# 汉中米皮店创业计划书syb syb创业计划书(模板11篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-04-20

*计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？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。汉中米皮店创业计划书syb篇一1、地理位置：黑里河镇位于赤峰市宁城...*

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？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。

**汉中米皮店创业计划书syb篇一**

1、地理位置：黑里河镇位于赤峰市宁城县西部，毗邻河北省承德市，隶属燕山山脉七老图山支脉。黑里河自然保护区1996年晋升为内蒙古自治区级自然保护区，2024年6月6日经国务院批准，晋升为国家级自然保护区。总面积27638公顷，素有“塞外西双版纳”之美誉，中国七大河流之一的辽河，就从这里奔涌而出。陡峭的中山地貌不仅造就了这里寒冷湿润的小气候，更突出了植物的垂直式多样性分布。高山草甸、蒙古栎林、白桦树、青杨树、胡桃楸林尽显生命的蓬勃与昂扬。除了壮丽宏阔的山地天然植物景观，这里还有冰臼、冰川漂砾、冰石海等冰川地貌组成的自然地质遗迹景观，被专家誉为“华北植物区系的门户”。该规划项目就坐落于黑里河西部的二道梁村，这里是黑里河自然保护区的核心区域，这里生长着茂密的原始森林，林间不乏益鸟珍禽;寒暑易节，变化鲜明。置身林中，听松涛阵阵，泉水叮咚，百鸟欢歌，令人心旷神怡。这里盛产蕨菜、五味子、山葡萄等各种野菜野果，具有丰富的营养价值。

2、气候环境：黑里河区域在大地构造上属于蒙古台背斜与七老图岭的过度地带，隶属燕山山脉，七老图支脉，海拔770—1836米，森林覆盖面积达3000多公顷，属暖温带向中温带过度，半湿润半干旱大陆性凉温型山地气候，四季分明，光照充足，雨热同季雨量充沛，风沙较少，昼夜温差大，年平均气温5—7度，年平均降雨量500—700mm，无霜期120—130天。区域内土壤主要为黑土、褐土、草甸三大类型8个亚类，因海拔不同而形成中、低山分布带。这里的图腐殖质含量高，营养丰富，利于植物生长。

1、区位物产优势：黑里河位于宁城县西部，距离天义火车站约100公里，全天有往返班车，全程柏油马路。北边接壤旺业店，全天跨县班车;向西与河北省承德市接壤，下京承高速，一路平整柏油马路可直达目的地，一天时间可往返北京，交通方便快捷;镇上有多家酒店、宾馆，食宿方便安全。项目区依靠丰富的物产资源，以栽培各种野生山野菜、药材等特色农业生产为重点，集观光采摘、农家院餐宿、原生态旅游于一体，以特色农业生产带动旅游发展，以旅游发展催生农业转型。依靠资源优势，小成本小规模起步，建设以“原生态”为根本原则的特色项目。

2、开发产权优势：项目区地理环境优越，生态物种丰富，村里水、电、有线电视网络、移动通讯覆盖100%。 电话、水泥路通到各家各户。全村地广人稀，给开发带来诸多便利。同时，当前国家大力支持开发农业产业链，各级政府出台发展农村政策，支持农村项目，发展前景非常广阔。里扎沟数公里原生态区域，给项目提供了优越的地理资源，有利于形成集生态农业生产+生态观光旅游+农家餐饮住宿一条龙的新型农业发展道路，对吸纳周边农民参与引力较强，有利于全村经济的发展。

3、市场资源优势：在项目区周边，相继已经发展了道须沟、大坝沟、杜鹃山、黑里河漂流等几个旅游娱乐项目，特别是道须沟旅游景区，开发规模大，市场经营能力强，丰富的客源间接对项目起到推动作用。

本规划以依靠山野菜、药材种植为主体，带动农家院形式的观光、采摘、餐

宿为一体的原生态农业庄园为经营理念，以输出观光、休闲、采摘、品尝、农事活动体验和传统农耕文化回味为目的，把新农村建设与原生态农业结合起来、把农业生产与旅游观光结合起来。讲求“原汁原味”，使农业系统、生态系统、人文系统和谐统一。围绕当地农村文化，农业生态环境、农事活动、及农村传统生活习俗，向游客提供一种自在、自然、幽静、新奇的生活空间，体现返璞归真、回归自然的心态，形成一个集农业观光、农村体验、生态旅游为一体的原生态小型庄园。

(一)生态农业建设：

1、生态种植：计划改建10亩传统耕地为山野菜、瓜果大棚种植区，包括当地的蕨菜、猴退、野鸡膀、苦乐芽等各种野菜，以及葡萄园、草莓园等，具体栽种分配视实际情况决定，用以游客观光采摘;规划5亩传统耕地为药材种植园，主要种植五味子、柴胡等当地野生药材，用以游客观光及农家特色餐饮;规划10亩传统耕地作为自留地，种植绿色农作物，主要为玉米、大豆、土豆、黍米、谷米等，供游客参与农事活动;规划2亩耕地种植绿色时令蔬菜，主要为游客供应新鲜食用菜肴。以上各种种植作物均为天然栽培。另外，规划河沿100米，培育柳叶、野茼蒿等野生特色菜。除此之外，在适宜时节，还可带领游客进山采摘非人工种植的时令野菜、野果等，如山梨花、山丁果等。

2、生态养殖：用本地生产的原生态作物为饲料，计划利用1亩荒地，采取散养方式养殖鸽子、土鸡、野兔等，后续增加野猪、野鸡等特色，供制作风味农家菜肴。

(二)基础设施建设：

1、餐宿住房建设：初步计划以餐宿一体的套间草房作为客房，配备火炕、简单家具、水电照明、热水等基本生活设施的木篱笆小院落四套。

3、道路交通建设：以沙土铺垫马路到庄园小路，途中需搭建一可通行小型机动车的简易桥梁，结构为土木结构。

4、其他基础设施建设：园内观光小路数条，以石板、砖块为材料;艺术桥梁、凉亭数个(具体设施细节可根据实际情况决定或者参考设计图纸);原始森林、冰石海游览，提供马匹或者摩托车若干，并承担向导任务，后期计划推出骑马游、摩托游等游览项目。

1、生态农业生产：野菜、药材等根苗全部来源于野生移植，在栽培过程中施以农家肥、草木灰、腐殖土等绿色有机肥，绝不施化肥、打农药，各个环节遵从“原生态”原则，确保吃到的是纯天然绿色健康食品;养殖的家禽等全部饲喂农家自产粮食和野生草料，杜绝饲料、激素等人工添加剂。以生产绿色无污染食品为根本宗旨，让游客吃的放心、吃的健康。

2、观光采摘：根据不同成熟季节，指导、组织游客进入田间地头、大棚、园子里，用本地农民特制的筐、篮等农具进行有偿或者无偿采摘野菜瓜果和参加农事活动。

3、生态农家：农家饭菜原材料来源庄园或本地种植的绿色作物以及养殖的健康禽畜，保证食品的原汁原味;住宿的客房为具有鲜明乡土特色的茅草房，配备火炕和基本生活设施，整洁舒适、水电齐全，为游客营造一个原汁原味的乡村生活氛围。

4、体验农事活动：在农事季节，让游客在农艺人的指导下，参与有偿或者无偿的农事活动，包括春种、夏耕、秋收等;也可以直接将自留地的田、园租赁、承包给游客，由农艺人员代管，游客参与季节管理及生产种植、收获等农事活动全过程。

5、生态旅游观光：由庄园专业导游做向导，带领游客观赏里扎沟沿途自然风光;或者开展进入无人区参观原始森林、寻找野生动植物等活动。

1、适应本地产业结构优化调整的客观要求，推进现代化旅游业和现代化农业发展。参考当地周边各大旅游项目的发展状况可以看出，当地的旅游产业结构转型势在必行，单纯的旅游不仅投资大收益慢，而且市场竞争激烈，没有坚实的旅游资源(如名山大河、名胜古迹、历史文化等)是无法吸纳众多游客的。而把生态农业与旅游业结合起来，不仅一改单一的农业生产模式，更弥补了旅游产业的短板，造福更多的农村百姓。如今食品安全成了人们普遍关心的大问题，能推出原生态的绿色农产品才是吸引游客、促进发展的主动力。

2、改变农业生产结构，增加农民收入，加快建设新农村步伐。该项目能有力渗透第二三产业链，一改农民传统农业生产方式，优化农作物收益途径，开辟增收新路子，有利于缩小城乡差距。

3、增强生态环境保护与建设，有利于农村经济社会可持续发展。该项目的生产素材是当地人与自然和谐共生的原生态乡村环境，对生态建设、农地保护、资源永续利用力度大，有利于促进农村经济可持续发展。

4、投资成本低、风险小。该项目充分利用农村丰裕的空间物资和众多农事活动、传统文化、风俗等无形资产，以及得天独厚的原生态景观、丰富的野生物种等资源，大大减少了投资成本，降低一次性投资压力;同时，原生农业生产的绿色产品，在有消耗剩余的情况下，可以通过市场销售换取利润，降低运营风险。

该项目设计建设年限为3年，分3期承建，投资约30万元人民币。一年为一个建设周期，第一期主要引进野菜药材等作物根苗进行培育，预计耗资5万元;二期工程以基础设施建设和特色养殖建设、日常运营消耗为主，同时可在二期建设期间逐渐投放运营，预计耗资15万元;三期为建设收尾、整体运营以及改扩建阶段，预计耗资10万元。效益回报取决于当时市场运营状况，在这里不做分析。(可参考“项目投资收益报告分析”)。

1、项目支持。该项目基础是农业开发示范，因此需要农、林、牧等部门的大力支持，并将此项目纳入新农村建设的试点项目予以财政支持。

2、政府扶持。生态农业的开发，重点要体现完整性，需要政府部门配合项目实施区，在土地开发利用、公共设施建设和公共服务上给予大力扶持，提升建设力度，体现大旅游、大生态、大服务一整体功能。

3、创新开发。经营者结合市场采取分期实施、逐步完善、适度规模发展。并坚持以生态优先、方便经济原则，使环境优美、服务体贴、品味高尚，吸引游客消费者。

4、强化管理。一是转变理念，统一思想，正确认识农业旅游;二是合理规划，科学、规范开发;三是精心设计农业特色产品，不断创新;四是搞好开发中的安全、卫生等工作;五是搞好广告宣传，提高知名度;六是培养农业技术和管理人才，旅游管理服务人员;七是带动当地农民参与，丰富服务项目。

**汉中米皮店创业计划书syb篇二**

伴随着经济的发展，激烈的竞争是不可避免的，“烦躁”、“郁闷”成了人们经常挂在嘴边的话语;与此同时，现如今的孩子们缺少动手实践的机会;另外，“求异”的心理在大众尤其是年轻的学生群体占有不可或缺的地位。制作一个独一无二的蛋糕、糖果等食品，拥有一次非同寻常的亲自动手的过程，在小资、孩子、学生们的群体中拥有巨大的潜力!因此，为了缓解激烈竞争的压力，给孩子一个自己动手的条件，给年轻人一个独一无二的享受，我们的“diy食品连锁店”应运而生。考虑到我们大学生资金短缺的事实，决定打造个从小到大的产业，从简单的“diy蛋糕店”做起，打响自己的品牌，逐步扩大自己的产业，形成diy食品连锁一条龙。打造都市避风塘!

二、企业介绍

1、项目名称：diy蛋糕店——diy食品连锁店

2、项目宗旨：打造都市避风塘，引领年轻时尚!

3、项目宣言：我的蛋糕，我的young!

4、店面名称：

i cake——diy蛋糕店

注释：1、i ——我，i cake——我的蛋糕，就是diy蛋糕，自己动手制作，世上独一无二的蛋糕!

5、店面主题曲：

《甜甜的》——周杰伦

主要歌词：我轻轻的尝一口 你说的爱我……

每天会在店里播放一定的时间。

6、宣传口号：

我的蛋糕，我的young!

注释：young有两个层面的意义，一方面，是我们面向年轻群体的体现，另一方面，young与“样”同音，即diy自己制作蛋糕，就有自己想要的样子!

7、店面商标：

注释：上边一个蜡烛，是字母“i”的变换，左边缺失一块的圆就是蛋糕也是字母“c”，与后面的“ake”连起来就是“cake”代表着蛋糕的意思，再和蜡烛在一起，就是我们蛋糕店的名字“i cake”!

8、店面地址：

选择学校附近，靠近年轻人聚集区，且交通便利的地方。(因为本项目主要的面对的对象就是年轻的群体，大家都会以简便优先的原则，且，学校因为其生源的不断更新性，致使能保证客源的持久性，所以选择学校附近的地段)。

9、店面布局：

风格采用多样化的布局，诸如：童话版、欧版、丛林版、温馨版……各各相互独立的不同主题风格的界面，以供不同人群的喜好。(本身就是一个diy店，就让它一“独”到底!每个人都有自己独特的意境。)

周围排满蛋糕制作的参考图片，大而且容易看，方便大家制作蛋糕。

三、 市场分析

我们主要分为两部分来调查，调查群体主要集中的大学生群体，并根据大家的选择做出相应的图表及产业分析。下面是我们从调查中统计的数据，调查问卷及网络调查投票样板详见附表一和附表二。

1、 问卷调查：

由于本项目主要面向群体为大学生本身，因此，问卷调查主要调查群体为在校大学生。

(注：有部分选项为多选，故部分选项的百分比相加大于100%。)

1、去蛋糕店的频率：

3、市场满足度：

总体来说，大家对diy方式还是很看好的，因此，我们还是有很大的发展空间。

5、是否愿意花时间自己做蛋糕?

**汉中米皮店创业计划书syb篇三**

酒吧作为西方酒文化标准模式被引入到我国，已逐渐走入人们的生活，走入城市的大街小巷。随着人们生活水平的不断改善与提高，酒吧产业走上了风头正浓的时代。酒吧产业的兴起与红火与整个中国的经济、社会、文化之变化都有着密不可分的关系，酒吧产业经济带已成为我国休闲消费产业中的一支主力军。

通过这阶段我对酒吧产业的了解与深入，归纳出了以下几部分该产业的相关现有行情。首先，让我来分析一下现在的发展背景。当前受经济全球化和区域经济一体化的影响，在互利、共赢的目标下，加强国际间、行业内的交流与合作成为摆在我国酒吧产业面前的首要课题。故我们便有了实施的必要性，作为处在这样一个经济文化各方面都飞速发展的时代，接收、引进新兴项目与产业更是推动商业发展的有力契机。一个火热的发展机会，应了那一句了“来的快，去的也快”，所以在酒吧行业处于成熟阶段的时候，应当把握住机会，在潮流热还没有消退的时候，直击而上。犹太商人有一句话，叫做“嘴巴生意是个无底洞”，这也就是说，酒吧有着无限的发展前景与利润。其次便是酒吧产业的现状及发展趋势。社会主义市场经济的确立，使酒吧的竞争日趋激烈，目前酒吧的竞争可以说是全方位、多元化。他们不局限于单一的模式，包括酒吧的经营路线、经营模式、市场定位、投资方式和组织形式等等。可以预测，短期内酒吧的现状不会有很大的改变，这与改革开放初期的情况不同，也与整个经济大环境相联系，人们的经济收入与消费观念决定了酒吧的发展步伐，当今的经济趋势显而易见，人们的收入增加，可支配收入连年递增，人们开始学会享受生活，并认为这是人生中必不可少的一部分消遣，所以酒吧的发展趋势、势头极为良好。

通过以上的分析，欲开展一行业的业务，必备的几项重要元素都已具备，在酒吧行业成功的走过初期，平稳的进入发展期并且顺利成为商业链中成熟的一环的现有大背景下实施、开展此项创业计划是有一定必要性与社会效益的。

（一）店铺欲形成风格的定位

作为一个酒吧，它的风格、格调和气氛是它生存、发展的强有力硬件。我所想营造的是一个“欧美风尚酒吧”。面对的人是由80、90后潮流、时尚人士构成的客户群。在这里，客户可以采集到实时、最新的欧美各地时尚信息，其内容涉及到各个方面：衣、食、住、行，还包括明星动态以及最新的流行资讯。让慕名而来的客户得到他们想要的，更得到他们意想不到的。意料之外的东西总会加强人们的新鲜感与惊喜。而酒吧的格调和气氛完全是靠店内的精修以及背景音乐的结合来烘托和渲染的。

关于酒吧的名字，我将它命名为nineo’clocklife，这个名字有很多元、很管饭的意义。我本人喜欢9这个数字，在我的思维里。它是仅次于完美与第一的一个层次。实话实说，我不喜欢做第一。首先，恕本人愚钝，的确名优做到最好的能力。其次，当你成为第一的时候，最大的敌人就是自己，而不论是企业还是个人，最容易忽略的，同时也是最可怕的敌人，也是自己。不是止步不前，待他人超越；就是高傲自大，最终走向失败。所以，这个名字，我赋予它的含义就是“可以与第一有距离，但要永远追求做到最好。”永远维护好这个平衡点，在困难与夹缝中求生存，永远是拥有最饱满热情与活力的状态。

首先，店铺的地址选择。

（二）店铺地址的选择

事实上，不论一家什么类型的店选址，都想坐落在一个人流量大、经济发达的地区。但事实上，各方面都完美的地区早已被其他各类型的商家抢占了最初有的先机，经历的很长一阶段的摸索与发展，成为了繁荣的经济区，这样房价高，成本高，高出的成本就是在削减利润，所以我不准备选择一个经济发达的地段作为店铺的选址。同样，我也不准备选择类似于“酒吧一条街”或其余酒吧聚集的地方，虽说正常的发展竞争本是应该遵循这一原则的，有竞争才有发展。但是我认为，有针对性的选择客户便更能直击到客户本身，有严整的客户定位，便不用跟随经济繁荣的趋势。所以我会选择一个潮人聚集的地理位置，不需要在城市的商业中心，也不需要在酒吧的聚集地。故我选择了以隆礼路与同志街交汇处为圆心，以周围人群密集度为半径组成的一个商业圈。在其中寻觅一间90㎡—100㎡的店面作为我店铺的选址。此商业圈的聚集人群大都是年轻但具有一定数量的可自由支配收入的80、90后人群。他们对时尚敏感，并且热衷与追求时尚。他们把紧跟世界时尚潮流视为生活中不可缺少的一部分，所以此类人群非常适合我酒吧的客户人群定位。门面的租金我预估4500/月以内是可以承担的，高租金的店铺他的地段和人流量一定也很高，这是成正比的，个人觉得租金这块投资应该要舍得花钱。古书有云：办事，要天时，人合，地利三者成一线时方可成事。我们必须要有耐心和花资金去解决地利这个重要的因素。

（三）货源的选择

作为一个酒吧酒和装修有着同样重要的分量。酒吧的酒类大类非为四种：扎啤、外国啤酒、洋酒、鸡尾酒、软饮，除了酒类当然还必备干果类食品。首先，扎啤我选择哈尔滨扎啤，因为哈啤在我国的口碑甚好，口感和舒适度堪称第一。其次，外国啤酒的货源我选择美国、德国、英国作为啤酒的主打组成。其次是洋酒和鸡尾酒，洋酒不需要种类繁多，只引进相对来说属于经典款的vodka、whisky，比如absolutvodka、skyyvodka、tequelavodka、gordon’svodka和jackdaniel\'swhisky、jimbeamwhisky、blacklablewhisky、redlablewhisky、chivasrecalwhisky等。鸡尾酒的调制需要专业的调酒师，不但手法高调精准，而且还要不断推陈出新，满足时尚人群喜欢尝试新鲜事物的要求。软饮的品种分为即饮型和调制型，即饮型为矿泉水、雪碧、可乐、零度、屈臣氏的汤力水和苏打水、能量型饮品红牛、宝乐士等；调制型为咖啡、奶茶、热巧克力、各种果汁、花茶等。

（四）正式开业前后的店内装修、陈列摆设、宣传手段和经营方式

每一家店都要有自己的特色，我的酒吧针对的是80、90后时尚人士，

故店内的装修是以欧美简约大气为主情调，以红黑白为主色调，融合柔美的黄色灯光，使人一旦进入，便有无限舒畅与家的感觉，不失时尚感且具有亲切感。在屋内设有欧美明星以及时尚人士的街拍墙，舞台的设计类似于短小的t台形状，且舞台部分的灯光为组合式灯箱控制，主灯光色调为永具时尚感得白色，有利于定期进行时尚t台走秀活动以及歌手的献唱等各类型的活动。在门口设一具有简约大气时尚的一个摄影墙，供于顾客自拍和定期拍摄酒吧宣传册等。屋内的陈列摆设均为设计感十足的装饰性摆设，随着时间的推移不断搜集有纪念意义的明星珍藏品。屋内餐饮用具均为特别定制，上印有经典款的欧美电影宣传海报、明星动作、话语、穿衣搭配等元素。本酒吧的宣传方法应为有针对性的聚拢人群，在百货商场，如巴黎春天、卓展、国商、欧亚商都、亚泰富苑等地，以及潮人聚集的小店处，如桂林路巷子，重庆路巷子等地。进行“普遍选拔，重点培养”的宣传方式。

一个企业和一家店铺的经营管理模式是相似的，一个企业想要长远且大规模的发展，就必须拥有一份自己的sop。那什么是sop呢？sop（标准作业流程standardoperatingprocedure）是经过许多经验的积累而产生出来的最具有效率的做事方法。可以说sop是企业的骨骼与脊梁，任何充实与修饰都是建立在sop至上的，可企业光有sop还是不够的，这就是我即将叙述的sop+，只有做到sop+，企业才能像常青藤一样永远有活力与生机，这样才不会在商海中随波逐流，甚至被淘汰。那么sop+比sop多的那一点是什么呢？就是人性化+对顾客用心的服务态度+不可替代性，此三点实则是层层铺垫与递进的，当你拥有的不是死规则而是更多的人性化服务时，你的服务体系已步入愈来愈完善的阶段再加上对不同类型、不同需要的客户进行有针对性的服务，可怎么提供有针对性的服务呢？那就要用“心”了，不仅用心去观察、用脑去思考，更要用心去体会，顾客需要什么、怎样能触动他“非你不可”的情结。

首先，分发传单，并在网络上发布开店信息，开店之初，有优惠活动以及小型活动等，目的是聚拢客户，增加知名度。

其次，定期举办活动，如t台走秀、真人表演、时装比赛等，目的是增加客户基数，创立新颖、有特色的品牌酒吧。

最后，当拥有一定固定客户群，并且酒吧已进入正轨盈利后，开始寻觅第二个合适的店铺地址，扩张分店。

1、项目投资概算：店面租赁：54000/年

店内装修：30000元

进货费用：50000元

宣传费用：5000元

总计：139000元

2、资金来源及筹措：借由银行贷款及抵押15万元。

3、资金使用计划：139000元用于初期支出

8800元为雇请人员支出

3000元为周转资金

4、预期经济效益：对于酒吧的经济收入，我有以下预期：

在happyhour内的扎啤：5元/杯×15杯=65元

在happyhour外的扎啤：12元/杯×25杯=300元

软饮的平均价格为15元/听/杯，故15元/听/杯×10个=150元

干果类的价格一般在10元—20元间，故15元/盘×8=120元

预计一天收入为1455元，故一月收入为43650元，次月预期60000元，后每月预期100000元。

5、预期社会效益：使人们的时尚感官更进一步，并且在城市快节奏的间歇之余，能拥有一个享受生活，体味时尚的潮流之地。

可能的风险：因为我想创建的酒吧理念过于缺少，是在开辟一片酒吧领域中新的发展层面，所以难免在创业初期会有一定的风险存在，如果发展方向有所偏离，就会导致不能打响酒吧知名度以成为品牌酒吧，无法聚拢新潮客户愿意来消费，故酒吧没有预定的利润，便会面临倒闭失败收场的情况。

市场的风险：现国际行情的极为不稳定化，虽然金融危机已渐渐消退，可仍存在着潜在的市场风险。经济大环境的微小变动，便会引起整个经济体系的震动，所以，现在市场大环境存在一定的风险，如果想避免此类风险，就必须拥有对于经济的强烈敏感度与理性的分析头脑，两者相结合，就可能在面临问题是予以解决。

财务的风险：财务方面的风险就是很容易出现资金周转不灵以及突发事件的发生。那么预防这类风险的办法就是做好严整的资金用途预测，并严格按照预计的报表进行开销，还要具备敏锐的洞察力，多观察、多思考，及时发现问题，在没有遭到损失以及破坏之前将威胁扼杀在萌芽时期。

管理的风险：这一点我个人认为，完全在于本人性格与脾气的控制。因为我有了完善的管理、运营体系，但至今为止，现在可预测的管理风险仍然存在于我的自身。一个成功、成熟的人是会懂得如何去控制自己的情绪，而我需要完善的也就是这一点。

此酒吧建立需要以下人员配置：

1、ceo：统领指导酒吧的大趋势发展事宜。

2、经理：负责管理酒吧的大小事宜，履行ceo所作出的发展策划、发展方向等。

3、财务主管：负责酒吧的财务进账、支出、利润报表等工作。

4、调酒师：在吧台内做专业调酒工作。

5、吧员：专与客人沟通，时时刻刻向上级反映顾客需求，以致酒吧不断完善与进步。

6、服务生：负责客人需酒的服务性工作与每天的清洁与打扫。

人员岗位以设置好，如何选用人才，成为眼下的问题。我的选人观念就是避开亲人、家属、朋友的圈子，通过适合本酒吧的选人制度选定人员。首先，进入我酒吧工作，不论任何岗位，应聘人员的人性品格是敲门砖，“要做事，先做人”这便是我的用人理念。其次的要求便是能够满足我酒吧的员工素质规定的人员。在满足以上两点后，在上岗前再进行岗位职责、技能、与态度的培训，便可顺利成为我酒吧员工。

**汉中米皮店创业计划书syb篇四**

syb创业计划书范文大全，syb是一种关于创业的培训，下面就是关于syb创业培训的计划书范文，欢迎大家阅读!

长期以来，国内居民因生活水平较低，对以\"厨房\"和\"卫生间\"为主要服务对象的小家电消费很少。

据统计，目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种，而欧美国家这一统计数字高达37种。

据统计，每年国内有至少260万住户搬入新家，随着人们生活水平提高，对\"厨房\"和\"卫生间\"的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。

今后2至3年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破30%.

对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种。

目前全国生产浴霸的企业为376家，20xx年国内销量估计为 400万台，20xx年为550万台，2024年达到700万台，销售额超过10亿元。

在城市居民家庭中，浴霸拥有率不到15%(20xx年)，国内消费者对浴霸认同度达82%,市场空间巨大。

浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中杭州奥普浴霸20xx年销售额为2.6亿元，市场分额第一。

目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江，广东一带，但其中小厂居多，多为仿制或oem,自主研发能力不强。

我国长江流域地区，大多住宅没有暖气，冬季洗澡取暖一直是个大问题。

虽然有浴霸和暖风机，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。

我们的目标是，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2024万销售额，利润率保持在30%--50%.

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。

六、合作方案

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。

七、原材料供应方案

可外协生产，无特殊要求。

八、本项目的未来

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3-5款新品，随着产品的升级换代，我们必能牢牢站稳市场。

奶茶、咖啡属于大众消费，消费者甚多，主要以青少年学生为主，不管是现在的市场需求还是未来的市场需求都极大，不过奶茶店行业竞争也很激烈，我们必须做出特色才能不被淘汰，才能在行业中脱颖而出。

目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创新，例如增加新的口味、使用奇特有趣的杯具，让顾客耳目一新。

同时要注重奶茶店的卫生，让顾客一走进奶茶店就有一种干净清新的感觉。

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，我们总结以下地段供大家选择。

1、商业步行街

这样的繁华地段因为很大的人流量会为奶茶店带来源源不断地顾客，但是这样的位置一般不是很好找，而且租金也很贵，前期的投资会比较多，奶茶店只有达到一个很高的销售额才能赚钱，一般店面租金不能超过销售额的18%。

所以考虑在这样的地方开店自己一定要有足够的资金，不然很可能奶茶店刚开没多久，就因为资金短缺而开不下去了。

2、高校里面或周边

高校地区消费者特别的集中，奶茶这样的时尚饮品也特别受大学生们喜爱，消耗量大，而且很多高校都在郊区，店面的租金一般不是很贵，是很完美的一个选址地点。

不过有一个问题，那就是高校会发放寒暑假，在这一时期一般店面没什么生意。

如果店主不是很在意的话，顺便休息一下也不错。

3、各种交通要道

火车站、汽车站、地铁入口、航空站等地方的客流量很大，顾客在等车的过程中会带来大量的消费。

能进驻这样的店面也许会比商业街更好。

4、其他理想地址

除上述地方外，还有一些理想地址也是不错的选择，例如，风味美食街、大型的游乐场、娱乐广场、旅游胜地以及集中地写字楼商务区等。

这也是按照你的投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。

装修的风格要做到概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大 方。

特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间。

这里面也包含水电的 布局和水力电力要求。

按照你的投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。

装修的风格要做到概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大 方。

特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间，这里面也包含水电的 布局和水力电力要求。

很多人想开奶茶店，却不知道开个奶茶店需要哪些设备。

现在，我们来告诉你具体的奶茶店设备清单吧。

1、 封口机

封口机有两种，一种是全自动封口机，还有一种是手动封口机，它们的用途都是密封杯口。

不过，全自动的会方便很多，你只需把杯子放上去，它就能自动封口，它比手动的快，而且你在封口的那个时间可以做其他的事，可以提高工作效率。

2、热水器

主要用途是烧热水泡茶。

不要小看这个设备，以为泡茶可以自己烧水来泡，那你就大错特错了。

茶是奶茶店的主要原料，极少有产品中没有茶，因而它的用量很大。

用热水器能保证热水随时供应，自己烧热水不仅很麻烦，而且一旦茶没了，水又没烧开，产品都卖不了。

奶茶店的热水不能断，不仅泡茶要用到，调试产品的时候也要用到，例如一些粉末状原料，如抹茶，就需要你用热水来调开，那样才不会粘在一起变成一坨，影响产品口感。

3、净水器

自来水过滤。

做饮品的都离不开水，奶茶现做现卖，需要用到大量的水。

自来水不经过过滤，直接用于奶茶的制作的话对于消费者的健康是不利的。

4、沙冰机、碎冰机

沙冰机主要是做沙冰，碎冰机就是打碎冰。

因为夏季很热很多人都喜欢喝冰的东西，奶茶店相应的推出一些冰类饮品会比较受欢迎。

沙冰机不仅是做沙冰，水果榨汁也是很大的一方面用途。

碎冰机也有两种类型：手动和自动。

5、手动压榨机

主要用来榨柠檬和青桔。

奶茶店一般柠檬水是卖得比较多的，所以需要用到它。

6、收银机

用于收银。

每个小店必备，它不仅是收钱、找钱这么简单，每卖出一杯产品，这上面都会有记录，这样便于查询和对比哪些产品卖得好哪些卖得不好。

7、果糖定量机

用于果糖的定量加糖。

通过果糖的定量来使同一种产品的甜味保持一致，不至于出现有的很甜，有的又不够甜的情况。

它的价格也比较高，在2200左右。

如果你的奶茶店所使用的不是果糖的话就不需要用到它。

8、保鲜柜和冷冻

保鲜柜主要用于保存一些容易变质开封了的物料和鲜果之类的东西。

冷冻柜主要用于冰块的冷藏，当然如果有条件的可以买一个制冰机。

9、 电子称

主要用于称重。

由于奶茶的很多产品都是要按一定的比例来的，因而需要用到电子称。

10、各种量杯和盎司杯

量杯的规格有5000ml、1000ml、250ml等。

5000的用来泡茶和当容器。

盎司杯有40ml的和20ml的。

奶茶的主要成份有：奶粉、茶叶、糖、水(及冰)、香料(珍珠奶茶还包括珍珠)。

不同的水做的奶茶味道相差很远，你用的是自来水?还是矿泉水?还是山泉水?海水?过滤水?这是完全不同的，山泉水虽然贵，但口感好，产品好才能有回头客。

冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。

所以，为了企业长远的发展，作业人员有真正的学会奶茶技术。

基本要懂得：1、学会品味奶茶;2、原料成份配方;3、调味份量与时间;4、设备的应用与调味火候;5、调味手法;6、奶茶的保存;7、奶茶的包装要求;8、奶茶的变化，包括样变与质变，比如：拉花。

1、广告

企业的知名度，我们会通过传单的方式让顾客了解\"茶 物语\"，在店门口我们会设有海报之等，告知近期的新产品推出及近日的促销活动。

店面的招牌使用显眼、引人注目的颜色和款种。

在后期积累一定资金后还可以在报纸、广播、电视、网络等投入广告。

另外，工作人员一律着本店工作服。

2、促销计划

a、办理会员，25元/人，一次性消费满20元是可免费办理，会员使用会员卡可打9折，而且会员在生日会收到本店送出的祝福和礼物。

b、使用奇特新颖的杯具和吸管类工具，让人有耳目一新的感觉。

c、采用情侣杯具和吸管，情侣来时，可以推荐情侣套餐，并送情侣礼物。

d、在各种节日时，推出节日特别产品及活动，以此吸引顾客。

e、在一次性消费到15元时送出小礼物。

有时可以送本店特别定做的有本店店名的t-shirt，不仅欢愉了顾客，同时可以提高本店的知名度。

3、价格

在每次推出新产品的前两天会有特价，其余的按市场平均价格来售出，在后期有了自己的品牌的时候适当提价。

4、队伍管理

各人员做好自己的工作，在重要事务中有店长召集人员进行讨论并作出决策。

5、服务

店里人员统一做好服务工作，保持良好的心情，要对顾客仔细礼貌，不能对顾客发脾气。

1.1 创意背景和项目简述

现在信息技术发达，网购观念逐步成熟。

北京正望咨询今年4月发布中国网上购物消费者调查报告，报告显示，xx年我国网上购物全年网购规模达到4980亿元，占到了全国社会商品零售总额的3.2%，网购人数达到1.85亿，网上购物在网民中的渗透率为40.6%。

其中上海和北京的网购规模分别突破400亿元和300亿元，杭州、广州、深圳和苏州4个城市的网购规模突破百亿元大关。

调查显示，京东商城和凡客在xx年度表现突出，市场份额分别比上一年度提升了1.1和0.8个百分点。

正望咨询的此次调查选取了我国经济最发达、网购规模最大、互联网和网购渗透率较高且具有典型代表性的30个城市为目标调查地区，包括北京、上海、广州和深圳4个一类城市;大连、天津、青岛、济南、南京、苏州、无锡、杭州、温州、宁波、福州、厦门、东莞、佛山等14个东部沿海城市;哈尔滨、沈阳、石家庄、郑州、武汉、长沙、合肥、南昌等8个中部省会城市;成都、重庆、西安、昆明等4个西部区域中心城市。

调查覆盖的30个城市，代表着全国近四成的网购消费者和全国网购市场的半壁江山。

我国网上购物持续高速发展，xx年我国网购金额达到了4980亿元，比xx年增长86.5%，占到了我国社会商品零售总额的3.2%。

xx年有1.85亿用户至少有一次网购经历，占到了全部网民数的40.6%。

预计xx年我国网购市场规模将达到8900亿元。

xx年上海和北京的网购规模分别为409亿元和368亿元，远远高于全国其他城市。

杭州、广州、深圳和苏州的网购规模也突破了百亿大关，分别为152亿元、150亿元、112亿元和108亿元。

通过调研得知，有15.9%的消费者认为网上购物的消费体验好于网下购物，此比例相对上一年提升了2.7个百分点，有84.7%的消费者认为网上购物的消费体验不低于网下购物，此比例相对上一年增长了9.6个百分点。

消费者对网上购物消费体验的评价

调研网购的优势时，选择方便的消费者比例为56.3%，超过了选择价格便宜的消费者占比。

如果网上商品不再具备价格优势，仍然有约半数(48.7%)的消费者表示会继续选择网上购物。

根据天津大学同期的一个调研，有超过90%的天大学生有网购经验。

网购市场会成为一个快速增长的市场是确定无疑的。

如此高昂的铺面成本，最终要摊到到档口买菜的`客户头上，因为这个原因，每斤猪肉价格可能要增加2元左右的成本。

而通过网购，我们轻易节省这部分费用，网络覆盖面宽，能提供的网购内容也远超一个档口所能负载的。

在菜市场档口实地购物，还需要人均每天来回半个小时的采购行程，其糟糕的购物体验和较大时间开支，是居住高档社区精英的考虑要避免的，通常的解决方案是聘请家政人员代劳，但涉及现金交易，如何管控购物质量和购物成本，是个难解的题目。

网络购物能够轻易解决这个问题，能低成本，高质量的提供肉菜，一定会受到市场的欢迎。

鉴于此，我们建议选择建立网络菜市场进行一个创业方向。

第九街市网站是广州第九街市贸易有限公司旗下的专业型买菜网站，主要面向广州地区的家庭用户和各类型食堂、餐厅酒楼、集团单位等客户提供蔬菜、肉类、禽类、蛋品、水产品、水果、油盐酱醋、零食、日常用品等系列商品的送货上门服务。

公司有专业的食品卫生安全管理团队、技术研发团队、美食采编小组和专业的食品配送团队。

拥有主管部门颁发的《食品流通许可证》并接受主管部门的监督和管理。

所有的蔬菜、肉类、水产类食品的流通均采用“采购精选，配送保鲜”的机制，加工和配送过程主要采用本公司专业的低温、密封、物理隔离等专业技术手段来保证食品的新鲜。

让用户放心的享用新鲜的食品。

1.2 创业机会概述

其实早在xx年，广州的网上菜市场就已经风光过一段日子。

好帮手、买菜网、谊万家等十家私人创建的网上菜市，广受网友和媒体关注。

然而时至今日，它们甚至连网站都已关闭或改为他用，配送电话也已成空号。

有采访这些早期网上菜市的经营者，发现它们都没有实体店，在进货和配送方面存在困难，消费者对网上买菜的需求也不稳定，导致叫好不叫座，最终短命收场。

1.3 目标市场描述和预测

1.4 竞争优势和劣势分析

1.5 经济状况和盈利能力预测

1.6 团队概述

1.7 预计能提供的利益

2.1 详细的市场分析和描述

2.2 竞争对手分析

2.3 市场需求

3.1 目标市场顾客的描述与分析

3.2 市场容量和趋势的分析、预测

3.3 竞争分析和各自的竞争优势

3.4 估计的市场份额和销售额

3.5 市场发展的走势

4.1 在发展的各阶段如何制定公司的发展战略

4.2 通过公司战略来实现预期的计划和目标

4.3 制定公司的营销策略

5.1 收入来源

5.2 收支平衡点和正现金流

5.3 市场份额

5.4 产品开发介绍

5.5 主要合作伙伴

5.6 融资方案

6.1 关键的风险分析(财务、技术、市场、管理、竞争、资金撤出、政策等风险)

6.2 说明将如何应付或规避风险和问题(应急计划)

介绍公司的管理团队，其中要注意介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景(注意管理分工和互补);介绍领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。

8.1 股本结构与规模

8.2 资金运营计划

8.3 投资收益与风险分析

9.1 财务假设的立足点

9.2 会计报表(包括收入报告，平衡报表，前两年为季度报表，前五年为年度报表)

9.3 财务分析(现金流、本量利、比率分析等)

10.1 总体的资金需求

10.2 在这一轮融资中需要的是哪一级

10.3 如何使用这些资金

10.4 投资人可以得到的回报，还可以讨论可能的投资人退出策略

**汉中米皮店创业计划书syb篇五**

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

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，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!

一开始我没重视这个问题，每次学生快放学时，我就做上二三十杯放着，这样放学的时候卖得很快。等后来我发现这个问题了，我就只把像草莓、巧克力等卖得比较多的口味每样做上一两个，这样把放学的这段时间从半小时延长到了大约五十分钟，卖得反而比以前多了第五，小学生对小礼物等东西很喜欢，不在于钱多少，一定要搞这样的活动。比如六一儿童节前，我写出海报：凡喝满十杯以上者，都有礼物相赠!虽然小礼物只是笔记、圆珠笔、小扇子等不值钱的小东西，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。

创业中的挫折是难免的，生意好难免会引起同行的竞争。虽然在短期上，顾客会到他的店里消费，但是顾客是会比较的，他们终究会觉得我的产品口感要更好些的，而且更健康。开一家珍珠奶茶店，对店面的要求不高，两三个营业员掌握技术就能全程操作。

一般一家奶茶点都能在几个月收回成，最快的两三个月收回了成，但是奶茶店重要的还是靠的是口味，靠的是经营策略，靠的是独特的奶茶宣传文化。

文档为doc格式

**汉中米皮店创业计划书syb篇六**

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xxxx年至3000种。

（三）经营理念

四、管理运营

1、制度管理

相关的管理制度有：

出勤制度

卫生管理制度

报表管理制度

能耗管理制度

设备管理制度

固定资产管理制度

采购管理制度

现金管理制度

工资的发放管理规定

员工的担保制度

管理人员的权限规定

员工的奖惩制度

员工工作制度

货架作业管理制度

商品配送管理制度

仓库管理制度

会议管理制度

耗材领用管理制度

通讯器材及设备管理制度

2商品管理

为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：

商品的进场制度

商品的销售报表

采购报表

滞销报表

畅销商品统计表

关于商品的奖罚制度

商品的配备申报制度

临近商品的处理

商品销售考核

促销商品的管理制度

3库存管理

库存报表管理

库存的限制

商品的周转周期与库存的参考

调货申请表

退货管理规定

库存周转考核

商品配送管理制度

滞销商品考核

4系统管理

操作员的管理规定

操作员的权限

操作员的保密规定

营业额与员工工资的关系制定

a）损耗管理

员工内盗的处理意见

损耗的管理规定

损耗的奖惩制度

耗材管理

关于盗损的管理规定

b）促销管理

促销管理规定

促销的申请

促销的执行考核

五投资分析

预算按120平米计算（单店）

1a固定设施：首期（即开业前）

天花+墙面：直接刮腻子（120+120）3、5/平方=840元

水电设备：2500元

地板；120平方6+600+120平方12=2760元

铺面外：20xx平方=600元

店招：20平方30=600元

合计840+2500+2760+600+600=7300元

b经营设备

货架：28020+18030=11000元

电脑收银设备：3500+500+800

**汉中米皮店创业计划书syb篇七**

冰淇淋店主要出售的商品就是火锅冰淇淋、自助di冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，还根据不同人群的特征推出一些套餐，比如a、b、c、d类套餐，情侣套餐、学生套餐等，但同时我们店铺也经营其他的类型的饮料用品，满足消费者对各种饮品的需求。冰淇淋店的主要消费者是校内的学生，他们对冰淇淋有很大的需求，且有一定的购买力，校内的竞争对手少，现有的出售饮品及冰淇淋的商店，他们出售的商品品种单一，满足不了本校学生的需求，更别谈其他的消费者了，所以冰淇淋店开在校内有很大的竞争优势。

我们的创业团队是由一群有着激情、有能力、有思想的一群大学生组成的。由八个女生构成，其中两名是店长，两名成品区导购员，两名自选区导购员，两名商品制作员，这样的组织机构不仅可以满足对顾客服务，而且可以便于管理。

炎热的夏天是我们店主要的销售季节，在这季节中我们店各式各样的冰激凌都提供。顾客可以在任何时候都能吃到冰淇淋，尤其上完体育课，想喝可乐、雪碧的学生，我们可以为他们提供漂浮式冰淇淋饮料，既凉爽又解渴。我们店不仅要在夏季红火，而且在冬天的时候，我们店会主打火锅冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，让顾客享受到温暖的感觉，不会因为冬天吃冰淇淋而感到寒冷。总的来说，我们的产品是适合任何季节的。

要做出各式各样的冰淇淋就必须要有好的设备，我们店选用意大利冰淇淋机，自动温控电炸炉，意式脆皮现烤炉等先进的设备。在服务方面，我们店的人员都得先经过统一的培训，在服务方面做到一致，环环紧扣，微笑服务顾客，不能因为等待而让顾客抱怨甚至流失。在校园内还没有同类型的店与我们店竞争，相信在完善的设备和温馨的服务下，我们店会越来越红火，会走出校园。

（一）冰淇淋市场总体特征和现状

1、发展速度加快，行业规模总量加大。

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自十九世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱，但与世界发达国家的消费水平相比差距还比较悬殊。目前世界第一大冰淇淋消费国美国人均消费冰淇淋是23kg，澳大利亚为17kg，瑞典为16kg，日本为11kg，荷兰18kg，而中国人均消费量经过几年的发展总算达到了人均1.7kg，但与世界人均相比还判若云泥。所以说冰淇淋市场尽管从90年代以来，每年以约10%的速度在递增，中国冷饮产量增加了 12倍，但市场潜力依然巨大。中国潜力巨大的冰淇淋市场吸引了巨大资本的追捧和关注，这一切都为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

2、优胜劣汰出现质变，行业垄断势头增加。

直到20世纪90年代中期之前，中国冷饮市场还处在一个品牌极为分散的状态。无论对于生产者还是消费者，冷饮都只是季节性产品。对于很多食品厂来说，生产冷饮只是一年中一个阶段性的安排，对于诸多个体户来说，则是“忙三月，吃一年”。在这种情况下，冷饮行业根本谈不上全国性的市场体系，质量监管体系也存在诸多空白，诚如很多专家所言，在发展的初级阶段，冷饮业也不可避免地处于“低、小、散、乱、差”的局面。但是随着伊利、蒙牛等国内品牌在冰淇淋领域异军突起，雀巢、和路雪、哈根达斯等国外品牌纷纷进入中国内地市场，一场残酷的冷饮业洗牌开始了。历史上全国一度有1000多个冷饮品牌（相信如果加上无品牌的小厂和个体作坊，生产者远不止千家），但是现在80%已经失去竞争能力甚至干脆消亡。

3、原料成本成了中小企业逾越不了梦魇，资源整合、有效管理和品牌之道是企业生存的金子法则。

奶、糖、巧克力、棕榈油是冰淇淋最主要的四种原料，无论是国产工业粉还是进口粉近年来价格一直攀升，涨幅高达20%，巧克力原料也是行情看涨，国产中档巧克力也逐渐突破吨万元大关，进口巧克力和以吉百利为代表的高档巧克力涨幅更是高达22%。

4、中国的冰淇淋消费已经从防暑降温转向不分季节的休闲享受步伐加快，冰淇淋正逐渐具备休闲食品功能。

（二）冰淇淋市场的发展趋势

现今随着社会的不断进步发展，人们的消费水平的日益提高，对于各类食品的要求不断的提升，作为夏日常用食品之一的冰淇淋，也同样在不断的发展。为了迎合不同的消费者，冰淇淋制造商在“新”上大下功夫，其发展的趋势也开始明朗化：

1、发展保健型的冰淇淋：保健冰淇淋是一种以增进人体健康为宗旨的冰淇淋。纵观传统的冰淇淋制品，是以高糖、高脂类为主，含有较高热量，而未来食品的发展趋势是要以适合人们对营养的要求。为此，营养学家提出了“三低一高”的方案，即低糖、低盐、低脂肪、高蛋白，同样也是冰淇淋行业所发展的趋势。

2、开发新原料：传统的冰淇淋的口感和风味均为人们所接受，其中，脂肪、糖类是起主要作用。但是他们含热量大，不宜使用。为此，就需要他们的代用品，使他们具有脂肪和糖类的口感，而含热量很小。此外在非脂乳固体方面，欧美等国已使用含蛋白35%的乳情蛋白浓缩物代替部分脱脂乳粉生产乳制品。在我国，不少厂家为了降低成本，提高保健功能也用蛋、糊精成分代替部分乳制品。

3、原辅料回归天然：组成乳制品的原辅料材料很多，主要是有两大类：一类是天然的，即取自于自然界中的动植物，如乳类、蛋类、蔗糖，另一类则是合成的，如糖精钠和一些香精香料。由于合成的原辅料是为人工化学合成的，其安全性时常受到人们的非议，在使用时心里总是不踏实。而天然的原辅料则一般对人体是安全的。因此，崇尚天然、回归天然已成为当今的时尚，特别是在甜味剂和色素方面。并且使用人工合成的各类甜味剂、色素不断的减少。天然的添加剂得以迅速的运用。

4、消费趋势发生改变：冰淇淋随着发展壮大，产量以空前的速度增加，市场也在急剧的扩大。人们不仅仅对冰淇淋的要求越来越高，而且对品种的风味、色泽、包装、价格方面亦日渐挑剔，并且消费群体发生了巨大的变化。消费队伍继续扩大，在冰淇淋刚刚研制出的，他几乎只是一些孩子的特权。但是，随着人们生活水品的不断提高，冰淇淋产品的改善，他的消费群体不断扩大，成年人也越来越喜欢各类冰淇淋制品了。并且人们的消费时间和目的也都有着不同的变化，冰淇淋不再只是夏日的消费品了。随着其固形物的不断增加，消费者时尚和爱好，其不单单只是给人以清凉、消暑的作用。而更为消费者关注的是其独特的营养性和功能性。

5、产品趋于系列化、多样化：为了适应消费者的消费取向不断变化的需要，乳制品正逐步向着系列化方向发展，如：果味乳制品系列、涂衣型系列、夹心型系列的。在不失去原奶的味道的同时又添加各类水果香味剂和果汁、果肉，并且将酸、甜、咖啡等味道相互结合研制新型产品，从而形成了多元化的产品系列。营养型的，在原有的冰淇淋制品的营养功能的基础上加入一些功能性配料来完善体现冰淇淋制品的优势，比如保健型、运动型、适合糖尿病人型的冰淇淋制品。

6、产品包装趋美、趋新、趋奇：在经济日益发展的今天，人们对商品除了讲究内在的质量外，而且还希望在产品的包装上有所改革，有所突破。包装主要包括造型和外包装。包装造型对产品的销售有着极大的作用，造型美是体现产品的整体美感的综合，只注重质量而忽略包装的年代已经过去。为此，冰淇淋制造商还要在在冰淇淋的包装上下一番功夫。 功能性甜味剂特点及发展优势 当今食品市场倾向于“健康饮食”，作为高糖、高油类型的冰淇淋中的蔗糖、油脂渐渐被取代，能够减少能量和低热能的产品引来了广泛的关注并且逐渐成为流行的潮流，特别是在冰淇淋的成份中。冰淇淋制造商正在努力寻找适合这些消费者需要的原料。这种蔗糖的替代品不仅能从物理化学方面取代蔗糖而且也可以带来其它的有利于健康的好处。获得好的质量的产品，需要用严谨的科学方法才能使它的功能性得到真正的应用和确切的解释。

（三）冰淇淋消费者行为分析：

1、冰淇淋产品消费特征——大众化、年轻化

对冰淇淋产品的消费者构成进行细分，我们发现：中国市场中冰淇淋产品消费者的平均月收入为1329元，平均年龄在34岁，而且重度消费者（即：每周消费冰淇淋4次以上）主要集中在15—24岁。由此可见，现在淇淋已然是一种大众型产品，并且具有显着的年轻化特征。

2、冰淇淋市场总体特征——走势平稳

有研究表明，中国冰淇淋市场的增长速度非常快，目前人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰淇淋），未来20年期望上升到6升，中国将成为世界上最大的冰淇淋消费国。

（四）冰激凌品牌竞争与对策：

正是如此巨大的市场规模的存在，也使得中国冰淇淋市场成为了国际以及国内食品巨头的必争之地。然而，从目前中国冰淇淋市场的总体状况看，国产品牌和洋品牌的地位比较均衡。这在一定程度上要归因于国产品牌的成本优势和价格优势。但与此同时，国产品牌档次普遍偏低的现象也应引起足够的关注。中国冰淇淋市场中，中、低档品牌价格竞争的日益白热化已使得利润空间越来越小。因而，未来冰淇淋市场中获利的主要方向应该是：基于市场调查和消费者研究，对冰淇淋消费市场进行细分，有针对性地制定产品策略和市场策略。

以消费者研究为例，冰淇淋产品最忠实的消费群是年轻人（15—29岁）。这一群体的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费。他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试，在做出购物决策时，价格并不是唯一的决定因素。那么针对这一群体而言，冰淇淋的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的“酷”感以及产品外型的个性化上。从渠道策略而言，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰淇淋专卖为主要形式。“冰吧”应该是时下流行青年的时尚选择。由此而言，营造品牌文化，引导时尚消费模式，开发多样化产品不失为未来冰淇淋行业发展的一个重要方向。

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自19世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱。近十多年，随着有关机构大力倡导食用乳制品及更多的医疗保健专家的建议，中国的冰淇淋产品已成为最普及的乳制消费品了。目前，人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰激凌），未来20年有望上升到6 升，中国也将成为世界上最大的冰激凌消费国。而这个潜力巨大的市场吸引了越来越多资本的追捧和关注，这一切也为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

总体而言，冰激凌产品最忠实的消费群还是时尚的、有购买力、有文化内涵的年轻人。根据cmms的调查数据显示：56%的15—19岁的消费者，42.4%的20—24岁的消费者以及37.2%的25—29岁的消费者每周食用冰激凌四次以上。

他们的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费，他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试。

显然，针对这一群体，冰激凌的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的酷感以及产品外形的个性化上。从营销渠道策略方面讲，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰激凌专卖为主要形式的是时下流行青年的时尚选择。那么，我们的冰激凌店将以怎样的形象把产品推向大学生市场，找到了最佳的市场切入点，有效的避开同质性和主要竞品，并铺设了有效的终端渠道呢，这不外乎以下几点：

1、产品决策

产品筛选上，爽吧冰淇淋店大力开发适合我们大学生的各种各样的产品，产品外形独特有个性，并为每款产品冠以别出心裁的名称，以吸引不同口味、不同目的、不同级别的大学生消费者。

2、定价决策

由于中西方饮食文化的差异，冰淇淋产品在欧美国家是每日必食的餐后甜点，讲究浓腻，而中国人的口味偏淡，因此中国消费者更喜爱低档冰淇淋。而且，我们的主要消费群体是大学生，他们所能接受的价格也不是很高，因此如果我们的冰淇淋店在制作冰淇淋时将多次掺和数提高到45%—50%，就能既保持原有产品的风味，又使更多消费者更易于接受，同时生产总成本也降低了5%，出售的价格也不会太高。这也是符合市场营销观念的理性决策。

3、分销渠道决策

对分销渠道而言，控制专卖店的数量，提高质量是重要策略。爽吧冰淇淋店是一家开在无锡商院的规模不是很大的专卖店。我们绝对做到服务一流、质量一流，配备了专门的制作车间，有能力制作店内的绝大多数产品，极少数较复杂的产品由中心制作车间统一生产，做到真正自产自销。

4、促销决策

冰淇淋店开业前后我们都会进行大力宣传，不仅仅在无锡商院发传单，也将在整个藕塘发传单，以此来提高爽吧冰淇淋店的知名度。另外，我们还会定期的做多种促销活动，以此来吸引顾客。

我们坐落在无锡商院的冰激凌店，我们主要服务于无锡商院内的学生，他们都有着自己的个性和要求。因此我们的服务周全，可以要求服务也可以自助。在学校这个地方，同学们需要优雅但别具一格的氛围来享受一下冰激凌。作为一个经营者站在学生的角度我认为想成功经营这个商店必须注重环境的设计考虑到为什么他们会进来，他们有什么需要。

因此我们店除了基本的工作用具以外还购买了一些自动转椅，吊灯。我们会跟着时的节的变更购买墙纸，春天我们会都买一些有花花草草图案的墙纸，给人温馨的感觉。夏天会购买一些清淡优雅的图纸，给人冰爽的享受。秋天给人的感觉是萧条的，因此我们采用重色的墙纸将店内布置的热情，再加上我们的烤冰激凌，给人以激励感觉很完美。

冬天是一个寒冷的季节，我们采用火苗一样的墙纸，在吃着我们的火锅冰激凌，给人温暖，这是我们店一年四季的大体布置。我们还将进一步对店内的设计做出调整，我们沿墙安放桌子并在每个桌上放置菜单，方便选购。我们专门设有一栏是许愿墙，无论是疲惫或开心的你，吃完冰激凌在音乐的渲染下有感而发，并顺手记录你的“历史”，并抬头仰望屋顶黑夜里依然璀璨的小星星，会感觉心情舒畅。晚上可能有更多情侣光顾我们晚间浪漫的“爽吧”小屋，晚上我们有专门的“包厢”，灯光很浪漫，五颜六色温馨浪漫。

我们店内基本八个员工，有专门的收银员，制作员，服务员。我们都是统一服装是彩虹纹条，印有“爽吧”字样的可爱冰激凌图案。彩虹象征着希望机遇，雨过天晴。可爱的“爽吧”小冰激凌是我们的象征也是我们的形象。我们店内的员工用基本的英语口语，“hello” “bey” “my—gard” 等最基本的用语。

我们店内的主旨是“灵、怡、思”进行流水线似的服务。“灵”我们的服务很快，而且做的冰激凌很精致灵巧；“怡”是顾客满意心仪，我们开心；“思”是代表顾客对我们商店的赞赏，并带着朋友一起再次光临我们“爽吧”冰激凌店。我们店的生产目标是为顾客提供满意的服务，想通过每一位顾客去替我们做宣传，让他们真真感觉到我们店的与众不同。

（一）团队管理

我们的创业团队总共有8名成员，分别担任店长和服务员，大家对待自己的工作认真、负责，共同营造了一个既轻松有严谨的工作环境，为顾客提供最优质的服务。在团队管理方面，我们采用的是人性化的管理方式，针对不同员工的特点安排他们的.工作内容，经他们的长处做到最大的发挥。同时采用激励机制，让员工对工作充满热情，提高工作效率。由于我们的专业是工商企业管理，所以对冰激凌店的经营方面会有很大的帮助，能够提高我们的运营效率和营业能力。

岗位设计与职责：

店长（2名）：掌管财务、制定决策；进购货物；负责收银与服务区；管理网店。

店员（6名）：成品区导购员2名——帮助顾客选择成品的商品

自选区导购员2名、制作员2名——帮助顾客选择材料、设计样式并制作

（一）资金需求

1、办理工商、税务登记等费用约1000元；业务拓展后视情况再改善；宣传广告及市场调查费用约1000元；人员工资3000元，其他开支500元。

**汉中米皮店创业计划书syb篇八**

民以食为天，但在高校里，学校食堂的伙食一直被学生们所抱怨，由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。现如今，人们的生活水平在不断提高，对于高校学生来说，健康营养，价格适中的饮食才是他们所需要的。本创业计划书是关于在大学附近开设一家绿色餐饮店的方案。其主要业务是自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等，目标市场是在校大学生。本餐饮店首先采取个体户的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。因此，在学校附近办一个专以学生为消费群体的餐厅是我团队所想要创业的短期目标，长期战略目标是：“立足本地，树立品牌，步步为营，扩大规模，走向全国”

我们团队的创业梦想是经过许久的酝酿才形成的，也正因为此我们才走在了一起，对于餐厅的创建及其运行模式已经有所了解。另外，资金的筹措，人员的聘用，地点的选择正在稳步进行中。

随着经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头。目前我国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。相比洋快餐专业化、品牌化、连锁化的成功营销模式。中式餐饮发展显然稍逊一筹，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

随着人们对自身健康及食品安全关注程度的提高。而洋快餐油炸、高能量为主的食品长期食用导致肥胖等问题曝光后。饮食安全成为一个热门话题，如何给消费者一个放心安全的饮食，成为餐饮业今后发展的主题。可以预见运用环保、健康、安全理念，倡导绿色消费将是今后餐饮业的发展趋势。绿色餐饮的提出其实也是社会文明程度的进步，是一个新的餐饮文化理念。在未来几年内，我国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，而且绿色餐饮必将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了契机。

而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。本餐厅就是根据这一点，为了提高大学生的饮食质量，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。

本店主体顾客是学生，毕竟年轻人都比较喜欢环境优雅、有创意的地方。市场主要面对的是枫林大道附近的大学的学生和老师，及过往人员。

在学校周围现在已有多家餐馆，他们大多是周围居民利用所处的地理位置在自家开的小餐馆，其环境、卫生条件、管理方式等都不尽人意。年轻人对饮食永远不会满足，不仅是只为吃而吃，其非常需要环境优雅、卫生条件达标、有文化底蕴的绿色餐馆，以彰显自己的个性。枫林附近像样的餐馆基本没有 ，所以这样的餐馆还是有相当的市场。到很远的地方买我们本身就是大学生，置身于这个环境更有优势。我们可以更了解大学生需要什么，更好的迎合大学生的口味。餐饮店的成本不多，对于我们大学生具有一定的可行性和可操作性。

（一）项目目的：

校园食堂的伙食一直是学校的诟病，在学校附近经营一个价格适中，品种多样的餐厅是一个非常盈利的创业项目，同时也增加自己的创业经历，为以后更大、更好的创业打下良好的基础。

（二）项目名称：馨园餐厅

（三）项目性质：提供自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等

（四）建设地点：

江西财经大学现代经济管理学院

1、为了让顾客吃上放心、绿色的食品，本店设计了一条标语：花最合适的钱买一份健康。

2、坚持诚信为本，顾客权益至上的理念。

3、靠薄利多销，走经营流水，留意客户的反馈信息。凭借优良的品质和满意的服务，赢得顾客的认可，努力实现本店与顾客双赢的局面。

4、最终目标：寻求加盟，连锁经营 ，扩大规模和影响力。

1、尊重餐饮业人员的独立人格

2、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、公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

提供自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等

1、自助餐主要是火锅、烧烤，同时也提供各种饮料。

2、早餐以江南小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰富，使就餐者有更多、更好的选择。

3、午餐和晚餐则有中西不同口味菜式。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。 4、全天提供各色餐点，冷饮，热饮。

在餐厅的初步发展阶段，采取招徕定价，利用各种优惠方式吸引学生，并在各个高校里进行品牌宣传，不断加深学生对本餐厅的印象，打响品牌。同时，聘用手艺精良的厨师，创作各种精致美食。随着餐厅的固定食客的增加，培养顾客的忠诚度。

起步资金：十五万元

融资方式：团队成员手里资金五万元，创业贷款五万元，家庭支助五万元。

组织理念：

特色饮食，微笑服务

阶段小结：

学生餐厅与传统餐厅有着明显的不同，其特色经营会是其盈利的主要来源。以大学生为其市场，消费群集中，消费方向稳定，人流量大，消费的潜在性强，是餐厅存在之主要支柱。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。而本团队正是学生————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。

（一）对餐饮经营者的要求 职责

3、热情待客，客人至上，保证优良的服务，加强对员工服务态度的监督。

4、控制餐厅的经营情况，加强对餐厅的财产管理，掌握和控制好各种物品的使用情况。

5、加强对每个厨师的沟通合作，提供客人的意见和改进食品的质量。

（二）对中餐厨师的要求 职责

1、每日早午餐的制作，保证食品质量。

2、遵守作息时间，准时开餐，不擅离职守，不得无缘无故罢工，影响餐厅经营。

3、遵守安全操作流程，合理使用原材料，节约水、电、燃气等消费。

4、上班时穿厨师专用服，将自身整理干净，在工作时间不抽烟，安全烹饪。

5、努力创作特色饮食。

（三）对西餐厨师的要求 职责。

（与中餐厅厨师职责相同）

（四）对服务生的要求（3~4人） 职责。

1、 微笑服务，礼貌待人。

2、 餐厅每日营业前，整理好桌椅，餐厅卫生，准备好各种用品，确保餐厅正常营业。

3、 客到时，及时安排好客人入座，主动介绍本餐厅特色饮食。

4、 对客人礼貌，客人的非私人问题有问必答，随时留意客人情况，努力将客人服务周到。

5、 工作中碰见自己不能解决的问题，及时向餐厅管理者汇报，请其帮忙解决问题。

6、 客人离开后，注意是否有遗留物，若有，速交柜台，然后，迅速整理餐桌，做好下一批客人来之前的准备。

7、 下班前检查工作区域是否关灯，关窗，电源是否切断，确保安全。

8、 与员工之间建立良好关系，互相帮助，遵守餐厅规章制度。

（一）项目申请

餐厅的创建需要进行申请，取得经营许可证。在银行进行抵押贷款，获取开业基金。

（二）餐厅开办前准备

1、租用场地

2、装修餐厅，餐厅风格自然，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。

3、聘用中西餐厨师，签订合同。

4、联系用原材料供应商，与之签订合作合同。

5、聘用勤工俭学的学生为服务员，谈好薪资，工作时间，工作内容，签订好劳工合同。

6、开始在各高校进行宣传活动。

餐厅是为人们提供生活饮食的地方，是人们生活所必不可少的。随着生活的不断进步，经济的不断发展，填饱肚子不再是人们对饮食的要求，现在的人所追求的是干净卫生，有特色的餐厅。而本餐厅就是在此基础上建立起来的，价格适中，选择多样，安全卫生，微笑服务是我们餐厅能生存下来的重要条件。

（一）此类餐厅的形成及发展前景

随着人们生活水平的提高，对绿色营养方面的关注也逐步提升，作为一名高校学生，更是走在时代的前沿，对事物的敏感度比较强，本餐厅以中餐为主，各种特色菜相互结合，提供水果饮料，满足学生在各方面的要求。只要价格安排合理，味道较好，餐厅风格独特，一定会有较高盈利。

（二）餐厅所在地消费市场分析

3、所在位置：江西财经大学现代经济管理学院

4、优势分析：存在时间长，有固定客人，午餐、晚餐有特色，开业时，此类餐厅并不多，因此具有较高的人气，符合人们追求新奇的心理。且在当时，价格便宜，风味独特，颇受追捧。

5、主要经营项目介绍：午餐晚餐均是四川特色菜 6、存在的缺陷：

（1）、餐厅长时间的风格未作改变，且饮食种类几乎没有变化，消费者毫无新鲜感。

（2）、因为生意较为火爆，整体价格有所上调，受到学生的不满。

7、本餐厅的竞争策略

（一）做好宣传，开展各种促销活动

1、前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织，通过活动时时提醒顾客的消费意识。

2、针对节假日，开展有针对性的促销策略。

（二）创造本餐厅特色

1、永远不要让自己的餐厅落伍，应始终保持高雅的格调，紧跟潮流和消费群体的消费习惯和真实需要;自己的餐厅是为高校师生提供饮食的，要有这种意识――永远和校园生活合拍。

2、这是你的餐厅。每一个员工都应该有这种主人意识，热情，主动，有亲和力。应该通过一系列的方法让员工把这种意识时刻牢记，让每一个员工都以自己就代表餐厅的形象而自豪。

（一）在确定经营方式前，本餐厅会对消费群和竞争对手进行调查和分析，根据不同情况制定相应的经营策略：

1、优势宣传：

1、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。

2、同时，非餐点还提供冷饮、冰粥、等，并提供免费茶水。

3、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。

4、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。

5、本餐厅的消费群目标是高校的学生，因此，绿色卫生，餐点独特，价格适宜是本餐厅重大优势。

6、本餐厅的构造风格符合广大学生的审美标准。具体内容请参见附件一。

2、服务：

本餐厅 所推崇的是微笑服务，作为餐厅的一员，不管是餐厅管理者，还是服务员，面对顾客均需要微笑服务，真诚待人，对于具体要求本餐厅在聘请厨师以及服务员时已经强调。餐厅规章制度也有明确要求。

3、品质与价格的双重保障的竞争策略

1，本餐厅所强调的是绿色生活，健康享受美食，因此，对于原材料的购买均要求较高，符合大学生的健康饮食。

2、本餐厅的消费群是广大学生群体，因此，在价格方面会尽量符合学生们的消费需求。

4、校园广告

（1）再在前期资助学生所举办的活动，在其活动中推广本餐厅，打响本餐厅的名气，吸引顾客的前来。

（2）等有了一定的顾客群体，就会采用各种优惠方式，来留住顾客，当然这是在盈利的前提下进行的。

（二）经营模式的建立

1、本餐厅提供免费茶水和鲜汤。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。

2、本餐厅推出烧烤冷饮、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。

4、餐厅在适当的时候还将推出送外的服务，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，为了不出送货费则会拉上另外的两份外，如此也是能增加销量的。

5、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。

6、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。

7、制作顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念，认真听取顾客意见。将顾客满意进行到底。树立顾客满意自己才满意的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

（三）市场进程及目标 半年

慢慢吸引顾客的前来，努力在半年内收回初期的投资。提升知名度、美誉度;积极进行市场调研，努力的开发新的饮食产品，为餐厅的进一步发展积蓄资本。

（一）资金方面

为防止资金回收较慢，资金链条发生断裂，需要有备留资金，十五万元的开业资金必须要有一定的资金留做备用。

（二）资源方面

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、肉类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以绿色食品为主的餐厅，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。因此，要与原材料供应商建立长期友好合作关系。

（三）经营方面

餐厅长时间经营下来，顾客会对餐厅的饮食厌倦，餐厅风格的一成不变感到无趣，那么，就要适时的改变菜色，运用一定的资金进行餐厅风格的改变。

（四）管理方面

1、为防止厨师被挖角而辞职，餐厅管理者需对餐厅的特色菜进行一定的了解，并及时聘请另一个厨师，发明新的特色菜。

2、同时，对于餐厅的厨师和服务员，餐厅管理者需要与之处好关系，给予较为丰厚的报酬，适时听取他们的意见，改善自己的管理方式。

（五）其他方面

随着世界的发展，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xxx、xxx在中国的快餐业中占据很大的市场份额。因此，善于创新，善于学习，是餐厅能长期生存下去的根本。

财务计划 现金流量表

3、 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。（大约估计为70000）

4、剩余40000作为餐厅本金，预防各种突发状况。

预计损益 （主营业务收入）

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1000元。由此可计算出投资回收期约为三个月。

做了这些计划我想我们一定会按照计划进行实施，希望创业能够早点成功，也希望能够引来更多的创业者，共同创造更大的事业，我们期待你的参与！

**汉中米皮店创业计划书syb篇九**

宠爱有佳是一家处于创始阶段的公司，本公司的法定经营模式是合伙公司。法定地址：鄂尔多斯市达拉特旗锡尼路街102号。从20xx年初开始，我公司在宠物婚介，宠物美容，宠物配种等诸多方面进行了认真的探讨与研究并取得了相关的专利与使用权。从预期财务数据分析来看，我公司可望在20xx年销售收入达到420000元，税前利润155600元，20xx年销售收入为317424元，税前利润238068元，我们之所以能够达到这个目标是因为我们的资金主要用于客户开发与维护，店面的扩张以应对不断增长的市场需求。现在的宠爱有佳服务馆需要尽可能的扩大市场。并取得一定市场份额以及科学的经营管理理念，来增加销售额以促进和改善我们的服务。

宗旨“宠爱有佳，缘于呵护”

优势总体来说，我们现在的公司处于起步阶段。我们的服务是至上的，因为我们有专门的服务团队，以及产品研发队伍。加上我们的科学的运营管理，将会出现“姹紫嫣红”的前景。

以往的相关经验(包括时间)：20xx年—20xx年，养过一只白色的哈巴狗。

20xx年到至今又养了同样品种的狗狗。 20xx年到至今养了一只小猫。

20xx年，养了五只小白兔。

教育背景、所学习的相关课程(包括时间)：目前没有，只是凭自己以往的经验来饲养的。因为非常喜爱小动物。

1. 品牌调性宠爱有佳服务馆的品牌调性

描述：总是发生在一个小康之家的温馨故事，幸福欢乐永远是主角，小朋友们想方设法的擦拭狗狗湿漉漉的毛发—最后，雪白的小狗baby“汪汪”地叫，小朋友开心地笑着……..。广告语：“宠爱有佳，缘于呵护”。

2. 产品的概念服务业是指生产和销售服

务商品的生产部门和企业的集合，我国的服务业在gdp中的比重占不到40%，而在美国高达80%，印度也高达50%，真正的机会在服务业，服务业可以创造大量的就业机会，有利于维护社会稳定。

3. 服务市场前景预测：在中国，养宠物的

人越来越多，目前北京、上海、广州、重庆和武汉是中国公认的五大“宠物城市”。伴随着宠物数量的增长，围绕宠物经济产生了一系列的相关产业，如宠物食品、宠物用品、宠物医疗、宠物美容行业等，庞大的宠物服务的消费不断扩大，对投资的需求也相对日趋旺盛，中国的宠物行业将迈上新的台阶。

4. 产品列表：狗狗配种价目表

威尔士柯基 1200元 马尔济斯 1500元 波音达犬 1000元 杜宾 1500 元 藏獒 200元 标准贵妇犬 1000元 比格猎犬 500元等等。 狗狗婚介收费标准：一套礼服50元/次、洞房10元/次出租、洞房摄影100元/次等。

目标顾客描述：主要是购买产品狗狗时，赠送狗狗洗澡设备、美容用品等。

行业环境分析：行业竞争对手主要有体育中心的狗狗宠物店，还有一些狗狗宠物收留所。

swot分析

优势：我们公司有专业的宠物方面的人才和优秀的团队。我们公司集婚介

美容

配种于一身，是另类的宠物店。另类宠物店是一个新兴的产业，将来必将成为带来经济发展，特别是受到年轻人的追捧，现在的年轻人都喜欢另类，养另类宠物来展示自己的另类是很正常很普遍的现象。所以我们具有巨大的市场。

劣势：没有经营管理经验，资金来源不足，设备不健全，技术不全面，导致竞争力不够，市场占有率较小。

机会：养犬是国家经济实力增强，社会发达的一种标志，世界上发达的国家都在养狗。

(一)

1、 引进专业的人才，专业的人做专业的事情。

2、 树立信誉，初步建设全国专业渠道，在细化各

区专业渠道，采取步步为营的策略。

3、 注重自身品牌在该渠道的推广，扩大自身品牌的影响力，走市场差异化道路发挥自身优势。

(二)

市场推广策划众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的根本，没有市场便没有企业的生存，没有市场的发展便没有企业的发展。所以要想在企业谋发展，我们要善于发现和了解客户需求，而要尽一切可能从产品质量、销售渠道、价格、促销方面来寻找实现这一要求。

(三)

针对新老顾客的促销：

新开张两个星期内，凡到宠爱有佳服务馆服务消费的顾客均可享受8.8折的优惠。

凡到宠爱有佳服务馆服务的“老顾客”到宠物店均有精美礼品免费赠送。

企业类型：合伙企业

企业名称：宠爱有佳宠物店

企业组织结构图：略

1.店长职责：维持店内良好的销售业绩，严格控制店内的损耗。审核店内预算和店内支出，合理控制人事成本，保持员工工作的高效率。

任职资格：具备强烈的责任心和集体荣誉感。具备较强的随机应变能力。具备承受压力的能力。大专学历以上。

2.美容师职责：负责对顾客的狗狗的美容以及店内其他相关工作。

任职资格：具有强烈的责任心和集体荣誉感。有爱心、耐心、责任心。真心喜爱小动物，尊重生命。

3.洗澡员职责：负责对顾客狗狗的清洁工作。 任职资格：具备强烈的责任心和集体荣誉感。认真负责、诚信敬业、踏实肯干。

4.摄影师职责：负责店内的所有摄影工作。

5.任职资格：具有强烈的责任心和集体荣誉感。具有中级以上摄影师资格证。认真负责、诚实敬业、踏实肯干。

成本预算开家宠物店，首先要拿出1万元左右，参加培训一个月左右并拿到“宠物美容师”资格证。除了营养品跟上，还应该有专门的美容项目，所以，还应该拿出1万元投资美容设施：洗澡池、一把头剪(20xx元左右)和五个刀头(1000元)、三四把美容剪(20xx元)、吹水机、电吹风、热水器等。

两万元用于进货，在宠物用品所涉及的吃、洗、玩、住、等地方，1万元购置包含营养品在内的食品，5000元购置洗浴用品、5000元购置些其他种类货品。店铺装修、货架也得1万元。

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

**汉中米皮店创业计划书syb篇十**

以往的相关经验（包括时间）：

20xx年1月至20xx年2月,在亲戚的大连天马广告公司创意设计及制作帮忙;

20xx年1月至20xx年3月,在亲戚的大连天马广告公司创意设计及制帮忙

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：

目标顾客描述：初期主要针对大连市各机关企事业单位和全市个体工商户、公有制经济企业、非公企业及个人。中期辐射省内各市县的机关企事业单位及个人；长期在东北地区建立分公司或者子公司，努力发展成为具有特色的新型广告公司。

市场容量或本企业预计市场占有率： 经过网络查询和实际询问对全市范围内的广告设计制作商进行了统计，全市共有九家（红星、仁和、创艺、综艺、新天、超人、飞腾、成强）广告制作商，均为个体工商户，广告的年营业总收入在600-800万元左右，总利润在240-320万元之间；市外广告商在全县的广告营业总收入在200-320万元左右。预计本企业市场占有率初期为10-15%；中后期拓展到20-30%，实现年营业收入在200万元以上的奋斗目标，年利润在20-80万元以上。市场容量的变化趋势：当前中国正处于一个发展阶段，在这个发展过程中充满了无数的机遇和挑战，广告业也在不断的发展和进步。广告成了当前各机关企事业单位、各经济主体提升对外形象，展示部门成效，宣传和推荐的主要“手段”和重要途径，广告业的发展将具有更为广阔的空间和市场前景。尤其是光电科技、it新兴技术、电子商务广告走进大中城市和全国的每个角落，广告也与人们的生活息息相关。

1.对手经营的时间早，有一定数量的客户和目标；

2. 对手经济实力好，有抵御一定的风险能力。

3.对手在市场占有率上有一定的优势。

4.对手有一批稳定的供货商，而我们的现找设备进口商。

1. 服务意识比较落后，没有对广告行业的服务性的认识。

2. 竞争能力弱，缺乏对新技术的引进和应用。

3. 经营管理有些混乱，缺乏对行业的理论知识，有事会做不懂的经营；

4. 人才的资源滞后，缺乏对行业的专业人才；

5. 企业文化理念，缺乏对广告行业的系统认识；

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1. 具有并设计企业文化理念，公司的发展潜力更大，；

2. 具有超强的竞争力，公司对新技术的引进和应用追求与与时代同步；

3. 具有系统的管理经验，公司的发展壮大ji将会拥有很强活力；

4. 具有不错的人才资源，公司可以与我们学校建立人才资源库；

5. 具有优质服务意识，公司对外形象迅速提升，客户的满意度好。

1.新成立， 经营时间短，公司需要开辟新客户和确定目标群；

2.我们资金不充足，公司的周转资金和运作将会大大受阻。

3.我虽然在亲戚的公司帮过忙，但就管理方面还有不足。。

**汉中米皮店创业计划书syb篇十一**

一、背景

二、前景

三、竞争对手

四、公司构成

五、宣传方式

六、风险评估与防范

七、市场调查报告

八、预算控制

九、销售与收款控制

十、订单控制

十一、销售发票

十二、退货业务

十三、订货控制

十四、企业纳税计划

十五、年度计划

十六、预算

十七、总结

一日三餐必不可少，早餐更是重中之重，早餐的质量优劣决定着人们整天的精神状态的好坏。因此我们把我们的眼光投向这一重要领域，再加上如今人们思想的现代化，越来越少的人愿意自己动手准备早餐，尤其是学生以及一些大中型公司的职工，一来由于早上时间急促，二来自配早餐过于麻烦，所以我们为他们配送早餐的计划是十分有前景的。现在有很大一部分人早饭都去一些早餐店吃，或者有些甚至打包在路上吃。而且有时可能由于多方面原因，会买不到他们想吃的。这样，如果我们可以根据客户的口味配制好他们需要的早餐，并且保温保鲜地送到他们手中，他们还会有拒绝的理由吗?这也再次说明了我们的计划的可行性。现在我们的服务对象初步定在学生与公司员工两者上，是经过深思熟虑的，这是一个庞大的人群，从而为我们造就了一个很大的市场，且学生们需要营养的早藏来为一天的学习打好基础，而公司也希望员工们都有一份营养均衡的早餐来使员工们以饱满的精神状态迎接每一天。因此，对学生、公司员工实行我们的计划是有根据且完全可行的。

《孙子兵法》有一经典战略思想：“知己知彼，方能百战百胜。”经营也一样，不仅需要了解自身的优势和弱势，同时也需要了解竞争对手的优势和弱势。我们这个创业计划主要经营的是早蚕配送，而重要的服务对象是学生和各家公司，以及其他有意向订购早餐的人群。又根据市场调查，大部分人是选择出去吃早餐，或在家自己做的。所以我们的竞争对手应是食堂、各早餐店以及顾客本身。

首先是食堂，学生们已经习惯在食堂就餐，而且食堂既经济有卫生，所以我们面对这个竞争对手时，应从两方面入手：一是食品本身，二是服务质量及时间。食品方面，我们必须做到物廉价美及品种丰富，而服务方面我们必须是随叫随到。其次是各家早餐店，他们既是我们的竞争对手，同时也可成为合作伙伴，我们可以与他们建立合作关系，这样既可以减少竞争压力，同时也可以丰富我们的食物种类，从而达到共赢。再次是顾客本身，就是自己在家做早餐的人群。自己在家做早餐虽然卫生、经济且合乎个人口味，但费时费力。我们的计划可以使他们减少在早餐上时间和精力的花费，并可使他们在早餐的品种上有更多的选择余地。

总之，竞争就是一种动力，只要我们处理好我们与竞争对手的关系，善于借鉴与学习，相信我们的计划会有较大的前途。

公司名称：某某早餐配送有限公司

商标：某某

公司构成：我们早餐供应公司是有限责任公司，由八个股东共同出资成立。

1. 名称：某某早餐供应有限责任公司

2. 经营范围：负责向专门的早餐店进购早餐并根据消费者需求配送早餐，送到消费者手中，并且准时送到。

3. 公司注册资本：50万

4. 股东姓名：邹夏妮、高丽莎、章菁、李逸琛、邱晓旭、施晶晶、戴歆露、吴轲

5.股东出资方式：实际资金额

6.股东转让出资条件：由三分之二股东同意则可转让

7.公司的机构：董事会：设董事长一名;监事会：监事一名;市场营销部：经理两名，其余为十五名配送人员;人事部：经理两名(其中一名经理兼任监事);财会部：会计一名、出纳一名。

8.议事规则：定期召开董事会、股东大会，由董事会先得出初步议事决定，再交股东大会审核决定。

9.公司法定代表人：董事长

10.公司的解散事由：

(1)股东大会决议解散;

(2)因公司合并或者分立需要解散的;

(3)违反法律行政法规被依法责令关闭。

11.清算：成立清算组，制定清算方案，最终清算终结，办理注销登记。

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