# 最新创业项目计划书(大全15篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2024-08-12

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。创业项目计划书篇一一、项目公司与关联公司二、公...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

**创业项目计划书篇一**

一、项目公司与关联公司

二、公司组织结构

三、公司管理层构成

四、历史财务经营状况

五、历史管理与营销基础

六、公司地理位置

七、公司发展战略

八、公司内部控制管理

一、产品/服务描述(分类、名称、规格、型号、产量、价格等)

二、产品特性

三、产品商标注册情况

四、产品更新换代周期

五、产品标准

六、产品生产原料

七、产品加工工艺

八、生产线主要设备

九、核心生产设备

十、研究与开发

1. 正在开发/待开发产品简介

2. 公司已往的研究与开发成果及其技术先进性

3. 研发计划及时间表

4. 知识产权策略

5. 公司现有技术开发资源以及技术储备情况

6. 无形资产(商标知识产权专利等)

十一、产品的售后服务网络和用户技术支持

十二、项目地理位置与背景

十三、项目建设基本方案

一、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)

二、产品原料市场分析

三、目标区域产品供需现状与预测(目标市场分析)

四、产品市场供给状况分析

五、产品市场需求状况分析

六、产品市场平衡性分析

七、产品销售渠道分析

八、竞争对手情况与分析

1、竞争对手情况

2、本公司与行业内五个主要竞争对手的比较

九、行业准入与政策环境分析

十、产品市场预测

一、项目执行战略

二、项目合作方案

三、公司发展战略

四、市场快速反应系统(iis)建设

五、企业安全管理系统(she)建设

六、产品销售成本的构成及销售价格制订的依据

七、产品市场营销策略

1、在建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略与实施

2、在广告促销方面的策略与实施

3、在产品销售价格方面的策略与实施

4、在建立良好销售队伍方面的策略与实施

八、产品销售代理系统

九、产品销售计划

十、产品售后服务方面的策略与实施

一、项目产品制造情况

1. 产品生产厂房情况

2. 现有生产设备情况

3. 产品的生产制造过程、工艺流程

4. 主要原材料供应商情况

二、项目优势分析

三、项目弱势分析

四、项目机会分析

五、项目威胁分析

六、swot综合分析

一、组织结构

二、管理团队介绍

三、管理团队建设与完善

1. 公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制

2. 是否考虑管理层持股问题

四、人员招聘与培训计划

五、人员管理制度与激励机制

六、成本控制管理

七、项目实施进度计划

一、经营管理风险及其规避

二、技术人才风险及其规避

三、安全、污染风险及控制

四、产品市场开拓风险及其规避

五、政策风险及其规避

六、中小企业融资风险与对策

七、对公司关键人员依赖的风险

一、项目中小企业融资需求与贷款方式

二、项目资金使用计划

三、中小企业融资资金使用计划

四、贷款方式及还款保证

五、投资方可享有哪些监督和管理权力

六、投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间

(每一项财务数据要有依据，要进行财务数据说明)

一、财务分析说明

二、财务资料预测(未来3-5年)

1、销售收入明细表

2、成本费用明细表

3、薪金水平明细表

4、固定资产明细表

5、资产负债表

6、利润及利润分配明细表

7、现金流量表

8、财务收益能力分析

8.1 财务盈利能力分析

8.2 项目清偿能力分析

一、分析方法的选择

二、收益年限的确定

三、基本数据

四、无形资产价值的确定

**创业项目计划书篇二**

项目名称：

申请人：

联系地址：

联系电话:

电子邮件:

提交日期：

摘要

请简要叙述以下内容：

1.项目基本情况(项目名称、启动时间、主要产品/服务、目前进展。)

2.主要管理者(姓名、性别、学历、毕业院校、毕业时间，主要经历。)

3.研究与开发(已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的经费及今后投入计划)

4.行业及市场(行业历史与前景，市场规模及发展趋势，行业竞争对手及本项目竞争优势。)

5.营销策略(在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的措施。)

6.产品生产(生产方式，生产工艺，质量控制)

7.财务计划(资金需求量、使用计划，拟出让股份，未来三年的财务预测和投资者回报。)

项目名称：

启动时间：

准备注册资本：

项目进展：(说明自项目启动以来至目前的进展情况)

主要股东：(列表说明目前股东的名称、出资额、出资形式、单位和联系电话。)

组织机构：(用图来表示)

主要业务：(准备经营的主要业务。)

盈利模式：(详细说明本项目的商业盈利模式。)

未来3年的发展战略和经营目标：(行业地位、销售收入、市场占有率、产品品牌等。)

2.1成立公司的董事会：(董事成员，姓名，职务，工作单位和联系电话)

2.2高管层简介：董事长、总经理、主要技术负责人、主要营销负责人、主要财务负责人(姓名，性别，年龄，学历，专业，职称，毕业院校，联系电话，主要经历和业绩，主要说明在本行业内的管理经验和成功案例。)

2.3激励和约束机制：(公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制和奖励措施。)

4.1项目的技术可行性和成熟性分析

4.1.2项目的技术创新性论述

(1)基本原理及关键技术内容

(2)技术创新点

4.1.2项目成熟性和可靠性分析

4.2项目的研发成果及主要技术竞争对手：(产品是否经国际、国内各级行业权威部门和机构鉴定;国内外情况，项目在技术与产品开发方面的国内外竞争对手，项目为提高竞争力所采取的措施。)

4.3后续研发计划：(请说明为保证产品性能、产品升级换代和保持技术先进水平，项目的研发重点、正在或未来3年内拟研发的新产品。)

4.4研发投入：(截止到现在项目在技术开发方面的资金总投入，计划再投入的多少开发资金，列表说明每年购置开发设备、员工费用以及与开发有关的其它费用。)

4.5技术资源和合作：(项目现有技术资源以及技术储备情况，是否寻求技术开发依托和合作，如大专院校、科研院所等，若有请说明合作方式。)

4.6技术保密和激励措施：(请说明项目采取那些技术保密措施，怎样的激励机制，以确保项目技术文件的安全性和关键技术人员和技术队伍的稳定性。)

5.1行业状况：(发展历史及现状，哪些变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策导向和限制等。)

5.2市场前景与预测：(全行业销售发展预测并注明资料来源或依据。)

5.3目标市场：(请对产品/服务所面向的主要用户种类进行详细说明。)

5.4主要竞争对手：(说明行业内主要竞争对手的情况，主要描述在主要销售市场中的竞争对手，他们所占市场份额，竞争优势和竞争劣势)

5.5市场壁垒：(请说明市场销售有无行业管制，公司产品进入市场的难度及对策)

5.6 swot分析：(产品/服务与竞争者相比的优势与劣势，面临的机会与威胁)

5.7销售预测：(预测公司未来3年的销售收入和市场份额)

6.1价格策略：(销售成本的构成,销售价格制订依据和折扣政策)

6.2行销策略：(请说明在建立销售网络、销售渠道、广告促销、设立代理商、分销商和售后服务方面的策略与实施办法)

6.3激励机制：(说明建立一支素质良好的销售队伍的策略与办法,对销售人员采取什么样的激励和约束机制)

7.1产品生产(产品的生产方式是自己生产还是委托加工，生产规模，生产场地，工艺流程，生产设备，质量管理，原材料采购及库存管理等)

7.2生产人员配备及管理

9.1股权中小企业融资数量和权益：(希望创业基金参股本项目的数量，其他资金来源和额度，以及各投资参与者在公司中所占权益)

9.2资金用途和使用计划：(请列表说明中小企业融资后项目实施计划，包括资金投入进度，效果和起止时间等。)

9.3投资回报：(说明中小企业融资后未来3 -5年平均年投资回报率及有关依据。)

9.4财务预测：(请提供中小企业融资后未来3年项目预测的资产负债表、损益表、现金流量表，并说明财务预测数据编制的依据。)

**创业项目计划书篇三**

1、 花店使命

和幸福送到千家万户。为人类创造最佳生活环境！

2、公司目标

立足学校，服务学生，辐射达州。创建完美花店。

本花店将用一年的时间在学校的消费者中建立起一定的知名度，并努力实现收支平衡。在投入期仅选择达州职业技术学院作为试点市场，该区市场容量在7000人以上，较有代表性，试点时间为一个半月。当模式成功后，大力推广，并加以网上销售。经过3到6个月的运营后再扩张到其余的市场。

1、行业分析

\"完美花店\"是由在校大学生推出的面向达职院7000人在校大学生的服务花店，因此目标消费者定位为在校大学生。因此，暂定的目标消费群以达州职业技术学校大学生为重点，将来逐步扩大市场，以达州职业技术学院为例，各类在校生近7000人，再加之四川文理学院在校大学生近3万余人，共有近4万的目标消费者。目标市场的容量将是相当可观的。

2、调查结果分析

本花店对达州的各高校大学生为重点进行客户分析，主要采取问卷调查和个别访谈的方式。此次我们共发出问卷50份，收回40份。由于时间有限，问卷数量不多，但还是从一定程度上反映了广大消费朋友的消费心理和需求。

**创业项目计划书篇四**

随着人们对于美的追求越来越高，美甲店已经深入到爱美女性的生活当中，无论是参加婚礼还是朋友聚餐，甚至出门逛街，女孩子们都爱把自己打扮的漂漂亮亮的，因此，对于创业者来说开家美甲店是个不错的选取。

应对这样一个巨大的女性消费市场，然后各行各业的投资者都在摩拳擦掌准备进入或已经跨入，但是单纯依暴利和投机经营的初级模式已不可行。那么，靠什么来吸引顾客呢专业，诚心，超值，未来的美甲行业经营发展将以品牌化，专业化和规模化为主流方向。

美甲店铺经营定位将呈现以下的几种形式：实力雄厚的品牌经营、产品公司的美甲服务示范店、整合美甲服务的综合美甲店铺、个人品牌命名的信誉店。

注意：美甲店铺的定位越准确，越容易被顾客记住。能够带给个人化的超值服务潜力是美甲店铺经营的制胜之本!

消费者在选取美甲店铺的时候一般会注意这样几点：

(1)看美甲店铺的专业水平;

(2)看美甲店铺的服务水平;

(3)看美甲店铺的环境;

(4)看美甲店铺的美甲师的潜力和名气;

消费者对美甲店铺有这样几个要求：

(1)普遍的消费者都期望美甲店铺在专业技术方面有所提升;

(2)一部分人期望美甲店铺的服务环境有所改善;

(3)大多数人期望美甲店铺提升美甲师服务水平;

(4)很多的消费者都期望美甲店铺提升美甲师整体素质;

(5)也有一部分顾客期望美甲店铺能够改善服务种类

超过百分之六十的顾客对我们美甲师的服务和整体素质不满，然后期望得到改善，这也从侧面反秧出我们顾客流失的原因。

顾客选取美甲店铺的途径;

(1)透过自己的详细了解和亲身体验而理解的人数占大多数;

(2)透过美甲师的介绍而理解的占一部分;

(3)透过朋友介绍而理解的又占一部分;

(4)还有的是透过看杂志，电视，广告慕名而来的。

绝大数的顾客认为美甲师的服务水平一般，这就给我们行业提出了一个挑战;谁能够让大多数的顾客满意，谁就有机会拥有着巨大的市场。是我们每一位经营者都要深思的问题。

(1)从业人员的年龄偏小，缺乏社会经验;

(2)工作技能不高，可又随时想找一个好一些的工作;

(3)美甲店铺太小，环境单调，渴望去大的美甲店铺;

(4)老板经验不足，频繁的变动员工的工资和提成，给员工一不信任感;

(5)不断出现新的竞争对手，她们的工资水平高，然后店铺装修的环境好，材料和设备领先，这些都对年轻的美甲师有着强烈的吸引力。

在这个行业中，好的店铺还是人员培训上下了很多工夫的，同时也有自己的方法留住那些优秀的美甲师。但是，在那些缺乏管理，缺乏诚心的店铺，依然有超多的美甲师流失。其中原因固然很多，单做为我们经营者，是否就应检讨一下自己呢，我们的员工在我们心中到底处于一个什么样的位置了解我们员工心中的理想选取是什么，需要怎样样去解决现实存在的最根本问题。

(1)在美甲店铺中，美甲师与美甲师助理的技术和服务要与顾客的需求有很好的配合，不管是哪个店铺，要想创造出良好的服务环境都需要全体员工的用心配合。

(2)每一位美甲师都要很清楚自己的工作并能够很好的完成它。

(4)美甲师能够准确的抓住顾客的需求，然后并建立起顾客对自己的信任，从而使客户相信这是一家专业的美甲店铺。

(5)每一位美甲师都就应相信;她为顾客所带给的服务是顾客所需要的，并且是对顾客有利的，而不是认为自己是在欺骗顾客的钱财。

诚心，不仅仅仅是美甲师对客户的表现，同时也是每一位美甲师建立在人品上的一种信誉，而每一位美甲师都是老板人格品行的见证人，她们因此决定，选取自己的前途，单从这一点上看，人员流失很大的美甲店铺，不是美甲店铺老板的潜力有问题就是老板的人品有问题。

(6)美甲师要学会与顾客的有效的沟通，在学会有效沟通技巧的同时，也要学会换位思考，站在顾客的角度来领会顾客的需求，从而真正的满足顾客的需求。

(7)美甲师与顾客之间就应持续一种信任与信服的关系。然后美甲师对客户展露的亲情和热情只能让顾客产生信任，其实，这也是种敬业的态度，大部分的美甲师是能够做到这一点的，然而，我们的顾客还需要我们在沟通的过程中表现出专业的一面，这样才会让顾客有信服感。

但要注意，顾客与美甲师之间太亲热，会使顾客失去对美甲店铺的距离，从而没有办法谈价格，同时也失去了我们的专业性。因此，我们要提高我们的专业性，让客人为我们的专业而买单。

(8)美甲店铺就应拥有自己的价值观和文化准则，所有的美甲师都就应明白和了解企业的经营及服务的目标和方向。

(9)美甲店铺要有一个准确的而独特的经营定位，这样才能够使企业在竞争中立于不败。

**创业项目计划书篇五**

随着我国大学生人数的不断增加，大学生毕业后所面临的就业压力也越来越大。因此，大学生在校期间就必须不断找机会锻炼自己，增长才干，积累经验，为将来找工作打下基础。为了能够给在校大学生提供更多的实习机会，我们预备创建一个专门针对大学生的兼职网站。这个网站的宗旨是为大学生提供正确的兼职信息，方便他们在课后之余能够轻松找到一份兼职。这样，一来，省往了大学生寻找兼职的麻烦和轻易上当的危险;二来，大学生可以在这个网站上轻松找到适合自己的兼职。

网站名称:××大学生兼职网

网站域名：××××××××

网站宗旨：以免费帮助长沙所有大学生寻找兼职为己任，旨在通过科学、专业、真实的网页信息来架起大学生与人才需求者之间沟通的桥梁。让学生能够在工作中锻炼自己，让人才需求者能够获得最好的大学生兼职服务。

网站目标：打造成为××最专业的，最真实的大学生兼职网

创业理念：“××大学生兼职网”目前处于调查研究和规划的阶段。创立这个网站的灵感来自于自己在学校的观察以及和同学们的接触得知：现在，越来越多的大学生希看在课余时间能够找一份兼职，可目前，××还没有一个专门专业的大学生兼职网站来为他们提供真实可靠的兼职信息，这种供需矛盾体现得就越来越明显。为了缓解这种供需矛盾，让大学生在通过网上中介机构寻找兼职工作的时候不上当受骗，创建这个“××大学生兼职网”的想法就应运而生。

网站服务：

1.专业化的兼职信息服务

为人才需求者发布兼职招聘信息。当有个人或者公司可以提供兼职岗位时，他们班长辞职申请书可以和公司联系，经过确认后，公司会及时正确的将兼职信息发不到网站。这样，人才需求者就可以很方便快捷地获得需要的人才。

为在校大学生提供真实的兼职信息。当有大学生想寻求一份兼职时，他们可以通过这个平台到适合自己的工作。

2.个性化的兼职技能培训。我们团队会为每一位即将做兼职的同学提供免费的专业的兼职技能培训，始每一个同学能在自己的兼职岗位上快速熟悉该工作。

摘要：大学生从事兼职工作，目前已呈现多元化的发展趋势，越来越多的大学生通过网站的中介机构寻找兼职工作，也有不少企业或个人通过中介机构招聘兼职职员。通过对中介机构，企业，学校和学生的调查，对大学生在兼职过程中出现的题目，秉着维护学生利益的原则提出了针对性的看法和建议。

1.研究方法

本次调查以工商大学的在校大学生为主，采用随机抽样的方法选取调查对象，发放调查问卷一百份，回收有效问卷90份，回收率为90%。另外，我们还通过走访，面谈等方式对中介机构和学生进行了访谈。最后，对回收的问卷进行整理和分析。

2.调查结果及分析

我们的问卷显示，大部分的学生都有寻找一份兼职工作的意愿。而其中，希看通过中介机构寻找兼职工作的学生所占比例最大。学生和企业宁愿付给中介机构相关的用度来选择。这是什么原因呢?我们以为这主要是信息不对称造成的。

企业需要为其从事某些短期或零散工作的学生，却找不到好的途径;学生渴看能够到企业往锻炼自己的能力却又苦于没有门路。而中介机构，正是在这种情形下应运而生。它作为穿针引线的媒介，通过获取企业和学生的需求信息，为这两方提供必要的联系，并从中获取中介用度。所以，中介机构的存在是社会发展的必然。因此，我们创建这个“××大学生兼职网”也是基于此。

3.大学生兼职市场基本情况

1.兼职中介市场治理混乱

固然近几年，我国的中介机构发展异常火热，但是也存在很大的治理题目。一些人违法建立一些私人的网上中介机构，欺诈学生。而受骗学生却无处申诉。我们查阅了有关的法律资料，发现与兼职中介有关的法律条款很少，所有就有了很多不法分子通过网站提供的虚假招聘信息骗取钱财。

2.网上兼职中介机构的诚信度难以保证

据我们的调查，有72%的大学生表示，大多数的中介网站都需向学生收取中介用度。而且，中介网站在收取用度后并没有向学生开收据和发票。一旦发生纠纷，大学生将处于极其不利的地位。

3.供需严重失调

根据调查，20xx年大学生兼职中介的用度大多在50元，而现在，中介用度已上涨到100元以上。而供需失衡是造成价格上涨的重要原因。这种供需失衡体现在：越来越多的大学生渴求找到一份兼职，越来越多的企业需要临时的劳动力，而能够为双方提供一个真实安全的兼职网络平台却少之又少。

4.目标市场

1.在网站初期建设阶段，将目标定位为工商大学以及学府路的几所高校的大学生

5.建设进度

(1).预备阶段：1组建网站内部职员，内部职员由五六个人组成，以进股形式参与网站治理。

3.选择好办公场地，购置办公用品以及网站建设方面的用品

(2)筹建阶段：1.对网站域名申请注册

2.在工商大学以及学府路各高校进行网站的宣传及推广

3.在长沙各个学校，商场，店展进行网站推广

4.待网站推广成功后，我们将把各个企业的兼职招聘信息进行网上公布，各位大学生可在此寻找适合自己的工作。

(3)扩展阶段：网站初具规模后，我们将加大宣传力度，将目标市场扩大到整个长沙高校。

6.竞争分析

1)上风：a.参与这次创业的团队成员都是在校大学生，所以在本校推广时会比较轻易得到同学的信任和支持。

b.网站提供的兼职信息都是事先和长沙各至公司合作之后得到的，所以在兼职信息的真实性上能够得到保障。并且，网站提供的所有信息都是免费的，这就更增加了网站的可信度。

c.网站会给学生提供免费的全方位的兼职培训服务，所以在同行业方面会更有竞争力。

b.现在已有多家大型的比较成功的兼职信息提供网站，如51job,58同城等，所以在竞争方面处于弱势。

3)机遇：a.目前的大多数这方面的网站提供的兼职信息都是附带的，不够专业

4)挑战：假如网站做得比较成功，势必会面临其它网站的压力和打压

（1）组织结构

内部职员由四到五人组成，视情况可增减职员。其中，两名治理成员负责网站的整体运作以及对外的交流题目;两名网站维护职员负责网站的维护和兼职信息的发布;一名财会职员负责网站的资金活动;一名后勤职员负责网站各方面的题目。

（2）人力资源

1)资金来源

网站以进股形式筹集资金，由内部治理职员共同出资组建网站

2)本钱核算

a.网站的域名用度(由本人视网站的发展情况而定)

b.为维持网站各方面正常运转的用度

c.网站初期的宣传用度(包括传单费，发传单职员的工资，以及其它宣传类型的用度)

3)投资风险

a.网站的经营和治理假如出现题目，可能导致网站陷进危机

b.网站的推广面临巨大挑战，假如推广不成功，所有的投资都将白费

c.网站的维护方面面临巨大的挑战

4)团队收进

a.广告收进：网站可以通过各种方式发布一些广告，从而获得收进

b.通过与各公司合作取得收进：网站帮助公司发布兼职信息，获得收进

2)创业计划表述

网站名称网站宗旨网站服务网站成员构成

网站建设职员：2名

财会职员：1名

后勤职员：1名

**创业项目计划书篇六**

创业是一种需要创业者组织经营管理、运用服务、技术、器物作业的思考、推理和判断的行为。下面是小编为大家整理的关于创业项目计划书，希望对您有所帮助。

名称：赣州市吉埠\_\_养殖中心

位置：赣县吉埠镇

发展背景：国家目前重视三农，农业政策好，自身来说，是农村户口，有自己的田地

基地优势：位于浅丘地带，河流边.土壤肥沃，一年降水量平合，灌溉方面，水源清洁。大田多，租金低。全国市场大，供不应求。

发展模式：初期主要以养殖泥鳅为主，在泥鳅养殖技术达到较高的水平和拥有稳定的市场时扩大养殖规模，具体扩大多少亩以当时的财力和土地政策而定。再打造养殖泥鳅的品牌。

成熟时期时开创一条副业和产业链。寻求更高的平台。

发展理念：以科学的思想去发展，以生态养殖为优势，以绿色农业为导向。不断的创新上进，创立自己的品牌。机械化操作程度提高，灌溉机械化，育苗科学化。

主要技术：土壤的测量，肥力，ph值。用水要无污染，取水方便，育苗有方法。品种的选择。采收，清洗(干净水，计划井水)，打捞。

发展阶段：

第一阶段：到专业的地方学习技术，在离家近的水田养殖泥鳅，要求保本，寻求市场，进出口通道，市场调查。投入10万(租地、材料、建田、麦苗、人工费、运输费)

第二阶段：时机成熟时，二年。建立养鱼场、甲鱼场等其他水产。发展水田剩余经济价值。

第三阶段：发展农家乐

行动规划：

首先，1.选址及规划。2.挖池塘。3.做隔离。

其次，1.选种，安排买苗品种、途径、时间。2.建设场所。购买设备。温度计，湿度计。3.挖井4.食物。

投资预算：10万

人员：固定人员2名，员工根据情况要求需要安排：聘请临时人员。

市场：批发以赣州市为主，赣州菜市场及各饭店(特色菜)，其他周边城市为辅。合伙人负责零售，我负责送批发。等我们形成规模，产品可以销售的更远。

运输工具：小型货车及三轮摩托车

销售技巧：抓好品牌和质量。

在销售总结下，品牌的作用非常重要。销售上必须注意信用，绝不能缺斤少两。只能多给，不能少给。

在宣传上，我们属于大学生创业，再者在电视台和报纸都有关系，可以免费给我们宣传。

风险：养殖业的风险高，所以我们以养殖业和副业相结合。以达到生态平衡。

后记：我们是大学生创业，既然选择了农业，那么我们就必须以现代的理念去建立，去经营。在思路上必须开阔，眼光必须长远。以及我们的目标不仅仅是个人致富，在我们致富的同时，必须尽力带动乡亲的富裕，必须有着大家富才是真的富的理念。选择三农，不仅仅是因为我需要在农业上创业，也是因为我是农民的儿子，我对三农的感情很深。

每个人心中都有一个创业梦，很多人都苦于无从下手。为此，好范本-范文大全小编特意为读者朋友们整理了关于syb创业计划书范文和材料，希望对您有帮助。

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20\_\_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)

一、市场预测：

二、市场需求：

三、市场动态：

四、具体生产：

五、饭菜质量：

六、经济效益：

七、投资风险：

八、公司的发展前景：

九、公司的运转机构：

十、公司的破产处理：

公司目的：

以赢利为目的，确保环境不被污染。

一、市场预测：

现在市场竞争是非常激烈的，各种方案和计划的投入可真谓是鱼龙混杂。每位经营者都想站市场的熬头，但是往往不能如愿以偿。现在许多的餐馆都面临着一个很大的难题，就是餐具的用前的取得和用后的处理。于是我们就想到了吃东西的时候连餐具一起吃了。不管怎么样，一切在我们尝试就会知道，我们相信我们的想法是可以实现的。因为我们的市场还有待开发，还需要各种新方案的投入，这是不容质疑的。

二、市场需求：

由于现在的市场上已经出现了一种让人们都无法想像的事儿.比如说,因为筷子的事儿每年不知道要砍倒多少棵树木,还有就是不知道要有多少环境被污染.这些现象都是我们生活的餐馆里面的那些不好的做法与那些不负责任的做法造成的。才让我们的环境受到那么多的污染.我们现在已经知道是怎么一会事,我们就应该拿出一定的方案来解决这些不良的现象。不能再让那些污染环境的行为延续下去了。

民以食为天，身体是革命的本钱。我们每个人每天都要吃饭，而且每个人都想吃上清洁卫生的饭，所以开餐馆的前景是辉煌的。餐馆是为人们提供一个吃饭的地方,然而在我们的世界里每个人每天都要吃饭,也就是说我们的市场上巨大的,我们的客人是多的,我们的生意是有得做的,我们餐馆的明天是辉煌的,前途是光明的。

三、市场动态：

最近的餐饮业市场呈现一片蒸蒸日上的景象。我们有理由相信餐馆市场的明天会是更加美好的。

如果我们能找到一种新的东西来替代筷子等餐具的话,那么我们的环境将会发生大大的变化,我们也将会在市场上找到一条新的路子，让大家能吃上各种清洁健康有营养的食物。

四、具体生产：

我们提出的一种新的提法就是在现有的食物中加入一种凝固物让餐具具能够吃,又能用来代替餐具的功能。这样的话,我们就不存在污染环境的问题,我们的环境就也不会因此而受到污染。人们生活在这样的环境中也才会感到舒适。人们来餐馆吃饭的时候也将会感到放心、舒心。

五、饭菜质量：为了顾客的健康，我们的饭菜质量卫生都是保证的。我们的餐桌就是高温离子机，将要吃的餐具彻底消毒。而且我们的餐具也是美味可口的，让你吃上卫生舒适可口的饭菜。给你一个满意的答复!

六、经济效益：

都说生意不会做，本钱是师傅。不管怎么样经济利益是我们做的直接目的。我们公司可以把用去买餐具的那一大笔钱节约出来，还可以节省运输的费用，木材的消耗。更主要的是一次性餐具的处理和对环境影响的副面开销。我们不妨来算算：比如一天有一百个顾客，要用的餐具是一百套以上。餐具方面的开销就算一人要浪费一套，每套三元，就是三百元，还有处理的副面开销也是一笔至少五十元以上。而我们的餐具根本不用钱这样的经济效益应该可以让你满意了吧!

七、公司的投资风险：

餐馆的后勤工作是一个比较麻烦的事儿,服务人员可不能够马马虎虎的做事,员工必须尽职尽责，只有这样,餐馆的正常工作才能很好的得以开展.

八、公司的发展前景：

我公司本着以盈利为目的，以热情的服务态度为宗旨，以优质可口的饭菜面向每一位客户，我们有理由相信公司的明天会更好，公司的发展是前途无量的。它将以超前的脚步走在时代的前面。那怕再过数十年也不会落后，也是赶得上时髦的。

九、公司的运转机构：

十、公司的破产处理：

如果我们公司产业不能运转，或者在市场上没有客户，没有消费人群的话那么我们的公司在经公司全体股东大会的决定下就可以宣布公司破产或者注销公司。

一、项目摘要

你是不是不想每天都在食堂吃那些天天都一种口味的菜?

你是不是又不想到外面餐馆去吃那些美味却不太安全的饭菜?

你是不是想体验和同学一起下厨的神秘感觉?

大学生厨房就非常对你的口味，把你从烦闷徘徊中解脱。

同学们只要买来自己喜欢的菜肴，这里有完备的厨房设施和就餐设备，所有像家里一样的厨房设备和餐厅设备都一应俱全，营造了一个自由的空间，这是一个史无前例的、结构单一的，集中出租房灶台的店。它的结构鲜明，一个厨房四台灶，加一个餐厅，构成一个单元，一个店可由或多或少地几个单元组成，每个灶台在某个就餐时间可轮流由几组顾客使用。大学生厨房的成本比较少，每单元仅20\_\_-2500元/年大概可在一学期内收回成本，下半年的收益可用来扩展设备设施。

因为本项目专门针对大学生的饮食和娱乐问题所设计的，而且调查到很多同学，他们都很期待大学生厨房的开业，很愿意去尝试一下，并且说会每隔一段时间就会请朋友或和室友一起下厨。所以它的吸引力是无限大的。每年一届的新生又为大学生厨房增添新的顾客源，所以它将是经久不衰的。

它的规模可大可小，而且前景可观，成本低。可能随时没模仿，所以要严格管理各项工作，提升它的品味，不断地从原有基础上创新，从学生中不断反思和改革，来提高我们的竞争力。

它的管理模式很简单，分内外部管理。外部管理主要是宣传，和大中规模订租的合理安排;内部管理主要是为大学生厨房营造自由、洁净的气氛。

快来大学生厨房，和朋友一起享受下厨的快乐吧!

二、公司简介

1、性质：大学生厨房是一种面向全体大学生出租厨房的一种服务性项目。

2、设备设施：大学生厨房以单元制形式存在，一个单元有一个厨房和一个餐厅。一个厨房中有四个灶台，四套炊具和燃气灶，和一个砧板台，多套切菜工具，和一个橱柜，里面碗具、油盐等调料一应俱全，配备自来水龙头和多只篮、桶等洗菜工具，和几个油烟机;餐厅里有大小桌子五、六张，电风扇，饮水机，电冰箱，消毒柜，电饭煲，时时提供热饭。

3、项目服务内容：大学生们只要提着自己喜欢的菜来到大学生厨房来，根据时间或者规模交付一定的租金就可以到指定的灶台上去烹饪了，一个厨房四个灶台、可以同时烹饪。在一个中餐或晚餐时间内，一个灶台又可连续地让几组同学烹饪。这样一个单元的厨房：中餐时间(11：00-2：00)之间大概可以烹饪28(4个灶台\_7组/灶台)组同学。同学们可以在这里吃完再走，也可以带出去吃，一切自便。

我们大学生厨房还搭配有一个大冰箱，若是一个常客，且有吃不完的菜，或需要存储的剩菜我们将替他们存储，只需将它们密封好后放入一封闭的篮子，然后写上姓名或其他标记，放入冰箱即可，但因考虑到用电情况和冰箱空间问题，若存放的时间超过一天则支付2元/天的寄存金。

4、项目目的：大学生厨房的产生是我组深刻了解到很多大学生们抱怨食堂的饭菜天天一个样，味道不可口，没有一点新意，还有部分学生又觉得在外餐馆的饭菜，卫生状况不好，嫌油不多，而且价格不低。在只有两种选择的情况下，除了抱怨，只有抱怨，所以我们想到了大学生厨房这个既对大学生的口味，又锻炼大学生自己动手能力的厨房。

5、大学生厨房室内的装饰：可由学生来创造设计，设计核心为自由舒适，绿色环保。主要体现简单美。大学生自己种的花草，手工剪贴画，废物利用等些有创意的设计都可用来装饰大学生厨房。

三、组织人员管理制度

1、我们将顾客分为大、中、小规模。

大规模(20-40人)：如某班

同学聚会

，或者是某同学的生日，这样需要出租一个单元的大学生厨房，这需要提前预订。根据要求或者约定一个厨师来帮忙，或请个人来打理杂事。

小规模(1-10人)：随时安排厨灶。

2、在大学生厨房里，仅需雇佣一个中年的女性员工来打扫收拾大学生厨房，并且在大学生烹饪期间时时检验液化气灶台的安全性。

3、其他管理人员：宣传负责人，厨具、餐具负责人，财务管理人，顾客预订负责人，值班收银人员等均可由学生来担当。

4、若有大型的聚会或聚餐，可向顾客预订负责人提前预订，他/她可以提前做安排，中型的(10-20人)也由预订负责人安排，小规模的顾客群，则按先来后到使用灶台。

5、财务管理人，负责清算每星期水电费，煤气灶和雇佣人员费用和大学生厨房的总收益，适当调整价格，大、中型规模顾客群有固定的订租价格，根据预订厨房的次数来决定下周小规模顾客群前来做菜的租金。

6、政府批文：大学生厨房要获得营业执照，问题主要是卫生和安全。因为我们雇佣了人员来打扫大学生厨房和时时刻刻检验并教导学生使用液化气等危险设备，且在大学生厨房内配有灭火器、消防设备。安全和卫生本来就是大学生厨房核心管理的问题，所以能够取得政府批文的，若大学生由学生自主创业可向学校申请资金和批文。

第一章公司性质

(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。

一、创业目标

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。

**创业项目计划书篇七**

项目名称：

申 请 人：

联系地址：

联系电话:

电子邮件:

提交日期：

摘 要

请简要叙述以下内容：

1. 项目基本情况(项目名称、启动时间、主要产品/服务、目前进展。)

2. 主要管理者(姓名、性别、学历、毕业院校、毕业时间，主要经历。)

3. 研究与开发(已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的经费及今后投入计划)

4. 行业及市场(行业历史与前景，市场规模及发展趋势，行业竞争对手及本项目竞争优势。)

5. 营销策略(在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的措施。)

6.产品生产(生产方式，生产工艺，质量控制)

7. 财务计划(资金需求量、使用计划，拟出让股份，未来三年的财务预测和投资者回报。)

一 项目概况

项目名称：

启动时间：

准备注册资本：

项目进展：(说明自项目启动以来至目前的进展情况)

主要股东：(列表说明目前股东的名称、出资额、出资形式、单位和联系电话。)

组织机构：(用图来表示)

主要业务：(准备经营的主要业务。)

盈利模式：(详细说明本项目的商业盈利模式。)

未来3年的发展战略和经营目标：(行业地位、销售收入、市场占有率、产品品牌等。)

二 管理层

2.1 成立公司的董事会：(董事成员，姓名，职务，工作单位和联系电话)

2.2 高管层简介：董事长、总经理、主要技术负责人、主要营销负责人、主要财务负责人(姓名，性别，年龄，学历，专业，职称，毕业院校，联系电话，主要经历和业绩，主要说明在本行业内的管理经验和成功案例。)

2.3激励和约束机制：(公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制和奖励措施。)

三 研究与开发

4.1 项目的技术可行性和成熟性分析

4.1.2项目的技术创新性论述

(1)基本原理及关键技术内容

(2)技术创新点

4.1.2项目成熟性和可靠性分析

4.2项目的研发成果及主要技术竞争对手：(产品是否经国际、国内各级行业权威部门和机构鉴定;国内外情况，项目在技术与产品开发方面的国内外竞争对手，项目为提高竞争力所采取的措施。)

4.3 后续研发计划：(请说明为保证产品性能、产品升级换代和保持技术先进水平，项目的研发重点、正在或未来3年内拟研发的新产品。)

4.4 研发投入：(截止到现在项目在技术开发方面的资金总投入，计划再投入的多少开发资金，列表说明每年购置开发设备、员工费用以及与开发有关的其它费用。)

4.5 技术资源和合作：(项目现有技术资源以及技术储备情况，是否寻求技术开发依托和合作，如大专院校、科研院所等，若有请说明合作方式。)

4.6 技术保密和激励措施：(请说明项目采取那些技术保密措施，怎样的激励机制，以确保项目技术文件的安全性和关键技术人员和技术队伍的稳定性。)

四 行业及市场

5.1 行业状况：(发展历史及现状，哪些变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策导向和限制等。)

5.2 市场前景与预测：(全行业销售发展预测并注明资料来源或依据。)

5.3 目标市场：(请对产品/服务所面向的主要用户种类进行详细说明。)

5.4 主要竞争对手：(说明行业内主要竞争对手的情况，主要描述在主要销售市场中的竞争对手，他们所占市场份额，竞争优势和竞争劣势)

5.5 市场壁垒：(请说明市场销售有无行业管制，公司产品进入市场的\'难度及对策)

5.6 swot分析：(产品/服务与竞争者相比的优势与劣势，面临的机会与威胁)

5.7 销售预测：(预测公司未来3年的销售收入和市场份额)

五 营销策略

6.1 价格策略： (销售成本的构成, 销售价格制订依据和折扣政策)

6.2 行销策略：( 请说明在建立销售网络、销售渠道、广告促销、设立代理商、分销商和售后服务方面的策略与实施办法)

6.3激励机制：(说明建立一支素质良好的销售队伍的策略与办法, 对销售人员采取什么样的激励和约束机制)

六 产品生产

7.1产品生产(产品的生产方式是自己生产还是委托加工，生产规模，生产场地，工艺流程，生产设备，质量管理，原材料采购及库存管理等)

7.2 生产人员配备及管理

七 财务计划

9.1 股权中小企业融资数量和权益：(希望创业基金参股本项目的数量，其他资金来源和额度，以及各投资参与者在公司中所占权益)

9.2 资金用途和使用计划：(请列表说明中小企业融资后项目实施计划，包括资金投入进度，效果和起止时间等。)

9.3 投资回报：(说明中小企业融资后未来3 -5 年平均年投资回报率及有关依据。)

9.4 财务预测：(请提供中小企业融资后未来3 年项目预测的资产负债表、损益表、现金流量表，并说明财务预测数据编制的依据。)

八 风险及对策

11.1 主要风险：(请详细说明本项目实施过程中可能遇到的政策风险、研发风险、经营管理风险、市场风险、生产风险、财务风险、汇率风险、对项目关键人员依赖的风险等。)

11.2 风险对策：(以上风险如存在，请说明控制和防范对策。)

1. 前言

2. 点石成金

2.1 租赁经营

2.1.1 租清洁

节前假日家庭清扫需要的设备。

2.1.2 租轻松

亲友来访影响烧菜蒸饭，租厨师、餐具及全套服务。

2.1.3 租健康

年纪大或身体生病的市民，对节假日饮食起居变化的敏感，租血压器，血糖仪等医疗设备。

2.1.4 租潇洒

假日出行租用汽车、手机等。

2.2 生产经营

2.2.1 天纳豆腐粉

信息来源：都市快报20\*\*年3月13日第10版，记者岳富涛;

孵化中心：杭州上城创业中心;

发明人：杭州人陈永通;

其现有合作伙伴：杭州豆制品总厂;

联系人：副厂长胡杭。

3. 中小企业的“无品牌经营策略”

创名牌是一项耗费大量人力、物力和财力的长期工程。一个企业，尤其是实力较弱的中小企业如果不顾自身状况与条件，一味去争创名牌，很可能适得其反，得不偿失。

中小企业创名牌的制约因素

一、企业规模制约。大多数中小企业组织结构简单，规模较小，构成了创名牌的一大障碍。纵观世界名牌，无一不与巨型跨国公司相联系，国内涌现出来的一批名牌产品，也都归属于实力雄厚的大企业。规模经济是名牌企业的一个重要外部特征，一般来说，名牌的各种优势是通过规模经济才能有效体现出来的。

二、人员素质制约。我国大多数中小企业人员素质普遍偏低，创名牌是一个知识含量很高的系统工程，需要方方面面的专业人才，以训练有素的知识、思维、技能完成大量的实务工作，非专业人员难以胜任。

三、企业财力制约。创名牌是一项耗资巨大的工程，其中仅市场推广就需要巨额资金，大部分中小企业心有余而力不足。

四、时间制约。创名牌的工作是一项艰苦细致的工作，要耗费大量的时间，需要企业多年甚至十几年的不懈努力，大多数中小企业在短期内，特别是创业初期难以创出名牌。我国中小型企业目前大多数处于企业、改组、转制时期，如何在目前的市场竞争中找到适合自己的位置，事关生存与发展。从以上几方面分析可见，创名牌决非易事，而一般品牌很难与名牌竞争，“无品牌策略”则不失为一个可供选择的方法。

“品牌策略”主要有两种：“不使用商标”策略和“采用零售商品品牌”策略。

一、“不使用商标”策略

70年代以来，西方有一些日常消费品又回到了不使用商标的状态。商品之所以能不使用商标，一方面是因为有些企业的产品由于难以形成“产品差别”，或质量难以统一衡量，或消费者对质量要求不需进行特别的辩论，如电力、矿石、铁、坯等，从而使得使用商标的必要性大大降低;另一类是人们日常生活中经常接触的消耗类商品，不需要很高的品质，比同类商品售价低20—40%，具有低价格竞争优势。

美国的两家大零售商“w—mart”和“k—mart”近年来相继推出了无品牌商品大宗销售法，他们要求消费者成打、成箱或按一定的散装量购物，商品仅限于无品牌，甚至是无正式装璜包装的统货，价格相当低廉，因而十分畅销。此法迅速在美国、加拿大等国的超级市场上流行起来。据统计，美国35万家零售商店中，有10万家经销这样无商标的大众商品。我国消费者的主体仍是是城市广大的工薪阶层和农民，物美价廉的商品是他们首要选择。目前，我国仓储式购物中心大受消费者青睐就证明了这一点。

二、“采用零售商品牌”策略

零售商品牌是商业竞争发展到一定阶段的产物。它是零售商为了突出自身的形象，维持竞争地位，充分利用自身的无形资产和优势而采取的一种竞争战略。具体做法是零售商通过了解消费者信息、自行设计、开发产品，并选择生产企业进行生产，然后利用自我品牌把产品推向市场。在国外，采用零售商品牌已有几十年的历史。如英国最大的零售集团—马狮集团，共有800余家供应商为其生产圣米高商品，该集团在其所属近千家连锁店内出售———圣米高牌商品。大规模生产与大规模零售的有机结合，使马狮集团成为全欧洲最具创业精神及创新的企业，它使制造商与零售商之间建立了融于一体的关系。

我国目前一方面不断发展壮大大中型零售企业、连锁超市，另一方面存在大量生产能力闲置的中小型企业，日趋激烈的市场竞争将迫使制造商不得不逐渐采用零售商品牌策略策略，而零售商经营自有品牌必须有为其生产产品的大量生产企业，这就为零售商与中小企业合作，形成生产与流通的新型结合体创造了有利条件。

中小企业与大型零售商联系，“采用零售商品牌”优势。

一是价格优势。由于大型零售商拥有较高市场声誉，其品牌具有名牌效应，因而厂家在产品商标设计、注册、宣传、使用和保护等方面无需做更多工作，也无需大额投资，因而能以尽量低的价格供货。对于零售商来说，其进货渠道直接，省去了一些不必要的中间环节和相关费用，能降低进货价格。另外，零售商品的品牌与零售商品牌相对应，使假冒伪劣的可能性大大降低，从而大大降低商标保护的有关费用。

二是信誉优势。采用零售商品牌，产品在相应的零售商店内销售，零售商对其自有品牌的商品具有极强的控制力，并会给予足够的关注，较容易在质量方面给顾客提供保证。尤其是信誉良好的商店对消费者具有极大的吸引力，能增加消费者购物的安全感。特别是在假货泛滥的今天，信誉几乎成为质量的保证，消费者能否买得放心，已成为他们在不同零售商、不同品牌之间进行选择的重要因素，这些标以零售商品牌的商品，由于有信誉做保证，加上质优价低，极具竞争优势。

三是销售优势。采用零售商品牌可促使零售商为销售这些商品不遗余力。例如，零售商在销售式上可以将这些商品放在较优的位置，通过科学的商品陈列强化消费者的购买欲望。而当商品品牌和质量差别不大时，商品陈列位置与方式可能成为影响消费者选择商品的主要因素。

四是把握市场需求优势。由于零售商对其自身商品品牌高度关注，同时又直接与广大消费者打交道，占有大量的市场信息，能够及时把握消费者的需求变化，并及时反馈给生产企业，使生产企业在市场调研、产品开发等方面更加贴近市场，能生产出符合市场需求的产品，在竞争中变被动为主动，占据领先地位。

“无品牌策略”在我国崭露头角

一、无品牌商品的适用性。

在不使用商标品牌方面，我国已有一些较为成功的例子，如上海时装集团公司设立了无品牌缝纫摊，他们摸清了“工薪族”既渴望提高衣着水准，跟上时代新潮，又担心被厂家、商店“斩”一刀的心理，专门购进优质纺织面料，设计新式服装，开设裁剪、制衣窗口，推出价格低廉、具有鲜明个性特色的时装，生意十分兴隆。

二、零售商品牌的适用性。

零售商品牌在我国处于起步阶段。据报道，上海开开百货商店自1987年实施零售品牌以来，推出开牌系列产品，其中开开牌衬衫荣获“中国十大名牌衬衫”的殊荣，开开牌羊毛衫荣获“中国名牌产品”称号。上海的华亭伊势丹在商店的显著位置摆放企业的自有品牌，上海市共康服饰城内近1/3、达6000余种商品采用“共康”品牌，并在电视上大做广告。至于上海第一百货集团、华联集团等商业巨人也都竞相推出了自己的品牌产品。

“无品牌策略”在我国的发展前景

一、我国一些行业的产品目前正受到国外一些“强势品牌”的竞争和压力，这些外国企业技术先进、资金雄厚、营销得法，甚至不顾一切地以在中国市场上“抢摊”为主要目的。在这种情况下，我国实力较差的中小企业如果盲目与之竞争，无异于“鸡蛋碰石头”，而避强就弱，采用“无品牌策略”以价格优势、市场需求优势来与外国企业竞争，不失为中小企业立足市场的一条有效途径。

二、我国已有一定数量的大中型零售企业，目前，总资产超过10亿元的百货零售企业10余家，利润5000万元以上的大约20余家。随着它们的发展壮大，一方面有条件形成和强化自己的品牌，另一方也有利于吸纳中小企业采用它们的品牌，成为它们的伙伴生产企业。

三、我国目前有1000多万家中小企业，其中大部分由于受自身财力和规模的限制，常常以市场追随者的面貌出现，他们不了解消费者的需要，生产的产品销售不出去，创立名牌是他们力所不能及的。同时这些企业无法及时适应市场需求改造产品，缺乏竞争力。从各方面条件来看，他们都有可能与零售商合作，这种生产与流通相结合的新形式，对中小企业的生存和发展极为有利。

四、我国现在假冒伪劣产品肆虐，制假、售假现象层出不穷。而信誉好的大中型零售商的自有品牌只在自家店铺内出售，品牌的管理比较容易，不易被其他厂家、店家假冒，这就为商品提供了防伪、防假的有效途径。

4. 总结

**创业项目计划书篇八**

医药范文团队介绍纳凯医药科技创业团队是由东南大学经济管理学院金融系、国贸系、国民经济系、会计系、企业管理系以及来自生物医学工程学院和艺术系共7个不同院系的同学所组成。团队朝气蓬勃、搭配合理、饱含创业激情。

负责人简历江筱莉纳凯科技总经理。东南大学生物科学与医学工程学院研究生，思维活跃，工作严谨，具有出色的领导、组织和协调能力。

纳凯科技核心产品“纳米磁性mri造影剂”的主要技术研究人员，参与国家重点试验室的多项国家资助项目。项目简介纳凯科技的核心产品——超显磁，是一种基于纳米技术研制而成的\'磁共振造影剂。

通过在核心物上嵌入智能识别分子，使其能准确到达病灶，超显磁就像一种“纳米导弹”，使病灶在磁共振图片中纤毫毕现。超显磁可以尽早检查出病况，使得病情在早期即得到有效控制，挽救病人生命，节省了病变晚期所需花费的巨额医疗费用。

超显磁是由东南大学生物与医学纳米技术研究组自主研发，得到了两项国家863计划重点课题（20xxaa302207）（20xxaa302g40）的支持，目前已获得相关专利6项。目前，纳凯科技结合klein公司《20xx年磁共振造影剂钆喷酸葡胺市场结构报告》，经过统计测算得出20xx年全国的mri造影剂容量为1亿元人民币左右，预计到20xx年将达到3.67亿元。

市场上的产品主要分为进口同类产品和以外国品牌居多的钆造影剂两种。进口的产品由于价格高，占据很小的市场份额；而居多的钆造影剂虽然在大面积的使用，但是其效果较差，且对人体有一定的伤害。

纳凯的产品在价格上远远低于进口同类产品，只比市场上的钆造影剂价格略高。出于这些优势，我们可以采取逐步替代的策略，一步步抢占市场份额。

表mri造影剂产品比较mri造影剂价格（/剂）制剂效果安全性欧乃影240元左右钆（放射性元素）一般一般菲立磁2500元左右铁氧化颗粒较好较高超显磁330元铁氧化纳米颗粒较好较高纳凯科技的注册资本为860万元，其中技术入股150万元，管理层持股110万元，战略投资320万元（已与南京酿造集团签订合资经营合同），风险资本280万元。纳凯科技采取高校技术入股、创业管理层持股、战略投资与风险资本入股四者合理分配的股权结构，既有利于将知识充分转化为财富，又有利于激发管理团队的创业积极性，同时还能让战略投资商与风险投资商进行必要的监督。

配合有针对性的营销策略，在谨慎的财务预期下，该项目具有高达41%的投资回报率和低至3年零3个月的投资回收期。纳凯科技，生命之重，纤毫于心。

**创业项目计划书篇九**

我们计划从事的是一家以面包行业为主的小企业。命名为：dreamforest梦森林西点店。本企业属于投资小、门槛低、消费人群广、回收成本快的买卖行业。目前其生命周期还处于一个萌芽时期。

本企业经营的产品主要以早餐面包、小甜品及各式各样精美的西式糕点为主。

以淮安市大学城的学生及其周围居民为主要客户群，专一于市场经营，用更好的产品，更优质的服务，吸引更多的客户。

在我们这个创业团队中，总共有七人，分工如下：1人做店长;2人负责制作计划、销售;1人现金结算与账目管理;3人负责外卖服务、店面整理、材料订购;1人负责外卖的配送。管理队伍：以店长为管理中轴，下设服务员收银员。公司决策：以店长为核心召开公司会议，每位员工参加，共同讨论企业相关事务面包店创业项目计划书面包店创业项目计划书。

本企业产品精致美观，口感佳，卖相好。并且顺应人们追求健康、追求绿色的要求，开发创新一些胚芽面包、糙米面包、减肥面包、藻类面包和无糖面包等健康产品，让人们在满足胃的同时也不必过于担心身体健康问题。产品以早餐面包与各式各样的西式糕点为主，并附加口味繁多、口感独特、健康特色的奶茶与冰淇淋等产品。

1、本企业产品追求健康与创新，不拘泥于过去的面包坊产品理念。

2、我们的面包店店面较大，能摆上些茶座，并做到现做现卖，这会吸引到不少的顾客。

4、经我们调查发现，在淮信后面的街道上只有两家面包店。一处是在世纪华联超市里面，一处是在苏果生两家店店面都不是太大，而且产品比较单一。华联超市那处主要是生日蛋糕的制作。但我们的面包房比起他们的面包房最大的优势就是品种多，而且更了解消费者需要什么样的产品。

1、坚持“以人为本”，提倡亲情化、个性化、坚持“以人为本”，提倡亲情化、个性化。

3、方便，在设计服务时，应主动适应市场、适应客人，很多人买面貌的原因很大一部分也是因为面包很便捷方便，所以设计服务时一定要贯彻这个主题。

4、尊重。店员对宾客表示尊敬和热烈的欢迎，宾客会感到自己受到了重视。那他对这个店就会信赖，会有更多的回头客。

这样才可以不被淘汰，才可以在诸多竞争者中处于不败地位，为面包店带来经济效益。

本企业在经营糕点的同时，我们还推出其他一些产品，比如奶茶、冰淇淋之类，对于有些消费者来说，给客人提供清闲、安静、舒适的环境，悠闲地喝着奶茶，吃着甜品，和朋友之间聊聊天，会是一种很惬意的享受。

3、企业目标、战略

第一年：我们主要是积累创业经验，打实基础，是企业在市场上站稳脚跟;

第二年：我们的主要目标是扩大店面扩充产品，吸引更多的顾客前来消费;

第五年：我们的目标是占领更多的市场份额，在大学城附近甚至市区开分店。

(3)本企业店内销售及外卖服务一定程度上能够吸引更多的消费者。

(1)新店开业部分学生对于其基本情况诸如口味等了解不多，一定程度上影响销售额;

(2)产品创新对于热衷于传统糕点产品的消费者来说，不易接受;

(2)良好的口味、认真的服务态度，专业的操作水平在同学中树立了好较的口碑;

(4)产品种类丰富，口味独特，有一定的竞争优势。

**创业项目计划书篇十**

对于一些想开奶茶店创业的创业者来说，一份优秀的奶茶店创业计划书十分重要，对以后的经营管理起着很大的影响。奶茶，发展趋势很好的，而且有非常巨大的潜力。但是，要注意几点：

1、您的经营必须有特色。没有特色的产品是没有市场的。

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

3、小店也要专业管理。

4、及时了解消费者消费爱好和同行产品，及时调整您的产品和口味。

一、奶茶店设备的选购

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

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

2、封口膜

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

3、杯子（卖塑料制品、塑料袋等的店里有卖，也会卖封口膜、吸管等，卖封口机的店里也会附带销售）一般是20xx个一箱，不单卖。杯子的价格相差不大，质量却相差不少，而且杯子很重要，一定要多跑几家，认真选购。选购时要首先看料的厚度，太软的不行，用力拿会把奶茶捏出来，不用力又拿不住。最好在家先拿一杯水感受一下，然后买的时候拿在手里感受一下看厚度够不够。还有最重要的一点是：杯沿的结实程度。杯沿要够厚、够结实，关键是用料要均匀，这样盛满奶茶时，用手提杯沿，才不会洒掉。杯子太薄、杯沿太软的杯子，会大大破坏顾客的心情，而且在怀疑杯子质量的同时，一定会怀疑奶茶的质量。

4、吸管（卖塑料制品、塑料袋、杯子等的店里有卖。卖的店不是很多，要仔细找，毕竟是奶茶专用的，不像杯子那样用的地方很多）一大包总共5000只，每一大包里又有100只的小包，可以买几小包，不过会贵一点。选购的时候主要要注意用料的厚薄，不能太软，如果你选购了过厚的封口膜和过软的吸管，那么你的顾客将会因此丑态百出。选购的时候拿吸管的尖端往自己手指上压一下试试，如果手还没感觉有多痛，吸管的尖已经弯了，那就是太软了。

5、搅拌机西贝乐牌的比较好。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！

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。

**创业项目计划书篇十一**

现如今，需要使用创业计划书的情况越来越多，一份完美的创业计划书可以增强创业者的自信，使创业者明显感到对企业更容易控制、对经营更有把握。一般创业计划书是怎么制定的呢？下面是小编为大家整理的有关创业项目计划书模板，欢迎阅读，希望大家能够喜欢。

1、项目基本情况（项目名称、启动时间、主要产品/服务、目前进展。）

2、主要管理者（姓名、性别、学历、毕业院校、毕业时间，主要经历。）

3、研究与开发（已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的经费及今后投入计划）

4、行业及市场（行业历史与前景，市场规模及发展趋势，行业竞争对手及本项目竞争优势。）

5、营销策略（在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的措施。）

6、产品生产（生产方式，生产工艺，质量控制）

7、财务计划（资金需求量、使用计划，拟出让股份，未来三年的财务预测和投资者回报。）

项目名称：

启动时间：

准备注册资本：

项目进展：（说明自项目启动以来至目前的进展情况）

主要股东：（列表说明目前股东的名称、出资额、出资形式、单位和联系电话。）

组织机构：（用图来表示）

主要业务：（准备经营的主要业务。）

盈利模式：（详细说明本项目的商业盈利模式。）

未来3年的发展战略和经营目标：（行业地位、销售收入、市场占有率、产品品牌等。）

2.1成立公司的董事会：(董事成员，姓名，职务，工作单位和联系电话)

2.2高管层简介：董事长、总经理、主要技术负责人、主要营销负责人、主要财务负责人（姓名，性别，年龄，学历，专业，职称，毕业院校，联系电话，主要经历和业绩，主要说明在本行业内的管理经验和成功案例。）

2.3激励和约束机制：(公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制和奖励措施。)

3.1项目的技术可行性和成熟性分析

3.1、2项目的技术创新性论述

（1）基本原理及关键技术内容

（2）技术创新点

3.1.2项目成熟性和可靠性分析

3.2项目的研发成果及主要技术竞争对手：（产品是否经国际、国内各级行业部门和机构鉴定；国内外情况，项目在技术与产品开发方面的国内外竞争对手，项目为提高竞争力所采取的措施。）

3.3后续研发计划：（请说明为保证产品性能、产品升级换代和保持技术先进水平，项目的研发重点、正在或未来3年内拟研发的新产品。）

3.4研发投入：（截止到现在项目在技术开发方面的资金总投入，计划再投入的多少开发资金，列表说明每年购置开发设备、员工费用以及与开发有关的其它费用。）

3.5技术资源和合作：（项目现有技术资源以及技术储备情况，是否寻求技术开发依托和合作，如大专院校、科研院所等，若有请说明合作方式。）

3.6技术保密和激励措施：（请说明项目采取那些技术保密措施，怎样的激励机制，以确保项目技术文件的安全性和关键技术人员和技术队伍的稳定性。）

4.1行业状况：（发展历史及现状，哪些变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的`技术壁垒、贸易壁垒、政策导向和限制等。）

4.2市场前景与预测：（全行业销售发展预测并注明资料来源或依据。）

4.3目标市场：（请对产品/服务所面向的主要用户种类进行详细说明。）

4.4主要竞争对手：（说明行业内主要竞争对手的情况，主要描述在主要销售市场中的竞争对手，他们所占市场份额，竞争优势和竞争劣势）

4.5市场壁垒：（请说明市场销售有无行业管制，公司产品进入市场的难度及对策）

4.6swot分析：（产品/服务与竞争者相比的优势与劣势，面临的机会与威胁）

4.7销售预测：（预测公司未来3年的销售收入和市场份额）

5.1价格策略：(销售成本的构成,销售价格制订依据和折扣政策)

5.2行销策略：(请说明在建立销售网络、销售渠道、广告促销、设立代理商、分销商和售后服务方面的策略与实施办法)

5.3激励机制：(说明建立一支素质良好的销售队伍的策略与办法,对销售人员采取什么样的激励和约束机制)

6.1产品生产（产品的生产方式是自己生产还是委托加工，生产规模，生产场地，工艺流程，生产设备，质量管理，原材料采购及库存管理等）

6.2生产人员配备及管理

7.1股权中小企业融资数量和权益：（希望创业基金参股本项目的数量，其他资金来源和额度，以及各投资参与者在公司中所占权益）

7.2资金用途和使用计划：（请列表说明中小企业融资后项目实施计划，包括资金投入进度，效果和起止时间等。）

7.3投资回报：（说明中小企业融资后未来3-5年平均年投资回报率及有关依据。）

7.4财务预测：（请提供中小企业融资后未来3年项目预测的资产负债表、损益表、现金流量表，并说明财务预测数据编制的依据。）

8.1主要风险：(请详细说明本项目实施过程中可能遇到的政策风险、研发风险、经营管理风险、市场风险、生产风险、财务风险、汇率风险、对项目关键人员依赖的风险等。)

8.2风险对策：(以上风险如存在，请说明控制和防范对策。)

**创业项目计划书篇十二**

目录

报告目录

第一部分 摘要(整个计划的概括)

(文字在2-3页以内)

一. 项目简单描述(目的、意义、内容、运作方式)

二. 市场目标概述

三. 项目优势及特点简介

四. 利润来源简析

五. 投资和预算

六. 融资方案(资金筹措及投资方式)

七. 财务分析(预算及投资报酬)

第二部分 综述

第一章 项目背景

一. 项目的提出原因

二. 项目环境背景

三. 项目优势分析(资源、技术、人才、管理等方面)

四. 项目运作的可行性

五. 项目的独特与创新分析

第二章 项目介绍

一. 网站建设宗旨

二. 定位与总体目标

三. 网站规划与建设进度

四. 资源整合与系统设计

五. 网站结构/栏目板块

六. 主要栏目介绍

七. 商业模式

八. 技术功能

九. 信息/资源来源

十. 项目运作方式

十一. 网站优势(资源/内容/模式/技术/市场等)

十二. 无形资产

十三. 策略联盟

十四. 网站版权

十五. 收益来源概述

十六. 项目经济寿命

第三章. 市场分析

一. 互联网市场状况及成长

二. 商务模式的市场地位

三. 目标市场的设定

四. 传统行业市场状况(网站市场资源的基础)

六. 市场成长(网站pageview与消费者市场)

七. 本项目产品市场优势(对于特定人群的市场特点的省事、省时、省力、省钱等)

八. 市场趋势预测和市场机会

九. 行业政策

第四章 竞争分析

一. 有无行业垄断

二. 从市场细分看竞争者市场份额

三. 主要竞争对手情况

第五章 商业实施方案

一. 商业模式实施方案总体规划介绍

二. 营销策划

三. 市场推广

四. 销售方式与环节

五. 作业流程

六. 采购、销售政策的制定

七. 价格方案

八. 服务、投诉与退货

九. 促销和市场渗透(方式及安排、预算)

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

3. 会员制等

十. 获利分析

十一. 销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

第六章 技术可行性分析

一. 平台开发

二. 数据库

三. 系统开发

四. 网页设计

五. 安全技术

六. 内容设计

七. 技术人员

八. 知识产权

第七章 项目实施

1. 项目实施构想(公司的设立、组织结构与股权结构)

2. 网站开发进度设计与阶段目标

3. 营销进度设计与阶段目标

4. 行政管理部门的建立、职工的招募和培训安排

5. 项目执行的成本预估

第八章 投资说明

一. 资金需求说明(用量/期限)

二. 资金使用计划(即用途)及分期

三. 项目投资构成和固定资产投资的分类

四. 主要流动资金构成

五. 投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

六. 资本结构

七. 股权结构

八. 股权成本

九. 投资者介入公司管理之程度说明

十. 报告(定期向投资者提供的报告和资金支出预算)

十一. 杂费支付(是否支付中介人手续费)

第九章 投资报酬与退出

一. 股票上市

二. 股权转让

三. 股权回购

四. 股利

第十章 风险分析与规避

一. 政策风险

二. 资源风险

三. 技术风险

四. 市场风险

五. 内部环节脱节风险

六. 成本控制风险

七. 竞争风险

八. 财务风险(应收帐款/坏帐/亏损)

九. 管理风险(含人事/人员流动/关键雇员依赖)

十. 破产风险

第十一章 管理

一. 公司组织结构

二. 现有人力资源或经营团队

三. 管理制度及协调机制

四. 人事计划(配备/招聘/培训/考核)

五. 薪资、福利方案

六. 股权分配和认股计划

第十二章 经营预测

一. 网站经营

1.访问人数成长预测

2.会员增长预测

3.行业联盟预测

二. 销售数量、销售额、毛利率、成长率、投资报酬率预估及计算依据

第十三章 财务可行性分析

一. 财务分析说明

二. 财务数据预测

1. 收入明细表

2. 成本费用明细表

3. 薪金水平明细表

4. 固定资产明细表

5. 资产负债表

6. 利润及利润分配明细表

7. 现金流量表

三. 财务分析指标

反映财务盈利能力的指标

a. 投资回收期(pt)

b. 投资利润率

c. 投资利税率

d. 不确定性分析

第三部分 附录

一. 附件

1. 主要经营团队名单及简历

2. 专业术语说明

3. 企业形象设计/宣传资料(标识设计、说明书、出版物、包装说明等)

二. 附表

1. 市场受众分析(人群分布/数量等)表

2. 互联网成长状况表

3. 主要设备清单

4. 互联网市场调查表

5. 预估分析表

6. 各种财务报表及财务预估表

一、淘金目标

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

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。

**创业项目计划书篇十三**

创业计划书的起草与创业本身一样是一个复杂的系统工程，不但要对行业、市场进行充分的研究，而且还要有很好的文字功底。

一、餐馆名称：

xxxxx。

命名规则说明：低调，简单，易记，有特色(这里的`特色不是说直接反映风味)但不古怪，不超过四个字，不带湘字。

目前预定的形式是xxxx酒家或xxxx荘

二、餐馆风味：以湘东地区的农家风味为主

三、餐馆预计面积：280 ~ 350 m2

四、目标城市：广州

五、选址要求：

4.餐馆本身需要能停车7 ~ 10辆家用轿车的能力，或是附近不超过200m有停车场。

选址总体评价，由于新手投入资金不宜过大，因此餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但希望往来比较多的人员，并且具有消费能力，希望通过餐馆的风味特色能吸引到老客户，要求能在三个月后能做到盈利1万元/月。

六、餐馆布局要求：大厅内部要求能摆放4人小台或小圆桌12 ~ 15张，10人大台4张，16m2包厢(4\*4m规格)4 ~5个。

(但具体要看店铺的布局)

七、餐馆开张预算：

2.装修设计费用：800元

m2，装修强调排污、通风，费用为x元;d.厕所两个，男厕为1.5m2，女厕为1m2，要求通风，其他无特别需求，装修x元。

自己买材料，总共预计8万元

4.办证费用：要求有消防、环保、卫生许可和营业执照等，费用预计6万元

5.购买用具费用：a.3台5p的空调，包厢4台小1p空调，共元(也可能使用中中央空调);b.十把吊扇或壁扇，共3000元，c.两个冰箱，两个冰柜，一个消毒柜，其计1万元;d.厨房用具，共4.5万元;e.

6.其他不可预计费用，2024元

八、餐馆装修风格说明：

1.门面装修要求显眼，突出特色，不夸张，简练，能体现其消费水平

2.大厅说明：a.桌凳使用原木色的大小八仙桌和长条板凳，或是使用外观上比较结实的大小圆桌，大小圆桌上覆上比较好的米黄色桌布;b.墙面和厅中原有柱子的1m2左右以下以深色瓷砖，厅中为了装修目的自立柱子均以深色为主，天华板不进行完全装修，使用射灯，射灯以上的天华板喷为黑色，大厅灯光要求柔和，但桌面上的灯光要求明亮。

(这里只我的想法，实际以最终的设计为准)

3.包厢装修与大厅一样

4.其他无特别要求

九、人员配备：

2.包厢：以5个包厢计算，5个服务员，

3.大厅：5个人，每四张台1个

4.其他：其他临时人员1人(主要用于服务休息时的轮换)，店主1人。

十、运营费用明细：

1.物业管理费用：每平方不能超过2元/月，以300 m2共计600元/月

2.排污费用：600元/月

3.水电费用燃油费用：水电4000元/月，燃油2024元/月(暂时以此计算，如果燃油越多，说明生意越好)

5. 折旧费用：

6. 原材料：a.原料， 共元/周

7. 其他不可预知费用：1000元/月

十一、菜品说明：

1.坚持两个特色：a.绿色健康食品;b.湘东地区的地道农家风味，大概30%左右的菜品在一般湘菜馆吃不到。

2.坚持推重出新：a.不断推出新菜品，每月2个新菜品;b.跟季节变更，及更换菜品

3.消费水平定位：跟门面地址周边环境相关，但初步定为平均 35~60元/人。

十二、直接成本估计：

直接成本主要包括，油，盐，各种佐料，以及构成菜品的原料。

1.特色菜(挙头产品)成本控制在50%

2.中档但一般湘菜馆少见的，成本控制国40%以内

3.中档常见成本控制在60%以内

4.低档常见菜控制在30%以内，此类主要以蔬菜为主。

以不改变菜品的质量为前提来降低直接成品

十三、最终费用核算：

十四、其他问题点：

计划安排，租房要求房东提供三个月的免租期，第一个月办理与营业相关的各种证件，第二个月准备装修，第三个月准备好与开张相关的事宜。

五 优势与劣势：

本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。

另外，本餐厅采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。

同时，非餐点还提供冷饮、冰粥、等，并提供免费茶水。

简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。

此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。

而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。

另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。

而本人正是学生----这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。

六 财务状况分析

2.运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，固定资本，折旧费，杂项开支等。

3.据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需12600元(场地租赁费用5000元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用2400元，厨房用具购置费用1000元，基本设施费用等2600元)。

资金可有父母提供80%，自己积蓄20%。

4.每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约1500元，收益率30%，毛利润500元。

由此可计算出投资回收期约为一个月。

七 风险与规避

1 外部风险

随着中国加入wto，国外大型餐饮公司进军中国，国际品牌既快又多地进入中国市场，必将给中国餐饮业带来极大的冲击。

餐饮业竞争激烈尤其是来自国外的快餐连锁店，如肯德基、麦当劳在中国的快餐业中占据很大的市场份额。

2 内部管理风险

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

3 市场风险

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

(1) 在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

(2) 项目生产阶段的风险，如果项目已经投产，但没有生产出适销对路的产品，项目可能没有足够的能力支付生产费用和偿还债务。

(3)项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

4 原料资源风险

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

5 应对措施

(1)汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

(2)严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

(3)项目开发阶段进行严格的项目规划，减少项目风险。

(4)进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

(5)与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

6保险和法律 事务健身中心的保险将通过中国平安保险公司购买。

资产保险将保险固定资产和私人资产的实际市场价值，商业意外保险保证赔偿由于意外事故而关门造成的固定现金流入损失。

为了防止意外事故而造成会员、顾客利益受损所引起的法律诉讼，我们还将购买一般责任保险。

当然，中心管理人同会采取有关预防措施，如提供适当指导，给予必要的警告，同会员签署无责任条款合同等。

中心的法律事务交由有丰富经验的法律事务所负责。

**创业项目计划书篇十四**

项 目 类 型： 创业

团 队 成 员：

专 业 班 级：

指 导 教 师：

小 组 组 长 ：

联 系 方 式：

二〇二二年五月

目录

执行概要

二、项目源起

2.1项目

2.2项目痛点

三、

项目介绍

3.1解决方案（产品、服务、模式、文化增值、隐性价值等都是解决方案）

3.1.1产品的用途、功能

3.1.2行业领域

3.1.3市场定位

3.1.4客户分析

3.2产品/服务特色优势（新颖性、先进性和独特性，竞争优势）

3.2.1新颖性（先进性、独特性）

3.2.2竞争优势（竞品优势）

3.3.技术研发水平

3.3.1项目研究内容，已有技术成果（或实施背景、基础）及指标

3.3.2 项目实施的技术方案（包括技术路线、工艺的合理性及成熟性）

3.3.3项目的关键技术、创新点

四、市场分析

4.1 目标市场分析

4.2 市场容量分析和趋势预测

4.3 市场竞争分析（行业分析）

五、营销策略

5.1产品策略

5.2价格策略

5.3渠道策略

六、财务分析

6.1 盈利分析包括盈利来源、数额、构成等

6.2 营收预测

6.3 盈利应用领域

七、团队介绍

7.1 学生团队介绍

7.组织结构级人力资源配置

八、发展战略

九、融资计划

十、风险分析及退出机制

一、执行概要

1.1项目简介

当今的大学生活丰富多彩，有各种各样的社团活动，以及网络的盛行发展，使得越来越多的大学生因此沉迷于社交和娱乐，留给学习的时间越来越少，即将期末考试的时候才知道学习，但也因为学习时间的大量缺少、使他们在期末考试的时候挂科了。

而我们所提供的服务便是提供“考试笔记”。这样的产品实现了部分学生的学习资源的充分利用，也给考生提供了有效的复习方向，节省他们复习时间并且提高复习效率。这样可以从容的考试，避免了挂科的现象。

我们团队根据产品的特点和市场的需求，选择从班级到学院再到学校的逐步发展的商业模式。通过与提供优质笔记的同学进行合作，我们提供的是更加全面，解释更加通俗易懂的笔记，并加以销售。前期的我们将通过本班级或本专业进行推广我们的产品，积累经验、查看不足，为未来打下厚实的基础。

从上图表可以看出，实体书店的销售渠道逐年下降，这是因为网络的迅速发展，以及免费电子复习资料，免费电子书的产生，使得更多人依赖网络电子版的便利放弃了实体书店的书籍。但电子版的书籍并不全占优，因为实体书店也在改变，与此同时，电子版的书籍并不能给同学更好复习氛围，无法体会到纸质版的那种感觉，这是电子版所不能给予的，也是为什么实体书店能够绵绵不绝的根本原因。这给了我们一些相应的经验，只有将网络与实体书相结合，才能拥有更好的机遇与市场。更好的应对各种风险的存在，因为这必然是未来的大趋势，网络的迅速发展不可能让实体书店躲在“世外桃源”。

1.2目标客户

据我们团队的市场调查发现，大一新生大部分人因为刚结束完高三的痛苦磨炼，难免会对自身新生活以及丰富课外活动产生浓厚的兴趣，甚至有人释放自己沉迷于网络游戏。所以导致了市场的主要客户是大一新生，而我们的目标也就是他们。

1.3核心竞争力

我们的核心竞争力是对顾客的需求了如指掌，并且能够相应地做出令顾客满意的产品；其次我们也做相比于书店更加有针对性的资料，让顾客不用在“大海捞针”般的寻找资料，并且在难的部分我们会做出更加详细的解释，保证顾客能有清晰的思路。最后我们在解释每部分时都会标注前面所出现知识点的页码，最大程度保证了复习的高效性。

1.4营销策略

而我们的销售策略是通过建立微信群把学校里将大一新生拉进群，新生有需要购买复习资料（笔记）的就@群主，群主会私聊买家进行交谈，进行上门送书。我们的幕后工作是和合作伙伴一起去完善笔记，打印成册并将其整理成各个学科的板块。然后在班级、学院、校园内进行宣传销售！

二、项目源起

2.1项目背景

面对大学生活的越来越多的诱惑，许多大学生并不能很好去抵制，沉溺进去并且耽误了自己的学业，而在期末考试将到来的时候却又感觉力不从心，或者不知道复习的范围，只知道对着课本的第一页开始背诵，理所因当的认为只要全背下来就可以了，但是这短短的时间却不允许这么‘填鸭式’的复习，于是他们不出所料的挂科了。

并且这样的一种现象非但没有得到有效的解决，势头却一路高涨，有的人痛改前非去学习，有人却慢慢习以为常，但新增加的人数却依旧上升。而这就是我们的商机。

2.2项目痛点

因为我们团队所学习专业有限，但是资料的发放确有各种各样的专业的学科资料，这时我们难免无法去全面顾及到所有资料的全面性，换一种说法是，我们自身知识有限无法去保证所有资料的全面性以及紧跟题型的变化。导致了部分学生买到书籍之后没有获得相应的帮助，最后我们不仅失去了改专业的客户，网上销售店的名誉诚信也受到受损，这是我们无法避免的痛点。

有些人故意在网上抹黑我们，我们的主要销售渠道就是网络，所以销售量或多或少受到了影响，也让部分没有认识我们产品的客户开始放弃我们，无疑，这会是一次对我产品质量重大的考验。

3.1解决方案（产品、服务、模式、文化增值、隐性价值等都是解决方案）

3.1.1产品的用途、功能 3.1.2行业领域

二手书，复习笔记。

3.1.3市场定位

相较于同类的复习资料，我们更具有针对性。

3.1.4客户分析

任何有学习需要的本校学生。

3.2产品/服务特色优势（新颖性、先进性和独特性，竞争优势）

3.2.1新颖性（先进性、独特性）

相较于同类的产品，我们的产品对学习指导更具有针对性，我们的产品出于学生而又用于学生，能够更准确地对学生存在的问题进行引导，使我们的用户能够提高学习效率，掌握知识的关键所在。

3.2.2竞争优势（竞品优势）

相较于同类的产品，我们的产品对学习指导更具有针对性，我们的产品出于学生而又用于学生，能够更准确地对学生存在的问题进行引导，使我们的用户能够提高学习效率，掌握知识的关键所在；我们的价格更为理想，便宜。

3.3.技术研发水平

3.3.1项目研究内容，已有技术成果（或实施背景、基础）及指标

我们现已开展线上线下相结合的销售模式，而且拥有较为完善的管理体系，分工明确，工作高效，得到了用户的认可，下一步我们计划制作微信小程序，提升用户上限的同时提高服务质量，给用户带来更好的购物及学习体验，3.3.2 项目实施的技术方案（包括技术路线、工艺的合理性及成熟性）

开展线上线下相结合的销售模式，结合微信小程序，对有需要的学生进行售书服务。我们的产品符合学生学习及复习的需要，受到用户群体的青睐。

3.3.3项目的关键技术、创新点

线上线下相结合的销售模式，送货上门。

四、市场分析

4.1 目标市场分析

反思厚重的传统课堂

教学

课堂和学校是相伴而生的，传统的教学模式突变成现在的课堂教学模式，而且受众资格、人数和所传播思想也发生了质变，无处不体现着国家意志。从小班上课到大班教学，是教室与教师资源有限、受众对象增速过快的现实反映，对高校来说是一种无奈的选择。

国外的高校更加重视课堂教学。国外的大学尤其是重点大学更加重视课堂教学，对教学质量具有有效的监控。国外课堂教学形式看似随意，实际上是在思路引领方面做足了功课，从对核心理论或概念惟妙惟肖、加上丰富肢体语言的介绍，到学生课后深入思考研读和文献调研，将高中阶段的开放式思维体系进一步提升、丰富，“乱”中有序，而这种方式与我国高中阶段和大学阶段中规中矩的授课方式有很大区别。不论孰优孰劣，课堂教学仍是其根基。

但不可否认的是现在学生的对知识的渴望性越来越少，假如教师使用的课堂方法吸引不了学生的兴趣，那么无论你是使用什么的方式上课，网络?教室？还是一对一辅导？这些都没用。所以这些不想学习但又是想过期末考试的人群才是我们的根本目标，也是我们赖以生存的基本。此外还有一些不懂的如何进行笔记整理的小白，想要提前进行预习但又无从下手的积极分子等等，他们都是我们的市场，都是我们的目标。

4.2 市场容量分析和趋势预测

本校的绝大部分新生，以及部分大三大四学长/学姐。据我们市场分析可知，实体书店书籍内容空泛，缺乏针对性，这些都不合适那些即将要进行考试的学生来复习，或许他们的解析都和全面，但在效率方面却很差劲。而我们的优势在于没课资料具有更强的针对性，并且随着各个高校名校在招收研究生时都会去查看学生在校成绩有无挂科现象，显然，挂科会成为考研上的一道阻力。所以我们的存在更加受欢迎，我们的市场将会更加巨大，从本校到各个高校，我想没有人可以拒绝这样的存在，所以我们的市场只会更大，并且也会有相应的竞争对手存在4.3 市场竞争分析（行业分析）

首先就是前面提到的两个竞争对手（前辈），实体书店与网络电子书。但我并不认为他们对我们有威胁，而让我们感到危险的是各种层出不穷的“速成班”，个别老师的免费辅导课，以及网上一对一辅导的存在。首者的名称有极大的诱惑力，这对于不理智的同学会是救命一般的神器。中者则是老师，每一个在校的大学教师，他们对考试的理解范围肯定更加清晰，这是我们目前无法做到的。而最后的理由和中者一样，他们都是一群极具教学经验的老师，我们的手段尚且无法做到和他们一样。

五、营销策略

5.1产品策略

创建“挂科难”品牌，设计品牌图标

我们的广告词是：有了“科难”，妈妈再也不用担心我的学习

针对学生的复习难点，推出相应的学习产品；

对于提供笔记的伙伴，需要维护这本笔记的后期问题，例如问题解决，在此期间，我们会给予伙伴一定的报酬或者股份。

5.2价格策略

价格要低于市场同类产品，后期进行低价更换。

5.3渠道策略

线上线下销售，微信群，微信小程序下单，送货上门。

六、财务分析

6.1 盈利分析 包括盈利来源、数额、构成等

卖书，问题解答。一份的利润为进价的50%

6.2 营收预测

预计每学期2024，此后在此基础上扩大收入。

6.3 盈利应用领域

扩大业务范围，招收员工，维护图书

七、团队介绍

7.1 学生团队介绍

组长： 王榆飞 成员：宋仕伦 史翔宇 王伟臣 刘熹彤 王君豪

7.2 组织结构级人力资源配置

王榆飞 团队管理

宋仕伦 运营部门 联系卖家

史翔宇 运营部门 联系卖家

王伟臣 运营部门 整理资料

刘熹彤 财务部门 财务管理

王君豪 人事部门 招兵买马

八、发展战略

三年内要扩大范围至东、西两个校区，不断完善管理体系，开发方便用户的微信小程序，不断扩大成员体系。

九、融资计划

每位创始人员出资200元作为启动资金。

十、风险分析及退出机制

市场风险：

需要长时间建立与客户的信任，学习在学业上的管理力度加大，让我们失去大量客户。

管理风险：

管理者经验不足：使设置的组织结构不科学，管理效率低下，或是制定的决策失误，导致企业经营困难。

团队协作：创业初期由于创业团队彼此的陌生，需要有协作磨合的过程，这个过程的长短与效果会影响企业发展。

跳槽或是离职单干，导致企业核心机密外流风险，管理效率低下。

退出机制：

因为我们的产品加工从头到尾需要紧密的配合，中间不能出一点差错，所以如果有人想要退出，那么首先必须要找到一个合格的接班人，并且完全能够胜任这份职责。其次是他为团队所做贡献的多少，表明了他所应得的收益的多少，并且我们会邀请他作为幕后指导，在培养新人方面多多留意，并提供相应的指导，这是我们所考虑的方法。

创业项目计划书模板

大学生创业项目计划书

饮品创业项目计划书

**创业项目计划书篇十五**

甜品类休闲食品一向是女性朋友们的最爱，因此如果能在女性聚集区开一家蛋糕店就应是不错的选取，同时还经营生日蛋糕，只要做出自己的特色就必须会受到广大朋友们的喜爱，本文为大家带给了一篇蛋糕店的创业计划书期望能起到事半功倍的效果。

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“麦琪下午茶”，是个人独资企业。主要为人们带给蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区贸易街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像安德鲁森、朝阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金9.5万元。

1、由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，然后是但竞争对手也不少，个性是本店刚开业，想要打开市场，务必要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有必须市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的著名品牌。

1、客源：本店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%;四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占50%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如安德鲁森、朝阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的。

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重思考。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。这天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场必须的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的\'蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以到达广告宣传的效果

6、蛋糕店能够专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，然后不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以构成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下十分流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9。5折。一方面，这能够给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。个性是假如消费者和别人在一齐，而服务员又能当众称他(她)为\*先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，资料是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面能够提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店必须要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有个性的岗位劳动技能要求：从业职员务必持有“健康证”。

启动资产：大约需9.5万元

设备投资：1、房租5000元。2、门面装修约20xx元(包括店面装修和灯箱)；3、货架和卖台投进约1500元；4、员工(2名)同一服装需500元5。机器设备最大的投资：8万元(包括制作蛋糕的全套用具)首期进货款：面粉、奶油等原材料，约6000元。

月销售额(均匀)：21000元。占有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达21000元。

每月支出：14033元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场四周)，约5000元。

货品本钱：30%左右，约5000元。职员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计20xx元。

水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，然后每月1333元月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

六、风险及制约因素分析：

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更大的财力物力和“花招”来招揽顾客。

文档为doc格式

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