# 2024年创业项目计划书(优秀10篇)

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2024-08-12

*在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。...*

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。

**创业项目计划书篇一**

格子店，又名格仔铺，这名字极具港味，但实际上，它们的雏形是五六年前的日本兴起的寄卖柜。原来的寄卖柜只是用来摆放寄卖者收藏的二手玩具。20xx年，“寄卖柜”模式被引入香港，精明的香港人不断丰富它的内容、更新模式、改进服务方式，使得“格子铺”旋风热遍香港、澳门等地。不但在网上做生意的人喜欢租一个“格仔”来寄卖货品，连许多大公司也会租几个“格仔”来作为展示和宣传的平台。时至今日，“格仔铺”在香港已发展成为了一种新兴的创业和销售行业，受到许多港人特别是创业者、白领、年青人的欢迎。于是它便有了这么一个港味的名字。

后来香港传到北京，成为新的商业概念,尺多见方的小格子,以货品多样、体现装饰巧思吸引顾客。一个月80-300元就能成为格主,相当于拥有了自己的一个“迷你实体店”，可以在格仔中寄卖任何物品，同时还不必自己经营，“格子铺”的员工会代您经营和管理。货卖完有人催你补货、顾客光顾有人替你招呼,不必为店面忙活,不必操心水、电、房租,少了这诸多烦恼,节省了您宝贵的时间。这种寄卖模式吸引了很多人在校读书的或出了校门的学生、手头没多少余钱的小白领。

这种经营模式对投资经营“格子铺”或者是租“格子”把商品寄卖在格子铺的使用者，都是双赢的。很多人都有创业梦想，但开办商铺，租金、水电、装修等合计最少需要三五万元，即使够资金的，也怕风险大，未必敢于自己开铺，并且也会用去很大量的时间，导致机会成本的流失，所以这也限制了很多想创业的人。

“格子铺”这一种新的零售模式，正好可以解决现在经营租贵、人员成本的困难和经营风险、还耗时耗力的各种难题。花80-300元可以轻松做老板，一圆自己的创业梦甚至一展自己的设计天份，可以说是一种很多人接受的新式售卖模式，同时亦为某些创业者提供测试市场的平台，日后通过全国各重点商业市的连锁分店，您就可以简简单单、轻轻松松在不同的城市开分店，做个潇洒的连锁店主，安坐家中，赚取丰厚的回报。同时也坚信格子铺在中国的发展潜力相当巨大。

1.店铺的宗旨

尊客爱货、信誉至上

2.店铺的名称

魔幻街角 格仔铺

3.店铺的结构

店长 1 名

销售员 1 名

记帐员(管理) 1 名

4.店铺的经营策略

主要是以吸引格住招租和代销

5.相对价值增值

为更多创业者解决了因资金或时间问题而放弃了创业梦想,也为很多有需求的社会团体提供方便,包括以下几类:

a. 在校读书的大学生

b. 刚毕业的大学生

c. 手头没多少余钱的小白领。

1.本店铺以出租格子,提供销售服务,并为创业者提供创业平台为主要业务!

2.主要服务产品：

a.格主自己制作的手工艺品

b.新、奇、特小百货等装饰品

c.公司测试市场反应的新产品

d.罕有收藏纪念品

e.公司或企业的广告或宣传语

f.设计师最新设计产品展现

3.售后服务：

1) 所有销售商品在1天内免费退货、7天内商品由于产品质量问题的可以调换相同商品。

2) 统一使用环保购物袋。

3) 提供精美的礼品包装，并有专人负责包装。

4) 定期对重点客户和大客户跟踪。

5) 商品若有质量问题，格主以100%退换货给顾客，期间产生的问题，格主付全部负责。如为本店造成的损失或问题由我们承担。

第四部分: 市场分析

1.市场定位、市场规模（市场结构与划分）

1) 市场定位

年轻时尚追求新、奇、特的终端消费者

格主:

a.年轻学生

b.白领一族

c.为宣传企业新品的业务员

d.网络商店店主。

2) 市场规模

新桥镇以及其附近,人流量多,而又接近瓯海区府,附近有一所大学,两所高中,一所初中,可以说开出此店即为独家经营，并且在学校商圈内口碑宣传很快，容易将人气提升，作为几十平方的mini百货，也可以解决大学生勤工俭学，为一部分大学生创业资金不足或管理欠缺等等问题都在本店铺得到解决。此类店已经通过市场反复检验证明，终端消费者多为年轻一族，并且具有很强的人气吸引力。

2.目标消费群

关于产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析 针对年轻购物一族，白领、学生及喜欢网络购物的群体。

他们都对小百货非常感兴趣，有着非常强烈的购买欲望，各种新奇的商铺购物成为他们的时尚。由于他们很难在一个店内齐聚各类小物品乃至收藏品等，所以这样的店更适合他们在现实实体店内淘宝。

3、市场优势

2)适合无经营管理时间或经验的白领或大学生经营。

3)节省物流费,与网络商店结合的模式，结合现代网络销售模式与实体店真正结

合，由品牌打造合作的网络商家及买家诚信。

4)已选好经营产品，但不知市场反应如何的，可以通过“格仔”做一个前期测试。

6)由于是“店中店”，大家分摊了店租节省了成本，所以价格更加实惠，方便销售；

4、发展计划

事业发展分为2个阶段，

第一阶段：开设直营店，储备资源及探索市场

选择在新桥金蝉大道开店铺，作为直营店。第一个月主要管理人员到位，并联络商铺，店长负责装修及营业员招聘培训工作，完毕后立即投入格主招募。第二个月加大招商活动(主要是进各所学校进行校内宣传)，并将店铺投入运营。通过媒体做宣传，例如校内网、qq群等，成本低，见效快。

此阶段重点在于招商工作及营业员培训，保障店铺顺利开业。

第二阶段：塑造品牌，连锁加盟运营

通过4个月到半年的运营后，如果效果不错，即向温州开展连锁加盟运营，第二年的招商目标为5-10家连锁店，并迅速抢占市场份额,促进品牌成长。由于具备在实体店内展示网络商店物品，即可与网络媒体共同炒作。将魔幻街角 格仔铺品牌推向现实与网络结合的平台之中。届时，你可以不相信网络，但是你必须相信魔幻街角 格仔铺。

**创业项目计划书篇二**

经营目标

在\_\_师范大学\_\_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

\_\_师范大学\_\_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

\_\_师范大学\_\_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

众口难调。心甜要尽可能让甜品口味适应各各类品味的顾客。推出诸多款式的甜品可供各类顾客挑选。

营养全面，健康更多

心甜经营品种除了普通的冰品甜品外，想创业，找项目就上青年人创业网，还有在我国南方部分地区教为流行的药膳滋补炖品类、凉茶类、龟苓膏类。价格表上列明每种甜品所含的补品成分、药膳滋补功效、适应症等，以便顾客按需选择。低热量、有良好养颜功效的甜品，尤其针对爱美的女生。吃甜品和保持好身材不仅不冲突，而且能够通过食补养颜。

服务规范，满意更多

心甜员工分为管理、甜品加工制作、点餐收银、店堂清洁四类。分别着统一服装进行操作和服务。员工要求技能专业，服务统一使用普通话，建立严谨的服务管理规范和投诉回访机制，并严格进行监督管理。

四、选址分析

心甜门店设置在\_\_师范大学\_\_学院食堂一楼东首，可以充分利用食堂的桌椅，容纳更多的顾客。

五、人事与管理

人事

心甜每个员工必须是专业的，包括点餐收银人员和店堂清洁人员在内的每个人必须进行严格培训，确保正常工作时的规范操作。管理人员设置人事管理和企业管理人员各2名，要求本科以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;甜品加工制作人员设置配方员2名，加工操作员6名，要求大专以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;点餐收银和店堂清洁人员若干，严格培训后上岗。所有员工须办理健康证。

管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。重视个人的发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得餐厅的整体发展，实现1+12的效果。

管理理念

(1)尊重餐饮业人员的独立人格

(2)下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务。

(3)互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

(4)营造集体氛围：既要上下属感受到甜品店纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

(5)公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

管理队伍

投资是一项经营人才的业务。我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本甜品店发展的人才加入本甜品店。

管理制度

建立严谨的服务管理规范和投诉回访机制，并严格进行监督管理。完善员工守则，考核制度和奖惩制度。

六、企业形象

传媒广告

考虑电视广告或印刷媒体等传媒方式，做为最切实可行的宣传渠道，调查证实高品质甜品通过精美的电视广告或印刷媒体能树立良好的品牌形象。另特别会在新生开学之际，下发宣传单，设点宣传并接受咨询。

形象代言

制作可爱的心甜吉祥物，以卡通造型作为形象代言，从卡通造型上体现甜美、健康、时尚的企业宗旨。

店面布置

心甜店堂做到清洁光亮，窗明几净。渗透好甜美、健康、时尚的企业文化。根据不同甜品品种，使用各类特制碗碟。碗碟高雅脱俗，使顾客一看餐具就产生舒心感觉。

七、促销决策

美食手册

制订心甜健康时尚美食手册。内容介绍中国各个地区名小吃，最新的美食甜点，最新的养生养颜药膳配方等。这本手册每年修订一次，放在店堂供顾客翻阅。

节日活动

在新年、端午节、中秋节及西方的圣诞节，情人节等重大节日，在校内或店外组织露天主题活动，旨在增强消费者对心甜产品的印象。活动通过分发快递活页广告、进行产品知识问题竞答、组织小型演出等方式，给予参与者相应奖励。奖品包括印有心甜卡通图案的小礼物、优惠券及最新产品品尝券，每次活动花费约1000～20\_\_元。

许愿树

店堂设置许愿树两棵，消费即可得到许愿卡。可在许愿树上挂上写好的许愿卡，每个月的第一个星期天店员将收集许愿卡，以抽奖的方式挑出实现过程花费在300元以下的愿望，帮助顾客实现。

店内常备各种小礼物，如心甜的卡通造型汽球、卡片等。一次性消费满60元的顾客可获赠卡通小卡片一张，积满一套三张可获赠6寸冰淇淋蛋糕一块。顾客也可购买优惠卡，每卡售价9元，持卡者可永久享受购买店内除新品和特价品以外的任一商品8.8折优惠。凭借上乘的品质加上灵活的促销手段来赢得稳定的顾客群。

八、财务需求与运用

开张成本：桌椅、碗勺、厨具、消毒柜等设备、预付店租、装潢、原材料

以上项目将移交专业人士代为预算评定。

九、心甜的发展

根据企业实力，心甜以\_\_师范大学\_\_学院这个市场为起点，放眼\_\_五所高校的市场。，逐渐向连锁店发展。具体分为以下三步：

1、立足\_\_师范大学\_\_学院市场，占据一定份额填补\_\_师范大学\_\_学院市场的空白，把企业做得专业、规范，稳步发展。

2、占领\_\_师范大学\_\_学院市场，建立连锁机制

当企业形象被接受并开始喜爱之后，根据需求在泰州五所高校开设连锁店。在实际操作中学习经营管理经验。

3、走向\_\_市场，开放加盟经营

在\_\_市场能够得到良好控制、正常运转，有了一定流动资本、区域内知名度，掌握一定市场运作体系理论和操作经验，申请到产品自主知识产权之后，在\_\_市内扩张连锁店，开放加盟经营。

**创业项目计划书篇三**

活动简介：

xx，想唱就唱清凉一夏多彩扎啤狂欢节大型公益活动――是中国的城市时尚名片，是现化时尚潮流的弄潮儿，是社会大众自娱自乐、放纵自我的第一大舞台，是城市文明进步的标志。此次大型公益活动将结合夏日经济发展的要求，把夏日夜经济生活带延伸至城市效外，不扰民、不受限，联合国内知名商家共同为省会市民打造一个休闲娱乐的夜生活平台。同时，这也是一场慈善爱心活动，活动组委会将从最终营业额中提出部分费用作为阳光工程慈善助学金，捐献希望工程，呼吁社会大众奉献一点爱心，共建美好城市。

活动目标：

1、打造一张属于华北“时尚爱心名片”。

2、构建城市人们“自娱如乐第一展示舞台”。

3、创建河北最具规模、最具特色的“夏日经济多彩扎啤休闲广场”

活动主题：

唱出新声音欢乐无极限

组织机构：

主办单位：河北省委宣传部石家庄人民政府

承办单位：河北东垣投资集团龙滹湾温泉城

协办单位：

支持单位：中国联通中国移动青岛扎啤雪花扎啤嘉禾扎啤

媒体支持：河北电视台、河北电台、燕赵都市报、河北青年报、新浪微

活动流程：

1、活动时间、地点：

时间：xx年5月1日------xx年10月1日

地点：石家庄龙滹湾生态广场

2、人员招募方式：

才艺展示者通过短信、电话、网络、现场报名参加。

3、启动仪式

时间：xx年4月30日

地点：多彩扎啤生态广场

参与人群：省市相关领导、东垣集团领导、支持企业单位、媒体记者

4、活动环节：

主持人主持(歌唱、故事、趣事、表演)开幕

疯狂歌手(有奖)音乐会

欢乐对对碰，现场歌唱、才艺

疯狂的扎啤

才艺表演助兴

扎啤转转中奖活动

人气影视片(露天电影)

5、颁奖盛宴

时间：xx年10月1日

内容：举行大型庆典仪式，由组委会领导向相关机构捐款，给支持活动的爱心人士代表颁发奖项，表彰优秀企业，歌舞活动演出。

地点：石家庄

备注：以上每一项需要都细化执行。

功能区划分：

演艺区

多彩扎啤专区(按品牌分区)

vip啤酒屋(6人屋、10人屋)

特色美食区

全羊篝火烧烤区(鸡、羊、鱼)

综合管理办工区

战略合作

本次公益活动组织由政府与相关部门大力支持，主旨在于为省会市民打造一个健康、积极、文明、时尚的自由娱乐平台，供社会大众发挥余热。为此，多彩扎啤生态广场在本次活动中对所有商户政策如下：

五大免费政策：

1、免进场费;

2、免占地费;

3、免员工专业礼仪接待服务培训费;

4、免舞台活动推广使用费;

5、免饮用水水费;

战略合作政策：

1、市场管理、维护费1角/天/平米

2、双方赢利分成比例为(免地租扣点制)

3、组委会与合作商双方各出一半公益费用做为助学基金

4、特殊装修需要根据具体情况待定

媒体宣传：

多彩扎啤狂欢节大型公益活动如何整合资源达到最佳宣传效果?

1、电视、报纸、杂志、电台、网络、海报、短信、博客、微博等众多大型媒体资源

2、独一无二的放飞心情与梦想自娱自乐大舞台

3、唯一集娱乐活动和慈善爱心想结合的夏日经济体

4、当地政府特别支持活动单位

多彩扎啤狂欢节大型公益活动配合好招商与战略企业品牌形象完美结合?

1、外宣方面：河北电视台、河北电台、燕赵都市报、河北青年报、x微博等省内多家权威媒体三位一体全面推广，短时间内轰动全城。

2、内推方面：大力推广自娱自乐活动项目，通过网络、短信、电话、现场报名的方式吸引大批喜欢表演人群，为活动造势。

3、建设方面：场地属于省会城市最大面积休闲广场。同时，建设合作伙伴专区，从建设风格与展示宣传面上更多的体现企业文化与特色。

4、活动方面：将合作伙伴产品以参与性活动的方式，拉动人气。

5、政府方面：河北省委宣传部、河北省文明办、石家庄市政府大力支持，有较强地方保护权威。

6、交通方面：位于开发区太行大街主路东侧，车程仅约20分。

7、服务方面：组委会免费为合作企业服务人员提供专业培训。活动服务人员都要通过专业酒店服务礼仪培训，正式上岗上员须经培训合格。

8、合作单位免费入场，多彩扎啤生态广场不收取占地费用，相当于“0”成本合作。

【目录】

(一)公司基本情况

对成立时间、注册资本、经营产品、员工规模等进行简要介绍

(二)产品/服务介绍

对公司主要的产品和系列服务进行简要描述

(三)行业/市场分析

对行业状况、市场容量、市场发展前景、消费者接受程度进行简要分析

(四)业务现状

对市场份额、客户数量简要分析

(五)财务分析

公司成立以来累计投入、产出、本年度收入及利润

(六)融资计划

融资金额、参股比例、融资期限、退出方式

第一部分公司概况

(一)公司介绍

详细介绍公司背景、规模、团队、资本构成

1.主要股东

股东名称出资额出资形式股份比例联系人联系电话

2.团队介绍

对每个核心团队成员在技术、运营或管理方面的经验和成功经历进行介绍

3.组织结构

4.员工情况

(二)经营财务历史

(三)外部公共关系

战略支持、合作伙伴等

(四)公司经营战略

近期及未来3-5年的发展方向、发展战略和要实现的目标

第二部分产品及服务

(一)农业种植产品、服务介绍

(二)农业种植核心竞争力或技术优势

(三)农业种植产品专利和注册商标

第三部分行业及市场

(一)行业情况

农业种植行业发展历史及趋势，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制

(二)市场潜力

对农业种植市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析

(三)行业竞争分析

主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括性能、价格、服务等方面

(四)收入(盈利)模式

业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润

(五)市场规划

公司未来3-5年的`销售收入预测(融资不成功情况下)

第四部分营销策略

(一)农业种植目标市场分析

(二)农业种植客户行为分析

(三)农业种植营销业务计划

(1)建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略

(2)广告、促销方面的策略

(3)产品/服务的定价策略

(4)对销售队伍采取的激励机制

(四)农业种植服务质量控制

第五部分财务计划

请提供如下财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年农业种植项目资产负债表

未来3-5年农业种植项目现金流量表

未来3-5年损益表

第六部分融资计划

(一)融资方式

(二)资金用途

(三)退出方式

第七部分风险控制

说明该农业种植项目实施过程中可能遇到的风险，及其应对措施。包括：技术风险、市场风险、管理风险、政策风险等。

**创业项目计划书篇四**

大学网成立于\_年8月27日，是一个由有过从业经历，创业经历的年轻人所领导的团队建立起来的。目前有团队成员7人，分布于西安各大高校，大学网的宗旨是一切为了大学生，致力于在西安建立一个网络，通过该网络促进各种线下活动的开展，给西安广大大学生带来真正的实惠。

二、团队核心成员介绍

刘海洋：本科毕业后任职于知名公司，工作一年后辞职，开始创业。有过创业失败的经历，大学网是第三次创业。为人具有感染力，做事执著，热情，不甘寂寞，有领导力。

王帆：交通大学管理学院在读研究生，项目管理专业，本科时接触各种社团较多，现在研究生会工作。为人较为冷静，思考问题比较周全，善于与人打交道，做事执著，主要负责人事和市场方面。

李钊：交通大学在读研究生，主要负责网页设计和技术方面。

毛琦：交通大学软件学院在读研究生，主要负责网站技术方面。

罗娜：毕业于西北大学。性格活泼开朗，喜欢一切新鲜事物。

郭丹：西安电子科技大学在读研究生，企业管理专业，现任研究生会副主席，本科时曾获全国创业大赛铜奖。目前负责人事外联方面。

赵飞：西安电子科技大学在读研究生，情报专业，现任研究生会副主席，有毅力，工作能力强。

核心成员各司其责，分工明确，特别强调执行力。

三、市场分析

大学网成立于\_年8月，致力于服务西安地区所有高校在校大学生。网站的主要内容均取材于大学生活，“一切为了大学生”，扎根于大学校园，是大学网最大的特点也是立足点。作为一家年轻而富有朝气的学生门户网站，其背后是一支朝气蓬勃富有创新思维和战斗力的团队。团队成员均为在校大学生，这使得大学网的每一个角落都充满着大学生活独特的气息。

目前，西安有几家大学生的综合性网站，然而仅仅提供网上的一部分信息资源，对于我们西安地区的广大大学生来说，并没有提供其真正所需的东西。作为一个地方性的网站却不能提供线下的各种服务，实在是一种极大的浪费。大学网作为后起的网站新秀，目前拥有丰富的频道体系，为大学生提供一个了解社会的窗口和在网上展示自我及相互交流的平台。同时面向商家提供一个直接进入大学校园的新营销渠道。这样在校园与社会之间构架出一个双向的通道。大学网结合自身优势，不断创新，依托于自身网络平台，通过不断的整合校园资源，为大学生提供最全面的服务通道，为企业提供全方位的优秀校园整合营销服务。简单来说，大学网作为后起的网站新秀，其宗旨是一切为了大学生，其理念是以线上促线下，把真正的实惠提供给西安地区的在校大学生们。

四、经营现状

大学网除了以上团队成员外，还有域名资产，目前已经升值到22万元;服务器一台，后台程序一套;对内方面(校园)目前各类人员的招聘已经开始，仅在网上发布招聘启事一周，就有10人应聘栏目编辑，4人应聘ceo，2人希望能有合作;对外方面(商家)已经和几家有了较明确的合作意向;但由于缺乏资金，宣传力度不够，各项工作进展的较慢。(只要5———10万的资金)

五、经营模式

我们的经营模式目前采用校园ceo和栏目编辑的形式。简单来说校园ceo要在西安各大高校均有一人，全面负责该校的各项线下工作;栏目编辑不一定每个学校都有人，只要保证该栏目总人数达到要求即可。

六、盈利模式

简单说来就是以线上促线下，以网站为平台，提供各种线下的服务和商品买卖。具体情况可以进一步了解后面谈。

以上只是最简单的项目介绍。如果需要更进一步了解的话我们有更加详细的策划书。

我们的团队崇尚狼的文化，坚信做事先做人。人对了，坏事也能变成好事，人不行，好事也被做坏。现在我们很诚恳的邀请有识有志之士的加盟，大家一起来做一件事情，请相信我们，只要我们大家团结一心，一个具有各种背景的年轻团队一定能做出一番事业来!期待您的加入!

**创业项目计划书篇五**

“汽车就像人一样需要呵护，也需要装饰”，一位有车族这样说。为爱车装饰各种不同风格的饰品，让汽车成为自己一个舒适的“流动的家”，逐渐成为车主的必然选择。“个性消费”带给投资者们全新的商机———“汽车美容”业。由此给我们一个发现市场需求的条件，我们决定向汽车美容市场进军，创立自己的汽车美容公司，用自己的独特方式去占据部分市场。

随着中国私人汽车保有量持续增长，汽车服务市场的发展空间将日益扩大。目前中国市场汽车服务业的发展尚处于起步阶段，但城市有车族群对汽车服务的需求将持续旺盛。消费追求与市场供应间仍存在巨大的运作空间。我国各大中城市虽然发展很快，但建设不配套，缺乏停车场所，使大量汽车只能露天栖息，饱受风吹、雨淋、日晒的无奈，致使汽车日渐老化。这就使汽车美容护理业的存在和发展更具备了条件。

中国汽车美容业处于初级发展阶段，其特点和国外的汽车美容行业不同．汽车美容系点可以分为车身美容、引擎外部美容和车内美容三个部分．这一点和欧美同家做一下比较，据资料显示在欧美国家人们对车一般是进行改装而不是装饰．而我国的居民对自己的车辆多为装饰．所以说国内的汽车美容市场是和国外的汽车美容市场不同的．是汽车养护美容市场发展尚来成熟的初级阶段。从市场上来看，汽车装饰的市场并不大．因为绝大多数人一辈子只买一辆车，而只有在刚刚购车后会对新车进行一些美容装饰．以后就很少再会对车子进行美容。所以从这个角度其市场空间并不大．但是这个方面的问题随着人们对汽车的观念的改变会慢慢消失，所以汽车美容行业是有很大的发展前景的。

伪劣产品来坑骗广大用户。但随着汽车美容护理市场不断规范和人们消费意识的提高，伪劣产品将无处立足，无专业服务的汽车美容店若不改变现状也将会被淘汰。如何在汽车美容护理业立足、发展并壮大，已成为每一个业内人士所关注的问题。

由于新兴企业没有一定市场，我们采取先调查市场，了解顾客的真正需求和其他的公司在经营中存在的问题，然后根据自己目前的资金情况以及设备、人力等因素，相应地进行调整。公司的成长需要一定的时间，市场就逐渐建立，我们要和客户之间建立一个服务透明体系，让客户更加了解汽车美容服务的相关信息，同时也建立了我们对客户的了解，一定条件时可以建立一个数据库，用于对客户的服务分析，用我们的真心、诚心去为客户服务，让客户相信我们、我们，经过长期的市场培养，我们将会逐步建立一定的市场影响力，并将我们的品牌打出去，形成像苏宁、国美、沃尔玛一样，走向连锁市场。

二、公司简介

2.1 创业背景

汽车美容业是汽车产业链中的主要利润来源之一。成熟的国际化汽车市场中，汽车业50％—60％的利润来自于汽车后市场，而汽车美容养护业利润已占到整个汽车后市场利润的80％左右。以美国为例，汽车美容业的年产值已超过3500亿美元。而在我国，汽车美容业的利润一般也在40％左右。据专家介绍，汽车制造业投入的1元钱，将会带动售后消费24元—34元，一辆中档轿车每年用在装饰美容上的费用就可达5000元—6000元。

档汽车车主有给汽车做外部美容养护的习惯，30％以上的私人低档车车主也开始形成了给汽车做美容养护的观念，50％以上的私车车主愿意在掌握基本技术的情况下自己进行汽车美容和养护，30％以上的公用高档汽车也定时进行外部美容养护。

另外，由于汽车美容护理业具有灵活、操作简单、利润较高、风险较低等特点，因此国内的大量洗车店、汽车配件精品店、轮胎店、汽修厂及个人蜂拥进入汽车美容市场。

而面对这样的市场背景，汽车美容护理产品的需求便显得日益紧张，而在中国，超过60%汽车美容产品厂家、代理商在广州，广州市场竞争日趋激烈，价格战一再出现，致使广州地区汽车美容产品报价处于全国最低点。此时，面对外界大量需求，本地区大幅压价，新产品项目便存在巨大的潜在价值。

正是在汽车行业大力发展以及人们对爱车的美容意思增强的情况下，我们萌发了创业的想法。

2.2 公司战略

本公司针对目前汽车市场的快速增长，人们对汽车的呵护也日渐增长，我们本着以“汽车美容，我们光荣”的服务宗旨，坚持“通过对汽车的美容，为人们提供清洁、舒适、自然的汽车，致力于汽车美容事业，大力发展民族汽车美容品牌”的理念，发展创立了中国保马汽车美容公司。公司主要先以小资公司初建成，并逐步投入市场，扩大市场，同时壮大品牌，品牌打了就了具有一定的市场影响力，从而全方位进军汽车美容市场。不断的投入市场，分析市场，充分了解竞争对手的有点和自己的缺点，不断地提高公司的服务品质，待公司发展壮大后可以作为上市股份公司。

品牌之一。

2.3 发展规划

**创业项目计划书篇六**

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)

在20xx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，20xx年达到500万销售额，20xx年达到20xx万销售额，利润率保持在30%--50%。

由于本产品以前市场上从未有过，所以初期样品试制、模具开发等费用投入较大，估计在10—15万元;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。

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)

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。

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。

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。

**创业项目计划书篇七**

一、 设计管理研究(设计思想)

根据网上目标顾客的需求，进行价值沟通、价值创造和价值传递。我们设计了一套完整的网络营销活动需要五种基本的平台：信息平台、制造平台、交易平台、物流平台和服务平台。 这五种平台分别执行不同的职能，彼此之间又相互依存，相互支持，形成一个有机的整体。因此，在设计和管理这些平台的过程中，充分考虑它们之间的区别和联系，围绕顾客价值的让渡和企业获利能力的提高进行实际运作，以促进网络营销整体效益的长期最大化。

(一)、信息平台的设计与管理

横财科技信息平台的设计不仅有自己相对独立的功能，而且广泛、深入地渗透到其它四个平台之中，信息平台的基本功能是搜集、处理和发送与企业网络营销有关的各种信息，展示公司(微观环境)及行业(宏观环境)的最新动态。

从服务对象和服务内容上看，信息平台要面向内部用户和外部用户开展信息工作，并建立和完善相应的数据库。对内部用户，提供了不同权限的信息维护、整理和更新功能(主要表现在平台的后台管理上)。对外部用户(客户、合作伙伴)，主要提供相关信息的咨询、搜索和信息的反馈，特别对于客户的定单查询，邮件订阅等。

为了提高信息平台的效率和准确性，把各种信息沟通管道整合为一个有机的整体。横财科技把网络站点、电话系统、留言反馈系统、电子邮件系统等管道应彼此连接，及时互通信息，为所有相关的信息服务对象提供使用权限内的最大限度的方便。

(二)、制造平台的设计与管理

借助网络把顾客信息、竞争信息和内部报告信息与产品的设计制造技术紧密结合起来，创造具有高度顾客价值和良好经济效益的产品。其核心任务是在网络环境下成功地开发新产品。这里主要利用客户的具体需求，开展一对一的定制业务，以更能为客户设计、生产个性化的产品。

找准新产品开发方向，使新产品更适合顾客需求。因此。充分利用横财网络平台的便捷性和互动性，更多地接触和了解顾客，鼓励顾客的参与;借助企业内外的脑力，深入地分析和研究顾客的心理和需求;利用文化、科技和消费发展趋势，诱导市场需求，培育新产品的目标市场。

但是，为满足顾客的个性化需求，企业在网络营销中使用市场细分、超市场细分乃至一对一营销，这无疑加大了产品的制造成本和营销成本。因此，我们施行大量定制化生产，以减少顾客对商品个性化的要求导致规模生产成本优势削弱的不利影响。产品尽量满足顾客的特殊化要求，并且生产地应尽量靠近顾客需求的产品。

(三)、交易平台的设计与管理

真正盈利的网络营销是一种把网上和网下的资源加以整合和综合利用的商业模式 。因此，我们把交易平台设计成网上和网下既可并行又可相互结合和贯通的模式，能为顾客带来更多的机会、更大的方便，并增强企业的快速反应能力和市场声誉。使顾客相信并切实体验到，购买企业产品，只须花费最小的顾客成本，而获得最大的顾客价值。

(四)、物流平台的设计与管理

由于本企业所涉及的产品主要是无形(信息)的产品或方案，所以，对于信息功能和交易功能，及时传递供需信息，要求特别高。充分利用网络订货系统、商品分类管理系统、配送需求计划管理系统、以销售资料建立的预测与计划系统等。此外，充分利用网络与基于iternet通讯技术，让客户方便地知道所订购的产品进入的环节，以树立起顾客对公司的安全感和信赖，提高客户忠诚度。

(五)、服务平台的设计与管理

制定服务标准，推广服务理念。服务具有无形性的.特点，在购买之前，是很难被顾客所感知的，顾客往往无法预知结果。通过制定明确、具体的服务标准，消除顾客的“模糊预期”，使服务具有可衡量性。如果服务达不到既定标准，我们可以迅速从中发现服务缺陷，并采取相应的措施予以修正，或在一定程度上在顾客投诉之前对服务缺陷进行弥补。

提供良好的资讯和个性化服务。我们与顾客之间的互动主要是在资讯服务的界面上进行的，因此网络营销企业首先要充分利用信息平台为顾客提供良好的资讯服务。网络主页的设计不仅包括宣传企业和介绍产品，而且和客户一起，就产品的设计、质量、包装、交付条件、售后服务等进行一对一的交流，帮助顾客拟定可行的解决方案。信息的沟通主要借助现代信息技术进行，如传真、免费e-mail新闻组、邮件列表等。对服务质量进行跟踪和评价，最终使改进服务流程的计划转化为服务效益。

(六)各种基本功能平台的整合

由于上述五种基本功能平台之间的相互依存关系，我们只有将这些基本功能平台进行统一的规划和管理，使它们彼此相互协调、相互促进，才能实现整个网络营销平台的最优化，从而最大限度地促进企业网络营销目标的实现。这种系统性的整合，主要以互联网站为核心，全面开发和整合网络营销平台的功能。

互联网站是将网络营销的各种基本功能平台加以整合的共同操作界面和载体。

使信息管理部门同营销、生产、财务、后勤等部门密切合作，开发、利用、维护和完善企业网站的各种经济和经营功能，如信息发布与反馈、产品设计、谈判与交易、在线结算与支付、服务支持等。

二、 基于以上设计思想，横财科技网络平台基本功能主要表现在

品牌形象、产品/服务展示、信息发布、顾客服务、顾客关系、网上调查、网上联盟、网上销售、邮件列表等方面。后台兼有定单处理、会员管理、库存管理、流言回复管理、营销网络管理、邮件列表管理和信息发布管理。

1、 品牌形象。网站的形象代表着企业的网上品牌形象，人们在网上了解一个企业的主要方式就是访问该公司的网站，网站建设的专业化与否直接影响企业的网络品牌形象，同时也对网站的其他功能产生直接影响。所以，我们的网站主要体现简单、清新，以业务处理为重点。

2、 产品/服务展示。顾客访问网站的主要目的是为了对公司的产品和服务进行深入的了解。因此，产品展示和新闻咨询栏目成为本站主页的主要内容。主要价值也就在于灵活地向客户展示产品的说明及图片信息，和可以随时更新的产品宣传资料。

3、 信息发布。网站是一个信息载体，可以发布一切有利于企业形象、顾客服务以及促进销售的企业新闻、产品信息、各种促销信息、招标信息、合作信息、人员招聘信息等等。因此，拥有本网站就相当于一个强有力的宣传工具。

4、 顾客服务、邮件列表。通过网站为顾客提供各种在线服务和帮助信息，及其邮件的免费订阅。在线填写寻求帮助的表单、通过聊天实时回答顾客的咨询等等。解决了客户购物的不适应性问题。

5、 网上调查、会员管理。通过网站上的在线调查和会员管理，获得用户的反用于馈信息，用于产品调查、消费者行为调查、品牌形象调查等，是获得第一手市场资料，以便为公司的下一步发展作好准备。同时可以有针对性地对有效客户展开数据库营销。

6、 网上联盟。由此获得更好的网上推广效果，需要与供应商、经销商、客户网站、以及其他内容互补或者相关的企业建立合作关系。

7、 网上销售。建立网站及开展网络营销活动的目的之一为了增加销售，一个功能完善的网站本身就可以完成订单确认、网上支付等电子商务功能，即网站本身就是一个销售渠道，是一个最基本的功能。

8、 库存管理、定单处理。分为成功订单，未处理订单，有效订单，无效订单，待核对订单等。

三、解决的问题(综合以上，本平台设计所解决的主要问题)：

1.电子商务交易平台的不规范问题

2.电子商务后台数据的管理问题，把先进的数据库技术运用于文档管理，促进企业信息化管理的进步。

3.购物流程对大众消费心理的适应问题

4.版面设计的人性化问题

5.功能摸开的实际行业化、个性化问题

6.销售过程中市场信息的及时捕捉和反馈。企业客户资源的全面信息化管理，使企业通盘掌握客户资源，利于企业合理利用和有效整合。

7. 客户资源的有效管理和利用，升级企业客户服务管理水平，提高客户满意度，提高客户对企业的信任度和忠诚度，从而增加企业的利润。

8. 销售制度的有效实施和销售过程的规范化管理

10. 解决了销售过程中各部门的及时沟通和配合，销售效率的有效提高和客户服务的改善。

11. 可定制服务使得提供的产品和服务的设计更加人性化，更贴近客户的切身需求，更符合客户的个体利益。

**创业项目计划书篇八**

(一)公司名称

\_\_\_广告传媒有限公司、\_\_广告传媒有限公司、\_\_广告传媒有限公司

(二)公司性质

集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的媒介性合资广告公司。

(三)公司宗旨

以帮助客户获取经济效益和社会效益

(四)公司目标

实施个性化的经营理念，打造西部具有一定影响力的广告公司。

(五)创业理念

公司目前处于调查研究和起步的阶段，但是我们形成一个共叫，即在起步之初积极探索发展模式和方向，走一条有自己特色的路子，通过有效的资本运作，从最初吸引小客户做起，以精益求精的务实态度与客户建立良好的长期的合作伙伴关系，逐步扩大自己的经验和名气，一点一点划分属于我们的，断超越自己，这是广告公司发展的关键。

(五)公司服务

1.专业化的广告服务为我们的客户提供具体正确的行业咨询服务，包括数据调查资料，分析结论。从而使得客户的投资更科学、公道，全方位与消费者沟通。成立内部的研究机构，逐渐开创自己的理论架构和知识体系，建立自身文化。与媒体成为战略伙伴，代理和完全买断媒介的大量广告版面和时间，由我们单方向对广告主进行广告媒介的倾销和贩卖。

2.为客户提供正确、科学的市场调查，不必客户东奔西跑，我们为客户提供完善的效果测定服务。

3.用户利益：我们因自身特点具有业务本钱上上风。能把客户所需的广告预算降到最低，做到真正的优质价廉。

第二章市场分析

(一)市场描述

广告行业是我国的新兴行业，20\_\_年我国共有广告公司荚冬几年来公司数目不断增加，营业额和从业职员不断扩大，增长速度可观，全国广告经营额20\_\_年突破20\_\_亿元大关。按照专家的猜测，20\_\_年我国国内生产总值增长不低于7%，将达到21万亿元以上，全国广告经营额大概在3100亿元左右。

(二)目标市场

我们把创业初期目标市场按地域特点分为三类：\_\_地区内部市场，\_\_地区周边市场，\_\_大地区市场，远期目标市场为\_\_地区。

\_\_地区内部市场主要表现为各房地产楼盘全套vi，商品广告，商场广告以及包装。\_\_地区周边市场的主要表现为\_\_各周边县市的户外广告牌，墙体广告的制作。\_\_大地区市场的主要表现为商场或企业事业单位提供市场调查，公关活动策划，举行促销活动所需的广告服务以及各小商展的门面广告，招牌制作，户外广告等。

(三)目标客户

目标客户初期主要定位在\_\_、\_\_、\_\_地区的各建筑商、企业、商场、门面。

(四)建设进度

接触广告公司由筹建、预备到实施预计将花费一个月的时间。其中第一周主要用于资金的筹备，公司前期策划。从第二周开始，我们将用两周的时间，同时从硬件与软件两方面建设公司。到最后一周，在完善公司建设的同时，将联络成都的商务网站与一些广告装潢公司，以及目标顾客群相对集中的广告装潢门面，争取与它们建立贸易伙伴关系。

(五)市场发展战略

创业初期阶段第一年

1.我们初期阶段的发展模式

方案(1)：与\_\_区一些广告装潢公司联系，谋求建立广告联合体。这是由于自身都存在规模小，孤立发展的特点，有的公司具有媒体代理上风，有的具备客户资源，有的具备区域上风。我们通过资本运作，实行横向联合，整合资源，上风互补，降低本钱，风险共担。团体化是中国广告业进一步发展的必然选择。通过各种方式联合形成强有力的广告区域团体。通过规模化经营，上风互补，降低经营本钱。这样有助于摆脱各小公司单独发展的重复和徘徊状态，从而提升整体服务水平。这也对我们公司初期的发展有相当大的帮助。

方案(2)：假如联合不成功，我们初期只能立足\_\_周边地区，抢占四周各类广告业务，我们以设计制作广告招牌为主，辅之进行一些有一定规模和影响的公关策划活动，吃掉大型广告公司所无暇顾及的零散业务，一步步打响名气。在发展中拓展长线业务。珍视同客户的关系，建立良好的客户关系，让今天的广告客户成为明天接触广告公司的义务宣传员。也可以尝试邀宴客户参股，共同发展。

2.联络各商展，门面业主，向其宣传先容本广告公司。

3.寻找广告制作耗材供给商，确保进货渠道的服务与质量。

4.与\_\_个大商务网站建立友情链接，在网上宣传先容本广告公司。

5.开通电话业务咨询以及建立公司网站提供网上咨询服务。

创业发展阶段(第二、三年)

本广告公司在发展初期的规范运营中积累了相当的经验，在\_\_市场具有一定的名气，被越来越多的客户认同，同时公司职员的技术水平，制作设备随着发展上了一个台阶，那么这个阶段的目标是进一步树立本广告公司的品牌形象，并对市场进一步推广，把我们的广告业务目标发展到大中企业。

1.初步建立一个稳定的客户群。能够在\_\_市主流媒体做广告宣传，影响力开始向整个\_\_地区覆盖。

3.把本广告公司向\_\_各地推广，公司利润将趋向稳定化。

第三章公司经营

(一)公司业务

初期的业务内容大体分为：

1.市场服务：市场调查。客户服务。

2.设计制作：广告平面设计。商展招牌制作。广告喷绘。产品包装设计。展示制作。

3.企业咨询：为客户提供广告策划。公关活动策划。

4.广告摄影：产品摄影。产业摄影。科技摄影。外景拍摄等。

5.客户出租：庆典活动的大型升空气球、充气拱门，\_\_\_人等宣传造势工具。成熟期后的业务还要包括：

1.推出数字广告业务，发展互联网广告。20\_\_年，中国网民将突破亿人大关，它标志着以新技术为基础的互联网作为新兴的主流媒体已经走进普通中国人的经济与生活，并将以我们难以预估的速度继续增长，远景广阔。

2.大力推广和发展户外广告。引进高新技术的广告制作项目。

3.婚礼策划：婚礼策划和营造婚礼气氛。

(二)经营策略

1.对公司的治理。维持经营效率是公司的主要治理课题，治理者需要致力于治理上的改良、业务系统的整合、夸大综合绩效以改善经营效率，为此，本公司特地引进日本丰田汽车公司提出的5s治理理念，让员工更有向心力。

2.加强公司形象，进步着名度，吸引客户，同时借助形象的提升，增强市场竞争力，以此为策略的基本方向，让消费者对本公司产生认同感，进步消费者的满足程度。

3.创造区域上风。其主要的策略是以区域型的经营使其在区域的相对规模变大，在区

域内取得较高的竞争地位，求得生存的空间，垫定获利的基础，再求经营范围的扩大。

4.善于从投资设备中挖掘隐躲的利润增长点。

(三)本钱核算

在投资前充分做好各项前期预备工作可减少后期运作中出现意外状况的概率。资金、人力、场地这三个环节中任何一个出现题目都将直接影响到公司的发展。投进资金为元。

(四)经营障碍

1.资金不足导致公司基础建设落后。

2.作为新兴的广告公司，处于资金投进期和市场开拓初始起步期，是获得利润十分困难的主要原因。

3.公司团队整体实力需要作进一步提升。

4.着名度不高。

第四章公司治理

(一)组织结构

治理部：负责公司内部治理，进度调配，公司发展规划。

技术部：负责广告平面设计、商展招牌制作、广告喷绘、产品包装设计、展示制作。市场部：负责公司的对外广告宣传，形象策划。进步公司在社会的着名度。市场调查，分析研究。

信息部：负责与市场外围信息源联系，获取接触公司所需的广告业务信息。并采取与其签订协议的方式组成较稳定的公司资源。建立公司网站为公司的网上业务咨询服务、远程传播等建立基础。

财务部：负责公司的财政支出、收进业务，负责规划和建立完善的财务系统。培训部：负责对公司内部职员的技术和业务方面的培训。

摄影部：负责公司对外广告摄影业务。

人力资源部：负责完善接触广告公司的人事制度。培训公司内部职员。

(三)风险分析

1.外部风险

有限的资金资源：

建立一个公司所需资金量大，同时也需要维持它运转的资金。一旦资金资源不足，无法按照预定计划到位，那么公司将无法运转建设。

2.市场风险

市场的巨大变化：

激烈竞争所带来的后果就是市场的高度细分，个性化消费正在取代大众消费成为市场的主流。面对高度分化的市场，对广告业来说，广告越来越难做了，而对企业而言，则是广告在企业与消费者沟通方面的作用降低了。随着新科技不断涌现，广告的模式和设计也日新月异。最基本的广告牌底材也千变万化。

市场的不确定性：

一开始，目标客户可能还存在信任与习惯的障碍，因而要让目标客户在短期内接受并委托接触广告公司为之服务，困难还是比较大的。

寻求与其他大中型广告公司合伙的不确定性：

成都其他大中广告公司能否接受我们的合伙计划，并为我们公司提供技术、治理、资金等方面支持困难较大。

3.公道性和可实现性

广告业是一个社会效益和经济收益率都非常高的企业，而成都的广告行业的发展得并不规范完善，竞争程度较低。

第四章财务分析

(一)资金来源

资金来源：项目总投资5万元人民痹冬自筹资金5万元。

形式：

(1)中短期融资，限期偿还本金加分红。

(2)合资、合作、股份制。

(二)方案及回报

1.内部收益率40%，投资回收期2年。

2.以个人向朋友融资(也可以以公司名义)，融资方不参与公司建设、治理和运作。

融资回报方式：两年内还本，按公司红利进行5%分红。

3.互联网广告

(1)banner(旗帜广告)：

旗帜广告是一个表现商家广告内容的图片，放置在广告商的主要页面上，是互联网广告中最基本的广告形式，一般是使用gif格式的图像文件，可以使用静态图形，也可用多帧图像拼接为动画图像。

设计用度：500元/个(起)

(2)button(按钮广告又称logo广告)：

一般制作成企业的标识，可以根据客户的需求直接链接到相关页面，适合有一定着名度的企业在网上开展宣传。设计用度：200元/个(起)

(3)floatingicon(移动图标、浮动广告)：

可以根据广告主的要求并结合网页本身特点设计浮动轨迹，广告形式多样，表现形式灵活，既可以以产品图片或企业标识出现也可以根据产品特点形象设计，有很高的曝光率，是目前网上广告中用户青睐的广告产品。

设计用度：300元/个(起)

(4)openingwindow(弹出式广告)：

网络广告主流，即打开页面时跳出的广告页面，无需点击即可链接到相关页面以发布更多内容。

设计用度：800元/个(起)，完成其它业务(包括市场调查等)委托所获取的佣金，报刊杂志广告代理费收进。

第五章创业团队

(一)创业团队简述

项目建议人等对所述广告策划及广告传媒有深进研究，相关团队职员有实验性运作实践并坚持了较深进的业务接触。

(二)创业计划表述

这份公司的创业计划大致描述了创业者的经营理念，今后，我们的一切决策后将来自高层之间的互相启发。我们正进行公司前期的预备工作，我们将进行技术和治理方面的储备。

**创业项目计划书篇九**

本计划书在对cc市二手车经营情况和cc长力汽车销售有限公司具体情况分析的基础上，运用swot模型分析公司在经营二手车业务上的优势、劣势和公司外部环境存在二手车经营的机会、威胁。

并制定二手车经营方案，包括：

公司经营二手车的目标市场、市场定位、进入方式、价格策略、经营目标、建立营销渠道和促销策略。

目标市场：

cc市及周边地区中高等收入的消费者。

市场定位：

为中高等收入的消费者提供优质的二手车并提供优质全面的服务。

进入方式：

作为cc本田的特约经销商，在cc本田汽车有限公司的统一指导下，秉承cc本田经营理念和严格的技术质量担保体系、科学规范的服务流程、诚信透明的服务机制，以二手车品牌经销商方式进入市场，对cc本田系列汽车二手车业务实行品牌化的管理和国际化操作流程，利用现有的场地、资金和人员，加以拍卖、代售等有效补充形式，开展cc本田系列二手车的经营。

价格策略：

cc本田系列车型的二手车由于在厂家的统一指导下，对二手车进行全面系统的检查、检测和保养，并由厂家提供一定范围的保修服务和享受新车一体化的售后服务，在市场经营中处于产品质量领先的地位，并在cc本田的品牌效应下，可以把利润水平确定在高于目前二手车市场平均利润水平之上。

经营目标：

在既定的进入方式和价格策略之下，公司二手车项目经营的第一年目标为销售160台，销售额2560万元，以后每年按20~30%的幅度增长。

营销渠道：

经营二手车业务中，由于公司既直接面对消费客户有面对其它二手车的零售商，因此，公司的渠道既有零级渠道即直接面对客户又有一级渠道即面对零售商。

**创业项目计划书篇十**

“再苦不能苦孩子,再穷不能穷教育”的观念已经深入每个中国家庭的心中，随着中国经济的增长，教育在家庭消费中的比重也越来越大。目前，中国的教育市场持续火爆。国内各类教育机构不断涌现，国外教育机构也以各种名义进入中国市场。

所以可以预见中国的学前教育市场，一方面孕育着巨大的机遇，另一方面也要求向着合法化、规范化、规模化、品牌化发展。这就为一些有实力、有远见的投资者展示了一个广阔的市场前景，提供了一个难得的发展机遇，这进一步拓宽了学前教育市场。

xx省xx县东邻老城区，西靠工业园，北接丝网城，现居住人口30人万，其中80后人群占有率30%，且居民家庭经济条件较好，生活水平较高，据不完全统计，其家庭平均年收入在3万元左右。

目前附近已有多座公办幼儿园分别在建；一个第三小学（私立）幼儿园，有三个300平米左右的小型幼儿园。四个幼儿园的孩子合计1200人左右。随着近几年80后人群生育期的到来，幼儿园适龄儿童迅速增加，该区域的幼儿园建设仍需要大力发展。

幼儿园教育内容：

打造国际科学课程，建立丹麦与国内的大型活动设定（4--6）岁；组织儿童吉尼斯比赛

坚持推广幼儿园五大领域课程

（一）第一阶段

1、办公地点

2、办公人员（3名）执行1名教案2名

3、编写课程试运行版（2-3月）

4、课程落地，联系幼儿园免费运行及修改

5、课程正式版本印刷并在北京推广，推广客户群锁定渠道为幼儿园和早教机构。

（二）第二阶段

1、设立北京分公司或直营校

2、建立课程体系，由浅入深形成阶梯（师资培训；课程研发；专家团队；丹麦支持；

3、大型活动:例如吉尼斯、丹麦活动等等。

1、引导幼儿对身边常见事物和现象的特点、变化规律产生兴趣和有探究的欲望。

2、为幼儿的探究活动创造宽松的环境，让每个幼儿都有机会参与尝试，鼓励他们大胆的提出问题，发表不同意见，学会尊重别人的观点和经验。

3、提供丰富的可操作的材料，为每个幼儿都能运用多种感官、多种方式进行探究提供活动的条件。

4、通过引导幼儿积极参加小组讨论、探索等方式，培养幼儿合作学习的意识和能力，学习用多种方式表现、交流、分享探究的过程和结果。

5、引导幼儿对周围环境中的数、量、形、时间和空间等现象产生兴趣，建构初步的数概念，并学习用简单的数学方法解决生活和游戏中某些简单的问题。

6、从生活或媒体中幼儿熟悉的科技成果入手，引导幼儿感受科学技术对生活的影响，培养他们对科学的兴趣和对科学家的崇敬。

依据自己的经济实力，有选择地在当地媒体，通常是电视台、报纸、室外广告牌上做宣传。利用六一儿童节、元旦等节日免费为幼儿发放印有幼儿园名字的背心、小奖品等等。采用以上的促销手段，投资不大，但对吸引家长、扩大知名度很有效果。

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