# 最新创业策划案 创业策划书字大学生(八篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-02-19

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。创业策划案 创业策划书字大学生篇一一般说来，饰品的利润是保持在百分之五...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**创业策划案 创业策划书字大学生篇一**

一般说来，饰品的利润是保持在百分之五十到百分之二百之间。也就是说进货价格在4元的东西定价大概在6——12 块之间。如此巨大的利润当然是决大多数小本投资者的首选。但是究竟怎样做好一个饰品店，现在让我们来看看其具体操作：

做专业：近年来市场需求越来越大，做饰品生意的人就越来越多了，市场竞争也就更激烈了。不过，饰品的市场空间还很大，因为潮流不断在变，只是要求从业人员做得更专业而已。

选址：考虑到饰品店的顾客中有一大部分是学生，所以一般来说选择大学城里面或者大学高中学校附近等年轻人多特别是时尚潮流人士多的地方，当然繁华的商业街也可以，但一般说来本人不推荐。

装修：装修不用像酒店一样豪华但必须把握住一点尽量显得时尚潮流，本身而言饰品就是一种流行潮流，在装修时一定要注意格调，规范、显眼，强化品牌的情感性、时代性，让店面设计和招牌也成为自己的免费广告。专修费用一般而言保持在3万之内。3万针对精品店而言。（1—2 万大概在20—40平米左右。）当然也不可一概而论，具体装修费用根据各地消费水平。需要的东西为：货架售价在480元为全钢架构，分四层高为2米，宽为1.6米，当然这个价格是最高的。柜台，射灯等必须品。

进货：进货一定要根据当地的人文、风俗习惯来选择；价位一定要根据你周围的消费群体的年龄段，城市的消费水平，收入情况；服务一定要到位，这是现代经商的根本。

货类要全：第一次进货一般预算五万比较好，当然进货3万才能把货物铺齐。包括彩妆系列、头饰、手饰等饰品系列、钥匙链、布偶、陶瓷娃娃等礼品系列。

货物要高、低档次都要有，以满足不同消费者的需求。货物想要有特色最好去少数民族地区进货，藏饰、傣饰都是很流行的。现在的人注重的是个性。

**创业策划案 创业策划书字大学生篇二**

一、大学生饮食配送的概念

大学生饮食配送是专门针对在校大学生餐饮的一种特殊的，综合的饮食方案。是以食堂为主，配送为辅的全新型方案。为大学生从根本上解决饮食质量、安全、服务等问题。食品价格低廉，安全高，富有特色，形成独一的专业服务。

二、项目策划的背景

在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

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

三、项目的概念与独特优势

饮食配送的独特之处是食物品种多样，味感多样;配送人员亲和，有礼，对各种食物有一定的了解;一款精细的配送礼品，与饮食有关，且成本不高，有别于市场餐饮配送，专为大学生打造，代表当代大学生的高品质追求。

四、项目成功的关键要素

饮食配送要在大学生中推广成功，其关键问题是：

1、味感独特，食品多样，符合大部分学生的口味，物廉价美，努力得到大学生的认可。

2、食品安全，可靠性高。

3、引导一种新型的绿色食品观念，提升产品的附加值，有足够的辐射力。

4、配送附加礼品要求精细，美观，与饮食配送有关，成本低，且能提升食品的销售量。

五、项目成功的保证条件

1、在大学校园中，饮食问题一直都没有得到可观的改善，食堂食品贵，且不符合大多数学生的要求，食品类型大同小异，份量少，卫生存在隐患!

2、随着中国社会的进步，消费者不再单方面的要求温饱，更多的是高层物质的享受及审美观下的视觉享受，在这种情况下，大学生饮食配送有绝大的优势进军大学校园，确定了饮食配送是促进大学生活的高品质的观念及起步，以食品齐全，物廉价美，干净卫生，服务周全，礼品赠送为口号，展开全面的大学饮食推广策划。

六、项目实施目标

大学饮食主要以食堂为主，因此首先就要增强饮食配送的知名度，作为一种新产品发售，先在本院取得经验，然后再推广到全国各个大学。为此，制定三个目标，分别为：近期目标、中期目标、长期目标。

1、近期目标：投入城院各个角落，获得80%认识率(1-3个月)

2、中期目标：取得城院学生30%以上的份额，并逐步向全国各大院校推广(半年—1年)

3、长期目标：取得全国各大院校30%以上的份额。

七、市场环境分析

1、综合环境分析

饮食不止是在校大学生的问题，整个全国甚至全世界在饮食方面都相当重视，饮食界可谓是全人类最基本也最不可缺少的一角，随着人民物文化生活水平的提高，人们将越来越重视饮食方面的问题。因此饮食市场容量还将扩大。

虽然，目前饮食市场竞争激烈，但是仍然存在着相当巨大的潜在市场，大学校园可谓是一个大型市场。目前，大学生与食堂存在诸多不和谐因素，每个院校大概都有3—5个食堂左右，但有为数不少的大学生却从不踏进食堂大门，不少大学生反应食堂存在的种种问题，其中最主要的问题就是不符合大学生口味。即使有部分校园食堂有所改善，但都收益不大，学生还是抱怨不断。饮食配送将形成一个独特巨大的市场。

2、竞争环境分析

a、院校皆以食堂为主

饮食类型基本一致

卫生存在隐患

价格较高

份量较少

菜色基本一致

b、饮食品类划分

随着中国人均消费水平的提高以及人类生活质量的改善，饮食变成了一种美的享受，一种精神的享受。当代大学生是国家顶梁柱，他们的眼观，心态往往透示着一种新时代的追求。饮食在致可划分为四类：

一类是甜食(如糖醋里脊);

一类是酸食(如泡菜);

一类是辣食(如辣子鸡丁);

一类是普通菜食

c、竞争状况

由于市场竞争机制的引入，饮食市场的竞争也愈演愈烈，目前，饮食市场已基本被分割完毕，各种类型的食品诸如牛毛，占据市场，它们之间争夺市场的斗争激烈，造成其它品牌打入的困难。

此外，国内出现了由国外引进的食品，逐步进入大学校园，如啃德基，麦当劳之类，除直接引起一些高消费阶层外，还寻求合作途径，如中国最大的加油站经营商中国石化(sinopec)与麦当劳中国公司正式签约宣布：双方决定结成战略联盟，在加油站合作开发“得来速”(drive-through)汽车餐厅，即利用中国石化的加油站网络，开设免下车点餐的餐厅。这就更加剧了饮食市场的竞争。

为适应形势，国内饮食市场也纷纷开拓新产品或引进新方案，进行技术改造，增进国产食品的更新换代，大学校园首当其冲。从总体看来，国内食品普遍需要更新换代，竞争还促使国内饮食的进一步细分化，出现了各式各样的菜色。

d、竞争者划定

作为一种最新引进大学校园的饮食配送，很有可能触及所有校园食品的的销售利益。

主要竞争者的市场定位及广告诉求点：

甜食：定位为广东、福建等地区，多以小孩为代表，突出纯美，和谐;

酸食：定位为内蒙古等地区，诉求点是自然美与草原生活;

辣食：定位为四川、安徽、湖南、江西等地区，诉求点是，辣，就是这个味。

普通食：定位为全国所有地区，理性诉求。

综合以上分析，我们建义，饮食配送采取补缺者的战略定位，其具体做法是：改善饮食结构，用差异化战略强占校园市场分额。

e、饮食配送的问题点与机会点

问题点(市场阻碍)：饮食市场基本分割完毕，新的方案很难打入，之前就有校园食堂多次改善，但效果不佳，导致大多数大学生对此失去信心。

机会点：随着中国生活水平的提高，人与人的各种交往增加， 人们对饮食有了很大的改观，首先就是大学生对饮食的要求，饮食将不仅仅是温饱的需要，而更重要的是自我享受，精神享受的需要，故寻求高质量的饮食。

3、消费者分析 (一)消费需求

a、温饱：消费者希望一份价填一份肚，以维持生理需要，这是最基本的心理需求;

b、营养：消费者的主要目的是为了保建身体，维持健康生活状态;

c、眼观享受：消费者希望入眼的是一幅可口欲滴的美观，引起消费者食欲;

d、物廉价美：消费者希望以最少的费用取得最可口美味的食物;

e、服务态度：消费者最需要的便是服务的周全，让他们无可挑剔，从而满足消费者本身的利益。

(二)消费习惯

a、时间：按人类长期不变的生活习惯，人们把一日分为三餐，即早餐、午餐、晚餐;

b、频率：中国大学生85%的人一日三餐，即早、午、晚三餐;

c、食物喜好：大学所容纳的是全国各地的学生，喜欢无特定，需根据地方区域来划分。

(三)价格承受力

a、购买力：同发达国家相比，中国仍是低收入国家，09年中国人均收入3500左右，购买力较低，在校大学生多是家长补助，无本钱。

b、消费结构：大学生的消费结构仍属于低层次消费，消费的前三位为食品、衣着、日用。食品是第一消费。

c、价格承受力：大学生每月消费大约在一千无左右，扣除衣着，日用，只有为数不多的钱用来饮食，每日饮食15-25元左右为佳。最高承受的价格不超过期35元/日。

4、食品竞争力分析

a、饮食配送特点

饮食配送完全符合当代大学生的需求，食品各色各样，物廉价美，安全卫生，服务周全，附赠礼品吸引，有特色。包做包送。摆脱了现今的局限性，安全可靠。

b、优劣比较

食品消费是人们日常生活中最不可缺少的一项，以往，人们在购买时决策简单，对技术加工方面的信息并不太在意，而主要考虑一个问题：够不够量，吃不吃的饱。

饮食配送作为一种新方案，在大学像舶来品，同以往的食堂相比，也各有优劣。

(一)食品优势

制作技术：以往食堂做食都是最基本的原材料，配方，技术方面都处于较底的水平，偶尔有较高制作水平的食品，但制作成本过高，大学生大都消费不起，导致销售量不多。

而饮食配送刚采用低成本，美食物，多收入，现代化程度高。目前，大学食堂正面临着更新换代的选择，饮食配送正好可以代表新一代大学食堂生活。

(二)食品劣势

现代饮食市场种类繁多，难以找到突破点，大学生口味挑剔，需一定的时间和精力。

配送引起的垃圾品较多。饮食配送任为一种全新方案，在大学知名度几乎为零。

3、定位策略

战略定位

采取聚焦差异取胜战略

市场定位

以城院为突破口，逐步向全国各大院校推广，继而占领全国高校

食品定位

根据对大学食堂的环境，目标对象的分析，为区别竞争食品的定位，饮食配送以全新定位出现：大学生饮食配送是提高大学生生活品质的保证。

大学生饮食配送的定位将以高姿态出现，从而避免大学食堂正面交锋的策略，同时力图改变旧有的消费观念和习惯。

传播定位

a) 大学生饮食配送口感独特

b) 大学生饮食配送物廉价美

c) 大学生饮食配送服务周全

d) 大学生饮食配送与大学生所追求的独特心态相应

4、促销活动

a、促销活动

大学生饮食配送上市时间：xxxx年xx月xx日，统一上市。

上市前一周即将对此进行宣传(校报，传单，上门促销)

活动目的

打开知名度，鼓励尝试

活动主题

大学生饮食配送幸运揭盖

活动内容

从xx月xx日—xx月xx日，凡光临饮食配送食堂者优惠8折。

学年礼物

与饮食配送建立长期消费关系者在学年结束时可得一份精美饮食配送手提袋。

b、公关活动

制作小册子和宣传单

内容：饮食配送的具体状况，饮食配送的特点，及饮食配送对当代大学生改善食物的观念。

目的：在饮食配送的各项公关，促销活动中分发，增进了解。

时间：xx月xx日

经费：1万元

5、投资收益分析与预算分配

城院推广费预算

预计年底可达20%的校园占有率。

其中：校园促销费：(包括宣传费、海报费、传单费)总计2万元

公关费：5万元

相关成员当日提成费：5千元

**创业策划案 创业策划书字大学生篇三**

我国是农业大国，农业和农村经济的发展状况，将直接影响到我国农村改革的效果，从而会影响到整个国民经济的发展，在国民经济中，农业包括：栽培农作物和饲养牲畜的生产事业，还有林业、渔业和农副业等。其中栽培和饲养是重中之重，是发展农村经济必然的选择。时下，国家大力推广农作物机械作业，优补农机具，因而家庭养牛耕作的时代已去，这就无形促使了牛肉需求越来越大，给养殖肉牛业带来了巨大的潜力。

我们涂垸村地区县城南部，是所有乡镇中距离城区最近的镇，交通、通讯非常便利，且原有小学校舍已空出，原有老村部已闲置，都是坐北朝南，光线、通风都好，稍加修改，就能成为一个很好的养殖肉牛场所，可养200至400头肉牛，而养殖200至400头肉牛只需2至4名工作人员，2名技术人员，我村劳力有，兽医也有两名，技术培训不是难题，我们涂垸村具备了这样的天时、地利、人和的环境，应该好好利用。现我就调查、咨询的肉牛养殖方面的情况与大家商讨一下。

农民手中的余粮、作物、秸杆，主要以粗饲为主，适量补喂精饲料，能量饲料主要有：玉米、高梁、大麦。蛋白质饲料主要有：菜籽饼、豆饼、花生饼等。矿物质饲料包括：骨粉、食盐、小苏打等。以上这些饲料除矿物质外，其它饲料我村都可发动农户种植，象玉米就是我村农户除稻谷已外的主要经济作物，每年光玉米杆就是很大浪费，菜籽饼、豆饼，每年农户也有很多可供利用，如有肉牛养殖场，这样不仅养殖场可获利，同时也会给农户带来更大增收。

西门塔尔牛、利木赞牛、鲁西黄牛、小公牛等品种，幼牛期成本约500至1000元每头，每天、每头幼牛需玉米杆5至8公斤，可以少量用些酒糟，或其它杂草，精细料3至5公斤，包括玉米面60%，麦麸30%，菜子饼、豆饼任选一样，盐0.3市斤，两星期中需用药消毒牛舍一次，定期预防，牛进圈后间隔一周开始驱虫，初次与二次需间隔4天，两天以后用驱虫净去清，而育肥期则每头牛每天需草8至12市斤，精细料5—8公斤，后期追肥每天需草12至15公斤，精饲料8至10市斤，青草加重量30%，这样算来，每头肉牛从买种到出栏，约需1500至1800元，而只要精心饲养，出栏一头肉牛可卖3200至3800元，剔去其它各项开支，每头牛可获利500元至800元。如养殖100头肉牛则可年获利10万元左右，这对一个村办企业，在我们这个地方很可观。

我们现有兽医两名，各类专料专业生也有，而提供牛犊的大型公司，现由于市场激烈，都是本着诚信互利、真诚对待客户的原则，向客户全方位提供技术、价格、饲养前景、肉牛行情、养牛技术、知识等服务，我们村可派人学习。

1、养牛行业效益稳定，投资不大，风险相对较小。

2、养殖业可以长期发展。

3、政府扶持力度逐渐加大，养殖业正蓬勃发展。

1、肉牛一直供不应求，世界发达地区牛肉占肉类比例为一半以上，而我国仅占10%左右，牛肉人均占有量世界发达国家在50公斤以上，世界人均10公斤，而我国却不足5公斤，我国已进入全面建设小康社会，牛肉是小康指标的重要组成部分，人们对善食质量和结构的改善，将对牛肉的需求与日俱增。

2、牛是食草动物，饲料利用率高，转化率也居家畜之首，成本低，回报率高，因其食草，不与人类争粮，安全卫生指标相对较高，是近乎天然的绿色食品。

3、牛肉营养丰富，高蛋白，低脂肪，其营养价值高于猪肉及其它肉类产品，且肉质鲜美，细嫩而不肥腻，易消化，牛皮又是开发制草工业的主要原料，随着人们生活水平的不断提高，牛肉的开发利用被普遍受到重视，食品工业对肉牛的需求不断增大，所以养牛是一个利国又利己的好产生。

1、根据我村现有力量，先投资养殖100头肉牛，可以接受。

2、与部分农户签订饲料种植合同，以获得足够饲料。

3、等选定好购牛犊公司后，派出2至4人去学习。

4、等技术、资金各环节成熟后，可适量增养，并更换更好的改良品种，以增加养殖规模和效益。

搞企业有难度，我们村应清楚认识到目前的困难，和不可确定的风险，同时又要抓住现有的机遇，要本着向种饲农户，以及今后所面临的各个客户，至以真诚的合作，不但学习、探索，以良好的心态和诚意换来互惠互利的发展。

xxx村创业设计座谈会

**创业策划案 创业策划书字大学生篇四**

1、宠物美容

2、宠物医疗

3、经营宠物服装：

4、宠物日用品

5、宠物摄影等

众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的根本，没有市场便没有企业的生活，没有市场的发展便没有企业的发展。

最近几年的宠物市场越来越热，我们身边的宠物食品、用品店，宠物美容店在几年之内增加了很多，超市里与宠物食品、宠物用品有关的产品也由原来的一个货架，扩展成为一排货架，小区周围的`小型超市也增加了宠物食品、用品的货架，各大主流网站也开辟了宠物论坛，到处可以了解到关于宠物的各种信息，宠物成了居民生活中的一部分，宠物市场进入了一个蓬勃发展的时期。

根据市场营销策略来看，宠物企业在市场中谋发展，不仅要善于发现和了解客户需求，而且要尽一切可能从产品质量、销售渠道、价格、促销方面来寻觅和简历一个完成这一要求的可控体系。企业要想在激烈的市场竞争中取得成功，产品质量是第一要素，提高、把握产品质量是重中之重，在保证好产品质量的同事要根据市场动向，制定合理的价格，进行准确的价格定位。

1、成本预算

2、盈利状况

利润率：按照规律，投资宠物店，半年之内不会盈利。食品、用品类毛利润在20%左右，美容在60％左右。按照房租20xx元/月，每月营业收入超过5000元，就可保本。两年内就能赚回本金。

据介绍，宠物店选址的选择是开店经营中灵活性最差的因素，需要考虑多种因素，包含周边人群的规模和特点、宠物的数量情况、同行竞争情况、交通的便利性、附近商家的特点、房产成本（租金成本）、合同期限、人口变动趋势及有关的法律法规等。

尽管宠物美容这一行业前景看好，但也同样存在风险，店员难招是这一行的大难题。宠物美容师与一般的美容师不同，不仅有专业要求，而且工作特别繁琐，还常常会被宠物咬伤、抓伤。一般人会以为，给宠物犬美容就是修剪修剪，梳理清洗一下毛发。现实上，宠物美容师的工作并没有看起来那么简朴。给宠物犬美容，通常要一个小时以上，碰上不怎么听话的宠物犬则需要更长的工夫。由于活儿脏累，这就使得这一行业的店员招聘比其它行业困难很多。

**创业策划案 创业策划书字大学生篇五**

“大学生素质拓展计划”由共青团中央、教育部、全国学联联合实施，旨在全面贯彻党的教育方针，以培养大学生的思想政治素质为核心，以培养创新精神和实践能力为重点，普遍提高大学生的人文素质和科学素质，造就“有理想、有道德、有文化、有纪律”，德智体美等全面发展的社会主义事业建设者和接班人。因此，我们将对大学生创业社第十一届委员进行一次素质拓展训练。

1.通过游戏互动参与来引导每一位成员走出以往封闭的自我，主动与人沟通，打开心扉以完全参与者的态度来亲身体验与察觉，认识自己的闪光点与不足，形成完整的自我概念，树立积极的生活态度。

2.以团队的形式与同伴一起解决问题，解决困难时团队的合作是很重要的。通过问题解决的训练，可以使拓展训练受训学员学习到解决问题的技能，体验到成功的喜悦，增强自信心，提高适应社会生活的能力。

3.安排了很多有意添加幽默的游戏，或为解决困难而采取的活动。使受训学员在训练中产生愉快感，从而达到心理压力的释放或排解，在轻松、相互信赖的团队气氛中体验成长。

4.素质拓展训练可以激发、调整、升华、强化受训学员的心理、身体、品德素质和潜能，使受训学员心态开放稳定、敢于应对挑战、富有创新活力、促进团队形成。借助训练后的促动、感悟和思考，影

响和指导自己未来的学习和生活。

沟通 友谊 团结 上进

广西民族大学大学生创业社第十一届委员。

20xx年5月

金沙湖。

破冰起航、雷区取水、穿越电网、地雷阵、无敌风火轮。

1、秘书部组织分工相关负责人。

2、外联部、业务部负责准备好活动所需各项物品。

3、宣传部：照像、摄影、后期宣传。

4、秘书部负责记录，总结。

5、人员分配情况：

总负责人：李xx

主持人：李xx

活动协助人员：韦x、周x

活动宣传人员：熊x

活动摄影录像人员：熊x

6、场地选择：宽阔平坦，无障碍物。

1、12：20在南门集合，12：30各部门统计人数。

2、各部门到齐后集体出发（交通工具根据实际情况，一起乘坐公交车，费用自出）。

3、13:00到达活动地点，集合休息30分钟。

4、17：00集合，17:10集体返回学校。

**创业策划案 创业策划书字大学生篇六**

在日益竞争激烈的市场经济体制下，大学生即将毕业投入社会。

1（调研背景）区域：（陕邮职院）路段市场行业的多样化以及发展势头的强弱程度。

2调研目的：了解各行业发展要求竞争程度，为自主创业提供依据，降低创业风险。

3调研对象：对校外各商业人士，服务性工作人员以及区域内具有代表行业及人员，对校内各老师，领导以及学生。

4调研方法：问卷调研，直接调研，电话访谈。

5调研区域：邮电学院外附近各商业，行业以及服务行业网点等。

6调研内容：各行业占总体发展比例，各行业发展程度，潜力水平，行业人员分配比例，新兴行业比例，自主创业成功比例，自主创业注意相关问题等。

7调研方案实施：调研活动分为前后期，前期负责校园市场的采样分析（重点抽样，随即抽样）占总活动（资源等分配）比例为30%，后期为校外市场调查（70%）活动期间人员分配为4组，甲组负责校内调查（人员分配占总体六分之一），乙组负责校外市场调查（六分之2）丙组负责信息收集，汇总，以及整各活动的控制和活动期间费用预算（六分之2）丁组负责资料的分析，编制报告，电子档案，ppt以供参考（六分之一）。

8调研报告：收集资料汇总，编制调研报告。

宏观环境（外部）政治开明，法律保护合法经营，经济可提供投资，贷款，技术成熟，文化和专业丰富。微观环境(内部)竞争着少，处于“蓝海”范畴，经营类型属于“加盟店”降低风险，增强加盟店市场占有率和竞争力。渠道成熟而稳定，社会公众对自主创业支持。

产品主要采取集中配货，降低风险，减少成本，质量保证；价格采取全国统一价，防止“串货”；分销渠道主要以物流公司和邮寄为主，促销，主要以网络形式开展。

1商业选址，在交通便利处，

2布局装饰，以新潮，流行，时尚的主打色（黑色）为主，内部配以明亮新颖的色彩。

3店名，网络店“亲水人家”实体店“亲亲我的 宝贝”

4商业营业执照等，

5商品上架展览，

6设店长以名，服务人员（技术操作人员）

4宣传人员3（学生兼职）。

7商品宣传及市场推广：

（1）在邮校校qq群，校内网，校贴吧，校友网等设立宣传本店开业喜讯。

（2）制作卡通人物式或手机模型的传单，进行全面宣传，

（3）通过学校广播，社团，报纸等进行宣传，

（4）本店以加盟店的形式与咸阳电信公司合作，经销或代销，提供咨询电信，天翼业务，手机，缴费，服务等。（联姻）

（5）开业期间以电信名义在设立横幅，树彩虹桥，彩球，说明合作关系和代售业务等，借势造势，加大宣传，达到双赢。

（6）本店网络设施与鲜网强强联并，通过鲜网把淘宝网站设为独立网站主页并义务维护，还可增加鲜网收益，达到双赢。

（7）实体店可与邮校附近零售商达成共识，建立合作关系，防止小区域串货，同行业或价格战，形成小部分的供应关系，比如零售商利用本店的渠道而降低成本支出，给予本店回扣。

前后期活动各设营销总监一名，下设市场督导4名，分别控制校园市场，校外市场调研，策划方案监督和协调。

可预算经费＋不可预算经费=（保守数字）20万

此次自主创业策划虽属于行业策划，（通讯行业）但具体流程和大致框架与以前的策划方案有所不同，其中的不足望老师指正。

**创业策划案 创业策划书字大学生篇七**

现在全国大学生就业压力都很大，如何才能使大学生能够更好的就业成为社会性的问题。不过很多有识之士已经认识到，将大学生的技能知识的培养出来是最好的办法，大学生不仅仅要学习到课本的知识，更要的了解到技能知识，有的创业经历，这才是解决问题的最好办法。

创业设计大赛已引起全国大学生、新闻媒介、企业界、风险资本的密切关注，成为创业的一个不可忽视的途径、产生积极而深远的影响。深入贯彻十七精神，“以创业带动就业”的有力举措，已在引导大学生了解创业知识、培养创业意识、树立创业精神、提高创业能力、积极参与创业实践，促进高校科研成果转化为现实生产力，掀起高校新一论创业高潮。请全院同学踊跃参与，具体实施方案。

一

为了让的同学了解创业、参与创业、实现创业，我们本着培养创新意识、增强创业能力、提升我院学生的创业竞争力，拟在学院内举办首届大学生创业设计大赛。力求通过这一平台，使同学们学习到的相关知识和技能，提高创业技能，激发创业热情。同时也为丰富我校的校园文化建设，展现我校的和谐校园、魅力校园。

培养创业意识、提高创业技能、激发创业热情、弘扬创业精神。

主办单位：xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

承办单位：xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

赞助单位：

初赛时间xx年5月中旬

复赛时间xx年5月底

决赛时间xx年6月中旬

具有较强实践性的创业创意、产品开发、服务开发、生产经营计划等（包括工业、商业、加工业、服务业、农业、手工业等领域）。

1、参赛公司和个人模拟资金200万（可作为公司的启动资金或公司的运转资金）

2、以创业设计小组形式参赛，大赛要求参赛者以班为单位组成创业设计小组（每队最多5人）小组成员务必事先协商明确作品第一责任人，由参赛团队自愿聘请指导老师。

3、参赛者提出一项具有一定市场前景，且具有一定实施可行性的产品或服务，在深入研究和广泛进行市场调查的基础上，完成一份把产品或服务推向市场的完整、具体、深入的创业（商业）设计计划书。同时能创造条件，吸引风险投资家和企业家注入资金，推动创业（商业）计划真正走入市场。

4、完成的创业（商业）设计计划书要求有文字版（最好有电子版）。

1、核心内容：包括产品或服务的独特详尽的市场分析和竞争分析，现实可行的财务预算，明确的投资方式，管理队伍和公司介绍。

2、写作框架：

（1）概要：创业计划概要一般包括以下内容：公司简介、公司名称、公司的结构、公司的基本运作、主要的产品/服务、公司的业务范围、创立公司的地区选择以及创立公司的原因等。

（2）产品与服务：在这里描述你的产品/服务，包括以下内容：产品/服务的概念、性能和特性、主要产品/服务的介绍、向消费者提供价值的途径、销售/服务的方式等。

（3）市场分析：简要叙述你的公司所处行业的市场特征，分析是否有新生市场，你将如何发展这个新生市场;你的公司在你选择的开发区域中的发展前景，这个行业的历史或历年的发展概况等。要求从实际出发，可以在图书馆或网上搜索相关资料，提供相关的网站; 如：让同学们主动去查找相关资料。（以下列举初步提纲：市场描述、目标市场分析、目标消费群分析、可持续发展分析。）

**创业策划案 创业策划书字大学生篇八**

青草科技公司以“以质量论电脑用售后赢顾客”为宗旨。

在这个过程中以校园分部团队为主，抓住英华国际职业学院、钦州学院这两块重要市场向社会市场迈进，由此必须在两个学院组建自己的团队，公司内部有总经理、财务部总经理、校园团队经理、店长、酬金规划组构成。外部结构由拓维部、人事策划部、市场部组成。

1.1预计所需投资

预计投资一共三万八千元：两万给总代压货作为货款出入弥补所需，九千做为半年房租三千做押金，两千做为店内装修（柜子以由总代赞助），四千作为资金周转，合计一共三万八千元。

1.2 预计三年收入

台式电脑销售量平均每台台式电脑收入260元（出去所送的东西）

笔记本的出售量平均美台笔记本收入160元（除去所送东西）

3年内的收入预算注意：在12个月时支出将会多出房子装让费28000，在46个月时铺面转手拿回转让费24000元。

2.1青草科技环境分析

我们计划在电脑领域中进驻钦州市场，以大学消费为主，整个市场的价值大约有几十万，整个大市场的消费趋势将紧随网络科技的发展，不断更新产品，延长产品生命周期。

“青草”的定位是“时尚、潮流”把整个市场细分为两个方面，时尚女性追求的“g18”和酷男追求性能、速度的“b30”两个主题系列，采用立体型分销渠道，利用大学生热爱学习喜欢交流广交朋友的特征创立一个学习中心，从电脑软件基础知识培训到软件开发、网游基地到动漫群体交流等社交平台，相互促进增长知识，青草科技在销售的过程中另辟蹊径把销售和培养进行整合，以盈利为主倡导培养学习为辅向广大学生消费者融入“家”的理念，提高在学生心中的品牌形象，力争在学院的市场占有率。

2.2市场营销策略

①产品销售主要分为u盘大行动和会员卡宣传。u盘是大学生必须的学习工具，我们店里可以由此突破口从每个班级由内向外打市场因为u进货价比较低而且每个同学又受用而且几乎是必需品，拥有u盘的u优惠加上赞助的实惠便可以通过每个班级的班长团支书打入每个班级。这样不仅仅让班级感觉班长带来的实惠与此同时店里的市场也顺理成章攻进每个班级。it报价也可以顺势进入每个班级，在u盘进入每个班级是宣传单上可以把名片（为了方便联系）、套餐宣传（可以打出店面的主推产品、地点）。同时和每个班长达成协议只要每个班级购买u盘达到一定的数量即可赠送一张会员卡，持该会员卡到本店购买周边产品可以享降价u惠，购买电脑时除了该同学可以享受打折优惠之外带来的班级也可以享受积分实惠，积分达到一定的数目之后我们将现金返给每个班级，这样不仅仅每个班级不用担心赞助难拉而且可以给自己班级省下很多班费，而顾客也会由于享受打折优惠而感激该同学认可我们的店面。该会员卡只能限量赠送，太多会贬值会员卡的功能。只有适当才能让同学们珍惜、向往、期待。

以钦州学院为主要目标市场，开店的理由，选择在钦州学院开店，是看中了大学市场电子产品消费日趋增高这一契机、在学校附近开店主要的顾客是靠关系网其次是宣传。

在选择地点的时候我一定要要选择一个价格比较实惠，考虑到成本，人流量可以不是很多的地方，但是我们一定要选择一个距离学校比较近，这样就近市场策略的选择在销售渠道上具备一定的优势，选择开业的时期我选择在新生开学的时候，如果选择在开始中期盈利不会理想，将近三个月的房租就这样浪费了，选择在开学的时候就像大海纱网，开学总会有同学去光顾，在盈利上就不会亏损。在开学之后顺势大力宣传，重点目标客户是数计学院和美创学院的无电脑人群，因为数计学院作为以it专业为主开设学科课程，在对电脑的需求以及配件上占据大部分销量，尤以装机为主。美创的专业设计性和对各项软件的需求再加上属于it这样的高消费人群体，也就成了我们发展其为目标客户的重点之一。

2.3青草科技外部环境

我们对it产品的需求从相关调查材料可以看到暂时没有购买计划的只占1.6%，而其中还会有一部分因为学习、生活的开展产生变化。计划购买的高达64.2%，这说明这个细分市场潜力很可观，因为在学生阶段只有4年左右，加上经济条件的限制，调查显示，在占34.2%份额的已经购买笔记本的学生用户中，有七成以上的消费者表示暂时没有换本计划。但也有28.3%的用户表示计划换本。但其升级、服务的消费同样很客观。

2.4对消费者市场的分析--------大学生对电脑消费特征

1、复杂性购买行为

笔记本作为大学生学习生活的重要工具，又有比较昂贵的价格。作为知识分子的大学生用户倾向在购买之前都会尽可能详细地了解关于产品的各种信息。无论市场上的信息还是技术上的信息。是典型的复杂性购买行为：在面对品牌、厂商林立的笔记本市场，学生用户会广泛收集相关信息，慎重选择，仔细比较后才会购买，以求降低风险。这对于消费者是一个复杂而耗时间的学习过程。

2、价格是大学生消费的首要因素

性价比是大学生最看重的因素，品牌的作用次之，这一方面是因为广告的轮番轰炸导致消费者的疲劳，另一方面大学生作为知识分子群体倾向理性消费。“从学生用户购买笔记本的价格分布上看，1800-2500的台式电脑、组装机和3000-5000元笔记本成为大学生的首选产品。其次是5000-7000元之间的产品，占据23%的比例。而处于1800以下的台式和3000元以下的笔记本低端产品在学生用户中占据的比例为20.4%。7000元以上的产品所占的比例较低。”这个调查结果看出大学生的消费集中在价格合理、质量稳定的中端产品。

3、重视时尚与前卫的因素

因为是年轻人，在购买产品是都有希望跟上时尚、显示前卫的倾向。从而“笔记本电脑不仅仅是一个学习工具，在学生看来，其还体现了自己的品位和个性。”大学生消费奢侈品很多是因为面子和消费攀比心理，大学生崇尚时尚，渴望把握潮流风向，同时又是年轻人中的知识分子群体。因此，在大学里面看到的学生笔记本，有不少是著名品牌，而外观时尚的产品更是成为学生笔记本电脑中的主流。

4、购买渠道相对多样

在大学生中网络购买已经渐成气候，很多书和化妆品都形成了在网上购买的习惯。但对于单价比较昂贵的电脑目前还是在发展初期。调查显示，“在计划购买产品的学生群体当中，电脑城以七成以上的比例占据主流。”由此可见，电脑城是学生选购电脑的重点渠道。“这一场所拥有的产品价格透明、市场竞争激烈、可选择产品较为丰富等特征是吸引学生用户的重要因素。”但由于卖场营销人员的过度推销导致消费者尤其是女性消费者的反感、和卖场推销人员经常有欺诈行为，消费者在电脑城这单渠道购买电脑的局面势必有所改变，所以很多同学选择网络的渠道，但是大部分还是会担心质量、售后服务的问题。所以在大学校园做电脑专卖店，解除同学们的困扰，最好的方式就是提供优质的售后质量服务。

2.5swot分析

青草科技的优势在于：通过同学们购买it产品的习惯、学院附近it行业的分析可以知道在学校经营it产品最大的劣势就是利润薄，其次是市场竞争强。优势有四：

1、在校学生在市场上面不仅可以从外向内做宣传而且可以从内到外做宣传。

2、大学关系网里面的同学都是在校学生这是占据市场一块必不可少的垫脚石。

3、我们可以通过正确的态度身份去增加在同学中的信任度。

4、我们主打品牌的质量过硬。（因为做学校市场最重要的就是质量还有售后）

青草科技的劣势：在宣传自己产品过程中一定要找出该产品的优劣势，一般从产品自身找到的劣势，发现自身不足之处通过洞悉市场找到产品在市场的劣势，目前在大学市场，大学生素质的提高对产品的需求力求物美价廉，现代营销渠道的多样化包括网络购物、直销等加大的我们的竞争。根据周边做it行业的优劣势来发展我们的劣势在学校周围开店最大的劣势是利润雹市场孝售后频繁、市场季节化明显。面对劣势我们只能能避则避能用得用。针对利润薄我们只能赢取更大的市场用销售量来避免劣势给我们带来的冲击。

青草科技的机会：各个二级学院对it产品的需求量及需求时间，面对我们学院的这么多二级学院每个二级学院所需电脑的时间段是不同的，在同学们心目中美创的同学最有钱，我当时一直不知道为何同学们会这么说，我现在初步的怀疑是因为美创学院的同学刚到学校很多同学就从家里把电脑带过来了，在大一下学期基本上买完。其次是数计学院，特别是计科本、动漫、计网因为专业的需要所以数计学院这几个班的同学在大一下学期几乎买完，资环学院、物理学院、海洋学院、商学院购买电脑的时间大多数在大二上个学期，国语学院、教育学院购买电脑的时间段不是很突出，购买电脑所占的百分比在70%——75%。

青草科技的威胁：根据资料显示钦州学院附近一共有几家电脑店：联多电子、欧帝电脑、青苹果电子、南宁翱翔科技。其中联多电子占据69%的市场份额，经营的业务中主要以维修电脑、网线接路、电脑出售以及周边电子产品产业如mp3/mp4/mp5等。然而，联多电子在电脑及电脑配件的出售中又以配件出售较多为主导，而该店的产品更多推出的是低价格产品，虽然能满足我们在学校学生的消费主流，这样的价格限制使得产品在质量上存在一定的缺陷。欧帝电脑主要客源也是通过内线人员做宣传因为该店面在二楼，所以有一定的空间局限性，南宁翱翔科技主要是通过内部宣出销售量，而且现在他们主要的是做音响出租，青苹果电子主要做周边配件，而且只等顾客上门故在学校所占据的市场是最少的。雄维电脑在学校占据的市场也是比较小的但是在品牌的选择上是周边电脑中最好的，这才是劲敌。

3.1实施步骤

（1）、开店前期的准备工作。

在开店前期我们要做的不外乎是宣传，开业要做的宣传采用传单发放，海报、横幅张贴，人脉推广，提供赞助等在同学们的消费领域中增强店门自身的形象，所以在价格上不用太多介绍，只需要在产品的描述还有店面地址的阐述上加重笔锋，我们不能只靠宣传单宣传在宣传单宣传的同时我们要加紧关系网的宣传，店面开张就要有得力的支柱用他们来帮助组建及管理团队。在开业当天尽量聘请各个二级学院的知名人士或者能力突出的朋友，希望通过他们在宣传上面可以得到一定的提升。

（2）、实施过程

①产品销售主要分为u盘大行动和会员卡宣传。u盘是大学生必须的学习工具，我们店里可以由此突破口从每个班级由内向外打市场因为u进货价比较低而且每个同学又受用而且几乎是必需品，拥有u盘的u优惠加上赞助的实惠便可以通过每个班级的班长团支书打入每个班级。这样不仅仅让班级感觉班长带来的实惠与此同时店里的市场也顺理成章攻进每个班级。it报价也可以顺势进入每个班级，在u盘进入每个班级是宣传单上可以把名片（为了方便联系）、套餐宣传（可以打出店面的主推产品、地点）。同时和每个班长达成协议只要每个班级购买u盘达到一定的数量即可赠送一张会员卡，持该会员卡到本店购买周边产品可以享降价u惠，购买电脑时除了该同学可以享受打折优惠之外带来的班级也可以享受积分实惠，积分达到一定的数目之后我们将现金返给每个班级，这样不仅仅每个班级不用担心赞助难拉而且可以给自己班级省下很多班费，而顾客也会由于享受打折优惠而感激该同学认可我们的店面。该会员卡只能限量赠送，太多会贬值会员卡的功能。只有适当才能让同学们珍惜、向往、期待。

②室内设计

it店面给别人带来的感觉是大气、上档次，因为里面放的笔记本对学生来说就是上档次的物品，所以里面的装饰一定要淡，两边摆放有序收，办公地方要设置不能让外来人员进去出，柜台采购、仓库设计等具体实施以附件的形式保留。

室外设置

在们口处放置一个放报刊的架子上面贴一些好看的挂件并写上：“在带走宣传单的同时请带走小挂件”，让同学们能够及时知道it的最新行情，拿走挂件或者拿走宣传单的同时宣传效果就达到了。在门口两边放置一对影响有里面办公电脑管理，当下课的时候可以放音乐吸引顾客，有顾客上门的时候可以通过办公电脑超控其音量。在每周指定的时间播放该周的特价或者活动价。

3.2职务分配表

总经理

财务部经理

校团队经理

店长

英华分部经理

学院分部经理

酬金规划组

人事部经理

市场部经理

拓维部经理

人事部经理

市场部经理

拓维部经理

4.1目标选择：重点以钦州学院本科院校无电脑人群，扩大周边市场为辅如英华学院。

4.2市场细分：按学院进行主要细分，第一阶段主打数计和美创。

4.3目标市场的定位：目前市场品牌所有的产品，扩大产品品牌占有率，高档产品10%，中档产品60%，低档产品30%。

5.1风险的来源：

首先，风险的来源因素不是项目本身的潜力，而是管理团队的构成、管理者的素质、我们自身持续奋斗的禀赋等，因为只有优秀的管理团队才能把项目的潜力充分挖掘出来。因此，最为重要的首先是要想办法克服这样的障碍。办法之一是或许可以搞些资源外取的策略。

其次，货源存在风险。一开始我们就应该做好这方面的预算，开始我们没有足够的资金供货，力求找到钦州总代理批发商，要求所有产品压货，我们要求压货主要是因为主板、显示器、笔记本之类的大件我们没有足够的货款，主板还有显示器在整个钦州批发商行里面价格相差无几，所以理财的铜学必须在开始的两年之内把所有的盈利规划好剩下的留着防止供货商供应不足，洞察到供货商供应不足的时候应该马上寻找另外的供货商主要供应笔记本，因为笔记本摆在店里的很难出手出去，很多同学会因为他摆的太久而要新货，所以我们只能在钦州要求供货商压货，这样出手不出去可以定期返回供货商自行出售，即使有足够的资金了也不能直接从南宁总代里面直接拿笔记本，因为笔记本更新速度之快会导致价格波动大。

最后，对市场是否有足够的认识，目前的市场是起步期、成长期，还是种子期、成熟期。因为从经验看，风险更多来源于起步期与成长期，而对种子期和成熟期则相对较少。但对市场认识而言，由于信息的不对称，我们对本行业要有一种非常清醒的认识，本项目面临的最大市场风险是什么，是否是信用体系的不完善，还是竞争对手问题，所以，我们是要保持一种挑剔的苛刻心理来监督项目。因此，通过细致的调查、详实的数据、周密的分析、科学的逻辑去应对风险的理性控制。

5.2风险的控制办法。

货源上，此时我们应寻找其他批发商将原有的货物按当时签订的协议把货物全数返还给原供应商，待新供应商找到之后立即通过团队成员联系到原来再此购买电脑的同学，主动问其性能如果发现产品有异样将立即更换，定时向顾客询问其性能以增加其信任度。

资金周转上，此时我们应该估算一个亏损度，在未达到亏损度增加销售量，切记在这种情况下一定不要为求暴利而进不合格产品，我们可以通过品牌增加销售量，打进市常

6.1创业平台的可利用性

目前就国内高等教育对大学生创业资金上的扶持，与往年相比已大幅增加，为大学生创业提供良好的平台已不仅仅局限于学校提供的各种创业活动，、国家和各级政府以及各大商机网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，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毕业生提供小额贷款，并简化程序，提供开户和结算便利对打算创业的大学生来说，这无疑是雪中送炭，在大多数无经济基础的学生队伍中我们可以充分利用这些政策好经济上的资源优势以便走好创业的第一步。

6.2大学市场对it产品的需求

it行业除了低端市场还有一个最主要的市场就是我们大学市场，我们大学市场是一个永远不会饱和的市场，无论专业是不是与电脑挂钩的大部分同学都会购买电脑，在大学里课程是比较少，很多同学都喜欢通过游戏、电影、qq来消磨时间又或者通过网络来进行学习，所以在大学里很多用不到电脑的同学也会购买电脑只是会比较晚一点而已。据调查全校85%——90%以上的同学在大学毕业之前都会购买电脑。而且每年都有新同学来到学校，所以大学市场对电脑的需求量不仅仅是源源不断的而且处于平衡状态。

6.3学院同学购买it产品的习惯

据我调查所知大部分同学心里所想都大同小异那就是学校旁边的东西都是最贵的而且质量是最差的，像电脑这样重要的物品30%——40%的同学都会先去电子广场购买。周边产品比如网线、耳机、鼠标垫之类的小配件会选择在学校旁边买。

各个二级学院对it产品的需求量及需求时间随专业的不同而引起了不一样的消费时段。

面对我们学院的这么多二级学院每个二级学院所需电脑的时间段是不同的。其次是数计学院，特别是计科本、动漫、计网因为专业的需要所以数计学院这几个班的同学在大一下个学期几乎买完，资环学院、物理学院、海洋学院、商学院购买电脑的时间大多数在大二上个学期，国语学院、教育学院购买电脑的时间段不是很突出，购买电脑所占的百分比在70%——75%。

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