# 创业策划书 创业策划书团队介绍(十五篇)

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-08-26

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。创业策划书 创业策划书团队介绍篇一...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇一**

仙草百搭

： queen

：

20xx年 12 月 5 日

第一部分：摘要

公 司 简 介

香yoyo奶茶店

：奶茶

：销售奶茶，果汁，饮料等

：

第一、二年：建立自己的品牌，收回初期投资，积累无形资产，第二年后开始盈利。尽管在南昌奶茶店很多，但是我们会提高公司知名度，使市场占有率最大化，。预计本阶段在南昌的市场占有率达到20%；

第三、四年：进一步扩展公司项目，开发新品与规范流程两手抓。使公司拥有一定品牌影响，扩大公司影响范围，为以后占领更大市场打下基础。预计本阶段在南昌的市场占有率达到40%，并开始建立省内连锁分店，向经济较好的地区扩展。第五、六年：对公司进行进一步完善，扩大建设规模,随着公司不断壮大,打造一个国际知名的奶茶公司

核心竞争力分析：我公司推出的奶茶饮品除了结合了香飘飘，优乐美，相约等奶茶的各种优点，不仅注重于产品的质量，口感，包装，我们的产品更加注重对身体的调养，真正做到健康，好喝的茶饮料。这是我们的优势，也是我们战胜其他品牌，战胜周围其他店面，成为“奶茶之王”的一个重要法宝。

青年人是主力军，且调查显示，女性最常喝奶茶的比例高于男性，这与女性消费者看重奶茶饮品的健康、时尚特性不无关系，因为奶茶对皮肤有滋润美白功效，其中的椰果是粗纤维食品，既可以填饱肚子，又绝对不含脂肪，所以美容瘦身是女性多于男性选择奶茶的主要原因之一。

既然是奶茶店，就一定要在保证店面的清洁与舒适，光这还远远不够，还要把店布置的富有特色，不落俗套，所以店面装修很重要，让消费者在外面就有种想进来逛逛的欲望。当然这只是表面的包装，奶茶的质量跟包装才是顾客最看中的，所以制作奶茶的每一道制造工序都会经过安检局的严格检验，绝不会出现掺假，缺斤少两的现象。

由于消费者大都是年轻情侣，所以一定要给他们营造一个舒适，安静，浪漫，优雅的气氛，尽管是一杯奶茶，也能品出幸福的味道。可以开展一些有特色的促销活动：比如，情侣买可赠送情侣对勺；买三杯以上获赠可爱的饰品；小店要有自己的特色，比如有卡通形象，或者制造供情侣用的y型吸管。。。。。可以在店名上方加几个小射灯，最好是发粉色光，晚上看起来很漂亮，温馨。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇二**

1、市场需求与本人关联

本人是襄阳本地人，在餐饮行业服务20多年，对于早餐行业的现状及襄阳本地人的早餐习惯有着十分清楚的了解，因此，我认为自己在餐饮行业一定会找到属于自己的一片天地。

1、企业经营模式

集中采购加工配送原物料，在各门店采用流水线作业出品，为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

2、企业主要产品结构:

前期产品共设三大块:a、襄樊牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆;b、江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等};c、西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

3、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

4、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟(如妞妞、皇冠等)。

5、增值服务

后期规模允许的情况下，可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡，并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣。在各门店增设一些便民服务项目(如寄存、邮寄、干洗等)，实现真正的民生化。

6、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩，公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

1、行业与发展前景

目前襄樊地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的“三差”阶段。没有一家专业正规的早餐品牌。由于早餐的低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

2、客源市场分析

襄樊雄跨汉江两岸，城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。目前地区产值、人均收入正在快速增长。

襄樊人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万\*60%\*4元)。

3、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

“爱心早餐”立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

4、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)

“爱心早餐”计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。努力成为地区下岗再就业示范企业。

1、营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责:收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

2、cis计划

mi(思想识别系统):在公司内部大力推行企业经营宗旨“永远致力于为顾客提供卓越的用餐价值”，使之融入所有人思想行为中去。

bi(行为识别系统):带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任;日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统):统一制服、招牌、餐具、标识等。注册“安心早餐”商标，经营及对外活动中，使用统一logo。

3、餐饮文化活动营销策略

(1)将爱心早餐的“牛肉面系列”打造成襄樊地区特色饮食代表之一。

(2)把“健康营养”作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的“安心”。

1、公司组织结构

前期分店人员配置:店经理一名，储备干部一名，推广代表一名，洗碗工一名，员工6名(依照营业情况安排员工数量)。后勤中心人员配置:后勤负责人一名，工人6名。

2、管理机制

(1)建立标准的运营流程

(2)建立系统的训练系统

(3)建立完善的晋升机制

(4)建立完善的督导机制

(5)完善数字化管理

(6)规范服务标准

(7)建立顾客满意度管理体系

(8)强化员工职业心态建设

(9)强化服务过程督导

3、人力资源计划

(1)公开透明的晋升机制

(2)持续循环的学习培训

(3)不断储备管理人员

(4)努力提升员工满意度

4、企业文化

尊重个人、追求卓越、共同成长。

1、营业收入预测

前期将产品定价高于市场同行15%(提高品质、服务、清洁的附加成本)，各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

2、营业成本

食品成本(原物料):35%。

运营成本:(能源、损耗、运输、税、铺租等)25%。

人力成本:(人工)13%。

管理成本:(间接人工)2%。

净利润:25%(利润率与营业额成正比)。

3、财务分析结论:

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

“爱心早餐”采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，运营成本相对较高，随着门店的增多，间接成本将会逐渐降低。预计一年收回投资。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇三**

一、快餐店地址：大学校区周边、闹市区、人口密集社区、医院附近等

二、快餐店规模：80-120m;，可同时容纳50到80人就餐

三、成本核算：

1.饮食公司注册资金：5000元。

2.房屋转让费用：7万(使用期限定为三年以上，内部带简单装修)。

3.月房租：8000元/月，一年付清，首付6万元(头年营业争取谈判至半年付，约为5万

元)。

4.厨房用具：

油烟机两台1000元;附：白铁皮罩

冷冻冰柜两台2024元;

冷藏冰柜一台1000元;

风扇、和面机、压面机、工作台、消毒柜、高压锅、蒸锅、炒锅、炉具等按1万元计;

其他用具1000元。

共计15000元

5.前厅装修：

中央空调两台5000元;

开放式冰箱两台2024元(其中由啤酒供应商提供一台);

液晶电脑一台4000元;

电视两台加有线电视费用2024元(主要是针对08年奥运会，可做夜间生意);

智能刷卡机一台估价2024元(内含会员卡制作);

吧台一套估价1000元;

环绕式立体音箱一套3000元;

桌椅以30套计，每套(一桌4椅不等)200元共6000元;

餐具100套1000元;

饮料机一套估价3000元(联系百事或可口可乐厂商向其购买);

销售台、验钞机两部、收银机两部、电话两部1000元;

灯光、墙体、地面、店门装修2万元(准确数字待定);

卫生间男女厕所：男厕：立式小便池两大一小1000元，马桶一个300元;女厕：蹲式

马桶两个500元。自动感应洗手池两个1000元，感应吹手机一台300元。镜子一面200

元。其他700元。共计4000元;

装修以上共计54000元。

6.服务员每人两套店服以每套100元计共2024元;厨师服装以每人两套以每100元计1000元(后期还需再每人增加两套衣服，达成四季服装);共3000元。

7.广告宣传：招牌制作、传单印刷、人员招聘(作为一种宣传策略)、礼品派送、活动作秀、户外广告、与临近超市搞搭配活动、优惠券赠送。以上共计5000元

8.其他计划外开支5000元;(包括人际关系活动的费用)

9.流动资金：20000元

以上投入共计：237000元。

四、每月开支：

1.工资：

厨房人员：鸡汤师傅1位1200元、炒菜师傅1位1200元、馄饨师傅1位1200元、煎包师傅1位800元、蒸包师傅1位800元、火烧师傅1位800元、配菜师1位500元、和面师1位500元。其他两位按2024元计。每人每月100元分红，共10000元 ;(以上项目或者如有其他项目需要开设，可考虑厨房员工交差作业或者实行外包策略).

服务员：5位。领班800元，其余月工资600元。每人50元分红，领班100元，共3500元;

2.房租：

员工每月房租1000元;

快餐店每月房租8000元;

3.杂费：

水电气费：3000元;

电话费：1000元;

上网及网站维护费：100元;

其他400元;

以上共27000元。平均每日净支出为900元。

注：以上支出只为初步估算，转让费用及房租可能会与估算数值有较大出入。且不含原材料成本(原材料成本估算在每月收入)。成本核算中部分环节可能会随市场行情和go-vern-ment政策进行相应调整。

五、每月收入：

每日am6：00――pm11：00营业。主要以早、午饭和晚饭时间消费为主。

保守估计：餐厅80余人座位，以入座率60%，50人计，早饭以人均消费3元计，每半小时轮换一次，以三次算消费额为450元;中午饭人均消费额6元，每半小时轮换一次以三次算消费额为900元;晚饭比中午翻一番计1800元;其余时间散客计350元。则日均消费额在3500元左右，每月毛收入为105000元。

原料成本2100元。月支出为63000元。

扣除总支出9万元左右。每月净利润为15000元。

注：在大学校区附近，寒暑假以保平计。按三个月算，则一年净利润为130000元。

六、公司文化

发展愿景：建立独立品牌，继而在n乃至全国发展连锁及代理，并推出相关的软包装食品，建立独特的企业文化。

经营理念：要做全中国最纯粹、最健康、最卫生的小吃食品。

服务理念：以人为本，简洁高效，细节服务。

七、swot分析：

外部优势：鸡汤、馄饨、煎包等n食品作为一种地方传统食品普及性很强，有着广泛的受众和喜食者，富有营养，味道鲜美，而n其他地区则较少或没有该类做法，内含巨大商机;在n大学校区附近有着广泛的喜欢该类食品的群体;选址在闹市区或大学及社区附近，人流量大，经营得当可以迅速获得品牌效应。

外部劣势：禽流感影响，部分食鸡者转向其他食品;属于一个新品牌，消费者认知需要一定时间。同地段国内外的相类似餐饮店的激烈竞争。消费者口味多样化，食品样式相对贫乏。

内部优势：重视管理和经营方式的创新，尤其重视对顾客的细节服务;服务人员以在校学生为主，素质较高;推出的n地区各色面点风味小吃，具有独特地方性。装修富有特色及吸引力，相比邻近快餐店，消费环境更加卫生舒适;经营及消费环境上不次于永和、肯德基等国内外名店，但价格相对较低，填补其价格空白。

内部劣势：缺少餐饮类管理经验，尤其是应对危机能力。在建立品牌产品方面缺少经验。

应对策略：根据所处地区，研究相关消费者的消费习惯、消费能力、消费口味，选择合适的厨师及产品;通过有效的广告效应，迅速打开局面; 初步在周边地区建立品牌效应;研究附近相类似餐饮店在装修、经营上的成功经验及失败教训，取长补短;严格控制管理及服务水平;严格控制卫生水平。

八、具体经营措施：

1.店址选择：店址确定前，应对计划店址确定地区人员的消费习惯、消费能力、消费时间作出仔细调查和分析，调查了解附近交通状况，周边卫生，安全，夏天能否室外营业，竞争程度，人气，能否停车等。

2.产品提供内容：鸡汤、馄饨、胡辣汤、豆浆、煎包、蒸包、笼包、水饺、水晶饺、鸡蛋饼、火烧、面条、炒面、花卷、炒菜、特色小菜、可乐、各式啤酒，等等。

3.厨房管理上：设立厨师长，明确分工，在工作中根据具体情况整合程序，提高效率，有细致的明文规定的管理章程，根据实际需要进行人员增减;要求工作上统一服装，工作中必须口罩作业;制订各类标准，如：①加工标准，制定对原料用料的数量、质量标准、涨透的程度等。制定出《原料净标准》、《刀工处理标准》、 《干货涨发标准》。 ②配制标准，制定对菜肴制作用料品种，数量标准及按人所需营养成份进行原料配制。③烹调标准，对加工、配制好的半成品、加热成菜规定调味品的比例，以达到色、香、味、形俱全的菜肴。④标准菜肴，制定统一标准，统一制作程序，统一器材规格和装盘形式，标明质量要求、用餐人数、成本、 利率和售价的菜谱。

4.前厅装修：

整体以暖色调，中国式风格为主;

前厅墙体以透明落地窗为主，白天要有足够明亮程度;

灯具，墙体、窗帘、桌面图纹精巧别致;

桌椅以木制或者效仿肯德基的欧式快餐厅风格为主，考虑舒适程度及高度差，根据前厅位置合理摆放，不以单一排列为标准，要注意快餐店顾客不习惯过多陌生人同桌饮食，但同时又要顾及多人聚餐。应从单人座至多人座兼顾。(具体可参考肯德、必胜客等)，桌椅间穿插安排绿色植物;

静音空调，灯光照明错落有致，以顾客所处为焦点但需要柔和舒适;

隐蔽式环绕立体音箱，轻音乐营造舒适氛围，音乐播放严格要求，禁止服务员的随意播放;

四面墙体配以典雅装饰品，如仿真名人字画、壁挂、抽像画等，建议以n老照片为主。(上海麦当劳的经营策略，效果不错);

悬挂电视，平时播放餐饮店活动作秀节目;

卫生间男女厕所，卫生间离前厅应有玄关，一般情况下每两1时应清洁一次，清洁角度应该在顾客视线死角以内。厕所内同样要有典雅装饰。自动感应洗手池，感应吹手机，镜子一面;

吧台旁设有玻璃柜台，其中摆放各式菜点样品及小礼品，便于顾客挑选。

5.消费方式：顾客进店后，可现金消费，也可刷卡服务。吧台上方明文说明刷卡服务内容及优惠，可考虑根据其每月消费额累计进行折扣或者当月消费达到一定次数还可享受或礼品赠送。最高奖励可享受黄金会员服务。(参考上海思考乐书店经营方式)

外卖：联系写字楼、机关、企事业单位、招待所等向其提供外卖服务。在n方面较少这类专门行业，如果经营得当，存在着相当大的商机。

6.服务人员管理要求：

开店前统一培训，达不到培训要求者不得上岗;

员工实行考勤制，每日上下班实行打卡制度;

制订员工手册，由老板至员工必须服从;

统一服装，胸卡，每日由领班进行服装检查，达不到标准者不得上岗。从对顾客的接待、餐具摆放、用语、忌语、肢体语言到卫生间清洁标准等均应该有明确文字标准。由领班进行随时检查并制订相应奖惩制度。

7.卫生方面：建立专门的卫生清洁标准及制度。每日检查，列为工作重点。每日进行垃圾处理，同专门清洁机构根据实际情况确定回收时间和方式。

8.轮班制度：根据工作情况具体商定。

9.财务管理上：智能刷卡系统，电子化管理，通过相关财务管理软件，建立严密明晰的数据库，对各类食品的各时间、时段消费量和受欢迎度有明确分类，根据各产品的消费情况调整经营策略。反应要迅速及灵活。

10.采购管理上：由经营者亲自负责。 鲜活原料每日进货，日进日出，基本上不存货，使用专门采购软件，对采购情况进行分析，了解菜价行情。库房还不定期地打出“快慢流动表”，凡是库存超过一定时间的，都要上该“黑名单”，然后找到责任厨师长，寻求解决办法，做到不浪费，再利用。具体实施措施可根据实际情况调整。采购原则：高效、高质量、节约。

11.特色服务：如免费汤，或者免费豆浆，小菜等。设立简易时尚书报杂志存放栏，顾客可随意取放，以吸引每日淡季时分顾客光顾。

12.公关及广告宣传方案：店名要独特有新意，同时要容易记忆，广告牌要大而醒目，制订公司标志，公司餐具、包装袋、一次性饭盒等的形象设计、传单印刷及优惠券校园及街道派送，校园人员招聘(作为一种宣传策略)、礼品派送、定期活动作秀、户外广告、与临近超市搞搭配活动，由超市向消费者赠送消费券。

13.球赛期间可推行24小时服务，吸引顾客。

14.不断推出新品种，免费品尝，扩大影响力。

15.建立网站，专人维护，可实行网上优惠券打印及订餐服务，校园订餐热线等服务。

注意事项：制订菜价时，对于并非新奇特的产品，要考虑邻近餐饮店相同或类似产品的价位，既要避免过高导致顾客流失，也要防止过低导致与餐饮店自身形像不符和引发恶意竞争。对于特色产品，可考虑平价销售以带动其他食品的销售。

九、前期操作程序：

1. 考察市场，确定店址。半月至两月时间不等。

2. 店址确定后，交付定金，确定装修设计。联系装修队伍。三天至一周时间。

3. 开始装修。同时开展：工商注册等手续的完成;厨房、前厅等用具分类购买;厨师及服务人员招聘及培训;联系广告公司，广告策划活动宣传。一周至半月时间。

4. 装修完毕，厨房、前厅用具摆放，人员准备上岗，广告宣传活动开始。三天左右时间。

5. 剪彩开业，宣传活动继续维持一段时间。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇四**

创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。

社会在发展，人类在进步，人们的追求更多的从物质层面上升到精神层面，对个人服饰、房屋摆设的要求也不仅仅限于便宜、耐用，而更多的关注它们是否大方、美观，对赠送的礼品也更加注重其内在含义，正所谓“礼轻情意重”。

然而，人们在服饰搭配、房屋摆设、礼品组合的选择方面往往捉襟见肘。他们每天关心的不再是吃什么、喝什么，而是穿什么、怎么穿，送什么，怎么送。

我们从这一现象中发现了市场，我们将以淘宝网店的形式，为人们提供服饰搭配、房屋摆设、礼品组合的各种创意，为人们的生活带来方便，增添色彩。

开办于20xx年9月15日。主营创意家居、饰品等新奇特东西。本着诚信的经营态度，想顾客之所想，以顾客的角度出发的经营理念。

1、行业分析

(1)市场调查

截至20xx年6月30日，中国网民总数为1。23亿人，与去年同期相比增加20xx万人;20xx年中国网购用户数仅为208万人，到20xx年中国网购用户数已高达1855万人，到20xx年中国网购市场用户将达到7400万人，交易额将可能达到1800亿元。

美国、德国等发达国家电子商务用户占网民比例已远超30%，而在中国，这个数字是40%。

20xx年中国约有15万人在网上全职或兼职经营网店，据估算，他们每月从中获利超过了20xx元，这一数字远高于20xx年中国城镇居民月均收入，收入水平最高的北京居民家庭平均每人月总收入才1878元。

(2)选择本行业的主要原因：

①成本少、风险低：与传统的店铺相比，网上开店不用租赁门面，不用缴

纳税金、水电费，只收取很少的商品上架费与交易费，有的甚至免费。而且按需进货，不用担心货物积压。人工成本低。

②经营方式灵活：网店不受传统的营业时间、营业地点的限制。经营者可以全职也可以兼职经营，不需要投入大量时间去看店。快捷，能节约时间成本。网络店铺能面向全球、24小时365天不间断营业，辅助以im工具、手机等通信方式和发达的物流配送体系。③消费群体广泛：因为网店是开在互联网上的，面向的是所有可能看到商品的网民或消费者，这个群体可以是全国的网民，乃至全球的网民。很多卖家有独特资源或渠道。比如卖品牌商品，很多人的朋友甚至自己就是专柜员工，以批发价、内部价拿到网上卖。

2、客户分析，目标市场

据调查，通过网络购买商品的人多具有以下特点：年轻、富裕、有理想、关心社会、注重自我、理性、善长追求新鲜事物、好胜、没有耐心等。他们大多是学生、公司白领、政府办公人员等，一项调查表明，中国在网上购物的网民一般网龄在2年以上，占总数的92。4%，其中，3～4年网龄的最多。

因此，本店的商品主要销售对象是学生和公司白领。

3、风险因素：与实体店经营不同，网店经营虽然也面临一些风险，但相对而言，风险要低的多。

(1)竞争者

有经营就有同行竞争，网店存在很大比例的重复货品销售问题，你卖我也可以卖，看谁竞争得过谁，且受信用高低的驱使影响，要接受顾客货比三家、淘汰优劣的选择考验。但由于投入小，不少网店如果经营一段时期毫无起色，还有个改换门面的灵活性，很快就又可以尝试经营另一新品。

(2)投入成本

既然投入了资金，那么就希望有所回报，但生意场上没有侥幸，所以就存在资金投入风险。但目前网店的经营税费、租金、管理费都较低，因此风险较低。

(3)淡旺季节

由于货品的季节转换、淡旺季之分等问题的存在，经营存在压货风险。但四通八达的网络却不受地域的限制，且网店的淡旺季并没有很大的差异，因为上网是随时随地的，并不受季节、节假日的影响。

(4)技术风险

①internet网络速率的风险;

②技术能力的限制;

③技术开发和商品化周期过长;

④国内外软件的竞争和冲击。

1、目标

(1)愿景：

让有空气的地方都充满我们的创意!

(2)使命：

用创意为生活增添色彩!

(3)价值观：

以最低的成本做出最好的效果。

(4)远期目标：

在淘宝上开拓属于我们自己的天地

2、发展计划

基于对经营环境、自身实力等方面的分析，我们制定出如下的阶段性发展计划：

第一阶段，在淘宝网上申请个人网店，开办创意商店。由于资金、影响力有限，管理经验不足，我们的创意商店首先在淘宝

网这个已经发展成熟的网上交易平台上开办，提供服饰搭配、房屋摆设、礼品组合的各种创意，并以组合的形式出售创意所需物品。

目标：壮大自己的创作队伍，不断创新，提供更多更好的创意;

与商家建立广泛的合作关系，互利共赢;

提供知名度，扩大影响力。

第二阶段，自立门户，开设独立网店。经过一段时间的经营后，随着管理经验的丰富，资金实力的增长和影响力的提高，我们将自建网站，开设独立网店。

目标：进一步提高知名度，扩大影响力。

3、经营战略

(1)总体战略

网店与顾客良好关系的出发点有以下两个方面：

①公平合理;

②完善的服务：顾客就是上帝;顾客就是效益。

(2)组织管理战略

①管理方面的主要要求是：团队要坚强;集中统一控制;用财务来衡量经营活动。

③组织原则：组织是可变的，不是永久不变的。以今天的组织来做今天的事是合适的，若以今天的组织去做明天的事，那就不一定合适了。要使组织机构与变化的环境条件相适应。世界上的事情变化很快，必须使自己的组织机构随时与之相适应。再一点，组织机构要服从战略的安排，一个网店的战略，决定它的组织机构，并且要及时。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇五**

1 公司概况 3

1.1公司名称 3

1.2公司结构 3

1.3经营范围 3

1.4服务宗旨 3

1.5人员及组织结构 3

1.5.1人员能力分析 3

1.5.2人员分工 4

2 产品与服务 5

2.1 产品介绍 5

2.2 收费设定 5

3 市场调查与分析 6

3.1 可行性分析 6

3.2 客户描述 6

3.3 市场分析 6

3.4 竞争分析 7

3.4.1竞争者分析 7

3.4.1.1现有竞争者 7

3.4.1.2潜在竞争者 7

3.5茶餐厅竞争的形式分析 7

3.6 swot分析 8

4 经营战略 9

4.1 目标市场 9

4.2 营销策略 9

4.3 推广策略 9

4.4 创新机制 10

4.4.1技术创新 10

4.4.3经营模式创新 10

5 财务分析 11

6 风险及对策 13

6.1 风险 14

6.1.1 外部风险 14

6.1.2 内部管理风险 14

6.1.3 市场风险 14

6.1.4 原料资源风险 14

6.2 对策 15

6.2.1 应对措施 15

7 总体进度安排 15

1.1公司名称

福生

1.2公司结构

直线制结构

1.3经营范围

点心、咖啡、西点

1.4服务宗旨

时尚、优质、舒适、健康，让顾客满意的服务

1.5人员及组织结构

店长1名 西点师1名 茶、咖啡、调制师2名 服务领班1名 服务员3名

1.5.1人员能力分析

店长：能带领团队，激发团队热情，为客疯狂，为人诚实守信，具有良好的职业素养

西点师：具有中高级以上职业资格证书，从事该工作一年以上

咖啡师：具有中高级以上职业资格证书

服务员：有相应工作经验、沟通能力较好

1.5.2人员分工

店长：1、独立负责本店的日常管理工作； 2、对本店的行政、人事、营运、采购监管、企划执行、成本控制、人员流失、员工满意、顾客满意度、收银负全责； 3、负责带领全体门店员工为顾客提供良好用餐环境、可口的食品、满意的服务，为客疯狂； 5、协调好内部员工关系； 6、协调好本店所在区域相关政府部门的公共关系； 7、负责正确解决顾客抱怨，提高顾客满意度

西点师：1、负责本店西点制作；2、负责西点的研发更新；3、负责食材的盘点与采购量

咖啡师：1、负责本店的咖啡、的制作；2、负责咖啡、的研发更新；3负责食材的盘点与采购量

服务领班：1、发挥一线管理人员的带头作用，完成上级交代任务；2、检查当班服务员的考勤，工作着装及个人仪态仪表，个人卫生，保证员工按要求上班和餐厅服务的正常开展

服务员：1、负责服务顾客就餐；2、协助采购食材；3、店内的清洁工作

2.1 产品介绍

2.1.1 产品种类

咖啡：现磨现煮咖啡：国宝蓝山王 特色咖啡：极品蓝山 日本炭烧咖啡、卡布奇洛、拿铁跳舞咖啡、焦糖玛奇雅朵、美式摩卡咖啡、巴西山杜卡 肯雅 曼特宁

西点：各类面包 小饼干 提拉米苏 黑森林蛋糕 芝士蛋糕 蓝莓芝士蛋糕 慕司 蛋挞

水果：各类水果，但以纯水果为主题。

2.1.2产品特色

适合中高级人群消费，满足多种人群口味、现场制作、健康

2.2 收费设定

咖啡：现磨现煮咖啡：国宝蓝山王68 158、特色咖啡：极品蓝山58 108、日本炭烧咖啡28 、卡布奇洛40、拿铁跳舞咖啡38、焦糖玛奇雅朵34、美式摩卡咖啡25、巴西山杜卡32 56 肯雅 36 66

曼特宁 32 56。

西点：各类面包 小饼干 提拉米苏 黑森林蛋糕 芝士蛋糕 蓝莓芝士蛋糕 慕司 蛋挞

水果：大盘 38 小盘 28

3.1 可行性分析

1)、休闲甜品店市场竞争激烈，且市场品种和品牌众多，新品牌、新品种的不断涌现，使市场被切碎细分，瓜分着消费者的钱袋，蜂拥挤占着市场。

2)、品牌繁多的休闲餐厅分为供应堂食、饮品和仅以供应饮品为主两大类。全国有大小茶餐厅不计其数，各地品牌众多。在抚顺市场，有知名茶餐厅10余家。

3)、高档甜品店各方面较之中低档茶餐厅占上风，从广告宣传、营销水平、品牌号召力到消费者选择偏好，整体上低档甜品店不敌高档甜品店。高档甜品店利用的客观优势是室内环境幽雅，消费者现阶段对茶餐厅选择上的心理。但是，中低档甜品店前景良好，潜在巨大的消费客群，中低档甜品店才比较贴近于日常生活方式。 4)、我国餐饮业的市场份额有大幅度提高。从各业态来看，20xx年百强企业中，休闲类餐饮企业以销售额比上一年增长43.25%，居各业态增幅之首； 20xx年百强企业中，从营业额和增长速度来看，休闲餐饮依然发展迅猛，其营业额的增长速度远远高于百强中其他经营业态，增幅超过了50%。休闲饮品的代表性连锁企业以20%的速度逐年占据着越来越多的市场份额，部分非餐厅品牌也抢占着相当大的客群。

3.2 客户描述

服务对象主要是中白领和高校学生，其消费观念是时尚、优雅、舒适、品质符合我餐厅理念。

3.3 市场分析

目前我们想把该店开在大同的高校聚集的地方。根据业内人士20xx年的统计，我国各式超过6万家以上，产值约100多个亿。甜品店主要集中在像北京、上海、杭州、广州、成都等大中型城市，而且每年以20％的速度增长。

隶属于餐饮行业，无论是从业企业还是从业人员，因受制于市场环境，变化和变动较大，每年都有一大批新的出现，但与此同时，又有许多停业或歇业。

3.4 竞争分析

3.4.1竞争者分析

3.4.1.1现有竞争者

肯德基、德克士、麦当劳、好食多，各种咖啡店与披萨自助店，他们是强势品牌，消费者对其有品牌偏好，有思维定式。

3.4.1.2潜在竞争者

近这几年， 这个行业在国内开始发展 ，有些城市已经普遍了，其前景较好，不断地有人加入此行业。形成较强的竞争趋势。

3.5茶餐厅竞争的形式分析

环境竞争：随着大街小巷自助饮食店的增多，顾客的消费就有了非常大的选择余地，在这种情况下，竞争的焦点就转向了店面环境的改善，如果经营环境“脏”、“乱”、“差”，那么即使有一

定的价格优势，也很难引来顾客，相反，创建洁净、明亮、整齐且优雅舒适的店面环境，则会使消费者感到心情愉悦，从而使回头率大增；

服务竞争：经过一定时期的市场竞争，经营环境都有了相当大的改善，价格战和各种促销活动也是此起彼伏，此时比拼的焦点转向了服务领域，自助饮食店属于服务性行业，因此服务态度和服务质量，直接影响到生意，服务竞争衍生出了多种多样的服务形式，如外卖服务、明星服务等形式；

地段竞争：消费群体客户涵盖社会各界，经常光顾的消费群体主要集中于年轻人，因此，不同的选择的地段环境就成为竞争焦点，一般而言，选择成熟写字楼和高校是保证良好业绩的前提；

产品竞争：供应的餐饮品种包括各种饮料与茶水和西式糕点，对产品进行技术开发与创新，设计产品的外观，引起更多人的兴趣；

效率竞争：效率竞争主要指特定的时间和特定的对象，很大一部分消费群体是写字楼的白领和高校学生，从点菜至结账都讲求速度，每逢午饭时段，尤其面对顾客众多的时候，效率是留住顾客的最佳手段。

3.6 swot分析

优势： 地处高校密集区或食街，人流密集、商机无限，得天独厚的环境；全新的设备，宽敞明亮的就餐环境，高性价比的食品，有利于销售切入；经济型酒楼人力构架，高星级酒店服务模式，环境舒适。

劣势： 新开业，缺乏市场知名度，市场认知及接受有一个培植过程；

机会：在高校区，市场容量大；地理位置得天独厚，商业环境不可复制；新店、新员工经过系统培训，士气不言而喻；周边虽商家林立，但软体环境不同，竞争力有强有弱，已为客源分流埋下伏笔；

威胁：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。

4.1 目标市场

追求时尚、高品质生活的年轻人。

4.2 营销策略

1）、价格策略：为尽快打响知名度，可以拟订出短暂的优惠期，进行市场推广，以便迅速强占市场，制造热卖场，引起目标客户群的广泛关注，并利用“羊群心理”的消费心理，逐步推出创新的服务卖点，保持市场热度。在客源稳定之后，则进行必要的筛选。

2）、销售策略：通过报纸、电视台等传媒对外宣传，吸引休闲旅游散客和吸引本地休闲客，亦可扩大影响；联合周边有影响力的休闲娱乐场所举办一些活动，以利休闲客开发和快速提升项目在当地的知晓度，进而培植市场；茶餐厅员工每人一件印有“餐店logo”字样的文化t恤，文化t恤派发员工，让员工成为一道流动风景，使信息不径而走，家喻户晓；确保服务品质，实施全员营销和推广会员政策，培植忠诚客户。

3）、销售步骤：在前期调研的基础上，深入了解周边的客源市场，竞争对手状况，以及密切关注市场的变化，确定以项目为中心，直径三公里内的市场范围；印制茶餐厅图文并茂宣传资料，逐一走访市场范围内商务写字楼和企事业单位，建立建全客源网络和客户档案，做好客户回访工作，密切客群关系，构建及确保销售渠道的顺畅；全体销售动员，并对骨干进行销售培训，确保全员销售战略的实施.

合理的进行销售分工，并对基层员工进行必要的销售训练，以及在销售过程进行检查督导确保全员销售成效；检讨营业期间所建制度，完善内部管理，以及员工进行全方位立体培训，确保餐厅硬件和服务更具星味，树立口碑；明确餐厅销售目标，将指标进行分解并落实到人或部门，建立长效的销售激励机制。

4.3 推广策略

广告宣传:发传单，条幅

搞促销活动

产品宣传：宣传产品的有益之处，引起消费者的兴趣。

网络宣传

综合以上我们可进行近几年非常流行的“整合营销”，除了产品本身的品质以外，在营销过程中还得借助其他一切可以利用的资源，比如销售渠道、人无你有。简单而言，就是想办法以委托或合作的方式进入别人的销售网络，借助对方的优势来弥补自身不足。总之，要让消费者能够接触到你的产品，并能感受到产品的优、特点。这就要求茶餐厅的经营软件、硬件一定要好，缺一不可。比如，如果服务好，赞美就会多起来，信誉和口碑也就会随之更好起来，那么就能够借别人的嘴来为自己说话了，这种活广告的效果是其他广告无法比拟的。

4.4 创新机制

4.4.1技术创新

购买先进的设备，比如全自动的咖啡机，多功能的烘焙、烤等设备

4.4.2产品设计创新

根据消费者的不同品味设计不同主题的西点、水果拼盘、咖啡，甜点；其次还可以根据社会的不同热点进行设计西点、水果拼盘、、咖啡；

4.4.3经营模式创新

1.休闲的经营模式借鉴咖啡店与西点店的经营模式，顾客可以进行对食物的打包、定制，价格定在15—50元每份较合适。果茶如柠檬茶、苹果茶等在这里也应备齐。

2.休闲厅的设计要简约，要用明亮洁净的店堂来吸引顾客。。店中准备一些报刊杂志，使得客人落座后喝上一杯茶随意地翻阅报纸杂志（绝对不能用过期刊物）。与快餐店相比，中国人更会喜欢休闲厅这种环境，毕竟有些中华文化传统的延续。在装修上要讲究舒适，简洁，明朗，情调休闲；随着都市人生活节奏的不断加快，相应的工作压力也越来越大，上街购物和吃饭便成了疲惫的都市人忙里偷闲的又一种调节方式。都市人吃的乐趣已不再是简单的色、香、味，如果开一种以特色取胜的休闲茶餐厅定能吸引众多休闲消费顾客。休闲厅所以受欢迎主要是能随意组合。点吃茶点大多为烘托休闲环境，让人以休闲玩乐和解决温饱为一体，尽情地放松自己。其次是价格适中，一般情况下一杯茶加一些休闲菜点，三、五个朋友，人均50元左右；普通消费者可以接受。另外，吃休闲茶点时间较长，人们相约吃休闲茶点就图它有个宽松的空间，能得到较长时间的休息，常常一坐就是两小时，甚至半天。随着休闲消费的发展，正成为都市人现代的消费潮流。（建议：餐厅把用为断隔的玻璃，全部贴上玻璃纸。）

3、餐厅全部使用一次性餐具，这样才能显得干净卫生，让顾客放心用餐。员工统一着装，切忌不要当顾客面去整理衣服及鞋袜，也不要一直站在就餐的顾客身边，但一定要随传随到。

4、不仅要成为人们叙旧和洽谈生意的场所,而且还要推出特惠套餐，方便工薪族和学生。学生中大学生应该是餐厅的主流，大学生有时间也稍微有些财力去消费。但是价格的是最为关键的，学生的经济实力源至于其父母。服务也很重要，尤其到了冬天，顾客进店即奉送一杯免费热茶，要让人有宾至如归的感觉，从而留住回头客。

营业设备设施：38,000

电脑、柜台、卫生用品、大堂及户外用品

厨房设备用品:35,000

炉具设备、加热保温设备、冷藏设备、排风设备、火锅设备、煮锅、蒸锅、煎炒锅、 勺具、刀 、厨房不锈钢器皿 、食物储存容器、 面包烘焙设备、 厨房杂件

餐饮设备用品:12,200

饮水机、饮料机、 陶瓷器皿、塑料器皿、榨汁机、咖啡机、咖啡壶、咖啡炉、 玻璃器皿、 餐饮不锈钢器皿

清洁卫生用品:1,800

拖把、扫帚、刷子、清洁工具、清洁护具、清洁剂

洗涤设备用品:4,800

洗碗机、餐具消毒柜、洗涤筐、洗涤剂

餐椅餐桌柜架:14,200

基于环境营造需要，配置或定制相关家具，但要注意家具污染问题

其他设备用品:4,000

装潢装饰：50,000

场地租金：8,000按照月租费用测评

物料储备：7,000按照3天的储备周期

总计175000

员工工资与人数预算

西点师傅 1名 1名3000元 =3000元

茶水师傅 1名 1名2500元 = 2500元

咖啡师傅 1名 1名2500元 = 2500元

领班 1名 1名1700元 = 1700元

服务员 3名 1名1400元 = 4200元

一个月工资预算金额 = 13900元

赢利前景:

如果每天营业额约为3000元,食材成本为2350,员工工资一个月约为13900元,一天全部工资约465元,电水费一个月约为1200元,一天的电水费约为40元,这样的营业额只能算保本经营.如果每天营业约为3500元以上算,利润额约为1150元,减去一天员工的全部工资和电水费共计505元,那样自己还有645元利润收入,一天645乘于30天算,一个月就有19350元的利润额,一天12个月就有232200元的利润额.其中还可以拿一点做营销活动费.那么我们9个多月就可以回本

6.1 风险

6.1.1 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。

6.1.2 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。

6.1.3 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。

6.1.4 原料资源风险

本餐厅的原料主要以咖啡、水果、甜点为主，，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高品质、天然、无污染的食品。

6.2 对策

6.2.1 应对措施

汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

项目开发阶段进行严格的项目规划，减少项目风险。

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。

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）

主要产品是针对中高级消费者，市场策略为通过积极有效的营销策略，在餐饮和餐食占领一定的市场分额；树立优质、舒适、时尚的良好的品牌形象，提升知名度、美誉度。

中期（1~2年）

巩固、扩展已有的市场分额，扩大销售服务网络；进一步健全餐厅的经营管理体制，提高餐厅的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的餐厅形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设；届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着公司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，公司将实行网点的扩张，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。公司将引进最为科学的特许经营管理模式，迅速培养自己对特许经营体系进行良好管理的能力。实行谨慎有效的特许加盟方式，以契约为基础同时积极进行品牌宣传，强化规范经营，积极培养餐饮连锁经营人才，以统一配送、统一核算来提高连锁经营的效率，实现餐厅快速稳健的品牌扩张。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇六**

前言

随着市场经济体制进一步完善，推进经济增长方式转变和结构调整的力度继续加大，发展电子商务的需求将会更加强劲。电子商务将被广泛应用于生产、流通、消费等各领域和社会生活的各个层面。这将促使全社会电子商务的应用意识不断增强。击鼠标，扫描照片、寻找客户……网店如雨后春笋般兴起。越来越多的大学生也加入了网上从商大军。校园也成为网购的主要阵地。据某网购网调查数据显示，目前，由在校大学生开设的网上店铺，占其网店总量的40%左右。网上创业因为其便捷特殊的优越条件，博得众多大学生青睐，一些大学生还把网上开店作为职业的新选择。这些网店“淘金”者，正以先行者的姿态，规划着美好的蓝图。网上商城如雨后春笋般涌现，网上购物已成为许多年轻人的生活方式，上网买服装、买化妆品、买家用电器……可以说你想买什么，那里就有什么，省时、省力，还省钱。网上商城的产品在价格上有着得天独厚的优势，网上商城把人们对低价的需求与便捷的购物形式相结合，才有了今日的地位。

从古到今，衣服行业长盛不衰。随着国民经济的飞跃式发展，人们生活水平跨越式提高，大家对衣服的要求不再是原始的遮羞，而是对美的追求。爱美之心，人皆有之。衣服就是艺术。用艺术来装扮自己，这对大多数年轻人来说，极具吸引力。现在年轻人都喜欢网上购 2

物，上网购物已成为主流，在网上衣服种类繁多，各个地区的衣服风格都可以看到，购买也十分方便，只要上上网，动动鼠标就可以买到了。所以网上开店对于年轻人来说很容易操作，因为大多数的我们对网络了解比较多，投入的资金也很少，比较适合我们刚刚创业的年轻人。

因为我是90后，很喜欢时尚的衣服，对现代的流行趋势比较了解，所以我的网店经营的服装适合16~30岁的年轻人。

店名：柠檬的世界

业务范围：卖16~30岁的年轻女性，以女装为主

本店将提供企业介绍，产品的种类、数量并提供详细参考资料，以图片等方式展示产品，同时提供在线订购服务、24小时留言管理服务，保证每一个订单和咨询都能得到妥善解决。

随着时间的不断前行，人们对于时尚的追求也越来越强烈，对于美的定义也不在单一化，各种新版服饰的不断创新和改善，时尚潮人门的崇尚心情也更加明显，我店经营的时尚服饰必然是极有发展的。

1.劣势分析

①面临的竞争对手较多：这里聚集着很多服装卖场，价格低廉的的访韩服装店，以及品牌服饰店

②新生店铺，可能需要一点时间才能得到顾客的认可

③由于是代销网店，店主只能见到一部分物品，大部分更新的.物品是由厂商直接发货的，而且面对越来越多的代销网店的成立，优势就不是很明显了。而且商品的质量没有绝对的保障。 ④因为网店初开，信用等级很低，得不到消费者的信赖，网店点击率少，很少人知道该店铺的存在。没有加入消保，消费者对你店铺可信度减少。

⑤对淘宝不太熟悉，在处理订单的时候易出错。

2.优势分析

我们是即将毕业的学生，接触的学生比较多，所以学生市场很大。我们有独特的眼光。所以必须打出我们店铺独有的，与众不同的特色，突出我店铺中服饰和饰品的风格，永远保持在时尚的前沿，引领潮流。

3.机会

中国经济增长和居民消费水平进步。巨大的消费驱动可能推进网络购物市场的继续飞速发展，这对于淘宝来说是发展的良好机遇。互联网逐步向各层次的居民扩散，低收进人群开始越来越多地接受互联网；农村上网人群也增长明显。同时，宽带接进服务日益普及。在城市渗透上，二、三线城市的网购市场也呈现了快速增长的势头，随着二、三线城市网络渗透进步和网民增长，这部分用户将会成为未来网购用 4

户规模增长新气力。支付、物流及网络购物安全环境的改善。随着技术的进步，支付环境和网络购物环境不断改善，同时，物流服务体系也更加成熟。

4.威胁

商务运营模式极易复制。商务运营模式的易复制性造成c2c网站差异不明显，好的做法很快被复制，导致行业竞争加剧。例如，淘宝网当年打击ebay易趣的“免费策略”都被腾讯拍拍完整克隆，甚至包括第三方网络支付工具与“全额赔付”这些当年淘宝的取胜武器，都被完全地复制到拍拍上，并多淘宝网产生了冲击。

1、产品

服饰对于每个人来说，都是必不可少的，对于时尚的年轻人来说，更是一种对于美，对于时尚的追求，各种特色服装，也是张扬个性，突出自我，完善个性不可缺少的，所以，我店铺经营服饰是有很大发展空间的。

2进货来源

可以通过各大批发网站来上货，例如阿里巴巴。还可以在我们附近的批发实体店进行上货。

3. 促销策略

主要促销方式 ：送小礼品，根据价格可选择免除一部分运费等，尽最大努力让客户满意。

4. 付款方式

支付宝、网银等多种方式并存，提高用户体验感，来促进销售。

5. 推广策略

（1） 利用用户的宣传，推广我们的网店和产品，用户推荐一个用户可以获得一定的积分和优惠;口碑是最好的营销方式。

（2）充分利用这些网店从网上获得最直接的买家，同时也就把用户带到了主网店来。

（3）、博客推广模式：充分利用各大门户博客宣传自己的产品和网店，可不要小看这个博客，有的博客栏目每天在线用户几百万人。

（4）利用其他的宣传方式：我们的销售人员可以到各个贴吧、论坛、微薄、人人网、嘀咕、qq群、msn中进行宣传。

第一个阶段：市场调研，分析问卷，了解客户需求；

第一阶段：淘宝网开店、维护；将网店进行精致装修，来吸引顾客的目光。

第二阶段：宣传推广；

第三阶段：网店进入正轨运营；

第四个阶段：开发自己的网站；

第五个阶段：将网店做大做强；

我们提供的商品绝对是货真价实，如果出现假冒商品我们会以一赔6

如果顾客收到的商品不合之前所描述的那样，我们将如约退款。同时我们会积极地和顾客去沟通，让他们更多地去了解我们自身，只有让每一位顾客都能满意，我们的生意才会做得更好！

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇七**

我国禽蛋资源丰富，品种多样，是生产和消费大国。特别是近几年来，伴随中国经济发展的脚步，家禽养殖业、禽蛋、加工业也轻舒猿臂、展翅腾飞。xx年我国禽蛋 产量占世界总产量的43.1%，其中鸡蛋产量1988万吨，占世界总产量的37.9%，位居世界第一位，全国蛋鸡场达到1250个，增长17.9%，其集约化程度达30%;xx年，我国禽蛋总产量为2570.4万吨，人均占有量为18.13公斤;xx年我国禽蛋产量为2560.7万吨，占世界总产量的43%，人均占有量达 20公斤。自1985年我国禽蛋产量跃居世界第一位以来，已连续20年保持世界了第一产蛋大国的地位，人均占有量也大大超过了世界平均水平，禽蛋的消费也超过了世界平均水平。蛋品工业在我国工农业生产中开始扮演着重要的角色。我国人均蛋品占有量达20公斤;而我国禽蛋加工却仅占蛋产量的0.2%，出口量占产量的2%。作为世界上最大的蛋品生产国，中国蛋品加工业和世界先进水平相比还有很大差距。

世界上加工鸡蛋的历史已有130多年，生产总量在75万t以上，主要生产国为美国、英国、加拿大、日本、法国等国家，生产能力约占总产量的2/3。发达国家蛋制品的比重已达20%-25%，品种多达60余种，将来其蛋制品的比重将提高到50%，对鲜蛋和蛋制品的要求也更加严格，并在饲料、添加剂、蛋黄、蛋壳色泽及包装形式上大做文章，以刺激和提高蛋的消费。

中国的鲜蛋消费占到蛋品产量的90%以上。目前，中国蛋品深加工企业不到400家，大部分企业都在初级加工后就上市销售，有的甚至不加工就销售。以我国山西省和位于中国东北地区的黑龙江省为例，一年能产鲜蛋约200万公斤，但几乎没有一家深加工企业，大部分是以鲜蛋的形式销往外地，产品附加值几乎没有。我国的蛋品加工业，大多是从家庭的、手工作坊式的小企业发展起来的，人员少，规模小，力量弱，经不起风吹雨打。像今年的禽流感，就使不少小企业面临了灭顶之灾。

蛋品的加工必须走出传统。蛋品加工业有着广阔而深远的意义和价值。蛋品加工是增加禽蛋附加值的关键一环。鸡蛋的医药和食用功能有很深的值得研究的东西，就连蛋壳目前都已开发出多种高附加值有营养的产品来。蛋品业内应清醒认识，传统工业可以单枪匹马地去干，而现代工业必须按系统、靠先进技术和深入、广泛的合作来开发和实施。蛋品企业的发展有两个关建点：一是高新技术，二是拓展新的消费市场问题。通过高端技术，带动高端市场。通过高质量的产品，创出企业品牌。要选中蛋制品现代化生产方向，大力推广高新技术。在市场经济中蛋制品加工业只有在研究市场基础上，采用新技术才能获得新起步。

蛋制品主要应用领域:

一、食品工业配料。鸡蛋具有优良的乳化特性、热凝固性、胶着性、起泡性等特性，称之为食品加工中的“多面手”。蛋制品是冷冻食品、面制品、肉制品、膨化休闲食品、高档糖果等产品的理想原料和添加剂。各项指标均达国优，具有保质期长、易贮存、使用方便等特点，是工业化食品理想的合作伙伴。食品工业使用的鸡蛋是不可以用生鸡蛋直接打入的，而是要使用专业蛋制品企业生产的产品。这里面存在一个食品安全问题，因为鲜蛋携带有沙门氏菌，再加上运输等过程的层层污染，在磕开蛋壳取用蛋液时，就可能污染蛋液。因此，仅是一个清洁、无菌取蛋液的环节，在食品工业就形成了一个专业产业。据了解，巴氏杀菌液体蛋制品在澳大利亚、欧洲、日本和美国已经占鸡蛋产量的30%-40%，虽然中国是鸡蛋产量、消费量最多的国家，但这一比例却不足1%。利用鸡蛋的乳化性，可加工蛋黄酱，色拉调味酱、汁、冰淇淋等。利用鸡蛋的热变性及凝固性，在火腿、腊肠、鱼糜制品等的生产中可用作黏结剂、面类的增强剂、食品的脱水防止剂。如今一些方便面厂家已开始利用鸡蛋这一特性增强面的弹性和韧性。另外，利用蛋白的胶着性，在鱼糜制品中能保持水产品的原有风味，用于畜禽肉食品可改善其弹性及质地。同时用在糕点、饼干、面包、面条及冷饮制品等食品的配料中，起调味、发酵、乳化作用。蛋粉和蛋黄粉是将蛋白和蛋黄分开，可适应不同产品的需求，至于生产白煮蛋，嫩蛋黄还是硬蛋黄可以根据客户要求煮出来，然后去膜、去壳、切开、包装，成品出厂。

二、式餐饮连锁店的发展为蛋品加工业提供了空间。同时宾馆后厨、单位中的食堂等也是重要的用户。

三、方面具有广泛的用途。禽蛋中的许多生物活性物质或有效物质其价值极高，在医药、临床医疗、营养、化工、生物、美容等领域发展的空间很大。比如: 溶菌酶的提取、卵磷脂的提取、特异性抗体(igy)因子的分离与提取。采用发酵工程技术加工生产肽饮料;生产具有独特风味的休闲食品—铁蛋、加碘蛋、鱼油蛋、浓缩蛋液、冰蛋等系列产品、低胆固醇蛋液、鸡蛋蛋白多肽产品等。更为重要的是，目前利用分子生物学的转基因技术生产功能性产品，在国际上受到极大的关注和重视。这类技术的成熟也将带来巨大的经济效益和社会效益。比如鸡蛋里还能提取出护肤品和减肥药的蛋白等。又如，\"蛋黄精”是从蛋中抽取的精油，具有蛋黄的成分、色泽、香气和营养，呈油状，装入胶丸，其胆固醇只有鲜鸡蛋的1/30，被列为健康食品类，每天吃3颗胶丸就等于3枚蛋黄的营养。台湾开发的蛋黄精是采用低温瞬间薄膜浓缩技术，加热时间短，能保存蛋黄的香味和绝大部分的卵磷脂营养，食用效果好。当今，一种可以从蛋黄中提取的高级补品“卵磷脂”风靡世界各国，被称为和蛋白质、维生素并列的第三营养素，它主要有8大功能：血管清道夫，肝脏保护神，糖尿病患者的福音，能有效化解胆结石，而且是胎儿、婴儿神经发育的必需品。卵磷脂可消除青春痘、雀斑并滋润皮肤，可预防老年痴呆症的发生，是良好的心理调和剂。卵磷脂的开发为鸡蛋的开发利用又开辟了一条新路，也为鸡蛋开发和科技的结合找到了新路。同时分别对蛋壳、蛋膜、蛋清、蛋黄进行深度开发，研制成蛋黄油、柠檬酸钙等制品，可广泛用于医疗、保健、美容食品等各个领域。

当前鸡蛋利于健康新说如下:

1、健脑益智。鸡蛋黄中的卵磷脂、甘油三脂、胆固醇和卵黄素，对神经系统和身体发育有很大的作用，可避免老年人的智力衰退，并可改善各个年龄组的记忆力。

2、保护肝脏。鸡蛋中的蛋白质对肝脏组织损伤有修复作用。蛋黄中的卵磷脂可促进肝细胞的再生，还可提高人体血浆蛋白量，增强肌体的代谢功能和免疫功能。

3、防治动脉硬化。美国营养学家和医学工作者用鸡蛋来防治动脉粥样硬化，获得了出人意料的惊人效果

4、预防癌症。鸡蛋中含有较多的维生素b2，可以分解和氧化人体内的致癌物质。鸡蛋中的微量元素，如硒、锌等也都具有防癌作用。

5、延缓衰老。鸡蛋含有人体几乎所有需要的营养物质，故被人们称做“理想的营养库”。

6、蛋黄中含大量叶黄素，对预防视网膜色斑褪化有重要作用。

7、鸡蛋被用于制作多种抗病毒疫苗的培养基。

8、蛋黄有益于皮肤保养，因此蛋黄已经被添加到洗发露、护肤膏和其它化妆品中。

9、从鸡蛋中可分离的多种病毒抗体。

四、级精细饲料中配料。利用蛋壳等可开发出多种高附加值有营养的产品。

如此广阔的空间，对我国养鸡的农民，农业的养殖业，蛋品加工业甚至饲料业不但带来了商机，也提出了挑战。我们的农村产业化也在走着和国际接轨的路子，既然蛋制品是大势所趋的潮流，那么我们企业的经营战略、投资战略等是否也应顺势而动呢?是否也要和国际接轨?，公司加农户的模式是不是也要增加一些国际前沿的意识呢?科技含量高的农村产业化才是农民增收和企业获利的关键之重。

目前，蛋制品消费持续增加，这种趋势已提醒人们：蛋制品的深加工前景十分广阔，中国的蛋制品行业已被逼进了需要快速崛起的境地。另一个启示就是，随着产业分工的越来越细化，需要有不断别出心裁的创意来支撑企业的发展和积累个人的财富。

传统的吃鸡蛋法，谁又能想到仅仅是打鸡蛋就蕴含着如此巨大的商机呢?在此引用所谓富人哲学:不但想今天的事，更重要是要做明天的事。即，全国人民不能在吃一个蛋(即无加工鲜蛋)，而是要吃上不同味道、不同营养的蛋。

与其说是鸡蛋，确切地说应该是打开鸡蛋，将鸡蛋液制成液体蛋制品。就是人们最熟悉的打鸡蛋这个环节，却能做出了一个利润丰厚的黄金产业。

鸡蛋要按国际通用标准巴氏杀菌法消毒，而后用先进的工艺制成液体蛋。液体蛋不仅拥有鲜蛋所有的营养机能，而且拥有比鲜蛋更高品质、更便捷、更安全的特性，因此其成为需求最多的工业蛋制品原料。而这一产业在我国基本属于空白状态。

不要小看打开鸡蛋取蛋液这个环节，这个产业的科技含量却很高。从原料蛋选择→蛋壳的清洗、消毒→打蛋、去壳→过滤→预冷→杀菌→冷却→包装，这一系列的工艺流程，全是在高科技、全自动的过程中完成。严格的生产质量标准、全不锈钢的流水线设备、一尘不染的生产车间，经严格培训的操作工人、专家级食品技术人员。这一切才能保证生产出一流的安全、可靠产品。从饲料原料的无药残污染到生产过程的安全、甚至要延伸到禽 蛋产品加工领域，避免重金属、有害添加剂及微生物的新污染，保证在进入消费阶段的无毒、无害和 优良的品质。因此，禽蛋类产品从原料、专业生产、加工到消费的全过程控制是一项系统的工程 ，每个环节都不能出问题。这需要科学技术和全程的质量管理加以保证。

a、液体蛋可加工成食用性产品和非食用工业品。以下可用于食用性产品:

1、100%全蛋液。

2、蛋白液、蛋黄液等。

3、蛋粉、蛋黄粉、全蛋粉、蛋白片(主要是利用在高温短时间内或低温冷冻干燥的条 件下，使蛋液中的大部分水分脱去，制成含水量为4.5%左右的粉状制品。目前常用的脱水方法有离 心式喷雾干燥法和喷射式喷雾或低温冷冻干燥法等多种)。

4、 白煮蛋，分剥皮去壳全蛋、分半切蛋、切块鸡蛋等。

5、专用蛋粉，烹饪蛋粉、发酵蛋粉、速溶蛋粉、糕点用蛋粉、 冰淇淋专用蛋粉等。

b、本计划书实施生产的产品如下:

一、巴氏杀菌全蛋液 (适用范围：焙烤、餐饮和食品工业，可用于派、面条、饼干、蛋糕、甜食以及煎蛋等食品开发)。

二、巴氏杀菌蛋白液(适用范围：焙烤、餐饮和肉制品工业。建议用量：每100克蛋清液相当于3只鸡蛋的蛋清)。

三、巴氏杀菌蛋黄液(适用范围：冰淇淋、蛋黄酱、色拉、面条以及其它蛋黄类制品的开发。建议用量：每100克全蛋液相当于5只鸡蛋的蛋黄)。四、定制产品(可根据需要添加)(适用范围：焙烤、餐饮、肉制品、面条、饼干、蛋糕、冰淇淋、甜食、蛋黄酱、色拉以及煎蛋等食品开发。建议用量：根据客户需要)。

五、专用蛋粉。

将鸡蛋这种美味食品，提升为卫生、方便、美味、快捷，人见人爱的多种蛋制品。这是目前在我国鸡蛋供大于求严峻形势下，农业的养殖业，蛋品加工业甚至饲料业应看到和发现的市场带来新的亮点和卖点及机遇。它不是所谓超前的产品，而且更贴近市场。其产品一旦进入市场更易于被市场接受。这将使它具有旺盛不衰的生命力。

经过多年的研发，不断的求索。利用现代食品工程高新技术终于研发出一整套先进和完整的蛋制的加工技术和工艺。使用专门的蛋品机械设备，不仅取代了人工极其繁琐程序，同时还可以随意按市场需求和时间的先后顺序生产所需品种。因此，产品一经上市定会受到了消费者的青睐。确实是企业和个人投资者值得投资的好项目。

此项目研发，充分考虑了生产上的可行性。固定资产投资较低，回报率较高，此项目技术可不断给市场制造出新亮点和新卖点，给生产和经营企业带来丰厚的利润回报，也给市场带来不少的惊喜。

总投资:600万元 (固定资产：人民币400万元)。

(一)筹备组建企业，从筹备到试产6-8个月。

(二)可分期、分批投入资金、人员等。

(三)做市场应注意的问题(建议)

1、可采用多渠道并举(包括电子商务)的营销方式，并做好促销工作。力求尽快达到盈亏平衡点。尽快整合好进入主流渠道的各方面资源及配送体系。

2、协调好代理商。并不断逐步扩展形成销售网络，并细分好渠道和市场。

3、逐步推广市场，扩大市场份额(占有率)。

4、逐步树立品牌和企业形象。

5、进一步把市场细分做透，扩展和延深，并适时推出新产品。

(一)年产量：约8000吨。

(二)投入产出比约1：5.5。

(三) 投资利润率约25%。

此项目属于现代食品工程高新技术。固定资产投入较小，风险较小、回报率较大、市场前景广阔。竞争对手少，见效较快。

1、一个企业能尽快创业和发展，并立于不败之地，离不开四个要素。即：营销、资金、技术、团队使之形成一个企业创业和发展的平台及保证。具备了资源的同时要突出一个“快”字，快速占领市场，可避免一些不必要的竞争和消耗。

2、以上所述产品系面对目前国内城市的市场状况，把其产品定位在精装、高质、中等价格，不失为明智之举。

3、宜采用多个鸡蛋放在多个篮子中的策略。使其产品品种、规格、口味等呈多样化，从而形成强有力的市场冲击力，并可获得丰厚利润回报。

：1、本商业计划书中生产规模系按较小生产规模进行的设计。

2、本计划书数字不一定十分准确。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇八**

一,策划书名称

尽可能具体的写出策划名称,如\"×年×月××大学××活动策划书\",置于页面中央,也可以写出正标题后将此作为副标题写在下面.

二, 活动背景 :

根据策划书的特点在以下项目中选取以下内容重点阐述;具体项目有:基本情况简介,主要执行对象,近期状况,组织部门,活动开展原因,社会影响,以及相关目的动机.其次应说明问题的环境特征,主要考虑环境的内在优势,弱点,机会及威胁等因素,对其作好全面的分析,将内容重点放在环境分析的各项因素上,对过去现在的情况进行详细的描述,并通过对情况的预测制定计划.如情况不明,则应该通过调查研究等方式进行分析加以补充.

三, 活动目的,意义和目标:

活动的目的,意义应用简洁明了的语言将目的要点表述清楚;在陈述目的要点时,该活动的核心构成或策划的独到之处及由此产生的意义(经济效益,社会利益,媒体效应等)都应该明确写出.活动目标要具体化,并需要满足重要性,可行性,时效性

四,资源需要:

列出所需人力资源,物力资源,包括使用的地方,如教室或使用活动中心都详细列出.可以列为已有资源和需要资源两部分.

五,活动开展:

作为策划的正文部分,表现方式要简洁明了,使人容易理解,但表述方面要力求详尽,写出每一点能设想到的东西,没有遗漏.在此部分中,不仅仅局限于用文字表述,也可适当加入统计图表等;对策划的各工作项目,应按照时间的先后顺序排列,绘制实施时间表有助于方案核查.人员的组织配置,活动对象,相应权责及时间地点也应在这部分加以说明,执行的应变程序也应该在这部分加以考虑.

这里可以提供一些参考方面:会场布置,接待室,嘉宾座次,赞助方式,合同协议,媒体支持,校园宣传,广告制作,主持,领导讲话,司仪,会场服务,电子背景,灯光,音响,摄像,信息联络,技术支持,秩序维持,衣着,指挥中心,现场气氛调节,接送车辆,活动后清理人员,合影,餐饮招待,后续联络等.请根据实情自行调节.

六,经费预算:

活动的各项费用在根据实际情况进行具体,周密的计算后,用清晰明了的形式列出.

七,活动中应注意的问题及细节:

内外环境的变化,不可避免的会给方案的执行带来一些不确定

性因素,因此,当环境变化时是否有应变措施,损失的概率是多少,造成的损失多大,应急措施等也应在策划中加以说明.

八,活动负责人及主要参与者:

注明组织者,参与者姓名,嘉宾,单位(如果是小组策划应注明小组名称,负责人).

注意:

1、本策划书提供基本参考方面,小型策划书可以直接填充;大型策划书可以不拘泥于表格,自行设计,力求内容详尽,页面美观;

2、可以专门给策划书制作封页,力求简单,凝重;策划书可以进行包装,如用设计的徽标做页眉,图文并茂等;

3、如有附件可以附于策划书后面,也可单独装订;

4、策划书需从纸张的长边装订;

5、一个大策划书,可以有若干子策划书.

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇九**

随着时代的发展，人们经济收入的提高，消费观念的转变，格仔铺，一个极具港味的商业名称，就是在一间店铺里面设置一个一个格仔,每个格仔收取一定的租金，租出去给商家放一些潮流野/玩具/自制商品等等,再由店铺里的人员负责销售，销售所得即归租户所有，简单来讲就是商家通过承租格仔，来寄卖商品，是目前香港最潮、最热的创业和购物方式！格子铺模式在大陆迅速蔓延,对创业资金不足的学生,有创业理想的社会群体,是极具发展潜力的模式 ，也会当今最热、最流行的网络实体店模式！

格仔店源于日本东京市区的一家大型商场，创办人是日本商人：ひらいとしお（平井敏雄），平井敏雄原本经营潮流玩物收藏品，在一次意外的代卖商品中，引起另一事业的开启。日本是潮流的时尚界，因新潮的格仔店受到时尚的年轻人和白领阶层的追捧，引起各界瞩目关注，日本当地及外国多本知名杂志多次报道。格仔店的理念于20xx年冬季引进入香港，在短短一年多的时间在香港多间商场已发展到一百多家的商铺。在时尚的香港人追捧中，格仔店被统一命名为格仔铺（gezaipu）。后期有陆续有了格子铺、格子店、格仔店等名称

「格仔铺」其实是一座商场的微缩版，而铺内的每一格「格仔」，其实是一间商场小铺的再微缩版。以前你想开一间小店，投入资金等闲十几万元（连装修入货租金上期等），现在你花三百元，就可以霸占一个「格仔」，当个名副其实的小老板。

「格仔铺」可以说是「互联网」购物概念的“地面版”、“迷你实体店”。

「格仔铺」发展极速，变化极大，将来如何，是否会迅速地发展成一两间独大的「格仔铺」大型连锁店集团呢？没有人知道。只是，现在看看格仔铺所彰显的「发展空间」，已经显得十分有趣。

现在，香港的“格仔铺”卖的不止二手玩具，更卖商家自家制作的产品、公司测试市场反应的新产品、罕有收藏纪念品，甚至变成展览柜和小型广告场，创意澎湃。香港的「格仔铺」打破了大商场大商店热门产品的垄断局面，恢复几十年前香港商机处处的短小精悍风气。

「格仔铺」发展至今似乎是一种潮流、一种趋势，更是香港人开拓、进取、永远向前精神的真实写照。

商品既不放在架子上也不放在柜台里，而是放在一个个格子中，10平方米大的店铺中，不是一个老板当家做主，而属于70个不同的格主，这种新颖的店铺被称作格子铺，曾在网络上风行一时，现在，东门、深圳大学、深职院等年轻人聚集地已冒出好几家实体格子铺。

店里的商品虽然不是奢华的国际知名品牌，仔细瞧来，却个个别有一番韵味，异域风情的衣服，民族风的工艺品，摇滚味十足的金属制品，闪光耀眼的水钻耳坠。不管你是淑女还是时尚达人，只要你追求时尚，不甘单调，都会爱上格子铺。

从网上吹起的格子风

“格子”的理念最早源于英国的一名大学生，他把网络上空间租下来，分成格子卖给不同的广告商，因为价格低廉效果好而风靡全球。真正的实体格子店则来自日本，模式原型是日本的寄卖店，随后流传到香港并迅速流行，香港人将这种店铺统称为“格子铺”（gezaipu）。

租格子出售商品的商业模式在香港发展得很成功，不少格子店已经形成了规模，开启了连锁店。现在，格子风开始席卷内地，在北京、上海、广州、深圳等各大城市相继出现了许多格子铺，其中不少人已经成了专业格主，在多家格子铺都拥有自己的格子柜，有些甚至创立了属于自己的品牌。面对来势汹涌的格子风潮，人们不得不相信格子铺不只是一时的潮流，在未来也许会有更大的发展空间。

格子铺一般十来平方米，铺主租下后，隔成尺寸统一的“格仔柜”，任何人只需按月支付租金，就可以在格子铺中寄卖任何物品，拥有自己的格子成为格主。格主不用亲自出面经营，格子铺的主人会帮你打理一切。格子铺最大的特色就是犹如一家迷你型百货公司，品种繁多，商品时尚具个性。与一般的店铺相比，格子铺的产品更新速度快，是流行潮流的风向标。格子铺的各个格主都会根据流行元素和产品的销量，调整更新自己的商品，所谓“船小好掉头”，比起大型卖场，格子铺对时尚潮流更敏感，反应更快。还有许多从网上流行开的时尚物品，一定会最先出现在格子铺中。

逛格子铺是近来在年轻人中流行的一种新的购物模式，白领尤其追捧这种购物方式。格子铺一般开在休闲购物的时尚潮流区，比起传统的商场专卖店，设计精巧别致，商品独具特色，备受白领宠爱。由于传统卖场里的各色物品基本大同小

异，相似的品牌，同类的衣服，哪里都可以买到，不少人已经厌倦了这种千篇一律的购物模式。

在一家广告公司工作的张小姐表示，商场里的衣服差不多，你可以买得到，她也可以买得到，没有特点，很容易撞衫。格子铺则颠覆了这种传统的模式，单件商品数量少、种类多，风格多变、更新速度快，许多商品是格主从各地精心挑选的，是精品店中的精品。在这里，让你不用到处奔波，就可身着各色风情服饰，撞衫的尴尬糗事更是从此远离你，好友圈中的时尚女王非你莫属。格子铺的种种妙处，让追求时尚注重个人风格塑造的白领阶层的对它宠爱有加。

格子铺中的手工制品，一般出自民间艺人之手，不是知名的艺术家或者大腕，风格自成一家，比如你会在格子铺中看到银制的手镯，上面绘满了各国的国旗，粗布印染的t恤，粗犷个性，贝壳做的耳坠，飘溢着海洋的味道，水果形状的蜡烛，可以以假乱真，这都是在商场和专卖店中绝对看不到的。其次，格子铺里的商品，手工制作而非批量生产，数量少，很多更是独此一家。一位格子铺的常客肖小姐说：“我很喜欢格子铺的小饰品，很精致，重要的是特别，其他地方绝对看不到，虽然不是名牌但也绝不逊色。”

格子铺里的商品风格多样，民族风，田园风，嘻哈、淑女装都可以看得到。色彩斑斓的“彩虹”长裙充满了波西米亚风格，宽边的大草帽随意地配上纯色的丝带，把你带到了乡间的果园里，感觉一探鼻子都可以闻到清幽的苹果酸，粗粗的金属手链外加一条满是划痕的牛仔裤，让你耳边充斥着低沉、快节奏的街舞曲。

休闲食品每年有近三百亿的市场容量，越来越多的国内外休闲食品品牌进入这个市场，相互之间争夺市场，虽然近年国内休闲食品市场发展迅速，但专家表示，国内本土品牌休闲食品的种类与国外相比，品种还是较为有限，无论在新产品的开发、口味的多样化、包装的个性化、产品的营养化方面都存在较大的差距，缺乏足够的市场竞争力。果冻业不但有激烈的业内竞争，还有与薯片、糖果等其他产业的竞争，因为它们同属于休闲食品的范畴。果冻业不能只着眼于行业内的竞争，还要不断创新，分析消费者心理，充分为消费者考虑，提高营养价值和休闲品味，来占领休闲食品的市场。

s（优势）：果冻是年轻人喜欢的食品，消费市场巨大，而且就在你的身边，充满个性化、时尚化的果冻食品，令人们留恋往返。

w（劣势）：特色经营市场接受程度难以预测，存在一定风险。

o（机会）：果冻市场需求逐年扩大；人们的消费观念也发生变化。

t（威胁）：市场上经营休闲食品的商店较多，且各具特色，竞争很激烈。

a、大学生创业往往对未来充满希望，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。

b 、中期及以后发展资金投放及回报情况：由于中期以后发展涉及到加盟和连锁等深入研究。有待日后根据公司发展情况和行业情况进行具体分析。

4．1．1 地址选择

格子铺的店面应选在学校周围、大型商场、购物中心的周边地段，这些地方客流量大，租金又不会太高。

4．1．2 内结构及功能

格子铺装修图片，依据商品的类型、最佳展示方式、气质进行格子装修。做到两点：格子装修要让大家看到格子的东西，让大家看到格子内商品最美的一面。此时可以借用一些道具等。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇十**

创业计划若只是铭记于心，难免会有遗漏而无法察觉，倘若白纸黑字地表述出来，我们就能对创业的每个细节都了然于胸。创业策划书可以让我们初入商场充分做到“知己知彼.百战不殆”。

1.创业策划书的框架

创业策划书的饿写作框架分为以下几个部分：

(1)公司摘要

概括介绍公司的主营产业、产品或服务的独特所在，以及公司的成立地点、时间、所处阶段、竞争优势等基本情况。

(2)公司业务描述

这一部分介绍公司的宗旨和目标，以及公司的长远发展规划和经营策略。

(3)产品或服务

介绍本公司产品或服务的饿用途和优点，提供有关的专利、著作权、政府批文、鉴定材料等。

(4)收入情况

总结公司的收入来源，预测一段时间内的收入增长情况。

(5)竞争情况

认真分析现有和潜在的竞争对手，他们的优势和劣势，以及与之相对应的本公司的优势，研究战胜对手的方法和策略。

(6)市场营销

对目标市场及客户分类，并针对每个细分的目标市场，列出相应的营销计划方案，以确定保持并提高本公司产品或服务的市场占有率。

(7)管理团队

对公司的领导阶层的重要人物进行详细介绍，包括他们的职务、工作经验、能力、专长、受教育的程度等;并简要列出本公司所有员工，包括兼职人员的人数，大体进行概况分类;确定职务空缺。

(8)财务预测

介绍公司目前的营业收入、成本费用、现金流量等，预测5年之后的财务报表情况，计划好投资退出模式，是公开...上市、股票收购、出售，还是兼并或合并等。

(10)附录

支持上述信息的材料：管理层简历、销售手册、产品图纸等。

通过以上总结，不难看出，公司策划书是：产品(服务)的独特性、详尽的市场分析和竞争分析、现实的财务预算、明确的投资回收方式、精干的管理队伍，只有以上5个要点经营有方，公司才能朝着理想的方向走向辉煌的颠峰。

创业计划若只是铭记于心，难免会有遗漏而无法察觉，倘若白纸黑字地表述出来，我们就能对创业的每个细节都了然于胸。创业策划书可以让我们初入商场充分做到“知己知彼.百战不殆”。

1.创业策划书的框架

创业策划书的饿写作框架分为以下几个部分：

(1)公司摘要

概括介绍公司的主营产业、产品或服务的独特所在，以及公司的成立地点、时间、所处阶段、竞争优势等基本情况。

(2)公司业务描述

这一部分介绍公司的宗旨和目标，以及公司的长远发展规划和经营策略。

(3)产品或服务

介绍本公司产品或服务的饿用途和优点，提供有关的专利、著作权、政府批文、鉴定材料等。

(4)收入情况

总结公司的收入来源，预测一段时间内的收入增长情况。

(5)竞争情况

认真分析现有和潜在的竞争对手，他们的优势和劣势，以及与之相对应的本公司的优势，研究战胜对手的方法和策略。

(6)市场营销

对目标市场及客户分类，并针对每个细分的目标市场，列出相应的营销计划方案，以确定保持并提高本公司产品或服务的市场占有率。

(7)管理团队

对公司的领导阶层的重要人物进行详细介绍，包括他们的职务、工作经验、能力、专长、受教育的程度等;并简要列出本公司所有员工，包括兼职人员的人数，大体进行概况分类;确定职务空缺。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇十一**

基地培训(免费)――》运输(自费)――》住宿(自费)――》推荐工作(免费)――》每月工资的10%-15%佣金

在后期的劳动关系中公司、客户(也就是需要保姆的人)和保姆形成一种新的劳动关系。

客户：将保姆每月工资交给我。

保姆：我将每月工资抽取10%后发给她

在这种新的劳动关系中每个人都有利益，这种利益会维持这种新的劳动关系。

我们承诺不满意可以随时重新更换保姆，并且寻找保姆的最大担忧就是这个保姆的人品问题。在这里我们以整个公司作为后盾来处理客户提出的各种申诉要求。包括盗窃财务、各种有意无意的过时带来的经济损失。在原来保姆本人是没有能力负担的，现在有整个公司作为担保，最大限度的降低原来的损失。

在以前的劳动关系中，这一类是弱势群体在城市中没有依靠，不熟悉生存环境。我们在收取每月10%到15%的佣金之后将为他担负以下责任，免费的推荐工作、解决劳资纠纷、无偿的法律援助、尤其重大疾病和人身伤害的赔补和治疗。这样他们就彻底解决了在城市生活打工中的最大问题。

我们在整个劳动关系中实际上充当了两者之间的仲裁觉色，实际上就相当于一个微型的保险公司，我们的利润来源于抛开那些非正常需要赔负和纠纷解决的，剩下来的资金。

假如我们有5万保姆签订合约，每个保姆的月工资为500元那么10%就是每月250万的收入，一年为2500万。5万保姆中出现重大疾病，纠纷等等需要支出的占30%，我们一年至少拥有过千万的收益。而目前北京需要的保姆为20万，上海和广州也为10左右。我们不但能引进新的也可以吸呐现有的劳务人员加入到这个体系中来。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇十二**

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20xx—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！

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。

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。

中规模（10—20人）：如某寝室联谊，或一个小型的庆祝会，也需提前预约，无厨师配备。

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。

我们将通过传单、海报、校论坛、个大学生的q群，和大学生中的关系网来宣传。我们将邀请各院系的一些好朋友相聚到一起来免费体验一下在我们“大学生厨房”中的自由、快乐和满足感，请他们为我们“大学生厨房”做口头宣传。

既然我们“大学生厨房”的饮食和体验快乐而设计的，那大学生就会有各种各样的理由喜欢我们“大学生厨房”。

a、在同学面前一展自己的厨艺。

b、请自己的好朋友到“大学生厨房”里为自己做一顿香喷喷的美食。

c、某两、三个男女寝室在这里可以搞个厨艺联谊，不会做菜的顺便学学。

d、有外地来的同学，让他/她炒炒家乡菜，尝尝鲜。

e、不满意外面餐馆，也不满意食堂，还不容易自己弄。

在大学生厨房这样轻松自由的环境里，在一个像家里一样可以出入的厨房。我们不仅是吃了一顿饭，更重要的在这个过程里，我们体验到了自己动手的快乐。一起动手的快乐，这里真的就是大学生们自己的厨房。所以有这样多的收获，我们大学生厨房的顾客将络绎不绝。每一年都将有新生的到来，来尝鲜的同学也将连续不断。

③既然大学生厨房是为大学生餐饮和娱乐考虑，那么可以扩展搭配盈利服务，可以出租烧烤工具，卖烧烤配料。卖饮料、啤酒、干菜等易存储的菜类干货。也可搭配免费服务，提供怎样做菜的一类书籍和营养搭配的书籍。

现在看来，还没有同我们“大学生厨房”这样的规模来出租厨房给大学生一样结构、形式的店，即使有、也只可能是将大学生自己做饭菜当成是一种娱乐的形式。所以我们“大学生厨房”是独特的。大学生们都有一种想体验社会实际，体验自己动手的快乐，也想体验新鲜的积极分子。所以我们“大学生厨房”的前景广阔，全国这么多高校（本科、专科、职业学校）那将是多么广阔的连锁空间。也重视“大学生厨房”在学生中的关注度，信誉度来横向发展其他服务，做到大学生厨房的横向连锁。

⑴近期战略目标，在各地不同几所高校周围都建立一个学生厨房。认真组织好内部结构，为学生提供一个方便、舒适、自由、实惠、干净的饮食、娱乐的空间，用自由和洁净来赢得大学生们烹饪就餐的舒适，让他们感觉来了就再来，再来，就想天天来。在半个学期内，在所靠近的学校宣传的众所周知，把名声打造的有界碑，在此期间盈利15%。

⑵近期战略目标：在名声、信誉、关注度都建立很好的基础上可发展更多城市，更多高校的“大学生厨房”，也可横向发展，让“大学生厨房”成为一个品牌，开展其他服务大学生的行业。

2500—3200元/单元

（房租、水、电、油、粮）3000—7000/单元。年

煤气 600元/月。单元 雇佣人员900/月。单元

年总收益 20xx—6000元/月。单元不等

因为它的不稳定性，不好估计利润的标准值。估计有半年的时间收回成本，半年时间来盈利。 投资形式可以是合资，也可以一个人投资，“大学生厨房”一年的成本大约在2—2.5万/单元之间。所以大学生投资利润的前景是客观的。

strength：①目前还没有出现像大学生厨房一样结构单一、独特的店，所以同行业竞争较少。

②随意性，它比食堂的饭菜更多选择，顺从顾客自己的爱好。它比餐馆更卫生、更实惠，让人放心，它比任何地方都自由。

③灵活性好，适应于客源的淡季和旺季。“大学生厨房”结构简单。灶台都是可移动的，桌椅也是可移动的，而且又是以单元制的（一个厨房、搭配一个餐厅），在同学们放寒、暑假时，可以减少几个单元，缩小规模，减少可变成本（电费、水费、房租费……）

④适应性好，能面对不同时期的冷热情况，当期终考试临近，同学们都整天忙于复习功课，迎战期终。这时，“大学生厨房”可能会明显的变冷清，这是，在一定的信誉度和关注度的情况下，而且又靠近学校，我们可以雇佣一个兼职厨师。在短时间内提供餐饮服务，不至于期终期间而变得冷清或产生损失。

wealth：因为他是一种服务性的项目，所以不太稳定。

opportunity：同学们都以一种新奇的心情进入“大学生厨房”，以一种轻松地心态享受“大学生厨房”，可以有很大机会纵向发展，和横向发展。

threaten：因为大学生成本少、形式新颖，所以模仿者将紧随着产生，这以后反倒成为一种强大的竞争力量，所以严谨的工作管理安排和不断地创新改革是很重要的。

综合swot分析来看，“大学生厨房”应该确保洁净、自由。组织者以严谨的态度来做好各项管理工作。以诚信作为根本，让同学们信赖。在此基础上，时时保持创新改革的思想来灵活运转它。才能长久地存在并发展。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇十三**

千姿百态的花朵述说着千言万语，每一句都解说着\"美好\"，特别是现在。随着人们的生活水平不断进步，生活质量不断提高。对生活的追求！鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀！花卉消费近年来呈越来越旺的趋势，除了花卉本身所具俏丽姿容，让人们赏心悦目，美化家居等功效外，它还可以开发人们的想象力，使人们在相互交流时更含蓄，更有品位。这样我们创办网上校园花店以鲜花专递为市场切入点，兼顾网站长期市场占有率和短期资金回报率以抢占市场，以满足个性消费为主题，以鲜花为试点带动其他产品，最终能形成具有\"地质大学青鸟花店\"品牌优势的市场。是十分可行的。

1.提供鲜明，公司使命有效，畅通的销售渠道，提供产品服务为根本，促进鲜花市场的大发展。我们的青鸟将成为一个可爱的信使，把祝愿和幸福送到千家万户。为人类创造生活环境！

2.公司目标立足地大，服务xx上花店一流的公司。本公司将用一年的时间在xx的消费者中建立起一定的知名度，并努力实现收支平衡。在投入期仅选择网站总站所在xx西校区作为试点市场，该区市场容量在3000人以上，较有代表性，试点时间为一个半月。当模式成功后，以asp的形式在分站推广。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\"xx花店\"网站是由在校大学生推出的面向650万在校大学生的垂直网站，因此目标消费者定位为在校大学生。该网站除xx大学的总站外，在xx各高校设有分站，因此，暂定的目标消费群以湖北各高校大学生为重点，将来逐步扩大市场，以xx大学为例，各类在校生近2万人，则投入8校共有近20万的目标消费者，而最新的统计表明，全国在校大学生有650万左右，这样的市场规模是相当庞大的，而且考虑到将来在校生毕业后仍将成为网站的忠诚客户这一现实，目标市场的容量将是相当可观的。

2.调查结果分析本公司对武汉的各高校大学生为重点进行客户分析，主要采取问卷调查(问卷调查表见附录一)和个别访谈的方式。此次我们共发出问卷50份，收回37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。

⑴有明显的好奇心理，在创新方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

⑵购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位较低但浪漫色彩较浓的品种。

⑶在校大学生没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

⑷接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

⑸影响产品购买的因素依次为：价格，品种，包装，服务等。⑹购买行为节日性很强，一般集中在教师节，情人节，圣诞节及朋友生日前后。

3.目标客户分析

在校大学生购买一般不问价格，但从网上定单来看侧重于中档价位。在定单数量上倾向于能表达心声，如大多数订购1支(你是我的)，3支(我爱你)，19支(爱情路上久久长久)，21支(最爱)等等，在教师节这一天往往以班级人数为单位订购鲜花。包装一般倾向于要求高档化，有向个性化方向发展的趋势，对鲜花的质量要求比较苛刻，如不允许有打蔫现象等。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇十四**

当今的大学生面临最大的难题就是就业压力，越来越严峻的就业形势使很多大学生感到前途迷茫，甚至不知道读大学的意义何在，毕业后的找工作难、工作压力大、同事之间关系的处理等问题都成了当今最热门关注的话题。为此，作为新一届的大学生的我们不得不为自己以后的人生另外开创一条道路，那就是创业之路，同时国家也大力鼓励和帮助大学生创业，为此，我们因该从现在开始为自己打算，抓住这个契机，实现自己的创业梦想。以后帮助更多需要帮助的人。

1、公司名称

xx眼镜超市

2、公司的成立

xx眼镜店是一家即将成立的眼镜店，将于本人毕业后两年之内于四川理工学院旁浓重开业。本眼镜店以学生为主要服务对象，产品以中、低档框架眼镜为主，包括眼镜架、眼镜片、各种框架眼镜配件，兼营隐形眼镜及其护理液、药片、隐形镜盒等。

3、公司的优势与特点

xx眼镜为您提供一流的服务，优质的产品。

服务项目有：免费电脑验光、免费维修眼镜、免费清洗眼镜、免费咨询眼病、专家专业验光。

服务特点：专家坐堂验光；先进的主觉电脑验光仪；优质的服务；绝对物美价廉的眼镜；在正常使用情况下，半年内如发生任何可归责于商品本身结构、制作和材料不良的情形，我们将为你免费更换同等价值的商品（正常的磨损、擦伤或使用不当不在此限）。

技术保证：配镜后两周内光度发生任何不适，我们将免费为你复检，于必要时免费重配同厂牌同品质的镜片。

价格保证：您在亮晶晶购买的每一件均从生产商直接够入，减少中间环节，成本降低，价格当然合理。

满意保证：您在xx选配的镜架一律一年质保。

1、发展背景

当今时代，社会竞争日益激烈，繁重的功课让青少年近视人群迅速扩大。统计表明，我国戴眼镜人口已经超过3亿，每年的市场需求量高达1亿副。再加上3。2亿中老年人需要的花镜、以及太阳镜，市场需求量极为可观。另一方面，在当今社会，眼镜消费的个性化，时尚化，品牌化，高档化的趋势日益显著。眼镜早已不是近视人群无奈的选择，而更成为一种时尚装饰品。

2、发展趋势

三亿屈光不正人口，以每人每六年更换一副眼镜计算，一年的眼镜需求量有多少？那就是5000万副眼镜的年需求量，200亿元人民币的年销售额，10%的年增长速度，这就是中国眼镜零售业所面临的市场，也许实际情况还远不止于此，据统计，我国戴镜人口每年有不断上升的趋势，城镇居民的眼镜更换频率约为每3—4年一次，大城市约为2—2。5年一次，由此计算，当前中国眼镜市场的年需求量远在6000万副以上，而这些，还不算上太阳镜和司机防护镜等特殊用镜的开发。学生是眼镜消费的主要群体之一，据调查，学生近视率高达80%左右，眼镜更换频率也很高，一半左右的人半年至一年更换一次。

1、眼镜销售

眼镜销售行业是一个很有前景的行业。“中国十大暴利行业”的评选中，眼镜行业排在电信行业之前，列第六。所谓：“20元的镜架，200元卖给你是讲人情，300元卖给你是讲交情，400元卖给你是讲行情”。眼镜的成本价不到售价的10%，眼镜行业的利润是以“倍”来计算的！

据业内人士透露，眼镜和药品一样，有很多流通环节。眼镜的第一次“涨价”在厂家之内，即在眼镜出厂后已不是成本价。目前大多数厂家在眼镜“出世”之后，生产车间就将眼镜卖给本厂的销售科，在厂家中就能提升5%—12%左右不等。销售科买断全权代理后再卖给批发商。为了减少风险，厂家一般不直接售给商店，而是由三层批发商转手后来到眼镜店。其中，每经过一道关口，都会加上一定利润，利润一般在20%左右。而最大的利润则是在零售店，如果一副眼镜有180元利润，那么100多元是商店得的。

2、顾客特征

眼镜的购买者和使用者通常是同一个消费者，顾客特征呈现为购买者、使用者统一，属于个人购买行为，随机性较大，容易受广告等促销活动的影响。

不管是暴利也好，不是暴利也好。总的来说，眼镜经营是个有前途的行业，是很“有利可图的”。主要是看经营者怎样来进行经营管理。

为使眼镜店能成功运营，本店采取直线制组织结构，实行所有权与经营权集于一体的管理经营机制，有我直接管理，向外聘请店长1名，高级验光师2名。销售员4名，运用多做多得，底薪+奖金+提成法，理论，期望理论，等激励他们的工作积极性，加强他们的团队合作。和凝聚力。

一部分由父母亲戚朋友资助，另一部分由自己向银行申请贷款。

1、目标市场

以学生为主，兼及其他人群

2、产品

眼镜根据用途一般分为矫正用眼镜，防护用眼镜，遮光用眼镜，亮晶晶主营矫正用眼镜。

3、包装

从个厂家购进眼镜盒，普通的为塑料就行；运动主要为合成材料热压成型，具有重量轻，强度大的优点。适合存放各类登山，休闲运动眼镜。边缘处设计了挂钩，可以挂在背包上，方便取拿。分为黑色，蓝色，红色三种颜色。体现简洁，美观，方便，环保的特点。

4、价格

由于眼镜是一种特殊的商品，价格起伏也较大，根据调查，学生大多能承受100元左右的价格，初步把价格定在每副30元至200元之间。

5、销售渠道

组装后直接售给消费者。

6、促销策略

促销原则：以介绍眼镜店产品为主，力求达到信息准确、诚实可信，。辅助树立品牌形象。

促销方式：以广告为主。

**创业策划书 创业策划书团队介绍篇十五**

1.1 项目简介

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，这就是大学生厨房。因为本项目专门针对大学生的饮食和娱乐问题所设计的，而且经过调查发现很多同学不会或不太会下厨做饭菜，一部分同学对大学生厨房也感兴趣，很愿意去尝试一下，且会每隔一段时间就会请朋友或和室友一起下厨。所以它很有吸引力。每年一届的新生又为大学生厨房增添新的顾客源。它的规模可大可小，而且前景可观，成本低。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。

1.2 项目背景

随着生活水平的不断提高，全国大学生对“吃”的要求也越来越高了。而大学生的课业相对轻松，相比高中有了更多的休闲时间，于是大家在课余时间选择自己的“无聊”方式，尝试着所有自己没干过的事情，以打发时间，寻找新鲜感。目前在校大中学生的消费方向主要集中在以下几个方面：餐饮、服饰、书籍、休闲娱乐等，尤其是餐饮业的生意更是如日中天，“民以食为天”的说法得到了全面的体现，随着生活节奏的加快，更多的人选择在外就餐。据了解，我市目前还没有形成对自助厨房的规模经营，且在全国范围内，自主厨房仅在烟台、温州等城市出现了，属于新兴产业，发展前景非常可观。结合国务院号召全国人民勤俭节约的口号，以本次“挑战杯”为契机，经我创业团队的调查和研究，最终确定了“自助厨房”这个项目。

2.1 项目内容

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。

大学生们只要提着自己喜欢的菜来到大学生厨房来，或由我们提供食材，根据时间或者规模交付一定的租金就可以到指定的厨房去烹饪就可以了。

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。

2.2 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，怕地沟油，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。

2.3 设备设施

大学生厨房以个体制和团体制厨房形式的存在：个体制厨房中有两个灶台，一套炊具和燃气灶，和一个砧板台，一套切菜工具，和一个橱柜，里面碗具、油盐等调料一应俱全，配备自来水龙头和两只篮、桶等洗菜工具，和几个油烟机，和一个微波炉，榨汁机等一切电器设备。餐厅里有大小桌子多张，电风扇，饮水机，电冰箱，消毒柜，电饭煲，时时提供热饭。团体制厨房中扩大个体制厨房两倍。

2.4 创业思路

在计划之初，我们设想购买三套厨具，然后提供对外的租赁服务，按照设想，需要一笔资金投入用于租赁场地和购买厨具。在启动资金方面，我们选择“集资”，在大家的共同努力下实现我们的设想。经过调查了解，我团队一致认为此项目的可实施性。接下来我们考虑到，在周末或者节假日等高峰时段，可能会出现厨具不够用的情况，为了避免这种情况的发生，我们将在开业之际，像喜爱做饭的同学和有意向做饭的同学免费发放会员卡，在高峰时期，可凭会员卡提前预定，如果积分多，还可以减少租金。至此我们形成了大致的创业构想。

2.5 租赁实施细则

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。

中规模（10-20人）：如某寝室联谊，或一个小型的庆祝会，也需提前预约，无厨师配备。

小规模（1-10人）：随时安排厨灶。

2、在大学生厨房里，仅需一个成员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（也就是会员积分）来决定下周小规模顾客群前来做菜的租金。

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