# 2024年餐饮创业计划书完整版 创业计划书完整版(通用14篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-07-16

*人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。餐饮创业计划...*

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**餐饮创业计划书完整版篇一**

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。

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

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。

**餐饮创业计划书完整版篇二**

1、去蛋糕店的频率：

女生对蛋糕的依赖远大于男生，因此，我们的蛋糕店会添加更多的女生元素，以吸引更多的顾客。

2、蛋糕的用途：

3、市场满足度：

市场上蛋糕的种类基本能满足大众的需求，虽然对diy蛋糕会产生一定的冲击，但是，从另一方面讲，市场上已有的经验以及模型，我们可以直接借鉴使用。

4、diy方式态度

总体来说，大家对diy方式还是很看好的，因此，我们还是有很大的发展空间。

5、是否愿意花时间自己做蛋糕?

男生比女生更为理性，女生讲究的是浪漫情调，而男生则更为实际，因此，我们会从女生着重下手，开发我们的产业。

6、蛋糕的价位：

7、蛋糕的尺寸：

8、蛋糕的形状：

圆形居多，我们会提供大量的圆形模具，用于制作蛋糕，同时，利用参考资料帮助顾客完成自己“奇怪形状”的制作。

9、担心的问题：

卫生安全、材料储备是大家主要担心的话题。所以，我们会在办下卫生许可证的前提下，增加消毒设备，并及时更新材料，以保证材料的新鲜。

10、制作环境

大家还是喜欢优雅的环境，所以，我们在不同的风格还是会以静雅舒适的风格为主。

11、制作蛋糕的伴侣：

来店里的恋人居多。所以，我们要创造一个温馨浪漫的情调来吸引更多的情侣来本店。

12、diy蛋糕店的频率：

时效性决定我们选择地址的重要性。因此，我们选择在学校附近，因为学校每年都有新生的加入，所以，可以说，我们的生源是源源不断的。

13、宣传渠道：

大部分同学选择的是“朋友推荐”。因此，重视回头客就必不可少了，创建良好氛围，并创立推荐好友优惠的制度，我们的diy蛋糕店必定会不胫而走!

2、网络调查：

(注：为了扩大投票的覆盖面积，我们采取多渠道，多人量的发布投票方式，现只截屏其中的一部分，统计表由全部总体数据制成。)

1、关注人群性别

女生比较关注蛋糕，因此，我们注重点还是在女生。

2、关注人群年龄：

年轻群体主要是我们的对象，主要集中在大学生以及中小学生。

3、关注者意愿：

我们的diy蛋糕店还是很有发展前景的。

4、关注者担心的问题：

与调查问卷的结果不同，网络上的人群更担心的是蛋糕制作的时间问题，综合起来看，还是时间比较重要，所以我们制定了一系列的高效方案。

5、来diy蛋糕店的频率：

与问卷调查相同，只有牢牢的抓住学生这个大的消费群体，我们才能拥有源源不断的客源。

3.前景预测

通过我们一个多月来的调查研究，我们做过问卷调查，发表过网上投票，也走访过很多diy行业的商家，总结出很多优势。

首先，大家对diy的态度还是很友好的，数据表明有大于80%的人选择了愿意来，尤其是年轻的一代，都希望有自己独特的东西。所以，我们就抓住人们的这种心理下手，必然会有良好的效果。

第三，我们本身就是一个大学生，从校园中出来，我们很了解现在的学生想要什么，不想要什么。能和顾客有个很好的心灵的沟通是创业成功的关键。因此，这势必会成为我们良好的资源!

第四，通过我们自己的预算，以及成功的案例，开一家diy蛋糕店的成本在10万元以内，这对于我们没有什么资金来源的大学生来讲，有很大的可行性，以及低风险性。

第五，我们走访了很多的做diy生意商家，大家普遍用“前景无限”这个词来形容，足以见这个产业的发展潜力。

与此同时，我们也发现了很多的风险，但是我们同样找到了解决的方法。

首先，自己制作蛋糕确实是一件费时费力的事情，很多人都因为没有时间久不会光顾，因此，我们改进了技术，同时增加了优雅舒心的氛围，让大家烦躁的心能够暂时平静下来。

其次，蛋糕本身就是有奢侈色彩的代名词，所以，很多人选择了只来一次。因此，我们就需要一个不断更新的生源，所以，我们把店建在了学校附近，每年都有新生的到来，也就意味着每年都有新的顾客光临我们的diy蛋糕店!生意不断!

综上所述，不难看出，diy蛋糕店的情景还是非常可观的，只要我们有想法，有信息，就一定可以实现的!

四、 人员及组织结构

三、 财务计划

1、启动资金：10万元。(必要时，可再申请7万元贷款)

2、手续：(营业执照、卫生许可证、注册、税务登记等)1000元。

卫生许可证：去卫生局申请办理卫生许可证(150元左右)。

营业执照：办好卫生许可证后带上卫生许可证、负责人身份证、房产证明材料、

合同

、照片到当地工商所办理营业执照(140元左右)。

税务登记：办好营业执照后三十天内到税务所办理税务登记证(100元左右)。

北京大学生创业优惠政策：

高校毕业生(含大学专科、大学本科、研究生)从事个体经营的，自批准经营日起1年内，免交个体户登记注册费(包括开业登记、变更登记、补换营业执照及营业执照副本)、个体户管理费、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等。此外，如果成立非正规企业，只需到所在区县街道进行登记，即可免税3年。

自主创业的大学生，向银行申请开业贷款担保额度最高可为7万元，并享受贷款贴息。目前，北京市民生银行、商业银行等已开始接受大学生的创业贷款申请，这也是政府出台的扶持大学生创业的政策之一。贷款方式包括直接向银行申请贷款、申请科技型中小企业贴息贷款、利用新技术成果或知识产权进行担保贷款等。

3、店面：租用，海淀区，/月。

1、海淀五道口华联附近临街旺铺出租

房屋类型：商铺

面积：50平米

租金：21000 元/月 (半年付)

房源描述：周边遍布很多高校交通便利的很绝大多数人耳熟能响高校生们消费的集中地，消费人群不容质疑。是一个极好的商铺经营场所。

2、民族大学西门附近的旺铺具备餐饮条件

房屋类型：商铺

面积：45平米

租金：9500 元/月

房源信息：临主街，有上下水，动力电。消费人群以年轻人为主，人流量大，消费能力强。本店适合经营餐饮等行业。

基础设施：水电

3、魏公村临街餐饮旺铺出租

房屋类型：商铺

面积：40平米

租金：10000 元/月

房源信息：此商铺位于魏公村临街繁华地段，紧邻大学，临主路公交站牌集中，周边多家品牌餐饮，服装店，小吃奶茶店，人流量非常大，纯一层，面宽8米，上下水，动力电，能注册，适合各种服装饰品，品牌小吃，西餐茶楼等行业。

基础设施：水电

4、机械设备：2万元。

燃气烤箱：新南方牌一层两盘3500元。

打蛋机：20升恒联1700元。

面包醒发箱：不锈钢15层厨宝牌1500元。

鲜奶机：1700元。

蛋糕展示柜：制冷的4000元。

工作台：不锈钢的1000元。

打蛋刷：三能牌37元，耐高温纸10元。

刮板：应该是送的。

裱花嘴：好的150元。

5、门面及内部装修：1万元。

内部各种风格各占不同地方，但是以优雅的格调为主。

装修公司：

公司名称： 北京鸿昆世纪装饰有限公司

地址： 海淀区北洼路甲28号万景公寓705室

风格：温馨、浪漫

6、空调(一匹)：1500元。

美的kf-23gw/y-x(e5)

7、原材料：1万元。

玉米粉，低精粉、白糖、色拉油、塔塔粉等

8、广告费：约2万元。

1、传单海报等：

公司：小水滴设计工作室

形式：3折页宣传册

设计费：1200元

印制：5000份(1元/份)

形式：传单

制作费(包括发放费用)：0.1元/张

印制：5000张

形式：优惠券(打孔)

制作费：0.5元/份

印制：500份

形式：海报

制作费(包括张贴费用)：5元/张(60\*80cm)

印制：1000张

2、网站广告费：

形式：网站广告

宣传费：9000元/年。

9、蛋糕制作参考资料：500元。

10、员工服装费：900元。

300元\*3=900元

11、其他(顾客用一次性围裙、包装物等)：5000元。

围裙：2.5元/个

包装盒：

会员卡制作成本：0.5元/个

12、活动资金：1万。

六、营销策略

(一)广告宣传

1、海报传单：

在各大高校发放传单，张贴海报。

前期：共5000张。

2、网络广告：

前期：在主要网站(如校内网、开心网)发布广告。

后期：伴随着企业的发展，后期会开发应用软件的小游戏，宣传蛋糕。

3、电视广播：

在适合年轻人的电视栏目以及广播播放广告视频

4、报纸杂志：

在年轻人报纸杂志刊登大版面的广告宣传。

(二)营业安排

营业时间：

周一至周五： 6：00——23：00(针对顾客)

节假日： 24小时全天营业

营业内容：

1、顾客告知店员，自己想做蛋糕、饼干、提拉米苏还是巧克力，店员便帮其准备好所需原材料，如玉米粉，低精粉、白糖、色拉油、塔塔粉等，量好适量的水，顾客只需搅拌、烘烤、造型，便能得到自己想要的糕点了。

2、我们还附带经营早餐及夜宵的成品蛋糕以及巧克力等糕点。

3、我们实行会员卡制度，即，凡一年内来本店消费满3次或者推荐一位好友来本店消费者，均可获得一张精致的会员卡，凭此会员卡，享受全场九折的优惠。

4、凡我店会员，生日当天来本店购物，均可得到一份特别的生日礼物，给您的生日一个惊喜!不是会员的顾客，生日当天来本店消费，均可得到一份生日贺卡及礼品。

5、我们提供免费的照相服务，免费的为制作蛋糕的顾客拍照，留下值得回忆的点点瞬间。如果顾客需要，我们可以将电子版照片发给顾客。

6、店内设置留言板，有什么想对朋友、家人们说的话，或者什么对我们的意见，都可以写在上面，我们提供免费的精美卡纸，温馨你我他!

七、 风险管理

在市场调研中，我们发现了很多的风险，但是我们同样找到了解决的方法。

首先，自己制作蛋糕确实是一件费时费力的事情，很多人都因为没有时间久不会光顾，因此，我们改进了技术，同时增加了优雅舒心的氛围，让大家烦躁的心能够暂时平静下来。

其次，蛋糕本身就是有奢侈色彩的代名词，所以，很多人选择了只来一次。因此，我们就需要一个不断更新的生源，所以，我们把店建在了学校附近，每年都有新生的到来，也就意味着每年都有新的顾客光临我们的diy蛋糕店!生意不断!

再者，市场中存在我们的竞争对手，我们必须时刻更新我们的产品创业和时刻进行广告宣传。

共

2

页，当前第

2

页

1

2

**餐饮创业计划书完整版篇三**

一、背景

二、前景

三、竞争对手

四、公司构成

五、宣传方式

六、风险评估与防范

七、市场调查报告

八、预算控制

九、销售与收款控制

十、订单控制

十一、销售发票

十二、退货业务

十三、订货控制

十四、企业纳税计划

十五、年度计划

十六、预算

十七、总结

背景

一日三餐必不可少，早餐更是重中之重，早餐的质量优劣决定着人们整天的精神状态的好坏。因此我们把我们的眼光投向这一重要领域，再加上如今人们思想的现代化，越来越少的人愿意自己动手准备早餐，尤其是学生以及一些大中型公司的职工，一来由于早上时间急促，二来自配早餐过于麻烦，所以我们为他们配送早餐的计划是十分有前景的。现在有很大一部分人早饭都去一些早餐店吃，或者有些甚至打包在路上吃。而且有时可能由于多方面原因，会买不到他们想吃的。这样，如果我们可以根据客户的口味配制好他们需要的早餐，并且保温保鲜地送到他们手中，他们还会有拒绝的理由吗?这也再次说明了我们的计划的可行性。现在我们的服务对象初步定在学生与公司员工两者上，是经过深思熟虑的，这是一个庞大的人群，从而为我们造就了一个很大的市场，且学生们需要营养的早藏来为一天的学习打好基础，而公司也希望员工们都有一份营养均衡的早餐来使员工们以饱满的精神状态迎接每一天。因此，对学生、公司员工实行我们的计划是有根据且完全可行的。

前景

竞争对手

《孙子兵法》有一经典战略思想：“知己知彼，方能百战百胜。”经营也一样，不仅需要了解自身的优势和弱势，同时也需要了解竞争对手的优势和弱势。我们这个创业计划主要经营的是早蚕配送，而重要的服务对象是学生和各家公司，以及其他有意向订购早餐的人群。又根据市场调查，大部分人是选择出去吃早餐，或在家自己做的。所以我们的竞争对手应是食堂、各早餐店以及顾客本身。

首先是食堂，学生们已经习惯在食堂就餐，而且食堂既经济有卫生，所以我们面对这个竞争对手时，应从两方面入手：一是食品本身，二是服务质量及时间。食品方面，我们必须做到物廉价美及品种丰富，而服务方面我们必须是随叫随到。其次是各家早餐店，他们既是我们的竞争对手，同时也可成为合作伙伴，我们可以与他们建立合作关系，这样既可以减少竞争压力，同时也可以丰富我们的食物种类，从而达到共赢。再次是顾客本身，就是自己在家做早餐的人群。自己在家做早餐虽然卫生、经济且合乎个人口味，但费时费力。我们的计划可以使他们减少在早餐上时间和精力的花费，并可使他们在早餐的品种上有更多的选择余地。

总之，竞争就是一种动力，只要我们处理好我们与竞争对手的关系，善于借鉴与学习，相信我们的计划会有较大的前途。

公司名称：某某早餐配送有限公司

商标：某某

公司构成：我们早餐供应公司是有限责任公司，由八个股东共同出资成立。

1.名称：某某早餐供应有限责任公司

2.经营范围：负责向专门的早餐店进购早餐并根据消费者需求配送早餐，送到消费者手中，并且准时送到。

3.公司注册资本：50万

4.股东姓名：邹夏妮、高丽莎、章菁、李逸琛、邱晓旭、施晶晶、戴歆露、吴轲

5.股东出资方式：实际资金额

6.股东转让出资条件：由三分之二股东同意则可转让

7.公司的机构：董事会：设董事长一名;监事会：监事一名;市场营销部：经理两名，其余为十五名配送人员;人事部：经理两名(其中一名经理兼任监事);财会部：会计一名、出纳一名。

8.议事规则：定期召开董事会、股东大会，由董事会先得出初步议事决定，再交股东大会审核决定。

9.公司法定代表人：董事长

10.公司的解散事由：(1)股东大会决议解散;(2)因公司合并或者分立需要解散的;(3)违反法律行政法规被依法责令关闭。

11.清算：成立清算组，制定清算方案，最终清算终结，办理注销登记。

宣传方式：

文档为doc格式

**餐饮创业计划书完整版篇四**

  目前国内创业者的融资渠道较为单一，主要依靠银行等金融机构来实现，其实，创业融资，要多管齐下，千万别吊死在一棵树上，这样才能多多益善。

  渠道1：银行贷款银行贷款被誉为创业融资的“蓄水池”，由于银行财力雄厚，而且大多具有政府背景，因此在创业者中很有“群众基础”。从目前的情况看，银行贷款有以下4种:

  1、抵押贷款，指借款人向银行提供一定的财产作为信贷抵押的贷款方式。

  2、信用贷款，指银行仅凭对借款人资信的信任而发放的贷款，借款人无须向银行提供抵押物。

  3、担保贷款，指以担保人的信用为担保而发放的贷款。

  4、贴现贷款，指借款人在急需资金时，以未到期的票据向银行申请贴现而融通资金的贷款方式。

  提醒创业者从申请银行贷款起，就要做好打“持久战”的准备，因为申请贷款并非与银行一家打交道，而是需要经过工商管理部门、税务部门、中介机构等一道道“门坎”。而且，手续繁琐，任何一个环节都不能出问题。

  渠道2：风险投资在许多人眼里，风险投资家手里都有一个神奇的“钱袋子”，从那个“钱袋子”掉出来的钱能让创业者坐上阿拉丁的“神毯”一飞冲天。但风险投资是一种高风险高回报的投资，风险投资家以参股的形式进入创业企业，为降低风险，在实现增值目的后会退出投资，而不会永远与创业企业捆绑在一起。而且，风险投资比较青睐高科技创业企业。

  提醒风险投资家虽然关心创业者手中的技术，但他们更关注创业企业的盈利模式和创业者本人。因此，“等闲之辈”很难获得风险投资家的青睐，只有像张朝阳、邵易波、梁建章那样的创业“枭雄”，才有机会接近那些金光闪闪的“钱袋子”。

  渠道3：民间资本随着我国政府对民间投资的鼓励与引导，以及国民经济市场化程度的提高，民间资本正获得越来越大的发展空间，目前，我国民间投资不再局限于传统的制造业和服务业领域，而是向基础设施、科教文卫、金融保险等领域“全面开花”，对正在为“找钱”发愁的创业者来说，这无疑是“利好消息”。而且民间资本的投资操作程序较为简单，融资速度快，门槛也较低。

  提醒很多民间投资者在投资的时候总想控股，因此容易与创业者发生一些矛盾。为避免矛盾，双方应把所有问题摆在桌面上谈，并清清楚楚地用书面形式表达出来。此外，对创业者来说，对民间资本进行调研，是融资前的“必修课”。

**餐饮创业计划书完整版篇五**

这一部分要介绍公司的主营产业，产品和服务，公司的竞争优势以及成立地点时间，所处阶段等基本情况。

这一部分介绍公司的宗旨和目标，公司的发展规划和策略。

介绍公司的产品或服务，描述产品和服务的用途和优点，有关的专利，著作权，政府批文等。

介绍公司的收入来源，预测收入的增长。

分析现有和将来的竞争对手，他们的优势和劣势，以及相应的本公司的优势和战胜竞争对手的方法。对目标市场作出营销计划。

对公司的重要人物进行介绍，包括他们的职务，工作经验，受教育程度等。公司的全职员工，兼职员工人数，哪些职务空缺。

公司目前的财务报表，五年的财务报表预测。投资的退出方式(公开上市，股票回购、出售、兼并或合并)。

公司目前及未来资金筹集和使用情况，公司融资方式，融资前后的资本结构表。

支持上述信息的资料：管理层简历，销售手册，产品图纸等。其他需要介绍的地方

**餐饮创业计划书完整版篇六**

奶茶店就是一个资金投入低、消费人群广、回收成本快，而且门面非常好找的创业项目，一般除了保留x个月左右的店租、人工和日常开销外，奶茶店经营管理不用太多周转金，非常适合小本自主创业，但对于一些想开奶茶店创业的创业者来说，一份优秀的奶茶店创业计划书十分重要，对以后的经营管理起着很大的影响。

奶茶，发展趋势很好的，而且有非常巨大的潜力。但是，要注意几点：

1、您的经营必须有特色。没有特色的产品是没有市场的。

2、您的品质要好，口感是否保持一致。我接触过众多您同行，成功的在这方面做得比较好。

3、小店也要专业管理。

4、及时了解消费者消费爱好和同行产品，及时调整您的产品和口味。

由于我们不是加盟别人的店，所以一切东西都要自己亲自采购。由于我们做的是小本生意，所以我们要努力寻找物美价廉的货源，而且采购不到好的设备，将不仅仅是浪费几百块钱的事，可能会让我们因此失掉好多的长期顾客，千万不可大意。具体使用过程中的注意事项，会在另外一篇中列出。

1、封口机

（卖炊具机械、封口设备的店里有卖）带有计数器，你每封一下口，计数器都会记一下数，无论电源有没有接通，是一种机械计数。其他不带计数器的更便宜一点。封口机选购时要注意，找个杯子封一下试试，把温度调到170度左右，按下大约一秒多钟，取出看有没有封住；再稍微用力捏一下，看封得结实不结实，有没有封得不结实的地方，有漏气的小孔。再要注意看封口膜切得是否整齐，有没有没切断，而是拽断的地方，也就是看上下模平不平，齿刀锋不锋利。

2、封口膜

（卖封口机的地方一般会附带销售）选购时要注意，封口膜不能太厚，太厚了容易封不住，而且插吸管的时候会很难插破，用力过猛，要么把吸管插坏，要么把奶茶掉到地上，要么一不小心把杯子插破。从用料方面考虑，太厚的一般都不是什么好料，会很脆，一插就会裂一道大口子。

3、杯子

（卖塑料制品、塑料袋等的店里有卖，也会卖封口膜、吸管等，卖封口机的店里也会附带销售）一般是xx个一箱，不单卖。杯子的价格相差不大，质量却相差不少，而且杯子很重要，一定要多跑几家，认真选购。选购时要首先看料的厚度，太软的不行，用力拿会把奶茶捏出来，不用力又拿不住。最好在家先拿一杯水感受一下，然后买的时候拿在手里感受一下看厚度够不够。还有最重要的一点是：杯沿的结实程度。杯沿要够厚、够结实，关键是用料要均匀，这样盛满奶茶时，用手提杯沿，才不会洒掉。杯子太薄、杯沿太软的杯子，会大大破坏顾客的心情，而且在怀疑杯子质量的同时，一定会怀疑奶茶的质量。

4、吸管

（卖塑料制品、塑料袋、杯子等的店里有卖。卖的店不是很多，要仔细找，毕竟是奶茶专用的，不像杯子那样用的地方很多）一大包总共x只，每一大包里又有x只的小包，可以买几小包，不过会贵一点。选购的时候主要要注意用料的厚薄，不能太软，如果你选购了过厚的封口膜和过软的吸管，那么你的顾客将会因此丑态百出。选购的时候拿吸管的尖端往自己手指上压一下试试，如果手还没感觉有多痛，吸管的尖已经弯了，那就是太软了。

5、搅拌机

xx牌的比较好。不管是材料还是运行时间等，都比xx等乱七八糟的牌子要好一点，价钱也不贵，这个没啥多说的，最好到大商场里买，售后服务比较好。

6、饮水机

为了节约成本，我们可以选购台式的。由于饮水机的主要部件就是一个加热器，所以我们没必要买什么名牌的，只要注意内胆是不锈钢的，一次盛水不要太少就行。冬天的时候需要的热水多，我自己动手做了一个另外的设备来解决。

7、容器

糖、奶茶粉、奶精、珍珠等，都需要合适的容器来盛，这些东西可以按自己的喜好来购买，不过要注意的是，这些容器都要有盖子，其一这样比较卫生，其二，热天、下雨天，原料都容易结块或融化，不用时及时盖上盖子会好一些，像保鲜盒、调料盒等都是不错的选择。

奶茶是一种快速消费的休闲饮品，完全是一种可有可无的东西，因此，如果如果选址不好，那就没有人会“不远万里”的跑去专门喝你一杯奶茶，繁华地段是最佳选择。这是毋需考虑的事情，但繁华地段的高成本却是我不得不考虑的，在简单的考察了县城的繁华地段后，我只好放弃了这个想法，每年xx万元的房租、转让费，让我一点脾气也没有，于是，只好找次一点的地方。

现在看来，在学校周围开店要注意如下几点：

1、不能离学校太近，五十米左右，（最适距离）也不能太远，尤其不能跨过岔路口。因为离太近的话，学生刚出校门，还没想到要去买东西吃，或者想买，人太多，老师还在附近，老师都是教育小学生不要乱花钱的；而太远的话，可能已经被家长接上车一溜烟的回家了。而五十米左右的地方，人最多，车子很难走，学生没事坐在车上，就会想买好吃的，而家长感觉反正一时也走不出去，让孩子先去买杯奶茶喝着，或者买点零食吃着也挺好。

2、卫生是第一位的。你的东西可以不好吃（当然，口味也很重要），但一定要看着让人放心，好好地在卫生上下点功夫，决不吃亏。比如墙壁，我花了不多的钱（具体价格会在以后集中罗列），把墙壁贴上了墙纸，看起来就很不错。

3、奶茶的制作过程不能让学生看见，或者不能完全看见，一定要保持一定的神秘感，否则过一段时间，学生就会失去浓厚的兴趣。另外，饮水机、封口机，都不能排在显眼处，因为制作过程中难免会有泡沫等看起来让人不舒服的东西。这其中，还会有许多家长会问你有关色素、原料、保质期等等方面的问题，你一定要想好怎样回答。第四，学生喜欢凑热闹，所以你一定要形成一个热热闹闹的场面。小学生，尤其是幼儿园的小学生，很多是被其他的小朋友吸引过来的，他们在买的过程中，就会对其他的小朋友炫耀：“小明，我要买奶茶喝，你不买吗？”。你说那个小明会怎样反映！一开始我没重视这个问题，每次学生快放学时，我就做上二三十杯放着，这样放学的时候卖得很快。等后来我发现这个问题了，我就只把像草莓、巧克力等卖得比较多的口味每样做上一两个，这样把放学的这段时间从半小时延长到了大约五十分钟，卖得反而比以前多了第五，小学生对小礼物等东西很喜欢，不在于钱多少，一定要搞这样的活动。比如六一儿童节前，我写出海报：凡喝满十杯以上者，都有礼物相赠！虽然小礼物只是笔记本、圆珠笔、小扇子等不值钱的小东西，但很多同学会为了得到这些小礼品，努力的喝满十杯、二十杯，家长们即使知道喝奶茶的这些钱不知道能买多少小礼物，也不会惹得孩子不高兴。总之，在学校周围卖东西，一定要让学生感觉到很开心，东西不重要，关键是那种感觉。

补充一点：买奶茶的顾客中，女性居多，所以如果是女孩子，尤其是年轻的女孩子多的地方，毫无疑问是好地方。

（1）珍珠奶茶

原料：珍珠丸，有黑色、红色、橙色等多种珍珠奶茶粉，还有有香芋、橙香、荔枝、百果香、椰香等xx多种口感，奶粗精，茶叶（袋装红茶、绿茶为佳）。

工具：烹煮器具、不锈钢锅、盆、勺、滤网、封口机、珍珠奶茶杯、珍珠奶专用吸管。

制作工具：雪克杯、盎司杯、咖啡勺、搅拌棒、密封罐、刨冰机、沙冰机、松饼机

**餐饮创业计划书完整版篇七**

目前襄樊地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的三差阶段。没有一家专业正规的早餐品牌。由于早餐的低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

二、客源市场分析

襄樊雄跨汉江两岸，城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。目前地区产值、人均收入正在快速增长。

襄樊人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万\*60%\*4元)。

三、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

安心早餐立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

四、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)。

安心早餐计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。努力成为地区下岗再就业示范企业。

**餐饮创业计划书完整版篇八**

如今社会上越来越频繁地出现 “创业”、“新新人类占领市场”等名词，很多大学生认为“创业”本身就是一种职业，在就业高峰，给自我一片更广阔的天地。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。而我们认为实现自我价值是证明自我的最好途径。xx创业团队不愿意庸庸碌碌，选择自主创业是为了经过这一途径来证明自我的本事。作为在校大学生，我们明白创业有艰辛，收获大于收益。这种成功是属于自我的，就算失败也不会感到遗憾。

法国人有句话说：每个人都应当有一双好鞋，因为这双鞋，会带你到最完美的地方去。踩着那些美丽的、优雅的、舒适的鞋子，整个人的精神也会不一样。是的，这也是我团队致力的目标。

拖鞋作为老百姓生活的必备品，不像保健品或概念性产品，它一百年也不会消失或者被淘汰。中国平均每人年消费xx双，并且很多家庭都要备有客用拖鞋，那么按每双xx元来计算，整个的中国市场大约有xx亿元的市场规模。

而就我们民政学院来讲是一块不小的蛋糕，全校有xx余人，其中女生占xx%的比例，xx团队成立于次背景下，主要是针对拖鞋类销售与管理，实现从生产者到消费者之间的空隙部分。本团队秉承顾客第一、服务至上的经营理念，主动把消费者放到业务的顶端，坚持不懈地为客户供给满意的商品与周到的服务。

1)团队简介

xx创业团队成立于20xx年x月x日，在经过一个星期的市场考察和分析后选择凉拖鞋作为创业项目，销售男女时尚凉拖鞋。我们是一支具有敏锐的市场洞察力的专业队伍，拥有饱满的活力和进取向上的活力。团队成员结合各自的优势发挥所长，相互弥补、学习、提高，体现团队最大的力量将凉拖鞋事业做大做强。

2)经营项目

各类男女时尚凉拖鞋。

1)产品描述

拖鞋让人享受一种闲遐的心境，简便的生活。慢下匆匆的脚步，忘记紧张的生活节奏，缓缓走着，用心体会人生。

我们的拖鞋以时尚、舒适、健康、为主要元素，为顾客供给物美价优的产品，靓丽一夏。

2)产品swot分析

优势：时尚，满足大学生个性化的追求;价格合理，明码标价。

劣势：产品进价价格较高，且渠道不稳定;种类不齐全。

机会：夏季的来临，凉拖鞋市场需求量大。

威胁：受行业竞争，凉拖鞋款式越来越多，冲击力大。

3)销售方式

a.以实训超市实体店销售为主。

b.以摆摊形式为辅。

1)目标消费群

针对民政学院内学生及教师中x岁追求个性、讲求时尚的新潮一族为主要目标客户;校外居民为二级客户。其中特为一区女生为重点目标顾客。

2)市场环境分析

大学学校市场是一个人流量高度集中和稳定的市场，据调查在民政学院以及周边市场上，销售拖鞋的商店主要是精品店、超市、鞋店，据实地调查统计卖鞋的此类商店有x家，竞争相对激烈，产品种类繁多，主要以中低档位主。

xx团队销售主要区域是在一区寝室，我们了解到一区xx左右的女生，为x人为一个寝室单位，消费人群大且集中，消费行为易受寝室成员影响，能构成口口相传的效应带动销售。

消费本事方面也以中低水平为主，对价格相对较为敏感。观察了主要目标顾客的消费行为后制定了我们的营销策略，产品选择上要求是舒适，时尚，贴合他们追究时尚、美观的需求，价格定位区间在x元之内。

销售策略上以实训超市为主要的销售网点，平时晚上在一区门口摆摊展销，更加方便目标顾客的就近购买意图。在如此激烈的是市场上我们xx走的是精准营销方式，特针对一群目标顾客实施专业化的销售，充分满足消费者。

1)销售策略分阶段目标

我们把公司的营销计划分为以下三个阶段。每个阶段都有不一样的目标，针对这些目标，我们将采取不一样的具体性的操作手段。

a.告知阶段

以实训超市春季促销为契机，进行产品的市场宣传和推广，打造本公司的知名度。

b.启动阶段

在民政学院一区寝室门口进行连续性的产品展销，培养顾客对本团队产品的认知度，促进产品的销售。

c.促进阶段

一系列的优惠活动，如：“有买有送”凡购买拖鞋一双则赠送精美礼品一份。

“好事成双”凡一次性购买两双即可享受第二双x折优惠。

2)营销原则

a.营销理念：优质服务原则

我们团队信奉优质的服务是团队在竞争激烈的市场中立于不败之地，脱颖而出的法宝。用微笑迎接每一位顾客，用真诚打动每一位消费者是我们的经营原则。

“三心”——用心、细心、耐心

销售前用心的观察每一位顾客，揣摩他们的心理。

销售中细心的发现顾客需要，满足顾客要求。

销售后耐心的告诉顾客注意事项及保养措施。

b.营销特色：差异化营销

作为学生的我们贴近学生市场，理所当然更能够了解学生的消费需求和消费心理。所以我们的营销特色就是独特的产品和服务来满足每一位顾客的不一样需求;以站在消费者的角度去进行每一次的选购产品，价格的制定，销售的方式。

因为这次创业不以盈利为主要目的，重点是经过这次创业的实践来了解创业过程的每一个阶段。选择进入适宜的市场，如何进货，向消费者推销技巧等等。学习是我们最终的目的，盈利只是起到一个推动作用，所以我们团队推崇“学习营销”为思想指导和行动理念。而这也为我们整个营销区别于其他的商店经营，展开了差异化营销，从而创立独特理念，吸引和稳定我们的顾客。

1)团队的构成

团队是自由组成的一个共同体，该共同体合理利用每一个成员的知识和技能协同工作，解决问题，到达共同的目标。众志成城，力量大，成果也大。

团队的构成，具有非凡的意义。选择适宜的人群，适宜的职务安排将是以后工作有效开展的重要因素之一。经过数次严谨的选择，我们的团队已初步成型：

团队成员要求：大局意识、熟悉创业计划的\'全过程、无私的精神、大度、有活力、团队精神、应变本事等。

2)管理规划

团队不一样于工作团体，因为团队既要求对个人负责，也要求相互负责.团队经过其成员的共同努力创造出一个个工作成果，这就使得业绩水平能够大于所有团队成员个人最佳业绩的总合。所以要想有个好的发展就必须要有很好的预见性，做好管理规划。

a.借用第克泰特法，在那里引申为“专用时间”。团队每位成员根据课表选定自我的工作时间，除去上课外，其他剩余的时间全身心投入到团队所选项目中，尽量不做与项目无关的任何事情。

b.信息分享：在团队项目进行的过程中，每个人都会有相应的实践收获，我们制定特定的时间进行信息分享，包括一段时间内的销售业绩、个人心得等对团队发展有利的信息。

c.分工与合作并存：首先团队成员根据自我职责做好团队分内工作;其次在队友遇到困难时，团队成员要进取主动帮忙队友，并按时按量完成团队任务。

d.会议要求：

——会前团队各成员都不许做好相应的准备，不开无目的、无意义或议题不明确的“糊涂会”。

——联系实际，解决问题，不开传声简式的“本本会”。

——权衡轻重缓急，抓住重点，不开“扯皮会”。

——讲究实效，不开一报告、二补充、三强调、四表态、五总结式的“八股会”。

——不开七时开会、八迟到、九时领导做报告的“迟到会”。

e.激励政策：团队项目实施过程中，根据团队成员为团队作出的贡献大小及影响程度给予相应的奖励。

f.在团队项目正式启动时，将根据所犯错误的严重程度和造成的损失及影响，给予相应处罚。

凉鞋是一种季节性很强的产品，且受今年气候影响，气温一向很凉，影响了凉鞋的销量，鉴于此，我们坚持保守的财务政策，努力使财务风险降低到最低水平。为了实现企业利益最大化，我们尽量降低成本，在人员消费上，压缩每一分钱，绝不盲目开销;在鞋的利润控制上，绝不比别人卖的贵，以优惠的价格和优质的服务吸引消费者，走薄利多销的销售路线，一方面能够增加我们的营业额，另一方面也能够加强我们的人脉关系，在销售的过程中积累人脉也是我们的一种收获。

这一系列严谨的财务管理，都是我们创业的重要工作，将决定我们利润收入的重要管理方式。

1)资金筹集方式

六人共集资xx元，其中采购成本为xx元，现总营业额为xx元。

2)财务历史数据(单位：元)

4)现有资产分析

截止20xx年x月x日，xx创业团队总投资xx元，总采购成本xx元(包含交通费)，总营业额xx元，总库存约xx元。经理人员，销售人员，采购人员，财务等工资目前还没结算。

5)财务走势

由于天气转热，接下来的日子里将是凉鞋销售的火热季节，企业预计销售量将猛增，营业额较前两月也有很大提升，同比增加约xx%，预计总营业额为xx元。

6)财务总结

在这次创业实践中，实现总营业额xx元，总利润xx元，在接下来两个月，xx创业团队成员努力用自我的活力和营销人员的专业水平，把这两个月的销量提升起来，成功的完成这次创业课程，使xx每个成员都从中得到基本创业知识和宝贵的经验。

1)机会

a.随着夏天的到来，气温的升高，越来越多的人在非正式场合选择穿拖鞋，既方便又舒适。

b.拖鞋是夏天大家必备的物品，几乎每个人在夏天都会拥有一双甚至几双拖鞋，它同时也是人们夏天洗澡时必备的物品。

c.拖鞋的价格相对于其它鞋子要便宜许多，所以，很多人更换拖鞋的频率较其它鞋要频繁，尤其有新款出来时。

d.随着新的夏天的到来，许多人原先旧的拖鞋已过时或找不到了，会促使他重新购买拖鞋。

e.我们的位置靠近紧邻一区女生宿舍，不下雨时还能够到宿舍大门口摆摊，能够更方便顾客选购。

f.能够有效利用认识的人，进行广泛宣传。

2)威胁

a.学校内外各类便利店很多，这些便利店中有各种款式跟价格的拖鞋出售。

b.由于我们自身的资金限制，使我们每次的进货量跟所进拖鞋的款式不够丰富。

c.由于今年雨水较多，气温回升也不是很明显，导致我们能在室外摆摊的时间不多。

d.由于这学期学习任务较重，各成员的课余可支配时间也不尽相同，使在室外摆摊的时间不够稳定。

3)应对之策

a.我们无法做到与便利店的款式多样。但我们能够在服务上胜过他们，我们能够供给更多更好的售前、售中、售后服务，以优质的服务打动顾客，争取更多的回头客。各成员加强在销售技巧方面的学习，提高成交率。

b.在我们所买的拖鞋款式不够丰富的情景下，我们能够使我们的产品在质量上胜过其它地方所销售的拖鞋。所以需要进货时在拖鞋的质量上把好关。

c.对于今年雨水较多，影响室外摆摊的问题，我们仅有尽量在天气条件较好的情景下多到室外摆摊，从而使因天气原因引起的损失到达最小。

d.尽量把各成员的课余空闲时间集中起来，合理分配，到达提高在室外摆摊的频率。

**餐饮创业计划书完整版篇九**

1、群体目标：

国内成年服装年龄段分类基本为：18—30岁，30—45岁，45—65岁，65岁以上。

(1)18—30岁：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女性消费的频率高于男性。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚、追求流行、个性、敢于尝试新事物。

(2)30—45岁：该年龄段的消费群体是服装消费的主要群体，是消费群体中购买单件服装价值最高的群体。该群体是消费群体中经济基础最为雄厚的群体，购买欲望同样较强。但该群体大多数的人生观和价值已相对成熟，因此对风格、对时尚都有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低。

(3)45—65岁和65岁以上就不用考虑了。

从上面数据可知，18—45岁这两个年龄段的消费力相对较高。而处于该年龄段的女性大多都是职业女性或年轻少妇，她们对于服装的追求较为强烈，但对服装的档次不会过分要求。本服装服饰店的目标对象主要定在20—35岁之间的职业女性和有工作的主妇。前者是所谓的单身贵族，后者被称为双薪族。这一目标群体月收入约在1500元以上，无家庭经济负担或属于小康生活家庭，她们多注重服装服饰的款式和搭配，自由支配的费用较多。

2、产品定位：

由于本店的目标对象是20—35岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

(二)市场竞争

与其他店铺相比之下，新开业的我们有很多优势。

第一，我们没有大量的库存，可以有足够的空间摆放一些新款服装。我们拿货要秉着“多款少量”的原则，多拿几个款，每个款少拿一点，看顾客的反应再补货。

第二，我们还很年轻，有足够的激情和创业的热情。也就是说我们的服务态度和其他家相比会是一流的。

第三，对于刚开业的我们，首要的目的不是赚钱，而是拉回头客，用优质的服务态度和新颖的款式留住更多的新老顾客。

当然我们的劣势也很多。

第一，我们没有足够的资金，不能满足高档消费者的需要。

第二，我们没有丰富的开店经验，要不断的摸索，可能会走很多弯路。

第三，我们没有固定的老顾客，一切要从头开始。

“万事开头难”但是我相信，度过刚开业的这段难关往后的路我们会更好走。

br/>

**餐饮创业计划书完整版篇十**

syb创业培训在全国的全面启动和小额贷款政策扶持，解决了有志创业者创业时遇到的创业知识的欠缺和资金不足问题，探索了以培训促就业，以创业带就业的就业促进模式。实践证明，syb教材通俗易懂、简明实用，培训模式符合中国国情。我国于20xx年也引进了syb创业培训项目，部分有志创业者通过培训实现了创业成功，有效地促进了我市\"创业行动\"持续深入的开展。下面，syb创业计划书范文内容作如下阐述：

1、创业培训：就是把有志创办企业的创业者组织起来，为其提供创办企业、管理企业系统知识的培训。创业者在创业初期常遇到两个问题，一是他们想创业，但不知道怎样去创业；二是有资金，但不知道干什么项目合适，犹豫不定，我们的创业培训就是帮助创业者解决这样的实际上问题。

2、创业培训的目的：一是帮助创业者系统学习知识与技能，理清创业思路，使其不再迷茫；二是增强创办企业能力，提高创业成功率。

3、创业培训的作用：一是通过学习创业知识和技能，提高创业者的综合素质，减少创办企业盲目性，降低企业经营的风险；二是帮助创业者制定周密的创业计划，企业能否盈利，增强了融资能力；三是增强了信用度和降低贷款担保风险。通过启动资金的预测，制定利润计划和现金流量计划，可以理性使用资金。

syb创业计划书范文需要包含的内容就是以上我们为大家介绍的。如果有参与大学生创业计划大赛的话就必须将以上的内容全部写进计划中。计划的越全面评委的认识也就越深刻。

**餐饮创业计划书完整版篇十一**

目前，二三线城市的大型奶茶店还比较少，市场相对空白，所以在这里开一家大型奶茶店竞争力相对更强。并且，奶茶店的前期投资不高，风险相对较低，创业者选择经营此类奶茶店，是个不错的选择。

采用租赁的形式，租下50平方米左右的店面，启动费用大约在5-10万元。

奶茶的设备设施主要包括沙发、桌子、音响设备、以及煮奶茶所需全套设备。共计2万元

奶茶店要准备用于奶茶店开业初期的正常运营的流动资金，预计3万元。

所以，大型奶茶店的整体预算大约在15万左右。

奶茶店创业计划书怎么写？发展计划是奶茶店计划书中极为重要的一环，发展计划主要包括三个方面。

依据目前市场的状况，创业者需要结合当前的物价情形，对于商品价格的制定予以综合衡量。

奶茶店经营经费可分为人事类费用（主要包括薪资、奖金）、设备类费用、维持类费用（水电费、消耗品费、事务费、杂费等）和广告宣传费等，创业者要针对过去的实际业绩设定可能增加的经费幅度。

为了达到设定的经营目标，创业者必须对人员的任用与工作的分派有一个明确的计划。有效利用人力资源，开展人员培训，都是我们必须考虑的。

经营者需要根据市场做出计划调动、价格调动、以及适时地进行产品创新，维护新老顾客。

**餐饮创业计划书完整版篇十二**

集中采购加工配送原物料，在各门店采用流水线作业出品，为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

二、企业主要产品结构：

前期产品共设三大块：a、襄樊牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆；b、江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等};c、西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

三、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

四、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟(如妞妞、皇冠等)。

五、增值服务

后期规模允许的情况下，可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡，并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣。在各门店增设一些便民服务项目(如寄存、邮寄、干洗等)，实现真正的民生化。

六、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩，公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

**餐饮创业计划书完整版篇十三**

根据市场需求，针对现代年轻人的消费心里，利用合理有效的管理与投资，建立由中等规模逐步走向大规模化的情侣主题餐厅连锁公司。

在青田开一家主要为情侣精心设计的主题餐厅，餐厅内装修、摆放设备都以浪漫为主题，并且每对情侣的用餐空间都是独立并相互隔开的。除此之外情侣特色细微到餐具以及餐桌上，虽然餐厅是主要针对情侣开放，可是也欢迎社会上单身或者休闲类一族。

俗话说的好，民以食为贵，这足以说明餐饮也的重要性。随着社会经济的不断发展，餐饮业近几年的发展突飞猛进，大街上各式各样的中餐、西餐、快餐或是特色小吃层出不穷，所以怎样能在如此激烈地竞争之中脱颖而出，占领市场份额，是我们需要解决的问题。我们认为，情侣餐厅解决这一问题的关键之处在于抓住消费者的心理，并以餐厅舒适、温馨、浪漫的整体环境与氛围，优质的服务吸引消费者，外加一些精微的细节之处为情侣之间准备特色的服务，增进情侣之间的感情，以到达双赢的目的，使情侣高兴而来，满意而归，使情侣餐厅业务不断的推广扩大。根据调查发现，目前青田还没有专门针对情侣设计的餐厅，然而onlytwo餐厅是以情侣为主的餐厅，贴合消费者的要求。许多情侣们以前只能去面向所有人的餐厅吃饭，不能感受到浪漫的气息，并且有时候吃饭还被人打扰，这是每个情侣都忌讳的。当今市面上的餐厅有的价格偏高，无法到达大众所能理解的程度，所以门庭冷落，不得不面临倒闭；有的为追求低价位吸引消费者，使得菜品质量与餐厅的整体环境下降，情侣去之后的感觉是庸俗、没有情调、没有品位、显得很廉价，这样情侣餐厅的存在反而失去了意义。此刻大街上情侣一抓一大把，而那里竟然没有情侣专属的餐厅，这并不是人们不需要，而是没有被人开发，由此看来此处为市场空缺，潜在的市场十分广泛。

餐厅初步主要以中餐餐为主西餐为辅的经营策略，以及配合销售各种饮料酒水。经营种类会根据餐厅发展过程中所遇到的情景而做出贴合消费者的调整。

主要目标市场为青田中心地带以及围绕中心地带的情侣们。可经过墙面广告和横幅的形式先进行开业前的宣传，等一切准备就绪后用传单网络的形式再次进行宣传，宣传的资料为餐厅的特色开张日期以及举行各种开业优惠活动来吸引顾客。开张期间服务尤为重要，几乎决定了餐厅以后的命运，所以在这期间要严格把关各项工作，不求做到最好只求更好。为了使餐厅能够长远发展，在情人节、七夕、中秋、春节等重要节日期间推出各种贴合特色的活动以及优惠方式。

餐厅内部就餐设计可分成两层，楼上以大小包厢组成内部设计和ktv差不多，分成两边一边设置唱歌功能供给给一些喜欢热闹奔放的情侣们，一边则不设置唱歌功能供给给喜欢安静的情侣们。楼下则设计为大厅，用来举办一些活动。那里所有的墙都具有很强的隔音效果。大厅设有播放器可播放轻音乐，也可供给给客人点歌。平时没有活动则把大厅预留给散客。若情侣同时到达，则可直接由服务生为其服务就餐。若一位先到一位后到先到者需记录自我身份信息，并且登记部分对方身份信息，等待对方来是达对双方身份信息时方可入内。二楼以上则是客房，酒店将与小舟山合作，去小舟山的游客来那里能够享受十分优惠的待遇。

从长远来看，随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速曾长，城乡居民收入增加，生活水平不断提高，我国餐饮业发展十分迅速，近几年餐饮业的增长率比其他行业高出十个百分点以上能够说我国迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景十分广阔。主题餐厅本就是一个极其具有开发价值的市场，更何况在青田还没有这种情侣主题餐厅，竞争自然而然就小了不少。“顾客就餐，各投所好”据一些主题餐厅的店员介绍，来主题餐厅吃饭的顾客除了吃饭外，的是冲着餐厅的附加服务来的。并且，情侣主题餐厅的布局也比较高雅，情侣一齐来就餐，除了享受美食外，还能够感受浪漫的气氛。

**餐饮创业计划书完整版篇十四**

项目创想

diy蛋糕店这个项目并不是一个新事物，我所要经营的是提供原料，工具，场地，专业指导顾客自己动手diy的蛋糕店。 在这里广大的消费者(主要是学生，青少年儿童)可以亲手自己动手制作diy蛋糕，而且不需要任何西点基础就可以亲手制作一款相当于酒店级别的蛋糕，独一无二的爱心糕点，店内可以亲手制作diy蛋糕、巧克力、饼干、果冻布丁、曲奇、派、蛋挞、泡芙等。但主打产品是蛋糕diy，同时还是要出售成品和定做制品。在这里消费者可以进行朋友聚会，亲子同乐，团队分享，个人学习，他们可以放下所有的烦恼，放松心情融入到diy的无限乐趣中。

公司概述

开心diy蛋糕坊为大学生自主创业品牌，进行小成本投资，做的是营养均衡，休闲的，时尚的diy食品，面向广大的中低档消费者群体。

蛋糕坊现做现卖diy蛋糕、巧克力、饼干、果冻布丁、曲奇、派、蛋挞、泡芙等以及深受年轻人喜欢的果冻个性蛋糕，尤其是果冻情侣蛋糕，这些均打破了市场的局面，同时该蛋糕以海藻为原料，制作中不加防腐剂，从而保证了食品的安全。健康的，才是开心的；开心的，就是健康的!

二、市场调查分析

现状

现在的年轻人都十分追求创意，大家都对新奇的东西感到好奇，而且对于现在90、00后的朋友们来说大多都很缺乏自主动手能力，我们可以为大家提供一个动手的平台，也让大家的到精神上的满足!

流行趋势

时下市场上充斥着各种口味不同、式样不同的西点，归结起来这些产品无非都是为了满足顾客休闲的需求(娱乐、时尚、口感……)、满足美丽的需求、满足健康的需求、满足成长的需求。消费者购买diy食品用于食用和送礼。味道好，有一定营养价值，送礼增加了个人的用心度所以它的购买频数较高，是适于表达情感的载体。

(一)外部环境分析

竞争并不激烈，有较大的发展空间。

大学和商业区小区等地有固定的客户群，而且消费力比较高。 店铺新鲜独特，价格能获得众多信赖的口碑并接受，容易吸引各个阶层消费者，面向的人群广泛，受淡旺季影响不大。

(二)内部环境分析

行业现状

随着我国人民生活水平的提高，休闲成为大众生活不可缺少的重要部分，而休闲食品也由原来仅能充饥，发展到现在既可满足口感需求，又可提供所需营养，还能调节心情。近年休闲食品市场需求量呈持续增长势头，按年增长速度10%计算，预计今年中国休闲食品市场需求额将超过千亿元。但中国目前的消费水平偏低，市场潜力仍很大。

从网络调查和实地考察都可以看出目前市场上没有或很少存在专业而且全面的diy甜点屋，大多因为产品单一，服务系统化，但即便是这样，他们的生意仍旧很好。且目前是对大学生及年轻人市场的开发期，年轻人的购物习惯，我们这样的价优物美是必然的要求。学校周边的市场及消费能力还有很大的提升，心式自主自制消费模式是市场的新宠儿。

态势分析

swot分析表

：西点是年轻人喜欢的食品，消费市场巨大，而且就在你的身边，充满个性化、时尚化的diy食品，令人们留恋往返。

w(劣势)：特色经营市场接受程度难以预测，存在一定风险。

o(机会)：diy市场需求逐年扩大；人们的消费观念也发生变化,人们希望通过自己动手获得劳动成果，在消费中感受自己的劳动结果。

t(威胁)：市场上经营西点食品的商店较多，且各具特色，竞争很激烈。

三、创业优势

自身优势

a、大学生创业往往对未来充满希望，有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。

b、大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的知识技能优势。知识的重要性是不言而喻的，“用智力换资本”是大学生创业的特色和必然之路。

c、大学生属于年轻一代，对流行时尚的敏感度强，可以始终走在流行的前列，和适合此类项目的创业。

政策优势

近年来，为支持大学生创业，国家各级政府出台了许多优惠政策，涉及融资、开业、税收、创业培训、创业指导等诸多方面。根据国家和各市政府的有关规定，各地区应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培训、无偿贷款担保及部分税费减免四项优惠政策，具体包括：

高校毕业生(含大学专科、大学本科、研究生)从事个体经营的，自批准经营日起，一年内免交个体户登记注册费、个体户管理费、经济合同示范文本工本费等。此外，如果成立非正规企业，只需到所在区县街道进行登记，即可免税三年。

自主创业的大学生，向银行申请开业贷款担保额度最高可为10万元，并享受贷款贴息。

四、创业风险

(一)外部风险：

国家对食品行业的生产、销售、检验、广告等政策的影响。

市场的现有竞争者，以及潜入竞争者得加入，使得竞争变得更为激烈。

技术含量低，被其他蛋糕店先进技术取代的风险。

上游供应商原料供应的风险。

银行贷款或其他财务风险。

(二)内部风险：

产品生产标准不统一，设备不齐全。

市场适应能力及调整能力的不确定性。

蛋糕原料及配料的安全问题。

价格及服务是否能配合公司发展需要的问题。

公司的经营决策上的其他问题。

(三) 应对策略：

熟悉食品行业的相关法律法规。

严格公司的产品检验程序，保证食品质量安全。

招聘和培养具有制作蛋糕的技术员工，操作先进设备。

善于管理上游供应商，保证原料供应的按时安置。

建立合理的信息反馈机制，随时掌握市场最新动态，及时作出适应市场变化的经营策略。

一定时间，调查了解顾客的反应情况，及时对公司的业务进行改进。

五、资金预算

投资预算分析

六、运营计划

地址选择

diy蛋糕坊的店面应选在学校周围、大型商场、购物中心的周边地段，这些地方客流量大，租金又不会太高。

内结构及功能

diy蛋糕坊内分为两个区域：成品区、制作区

成品区：主要是我们已经做好的产品，顾客随时都可以带走，或当即享用。

制作区：由顾客diy

目标市场定位：

销售促进

a、定期开展配送活动：销售旺季，现做食品往往是采取“现场品尝”、“买一赠一”或“礼品赠送”等促销活动。

b、抽奖活动：每天前十位消费者有机会免费抽奖。

c、特殊品种会员制销售，增加销量。

客户管理

建立销售信息簿：注明产品类型、名称、价格、销售日期，由顾客签字确认。方便售后服务。

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