# 2024年创业计划书学生餐饮(大全10篇)

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-04-03

*计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。创业计划书学生餐饮篇一中国动漫和游戏两大...*

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**创业计划书学生餐饮篇一**

中国动漫和游戏两大行业的发展正如火如荼，前景不可。中国有13亿人口，其中有将近4亿青少年，据不完全统计，80年代以后出生的人群中62.3%是在动漫教育下长大的，这其中又有37%的群体深受着日本动漫的影响。进入二十世纪90年代，网络开始普及之后，游戏又逐渐成为中国青少年的主要娱乐项目。但无论是动漫还是游戏产业，作为知识经济时代的一座富矿，其意义远远不止停留在文化传播层面。中国动画学会张松林也表示：“市场经济条件下的成熟动漫产业包含了动画片电视播放、卡通图书及音像制品发行、衍生产品推广3个层次，而且后一个层次比前一个层次的周期更长，经济利益更显著。”他举例说，迪斯尼每年以10亿美元的速度增长，迄今已是拥有700多亿美元资产的世界巨无霸；日本动画已经打入美国市场，其出口额是钢铁产业的4倍以上。同样的道理也可以用在游戏行业，当游戏文化深入中国网民人心的时候，其潜在市场规模应该是现在24.7亿的十几倍以上。

所谓周边产品，就是指与所有和行业内容密切相关，但是又在行业本身之外的有形或虚拟的`产品，其实质就是行业文化在生活中的渗透。

1.本店发属于饰品服务行业,名称为“洛樱动漫天堂”,是个人独资店铺。主要为人们提供扭蛋、模型、食玩、积木人、bjd娃娃（balljointdoll球型关节人偶）、景品、可动人型、手办、gk、杂志、光碟、手表、抱枕、小挂坠等产品。

2.本店打算开在学校旁,开创期是一家中小档动漫产品店,未来打算逐步发展成为像动漫sky一样大市场。

3.本店需创业资金3万3千元。

1.由于地理位置处于学校旁,客源相对丰富,但竞争对手还算少,特别是本店刚开业,想要打开市场,做动漫周边还要注意人们的品牌选择，时刻注意当前动漫周边的走势，在种类上先取胜。短期目标是在贸易街站稳脚跟,1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的动漫周边连锁公司,在众多动漫周边店品牌中闯出一片天地,并成动漫周边市场的著名品牌。

1.客源:本店的目标顾客有:学校学生。

2.竞争对手:根据调查结果得知学校旁比较正规的动漫周边比较少，所以这样对于我们也很有利。

1.对开店后的顾客的年龄、收入、性别、职业、消费倾向、地域性、作息规律等因素有个明确的判断。然后依据这些原则开设店铺。

2.首先开业的半年内应该和各种批发商及生产厂家做好沟通，在价格及

产品质量方面做到优势；随后配合动漫游戏的进度进行同期宣传，使得周边产业能够与动漫游戏行业本身并驾齐驱；其次，积极和周边开发商合作，沟通产品类型和市场销售定位；做到全部了解产品的生产流程和出厂模式。

3.动漫周边连锁店要充分利用其本身所可利用的任何媒介，加强向消费者的宣传，以激起消费者的消费与购买欲望。尤其是过路人一眼就可以看到的店面，在设计时一定更要吸引人。店铺的店内通道设计，是店铺装潢布置的最基本要件。最为理想的是尽量采取最单纯的做法，不要有过多的回旋环绕。要让顾客能在无意之中，顺路参观完所有的商品。

4.开业行销：开业前到各大院校进行宣传，形式为卡牌发放，得到卡牌者可以在开业前三天内以8折优惠价格购买产品。到各客流量大的地方发放传单，对象是青少年群体，凭传单首次进店可以享受8.5折优惠。传单有编码，复印无效。开业当天所有进店消费人员均赠送动漫或者游戏主题日历牌一个。（或其他实用小型物品价值不超过5元）

5.而良好的服务态度，建立起属于自己的顾客群体。

6.可印一些传单,以优惠券的形式发放,以达到宣传的效果

7.根据产品的特点，顾客群体，价格定位想好方案

8.目标明确，并且一直朝这个方向努力。尽量在品种上做到齐全，让买家有足够的挑选余地。

9.建立会员制：方法：一次性购买300元商品，或者累计购买600元商品即可成为会员。成为会员后赠送300积分，并从此之后持积分会员卡购买本店商品均8.8折优惠，每实际消费1元币得积分1分，积分累计每增加100都有礼品赠送，也可以积累至一定分数得大礼。所有积分累计超过20xx分之后升级为贵宾会员，持积分会员卡购买产品均销售7.5折优惠。

10.成立俱乐部并定期每月举办活动：

1、俱乐部和学校联合进行，或者和学校已经有的动漫俱乐部进行联手，目的是活动使用场地不需要租金，活动宣传方便快捷，活动影响面广，并有利于和学校进行进一步接触。

2、所有会员均为俱乐部vip成员，其他只要在本店购买两次以上产品并报名加入即可。或者在学校报名参加及可。

3、地点为学校礼堂或者教室，活动内容以动漫游戏剧情表演、动漫游戏知识问答、游戏升级技巧讲解、游戏攻略讲解、动漫最新资讯报告及游戏大赛、动漫游戏cosplay大赛等为主。在全程参加活动者中每期抽一名会员奖，即被抽中者即时成为本店会员，五名8折优惠奖，即被抽中者一周内在本店购买产品均8折优惠，十名卡牌增与奖，即被抽中者当场得游戏动漫周卡牌一套。

11.店面设计：

1、整体将动漫和游戏分开陈列，全有机玻璃陈列柜台。

2、店内设立休息区，摆放桌椅，陈列多种动漫游戏时尚杂志，可以免费阅读。也可在此diy手办等。

3、店门面两侧均设立大玻璃橱窗，下1/3部分张贴各种时尚海报，并在靠近门的两边部分分别设两个看板，公布当前最新动漫及游戏周边产品或资讯，特点是最新或者是最吸引人部分。

4、橱窗上半部分分别陈列两大屏幕，左侧是动漫主题，主要播放最新最热门最经典的动奥妙dvd、歌曲及资讯，新闻等；右侧是游戏主题，主要是最新游戏介绍，游戏对打、试玩、比赛，游戏攻略讲解等。

5、橱窗外对应屏幕位置摆放凉棚和桌椅，方便观赏及互动。

12.在量上，基本保持2万左右的商品在手上，缺货时及时补充，保证不耽误生意。。

启动资产:大约需5万元

上正轨以后,每月销售额最少可达20000元。

每月支出:12200元.房租:最佳选址在青少年较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如学校),约5000元。

货品本钱:30%左右,约5000元。职员工资:10平方米的小店需要看店员1名,工资计1500元。水电等杂费:700元设备折旧费:按5年计算,一年左右即可收回投资。

产品种类齐全，花样繁多，涵盖各种国产进口动漫游戏种类，面向大众，主要吸引喜欢爱好动漫或游戏的群体，更设立精品区，专业销售版和珍藏版产品，吸引广大收藏爱好者。

风险一、方向把握不当：

这种风险会出现在经营者初期的市场定位上，一旦这个错误三个月内得不到解决，企业只有倒闭。

风险二、进货渠道及沟通：

这种风险会出现在进货渠道过于狭窄，能够导致商品信息闭塞，造成产品种类不全，商品短货的现象，直接影响店面效益。

应采取的措施是积极观察市场状况，时刻掌握前沿的最新信息，及时有效的和生产厂家进行沟通。

风险三、后期流动资金的准备。

**创业计划书学生餐饮篇二**

一、本公司近期、中期、中长期、长期发展计划：

创业计划书：第一章执行概要

1.1公司简介

本公司是一个以围绕信息服务为中心的服务类企业，公司致力于打造针对校园内部的网络交易平台，利用网络信息传递便利的优点，结合校园交易活动即时性、跨越地域范围狭小的特点，为校园商务活动提供信息交流便捷、涵盖内容系统全面的网络交易平台把虚拟的网络拉近学生们的身边，突破网络服务只能提供虚拟服务的局限，让同学们体验到网络生活带来的实体便利：以此为公司运作基础，树立公司良好形象，科学合理运营公司项目，立足于长远发展。

1.2公司战略

燕山大学是我们公司发展的起点和试点，前期从小处着手，深入开拓燕山大学市场，积累经验教训，立足于长远，我们会根据未来发展状况，把这个平台推广到秦皇岛的各大高校中，最终拓展到全国的每一所高校。

1.3执行项目概要

学生自由交易平台;二手书出售;超市在线购物;承包培训机构招生;承包旅游机构组团;商家网上开店;常用型产品出售;广告业务。

1.4资金筹集方式

公司运营资金由负责人(周保成、郭慧)筹集也允许公司其他成员的股份的方式融资。

第二章行业特点描述

2.1发展背景

淘宝网：亚太最大网络零售商圈，由阿里巴巴集团在xx年5月10日投资创立。xx年上半年，淘宝成交额就已达到413亿元。其搭建的电子商务生态圈，使超过一百万的网络卖家感受着中国网络给商品交易带来的便捷。购物用户在几年内急速增长，成功走出了一条中国本土化的独特道路。淘宝网提倡诚信、活跃、快速的网络交易文化，为c2c(个人对个人)、b2c(商家对个人)提供网络交易平台，从中抽取交易提成和广告费，已成为网络商务交易的模板。

当当网：11月正式开通，成立以来，当当网一直保持高速度增长，每年成长率均超过100%。xx年图书销售超过六亿元每月约有xx万人在当当网浏览各类信息。它靠网上销售图书获得良好声誉，逐步把销售范围扩大到各种大众商品，采用消费者鼠标轻轻一点，精品尽在眼前-快递公司送货上门，当面收款经营模式，吸引了全球3756万的顾客在当当网上选购自己喜爱的商品。自己售书的同时为其他商品提供交易平台获利。

针对于大学生的非常成功的例子就是江西农业大学学生吴子发创办的大学生168服务网，该网站于xx年建立，到xx年月成交额达百万元。该网站提供集网上订餐、网上超市、网上二手书店的服务，初期经营范围只在一个学校，到后来把业务逐步扩大周边大学校园，采用网上下订单，货到付款的交易方式，大大方便了学生的日常生活，在学生当中赢得了很好的口碑，很值得我们学习。

综上，网络交易平台对商品分类，智能查询、购物导航和轻松的购物方式进行了完美的展现，加上每个网站的特色服务，吸引浏览者和商家，这样网站经营者得到了丰厚的回报。

2.2自身发展优势

1.1公司简介

本公司是一个以围绕信息服务为中心的服务类企业，公司致力于打造针对校园内部的网络交易平台，利用网络信息传递便利的优点，结合校园交易活动即时性、跨越地域范围狭小的特点，为校园商务活动提供信息交流便捷、涵盖内容系统全面的网络交易平台把虚拟的网络拉近学生们的身边，突破网络服务只能提供虚拟服务的局限，让同学们体验到网络生活带来的实体便利：以此为公司运作基础，树立公司良好形象，科学合理运营公司项目，立足于长远发展。

1.2公司战略

燕山大学是我们公司发展的起点和试点，前期从小处着手，深入开拓燕山大学市场，积累经验教训，立足于长远，我们会根据未来发展状况，把这个平台推广到秦皇岛的各大高校中，最终拓展到全国的每一所高校。

1.3执行项目概要

学生自由交易平台;二手书出售;超市在线购物;承包培训机构招生;承包旅游机构组团;商家网上开店;常用型产品出售;广告业务。

1.4资金筹集方式

公司运营资金由负责人(周保成、郭慧)筹集也允许公司其他成员的股份的方式融资。

第二章行业特点描述

2.1发展背景

淘宝网：亚太最大网络零售商圈，由阿里巴巴集团在xx年5月10日投资创立。xx年上半年，淘宝成交额就已达到413亿元。其搭建的电子商务生态圈，使超过一百万的网络卖家感受着中国网络给商品交易带来的便捷。购物用户在几年内急速增长，成功走出了一条中国本土化的独特道路。淘宝网提倡诚信、活跃、快速的网络交易文化，为c2c(个人对个人)、b2c(商家对个人)提供网络交易平台，从中抽取交易提成和广告费，已成为网络商务交易的模板。

当当网：1911月正式开通，成立以来，当当网一直保持高速度增长，每年成长率均超过100%。xx年图书销售超过六亿元每月约有xx万人在当当网浏览各类信息。它靠网上销售图书获得良好声誉，逐步把销售范围扩大到各种大众商品，采用消费者鼠标轻轻一点，精品尽在眼前-快递公司送货上门，当面收款经营模式，吸引了全球3756万的顾客在当当网上选购自己喜爱的商品。自己售书的同时为其他商品提供交易平台获利。

针对于大学生的非常成功的例子就是江西农业大学学生吴子发创办的大学生168服务网，该网站于xx年建立，到xx年月成交额达百万元。该网站提供集网上订餐、网上超市、网上二手书店的服务，初期经营范围只在一个学校，到后来把业务逐步扩大周边大学校园，采用网上下订单，货到付款的交易方式，大大方便了学生的日常生活，在学生当中赢得了很好的口碑，很值得我们学习。

综上，网络交易平台对商品分类，智能查询、购物导航和轻松的购物方式进行了完美的展现，加上每个网站的特色服务，吸引浏览者和商家，这样网站经营者得到了丰厚的回报。

2.2自身发展优势

2.3项目运营关键

2.3.1注重学生需求的实际，让服务更专业、更全面。

不同服务根据学生需求特点采用不同的经营管理模式，如：二手书服务中，我们把所有可能要购买的书都集合在我们的网上书店里，学生可用鼠标轻轻一点即可搜索到，之后进行简单的购物流程即可在宿舍收到想要的价格低廉的书籍，不用花高价购买新书、不用花费力气四处找借、不用花费金钱复印质量不高的书本。这样，到位的服务会赚取好的口碑和利润。

2.3.2把网络拉到学生身边，惠及他们的切身利益，办出我们的特色。

现在学生接触到的网络深入到学生生活还不够全面、不够彻底，例如百度涉及到的是信息检索，不能触及到日常具体生活，显得不够全面，而淘宝提供的网上购物虽有实体的味道，但也只是一部分实体，显得不够彻底。而我们创办的网站因为具有面对具体学生群体的要求，涵盖内容是专门为学生所关注和参与的，所以能够真正把网络拉到学生身边，惠及他们的切身利益，打造我们最具特色的一面。

2.3.3合理构建服务项目，保持生存与发展。

在我们经营的项目中，在线购物、在线订餐、在线购书、学生自由交易平台是我们赢得学生欢迎、商家信任的重要策略，是网站生存发展的前提条件;除自由交易平台外，其他六个服务都有获利的空间，可以说把校园交易的主要获利渠道容纳进来了，达到团队生存发展的目的。

2.3.4.借鉴知名网站的服务模式和服务特色，结合校园生活的特点，科学合理的规划，精心细致的设计，打造出功能强大，服务周到，适应学校实际的独具特色的本土化网站。

总之，要用适合学生根本利益的服务站稳脚跟，而不是用宣传获得昙花一现。

2.4行业风险

第三章执行项目解析及营销战略

3.1学生自由交易平台

我们开辟一个自由交易的平台，为学生免费投放广告，学生只要把广告刊登到相应的分类信息中，就会被消费者轻易浏览到，或者被搜索引擎找到。用这种服务来提高网站的知名度。

3.2超市在线购物

3.2.1市场分析

燕山大学学地域广阔，宿舍区分布广泛，大部分宿舍区距离超市较远，学生购物极其不便，在线购物--上门送货和网上选购的方式正好迎合了学生们的需求。另外超市之间形成了比较激烈的竞争，我们了解到校远周边超市的商品要比其他地方的价格低，这就是激烈竞争的结果，可想而知他们对赢得学生市场的渴望，而我们给他们提供的在线购物服务是他们竞争的有力筹码，只要我们提出的服务费用比他们靠降价竞争的方式划算，他们就会很愿意和我们合作的。

3.2.2行销策略

把校园内外的超市吸引过来，我们打算对超市商家实行页面展示+订单销售战略，超市根据自身情况是否选择订单服务。为他们在网站上提供空间，让他们在网站上开店展示商品。当一个学生找商品时，或者直接打开某一个超市的页面进行选购，或者用站内搜索引擎搜索想要的物品，经过智能化的处理，网站会把所得结果(包括价格、所在超市、型号等商品信息)都罗列出来，以供选择，然后在线下订单，超市看到订单后就会及时组织人员送货上门，各个超市可根据自身情况制定消费底限提供上门送货和送货时间。

3.2.3财务分析

根据我们对西校区利联超市调查：平均每天营业额在5000元左右，预计在网站上每家超市的销售额为500元，根据统计周边超市数量，我们把合作目标定在四个。

每月利润=(每天成交额×服务提成×每月天数+每月页面展示费)×合作超市数量

**创业计划书学生餐饮篇三**

需求分析：

1、营养检测、咨询、指导调理服务市场需求分析：

(一)政策法规：

2. 2024年《国民营养条例》出台，所有幼儿园和学校，社区和超过百人以上的餐厅都必须配备营养师：

(二)健康的需求：个体、家庭需求

随着人们生活水平的提高，人们全面提高生活和生命质量的期望值普遍提高，对由于膳食不合理，营养失衡引发慢性病的健康问题引起高度重视，调整消费结构，投资营养、获得高标准的生活和生命质量已经成为消费潮流。聘请营养顾问已成为现代人的消费时尚;公共营养师成为国家新职业，为从业者提高了职业身份和社会认知度。

营养师职业地位与前景：2024—2024年将出现公共营养师全球需求高峰，目前，家庭营养顾问年费8千元左右，企业营养顾问年费4万元左右，营养顾问是一个高职自由职业群体，一个中等水平的公共营养师年收入在10万元左右。

2、营养检测咨询指导中心建设需求分析：

1. 大中小学校、托幼机构、养老院、医院、公共卫生部门、企事业单位、社区保健及健康中心(服务对象不低于500人数)，有系统的定期临床体检，建设有自己的食堂，没有专业的营养师、不了解群体营养，可以两种模式：一种建设营养工作室;一种是委托专业性的营养检测调理中心作为营养顾问单位。

2. 专业运动队、餐饮、食品加工及经营部门、宾馆，以及上述机构(服务人数100-500人数之间)因服务需要以及政策要求必须设有营养工作内容，最可行的模式是：可以聘请兼职的营养师作为顾问，委托专业性的营养咨询、检测、指导调理中心作为营养顾问单位，服务于本机构，这样可以大大减少管理和经营成本。

**创业计划书学生餐饮篇四**

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。笔者通过三大竞争策略助你选好产品。物以稀为贵，选择商品一定不能选择那些到处都能买到的商品，那些商品既然到处都能买到，买家为什么还要来买你的，你再加上邮寄费，肯定比别处的贵了。即使能卖出去，也赚不了钱。你要找些少见的商品，那样自然有人花大价钱来买你的商品了。这里也就应用了差异化的竞争策略。其次就是利用地区价格差异来赚钱。许多商品在不同的地区，价格相差很多，例如电器类，广东等沿海城市要比内陆便宜许多，而收藏品在古都城市(北京，西安，洛阳)又比沿海便宜的多，所以各位要从自己的身边着眼，找找自己身边盛产而其他地方没有的商品，这样才能卖个好价钱!这里也就应用了成本领先策略。做熟不做生，尽量不要涉足你不熟悉，如果你:热爱手工，热爱十字绣，热爱手绘，热爱创造性的事情，不妨开个相关的diy店铺。特色店铺到哪里都是受欢迎的。因为特色的东西少，所以容易吸引人。如果你:对摄影非常在行，喜欢数码类产品，不管自己有没有实体店铺，都可以在这方面尝试一下。最重要的是努力成为这个领域的专家。主动回答会员的问题，提供会员你售卖商品的相关知识。时间长了，口碑效应好了，大家一想到这方面的购物，就会首先想到你。总之每个人都有自己的特长的。任何时候，学会淋漓尽致地发挥自己的特长很重要，不要拿自己的短处去拼别人的长处。这里也就应用了专业化的相对创新策略。

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。

5)通过网站了解就可以激起浏览者的购买欲：如果这件商品必须要亲自见到才可以达到购买所需要的信任，那么就不适合在网上开店销售。

6)网下没有，只有网上才能买到，比如外贸定单产品或者直接从国外带回来的产品。

当你选择了一类或是数类产品以后，就要开始进行了解客户和对手的市场调查再来确定你的选择是否正确，因为大多数时候你的选择是基于你自己的经验或是不对称的信息进行判断地，判断常常是错误的，最终可有会导致你的创业失败。

**创业计划书学生餐饮篇五**

市场调查：根据我的调查，现在大学城有着河南科技学院、新乡医学院、新乡学院等大学，其大学生将近有八万，而附近的大学生学习用品的装卖店没有几家有规模的，其中有实力和规模的也就是蓝精灵，因此，在大学城附近开一家学生用品是很有前景的。

在我调查的150名得学生中，接近48.7%的学生的学习用品的月消费额在30元以下，44%的学生的月平均消费额在30至50元中，也有5.3%的学生的平均消费在50元至100元，也有2%的同学月月平均消费额达到了100元以上。在大学城这一群体中，虽然学生的月总消费在400至600这一档，但是其花费在学习用品方面还是占有一定的比率的。

由于大学城的大一、大二的学生占绝对的优势，其在学习用品的消费方面也颇为可观，另一方面从我的调查中也可以知道，有一大部分学生对学习用品的使用及其质量问题等方面的知识并没有深入的了解，认为便宜就好了。如果这部分人加深对学习用品的了解无疑会进一步扩大市场的需求。因此我可以断定，大学城学生的学习用品的市场需求是比较大，通过进一步的细分和开发则会有更加可观的经济利益。

从调查的结果可知，64.41%的学生会在蓝精灵买学习用品，25.42%的学生会在商场购买学习用品，另有10.7%的学生会在便利店购买。从这可得知，我们的最大竞争对手就是蓝精灵，而直接的竞争对手则是商场这样的学生用品店，便利店对我们的影响不是很大。

由以上需求以及竞争对手的分析，我不难发现，在大学城设学生学习用品专卖店最大的优势可以充分利用其所在的大一、大二的学生。 通过调查我发现，在选购学习用品时，64.4%的消费者首先会考虑其质量，25.4%的消费者会首先老驴品牌，分别有5.1%的消费者会首先考虑价格或者购买点的便利。由此，我们发现消费者对使用的学习用品还是非常看重其质量和品牌的，而对价格则不是非常敏感，对购买点是否便利的不关注则验证了多数消费者并没有在便利店选购学习用品的结论。作为专卖学习用品的专卖店，在质量、品牌的控制上显然能给消费者更直接的信任感，同时消费者对价格的不敏感则为专卖店专注品牌及价格提供了一定的可操作的空间。

作为一间学生学习用品的专卖店，在质量的控制上无疑是最重要的。要持久的保持产品的质量唯一的途径是有稳定的供应商。首先，在供应商的选择上应该注重对方的商业信誉，选择有良好的商业口碑的供应商;其次，也要加强完善合同约束，把一般的商业道德上升到法律保护的高度;最后，在学生学习用品专卖店的前期经营，由于未能有效的保证一定数量的客源，在对供应商的讨价还价的能力上必然是相对缺乏的。为了保证质量和服务，可以适当的以比同行业相对高的价格获得更高质量的产品，同时不把这部分成本转移到消费者身上。

当然，随着客源的稳定，对供应商讨价还价的能力会增强，从而可以在中后期慢慢控制货源质量和成本。

为有效的控制成本，我们还应当适当的减少导购人员的数量，把更多的资源投入到对导购人员的培训以及高质量的服务。减少导购人员的数量可以使消费者有适当的自由选址空间，当然要确保当消费者有任何疑问的时候都能得到满意的解答。

根据大学城现有的规划布局和对未来发展的倾向的推定，最终选在河南科技学院西门的北侧，挨着其邮政储蓄的地方。

总的来说，大学而成有传统的竞争优势，各种辅助性设施完善，人流量大。选址在此处，一定程度上降低了首次宣传的成本，对其在校学生来说也不是很远，也很便利。

在各个大学做贴广告，在大学广播站进行广播，在校外发宣传传单。

因此，在这种环境下，大学城学生学习用品专卖店是有利可图的。我相信这会是大学生创业的一个很好的机会，应该值得尝试。

**创业计划书学生餐饮篇六**

学院：法政学院

班级：社工122

姓名：李清华

学号：20121312070

就业创业，我做主

突然想起，暑期7月6日，中央电视台财经频道播出一期“cctv‘中国创业榜样’大型公益活动启动仪式”的晚会，活动组建了由柳传志、王健林、俞敏洪、张朝阳、董明珠、马蔚华、刘永好等商业领袖组成的“中国创业榜样导师团”，与其他社会力量一起，共同形成了帮助青年人就业创业的支持平台。新东方学校创始人俞敏洪、大连万达集团股份有限公司董事长王健林、联想控股有限公司总裁柳传志现场登台分别发表了激情演讲，为创业青年送上寄语，观看完毕，我也热血沸腾。

一、当代大学生要充分了解和把握就业形势

大学生的择业和创业应该适应时代的需求。既要追求自己的职业理想，更要符合社会的实际需求。因此充分了解和把握我们当前的就业形势是理想就业、奋发创业的重要条件。

万比2024年翻几番了，“大众化教育”取代了“精英教育”。大学生的就业高峰与社会的就业高峰重叠，大学生的就业压力开始凸显。

二、当代大学生要适应新时期对人才的新要求

青年就业需要树立职业理想。职业理想是人生对未来职业的向往和追求，帮助大学生树立坚定正确的职业理想是高校对大学生职业教育的切入点和核心内容。大学生的职业理想是他们人生职业实现的精神支柱，它对促进大学生在学业上奋发进取，顽强拼搏，弃而不舍地按照自己的职业需要充实完善自我，实现未来人生的职业目标有积极的促进作用。正确的职业理想。还有助于大学生在求职过程中正确处理国家、社会和个人之间的关系和合理地确立求职的期望值，自觉将国家需要与个人利益相结合。要使大学生的职业理想向正确的方向发展，必须用现代的科学理论来指导就业、择业和创业，使我们的人生观、价值观、世界观与职业观辩证的统一起来，让正确的职业理想成为大学生成人、成才、成业人生风范的不竭动力。作为一名高职学生，我们要找准自己的职业位置，立足根本，才能实现自己的目标。

青年就业需要更新观念。我国的就业结构性难题是突出的，不可能提供足够的适合大学生的就业岗位；而另一方面，随着高等教育由过去的精英型向大众化转变，大学生数量却呈几何倍数增长。两者相加就决定了我国现阶段的大学生须适当调整自己的就业期望。

青年就业需要才智。中国著名企业家，投资家，曾任联想控股有限公司董事长、联想集团有限公司董事局主席柳传志先生是一个创业的传奇。这个传奇的意义，不仅仅在于他领导联想由11个人20万元资金的小公司成长为中国最大的计算机公司，更重要的是，他以其亲身经历告诉青年人，创业成功所必需的要素其实并不多，但首先需要的是才能和智慧。面对就业或者创业，我们要在心灵上保持平静，不要浮躁。我认为大学生现在首要的任务仍然是努力学习专业知识，不断提高自己的专业知识水平。现在我们所学的可能以后不能直接用到，但是大部分工作时的后续课程都需要现在的知识。同时接受各种各样的知识，不断充实自己，丰富自己，提高自己的思想水平，使自己充满智慧不能被所谓的“大学学习的很多东西以后基本用不到”所迷惑。这样在你面对各种问题和诱惑的时候，才能有更高的领悟能力、辨别和判断能力，才能在就业或者创业时避免错误发生。

去寻找机会，增强自己的自信心，积极地面对就业多投一份简历，多参加一次面试，可能你离成功的距离就是这一步的距离。带着你的勇气，加油吧！

青年就业需要能力。众所周知的，现在的用人单位除了看基本知识水平的同时，对综合能力的注意有很大倾向。也就是说他们不再单单看文凭，很多时候要考虑应聘人的行政办事能力、人际关系处理能力以及是否取得其他职业资格证书等等。鉴于这种情况我们就不能单一的学习基本专业知识。要比较广泛的涉猎其他知识，例如，取得大学英语四六级证书、计算机等级证书。积极参加各种活动，努力拓展自己的见识和人际关系网。通过参加学生会和社团活动，培养一个良好的处理问题方式以及积极认真的工作态度，为以后的就业工作打下一个良好的基础。

青年就业需要制定职业计划。在提升自己知识水平，改变思想观念，增强自身能力的同时，大学生也需要制定职业计划，通过制定自己的职业计划来了解自己，也包括了解他人和了解社会。在制定计划中大学生需要经历几个实践环节；一是通过各种途径收集一些相关的信息来补充、完善自己制定的职业培养计划；二是在做计划时要评估目标实现的可能性，兼顾自己的能力，环境条件的限制，周围人对自己的期望；三是要预测在现实目标的过程中，可能出现的阻碍和如何逾越障碍特别是应鼓励学生利用业余时间参加一些临时性的工作，以获取更多的经验和社会信息。通过实践，让学生对自我有更全面的了解。

让我们一同努力，使自己塑造成一位掌握专业，能说会写，品德高尚，善与社会沟通的应用性人才切实认识到从学校人,单位人,社会人,职业人的角色的转变,把社会的职业需求和个人的职业理想,职业素质很好的结合起来。就业并不是一道迈不过去的坎，作为大学生的我们只要充分利用自身优势并不断完善自己，充满自信地在强手之中脱颖而出。就业创业之舰就要抛锚远航，让我们以勤奋做桨，坚强为帆，自信为舵，乘风破浪，驶向属于我们成功的彼岸！就业创业，我做主！

**创业计划书学生餐饮篇七**

拟定的业主主要是对青年提供免费的资讯服务及向自助旅行者这一特定客源市场提供的旅游导向服务，其体现在uchostelling(大学旅舍)网站上。

hostelling(大学旅舍)立足点在u&c（univercity&college）上，主要体现在hostelling（青年旅馆）上。随着国内大学旅行社的诞生发展及大学旅游热的兴起，如何将分散的大学旅游配套资源有秩序和组织的发展起来，形成一个大型的跨地域性的旅游服务体系，广泛为日益增多的高校旅行学子提供中转站服务，是许许多多大学生希望的，也是不少旅游企业机构正在考虑的。

hostelling

international(国际青年旅社)虽然已经进入了中国，并获得了一定成功，但其服务目前只集中在经济发达的珠江三角洲地区（广州、南海、珠海、肇庆、深圳），与大学生目前的旅行要求有很大的差距。在广大的旅游热点地区，类似青年旅社的服务是相当缺乏甚至没有，面对大学生这个庞大的旅游群体，近年来出现了旅游点高校接待等萌芽状况的大学生旅游服务中介，但其信誉始终难以稳定。

针对为数众多的大学生旅游者对旅游地区青年旅馆式服务的需求，uchostelling网站将通过网络形式，结合国内各地高校旅行社的建立情况，通过合作兼并（已建立相应旅游组织）和聘用兼职（尚未建立相应体系）等形式，在网上开展大学生领域的异地接应、当地导游和结伴同行等服务项目，以建立以高校为主要场所的流动性青年旅馆服务体系。

1、前端：

多位有旅游开发经验的业务联络人员及青年旅馆业务管理经验的人员，同时网站具备一支有经验的旅游信息采编队伍。

（1）----订票系统：为客户提供网上预订机票及其相关服务。

般班查询

机票预计

订单的查询与修改

退票

代理出票/退票/订单维护功能。

（2）----酒店系统：为需要在上查询和预订酒店的客户提供迅速，方便，可靠的在线服务。

客户登录

酒店查询

酒店预订

更改预订

取消预订

房源维护

库存预警

退款模块

（3）----旅游线路系统：为客户提供迅捷，方便，可靠的在线旅游信息服务和在线预订。

客户登录

信息查询

线路预订

更改预订

取消预订

旅行社管理和维护

（4）----支付系统：提供与各大商业银行安全的在线支付功能。

通过访问本网站，上网者可以看到丰富的旅游资料及专门为大学生设置的旅游导向，可联系到各种旅游帮助机构，如到达旅行目的地的途径、花费、时间、落脚点及到达目的地后的行程安排等等，从高校到高校，既可享受异地旅行的乐趣，又在食住行方面得到相对可靠的保证，既有朋友式的照顾，又以较实惠的价钱完成旅程。

一、市场介绍

1999年年末我国上网人数890万，根据不完全统计，目前我国网民已突破1000万，随着以大学生为主的校园网民的成长，中国互联网用户的数目急剧增加。

2024年3月份开始，在电子商务热潮下，旅游网站作为模式清晰的icp，其发展前景一度被广泛关注，国内几大旅游网站纷纷有所行动，达成合作意向。旅游网站以其不涉及配送和支付问题以电子商务为主要形式，一时成为投资热点。

但无论是华夏旅游网，中国旅游资讯网还是后起之秀的携程旅游网，他们都把业务重点放在旅游行业上面，重点放在飞机订票，酒店房间预约等传统旅游业务上，在个人自助游，学生背包游方面始终搞不起特色，所提供的服务作不到本质实处，表现在只介绍相关的旅游知识和由旅行社提供的路线及景点介绍，有关个人旅游的细节鲜见提及。在去年末异军突起的携程旅游网虽然在个人[fs:page]自助游方面搞出一定特色，但其定位仍带有传统自助游的影子，没有充分顾及大学生旅游阶层，其携程旅游方式对于在校的大学生仍存在难以操作的地方。

而另一方面，目前许多旅游网站号称网络旅游便宜、舒适，但熟悉旅行社业务的人都知道，通过网络购票、订房，很难达到旅行团队的人数规模，也即不可能享受到旅行社所得到的折扣，现时网络旅游的风光只不过是网站不惜血本的降价卖广告，不是长期生存的办法。根据一份调查，在整个旅游市场的大批散客当中，90以上原先就不通过旅行社出游，而在这批散客中的上网者，才是目前旅游网站真正争夺的目标顾客。从某种意义上说，传统旅行社和旅游网站说到底并没有正面交锋。目前国内旅游网站的发展主流只不过是旅行社的架构调整，同旅游网站的发展没有什么联系。网上旅游必须根据自己的特点走出自己的路向，做一些通互联网很容易可以实现的服务。

今年3月下旬，中国12个城市的代表在广东青年旅馆协会的组织下，商讨了国际青年旅馆在中国的推广计划，据称，几年内将有多家青年旅馆在全国不同城市开业。一种新的旅游格局处露端倪，中国为未来新的旅游精神做充分的硬件准备。

业务内容的受众只要是大学生（年轻人），但从长远来看，服务受众基数不断增加，年龄在30岁以下的网民都是我们可能的访问者。如果网站能顺利起步的话，开站半年内，通过假期前的服务项目宣传和u&chostelling（大学旅舍）理念的高校巡回show，同时加以一定的推广免费优惠，总访问人数可过数十万，一年后可达百万。同时中介服务业务也会随假期的到来进入正式起步发展阶段，网站浏览人数的增长与使用青年旅舍服务后的二次宣传将不断推广uchostelling。在网站浏览量的稳定情况下，广告收入也会不断上升。

hostelling理念的渗透率在高校学生中达到一定程度），再向北推进，划分东北、华北、西北、西南、华东、华中、华南及港澳台等区域，业务成熟将与国外同类机构合作开展中外hostelling业务合作，争取每个有高校的城市区域开设有uchostelling的服务机构。

hostelling（大学旅舍）成为以网络为交易方式，以大学为服务根基的跨地域性的青年旅社，规模最大的大学生（青年）旅游机构，成为大学生旅游者在城市之间的理想驿站。

hostelling（大学旅舍）理念和网站具体业务操作方式的推广上。与此同时，先与国内已建立的大学旅行社或有类似青年旅馆的机构进行业务联系，再在较为发达但未有相应机构的大中城市的大学开展业务建设。在此基础上，争取更大的投资。

第二步：在华南各大高校校园开展相关活动，并争取一期的服务使用者。一年内u&chostelling业务进入正常营运状态，并以此为基础，在非假期时间开发其他服务内容。

第三步：加大融资，扩大业务规模，并适当在业务集中城市（点）建立全权物业。

公司将与资金和技术较雄厚的网站、全国百强的旅游公司建立联盟，双方互补长短，共同发展。网站将和各大媒体单位建立合作关系。

**创业计划书学生餐饮篇八**

很多大学生都有一个创业的梦想，但是在实施之前一定要认真做好准备工作!不然风险很大!以下是大学生创业计划书范文3000字，供大家参考!

项目：

大学饮食联盟

创业人：

泰山学院信息科学技术系04计科 张波 朱国华 孙明洋 李波 鹿海波

创业项目缘由：

在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题,而质量却远远没有达到学生们的要求。

部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本企划就是根据这一点,为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

创业机构设置：

大学饮食联盟为总部，在高校通过考核招收大学毕业生并且签订一年工作合同培训后在所在高校设立高校饮食分部。

大学饮食联盟在各地适当选址建立蔬菜种植基地，水果种植基地以及牲畜养殖场，建立配送车队，为各高校分部统一生产配送蔬菜水果等食品原料。

并且和农业研究机构合作通过高科技不断提高所生产原料的质量，降低成本。

大学饮食联盟总部设立管理培训部门，各高校饮食分部在所在高校选择招收大四非考研大学生为管理人员，并送培训部门培训。

大学饮食联盟从厨师培训学校招收厨师进行适当培训后送各高校饮食分部担任厨师，同时各高校饮食分部自行招收学生或者社会下岗人员作为窗口服务员。

大学饮食联盟总部不定时到各高校进行质量抽查，保证大学饮食联盟提供服务保质保量。

创业细节：

1.大学饮食联盟的经因范围是特色食品，如鲁菜，川菜，粤菜等以及地方名吃，并且进行学生生源地调查，根据高校地理位置适当调整各菜系以及地方名吃的搭配，使来自不同地方的学生都能吃到适合自己口味的饭菜。

2.大学饮食联盟的经营理念是一切为了大学生吃的更好。

3.大学饮食联盟以提供助学岗位，交纳一定食堂租金为条件同各高校进行洽谈，为大学饮食联盟的发展壮大铺平道路。

食品原料由大学饮食联盟负责统一生产配送，在降低食品原料成本的同时保证食品原料的高质安全。

4.大学饮食联盟招收的管理人员为本校大四非考研学生，让深受大学饮食质量低下之苦的大学生监督员工的工作，切实保证大学饮食联盟所提供食品的安全与质量。

一、 公司情况简介

同创创业咨询公司引进哈佛大学商学院的教育思维模式，采用《赢在中国》语言咨询和商业实战形式，实行课堂教育、模拟实战、基地见习、导师帮带联动等方式，并结合中国的国情和中小企业生存环境，已经开发和形成一套较为全面、系统、实用、着眼于解决创业者所面临的种种问题的“商练培训营”。

除了传统的教育训练之外，还构建了一个商业的模拟环境，使想要创业的人能够在这里预热，提前感受到这种气氛，培养自己的创业意识。

理论与实际相结合，主讲与互动相结合，实战是我们对学员承诺。

旗下资深实战专家顾问团队提供全方位系列培训，一对一的现场诊断创业难题和企业难题，分享和完善经验，扩大未来老板们的人脉圈。

同时，我们也将以为各层各类企业、组织单位和政府的事业发展、管理改进和效率提升提供有实效的思想、知识和方案而努力，成为有传世意义的第一流综合性咨询公司为了成为原创性管理技术、投资技术和商学思想的策源地而努力奋斗。

二、 主要管理者情况

董事长、营销经理、人力资源经理、财务经理

一、 公司文化理念

同创作为一个专业为大学生提供创业培训咨询的公司，我们将坚持自己的理念。

取向：兼容并包、有容乃大!水的精神：(1、接纳八方来源，终成其大!不拒绝任何加盟的沙石和物障，反而是夹裹前行，壮大自己的力量，勇往直前!(2、无论何时何地，总是改变自己的形态不断寻找出路! (3、任何时候遇到阻挡，总是慢慢蓄积力量，最后加以冲破!(4、历经千里万里千难万险，始终不改变自己的本质和前行的动力!风范：专业、内敛、大气、深厚。

同时，我们也将勇于肩负起企业的社会责任，更多的投入到社会事业中。

为了社会和谐和中华民族复兴而努力。

大学生创业环境分析

大学生创业应该是有无限的机会、无比的困难、无量的回报。

但是创业环境对大学生创业具有十分重要的影响。

在大学生就业形势日益严峻的社会背景下采取有效措施，为大学生创业营造良好的环境，这对促进大学生创业并带动其就业具有十分重要的作用。

中国教育原本就缺乏创业教育。

中国学生不仅承担风险的经济能力很脆弱，而且承受挫折的心理素质也较差，这使得自主创业这条需要冒险的就业之路，少有人问津。

一、 大学生创业环境分析

现在大学生创业所面临的宏观环境和微观环境都十分的复杂。

所谓创业环境，实际上就是创业活动的舞台。

任何创业活动都是在一定的社会环境下进行的，在我们的大学生迈向社会进人创业阶段的时候，呈现在面前的就是一个巨大的时空舞台。

在这个舞台上，诸多事物和要素互动联系、碰撞，形成了一个面面俱到的现实环境系统，因此创业环境对大学生创业具有十分重要的影响。

在大学生就业形势日益严峻的社会背景下，采取有效措施，为大学生创业营造良好的环境，对促进大学生创业并带动其就业具有十分重要的作用。

(一)宏观环境分析

1)人口。

1950年，教育部实施高等学校院系调整，湖北高校数量从10所增至19所，居全国第三位。

武汉现有普通高校70余所，其中“211工程”高校7所，居全国前列。

2024年，武汉地区在校大学生达104.11万人，首次超过北京、上海，居全国各城市之首。

2024年，这一数据又有所增长，稳定了在校大学生数量居全国城市第一的位置。

2)政策法规环境

资金是大学生创业的第一难题，大学毕业生有的刚工作不久，有的甚至连工作都还没有，而大多数家庭又没有足够的实力来支持家中的孩子来创业。

其实不仅仅是大学生创业，这对于大多数想要创业的人来说都是很难跨过的一个难坎!甚至于很多想要创业的人在创业资金这第一道槛上就被挡住了。

国家对此出台了相关的大学生创业贷款政策，主要优惠政策内容有：

1、各国有商业银行、股份制银行、城市商业银行和有条件的城市信用社 要为自主创业的各大高校毕业生提供小额贷款。

在贷款过程中，简化程序，提供开户和结算便利，贷款额度在5万元左右。

2、贷款期限最长为两年，到期后确定需要延长贷款期限的，可以申请延期一次。

3、贷款利息按照中国人民银行公布的贷款利率确定，担保最高限额为担保基金的5倍，担保期限与贷款期限相同。

大学生创业贷款办理方法如下：

大学毕业生在毕业后两年内自主创业，需到创业实体所在地的当地工商部门办理营业执照 ，注册资金(本)在50万元以下的，可以允许分期到位，首期到位的资金不得低于注册资本的10%(出资额不得低于3万元)，1年内实际缴纳注册资本如追加至50%以上，余款可以在3年内分期到位。

如有创业大学生家庭成员的稳定收入或有效资产提供相应的联合担保，信誉良好、还款有保障的，在风险可控的基础上可以适当加大发放信用贷款，并可以享受优惠的低利率。

大学生自主创业第二个受到关注的地方在于税务方面的问题。

我国的赋税属于比较高的国家，而且税收项目比较多，除了企业必须要缴纳的国税、地税和所得税 以外，根据企业所从事的不同行业还会有一些其他的税需要缴纳。

国家在大学生创业优惠政策中对于税收方面作出了以下规定：

2、新成立的城镇劳动就业服务企业 (国家\*的行业除外)，当年安置待业人员(含已办理失业登记的高校毕业生，下同)超过企业从业人员总数60%的，经相关主管税务机关 批准，可免纳所得税3年。

劳动就业服务企业免税期满后，当年新安置待业人员占企业原从业人员总数30%以上的，经相关主管税务机关批准，可减半缴纳所得税 2年。

除此之外，具体不同的行业还有不同的税务优惠：

1、大学毕业生创业新办咨询业、信息业、技术服务业的企业或经营单位，提交申请经税务部门批准后，可免征企业所得税两年。

2、大学毕业生创业新办从事交通运输、邮电通讯的企业或经营单位，提交申请经税务部门批准后，第一年免征企业所得税，第二年减半。

3、大学毕业生创业新办从事公用事业、商业、物资业、对外贸易业、旅游业、物流业、仓储业、居民服务业、饮食业、教育文化事业、卫生事业的企业或经营单位，提交申请经税务部门批准后，可免征企业所得税一年。

有了众多免税的创业优惠政策扶持，相信广大自主创业的大学毕业生，在创业初期就能省下大量资金用于企业运作。

毕业生根本不知道有这一优惠政策。

这方面的优惠政策：

1、 员工聘请和培训享受减免费优惠。

对大学毕业生自主创办的企业，自当地工商部门批准其经营之日起1年内，可以在政府人事、劳动保障行政部门所属的人才中介服务机构和公共职业介绍机构的网站免费查询人才、劳动力供求信息，免费发布招聘广告等。

这一点有助于在创业初期获得相关行业所需求的人才资源。

能够帮助自主创业的大学毕业生以最低代价，更容易地获取所需专业人才。

2、 参加政府人事、劳动保障行政部门所属的人才中介服务机构和公共职业介绍机构举办的人才集市或人才、劳务交流活动时可给予适当减免交费;政府人事部门所属的人才中介服务机构免费为创办企业的毕业生、优惠为创办企业的员工提供一次培训、测评服务。

以上大学生创业优惠政策是为了鼓励大学生自主创业，国家针对全国所有自主创业的大学生所制定的。

另外，各地政府为了扶持当地大学生创业，也出台了相关的政策法规，而且因为更有针对性，所以更加细化，更贴近实际。

3)市场经济环境

2024年，一场金融危机席卷全球，让原本平稳的市场经济环境遭遇寒冬。

各个行业迅速下滑，失业率大幅上升，各种经济恐惧数值蔓延在我们的周围。

在这样的大形势下，武汉市提出了“全民创业”，让武汉的整体创业氛围更浓厚了。

但是，在这个大动作中，武汉市在相应的制度安排上也应该加强与完善。

这具体包括：

第一，为大学生创业者提供相关支持，包括市场准入、注册审批、行政管理、信息咨询和公共服务等，以保证创业活动顺利进行。

第二，建立面向大学生创业者的金融支持系统，例如小额贷款等。

第三，为大学生创业者提供社会保障。

要使大学生创业精神高涨，必须建立健全社会保障机制，为大学生创业者解除后顾之忧。

第四，健全创业退出机制。

进入机制重要，退出机制同样重要。

4)创业教育环境

武汉市高校在政府倡导“全民创业”的背景下，纷纷着手进行大学生的创业教育，但创业教育的发展成熟度和系统性水平不一。

通过抽样走访武汉市五大高校的毕业指导中心，对武汉市的高校创业教育现状进行调查，发现各学校的创业指导工作，存在比较明显的差异。

但目前来看，大部分高校的创业指导中心正在创建与完善中，还有一部分高校的创业指导尚处在筹划阶段。

这些状况反映出创业教育在许多高校还处于萌芽状态，基本属于“业余教育”，没有引起学校相关部门的重视，折射出国内创业教育的缺失。

创业意识需要从小培养，而学校在这方面起到不可估量的作用，开设形式多样的创业教育也就迫在眉睫。

然而，在就业形势越来越严峻的情况下，我国高等教育除了开展创业教育外，还应尽快转变观念，从过去的被动性就业教育转变到开拓性创业教育，大力培养学生的自主创业意识与能力，从而有效地改变毕业生就业困难的被动局面。

5)社会舆论环境

从1999年7月李玲玲领到了中国大学生创业风险金成为中国大学生创业第一人，到如今政府呼吁“全民创业”，武汉一直就和“大学生创业”联系在了一起。

政府和学校也在积极引导大学生正确创业，着力营造鼓励创新、允许失败的宽松环境，既鼓励、赞赏成功，更关注、体谅失败，不以成败论英雄，对大学生创业者做出的努力和创业精神都予以积极的肯定和尊重。

舆论环境整体而言比较理想。

大众媒体在大学生创业过程中也起着重要的作用。

大众媒体是大学生取得信息的重要媒介，大众媒体应该从事实出发，不要过分夸大创业中的成功事例，应尽量客观、全面地向大学生提供创业的知识和信息，使大学生创业尽快走向理性化，减少不必要的损失。

这样一来，才能形成大学生创业者与舆论环境之间的双向良性互动。

创业环境得到了优化，社会鼓励大学生创业与大学生渴望创业成功之间也就找到了更加合理的契合点。

(二)微观环境分析

在大学生创业的微观环境主要就是自己的`创业流程的一个详细的分析，具体如下：

1.制定计划书。

比如，要在市区开一个卖牛仔裤的店，开店之前要制定一份计划书。

制定营销计划时要将各个环节相互联系构成一个完整的内部环境，各个环节的分工是否科学，协作是否和谐，目标是否一致，都会影响营销决策和营销方案的实施。

2.顾客。

顾客群的不同直接影响价格的定位，所以人流量是在创业前最看重的一点。

而我们这次创业培训的主要对象就是大学生。

3.店址。

大多数学生选店址会选一些比较熟悉的环境。

如将店址选在大学附近，或者是交通比较便利的地区。

而这次的培训以大学生为顾客群，培训中心也将以大学周边地区为主。

在公司成熟后，将在一些商业区建立主要针对社会人员的创业培训。

4.产品价格定位。

大学生的产品一开始没有经验也没有固定顾客，要吸引顾客就只有将产品的定价降低，比别人获得更多的竞争力。

而创业培训则需要依据公司的实力，定价也主要是依据公司的培训实力。

但大学生并没有太强的经济实力，所以，定价需要适中。

二、 大学生创业环境swot分析

2024年，我国高校应届毕业生大约630万人，加上历年未就业的大学生。

需就业的大学生接近千万，再创历史新高。

面对如此困境，大学生自主创业将成为重要的就业形式。

因此.有必要利用swot方法对我国大学生创业的环境进行综合的分析，找出制约创业成功的问题所在。

l 大学生创业的优势

(1)当代大学生自主创业意识较强，对创业有着浓厚的兴趣，渴望成功，充满生命活力，有创业的激情和梦想。

(2)大学生想通过创业展示自我生命的价值和才能，为社会和自己创造财富。

(3)当代大学生有较好的文化素养和创业潜能，他们往往在人际交往、协调沟通、想象空间、运动空间、团队合作、组织管理、敢想敢干等方面表现出较强的才华和活力，在非智力因素和创业心理素质方面有较大的优势。

l 大学生创业的劣势

(1)大学生创业的积极主动性不够。

很多大学生都是在找不到合适的工作前提下，才会去考虑创业。

(2)当代地方高校大学生对自己的创业能力缺乏客观的评价，在心理上对创业的难度准备不足，很多学生都带有急功近利的思想，总是希望自己能通过创业快速发财，缺乏长期创业心理准备，对在创业过程种要遇到的风险和困难预计不足。

(3)地方高校有不少大学生形成了个体学习的智障，成为创业行动的绊脚石。

(4)不少地方高校大学生对创业有心理障碍。

主要表现在：怕苦怕累。

怕竞争，不愿从基层干起，在做人做事方面欠缺等方面。

害怕失败，怕出差错。

怕丢脸，死要面子，对自己缺乏自信，低估自己。

不敢接受挑战，不敢尝试冒险。

总担心自己不行;缺乏敏感度，事事漠不关心。

不善观察和思考。

l 大学生创业的机会

(1)具备一定的创业环境和条件。

国家的相关法律制度和政策逐步健全和完善，为大学生创业提供了法律制度保障。

大量的基础服务机构和设施如电力、通信、交通、金融、保险等条件也得到改善并逐步完备，为自主创业提供了较好的环境和条件。

(2)高校的支持。

为解决大学生就业难的问题，各高校及其就业指导部门也作了大量的工作。

如开设大学生创业选修课。

邀请创业成功人士谈创业经历，让大学生掌握创业的基本政策和知识;开展大学生创业策划大赛。

创业论坛等活动，培养学生创业兴趣，在实践中锻炼学生的创业能力。

l 大学生创业的威胁

(1)越来越大的创业竞争压力。

大学生创业，可能会面临同学、校友的竞争，传统从业者的竞争。

来自大陆以外地区和国家大学生的创业竞争，尤其是港、澳、台地区的大学生的竞争。

(2)大学开设的创业教育课程少，也缺乏对大学生创业能力的训练，造成大学生自主创业缺乏相关的氛围和环境。

(3)经济危机的威胁。

在这种全球经济衰退的大环境下，社会创业政策保障不力、创业环境不善也是—个不容忽视的原因。

(4)从家庭来看。

很多家长要求自己的孩子有一份安稳的工作，而不要一进社会就承担太大的风险。

这种潜在的对创业不信任的社会心理对想创业的大学生来说无疑是一种巨大的心理压力。

现在大学生创业是一种趋势，虽然有优势和机遇但同时也存在劣势和威胁。

大学生在创业的同时要根据自己的特点，抓住机遇发挥优势，要找出具体的不足，制定方案解决威胁与困难，从而实现自己的人生目标。

市场分析

很多大学生认为“创业”本身就是一种职业，在就业高峰，给自己一片更广阔的天地。

很多人还认为在今后的社会中，自主创业的人会越来越多，甚至成为就业的主流，成为大学生毕业后就业的首选。

自己认为实现自我价值是证明自己的最好途径。

一些自我意识很强的学生，不愿意庸庸碌碌，选择自主创业是为了通过这一途径来证明自己的能力。

在一些单位由于制度的约束，无法按照自己的想法来做事，创业可以有一个空间来发挥，来实现自我价值，得到社会的认可。

处于“经济”的社会——经济原因也是大学生选择自主创业的一个重要原因。

因此，大学生创业培训也就成为了一个新兴的市场，同创也将会尽快在这个市场上站稳脚跟，成为大学生创业培训的领导者。

一、大学生消费心理特点

大学生的自我意识已相当成熟，有自我的价值判断，因而受电视广告等媒体的影响相对较少。

网络信息渠道的畅通，为大学生自主消费提供了必要的物质基础。

多数大学生主动通过同学，家庭，及网络等获得所需商品的信息。

大学生敢于创新，思想活跃，有多元的价值目标，同时拥有科学知识，极强的好奇心和敏感性，较强的学习能力，勇于尝试和探索，因此对新产品有较高的敏感度。

然而因心理的不完全成熟，消费经验和技巧的缺乏，大学生容易进入从众消费冲动消费等误区。

l 情感过程

在消费者对商品或劳务的认识过程中，产生的满意或不满意，高兴或不高兴的心理体验，构成有特色的对商品或劳务的感情色彩。

大学生充满激情，热情奔放，道德感也比较完善，拥有较高的审美观。

感情力大大增强，但自制力仍薄弱。

多数大学生能理性地思考和行动，调节自己的冲动，理性地消费。

但心理的不完全成熟，自制力不强，易受情绪和外界的干扰，冲动性和情绪性消费依然存在。

年龄的增长，眼界的扩大，知识经验的丰富和思维水平的提高，自我情感体验多样性。

感情和理智，冲动和克制并存的状态，在特殊的环境下，易于感情冲动，在购买商品时，受商品式样和他人的影响，跟着感觉走。

l 意志过程

消费者在购买活动中有目的，自觉地支配和调节自己的行动，努力克服各种困难，从而实现既定购买目的过程，既有计划地实施购买决策过程，大学生心理发展期，意志尚未定型，果断性品质有较大的发展，但缺乏恒心和毅力。

大学生能根据自己的需求出发，根据自己的支付水平和商品供应情况。

自觉性提高，但惰性存在。

二、大学生消费行为特点

在社会生活中，大学生是个很特殊的群体。

一方面，他们离开亲人，有的人甚至千里迢迢地来到自己理想的大学继续深造、增长才干，过着相对独立的生活;另一方面，他们消费的经济来源主要来自家庭，家庭收入越高，对学生的供给越多。

目前大学生的消费来源仍以家庭供给为主。

(一)独特性

大学生处于消费成长期到成熟期的过渡时期，一方面表现得求新求异、富有好奇心，对外界新事物的接受能力特别强。

于是在社会许多新颖玩意的吸引下，“试一试”的想法成了这种心理的源泉。

因此他们往往走在了朝流的前列，同时又追求个性，喜欢做把自己打扮得与众不同，或是购买一些与众不同的物品，以求引人注意,达到一种自我满足的效果。

(二)兴趣性

目前许多年轻人都是“追星族”，大学生也是如此。

于是，他们便把生活费的一部分用在购置自己偶像的磁带或cd上,画报，娱乐报，还有一些专业杂志等和明星有关的东西。

另外还有上网，其实每个大学生都会有这样一笔开支，只是或多或少。

总的来说，大学生容易在自己喜欢的事情上花钱，主要消费对象与自己的兴趣爱好有关。

(三)时尚性

有人说，大学校园是最时尚的地方。

他们总喜欢时尚消费，比如旅游、电脑、和手机消费，再次是发型、服装、饰物、生活用品，大学校园中都不乏追“新”族。

特别是女生们的服饰，不要很多钱，但是搭配很现代、很时尚。

她们在选购服饰的时候，大部分学生都想花不是很多的钱，去购买那些有一定知名度品牌的衣服，结果呢，实在是喜欢，一狠心，花一个不低的价格把它给买下来了，过后却难过好几天，在选购其它东西的时候也是一样的。

男孩子就有些区别了，他们一般是准备已久，根据手头情况去购买相对较高档次的品牌，也不会太计较已花掉的钱。

由此可总结出两句话，男生少购买，大品牌，强出手;女生多出动，中品牌，软上手。

(四)从众性

不同的校园环境也会有不同的消费习惯，这跟校园内的氛围有关。

如某人搞了一个发型，大家觉得不错，在理发的时候也就自然会想到那种效果。

其它还包括穿着消费，运动消费等，都有一定的从众性，但也要注意各校的差异性。

(五)攀比性

身在周围都是同龄人的环境中，加之有不少学生的家境不错，特别容易出现攀比的风气。

这便使许多人产生了“别人有什么，我也要有什么”的想法，别人去那家高档餐馆吃饭，我也就想去，再加上时下的某些时尚主题，促进了这种心理的形成，跟进了流行大军。

明显的主要有，购买一些流行产品及吃喝玩乐方面，而这样的东西一般又比较花钱，但有的同学就把它当作一种身份的体现，愿花很大的代价来购买它。

(六)礼节性

在大学里，礼尚往来是很重要的消费力，今天你过生日，我得送礼给你，你请我吃饭。

明天轮到我过生日或是有什么喜事，你又得大手笔的还我，还有的是一帮学生，某天某个人请大家吃饭，或是消费什么，隔几天另一个人觉得自己要还礼，又是一帮人出来消费，结果是一个接着一个，并不断循环，这样极大地扩大了消费的量。

(七)盲目性

这种心理特点的形成是基于前面几种心理的，且从众性心理起了主导作用。

另外，受许多商家看准学生的这种消费心理而推出许多商品之类因素的影响，导致大学生消费的无的放失。

比如：某歌星推出一张新专辑，某运动品牌有新的款式上市，不用很长时间，便会“你有我有全都有”。

其实所买的商品是否实用,或是否有使用价值，在购买时学生不一定会去多考虑。

“见好就买”似乎已经成了当代大学生消费的重要特征。

(八)冲动性

大学生消费也具有年轻人所共有的特点，即在购买物品时，有时候容易产生冲动购买，例如他们容易受广告促销的影响，明明本身就没打算过要购买这种产品，但当时推销员说得很好，或是看到广告很有吸引力，而突发其想地要购买，结果买后又后悔了。

(九)围绕女生性

男大学生的消费一大部分是用于交往，而更多的是用于和女生交往的，也就是男生和女生在一起就特容易花钱，细心的人不难发现，一些酒吧、中档餐馆及一些公共消费的地方，绝大多数都是男女生共同消费，而且在这个时候，男生一般都不太在乎花多少钱，只要高兴就好，所以消费完以后，皆大欢喜。

而同种性别的人在一起就不一样了，特别是女生，可能会少于平时的消费量。

(十)无计划性

相信念过大学的人，都知道当代大学生是最会哭穷的，不管他是否很有钱，但还是总叫说没钱，每当到了月末，或是学期结束的时候，有的甚至在开学一半，就开始叫着没饭吃了。

其实他们都是很有钱的人，一开始的时候总认为自己有很多钱，有些东西看起来也不是要很多钱，又好像很实用，结果见到好的东西就是想购买，后来打开钱包才发现，原来钱这么不经花。

当意识到要节省的时候，钱也就快差不多了。

因此他们也就开始大喊穷了，殊不知是当初自己用钱没计划好。

这是许多有钱大学生们的一个通病。

三、大学生购买特点

1.消费倾向多元化：走出学校面向社会，努力跟上并适应外边世界步伐已成为大多学子的目标。

旅游、电脑、手机等已成为大学生消费的热点。

网络调查表明，被问及在经济条件许可时最想做的事情是什么，60%以上的人选择旅游，其次是买电脑。

2.消费方式在理性指导下实用与前卫并存：从本次调查数据的资料中可以看出，无论是大学生基本生活费中的衣食住行还是人际交往以及旅游、购买手机的动机，都带有浓厚的实用色彩。

3.尽管讲牌子摆阔气等社会风气已不可避免地浸染了校园，致使部分大学生受到影响。

越来越多学生、甚至有部分贫困生加入高消费行列，购买昂贵的mp3、电脑、手机等用品，这种趋势在一定程度上有所蔓延。

4.消费差异巨大：校园中贫困生人数的增加使高校学生消费差距明显增大。

很多消费水平很低，甚至连基本的生活费都难以保证。

附件：

大学生创业调查问卷

亲爱的同学们：

您好!为了更好地了解大学生创业的想法，以及收集大学生在创业过程中遇到的实际问题，我们特此做如下调查，希望您可以认真填写。

同时非常感谢您在百忙中填写这份问卷!

1、 您的性别是

a、男 b、女

2、您现在读大几了?

a、大一 b、大二 c、大三 d、大四

3、您在大学里或是大学毕业后是否打算过自己创业

a、完全没有 b、有，但没有尝试过c、有，而且尝试过

4、您对大学生创业的看法是

a、赞同 ，是实现理想的一个途径

b、反对，因为存在很多风险

c、创业要理性

5、您认为大学生创业需要具备哪些素质

a、强烈的挑战精神 b、出色的沟通和交际能力

c、较好的专业知识 d、管理及领导艺术

6、您对创业的政策了解吗

a、熟悉 b、比较熟悉 c、了解一点 d、一点不知

7、您认为当前大学生创业的社会环境怎么样

a、很好 b、一般 c、较差

8、您认为您所学的专业创业前景大吗

a、有 b、不大 c、基本没有 d、不清楚

9、您认为大学生创业的吸引人的原因是

a、对金钱和自由的渴望b、能使个人获得成长和发展

c、最大限度的实现自我 d、挑战自己的能力 e、提升社会地位

10、你认为大学生在创业的过程中最大的障碍是什么

a、家庭的经济条件 b、专业技术知识及个人能力

c、社会关系 d、学校提供的鼓励和支持

11、您对自己的就业前景是一种什么感觉

a、自信 b、迷惘 c、有压力 d、赌一把

12、当您在创业过程中发现资金不足等财务问题时你会

a、向政府申请资金 b、向银行贷款

c、向亲朋好友借钱 d、自己积累

13、您认为大学生创业最需要的是什么

a、个人或团队研究成果或专利

b、个人强烈的价值观志向

c、大学生创业基金支持

d、学校提供的各类创业培育和服务

e、得到社会化的管理和服务

产品及价格策略

创业培训在行业划分中属于服务业，并且它与其他服务业产品有着相似的特点，它们都没有实质的产品，以提供服务为主。

而培训行业的培训产品都有着相似性。

在企业成立初期，不可能推出太多的产品，这样就会带来很大的成本。

所以，本公司将推出创业培训的核心课程系列。

品牌也将都以同创命名，借以迅速提升知名度。

l 选择及预测培训：

比尔盖茨根据社会的趋势和自己的远见，成立了自己的第一家软件公司，并成为世界首富。

因此谁提前预测了发展趋势，预先站了位，谁就占领了制高点。

姚明不是奥运冠军，可是姚明的收入却比许多奥运冠军的收入还高。

为什么?

因为他的行业是篮球，篮球的市场比较大。

这一点就足以证明：不是每个行业赚的钱都一样多。

预测大趋势，就能找到大商机;预测小趋势，只能找到小商机。

商机有方法，创业有思路。

本课程将介绍21世纪的主要商业趋势和各种产业趋势。

根据这些趋势去做相应的企业，成功的可能性就更高。

创业者(老板)抓住趋势，就像坐上云霄飞车一样成就创业者百万，千万，亿万的梦想。

价格：458元。

定价方法：随行就市定价法。

市面上同类型的公司该项目培训产品的价位差不多都在400元上下，本公司由于刚成立不久，不适宜把价格定的过高或者过低，因此选择随行就市定价法，制定和同行业差不多的价格是比较合理的。

l 产品宣传培训

把一条狗每天放在电视上播，时间长了，狗也变成名狗了;同理，把产品经常放在媒体上不停地播，默默无闻的产品也变成名牌了。

因此在过去，广告商要找顾客，是大海捞针式的，必须大笔大笔投入广告费给媒体。

中央电视台的广告一秒钟就闪5万，闪5秒就是几十万，你的荷包够闪吗?你在十万本杂志里刊登了十万页广告，看到的潜在顾客是200～300人，最后成交的只有20人。

因此，传统媒体是大企业主的游戏，问题是我们是刚创业的小公司，根本没有足够的经费呀? 如果有更精准的广告，只让这200人看到或者说20人看到的广告，这样的广告成本就不会被大量浪费，而且还只花很少的钱，甚至不花钱。

本课程将会告诉你们如何做这样精准的广告。

如何不花钱或者花很少的钱，而使这一条“狗”变成名“狗”呢?

价格：500元。

定价方法：目标收益定价法。

该子产品的实际成本并不高，目的在于培训学员敏锐的洞察力，发现好的宣传机会与方法。

教材，实训，老师，人工费等都不算高昂，对该产品本公司有一定的预期目标收益。

l 营销培训

“统一”老板高清愿说：“技术到处都有，只要花钱就能买到;我会做，你会做，大家都会做，问题是怎么卖出去;因此谁会卖，谁的事业就会成功。

定价：300元。

定价方法：成本加成定价法。

营销培训项目为本公司的拳头产品，我们会请国内最优秀，最有知名度的营销大师前来教学。

相应的培训成本会比较高昂，为保证正常的收益，因此必须采取一定的成本加成定价。

根据当时的市场行情，制定该产品价格。

l 品牌策划培训

同样的产品，贴不贴品牌的标签对消费者而言完全不用。

同样的一双鞋，贴上耐克一个勾，立即身价数百，不但价格完全不一样，而且大受欢迎;如果没有耐克的标志，几十元市场也许也无人问津。

在国内市场上，一千多元一套西服已经相当不错了，可是贴上“皮尔?卡丹”的品牌，同样的质量，就变成七八千上万元了。

河北保定某企业生产的老板杯，自己卖不到10块钱，可日本企业贴上自己品牌后，一转手卖40多块，并且又卖回我们中国。

为什么会出现这样的结果呢?是因为这些品牌具有很大的优势。

本课程将会告诉你打造起这样的品牌。

价格：568元。

定价方法：心理定价与尾数定价。

该产品实际利润较多，主要利用人们日常的追求吉利的心理，期望在打造的自己公司品牌的时候图个吉利，因此制定该价格。

l 商业运营培训

2024年胡润富豪排行榜：排名第一的是国美老板黄光裕，只有35岁，排名第二是做网络游戏的陈天桥，只有31岁，排名第七的是网易丁磊，只有33岁。

这些年轻人凭借一个优秀的商业模式，加上海外的资本，一夜之间创造的财富，是过去搞制造业的老板几十年的总财富。

定价：800元整。

定价方法：认知价值定价法。

该产品是本公司价格最为昂贵的一项培训产品，关键在于我们对其赋予的附加价值以及在人们心中的认知度与认同度。

我们会与国内出名的商学院合作，所针对招收的学员也以商界精英为主，是积累人脉，创建关系网的绝佳场所。

在人们心中的认知价值高，因此制定该价格。

虽然说，低廉的价格是创业初期很多公司的价格战略。

但是，作为培训行业，过低的价格反而会让消费者质疑培训的质量。

我们的主要消费对象是在校大学生，因此必须有合适的价格可以相信我们的实力，同时，又不会对高价望而却步。

通过几天的培训，学员的收获：

1、可以找到赚钱的商机;

2、可以让学员撰写专业商业计划书，为企业做好融资的准备，尤其吸引风险投资;

3、能够认识专家、学者、企业家、成功商人;

4、可以结交上百位创业朋友，现场建立创业者关系网，扩大创业人脉。

渠道策略

渠道通常指水渠、沟渠，是水流的通道。

但现被引入到商业领域，引申意为商品销售路线，是商品的流通路线，所指为厂家的商品通向一定的社会网络或代理商而卖向不同的区域，以达到销售的目的。

故而渠道又称网络。

渠道有长渠道与短渠道之分。

选择合适的渠道，将可以更快的将产品送到消费者的手中。

一、分销渠道长度结构

1、直接分销渠道

直接分销渠道又叫零级渠道。

是指生产企业不通过中间商换届，直接将产品销售给目标客户或者消费者。

我们公司的产品主要是针对在校大学生的创业培训，所以，公司也将会在初期，直接同高校联系，省去中间的学校代理环节，降低成本。

2、间接分销渠道

间接分销渠道是相对于直接分销渠道而言的。

是指制造商对产品的分校是在分销商和营销中介机构下实现的。

随着市场的开放和流通领域的多样化发展，间接分销渠道已经成为主要的销售方式。

我们公司在发展到一定规模后，当在社会上取得一定的知名度后，将会在各个高校中招聘校园代理，对公司的培训业务进行宣传。

同时，与校方联系，定期举行一些大学生创业培训讲座。

二、 分销渠道的宽度结构

根据每一渠道层次里使用的分销商数量的多少，营销渠道又可以划分为宽渠道和窄渠道。

宽渠道就是企业使用的同类中问商数量多，产品在市场上的分销面广。

反之，就是窄渠道。

通常，营销渠道的宽窄是相对而言的。

受产品性质、市场特征和企业营销战略等因素的影响，营销渠道的宽度结构大致有三种类型：

1)密集分销策略

密集型渠道是制造商通过尽可能多的批发商、零售商、经销其产品所形成的渠道。

密集性渠道能扩大市场覆盖面，使众多的消费者随时随地买到产品。

日用消费品由于目标消费者分布广，因此多采用密集分销策略。

作为培训公司，我们的主要消费者是大学生，就需要在一些比较大的学校选择代理。

而对于其周边的小一些的高校，可以适当的选择优秀学生作为代理，或者之间依托大型高校进行辐射。

2)选择分销策略

即制造商在特定的市场内有选择地直接动用一部分分销商销售自己的产品，选择分销策略是企业对市场的控制较强、成本较低，即可获得适当的市场覆盖面，又保留了渠道成员的竞争，防止分销商的懒惰。

但分销商之间易发冲突。

3)独家分销策略

即制造商在一定的地区、时间只选择一家分销商销售自己的产品。

一般是高价晶和特色商品。

他的优点是对渠道的控制力强，其渠道成本低;缺点是渠道内缺乏竞争，市场覆盖面小。

三、 分销渠道的广度

此外，依据企业使用渠道的广度还可以将营销渠道划分为单渠道和多渠道。

单渠道是指企业选择的销售渠道单一，或者由经销商包销，或者完全由自己直接销售。

多渠道则是指企业选择多种销售渠道的组合，即可以采取直接渠道与间接渠道组合，又可以采取多级渠道组合等等。

多渠道可扩大产品的市场覆盖面、降低渠道成本和更好地适应顾客要求。

我们公司将选取多渠道的销售方式。

广告策划书

前言

同创公司是一家新成立的培训公司，公司致力于促进大学生创业的工作。

公司的愿景是： 全程辅导式增值培训和咨询式培训将帮助每一个有着创业之心的大学生开创自己的一片天地。

公司的使命是：不断造就大学生自我学习能力，以专业的水准满足个人创业能力培训需求与目标。

以卓越的服务，满足客户的期望。

为了实现扩大武汉市场的知名度和培训市场的占有率特进行此次广告策划。

产品分析

国际金融危机对我国就业的不利影响还没有消除，如果说2024年是我国经济最困难的一年，2024年可能是最复杂的一年，整个宏观层面就业形势就很严峻。

那么，2024年的毕业生人数650万，再加上往届没有实现就业的，需要就业的毕业生数量之大可想而知。

注重大学生的专业知识和职业技能培训，帮助大学生尽快就业，适应社会需要。

同创公司根据创业需要所提供的6大产品系列，将会充分的满足每一个有着创业想法的大学生。

并帮助他们成就自己的一片天地。

销售分析

武汉所拥有的各类高校数量位居全国前列，并且有着全国最多的大学生。

这次的广告投放也主要集中在武大，华科，华师几所全国知名高校以及黄家湖，大花岭等几所大学城。

这样，可以充分利用上述地区的大学生，扩大同创公司的知名度。

并借助这些大学和大学城建立培训中心和招聘校园代理，最大程度的扩大消费群体。

广告目标

这次的推广广告活动为期3年，将在3年内让80%以上的武汉大学生知道同创的品牌，并占领25%的武汉大学生培训市场份额。

争取能够在这段时间，通过创业大赛等方式推出几位“创业之星”。

广告定位

有创业需求的广大在校大学生

往届大学生

希望得到创业相关知识的大学生

媒体战略

2 媒体选择

这次广告活动的时间较长，将以使用公交车身广告，公交候车厅广告为主，辅助传单，电视媒体相结合的方式进行广告推广。

2 媒介使用地区及方式

在上述大学和大学城附近将选择12条主要公交线路;并在其附近选择2处公交站台进行宣传;定期向所选大学和大学城发放同创创业培训的广告宣传单并附送精美公司简介书签;对武汉公共频道《创业访谈》栏目进行赞助，并合作推出同创公司及所组织的创业竞赛的相关访谈系列。

广告创意及构思

以争创“江城创业之星”为主题，开展一次武汉大学生创业大赛，借此宣传同创。

并在活动初期对所有参赛选手进行创业只是培训，培训全程将在同创各个培训中心开展。

活动全程将进行直播，并在随后与《创业访谈》的节目进行探讨，完善同创的系列访谈。

活动前期，使用公交广告和传单进行宣传;传单的赠品以介绍创业小知识的书签为主

活动中期，以《创业论坛》的访谈节目为主。

广告预算

u 公交车体广告及站台广告(208万元)

一共选择12条线路，每辆车的全车身广告媒体费8000元/辆，制作费为6500元/辆。

每条线路选择10辆公交车，从武汉选择20个比较大的高校，每个高校附近设置2个公交站台候车厅广告板，合计20个公交站台广告板。

公交车站台候车厅广告板：8500元/块(媒体费+制作费)

合计：10\*12\*(8000+6500)+20\*2\*8500=208(万元)

u 传单及赠品(10万元)

u 《创业访谈》栏目(50万元)

u 机动费用(10万元)

促销策略

销策略是指企业如何通过人员推销、广告、公共关系和营业推广等各种促销方式，向消费者或用户传递产品信息，引起他们的注意和兴趣，激发他们的购买欲望和购买行为，以达到扩大销售的目的。

企业将合适的产品，在适当地点、以适当的价格出售的信息传递到目标市场，一般是通过两种方式：一是人员推销，即推销员和顾客面对面地进行推销;另一种是非人员推销，即通过大众传播媒介在同一时间向大量顾客传递信息，主要包括广告、公共关系和营业推广等多种方式。

这两种推销方式各有利弊，起着相互补充的作用。

此外，目录、通告、赠品、店标、陈列、示范、展销等也都属于促销策略范围。

一个好的促销策略，往往能起到多方面作用，如提供信息情况，及时引导采购;激发购买欲望，扩大产品需求;突出产品特点，建立产品形象;维持市场份额，巩固市场地位等等。

前期策略

借用大量的广告宣传，提升同创公司的知名度。

为中期公司与武汉其他大型培训机构合作，进行中期的“创业大赛”活动提供支持。

具体依据广告策划书的前期，通过公交车身广告、站台广告和校园传单的方式推动同创公司的此次“创业大赛”，在校园中起到造势的目的。

在形成一定的影响力后，派出公司代表开始与武汉其他培训机构和电视台商讨合作事宜。

前期以宣传公司自身为主。

中期策略

在取得合作伙伴后，开始在前期的宣传基础上，进行“创业大赛”的宣传，并在显著位置表明合作伙伴。

提升活动的知名度和可信度，吸引大量大学生参加大赛。

校园的传单宣传也转向大赛活动的介绍，让更多的大学生参加到活动中。

大赛初期的准备也将在这一阶段进行。

同创将为每一个参赛选手进行为期2个月的创业知识培训。

同时，网络媒体和电视媒体开始介入宣传。

后期策略

“创业大赛”将在这一阶段隆重举行。

促销宣传将转移到大赛的活动本身，大赛将进行全程跟踪报道。

推出像“赢在中国”类似的电视节目，并邀请商界的知名人士担任现场评委。

在大赛结束后，则以大赛中产生的“创业之星”为企业的形象代言，升入校园进行宣传讲座。

大学生创业计划书范文

一、大学生创业可行性分析

(一)、大学生就业

我国大学扩招七年以来，大学在校人数，大学毕业生都大幅度增加，

1998年，扩招前一年，大学招生107万。

1999年，扩招的头一年就多招了50万。

2024年大学毕业生的数量将达到413万人，从1998年到2024年的八年里招生人数增加了四倍，年均增加22%，大大超过人口、经济、基础教育等的增长速度。

大学生就业难，已经是一个不争的事实。

(二)、大学生创业分析

在吉林省“全民创业促就业”系列活动“五个一”总体要求和《吉林省“大学生青春创业行动”实施方案》的具体安排，团省委组织开展了“全省大学生青春创业”等系列丰富多彩的活动学生创业分析的带动下，大学生掀起了创业高潮。

可是大学生创业存在很多问题：

(1)单打独斗。

在强调团体合作的今天，大学生单打独斗创业的成功率仅2%～3%。

团体精神已成为不可或缺的创业素质，

(2)心态问题。

工作报告

创业首先要有“风险意识”，能够承受住风险和失败，还要有责任感，务实精神必不可少，必须踏实做事。

(三)、大学生创业优惠政策

2、从事个体经营的高校毕业生免交的收费项目包括：工商部门收取的个体工商户注册登记费、个体工商户管理费、集贸市场管理费、经济合同鉴证费、经济合同示范文本工本费;税务部门收取的税务登记证工本费;卫生部门收取的行政执法卫生监测费、卫生质量检验费、预防性体检费、卫生许可证工本费;民政部门收取的民办非企业单位登记费(含证书费);劳动保障部门收取的劳动合同鉴证费、职业资格证书工本费。

1、程序更简化。

凡高校毕业生(毕业后两年内，下同)申请从事个体经营或申办私营企业的，可通过各级工商部门注册大厅“绿色通道”优先登记注册。

其经营范围除国家明令禁止的行业和商品外，一律放开核准经营。

对限制性、专项性经营项目，允许其边申请边补办专项审批手续。

对在科技园区、高新技术园区、经济技术开发区等经济特区申请设立个私企业的，特事特办，除了涉及必须前置审批的项目外，试行“承诺登记制”。

申请人提交登记申请书、验资报告等主要登记材料，可先予颁发营业执照，让其在3个月内按规定补齐相关材料。

凡申请设立有限责任公司，以高校毕业生的人力资本、智力成果、工业产权、非专利技术等无形资产作为投资的，允许抵充40%的注册资本。

2、减免各类费用。

除国家限制的行业外，工商部门自批准其经营之日起1年内免收其个体工商户登记费(包括注册登记、变更登记、补照费)、个体工商户管理费和各种证书费。

对参加个私协会的，免收其1年会员费。

对高校毕业生申办高新技术企业(含有限责任公司)的，其注册资本最低限额为10万元，如资金确有困难，允许其分期到位;申请的名称可以“高新技术”、“新技术”、“高科技”作为行业予以核准。

高校毕业生从事社区服务等活动的，经居委会报所在地工商行政管理机关备案后，1年内免予办理工商注册登记，免收各项工商管理费用。

提醒：据工商局个体处的工作人员介绍，目前有关政策已经执行，大学毕业生在办理自主创业的有关手续时，除带齐规定的材料，提出有关申请外，还要带上大学毕业生就业推荐表、毕业证书等有关资料。

**创业计划书学生餐饮篇九**

中高档营养搭配水果专卖店

（一）市场分析

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果相比，国内人均的消费才刚到其一半。通过对南宁市区的人群对水果消费情况的调查，75%的人群每月的消费水果的金额在30元以上，15%的人群消费水果在20-30元之间，有10%的人群消费水果在20元以下。

随着生活水平的挺高，人们对水果的消费需求呈增长趋势。我国目前人均果品占有量为45gk，与健康标准的要求（70kg）还有不笑的差距，与发达国家人均消费水果（80gk）的水平相比差距更大。考虑现在我国的人口增长迅速，按照健康标准计算，全国的水果消费量比往年要高出80%。目前人们的生活水平不单单只是追求温饱，而是更进一步的关注营养和健康，所以，营养搭配的水果的市场是非常巨大的。

水果的零售，作为一个兴旺的业态，在各个城市迅速的扩容、改造、许多的水果零售店，在人群聚集的地方，铺天盖地。水果专卖店具有投资少，技术含量低，易操作，利润大和回报快的优点。所以水果行业发展才如此迅速，如何在这个行业建立自己的特色，就成了生存的唯一方式。

（二）市场几竞争分析 1.消费群体的分析

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。目前，大众消费群体的水果消费途径是由以下两种方式组成：集市水果摊、大型超市。而水果消费的方式也有两种：批发和零售。

目前，消费者主要的水果消费途径是集市水果摊（菜市场、街道流动小贩），他们往往选择时令水果作为主要消费对象，对非时令水果、进口水果等中高档水果的选购相对较少，他们也会在去大型百货超市集中采购的过程中选购水果。此类消费群体以中老年消费者居多，他们时间充裕，能够很有耐心的挑选水果品质、权衡价格希望能够得到最大的实惠。他们的消费特点是：要求便利、要求低价、对比选购性强。

者更看中水果的品质和种类。他们往往会对新鲜、新奇的水果种类显现出喜好和偏向。

这些地方的水果销售都是零售，消费者喜欢吃什么水果就买什么水果，更多的是根据自己的兴趣爱好，而对水果中所含的维生素等营养，一概不知，更不说营养搭配。

2.市场前景分析

现在的中国，各行各业发展的都很饱满，加上互联网的神速发展，人们对事物的认识也迅速的加快。对于一些有长时间保质期有易于零售和运输的产品，如：服装、电子产品、数码产品、家具用品、生活用品和极少部分的包装食品等，互联网销售一网打尽，而且物美价廉，所以互联网这种渠道的营销给现有的营销渠道带来了沉重的打击。加上，现在的物流达代了前所未有的水平，就连需要新鲜度极高的水果蔬菜，也能在网上进行销售。水果的营养搭配，满足了现在消费者单单消费物质的不足，而且现在对这营养搭配的销售方法，还是很少人尝试，所以，在未来的至少两年内，是水果行业的巨大的发展空间。

3.竞争分析

（1）消费者观念的转变：消费者能否接收这种新鲜的水果营养配套购买方式，由于其它购买水果的传统场所在消费者心中已经形成了习惯，所以要在短时间内改变消费者的购物观念，让其接受这种商业形态。

（2）对于追随者：由于店面布置和销售方法都是可以复制的，所以相信现在在水果店引起消费者重视的时候，会有一些追随者出现，但只要我们把资源（采购、物流）整合起来，相信我们的价格和服务是别人无法追赶的。并且我们对于追随者可以权其加盟我们。

（一）名称：特色水果

（二）宗旨：诚信经营 以质量求生存 以信誉谋发展

（三）成立的目的：

1．行业是需要：中国缺少有特色，尤其是这种营养搭配销售的水果销售经销商

2. 创业者的需要：进入门坎低，很小的投入就可以经营。

3. 水果的购买状况和消费者的心理需要：现在的水果销售模式已经满足不了现在消费者的需求，消费者现在追求的是绿色、健康和营养。

4. 庞大的市场需要：国家计划在20xx年使人均消费水果达到40公斤。20xx年48公斤。20xx年53公斤。也就是说要20xx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）组织及人员结构

采购部（五）产品及服务 注解：因为是刚成立的新店，规模不大，为了减少开支，所以只设了以上三个部门，节约资源的同时，也易于管理。

1.产品：主要以大众水果为主，结合营养学，搭配销售。

2.服务：宾至如归 客户至上

高档水果营养搭配的形象塑造：严格控制商品的毛利率及各种经验成本，开展一些促销活动，打造商业形象，如特色水果营养搭配、会员制销售以及利用pop广告和自有品牌来塑造性象。

**创业计划书学生餐饮篇十**

在这个竞争激烈的社会上，创业是要担当极大的风险的，大学生创业没有太多的经验，所以说做好自己的创业计划是必须的，下面本站编辑为你带来大学生创业计划书模板范文大全，欢迎阅读，仅供参考。

大学生创业计划书模板范文大全(一)

摘要

民以食为天，但在高校里，学校食堂的伙食一直被学生们所抱怨，由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。现如今，人们的生活水平在不断提高，对于高校学生来说，健康营养，价格适中的饮食才是他们所需要的。因此，在学校附近办一个专以学生为消费群体的餐厅是我所想要创业的目标。

我的创业梦想已经存在很长时间，对于餐厅的创建及其运行模式已经有所了解。另外，资金的筹措，人员的聘用，地点的选择正在进行中。

一 项目概况

项目目的：校园食堂的伙食一直是学校的诟病，在学校附近经营一个价格适中，品种多样的餐厅是一个非常盈利的创业项目。

项目名称：樱兰餐厅

性 质：提供早餐，午餐，晚餐及特色冷饮和休闲餐饮等学生餐厅。

建设地点：合肥大学城

市场分析：在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题,而质量却远远没有达到学生们的要求。本餐厅就是根据这一点,为了提高大学生的饮食质量，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

宗 旨：健康营养，服务学生，创造有特色的餐厅

经营范围：提供早餐，午餐，晚餐及特色冷饮和休闲餐饮

1.早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。

2.午餐和晚餐则有中西不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。

3.全天提供各色餐点，冷饮，热饮。

市场营销：在餐厅的初步发展阶段，采用优惠营销，利用各种优惠方式吸引学生，并在各个高校里进行宣传，不断加深学生对本餐厅的印象，打响品牌。同时，聘用手艺精良的厨师，创作各种精致美食。随着餐厅的固定食客的增加，建立起坚实的客户关系。

财务数据：财务计划栏

注册金额：十五万元

融资方式：自己工作所得五万元，家人助资五万，贷款五万

组织理念：特色饮食，微笑服务

结 论：学生餐厅与传统餐厅有着明显的不同，其特色经营会是其盈利的主要来源。以大学城为其市场，消费群集中，消费方向稳定，人流量大，消费的潜在性强，是餐厅存在之主要支柱。据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而本人正是学生----这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。

二 管理层

(一)餐饮经营者

\*\*\*

职责

1.拥有餐厅的决策权，对餐厅成员有聘用解雇的权力。

2.餐厅员工的薪资和休假的安排

3.热情待客，客人至上，保证优良的服务，加强对员工服务态度的监督。

4.控制餐厅的经营情况，加强对餐厅的财产管理，掌握和控制好各种物品的使用情况。

5.加强对每个厨师的沟通合作，提供客人的意见和改进食品的质量。

(二)中餐厨师

\*\*\*\*

职责

1.每日早午餐的制作，保证食品质量

2.遵守作息时间，准时开餐，不擅离职守，不得无缘无故罢工，影响餐厅经营。

3.遵守安全操作流程，合理使用原材料，节约水、电、燃气等消费。

4.上班时穿厨师专用服，将自身整理干净，在工作时间不抽烟，安全烹饪。

5.努力创作特色饮食。

(三)西餐厨师

\*\*\*\*

职责

与中餐厅厨师职责相同。

(四)服务生(三人)

\*\*\* \*\*\* \*\*\*

职责

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。

(五)其他方面

随着世界的发展，国外大型餐饮公司进军中国，国际品牌既快又多地进入中国市场，必将给中国餐饮业带来极大的冲击。餐饮业竞争激烈尤其是来自国外的快餐连锁店，如肯德基、麦当劳在中国的快餐业中占据很大的市场份额。因此，善于创新，善于学习，是餐厅能长期生存下去的根本。

八 财务计划

1.现金流量表

3. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，固定资本，折旧费，杂项开支等。(大约估计为70000)

4.剩余40000作为餐厅本金，预防各种突发状况。

2.预计损益表(主营业务收入)

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约1500元，收益率30%，毛利润1000元。由此可计算出投资回收期约为三个月。

大学生创业计划书模板范文大全(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。

六、财务分析

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。

大学生创业计划书模板范文大全(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。

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。

六、营销策划

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 5 3500 17500

五人综合训练器 1 13000 13000

坐式蹬腿训练器 1 5000 5000

坐式胸肌推举训练器 1 6000 6000

下斜举重床 1 6500 6500

臂力训练器 2 6000 1200

其他设施(乒乓球台等) 若干 30000

其他费用(租金等) 220000

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

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