于策略目标实现的kpi考核

kpi考核

述职报告

半年考核

基层管理者

kpi考核及基于kpi落实的关键行为考核

kpi考核

行为考核

季度考核

研发人员

业绩目标与能力发展目标的并行考核

目标考核

行为锚定

项目周期

（不超1年）

运维人员

目标分解以及达成目标评价和kpt各项指标达成情况

目标考核

kpi考核

月度考核

财务人员

销售目标达成情况

360度考核

月度考核

在商业计划书中，财务状况及财务规划是必不可少的，因为投资人希望从这两部分的介绍中了解你的公司当前财务状况及未来预计财务损益状况，然后据此判断能否保证自己的投资获得预期甚至更高的理想回报。

a财务状况

财务状况的分析一般包括资产负债表、现金流量表和利润表的制作。

投资人为了保证自己的投资资金能够如期收回并获得相应的收益，他们希望可以从商业计划书中看到答案。

1.企业花钱是否过于浪费；

2.企业是否有重大负债；

3.此前融资或承诺投资的钱是否到账；

4.公司是否有资本抽逃行为；

5.企业是否存在重大法律隐患；

6.税收方面的法律隐患。

b财务规划

财务规划的核心部分是融资需求。融资需求是商业计划书中一个非常重要的部分，大多时候撰写商业计划书就是为了融资，简单来说，融资需求部分就是告诉投资人“我到底想要从你这里拿走多少钱”。一般来说，商业计划书的融资需求要明确以下内容：

一是初创企业的资金需求计划：即实现公司发展计划需要多少资金？

二是初创企业的融资方案，包括企业的股份出让说明、企业资金的其他来源渠道等。

描述未来三年的项目发展战略和实施规划

在项目实施过程中可能遇到的风险包括政策风险、技术开发风险、经营管理风险、市场开拓风险、生产风险、财务风险、汇率风险、投资风险、股票风险、对公司关键人员依赖的风险等。

在商业计划书中的风险因素不能太多，也不能太少，如果太多，投资人的受益得不到足够的保障，他们不会考虑进行投资；如果太少，投资人又会对真实性产生怀疑，从而影响投资决策。一般来说，三个左右较为合适。

表1-5商拉拉项目风险分析

市场风险

在小程序平台行业，商拉拉在省内占据领导地位，技术水平处于国内领先水平。然而，由于看好小程序平台的发展前景，国内外小程序平台也在积极谋求发展。一些企业也有可能试图进入这一行业，因此，小程序平台行业的竞争在未来将会更加激烈。如果商拉拉不能在产品、技术、服务等方面持续改进，将会在竞争中失去已有优势，盈利能力也将受到影响。

经营管理风险

过去三两年，商拉拉的高级管理人员没有变化，但未来部分高级管理人员进行一定的调整，公司经营规模将继续扩大，管理层中可能还会从内部提拨或外部引进部分紧缺的管理人才，这种变动对于保证管理理念与经营体制的稳定性也将带来一定的不确定因素，进而有可能影响到经营绩效。

文档为doc格式

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇四**

1、前期投入

按目前行业的现状，开设一家一星的标准店(同行业规模在10-30平方米)，营业面积50平方米，房租6000多元/月，按交三压一支付计24000多元，货架及装修等10000多元，货款加上流动资金为10万元。预计15万元。计划前期开设5家一星标准店，总投资约75万元。

2、融资方式

公司以3~6个股东融资在80万元，每股5000元，计160股。先期采取零负债的模式，到企业发展进一步加快时，可向银行申请一定的贷款，使公司得到滚动式的发展。

3、投资收益

按一家一星的标准店一个月期限来计算，营业收入为60000元，营业收入利润率为35%，营业利润为21000元。营业成本计12000元，其中房租6000元，各税费1000元，人员工资费用4000元(4人)，包装费、礼品袋等费用1000元。月纯利润为9000元，即年纯利润为108000元。投资回收期为1.5年。

七、远景规划

经营学生礼品为主，兼顾商务礼品、家居饰品等，对专业店不断地复制，以专业连锁形式滚动式的发展。将西安市为起点，打好基础。发展到周边如成都、重庆、郑州等西部城市，以此为基地，向全国覆射。将开设专业连锁店1000多家，打造中国最大的工艺礼品专业连锁机构。

大学生商业创业计划书(三)

一、创业背景

1、项目背景

这几年的研究调查表明，大学生体质健康状况不容乐观，例如体质下降，容易生病等。这不仅影响了大学生当前的学习，而且也对他们未来所从事的事业产生了不可忽视的影响。尤其是这几年nba、英超等体育活动的风靡，激发了大学生在竞技场上一展风采的愿望。当下大学生希望通过体育锻炼来增强体质。然而，学校提供的锻炼设施较为陈旧，且目前市场上健身房的收费标准往往超出了大学生的承受能力，因此，开办一间针对大学生的健身房具有明朗的前景。

结合xx高校学生健身房匮乏的现状，拟选取大学城作为创业的起点，凭借大学城庞大的学生群体及在体能教育方面的优势，可以预见我们拥有庞大的市场空间和发展空间。

二、创业构想

1、项目介绍

我们计划成立一间健身房，以大学城为中心，顾客以附近大学的大学生为主，以及附近周围的社会上的顾客。项目前期打算先租赁一间大仓库，地点选在地价相对较低的地段。相关配套设施有：跑步机5台、五人综合训练器1台、坐式蹬腿训练器1台、坐式胸肌推举训练器1台、下斜举重床1台、臂力训练器2台、乒乓球台、桌球台、桌游设备等。

2、项目的经营

形势分析：前期因为设施有限，并且知名度不高，顾客对我们的认知度不高。

相应对策：我们必须先把握住每个进来的顾客，前期我们打算为每个来光顾的顾客量身定制健身方案，争取每个顾客都有专门的教练手把手的指导与训练。在顾客中留下好的口碑、好的形象，通过顾客的口碑相传，打开我们在大学城的市场，使我们能够站稳脚跟。后期发展壮大之后，首先进行面积上的扩展，设备的更新和新设备的引进，专业教练的人员数量增加。并且有可能发展成为全国唯一一家针对大学生的专业健身连锁店。

三、项目优势

大学城附近没有一个设备齐全、价格适合大学生的健身房。并且即使有也没有一个主要针对大学生人群的专业化的健身团队。现代社会对良好身体素质的需要，要求我们迫切改变自己，提高自己的身体素质。初中高中我们迫于学业压力锻炼的机会和时间都很少，大学的时间是很充足的并且我们处于一个从学校走向社会的转折。有一个良好的体魄对于我们走向社会、走向职场都有很大的帮助。现在很多的职业面试都是先看外表。俗话也有说：好的身体是革命的本钱。所以，加强锻炼，增强身体素质是现代大学生的需求。这是一个正在增长的新兴社会需求。

4、团队优势

我们团队自己拥有有体育专业的学生、专业化的健身知识，优良的管理和营销策略以及对于事业的热忱。

四、市场分析

1、市场调查与行业分析

大学生，一群永远走在时尚和思潮前面的人，随着我国经济的发展，健身这个及健康又时尚的行业越来越流行了，大学生自然不会落后。

目前的高校学生以80后期和90后出生的人群为主。这个群体是伴随着我国经济快速成长起来的，而互联网是他们日常生活的一部分。因此这个人群的特点是思想开放、容易接收新事物，敢于尝试新事物。对这样的一个群体而言，高校之内的传统健身项目显然不能满足他们的基本的要求。而目前单在福州市的高校众多，因此开拓这片高校健身市场具有重大的意义。经过调查发现，福州大学生平均月消费是750元左右，但是办理一张力美健健身年卡最少需要3000元左右。对于一名普通的在校大学生，是不可能承受如此高额的健身消费的，无疑福州的大学生想获得适合自己的健身锻炼只是一种奢侈的幻想。为此，我们针对性地开设了这个健身房。

结合大学城远离市区的地理位置和城内庞大的消费群体，因此此选址开设健身房即能吸引较多的大学生，而且竞争压力相对较小。由于大部分高校学生有群体式消费的习惯，他们锻炼的时间比较集中，加上学习和社团的任务与压力都比较大，他们需要更多的体育活动来减压。而我们拥有比较专业的体能教练，能对不同的学生针对开设一套比较完善、符合他们需要的健身方案。

目前大部分学校的健身方式比较单一、内容较为枯燥。部分同学急切关心自己的锻炼成效、拥有较强的表现欲望，他们希望通过体育锻炼能获得更多的成功体验。拟根据顾客的要求，设定最适合他们的健身方式。

男生市场：在师大和福大的宿舍附近的商业区开设以主要锻炼大腿、胸腹、手臂等肌肉为主的健身项目。

女生市场：当男生市场的运作趋于稳定的时候，我们将在福大、师大外附近开设瑜伽、普拉提、舍宾等健身项目。

大学生心里分析：

站在消费者的立场上想，无非就是“物美价廉”几个字，但对大学生来说这几个字就更显重要了，毕竟大学生没有稳定的经济来源。首先，在心里面有一个预算，在这个预算的基础上进行筛选，要确定这个健身房的价格不会很高，要符合自己的能力。有的健身房有专门针对学生的套餐，看看适不适合自己。问问周围的同学有没有已经是或以前是健身房会员的，少走弯路，他们给你的意见要重视，大多是他们以前没有注意而有很重要的。考虑交通是否便利，大多大学生在周六周日去健身，那样的话会不会堵车，多长时间到这都是很重要的，别让时间都消耗在公共汽车上。在确定价钱可以接受，交通便利，同时口碑有好的情况下，就可以和健身房的会籍顾问交流了。

那么针对于目前大学生的这种消费心态，我们应该制定相应的营销方案。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇五**

创业团队：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

所在班级：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电子邮件：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

姓名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

学号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

班级：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

包括项目背景、项目宗旨、项目介绍

这里主要介绍拟投资的产品／服务的背景、功能，目前所处发展阶段、与同行业其它公司同类产品／服务的比较，本公司产品／服务的新颖性、先进性和独特性，如拥有的专门技术、版权、配方、品牌、销售网络、许可证、专营权、特许权经营等。

主要包括市场介绍、顾客调查、竞争对手分析

主要介绍市场宣传、销售方式、服务类别、营销策略

主要包括资金来源、财务计划、投资回报率（回收年限）

主要介绍该项目实施过程中可能遇到的风险及控制、防范手段

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇六**

1.微笑服务，礼貌待人。

2.餐厅每日营业前，整理好桌椅，餐厅卫生，准备好各种用品，确保餐厅正常营业。

3.客到时，及时安排好客人入座，主动介绍本餐厅特色饮食。

4.对客人礼貌，客人的非私人问题有问必答，随时留意客人情况，努力将客人服务周到。

5.工作中碰见自己不能解决的问题，及时向餐厅管理者汇报，请其帮忙解决问题。

6.客人离开后，注意是否有遗留物，若有，速交柜台，然后，迅速整理餐桌，做好下一批客人来之前的准备。

7.下班前检查工作区域是否关灯，关窗，电源是否切断，确保安全。

8.与员工之间建立良好关系，互相帮助，遵守餐厅规章制度。

三研究与开发

(一)项目申请

餐厅的创建需要进行申请，取得经营许可证。在银行进行抵押贷款，获取开业基金。

(二)餐厅开办前准备

1.租用场地

2.装修餐厅，餐厅风格自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

3.聘用中西餐厨师，签订合同。

4.联系用原材料供应商，与之签订合作合同。

5.聘用勤工俭学的学生为服务员，谈好薪资，工作时间，工作内容，签订好劳工合同。

6.开始在各高校进行宣传活动。

四行业及市场

餐厅是为人们提供生活饮食的地方，是人们生活所必不可少的。随着生活的不断进步，经济的不断发展，填饱肚子不再是人们对饮食的要求，现在的人所追求的是干净卫生，有特色的餐厅。而本餐厅就是在此基础上建立起来的，价格适中，选择多样，安全卫生，微笑服务是我们餐厅能生存下来的重要条件。

(一)此类餐厅的形成及发展前景

世界的不断融合，越来越多的西餐厅在中国建立起来，高校的学生接触的西方文化，让他们对西方的食物充满好奇，因此，像本餐厅中餐为主，西餐为辅的餐厅有着一定的市场需求，只要价格安排合理，味道较好，餐厅风格独特，一定会有较高盈利。

(二)餐厅所在地(大学城)消费市场分析

合肥大学城是合肥各所高校集中的地方，消费量大，中餐厅多，但是专为学生提供休闲场所的餐厅却并不多，因此，学生餐厅会有较大的市场。且由于本餐厅的价格安排较为适中，符合大部分学生的消费标准。

(三)现已创办的此类餐厅概况

1.名称：\*\*餐厅

2.成立时间:\*\*\*\*年\*\*月\*\*日

3.所在位置：合肥大学城

4.优势分析：存在时间长，有固定客人，午餐、晚餐有特色，开业时，此类餐厅并不多，因此具有较高的人气，符合人们追求新奇的心理。且在当时，价格便宜，风味独特，颇受追捧。

5.主要经营项目介绍:午餐是中餐，晚餐是西餐

6.存在的缺陷：

1.餐厅长时间的风格未作改变，且饮食种类几乎没有变化，消费者毫无新鲜感。

2.因为生意较为火爆，整体价格有所上调，受到学生的不满。

7.本餐厅的竞争策略

(一)做好宣传，开展各种促销活动

1.前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织，通过活动时时提醒顾客的消费意识。

2.针对节假日，开展有针对性的促销策略。

(二)创造本餐厅特色

1.永远不要让自己的餐厅落伍，应始终保持高雅的格调，紧跟潮流和消费群体的消费习惯和真实需要;自己的餐厅是为高校师生提供饮食的，要有这种意识――永远和校园生活合拍。

2.这是你的餐厅。每一个员工都应该有这种主人意识，热情，主动，有亲和力。应该通过一系列的方法让员工把这种意识时刻牢记，让每一个员工都以自己就代表餐厅的形象而自豪。

五营销策略

(一)在确定经营方式前，本餐厅会对消费群和竞争对手进行调查和分析，根据不同情况制定相应的经营策略：

1.优势宣传：

1.本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。

2.同时，非餐点还提供冷饮、冰粥、等，并提供免费茶水。

3.简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。

4.此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

5.本餐厅的消费群目标是高校的学生，因此，绿色卫生，餐点独特，价格适宜是本餐厅重大优势。

6.本餐厅的构造风格符合广大学生的审美标准。具体内容请参见附件一。

2.服务：

本餐厅所推崇的是微笑服务，作为餐厅的一员，不管是餐厅管理者，还是服务员，面对顾客均需要微笑服务，真诚待人，对于具体要求本餐厅在聘请厨师以及服务员时已经强调。餐厅规章制度也有明确要求。

3.品质与价格的双重保障的竞争策略

1，本餐厅所强调的是绿色生活，健康享受美食，因此，对于原材料的购买均要求较高，符合大学生的健康饮食。

2.本餐厅的消费群是广大学生群体，因此，在价格方面会尽量符合学生们的消费需求。

4.校园广告

(1)再在前期资助学生所举办的活动，在其活动中推广本餐厅，打响本餐厅的名气，吸引顾客的前来。

(2)等有了一定的顾客群体，就会采用各种优惠方式，来留住顾客，当然这是在盈利的前提下进行的。

(二)经营模式的建立

1.本餐厅提供免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法(如：蒸熟，是一种南方饭馆常见的米饭做法)，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。

2.本餐厅推出烧烤冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。

3.有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。

4.餐厅在适当的时候还将推出送外的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上(包括三份)的叫量可以免费送货上门，单独叫外的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外，为了不出送货费则会拉上另外的两份外，如此也是能增加销量的。

5.餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

6.暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

7.制作顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念，认真听取顾客意见。将顾客满意进行到底。树立顾客满意自己才满意的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

六市场目标

(一)市场进程及目标

半年

慢慢吸引顾客的前来，努力在半年内收回初期的投资。提升知名度、美誉度;积极进行市场调研，努力的开发新的饮食产品，为餐厅的进一步发展积蓄资本。

两年

五年

七风险及对策

(一)资金方面

为防止资金回收较慢，资金链条发生断裂，需要有备留资金，十五万元的开业资金必须要有一定的资金留做备用。

(二)资源方面

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以绿色食品为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。因此，要与原材料供应商建立长期友好合作关系。

(三)经营方面

餐厅长时间经营下来，顾客会对餐厅的饮食厌倦，餐厅风格的一成不变感到无趣，那么，就要适时的改变菜色，运用一定的资金进行餐厅风格的改变。

(四)管理方面

1.为防止厨师被挖角而辞职，餐厅管理者需对餐厅的特色菜进行一定的了解，并及时聘请另一个厨师，发明新的特色菜。

2.同时，对于餐厅的厨师和服务员，餐厅管理者需要与之处好关系，给予较为丰厚的报酬，适时听取他们的意见，改善自己的管理方式。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇七**

1、 项目描述：大学生纪念品是针对大学生这个市场开设的，为xx学子留恋学校为主题的纪念品。

2、 产品与服务：我们没有实体店，商品面较窄，前期投入低。只需要与淘宝网站合作，纪念品的经营成本低、同业竞争小。而且我们加入了diy，有自己的创意，应该会很受欢迎。

4、 资金需求：纪念品设计800元，销售，进货。 风险控制：大学生购买纪念品本身人数不多，主要以怀念学校和青春人才会购买。一般来说大学生的经济状况也会使他是否购买纪念品。10元以下的纪念品是非常便宜，但是便宜的东西也是我们不想做的。我们希望做一个精致美观的纪念品，但购买量肯定会让一些大学生不忍心支付这笔消费。而且纪念品宣传做不到位也会影响到尝试消费。

1: 前景分析

高校纪念品开发项目在国内的发展仍处于初步阶段，前景广阔，潜力十足。 每一所高校的纪念品都是以校内每年几万学生为主要销售对象，另外附加了一部分纪念品收藏爱好者以及来自不同地方的旅行爱好者， 这样的规模是绝对值得去研发与投入的。正如国家借奥运之机，发行的各种纪念币、纪念邮票、纪念品等等，得到了国民与外国友人的追捧，出售当日便一抢而空， 由此可见眼下的纪念品市场的火热程度与发展潜力。近年来，随着人们生活水平不断提高，人与人之间的礼尚往来已经发生了巨大的变化，人们送礼更加强调送礼的意义和礼品的个性。各类纪念品、收藏品既有一定的文化内涵，能显示礼品的品位，又具有一定的保值、增值功能。而且价位也不是太高，送礼的双方都能接受，因此，购买纪念品、收藏品作为礼品的人比以往明显增多。高校也可以看准样一个大好趋势，细分高校纪念品市场，每年推出了品种繁多的精美纪念品，有效集合生活、收藏、纪念等多种价值，为学校搞好这个新兴的文化与经济紧密结合的产业。

2：项目特色与创新点

3、将校园纪念品在代言、宣传学校的作用进一步延伸至旅游、经济等范围;使以校内学生为主的消费群体得以拓展;带动网络营销、纪念品设计、制造等新经济热点的发展;进一步提升校园纪念品在创新、提质等方面的优化与管理。设计作品要求包括：1适当使用学校校徽、中英文校名、校园环境标志、校园地方特色特点(如民族特色差异、地域人文差异特征)等识别度和认同度明显、较高的题材。以美观大方、便于携带等理念。3设计的作品要求创意新颖，表现独具一格的，并且具有较高的实用性、艺术性和一定的收藏性，充分体现大学丰富的文化底蕴和内涵、人文个性和艺术品味，作品精致、有创新并要易于生产。4校园纪念品的包装装潢更是十分的重要，它不但起到保护产品的作用，而且也是体现人文关怀的重要部分。在包装与装换作品的同时，也可表现出更具特色的设计理念，为设计作品锦上添花。包装材料多使用绿色的环保的材料，因为轻巧、美观且牢固的包装不但能够保护纪念品，方便携带，还能增加纪念品的艺术美感，精美的包装更增添产品的价值，并给人以赏心悦目的视觉 冲击力。

1.校园纪念品应具有较高的实用价值，以及一定的延续性和艺术收藏价值，纪念品可使用本校院的校名、校徽作为标志来体现学校的历史和文化。设计作品要注重中国传统元素的运用，充分考虑校庆纪念品受赠对象的不同特点。借助于有效的创意图形无疑能够帮助现有的校园纪念品提升其积极效果，让其能够得到更好地传播效能，提升整体的设计创新性以及有序性。

纪念品大致分为：

1公务馈赠纪念品，主要针对各级来访单位和个人。

2师生类纪念品，主要面向学校的教职员工和在校学员。

3其他带有校庆徽标的系列纪念品。

同时一定要做好产品定位。校园纪念品不同于旅游纪念品。校园纪念品可以做一系列的产品，可分为高端产品和普通产品。高端产品的设计可加强与市场间的联系，而普通的产品面向对象是学校本身的师生员工，因此，在设计普通产品的时候一定要注意产品的生产成本。校园纪念品不是单纯的商品，不同于一般的日常交易商品和旅游纪念品，因其价值不仅仅体现在实用价值和商业价值，更重要的是它还承载着学校的历史文化内涵，集实用价值、审美价值、收藏价值、时尚价值等于一身，是学生学习经历和表现文化特征特色的最佳见证，在一定程度上承载着学校的自然的或人文资源的信息元素，是 学校自身的名片。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇八**

在我国，户外还算是一门新兴的运动。近几年，随着人们生活水平的提高和对精神文化生活的追求，户外运动逐渐表现出它独特的市场前景和巨大的经济价值。从而一批户外用品店也应需而生，形成了一个新的市场消费点。

1200亿元的市场潜在、20亿元的年销售额、1亿人的参与范围，户外运动已经悄然成为一个新兴产业。不观名山大川，不看名胜古迹，背上帐篷和行囊，玩一把重归自然的户外运动，如今已经成为越来越多有识人士的选择。

户外运动在国内渐渐成为运动时尚，其中也孕育着无限的商机。但只有善于捕捉机会敢于创新的人，才能够有所收获。

于是，开个户外用品店成了一种必然。趁现在国内户外运动还处在起步阶段，搭上这趟早班车似乎成了不二的选择。

1.创业优势之一：市场空间较大

根据著名旅游网站“携程网”的调查，我国旅游人数正以每年26%的速度增长，而其中增长最快的就是20~40岁年龄段的“背包一族”;旅游用品市场需求则每年增长17%。与全球户外运动产业年交易额150多亿美元的规模相比，中国的相关产业还处于兴起阶段，市场发展空间相对较大。

2.创业优势之二：投资收益看好

据了解，专业装备是目前户外运动的主要开销之一，有些登山“发烧友”的装备在万元以上，即使是中低挡的装备也要xx多元。此外，户外旅游用品的易耗性较大，顾客多次购买的需求较强。因此，户外旅游用品的利润相对较高，而投资却不大，一般在10万~20万元左右，其中的“大头”部分是店面租金和首次置货款，开业后每月的运营成本约在5000元左右。

3.创业优势之三：入行门槛不高

开户外旅游用品店，对创业者没有太大的专业要求，只要其热爱旅游，喜欢结交朋友，又善于沟通，就能开张迎客。开这样的店，对店面的要求也不高，不一定非选那些租金昂贵的闹市区或黄金地段，而且店面的面积也不用太大。户外旅游用品店的顾客大都多是年轻人，因此选在大中专院校附近可近水楼台先得月。在广告宣传上也很省力，自助游特别是野外生存体验，是时下都市年轻人追求的一种时尚，虽然在我国才刚刚兴起，但人气剧增。因此，开家户外旅游用品店，正是迎合了这部分年轻人的消费潮流，只要商品有特色，活动够生动，就能吸引顾客，而无需投入太多的广告费用。

1.需求分析：

去年林业部的一项有关于户外运动人群调查显示，在经常从事户外运动的人群中，60.2%具有大学或同等学历，27.4%的人有大学以上学历，由此可见高学历的人群占了近九成;而在收入方面，以3000元作为一个分水岭，月薪3000元以上的高收入人群占48.6%;在年龄构成上，20-40岁的占84.1%，40-50岁的占7.1%。从事户外运动的人群有其高收入、高学历、年轻化的特点，这部分人群对于这种在欧美国家颇为普及的休闲方式更容易接受，户外运动本身所蕴涵的挑战自我精神也与年轻人积极向上的特质相吻合。

据估计，目前中国已有200多家国内户外用品生产商，七八十家全球著名的户外产品制造商以及俱乐部，户外运动用品以及装备的年销售额已达20亿元。而xx年这个数还不到3亿元，xx年这个数是6千万元。户外运动市场近年来呈几何级数的增长，吸引了越来越多的参与者。xx年冬季，国内参与户外运动的人次已超越1亿人次。但据业内人士估计，就目前为止，户外运动行业的市场份额仍很保守。

北京的户外用品店有大大小小三四十家。全球户外运动产业的年交易额150多亿美元，中国还处于兴起阶段，而根据目前的势头，北京的户外用品店发展到一百多家应该不成问题。就目前整个产业链而言，分为装备市场、活动市场、咨询服务市场等几方面。北京的一些户外俱乐部也是将业务分为这样几部分。在户外用品销售领域，主要由品牌商、生产商、品牌代理、零售店等几个部分构成，在销售额的构成上，大型商场占据了60%以上的份额，其次是像三夫这样的专业零售商，大概占到20%左右，剩下10%多一些的市场靠品牌商的专卖店和网上销售。

户外运动真正热起来的原因，据我分析可能会有以下几点：

1.随着人们生活水平的提高，人们越来越重视自己的健康情况。参加户外活动，锻炼了身体对自己的健康有好处。

2.都市生活节奏让很多白领感到身心疲惫，到大自然中去无疑是种非常好的放松和调理的方式。

3.参加户外活动可以认识很多各个阶层的人，大家在一种毫无利益的关系下相识相知成为好朋友也是很多人所希望的。

4.对于目前社会来说，户外还算一种新鲜的动动，能让人们尤其是白领阶层的人会体会到尝鲜的感觉。而户外这两个，本身就具有很大的吸引力，这正是具有一定文化阶层的人所喜欢追求的东西。

5.对于很多单身贵族来说，参加户外活动也可以找到自己的另一半。

6.参加难度比较大的户外活动也是人生的一种丰富，也是对自己耐力和意志力的考验。

7.参加户外活动可以让人真正的回到大自然中去，得到真正的放松。

缘由此，现在玩户外的人越来越多了，所以户外用品的市场一路高涨。但目前户外用品店的增涨还远远不能满足市场的涨幅。所以户外用品店有很大有生存空间和发展前景。

2.市场调研：

根据著名旅游网站“携程网”的调查，我国旅游人数正以每年26%的速度增长，而其中增长最快的就是20—40岁年龄段的“背包一族”;旅游用品市场需求则每年增长17%。然而这些与全球户外运动产业年交易额150多亿美元的规模相比，中国的相关产业还处于兴起和起步阶段，市场发展空间很大。

而目前在我国，户外用品店大多集中在少数的几个大城市，一般中小型城市几乎很少甚至没有专业的户外用品店，根本无法满足社会巨大的需求和供应短缺的矛盾。

拿太原市来说，目前比较专业的户外用品店只有五家，全山西省也只有不到十家而已，看他们的营业额，都相当好，一片欣欣向荣。但这些远远不足以满足巨大的消费空间，很多专业的本地“驴子”就都去外地购物，他们都说本地户外用品店东西太少，根本无法满足他们对商品的追求。巨大的市场空缺和潜在的庞大消费群，都让户外用品有着不可估计的前景和市场价值。基于现实，户外用品店发展空间还是相对较大的。

3.竟争分析：

拿太原市来说，目前仅具有五家有名的户外用品店，太原的户外用品店都有一个共同的特点，就是种类和品牌太少，货物不全，而且价格普遍偏高，档次高低不分明，缺乏行之有效的竟争力。如果能开一家特色鲜明的户外用品店，定位明确，那完全可以后来居上，一支独秀。

4.市场定位：

经过对其他同行户外用品店的顾客调查情况看，光顾户外用品商店的，一般是专业人士或白领，尤其是外贸公司和it行业的职工，年龄在20岁到40岁之间，月收入在两三千元以上的人群。户外作为一门新兴的运动，而且玩起来相对于其他运动算是高消费。所以只有中高收入而且有一定文化的人群才会愿意消费。

专业人士：一般都有很丰富的户外运动经验，对装备要求较高，尤其是追求某些细节方面，如果某件样东西在其他店找不到而只有你在里有的话，那那些人会很乐意来的，再加上服务上乘，质量保证，价钱合理，那些专业人士会是很是一个很大有消费群体。而且如果能留得住这些顾客，虽然在他们身上不可能赚太多，但他们往往带来些潜在的市场价值。所以，一个户外用品店如果要生存，一定要留得住一些真正的“驴子”。

普通消费者：大多数为有文化有知识有一定经济基础的青年人。这些人里面有的是准专业，有的纯粹是一时兴起瞎玩，有的人喜欢“烧”装备，有的人来带着其他目的。不过，这些人里面赚钱还是相当容易的，尤其是那些“烧”客们。要求店长能准确揣摩出这些人的心思，逢时逢利地介绍商品，掌握了这些东西，开店也就算是成功了一半了。当然，其中经验是个很重要的东西。

户外用品包括很多种类，有包类、户外服装、鞋袜类、帐篷、野外照明、野外伙食、水具、登山攀岩、防护药品、工具/仪器/眼镜、书刊/音像、野外睡具等。根据户外用品的耐用程度来安排产品结构，如旅行包和帐篷等可长期的使用，在进货时就要注意数量不宜过大，应在品牌和式样上追求多样化。鞋袜类和野外饮食属耐用性较差的物品，户外用品店除保证产品质量外，还应在数量上有所储备。从大的方面来讲，由于包类和野外睡眠产品是户外运动很重要的大件用品，因此顾客在选购这样的一些东西时要进行仔细的对比和选择。包类和睡眠产品属大件，价格也高，也是商家大的利润点。在开设户外用品店时，要确立好主打产品。调查发现，户外用品店的大部分面积还是被这些大件产品占据着。

1.产品描述：本店主要代理经营国外品牌户外运动所有用品，同时兼顾经营些其他品牌和外贸的东西。

2.产品结构：以下几大类是必不可少的：

1.背包。

大背包(60升以上)要有三款左右适合长途泼涉的旅行，比如去西藏。

中背包(35升以上)要有五款左右适合中长途(一周左右)旅行。

小背包(35升以下)八款左右适合日常外出，游玩等。

选择背包一定要注意防水、耐磨，持久性好，外挂丰富，特别是大背包后背一定要有支架可调节，配件要结实，比如多耐福，nifco扣，最好选用货真价实的品牌产品，如gregory、mountain smith等。

腰包必不可少，可准备了3款。

2.帐篷。要准备以下几款：普通帐篷

(1). 单层双人，适合郊露营，适合春夏秋冬季。

(2). 双层双人、双层四人，防水性、防风性好，可到偏远野外，丛林露营四季适合.也要准备一两顶高山帐篷防水防风性能比普通帐篷高三倍以上。但价钱也高三倍以上。可视本地具体情况定，是否备货。

3.睡袋。

按季节分，夏季可准备10℃以上信封型睡袋，春秋季则准备5-10,0-5度的木乃伊型睡袋，各三款左右，主要是中空棉的填充物，也有等级之分，一般棉或纤维70元左右，但较重，体积大，基本已淘汰。中空棉100-200元左右，较轻便。面料和里布不同也影响价格。冬季则准备0℃以下的木乃伊型睡袋。多为羽线的填充物，也有3m棉或杜邦棉，价格较高300元以上面料，多能防水。一般而言，以上各种温度下的睡袋都应有所准备因为夏季有可能去爬雪山。

4.登山鞋。

不管是登山还是丛林穿越，都有要求高邦的登山鞋,最好是防水透气的gore-tex面料,国内专业的登山鞋品牌还没有，一般都做外贸出口的尾货那种，世界名牌，价格低但码数不全，时有时无，但不管怎样都必须准备十双以上各种牌子和码数，再就是waterproof(防水)的登山鞋，还要准备一些的徒步鞋，夏季的凉鞋等。

5.服装。

6.攀登装备。

比如登山扣、安全带、上升器、下降器、绳索等。这些专业的装备只有专业登山者才用得着，试想一下城市有多少这样的人，但一个户外旅游用品店，少了这些东西，就没那么专业了，所各种型号都准备一至两件装点一下门面是很有必要的。

7.露营装备。

(1)、防水电筒。大中小号各进2款，进口的美光电筒可摆四款。

(2)、防水头灯.进口的pezit2款,国产的20元左右2款

(3)、气炉.韩国的2款。

(4)、气灯.韩国的一款。

(5)、套具套装。2人、4人，6人用各一款

8.其它装备

(1)、指南针：国产的民用指南针5款，军用指南针2款

(2)、水壶 (a).us军用水壶(带饭盒)

(b)西班牙产laken壶或瑞士产sigg水壶 0.5升-1.5升，5款。

(3)、防潮垫2款。

(4)、开山斧和工具铲。

(5)、瑞士军刀5款以上，露营者、探险家、攀登家、冠军、小冠军、标准等

(6)、zppo尖机5款以上

可选: (1)、不锈钢酒壶5款

(2)、防水夜光户外型手表3款

(3)、望远镜3款

(4)、弹弓2款

(5)、一般的户外服装有夏天的t血、短裤和冬天的羽绒服.

(6)、运动眼镜(防风设计，防紫外线镜片)

(7)、其他户外用品等

9.旅游书籍可做一个架子放些杂志、野外生存等书籍。

3.产品来源：

1.联系好两到三家户外运动厂商或经销商，具体细节可参见经销商方面，或者参看一下其他户外用品店的代理方案。要求店主要有品牌和名牌意识，因为户外玩的就是心跳和“烧钱”，故店主不要过分在意价格方面，好的商品从来都是受人欢迎的。

2.原从代理国内名牌户外运动品牌开始，走大众化模式，即卖别人认为好卖的东西，以便迅速入门和巩固创业成果。

3.进一些外贸的东西，比较有特色，也比较受欢迎。

4.如果有一定基础了可以代理一两个国外品牌，以便提高竟争实力和利益。

1.公司精神：诚信，敬业，团结，奋斗。

2.经营理念：顾客就是上帝。

3.战略目标：用一年时间尝试不同的经营方法和经营理念，结合本地经济区域特点，探索适合自己发展的道路，为户外网站的运行做好基础建设工作。用二年时间顺利巩固自己店面的基础，制定出一条适合本地区经济发展的战略并初具自己特色，并初步做成自己的户外运动俱乐部。用三年做成本地具有一定规模的和一定竟争实力的综合户外用品店。

4.竞争战略：本着人无我有，人有我优，人优我特，人特我良，人良我贱，人贱我转的原则。诚信经营，专业服务。

5.营销策略

产品策略：质量第一，服务为上。产品多样性和档次性兼顾，零售为主。

价格策略：精品精卖，但普通商品可以薄利多销。

分销策略：户外店+户外网站+户外运动俱乐部。

促销策略：vip会员，俱乐部会员，和其他户外公司合做。定期举办活动和开展户外运动，形成一定的固定消费群。

6.营销方案：

1.聚集人气最关键

户外用品小店的顾客大多都是旅游爱好者，要想吸引顾客，除了服务周到外，组织一些活动也非常有必要，这是聚集人气、积累客源的有效渠道。建议建立一个网上俱乐部，以会员制的形式吸纳旅游爱好者加入，提供免费的旅游路线、装备咨询服务，开设bbs供“驴友”交流心得，并定期策划、组织会员旅游活动。

2.低价进货很重要

由于走“群众路线”，户外用品小店大多采取平价策略，因此，控制商品进价非常重要。上海本地旅游用品厂商的价格明显偏高，因此去广州、北京等地进货。进货时最好多联系几家供货商，以便货比三家。由于地域偏远，所有的商品都需要一次性现金买断，而不能代销，因此备货成本较高，一般需要10万元左右，对创业者的资金周转能力是一大考验。

3.宣传推广少不了

如今，体育用品生产大量采用高科技，设计出多种类型的专用户外旅行用品，大大提高户外活动的安全性和舒适度。但这些新产品、新消费理念需要通过不断的介绍、推广，才能被更多人认可和接受。建议创业者通过自己的网站或专业媒体进行宣传，也可联合有关部门举办攀岩、群众性登山等活动，在活动中推广产品。

4.连锁经营是方向

户外用品小店打响了品牌，积累了一定的顾客资源后，可考虑连锁经营的模式，这是户外用品店做大生意的一个方向。北京，广州地区有不少知名的户外用品商店，都是通过连锁加盟的方式茁壮成长起来的。

5.淡季经营巧安排

小店经营同样会受到季节性的影响。每年的寒冬和仲夏都是旅游淡季，出游人数大幅减少。这时候，小店不妨组织一些户外运动主题活动、旅游品展览、特色纪念品寄卖等，维持人气。对于爱好旅游的创业者来说，不妨乘机放假，在经营淡季出门旅游，顺便积累经验和朋友圈，一举两得。

7.营销战略：

1.要对户外活动感兴趣

开家户外用品商店的投资额在十二三万元左右，其中主要是首次进货需要较大的支出，其次就是店面租金。据悉，只要生意做得不是太差，一年可以收回投资成本。 一般户外用品的顾客，通常是朋友，以及与朋友有连带关系的人，这样形成了一个良性循环，不断扩展的消费群体。所以，寻找到一个志同道合的户外爱好者做合作者，意味着觅到了一批潜在消费群。最重要的是，如果经营者对户外运动不了解，只是卖产品，而没有专业人才去推动它、促进它，店很难发展下去。与合作者保持良好的关系，年终按入股比例分配利润。负责日常经营管理的(如进货、销售等)股东，每月领取工资。户外用品店的营业时间一般是从上午10点到晚上10点，需要三至四名店员。

2.可以代理户外产品品牌

目前，户外产品还是以洋品牌打头。国外品牌以历史悠久、质量上乘而深受户外运动爱好者的青睐。但由于国外品牌价格贵，代理费高，进货渠道复杂，因此进货成本也高。国内户外用品厂商虽然刚刚起步，但发展很快，已经崛起了一两家实力雄厚的企业。户外用品店可以选择代理某个产品，将有助于稳定货源和产品质量，也最大限度地降低进货成本。

3.合理安排产品结构

户外用品包括很多种类，有包类、户外服装、鞋袜类、帐篷、野外照明、野外伙食、水具、登山攀岩、防护药品、工具/仪器/眼镜、书刊/音像、野外睡具等。根据户外用品的耐用程度来安排产品结构，如旅行包和帐篷等可长期的使用，在进货时就要注意数量不宜过大，应在品牌和式样上追求多样化。鞋袜类和野外饮食属耐用性较差的物品，户外用品店除保证产品质量外，还应在数量上有所储备。从大的方面来讲，由于包类和野外睡眠产品是户外运动很重要的大件用品，因此顾客在选购这样的一些东西时要进行仔细的对比和选择。包类和睡眠产品属大件，价格也高，也是商家大的利润点。在开设户外用品店时，要确立好主打产品。调查发现，户外用品店的大部分面积还是被这些大件产品占据着。

4.专业财务软件降低管理成本

通过专业财务软件来进行财务、进货管理和商品销售情况跟踪，可大大减轻店铺财务管理的工作量，从而降低管理成本。销售与进货会有一个曲线图显示，低于一定数量就要去进一些货。可根据销售情况考虑订货，也可根据各个不同渠道相同商品的价格，选择比较合适的价位和质量的商品。这样可以更好地控制成本，而寻找到好的进货渠道也是竞争制胜的关键。

5.建立网站可延伸商店业务

调查发现，深圳几家大的户外用品店都开设了自己的网站。二三千元就可以建立一个商店网站，将店铺的商品信息公布在网络上，并尽可能多地链接到其他专业户外网站及门户网站。同时联系各户外运动专业杂志和旅游杂志，通过分销杂志换取广告的形式，在专业杂志上做商店和网站的广告。一旦时机适宜，可拓展网络邮购业务。

6.组织活动可扩大销售量

目前国内许多户外用品商店，是靠俱乐部的活动去推动和发展户外运动，然后带动店里商品的销售。 由商店来定期组织登山、攀岩、野营、探洞、漂流、溯溪、探险、游泳等各类户外运动，并开设户外运动学堂，教授户外运动的基本常识及如何应对紧急事件等。通过长期的引导、组织开展户外运动，参与者会越来越多，同时也形成了一批固定消费者。

7.会员制是一种趋势

深圳某户外运动俱乐部采用会员制，分普通会员和vip会员。vip会员一年的会费是360元。参加活动或是购买物品达到500元，或者是直接交20元钱就可以成为普通会员。会员可以到店里来参加聚会、上网、扫描。还为会员提供有关自助游线路、出游攻略等方面的咨询。vip会员购买商品可享受七折以下的折扣。据说，现在vip会员已有20多人，普通会员发展到510人。

8.要有自己的户外俱乐部

建立一个户外俱乐部是任何一个户外用品店都要经历的一个阶段，没有一个好的户外俱乐部搭台唱戏，一个户外店是不可能获得好的经营的。

户外俱乐部和用品店的关系是相辅相成的，俱乐部可以考虑实行会员制，不以赢利为目的，其主要任务就是组织自己的会员参加户外活动。当然，户外活动应该是丰富多彩的，这样才可以保证你的会员都能够有机会并且愿意参加你组织的活动。

与此同时，户外俱乐部还要尽可能的和有关商家建立业务关系，共同享受资源。举个例子。俱乐部就应该和航空公司有业务关系，这样可以保证买到最优惠的打折票价。同样，俱乐部还要有定点旅馆，这样每次出去的时候可以保证住到便宜而且舒适的房间。

建立自己的俱乐部，其根本目的就是要发展和扩大自己的会员，通过各种形式多采的活动，让自己的会员紧密的团结在自己的俱乐部周围。这样这些会员就会成为户外店的主要购买人群，在价格质量相等的情况下，自然优先考虑的是本户外店的产品。

1.公司选址： 选址应首先考虑交通和泊车是否便利，可以选在次商业地段，租金比人流量极大的黄金商业区低很多。店铺面积一般30平方米左右，如果租金便宜，可以扩大营业面积，增加一块酒吧式的交流区，张贴“驴友”们拍摄的各地照片、定期发布出游攻略，成为“驴友”们交流“驴行”心得的休闲场所。其次应是人流的考虑：经过你店的人群消费力越高你的生意越好，这样的人主要是政府公务员，大公司的白领，要在这样的相对集中的地方开店，靠近商业区中心或商务中心的住宅小区马路边是首选。再次要靠近商业中心，而不能在商业中心。

2.改造装璜:1.装修，也没有必要太追求豪华，只要能够符合户外店经营商品的特色就可以。当然装修要有新意，这样才会让顾客感到舒服，而且店面的预留空间最好能够大些，这样就比较方便给客人介绍怎么扎帐篷等常识。当然，户外店还是要些符合自己特色的点缀，比如说有一幅大照片，上面记载着某个光辉的时刻。

2.户外店面装饰很重要，一个店面会不会吸引人，其实很多方面全在于店面的装饰。人们经常会说哪个店我一看到就想进去，这个就是个很重要的原因，尤其是哪里“驴子”，随心情而消费，对这些往往看的很重要。所 以，这是一个很重要的方面。具体可以找家专业的装潢公司来操做。

3.简约，简单，自然，大方。有自己的独特的风格。

3.工作准备： 1.要办理合法的营业执照和行业准入证，事前和有关部门协调好，免的以后遇到不可预知的麻烦。

2.要充分准备好周转资金，以防刚开业就陷入资金掉链中。

3.要有一份完整的创业计划书和一份合作合同。

4.团队需保持到目标一致。

4.公司开张：1.网站和户外店同步开张。

2.请专业庆典公司操做，注意一定要搞的有点特别的文化氛围。

4.宴请同行和所有帮忙的人们。

5.如果资金许可，在报纸和电视上以及相关媒体上做广告宣传。

6.搞一段时间促销，努力扩大影响和知名度。

总之，万事开头难，坚信我们会越来越好。

1.团队简介：我们是一群年轻的团队，因为爱好而聚在一起，都有很久的户外运动经历，也都很喜欢这个行业和正在做的事情。虽然我们是第一次开店，但我们对这个行业很了解，同时我们又都各有所长，大家彼此了解，互相信任，团结一心，目标一致，形成一个完美的团队组合。这些，都是我们经营户外用品和开户外用品店的最重要的优势和人气资本。目前我们主要由两个人负责和管理，加上两个女营业员共四人，大家一起负责店里的日常事务和一切经营活动。

人员组成如下：小a，小b，小c，小d。

2.法律形态：符合国家法律和行业标准的专业户外用品商店。

3.组织结构：

小a

(店长)

小b

(副店长)

营业员小c

营业员小d

小b，副店长，店面采购员。负责跑外采购商品。有权决定店铺商品结构组成和价格标注。负责产品质量和售后服务等。

小c，小d，营业员。负责店面基本事务和导购。需要严格遵守店铺基本制度。

大家各司其职各尽其能，互相关心彼此信任，同共努力早日把店铺打造成理想中的“黄金屋”。

5.基本制度：1. 上班不迟到、不早退、不无故请假。

2.要热情待客、礼貌服务，主动介绍商品，做到商品整洁饱满，面带微笑，有问必答。无顾客时要整理商品，保持商品整洁美观。

3.对顾客提出的批评或建议，要虚心接受，不与顾客顶撞、争吵。

4.自觉搞好店内、外环境卫生和商品卫生。

5.下班时，切断电源，锁好保险柜和门窗，做好防火防盗工作。

全部人员要团结一致，齐心协力把各项工作做好。以上制度每人必须接受和服从，违着按规处罚。

1.资本结构：采用股份制合作方式。其中小a占总股份40%，小b占30%，小c，小d各占15%。按股投资，按股分红。

2.销售预测：开业三个月后基本维持正常经营水平。一年半左右时间就会收回成本。预测收入毛利率在40%左右。

3.成本预测：户外旅游用品的利润相对较高，而投资却不大，前期需要10万块钱左右。其中的“大头开业后每”部分是店面租金和首次置货款，月的运营成本约在5000元左右开业，再加一万块钱左右的周转资金就可以了。

据悉，只要生意做得不是太差，一年可以收回投资成本。 一般户外用品的顾客，通常是朋友，以及与朋友有连带关系的人，这样形成了一个良性循环，不断扩展的消费群体。所以，寻找到一个志同道合的户外爱好者做合作者，意味着觅到了一批潜在消费群。最重要的是，如果经营者对户外运动不了解，只是卖产品，而没有专业人才去推动它、促进它，店很难发展下去。与合作者保持良好的关系，年终按入股比例分配利润。负责日常经营管理的(如进货、销售等)股东，每月领取工资。户外用品店的营业时间一般是从上午10点到晚上10点，需要三至四名店员。

5.花费预测：以太原体育路为例，30平米左右的店面，租金3000元/月。初租半年。

首次装修花费xx0元以内。

网站建设xx元。

首次备货30000元。

水电等日常开支花费1000元/月。

工资：4\*1500元/月。

其他花费平均5000元/月。

剩余的钱做周转资金备用。注：以上预测均大于实际花费。

1.风险分析： 开户外用品店当老板很容易，但要赚大钱很难。野营活动多是高收入白领的游戏，但毕竟不能天天出发，只在节假日才进行。购置一次行头，一般可以用上两三年。而这些用品，非“驴子”又不会来买，因此业务相对稳定，要赚大钱，难! 经营风险主要体现在：因为进入的门槛比较低，经营者的扩展速度大于“驴子”的增长，市场供过于求。另外，这个行业现在还不规范，一些厂家在为国外品牌或知名品牌贴牌生产时，超额生产，然后通过非正常渠道低价批发到市场，对正常经营的品牌造成冲击。这种风险是单个老板无法防范的。

老板不正确的经营想法也是导致经营风险的原因。有的老板想赚快钱，缺乏持久经营细水长流的理念，进入的期望值很高，遇到低潮就坚持不下去;有的老板不全力投入，做得不够专业，对产品不精通，遭到“驴子”们的抛弃;还有老板只顾玩，荒废了生意。

2.风险预防：

1.优质的服务

优质的配套服务是户外旅游用品店留住顾客、赢得口碑的关键。“布波户外”采用了会员制的方法，定期组织会员活动，例如户外旅游知识讲座、野外生存训练、旅游心得交流等，并设立了专门的网站。而且，如今户外旅游用品的种类不断增多，科技含量日益增加，以提高户外活动的安全性和舒适度。在这种情况下，开户外旅游用品店必须首先掌握最新的产品信息，并在了解顾客实际需求的基础上，为其推荐合适的装备。特别是对一些有“装备狂”倾向的“驴友”，要提醒其根据旅游任务配置装备，而不能抱着“生意多多益善”的想法。

2.平和的心态

开户外用品店，养家糊口应该没问题，但要赚大钱则有一定的难度。因此，涉足这一领域的创业者，要有平和的心态，开店主要为多结交志趣相投的朋友。对于想发家致富者，则一定要分清商业运做与朋友交情的关系。

3.过硬的产品

户外旅游特别是野外生存有一定的危险性，因此对相关用品的质量要求较高。但由于旅游用品行业现在还很不规范，不少假冒伪劣产品通过非正规渠道流入市场，因此进货时一定要严把质量关，不能贪便宜。此外，如今这一领域的竞争日趋激烈，经营者要注意不同档次货品的组合，不能只盯着利润较高的高档商品。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇九**

健身房角度分析：现在去健身的大学生越来越多，虽然针对大学生的年卡和套餐会相对比较便宜，但薄利多销，还是一块很大的蛋糕。那么要怎么做才会分到尽可能多的蛋糕呢?一般的大学生都会先被价格所吸引，如浩沙健身房年卡促销399元一年的时候，很多人都会停下来看一看。然后呢一定要有一个比较有专业素养和经验的会籍顾问。还有就是主动出击，一般情况下就是让会籍顾问通过发放传单，吸引那些想要健身的大学生的注意力。然后就是让他们通过体验、试课。此时需要会籍顾问本身对顾客非常很了解，就会让学生觉得不会被骗，这是学生最怕的，先打消他们的后顾之忧。而一般的价格战都应该在问清学生的具体需求之后再展开，将有兴趣的学生带到健身房进行体验，体验他感兴趣的方面，例如：团体操课可以让她学到想学的东西，锻炼团队意识，享受健身;动感单车锻炼你的心肺功能和对减肥有很好的帮助;器械可以锻炼你的肌肉和肌肉力量，有很好的塑形效果。尽最大的可能让他觉得这个健身房的设施和教练以及课程安排能够满足需要，而且非常适合自己，在她的兴趣得到满足之后，其他的东西只需要简单介绍即可，记住抓住重点。而价格则是在所有的东西介绍完之后再谈，否则会让学生感觉你不是在介绍服务而是在骗钱，很难成功。最后是一条黄金原则，永远为顾客考虑，除了硬件，服务态度决定一切。

以后会有越来越多的大学生走进健身房，针对大学生的健身服务也一定会越来越完善。相信最后一定将是一个学生和健身房的双赢的局面。

2、福州大学城地区目前大学的分布情况：区域内至少有六七所大学，也就是说我们的市场可以是很广泛的，不会局限在一所大学附近。

3、竞争分析

因为我们的健身房的营运成本比较低，所以我们的设备器材也会相对较薄落。同比之下许多大型的健身房拥有相对较大的健身房，器材齐全，有稳定的客源，有稳定的收入。可以说是财大气粗。如果当他们发现大学生这块肥肉的话，我们要与他们竞争是非常困难的。

另外，假设我们正常的经营下来了。不排除有新的竞争者加入。例如，和我们类似的健身机构，专门针对大学生的健身俱乐部。因为我们没有专利，而这个行业的门槛相对较低，不能垄断经营。

4、弱势分析

并且想要在众多的大学之中生存下来，是非常困难的。我们的前期投入什么时候能够回笼，是关键的问题。如果资金缺口很大，则健身房很可能无法正常经营下去。

五、组织与场地分析

1、组织结构：营销中心、财务部、、片区办、拓展部、市场部、门店

2、场地选取

选择租金价格相对较低且大学集中分布的地区，正适合我们健身房的选址。

3、参考选址类型

(一)商圈的设定

(1)徒步为主的商圈

徒步为主的商圈，例如商业区、住宅区等，以店为中心，半径约五百米，以走得到且快速方便为主。

(2)车辆动线为主体的

例如交叉路口附近及郊外主干路上，此种商圈大多设置于郊外或下班路线上，有方便的停车空间及良好的视觉效果，可满足流动车辆所需的商品。

(二)商圈以区域大小分类

以区域的大小加以分类，则有下列几种型态。

1、邻近中心型

其商圈的设定大约在半径二百米到五百米左右，即徒步商圈，此类型商圈分布在每个地区人口较密集的地方或商业集中地。

2、地区中心型

其商圈的设定一般在半径1千米，人们称之为生活商圈。

3、大地区中心型

此为地区中心更广的商圈。

4、副都市型

通常指公共汽车路线集结的地方，可以转换车，而形成交通集会地。

5、都市型

商圈可涵盖的范围，可能是整个都市的四周，其交通流或人潮流的层面，可能来自四面八方。

(三)具体选址要求：

场地的租赁价格相对较便宜、场所面积比较大。要位于以大学为中心的圆内，尽量找几个圆的交集。这样店面的辐射范围会比较大。

要有大学生经常经过的地方。经常能与大学生面对面的交流与沟通。了解大学生的消费导向是什么，以及消费的额度是多少。

(四)目标消费群定位

(1)根据公司的经营战略的思想和理念

a类顾客：是属于刚来的新生。目标年龄一般在17~18岁之间。

b类顾客：一般是属于在大学已经有一两年的目标群体。年龄一般在20~22之间

c类顾客：一般是快走向社会的消费群体。年龄一般在22岁以上

(2)按照族群类别划分：

b类顾客：一类是习惯快节奏生活的人。

(五)经营面积定位

根据公司的经营思想和未来竞争的需求及具备抗风险的能力，公司将现在和未来将要开设的门店定义为3个类别，按照面积划分：

a类店：400~600㎡;(适用于筹备期)

b类店：800~1000㎡(适用于发展中期)

c类店：上下层的模式，每层约800㎡(适用于发展后期)

(六)装修标准定位

为了体现公司统一的店面形象和装修风格，公司将按照如下标准进行门店装修：

a、落地玻璃;

b、空调、风扇、排气扇、上下水道;

c、防潮地板砖;给必要的地方装上海绵垫

d、卫生间：两蹲一站(male)、洗手盆、墙体全砖、防潮地板;

e、店招牌(logo)用亚克力透明胶片，内打灯制作;

随着我们品牌的不断做大做强，我们的店面装修会采用更好的装修设计和装饰材料。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇十**

微信小程序自上线2年以来，依靠强大的用户流量迅速扩张，当前小程序应用市场中的小微商户及个人，由于受限于制作技术的缺乏，资金有限等因素，全国多达9000万的这个群体如何可以快速制作和发布属于自己的小程序，是当前存在的一个庞大的商业市场，正是通过市场的调研分析，瞄准这个群体对小程序应用的需求，公司在20xx年初上线了小程序制作平台——商拉拉。

与国内大型小程序服务商的出发点不同，本公司关注的是小微商家的实际应用需求。

商拉拉小程序制作平台具有以下特点：

1.快：10分钟内完成商家小程序的制作及发布；

2.省：商家使用小程序只需899元/年；

3.多：提供多行业模板选择及多功能营销插件；

4.双：提供手机及pc双平台管理后台。

商拉拉平台20xx年3月开启全国招商运营，目前运营数据如下：

1.全国已有62家平台加盟商的进驻（10000/年/家）；

2.进驻商拉拉平台商户3200多家（平均按1000/年/家估算）

3.销售及营业收入：62万+3200x1000 = 382万

商拉拉平台关注进驻商户的营销推广支持，相继开发了分销、拼团、秒杀、红包等营销工具，免费给各商户进行业务推广应用；搭建了聚合商城，让每个进驻商户的货品，可以自动进入商拉拉平台的聚合商城，通过平台的引流，为进驻商家带来额外的客户群和销售流量。

20xx年5月，商拉拉平台得到了腾讯的许可，直接为进驻商家的小程序实现认证服务，这样进一步简化和缩短了商家小程序上线的时间，未来3年，商拉拉平台目标实现移动端制作小程序国内的标杆，提供更强大的商户应用功能，争取占据全国市场份额的1成以上，服务超过1000万家小微商户，年营业额超5亿的目标。

商拉拉创业项目的公司简介：

商拉拉项目的部分产品介绍：

商拉拉的产品与服务

广州来客科技熟知小微企业的需求与特点，特为小微企业量身打造了小程序电商，可设置管理员、通过通讯模块可实现信息的反馈、咨询以及商户联盟；pc端可做分销，给小微企业带来方便和便捷，具体如图1-6所示。

图1-6商拉拉产品与服务

a商铺/官网saas平台

商拉拉平台提供完整功能且易用易上手为特点的网店/官网saas平台，小微商户后续可以在pc与手机端，完成网店/官网的创建、维护、管理、运营。设计制作方法快速简单，具体制作流程后面有详细介绍。

b聚合商城平台

商拉拉平台积累的运营流量后续能够为平台加盟商家带来流量的反哺，是商家快速获得流量入口的一种方式，目前商拉拉平台已拥有30万+的流量。

商拉拉搭建平台的聚合商城，聚合商城中的商品，一部分是商户的精选商品，另外一部分是平台自营的商品，力求给聚合商城的用户更多性价比高的选择以及让商户获取更多的流量。

c大数据分析

后台可对进驻平台的商家数据以及消费数据进行精准分析，从而对商家业务发展、市场拓展以及产品开发给予强有力的支撑。当商家、商户入驻或使用商拉拉平台的小程序产品和服务时，后台可以使用大数据进行实时监测，同时后期平台可对消费者的消费行为以及商家销售数据进行分析，以便更好地对用户进行更加精准的服务。

d供应链管理

由于牛鞭效应主要是供应链各阶段按订单而不是按顾客需求进行预测造成的，而供应链的独一需求是满足最终客户需求，商拉拉saas平台为供应商、零售商等环节与其他供应链成员提供共享数据的功能，能使各成员对实际顾客要求的变化做出响应。因此，在供应链上实行销售时点数据信息共享，使供应链每个阶段都能按照顾客要求进行准确的预测，从而减少需求预测变动性，减少牛鞭效应。

e产品特色

1.即做即用

手机端10分钟完成小程序制作及上线发布，不用在电脑端进行复杂的技术操作。

2.模板、插件丰富

商拉拉提供多行业精美设计模板，商家可根据自身产品特点挑选适合自己的小程序模板。丰富的营销插件，如：分销、拼团、秒杀、红包等功能。

3.双平台管理

移动端与pc端都可对小程序进行后台管理

4.权威认证

腾讯授权商拉拉平台完成商家小程序认证，在商拉拉平台创建的小程序不用再向腾讯申请授权，不用交300元认证。

包括行业分析、市场规模、竞争对手分析

a：行业分析从三个方向入手：行业的环境分析、行业的数据分析和行业的生命周期。

1行业环境：

包括经济、政治环境、人口环境、科学技术环境、社会文化环境等因素，可采用pset分析法。以云计算发展pest分析为例：

2行业数据：

包括行业的市场规模、增长态势以及行业在整个市场的占有率等。

商拉拉在分析小微商家行业的情况时就引用了支付宝《20xx中国小微商家发展报告》里面的数据来进行分析。

3行业的生命周期：

企业的生命周期分为4个方面，如图1-9所示。判断行业所处生命周期阶段的主要指标有：市场份额占有率、市场需求增长率、产品定性和类型、竞争者数量、未来发展潜力等。

b市场规模及痛点

尽量计算出你的产品所面向的细分人群的市场需求的规模数据。

下面是商拉拉的行业痛点分析为例，如图1-10所示。

c竞争分析

要重点阐明的是：你的直接竞争对手有哪些？竞争对手的发展现状如何？你们在各个维度上与竞争对手相比各有何优劣？你的间接竞争对手和潜在竞争对手又是谁？最好以表格或者图表的形式列出来。

营销策略应包括四方面内容：营销队伍和管理；销售渠道的选择；促销计划和广告策略；激励机制。

商拉拉平台营销策略，分五步走，如图1-11所示。

a推广方式：

地推：主动出击，组织人员实地推广。

线下教学：通过线下一对一为商家提供教学，为商家开通免费试用小程序。

政企合作：与傲昇财税合作，将宣传单随营业执照快递，实现精准投放。

好友邀请：通过好友分享进行推广，分享后好友开通即可领取红包。

b现有成果：

全国加盟代理商数：已签约代理商68 家。

平台服务商家：3200家（800家为平台发展商家）。

营销数据：20xx年3月至5月的营销数据：

平台营收代理商加盟费: 62万元，平台营业额：超200万元。

团队是投资项目的关键所在，无论是多么有前景的项目，如果团队不足以支撑其重量，都是无稽之谈。在商业计划书中，团队介绍一般包含创始人介绍、核心团队、人力资源规划等几项。

a创始人介绍

如：商拉拉在商业计划书中对其创始人的介绍。

ceo xxx：资深互联网人，4年软件开发实战经验，致力让商业变得更加智慧！曾任职国内领先的境外自驾游平台——租租车，负责平台支付系统核心代码、接口文档的编写，主体架构的设计。因嗅到小程序创业商机，辞职创办了公司，开发了商拉拉产品，希望通过努力为小微商业提供更好的创富平台。创业两年凭借坚韧不拔的努力和对梦想的坚持，实现了公司的快速发展，并取得了优秀的成绩。

b核心团队介绍（约3 min）

核心团队的介绍是一份商业计划书中不可或缺的部分，在介绍核心团队时，要重点介绍核心团队的职能划分、管理者的优势特点和综合整体性等三方面内容。

如：商拉拉在商业计划书中对其核心团队人员的介绍。

cto刘xx：电子商务运营师。多年的研发工作经验，攻克了行业的多个技术难关，如：小程序自动更新，手机生成创建小程序等。曾任广州鑫网家广告有限公司担任产品设计。

cdo蔡xx：移动电商app开发工程师擅长产品策划与运营，有多年的运营产品、咨询、技术的经验、连续创业者。曾任广州市伍尔斯微贸易有限公司运营总监，在电商已经有3年的产品策划与运营经验。

coo张xx：电子商务大数据分析师。曾任广州御枫芸生物科技有限公司营销总监。拥有丰富的市场销售及产品运营经验，有较强的行业人脉及渠道资源，是一个具备专业技术又具备企业运营的多维度人才。

c人力资源规划

人力资源管理的重要性使它在商业计划书中占有一席之地，在商业计划书介绍公司的人力资源管理情况，主要介绍公司的奖惩制度、考核制度和人力资源计划等。

商拉拉在商业计划书中就介绍了人力资源计划和考核制度，如表1-2、表1-3、表1-4所示。

表1-2 商拉拉公司人事职员表

部门

具体安排

数量

经理

办公室

1名总经理

1

产品部

1名产品经理，4名设计师

5

法务部

1名经理，2名法务员

3

研发部

1名经理,3名前端高级工程师,3名后台高级工程师，3名运营工程师，4名测试工程师

14

市场部

1名经理，8名市场拓展员工

9

人力

资源部

1名经理，2名助理，3名后勤

6

财务部

1名经理，1名会计，1名出纳

3

总计

41

表1-3 商拉拉具体绩效考核方式

类型

绩效考核特征

绩效考核方式

考核周期

高层管理者

给予经营效益达成的kpi考核

kpi考核

述职报告

一年考核

中层管理者

以任职资格为基础，基于策略目标实现的kpi考核

kpi考核

述职报告

半年考核

基层管理者

kpi考核及基于kpi落实的关键行为考核

kpi考核

行为考核

季度考核

研发人员

业绩目标与能力发展目标的并行考核

目标考核

行为锚定

项目周期

（不超1年）

运维人员

目标分解以及达成目标评价和kpt各项指标达成情况

目标考核

kpi考核

月度考核

财务人员

销售目标达成情况

360度考核

月度考核

在商业计划书中，财务状况及财务规划是必不可少的，因为投资人希望从这两部分的介绍中了解你的公司当前财务状况及未来预计财务损益状况，然后据此判断能否保证自己的投资获得预期甚至更高的理想回报。

a财务状况

财务状况的分析一般包括资产负债表、现金流量表和利润表的制作。

投资人为了保证自己的投资资金能够如期收回并获得相应的收益，他们希望可以从商业计划书中看到答案。

1.企业花钱是否过于浪费；

2.企业是否有重大负债；

3.此前融资或承诺投资的钱是否到账；

4.公司是否有资本抽逃行为；

5.企业是否存在重大法律隐患；

6.税收方面的法律隐患。

b财务规划

财务规划的核心部分是融资需求。融资需求是商业计划书中一个非常重要的部分，大多时候撰写商业计划书就是为了融资，简单来说，融资需求部分就是告诉投资人“我到底想要从你这里拿走多少钱”。一般来说，商业计划书的融资需求要明确以下内容：

一是初创企业的资金需求计划：即实现公司发展计划需要多少资金？

二是初创企业的融资方案，包括企业的股份出让说明、企业资金的其他来源渠道等。

描述未来三年的项目发展战略和实施规划

在项目实施过程中可能遇到的风险包括政策风险、技术开发风险、经营管理风险、市场开拓风险、生产风险、财务风险、汇率风险、投资风险、股票风险、对公司关键人员依赖的风险等。

在商业计划书中的风险因素不能太多，也不能太少，如果太多，投资人的受益得不到足够的保障，他们不会考虑进行投资；如果太少，投资人又会对真实性产生怀疑，从而影响投资决策。一般来说，三个左右较为合适。

表1-5 商拉拉项目风险分析

市场风险

在小程序平台行业，商拉拉在省内占据领导地位，技术水平处于国内领先水平。然而，由于看好小程序平台的发展前景，国内外小程序平台也在积极谋求发展。一些企业也有可能试图进入这一行业，因此，小程序平台行业的竞争在未来将会更加激烈。如果商拉拉不能在产品、技术、服务等方面持续改进，将会在竞争中失去已有优势，盈利能力也将受到影响。

经营管理风险

过去三两年，商拉拉的高级管理人员没有变化，但未来部分高级管理人员进行一定的调整，公司经营规模将继续扩大，管理层中可能还会从内部提拨或外部引进部分紧缺的管理人才，这种变动对于保证管理理念与经营体制的稳定性也将带来一定的不确定因素，进而有可能影响到经营绩效。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇十一**

指导思想是要注重引导合理摈葬消费与满足群众不同层次的需要并重。

1.1 公司概述

上海思亿滨葬服务公司是一个提议中的公司，它倡导一种全新的、以文化为核心的摈葬服务，反对传统的“留下骨灰，遗失文化”或个别的“撤掉骨灰，也撤掉文化”的做法，以“让死者留下”为宗旨。 任何人都有其精彩的一生，人生文化是一种更新意义的文化，对死者是缅怀，对生者是财富。本公司针对顾客不同需求，提供如生平简介、影像图片投影、纪念画册、音像制品、策划布置追悼礼厅和摈葬设计与指导等系列服务项目，全方位记录、展示死者一生。让平凡的一生变精彩，让精彩的一生更精彩，使死者家属和友人不仅可以更高雅地悼念死者，更可以分享死者独特的人生文化，随着人生文化的不断积淀，必将为社会留下一种全新的“文化遗产”。

1.2 市场机会和竞争优势

1.3 产品前景

在人们越来越注意环保、越来越注重精神层面的今天，随着海葬等新型摈葬方式的流行，当逝去的亲属或朋友将什么也没留下时，我公司产品将他们的人生文化留下，保留下人一生中最珍贵的东西、最值得生者缅怀的东西。 精美的画册散发出阵阵文化的气息，如条服杏醇，亲切3悉的声音，勾勒出独特的风格，在睹物思人的同时也领会5真话。

足够大的市场与高品质的产品将会使我公司的产品拥有前景。

1.4 投资与财务

公司注册资本120万元。

公司成立初期共需资金140万元，其中风险投资80万元自筹20万元，银行贷款40万元，其中：固定资产投资25万金115万元。第二年估计盈利110万元左右。以后每年销售净于20%。资金回收期为2.26年。

创业小组的成员将参与公司财务、营销、推广和人力资源管理工作，他们具有专业的管理和营销知识，可以有效控制人力成本和材料成本，提高公司运营效率。产品设计、制作人员主要出艺术和文学专业的员工组成，他们具有良好的文学艺术基础和优秀的专业素养;同时，公司聘请在摈葬文化方面有突出贡献的乔宽元教授和上海市民政局摈葬管理处处长顾秋根先生为顾问，不但能满足顾客的特殊需求，更能根据客户需求不断扩充公司文化的外延。

中国人很重视丧葬问题。至亲至爱的人逝世是人生莫大的悲痛，人们一般都会举行声势浩大的摈葬仪式。在这一方面，人们大都不吝裔花钱，以求表达心中悲痛。据有关统计数据表明，从一位死者去世到骨灰正式下葬，亲属在殃葬各方面的花费一般累计约3万元。有些亲属甚至将死者生前具有特殊意义的遗物一起焚烧或埋葬，更有甚者花费不菲的钱财去购置新的昂贵物品来“陪葬”，目的就是使死者在所谓的另一个世界得到享受。这种行为不仅造成资源的巨大浪费，给并不富裕的家庭带来沉重的经济负担，不符合社会所倡导的“可持续发展的战略”，而且指导思想本身就是落后和迷信的，与我们时代发展的矛盾也日渐突出。

除此之外，人们还会通过其他方式来追悼死者。每年的清明节和冬至，都会有数以百万计的人走出家门，来到各个墓地和陵园给自己的已经去世的亲人扫墓，寄托自己对亲人的哀思。为了表达这种感情，他们会在亲人的墓碑前，烧掉许多具钱、锡箔等物品，同时伴随的就是呼天抢地的哭声。从环境保护的角度来说，由于人数众多，每年此类时节，各个陵园都是浓烟弥漫，交通拥挤，给周边环境带来了极大的污染。从唯物的角度来谈，人死不能复生，更重要的是生者如何继承死者的精神文化遗产，更好地生活。

在我国，滨葬习俗主要经历了两次变革：第一次就是由埋葬变为火葬，这是人们思想认识的一大进步，在上海已经基本实现100%的火化;第二次是由保留骨灰变为不保留骨灰，人们真正从形式上接受唯物观。在如今的中国摈葬业的活动中唯心主义和封建思想仍有相当大的市场，与我们的社会文化形成巨大反差。

目前摈葬业的经营状况并不乐观，许多摈仪馆甚至亏损经营;同时，人们的需求通常都是低层次的。这表明，我国摈葬行业面临有效供给和有效需求都不足的双重问题。目前，我国政府主管部门在摈葬行业逐步推行“少占地，不占地”的指导方针，提倡逐步破除迷信习俗和取缔宣扬迷信的场所，规范操作方式，逐步净化这一市场领域。随着国家引导消费需求的改变和有效需求的增加，必定引发有效供给的扩大。

‘ 上海是我国生活水平和医疗水平较高的城市，已率先进人老龄化社会，保守估计平均寿命为80岁。上海1600万入口中平均每年约有20万人去世。同时上海人普遍推行墓祭，以较低限计算，如果墓祭延续5年(这是一个与事实相去甚远的数据，仅为方便计算用)，那么， “新鬼、老鬼”共有100万，并将逐步以年20万的速度递增——这是一种“累积效应”。国外学者提出了“250定律”，即每一个现代人有250个社会关系，如250人都要为死者祭悼，则共有25删万人次扫墓!

就以上海20xx年清明节为例，在短期内因祭奠扫墓而出行的就约有450万人，这还不算是一个大的数字。单单以这450万人计，这是一个多么巨大的消费群体啊!摈葬消费又是一个多么大的消费领域!城市化过程的加快，使居民的居住方式与农居不同，失去了办丧事的场所;上海滨仪馆中“一小时追悼会”的奔丧模式，是远远不能表达丧者家属和亲朋好友对逝者的怀念之心的。这里就有巨大的需求。有需求，就有市场。所以，我们认为关键在于我们如何去满足消费者潜在的购买欲，以何种形式推出我们的服务。

我们应该唤起人们对死亡的重视，因为每个人的一生都会有诸多可圈可点的东西，这些可以被挖掘并保留下来，通过一定的艺术加工和处理并经过时间的沉积转变为一种个人的文化遗产，被自己的亲友缅怀和发扬。如何更加理性地对待死亡，如何以更加文明的方式表达对死者的哀思，如何更加形象地与死者“对话”，如何化悲痛为进步的动力，如何使亡者的个人文化遗产得以保留和发扬，这就是弘扬另一种文化——人生文化。

这就是发起成立本公司的出发点。 在公司内部方面，我们拟组建这样一个公司，其根本目的就是满足厂大人民群众在这方面快速增长的物质和精神方面的需求，开创一种新的服务，借助大学生在文化修养较高和文化理念较先进的优势，依靠学院老师在摈葬文化方面的最新研究成果，建立、发展、深化公司的业务范围。我们的服务就是帮助人民彻底损弃思想糟粕，以一种更好的方式表达自己对死者的纪念——留下骨灰，更留下文化。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇十二**

礼品店创业计划书推荐：

一、概要

某礼品开发和策划机构曾经专门就礼品市场对数千人做过调查，一个人一年中送礼次数最高的达到267次，最少的两次，平均为3.9次。在送礼金额中，最贵重的达到1288元，最便宜的11元，平均35.6元。按照上述数据，推算礼品市场：全国人口13亿×每年送礼人次3.9次×每人次送礼金额35.6元=市场容量为1805亿元。情感是具有普遍意义的概念，它包含亲情、友情和爱情。情感无处不在，凝聚在同学、同事、战友、师生、上下级、父母、兄弟、姐妹、长辈、晚辈、知己、情侣、爱人……等关系中，人们表达感情的方式，最简单、最直接和最有效的方法是赠送礼物，情感礼品行业是一个充满诱惑力的新兴产业，作为新的经济增长点，发达国家已逐步走向成熟，各种档次的专卖店，销售点星罗棋布，各种层次，各种款式的产品充分满足了日益增长的市场需求。而在国内，这一行业尚处于初期发展阶段。其市场潜力巨大。

二、公司描述

1、公司名称：xxxxx有限公司--x98工艺礼品专业连锁店

2、公司宗旨：让快乐相伴相随，将平价进行到底

3、公司服务:一份礼品、一份心意、一份祝福、一份快乐

4、公司形式：股份制

5、公司经营方式：自主连锁经营

三、公司经营策略

1、行业现状

一方面是专门围绕生日主题开设的生日礼品专卖店和时尚饰品连锁店。目前在西安主要有“广州多彩”“爱情氧吧”、“快乐365”、“花样年华”、“5151”“色可儿”“阿呀呀”“时尚青年”等等。经营方式以加盟形式，其价格较高，平均利润率至少在50%以上，有的高达100%甚至200%以上。管理体制也不完善，各盟店发展不均衡，没有真正形成规模效益。

另一方面是传统的个体店或夫妻店。其经营虽存在了多年，但都形不成规模，没有品牌效应，知信度低，经济效益也不是太理想，只当是养家糊口的一种谋生手段。

2、市场分析

据调查，目前有三种送礼现象：一是一些企业把为员工过生日作为提高企业凝聚力的重要手段，这种现象非常普遍；二是一些商务人士纷纷把生日送礼作为业务往来的亲情筹码，大打亲情牌；三是在学校，为同学过生日，已经成为一种风气蔓延开来。这三种现象导致了送礼的范围已经超越了过去单纯的亲情、友情和爱情的范畴，尤为学生送礼。西安市有各类高校、民办及其他高等教育机构100多个，在校学生达100多万人。这就使礼品市场变得更广阔。

3、经营模式

以自主经营专业店的连锁形式进行策略扩张，针对大学生消费市场，集中主力于大学周边商业街大学城开设专业店，充分利用当地的批发商以铺货分期结算的方式进行合作。进行品牌推广，力争在三年内把公司品牌做大做强，进而较快的推动公司滚雪球式的发展。

4、营销策略

实行统一店面、统一品牌、统一形象、统一采购、统一售价、统一服务质量，统一的管理体系等进行全面统一的管理。打造规模效益。

四、竟争分析

1、竞争对手——个体店夫妻店。他们的经营理念比较落后，市场经济意识和法律意识都比较淡薄，因此，他们经营的局限性壁垒比较大，小农思想比较严重，故其所经营的商品质量得不到保证，进货渠道比较杂乱和局限，品种单一，服务较差。同时，商品的时尚性新颖性不强，特别是不能吸引青年一代的个性需求。而作为连锁店则是以强大的资金实力和统一的运做模式来作为后盾，从进货源头上就把住了商品的质量关，以及从流通等各方面着手降低了商品的成本，进而以更优惠的价格，更好的商品来面对消费者。同时连锁店可进行一些促销活动，以及做广告宣传，而农家店夫妻店是各顾各，一般只停留在传统的口碑上。且他们的店面较小，从几方面上看他们都是不能与之相抗衡的，加上购物环境的不胜理想，不能给消费者提供更好的购物享受和自由度。

2、竞争对手生日礼品专业店和时尚饰品店。具有一定的规范化、规模化、专业化，其产品也较时尚、个性。但其价位较高，利润空间大。而且其加盟公司实力存在较大差异，管理体制不健全。尤其有些公司，只注重发展加盟店的数量，收取加盟费。而忽略了加盟店的扶持、跟进服务和区域保护。造成了加盟店的后期管理混乱，发展不均衡，难以统一，各自为阵，从而失去了加盟连锁的优势和规模效益。而作为专业连锁店，没有中间环节直接管理，连锁经营。拥有更加丰富的产品储备，更加专业化的经营，更加实惠的价格，更加人性化的服务。从而最大地满足人们个性化、时尚化的送礼需求，解决送礼难，送好礼更难的现实困难。一份礼品、一份心意、一份祝福、一份快乐，传导快乐消费理念，引领快乐消费新潮流。与此相比具有较强的竞争性。

五、经营要点

b.店长：必须从事营业员工作满六个月，经考核合格方可当任。

2、人员配备：一星标准店长一名，副店长一名，营业员2名（50平方米）。

4、用人原则：充分给予每个员工以信任和机会，用其所能，用尽所能；

b.促销品（一个月后滞销品）改9.8为5,如51525

c.特价品（三个月后滞销品）降级销售，如9.8为5,19.8为9.8,29.8为19.8。

7、利润率：a.独特个性时尚商品（当地批发商无售商品）为50%；

b.一般个性时尚商品（周边同行店无售商品）为40%；

c.常规个性时尚商品（周边同行店有售商品）为35%；

c.联合：与蛋糕店、鲜花店、礼仪公司等联营，拓宽消售渠道；

d.赞助：参与周边院校的联谊、文艺等各种活动，进行适当的宣传，提高知名度；

e.替送：因事忙、闹别扭、商务等需要，替送一份礼品，传一份祝福，更具人性化；

f.团购：学校、机关、企业等节日礼品、会议和校庆纪念品；

g.节假日：元旦、情人节、圣诞节等不断进行特价、赠送等优惠活动，提升人气。

h.自创日：在平常日子，可想办法创造活动日，如和好日、道歉日、想您日等。

**大学生创业的商业计划书应强调创新篇十三**

1、1公司宗旨

在悠闲中放松心情，忘却烦恼，享受快乐人生；

在悠闲中调适心态，感怀真情，感悟人生真谛。

1、2公司简介

悠闲居有限责任公司是一家拟议中的集餐饮、休闲、娱乐为一体的综合性服务公司。公司将提供一系列健康时尚饮料和食品，同时举办各类趣味性活动，帮助顾客排解压力，休憩身心，同时开展面对面的交流，弥补当代青年人过份依赖网络社交方式所造成的远离现实社会的不足，增强人们的语言表达能力和人际沟通水平。不论顾客是“乐天派”还是“严肃派”，不管他们是喜欢融身于热闹的人群中，还是喜欢坐在安静的角落里，都可以找到属于自己的那份快乐！我们希望悠闲居成为青年人在工作学习之余驱赶疲惫、放松心情的聚集地。

1、3场地与设施

公司非常重视店面的选择，选择店址时我们重点考虑的问题有：

1、交通问题：交通一定不能太偏远且一定要便利，店面附近要有方便停车的地方。

2、环境问题：周边环境不能太嘈杂，街道干净卫生，环境优美。

3、根据自身对于目标客户群体的定位，以就近原则进行选择。

公司总部设在盱眙步行街附近，同时在五洲国际广场、奥体中心附近开设分店。

1、4产品与服务

1、4、1多样化的餐饮

提供各种具有特色的、时尚的食品及饮品。其中包括盱眙本地和国内、国外具有代表性的各种特色食品、饮品。同时，为会员提供预订服务。

1、4、2 diy服务

提供diy服务，顾客可自己选择材料，自己动手做各种饮品和食品，如水果、沙拉、蛋糕、巧克力等，也可自己动手做小饰品，同时顾客做的小饰品可放在本店进行销售。会员可预订制作食品、饮品、小饰品的原材料。

1、4、3倾诉服务

聘请专业心理咨询师，开展各

类倾诉活动，让顾客的真情实感在优雅宁静的氛围中得到充分地倾诉，缓解心理压力，调适心理状态，让顾客轻松面对的工作和学习。

1、4、4音乐空间

提供各种音乐器材，设置表演舞台，给顾客一个展示才艺的机会。如顾客愿意组建自己的乐队，本公司将无偿提供器材，但仅限在本公司经营场所范围内使用。

1、4、5迷你书屋

在享受休闲时光的同时，为顾客提供一些休闲类书籍，让顾客听着优美舒适的音乐，喝着可口的饮品，让自己的身心完全放松。同时，为顾客提供把自己的作品展示给大家的一个平台。优秀的作品，经投票认可，公司将给予一定的物质奖励。

1、4、6桌面游戏

公司通过为顾客提供桌面游戏，一方面可以游戏娱乐，训练人的思考力、记忆力、联想力、判断力，另一方面，也可以依据游戏的成绩，对顾客进行一定的物质奖励。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn