# 2024年创业计划书syb完整版(汇总11篇)

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-04-20

*制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。创业计划书sy...*

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**创业计划书syb完整版篇一**

长期以来,国内居民因生活水平较低,对以“厨房”和“卫生间”为主要服务对象的小家电消费很少.据统计,目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种,而欧美国家这一统计数字高达37种.据统计,每年国内有至少260万住户搬入新家,随着人们生活水平提高,对“厨房”和“卫生间”的日益重视,小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力,小家电的市场发展前景非常广阔.今后2至3年内,我国小家电行业将步入黄金发展阶段,市场需求量年增幅有可能突破30%.对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种.目前全国生产浴霸的企业为376家,2024年国内销量估计为400万台,2024年为550万台,2024年达到700万台,销售额超过10亿元.在城市居民家庭中,浴霸拥有率不到15%(2024年),国内消费者对浴霸认同度达82%,市场空间巨大.浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势,其中杭州奥普浴霸2024年销售额为2.6亿元,市场分额第一.目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江,广东一带,但其中小厂居多,多为仿制或oem,自主研发能力不强.我国长江流域地区,大多住宅没有暖气,冬季洗澡取暖一直是个大问题.虽然有浴霸和暖风机,但人们更期待一种简便,有效的取暖器具.根据我的调查,人们对本产品的印象还是不错的,市场潜力巨大.比照浴霸和暖风机市场,本产品销售市场至少在5--10亿元以上.我们完全可以借助专利技术优势,迅速占领浴室取暖设备市场,建立自己的品牌和销售网络.(以上数据来源于《消费日报》,中国家用电器协会)

二、我们的目标

各种认证,许可证,商标:5万元;

公司组建,购买相关办公用品,人员招募,公司网站等:10万元;

房租水电费,人员工资(半年):15万元;

参加展会,广告费:10万元;

小批量生产成本(5000件): 20--25万元;

周转资金:20万元.合计:100万元.四、产品成本及盈利分析

为节省费用,降低投资风险,先期的小批量生产以委外加工为主,暂不购买生产设备.本产品主要包括:桶体,盖子,加热盘,漏电保护器,防干烧保护器,开关,蒸汽调解板,底座,密封圈.其中加热盘7-8元,漏电保护器12元,防干烧保护器1.5元,开关0.5元,其余为塑料件,价格15元,另外产品包装,接线螺丝,运费等,成本合计在40元以下.批发价暂定为80元,每个毛利为40元,估计两年能收回投资并稍有盈利.(以上数据是调查的零配件经销商,还有向下浮动的可能)

五、销售前景

可外协生产,无特殊要求.八、本项目的未来

总经理：组织讨论，对工作效益定期进行反思、总结，在具体工作中起到轴心作用

财务部：财务管理预算审核工资发放年末利润分配财务监管

广告部：制定宣传方案广告策划张贴海报及传单发放

客户部：家长信息及学生信息档案管理接受客户咨询、投诉进行客户回访与学生签订协议

人事部：人员调配招聘解雇成员奖惩评定

%上缴基金会，20%作为盈余公积,余下的为股东分红

工作地点：总部设在9#108室，平时采取手机联系的流动办公形式（笔记本记录要汇总到总部）

工作时间：每天，每周至少开一次会，整理资料，总结经验，为下一周工作做准备

宣传途径：主要通过散发传单，张贴海报，还可以通过宿舍阿姨、老师介绍。重视公司形、建立良好口碑，重视口耳相传的宣传作用。

我们的优势：

1、全国重点大学（名牌效应）

2、由在职老师、在校学生操作运营，可信度高

3、所得收入10%捐如基金会，体现出商业目的之外的慈善宗旨，得 到社会认可

我们的特色：

1、价格较低：为普通家教中介（100~120）的一半

2.私吞业务过程中产生的商业回扣，一经发现予以警告，回扣上缴，严重者免去年终奖金

长期规划：

我认为公司发展一年以上，资金充足，规模扩大的情况下，最需要改进以下三方面：

1、网站完善

择操作，同时他的状态（是否工作）及资料备档到公司记录中。本网站还提供在地图进行交通便利的筛选功能。

2、宣传力度

在长沙晚报、潇湘晨报等知名报纸上刊登广告（针对主要通过看报来了解周遭的知识分子）在资金条件允许的情况下，可考虑在湖南卫视上打广告，因为家教公司一般都名不见经传，很少有这种气魄，所以我们更容易一炮打响，占领市场。

3、机构重建

招收员工，成为较高层领导，根据实际情况调配任务，“行商坐贾”，进入计划、讨论、监督阶段。

心甜甜品店创业计划书

一、创业目标

经营目标

在南京师范大学泰州学院建立首家专业甜品店——心甜甜品店，经营范围为中西式甜品。品种包括冰淇淋蛋糕类、冰淇淋类、冰淇淋曲奇饼类、沙冰刨冰类、糖水类、羹（露）类、粥类、果汁类、调味乳制品类、布丁类、药膳滋补炖品类、凉茶类、龟苓膏类、中式传统点心类等。

经营宗旨

甜美、健康、时尚。

二、市场及竞争分析

市场介绍

南京师范大学泰州学院是一个很年轻的学校，建校至今仅2年多。目前校内缺乏一家能够系统化管理的甜品店。而本计划所拟建的心甜甜品店正是填补了这样一个空白。

市场竞争分析

南京师范大学泰州学院是一个年轻的学校，校内一切设施正在完善之中，资源困乏，学生的消费环境更令人担忧，饮食问题亟待解决。我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场，我们的经营理念能够支撑起属于我们的天空。经过分析，我们可以开拓这个市场。心甜专业经营甜品，坚持品牌化差异化人性化的经营。用润物细无声的渗透方法，建立和扩大知名度和美誉度，让消费者从认识我到爱我，买我。

目标顾客

有人误认为女生比男生更喜爱甜食，其实是个错误。事实上，口味的喜好并无性别之分，许多男生也喜爱甜品。不少女生为了保持苗条身段或为了减肥，往往视甜食为洪水猛兽。而且如今消费者越来越理智。所以心甜的目标顾客是全校学生。

三、产品与服务特色

原料专业，放心更多

心甜与知名品牌饮用水、乳制品以及其他原材料的地区供应商建立合作关系，在心甜店堂内点餐区域和各类宣传品上进行标识。从原料供应商值得信赖的角度出发，给顾客一种食品安全能够确切得到保障的感觉。

品种丰富，选择更多

另朋友你可以参看下面这家最专业的甜品冷饮网站，会给你很多有关于甜品店开业以及管理方面的知识。

**创业计划书syb完整版篇二**

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。

未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

（一）商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0———200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60———200平方。

（二）经营选址

一般都在社区（拥有自己的商圈）及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边（借助人家的商圈），以此来达到自己的经营赢利。

三、投资计划

（一）ci设计

1、企业标识

要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci。

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

2、企业理念

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

（二）投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主（食品的销售占50—60%），要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面――为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

创业计划当前位置： 创业 创业计划

**创业计划书syb完整版篇三**

主要经营范围：婴儿日用品、儿童服装、食品、保健食品、婴儿工艺品、纪念品、玩具、孕妇服装、日用品、防辐射系列产品及健康培训讲座。

企业类型：零售

以往的相关经验(包括时间)：

20xx年至20xx年在天津市阔佬皮业有限公司企划部工作。主要负责公司所有的广告宣传及市场营销工作。

20xx年至20xx年在法国合生元生物制品有限公司工作。主要负责合生元益生菌的市场销售工作，同时透过这份工作开始近距离接触母婴市场，详细了解此行业的发展趋势及市场潜力。

教育背景，所学习的相关课程(包括时间)：

一九九七年至一九九九年毕业于天津师范大学商务代理专业。

20xx年在天津市妇女创业中心学习syb课程，从创业意识到创业计划参加系统培训。

目标顾客描述：

主要针对孕前期、中期、晚期的营养与胎儿的脑发育、母乳喂养的技巧、产前准备及家庭监护以及孕期营养、情绪对胎儿成长及气质构成的影响、胎教、孕妇体操、如何迎接新生儿、产后恢复、如何坐好月子的知识方面的健康课程、产品的宣传及销售;其次对新生儿的洗澡与抚触;疫苗接种的选取与护理;婴儿、幼儿的右脑的开发与训练、儿童的意外伤害的预防与处理、儿童营养食谱、早期语言训练、预防儿童肥胖、利用玩具帮忙宝宝的智力开发、在游戏中增加宝宝的智力、儿童气质与良好人格塑造、如何对待宝宝的坏习惯、抓住宝宝学习的各阶段的关键时期及如何让孩子有一个健康的体格等方面的健康课程、产品的宣传及销售工作。

目前市场上针对与这些方面属于少数，很多家庭在孕前期、中期、晚期的胎教、营养免疫方面的健康常识、及生活中应注意的事项及新生儿、婴儿、幼儿的营养免疫方面的健康常识、情商、智力开发及家长如何引导方面属于盲区。透过课程的引导，使父母更加了解孩子每个成长阶段的需要，关键时期给予关键培养，在孩子健康的体质基础上鼓励孩子的想象力和创造力开发孩子潜能，从而建立孩子的自信心。让孩子和同伴一齐玩，和父母一齐玩，帮忙孩子最大限度的发挥潜能。在玩的同时能够大大促进孩子智力和情感的发育，透过亲子互动的形式使父母和宝宝建立良好的亲子关系;过对玩具的操作满足宝宝的好奇心，完成对技能和智力的训练目的;透过和同伴的交往，使宝宝建立最初的社会情感;透过对爸爸妈妈的培训，使爸爸妈妈懂得如何做一名英明的父母。透过系统地引导，使父母有了收获，让宝宝聪明健康的成长，所以每一位热爱自己的家庭，愿意关注孩子健康成长，想做一名成功的家长是愿意理解这种营销方式的，因为这种方式给更多忙于工作的父母带给了太多的方便，使他们在不同的关键期能够得到不同知识的获取，所以更多家长是愿意理解的。竞争对手的主要优势：

1、目前市场上的竞争对手主要是一些外资的亲子乐园，他们资金实力足聘请十分有名的教授或营养讲师做名人效应。

2、店铺面积大，装修环境，造型精致，场地较大，可设有大型儿童活动场及家长休息区。

3、由于资金较为充足，所以铺天盖地的派发广告，在宣传上大做文章，会员制等促销模式搞得十分成功。

竞争对手的主要劣势：

1、由于店员较多，人员流动性较强，管理较为混乱，业务员之间为了争取客户互相进行降价销售，从而扰乱企业的价格体系，降低客户信任度。

2、客户交了费用后，由于后期服务跟不上，导致顾客满意度大大降低。

3、由于外部装修环境好，广告力度大，所以对每个家庭的收费标准相应较高，中收入家庭只好望而却步，而高收入家庭往往追求享受和服务，服务不到位往往降低了顾客回头率。

1、收费平民化，员工亲和力强，对顾客的每次光临可免费咨询，免费带给育儿经验、健康免疫、智力测评等经验，增加与妈妈间的亲密交流。

2、对每一位顾客建立顾客档案，并对每次消费进行积分累计，定期跟踪回访，进行一对一的服务，并可免费上门亲自指导、送货。

3、店内播放开发儿童智力的轻音乐，消除与顾客间的陌生感。承诺不满意可退款的信誉保证。

4、在现有场地定期举行宝宝大赛，节假日有免费派发活动，加大顾客信任度。

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1、由于创业初期，资金实力不足，店铺面积只有一百平米米、装修较为简单。

2、广告力度不足，只能从社区做起，利用顾客的口碑效应进行传播。

3、儿童活动区较小，只能利用现有场地带给中小型玩具进行儿童娱乐。

**创业计划书syb完整版篇四**

由于此刻人生活节奏越来越快，竞争越来越激烈。人们的精神压力也越来越大，每一天不多的闲暇时光里，能有一个安静舒适的位置，坐下来喝一杯饮料，和朋友聊聊天，放松一下自己，已经成为越来越多的人们的选取。

而在这样的状况下，咖啡厅无疑正是一个不错的选取，有需求就有消费。咖啡厅的格调，咖啡的味道，以及咖啡店里配上的轻扬音乐。都使咖啡厅能够很大程度上的缓解人们的压力，给人们带来舒适的感觉。而年轻点学生一族，无疑也以喜欢这种浪漫的气氛。

但是高档咖啡厅消费过高，并且也不适合大多人短时间的闲暇享受，并且不能很好地满足一些客人迅速外带的需求。所以小型咖啡厅更能满足大多数人对于咖啡厅的需求。

二、地址选取

咖啡厅的选址，就应在学校，公司，企业较集中的地方附近。选址不宜在太过张扬的闹市，而里闹市不远的一些不偏僻的街道，就能够满足需求，在减少房租成本的同时，并不会影响客流量。

三、店面装修

小型咖啡厅的装修就应采用卡座形式，和大多数冷饮店一样，但是又需要一些不同。来咖啡厅消费的群体，多数需要一个相对安静的环境，能够和朋友聊天说话而不受其他客人的影响，所以就应装成一个个隔间用木板，帘子隔开。座位要舒适，整体色调不要太暖，不能让客人感觉到热闹。要让客人到达放松的效果，不管是身体还是心理。

卡座可分为3大类，单人卡座，情侣卡座和多人卡座。单人卡座方便一些单独来的客人找到自己的空间，情侣卡座则适合大多青年情侣的需求，而多人卡座能够则能够给客人带给群众消费，放松，以及讨论的空间。

整体光线不应太强烈，也就应避免阳光过于强烈的地方。

总体大小控制在100平米左右，太小了容易给顾客压迫感，太大了容易造成空间的浪费，也不利于节省成本。

四、员工选取

小型咖啡厅雇人不需要太多，4人3班次再加一个店长即可，不适合用临时人员，但是能够有1-2个长期兼职，兼职以学生为主，主要负责周末的工作，既有利于周末员工的休息，减轻员工压力，也能给在校大学生带给岗位，同时兼职员工也能减少运营成本。但是兼职员工选取需要谨慎，必须要长期。不然可能增加员工培训成本，起到相反的作用。

员工着装需要统一，态度要好，面带笑容。女员工不应画太浓的妆。需要要求标准普通话交流。

五、主要客户

咖啡厅消费群体不固定，同时消费群体也足够广，每一个阶层的人都有可能成为咖啡厅的潜在顾客，但主要还是以学生和青年白领为主。

六、店内产品

咖啡厅的产品就应包含饮料，和一些精致的现烤食品。

饮料的选取，有咖啡和鲜榨果汁。不易有太多的种类，给顾客一个专一的感觉。而且

应有冷热两种选取。咖啡的种类应包含卡布奇诺，拿铁，摩卡，浓咖啡等现下流行的咖啡种类。还需要有一个自己的招牌咖啡，增加自己咖啡店的名气，也给一些没有特定咖啡消费指向的顾客一个容易理解的选取。同时有外带和店内消费两种选取，店内消费使用精致的咖啡杯，不同种类咖啡使用不同的餐杯，外带则就应采用统一的带有小店logo的外带纸杯，提高咖啡店的知名度。

而食品类则包含现烤松饼，现烤小蛋糕，巧克力蛋糕等精致的食物。不易有主食，小型咖啡厅主营目的为为客人提够一个闲暇的休息时光，用来放松，和交流。不应是自己成为吃饭果腹的地方。虽然损失了客人吃饭的消费，但是能够让更多的客人产生认同感，带来更多的饭后客户，以及全天不限时的营业时间。同时避免客人对咖啡店产生杂乱，不专业的厌恶感。

同时店内应有wifi带给客户工作或者娱乐。

七、店面投资

兼职员工40/天累计半年发放奖金。

店面装修10万包括卡座隔间吧台店内饰品

店内投资10万包括咖啡机空调烘烤机收银机电脑餐具

八、利润回报

九、经营发展

小店初期应有必须时间的优惠期，对所有来店客户开放，并且带给会员卡，优惠坏日劭邸２⑶夜阕鲂传，主要针对在校学生以及青年白领。同时能够邀请店主店员人脉来店品尝，增加小店知名度，小店人气增长后，能够逐步取消全面优惠，逐步回归正常价格。

**创业计划书syb完整版篇五**

syb简介：syb的全称是“start your business”，意为“创办你的企业”，它是“创办和改善你的企业”(siyb)系列培训教程的一个重要组成部分，由联合国国际劳工组织开发，为有愿望开办自己中小企业的朋友量身定制的培训项目。

在快节奏的现代城市，快餐成了很多上班族的选择，快餐行业由很大发展。

1.本店发属于餐饮服务行业，名称为都市快餐店，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等各式中式点心和小菜，午餐和晚餐多以炒菜、无烟烧烤为主。

2.都市快餐店位于商业步行街，开创期是一家中档快餐店，未来将逐渐发展成为像肯德基、麦当劳那样的中式快餐连锁店。

3.都市快餐店的所有者是×××，餐厅经理×××，厨师×××，三人均有6年的餐饮工作经验，以我们的智慧、才智和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领风骚。

4.本店需创业资金万元，其中万元已筹集到位，剩下万元向银行贷款。

1.由于地理位子处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必需要在服务质量和产品质量上下工夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在商业步行街站稳脚跟，1年收回成本。

2.本店将在3年内增设3家分店，渐渐发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的快餐连锁集团，在岛城众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

1.客源：都市快餐店的目的顾客有：到商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50;邻近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50。客源数量充裕，消费水平中低档。

3.竞争对手：

都市快餐店邻近共有4家主要竞争对手，其中规模较大的1家，其他3家为小型快餐店。这4家酒店经营期均在2年以上。××快餐店中西兼营，价格较贵，客源泉稀疏。另外3家小型快餐店卫生情况较差，服务质量较差，就餐环境拥挤脏乱。本店抓住了这4家快餐店现有的弊端，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

1.快餐店主如果面向大众，因此菜价不太高，属中低价位。

2.大力开展便民小吃，早餐要品种繁多，价格便宜，因地制宜的推出中式早餐套餐。

3.午晚餐提供经济型、营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境。4.随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，如本年度设立目的是“送餐到家”服务。

5.经营时间：早~晚!

6.对于以上计划，我们将分工合作，各尽其职。我们将会在卫生、服务、价格、营养等方面下协夫，争取获得更多的客源。

1.本店开业前期，初步计划招收多少名全日制雇员(包括多少名厨师)，多少名临时雇员(含厨师)具体内容如下：

应聘者特《招用职工登记表》并附入个人资料来本店面试。

2)经面试，笔试，体检合格者，与其签订劳动合同(含试用期)。

2.为了提高服务人员整体素质，被招聘上岗的人员都需要接收2个月的培训，具体内容如下：

1)制定培训计划，确定培训目的，制订评估方法。

2)实施培训计划，贯彻学习《劳动纪律》和各种规章制度。

3)考核上岗，对于不和格者给以停职学习，扣除20工资，直至合格为止。若3次考试及不和格者，扣除当月全部工资和福利。

1.开业前进行一系列宣传企业工作，向消费者介绍本店“物美价廉”的销售策略，还会发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务内容。

2.推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

3.每月累计消费1000元者可参加每月末大抽奖，中奖者(1名)可获得价值888元的礼券。

4.每月累计消费100元者，赠送价值10元的礼券，200元赠送20元礼券，以此类推。

本店内所有帐目状况必需及时入帐，支出与收入的钱款必须经由会计入帐或记录后方能使用，记帐使用复式记帐法，以科学的方法进行管理，以免帐务混乱，每日的收入应进行及时清点，所有点菜的菜单及收款的凭据必须保存并一式两份，以便核对及入帐。店内所有的物品属店内的固定资产，不得随意毁坏或带走，每月的总收益，除去一切费用，剩下的存入银行;要是经过每月的结算后，收入比计划高，将适度调整工资，以调动大家的工作热情，如发现在工作中无故损坏酒店的财产，将从责任人的工资或奖金中扣除。

易 智 办 公，办 公 轻 松1)本店固定资产( )万元 桌椅 ( )套

营业面积( )平方米

冷冻柜 ( )台

灶件 若干

2)每日流动资金为多少万元

(主要用于突发事件以及临时进货)

3)对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样企业的盈亏在帐面上一目了然，就避免了经营管理工作的盲目性。

注：因刚开业，所以在各种开销上要精打细算，但要保证饭菜的质量，尽量把价格放低。

为保证食品卫生，防止商品污染和有害因素对人体的危害，保障人民身体健康，增强人民体质，严格遵守国家，地方有关法规要求具体如下：

食品制作经营者不得伪造，土改，出借卫生许可证。

(一)保持内外环境整洁，采用清除苍蝇老鼠蟑螂和其他有害昆虫及其孳生条件的措施。

(二)食品生产经营企业应该有与产品品种，数量相适应的食品原料处理，加工，包装，储存登厂房式场所。

(三)应该有相应的消毒，更衣、盥洗，采兴，照明，通风，防腐，防尘，防蝇，防鼠，洗涤，污水排放，存放垃圾和废弃物的设施。

(四)设备介绍和工艺流程应当合理，防止待加工食品与直截入口食品，原料与成品之间的交叉污染，食品不得接触有毒物，不洁物。

(五)餐具，饮具和盛放直截入口食品的容器，使用前必须洗涤，消毒，炊具，用具用后必需洗净维持得洁。

(六)储存，运输和装卸食品的容器包装，工具，设备的条件必须安全，无害，保持清洁，防止食品污染。(七)直截入口的食品应该有小包装或者使用无毒，清洁的包装材料。 (八)食品制造经营人员应当常常保持个人卫生，制造，销售食品是必须将手洗干净，穿戴洁净的工作服;销售直接入口食品时，必需使用售货工具。(九)用水必需符合国家规定的城乡生活饮用水卫生标准。

(十)使用的洗涤剂，消毒剂应当对人体安全，无害。

(一)变质，油脂酸败，霉变，生虫，污秽不洁，混有异物或者其他感官形状异常，可能对人体健康有害的。

(二)含有毒、有害物质或者被有害，有毒物质污染，可能对人体有害的。

(三)含有致病性寄生虫，微生物或者生物毒素含量超过国家限定标准。

(四)未经曾医卫生检验或检验不和格的肉类及其制品。

(五)病死，毒死或者死因不说的禽、兽、水产动物等及其物品。

(六)容器包装污秽不洁，严重破损或者运输工具不洁造成污染的。 `

(七)掺假，掺杂，伪造，影响营养卫生的。

(八)用非食品原料加工，加入非食品用化学物质的或者将非食品当作食品的。其他不符合食品卫生标准和卫生要求的。

**创业计划书syb完整版篇六**

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。

未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(一)商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0---200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60---200平方。

(二)经营选址

一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来达到自己的经营赢利。

三、投资计划

(一)ci设计

1、企业标识要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci。

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

2、企业理念

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

(二)投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的\'天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面――为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。照明――白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持10-15平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

音响――为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备电脑――一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。软件――与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。收银台――收银台兼管理人员工作台。货架――以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。冰柜――因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。其他设备――如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%,约需单品数2024至3000种。

四、管理运营

1、制度管理

五投资分析预算按120平米计算(单店)

**创业计划书syb完整版篇七**

企业名称小新面包屋

创业者姓名

日期20xx.03

通信地址

邮政编码310023

电话

传真

电子邮件

主要经营范围：出售面包,饼干,饮料

企业类型：服务

以往的相关经验(包括时间)：

07年、08年，在面包店做兼职。

教育背景、所学的相关课程(包括时间)：

目标顾客描述：

浙江科技学院及周边的学校师生、小区居民、企业员工。

市场容量或本企业预计市场占用率：

经调查，科院有1.5万学生，再加上其它附近人员，预估2万;周边面包店比较少。

市场容量的变化趋势：

1、随着学校的扩建和扩招，本地学生会逐年增加

2、本地小区的开发，本地居民会逐年增加

因此市场容量会逐年增加

竞争对手的主要优势：

1.起步早，有经验

2.经营时间长，有一定数量的老顾客

3.优先挑选了较好的地理位置

竞争对手的主要劣势：

1.不卫生

2.面包品种少

3.价格比较贵

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1.价格实惠

2.品种多

3.店面有特色

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1.起步晚，经验不足

2.没有老顾客

3.规模小

四、市场营销计划

1、产品与主要特征

产品或服务主要特征

各类面包,饼干卫生,美味,美观

饮料品种多,可以随意搭配

2、价格

产品或服务成本价(元)销售价(元)

面包(个)134

饼干(斤)378

饮料(杯)0.535

折扣销售无

赊帐销售无

3、地点

(1)选址细节

地址面积(平方米)租金或建筑成本

西湖区留和路1012000元/年

(2)选择该地址的主要原因

人流量大，消费群体集中

(3)销售方式：

最终消费者

(4)选择该消费方式的原因：

行业因素;创业之初。

4.促销

人员推销成本预测

广告印制名片、宣传单等成本预测

公共关系成本预测

营业推广成本预测

企业将注册成：个体工商户

拟议的企业名称：小新面包屋

企业的员工(请附上组织结构图和工作描述)：

职务月薪(元)竞争对手的价格(元)100元/月

业主/经理：1500

员工：制作员1200

服务员1100

企业将获得的.营业执照、许可证：

类型预计费用

营业执照600元

卫生许可证600元

员工健康证300元

企业的法律责任(保险、员工的薪酬、纳税)：

种类预计费用(元/年)

保险13615(社保1125元/月。其他保险115元/年)

流转税(增值税等)9862

个人所得税3120

其他税金986

1.工具与设备

根据预测的销售量，假设达到100%的生产能力，企业需要购买以下设备名称数量单价(元)总费用(元)

冰箱120xx2000

烤面包机150005000

展示柜台110001000

饮料机110001000

供应商名称地址电话或传真

2.交通工具：

名称数量单价(元)总费用(元)

无

3.办公家具和设备

办公室需要以下设备：

名称数量单价(元)总费用(元)

电话(个)1100100

验钞机(个)1200200

办公桌椅(套)1100100

供应商名称地址电话或传真

中国电信10000

二手市场石祥路

4.固定资产与折旧概要

项目价值(元)年折旧(元)

工具和设备90001800

交通工具

办公家俱与设备40080

店铺

厂房

土地

装修80001600

合计174003480

1、原材料与包装

项目数量单价总费用(元)

面粉50052500

辅料30051500

包装10000.5500

调料100101000

供应商名称地址电话或传真

2、其他经营费用(不包括折旧率和贷款利息)

项目费用(元)备注

业主的工资1500

雇员工资2300

租金1000

营销费用100

公用事业费500水电费、电话

维修费200

其他

合计6859.58

**创业计划书syb完整版篇八**

日子如同白驹过隙，不经意间，我们又将接触新的知识，学习新的技能，积累新的经验，是时候开始制定计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的syb创业计划书，欢迎阅读与收藏。

syb创业计划书1

便利店，是位于居民区附近的实体店或带给网上购物的虚拟店，指以经营即时性商品或服务为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店或网上商店。

一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者带给一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并构成了连锁化经营。未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(二)经营选址：一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来到达自己的经营赢利。

三、投资计划

(一)ci设计

1、企业标识：要明显的体现出便利店的经营信息，要贴合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci。既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

(二)投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要贴合自己的经营特点，且能到达给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用思考豪华，只需贴合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能贴合便利店本身的特征，必要时为节约成本还能够思考由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还能够以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑――一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件――与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台――收银台兼管理人员工作台。

货架――以平方数计，每4-45平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜――因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备――如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

(三)经营理念

四、管理运营

1、制度管理：在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的，相关的管理制度有：

出勤制度;卫生管理制度;报表管理制度;能耗管理制度;设备管理制度

固定资产管理制度;采购管理制度;现金管理制度;工资的发放管理规定;员工的担保制度

仓库管理制度;会议管理制度;耗材领用管理制度;通讯器材及设备管理制度

2商品管理：为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：

商品的进场制度;商品的销售报表;采购报表;滞销报表;畅销商品统计表

3库存管理：因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品的周转率，建立有效的商品配送机制，相关的制度有：

库存报表管理;库存的限制;商品的周转周期与库存的参考

调货申请表;退货管理规定;库存周转考核;商品配送管理制度;滞销商品考核

4系统管理

操作员的管理规定;操作员的权限;操作员的保密规定;营业额与员工工资的关系制定

员工内盗的处理意见;损耗的管理规定;损耗的奖惩制度;耗材管理;关于盗损的管理规定

促销管理规定;促销的申请;促销的执行考核

五投资分析

预算按120平米计算(单店)

1、a固定设施：首期(即开业前)

天花+墙面：直接刮腻子(120+120)35/平方=840元

水电设备：2500元

地板;120平方6+600+120平方12=2760元

铺面外：20xx平方=600元

店招：20平方30=600元

合计840+2500+2760+600+600=7300元

b经营设备

货架：28020+18030=11000元

电脑收银设备：3500+500+800=4800元

冰柜：18002=3600元

软件：15002=3000元

分摊总部连网费用：20xx元

收银台：1000元

烟柜：400元

酒柜：600元

电话初装费：20xx=600元

其他设备：1000元

c租赁押金;20xx元

d消防设备：20xx元

总投入7300+28000+20xx+2024=39300元

2、经营成本及经营费用

租金―――――-800—1000元/月

税――――――-500元(国税)+200(地税)=700/月

工商管理――――150元月

水―――――――50元/月

电―――――――800元/月

工资――――――5004=20xx元/月

耗损预估――――500元/月

总部配送费―――400元/月

总部管理费用――400元/月

其他费用――――300元/月

3营业效益

预计营业额1000――1500元/日

月计营业额40000元

营业利润4000022%利润率=8800元

营业外收入500元/月

合计效益8800+500=9300元

4货值800元/平方120平方=96000元

5后期开业后的追加投入30000元

6收益分析

年收益=3300/月12月=39600/年

不可预计费用5000元/年

总投入=首期投入+后期追加=39300+30000=69300

年回报率=年收益总投入=3460069300=04992

预计收回投入需2年

四项目可行性

行业的发展趋势及社会经济的发展水平的上升，使项目的可行性更加强烈，鉴于此，推荐涉入此行业并构成连锁化经营，在本地市场尚未成熟之际抢占行业的制高点。

五风险规避

a方案;员工入股

b方案;前期投资算做风险投资，由员工进行担保抵押经营，自负盈亏

c方案;以委托经营的模式交给员工经营，多劳多得，上交费用

d方案;缴纳承包金的形式进行承包经营

六投资解析

1前期投资：固定设施及营业设施，能够利用部分现有的设备，以降低其投入

2追加投资：因以利用了现有卖场的客户资源，在首期投入中已经没有了货款投入，故在后期需要追加部分货款投入，即是后期追加的3万元货款投入来作为后期的资金运营，此投入可视总部对供应商的整合而降低投入数量。

syb创业计划书2

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，是创业者计划创立的业务的书面摘要，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。

一、工作计划的概念

工作计划就是对即将开展的工作的设想和安排，如提出任务、指标、完成时间和步骤方法等。

二 计划的基本类型

1.按照不同的分类标准，计划可分为多种类型。

2.按其所指向的工作、活动的领域来分，可分为工作计划、学习计划、生产计划、教学计划、销售计划、采购计划、分配计划、财务计划等等。

3.按适用范围的大小不同，可分为国家计划、地区计划、单位计划、班组计划等等。

4.按适用时间的长短不同，可分为长期计划、中期计划、短期计划三类，具体还可以称为十年 计划、五年计划、计划、季度计划、月份计划等。

5.按指挥性的强弱不同，可分为指令性计划、指导性计划。

6.按涉及面大小的不同，可分为综合性计划、专题性计划。

三、工作计划的作用

四、工作计划的分类

计划的种类较多。按内容分，有全面的综合性计划，如社会发展计划，国民经济计划等;有单项计划，如生产计划、学习计划等。按覆盖的范围分，有国家的、地区的、系统的、部门的、单位的、个人的计划等。按针对的时间分，有多年性的，一般又称为规划;有近期的，如、季度、月份的计划等。按计划的详细程度分，有计划要点、简要计划和详细计划。

五、工作计划的结构

工作计划大体分为标题、正文、结尾三部分。

(1)标题。由单位名称、适用时期、内容和文种构成。

(2)正文。由前言和计划事项构成。

1)计划的前言，要简明扼要说明制定计划的目的或依据，提出工作的总任务或总目标。前言常用“为此，今年(或某一时期)要抓好以下几项工作”作结，并领起下述的计划事项。

2)计划事项，是总的计划下面的各个分计划项目。这部分一般要分项来写，有时，大的项目下有小的项目，大的项目是一个大的方面要做的工作，小的项目是在大的方面要做的每一项工作。

六 计划的含义

计划是党政机关、企事业单位、社会团体对今后一段时间的工作、活动作出预想和安排的一 种事务性文书。要想避免工作的盲目性，必须前有计划、后有总结。计划能够建立起正常的工作秩序，明确 工作的目标，是领导指导、检查，群众监督、审察工作成绩的依据。计划也是一段时间过后 本单位总结工作时的基本标准，计划完成或超额完成，说明工作成绩是突出的;相反没有完 成工作计划，则说明工作存在严重问题。在实践中，计划有许多名称，如：“安排”、“要点”、“设想”、“方案”、“规划”、“打算”等。

七 计划的特点

1.预见性 这是计划最明显的特点之一。计划不是对已经形成的事实和状况的描述，而是在行动之前对 行动的任务、目标、方法、措施所作出的预见性确认。但这种预想不是盲目的、空想的，而 是以上级部门的规定和指示为指导，以本单位的实际条件为基础，以过去的成绩和问题为依 据，对今后的发展趋势作出科学预测之后作出的。可以说，预见是否准确，决定了计划写作 的成败。

2.针对性 计划一是根据党和国家的方针政策、上级部门的工作安排和指示精神而定，二是针对本单位 的工作任务、主客观条件和相应能力而定。总之，从实际出发制定出来的计划，才是有意义、有价值的计划。

3.可行性 可行性是和预见性、针对性紧密联系在一起的，预见准确、针对性强的计划，在现实中才真 正可行。如果目标定得过高、措施无力实施，这个计划就是空中楼阁;反过来说，目标定得 过低，措施方法都没有创见性，实现虽然很容易，并不能因而取得有价值的成就，那也算不 上有可行性。

4.约束性 计划一经通过、批准或认定，在其所指向的范围内就具有了约束作用，在这一范围内无论是 集体还是个人都必须按计划的内容开展工作和活动，不得违背和拖延。

syb创业计划书3

创业计划书是将有关创业的许多想法，借由白纸黑字最后落实的载体。

做好酒店开业前的准备工作，对酒店开业及开业后的工作具有非常重要的意义;对从事酒店管理工作的专业人士来说也是一个挑战。我采用倒计时的手法，将酒店开业筹备工作作为一个项目来运作，实践证明可操作性极强。

一、酒店开业筹备的任务与要求

酒店开业前的准备工作，主要是建立部门运营系统，并为开业及开业后的运营在人、财、物等各方面做好充分的准备，具体包括：

(一)确定酒店各部门的管辖区域及责任范围

各部门经理到岗后，首先要熟悉酒店的平面布局，最好能实地察看。然后根据实际情况，确定酒店的管辖区域及各部门的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总经理。酒店最高管理层将召集有关部门对此进行讨论并做出决定。在进行区域及责任划分时，各部门管理人员应从大局出发，要有良好的服务意识。按专业化的分工要求，酒店的清洁工作最好归口管理。这有利于标准的统一、效率的提高、设备投入的减少、设备的维护和保养及人员的管理。职责的划分要明确，最好以书面的形式加以确定。

(二)设计酒店各部门组织机构

要科学、合理地设计组织机构，酒店各部门经理要综合考虑各种相关因素，如：饭店的规模、档次、建筑布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

(三)制定物品采购清单

饭店开业前事务繁多，经营物品的采购是一项非常耗费精力的工作，仅靠采购部去完成此项任务难度很大，各经营部门应协助其共同完成。无论是采购部还是酒店各部门，在制定酒店各部门采购清单时，都应考虑到以下一些问题：

1.本酒店的建筑特点。

2.行业标准。

国家旅游局发布了“星级饭店客房用品质量与配备要求”的行业标准，它是客房部经理们制定采购清单的主要依据。

3.本饭店的设计标准及目标市场定位。

酒店管理人员应从本酒店的实际出发，根据设计的星级标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本酒店的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对客房用品的需求，对就餐环境的偏爱，以及在消费时的一些行为习惯。

4.行业发展趋势。

酒店管理人员应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识，不能过于传统和保守。例如，饭店根据客人的需要在客房内适当减少不必要的客用物品就是一种有益的尝试。餐饮部减少象金色，大红色的餐具与布置，增加一些淡雅的安排等等。

5.其它情况。

在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：出租率、饭店的资金状况等。采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，部门在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

(四)协助采购

酒店各部门经理虽然不直接承担采购任务，但这项工作对各部的开业及开业后的运营工作影响较大，因此，酒店各部门经理应密切关注并适当参与采购工作。这不仅可以减轻采购部经理的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。酒店各部门经理要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

(五)参与或负责制服的设计与制作

酒店各部门参与制服的设计与制作，是饭店行业的惯例，同时，特别指出因为客房部负责制服的洗涤、保管和补充，客房部管理人员在制服的款式和面料的选择方面，往往有其独到的鉴赏能力。

(六)编写酒店各部工作手册

工作手册，是部门的丁作指南，也是部门员工培训和考核的依据。一般来说，工作手册应包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部分。

(七)参与员工的招聘与培训

酒店各部门的员工招聘与培训，需由人事部和酒店各部门经理共同负责。在员工招聘过程中，人事部根据酒店工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而酒店各部门经理则负责把好录取关。培训是部门开业前的一项主要任务，酒店各部门经理需从本饭店的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训丁作达到预期的效果。

(八)建立酒店各部门财产档案

开业前，即开始建立酒店各部门的财产档案，对日后酒店各部门的管理具有特别重要的意义。很多饭店酒店各部门经理就因在此期间忽视该项工作，而失去了掌握第一手资料的机会。

(九)跟进酒店装饰工程进度并参与酒店各部门验收

酒店各部门的验收，一般由基建部、工程部、酒店各部门等部门共同参加。酒店各部门参与验收，能在很大程度上确保装潢的质量达到饭店所要求的标准。酒店各部门在参与验收前，应根据本饭店的情况设计一份酒店各部门验收检查表，并对参与的部门人员进行相应的培训。验收后，部门要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

(十)负责全店的基建清洁工作

在全店的基建清洁工作中。酒店各部门除了负责各自负责区域的所有基建清洁工作外，还负责大堂等相关公共区域的清洁。开业前基建清洁工作的成功与否，直接影响着对饭店成品的保护。很多饭店就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。酒店各部门应在开业前与饭店最高管理层及相关负责部门，共同确定各部门的基建清洁计划，然后由客房部的pa组，对各部门员工进行清洁知识和技能的培训，为各部门配备所需的器具及清洁剂，并对清洁过程进行检查和指导。

(十一)部门的模拟运转

酒店各部门在各项准备工作基本到位后，即可进行部门模拟运转。这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

二、酒店开业准备计划

制定酒店开业筹备计划，是保证酒店各部门开业前工作正常进行的关键。开业筹备计划有多种形式，饭店通常采用倒计时法，来保证开业准备工作的正常进行。倒计时法既可用表格的形式，又可用文字的形式表述。

(一)开业前三个月

与工程承包商联系，这是工程协调者或住店经理的职责，但客房部经理必须建立这种沟通渠道，以便日后的联络。

(二)开业前第两个月

1.参与选择制服的用料和式样。

2.了解客房的数量、类别与床的规格等，确认各类客房方位等。

3.了解饭店康乐等其它配套设施的配置。

4.明确客房部是否使用电脑。

5.熟悉所有区域的设计蓝图并实地察看。

6.了解有关的订单与现有财产的清单(布草、表格、客用品、清洁用品等)。7.了解所有已经落实的订单，补充尚未落实的订单。

8.确保所有订购物品都能在开业一个月前到位，并与总经理及相关部门商定开业前主要物品的贮存与控制方法，建立订货的验收、入库与查询的丁作程序。

9.检查是否有必需的家具、设备被遗漏，在补全的同时，要确保开支不超出预算。

10.如果饭店不设洗衣房，则要考察当地的洗衣场，草签店外洗涤合同。

11.决定有哪些工作项目要采用外包的形式，如：虫害控制，外墙及窗户清洗，对这些项目进行相应的投标及谈判。

12.设计部门组织机构。

13.写出部门各岗位的职责说明，制定开业前的培训计划。

14.落实员工招聘事宜。

(三)开业前一个月

1.按照饭店的设计要求，确定客房的布置标准。

2.制定部门的物品库存等一系列的标准和制度。

3.制订客房部工作钥匙的使用和管理计划。

4.制定客房部的安全管理制度。

5.制定清洁剂等化学药品的领发和使用程序。

6.制定客房设施、设备的检查、报修程序。

7.制定制服管理制度。

8.建立客房质量检查制度。

9、制定遗失物品处理程序。

10、制定待修房的有关规定。

11、建立vip房的服务标准。

12、制定客房的清扫程序。

13、确定客衣洗涤的价格并设计好相应的表格。

14、确定客衣洗涤的有关服务规程。

15、设计部门运转表格。

16、制订开业前员工培训计划

五)开业前二十天

1、审查洗衣房的设计方案。

2、与清洁用品供应商联系，使其至少能在开业前一个月将所有必需品供应到位，以确保饭店“开荒”工作的正常进行。

3、准备一份客房检查验收单，以供客房验收时使用。

4、核定本部门员工的工资报酬及福利待遇。

5、核定所有布件及物品的配备标准。

6、实施开业前员工培训计划。

(六)开业前第十五天

1、对大理石和其它特殊面层材料的清洁保养计划和程序进行复审。

2、制定客用物品和清洁用品的供应程序。

3、制定其它地面清洗方法和保养计划。

4、建立ok房的检查与报告程序。

5、确定前厅部与客房部的联系渠道。

6、制定员工激励方案(奖惩条例)。

7、制定有关客房计划卫生等工作的周期和工作程序(如翻床垫)。

8、制定所有前后台的清洁保养计划，明确各相关部门的清洁保养责任。

9、建立客房部和洗衣房的文档管理程序。

10、继续实施员工培训计划。

(七)开业前第十天

1、与财务部合作，根据预计的需求量，建立一套布件、器皿、客用品的总库存标准。

2、核定所有客房的交付、接收日期。

3、准备足够的清洁用品，供开业前清洁使用。

4、确定各库房物品存放标准。

5、确保所有客房物品按规范和标准上架存放。

6、与总经理及相关部门一起重新审定有关家具、设备的数量和质量，做出确认和修改。

7、与财务总监一起准备一份详细的货物贮存与控制程序，以确保开业前各项开支的准确、可靠、合理。

8、如饭店自设洗衣房，则要与社会商业洗衣场取得一定的联系，以便在必要时可以得到必要的援助。

9、继续实施员工培训计划。

(八)开业前第七天

1、与工程部经理一起核实洗衣设备的零配件是否已到。

2、正式确定客房部的组织机构。

3、根据工作和其它规格要求，制定出人员分配方案。

4、取得客房的设计标准说明书。

5、按清单与工程负责人一起验收客房，确保每一间房都符合标准。

6、建立布件和制服的报废程序。

7、根据店内缝纫丁作的任务和要求，确定需要何种缝纫工，确立外联选择对象，以备不时之需。

8、拟订享受洗衣优惠的店内人员名单及有关规定。

9、着手准备客房的第一次清洁工作。

(九)开业前第五天

1、开始逐个打扫客房、配备客用品，以备使用。

2、对所有布件进行使用前的洗涤。全面洗涤前必须进行抽样洗涤试验，以确定各种

布件在今后营业中的最佳洗涤方法。

3、按照工程交付计划，会同工程负责人逐个验收和催交有关区域和项目。

4、开始清扫后台区域和其它公共区域。

三、开业前的试运行

开业前的试运行往往是饭店最忙、最易出现问题的阶段。对此阶段工作特点及问题的研究，有利于减少问题的出现，确保饭店从开业前的准备到正常营业的顺利过渡。客房部的管理人员在开业前试运行期间，应特别注意以下问题：

(一)持积极的态度

在饭店进入试营业阶段，很多问题会显露出来。对此，部分客房管理人员会表现出急躁情绪，过多地指责下属。正确的方法是持积极的态度，即少抱怨下属，多对他们进行鼓励，帮助其找出解决问题的方法。在与其它部门的沟通中，不应把注意力集中在追究谁的责任上，而应研究问题如何解决。

(二)经常检查物资的到位情况

前文已谈到了客房部管理人员应协助采购、检查物资到位的问题。实践中很多饭店的客房部往往会忽视这方面的工作，以至于在快开业的紧要关头发现很多物品尚未到位，从而影响部门开业前的工作。常被遗忘的物品有：工作钥匙链、抹布、报废床单、云石刀片等。

(三)重视过程的控制

开业前客房部的清洁工作量大、时间紧，虽然管理人员强调了清洁中的注意事项，但服务员没能理解或“走捷径”的情况普遍存在，如：用浓度很强的酸性清洁剂去除迹、用刀片去除玻璃上的建筑垃圾时不注意方法等等。这些问题一旦发生，就很难采取补救措施。所以，管理人员在布置任务后的及时检查和纠正往往能起到事半功倍的作用。

(四)加强对成品的保护

对饭店地毯、墙纸、家具等成品的最严重破坏，往往发生在开业前这段时间，因为在这个阶段，店内施工队伍最多，大家都在赶工程进度，而这时客房部的任务也是最重，容易忽视保护，而与工程单位的协调难度往往很大。尽管如此，客房部管理人员在对成品保护的问题上，不可出现丝毫的懈怠，以免留下永久的遗憾。为加强对饭店成品的保护，客房部管理人员可采取以下措施：

1、积极建议饭店对空调、水管进行调试后再开始客房的装潢，以免水管漏水破坏墙纸，以及调试空调时大量灰尘污染客房。

2、加强与装潢施工单位的沟通和协调。敦促施工单位的管理人员加强对施工人员的管理。客房部管理人员要加强对尚未接管楼层的检查，尤其要注意装潢工人用强酸清除顽渍的现象，因为强酸虽可除渍，但对洁具的损坏很快就会显现出来，而且是无法弥补的。

3、尽早接管楼层，加强对楼层的控制。早接管楼层虽然要耗费相当的精力，但对楼层的保护却至关重要。一旦接管过楼层钥匙，客房部就要对客房内的设施、设备的保护负起全部责任，客房部需对如何保护设施、设备做出具体、明确的规定。在楼层铺设地毯后，客房部需对进入楼层的人员进行更严格的控制，此时，要安排服务员在楼层值班，所有进出的人员都必须换上客房部为其准备的拖鞋。部门要在楼层出人口处放些废弃的地毯头，遇雨雪天气时，还应放报废的床单，以确保地毯不受到污染。

4、开始地毯的除迹工作。地毯一铺上就强调保养，不仅可使地毯保持清洁，而且还有助于从一开始，就培养员工保护饭店成品的意识，对日后的客房工作将会产生非常积极的影响。

(五)加强对钥匙的管理

开业前及开业期间部门工作特别繁杂，客房管理人员容易忽视对钥匙的管理工作，通用钥匙的领用混乱及钥匙的丢失是经常发生的问题。这可能造成非常严重的后果。客房部首先要对所有的丁作钥匙进行编号，配备钥匙链;其次，对钥匙的领用制定严格的制度。例如，领用和归还必须签字、使用者不得随意将钥匙借给他人、不得使钥匙离开自己的身体(将通用钥匙当取电钥匙使用)等。

(六)确定物品摆放规格

确定物品摆放规格工作，应早在样板房确定后就开始进行，但很多客房管理人员却忽视了该项工作，以至于直到要布置客房时，才想到物品摆放规格及规格的培训问题，而此时恰恰是部门最忙的时候。其结果是难以进行有效的培训，造成客房布置不规范，服务员为此不断地返工。正确的方法是将此项工作列入开业前的工作计划，在样板房确定之后，就开始设计客房内的物品布置，确定各类型号客房的布置规格，并将其拍成照片，进而对员工进行培训。有经验的客房部经理还将楼层工作间及工作车的布置加以规范，往往能取得较好的效果。把好客房质量验收关。

(七)客房质量的验收，往往由工程部和客房部共同负责

作为使用部门，客房部的验收对保证客房质量至关重要。客房部在验收前应根据本饭店的实际情况设计客房验收表，将需验收的项目逐一列上，以确保验收时不漏项。客房部应请被验收单位在验收表上签字并留备份，以避免日后的扯皮现象。有经验的客房部经理在对客房验收后，会将所有的问题按房号和问题的类别分别列出，以方便安排施工单位的返工，及本部门对各房间状况的掌握。客房部还应根据情况的变化，每天对以上的记录进行修正，以保持最新的记录。

(八)注意工作重点的转移，使部门工作逐步过渡到正常运转

开业期间部门工作繁杂，但部门经理应保持清醒的头脑，将各项工作逐步引导到正常的轨道。在这期间，部门经理应特别注意以下的问题：1、按规范要求员工的礼貌礼节、仪表仪容。由于楼层尚未接待客人、做基建清洁时灰尘大、制服尚未到位等原因，此时客房部管理人员可能还未对员工的礼貌礼节、仪表仪容做较严格的要求，但随着开业的临近，应开始重视这些方面的问题，尤其要提醒员工做到说话轻、动作轻、走路轻。培养员工的良好习惯，是做好客房工作的关键所在，而开业期间对员工习惯的培养，对今后工作影响极大。2、建立正规的沟通体系部门应开始建立内部会议制度、交接班制度，开始使用表格;使部门间及部门内的沟通逐步走上正轨。3、注意后台的清洁、设备和家具的保养。各种清洁保养计划应逐步开始实施，而不应等问题变得严重时再去应付。

(九)注意吸尘器的使用培训

做基建清洁卫生时会有大量的垃圾，很多员工或不了解吸尘器的使用注意事项，或为图省事，会用吸尘器去吸大的垃圾和尖利的物品，有些甚至吸潮湿的垃圾，从而程度不同地损坏吸尘器。此外，开业期间每天的吸尘量要比平时大得多，需要及时清理尘袋中的垃圾，否则会影响吸尘效果，甚至可能损坏电机。因此，客房管理人员应注意对员工进行使用吸尘器的培训，并进行现场督导。

(十)确保提供足够的、合格的客房

国内大部分饭店开业总是匆匆忙忙，抢出的客房也大都存在一定的问题。常出现的问题是前厅部排出了所需的房号，而客房部经理在检查时却发现，所要的客房存在着这样或那样的一时不能解决的问题，而再要换房，时间又不允许，以至于影响到客房的质量和客人的满意度。有经验的客房部经理会主动与前厅部经理保持密切的联络，根据前厅的要求及饭店客房现状，主动准备好所需的客房。

(十一)使用电脑的同时，准备手工应急表格

(十二)加强安全意识培训，严防各种事故发生

客房管理人员要特别注意火灾隐患，发现施工单位在楼层动用明火要及时汇报。此外，还须增强防盗意识，要避免服务人员过分热情，随便为他人开门的情况。

(十三)加强对客房内设施、设备使用注意事项的培训

很多饭店开业之初常见的问题之一，是服务员不完全了解客房设施、设备的使用方法，不能给客人以正确的指导和帮助，从而给客人带来了一定的不便，如：房内冲浪浴缸、多功能抽水马桶的使用等.

syb创业计划书4

一、市场分析

长期以来，国内居民因生活水平较低，对以“厨房”和“卫生间”为主要服务对象的小家电消费很少。据统计，目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种，而欧美国家这一统计数字高达37种。据统计，每年国内有至少260万住户搬入新家，随着人们生活水平提高，对“厨房”和“卫生间”的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。今后2至3年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破30%。

对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种。目前全国生产浴霸的企业为376家，xx年国内销量估计为400万台，20xx年为550万台，x达到700万台，销售额超过10亿元。在城市居民家庭中，浴霸拥有率不到15%(20xx年)，国内消费者对浴霸认同度达82%，市场空间巨大。

浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中杭州奥普浴霸20xx年销售额为2。6亿元，市场分额第一。目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江，广东一带，但其中小厂居多，多为仿制或oem，自主研发能力不强。

我国长江流域地区，大多住宅没有暖气，冬季洗澡取暖一直是个大问题。虽然有浴霸和暖风机，但人们更期待一种简便，有效的取暖器具。根据我的调查，人们对本产品的印象还是不错的，市场潜力巨大。

比照浴霸和暖风机市场，本产品销售市场至少在5--10亿元以上。

我们完全可以借助专利技术优势，迅速占领浴室取暖设备市场，建立自己的品牌和销售网络。

(以上数据来源于《消费日报》，中国家用电器协会)

二、我们的目标

我们的目标是，在新消息年制出样品进入市场，发展地市级以上代理商10-15家，销售额在200万元以上，x年想达到500万销售额，x达到20xx万销售额，利润率保持在30%--50%。

三、资金使用

各种认证，许可证，商标：5万元；

公司组建，购买相关办公用品，人员招募，公司网站等：10万元；

房租水电费，人员工资(半年)：15万元；

参加展会，广告费：10万元；

小批量生产成本(5000件)：20--25万元；

周转资金：20万元。

合计：100万元。

四、产品成本及盈利分析

为节省费用，降低投资风险，先期的小批量生产以委外加工为主，暂不购买生产设备。本产品主要包括：桶体，盖子，加热盘，漏电保护器，防干烧保护器，开关，蒸汽调解板，底座，密封圈。其中加热盘7-8元，漏电保护器12元，防干烧保护器1。5元，开关0。5元，其余为塑料件，价格15元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在40元以下。

批发价暂定为80元，每个毛利为40元，估计两年能收回投资并稍有盈利。

(以上数据是调查的零配件经销商，还有向下浮动的可能)

五、销售前景

目前市场上还没有同类产品，产品销售压力较小。建议利用各地电器批发商现成的销售网络，进行代理销售。目前已与多家商家联系过，初步达成销售意向。

六、合作方案

本专利项目是非职务发明，专利权为个人所有。具体合作方式由双方协商议定。

七、原材料供应方案

可外协生产，无特殊要求。

syb创业计划书5

一、冰淇淋店概述

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。

二、产品（服务）介绍

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。

三、冰淇淋市场调查与分析

（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23kg，澳大利亚为17kg，瑞典为16kg，日本为11kg，荷兰18kg，而中国人均消费量经过几年的发展总算达到了人均1。7kg，但与世界人均相比还判若云泥。所以说冰淇淋市场尽管从90年代以来，每年以约10%的速度在递增，中国冷饮产量增加了 12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1000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22%。

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，提高保健功能也用蛋、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1329元，平均年龄在34岁，而且重度消费者（即：每周消费冰淇淋4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2升（相当于25到30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。

五、营销策略

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：56%的15—19岁的消费者，42。4%的20—24岁的消费者以及37。2%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。

六、冰激凌的经营与管理

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。

七、创业团队

（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。

岗位设计与职责：

店长（2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（6名）：成品区导购员2名——帮助顾客选择成品的商品

自选区导购员2名、制作员2名——帮助顾客选择材料、设计样式并制作

八、财务分析与预测

（一）资金需求

1、办理工商、税务登记等费用约1000元；业务拓展后视情况再改善；宣传广告及市场调查费用约1000元；资料费及销售费用20xx元；人员工资3000元，其他开支500元。

2、原材料、餐具、4个甜筒机、3个榨汁机、5个冰柜、10张桌椅、杯子等费用大约4000元，室内装修20xx元，租金每年20xx元。

syb创业计划书6

中国是十三亿人口的.大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展，20xx年纺织服装的总产值约占全国总产值的十分之一，并已连续五年出口创汇顺差第一，服装产业一向为中国出口创汇作出了巨大的贡献。同时中国已成为全世界最大的服装生产加工基地，全世界每三件服装，其中一件来自于中国生产。

一、项目介绍

由于资金有限只有5万元，所以我想来想去没有什么更好的项目，时间紧张也没有更好的灵感所以暂就来个传统行业，服装行业。

我的项目是做服装行业，开个女式服装店。

在选定行业之前，我先衡量自己的创业资金有多少，5万元。因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先衡量自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划。

选取开服装店的优势是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动。而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧，呵呵。

二、店面的选址

地点的选取对日后店面的营运好坏影响很大，所以必须要找个商圈位置好的店面。经过调查我发此刻闵行莘庄这快商圈不错，闵行区作为上海发展的主要居民居住区之一，莘庄又是闵行的中心，那里交通发达，人口密集，市场是没问题。而且那里以后还要建一个大型的亚洲商品交易中心，前景广阔。最后我把店面选在了莘庄的水清路上，仅挨店面就有一个公交车站，前面是个大马路，平时无论白天晚上人来人往。而且一百米开外就是地铁站，人流量是可想而知的。周围又都是老居民区，固定人口多，地块成熟，消费力旺盛。另外我发现这条街上还有几家为数不多的衣服店，但大都定位居高，价格昂贵，款式单调稀少。平时也很少有人光顾。因为那里虽然居民多但大都是普通老百姓，富人很少，不适合销售高档消费品。那里虽然人流量大但大都为上班一族，消费潜力为中低档。我的定位就是中低挡贴合市场需求。同时和其他几家店没有冲突，差异性存在。

店面的租金也不高5000元/月，付三压一，(上海都这样)。找好店面之后，接下来就是要与房东签约。而且，这个动作不能太早，务必待前面几项步骤都完成后才能进行。因为，一旦与房东签约之后，就开始支付房租，自然就会有时间压力。所以，我在与房东签约之前，一切能做的筹备工作与书面数据(包括营业证照的办理等，那里我就不在熬述了)，都先准备好了。在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限。我签的合同是三年，即使将来经营出了问题我也能够转租出去(那里的房租一向在涨)。店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出。呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱只有5万元起步金呢。

三、店面的装潢

租好了店面，下面要装修了。店面装潢关系

**创业计划书syb完整版篇九**

吉 林 市 下 岗 职 工

创 业 项 目 计 划 书

企业名称: 西航公司青春苑大食堂

创业者姓名: \*\*\*

日 期:二0一一年六月三日

通信地址:吉林市丰满区沿丰街道

邮政编码: 132001 电 话: \*\*\*\*\*\*\*\*

培训基地: 吉林市丰满区职业培训服务中心

一、概要

姓名：\*\*\*，男，汉族，原\*\*\*\*\*\*\*公司职工，为了响应国家政策，于2024年下岗。在党和政府的亲切关怀、鼓励和支持下，给了我们下岗职工自谋职业、自主创业的一系列优惠政策，为了走出一条自主创业的道路，我于2024 年 12 月在吉林市丰满区\*\*\*\*\*\*\*工商所依法注册了一家食堂（以前我们用的是食堂的集体执照），主要以凉皮、肉夹馍、菜夹馍、稀饭、豆浆等经营为主,现在企业经济效益逐月上升。

二、项目名称、法律形态及地址

1、企业名称：西航公司青春苑大食堂；

2、经营项目：凉皮、肉夹馍、菜夹馍、稀饭、豆浆等；

3、法律形态：个体工商户；

4、经营地址：西安市未央区北郊徐家湾红旗路西航公司。

三、项目可行性分析报告

1、市场评估:

卖和电话订餐项目，也给企业带来了很大的经济效益。因此，只要保持目前的价位和不断提升我们的服务质量，此项目具有可长期发展的空间。

2、销售评估:

2024年6月至2024年5月销售情况： 单位：万份

四、资金情况

1、资金状况：

a、开办费用：企业办证费、验资费、房屋转让费等计：0.5万元；

c、流动资金投资：人员工资、租金、管理费、卫生费、水电费、保险费、原材料等计：5万元。

资金需求共计：8.5万元。

2、自有资金：4.5万元，主要用于开办费用和固定资产投资。 五、 贷款用途

因为我们食堂属于西航公司后勤统一管理，每月结帐一次，占压了我们的流动资金，所以目前食堂流动资金出现紧缺，想通过小额担保贷款政府帮助解决4万元。

六、盈利计划

1、销售和成本情况统计表：

2024年6月至2024年5月销售收入和成本情况 单位：万元

2、利润计划 ： 单位：万元

七、还款计划

根据销售和成本计划以及利润计划表的分析，企业当年能够实现利润近14万元，三年后首先用于归还银行贷款。

八、风险评估

我经营的西航公司青春苑大食堂的产品属独家经营、收入稳定、有固定的客源，零风险投资，便于长期经营。只要有信心，我所经营的.企业经济效益会逐年上一个新台阶。

项目执行人：\*\*\*\* 2024．６．３

一、 市场分析

长期以来，国内居民因生活水平较低，对以\"厨房\"和\"卫生间\"为主要服务对象的小家电消费很少。据统计，目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种，而欧美国家这一统计数字高达37种。据统计，每年国内有至少260万住户搬入新家，随着人们生活水平提高，对\"厨房\"和\"卫生间\"的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。今后2至3年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破30%.

对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种。目前全国生产浴霸的企业为376家，2024年国内销量估计为400万台，2024年为550万台，2024年达到700万台，销售额超过10亿元。在城市居民家庭中，浴霸拥有率不到15%（2024年），国内消费者对浴霸认同度达82%,市场空间巨大。

浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中杭州奥普浴霸2024年销售额为2.6亿元，市场分额第一。目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江，广东一带，但其中小厂居多，多为仿制或oem,自研发能力不强。

我国长江流域地区，大多住宅没有暖气，冬季洗澡取暖一直是个大问题。虽然有浴霸和暖风机，但人们更期待一种简便，有效的取暖器具。根据我的调查，人们对本产品的印象还是不错的，市场潜力巨大。

比照浴霸和暖风机市场，本产品销售市场至少在5--10亿元以上。

我们完全可以借助专利技术优势，迅速占领浴室取暖设备市场，建立自己的品牌和销售网络。

二、我们的目标

我们的目标是，在2024年制出样品进入市场，发展地市级以上代理商10-15家，销售额在200万元以上，2024年达到500万销售额，2024年达到2024万销售额，利润率保持在30%--50%.

三、资金使用

各种认证，许可证，商标：5万元；

公司组建，购买相关办公用品，人员招募，公司网站等：10万元；

房租水电费，人员工资（半年）：15万元；

参加展会，广告费：10万元；

小批量生产成本（5000件）： 20--25万元；

周转资金：20万元。

合计：100万元。

四、产品成本及盈利分析

为节省费用，降低投资风险，先期的小批量生产以委外加工为主，暂不购买生产设备。本产品主要包括：桶体，盖子，加热盘，漏电保护器，防干烧保护器，开关，蒸汽调解板，底座，密封圈。其中加热盘7-8元，漏电保护器12元，防干烧保护器1.5元，开关0.5元，其余为塑料件，价格15元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在40元以下。 批发价暂定为80元，每个毛利为40元，估计两年能收回投资并稍有盈利。 （以上数据是调查的零配件经销商，还有向下浮动的可能）

五、销售前景

目前市场上还没有同类产品，产品销售压力较小。建议利用各地电器批发商现成的销售网络，进行代理销售。目前已与多家商家联系过，初步达成销售意向。

六、合作方案

本专利项目是非职务发明，专利权为个人所有。具体合作方式由双方协商议定。

七、原材料供应方案

可外协生产，无特殊要求。

八、本项目的未来

由于本产品制造简便，门槛不高，难免被人仿造。除了加强打假力度之外，不断升级产品也是拓展市场的必要手段。目前，已开发了两款样品，准备在明年继续推出3-5款新品，随着产品的升级换代，我们必能牢牢站稳市场。

创业计划书

市场分析：社会的激烈竞争就是人才的激烈竞争，家长望子成龙对孩子要求很高，学生学习不得法，压力很大，他们需要家教的帮助，可是往往寻找无门；另一方面，做家教是大学生创收的唯一直接途径，可是他们又很难联系到工作。这种信息不对称的现象需要充当桥梁的家教中介来调节。目标：解决贫困大学生经济困难，降低家长同学寻找家教成本，提高大学生实际公司运营的能力。

组织结构：董事长、总经理、财务部、策划部、客户部、广告部、人事部

董事长：监督指导整个工作流程，对重大决定有最终的决策权

广告部：制定宣传方案广告策划张贴海报及传单发放

客户部：家长信息及学生信息档案管理接受客户咨询、投诉进行客户回访与学生签订协议

长期规划：

我认为公司发展一年以上，资金充足，规模扩大的情况下，最需要改进以下三方面：

1、网站完善

建成完整的管理信息系统模式，同学上网输入自己的详细资料（身份证、学生证需扫描 ）登记过后，可以通过显示的辅导对象的详细信息与要求完成成双向选择操作，同时他的状态（是否工作）及资料备档到公司记录中。本网站还提供在地图进行交通便利的筛选功能 .

2、宣传力度

在长沙晚报、潇湘晨报等知名报纸上刊登广告（针对主要通过看报来了解周遭的知识分子）在资金条件允许的情况下，可考虑在湖南卫视上打广告，因为家教公司一般都名不见经传，很少有这种气魄，所以我们更容易一炮打响，占领市场。

3、机构重建

招收员工，成为较高层领导，根据实际情况调配任务，\"行商坐贾\",进入计划、讨论、监督阶段。

**创业计划书syb完整版篇十**

水果，越来越受到大家的欢迎。不仅好吃，还可以养生。水果市场，逐渐宽阔起来。水果店，成本也不高，不少人都选择开水果店起家。

项目简介：

社区水果店的建立：在社区的居民达到3000个家庭(每个家庭3人计算)的小区建立水果店。

市场分析

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果85公斤相比，国内人均消费才刚到其一半。通过对大多家庭的调查，80%的3口之家每月消费水果的金额在80元以上。10%的家庭消费水果在50-80元之间。只有10%的家庭消费水果在50元以下。

随着居民收入水平的提高，对果品的消费需求呈增长趋势。我国目前人年均果品占有量约为45kg，与健康标准要求(70kg)还有不小的差距，与发达国家人年均消费水果(80kg)的水平相比差距更大。若考虑到未来人口增长因素，按照健康标准计算，全国果品消费量将达到11550万t，比xx年全国果品生产总量高出70%。

选择理由

1.行业的需要：中国缺少水果的销售大户。

2.创业者的需要：进入门坎低，很小的投入就可以开业。

3.政策支持：xx年3月22日(北京市商务局、北京市发展和改革委员会)：79项鼓励支持发展的商业项目，包括超级市场、便利店、社区早餐店、食品店、日用品店等。限制的商业项目有：地区级以上商业中心和规划的特色商业街(区)以外限制新增加营业面积5000平方米以上的大中型零售商业设施;城区二环路以内，限制新增加营业面积10000平方米以上大型百货店、大型综合超市;城区三环路以内限制新增营业面积10000平方米以上的大型仓储式商场、大型专业超市、各类大型批发市场;城市中心区、市级商业中心、地区级商业中心、中关村科技园海淀园、商务中心区限制新增各类初级集贸市场、批发市场等。

4.全新的销售机会：只有水果连锁店还是空白。而其它行业连锁店都处在微利竞争状态下。

5.新颖的销售方式：开放式的自选。

6.多样的服务项目：提供自动榨汁服务。提供组合包装箱，及在店内介绍各种水果的特征和适合食用的人群，引导健康消费。

7.水果的购买状况和消费者的心理：时间忙，没有多余的时间用来购买水果。超市和批发市场因为是购买别的产品为主，所以不会购买很多的水果。

8.庞大的市场：国家计划在xx年使人均消费水果达到40公斤。48公斤。2024年53公斤。也就是说要2024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%。

特色服务：

1.水果行业是发展最大的行业，并且该行业没有什么大的销售巨头，市场空间非常大，并且连锁经营也是最大的热点，也是最多的投资者首选的创业方式。在南方，水果连锁店以小有规模，但都是地区性企业，规模不是很大，但其年销售量已经很大了。单店的年销售额以达到100万，并以开始赢利。在已经取得成功经验的南方水果连锁店的基础上，再增加些服务项目，使水果连锁店更加人性化，并且使水果连锁店成为国内最大的水果零售、批发、连锁企业。

水果连锁店的存在首先方便了消费者消费水果，因为水果店的选址一般在社区(辐射范围：居住户在3000户)。在这以前，人们购买水果的场所一般为：超市、农贸市场、其它(游商和街头水果摊)。而德国的新鲜水果xx年的销售途径和情况如下:25,5%是通过消费市场,37,6%是由连锁店,11,1%是水果蔬菜店,8,2%是周末市场等。所以说，连锁店是未来水果销售的重要途径。

分析购买地点，超市、农贸市场不是随便在社区门口就有的，不太方便居民购买。并且去以上地方的居民，主要的购买产品都不是水果，而是其它的日用品或蔬菜。而水果的特性是分量重，体积大。对没有汽车的消费者而言，在去了超市、农贸市场购买其它商品后，只能在购买少量和品种单一的水果。在社区开设水果连锁店，可以让消费者购买更方便，增加水果的消费量。

2.给顾客全新的、放心、保证质量和便宜的放心消费地点

更多的顾客选择去超市购买水果，除了是在购买其他商品的时候见到有水果销售，顺便购买外，剩下的最大原因就是超市的水果不管是从产品外观、产品质量、分量上都可以让消费者很放心。并且开放的自选方式可以让顾客有更多的挑选余地。对于我们的水果连锁店，采用统一装修、统一店面布置、统一采购、统一配送，并且全部产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后在进行销售，完全可以给予顾客以上心理的满足。

3.独特的引导消费

现在的顾客购买水果，完全是凭借自己的口味和喜好来选择水果消费，而忽视了水果本身的特性和适合食用的人群。通过对众多的消费者的调查，发现几乎没有一个人能说出菠萝的特性和适合食用的人群，及肝病、胃病病人应该吃什么水果，不适合吃什么水果。这就说明大家都是在盲目的消费水果。没有什么水果消费常识也就会闹出给糖尿病病人送香蕉的好心办错事情的误会。作为一个水果零售商、我们的责任就是要教会大家如何合理的消费、食用水果。在这方面，我会在每家店面张贴每种水果特性的海报及适合食用的人群，和好坏等级的鉴别方法，引导大家健康的消费。

4.提供多种多样的服务来针对不同的消费群

水果消费者一般会分为自己食用和送礼2种。针对送礼人群的心理及包装需要，我们会专门设计些可折叠或组合的不同容量(3g、5g)等包装组合，有偿提供给消费者。也就是说，顾客可以随意组合、购买水果。购买完后如果需要包装盒，只需要交纳一定的包装费，就可以得到店内的包装盒(可分为祝寿、探望病人、看望亲戚等几种)，并可以得到贺卡一张。这样，既让消费者明白消费，免去了在游商或其他商家处购买的昂贵礼品装水果，又可以保证质量。

5.深入挖掘水果的特性及消费者的其他需要

随着人们的收入增加，更多的消费者开始饮用新鲜果汁。针对消费者的着方面的需求，每家水果连锁店都会有免费使用的榨汁机供顾客使用。顾客在购买完水果后，可以自助的免费使用水源清洗水果并免费使用榨汁机，将水果榨成果汁。如果顾客自带容器，公司将不收取任何费用。如果顾客想将果汁带到家庭、公司或在路上饮用的话，公司将有偿提供一套容器(包括朔料杯、吸管、蜂蜜、砂糖等，并帮顾客封装好)的服务，便于顾客把新鲜的榨的果汁带到任何地方饮用。在卫生方面，顾客每使用完一次榨汁机，工作人员都会对机器进行消毒处理，然后放进消毒柜，保证卫生。

竞争对手：

1.消费者观念的转变：消费者能否接收这种新鲜的水果购买方式。(南方有些地区已经很习惯这种水果购买方式，并把其当成主要的水果购买地)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.大型连锁超市：大型连锁超市开始经营水果已经很长时间了，这说明水果消费在百姓的日常消费中已经占有了一定的比例，也同时说明了市场的广阔，这些商家也很看好这块市场。大型连锁超市的优势在于采购量较大，采购成本较低，客流量较大，购物环境比较好，产品质量和份量都有保证。

我们的优势：我们的水果连锁店的开展，联合果汁企业的采购优势和物流优势，在采购成本上一定会比其低。并且我们的由于把店面开在社区，在招聘一些下岗工人，争取点政策支持。并且我们的购物环境、信誉度和价格都可以和大型超市抗衡。并且我们会提供榨汁服务、水果的宣传介绍、礼品的包装盒等服务相信都是大型超市所没有的。

还有就是可以和一些中型的连锁店合作，例如华润超市，我们可以和其商谈，把其水果项目承包下来，在其超市中开个店中店，付给其承包租金和销售利润分成。对方节省了采购费用，和经营风险，利润却同样可以保证，我们则增加了销售和展示的窗口。

3.农贸市场：一般是以露天的形式出现。由于摊位租金便宜，所以其价格可能会有点优势。但其购物环境、产品服务都没有，顾客也没有什么挑选余地，并且在质量和份量上都不很牢靠。

我们的优势：一般人们去农贸市场都是去买些日常食用的粮食和蔬菜，所以在购买了大量的其它产品后，一般不会在购买很多水果，因为购买东西太多和太重都会对其行动形成不便。而我们的水果店一般都开在社区附近，这样方便了居民购买水果。相信谁也不愿意走20分钟去买个西瓜在抱回家，大家购买这类水果更愿意在离家较进的地点购买。

4.游商小贩：其特点是流动行强，能把水果车推到社区楼下，由于没有租金成本，所以其价格可能会更低。其缺点是游商小贩所售水果经常有缺斤少两、以次充好的现象。

我们的优势：北京在xx年要召开奥运会，所以相信政府不会允许这样的游商存在，去破坏北京的形象。

5.南方地区以有的水果连锁店：由于我们的目标是做国内最大的水果批发、零售企业，所以南方也是我们重要的市场，虽然南方已经有些水果连锁店出现，并小有规模，我觉得这反而对我们来说是很好的机会，我们可以直接对其进行收购，不但可以收购起所有的渠道，最重要的是还可以收购其以有的水果种植基地，和物流及专业的人才。

6.南方的零散水果店：由于南方的水果消费市场较成熟，零散水果店比较多，我们最好的办法是让其加盟。对方只要交纳一定的加盟费，就可以使用我们的商标和进行统一的店内装饰。并由我们提供价格有优势的产品，并免费配送。

7.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。

问题与风险：

(1)如何降低成本：

(一)采购成本：采购成本和销售量有直接的联系。但创业开始我们不会有太大的销售量，如何降低采购成本呢?其实我们只要找到合适的合作伙伴，相信这个问题就迎刃而解了。创业开始，我们可以找一家果汁生产企业投资入股。对其的吸引点是，其不但拥有了公司的股份，还可以拥有公司未来3年内所开店的店名命名权(如连锁店命名为“汇源”水果连锁店)及在店的门头上加入该企业商标。相信如果连锁店开到100家，光店面门头的广告宣传费也不会少于100万/年。并且大家联合采购也可以降低其企业自己的采购成本及运营成本。我们得到的好处则在于：我们一开始就在采购成本上有优势，并且我们还可以利用其仓储、物流的优势来降低成本。从而达到了双赢的目的。还有，现在在广西那边有一些很好的社会关系，也认识一些水果种植地的朋友，如果公司选择自己发展，也可以和当地的政府组织种植水果的收购。

(二)运营成本：这直接关系到产品的销售价格。我们除了店租便宜外，大量招聘下岗人员，争取政策的优惠也是方法之一。

(2)如何吸引消费者的关注开业初期，可以通过居委会、物业公司等途径把开业宣传单还有一些优惠的海报发放给小区居民。并可以推出购买一定数量水果送榨汁机等活动。这样反过来可以带动居民变吃水果为喝水果，增加水果的消费量。

(3)如何让消费者选择我们提供的商品：1良好的形象2良好购物环境3有竞争力的价格4多重的促销活动5多种多样的便利服务措施。

(4)如何争取更多的资源来赢得更有利的竞争力(1)合作伙伴的选择，可以选择一家果汁企业来持有公司股份。这样公司就可以借用其采购成本的优势、仓储、物流的优势。(2)争取政策的扶持。大量的招收下岗工人，在税收和房租方面争取更多的政策扶持。

(5)损耗问题：水果的损耗是最难控制的。因为其关连到产品的采购、仓储、运输等个个环节。并且水果是不太容易量化的产品，只能按金来计算其价格，而没有单个产品的单价。所以控制起来要比其它商品有点难度。在这方面，我们会给每店一定的损耗比例，并且损耗度和单店的利润是挂勾的。同时也是和店员的收入直接挂钩的，通过这样来控制损耗度。

气候条件：也是决定水果价格的主要因素，好在现在可以从某些机构了解到明年的气候预测，这也可以根据气候条件来判断水果的收购价格。

市场营销：

一、销售：

成立大客户销售部和零售连锁部。

单店推广：(1)开业之初在水果店辐射范围内的居住小区发放宣传工作单吸引小区居民。(2)推出积分卡活动，吸引社区居民前来消费。并可以推出购买一定数量水果送榨汁机等活动。这样反过来可以带动居民变吃水果为喝水果，增加水果的消费量。

加盟事业部的推广：(1)参加一些连锁加盟的行业展览，把店面直接布置到展会上去，并在水果上(如：橙子)上印上企业的联系方法，发放给参观人群。这样既有新意，也更能吸引别人的关注。(2)在一些创业报纸或杂志上用文章介绍加盟事业和水果行业的前景，吸引加盟(3)设立网站，介绍公司，吸引加盟。(4)召开推广会，邀请一些水果摊的老板参加，介绍我们公司的加盟和给其配送的政策和优惠条件。

水果的推广：配合健康日，和一些健康机构及水果行业协会联合，展开些街头的健康讲座和咨询。推广水果对健康的知识。

产品、市场、利润分析

一产品定位：连锁店的开设在目标人群为3000户人家的社区。

消费水果50元以上的家庭占10%。按消费65元计算，消费金额为19500元

消费水果50元以下的家庭占10%。按消费35元计算，消费金额为10500元

社区人群月消费水果总额：22。4万元

以水果店占社区水果消费35%计算，月销售额为：8。94万元。

(2)社区水果店的开设，会大大方便老年人的水果购买以及一些工作繁忙人士的水果消费，相信这一快可以增加15%。又根据调查，80年代以来，我国水果消费结构出现了一些变化。在食品消费结构中，随着主食消费比重的缓慢下降和副食品消费中的比重也在逐步上升。这种趋热可从水果占整个城乡集市贸易比重变化以及水果消费支出占居民食品消费比重变化得到证明。预计今后几年，随着消费结构进一步趋于合理化，水果消费在我国整个食物消费中的比重将呈现稳中略升的趋势。这部分也可以带来一定的增长。这么计算，水果店的月营业额预计可以达到8。94万元万元。

(3)赢利分析

北方地区的水果零售价格是很高的。因为经过层层批发，在加上零售商的加价，最终消费者卖到的水果价格，已经是产地批发价的5-10倍。例如：广西、海南的芒果在当地的收购价格约为1-2元，在北京、上海地区要卖到6-7元。4月下旬，同一天，香蕉在北京的水果摊销售价格为2。6-2。8元。在超市的销售价格为3。5-3。8元。上海的销售价格和北京几乎一样。可在香蕉产地的两广地区，收购价格约为0。6-0。8元。如果我们和一些果汁企业联合起来，利用大量的集中从原产地采购，和其物流的优势来降低产品采购成本，并利用社区房租的低价优势来降低运行成本，相信会有高达80%-120%的毛利。

市场份额分析：

1消费人群：主要定位在离、退休人员或时间充足，掌管家庭采购权的人群。由于他们有时间，所以全家的采购一般都是由其来进行。但由于年龄原因，决定了他们不可能去很远的地方，并购买很多很重的水果，所以社区水果店最方便其购买水果，同时南方一些已经赢利的水果店的选址也都在社区周围。

2次定位人群为工作比较繁忙的白领。由与工作的繁忙，以及工作的压力，其更注意自己的身体健康，同时也是由于平时工作忙碌，没有什么时间去超市或农贸市场，所以开在社区的水果店可以让其在上、下班的时候很容易购买到水果，同时也起到了提示消费的一个作用。

3由于以上几点原因，我认为我们会占到社区水果销售的30%的市场份额。

**创业计划书syb完整版篇十一**

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

4、吸管

西贝乐牌的比较好。不管是材料还是运行时间等，都比九阳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。

二、奶茶店选址

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，每年四五万元的房租、转让费，让我一点脾气也没有，于是，只好找次一点的地方。

一天晚上，我和女友出来转的时候，在实验二小学附近发现了一间小房子在出租，第二天一谈，房租不贵，我就回去考虑了一下：试验二小加上边上还有一个幼儿园，大约有三千多学生，而且在这里上学的学生，家长大多是机关单位上班的，学生手里有钱，家长也不在乎;这里离最繁华的路段只隔着一条街，逛街的年轻人应该会走过一部分来;还有一点，这条路是去山上公园的两条路之一。这里的缺点是：学生是主要的消费群体，而学生手里的钱并不是很多，而且学生花钱的方面很多，吃的、喝的、用的、玩的等等，都从那几个零花钱里出;学生每个周休息两天、每年有两个假期，这些假期里，生意会差好多。但是总的说来，还是不错的，于是基本上我就确定了这个地方。

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，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。

一般一家奶茶点都能在几个月收回成本，最快的两三个月收回了成本，但是奶茶店重要的还是靠的是口味，靠的是经营策略，靠的是独特的奶茶宣传文化。

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