# 创业项目策划书范文案例(汇总8篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-06-09

*创业项目策划书范文案例1一、公司介绍1、公司经营宗旨及目标靠薄利多销，走经营流水，凭品质和设计，赚客户认可度，这就是我们的经营之道。相信依靠公司同仁的努力，我们的产品会赢得良好的信誉，在获得丰厚利润的同时，也帮顾客创造出温馨舒适的家居气氛。...*

**创业项目策划书范文案例1**

一、公司介绍

1、公司经营宗旨及目标

靠薄利多销，走经营流水，凭品质和设计，赚客户认可度，这就是我们的经营之道。相信依靠公司同仁的努力，我们的产品会赢得良好的信誉，在获得丰厚利润的同时，也帮顾客创造出温馨舒适的家居气氛。实现公司与客户的双赢，这便是我们的目标!

2、公司简介

(1)公司名称：经成

(2)业务范围：家居小饰品——各式壁挂、藤编花瓶、布质靠垫、陶瓷画、陶瓷花瓶、小地毯、电器套等。

3、公司管理

(3)管理决策：以总经理为核心召开公司会议，各部门主管参加，共同讨论公司相关事务。涉及公司战略方向选择以及不同工作单元自主性劳动的范围与边界确定等问题，总经理拥有最高决策权。公司管理在强调统一指挥和一定程度集权的同时，也注重分权。工作单元内的一线人员，也就是各部门主管，有权在公司战略参数的范围内自主地处理可能出现的紧急情况。

4、团队概述

我们公司的四位创建者都是在校的女大学生，目前均就读于电子科大人文社科学院行政管理专业。扎实的管理理论功底和深厚的友谊使我们共同设计出了一套严密且分工明确的管理体系，让大家能够各司其职，各尽其责。

以下便是公司四位成员简介：

**创业项目策划书范文案例2**

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。

**创业项目策划书范文案例3**

短期目的：通过开设语言培训机构，吸纳学员，指导教授语言，使本机构成为当地有名气有规模的语言培训机构。

长期目的：逐渐夸大名气和规模，和国外学校组建派遣学习关系，成为与国际接轨的综合语言培训机构。

1、培训对象分析

作为语言培训机构，主要针对出国及在职人员，其次是兴趣爱好者。现在中国越来越与国际接轨，很多人因出国而需要语言过级，因业务提升而需要熟练掌握交际外语等，综合性的语言培训机构就在这种情况下诞生了。

2、市场预测

目前，xx进入了历的发展时期，被国家确定为欧亚大陆桥西陇海兰新经济重点开发城市。今后5到10年内，xx经济保持两位数的增长速度，构筑起适宜xx万人居住的现代化城市基本框架，城市化率将达到70%以上，注册地在xx的日资（含合资）企业截止20xx年共xx家，这些都显示语言机构的市场需求而据调查，xx语言培训机构总共才五六家，且都不具规模。可以说，综合性培训班在在xx有巨大的利润空间，巨大的市场潜力。

就消费需要方面来看，各种语言需求较大，同时需求也呈现出分散的不集中的特点；在市场供给主体方面，几乎所有中介和经营机构都呈现出一种”散、小、乱”的特点，因此抓住机遇成立一家专业化的综合语言培训机构，是不错的选择。

3、生源招收步骤

能不能拥有生源，成为培训班成功与否的决定性条件，招生至关重要。招生工作应该做到以下几点：

⑴加大宣传力度，可以通过电视台做广告或散发宣传单或贴横幅等。

⑵可以和学校或企业达成协议组建培训班。

4、团队机构人员配置

机构规模较小时实施直线职能的组织结构。

⑴总经理一名总经理负责整个培训机构的管理和制度的制定，督促员工积极参与机构的运作，负责整个机构的内外交流，使其实现一体化。

⑵行政人事部

主要职责：

①招聘培训机构人员到职与离职人员的相关办理

②各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理

③员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业

④员工考勤，督导并薪资核算

⑤对培训机构各项工作的纪律检查

⑥做好每次会议的会议记录

⑦收集培训机构在工作中积累的经验和不足之处并加以记录，以便下次借鉴和改进

⑧协调本部门与其他部门的联系

⑶财会部实行严格的财务管理

实现损益控制的手段是通过＂周报表＂和＂月报表＂上的科目对各个服务单元进行审核。审核内容包括销售额，顾客数，平均消费数量，食品原料的价格，记时工作人员的工资，电费，煤气费，水费等。通过报表上反应的实际情况向上级汇报。以便缩减发展空间小的单元，增设发展空间大的单元，充分利用我们有限的资金。

运用管理控制手段，预算经济业务情况，根据实际不断调整计划，最终达到资本的最合理运用，使成本最小化。

初期人员设置（根据实际运作再调整）

1、总经理x名

2、财务部经理x名

3、采购部经历x名

4、信息收集员工x名

5、各种语言讲师x名

另外选择小组组长若干名（每门语言课设一名小组长）

5、培训过程

（1）前期培训运作：

对于培训的这一阶段，要注重细节，做好每一步事情，否则必定影响招收学生的数量及培训的资金运作前期培训的运作可以进行免费试听，教授学生们在外语学习过程中出现的问题及应对技巧，让同学树立语言的的重要性及兴趣。

无论怎样，前期培训都是必须注重教学效果的，对老师提出高的要求，优秀的老师安排在合适的位置。

（2）中期培训运作

如果前期的工作做的较好，那么学生应该正式步入学习的环节，课时的安排由教师和我们根据各门考试时间进行详细安排。同时应该注意以下几点：

第一，如果学生未能按时上课，制定制度，给予另外的辅导或者让同学自行学习，要求学生掌握实质的内容。

第二，要求老师充分备课，如果当场课老师不能来，应有可以替补的教课老师。

**创业项目策划书范文案例4**

一、企业概况

主要经营范围：咖啡类：蓝山，拿铁，摩卡，卡布其诺，意大利，哥伦比亚，巴西等等。(咖啡类为本店特色，均为现磨现煮的咖啡。)

酒类：红酒，葡萄酒，鸡尾酒，白酒，香槟，桂花酒，白兰地，各式啤酒等。

奶茶：各种口味奶茶，如草莓，青苹果，巧克力，芒果等。

下午茶：绿茶，红花茶，人参乌龙茶，几种花草茶等。

甜点：各式精致甜点，如慕斯，饼干，蛋糕等。还有多种口味的沙冰和冰激凌。

企业类型：服务

三、市场评估

1、目标顾客描述：在校大学生及老师。商务楼的商业人士。

2、市场容量或本企业预计市场占有率：1%

3、竞争对手的主要优势：产品数量较多，发展历史久，资金充裕，被众多客人认可。

4、竞争对手的主要劣势：产品模式固定，不灵活。

5、本企业相对于竞争对手的主要优势：发展初期可以采用不同的经营模式，选择最适合的。

6、本企业相对于竞争对手的主要劣势：资金少，不被客人认可。

四、市场销售计划

1、产品：同一

2、价格：

3、促销方式：

①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，如折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是如果消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他(她)为x生、小姐，他们会觉得很受尊重

②个性化服务：在桌上放一些宣传品，内容是关于咖啡的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。为多位一起来的消费者配备专门的讲解人员。如果他们感兴趣，可以向他们介绍各种咖啡的名称、来历等相关知识。也可以让其参与咖啡的制作过程

3、地点：

(1)选址细节：

地点面积(平方米)租金或建筑成本

(2)选择该地址的主要原因：

(3)销售方式：最终消费者

(4)选择该销售方式的原因：服务行业，不适合批发零售

五、企业组织结构

企业将登记成：合伙企业

拟议的企业名称：

企业的员工：

职务数量月薪

经理13500

咖啡师12000

西式面点师12000

企业将获得的营业执照、许可证：

类型预计费用(元)

营业执照700

税务登记证100

卫生许可证280

企业的法律责任(保险、员工的薪酬等、纳税)

种类预计费用(元)

国税60

地税45

保险480/人

工资7500

其他费用(水电费等)400

六、固定资产

1、工具和设备：厨就是烤箱，扒炉，炉灶，水池，煮面炉，消毒柜，冰箱

吧台方面：冰箱，水池，制冰机，蛋糕柜(可选择)，咖啡机等......

2、固定资产和折旧概要：

七、其他经营费用(不包括折旧费和贷款信息)

项目费用(元)备注

营销费用

维修费

登记注册费

**创业项目策划书范文案例5**

一、项目概述

大足“欧罗巴风情”影视文化创意基地，位于大足龙水湖畔。项目在功能空间上，将龙水湖形成旅游、影视、休疗、居住、商业、居住等多元空间的叠加，旅游度假构成了整个区域的支持系统，休闲居住则是整个区域的支撑系统和利基，是区域开发的价值体现。

文化定位

项目突出人与自然和谐共处、东方与西方文化的结合，运用国际多元文化概念，结合重庆国际友好城市的概念和项目功能定位，一方面选取最具代表性的7个欧洲小镇为创意原型，导入欧洲湖畔小镇的人居环境与文化形态;另一方面以^v^时期老重庆的文化特点为基础，重塑历史上中西方文化交流十分频繁的老重庆原貌，整合时空与地域，使文化的传承、冲突、融合、并存得以完美体现，在龙水湖内部形成一个封闭的情境体系。

旅游、影视与地产功能，将通过文化展示与体验、影视拍摄与制作、商务会议、康体疗养、度假与居住等细分功能的拆分进行“重组”，欧洲文化主线贯穿始终，使之形成立体的功能结构，因此，该项目提供的消费体验是完整的，也

是与任何一个旅游区，或房地产项目的不同之处。

文化内涵——亚欧文明交流

亚欧文明交流历史源远流长，借助大足龙水湖独特的地形、地貌、水体、森林以及石刻文化等得天独厚的人文自然资源，重新演绎亚欧文明交流的新篇章，为大足项目注入“欧罗巴风情”文化元素，并以此做成为基地文化定位的核心内涵。

文化形象定位

导入独特建筑景观环绕的欧洲小镇人居环境与文化形态，基地内所有项目的产品包装及功能定位都围绕这一文化主线展开，并结合重庆国际友好城市的概念，选择合适的欧洲文化原型，在欧洲元素的总体控制下，导入相应的旅游度假方式、互动体验方式、休闲居住方式、多元商业模式以及各种物化外显的文化元素，如：音乐、绘画、服装、餐饮、民俗活动、特色展览等，从而进一步支撑基地项目的商业模式。

二、项目使用功能介绍

大足国际颐养中心

该板块占地238亩、建筑面积8万㎡，建设项目包括①国际颐养社区：集居住、餐饮、购物、老年娱乐等为一体的智能化、多功能、综合性老年生活社区。社区依据消费者不同的经济和健康条件以及需求，在高端定位的基础上设计了

疗养、休疗、颐养等不同档次的住宅产品供消费者选择。②顶级温泉休疗体验中心：为国际、国内高端客户提供以温泉为主题的专业休疗体验服务;③专业医疗体检中心：为项目提供专业的医疗技术支持。④温泉医疗研究中心：按国际标准建立，由国际医疗专家及其研究小组对温泉在临床医学、预防以及营养学上的运用进行学术研究，再由专门的产品研发机构对其学术成果进行产品研发，研究成果运用到颐养中心。

功能描述：结合地块特点，导入全球顶级温泉小镇的人居环境与文化模式，德国建筑景观风格是该板块的主题形象，也是整个地块空间布局、建筑风格、景观意向的文化内涵。撷取德国温泉小镇巴登巴登的建筑、汤池、老城堡、李斯特塔林荫大道等多种题材和元素，追求自然、建筑和休疗的完美结合。借助德国巴登巴登，这一“全球温泉医疗的摇篮”之高端品牌，塑造大足国际颐养中心的品牌形象，打造国内最前沿的旅游休疗产品，弥补国内高端、专业老年及长年病患者休疗房地产主题产品的空缺，推出国际流行的私人健康顾问服务，实现“老年公寓”、“休疗基地”、“颐养中心”和“专业私人健康服务”的完美结合。在湖畔森林中创造出集颐养、休养、疗养为一体的智能化、多功能、综合性生活社区，呈现一种崭新的颐养生活形态。该板块是旅游地产与健康“私有化”专业服务相结合的产物，旨在创建和实现一

种全新的健康生活观念和养老生活理念。

、“龙水欢乐世界”主题乐园区

该板块占地530亩、建筑面积10万㎡ ，建设内容：①“主题公园”:包括室内滑雪场、室内主题乐园、室外温泉体验及室内剧场;②五星级度假酒店;

功能描述：龙水欢乐世界以室内游乐为亮点，集室内滑雪场、室内主题乐园、湖滨温泉、剧场、五星级酒店为一体的大型主题乐园区。室内滑雪场项目以滑雪体验及冰雪娱乐为主题、以大众消费为目标市场，打造全天候、全季候、全封闭、情景式的室内冰雪主题乐园，确保游客一年四季都能享受冰雪娱乐的无穷乐趣。室内主题乐园引入时尚前沿的动漫、科普等旅游概念，形成高科技、现代艺术和娱乐体验的最佳组合，引领参与性、互动性、体验性的室内主题娱乐潮流，满足不同年龄、层次的游客全天候、全季候度假休闲娱乐的需求。“温泉体验区”在保持原有温泉体验项目规模，突出温泉娱乐体验及湖畔温泉景观，设置风格各异的各式情景温泉泡池以及两至三个具娱乐、体验功能的小型水上游乐体验区。室内剧场是集晚会表演、影视发布、商务会议等多种功能为一体的专业化的剧场。五星级度假会议酒店围绕高端度假、会议及温泉功能展开酒店业态布局，形成“会议主楼+酒店+别墅”的组团式布局结构，酒店以生态园林式低层布局,围绕原生态休闲的设计理念展开，将功能化解于景观之中。、

瑞士风情小镇

该板块占地约715亩、建筑面积约35万㎡。建设内容：以瑞士悠久的历史人文建筑景观为基调，融观光旅游、影视拍摄、度假居住一体的主题房地产项目。

功能描述：结合地块特点，导入瑞士山地小镇的人居环境与文化模式，瑞士山水小镇是该板块的主题形象，也是整个地块建筑布局、建筑风格、景观意向的文化内涵。撷取瑞士山地小镇风格，以典型的山地湖泊、独特的建筑风格、丰富的人文精神为基调建造。“瑞士风情小镇”是基地内最具魅力的居住空间，吸纳瑞士生态、环保国度的景观精髓和具有瑞士人文精神的建筑元素，利用龙水湖、玉龙山与之神似的自然景观资源，创造一座山水间的瑞士小镇，让游客感受独特的欧洲小镇居住体验。 这是基地内花园洋房类的小型度假住宅房产项目，该项目既是高端住宅及度假房产，也是旅游观光地及影视拍摄外景地。

“图卢兹花园”

该板块占地约1051亩、建筑面积约25万㎡。建设内容：以龙水湖畔幽美的田园风光为基调，融入法国图卢兹地区浪漫静谧的情调，集旅游观光、影视拍摄、度假居住为一体的房地产项目。

**创业项目策划书范文案例6**

发展前景：

>一、店面简介

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。早餐以浙江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。

>二、发展战略

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。

>三、餐厅管理结构

店长兼收银员x名，厨师x名，服务生x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

>四、市场分析

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。

>五、促销和市场渗透

促销策略：

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如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

>六、财务状况分析

1.据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需xx元（场地租赁费用x元，餐饮卫生许可等证件的申领费用xx元，场地装修费用x元，厨房用具购置费用xx元，基本设施及其他费用等xx元）。

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，杂项开支等。

3.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xx元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

>七、营销组合策略

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导。

技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本餐厅在避免普通餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本餐厅能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本餐厅将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

l、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。

2、将顾客满意进行到底。树立

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

>八、大力打造

根据餐厅企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕推广保健知识、宣传绿色文化：

本餐厅将在营销过程中，围绕21世纪的餐饮主题——养生、健美、绿色三个具有社会意义的知识点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而引导顾客的消费取向。通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮知识宣传出去，同时注重借此机会加大对绿色产品的宣传介绍。推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬传统文化中的养生文化。对产品、餐厅、服务进行文化包装，传播饮食文化。从而获得进一步的发展机遇与条件。

>九、重视搞好一系列的企业公关活动

本餐厅将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为餐厅的发展提供宽松有利的经营环境。

1、与员工建立团结、信任一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工的凝聚力和工作积极性。

2、社区群众关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解并遵守政府相关法律法规，加强与zhegrave部门的联系，主动协助解决一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系；向其提供本行业的真实信息。

> 十、发挥绿色餐厅的价格优势

本餐厅的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮产品、保健品的价格因素，本餐厅的产品定价将处于同类产品的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-100元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

>十一、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。

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。

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。

>十二、应对措施

l、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、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。

4、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。

初期（1-3月）

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品，市场策略为通过积极有效的营销策略，挤占中式餐饮及保健药品的市场分额；树立。

中期（1年）

巩固、扩展已有的市场分额，进一步健全餐厅的经营管理体制，提高企业的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

长期（2年）

届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力。

>十三、店面设计

视觉识别

店名：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名应有格调，意味悠长。颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。灯饰和灯光：灯饰是餐厅厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增餐厅的美感。灯光是烘托餐厅气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出餐厅宜人的气氛。同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。餐具：干净，整洁，应该体现咖啡厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

**创业项目策划书范文案例7**

第一部分：背景

在中国，人们越来越爱喝咖啡。随之而来的“咖啡文化”充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室或各种社交场合，人们都在品着咖啡。咖啡逐渐与时尚、现代生活联系在一起。遍布各地的咖啡屋成为人们交谈、听音乐、休息的好地方，咖啡丰富着我们的生活，也缩短了你我之间的距离，咖啡逐渐发展为一种文化。随着咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知，咖啡正在被越来越多的中国人所接受。

第二部分：项目介绍

咖啡店由\_\_学院在校学生自主创办，在学校正门右边街道一个显眼的位置，这里虽然装修简单，但特别有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上面横七竖八地摆满了各种书籍。吧台坐落在正中央，吧台后面的墙上挂着一个木质的酒架，码放着各式各样咖啡豆，北面除了大门外，余下的部分全部是明亮的玻璃飘窗，窗台很低，上面落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌可以坐4-6人。但是，这里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样轻松自由。

第三部分：创业优势

目前大学校园的这片市场还是空白，竞争压力小。而且前期投资也不是很高，现在国家鼓励大学生毕业后自主创业，有一系列的优惠政策以及贷款支持。再者大学生往往对未来充满希望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的技术优势，现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业的最大好处在于能提高自己的能力、增长经验，以及学以致用;最大的诱人之处是通过成功创业，可以实现自己的理想，证明自己的价值。

第四部分：预算

1、咖啡店店面费用

咖啡店店面是租赁建筑物。与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议内容包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短。预算10-15平米店面，启动费用大约在9-12万元。

2、装修设计费用

咖啡店的满座率、桌面的周转率以及气候、节日等因素对收益影响较大。咖啡馆的消费却相对较高，主要针对的也是学生人群，咖啡店布局、格调及采用何种材料和咖啡店效果图、平面图、施工图的设计费用，大约6000元左右

3、装修、装饰费用

具体费用包括以下几种。

(1)外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装饰费用。

(2)店内装修费用。包括天花板、油漆、装饰费用，木工、等费用。

(3)其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用也应计算在内。

整体预算按标准装修费用为360元/平米，装修费用共360\_15=5400元。

4、设备设施购买费用

具体设备主要有以下种类。

(1)沙发、桌、椅、货架。共计2250元

(2)音响系统。 共计450

(3)吧台所用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备、加工保温设备。共计600

(4)产品制造使用所需的吧台、咖啡杯、冲茶器、各种小碟等。共计300

净水机，采用\_\_品牌，这种净水器每天能生产12L纯净水，每天销售咖啡及其他饮料100至200杯，价格大约在人民币1200元上下。

咖啡机，咖啡机选择的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价现在应该在人民币350元左右，加上另外的附件也不会超过1200元。

磨豆机，价格在330—480元之间。

冰砂机，价格大约是400元一台，有点要说明的是，最好是买两台，不然夏天也许会不够用。

制冰机，从制冰量上来说，一般是要留有富余。款制冰机每天的制冰量是12kg。价格稍高550元，质量较好，所以可以用很多年，这么算来也是比较合算的。

5、首次备货费用

包括购买常用物品及低值易耗品，吧台用各种咖啡豆、奶、茶、水果、冰淇淋等的费用。大约1000元

6、开业费用

开业费用主要包括以下几种。

(1)营业执照办理费、登记费、保险费;预计3000元

(2)营销广告费用;预计450元

7、周转金

开业初期，咖啡店要准备一定量的流动资金，主要用于咖啡店开业初期的正常运营。 预计2024元

共计：

120000+6000+5400+2250+450+600+300+1200+1200+480+400+550+1000+3000+450+2024=145280元

第五部分：发展计划

1、营业额计划

这里的营业额是指咖啡店日常营业收入的多少。在拟定营业额目标时，一定要依据目前市场的状况，再考虑到咖啡店的经营方向以及当前的物价情形，予以综合衡量。按照目前流动人口以及人们对咖啡的喜好预计每天的营业额为400-800，根据淡旺季的不同可能上下浮动

2、采购计划

依据拟订的商品计划，实际展开采购作业时，为使采购资金得到有效运用以及商品构成达成平衡，必须针对设定的商品内容排定采购计划。通过营业额计划、商品计划与采购计划的确立，我们不难了解，一家咖啡店为了营业目标的达成，同时有效地完成商品构成与灵活地运用采购资金，各项基本的计划是不可或缺的。当一家咖啡店设定了营业计划、商品计划及采购计划之后，即可依照设定的采购金额进行商品的采购。经过进货手续检验、标价之后，即可写在菜单上。接着必须考虑的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

3、人员计划

为了达到设定的经营目标，经营者必须对人员的任用与工作的分派有一个明确的计划。有效利用人力资源，开展人员培训，都是我们必须考虑的。

4、经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常可以将咖啡店经营经费分为人事类费用(薪资、伙食费、奖金等)、设备类费用(修缮费、折旧、租金等)、维持类费用(水电费、消耗品费、事务费、杂费等)和营业类费用(广告宣传费、包装费、营业税等)。还可以依其性质划分成固定费用与变动费用。我们要针对过去的实际业绩设定可能增加的经费幅度。

5、财务计划

财务计划中的损益计划最能反映全店的经营成果。咖啡店经营者在营运资金的收支上要进行控制，以便做到经营资金合理的调派与运用。

总之，以上所列的六项基本计划(营业额、商品采购、销售促进、人员、经费、财务)是咖啡店管理不可或缺的。当然，有一些咖啡店为求管理上更深入，也可以配合工作实际需要制订一些其他辅助性计划。

第六部分：市场分析

20\_\_-20\_\_年中国咖啡市场经历了高速增长的阶段，在此期间咖啡市场总体销售的复合增长率达到了17%;高速增长的市场为咖啡生产企业提供了广阔的市场空间，国外咖啡生产企业如雀巢、卡夫、UCC等企业纷纷加大了在中国的投资力度，为争取未来中国咖啡市场的领先地位打下了良好的基础。

咖啡饮料主要是指速溶咖啡和灌装即饮咖啡两大类咖啡饮品;在速溶咖啡方面，20\_\_-20\_\_年间中国速溶咖啡市场规模年均增长率达到16%，显示出还处于成长阶段的中国速溶咖啡市场的高增长性和投资空间;在灌装即饮咖啡方面，20\_\_-20\_\_年间中国灌装即饮咖啡市场年均增长率也同样达到15%;未来几年，中国咖啡饮料的前景仍将被看好。

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被几个集团垄断。但由于几个集团的咖啡店并没有特别主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有考虑到其他饮品店的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能达到年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据表明，中国的咖啡消费量正逐年上升，而有望成为世界重要的咖啡消费国。

第七部分：营销策略

1、同行业竞争分析

知己知彼，百战百胜。咖啡店经营者应随时关注竞争者的经营动态及其产品构成情况，并进行深入的比较与分析，借以占据经营上的有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。

咖啡店经营者绝不能忽视市场情报，一定要随时掌握最新的相关资料与信息。针对咖啡店地址的特点与顾客特征，不断地提高产品与服务的质量，提高顾客来店的频率，进而提高咖啡店的业绩。

2、销售促进计划

咖啡店基本的特点是定点营业。但是目前市场竞争日益激烈，为使业绩得到有力发展，咖啡店已经不能被动地等顾客上门光顾，而是必须主动地吸引顾客来店。因此销售促进活动的实施与宣传效果的诉求，同样不可或缺。一般，小型咖啡店无法比照大型咖啡店投入巨额的广告促销费用，所以要做到“花小钱做大广告”。海报、传单、邮寄信函等促销手段都可以使用。

3、日常运营计划

如何拟订经营计划?对咖啡店来说，在整个营运过程中最关切的问题，可能就是每天的营业额了。每家咖啡店往往都定有营业目标，更详细者甚至还定了区位、商品的目标，以作为衡量每天营业情况的基准。

在拟订日常运营计划时，一定要依据设定的经营方针和营业额的预测、目标库存量的推算、损耗额的预估、采购预定额的估算，以及预定毛利的推算等，完成整体的运营计划。由于整个计划过程必须以数据为依据，所以数据库资料的建立，是进行销售计划拟订时必备的条件。即使是小型的咖啡屋也应以数据为基础，这样才有客观的衡量标准，而不是单凭印象、感觉和观察等。

第八部分：成长与发展

咖啡店目标消费群体多是大学生为主，选址在商业区、大学校区与路\_汇处，房租价格适中，装修要求较高，以致整体投资成本加大。大学生创业最重要的是心态，准确定位的基础上要对发展前景有信心，不能着急，盲目调整经营策略。经营咖啡店是个美好的愿望，但要有充足的心理准备，才能一步步走向成功，因此要想有一个轻松的心态。

**创业项目策划书范文案例8**

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xx种。据统计，每年国内有至少xx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xx家，20xx年国内销量估计为xx万台，20xx年为xx万台，20xx年达到xx万台，销售额超过xx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xx%，市场空间巨大。浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中xx奥普浴霸20xx年销售额为xx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，xx一带，但其中小厂居多，多为仿制或OEM，自主研发能力不强。

>一，我们的目标

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xx家，销售额在xx万元以上，20xx年达到xx万销售额，20xx年达到20xx万销售额，利润率保持在30%--50%。

>二，资金使用

>三，产品成本及盈利分析

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xx元，防干烧保护器元，开关元，其余为塑料件，价格xx元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在xx元以下。批发价暂定为xx元，每个毛利为xx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）

>四，销售前景

>五，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。

>六，原材料供应方案

可外协生产，无特殊要求。

>七，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。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找