# 创业设计策划书

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-07-05

*创业设计策划书（一） 一、基本情况 1、企业名：便民百货超市 2、行业类型：批发、零售 3、组织形式：个体工商户 4、主要经营范围：罗田县匡河乡自己家乡的中心集镇，这里是白莲河库区水乡地带，4个村1万多村民出入的必经之地，人流的...*

创业设计策划书（一）

一、基本情况

1、企业名：便民百货超市

2、行业类型：批发、零售

3、组织形式：个体工商户

4、主要经营范围：罗田县匡河乡自己家乡的中心集镇，这里是白莲河库区水乡地带，4个村1万多村民出入的必经之地，人流的中心集合处。

5、经营方式：超市位于集镇中心十字路口，出口3000米就是318国道，距离武英高速公路入口不过10公里，交通便利。房间自建，建房时就充分考虑了今后做超市，空间较高，一楼除有150平方米可以作为超市经营面积外，还有50平方米的房间可以作为仓库，内院可以停车。

6、经营地点：罗田县匡河乡岱家畈村。面积：占地300平方米。选择该地点的理由：因为本辖区内还没有一间较大的超市，该地点是人流车流的集中地带，交通方便，市场前景非常广阔。

7、创业者个人情况：姓名：邹静华，性别：女，年龄36岁，文化程度：高中，自有资金50万元。

8、相关工作经历：曾经在外面超市打过工，从事过物流工作，回家后在村部开过小商店，懂得一些经营知识和经营技巧，但在日后的日子里本人会增加社会实践的，学习经营方面的知识的。

二、立项背景

我是“一村一名大学生计划”中培养的一名大学生，专业是农村经济管理，从小对经营方面感兴趣。现在将要大学毕业了，凭着自己对经营的爱好和向往，一直希望在自己的家乡开一间便民百货超市，用此来服务群众，拉动内需，拓展空间，发展农村经济，有此想法是上海、广州、深圳等地的许多超市吸引了我，我去超市购物和在超市打工时受到的启迪，使我对此产生极大的兴趣。根据本人的经验、资金情况及对当今社会的了解，以及随着居民生活水平的不断提高，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，而我的家乡罗田县匡河乡岱家畈村比较缺乏方便服民的百货超市，尤其是年轻人多数外出打工了，家里主要人员是妇女、儿童和老人，外出打工人员几乎每月都寄钱到家里作为日常开支。为了方便这些群体购物消费，所以我主要销售一些健康的、安全的、绿色的日常用品和一些小型的生产资料，以保证群众生活方便和身心健康，服务为本，顾客至上是我的宗旨。

三、市场调查

1、商圈范围：中心集镇周围4个行政村半径3、5公里商圈内，覆盖范围大根35平方公里。

2、潜在的消费群体：附近1万多居民以及进入白莲水乡的路人。

3、消费能力：消费能力高。一是人们日常消费品不再仅仅依靠自己生产，也懂得追求享受；二是随着人们生活水平不断提高，外出务工人员回家为了免去在外购物随带的不便，都愿意回家购物，需要的物质有所增加，生活方式改变，大多数消费观念在转变，消费能力不断增强。全年销售额250万元左右。

4、竞争情况：集镇上有经营百货的商店1家，且经营面积不足30平方米，经营人员年龄偏大，与外界交往较少，货物品种较少，有90%以上的群众不去该商店购物，因为该店经营品种过少，且离公路较远，不便购物随带。

5、消费者的购物习惯和消费需求

（1）注重价格。很多人都有过手头拮据的经历，没钱的日子，他们总不得已掐算着一分一厘的支出。用最少的支出满足尽可能多的消费需求是他们最为“奢侈”的美好愿望。因为对他们来说，低价是实惠。很多外面大城市的超市就以这样的实惠吸引了众多的市民。

（2）注重质量。消费者已经具有了消费过程中的自我保护意识和对健康生活、营养饮食的追求。即使他们为了节俭而去购买低价特价商品，但他们仍然注重商品的质量。

（3）购物数量少，购物频次多。在家农民、集镇居民，尤其是其中的家庭主妇，生活很有规律，每天基本上是按时起、按时睡，按时买东西，按时看电视……他们的单次购物数额很小，但是购物频次很多，有时一天就会发生数次购买行为。客户十分重视产品的质量，重视产品的价格，如果加大宣传，使人们的消费观念改变——消费就等于让社会发展，适度的消费能够促进社会经济的发展，使社会进步；所以通过多种手段和广告宣传，让人们改变以前封建的思想，是非常重要的，也是当务之急。超市的销售产品必须要求要具有丰富多彩。

四、员工及岗位设置

五、市场营销及经营理念

由于本地超市很少，依靠知名度进入市场并无多大的壁垒。相反，尽量接近顾客，引导顾客享受安全、绿色、环保产品，享受优质的服务和实惠的价格是本超市的服务宗旨，所以采取以下措施做好宣传广告：

1、开业前期，通过广告公司发入大量宣传彩页，在电视台打字幕广告，通告群众、居民，到公共场所张贴广告。

2、发放一些会员卡，从中得到优惠。

3、在传统节假日开展优惠活动。

4、超市内设置特价区，超市外张贴价格公示栏。

5、超市外设置休闲场所。

6、可提供额外的服务，如送货服务、免费停车、代客送礼等。

六、经济可行性分析

3、营业额预测：根据一年经营核算，月盈利5600元，年盈利达6万元左右。开始一两年先稳定市场，打出名誉和信用度，稳定客户稳定营业额，稳定企业动作机制。三四年后以发展为主，在三个方面尽力发展：发展散户；发展团体客户；发展会员卡客户；此时月盈利力争达到5000元，年盈利达6万以上。

4、开业第一年盈利能力

5、投资回收期：投资回收期23万元÷6、2万元=3、7年。

6、发展目标：为了把便民超市做强做大，做出特色，今后计划分三步走。第一步利用2-3年时间巩固完善本店经营场地，把以经营为主扩展到以批发为主；第二步计划再发展到沿白莲水乡周围，新发展连锁店3-5家，经营范围覆盖21个村，5万人，从而形成批发、送货一条龙服务；第三步计划用5-7年时间，建立一个多功能型的便民超市，把全乡群众的生产生活资料做到集中供应、送货下乡、电话预约、期货预订、网上供货等方式把超市做强做大，做出一流质量，过硬的信誉，为群众服务，为全乡经济发展作出应尽贡献。

创业设计策划书（二）

一、市场竞争分析

1、小吃市场容量分析

在横县的县城中，有着三所高中和5所初级中学，学生人数达1、7万，消费能力不低于每月每人 400元。其中花在餐饮上的占了40%，而小吃则在其中扮演了重要的角色。所以，在横县县城的小吃市场容量是十分可观的。

2、市场接受程度分析

精武鸭脖是武汉最有名的小吃，因为起源于汉口的精武路而得名。精武鸭脖是将川味卤方改进后用在鸭脖上好火计精武鸭脖培训，具有四川麻辣风格，香味扑鼻，口感刺激，鲜美无比，在武汉是人人喜爱的名小吃，仅在精武路一带就有十几家店。 精武鸭脖的功效：鸭脖子有肉吃而又有啃头，辣口不辣心，吃了不上火。鸭脖本身高蛋白，低脂肪，具有益气补虚，降血脂以及养颜美容等功效。香鲜美味，回味十足，是一款老少皆宜的休闲食品。

（一）市场调查：在进行街头调查和学校学生的问卷发放的1500份问卷中，回收有980份，有分析价值的有930份。

问者小吃偏好分析

1、被访者对小吃的喜欢程度分析：

2、被访者对小吃口味的意向分析：

（二）被访者每月在小吃上的消费金额分析：

针对以上调查结果，我们认为在横县的县城开一家精武鸭脖小吃店是很有市场的。

3、竞争者分析

在横县的县城中，已经有了一家同样来自武汉的鸭脖店《绝味鸭脖》，和一家辣味鸭脖小吃摊。

1、在口味上，这两家都是偏向于辣味而麻味较低，更接近于真正的武汉鸭脖，但是横县人对于辣味的接受能力并不如湖南那边的好。而我们在选择绝味鸭脖的时候就以充分考虑了这个问题，在前去武汉接受培训时就请培训师为我们重新设计了配方，在较低的辣味时不会降低麻味。

2、在店面上，《绝味鸭脖》是以店面的形式运营，而辣味鸭脖则是以夜市烧烤摊《手推车》的方式运营。而我们的运营方式也是以店面的形式，但是《绝味鸭脖》的装修是在原先烧烤店的比较老旧的店面内运营的，不提供桌椅给食客在店内进食。而我们在这个问题上进行过论证，认为绝味鸭脖是需要在店面内提供桌椅给食客进食的。所以在店面内进行了全新的装修，安放有二个二人桌和二个四人桌给食客进店进食。

3、在店址上，《绝味鸭脖》是位于横县县城的汽车站附近，主要食客为过路旅客。辣味鸭脖则位于横县县城的夜市宵夜区，主要食客为晚上出来吃宵夜的住户及晚上出来喝酒的食客。而我们绝味鸭脖的选址则位于县城的步行街的中端，可以吸引来到步行街逛街的人流，同时也是横县一中和城司小学的附近，是这两个学校前往步行街的必经之路。而从步行街前往汽车站，我们店的十字路口也是三个路线的其中之一。

二、营销策划分析

1、产品定位分析

（1）质量定位：按一般的观点，认为产品质量越高越好，所以质量定位直高，但是这观点并不一定正确。质高的产品并不一定在市场上受欢迎。为质高则价高。有许多消费者，他们希望购买质稍次，但价格便宜的产品。就如同日本电器一样，质量高，但许多国人还是买中国电器，虽然国产电器质量低于日本电器，可它便宜。当然了，以质量高而取胜的成功的有很多，小吃中的天津“狗不理”包子就是其中的典范，天津“狗不理”包子至今已有100多年的历史。现今，人们的口味不断提高，各种名家菜系不断涌现，而“狗不理”作为一种最普通的大众化食品，牌子非但不倒，反而生意越来越红火。“狗不理”享誉全国、长盛不衰的秘诀何在呢？ 折射因为“狗不理”包子的经营者懂得，若想使包子这样一种大众化商品经营成功、出人头地，必须要在质量上下狠功夫。“狗不理”包子 100多年来脚踏实地攻优夺誉，先质后量，以质求量，用质竞争，创出了名牌形象，获取了经营的成功。

而把这个理念套用在“精武鸭脖“上时，那就是高价售出产品后产生的增值大于为提高档次所投入的费用时，那么，把产品定位在高质区就是正确的。如果产品质量继续提高，产品成本继续增加，当为提高质量所投入的成本与获得的收益相等时，我们就到了一个点，这就是我们的质量定位点，低于这个点，我们的产品还有潜力可挖；高于这个点，则就得不偿失。

（2）功能定位：由于我们的产品是“精武鸭脖”和其附属产品，其定位为小吃，所以功能上的定位则定位为满足人们闲时吃食之需要。

（3）色泽定位：由于我们的“精武鸭脖”的特点为麻辣味，所以我们将鸭脖和附属产品的颜色做成靠近红色。考虑到横县人还是不怎么吃得辣的，所以在颜色的选取上，没有选择象征辣椒的鲜红而是选择暗红色和淡红。

2、价格定位分析

价格定位是产品定位中最令人难以捉摸的地方

（1）高价定位：由于考虑到我们“精武鸭脖”的消费群体和大众对小吃的定位，我们放弃了高价定位。

（2）中价定位：在我们的“精武鸭脖”的主打产品鸭脖上，我们考虑到产品形象和产品成本上的因素，对鸭脖和其中成本较高的成本产品采取了中等价位的定价。

（3）低价定位：保证商品质量、降低商品成本、薄利多销的低价策略容易进入市场。同时，由于横县人们对小吃的消费水平不高，小吃的低价不易过高。所以在中价定位的产品外，其余的产品均采取了低价定位。

3 、销售策略分析

在我们的调查中，有两个是对消费者对小吃店问题调查：

被访者对现有小吃店存在问题的分析

被访者对小吃店服务态度、环境、价格等方面关注程度分析：

由调果得出结论，我们在销售产品时最需注意的是保证我们“精武鸭脖”在味道上的独特口味和缩短将小吃送达消费者手中的时间，以及做好卫生和安全问题。具体下来就是在味道上保持“精武鸭脖”的麻辣味和在消费者不觉得等待的时间内将产品送达，同时随时保持店内的卫生整洁和在产品的制作过程中严密监控，防止安全事故的发生。同时，在店内使用扬声器播放流行歌曲，让食客在进食的同时欣赏歌曲，以达到放松心情的效果。

4、促销策略

三、财务因素分析

1、投资说明

（1）加盟费：

（2）设备：

（3）店面租金：

（4）经营者住所及加工场地：

（5）原材料：

2、盈亏分析

经营成本：

固定资产折旧：

3、回报分析 盈利预算：

生存分析：

4、退出分析

四、风险分析

1、风险种类：

第一，选择的铺面资质要好，仔细查看。要肯定能办到工商、卫生、消防等证照。

第二，在经营上务必亲力亲为，或者找一个信得过的人帮忙打理，否则理念好、经营不好也一样赚不到钱，这是因为投资餐饮业的钱有个特点是一投进去就拿不出来了

第三，就是自己要斟酌付出的精力和赚到的钱相比是否划算。因为是开门店，除了各种证照要办好，开业之后还会有街道、派出所、消防等各种各样的人过来检查，附近的住户还可能有投诉，牵扯的精力是很多的。所以一方面要有耐心、有恒心坚持下去，另一方面也要考虑付出与收获是否抵。

2、应对及规避措施

（1）打造品牌及口味上的差异化，避免与市场上的小吃千篇一律。要有自己的独到特点，

（2）跟着百货商场和步行街选店址 ，老城区消费能力整体偏低，定价不可能太贵，同样一份肠粉，在商圈附近可以卖到10元一碟，但在小区5元大家都可能嫌贵，因为在家附近，吃不吃都是一样的，回家一样可以吃，但在外就不一样了，不吃可能就没的吃，如果你做的还不错，形成口碑了，那可能他会带回头客来。

（3）装修方面少花钱多办事， 装修投资往往是一家餐厅的投资大头，走质朴传统的道路，只求卫生整洁，可以达到少花钱多办事，小吃可以做出品牌，品牌没有文化包装和内涵是不行的，你的小吃可以有故事，你的店可以有传说，做的好的，应当与装修和小吃有机会的融为一体，花少钱同样可以达到这个目的。要有以精武为主题，进行设计和装修，可以减少投入的资金的同时达到同样或更好的效果。

（4）预留至少1万元做备用资金。

当店铺的硬件都准备妥当后，小店将进入试营业阶段。小吃店是最需要资金追加的一个投资项目。可能出现的情况除了生意冷淡需要宣传费之外，小吃店可能还需要不断增加新的经营品种，配合主要内容销售，是该卖果汁饮料呢，还是该卖牛杂汤，都需要在头一两个月的试营业阶段弄清楚，才好对号入座，追加投资。

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