# 最新创新创业计划书(汇总10篇)

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-04-08

*在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便...*

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**创新创业计划书篇一**

1。公司宗旨：本影楼以服务大众，奉献至上精品，满足顾客需求为宗旨，竭诚为顾客提供优质产品与服务。

2。管理团队：本公司拥有一支强大的创业队伍，主要成员有大厅经理化妆师摄影师公关人员业务介绍人员及助理。该团队经验丰富，技术运用娴熟，密切配合，协调一致，各员工尽职尽责，吃苦耐劳，能够为公司的发展出谋划策。

3。创业项目：本影楼以经营怀旧照婚纱照宝宝照及随性写真照等各式各样不同风格的照片的拍摄冲洗与设计为主，此外兼营光盘的刻制。

4。公司的法律形式：经注册的合法的私人企业。

5。公司战略：打造廊坊市高质量与优服务的影楼形象，现在本地市场占据一席有利之地，而后扩大影响，打开河北省市场，逐步以极高的知名度在国内树立良好形象，使本影楼独具一格，茁壮成长，蓬勃发展，谱写影楼事业灿烂篇章。

6。技术特点

(1)具有丰富的拍摄经验。

(2)各种感光片冲洗技术运用娴熟。

(3)c。能够掌握滤光镜，闪光灯的使用技巧。

(4)能够巧妙运用光线进行人像的室内及外景拍摄。

(5)能够运用数码暗箱等高科技手段对相片进行编辑处理。

7。经营特色

(1)服务具有可持续性。可为顾客提供长期服务，真诚与其保持联系，适时提供优惠活动信息，及时反馈顾客意见。

(2)活动具有吸引性与可纪念性。设有季度最佳人物像评选活动，为获奖者颁发荣誉证书，赠送精美礼品，并将其照片在店内展览一个月。

8。商业模式：私企加盟店。欢迎各界有心人士集资入股，以雄厚的资金壮大影楼创业力量，便于公司的更大发展。

9。资金状况：启动资金预计30万元，储备资金5万元，资金需求总计35万元。

二、产品与服务

1。所处阶段：目前我影楼正处在创业阶段，企业的起步我们走可持续服务的路线。既已成为本店顾客，在其生日、结婚纪念日及各大节日时送出祝福。

2。产品特色：为给您提供优质服务，享受独一无二的绝对理念，您可以自己diy您的相册、相框，另外，我们也将提供独特的相册、相框设计，让您有超值体会，感受与众不同。

3。服务

(1)门厅服务：当顾客进门时要有礼貌的进行问候、寒暄，递上一杯印有本店logo的热水，把顾客当朋友一样对待，并对顾客提供全程服务，对顾客在本店的消费全过程负责，不让顾客在某一阶段落单。如果顾客确定在本店消费，对其信息进行登记、存档并保密。顾客拍完照后，并定下选照片时间，并在选照片的前一天打电话提醒;若不能在原定时期进行洗片要提前两天通知顾客，并至上诚挚的歉意。取片前查看顾客照片是否以交至前台，并打电话给顾客提醒及确定取片时间;若不能再原定日期取片，即使打电话告知顾客，说明情况并至上歉意及作出相应补偿。顾客完成此次消费会收到门厅人员送出的印有本店logo的绿色纪念品。

(2)电话服务：顾客打来投诉电话时，要认真倾听并记录下来反馈给各部门人员;若顾客的投诉问题已解决，会及时致电通知，并感谢其宝贵意见;若我影楼有新政策，服务项目时，及时通知老顾客;对顾客的生日、结婚周年或重大节日致电给其诚挚的祝福。

(3)外景服务：外景拍摄需要提前预约。在预定好的日期前一天打电话告知顾客的外景拍摄。拍摄所带服装、化妆用品及饰品要提前准备好，并带上板凳、茶水及遮阳伞等物品，一切为顾客考虑周全。提醒外景拍摄的工作人员务必把需要的东西准备好。

三、行业分析

1。行业现状现今的婚纱影楼大都由十几年前的传统照相馆演变而来，一般都经历了三个阶段：即产生期成长期发展期。作为时尚新潮的新生服务行业，在这三个阶段该行业的纯利润一般在200%上下，开影楼很容易盈利。进入21世纪以来影楼业的状况却不容乐观，当然这也并不意味着开办影楼就毫无利润可言。人们随着物质生活水平的日益提高，对生活质量的要求也随之增高。而结婚作为一生中仅有一次的大事，更加让人们追求婚礼的浪漫和圆满。因此作为婚庆中重要的一环的婚纱摄影越来越吸引人们的注意，受众群还是很广泛的，并且婚纱摄影可以兼营个人艺术写真、证件快照等，扩大了受众群，所以开办婚纱影楼有一定的优势和潜力。

2。竞争状况婚纱摄影属于十大暴力行业，吸引许多人相继投入到这个行业中来，相关从业人员呈逐年增长的趋势。而中小型婚纱影楼的涌现更是以每年20%～30%的速度增长，另一方面又以15%～25%的速度淘汰对手。由此可见婚纱影楼的竞争十分激烈。据调查廊坊市共有87家摄影企业，大中小型的兼有。大型的如罗马假日、巴黎春天。中型的如欧丽雅、世纪经典。小型的如玫瑰经典、八英里摄影工作室。它们所分布在廊坊的各个地区，尤以步行街第四大街最为集中，它们以婚纱摄影为主要项目，继而兼营个人艺术写真、证件快照等。经营雷同、千篇一律。此外还有近几年风情的大头贴也是潜在的竞争对手。大头贴以方便快捷便宜的优势迅速占据市场，同时加重竞争态势。

3。竞争策略面对激烈的市场竞争，应谋划和制造相关的竞争策略。要提升企业自身的竞争力，首先是创新。在同类行业中脱颖而出，如赠送礼物、独特的打折优惠。其次是服务异同划。员工应树立服务至上的理念，让顾客享受到优质的服务。具有物质价值的评价，有助于树立良好的企业形象，从而使无形资产不断增值。再次是人员差异化。聘用高素质人员，提高整体工作人员的素质，并不断提高企业自身的档次。第四是价格差异化。中国民众普遍具有追求廉价的心理，在开业初期先进性短期的营销活动。第五是倡导受众进行二次消费。数码相机中没有钟入婚纱相册的，可以舒服他们以普遍照片的形式洗出来。

4。市场定位分析

(1)位置宜选在人们活动频繁区、环境适宜、交通便利的地方和中心商业区。婚纱摄影是人们追求个性情调的行业，既不能设在工业区，也不能设在远郊地区。设在商业区和居民区为宜。在廊坊市商业区和居住区的交界处最佳。人民公园空气清新、景色宜人。适宜婚纱摄影的外景拍摄。设在其附近有助于就进进行拍摄。且有明珠、华联、华森等大型商厦设与此，提供了较好的周围环境。

(2)受众群针对不同的年龄阶段的顾客，设置怀旧经典、婚纱摄影、艺术写真等不同环境设备。

**创新创业计划书篇二**

以下是我对公司开展网络营销工作的一点设想：

一、网络营销实施环境初步评估

我们在讨论是否实行及如何实行网络营销之前，必须对目前基本现状有一个清醒的认识，这是我们工作的前提。

1、公司实行网上营销有一定优势，主要体现在：

（1）公司产品为高技术产品。

（2）潜在用户主要为技术人员，其网络应用程度较高。

（3）产品销售范围广，国内市场乃至国际市场。

（4）同行业网络营销运用仍处初期，较强的网上竞争对手还未出现。

（5）本公司员工计算机及网络应用已具备良好水平。

另外，开展网络客户服务也有相当优势，理由：

（1）客户服务对公司至关重要，但服务地域广，任务重，成本高。

（2）客户服务属技术指导性质，如充分沟通可远距离完成。

2、目前可能存在的不足：

（1）对网络营销认识程度还较低。未进行深入系统的研究，其应用对本公司及所在行业发展可能带来的影响还缺乏评估。

（2）尚未形成明确的网络营销工作思路，没有专业部门或专职经理负责整体实施。

（3）虽已建立起企业网站但由于其在表现形式、内容及信息含量、网站功能、网站推广等方面有所不足，尚未发挥其应有的作用。

（4）现有的网站管理模式尚不完善，难以适应开展网络营销的要求。如：网站维护、更新方式，isp提供的服务等等。

（5）现行的网上反馈信息管理是否高效应重新评估

3、结论：

1、初步认为网络营销在公司具备可行性，有着良好的发展前景，运用得当可能为公司带来重大贡献，存在由此引发公司经营方式重大变革的可能。

2、本公司网络运用水平虽强于一般企业或同行，但领先程度有限，网络营销还处于准备阶段，还未正式起步。

保持清醒认识将有利于我们明确目标，改进不足，制定措施，快速推进。

二、公司网络营销战略拟定

1、制定网络营销战略需考虑的因素：

我们应该确立怎样的发展战略，以什么态度，以怎样的方式与速度推进其发展，需从下列因素考虑：

从公司长远发展战略考虑

网络营销的采用，是在新的市场条件下发生的，说明企业内部与外部条件正在发生变化，能否适应这样的变化，尽可能迅速地制定对策，运用新的思维新的工具开展工作，这既关系到企业短期效益更深刻影响到企业的长期经营。

社会信息化、企业信息化、商务电子化，这已是公认的趋势，而网络营销正是这种变化在企业营销领域的运用，由于其相对电子商务而言更易实行，更快见效，所以优先得到了应用。网络营销的运用既是新的经营手段，同时也是企业进入网络信息时代，开展电子商务的必要的积累与准备，其应用能力及水平直接影响企业新的条件下管理及经营的水平。

应当说，网络营销是否应被采用已不是一个可以讨论的问题，可供选择的只是如何去更好地适应，以怎样的态度与方式去适应。我认为快适应可赢得更多的空间，对公司有利。

本公司是一个技术型公司，公司核心价值在技术，时刻保持技术优势是发展的关键。但应看到，只有有效解决营销与客户服务，公司才可能有更多的精力与资源用于技术开发。

**创新创业计划书篇三**

新课标实施以来，各学科教师都在深化教学创新，力争让教学效果达到教学目标要求。在多年的高中物理教学实践中，笔者认为，要做好教学创新，就要在以下几个方面做好研究和实践工作。

一、认真研究新课标，更新教学理念

教学理念是指导教学工作的根本，可以说高中物理到底是围绕新课标来开展还是继续围绕高考指挥棒来开展，最根本的还是要靠教师的教学理念。只有真正认同新课标，才能用新课标的要求来指导自己的教学。因此，教师要认真研究新课标，更新自己的教学理念。

1.要注意对学生情感和态度的培养。应试教育的一大缺陷是对学生的感情和态度教学太片面化，没有结合具体的各学科教学来展开，而是在思想政治、社会与历史等学科中体现出来，物理、生物等侧重自然教育和技术理论方面的课程基本没有情感态度的培养，这是非常不对的。如果只掌握了技术和理论而忽视了情感、态度的培养，则学生就会迷失方向。因此，教师要注意在高中物理教学中渗入德育、责任等情感、态度内容，培养有道德、有知识的新人。

2.要注意对学生学习过程和方法进行考查和评价。应试教育的缺点在于目标导向，对于其中间的思维过程不重视，而新课标要求活跃学生思维，培养科学的认识论。因此，教师要注意引导学生思维，培养他们的积极性和主动性，从不同的方面入手来认识物理现象、接受物理知识，让探究学习、自主学习、合作学习成为学生的常态学习方法。

3.要注意教学的实践环节培养。物理教学本质上是为了认识自然、改造自然，因此要有强烈的实践导向，让学习和生活、技术和生产等紧密结合起来。教师要引导学生注意自己身边的物理知识和现象，引导他们将探索理论和实践结合，从而消除他们对高中物理的陌生感和畏惧感，从而让他们学习起来更加有兴趣，培养他们的实践意识。

二、更新教学具体方法，促进教学创新

高中物理教学的内容庞杂，对抽象思维要求较高，对学生来说有较大的困难，因此这对教师的教学方法提出了更高的要求。教师要依据新课标，优化教学方法，创新教学方式，将多种方式、方法灵活使用，从而把新的思想和方法及时融入自己的教育教学实践之中。

1.从单一运用到综合运用，让封闭式教学变得更加开放。新一轮课改中，涌现出了合作学习、自主学习、探究学习等多种新颖的教学方法和教学模式，但是不一定适用所有的教师和学生。因此，教师要根据自己和学生的特点，结合学校软、硬件条件，做好积极学习、认真借鉴工作，实现方法的提升、教学的提高，并努力探索出自己独特的教学方法。

2.要有效使用新教学技术，让科技手段服务于教学。随着经济实力的提高和教学理念的变化，很多学校都配备了大量的新实验设备、教学器具，这为开展创新教学提供了较好的物质基础。教师要有效使用这些教学工具和教学技术，让现代科技有效服务于教学。

(1)让多媒体教学深度参与教学，让学习更加生动活泼。高中物理很多都是抽象概念和理念，对于学生来说是看不见、摸不着的，因此教师要用多媒体手段展示声、文、图，让学生通过具体的观察来分析归纳，从而从具象走向抽象，让学生更加有乐趣。

(2)让学生多做实验，通过实验带动教学发展。比如，传感器技术现在很流行，这和高中物理的很多知识点都是有关的，教师可以带领学生研究实验方案，通过各种测量、观察活动来实践，从而更好地做好高中物理“设计型实验专题”模块教学工作。

三、调整师生关系，更好地扮演各自的角色

新课标对师生的角色提出了更高的要求，教师和学生都要适应这个变化，按照要求来做扮演自己的新角色。

1.教师更多变为一个引导者和交流者。在应试教学中，教师是主宰者和灌输者，他们的教学目标是单向地向学生输入书本知识，而不是发展他们的能力、锻炼他们的思维。而在新课标要求下，教师要创造良好的学习环境，引导学生发现和探究物理现象背后的规律，让课堂变成师生互动、互相促进的场所，让学生主动去思维和探索，这样才能帮助学生发展自己。另外，在知识信息爆炸的现在，学习是一种终身行为，而不是高中能够完结的，因此教师要通过不断的交流，不再以自己为中心，而是努力建构民主、平等的师生关系，和学生一起寻找科学的规律和奥秘。

2.教师要成为一个成功的问题意识培养者。爱因斯坦曾经说过，一个好的问题比一个好的答案更重要，可见科技进步的一个很大动力是经常问一句为什么。因此，教师要从一个提问者的角色变成一个让学生质疑的角色，让问题从学生的心中自己生出来，而不是外部的提问，这样才能让学生多思、多疑、多问，从而让他们的挑战精神逐步发展出来，让他们的积极性调动起来，从而为他们最终自己寻找答案、培养科学的精神奠定基础。

**创新创业计划书篇四**

我国经济飞速发展的今天，市场日趋完善，商品日渐丰富，不论是生产性企业，还是商业，只要把握好了物流这一环节就等于掌握了通向全身的命脉。电子信息时代，信息发达，各地的市场的竞争就是时间的竞争，是时间要求我们以最快的速度完成我们客户所需要的服务。

整个苏北和鲁南的经济发展为物流的发展提供一个广阔的空间，我们正是抓住了新沂地区，新兴的交通枢纽城市，良好的工农业基础为依靠，优惠的创业政策为后盾，使我们的创业有了以很好的平台。

中原物流公司致力于整合地区物流资源，公司设在新兴交通枢纽城市———新沂，是面向周边地区的地区性物流公司，主要业务：对产品运输、保管（即仓储）、代加工、包装及配送。公司采取有限责任公司的组织形式，公司的权益由投资商所有。

第一年，公司成立，建立仓储、办公场所，完成业务流程设计，信息平台的建设，在新沂地区建成最初的业务关系网络，并试着向周边地区发展。

第二年开始，将与周边地区公司合作，共建区域性物流网络。逐步与国内外的企业联系业务，成为其在鲁南苏北地区的物流服务提供商。

长期计划，将公司发展为中原地区最具实力的，业务覆盖全国，涉及海外业务，技术设施齐备的物流公司。

公司创建人员为本院的四名学生，分别是电子商务专业，财会专业。我们将聘请周玉泉老师为公司物流技术顾问，原新沂铁路货运主任郭景民先生为业务发展顾问。

公司将招聘一些物流技术人员，有电子商务平台开发经验的计算机人员和有相关工作经验的人员，来组建最初的公司。

我们将以人为本，本着“我为人人，人人为我”的服务理念，创造人性化服务的物流企业，以提高员工素质，增强团队理念为企业生存之根本，创造一流的服务，一流的企业。

我们的服务宗旨是：更便捷，更安全，更准时的物流服务。我们的目标是将公司建设成为，以新沂市为中心方圆150公里范围内较大物流公司。公司经营范围国内外物流中介，运输服务、电子物流、管理服务、包装物流的综合性物流公司。

1）执行总结

本创业计划的简述（包括公司、项目产品、创业团队等基本情况）。

2）项目介绍

项目的创意背景、技术（创意）的描述和前景分析。

3）市场分析

1、行业及市场概述（国内行业状况、市场容量）；

2、项目的市场需求程度（分析项目市场的可接受容量、主要市场）；

3、项目的目标市场（结合产品优势、企业优势，确定该产品的细分市场定位）；

4、项目的市场竞争分析（从项目的技术优势、营销优势、行业的认知、团队管理优势等多方面分析与市场同类产品的竞争优势）。

4）总体进度安排与发展策略

1、项目总体安排（描述项目实施计划、操作周期、阶段目标）；

4、项目获利方式（其中可分析技术的先进性对获利方式的贡献程度等，分析这种获利方式是否是最佳的，及持久性）。

5）创业团队

1、核心团队：教育背景（学习及培训经历）、工作业绩；

2、创业发起人：自我评价（创新意识、开拓能力、经营理念）。

6）资金运作与财务预测

1、项目资金来源与运营计划；

2、投资收益与风险分析；

3、预测近3年的财务状况，列出主要财务报表和财务指标。

7）风险应对

关键的风险分析（财务、技术、市场、管理、竞争、资金撤出、政策等风险），提出应对措施。

8）远景规划

未来1—5年的定位及发展规划。

**创新创业计划书篇五**

甜品类休闲食品一向是女性朋友们的最爱，所以如果能在女性聚集区开一家蛋糕店应当是不错的选择，同时还经营生日蛋糕，只要做出自我的特色就必须会受到广大朋友们的喜爱。

一、蛋糕店概况

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“麦琪午时茶”，是个人独资企业。主要为人们供给蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区贸易街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像安德鲁森、朝阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金xx万元。

二、经营目标

1、由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，异常是本店刚开业，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一样需求。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必须市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的着名品牌。

三、市场分析

1、客源：本店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占xx%;四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占xx%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如安德鲁森、朝阳坊、红叶、安琦尔。所以竞争是很大的。

四、经营计划

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不一样种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重研究。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今日你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场必须的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向大众，所以价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以到达广告宣传的效果

6、蛋糕店能够专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以构成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下十分流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9。5折。一方面，这能够给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。异常是假如消费者和别人在一齐，而服务员又能当众称他(她)为xx先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，资料是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面能够提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店必须要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有异常的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

五、财务估算

启动资产：大约需xx万元

六、风险及制约因素分析

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更大的财力物力和“花招”来招揽顾客。

**创新创业计划书篇六**

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的\"吃饭\"问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是\"自古有之\".虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我决定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。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。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。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。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本餐厅装饰自然，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。

1.本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2.本餐厅采取自助餐的方式，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，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。此外，本餐厅还推出烧烤+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。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，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，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4.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。

5.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。

6.市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名，厨师1名，服务生2名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：具有食疗保健功能的素食餐品

主要的`服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，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。

优势与劣势：

优势分析：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。另外，本餐厅采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。同时，餐点还提供冷饮、冰粥等，并提供免费茶水。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。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。

劣势分析：由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：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。

威胁分析：餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

促销策略：

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如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

1.据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元（场地租赁费用xx元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元）

2.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，杂项开支等。

3.每日经营财务预算及分析

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800元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的\"承诺营销\"进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导\"天之素\"的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本餐厅在避免普通餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本餐厅能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本餐厅将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

l、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。

2、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。

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅又不失时尚的就餐环境，通过对餐厅设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康绿色的理念。

推广保健知识、宣传绿色文化：

本餐厅将在营销过程中，围绕21世纪的餐饮主题——养生、健美、绿色三个具有社会意义的知识点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而引导顾客的消费取向。通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮知识宣传出去，同时注重借此机会加大对绿色产品的宣传介绍。推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬传统文化中的养生文化。对产品、餐厅、服务进行文化包装，传播饮食文化。从而获得进一步的发展机遇与条件。

本餐厅将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为餐厅的发展提供宽松有利的经营环境。

1、与员工建立团结、信任一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工的凝聚力和工作积极性。

2、社区群众关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解并遵守政府相关法律法规，加强与政府部门的联系，主动协助解决一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系；向其提供本行业的真实信息。

本餐厅的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮产品、保健品的价格因素，本餐厅的产品定价将处于同类产品的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-100元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

（2）项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

内部管理风险：

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

原料资源风险：

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，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，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。

l、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

初期（1-3月）

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品，市场策略为通过积极有效的营销策略，挤占中式餐饮及保健药品的市场分额；树立\"绿色食品\"的良好的品牌形象，提升知名度、美誉度；收回初期投资，积极进行市场推广。

中期（1年）

巩固、扩展已有的市场分额，进一步健全餐厅的经营管理体制，提高企业的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

长期（2年）

届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力。

**创新创业计划书篇七**

q版太阳能盆栽属于属于短、平、快的项目。最大的卖点就是盆栽外形可爱，盆栽的叶子遇到阳光可以跳动，让人感觉到盆栽的蓬蓬勃勃的生命力。

刚开始，它的投资总额大约2400元，首批进货量100件，进货价格为24元/件，市场零售50元/件。销售100件产品可以获得毛利2600元。

本产品不仅可以成为很好的观赏盆栽，还能成为时尚的礼品。目前在广州周边地区销售，颇受青年人喜欢。在短期内具有广阔的空间。

塑料方便袋是我国最广泛、最普通、最大量的一次性消费品，给人们带来方便。塑料方便袋与人们生活息息相关，无论是到超市购物，还是集市买菜；无论城乡、季节，还是日常生活、衣食住行无处不用。

据初步统计，每人每天至少消耗1只，一个集市每天需要几万到几十万只，市场巨大、永不枯竭。生产塑料袋无需品牌，投资小，回报快，经济效益持续稳定。

以市场最普通的背心袋为例：18厘米宽的原料，每斤材料可生产300-500个，市场批发价为每百个0.8-1元，则每只袋子可卖0.8-1分钱，材料为2.0-2.5元/斤，则每只袋子的成本为0.4-0.5分，每只袋子能获利0.3-0.6分。按日产10万个计算，则日利润为300-600元，袋子越大，越高档，利润越高。

我们知道盖房是农民生活中的头等大事，随着社会经济的发展，农户住宅也向实用、美观、个性化等方面发展，越来越多的富裕农民在建房时更加慎重，以图百年大计，这样就需要有人专门设计、研究新型住宅建设。

自然肥是农家有机肥的统称，自然肥除了提高质量外，还要针对市场需求绿色化，这是市场对农产品的基本要求。另一方面，自然肥产业也是城市垃圾的最终归宿，自然肥生产完全可以人工化、工厂化、产业化。

根据纺织的特点和顾客要求的不同可设置多个单间，并给这些单间赋予诗意化或现代感的名称，从民间购置少量旧的大木架织布机、手摇纺车等工具，采购一些来自全国各地的手工布料，如：苗族蜡染、民间纺织的土布等，供顾客参观欣赏或购买，算上各种投资，3-5万元即可开店经营。

位置宜选在繁华地段或客流量大的车站、码头等地方，门面不需要太大，有三四间房便可以了。为了更好地突出现场鲜酿，在啤酒屋的内外装潢上需要花一些心思，一定要有特色。

开鲜酿啤酒屋，需要投入资金4万元左右：2万元用于购买设备和必需品;1.7万元用于房租、服务员工资及门面装潢费用;0.3万元用于办理营业执照和前期宣传等。

鲜酿啤酒1扎的成本一般需要1元左右，而售价为2~3元，按每天卖出300扎计算，日收入则为600元以上。除去成本费用等，纯利可达到200元以上，月收入因此也相当可观。这样一来，所有投资一年不到就可收回，并略有盈余。

投资开一家鲜榨果汁店出售新榨鲜果汁，可以选址在学校附近或者四通八达的写字楼附近，当然，根据选址的不同，产品的定位和定价也要做出相应的调整，一般来说，购置果汁机、冰箱、餐具、桌椅、消毒碗柜等需要8000元，前期采购水果200元，店租（大概5平方米吧），每月1000元，办理合法手续300元，其他费用500元左右。每杯果汁的价格，是根据水果的售价情况而定的。经过考查，一间5平方米的鲜榨果汁店，春夏季每月可获利4000元左右，秋冬季要差一些，但也可获利2024元左右。

**创新创业计划书篇八**

上世纪半叶以及本世纪初中国人口出生率很高，而现在这部分人群正成为中国的主要消费群体，而婚纱照，个人写真，以及有他们带动的\'全家福，儿童摄影也火爆了起来。摄影行业是一个高利润的行业，这就成为一个有利可图的创业的机会。

“挚爱一生婚纱摄影”旨在创造一个以优秀专业的集造型、化妆、服饰搭配、摄影团队为依托，以消费者需求的画面为立足点，留下美好记忆、定格似水流年的梦幻般的殿堂。与传统的以静态写真为主的影楼相比我们还有动态写真，即微电影给消费者一个满足心理需求，实现梦想的机会，也更适应现今社会人们对精神生活的追求，特别是越来越追求时尚和个性化的年轻人。

中国改革开放三十多年以来经济发展迅猛，目前已经基本完成大部分地区的小康社会建设，2024年中国的gdp已经跃居世界第二仅次于美国，人民的生活水平不断提高，已经处于中层富裕国家的行列，人均gdp也已达到了五千美元。人们的文化生活也随着收入的增加日渐丰富多彩。

上世纪八九十年代出生的孩子现在也已步入中国的主流消费群体，他们也已到了谈婚论嫁的年龄，婚纱摄影对于他们来说也已成为消费的大事记之一，消费额少则上千多则上万，而婚纱摄影市场几乎是自由竞争的市场。不像公用事业的水电那么被统治阶级垄断而完全不可能进入，也不像寡头市场比如说石油，通讯那么基本不可以进入，又是一个高利润的行业，所以给创业提供了一个良好的机遇。

还有一部分年轻人，青年男女为了给自己留下青春的美好记忆，纷纷选择写真这种形式。随着青年人个性的突出，表现自我的欲望越来越强烈，婚纱摄影又不适合他们，所以说写真也就应运而生。

婚纱摄影，个人写真，全家福，微电影等。为新人打造适合他们的造型，照片有小雅风尚，皇室尊享馆，王的宫殿等主题等摄影场地怀旧，日韩，清新，家居等等风格可以任选以及外景不仅仅是只为了满足个人的心理、艺术的追求、和生活的留恋了，而且满足了带有这些心理的消费群体的个性化差异。尤其是微电影是一个创新，随着数码时代的到来，更多的消费者已经不满足于传统的静态照片，对动态的视频也是青睐有加，微电影的推出也是创业的一个亮点。

传统的照片做的更加现代化，时尚的因素加于其中，做工更加细腻精致，现代的工艺应用于其中，比如说，钢筋烤漆，水晶，防水，防火，防腿色，防高温。放大相片，放大相片可以有各种不同的相框，日韩风，复古怀旧，檀木，桃木等等；水晶具有防褪色，防磨损，高亮，色彩鲜艳；微电影打破传统的静态事物的陈旧观念，我们可以用动态的视频，声音，记录自己真实的一幕幕，记住的不只是画面还有我们那值得回忆的似水流年，尤其是声音。

婚纱摄影是从1992年开始出现在大陆，94年开始就出现了大量的婚纱摄影店，婚纱摄影行业发展迅速，至2024年，才短短的20年时间，已经由一件奢侈品成为结婚的必需品。现今的婚纱影楼大都由十几年前的传统照相馆演变而来，一般都经历了几个个阶段：即产生期、成长期、高潮期、衰落期、灭亡期。作为时尚新潮的新生服务行业，行业的纯利润一般在200％上下，开影楼很容易盈利。进入21世纪以来影楼业竞争者越来越多的状况却不容乐观，当然这也并不意味着开办影楼就毫无利润可言。人们随着物质生活水平的日益提高，对生活质量的要求也随之增高。而结婚作为一生中仅有一次的大事，更加让人们追求婚礼的浪漫和圆 满。因此作为婚庆中重要的一环的婚纱摄影越来越吸引人们的注意，受众群还是很广泛的，并且婚纱摄影可以兼营个人艺术写真、微电影等，扩大了受众群，所以开办婚纱影楼有一定的优势和潜力。

郑州市拥有430万人口（且在不断增长中），人均gdp 50000+，出众的人口基数以及富裕具有一定购买力的消费人群是市场的优良保证。全省常住人口中，0～14岁人口为19745926人，占21.00%；15～64岁人口为66418842人，占70.64%；65岁及以上人口为 7858799人，占8.36%。同2024年第五次全国人口普查相比，0～14岁人口的比重下降4.94个百分点，15～64岁人口的比重上升3.54 个百分点，65岁及以上人口的比重上升1.4个百分点。以全省人口年龄比例为基准，郑州市人口比例也可以这样分析。

郑州的摄影行业以蒙娜丽莎为例，据内部知情人士透漏，蒙娜丽莎平均月签单1500单左右，每月净收入300万人民币（旺季时期更高），且随着城市人口的增长呈持续增长的趋势。郑州这个二线城市来说，其目标群体就是消费者来说，婚纱行业的前景还是很有投资前景的，即使取得市场的很小的一部分份额，就可以获取巨额利润，当把企业形象打出去，一步步发展下去，成为本地的品牌之后，市场占有率很大的时候可以考虑分店连锁店等分销策略。

**创新创业计划书篇九**

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。

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。

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：

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。

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。

**创新创业计划书篇十**

1、项目名称：xx中医养生馆

3、项目背景：随着人们收入水平的提高，人们追求健康长寿的愿望增强，加上生活和工作的压力增大、环境的破坏导致的人们健康状况下降，使得人们对健康养生的需求逐年增加。而中医养生有“上工治未病”之说，上医---- 医未病之病，中医----医欲病之病，下医----医已病之病的理论基础;通过中医传统理疗、经络疏通、调解人体阴阳平衡为主、以治未病为目的打造出xx具有中医特色的养生馆。而xx目前还没有一家专业技术性强的养生馆，以及xx旅游客流的需求，足以开展第一家具有特色的中医养生馆，抢占先机，独占鳌头。

4、经营理念：中医特色养生馆通过独特的推拿、艾灸、药浴、熏蒸、养生茶、药酒等养生项目的服务，达到全方位、针对性、见效快、纯自然疗法的亚健康调理项目，以满足人们养生保健需求，突出专业性、品牌性、规模性的特色养生馆。

1、推拿、按摩、针灸;

2、悬灸、艾灸、拔罐、刮痧;

3、药浴、熏蒸、足浴;

4、养生茶、保健品;

5、药油、药酒;

6、女士美容美体减肥;

7、中医体质辩证、体检、咨询。

1、市场细分：

a)三十岁以上的老板，白领，政府人士，银行工作人员等。

b)25—55岁的女性，有中等以上的收入。

c)追求健康自然的中医养生人群、老年人。

d)颈肩腰腿痛、骨质增生等亚健康人群。

2、市场定位

中医特色养生馆—用中端的价格，高端的服务，专业化的水平为客人服务，设计成金字塔赢利模式。也就是说，在赢利模式设计时，要组合不同的产品和服务，主要分为两部分：

一部分是没有特色普遍性的项目，它们作为利润的金字塔底部分，这些服务大多是微利或不赢利的，比如足浴，推拿是很多养生馆都有的，也是一般人都能消费的，那么这部分价格就不能定的很高了，普通大众都能接受，而且比医疗机构价格又实惠，又能享受到好的环境。

另一部分则是非常有特色和竞争力的项目，比如药浴熏蒸、艾灸、养生茶、药酒等这部分产品或服务有中医特色，客户对它们的认知利益应该要非常高才可以，它们作为金字塔顶，可以销售价很高，这样利润就有了。

总的说来，“金字塔”赢利模式，就是既要有“暴利”的产品又要有微利的产品，既要有高端客户，又兼顾中低端客户，组合起来，分别对待，才能达到养生馆综合赢利。

3、环境定位

a)整体风格：室内精装修古朴优雅不失时尚，创造视觉、心境上最佳享受。洋溢渲染中国风情(中医是中国的国粹，适当采用中国风可以给人舒适安宁的感觉，跟养生的主题很贴合)的风格。(围绕中国古典风格，统一服装(服务员服装可以采用中国风，比如旗袍、唐装、中山装等)宣传单，服务项目名称等诸多方面加以充分烘托)

b)养生馆环境促销：作为环境促销，主要为内外部环境。外部环境能吸引顾客进店标题醒目容易记住，体现中医风格健康的元素;内部环境能刺激顾客消费，并成功挽留顾客。以古典、节奏缓慢的轻音乐为主，使顾客感到放松，舒适，点上植物精油，让养生馆弥漫着一股醉人的花草香气。

4、促销方式

1)广告促销

互联网促销：通过写软文，新闻稿等形式在本地论坛、贴吧，微博推广本店及服务，建立知名度。辅助群发邮件(使用qq邮件，因为qq使用人群，人员广)进行宣传。条件要是允许的话，建立自己的养生馆网站，发布各种信息，帮助顾客网上答疑。

2)人员上门推广

3)常规促销

充分产品销售有利时机：新产品上市促销、流行项目推广时期，进行会员发展及优惠抵价券的派发。重要节日促销：元旦、春节、妇女节、母亲节、教师节、中秋节及周年庆典。在这些节日举行优惠活动，发展会员及优惠抵价券的派发。

4)专业促销

经常开展一个中医养生免费学堂，一星期开展两次或者一次，地点放在自己的店里，邀请老板，领导，白领人士、亚健康过来学习养生健康知识。发展自己的客户。一传十，十传百，学员会越来越多。效果会更好。

要想做到长期发展，以及长期留住客户赢的好的口碑。跟我们的内部管理是分不开的。甚至可以说，内部管理就是我们的生命线。因此，需建立经营管理制度，达到更好的经济效益。

1、日常管理制度、考勤制度

2、奖励制度、卫生制度

3、工作流程制度、行为礼仪制度

4、专业操作规则、专业服务用语

5、会议制度、培训制度

6、人事管理、财务制度

本项目总投资计划 万元，通过1年时间形成规模和口碑，2年时间达到赢利，3-4年时间收回成本。

(一)投资规模

2、布局： 前台导诊厅1间

中医专业咨询室、接待室1间

专业养生室：(2人间)5间、(4人间)2间、豪华单人间2间，熏蒸药浴室2间。

休闲茶室和产品陈列区1间

女子专业区2间。

3、人员：

总负责人：1人

专业养生技师：5-8人

前台收费行政后期： 2人

(二)投资成本

1、房屋室内精装修：10 万元

2、购置养生设施设备、家具家电：6万元

3、广告宣传、开业庆典、公关促销：3万元

4、房屋租金：3-5万元/年

5、人员工资：平均每人3000元/月

6、养生医用耗材、员工服装、办公用品、水电网络等 2万月/元。

(三)效益分析

分三期：

1、建馆开始营业后，第一期为投入期。需投入广告、宣传，让需要中医保健养生的朋友对我们的特色中医养生馆有一个认知过程，时间为一年。

2、第二期为无回报期，此期开始有会员加入。各馆室开始正常运行，但收入与支出最好也只能收支平衡，此期为一年。

3、第三期为会员稳定期、回报期。此期各会员稳定，并不断有新的会员加入，散客户也会源源不断;养生馆的效益开始大幅度的上升。第四年以后的每年会以30-40%效益利润的增加。

具体数字会与建馆投入的资金、场地、设施成正比，在此未祥列出。

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