# 最新创业策划方案(优秀9篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-07-12

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。创业策划方案篇一企业课题：选题一：现代商场与传统文化结合的整体策划方案选题方向：...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**创业策划方案篇一**

企业课题：

选题一：现代商场与传统文化结合的整体策划方案

选题方向：

随着文商融合的创新发展，新时代的商业环境对于文化融合的要求日渐增高，传统商场也面临着转型。如何实现差异化创新、塑造实体商业的文化品牌，成为各大实体商业的一大课题。请以中国某一实体商业空间为案例，基于行业调查及市场分析，撰写新时代下实体商业的业态规划如何结合传统文化文化进行创新融合，项目自定，题目自拟，不得抄袭，要求作品具创新性和落地性。

序号

002

教师命题

课题：

选题一：“互联网+”创新创业

课题方向：

该方面的参赛项目，要求能够将移动互联网、云计算、大数据、人工智能、物联网等新一代信息技术与经济社会各领域紧密结合，培育基于互联网新时代的新产品、新服务、新业态、新模式;发挥互联网在促进产业升级以及信息化和工业化深度融合中的作用，促进制造业、农业、能源、环保等产业转型升级;发挥互联网在社会服务中的作用，创新网络化服务模式，促进互联网与教育、医疗、交通、金融、消费生活等深度融合。参赛项目主要包括以下类型：

1.“互联网+”现代农业，包括农林牧渔等;

3.“互联网+”信息技术服务，包括工具软件、社交网络、媒体门户、企业服务等;

6.“互联网+”公共服务，包括教育培训、医疗健康、交通、人力资源服务等;

7.“互联网+”公益创业，以社会价值为导向的非盈利性创业。

命题要求：

1.参赛项目须真实、健康、合法，无任何不良信息，项目立意应弘扬正能量，践行社会主义核心价值观。

2.参赛项目具有一定的科学性、先进性、实用价值，项目书的商业化、产业化有一定的可行性、落地性。

选题二：商业创意项目设计

课题方向：

该方面选题向广大同学征集商业“创意”项目，将你所想参加的活动以纸质或电子文档的形式呈现在众人面前，对于可实行性强，形式新颖，内容积极的活动创意，我们可以考虑将之付诸行动，开展一个属于你的活动，为你打造一个平台，将你的想法变成现实，让每一个人都有抒发自己“idea”的机会，让每一个人参与到你的活动中来，将不可能变成可能，创意属于你的世界。

参赛者的参赛计划书可以针对一项概念产品或服务、校内外各种商机等制定一份商业策划书，具备一定的实用性和推广价值。

命题要求：

1.参赛项目须真实、健康、合法，无任何不良信息，项目立意应弘扬正能量，践行社会主义核心价值观。

2.参赛项目具有一定的科学性、先进性、实用价值，项目书的商业化、产业化有一定的可行性、落地性。

选题三：农村创业致富项目策划课题

课题方向：

适合在农村创业致富的项目有很多，要根据本地的市场需求以及个人的因素进行考察分析，提出科技发明、产品设计、商业开发与服务的概念、模型或者方案。

1、种植、养殖

2、加工经营

3、农村电商物流

4、绿色餐饮

5、旅游、文创

选题四：公益创业项目策划课题

课题方向：

经过社会需求调研、设计，完成一项具有创新性、可操作性、可持续性、可推广性，并具有典型示范意义和较大社会影响的公益项目。

1、青少年教育和健康

2、节能环保

3、社区服务

4、居家养老、

5、特殊群体关怀

6、传统文化艺术保护

7、精准扶贫

命题要求：

项目策划需从公益性、市场需求、项目可操作性、风险分析及对策等方面展现了项目的创新性、吸引力和竞争力。公益创业策划项目请尽可能用图、表和相片等材料，形象生动地为项目市场导向性提供支撑与说明。

参赛要求

1.以压缩包的文件格式上交作品：团队各成员简历+策划书一份，压缩包命名格式为“策划书主题――团队名称”，建议文件为pdf格式，防止格式错乱或改写。

2.简历尺寸规格a4纸大小，封面和排版格式不限，建议pdf文件格式，防止格式错乱与内容修改。

3.策划书统一格式：标题黑体四号字，正文宋体5号字，首行缩进两格，1.5倍行距，正文文字数量5000字以上，封面标明作品名称、团队成员等相关信息，建议pdf文件格式，防止格式错乱与内容修改。

4.作品递交邮箱：

海珠邮箱：

白云邮箱：

5.作品递交截止时间:20xx年11月20日晚24：00前

比赛实施过程

1.报名时间：10月30日―11月10日晚24:00

3.宣讲会地点：海珠校区教学楼603

4.初赛：11月20日晚24：00前递交简历与策划书到

海珠邮箱：

白云邮箱：

5.决赛名单：于11月26日在仲梦履行家公众号公布

6.决赛：12月中旬在海珠校区学术报告厅举办

**创业策划方案篇二**

(一)店名：“贝儿小卷”甜品店。

(二)经营范围：港式甜品、各类饮料、蛋糕等。

(三)经营规模：中小型。

(四)经营原则：诚信创新，顾客至上。

(五)产品描述：“贝儿小卷”甜品店是一家以甜品为主的综合休闲店。主打产品有双皮奶类、冰淇林类、龟苓膏类、西米露类、布丁类、奶昔类等。也有蛋糕、甜甜圈、披萨这类小吃提供给顾客。

根据市场问卷调查，随机在选址处调查了100位行人，得出以下数据，并对某些可用性问题的数据进行了一定的分析，对甜品店的创业会有一定的参考性。

(一)目标顾客分析

分析结果：这个问题是针对甜品店的目标顾客进行提问的。从数据中可以看出女性相对于男性，更乐于接受去甜品店消费，而鉴于18周岁以上的人，普遍开始经济独立，因此消费人群有所上升，但是40周岁以上就没有什么消费动力，原因应该是从类似于糖尿病之类的健康因素考虑，为了自身的健康，会对甜食进行一定的遏制。由此可知，主要目标人群应该是女性，而学生族和经济独立的上班族也是目标顾客。

(二)目标市场分析

分析结果：这个问题是针对甜品店的目标市场分析的。既甜品店为何吸引消费者前来消费，而哪些因素，又影响着顾客前来消费。从数据中可以看出，压力大选择来休闲放松、与朋友来聚会聊天和物美价廉是吸引消费者前来消费的主要动力，因此，甜品店应该注重这几个原因，制定合理的价格，营造休闲放松的气氛来吸引消费者。其次从自由选项(其他)来分析，也有消费者认为，天一广场没有相类似的甜品店，会令行人好奇，进而满足好奇感，进入店内消费;或者也有人认为习惯了咖啡厅、茶吧、奶茶店这样普遍存在的休闲店面形式，甜品店会是个比较新鲜的尝试，因此甜品店的创业，无疑是一个比较乐观的前景。

(三)顾客需求分析

分析结果：这个问题是针对消费者在消费所在地的需求所进行的提问。从数据中可以看出，卫生条件和服务态度“遥遥领先”，作为消费者最最关心和在意的条件，也影响了她们是否选择消费的动力。因此，创造良好的就餐休闲环境，并注重员工的素质与服务态度培养，成为了甜品店首要的目标。由表格可见女性对甜品店的要求比较高，都超过男性的需求。另外，还可以看出，口味与价格也占了很大的比例，作为甜品店，要尽量推出物美价廉的产品。在“其他”这个选项中，也有顾客提到，主题是否鲜明。品牌效益作为一个不可或缺的条件，在发展阶段，为了能被顾客所记住，确实应该创立出自己独特的风格和主题，现在市面上就有很多主题咖啡店，主题甜品店，如动漫主题咖啡厅、机器人主题甜品店、宠物主题甜品店等。我们的甜品店也将把这个纳入考虑范围，争取创造出自己主题风格鲜明，让顾客能够宾至如归，流连忘返的甜品店。

(四)分析总结

宁波天一广场是浙江省内最大的“一站式”购物商业广场，能满足顾客吃、游、购、娱的需求，因此甜品店的目标顾客为全体顾客。而其中又以学生族与年轻女性为主要目标顾客。

甜品作为现代餐饮业的一条支流，在现代生活中占有率越来越大，已不仅仅局限于年轻人。天一广场客流量大，且经实地调查，广场内并没有开设任何甜品店，对于这个新兴的产业来说，无疑是一个比较乐观的前景。

现在的顾客已不仅仅局限于产品的质量，也开始注重产品的服务与店内的气氛。所以仅仅注重产品的种类与口味是不够的。要让顾客有宾至如归的感觉。为此，我将通过推出物美价廉的产品，注重店内卫生坏境与员工的服务态度，来完善本店。

现代餐饮业的发展趋势为“品牌化，多元化，低碳化”因此我们将秉承专营甜品的品牌化经营理念，推出层出不穷的产品，并采用自己独特的风格主题，让消费者印象深刻，当然也不光只是这些表面功夫，我们会竭尽所能让顾客不仅吃的到美味，同时也吃的安全又健康。

(一)行业竞争者

现广场大大小小的餐饮店多不胜数，但迄今为止没有一家着重以休闲为主题，提供甜品的餐饮店。因此我的甜品店以此为创业主题，意在让消费者品尝到美味的同时，放松身心。具有其他餐厅不可比拟的优势，但是市中心休闲一类的餐厅同样会构成我们的强劲竞争对象，例如星巴克，百滋百特，面包新语等。但是他们都没有明确的餐饮主题。

(二)消费者

随着城市生活节奏的加快，经济的快速发展，现代职场上的人们心里压力较大，缺少休闲放松的条件。健身房，公园，酒吧已经满足不了人们对于休闲的追求。针对这一情况。甜品店的创业就显得很有市场，人们不会拒绝美食，同时又可以得到放松。而这一类生活压力大的职场人士，消费水平又普遍比较高。便形成了一个很大的市场。

(三)替代者

餐饮业的更新速度迅速，市场需求不断改变，新的产品会不断涌现。因而我们的甜品店会紧跟市场发展，通过不断提升自身的创新能力，不断推出符合市场需要的新产品。同时会更加注重产品的多元化，以满足不同顾客的需求。而为了增加餐厅的活力，提高我们餐厅综合竞争力，我们会引进更多的优秀人才进入我们餐厅。

(一)产品策略：产品策略主要是指将甜品的颜色、口味、外观等进行翻新。其主要研究新产品开发，产品生命周期，品牌策略等，是价格策略和促销策略的基础。给予产品赋予特色，可以让其在消费者心目中留下深刻的印象。

1、每月推出一款新品，可以改变口味，更换搭配，给客人耳目一新的感觉。

2、可以使装盛甜品的容器更吸引人，独特化。让客人除了对产品，更对店内独特的风格产生兴趣。

(二)价格策略：价格策略主要是指甜品的定价，主要考虑成本、市场、竞争等，其主要研究甜品的定价、调价等市场营销工具。

1、差价不超过产品本身的成本，根据原材料的时令适当调价。

2、每周推出一款甜品半价。

3、一次性消费满100打八点五折。

4、购买会员卡，每款产品享受九折。

5、一次性消费满50元赠送卡片一张，集齐三张可兑换一份双皮奶。

(三)促销策略：促销策略主要是采用一定的促销手段来达到销售产品，增加销售额的目的，促销的形式包括了广告宣传、促销活动、人员销售、口碑操作等，通过推广，得以让消费者进店消费产品，促销的强度及其计划是否得宜，足以影响或操纵产品的知名度、形象、销售量，乃至于企业的品牌形象。

1、派发传单：发布招聘信息，并制作传单，兼职人员在人流量多的岔路口或地下通道入口派发宣传单，凭宣传单可优惠。

2、网络团购：网络团购已经成为一种新的消费形式，深受年轻人的欢迎，企业可通过网络团购为自己带来更多的客流，顾客也可从团购中得到更多的优惠。

3、节假日优惠：在主题节日，如情人节，可推出情侣双人优惠套餐。圣诞节推出圣诞套餐等。

五、店内装修创意

(一)菜单制作：可制作大板报，列上餐单在收银台上方，让顾客可以直视到产品及其价格，且在每张桌子上贴上缩小版的菜单。方便顾客先坐下再点单，或消费产品时继续购买其他产品。

(二)愿望墙：愿望墙已成为几乎所有甜品店的一个标志。在每个桌上，放上便签纸与笔，并空出一到两面墙，成为顾客的愿望墙。

(三)娱乐项目：可租赁给顾客飞行棋、象棋、跳棋、杂志等。

六、风险分析预测

(一)环境风险

1、自然风险：如台风，浙江宁波位于东海岸，每至夏天是台风多发地区。这类自然灾害不仅仅会影响到店内的销售利润，台风多发季节的天气，还会损坏店外设备设施。

2、选址风险：天一广场位于宁波最繁华的市中心，把店开设在此处，租金无疑非常高，因此前期利润不是很可观。并且，周边还开设有例如星巴克，百滋百特，dq这样的知名连锁餐饮企业，竞争上并不占优势。

(二)经营风险

1、设备更新：企业运营过程中，由于设备的折旧，设备运作效率将会慢低。后期还可能出现设备的损坏，维修与设备更新也将会是一笔不小的费用。

2、信息更新：随着店内产品的不断推出，菜单也会随之不断更新。同理，宣传单与店内外大幅新产品的海报也会使得成本不断增加。

3、管理风险：管理层的错误决策，有时候会影响到经营甚至给企业带来损失。

4、员工管理：员工的服务不妥当，或者遭到店内顾客的投诉，也将会影响到企业的销售。

(三)市场风险

1、通货膨胀：物价上涨，会导致成本预测与实际情况不符，出现利润虚增，资本流失。改动菜单价格，也会影响新老顾客的购买情绪。物价上涨代表原材料价格上涨，员工工资也会有一定上涨，对企业的损失会比较大。

2、同行竞争：此行业市场前景好，会新增不少的同类甜品店，如何在同等产业中标新立异，也将是对企业生存的一个考验。

3、知名度：知名度无疑对企业的销售额有一定的帮助，品牌效益带来的会是销售效益。

(四)财务风险

1、资金筹集：昂贵的前期成本，会使企业初期负债累累。

2、资金管理：成本的预算，材料的采购，销售情况与净利润，及时做好财务报表，出现一点瑕疵，将会对企业的资金管理造成严重影响。

3、财务管理：要处理好财务的各种相关费用，合理规划利息支出。财务费用是公司的支出费用，会减少企业的利润。

4、财务预算：财务预算的错误，会使企业不能有效的使用资源及统一协调各种经营活动，也就不能产生更多的利润。

**创业策划方案篇三**

目 录 第一部分

策划书摘要…………………

第二部分 产品/服务……………………

第三部分 行业及市场情况……………

第四部分 组织与管理…………………

第五部分 营销策略……………………

第六部分 产品制造……………………

第七部分 融资说明……………………

第八部分 财务计划……………………

第九部分 风险评估与防范……………

第十部分 项目实施进度………………

第十一部分 其它…………………………

备查资料清单 ……………………………

第一部分 策划书摘要

说明:策划书摘要应该尽量控制在2页纸内完成。 创业策划书摘要应该涵盖该策划书的所有要点，浓缩所有精华，并要求简洁、可信、一目了然。

第二部分 产品/服务 产品/服务描述(这里主要介绍拟投资的产品/服务的背景、目前所处发展阶段、与同行业其它企业同类产品/服务的比较，本企业产品/服务的新颖性、先进性和独特性，如拥有的专门技术、版权、配方、品牌、销售网络、许可证、专营权、特许权经营等。)

企业现有的和正在申请的知识产权(专利、商标、版权等): 专利申请情况: 产品商标注册情况: 企业是否已签署了有关专利权及其它知识产权转让或授权许可的协议?如果有，请说明(并附主要条款): 目标市场:这里对产品面向的用户种类要进行详细说明。 产品更新换代周期:更新换代周期的确定要有资料来源。

产品标准:详细列明产品执行的标准。 详细描述本企业产品/服务的竞争优势(包括性能、价格、服务等方面): 产品的售后服务网络和用户技术支持:

第三部分 行业及市场情况

1、行业情况(行业发展历史及趋势，哪些行业的变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制等，行业市场前景分析与预测): (1)列表说明过去3年或5年各年全行业销售总额:必须注明资料来源。 (2)列表说明未来3年或5年各年全行业销售收入预测:必须注明资料来源。

第四部分 组织与管理

3、企业内部部门设置情况:以图形来表示本企业的组织结构，并说明每个部门的责权利、部门与部门之间的关系等。

4、企业员工的招聘与培训

5、董事会成员名单: 序号 职 务 姓 名 学历或职称 联系电话 1 董 事 长 2 副董事长 3 董 事 4 董 事 5 董 事 (1)董事长 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在本行内的技术和管理经验及成功事例。 主要职责 (2)总经理 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描在本行业内的技术和管理经验及成功事例。 主要职责 (3)技术开发负责人 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在本行业内的技术水平、经验和成功事例。 主要职责 (4)市场营销负责人 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在本行业的营销经验和成功事例。 主要职责 (5)财务负责人 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在财务、金融、筹资、投资等方面的背景、经验和业绩。 主要职责 (6)其他对企业发展负有重要责任的人员(可增加附页)

**创业策划方案篇四**

化妆品对人体的作用必须缓和、安全、无毒、无副作用，并且主要以清洁、保护、美化为目的。因此，用于治疗的、具有药效活性的制品。

一、策划目的（项目背景）

“自然堂”是一家集科研、生产、销售为一体，日化线、专业线并存的大型跨国集团企业，诞生于20xx年，经过企业全体员工的努力，企业有所成就，成为中国发展潜力的化妆品企业之一，刚刚迈入发展阶段，便遇到了严峻的局面：国内化妆品企业实力不强，技术相对落后，一度被外国企业收购；受到国家新法规的制约及金融危机的影响，国内化妆品行业面临洗牌与重组的局面。因此，我们跟要限度的实现“自然堂”化妆品在市场上的销售量，确保我们的产品可以得到消费者的认可！

二、营销环境分析

第一节宏观分析（市场机会和环境威胁）

（1）多个火爆全国的美容品牌，目前。自然堂在全国拥有109家代理商、7500家加盟店、600多家商场形象专柜，被誉为20xx年以来中国崛起的日化品牌。

中全面投放自然堂广告；另一方面，自然堂加大了平面广告的投放力度。在《瑞丽》《女友》《都市丽人》等知名女性杂志中投放跨版广告。并且邀请了范冰冰等名来做形象代言人。

（3）如今这个是炎热的夏季，爱美女士都需要对自己的皮肤做保养，防晒等。在自然堂公司的努力下，其产品也受到了人们的一致好评，自然堂这个产品也被人们认可！

（4）在这的知识经济时代，经济的全球化、市场的国际化和文化的一体化，对中国化妆品企业带来前所未有的挑战和机遇。

2、环境分析！如今出现了经济危机，股市一路下跌，因此人们的收入也减少，不少人也失业。欧莱雅，迪豆、丁家宜、法国馥佩、李医生、玉兰油等品牌也深受威胁，面对这种状况，我们应该严抓自己的产品，对市场要做个细分，以确保我们的产品可以在市场上立足。

第二节微观分析

（1）在化妆品的每年购买支出方面，近半数的女士都在1000元以内，而有近1/3的女士花费在1001至20xx元。

（2）现在的女士普遍承认品牌化妆品，随着女士的年龄增长，她们对化妆品的需求也日益增多。

（3）人们在购买化妆品时，一般都喜欢到专卖店购买，但是随着网络的发展，人们也喜欢在网络上购买化妆品。

（4）人们喜欢天然护理产品

三、swot分析

第一节威胁

（1）现在出现了金融危机，再加上食品届出现的一系列的问题，会影响到人们对市场上的产品的认可度。

（2）国内的化妆品品牌众多，我们的竞争压力也是很大的。

（3）人们更相信国外化妆品

（4）化妆品的更新速度太快

第二节机会

（2）网络的推广，是女性更了解了本产品

（3）消费者观念转变，追求绿色环保，天然不含化学成分的化妆品，为企业提供新产品提供了方向第三节“自然堂”企业优势（1）目前已发展成为集科研、生产、销售为一体，日化线、专业线并存的大型跨国集团企业，也是目前中国规模、实力，发展潜质的美容、化妆品企业之一。（2）拥有先进的经营理念。其率先提出“自选销售，前店后院”的日化店经营模式；又史无前例的将spa概念引入到日化线中，后来发布商超5g战略。

第四节“自然堂”企业劣势

（1）企业成立的晚，和大企业很难比较。

（2）技术不先进，产品开发速度较为缓慢

（3）促销力度不行，网络销售管理不行

四、目标市场分析第一节市场细分

（1）如今品牌化妆品在市场上还是占有很大的地位，我们也必须创造属于我们自己的品牌。

（2）在价格上还是要降低一些，虽然中国的人均收入上升，但是贫富差距还是很大的，据调查，200多元的产品还是很受普通人群的认可。对于现在的学生而言，虽然他们还是一些消费者，但是他们但依靠父母亲友的财力支持，他们当中许多人的消费水平并不低。调查表明，有过半的同学月消费额在300元以上。

（3）我们还要有适合各种人使用的产品，对于孩子和青年所使用产品就不同，因此产品的种类要全面，满足不同顾客的需求。

第二节市场定位

如今正是炎热的夏季，而对于大多数的爱美女性而言，现在必须使用一些化妆品，一次保护自己的皮肤，而现在的白领女士也是很多，在校的大学生也是逐年曾长。因此，我们所选定的目标市场就是这些年轻的女士和在校的大学生。

第三节产品定位

通过使用“自然堂”，改善面部微循环，促进皮肤的正常新陈代谢。使肌肤恢复健康活力，为皮肤更好的吸收各种营养成分做好充分准备。适应广大年轻女性消费者的青睐.。自然堂系列能保持脸部水分的综合平衡，不含有任何有害化学物质，在保湿的同时十分有利于面部皮肤的健康。自然堂系列在源源不断给皮肤补充营养的同时，还十分注重环境保护工作，天然水蛭素系列在生产、使用及产品包装回收再利用是基本不对环境造成什么危害，自然堂系列是一种绿色环保型产品。

五、营销策略制定

首先我们必须要有和许多的企业联合，从他们的经营中了解国际上的人们的政治、文化、经济等方面。对企业的优势与劣势有一定的认识，并且从中得到改正，我们可以学习康乐公司的经营理念学习他们的营销手段。确保公司在市场上的地位，人们的接受度。要有一些促销手段，使人们可以更快的接受本产品。对于人们的皮肤不同有不同的化妆品，干性皮肤用一种化妆品，油性皮肤用一种化妆品。对于不同的人群有不同的化妆品，公司的产品应该是非常的齐全，满足不同人们的需求。第六章营销策略应用第一节产品（以chcedo自然堂柔和玫瑰水为例）产品的成分：：桑根精华液、芦荟鲜汁、啤酒花、海藻精华、透明质酸、玫瑰果萃取液产品功能：调节、滋养、收敛多用型化妆水，可调节ph值，深层滋养肌肤。保持肌肤柔软洁净状态。含有的多种海洋动植物精华和玫瑰果萃取液，能快速达到收紧毛孔、调整纹理和美白肌肤的效果。使用方法：早晚洁面后取适量轻拍面部至吸收。适用人群：适用于任何肤质，自然堂化妆品diko系列中含有的玫瑰果油及萃取液，可抑制透明质酸分解，增加皮肤滋润感；维他命c成分具有美白肌肤、淡化色素作用，使肌肤始终保持白嫩剔透、滋润紧致状态。

第三节销售渠道

促销是传播和沟通信息，所以促销的作用就在于沟通了买卖双方，使得各自的信息得以传递。因此我认为应该大量的促销。当然在学校市场这一块主要是以学生代理为主，店铺为辅。pop广告，形象促销专用台、宣传手册小姐形象促销。

主要的方案有一下几点：产品广告在广告媒介选择方面，我们可以从网络、报纸、电视媒体来宣传我们的产品。因为现在人们都是网民，所以在网络上会有很大的影响力。利用网络广告营销：

电子邮件营销，可以借助新浪，网易，搜狐着三个网名最关注的门户网站的电子邮件进行网络营销。可以在这些网站发布我们企业的消息。建立网上商店，在网上销售我们的产品，同时介绍介绍产品特性，价格，适用性等，消费者可自主选择产品，在线测试化妆效果，在线购物。在学校对学校的教室和宿舍进行广告，在教室上贴上提醒性的标语纸上加上公司的标志。

人员营销在人员促销这方面主要培养三个方面的业务员，一是各高校的业务代理，主要负责各个高校的产品销售情况，及时补充货源，反馈信息；二是专场促销小姐，主要负责产品在各大卖场的促销；三是校园兼职业务员，校园产品代理主要负责产品在大中专院校内的销售情况。

六、公共关系

在公共关系这方面通过与学校有关部门的沟通，与学校的一些主要的活动同步进行，积极参与和配合学校开展的一些活动，赞助校园节庆活动，为大学生提供兼职岗位等一系列活动提高产品知名度，提升公司形象。

我们还可以学习康乐公司的促销手段：

（1）抽奖活动

（2）在消费到多少钱时有优惠券

（3）也可以通过写征文的形式，来宣传我们的产品

（4）进行免费适用

（5）积分，办理会员

七、费用预算

八、结束语

可以看出，化妆品行业还是很有竞争力的，我们的产品在学生届、年轻女士化妆品行业中会有很大的突破口。

**创业策划方案篇五**

为了培养学生的创新意识、创新思维、创造能力和创业精神，激发他们的创新创业热情。鼓励更多大学生在校开展多种形式的创业活动，与知名企业合作，为大学生提供展示自我的平台。结合我校转型机遇，培养实用型人才，在许昌学院举办20xx中国联通杯创业策划与营销大赛。

许昌学院大学生创新创业就业领导小组办公室

管理(经济)学院市场营销协会、爱耀海网络科技有限公司(创新创业园a区5号)。

中国联合网络通信有限公司许昌分公司

许昌大学所有学生

11月6日-30日

每组3-5人，包括一名领队和3-5名队员。原则上许昌大学应该有一名教师担任讲师，同一名学生不应该同时是两个组的成员。

一、许昌大学联通杯商业计划书大赛

(1)活动要求:结合大学生的优势和特点，利用所学知识，自由发挥，制定主题不限、内容完整、新颖、实用、积极的可实施的活动策划方案，满足当代大学生的发展需求。条目必须是原始的。如果有任何欺诈行为，参赛作品将被取消资格。

(2)报名方式:初赛提交日期为11月10日-15日。选手参赛作品的电子档上传至许昌校区爱耀喜网络科技有限公司公共平台(xyayh521521)，纸质档(a4)交至校园爱耀喜咖啡(图书馆楼梯西侧)。

(3)比赛安排:比赛分为初赛和决赛。

比赛评委会对收到的作品进行初步评价，确定优秀作品进入决赛；最终作品将于11月20日在创新创业园入口处公布。最后日期是11月25-26日。期末包括ppt演示、现场讲解商业计划书、现场提问等。比赛结果将于11月28日公布，其他与决赛有关的事宜另行公布。

(4)奖项:

(1)根据参赛作品，竞赛评选委员会将坚持公平、公正、公开的原则，符合竞赛相关要求，评选出“最佳创业奖”(一项)、“最佳创意奖”(一项)、“最佳受欢迎奖”(一项)、“个人优秀奖”(三项)、“优秀指导教师”(一项)

(2)获奖团队和个人出具证明，奖励支付卡300元。

(3)许昌联通将对创业基金实施创业项目给予支持，优秀个人毕业后可推荐到联通工作。

二、许昌大学联通杯营销大赛

活动主要在许昌大学进行，11月6-12日是活动报名时间。报名分为电子文件报名和现场报名。新老餐厅和联通营业厅可设立登记点，电子文件可发送至邮箱。登记表和36元套餐费用介绍可以通过qq群或联通校园营业厅获得。

营销时间:11月12日-11月25日，11月28日公布结果。

(a)竞争要求:

1.这一组的比赛以实战为主，选手可以利用各种资源自由发挥，出售沃牌36元牌。这个套餐基本可以满足学生通话、短信、流量、上网的需求。该套餐性价比高，适应大学生消费水平。

2.所有比赛将分组进行，每组3-5人。联通可以提供制作宣传页或海报的费用，每组宣传费用不高于100元。

(二)评选奖励:

1.本次比赛最终结果以实际买入卡数为准，参赛条件如下:以小组为单位，每组卖出15张以上即可参加评选，以销售业绩为主要排名条件。

2.奖项:一等奖(500元)、二等奖(300元)、三等奖(200元)。

每组参赛者将被授予获奖证书。

三、总结表彰

本次活动的目的是为许昌学院的学生提供一个展示自己的平台。希望同学们积极参与，选手们公平竞争，互相配合，互相信任，健康竞争，尊重对手，互相学习，共同提高。根据活动和比赛，学校结合校园爱心互助计划，于12月初举行了颁奖仪式。

**创业策划方案篇六**

“99+1”取意99个知名品牌为了共同的目的，相聚一个城市——大连;一个专业广播媒体，为99个品牌搭建利益的平台。“1”的内涵还包括一种态度，以诚信构筑名牌;一个目标，实现利益的双赢;一个信心，将诚信进行到底!为贯彻落实市委、市政府提出的“名牌兴市”发展战略，宣传我市商标(品牌)，提升我市品牌的知名度与诚信度，倡导、树立诚信理念;同时，与城市财富创造者探索成功奥秘，共享创富之美，为“大大连”建设推波助澜。

20xx年3月16日举行启动仪式，活动正式拉开帷幕;活动将持续至6月下旬，并于6月26日举办品牌创业者的盛大聚会，为城市财富创造者提供联谊、沟通、交流的最佳平台。

本次活动意在搭建消费者与品牌之间的桥梁，使其成为消费者心中的领袖品牌、行业旗手，实现两者利益的双赢;推动城市发展，加快“大大连”建设的步伐。我们的目标就是，“让我们共同的利益汇流成河”

1、品牌创新攻略

活动形式：著名品牌的营销总监峰会，讲述成功营销案例。

2、名牌汇力创造

活动形式：名牌与城市发展国际论坛。

3、品牌展示展播

活动形式：电台开通《财富故事》(暂名)栏目、《天天财富》版块(《新商报》)开辟1/4版面讲述100个品牌故事。

4、创造财富千人会

活动形式：品牌缔造者欢聚一堂，共享成功喜悦。

(注：此四项内容将在活动期间分阶段完成。具体活动流程及方案另拟。)

1、冠名单位：活动赞助费用面议。

2、冠名回报：

1)财富广播大型听友会现场直播，体现冠名单位与《新商报》、电台、政府职能部门联合举办：

4)特邀冠名单位代表出席比赛现场，讲话并颁奖;

6)电台100天活动宣传体现冠名单位与《新商报》、电台联合举办此次活动。

7)《天天财富》版块(《新商报》)1/4版品牌展示或专题软文讲述品牌故事;

10)主持人现场强调活动赞助企业，表示感谢。

1、协办单位：

、协办回报：

1)主流报纸刊登活动预告广告中，特别鸣谢协办单位;

2)《天天财富》版块(《新商报》1/4版品牌展示或专题软文讲述品牌故事;

3)赞助实物全用于活动消费或抽奖，单位代表莅临抽奖;

4)本台每天播出活动预告，体现协办单位;

6)主持人现场强调活动赞助企业，表示感谢。

7)根据赞助费用数目不同，电台将赠送等值广告，在20xx年内播完。

**创业策划方案篇七**

我的梦想，大学生创业能力大赛

12月4日——12月23日

本次创业能力大赛的举办意在通过竞赛的形式吸引我校有志创业青年投入其中，展现创业才华和能力，并通过对其创业想法的评审与奖励，鼓励学生通过对社会及市场的观察，结合自身特点，策划制定有一定实际价值的创业方案。在创业设计过程中，激发培养我校学生的创新实践能力、主动精神、商业精神以及市场经济思维。

主办：

校团委学生科协

承办：

商学院(待议)

协办：

活动赞助商家

海选：

创业知识考核+团队合作能力考核-------12月9日、10日(周六、周日)

第一轮：

创业策划方案评审----------------------12月15日(周五)

第二轮：

“非常营销”室外营销大赛--------------12月17日(周日)

第三轮：

选手风采拉票会+网络人气投票----------12月18日-12月22日(周一至周五)

创业展示及现场融资会------------------12月23日下午(周六)

(一)前期宣传、大赛的组织发动(11月27日-12月8)

1、在全校范围内充分作好本次大赛的宣传，鼓励并发动广大学生参加比赛。同时务必起到大赛的宣传造势作用。

宣传方式包括：

横幅、展板、传单、手绘创意海报、彩色喷绘海报、网络平台。

具体实现：

a、在校园醒目处悬挂宣传本次大赛的横幅。南校、本部各1条。

b、制作宣传展板放在食堂等学生经过易关注到的地方，配合横幅为本次大赛的宣传。展板内容为：大赛介绍及大致流程。南校、本部各1块。

c、印制大量传单，于中午或晚上人多时散发出去并投至各栋宿舍楼。

传单内容包括：比赛各环节介绍以及海选时“创业知识考核”的考核范围。

d、可手绘一定数量的创意宣传海报，广泛张贴于校园各处，以吸引学生眼球，凸显本次大赛的创新性和趣味性。

e、制作小型彩色喷绘，贴在南校及主校各寝室楼公告栏上。

f、联系升华网等校内网站，着手在网上建立本次大赛特别活动板块。如创业论坛、风采展示、人气投票等形式。

2、给各二级学院下发举办“创业能力大赛”的通知，要求各二级学院鼓励本院学生积极响应和参赛;各学院可成立专门协调小组，在学生中做好充分的宣传发动工作，要求其通过评选的方式推荐一定指标的学生参加比赛。

各学院推荐学生不必参加海选，直接进行第一轮比赛。

(提前两周11月27日左右发通知)

(二)大赛海选

大赛海选过程包括“创业知识考核”及“团队合作能力考核”两项。

其中，“创业知识考核”得分占70%，“团队合作能力考核”得分占30%。

1、创业知识考核：

时间：

12月9日周六下午

形式：

a、在商学院老师指导下，我们出一份关于“创业知识”的考核试卷。在南校区及校本部各找两个教室，安排所有报名个人(各院推荐学生除外)进行限时作答。

b、考核题目尽量制定标准答案。在收齐所有参赛人试卷后由工作人员统一组织评阅。给每份试卷评出得分。

c、创业知识考核占海选总分的30%。

2、团队合作能力考核：

时间：

12月10日周日下午

地点：

立德厅或立功厅

形式：

a、现场让每位参赛选手相互组成临时团队，自由组合，5人一组。

b、安排一个团队合作类游戏或小比赛，让选手以团队为单位参加。活动时我们只考查团队的表现，最终成绩也以团队为单位给出，不考虑个人表现。

c、该团队最后得分即为团队所有成员在这一环节的得分。占海选总分的30%。

将创业知识考核和团队合作能力考核的得分加权相加。选出50人进入大赛第一轮。

并且布置创业计划书或创业策划方案书写任务。

(三)第一轮：创业策划方案评审

前期安排：

星期日海选第2项活动之后确定进入大赛这一轮的名单。当天给所有入围选手布置创业策划方案(或创业计划书)书写任务。策划书以选手个人名义完成，在星期四之前交到科协办公室。

评审会时间：

12月15日周五

形式：

请商学院老师对进入第一轮的选手的创业策划方案从创新性、可行性、市场潜力等方面进行评审。从中评选出30个选手进入大赛第二轮。

(创业策划方案书写要求见附录)

(四)第二轮：“非常营销”室外营销比赛

让选手在校园范围内的指定地点推销一定数量的商品，由工作人员随行监督并拍摄dv，根据选手推销商品数量评分，评选出前10名进入最后一轮。并选出前十名选手的dv上传至网上，供网友投票。

时间：

12月17日周日

内容：

a、给进入这一轮的30个选手布置一定的营销任务，让其在校园内(本部或南校)指定地点，如某栋宿舍楼内，进行推销。推销物品可由商家赞助或由我们提供。选手必须在指定的地点内推销。限时1个小时。

b、每位选手由我们安排一名工作人员随行，监督其整个营销过程。工作人员只负责dv拍摄、监督和计时，不允许有任何助其推销的举动，也不得提供任何提示和帮助。

c、根据每位选手所推销产品的数量给出本轮比赛的最后成绩。若选手在规定时间内完成了全部推销任务则记录其所花时间，作为评比依据。评选出前10名进入大赛下一轮。

d、将前十名选手的营销dv剪辑上传到网上(大赛活动网页)，即日起开通网络人气投票板块，可让网友自由投票，支持喜欢的选手。

(选手营销所得资金全部上缴，届时用于购置大赛奖品。并可单独设置本轮比赛“最佳营销奖”等。)

(五)选手人气投票

本次大赛选手的人气投票环节包括：风采拉票会和网络人气投票。

其中，投票所得票数最终将被折算成分数，占大赛总成绩的20%。

1、选手风采拉票会

时间：

12月18—22日(周一至周五)

地点：

本部和南校食堂门前

形式：

a、在周一至周五选择两天在校园内对选手进行全校性公开投票。由我们负责位选手统一制作投票箱。选手可自己制作创意宣传海报，并可贴于各自展台前。

b、所有10位选手同时出席“拉票会”，统一站在展台后。工作人员在现场发放印有选票的传单，想投票的学生可撕下选票投入各自选手前的投票箱内。

c、投票会将在本部和南校各办两场。

d、最后我们统计每位选手的得票数。

2、网络人气投票

时间：

12月18日-22日(与风采拉票会同时进行)

形式：

a、在大赛活动网页上为每位选手建立个人风采栏，并上传其营销比赛的dv剪辑，同时选手需要在自己专栏中发表个人简介、创业方案、拉票宣言等。

b、网友可自由给喜欢的选手投票。一个ip地址只能投一次票。网上投票到12月22日晚12：00截止。

c、星期六上午由我们统计每位选手的最终网络得票。

现场风采拉票会和网上人气投票的总票数最终将被折算成分数，该得分占大赛总成绩的20%。

(六)创业展示及现场融资会

邀请我校mba及校外企业家作为评委，模拟风险投资商，然后由进入大赛融资会的10位选手向这些“风险投资商”以及现场所有观众推销自己的创新服务或新型产品，现场评委及“大众评审团”根据比赛规则对他们认为可行且有投资价值的产品或服务进行投资。最后综合之前“人气投票”环节的成绩评选出本次大赛的金、银、铜奖及优胜奖。同时可评出本次大赛的“最佳创意奖”，“最具人气奖”等奖项。

时间：

12月23日下午(周六)

地点：

立功厅

内容：

1、安排每位选手各自从市场、融资、运作、营销等方面描述自己的创业方案。每位选手给时5分钟。

2、各选手自己负责找人以小品、话剧等不限的形式向现场评委和观众展示自己的创业方案(之前需提前通知各参赛选手)。每位选手给时10分钟。

3、制作一定数量的模拟资金(由卡片代替)作为现场融资用的资金。让现场评委和由观众组成的“大众评审团”对各个选手的创业策划进行风险投资。“大众评审团”由工作人员从台下观众中随机挑选。

4、现场评委和“大众评审团”各拥有50%的“模拟资金”。并且，所有“资金”平均分配给各评委及评审团成员，他们可自由“投资”给10位选手。

5、最后，将每位选手所得的总融资额折算成分数，该得分占大赛总成绩的80%。最终评选出本次大赛的金奖、银奖、铜奖和优胜奖。

大赛设金奖1名，银奖2名，铜奖3名，优胜奖4名。

同时根据选手的综合表现及观众评价，还可评选出大赛的“最佳创意奖”、“最具人气奖”等奖项。

(七)大赛颁奖

大赛最终所有奖项可安排在“科博节”闭幕晚会上由校领导统一颁出。

颁奖具体形式待定。

(一)前期宣传

传单3500份x0、06=210元

展板2块x40=80元

彩色横幅2条x75=150元

手绘海报100元

彩色喷绘海报40张x5=200元

合计：740元

(二)海选

试卷印制100份x0、2=20元

团队游戏所需材料20份x3、00=60元

合计：80元

(三)创业策划方案评审

材料费10元

x评审费3x100=300元

现场费用30元

合计：340元

(四)室外营销比赛

选手参赛标志20个x1、00=20元

工作人员工作证20个x1、00=20元

x租借dv 5部x20=100元

推销物品可由商家提供或用团委库存的“国家地理杂志”

合计：140元

(五)风采拉票会

背景宣传横幅1条x30=30元

投票箱10个x5=50元

传单(即选票) 800份x0、06=48元

海报选手自己设计

合计：128元

(六)创业展示及现场融资会

展板(公布决赛名单) 4块x40=160元

宣传横幅1条x30=30元

传单(决赛宣传) 1000份x0、06=60元

校内宣传小标签100元

彩印小册子(现场发) 200份x1、00=200元

室内装饰50元

现场费用200元

x评委评审费4人x100=400元

展板(公布大赛结果) 2块x40=80元

获奖证书15张x10=150元

x奖品(也可由赞助商提供) 10份x20=200元

合计：1630元

本次活动预算总计：3058元

打x项的预算可考虑缩减

**创业策划方案篇八**

一、项目名称

某某生态农业开发

二、选址

某某某村

三、项目提出的理由

村沟地面积2余亩，占全村总土地面积的48%。长期以来，沟壑区气候干旱、土壤贫瘠，几乎颗粒无收。近年来，随着经济的发展、气候的变化及人力成本的不断上升，土地基本处于荒芜状态，水土流失进一步加大，造成土地资源的极大浪费。

造成村沟地多年贫瘠的原因主要在于长期以来气候干旱、少雨，人们对沟地的忽视，加之道路不畅通，从而使沟地利用率处于极端低下的状态。当今社会，日新月异，科技、经济、交通等的发展，为我们合理、有效的改善和利用每一寸有限的资源提供了极为优越的条件。能够在荒沟里成功引水，通过现代化农业设施，植树造林，发展现代农业，增强农业多样性，不但能够改变沟壑目前荒芜的状态，带来一定的经济效益，而且在很大程度上能够起到改良土壤、保持水土、防风固沙、净化空气、绿化和美化自然环境的作用，为人们多创造一份绿色、多增添一份笑容，从而发挥出荒沟变绿地所带来的良好的社会效益。

四、项目建设的必要性及目的意义

1、为了响应中央国务院的号召，积极发展现代农业，扎实推进社会主义新农村建设，加快农业科技进步，转变观念，调整农业产业模式，积极推进退耕还林、规模化养殖，保持水土、改良土壤，解决沟壑荒废、水土流失等问题，我本人计划在村自行开发荒沟土地8亩，积极开发林业、果业、养殖业等生态农业项目。

2、某某多沟壑，长期处于荒废状态，水土流失极为严重，随着人民生活水平的不断提高，人们对果品和肉食品的消费能力有了很大提高;同时对于土地的综合开发治理，对于当地的生态环境和沟壑治理的推广有着深远的意义。

3、推广绿色生态立体农业模式，改变村沟壑荒废的状况，重塑自然环境，改善土地质量，减少水土流失，同时为消费者提供真正无公害、新鲜、营养、优质、安全、无药残的农产品。

4、通过本项目的实施，将加大沟壑治理的步伐，大大提高沟壑的整治力度和效果，同时提高本地区农民收入和自然环境质量。

五、项目资金筹措

项目投资5万元，其中固定资产投资3万元，流动资金2万元。以自筹资金为主，同时争取农业部门支持。

第二章 市场分析与预测

一、国内消费现状

我国有机农业的发展起步较晚，但发展势头迅速。就目前的消费状况来看，由于消费者对有机农产品认知度较低，有机概念宣传推广还没有深入人心;国内有机农产品销售市场和销售渠道还没有真正形成，缺少有效的销售网络和平台;消费群体还没有真正形成;再加上政策、技术等方面因素的影响，阻碍了消费群体的培养。近年来，随着经济水平的发展，人们的生活质量不断提高，品质需求进一步增强，更加追求健康、绿色、环保、低碳的生产生活和娱乐消费模式。

二、市场分析与预测

从世界范围来看，发展有机农业已经有7多年的历史，它对多种农业生态区域、气候类型和社会制度的适应性表明了它是一种有效的农业生产方式，其发展前景是非常乐观的。有机农业的发展，将由单一、分散、自发的民间活动转向全球性的农业运动，由区域性布局转向全球性布局，由关心环保到关注环保和食品安全，由绿色食品扩大到绿色产品，实现有机食品认证国际化，从事有机农业的农场数量将空前增加，其销售渠道将实现多元化。

第三章 项目概况

一、拟建地点

某某某某村

二、建设内容及规模

三、项目建设进度

20某某年1月开始，3月份完成核桃树栽种，5月份完成环颈雉投产，7月份完成蔬菜栽植。

第四章 项目建设技术方案

一、土壤害虫防治技术

危害农作物的土壤害虫主要有蛴螬、蝼蛄、金针虫、地老虎等。它们在土壤中生活，危害时间长，较难防治，要采取综合防治措施。采用农业防治(深耕多耙、借助机械力量杀死部分虫卵和成虫)、化学防治和诱杀防治(糖醋液诱杀、灯光诱杀)、以肥治虫(氮肥治虫、磷肥杀虫、草木灰液杀虫)等。

二、植物病虫害防治技术

采用生物特效农药，常见的有动、植物源农药，昆虫激素及微生物农药，如鱼藤精、烟草、除虫菊素、杀螟杆菌、白僵菌、春雷霉素、庆丰酶等。

三、生物技术

生物防治包括以虫治虫和以菌治虫。其主要措施是保护和利用自然界害虫的天敌、繁殖优势天敌、发展性激素防治虫害等。

四、动物饲料添加剂和药品替代产品和技术

在当代以消费者为主导的市场下，陈旧的饲养方法已经无路可走，天然饲料科技越来越得到大家的接受和支持。一些经过研究的新饲养方法建立在与抗菌素饲养法完全不同的理念之上。它们含有益生菌、有机酸、脂肪酸、酵素、有机矿物质、天然霉菌霉素吸附剂，取代了含动物性成分的同类产品以及许多其它相关产品。

五、畜、沼、菜(果)一体化有机生态模式构建技术

围绕沼气池建设，把种植、养殖有机结合起来，对农业生产进行技术创新。

第五章 效益分析

一、经济效益

本项目投资收益率高，正常运做5年后预计利润可达5万元，投资利润率达到6.2%，投资回收期较短，现金流量良好，偿还能力强。

二、社会效益

1、促进沟壑治理步伐，减少水土流失。

2、可以给社会提供大量水果、蔬菜和畜禽产品。

3、提高当地农民收入，促进社会主义新农村建设。

4、改变当地自然环境，做出沟壑治理的标榜企业。

5、促进大学生回农村创业就业。

第六章 结语

一、本项目的发展配合了社会主义新农村建设，符合国家农业产业化发展趋势，有利于实现农业产业结构的调整，有利于推进当地荒沟治理的速度和水平，有利于改善当地自然环境和人民生活水平。

二、本项目可以充分发挥关中地区的资源优势，通过各种社会资源的有机整合，建立起从林业、果业为生态养殖提供优良环境和食物资源，养殖业为林业、果业提供有机天然肥料，从生产到产品销售为一体的经营体系，提高了社会生产力，大大增强了抗风险能力，提升了产品质量安全水平，为广大群众提供了“优质、新鲜、安全”的放心食品，同时改善了环境，保持水土，防止流失。

三、本项目建成后，可实现年销售收入1万元，公司获利3万元/年;亦可带动地区经济快速发展。

四、本项目建设目标明确，符合国家产业化政策，投资规模适宜，结构合理，技术方案科学可行，系统管理规范，市场运作专业，资源利用率高，效益显著。项目建设十分必要，而且是可行的。

综上，有社会主义新农村建设的需要，有市场发展的需求，有资源区位优势，有政府的支持，有企业的带动，有标准化技术的保障，沟壑治理的发展一定有广阔的前景和深远的社会意义。

**创业策划方案篇九**

在中国，人们越来越喜欢喝咖啡。以下“咖啡文化”充满生活的每一刻。无论在家里，在办公室，还是在各种社交场合，人们都在品尝咖啡。咖啡逐渐与时尚和现代生活联系在一起。世界各地的咖啡馆已经成为人们交谈、听音乐和休息的好地方。咖啡丰富了我们的生活，缩短了你我之间的距离。咖啡逐渐发展成为一种文化。随着咖啡这种历史悠久的饮料的流行，咖啡正被越来越多的中国人所接受。

咖啡店由xi外交学院的学生创办，位于学校正门右街的显眼位置。这里的装修虽然简单，但却有一种特别的家的味道，甚至比家更温暖，更轻松。南墙上摆满了书架，上面散落着各种各样的书。酒吧位于中心。吧台后面的墙上挂着一个木制的酒架，里面装着各种咖啡豆。在北方，除了大门，其余部分都是明亮的玻璃凸窗。窗台很低，摆满了各种杂志。靠窗只有方桌，每张桌子可以坐4-6人。而这里的空气、光线、声音更让人着迷，更让人难以割舍，感觉像在家里一样轻松自由。

目前大学校园市场还是空白，竞争压力小。而且初期投入不是很高，现在国家鼓励大学生毕业自主创业，有一系列优惠政策和贷款支持。再者，大学生对未来总是充满希望。他们有年轻的血液和旺盛的精力。初生牛犊不怕虎”精神，这些是一个企业家应该具备的素质。大学生在学校学了很多理论的东西，技术优势高层次。现代大学生具有挑战传统观念和传统产业的创新精神、信心和欲望，这种创新精神往往创造大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业最大的好处是可以提高能力，增加阅历，学以致用；最大的吸引力在于，你可以通过成功创业来实现自己的理想，证明自己的价值。

1.咖啡店的存储费用

咖啡店店面是租来的建筑。与房屋所有人协商后，以合同形式达成房屋租赁协议。协议包括地址、面积、结构、使用年限、租金、支付方式等。租赁的优点是投资少，回收期短。预算10-15平米，开办费9-12万左右。

2.装饰设计成本

3、装修、装修费用

具体费用包括如下。

(1)外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装修费用。

(2)店内装修费用。包括吊顶、油漆、装修、木工等。

(3)其他装饰材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费也应包括在内。

按照标准，整体预算360元/平米，装修总费用360x15=5400元。

4.设备和设施的采购成本

具体设备主要包括以下几种。

(1)沙发、桌子、椅子和架子。一共2250元

(2)音响系统。总计450

(3)酒吧使用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备和加工保温设备。总计600

(4)吧台、咖啡杯、泡茶器、各种小菜等。总计300

净水器采用美的品牌，每天可生产12l纯净水，每天可销售100至200杯咖啡等饮料，价格约为人民币1200元。

咖啡机，咖啡机是一种电子控制的半自动咖啡机。咖啡机现在的价格应该在350元左右，附加配件不会超过1200元。

磨豆机，价格330 ―480元之间。

冰沙机，价格400元一台左右，有点说不清，最好买两台，不然夏天可能不够用。

制冰机，就制冰量而言，一般需要有富余。这台制冰机每天的制冰量是12公斤。550元价格略高，质量更好，可以用很多年，所以更经济。

5.初始库存成本

6.开办费

开办费主要包括以下几种。

(一)营业执照手续费、注册费、保险费；估计3000元

(二)营销广告费用；估计450元

7.营运资本

总计:

1.周转计划

2.采购计划

根据拟定的商品计划，为了有效利用采购资金，平衡商品构成，采购计划必须按照设定的商品内容进行安排。通过周转计划、商品计划、采购计划的建立，我们不难理解，一家咖啡店要实现经营目标，有效完成商品构成，灵活运用采购资金，所有的基础计划都是不可或缺的。咖啡店在设定商业计划、商品计划、购买计划时，可以按照设定的购买金额购买商品。商品验货定价后可以写在菜单上。接下来必须考虑的是如何有效地销售这些商品。

3.人事计划

为了实现设定的经营目标，经营者必须有明确的人员任命和工作分配计划。我们必须考虑到有效利用人力资源和进行人员培训。

4.筹资计划

营运资金的分配是管理的核心工作。一般咖啡店的营业费用可以分为人员费用(工资、伙食费、奖金等)。)，设备费用(修理费、折旧、租金等。)，维护费用(水电费、耗材、服务费、杂费等。)和业务费用(广告费、包装费、营业税等。).也可以根据其性质分为固定费用和可变费用。我们需要根据过去的实际表现来设定可能增加的资金。

5.财务计划

财务计划中的盈亏计划最能体现整个店铺的经营成果。咖啡店经营者要控制营运资金的收支，做到营运资金的合理调配和运用。

总之，上面列出的六个基本计划(营业额、商品采购、促销、人员、资金、财务)是咖啡店管理不可或缺的。当然，一些咖啡店可以根据工作的实际需要制定一些其他的辅助计划，以深化管理。

20xx年至20xx年，中国咖啡市场经历了一个快速增长期，期间咖啡市场整体销售额复合增长率达到17%；快速增长的市场为咖啡生产企业提供了广阔的市场空间。雀巢、卡夫、ucc等国外咖啡生产企业增加了在中国的投资，为未来争取中国咖啡市场的领先地位奠定了良好的基础。

咖啡饮料主要指速溶咖啡和灌装即饮咖啡。速溶咖啡方面，20xx-20xx年中国速溶咖啡市场年均增长率达到16%，显示出中国速溶咖啡市场的高增长和投资空间，目前仍处于增长阶段；罐装咖啡方面，20xx-20xx年中国罐装咖啡市场年均增长率也达到15%；未来几年，中国咖啡饮料的前景依然乐观。

现在的咖啡店主要是连锁经营，市场主要由几个集团垄断。但是由于几个群体的咖啡店没有特别的主题，很难和特别的年轻人合作。我们也考虑到了其他饮料店的市场竞争，但我们发现这些类似的行业大多不是在自助的基础上运作的，很难应对注重效率的年轻人。所以我们相信，开自助主题咖啡店能满足年轻人的需求，发展空间还是很大的。统计显示，中国的咖啡消费量逐年增加，有望成为世界重要的咖啡消费国。

1、同行业竞争分析

知己知彼，百战不殆。咖啡店经营者应随时关注竞争对手的经营动态和产品构成，并进行深入的比较和分析，从而在业务中占据有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。

咖啡店经营者一定不能忽视市场情报，一定要及时了解最新的相关数据和信息。根据咖啡店地址的特点和顾客的特点，我们将不断提高产品和服务的质量，增加顾客来店的频率，进而提高咖啡店的绩效。

2.促销计划

咖啡店的基本特点是定点营业。然而，随着市场竞争的日益激烈，咖啡店不能再被动地等待顾客来店里，而必须主动吸引顾客来店里。因此，促销活动的实施和宣传效果的需求同样不可或缺。一般小咖啡店比大咖啡店投入不了巨额的广告和推广费用，所以“花一小笔钱做大广告”。可以采用海报、传单、信件等宣传手段。

3.日常运营计划

如何拟定商业计划书？对于咖啡店来说，整个运营过程中最大的顾虑可能就是每天的营业额。每个咖啡店往往都有自己的经营目标。更详细地说，它甚至将位置和商品目标设置为衡量日常业务情况的基准。

在制定日常运营计划时，需要根据设定的运营策略、营业额预测、目标库存估计、损失金额估计、采购预留金额估计和计划毛利估计来完成整体运营计划。由于整个计划过程必须以数据为基础，所以建立数据库信息是制定销售计划的必要条件。即使是小咖啡屋也要以数据为基础，这样才有客观的衡量标准，而不仅仅是印象、感受和观察。

咖啡店的目标消费者多为大学生，位于商业区、大学校园、路口的交叉口。租金价格适中，装修要求高，导致整体投资成本增加。大学生创业最重要的是心态。在准确定位的基础上，对发展前景要有信心，不要着急，盲目调整经营策略。经营咖啡店是一个很好的愿望，但是要有足够的心理准备，所以要有一个轻松的心态。

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