# 自主创业计划书(优质14篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-08-24

*计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。自主创业计划书篇一在松江大学城内开设一家honey甜品店，主要经营西式甜品，品种：...*

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**自主创业计划书篇一**

在松江大学城内开设一家honey甜品店，主要经营西式甜品，品种：各类奶茶，咖啡，果汁，牛奶，茶类。各类西式蛋糕，面包，冰激淋，冰激淋蛋糕，刨冰，布丁，龟苓膏等。四个季节都有不同的主营产品和新品推出。经营宗旨：

甜美，健康，时尚，优惠。

二、市场分析

松江大学城内有松江大学城内含上海外国语大学、上海对外贸易学院、上海立信会计学院、东华大学、上海工程技术大学、华东政法大学、复旦大学上海视觉艺术学院七所学校。大学城内的商业区域，许多餐厅卫生状况让人担心，但学生限于无其他选择，面对商店、餐厅的价格垄断和服务、卫生品质，学生消费只能任人宰割。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。以下是一些调查结果及分析：

(一)你的性别是：

(二)在平时吃甜品的人中的年龄段为：

(三)喜欢的甜品类型是：

(四)喜欢什么风格的甜品店：

(五)经常在什么时间吃点心：

(六)你经常去甜品店的原因是

(七)甜品店有哪些活动你会喜欢?

(八)你能接受一分点心的最高价格为：

(九)排除季节问题你会喜欢喝：

(十)购买点心的依据是什么?

(十一)在吃点心时会饮用的饮料吗?若会，你会选择什么饮料?

数据来源问卷星

由以上调查，我们可以分析知道：一般吃甜品的人群中，16岁至22岁的人占主要地位，因此，我们选地在松江大学城，主要针对大学生这个客源。在店面的装修方面，我们选择温馨家居型的，但是可以开设小的包房主题(复古典雅，质朴简约，另类潮流)，作为给顾客过生日，周末桌游地点。营业时间可以初步定为：10：00~22：00。产品的价格普遍定在30元以下，生日蛋糕等产品列外。本店注重产品的开发，每一季节都要有新的口味，产品推出，每次节日期间要推出优惠活动。客人临走时要关注顾客的意见和想法。

三、(一)经营方案

原料专业，放心更多

honey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。

(二)品种丰富，选择更多

众口难调。honey甜品店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。

(三)营养全面，健康更多

honey甜品店经营品种除了普通的冰品甜品外，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。

(四)服务规范，满意更多

honey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。

(五)人事与管理

1、人事

(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。

4、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。

5、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。

6、风险分析

(1)在松江大学城内有许多的餐饮业，竞争会相当激烈。但是本店以下午茶，外卖，优惠的价格，包间桌游为主要特色来吸引在校学生。

(2)在预想期内不能回本可能会导致资金周转不灵。则进行抵押贷款，度过困难期。

(3)作为安全需要，要买保险：员工身险和财产险

四、(一)财务融资资金预算：

1)房租：0。5万元左右，付三壓一，就是2万

2)裝修：8万

3)桌子，椅子，冰箱，空調，鍋碗瓢盆等，2万

4)進貨：5000元

5)燈箱：5000元

6)開業辦証元

7)備用金：10000元

8)统计13万元

(二)融资计划

1、通过上海市优惠政策得到融资：

大学毕业生创业四项优惠政策根据国家和上海市政府的有关规定，海地区应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培训、无偿贷款担保及部分税费减免四项优惠政策，具体包括：

高校毕业生(含大学专科、大学本科、研究生)从事个体经营的，自批准经营日起，1年内免交个体户登记注册费、个体户管理费、经济合同示范文本工本费等。此外，如果成立非正规企业，只需到所在区县街道进行登记，即可免税3年。

自主创业的大学生，向银行申请开业贷款担保额度最高可为7万元，并享受贷款贴息。上海市设立了专门针对应届大学毕业生的创业教育培训中心，免费为大学生提供项目风险评估和指导，帮助大学生更好地把握市场机会。

大学生创业“天使基金”最高30万

大学生开办企业可获5万—30万元支持，即使奋斗失败也无需赔偿损失。为了激发“天之骄子”的创业激情，申城专门设立了大学生创业“天使基金”。

“天使基金”将根据学生的申报计划，严格评估学生创业项目，然后确定实际支持金额。这笔资金将以股权形式投入到学生企业中，获利部分将成为创业者的利润，而一旦创业失败也无需学生还款。

在创业之前，专门机构还将对学生科技创业者进行创业培训，使其迅速拥有“老总”素质，相关部门还将为大学生免费提供代理工商注册登记、纳税申报、发票管理等服务。

2、通过父母，亲戚等得到融资

五、(一)

通过调查，餐饮业的投资回收期为1年以内。营销规划产品定位

(二)定价策略

每款产品价格定在30元以内，符合大学生的消费观念以及考虑到大学生的经济能力。其中生日蛋糕等的加个另外结算。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100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。

(三)薪酬计划

两名店长：3000元/月两名甜点师：3000元/月四名学徒：1200元/月

六名服务员兼职收银员：1800元/月(四)

广告方式

到各大校园贴海报，发送优惠券和传单，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。honey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。

(五)营销策略

六、(一)经营目标总结经营思路

本店的产品是针对年轻人消费群体的，主要是大学生，放眼上海市，松江大学城是最好的地址选择。吃甜品的人中大多数人是会选择下午的时间来消费，因此营业时间定为10：00至22：00。店面装修的风格定为温馨家居型，其中还要开设各类主题的包房，来符合不同人群的风格。店内聘请2名店长，2名甜点师，6名学徒帮手，6名服务员兼职收银员。根据上海市大学生的创业优惠政策贷款来获得资金，剩余的通过长辈融资获得。本店要以科学的方式来管理店铺，使员工工作开心，发挥自身的最大效率。

(二)honey的发展

根据本店实力，honey以上海外贸学院和上海外国语大学这2个市场为起点，放眼松江大学城7个院校，逐渐向连锁店发展。具体分为以下三步：

1、立足附近

填补松江大学城内的上海外贸学院和上海外国语大学市场的空白，把企业做得专业、规范，稳步发展。

2、占领松江大学城市场，建立连锁机制

当企业形象被接受并开始喜爱之后，根据需求在松江大学城开设连锁店。在实际操作中学习经营管理经验。

3。走向上海市场，开放加盟经营

在松江大学城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，在上海市内扩张连锁店，开放加盟经营。

看过甜品店自主创业计划书的人还看了：

1.创业甜品店案例

2.甜点店创业策划书

3.甜品店创业如何做准备

甜点店创业计划书

**自主创业计划书篇二**

一、定位：

产品引领；文化感染；自由营地；休闲依赖；公共客厅

1、产品引领：

咖啡馆的产品是基础，没有好的产品一切无从谈起。要做到全市最好，饮品、简餐及糕点类要味道醇正，并创新开发独有的特色饮品及小食品，让顾客因此产生味觉留恋。

2、文化感染：同时具备图书馆、小型放映厅、音乐厅功能

定期举办以文化交流为主题的活动：如观影、读书会、歌友会、小企业年会、品酒、摄影、心理按摩、类学术讲座、创业指导、就业指导、原创艺术作品赏析、花房姑娘评选等。（此类活动应该不定期举办，如此类活动举办的过多过密，容易影响咖啡馆的定位，让一般散客望而却步。）

3、自由营地：

理想主义支撑，咖啡馆要有自己存在的意义和价值，有所承载的目的，有其文化渗透的力量。生活观念，生活方式、生活追求自由传递、交流的场所。

4、休闲依赖：商业约谈的幽静之所；约会的甜蜜空间；独享浪漫的私人属地；情趣爱好的追寻地。

5、公共客厅：做成写字楼的公共客厅及公共图书馆。

经营理念独特：创业与多种文化传承为其基准

消费群体多样：自然客流与写字楼企业结合

1、对自由交流、氛围的追求――需要一个这样的咖啡馆！

2、文化营地事实的缺失，和人们内心故有的追求――需要这样一个咖啡馆！

3、熙熙攘攘、忙忙碌碌的写字楼工作人员也需要这样一个忙里偷闲的咖啡馆！

4、聊城市第一个也是唯一一个在写字楼里纯正的咖啡馆！

一次性固定投资：万人民币

其中：房租（一年）万，装修30万（含部分设备），设备购置、人员一年薪资、广告宣传、其他杂项支出等，20风险准备金。 房租：按照300平计算，每月租金大约万，一年房租 万，； 装修：尽力控制在50万以内。

员工薪资：按6名员工计算，每人每月到3500，每年薪资大约20万。

2、建议采用股权式融资（借鉴其他城市类似咖啡），让每个股东发挥最大的社会能量，为咖啡馆出谋划策，招人引智。

投资总额大概150万人民币，每股2万人民币。

发起人所占资源股25%。

发起人另购股份10%，出资20万人民币。

最高单个股东限额30万，所占股份比例15%。

所有投资者，均以人民币为投资方式，不接受设备及实物等投资形式。 所有投资者，一经投资，不允许撤资，可以转让，转让时，优先考虑已有股东。

投资截止时间为总投资额150万全部到位，届时在各位股东之间公示。 若考虑连锁，已有股东有优先投资权力。

创造顾客，留住顾客，吸引顾客

1、利用已有的影响力和新增设的影响力，来创造顾客，邀请一些专家、艺术家等来举办活动，提升咖啡厅的文化层次和社会名望，形成一个吸引源，创造更多有才华有个性的会员,各个股东也会有自己的人脉圈子，也可口口相传创造顾客。

2、留住顾客，以特色留住顾客，并让老顾客再口口相传，创造新顾客。 同时也可以举办些小活动吸引顾客，比如：

a、专业级摄影师拍摄“我与咖啡馆的时光”照片赠送，为需要的顾客免费拍一张咖啡馆留念，或平常约会，或节日欢庆，或生日派对等，照片上会有咖啡馆logo和地址，让大家因为这张照片而定格美好瞬间。

b、实行会员值日服务生体验日活动，增强会员对咖啡馆服务工作的热情，以及培养会员的归属感，体验日免费做几个小时服务生，可累积“服务生体验日”感言，制作视频或者微博发送，让大家体验咖啡馆的人文情怀。

c、外地会员可委托咖啡馆工作人员帮忙预定酒店，还可提供有偿接送服务。（结合物业）

d、咖啡馆还会针对各种层级的会员，做系列相应的优惠活动。

3、吸引顾客

创造顾客和留住顾客属于有的放矢的一种必要做法，而吸引顾客属于对自然客流的一种吸引。

a、考虑咖啡馆设在写字楼，可以吸引一些商务休闲性质的约谈人群，另外通过举办多种活动吸引各类圈子人群。

b、咖啡馆的名字和装修风格，一定要让人产生舒适、驻足、回味的效果，激发人们想要去看一看的心理。

c、咖啡馆的街边海报，会时时更新，以内容吸引大家的关注和好奇。

d、咖啡馆要制作一些别致的宣传单，定期做一些定向的宣传，比如在写字楼出入口，学校门口，居民小区门口等，吸引目标人群。

发起人为咖啡馆店长。

店长之下聘请专业经理1名，厨师2名，收银员1名，服务生2名（视情况可适量增加或减少）

店长负责协调和管理店内各项事务。具体为督促各个员工努力认真工作，安排部署咖啡馆的一些主题性活动，监督执行咖啡馆的一些人文关怀细节，以及对外联络、公关、宣传等工作。

经理负责咖啡馆日常经营活动，包括物资采买，新品开发，员工考勤，薪资核算，财务报表上报等。经理必须每个季度讲财务状况以书面的形式向各位股东进行汇报，并及时收集各位股东的意见和建议，改进工作方式和方法。

店长及员工的薪资水平参照行业标准执行。在未盈利期间，店长只领取基础工资每月3000人民币。其他雇佣人员工资照常。

奖金根据盈利比例进行适量调整。

其他细节：

咖啡馆日常管理制度：员工招聘制度；员工培训制度；薪酬及激励制度；采购制度；成本控制制度；广告宣传制度。

**自主创业计划书篇三**

1、项目提出背景

当前社会，人们在饮食文化上的要求越来越高，而火锅这种别具风味的饮食，更是受到人们的青睐。火锅其味道独特，口感鲜嫩，辣而不燥，不上火。而且具有养颜护肤，强筋壮骨的滋补作用。它灵活性大，人们可以选择自己喜欢的菜，它从四川重庆一带发展到北方，并进而发展到全国，成为一种大众所喜欢的吃法。但因为火锅受季节气温等因素影响较大，所以它的收益并不稳定，且因为南北方饮食文化的差异巨大，因而需要在继承这种吃法的基础上，适当对火锅进行改革，使其适应大众化，适应季节化，适应效益化，适应健康化。

2、项目描述

美馨火锅是一种以新为特色的美味，所谓新主要是新口感，新风味。他综合不同人的不同口味，力求配制一种大众喜欢的，不受季节气候影响的新的饮食。主要有三大亮点：其一是汤料，它主要是以健康营养为主，其汤可以清喝，增加钙质等营养，又可涮锅，既有口感，又色香味俱全；其二是季节性，冬夏产品侧重不同，最主要是在传统火锅基础上，增加了冰淇淋火锅。这样冬天吃传统火锅，夏天吃冰淇淋火锅，趣味性也提高了。冰淇淋火锅主要用火将巧克力融化后作为锅底，辅之以香草、草莓、西瓜等各种口味的冰淇淋，水果拼盘和辣椒粉作为配料，食客用勺子将冰淇淋或水果“涮”入巧克力汁中片刻取出，冰淇淋不会融化，却附上一层巧克力糖汁。观之色泽缤纷，食之甜中带辣，给人一种冷暖相间，冰火相融的感觉。其三是档次高，美馨火锅在科学的基础上，配制了三种套餐：儿童套餐，情侣套餐，老年套餐，可谓最大程度上满足消费者要求。其锅的种类也繁多，子母锅，鸳鸯锅等，可设置外清内红，或内清外红等。美，取其味，馨取其嗅。

1、商业环境分析

政治上：国家鼓励各种经济活动的存在与发展，只要不损害国家集体利益，且有利于经济的发展，就可以得到支持。社会国家的安定团结和平稳定又是一个大的有利环境。火锅是一个很悠久的传统饮食，它对社会不构成威胁，且是一种大众化饮食需求，因而基本不受政治环境的影响。

经济上：经济基础是根本，社会的发达主要体现在经济的发展上，现在社会经济的繁荣发展，刺激了各种经济途径的产生，各种经济方式的发展又促进经济的多样化，社会的发展。现在经济的飞速发展为火锅的发展提供了楔机，经济利益的追逐为之提供可能。同时又因为火锅市场竞争激烈，就必然要求自己的火锅有所特色，有所不同，才能与之竞争，所以，美馨火锅力求完美，在适应大众要求的前提下，发展了季节化的口味，传统与现在的结合，更具有经济优势。

社会风俗上：各地区各民族饮食文化的差异，使的火锅不能一层不变，应该适应社会的需求，在本质不变的情况下，适当改变形式，美馨火锅的灵活性是其他同行所不能比拟的。

地理空间上：南北方，东西部，不同的地域有不同的习惯，选择地皮的不同，势必影响最终的收益。

2、消费者分析

任何经济利益的追逐都是以广大消费者为对象的，美馨火锅是在研究消费者心理，以及消费者需求的基础上开发的一种综合性饮食口味。消费者希望有一种既健康又营养又有口感又气派又层次的又价格实在的饮食，消费者的需要就是我们改革的发展的`动力。消费者是很大众化的。随着他们消费水平的提高，有能力追求档次。他们也爱吃火锅。针对不同消费者的不同口味，我们创作的三种套餐就体现其价值了，有人喜欢吃辣，有人喜欢吃甜，有人喜欢吃新，有人喜欢刺激，我们都在最大程度上满足他们的要求。

3、swot分析

优势：还是什上面的三大亮点；其汤料健康营养，冬天主要是传统火锅，夏天是冰淇凌火锅，新颖与趣味的结合，三种套餐各有侧重，科学搭配。

劣势：管理庞大，内容多而杂，竞争激烈，投资巨大。缺乏经营经验。

机会：消费者的巨大需求与市场环境的要求。互联网的发达，我们可以利用网络的发达来获取有利的经济信息。其他竞争者产品服务的雷同。

威胁：资金的筹集，竞争对手进入本地市场，价格战。竞争对手研发出创性的产品或服务。竞争对手拥有更好的分销渠道。

1、竞争对手分析

１）直接竞争对手：同行中例如重庆小天鹅火锅食府，福成肥牛火锅，等等，众多大大小小火锅店不胜枚举，仅以重庆小天鹅等大型酒店为例，他们的业务很成功，有些是进入中国餐饮百强的，他们的竞争力就很强，而且他们的火锅都具有自己的特色，或以汤或以肉，都是适应市场需求的。还有他们的服务也都是很一流的。相对而言，美馨火锅是种新生品牌，并没有与他们相抗衡的力量。

２）间接竞争对手：各种其他饭店，酒店等的存在与发展都或多或少的对同样也属餐饮业的美馨火锅造成影响。

２、产品竞争力分析

小天鹅的火锅以汤为特色，他的发展已经走出国内市场，走向了世界，我们的产品因为有上述所列三大优势，还是有希望发展的。我们的服务可以吸取其他的经验，并适应我们自己的要求，争取在市场竞争上有所实力。

１、机构

设置董事，经理，副经理，领班，会计，采购，库管，人事等职位，设置后勤，前厅，吧台，市场调研部，汤料配制部等机构。安排厨师，配菜员，配料员，传菜员，服务员，保洁员，门童，保安，迎宾等职员。并分清职权。

２、管理

1）对职员进行培训，走该怎么走，端盘如何，怎样服务，怎样解决一些纠纷等。例如微笑上岗等。

2）管理民主化。每天开例会。总结一天中的问题与收获，提出需要解决的问题并予以解决，提出下一天的任务等，每周周末总结，每月月末总结等。

3）引进人才，尤其是对汤料有所研究的人。

4）在固定员工人数的同时，适当安排几名兼职，也为学生朋友提供一个锻炼的机会。但一定要防止人员流失。

5）实行按劳分配，底薪加提成的工薪政策等。

6）管理人员要了解下属职工的生活等问题，适当解决他们的生活问题，提供较好的福利。

1、选择一个人口集中，人口流动大的，交通方便的地面，作为场地。

2、产品策略：火锅也要实现组合包装。

3、定价策略：实行火锅的渗透定价。

4、促销策略：

1）广告宣传，扩大本火锅知名度。

2）降低价格，或加量不加价。

3）按周按月优惠部分菜系；例如单周蘑菇优惠，双周鱼便宜等。

4）提供优惠券；例如吃满够100元，赠10元优惠券。

5）附赠小礼物（例如过年过节啦，或是第一万个光临的顾客等都要进行附赠）

6）竞赛抽奖，开展优惠大酬宾活动。

7）免包间费等。

5、渠道策略

找联合商等

１、投资风险分析

投资一项产业，能不能挣钱是根本。本火锅投资最大的风险在于市场容量究竟有多大，能不能带来预期经济效益，再者怎样协调发展内部联系。政策是否变化，本地区是不是能接受，我们能不能有此科研实力，资金到不到位等。

２、其他风险分析

要有一定防范意识，防止诸如火灾等情况。

１、投资

本项目投资巨大，没有一定数目的资金是不能完成的，预计所需50万。

２、具体预算

选择地皮需要大约10万（包括装修等）

雇佣招聘员工大约需要100个，按平均每人1000元的工资算，没个月至少10万的职工新酬，广告费留足一万等等。

1、目标性。

创业项目的目的不仅是追求企业的发展，而且要有创造利润的可能，要突出经济效益。

2、完整一致性。

创业计划书要将运用计划完整陈列，涵盖创业经营的各项功能要素，前后基本假设或预估相互呼应。

3、优势竞争性。

创业计划书要呈现出资源、经验、产品、市场及经验管理能力的优势。

4、团队的和谐性。

创业计划书要展现组建经营团队的思路、人员的互补性作用，尽可能突出专家的作用、高管人才的优势、专业人才队伍的水平，明确领军人物。

5、市场导向性。

创业计划书要明确市场导向的观点，明确指出企业的市场机会与竞争威胁，并充分显示对于市场现状的掌握与未来发展预测的 能力。

6、客观实际性。

一切数字尽量客观、实际，以具体资料为证，并尽量同时分析可 能采用的解决方法。切勿凭主观意愿估计，高估市场潜量或报酬，低估经营成本，夸大其词。工作安排循序渐进，有条不有条不紊、可操作性强。

**自主创业计划书篇四**

创业的项目：西南风味烙锅餐饮店。

创业类别 ： 食品餐饮类

我们的项目属于第三产业的食品餐饮类。

产品介绍：

所谓的烙锅，是一种符合大众口味、具有西南特色的小吃店，它可以称之为“无汤火锅”。它的硬件组件简单，需要一个平底锅，一张中间有如锅口一般大圆孔的洞，一个液化灶和液化气。接下来就是菜了，把顾客需要的菜配好，配菜时用很多佐料配制而成，然后往锅里刷上菜油，这个时候就可以把菜放上去烙来吃了!最后，桌上放上辣椒，味精，盐。个人根据自己的口味，往小蝶里加上辣椒，味精，盐配好，一顿特色美食就此大功告成。

创业的可行性：

通过七上一下来进行分析。

第一、市场上：在我们学校外面开一个这样风味独特，关键是填补市场空白的这样的一个特色餐饮店，先从一个点做起，然后再把它做大。从投资成本来说，这个是一个低投资高回报的一个创业点子。

第二、地点上：店面的选择地点首选是各个高校外面的商业小吃街，大学生消费者是我们的第一消费者。作为餐饮店，我们的特色餐饮店性价比高的餐饮店，根据大学生的消费习惯特点，我们的特色餐饮会对他们有很大的吸引力，因为我们的价位适中，菜量多，味道好的基础上外加上店面的精装修、特色才菜肴、良好的宣传、热情周到的服务，肯定会受到大学生们的青睐。特别是西南的大学生，在这里可以感受到家乡菜的感觉。

第四、着装上：服务员要统一着装，要塑造良好的品牌形象。

第五、营销策略上：可以提前预定，开办会员卡，适当的促销、积分活动等。

第六、卫生上：我们的餐饮店的食品必须保持色香味俱全，保证食品的安全，制作过程的透明化，让消费者吃得放心，吃得舒心。

第七、前景上：我们的特色餐饮店的就目前的市场来看，前景是非常大的。首先，西南特色烙锅填补了大学生周边餐饮市场的空白，潜在的消费群很大，有足够的消费者优势。根据实地观察及近几年的消费调查显示，各高校外的小吃店，都是稳赢不赔的。其次，大学生周边市场大都是小店面，而且食品的安全卫生没有保障，店面小，装修差，服务差等。因此，我们的经营理念、服务态度、装修特色等是我们相比市场其他的餐饮的极大优势。

第八、创业满腔热情下：我们灵性团队不仅是仅仅有个创业点子，更有创业理想、创业的满腔热情。会把我们的全部热情、全部力量投入到其中。

创业风险

餐饮店经营的最大风险是市场风险，定价风险，产品风险，管理风险。

1、市场风险是：高校外的餐饮店特别多，很多店都有固定的消费群，而且现在的消费者，大多习惯性的会选择自己熟悉的，知道的去选择性消费，我们的餐饮店上市会受到一定程度的阻碍。

2、定价风险是：现在的农产品的价格都在上升，而且受周边一些小吃店的低价格的影响，我们也许会无法保证最大的利润空间。

3、产品风险是：由于农产品的一些不稳定因素，我们会出现断货的状况。

4、管理风险是：由于是合伙制，怕会在以后的经营管理中出现矛盾而导致涣散。

创业准备

但是我们相信我们可以克服这些风险。除了我们的创业的一腔热血外，原因如下：

1、我们的店面装修，我们的店面有统一的广告语，广告口号。相对于其他的商贩，更有营销上的策略。

2、我们的店在外面装修是独一无二的，我们的特色让我们有站稳市场的信心。

3、作为跟消费者一样的大学生，我们更接近学生，更了解他们的心理需要，可以不断的进行营销调整。

4、在管理方面，我们先把以后可能出现的问题以协议的方式例出来，并提出解决办法，然后让他产生法律效益，以避免以后的矛盾。

5、定价上，在保证一定的利润空间，尽量让利于消费者，真正做到，低消费，高享受。

资金来源

我们采取融资的方式。具体如下：

把我们的创业点子介绍给投资人，拿出优越的条件及创意的可行性与投资人洽谈，并且签下双方协调的合同。协议上具体说明：资金在多少时间内还请，在还请的这两年内，根据投资人的投资的资金量的多少，进行一个年底的分红。这样，一是让投资人放心他的资金在一定的时间会得到归还，二是让投资人也尝到参加餐饮店的分红(具体与双方协商同步)。

配套服务

既然是餐饮店，我们在配合烙锅特色的前提下，在店里搭售一些附属产品。比如饮料、酒水、还有就是独具西南特色的冰粉、冰浆等。如此一来，不仅未改变餐饮店特色烙锅的主打特色，反而还会再给消费者提供更大更好的服务的情况下增添我们店的多方面服务特色。与此同时也会给带来更多的利润空间。由于吃烙锅最重要讲的是一种氛围，所以酒水、音乐是很有必要的。

资金需求及财政计划

创业资金约为15万。

财政管理方面进行全天候的透明管理。具体就是做到天天有帐、月月有帐、季季有帐、年终总账的宗旨。在明确利润的同时也可以给我们的投资者一个更有力的、更确切的数据说明。

创业目标

分近期目标和远期愿景。

近期目标是：先在榆中夏官营大学城开创我们的第一家特色餐饮烙锅店。为以后创造加盟连锁的模式做好经济基础及基本宣传。第一家店开拓市场，在市场站稳脚跟，不仅是先期创业的可行性验证，更是我们创业小组信心的极大鼓舞。

远期目标是：在站稳先期目标的情况下，向甘肃兰州及其他省市的各高校市场进军，实现我们的连锁加盟店形式。最终做成真正的餐饮企业。

在通过以上的具体分析阐述，我们有很充分的`理由相信我们的创业会成功;我们有很大信心相信我们的西南特色餐饮店会做成企业。

产品与服务

1、产品介绍(附加图片)

名称：烙锅(无汤火锅)

色彩：颜色丰富

风味：西南风味(贵州特色)

详介：合大众口味的小吃店，它可以称之为“无汤火锅”。它的硬件组件简单，需要一个平底锅，一张中间有如锅口一般大圆孔的洞，一个液化灶和液化气。接下来就是菜了，把顾客需要的菜配好，配菜时用很多佐料配制而成，然后往锅里刷上菜油，这个时候就可以把菜放上去烙来吃了!最后，桌上放上辣椒，味精，盐。个人根据自己的口味，往小蝶里加上辣椒，味精，盐配好，就可以吃了。

2、服务项目

一、服务：指店内外的消费环境。包括内部的桌椅样式、店面环境、应用餐具等。做到使顾客舒适满意。

二、：指服务人员的服务态度。服务要周到热情，一切以顾客的合理要求为宗旨。例如，主动为顾客倒水、介绍菜单、拿碗筷等。使消费者感到真正的宾至如归。

具体实施：

1、店面的整体装修。在符合特色烙锅的前提下更亲近大学生的消费习惯、消费感觉进行装修。(可以通过对大学生的实地调查后进行)

2、系列设计(菜单、着装、餐具、广告、颜色、口号)

3、舒适新颖的桌椅(人性化、个性化、舒适化)

4、店内设施的摆放(尊崇以方便顾客为主。可以是顾客有更多的活动空间，设置衣服挂、衣服柜等小设施，为此可以更方便我们的顾客。)

5、餐具卫生洁净(专业消毒、数次清洗，绝对不可以给消费者使用脏、破的餐具。)

6、服务热情周到(在顾客不反感的情况下最大限度的热情周到。千万不可以造成厌恶的服务。)

7、价格合理公道(在调查其他饮食价格后、在统计本身的成本后、在涵盖利润的差额后给每位消费者一个可以接受的价格。)

8、外卖服务(现做现送、及时无误。并且要与本店的ci形成一致。不仅给消费者一个很专业服务的感觉，还会做到无形的宣传功能。)

9、产品质量保证(最重要。这是每个餐饮店的绝对前提，更是我们特色餐饮店的重中之重。)

10、外卖的包装统一设计、卫生

11、食用工具(基本餐具、各种配料、单巾。)

12、可以提前订餐(设立专线的订餐电话，做到营业期间根据店内的消费人数进行准确的服务。)

13、回馈消费者活动(促销活动，可以分季度或者活动日纪念日进行相应的促销活动和回馈消费者的感恩活动。这样可以做到进一步树立我们店良好形象的效果。是美誉度、知名度、满意度得到提升。)

14、其他的配套设施的设立(如卫生间 洗手间等)

市场分析

1、市场分析：

我们所针对的市场是高校外面的商业小吃街，目前根据调查跟分析，民大跟兰大榆中校区的商业餐饮一条街的规模不是很大，但是有很大的发展空间。外面的餐饮店种类大多数是以炒菜、火锅、盖浇、烧烤为主，这些饮食占据外面所有餐饮的百分之八十以上。

店面的面积级装修情况：大多数店面的面积有限，装修简陋，服务一般。

消费口味：重要的是口味都相差无几。在学生的饮食选择有限的情况下，使大学生除了食堂以外还是没有很大的选择余地。也就是说，虽然有钱，但是有些想吃想尝试新品种是得不了满足的。

经验分析：根据我们团队在校三年的经验及对以前的了解，外面的餐饮结构是很不完善的，而且根据我们的详细调查，我们学校跟兰大来自西南的学生超过了 6000人，我们的西南烙锅的市场就这一西南消费人群来说潜力是非常大的，而且最关键是，我们的特色烙锅店填补了学校外面餐饮的一个空白，而且这个空白正是符合消费者的口味。

2、市场竞争和机会：

竞争者的swot分析：

我们西南风味烙锅餐饮店在学校外面共有5家竞争对手，其中具有东北风味菜的一家，重庆烧烤2家，川味小吃2家，他们的经营期都是3年以上。东北菜馆的形式比较单一，而且味道不好，因此，客源泉稀疏。重庆烧烤的是一家生意可以，一家不怎么样。川味小吃的由于卫生环境差，服务质量差，就餐环境拥挤脏乱。还对我们照成威胁的就是外面的那些小吃车。但是由于他们的规模有限，没有固定的场所，而且，也不能当正餐，因此，我们把握住了竞争对手的弱点，推出“低消费，高享受，物美价廉”等等营销战略，一定会在这样的市场中拓展一片属于西南烙锅的天地。

其次，民大的餐饮环境都是以小面积店面为主，没有统一的服务标准，没有统一的形象，各种餐饮店参差不齐，不能为消费者提供一个良好的就餐环境。我们的餐饮店有以上外面所部具有的一切，而且，我们的店在外面没有第二家，并且，还符合大众口味，做到“人有我有、人无我有”。所以，市场的前景是很有吸引力的。

a、我们的餐饮店主要面对的是学生大众，价位不高，属于中低等消费，保证消费者物超所值，都消费得起。

b、大力开展多种小吃搭配烙锅，比如饮料、比较好做的并且具有西南风味的冰粉、冰浆。价格便宜，而且还可以因地制宜的推出套餐。让消费者感受到更多实惠。

c、就目前看，我们没有直接的竞争对手，即使已经有很多地方性小吃，但是不会与我们的特色烙锅起到冲突。并且从他们的规模有限，服务不好，就餐环境的拥挤肮脏来看。我们有比之更好的优良服务、就餐环境。而且味道独特且符合大众。

d、外面与我们有相似之处的店面的市场占有率在---%35左右，在销售业绩上看，根据我们三年来的观察，并不是非常乐观。因此在消费者中的形象并不是很突出，每个店的固定顾客是很有限的，消费者的随意选择成为他们店客源来源的一个很大组成部分。

e、其他的餐饮店一般不采用什么广告宣传方式，这个是他们的弱点，他们只是单纯的靠消费者的口头传播。因此，我们在方面可以发挥我们的绝对优势，因为我们就是广告专业的学生。

我们的劣势是，这些店面都有几年的经营经验了，在大学生心理也有印象，与之相比我们在开始正式开业时，缺少经营经验、市场经验。可能会一时间会出现无法打开市场的情况。另外我们还有我们未完成的学业，无法做到24小时都在经营。

但是，我们的产品是特色的产品，服务是周到的服务，环境是优越的环境，而且根据我们的人事安排，我们会招聘一些全职店员，虽然我们还在继续上课，但是我们保证天天开业。为此我们有理由相信我们会克服这样的劣势。是自己的优势达到最大化的发挥。

3、消费者分析：

我们针对的消费者主要是在校大学生，进一步的目标消费群是来自西南的学生。因为，我们的烙锅符合西南口味，是西南人的大众口味，西南消费人群会最想尝试我们的产品。潜在的消费群是来自其他地区的学生跟外面的当地人跟学校外面的长期居住的人。我们会根据本地大学生消费者的多元化口味，在不改变特色的前提下，做出改变，使我们的产品符合更多消费者口味的烙锅。

现在的大学生的消费心理主要是习惯性购买。经济性购买跟不定性购买。他们主要是 “求实，求新，求廉”。他们一般的就餐时间是中午跟下午以及晚上。而且，他们的消费行为一般随意性比较大，而且好奇心理强，多想尝试新的东西，因此，我们的客源可以说是相当充足的。现在的大学生消费的主要项目主要放在娱乐跟饮食方面。一般比较容易感性消费，而且只要在一家店尝到了好的东西，就会经常光顾，成为店里的固定消费者。

一、我们的潜在的将来可以成为我们的消费者的人数是：6000人左右。可发展的消费人群是全部的在校学生。

二、我们的消费群都没有收入，生活来源是每个月家里提供的生活费，消费水平属于中低等水平，因此，价格上我们会最大限度的调整。我们的烙锅店正是符合这种中低档消费。我们还可以做到更低，让利于我们的消费者，让他们的钱花得值得。

三、消费群的文化程度都是在本科以上，都具有足够的认知能力，因此，我们一定要把味道做好，把他们给服务周到。给大学生以切身实际的感受，那么大学生消费者就会主动的来我们这里消费。

四、根据消费者消费得季节上的变化规律，我们会根据需求，适当改进我们的产品跟服务，让我们的产品跟随季节的变化而变化成符合季节性的口味。比如：夏天，我们就可以退出我们的冰粉、冰浆、冰镇饮料以及具有西南风味的凉拌小吃。

4、销售计划：

一、开业前进行病毒式的广告宣传工作，把我们统一的店面形象，广告语，广告的宣传方式对我们的消费者进行宣传，让他们提前知道我们的餐饮店，促使消费者的好奇心产生。

二、向最先来消费得人介绍本店的特色跟“物美价廉”的销售战略，让他们在体会到实惠的同时，为我们的店进行口碑传播。还会发问调查表，根据消费者的需求，完善我们的产品和服务。

三、推出一系列套餐供消费者选择，让他们感受到真正的实惠，推出会员制，季卡，月卡，从而发展固定的消费者。以便吸引更多的顾客。

四、开业的前两个月(根据实际情况而定)进行促销。例如：凡消费满多少，可以送多少的代金卷。累计消费多少可以抽奖获得一些奖品。

五、根据消费者的生活方式的不同，我们可以提供免费的送货上门服务。而且还可以赞助学校的社团活动、公共活动等，增加我们店的知名度、美誉度、良好的形象。

六、我们的店面的店址需要位于人流量最集中的地区，越接近大学越好，最大限度的接近目标消费者，使消费者一出学校大门，就可以踏进我们的店。

七、开业的第一个月(根据实际情况而定)的主要任务是打开我们点的知名度，提高我店在消费者心目中的位置，而且我们有我们的优势，因为我们本来就是学生，学生与学生之间比较好交流，而且，我们会利用这个优势展开宣传。

八、当店的经营情况稳定后，我们就会寻求下一步的发展。在现有的市场站稳饱和成熟以后，慢慢的有计划地向其他高校发展。将局部扩展为行业的优势。

**自主创业计划书篇五**

1、群体目标：

(1)18-30岁：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女性消费的频率高于男性。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚、追求流行、个性、敢于尝试新事物。

(2)30-45岁：该年龄段的消费群体是服装消费的主要群体，是消费群体中购买单件服装价值最高的群体。该群体是消费群体中经济基础最为雄厚的群体，购买欲望同样较强。但该群体大多数的人生观和价值已相对成熟，因此对风格、对时尚都有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低。

从上面数据可知，18-45岁这两个年龄段的消费力相对较高。而处于该年龄段的女性大多都是职业女性或年轻少妇，她们对于服装的追求较为强烈，但对服装的档次不会过分要求。本服装服饰店的目标对象主要定在20-35岁之间的职业女性和有工作的主妇。前者是所谓的单身贵族，后者被称为双薪族。这一目标群体月收入约在1500元以上，无家庭经济负担或属于小康生活家庭，她们多注重服装服饰的款式和搭配，自由支配的费用较多。

2、产品定位：

由于本店的目标对象是20-35岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

**自主创业计划书篇六**

团队名称：推广联盟

项目简述：

目前，环保的这一观念已深入人心，人们的环保观念也是日益增强。根据我们对部分大学生的问卷调查，大部分大学生都很愿意使用低碳、节能、环保产品。大家以前买东西也是更多地注重品牌，而现在则更多地关注这些品牌是否真正达到了环保的基本要求。

现在已经有很多广告公司，但还缺少针对在校大学生的有关环保产品系列的广告机构;现在已经有很多环保产品销售公司，但还缺少针对在校大学生的环保产品销售店铺;现在已经有很多废弃品回收利用公司，但还缺少真正由在校大学生为主体的对各种废弃品进行分类收集的紧密网络。

而我们的项目，将环保产品推广与销售、废弃物回收利用、爱心助学等公益目标结合一体，填补了以上列举的所有市场空缺。我们不直接参与节能环保产品的开发生产，但我们帮助节能环保产品的宣传与销售，我们将间接促进节能环保产品的开发与生产。

项目目标：

我们的策划，真正实现了公益效益、社会效益、经济效益的良好结合。其目标与意义在于：

1、在大学生中宣传“环保是一种时尚”的理念。“时尚，就是时髦又高尚，”使低碳、节能、环保的观念更加深入人心。

2、帮助企业开发的节能环保产品在大学的销售，扩大其市场份额;既使节能环保产品得以推广，又反过来催促企业厂家生产更多节能环保产品。

3、满足在校大学生对环保日用品的需求。

4、减少废纸废报、废饮料瓶、废塑料袋对大学校园的环境污染，帮助废弃物实现最大效益的回收利用。

5、将所有盈利捐助给贫困山区的孩子们，我们的计划，一端连接的是节能环保，一端连接的是爱心助学，是真正的十足的公益创业。

项目计划：

本策划分为三大部分：

1.帮助企业生产的低碳、节能、环保产品在大学里进行广泛推广。推广方式分为网络推广(博客、网站、贴吧、校园bbs、qq群、人人网公共主页)和现实推广(与学生会、环保社团联系，采用传单、广告、会议等宣传方式)，向生产厂家收取相对低额的广告宣传费用。

2.在校园开办专业的“节能环保日用品店铺”。环保日用品涉及衣食住行各个方面，比如：节能台灯、环保纸张作业本、再生纸制品、低泡无磷洗衣粉、竹纤维的毛巾睡衣、茶叶枕头、棉质衣服、手帕(取代手巾纸)、发条闹钟(取代电子闹钟)、充电电池(取代干电池)、袋装牛奶(取代盒装牛奶)……为了吸引顾客，我们会严把进货关，保证进货的质量与价格;给顾客发放会员卡，根据积分给予不同的优惠待遇;为会员免费发放环保购物袋;开辟一个专区，收集展览变废为宝的垃圾工艺品;适时举办环保知识竞赛，送优胜者以奖励。

3. 给学生宿舍每个楼层摆放三个桶篓，分别收集废纸废报、废饮料瓶、废塑料袋，由工作人员定期整理，集中贩卖给可信赖的回收与再加工厂家。

这三个计划有机联系，连结一体：不仅每一个计划都宣传了环保理念、又都有一定盈利，而且三个计划之间相互促进与补充，实现计划之间的有机良性促进。

**自主创业计划书篇七**

虽然地点并不是服装服饰店经营成功的唯一前提，但是铺址的选取仍然极大限度地影响店铺生意的好坏。好店址的特点主要有6个方面：

(1)商业活动频繁。商业活动频繁的地区一般指商业中心、闹市区。

(2)人口密度高。在商业街、居民区附近开店，人流量大，各年龄层和社会阶层的人都有，对于服装服饰款式或类型的选择比较容易。

(3)客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。

(4)交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。

(5)人流聚集或聚会较多。百货商场、服装商场附近的服装服饰客流量较多，因为客人在逛完商场后会顺带到附近的街店转一圈。

(6)同类店铺聚集。经营同类商品的店铺越多，顾客在这里进行比较和选择的机会就越多，因此若能集中在某一地段或街区则更能招揽顾客。

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以要考虑到很多问题。比如店面费用、店面租金、店面期限、店面装修等问题。

**自主创业计划书篇八**

自主创业、自谋职业、灵活就业等已成为大学生就业的重要方式,大学生创业将成为我国大学生就业的一种新的趋势。下面是有大学生自主创业计划书，欢迎参阅。

一、创业背景

1、 时代的变迁赋予了我们当代大学生不一样的涵义，也给予了当代大学生不一样的生 活和思想，追求的不同，享受生活的方式自然也是不一样的。卫生巾的价格也处在涨幅趋势。经常听到寝室室友喊到：大姨妈也伤不起啊，卫生巾也在涨价。或者有的时候忘记带卫生巾，没有做好准备。当然我也是女孩子。 2、 经济基础决定上层建筑，当今社会的经济提高，促进了我们生活质量的提升，对生 活的要求不同了。女性朋友对卫生巾的质量要求提高了，也给做山寨产品的厂家提供了机会。我们要抵制这种现象，不仅为了自己，更是为了大家的健康。

二、创业目的

1、众所周知，在大学校园里，能力远比知识更重要，这就需要一个平台来让我们不断学习、锻练、展现自我、增加能力。校园里更大社团和学生会对我们这些即将面临毕业的学生已经没有什么进步的空间，所以我们需要自主创业来为自己铺路。

2、让女孩子每次用的都是新的，不需存放，不需一次性大量购买。不用怕来大姨妈伤不起，我们的价格是最低的，质量最好，有求必应，服务第一!

3、我本身是一名特别贫困生，勤工助学是我们很多大学生都想做的事情。一来可以减轻父母的负担，二来也可以向他人证明自己的自立与成长。

4、为贫困生提供勤工俭学的岗位。这就使得我们只有通过自己的努力来打开另外一种勤工助学的渠道,以真正做到自立自强!

三、市场预测

目前我国卫生巾行业的现状：我国1980年引进了第一条卫生巾生产线，现已有300 多家企业，1000多条生产线，产品的类型也实现了多元化。假如每个寝室有4位女生，一层楼有24个寝室，一层楼就有96人，一幢楼有6层，一幢宿舍楼就有576人。而一般情况下，每一位同学每个月的大约需要使用20片卫生巾，30片护垫，一年有12个月。这个市场容量之大是可以想象的。目前的卫生巾市场，有着诸如苏菲、护舒宝、abc之类的著名品牌，也有着娇爽这样的经济类品牌，种类繁多。据专家预测，中国的卫生巾市场容量相当大，市场上存在的品牌可达20-30个，所以我想要在这一市场上开辟出属于自己的一片天地。

四、服务介绍

服务每一个人。对每位女同学喜欢用的卫生巾牌子和例假日期做好登记，我们会提前几天送去提醒(以亲自上门或电话问候的形式)，询问是否需要卫生巾，痛经的同学是否需要红糖或药剂。送货到门，不需要同学自己跑腿去超市买，我们的卫生巾品牌很多，针对每个人需要，而且我们的价格也会比超市的便宜，以人性化的服务，做好温馨提示。让女孩子每次用的都是新的，不需存放，不需一次性大量购买。设置送货上门，价格低，质量最好，有求必应，服务第一。

五、经营项目

1、多种品牌、不同价位的卫生巾

2、红糖(利于缓解痛经，例假期喝最易)

3、缓解痛经的药剂

4、护理品

六、营销策略

1、人力上：负责宣传、学校安排送货人员、各寝室楼安排送货人员、负责调查问卷、 负责询问和慰问、记录每个同学例假日期。

3、经营上：生产厂商直接进货，价格低，薄利多销，固定实体店。

4、策略上：网站宣传，团购，淘宝店铺，低价格薄利多销，优质服务，送货上门，可 做礼品包装，例假期必需品(红糖、药剂、护理品)。

七、经营原则

1、真实原则：从生产商直接进货，保证正品，不弄虚作假。

2、互利原则：在真诚的基础上，做到主顾双方平等互惠。

3、优质服务原则：保证为求助者所提供的优质耐心的服务，提前做好温馨提示，真正做到送货上门。

创业项目缘由：

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

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

创业机构设置：

大学饮食联盟为总部，在高校通过考核招收大学毕业生并且签订一年工作

合同

培训后在所在高校设立高校饮食分部。

大学饮食联盟在各地适当选址建立蔬菜种植基地，水果种植基地以及牲畜养殖场，建立配送车队，为各高校分部统一生产配送蔬菜水果等食品原料。并且和农业研究机构合作通过高科技不断提高所生产原料的质量，降低成本。

大学饮食联盟总部设立管理培训部门，各高校饮食分部在所在高校选择招收大四非考研大学生为管理人员，并送培训部门培训。

大学饮食联盟从厨师培训学校招收厨师进行适当培训后送各高校饮食分部担任厨师，同时各高校饮食分部自行招收学生或者社会下岗人员作为窗口服务员。

大学饮食联盟总部不定时到各高校进行质量抽查，保证大学饮食联盟提供服务保质保量。

创业细节：

1.大学饮食联盟的经因范围是特色食品，如鲁菜，川菜，粤菜等以及地方名吃，并且进行学生生源地调查，根据高校地理位置适当调整各菜系以及地方名吃的搭配，使来自不同地方的学生都能吃到适合自己口味的饭菜。

2.大学饮食联盟的经营理念是一切为了大学生吃的更好。

3.大学饮食联盟以提供助学岗位，交纳一定食堂租金为条件同各高校进行洽谈，为大学饮食联盟的发展壮大铺平道路。食品原料由大学饮食联盟负责统一生产配送，在降低食品原料成本的同时保证食品原料的高质安全。

4.大学饮食联盟招收的管理人员为本校大四非考研学生，让深受大学饮食质量低下之苦的大学生监督员工的工作，切实保证大学饮食联盟所提供食品的安全与质量。

一、前言

在这个“人才至上”的年代，为了迎接未来的挑战，我们作为当代社会的大学生为了能够在未来的生活中有碗饭吃，必须提前做好准备，给自己充电。

当然，锻炼自我的方法有很多，我们可以出去实习，也可以在上课之余做些兼职以填补自己的开销费用，但是在这个要求严格的时代我们必须力主创新，独树一帜，不说是做第一个吃螃蟹的人，也要有自己的一套风格，踩出自己的一条可行之路。只有这样才能顺应社会的发展，才能更好的学习贯彻党的“xx大”精神，为建设和谐社会奉献出自己的一份力量。

当今社会，在校大学生自主创业也成为大学生发展自我，增加经验的一种趋势，这种行为不但可以锻炼自我，磨练意志，积累经验，同时还可以通过自己的努力，为父母减轻一些负担。所以，我们应顺着这种趋势不断摸索，探求，在坚持原则的基础上以更好更多的实战经验去迎接未来的挑战!

为此，我们打算建立一个“点子”便尔店(详尽内容见正文)，方便他人，也满足自己，从更大的方面跟上时代的步伐，促进社会的发展!

这是个人才的时代，也是个知识的时代，只要你愿意，没有什么不可以，相信----路是自己走出来的!

二、创业背景

1、时代的变迁赋予了当代大学生不一样的涵义，也给予了当代大学生不一样的生活和思想，追求的不同，享受生活的方式自然也不同。科技不断的进步，生活水平的不断提高，人类惰性的潜能又被激发出来，使得一部分大学生宁愿花钱也不愿意自己动手做一些事情，有些时候急于需要一个“替身”来帮他完成所要完成的事情。

2、一部分大学生为了锻炼自己，增加实践经验，不惜耗掉了自己课余之外的所有时间来参见校里的活动。所以很多事情自己没办法也没时间去完成，无奈之余便幻想的希望自己可以拥有“分身术”。

三、创业目的

1、众所周知，在大学校园里，能力远比知识更重要，这就需要一个平台来让我们不断学习、锻练、展现自我、增加能力。校园里更大社团和学生会对我们这些即将面临毕业的学生已经没有什么进步的空间，所以我们需要自主创业来为自己铺路。

2、勤工助学是我们很多大学生都想做的事情，一来可以减轻父母的负担，二来也可以向他人证明自己的自立与成长，但是据我所知，校内能提供的勤工助学岗位是非常有限的。这就使得我们只有通过自己的努力来打开另外一种勤工助学的渠道,以真正做到自立自强!

四、经营项目及内容

1、经营内容：主要是帮助一些没时间或不愿意自己出面去完成工作、任务、及人际交流的同学完成他们的所需，作为他们的一个“分身”来认真努力他们所要求完成的事情。

2、主要项目：

代取物品：代替一些不想把时间浪费在路上的同学取些所需物，并且代保管(保管另外收取费用)

代沟通交流：大学犹如小社会，同学、朋友间很容易闹些别扭及不愉快，但是由于自尊心作怪，始终无法先开口解开疙瘩，这时我们就可以代替需要者，作为中介人进行帮助沟通交流，使得原本不畅的关系得以调解!

代出点子：吸取各方优良经验，为一些在生活，学习，感情上遇到困难的求助者提供有建设性的点子.

五、经营原则

2、互利原则：在真诚的基础上，做到主顾双方平等互惠

3、科学性原则：保证为求助者所提供的策划，方案科学可靠，真正做到切实可用;

六、服务目标群体

1、学习工作繁忙，无暇动脑的人群;

2、事情紧迫，求助无门的人群;

3、力主创新，个人能力单一的人群。

七、市场分析

1、在农大的校园内外，至今还没有这方面的经营店。所以在市场竞争上，我们处于了一个相对的优势位置。但是正因为如此，市场的打开又将面临着一个大的问题。在一定程度上，很多同学会存在戒备的心理，所以一个创新的有说服力的广告宣传是必要的。

2、另外，大学本来就是个人才济济的地方，“点子”对大家来说都是随手就来的事，所以我们面临的另外一个问题就是同学不屑接受的一个问题，所以我们要拿出有威望、有质量的“点子\",先着手树立一个良好的形象，打开市场。

八、经营策略

4、策略上：开业期间可采取五折优惠、免费服务等业务。

5、店面上：店面需设在引人瞩目的地方，店面设计上需新颖独特，体现典雅风格，智慧形象。

6、设备上：需要两台电脑、打印机、复印机、电话、桌椅、及微小所需品：

九、经费来源及分配

1、来源：起初，采取入股制，自备电脑等大件物品;打印机、复印机可以先购二手的以节省资金。

2、分配：

1) 月基本工资分配标准：每月月底将净剩收入按入股金额的比例发放给员工;

2) 提层分配标准：按个人接受项目、完成项目及顾客的满意度分配，将员工的个人业绩分为甲、乙、丙三个等级。

十、收费标准

文字方案：按字数要求付费，基本费为2元;

代出点子：基本费用2元，如对所需者无用，可免去收费;

十一、预想问题及解决办法

在服务过程中，可能会出现顾客因不满意而要求赔偿的事宜，为此，我们必须坚持“顾客是上帝”的原则，尽量满足顾客合理要求。

**自主创业计划书篇九**

1.1本策划的目的

为有意投资本项目者提供充分的信息。

为本计划未来的经营活动提供基本数据和指导准则。

1.2公司介绍

本公司集高档专业茶文化于一体，以“传承千年文化，弘扬民族茶饮”为理念，以追求和发扬茶道精神“健、美、和、敬”为主旨，致力于打造一流茶文化企让您在优美精致的环境中体会传统茶氛围，让您在快节奏的都市生活中找到一片宁静的港湾，我们将竭诚为您提供贵宾级的服务。

1.3行业背景

随着当今世界飞速发展，人们的生活水平在逐步得到改善，生活质量的到大幅度的提高，同时这些也造成了了生活的节奏的加快，压力逐渐加大、越来越孤独，人情冷漠。我们很难寻求一片心灵的净土来安置我们手上的疲惫的心灵。但是在越来越多的问题逐渐增多的时候，也出现来越来越多的需求，也就提供了越来越多的机遇。

我们一切一顾客为中心，我们坚持秉承我们中华文明，集成并发扬传统文化的同时，为顾客提供一个可以畅所欲言的场所，在这里，你可以遇到志同道合的朋友；在这里，你可以和更多人交流，排遣孤独；在这里，你可以独自一人，聆听音乐，沉浸在音乐的舒缓节奏里，放松神经和身心；在这里，你可以与家人一起，在音乐的氛围中尽享家庭的温馨，让所谓的代沟在我们的周围消失，创建一个温暖和谐的家庭氛围；在这里，你也可以同朋友一起，品茶言欢，共叙友情；在这里，你也可以为你和顾客找到一个舒心快乐的谈判交易地点，在这样没有纷争没有喧嚣只有平和与宁静，和谐与安详的环境里迈向成功；在这里，我们为你提供一系列的方便——音乐器材，象棋，围棋……休闲方式，你可以找到乐友或者棋友，让生活有滋有味，让城市生活不再单调不再孤独。我们的茶楼就在这样的历史情势下应运而生。

1.4市场营销

市场是由一切有特定需求或欲望并愿意和可能从事交换来使需求和欲望得到满足的潜在顾客所组成。我们的市场细分是针对那些向往安静、适宜的消费者展开实施，以茶市场为导向，在繁华的城市中为顾客提供一个休闲地方。

1.5企业管理

公司发展初期，在结构简单、规模较小、工艺比较稳定的初级阶段，这样既保持了直线制集中统一运作的优点，公司内部生产流程包括公司基本框架和运作方式的定位，产品供应流程为建立直销渠道、开拓出口渠道、建立营销网络执行计划。

1.6结论

本公司茶楼以休闲促文化，将会有很大的发展前景。，如果能取得足够的投资，这一项目将为投资者带来丰厚的回报。

一、定位

茗雅堂茶楼作为道家文化的一个载体，通过提供书画室古筝

茶产品和茶艺表演服务于热衷茶文化及具文化品位的高端消费群体。

二、业务模式

1、产品组合

茶楼产品组合包括：茶器产品、服务设备等品牌元素、茶文化、服务配餐、演艺、音乐；

产品来源可以通过和厂家建立长期供货机制，拿货可以在马连道也可以和当地厂家建立战略合作。

器类：茶器的选择古朴自然青瓷例如汝瓷

服务设备：例如桌布、夹子、杯托等全部通过oem的形式打上茗雅堂茶楼的品牌字样

茶文化:新芳茶楼的服务员不仅是服务喝茶的客人，每个服务员必须有自己擅长的茶类，还要具备茶艺表演和茶文化。平常茶艺人员提供茶水和茶文化服务，后期可以接待外部茶艺表演活动，增加收入结构。

2、价格组合

茶楼产品价格相对其他茶楼的要定位高价，特别是礼品茶价格，茶楼可以和固定供应商合作经营茶礼品。

品名区价格可以根据现实客流情况决定。

3、促销组合

茶馆经营需要借助行业协会和媒体力量，通过定期举办茶文化沙龙活动等来提高茶馆人气和氛围。

4、渠道组合

营销渠道：茶馆会员管理机制及公关活动企业家主题活动人脉资源

三、竞争策略

静逸茶楼相对于一些大城市已经成名的老舍茶馆、五福茶艺、怡青泉、问天阁、更香茶楼、吴裕泰茶馆等处于后起之秀，其立于会所之中但具红楼梦文化的茶馆特性，唯有充分挖掘文化品位优势，做足文化底蕴，且在产品供应上能够拿到低价质廉才有绝对优势。

四、管理模式

1、现场管理

现场管理的目的是为静逸茶馆创造一个适合于经营的良好环境：空间布局、灯光照明、背景音乐。

茶楼的浪费就是现场空置率的浪费，所以有效利用每个角落，通过产品布局和产品结构等形式来实现随处皆营销随处皆茶文化的感觉。

2、员工管理

员工的时间管理和员工职业成长和绩效管理是茶馆管理中核心问题。通过会员管理机制和每个服务员都有自己客户管理档案的形式来刺激员工利用好时间。为每个茶艺人员设计茶叶品类专家概念，让每个茶艺员工都学有专长，职业能够得到提升和成长。业绩和效益挂钩的激励机制能够为他们创造效益。

3、服务管理

服务管理是把茶道要求的人之美（包括仪表美、风度美、神韵美、语言美、心灵美）体现到迎宾、咨客、茶饮服务、茶艺服务、配套服务、结算服务、投诉处理和送客等环节。

4、客户管理

建立客户档案，做好客户联络和店外服务。

最重要客户公司建档；其次由部门经理和茶艺员工逐级管理。

茶馆管理还包括：进货管理、仓储管理、财务管理。

五、发展战略

1、塑造个性

茗雅堂茶文化个性名片解说

2、多元嫁接

昆曲、餐饮、音乐、书画、古籍等多元文化嫁接

3、抓住长尾

互联网人气加上线下茶文化体验中心。

4、激活传统

融合时尚和传统茶文化结合，吸引新生力。

**自主创业计划书篇十**

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“ 吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是 “自古有之”。虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我决定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以xx等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

1、本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2、本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅还推出烧烤+冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。

3、有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4、餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

5、暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

6、市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名 ，厨师1名，服务生2名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：具有食疗保健功能的素食餐品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

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

优势与劣势：

优势分析：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，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。

劣势分析：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。

机会分析：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。

威胁分析： 餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

**自主创业计划书篇十一**

摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织。

2.主要成员

企业法人：程晓炜

主要管理者：ann;tom;vian

职位名称团队人员名称个人简介

总经理程晓炜

商务策划专业出身，有良好的组织协调能力，管理能力较强，并且具有丰富的工作经验，管理理念先进。

行政人事部经理tom

人力资源管理硕士，具有整合协调能力和行政管理能力。

策划部经理ann

专业的婚庆策划师，商务活动策划师，具有良好的策划思维和文案写作能力和客户沟通力。

市场部经理vian

营销管理与策划硕士，具有良好的沟通协调能力，有一定的营销策划能力。

3.行业及市场

中国的婚庆行业真正的发展从1990年开始，到现在已经有20年的发展历史。经历了开拓阶段（1990－1995）、新文化阶段（1995－2024）、纷争阶段（2024－20\_）、爆发阶段（20\_－）但这种划分只是行业中对于婚庆行业的模糊定义，婚庆策划又是相对于传统婚庆公司更加周到服务的“一条龙”服务公司。

目前国内婚庆机构良莠不齐，有些服务人员素质低下、服务理念落后、服务内容单一，缺乏完善的经营理念和婚庆文化的支持，所能提供的婚礼服务形式千篇一律，婚礼主题不鲜明，呆板、缺乏新意、缺乏个性、格调低下，无法满足人们对婚庆意义的需要。

在婚庆产业快速发展的过程中，相关企业也越来越注重品牌服务和规模经营，婚庆的高层次服务也在增多，整个行业都在为满足当代青年多元化、时尚化、个性化、追求浪漫服务的需求而努力，婚庆产业大的产业链正在逐步形成。

中国结婚产业的主要行业企业的规模较小，从业经营者水平参差不齐，从从业平均人数来看，全国各城市的婚庆企业的平均从业人员均很少，婚礼策划企业平均每家从业人员10人左右。除原来相关行业的迁移品牌外，真正全国性婚庆产业品牌各地尚未形成，但一批在当地市场份额大、具有竞争优势的行业领先企业，正在逐渐形成行业品牌，优势企业主导的行业整合将提升市场集中度和行业整体盈利水平。

我公司为客户周到服务，以整体解决专家我发展目标和发展方向。在一系列的业务服务中，充分考虑到客户需求的同时，还坚持策划实施质量的实现。并且，国内真正意义上的婚礼策划师还不是很多，婚庆公司还大都停留在婚礼资源的中介阶段，sweetlove有专业的婚庆策划师和商务策划管理专业出身是优势。

婚庆创意是在不断变化的，我们有一批年轻的创业创业团队，策划专业优势，全新的婚庆策划服务，不断发现客户需求和社会发展趋势，以更好地满足客户。

4.营销策略

针对不同的产品服务，实行不同的价格策略，尤其合理定价，设计相应的服务价格标准标准。在发展初期，以更多的优惠方式吸引客户群体。

在报纸、媒体上做广告，并做好服务质量，获得顾客的信任，间接高效宣传，达到口碑相传的效果。并且在每次组织活动的同时，送给客户有特殊意义的纪念性礼物，更好地树立公司的形象。

商业企业真正的经营目标，在于与相关各方，尤其是主要客户群体，建立并维持互惠互利的良好关系，从而转化为丰厚的利润利润源。注重于客户间的关系管理、深度挖掘潜在市场。由于公司处于初创期，产品处于导入期，消费者对于公司的品牌形象，产品认知度不高，因此销售渠道主要是发展“伞式经营”，采取合纵联盟的形式，与家居卖场、婚纱摄影、旅游风景等强强联手的全新商业运营模式，开创全国婚庆用品一站式购物基地。

5．财务计划

预计资本收益率为10%时，税后净现值为2661459，说明计算期内盈利能力和投资报酬率好，投资方案可行。投资回收期为1.57年，投资回收期较短。初期投资报酬率为63.3%，有着较好的投资潜力与增值空间。

6.资本需求

创业者合资资金20万元人民币

向亲人借10万元人民币

向银行贷款10万元人民币

吸引风险投资10万元人民币

二、公司概述

1.公司简介

sweetlove婚庆策划有限责任公司是提议中的专业为婚庆活动提供策划和婚礼实施的综合性服务公司，以至真至诚，尽善尽美，引领时尚为己任，推陈出新，锐意进取，为结婚的新人们提供各类婚庆服务以及给类商业庆典筹备工作。

2.公司战略及目标

（1）战略：

由于公司处于初创期，产品处于导入期，对于公司的，产品认知度不高，因此销售渠道主要是发展“伞式经营”，采取合纵联盟的形式，与家居卖场、婚纱摄影、旅游风景等强强联手的全新商业运营模式，开创全国婚庆用品一站式购物基地。

（2）总体目标：

企业在五年内拥有两家以上分店，十年以后成为婚庆行业领导者。

（3）发展战略：

第一到第三年，占先导入福州市场，提高公司知名度，树立品牌形象；第四到第六年，提升品牌形象，增加企业资产，进一步完善健全企业网络机构，开阔客户市场；第七至十年，打造sweetlove婚庆知名企业，占领婚庆主导地位，力争成为该行业的领导者。

3.发展阶段

公司计划在年正式启动。

三、公司的研究与开发

1.资金投入

计算公司初建期预算资本50万人民币。

2.成本计划

设施20万，人力15万，宣传5万，其他5万

成本控制，严格按照国家有关法规法律规定，实行成本启用。

3.研发设备

（1）品牌sweetlove

（2）专利sweetlove捧花

4.产品的技术先进性及发展趋势

婚庆作为一个新兴行业，在全国已到了火爆的程度，各大城市的婚庆公司如雨后春笋般涌现，比如广州在5年前只有30家婚庆服务公司，现在已经超过了100家。婚礼服务行业分工细化，服务范围扩大并日益丰富，已经包括了婚礼咨询、策划、化妆等。

当代婚庆服务在随着城市生活水平的提高，以及当代青年更加追求婚姻的质量和婚礼庆典活动的个性化，出现了浪漫、时尚的婚庆服务趋向。婚庆服务也已经从最简单的为信任操办婚事，开始向开发婚礼品牌、注重婚礼文化和职业化建设发展。竞争的本质是创新、服务以及品质。sweetlove婚庆企业注重研发打造属于自己的品牌，推出专利捧花，符合时代潮流趋势，满足大众需求。

四、产品及服务

公司的主营业务有婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织。各项服务的提供方式如下：

（1）婚礼主持：婚礼主持方面我们采用两步走战略，在公司创业初期，与经验丰富的婚礼主持达成合作意向。公司一旦接到婚庆业务就立即联系婚礼主持人，确定时间地点，价格一般为1000-2024不等。在公司发展中后期，将会由我们公司自己成立门婚礼主持培训中心，培训出自己公司的签约主持人。

（2）摄影摄像、婚纱化妆：这两方面，我们自己将招聘摄影及化妆方面的员工，对他们进行培训，我们也将通过与职业学校的联合办学，吸纳化妆方面的优秀学生做重点培训，合格者直接加入公司。

（3）场地布置：公司将成立一个场地布置小组，并对其进行专业培训。

（4）婚车租赁、鲜花乐队：这两方我们将寻找符合我们要求的供应商，努力做到价格相对合理，比市场价格略低。

（5）婚宴组织：我们公司将对有需求的顾客提供婚宴咨询服务，同时也会安排资深婚宴顾问陪同顾客前去预定酒席。

五、团队管理

1.主要核心成员

总经理程晓炜

商务策划专业出身，有良好的组织协调能力，较强，并且具有丰富的工作经验，管理理念先进。

行政人事部经理tom

人力资源管理硕士，具有整合协调能力和行政管理能力。

策划部经理ann

专业的婚庆策划师，商务活动策划师，具有良好的策划思维和文案写作能力和客户沟通力。

市场部经理vian

营销管理与策划硕士，具有良好的沟通协调能力，有一定的营销策划能力。

2.管理制度

1.日常管理制度

2.工作服务制度

3.公司内部办公制度

4.员工个人行为细则

5.早夕会制度

6.周例会制度

7.值日值班制度

8.客户信息收集与信息管理制度

9.客资维护与管理制度

10.现场工作执行制度

11.薪金发放制度

12.员工奖励制度

13.公司福利制度

14.工作时间和休息休假制度

3.薪金发放及奖惩制度

六、市场与竞争分析

1.目标市场

追求新鲜事物，走在时代尖端的时尚年轻男女。

拥有良好的教育背景，或是有海外留学背景的人士，对生活有一定追求，工作环境良好，收入较客观。

有高收入，高品质的生活，但是不同于第二部分的人，这部分的人的年龄是在50岁以上的老年人。现在流行忘年恋，虽然不是和会倡导的，但却逐渐变成一种流行趋势，即使不能成为我们的主要客源，也会是很客观的一部分收益。

2.行业分析

就全国来看，自二十世纪九十年代以来，婚庆公司在国内市场做得越来越大，并牵动了婚纱摄影，美容美发，烟酒餐宴等相关产业发展。据数字统计，到20\_年我国婚宴综合消费能力将达到上千元人民币，有一定发展前景。

我们的sweetlove婚庆公司在福州具有很大的发展机会。由于福州是经济发展水平较好的省会城市，消费人群集中，必然能够打开市场。

3.竞争分析

优势：福州正规化的婚庆公司较少，只要公司上市后树立好品牌好形象，服务质量好，引导潮流，便能吸引更多消费者。

劣势：如经营管理不善，缺乏创新管理，也可能被其他婚庆公司超过，生长破产。

4.市场营销

目标市场：该市各类人群，特别是向往浪漫婚礼的80、90后。

服务：建立完善的服务体系，为客服提供优质婚礼服务。

营销战略：企业初期限量以低价打动客服，尽量避免言过其实的广告，同时建立婚庆公司网址，提高宣传力度。

七、生产经营计划

各企业一切财务收支应逐步纳入预算管理范围,各经济核算单位自上而下都为资金预算的管理对象。资金预算采取分级编制、集中汇总、逐级审批办法,即班组、车间、行政、采购、设备等部门按照各自的资金需求编制当月资金支出预算,在规定的时限内报送所在企业财务部门,财务部门按照销售回款计划审核汇总基层资金支出预算,按照统一格式上报婚庆公司,由婚庆公司负责监督、平衡、控制。生产环节中，主要是对成本费用的控制。婚庆公司紧紧抓住成本费用开支这条主线，逐步推行实施目标成本管理工程，模拟市场核算，实行成本否决。通过制定目标成本（计划价格）模拟市场买断，划小核算单位，层层分解细化成本指标到每一个生产环节，倒算成本逐序逐级进行控制，并将降本节费指标直接与业绩紧密挂钩，考核盈亏，奖优罚劣，使每位职工成为降本节耗的执行者与责任人。

八、资本需求：

创业者合资资金20万元人民币

向亲人借10万元人民币

向银行贷款10万元人民币

吸引风险投资10万元人民币

九、风险因素

1.计算市场容量，比如在特定地方中一年的结婚人数为多少。

2.核心员工离职风险，比如你的婚礼司仪忠诚度怎么保证，如果离职谁能代替

3.公司最大可同时承办几场活动，因为婚礼都比较扎堆，如五一，十一等。

4.同业竞争风险

十、投资者退出方式

依据《公司法》规定：“(有限责任)公司成立后，股东不得抽逃出资。”该法第七十五条规定：“有下列情形之一的，对股东会该项决议投反对票的股东可以请求公司按照合理的价格收购其股权：

(2)公司合并、分立、转让主要财产的;

(3)公司章程规定的营业期限届满或者章程规定的其他解散事由出现，股东会会议通过决议修改章程使公司存续的。”即在我国，有限公司股东出资后，注册资本的所有权即转移给公司所有，公司股东除根据《公司法》第七十五条规定行使股权回购请求权外，不能退股。

**自主创业计划书篇十二**

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

我们的目标是先开一家旗舰店，立足本地市场，根据客户需求和意见不断改进，然后在此基础上逐渐在本地发展直营店，最后成立公司，以直营和连锁加盟相结合的形式把面包店开到全国甚至世界各地，建立属于我们中国人自己的本土面包店品牌。

我们主要经营面包、甜品、糕点、精品饮料等，在此基础上，我们会联合科研机构与学校根据各地的特色食品和特产，开发新的适合老百姓食用的健康、美味的食物。

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。

3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场

6、缺乏特色产品。

我们的优势

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算明年针对比较重要的原材料，与人合作建立自己的基地，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

5、目前市场远远没有饱和，针对市场上的弱势竞争者，我们的加入会加快市场洗牌，提升行业整体水平，市场前景非常广泛。

1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。

3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。

4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。

5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。

6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

资金需求：资金以单店计算

1、店面租金：3万/年（30平米）

2、装修：1万

3、设备：2万

4、证件执照：2024左右

5、工资：1名店长3万每年；3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析：根据旗舰店目前的销量，每日平均销售额1000左右，月销售额3万，年销售额36万。

效益分析：36万收入减去固定成本12万，年纯入24万，由于面包行业利润率相对较高，扣除面包的原材料成本，单店年利润基本能超过10万。

风险：

1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。

2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。

3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。

4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业我们准备了不少的活动：例如diy蛋糕大赛；diy巧克力拼图；新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大和其他分店的开张，我们的品牌影响力将会不断增强。

**自主创业计划书篇十三**

总计:73000元

盈利预算

月支出租金：3000元/月

水电：3000元/月

服务员工资;2×=4000元/月

其他费用：3400元/月

总计：13400元/月

总计：29000元/月

净收入：16000元/月

四营销计划

开业前发放打折宣传单，持单者在开业当天到本店消费，每

消费满50元送30元代金券

开业前三天消费一律按8折计算

开业第一周举行抽奖活动，每消费满50元可进行一次抽奖

(一等奖50元代金券，二等奖30元代金券，三等奖10元代

金券)

一次性消费满100元送20元代金券

五风险分析

当地还没有这样模式的烧烤店竞争压力较小，经营时不存在货、压货问题当天所需的货物可当天选购，可保证蔬菜、肉类的新鲜。

当地每年都有美食节可为本店做宣传，所以宣传方面不存在

问题。

本店采用的无烟木炭符合现在倡导的‘低碳生活’，更易被人

们说接受可长期发展。

当地人流量大不存在客流少的问题。

六融资方案

投资人

投入资金

曾羽鸿元

李明元

孟晓柯元

**自主创业计划书篇十四**

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，所以虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。

一、餐馆名称

命名规则说明：低调，简单，易记，有特色(那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“\_\_酒家”或“\_\_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平米。

四、目标城市

广州

五、选址要求

4.餐馆本身需要能停车7~10辆家用轿车的本事，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，所以餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但期望往来比较多的人员，并且具有消费本事，期望经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\_\_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(4x4m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：\_\_元

3.装修费用：

a.门面外部装潢能突出特色、显眼、但不夸张费用为\_元；

c.厨房面积为40m2，装修强调排污、通风，费用为\_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\_\_元，

c.两个冰箱，两个冰柜，一个消毒柜，其计\_\_万元；

d.厨房用具，共\_\_万元；

e.桌凳，共\_\_元；

f.其他(请见清单)，共计\_\_元，

g.自动洗衣机1台，\_\_元

6.其他不可预计费用，\_\_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：

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。(那里只我的想法，实际以最终的设计为准)。

3.包厢装修与大厅一样。

4.其他无异常要求。

九、人员配备

1.厨房：共6人，1个主厨，2个副厨，1个配菜切菜，1个洗涤人员，1个洗捡菜人员。

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300m2共计600元月。

2.排污费用：\_\_元月。

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