# 最新大学生创业计划书文档 创业计划书大学生心得体会(模板9篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-05-03

*计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。大学生创业计划书文档篇一第一段：引言和背景介绍（150字）创业计划书是一种在现实中...*

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**大学生创业计划书文档篇一**

第一段：引言和背景介绍（150字）

创业计划书是一种在现实中对理论的检验和实践的契机，对于大学生而言，这是一次锻炼能力、挑战自我和拓展视野的机会。通过编写创业计划书，我们需要深入了解市场、分析竞争对手、制定发展策略等，这其中不乏辛勤的付出和思考的痕迹。

第二段：经验分享（300字）

在编写创业计划书的过程中，我深刻体会到了几个方面的经验。首先，明确目标和定位，找准市场需求，制定明确的发展方向。其次，细致入微地进行市场调研，掌握市场动态、竞争情况，了解目标客户的需求和喜好。第三，建立完善的创业团队，互补优点，共同面对和解决各种问题。第四，科学合理地制定时间和资源的使用计划，有效地管理团队和项目进度。最后，时刻保持积极的心态，面对困难时坚持不懈，克服困难并勇往直前。

第三段：收获和成长（300字）

编写创业计划书不仅是一次实践，更是一次成长的机会。通过不断地思考和磨练，我学到了很多东西。首先，我对市场分析和竞争优劣势的判断能力有了大幅提升，能够更加理性地评估自己的项目潜力。其次，我掌握了一套具体的项目管理方法，能够合理规划和执行项目，确保项目按期完成。第三，我在团队协作和沟通能力方面取得了显著的进步，懂得更好地倾听他人的意见和建议，提高团队的凝聚力和工作效率。最后，我也体验到了创业过程中的艰辛和困难，锻炼了我的意志力和抗压能力，增强了自己面对挫折时的韧性。

第四段：价值和意义（200字）

编写创业计划书对大学生来说具有重要的价值和意义。首先，它是一种实践能力的锻炼，使大学生能够将知识应用于实际，提高解决问题的能力。其次，它培养了大学生的创新精神和创业意识，鼓励他们敢于尝试、勇于创新。第三，创业计划书的编写能够培养大学生的团队合作精神和领导能力，提高他们的组织协调能力。最后，它也是一种对未来职业规划的探索和展望，让大学生更加明确自己的职业目标和发展方向。

第五段：总结和展望（250字）

通过编写创业计划书，我深刻认识到了创业需要的知识、技能和态度。编写创业计划书是一次难忘的经历，它让我收获了很多，也体验了很多。通过这次实践，我不仅学到了一些实践经验，还培养了自己的创新思维和团队合作能力。对于今后的发展，我会继续保持对创新和创业的热情，不断学习和提升自己的能力，为将来的创业之路做好准备。

总结：通过编写创业计划书，大学生们能够锻炼实践能力、培养创新精神、提升团队合作能力、明确职业规划，并在挑战和困难中不断成长。创业计划书的编写是一次宝贵的机会，让大学生们走出课堂，接触到真实的商业环境，为未来的创业道路打下坚实的基础。

**大学生创业计划书文档篇二**

本公司有董事会、宣传组、策划组、实施检测组、营销组、人力资源组等，对其要求如下：

1)有志长期从事健康营养产业、具备一定投资实力、优异投资健康产业的人士

3)管理者、工作人员要具备一定的医学、保健、营养学知识;

6)愿意定期接受总部提供的技术培训及考核(免费);

**大学生创业计划书文档篇三**

随着时代的发展和社会的进步，创业已经成为大学生就业的一种新选择。在创业之前，大学生需要先准备一份创业计划书，而这过程中会收获许多宝贵的经验和体会。在我自己准备创业计划书的过程中，我不仅学到了如何规划自己的创业项目，还深刻认识到了创业所面临的困难和挑战。以下是我对创业计划书的心得体会。

第一段：了解创业的意义和目的

在准备创业计划书之前，我首先需要对创业的意义和目的有一个清晰的理解。创业不仅仅是为了赚钱，更是为了实现自己的梦想和价值。创业是一种实现个人自由、展示个人才华和追求人生目标的方式。所以，在准备创业计划书时，我要先明确自己创业的目的和动力，这将成为我后续工作的指导原则。

第二段：学习市场调研和行业分析的重要性

创业计划书中的市场调研和行业分析是非常重要的一环，它们关系到创业项目的可行性和成功率。通过对市场的调研和行业的分析，我能了解到市场的需求和竞争情况，进而判断自己的创业项目是否具备潜力和发展前景。在进行市场调研和行业分析时，我需要收集大量的信息，并学会分析和运用这些信息，这不仅培养了我的信息搜集和分析能力，还提高了我对市场趋势和发展态势的敏感度。

第三段：规划商业模式和运营策略

在准备创业计划书时，我还需要考虑商业模式和运营策略。商业模式是创业项目盈利的方式和途径，而运营策略则是创业项目实施过程中的指导原则和方法。在制定商业模式和运营策略时，我需要综合考虑自身的资源条件、市场需求和竞争状况，从而确定最适合自己的商业模式和运营策略。这个过程不仅是对自己创业项目的深入思考和规划，还是我对商业运作和管理的全面了解和认识。

第四段：面对困难和挑战的应对策略

创业过程中必然会面临各种各样的困难和挑战，而准备创业计划书时也有可能遇到各种问题和难题。但是，关键是我们要学会如何应对和解决这些困难和挑战。在准备创业计划书时，我需要认真分析和评估项目可能面临的困难和挑战，并制定相应的应对策略。这样，当我真正开始创业时，我就对可能出现的问题有所准备，能够迎难而上、果断应对，保持创业项目的持续发展。

第五段：总结和展望

准备创业计划书的过程是我成长和进步的过程，它帮助我更加深入地了解创业的意义和要求，提高了我的综合能力和创新思维。创业计划书不仅是对创业计划的规划和总结，更是一个机会，让我反思和反省自己，思考自己的发展方向和目标。通过准备创业计划书，我更加明确了自己未来的创业方向，并对自己未来的发展充满了信心和期待。

总之，准备创业计划书是大学生创业过程中非常重要的一环。通过准备创业计划书，大学生能够更加明确自己的创业目标和动力，学会进行市场调研和行业分析，规划商业模式和运营策略，面对困难和挑战有应对策略，并总结反思自己的成长和进步。我相信，只要我们认真准备创业计划书，明确自己的创业目标，做好必要的准备工作，就能够在创业的道路上获得成功。

**大学生创业计划书文档篇四**

母婴用品是指为孕产期女性与0—3岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品。孕产期女性与0—3岁婴儿这两类特殊相关联群体提供的专业健康产品，特殊的体型特殊的生理心理需求，对母婴用品都提出了极高的要求，因此对母婴用品的选择要求相当的严格。

市场背景目前市场上还没有几家正规的，大型的母婴用品、儿童服饰、儿童玩具等产品的专业营销代理商。仅在超市及小规模个体私营中涉及母婴产品及儿童用品。开一家专门的大型的营销公司很有必要，一来可以占据大量市场空间，二来可以抢占市场份额。

婴儿用品店的主要消费群是年轻父母们，他们舍得为孩子花钱，因此市场潜力大。新生儿父母在年龄的下移和文化层次的提高，表现在了对孩子培养知识的渴求和健康意识的增强，伴之而来的是对多功能，多样化的产品，高质量商品高品位服务的需求在国内孕婴市场尚未形成的过渡时期，除少数大型商场，专卖店外几乎没有具有品牌效应的专营店面。

据国家权威结构的调查显示：我国每年将近3000万左右的新生儿出生，其中8—36个月的婴幼儿约有4500万儿童约有亿，加上三千万左右的孕妈妈，每年a消费达800亿人民币。中国内地0—3岁婴幼儿共计7000万，这个市场是绝对巨大的。所以发展母婴、儿童产品市场前景非常广阔。市场前景孕婴儿起步前景广阔。目前孕婴市场仍属启蒙阶段，市场切合仍在初见时期，杂货铺式的商店居多，而能够提供规范化管理、统一形象、高品质的特许经营店将来是未来市场发展趋势。供不应求，潜力巨大。如今市场整体处于一种供小于求的状态，市场能够提供的产品远不能满足需求。可行性分析卖出去都是零碎的东西，短时间内时不会有明显的收益，且总体声誉不会轻易扩大，因缺少像流行物品那样的青年传播人群，但利润可观。虽然从事这个行业是需要经验，但其产出投入产出比却高得惊人。行业入门槛并不高，目前开婴儿用品店有两种方式：一是加盟知名品牌店，二是个人独立开店，其中可以销售各种名牌的产品。

1、年轻父母们；

2、对孩子很重视的爷爷奶奶们；

3、企业的员工（如送礼等）；

4、出外旅行的家庭选购5。幼儿园或胎教机构的购物。

以代售超市加连锁专卖店的营销方式。（代售超市的销售价格统一由销售部经理制订。代售超市无权干涉，仅由销售经理定价，超市利润由公司返回。）

1、大小超市

2、幼儿园

3、 kfc，麦当劳等食品提供及食品公司

4、玩具生产厂家

5、奶制品生产厂家

6、文化品生产厂家

7、附加关于胎教方面）

8 、在各个阶段加入新的合作伙伴

1、资金需求比较大，且短期内很难收益；

3、开业到停业只有几个月，进货渠道控制不好，经营的产品比较复杂；

5、产品质量出现问题影响顾客的心情及信誉；

6、随时应对新的突变和挑战收入来源：1、超市营业额；2、专卖店营业额

1、超市提成及销售经理的工资；

2、专卖店的租金及员工的工资；

3、公司高层领导的工资；

4、股东分红及投资者回报；

5、专卖店发货到超市的运输费用；

6、公司成立的注册资金；

7、定期交纳国税和地税；

8、为公司扩展声誉做广告和慈善事业而需资金；

50平方米左右的店面，年租金大概6万元左右；装修及设备投入：装修只需突出个性和整洁明亮。加上水电、空调等必须添置的设备，共需2万元左右进货资金：5万元左右，品种多些，量可以少，尽量摆满柜台；初期营业员1名，500—800元/月，为节省开支，自己也需充当全职营业员5。税费：每月1000元左右。折算后，每月的固定成本在7000元以内。

婴孕用品的店址选择非常重要。婴孕用品的主导消费者为怀孕6—10个月的“准妈妈”和刚生宝宝的“新妈妈”，这两类消费群体通常居住比较分散，行动不便，所以周边交通应便利。婴儿用品店的利润平均在25%左右，每月3—4万元的销售额基本可保本。

成立连锁专卖店，与各超市及厂家展开合作，建立销售公司。吸纳网络营销人才。每区配备2名高级营销人才，优先选用有经验者。严格把关，强调质量信誉，随时调换产品，售后服务周到服务态度好，衣物采用全棉等，各种产品采用无毒材料。一流的管理人才，一流的基础设施，高级物流中心，高级的技术研发体系，连锁超市满足所有消费层次，品种齐全。

**大学生创业计划书文档篇五**

创业是一种精神，一种勇往直前的精神。作为大学生，我们怀揣着对创业的憧憬与热忱，积极参与创业计划书的编写和实践。在这个过程中，我们不仅学会了商业知识和技能，更锻炼了自己的创新精神和团队合作能力。本文将围绕创业计划书对大学生的意义、编写过程中的挑战与收获，以及有关创业计划书的启示等几个方面进行阐述。

首先，创业计划书对于大学生来说具有深远的意义。在编写创业计划书的过程中，我们需要对市场状况、竞争对手、产品定位等进行全面的调研和分析。这使我们不仅接触到了商业运营的实际问题，也提高了我们的市场敏锐度和决策能力。此外，创业计划书还要求我们从一个创意出发，对产品进行细致的规划和设计，这既考验了我们的创新能力，也培养了我们的批判性思维和问题解决能力。因此，创业计划书不仅是一种文档，更是一种实践，通过实践我们更能理解和体验创业所带来的无限可能。

其次，在编写创业计划书的过程中，我们也遇到了许多挑战。首先是对市场的前瞻性判断和行业发展趋势的准确把握。这需要我们对市场有充分的了解和研究，同时也要不断地更新自己的知识和信息，以保证创业计划书的准确性和可行性。另外，创业计划书的编写还要求我们具备良好的写作和表达能力，以便能够清晰地传达我们的创意和想法。此外，团队协作也是编写创业计划书不可忽视的一环。团队成员要充分发挥各自的专长，合作紧密地完成各项任务。这些挑战虽然不可避免，但是通过不断地实践和努力，我们逐渐克服了这些困难，取得了丰硕的成果。

值得一提的是，创业计划书编写的收获也是巨大的。通过创业计划书的实践，我们更加明确了自己的创业目标和方向，并具备了实现这些目标的步骤和策略。在整个编写过程中，我们深入挖掘和思考了自己的创业理念和商业模式，这使我们对自己创业项目的可行性有了更加清晰的认识。同时，创业计划书的实践也提高了我们的项目管理能力和执行力，使我们更加有信心去实现自己的创业梦想。此外，创业计划书的编写 还提供了与企业家交流的机会，我们从他们身上学到了许多宝贵的经验和教训。

最后，创业计划书的编写也给我们带来了一些有关创业的启示。首先，创业需要勇于突破和创新。创业计划书的编写是一个创新的过程，我们需要敢于打破常规思维，提出独特的创新点。其次，创业需要团队合作。团队合作不仅能够提高工作效率，还能够凝聚集体智慧，发挥每个人的优势，从而实现项目的成功。最后，创业需要持之以恒的努力。创业计划书的编写是一个艰苦的过程，需要耐心和毅力去坚持，不断地完善和改进。只有付出足够的努力，才能收获最终的成功。

综上所述，编写创业计划书对大学生而言具有深远的意义。虽然在这个过程中我们面临了许多挑战，但是通过不断地努力并取得了丰硕的成果。创业计划书的编写不仅锻炼了我们的商业知识和能力，更培养了我们的创新精神和团队合作能力。同时，创业计划书的实践也为我们将来的创业之路指明了方向，并给予了许多宝贵的启示。相信通过这次创业计划书的实践，我们将为自己的创业之路铺就一片光明的未来。

**大学生创业计划书文档篇六**

它用以描述与拟创办企业相关的内外部环境条件和要素特点，为业务的发展提供指示图和衡量业务进展情况的标准。

通常创业计划是市场营销、财务、生产、人力资源等职能计划的综合。

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

(一)封面

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

(二)计划摘要

它是浓缩了的创业计划书的精华。

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

计划摘要一般包括以下内容：

公司介绍

管理者及其组织

主要产品和业务范围

市场概貌

营销策略

销售计划

生产管理计划

财务计划

资金需求状况等。

摘要要尽量简明、生动。特别要说明自身企业的不同之处。

**大学生创业计划书文档篇七**

冰淇淋最早起源于西方权贵餐桌上冰冻的葡萄酒和其他冰镇饮料，曾一度是西方待客的奢侈品。而现在冰淇淋已在中国，冰淇淋有着广泛的消费群，大众无不将冰淇淋视为消暑解渴、休闲娱乐的佳品之一。校内商店出售的冰淇淋花式少，口感差，品种单一，无新意，毫无卖点，无法满足消费者的需求，所以在校内开一家冰淇淋店是很有发展前途的，定会有很大的消费群的。

冰淇淋店主要出售的商品就是火锅冰淇淋、自助di冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，还根据不同人群的特征推出一些套餐，比如a、b、c、d类套餐，情侣套餐、学生套餐等，但同时我们店铺也经营其他的类型的饮料用品，满足消费者对各种饮品的需求。冰淇淋店的主要消费者是校内的学生，他们对冰淇淋有很大的需求，且有一定的购买力，校内的竞争对手少，现有的出售饮品及冰淇淋的商店，他们出售的商品品种单一，满足不了本校学生的需求，更别谈其他的消费者了，所以冰淇淋店开在校内有很大的竞争优势。

我们的创业团队是由一群有着激情、有能力、有思想的一群大学生组成的。由八个女生构成，其中两名是店长，两名成品区导购员，两名自选区导购员，两名商品制作员，这样的组织机构不仅可以满足对顾客服务，而且可以便于管理。

炎热的夏天是我们店主要的销售季节，在这季节中我们店各式各样的冰激凌都提供。顾客可以在任何时候都能吃到冰淇淋，尤其上完体育课，想喝可乐、雪碧的学生，我们可以为他们提供漂浮式冰淇淋饮料，既凉爽又解渴。我们店不仅要在夏季红火，而且在冬天的时候，我们店会主打火锅冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，让顾客享受到温暖的感觉，不会因为冬天吃冰淇淋而感到寒冷。总的来说，我们的产品是适合任何季节的。

要做出各式各样的冰淇淋就必须要有好的设备，我们店选用意大利冰淇淋机，自动温控电炸炉，意式脆皮现烤炉等先进的设备。在服务方面，我们店的人员都得先经过统一的培训，在服务方面做到一致，环环紧扣，微笑服务顾客，不能因为等待而让顾客抱怨甚至流失。在校园内还没有同类型的店与我们店竞争，相信在完善的设备和温馨的服务下，我们店会越来越红火，会走出校园。

（一）冰淇淋市场总体特征和现状

1、发展速度加快，行业规模总量加大。

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自十九世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱，但与世界发达国家的消费水平相比差距还比较悬殊。目前世界第一大冰淇淋消费国美国人均消费冰淇淋是xkg，澳大利亚为xkg，瑞典为xkg，日本为xkg，荷兰xkg，而中国人均消费量经过几年的发展总算达到了人均xkg，但与世界人均相比还判若云泥。所以说冰淇淋市场尽管从××年代以来，每年以约x%的速度在递增，中国冷饮产量增加了x倍，但市场潜力依然巨大。中国潜力巨大的冰淇淋市场吸引了巨大资本的追捧和关注，这一切都为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

2、优胜劣汰出现质变，行业垄断势头增加。

直到20世纪90年代中期之前，中国冷饮市场还处在一个品牌极为分散的状态。无论对于生产者还是消费者，冷饮都只是季节性产品。对于很多食品厂来说，生产冷饮只是一年中一个阶段性的安排，对于诸多个体户来说，则是“忙三月，吃一年”。在这种情况下，冷饮行业根本谈不上全国性的市场体系，质量监管体系也存在诸多空白，诚如很多专家所言，在发展的初级阶段，冷饮业也不可避免地处于“低、小、散、乱、差”的局面。但是随着伊利、蒙牛等国内品牌在冰淇淋领域异军突起，雀巢、和路雪、哈根达斯等国外品牌纷纷进入中国内地市场，一场残酷的冷饮业洗牌开始了。历史上全国一度有x多个冷饮品牌（相信如果加上无品牌的小厂和个体作坊，生产者远不止千家），但是现在80%已经失去竞争能力甚至干脆消亡。

3、原料成本成了中小企业逾越不了梦魇，资源整合、有效管理和品牌之道是企业生存的金子法则。

奶、糖、巧克力、棕榈油是冰淇淋最主要的四种原料，无论是国产工业粉还是进口粉近年来价格一直攀升，涨幅高达20%，巧克力原料也是行情看涨，国产中档巧克力也逐渐突破吨万元大关，进口巧克力和以吉百利为代表的高档巧克力涨幅更是高达x%。

4、中国的冰淇淋消费已经从防暑降温转向不分季节的休闲享受步伐加快，冰淇淋正逐渐具备休闲食品功能。

（二）冰淇淋市场的发展趋势

现今随着社会的不断进步发展，人们的消费水平的日益提高，对于各类食品的要求不断的提升，作为夏日常用食品之一的冰淇淋，也同样在不断的发展。为了迎合不同的消费者，冰淇淋制造商在“新”上大下功夫，其发展的趋势也开始明朗化：

1、发展保健型的冰淇淋：保健冰淇淋是一种以增进人体健康为宗旨的冰淇淋。纵观传统的冰淇淋制品，是以高糖、高脂类为主，含有较高热量，而未来食品的发展趋势是要以适合人们对营养的要求。为此，营养学家提出了“三低一高”的方案，即低糖、低盐、低脂肪、高蛋白，同样也是冰淇淋行业所发展的趋势。

2、开发新原料：传统的冰淇淋的口感和风味均为人们所接受，其中，脂肪、糖类是起主要作用。但是他们含热量大，不宜使用。为此，就需要他们的代用品，使他们具有脂肪和糖类的口感，而含热量很小。此外在非脂乳固体方面，欧美等国已使用含蛋白35%的乳情蛋白浓缩物代替部分脱脂乳粉生产乳制品。在我国，不少厂家为了降低成本，提高保健功能也用糊精成分代替部分乳制品。

3、原辅料回归天然：组成乳制品的原辅料材料很多，主要是有两大类：一类是天然的，即取自于自然界中的动植物，如乳类、蛋类、蔗糖，另一类则是合成的，如糖精钠和一些香精香料。由于合成的原辅料是为人工化学合成的，其安全性时常受到人们的非议，在使用时心里总是不踏实。而天然的原辅料则一般对人体是安全的。因此，崇尚天然、回归天然已成为当今的时尚，特别是在甜味剂和色素方面。并且使用人工合成的各类甜味剂、色素不断的减少。天然的添加剂得以迅速的运用。

4、消费趋势发生改变：冰淇淋随着发展壮大，产量以空前的速度增加，市场也在急剧的扩大。人们不仅仅对冰淇淋的要求越来越高，而且对品种的风味、色泽、包装、价格方面亦日渐挑剔，并且消费群体发生了巨大的变化。消费队伍继续扩大，在冰淇淋刚刚研制出的，他几乎只是一些孩子的特权。但是，随着人们生活水品的不断提高，冰淇淋产品的改善，他的消费群体不断扩大，成年人也越来越喜欢各类冰淇淋制品了。并且人们的消费时间和目的也都有着不同的变化，冰淇淋不再只是夏日的消费品了。随着其固形物的不断增加，消费者时尚和爱好，其不单单只是给人以清凉、消暑的作用。而更为消费者关注的是其独特的营养性和功能性。

5、产品趋于系列化、多样化：为了适应消费者的消费取向不断变化的需要，乳制品正逐步向着系列化方向发展，如：果味乳制品系列、涂衣型系列、夹心型系列的。在不失去原奶的味道的同时又添加各类水果香味剂和果汁、果肉，并且将酸、甜、咖啡等味道相互结合研制新型产品，从而形成了多元化的产品系列。营养型的，在原有的冰淇淋制品的营养功能的基础上加入一些功能性配料来完善体现冰淇淋制品的优势，比如保健型、运动型、适合糖尿病人型的冰淇淋制品。

6、产品包装趋美、趋新、趋奇：在经济日益发展的今天，人们对商品除了讲究内在的质量外，而且还希望在产品的包装上有所改革，有所突破。包装主要包括造型和外包装。包装造型对产品的销售有着极大的作用，造型美是体现产品的整体美感的综合，只注重质量而忽略包装的年代已经过去。为此，冰淇淋制造商还要在在冰淇淋的包装上下一番功夫。功能性甜味剂特点及发展优势当今食品市场倾向于“健康饮食”，作为高糖、高油类型的冰淇淋中的蔗糖、油脂渐渐被取代，能够减少能量和低热能的产品引来了广泛的关注并且逐渐成为流行的潮流，特别是在冰淇淋的成份中。冰淇淋制造商正在努力寻找适合这些消费者需要的原料。这种蔗糖的替代品不仅能从物理化学方面取代蔗糖而且也可以带来其它的有利于健康的好处。获得好的质量的产品，需要用严谨的科学方法才能使它的功能性得到真正的应用和确切的解释。

（三）冰淇淋消费者行为分析：

1、冰淇淋产品消费特征——大众化、年轻化

对冰淇淋产品的消费者构成进行细分，我们发现：中国市场中冰淇淋产品消费者的平均月收入为x元，平均年龄在x岁，而且重度消费者（即：每周消费冰淇淋x次以上）主要集中在15—24岁。由此可见，现在淇淋已然是一种大众型产品，并且具有显着的年轻化特征。

2、冰淇淋市场总体特征——走势平稳

有研究表明，中国冰淇淋市场的增长速度非常快，目前人均年消费量是x升（相当于x到x支的冰淇淋），未来20年期望上升到6升，中国将成为世界上最大的冰淇淋消费国。

（四）冰激凌品牌竞争与对策：

正是如此巨大的市场规模的存在，也使得中国冰淇淋市场成为了国际以及国内食品巨头的必争之地。然而，从目前中国冰淇淋市场的总体状况看，国产品牌和洋品牌的地位比较均衡。这在一定程度上要归因于国产品牌的成本优势和价格优势。但与此同时，国产品牌档次普遍偏低的现象也应引起足够的关注。中国冰淇淋市场中，中、低档品牌价格竞争的日益白热化已使得利润空间越来越小。因而，未来冰淇淋市场中获利的主要方向应该是：基于市场调查和消费者研究，对冰淇淋消费市场进行细分，有针对性地制定产品策略和市场策略。

以消费者研究为例，冰淇淋产品最忠实的消费群是年轻人（15—29岁）。这一群体的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费。他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试，在做出购物决策时，价格并不是唯一的决定因素。那么针对这一群体而言，冰淇淋的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的“酷”感以及产品外型的个性化上。从渠道策略而言，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰淇淋专卖为主要形式。“冰吧”应该是时下流行青年的时尚选择。由此而言，营造品牌文化，引导时尚消费模式，开发多样化产品不失为未来冰淇淋行业发展的一个重要方向。

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自19世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱。近十多年，随着有关机构大力倡导食用乳制品及更多的医疗保健专家的建议，中国的冰淇淋产品已成为最普及的乳制消费品了。目前，人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰激凌），未来20年有望上升到6升，中国也将成为世界上最大的冰激凌消费国。而这个潜力巨大的市场吸引了越来越多资本的追捧和关注，这一切也为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

总体而言，冰激凌产品最忠实的消费群还是时尚的、有购买力、有文化内涵的年轻人。根据cmms的调查数据显示：x%的15—19岁的消费者，x%的20—24岁的消费者以及x%的25—29岁的消费者每周食用冰激凌四次以上。他们的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费，他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试。

显然，针对这一群体，冰激凌的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的酷感以及产品外形的个性化上。从营销渠道策略方面讲，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰激凌专卖为主要形式的是时下流行青年的时尚选择。那么，我们的冰激凌店将以怎样的形象把产品推向大学生市场，找到了最佳的市场切入点，有效的避开同质性和主要竞品，并铺设了有效的终端渠道呢，这不外乎以下几点：

1、产品决策

产品筛选上，爽吧冰淇淋店大力开发适合我们大学生的各种各样的产品，产品外形独特有个性，并为每款产品冠以别出心裁的名称，以吸引不同口味、不同目的、不同级别的大学生消费者。

2、定价决策

由于中西方饮食文化的差异，冰淇淋产品在欧美国家是每日必食的餐后甜点，讲究浓腻，而中国人的口味偏淡，因此中国消费者更喜爱低档冰淇淋。而且，我们的主要消费群体是大学生，他们所能接受的价格也不是很高，因此如果我们的冰淇淋店在制作冰淇淋时将多次掺和数提高到45%—50%，就能既保持原有产品的风味，又使更多消费者更易于接受，同时生产总成本也降低了5%，出售的价格也不会太高。这也是符合市场营销观念的理性决策。

3、分销渠道决策

对分销渠道而言，控制专卖店的数量，提高质量是重要策略。爽吧冰淇淋店是一家开在无锡商院的规模不是很大的专卖店。我们绝对做到服务一流、质量一流，配备了专门的制作车间，有能力制作店内的绝大多数产品，极少数较复杂的产品由中心制作车间统一生产，做到真正自产自销。

4、促销决策

冰淇淋店开业前后我们都会进行大力宣传，不仅仅在无锡商院发传单，也将在整个藕塘发传单，以此来提高爽吧冰淇淋店的知名度。另外，我们还会定期的做多种促销活动，以此来吸引顾客。

我们坐落在无锡商院的冰激凌店，我们主要服务于无锡商院内的学生，他们都有着自己的个性和要求。因此我们的服务周全，可以要求服务也可以自助。在学校这个地方，同学们需要优雅但别具一格的氛围来享受一下冰激凌。作为一个经营者站在学生的角度我认为想成功经营这个商店必须注重环境的设计考虑到为什么他们会进来，他们有什么需要。

因此我们店除了基本的工作用具以外还购买了一些自动转椅，吊灯。我们会跟着时的节的变更购买墙纸，春天我们会都买一些有花花草草图案的墙纸，给人温馨的感觉。夏天会购买一些清淡优雅的图纸，给人冰爽的享受。秋天给人的感觉是萧条的，因此我们采用重色的墙纸将店内布置的热情，再加上我们的烤冰激凌，给人以激励感觉很完美。

冬天是一个寒冷的季节，我们采用火苗一样的墙纸，在吃着我们的火锅冰激凌，给人温暖，这是我们店一年四季的大体布置。我们还将进一步对店内的设计做出调整，我们沿墙安放桌子并在每个桌上放置菜单，方便选购。我们专门设有一栏是许愿墙，无论是疲惫或开心的你，吃完冰激凌在音乐的渲染下有感而发，并顺手记录你的“历史”，并抬头仰望屋顶黑夜里依然璀璨的小星星，会感觉心情舒畅。晚上可能有更多情侣光顾我们晚间浪漫的“爽吧”小屋，晚上我们有专门的“包厢”，灯光很浪漫，五颜六色温馨浪漫。

我们店内基本八个员工，有专门的收银员，制作员，服务员。我们都是统一服装是彩虹纹条，印有“爽吧”字样的可爱冰激凌图案。彩虹象征着希望机遇，雨过天晴。可爱的“爽吧”小冰激凌是我们的象征也是我们的形象。我们店内的员工用基本的英语口语，“hello” “bey” “my—gard”等最基本的用语。

我们店内的主旨是“灵、怡、思”进行流水线似的服务。“灵”我们的服务很快，而且做的冰激凌很精致灵巧；“怡”是顾客满意心仪，我们开心；“思”是代表顾客对我们商店的赞赏，并带着朋友一起再次光临我们“爽吧”冰激凌店。我们店的生产目标是为顾客提供满意的服务，想通过每一位顾客去替我们做宣传，让他们真真感觉到我们店的与众不同。

（一）团队管理

我们的创业团队总共有8名成员，分别担任店长和服务员，大家对待自己的工作认真、负责，共同营造了一个既轻松有严谨的工作环境，为顾客提供最优质的服务。在团队管理方面，我们采用的是人性化的管理方式，针对不同员工的特点安排他们的工作内容，经他们的长处做到最大的发挥。同时采用激励机制，让员工对工作充满热情，提高工作效率。由于我们的专业是工商企业管理，所以对冰激凌店的经营方面会有很大的帮助，能够提高我们的运营效率和营业能力。

（二）岗位设计与职责：

店长（x名）：掌管财务、制定决策；进购货物；负责收银与服务区；管理网店。

店员（x名）：成品区导购员x名——帮助顾客选择成品的商品

自选区导购员x名、制作员x名——帮助顾客选择材料、设计样式并制作

（一）资金需求

1、办理工商、税务登记等费用约x元；业务拓展后视情况再改善；宣传广告及市场调查费用约x元；资料费及销售费用x元；人员工资x元，其他开支x元。

2、原材料、餐具、x个甜筒机、x个榨汁机、x个冰柜、x张桌椅、杯子等费用大约x元，室内装修x元，租金每年x元。

主要项目如下：（单位：元）

项目第一年费用金额

办理工商、税务登记等费用

店铺装修费

租金

设备等投入

宣传广告及市场调查费用

资料费及销售费用

其他开支

人员工资

总计

（二）资金来源

合伙人自筹资金，ybc创业贷款，向银行申请小额创业贷款

（三）资金运营计划

1、主营业务利润

第一年主营业务利润预测表（单位：元）

项目：冰淇淋金额

主营业务收入

主营业务成本

主营业务税金及附加

主营业务利润

2、管理费用

第一年起步阶段管理费用从紧使用。第二年起根据业务发展，考虑收入增加，并逐步考虑劳动保护费（服装费、防暑降温费）、交通费补贴。在拓宽发展的同时，适当改善店铺外观装修条件。

宏观方面：各种制作材料的价格的变动，其中主要有奶油、各种水果等，以及商院市场的不确定性、国家政策对原材料的影响。

**大学生创业计划书文档篇八**

创业计划书是一份全方位的商业计划，其主要用途是递交给投资商，以便于他们能对企业或项目做出评判，从而使企业获得融资。

一个非常简练的计划及商业模型的摘要，介绍你的商业项目，一般500字左右。

a.公司的宗旨

b.公司的名称、公司的结构

c.公司经营策略

在这里用最简洁的方式，描述你的产品服务;什么样的困难你准备解决;你准备如何解决;你们的公司是否是最合适的人选。

d.相对价值增值说明你的产品为消费者提供了什么新的价值

建立开发生产设备，并努力提高生产和研究能力以便满足日益提高的客户需求。通过大规模的促销攻势提高我公司的产品服务的销售量。

增加分销渠道零售网点区域销售销售公司采用电气化直邮式的分类等。

录用新的员工以便支持在新的市场计划下可持续的发展。

提高研发能力，创造领导潮流的新型产品，提高竞争能力。

注意不需要透露你的核心技术，主要介绍你的技术、产品的功能、应用领域、市场前景等。

1.产品服务a

2.产品服务b

说明你的产品是如何向消费者提供价值的，以及你所提供的服务的方式有那些。你的产品填补了那些急需补充的市场空白。可以在这里加上你的产品或服务的照片。

a.产品优势

b.技术描述：1.独有技术简介 2.技术发展环境

c.研究与开发

d.将来产品及服务

说明你的下一代产品，并同时说明为将来的消费者提供的更多的服务是什么。

e.服务与产品支持

简要叙述你的公司处于什么样的行业、市场、专向补充区域。市场的特征是什么?你的分析与市场调查机构和投资分析有什么不同。分析是否有新生市场?你将如何发展这个新生市场。

如果你在程序软件市场开发c++或nt的平台工具，不要只泛泛的讲一下这是一个价值300亿的大市场。如果你正在制作在nt工作平台上的c++应用程序开发工具，你就应该在报告中详细描述去年共销售了多少c++开发程序软件，有多少成长型的客户群，你的目标市场是什么?你的竞争对手分到了多少份额?是否有其他的市场零售商oem厂商在销售你的产品。

a.市场描述

我们计划或正在xx行业竞争。这个市场的价值大约有xxx，我们相信，整个行业的主要发展趋势将向着(环境导向型，小型化，高质量，价值导向型)发展。

市场研究表明(引用源)到20xx年该市场将(发展萎缩)到xxx。在这段时期里，预计我们力争的细分市场将(成长、萎缩、不发展)。改变这种情况的主要力量是(例如电脑降价，家电商业的蓬勃发展等原因)这个行业最大的发展将达到xxx。你的公司可能独一无二的将你的产品服务和xx公司同级别的公司的现行业务合并。而当今的类似xx公司的正面临着诸如逐步提高的劳动力成本等困难。

b.目标市场

我们将目标市场定义为x，y，z。现在，这个市场由a个竞争者分享。

我们的产品拥有以下优势：高附加值，出色的表现，高品味，为企业的量体裁衣突出个性。

c.目标消费群

消费群特点

我们之所以选择这些渠道因为：

1、季节变化引起的消费特点;

2、资金的有效运用可以利用市场上现有产品的销售渠道。

针对每一个分销渠道，确定一个五年期的目标销售量以及其他假设条件。为每一个渠道所做的假设可以是以下这些。

请告诉我们分别根据产品、价格、市场份额、地区、营销方式、管理手段、特征以及财务力量划分的重要竞争者。

a.竞争描述

b.竞争战略市场进入障碍

请在这里研究进入你的细分市场的主要障碍及竞争对手模仿你的障碍。

a.营销计划

描述你所希望进行的业务是如何的。以及你所希望进入的细分市场。曾经使用的分销渠道，例如：零售、对商业机构的直接销售、oem以及电子媒介等等。还要描述你所希望达到的市场份额。

b.销售战略

描述你进行销售所采取的策略。包括如何促销产品：通过广告、邮件推销，电台广播或是电视广告等方式。

c.分销渠道及合作伙伴d.定价战略e.市场沟通

你的目的是加强、促进并支持你的产品能更好的满足消费者需求的热点。唯一的原则就是寻找一切可能的有利的途径进行沟。

财务数据概要。

八、附录

如有以下材料，请列出

a.公司背景及结构

b.团队人员简历

c.公司宣传品

d.相关词汇

**大学生创业计划书文档篇九**

领衔人：唐xx

电子邮箱：xx@

专业：现代殡仪技术与管理

年级：大一

邮编：

学校全称：xx民政职业技术学院

初赛负责人：陶xx

学校地址：xx市雨花区香樟路22号

团队基本情况

团队成员：唐xx

项目所属领域：环保型

产品：集合肥皂器

服务：所有肥皂的使用者

电话：1839xx

指导老师：陶xx

1、领衔人简介

我叫唐xx，是xx民政职业技术学院殡仪1431班的一名学生，平常喜欢探索一些小事情并产生一些小猜测，这个产品的灵感就是在家里使用肥皂时想出来的。

2、项目简介

1、产品的技术原理：回收利用平常用剩余的肥皂

2、技术水平：不需要太多的成本，因为制作过程比较简单

3、新颖性和独特性：操作简单、成本低

4、项目的市场保护措施：需要得到相关部门的许可并获得专利才可以进行正规的生产

5、项目研发计划：在小工厂制作一小部分产品出去卖，并收集用户的意见

6、项目生产计划：根据销售的多少来决定生产量

1、营销方式和渠道：主要针对家庭主妇或是老奶奶

2、营销队伍：我与寝室的成员

3、促销计划：准备在每个小区摆摊设点对居民用户进行销售

2、预计销售收入和经济效益：预计5000左右

1、技术风险：技术风险相对以较小，因为技术含量比较小，所以没有含太多的高科技含量。

2、市场风险：市场现在没有出现这种产品，所以没有什么竞争对手，加上这是一个新产品，所以大部分顾客会觉得很新奇。

3、管理风险：只需要专门有人负责生产、包装和销售就差不多了。

4、对策：加强对产品的质量，给顾客留下好的印象，这样就可以提高销售量。

由于产品是新产品，大部分顾客会认为很新奇，因此前期可能会有很好的销售效果，可能到了后期，我们可以进行产品更新，并加强产品的推销，以此来提高产品的销售。

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