# 2024年大学生旅游管理创业计划书(5篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-10-10

*计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。相信许多人会觉得计划很难写？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。大学生旅游管理创业计划书篇一关于底图：如果不需要...*

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。相信许多人会觉得计划很难写？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**大学生旅游管理创业计划书篇一**

关于底图：如果不需要图片或是要更换图片，只需要双击页眉便可删除或替换图片。

目 录

1.大学生旅行社创业计划书

2.20xx年--20xx年学年度三年级期末数学复习计划

1 / 6

大学生旅行社创业计划书

一、执行总结: (一)创意背景: 随着我们的生活水平不断提高，旅游消费变得越来越热，出外旅游已成为我们生活中必不可少的部分。在旅游群体当中，大学生是整个旅游市场的一个重要而又独立的组成部分。大学生作为社会的一个特殊群体，具有一定的经济独立能力和自我生活能力，有相对宽松的时间，具有更多的冒险精神和追梦遐想，这些促成了大学生旅游热。因此，大学生作为一支旅游生力军的地位确实不容忽视。

（二）项目简述: 我们的社团是面向社会，当然，主要对象是我们xx当地大学生。且说xx本身是一个人杰地灵的地方，有众多xx的景区，如狼巷迷谷，韭xx，鼓楼，明皇陵，等等。当然，其他地方我们也会组织并根据xx的需求，制定全套旅游方案定制服务，提供“一对一”的出行建议和大致规划，我们也会尊重xx的决定，介绍当地的风俗习惯，传播当地历史，饮食文化等，为旅游爱好者提供丰富资讯。

（三）竞争优势和劣势分析 （1）竞争优势：

1、挂我校xx科技学院的名字，品牌运作有安全保证，可以在旅游交通，住宿服务，旅游景点的采购得到学生价，人事安排主要是学生，工资费用比较低，可以降低成本。

2、作为大学生直接面对学生，可以直接知道市场促求，同时可以在市场直接营销。

（2）劣势分析：

2 / 6

1、我们采购和人事管理以及市场推广经验不足。 2、资金不足（3）对应措施：

大学生旅行社由我们团队和我校学生组成，在本社开业之前我们团队将组织进行专业培训。培训我们企业管理、市场营销等方面的能力，同时聘请学校老师担当创业xx，给我们进行营销指导以及法律事务指导，提供全方位的支持，使我们成员各司其职，发挥相关领域的特长与运作经验使我们可以优势互补。通过策划并充分利用有限的课余时间组织各种户外活动来满足广大我校学生的知识及爱好需求，在活动中一起成长、壮大不断地为同学们提供最优质旅游和其它服务为目的，同时来培养我们企业管理的各方面能力。二、市场分析：

（一）目标市场xx的描述：

作为大学生的我们目前大多仍为消费者，可用于个人自由支配的资金不多，属于非强势消费群体，因而对价格较为敏感，在旅游过程中对物质要求不高，讲究经济实惠，特别是吃、住方面只要得到基本满足即可。同时大学生长期在学校生活，对外面的世界充满好奇，旅游中的各种经历都是他们津津乐道的事，因而他们更加重视旅游过程中的经历和感受。

3 / 6

20xx年--20xx年学年度三年级期末数学复习计划

\_\_\_\_--\_\_\_\_学年度三年级第一学期期末数学复习计划 复习内容： 一、数与计算

1、万以内的加减法（笔算）2、多位数乘一位数（口算、笔算）3、有余数的除法（口算、笔算）4、分数的初步认识 二、量与计量

1、测量（毫米、分米、千米、吨）2、时、分、秒 三、空间与图形

1、四边形(平行四边形、长方形、正方形)2、周长（长方形、正方形）

四、统计与概率：可能性（可能、不可能、一定）五、数学思想方法：数学xx（排列与组合）

复习目标：

1、比较熟练地笔算三位数加、减三位数；能够结合具体情境进行估算，增强估算意识；理解验算的意义，会对加法和减法进行验算，初步养成检验和验算的习惯。

4 / 6

2、能够比较熟练地笔算有余数的除法，会解决有余数除法的问题。 3、理解多位数乘一位数的算理和掌握计算方法，能够比较熟练地笔算、估算多位数乘一位数，并能够解决多位数乘一位数的实际问题。

\_\_\_\_--\_\_\_\_学年度三年级第一学期期末数学复习计划-cjgxxwangchen-天使的x 4、初步认识四边形的概念和平行四边形的特征，会画四边形和平行四边形。理解周长的概念，会计算长方形和正方形的周长。

5、建立时、分、秒的时间观念，知道它们之间的进率，并进行时间的简单计算和估计。

6、建立毫米、分米、千米的xx观念，知道xx单位间的进率；建立吨的质量观念，知道千克和吨之间的进率；能够进行xx和质量的简单计算和估计。

7、初步认识简单分数的含义，初步体会把一个整体平均分成若干份，这样的一份就是几分之一，这样的几份就是几分之几，都是分数；能够进行简单的分数大小比较和计算。

复习措施

1、夯实好基础知识，发挥小组合作的优势，在培优辅差上下功夫。 2、精讲精练，注重知识的系统化、整体化，激发学生的学习兴趣。3、加强解决问题能力的培养。4、复习着重满足不同层次学生的需求。5、严抓书写规范、着力培养检查习惯。复习进度 12月15日：测量

5 / 6

12月16--17日：万以内的加减法 12月18--19日：四边形 12月20--24日：有余数的除法 12月25--26日:时、分、秒

12月27—1月6日：多位数乘一位数 1月7日—1月9日:分数的初步认识 1月10日:可能性 1月11日:排列组合 1月12-15日：准对性练习1月16--20日：综合练习

6 / 6

**大学生旅游管理创业计划书篇二**

大学生旅行社创业策划书

一、执行

总结

本创业计划的创意背景

近年来，旅游消费逐渐成为我校学生消费的热点。我们学校有近两万在校学生，周围还有比较多的学校，随着高等教育规模的不断扩大，大学生作为旅游市场的特殊消费群体，因其蕴涵潜力巨大的商机，日益受到社会各界的关注。大学生作为较高学历者，他们的知识及各方面的素养都较高，易接受新事物，旅游动机十分强烈。我校学生除了有法定的节假日外，还有传统的寒暑假，大约有172天假期，约占全年的47％；此外，学校还为我校同学提供许多社会实践和自我学习时间。以往由于旅游消费水平较低，旅游企业可获经济效益较低，造成大学生旅游市场不受重视。现今，由于家庭的经济支持增加、参加勤工俭学、各种奖学金支持等原因，大学生经济状况得到了很大改善，大学生已经初具出游的经济条件。同时我校学生在组织旅游和回家乘车，存在找车难贵而且安全没有保障。项目的简述

大学生旅行社根据我校这一情况而成立。业务主体面向师生(主要是大学生)提供旅游资讯服务及向自助旅行者这一特定客源市场提供的旅游服务，以及我校学生提供包车和行李快递等业务。它的目标顾客定位于在我校的师生以及周边学校的师生。我社会致始致终都抱着为广大的师生打造物美价廉的旅游服务的理念，打造成为“旅游超市”。为我校师生的旅游提供超市式的服务。质优价廉于其它旅行社。同时多元化的经营方式和销售渠道，更能满足广大消费者的需求。真正能为学生起到节约和勤工助学的效果。

湛江学生旅行社以湛江师范学院为创始地，以湛江高校为市场拓展目标。更好地冲击其它旅行社的垄断销售行为，从而为学生提供质优价廉的旅游服务，也为我校贫困生提供勤工助学的岗位，给以学生实践和锻炼的机会。竞争优势和劣势分析

（一）竞争优势：

（1）挂我校上海第二工业大学的名字。品牌运作有安全保证，可以在旅游交通，住宿服务，旅游景点的采购得到学生价，人事安排主要是学生，工资费用比较低，可以降低成本。

（3）作为大学生直接面对学生，可以直接知道市场促求，同时可以在市场直接营销。

（二）劣势分析：

（1）我们采购和人事管理以及市场推广经验不足。

（2）资金不足

大学生旅行社由我们团队和我校学生组成，在本社开业之前我们团队将组织进行专业培训。培训我们企业管理、市场营销等方面的能力，同时聘请学校老师担当创业顾问，给我们进行营销指导以及法律事务指导，提供全方位的支持，使我们成员各司其职，发挥相关领域的特长与运作经验使我们可以优势互补。通过策划并充分利用有限的课余时间组织各种户外活动来满足广大我校学生的知识及爱好需求，在活动中一起成长、壮大不断地为同学们提供最优质旅游和其它服务为目的，同时来培养我们企业管理的各方面能力。

项目的效益

（1）、我校学生旅游市场还没有完全开发，学生人数多，可以开发春游，秋游，个人游 团体游 情侣游自助游 自由游 游 拓展游 欢乐游 机动游戏游 刺激游，周末散客等等，从而等到丰厚的旅游利润。

（2）、旅游包车，返乡，快递以价格实惠质量优越吸引消费者，以高质量服务打动消费者。这样消费者越来越多，经济效益就会越来越明显。

大学生旅游市场是旅游市场的一个特殊细分市场，它具有较明显的消费群体特征雷同的特点，这使企业在开发的过程中易于降低开发成本。但同时它还有着区别于其他旅游细分市场的特征：

（1）、注重价格，讲究经济，相对更加重视旅游经历

（2）、旅游目的地的选择以短期、邻近地区、自然风景类为主

（3）、出游方式多以自组群体为主

（4）、大学生从众心理显著，信息传递迅速

目前学校没有过多重视大学生旅游，其它旅行社对大学生缺乏相应的旅游产品，有着很大的市场空间。

二、市场分析

目标市场顾客的描述

作为大学生的我们目前大多仍为消费者，可用于个人自由支配的资金不多，属于非强势消费群体，因而对价格较为敏感，在旅游过程中对物质要求不高，讲究经济实惠，特别是吃、住方面只要得到基本满足即可。同时大学生长期在学校生活，对外面的世界充满好奇，旅游中的各种经历都是他们津津乐道的事，因而他们更加重视旅游过程中的经历和感受。

我校旅游市场的分析

（1）我校学生旅游目的地的选择以短期、邻近地区、自然风景类为主

由于在校大学生受经济条件限制，他们的出游多以短期到邻近地区为主。《中国旅游报》对上海高校的专项抽样调查显示，大学生选择出游天数多以2～4天为主，比例总和占74.7％[2]。因大学生生活经历少，对学校和家庭以外的事物新奇，他们旅游时多选择与日常生活反差较大的自然风景类的旅游目的地[1]。

（2）出游方式多以自组群体为主

大学生的自我意识和独立意识较强，外出旅游多不愿受限于现行的旅行社线路和组团安排。因而一到假期，高就会出现五花八门的寻“伴”旅游启事。有关调查也证实，大学生出行外地喜欢结伴而行，在人数组合上以2—7人居多，达到74％，其性别构成上是两性搭配占绝大多数。

（3）出游顾虑较多

大学生旅游愿望非常强烈，但因其长期生活在学校和家庭的范围内，缺乏旅游经验，社会实践能力较弱，出游顾虑较多。《中国旅游报》对北京高校的专项抽样调查表明，大学生出行最担心的问题依次是：安全问题（占40.1％）；购车船票问题（占34.9％）；食宿问题（占26.6％）；健康问题（占9.5％）[2]。尤其女生作为其中的弱势群体，对安全等问题考虑更多。这些顾虑也是许多大学生有旅游动机却难以成行的原因之一。

（5）.大学生从众心理显著，信息传递迅速

大学生作为一个集中的旅游群体，旅游决策易受同学或朋友等相关群体影响。再加上旅游信息不对称等原因，大学生旅游常常没有充分的前期准备，情绪易波动，从众心理显著；同时，由于市场集中，群体间联系广泛，旅游信息传递迅速。市场发展的方向

我们打造专业学生旅游品牌。是为学生旅游市场提供全方位优质服务而特设的，从正式成立以起，为了得到各位旅游爱好者大力支持，会开展丰富多采户外休闲活动,每周均会推出适合广大网友及爱好者的户外休闲活动,以„诚信是金‟为宗旨,以诚信面对游客，以诚信以求发展，请广大游客监督。通过充分利用有限的课余时间组织各种户外活动来满足广大同学的知识及爱好需求，在活动中一起成长、壮大不断地为大家提供最优质服务为目的。坚持“以旅会友”，“游人之不游”“玩人之不玩”为我们选择线路及组织活动的根本。且我们的玩法、游法等和传统旅游大不一样，比如我们会常常推出徒步、登山、漂流、野营、露宿等各项活动,而其收费之低廉使一般学生族都能承受。同时,采取开放式的方针，每个人都可提出自己的活动策划、方案，都可成为组团的领队.我们最大的优势就是，开展各种活动，而且能为各个在校学生会员提供更宽广的社会交际圈为、知识面和实践空间,在“玩乐中完善自己、增强自己”。自成立之日起，我们已可以打造湛江大学生„自助红酒联欢晚会‟„露营活动‟、‟„国庆刺激休闲游‟„周未末野战活动、欢乐谷露营活动、高校导游形象设计比赛‟„乡村英语夏令营‟等项目，使我校学生参加出游的人数越来越多。

每年的六七月是大学生毕业的日子,原先的大学生临到毕业时,会选择吃个离别饭,喝个散伙酒,然而现在我们可以开发的大学生旅游市场选择利用集体旅行来告别难忘的大学生活。

三、

战略和营销

发展战略

一、实施战略

第一步：（时期：一年）第一笔资金到位后，大部分用于基础运行中去，把有限的人力资源重点放在旅游超市操作方式的推广上。实施多元化经营，大学生旅游租车行李快递回乡车在此基础上，争取更大的投资。

第二步：（时期：第二年）在上海各大高校校园开展相关活动，并争取一期的服

务消费者。争取在一年内大学生旅行社业务控制上海高校市场，并以此为基础，同时开发针对其他人员的旅游服务。

第二步：加大融资，扩大业务规模，并适当在业务集中地点建立代理点。通过战略来实现预期的计划和目标

1、旅游企业与高校社团或高校联合出游后还可以和合作社团开展一些相应的后续工作来巩固旅行社在同学中印象，如旅游游记、旅游随想征文活动，摄影比赛等活动。

2高校与高校或学生社团与学生社团之间联合3、在各高校集中的地方设点，如松江大学城等地。旅游产品宣传要多元化

4、与大学校园周边的店铺合作，加强宣传。

5、利用网络促销

6、培养大学生直销人员

营销策略

(一)推出多种符合大学生需求的旅游产品

推出多种有特色的旅游产品，满足大学生旅游者的需要，这是从根本上有效地开发大学生旅游市场的途径。基于大学生心理和生理的特点，以下旅游产品值得关注：

（1）修学旅游。许多大学生把闲暇时间作为增长知识、开阔视野的时机。他们出游常常带着一定的学习目的，我们可设计一些学习目的较强、能增进社会实践经验和开拓眼界的修学旅游，如英语学习的夏令营、革命根据地的考察游、少数民族地区的文化采风游等等。

（2）体育旅游。大学生精力充沛，活泼好动，多数酷爱体育运动，可根据这一特点开展具有健身和娱乐性的旅游活动，（3）探险旅游。大学生追求个性化，喜爱标新立异，且好奇心重，喜欢进行探险或令人惊心动魄的旅游活动。我社在安全有保障的条件下，可开展漂流、攀岩、探秘等探险旅游活动。

（4）生态旅游。新时代的大学生环保意识很强，我校还成立了环保社团。针对大学生崇尚自然、保护环境的心态，设计生态旅游产品，一定会得到大学生的青睐。

（5）除外，还可以开发“大学生体验旅游”概念，如社团主题活动与旅游的结合，校际交友与旅游的结合、假期社会实践与旅游的结合、对热点就业城市的考察与旅游的结合以其为切入点，亮出独有的模式。

（6）大学生旅行社会走进校园，通过线下活动，开发大学生的课余活动，形成精确传播、深度传播，完成自身的营销推广，例如湛江大学生旅游文化节、高校旅游线路设计大赛、大学生最喜欢的十大景区评比、校园旅游大使选秀、都可以使我们旅行社的知名度扩大，使营销市场得到增大。

（7）在夏季，又一届应届毕业生将迎来各奔前程的日子，打起背包，做最后的旅行也是每一个毕业班的保留“曲目”

（二）合理定价旅游产品

因经济条件有限，大学生对价格比较敏感，大学生出游人数随价格变动弹性较大。只有合理的定价，才能激发更多的大学生出游，形成规模市场。合理的定价主要包括：

（1）明码实价。明码实价能令消费者感到诚实可信，增强大学生的出游信心。若设置多种折扣，只会增加他们对旅游企业利润的怀疑，促使他们放弃通过旅游企业来安排旅游行程的可能。

（2）根据不同的时间和空间制定不同的价格。旅游景区有热、温、冷景区之分，旅游时间有旺、淡季之分。旅游企业应根据出游时间和空间的不同，制定不同的价格。这样既可利用淡季和温、冷景区的优惠价格吸引大学生，又可充分合理利用旅游资源，调节旅游企业的经济收益结构。

（3）根据可选择的旅游项目分别标价，既可降低旅游产品的直观价格，又可让大学生根据自身经济条件选择旅游项目，使其从心理上更能关注旅游产品。9三）

（三）采取多种旅游促销方式

大学生从众心理显著，信息传递快。旅游企业在旅游促销中，可利用这一特点，采用一些低成本的促销方式，可取到较为良好的效果。

（1）与高校社团合作。目前，我国高校内社团组织十分活跃，许多学校还专门成立旅游协会。旅游企业完全可以与旅游协会或其他社团合作，深入大学生内部，开拓大学生旅游市场。如可与摄影协会合作，开展旅游摄影比赛等，既可提高旅游企业的知名度，又可节省人力、财力，达到良好的促销效果。

（2）培养学生直销点。现在的大学生大都积极寻求打工兼职的机会，锻炼自己。我们会利用他们作为固定的旅游直销人员，利用其信息广、朋友多的优势，长期宣传、销售旅游产品，达到深入扎根我校学生旅游市场。

（3）利用网络促销。大学生大多爱好上网，现已建有的大学生旅游网，远远不能满足他们多方面的需要。旅游企业应在大学生较关注的网站如学校的网站内设立旅游专栏，供大学生浏览和查阅有关旅游信息。

（4）采用宣传单、报纸、海报等宣传形式，在饭堂、娱乐场所等地进行促销，利用大学生旅游市场集中的特点，来取得良好的宣传效果。

5.采用面对面的销售方式

大学生旅游市场不同于一般的旅游市场，它十分集中，特征趋同性较强。旅游企业选择销售渠道时，可避开一些销售的中间环节，采取直接面对面的销售方式，这样既可降低成本，又可提供相应的旅游产品。

四、管理团队

公司结构：一个总经理。下设、财务部、接待部、市场部

三个部门。

部门设置与职责

总经理:

总经理负责综合协调和管理店内各部门工作,督促员工工作,同时接受学校的监督,做好大学旅行社与学校的交流工作,工作内容为督促各部长及员工的工作,鼓舞员工的工作热情,听取员工的意见.综合决策各种工作的运行，组织例会，代表大学旅行社与学校进行交流,向上反映员工的意见及要求,向下传递学校所要求的工作.市场部

我们设营销组和采购组。

营销组 负责的产品宣传,促销以及促进与消费主体——顾客群体之间的联系.它的工作直接或间接关系着的形象及客流,销售情况，在相应季节为推出的时令进行宣传,并在每次宣传之后做出经验总结;负责各种传单,横幅,海报的设计,绘画及张贴,派发;及时更新广告宣传品

采购组 负责大学旅行社所有服务的采购，经营的采购,验收`进出物品的记录等工作,是大学旅行社正常运营不可缺少的重要组成部分。采购组将以经济效益为标准运用科学的决策分析方法,进行综合比较,实现采购活动效益最优,为提供有利的物质保障。

财务部

实行严格的财务管理，实现损益表控制的手段是通过\"月报表\"和\"年报表\"上的科目审核.，审核内容包括销售额,顾客数,顾客平均消费数量,现金超收或不足,收银机的操作错误,亏损,其他营业项目,采购的价格,目标是追求利润最大化,投资目标最大化,满足内部方面的利益，计算顾客的消费结算，结算每天,每班的票据,款项和帐单,并编制相应的营业报表收集,整理,点核旅行社里各处银台的现金收入和转帐票据,并将其送存银行，处理社内各部门报销帐款的现金以及签发各种付款费，办理同银行的结算事项,处理有关的结算问题,管理银行帐户的收支准备各项备用金及监督和管理备用金的使用情况。

接待部

设为导游组和营业组

导游组里的导游会引导游客游览,让游客感受山水之美，并且在这个过程中给予游客食、宿、行等各方面帮助，并解决旅游途中可能出现问题。负责旅游解说外，还要营造一个有利的经营环境,保证的形象,从而促进产品的销售，建立良好关系,树立良好形象;处理好与竞争对手的关系;建立客人档案,对常客及会员要求较详尽的资料,弄清顾客的爱好,习惯等。

营业组负责大学生旅行社的营业工作，执行公司的促销计划，检查门市部，准确回答顾客提问并协助顾客解说服务，按陈列要求整理排面负责办理门市部的物品，接待来访的客人，对其进行解说和帮助，保证满足客人满足。

**大学生旅游管理创业计划书篇三**

策划人员：联系方式：

陈宇佳 \*\*\*

大学生旅行社创业策划书

一、执行总结

◇本创业计划的创意背景

近年来，旅游消费逐渐成为大众消费的热点。我们学校有近两万在校学生，周围还有比较多的学校，随着高等教育规模的不断扩大，大学生作为旅游市场的特殊消费群体，因其蕴涵潜力巨大的商机，日益受到社会各界的关注。大学生作为较高学历者，他们的知识及各方面的素养都较高，易接受新事物，旅游动机十分强烈。我校学生除了有法定的节假日外，还有传统的寒暑假，大约有172天假期，约占全年的47％；此外，学校还为我校同学提供许多社会实践和自我学习时间。以往由于旅游消费水平较低，旅游企业可获经济效益较低，造成大学生旅游市场不受重视。现今，由于家庭的经济支持增加、参加勤工俭学、各种奖学金支持等原因，大学生经济状况得到了很大改善，大学生已经初具出游的经济条件。同时我校学生在组织旅游和回家乘车，存在找车难贵而且安全没有保障。

◇项目的简述

大学生旅行社根据我校这一情况而成立。业务主体面向师生(主要是大学生)提供旅游资讯服务及向自助旅行者这一特定客源市场提供的旅游服务，以及我校学生提供包车和行李快递等业务。它的目标顾客定位于在我校的师生以及周边学校的师生。我社会致始致终都抱着为广大的师生打造物美价廉的旅游服务的理念，打造成为“旅游超市”。为我校师生的旅游提供超市式的服务。质优价廉于其它旅行社。同时多元化的经营方式和销售渠道，更能满足广大消费者的需求。真正能为学生起到节约和勤工助学的效果。

更好地冲击其它旅行社的垄断销售行为，从而为学生提供质优价廉的旅游服务，也为我校贫困生提供勤工助学的岗位，给以学生实践和锻炼的机会。

◇竞争优势和劣势分析

（一）竞争优势：

（1）作为我校首家大学生旅行社，有旅游超市的服务，价格方面有优势。（2）作为大学生旅行社直接面对学生，可以直接知道市场促求，同时可以在市场直接营销。

（3）相对于外面的旅行社，我们的项目针对范围小，只为大学生服务，所以针对大学生的一系列问题和疑惑我们都会一一解决。我们与当地的各大旅游景点景区我们都有合作，可以给大学生更优惠的价格和更优质的服务。

（二）劣势分析： （1）我们采购和人事管理以及市场推广经验不足。（2）资金不足

◇团队概述

大学生旅行社由我们团队和我校学生组成，在本社开业之前我们团队将联系好旅行社确定线路商量价格。在此期间通过不断学习营销的手段策划并充分利用有限的课余时间组织各种户外活动来满足广大我校学生的知识及爱好需求，在活动中一起成长、壮大不断地为同学们提供最优质旅游和其它服务为目的，同时来培养我们企业管理的各方面能力。

◇项目的效益

（1）、我校学生旅游市场还没有完全开发，学生人数多，可以开发春游，秋游，个人游 团体游 情侣游 家庭亲子游 自助游 自由游 自由行 度假游 农庄游 拓展游 欢乐游 机动游戏游 刺激游，周末散客等等，从而等到丰厚的旅游利润。（2）、旅游包车，返乡，以价格实惠质量优越吸引消费者，以高质量服务打动消费者。这样消费者越来越多，经济效益就会越来越明显。（3）、可以为学校提供勤工助学岗位，在实际上为贫困学生提供一个提高社会实践能力的良好机会，同时可以解决部分的生活费用，减轻家庭负担。

二、产业概述

◇产业分析和描述

我们学院内没有一间专门为学生设计路线旅行社，在前几年桂林成立了中国第一间大学生旅行社，取得了较好的经济的效益随着生活水平不断提高，出外旅游已成为人们生活中必不可少的部分。这些旅游群体当中，学生旅游者是整个旅游市场的一个重要而又独立的组成部分。而在学生旅游者中至少有半数以上是主要指大学生，大学生作为社会的一个特殊群体，它具有一定的经济独立能力和自我生活能力，有相对宽松的时间，具有更多的冒险精神和追梦遐想，这些促成了大学生旅游热。因此，大学生作为一支旅游生力军的地位确实不容忽视。在旅游活动中，无疑占据着举足轻重的地位根据调查，旅行社对大学生没有开发相应的旅游产品，它具有很大的市场空间

大学生旅游市场是旅游市场的一个特殊细分市场，它具有较明显的消费群体特征雷同的特点，这使企业在开发的过程中易于降低开发成本。但同时它还有着区别于其他旅游细分市场的特征：

（1）注重价格，讲究经济，相对更加重视旅游经历

（2）旅游目的地的选择以短期、邻近地区、自然风景类为主（3）出游方式多以自组群体为主

（4）大学生从众心理显著，信息传递迅速

目前学校没有过多重视大学生旅游，其它旅行社对大学生缺乏相应的旅游产品，有着很大的市场空间。

三、市场分析

◇目标市场顾客的描述

作为大学生的我们目前大多仍为消费者，可用于个人自由支配的资金不多，属于非强势消费群体，因而对价格较为敏感，在旅游过程中对物质要求不高，讲究经济实惠，特别是吃、住方面只要得到基本满足即可。同时大学生长期在学校生活，对外面的世界充满好奇，旅游中的各种经历都是他们津津乐道的事，因而他们更加重视旅游过程中的经历和感受。

◇我校旅游市场的分析

（1）我校学生旅游目的地的选择以短期、邻近地区、自然风景类为主 由于在校大学生受经济条件限制，他们的出游多以短期到邻近地区为主。《中国旅游报》对北京高校的专项抽样调查显示，大学生选择出游天数多以2～4天为主，比例总和占74.7％[2]。因大学生生活经历少，对学校和家庭以外的事物新奇，他们旅游时多选择与日常生活反差较大的自然风景类的旅游目的地[1]。（2）出游方式多以自组群体为主 大学生的自我意识和独立意识较强，外出旅游多不愿受限于现行的旅行社线路和组团安排。因而一到假期，高就会出现五花八门的寻“伴”旅游启事。有关调查也证实，大学生出行外地喜欢结伴而行，在人数组合上以2—7人居多，达到74％，其性别构成上是两性搭配占绝大多数。（3）出游顾虑较多 大学生旅游愿望非常强烈，但因其长期生活在学校和家庭的范围内，缺乏旅游经验，社会实践能力较弱，出游顾虑较多。《中国旅游报》对北京高校的专项抽样调查表明，大学生出行最担心的问题依次是：安全问题（占40.1％）；购车船票问题（占34.9％）；食宿问题（占26.6％）；健康问题（占9.5％）[2]。尤其女生作为其中的弱势群体，对安全等问题考虑更多。这些顾虑也是许多大学生有旅游动机却难以成行的原因之一。

（5）大学生从众心理显著，信息传递迅速 大学生作为一个集中的旅游群体，旅游决策易受同学或朋友等相关群体影响。再加上旅游信息不对称等原因，大学生旅游常常没有充分的前期准备，情绪易波动，从众心理显著；同时，由于市场集中，群体间联系广泛，旅游信息传递迅速。

◇市场发展的方向

我们打造专业学生旅游品牌。是为学生旅游市场提供全方位优质服务而特设的，从正式成立以起，为了得到各位旅游爱好者大力支持，会开展丰富多采户外休闲活动,每周均会推出适合广大网友及爱好者的户外休闲活动,以„诚信是金‟为宗旨,以诚信面对游客，以诚信以求发展，请广大游客监督。通过充分利用有限的课余时间组织各种户外活动来满足广大同学的知识及爱好需求，在活动中一起成长、壮大不断地为大家提供最优质服务为目的。坚持“以旅会友”，“游人之不游”“玩人之不玩”为我们选择线路及组织活动的根本。

且我们的玩法、游法等和传统旅游大不一样，比如我们会常常推出徒步、登山、漂流、野营、露宿等各项活动,而其收费之低廉使一般学生族都能承受。同时,采取开放式的方针，每个人都可提出自己的活动策划、方案，都可成为组团的领队.我们最大的优势就是，开展各种活动，而且能为各个在校学生会员提供更宽广的社会交际圈为、知识面和实践空间,在“玩乐中完善自己、增强自己”。每年的六七月是大学生毕业的日子,原先的大学生临到毕业时,会选择吃个离别饭,喝个散伙酒,然而现在我们可以开发的大学生旅游市场选择利用集体旅行来告别难忘的大学生活。

四、营销

◇通过战略来实现预期的计划和目标

1、我们将与高校社团或高校联合出游后还可以和合作社团开展一些相应的后续工作来巩固旅行社在同学中印象，如旅游游记、旅游随想征文活动，摄影比赛等活动。2高校与高校或学生社团与学生社团之间联合3、在各高校集中的地方设点，旅游产品宣传要多元化

4、与大学校园周边的店铺合作，进行捆绑式销售

5、利用微信促销

6、培养大学生直销人员

◇营销策略

(一)推出多种符合大学生需求的旅游产品 推出多种有特色的旅游产品，满足大学生旅游者的需要，这是从根本上有效地开发大学生旅游市场的途径。基于大学生心理和生理的特点，以下旅游产品值得关注：

（1）修学旅游。许多大学生把闲暇时间作为增长知识、开阔视野的时机。他们出游常常带着一定的学习目的，如到阳朔西街旅游，其目的之一就是练习英语口语,我们可设计一些学习目的较强、能增进社会实践经验和开拓眼界的修学旅游，如英语学习的夏令营、革命根据地的考察游、少数民族地区的文化采风游等等。

（2）体育旅游。大学生精力充沛，活泼好动，多数酷爱体育运动，可根据这一特点开展具有健身和娱乐性的旅游活动，如、游泳、冲浪、沙滩排球等。这些体育活动都可成为体育旅游的卖点。

（3）探险旅游。大学生追求个性化，喜爱标新立异，且好奇心重，喜欢进行探险或令人惊心动魄的旅游活动。我社在安全有保障的条件下，可开展漂流、攀岩、探秘等探险旅游活动。

（4）生态旅游。新时代的大学生环保意识很强，我校还成立了环保社团。针对大学生崇尚自然、保护环境的心态，设计生态旅游产品，一定会得到大学生的青睐。

（5）除外，还可以开发“大学生体验旅游”概念，如社团主题活动与旅游的结合，校际交友与旅游的结合、假期社会实践与旅游的结合、对热点就业城市的考察与旅游的结合以其为切入点，亮出独有的模式。

（6）大学生旅行社会走进校园，通过线下活动，开发大学生的课余活动，形成精确传播、深度传播，完成自身的营销推广，例如湛江大学生旅游文化节、高校旅游线路设计大赛、大学生最喜欢的十大景区评比、校园旅游大使选秀、都可以使我们旅行社的知名度扩大，使营销市场得到增大。

（7）在夏季，又一届应届毕业生将迎来各奔前程的日子，打起背包，做最后的旅行也是每一个毕业班的保留“曲目”

（二）合理定价旅游产品 因经济条件有限，大学生对价格比较敏感，大学生出游人数随价格变动弹性较大。只有合理的定价，才能激发更多的大学生出游，形成规模市场。合理的定价主要包括：

（1）明码实价。明码实价能令消费者感到诚实可信，增强大学生的出游信心。若设置多种折扣，只会增加他们对旅游企业利润的怀疑，促使他们放弃通过旅游企业来安排旅游行程的可能。

（2）根据不同的时间和空间制定不同的价格。旅游景区有热、温、冷景区之分，旅游时间有旺、淡季之分。旅游企业应根据出游时间和空间的不同，制定不同的价格。这样既可利用淡季和温、冷景区的优惠价格吸引大学生，又可充分合理利用旅游资源，调节旅游企业的经济收益结构。

（3）根据可选择的旅游项目分别标价，既可降低旅游产品的直观价格，又可让大学生根据自身经济条件选择旅游项目，使其从心理上更能关注旅游产品。9

（三）采取多种旅游促销方式

大学生从众心理显著，信息传递快。旅游企业在旅游促销中，可利用这一特点，采用一些低成本的促销方式，可取到较为良好的效果。

（1）与高校社团合作。目前，我国高校内社团组织十分活跃，许多学校还专门成立旅游协会。旅游企业完全可以与旅游协会或其他社团合作，深入大学生内部，开拓大学生旅游市场。如可与摄影协会合作，开展旅游摄影比赛等，既可提高旅游企业的知名度，又可节省人力、财力，达到良好的促销效果。

（2）培养学生直销点。现在的大学生大都积极寻求打工兼职的机会，锻炼自己。我们会利用他们作为固定的旅游直销人员，利用其信息广、朋友多的优势，长期宣传、销售旅游产品，达到深入扎根我校学生旅游市场。

（3）利用网络促销。大学生大多爱好上网，现已建有的大学生旅游网，远远不能满足他们多方面的需要。旅游企业应在大学生较关注的网站如学校的网站内设立旅游专栏，供大学生浏览和查阅有关旅游信息。

（4）采用宣传单、报纸、海报等宣传形式，在饭堂、娱乐场所等地进行促销，利用大学生旅游市场集中的特点，来取得良好的宣传效果。5.采用面对面的销售方式

大学生旅游市场不同于一般的旅游市场，它十分集中，特征趋同性较强。旅游企业选择销售渠道时，可避开一些销售的中间环节，采取直接面对面的销售方式，这样既可降低成本，又可提供相应的旅游产品。

**大学生旅游管理创业计划书篇四**

.江西应用工程职业学院

大 学

.生 创 业 策 划 书

班 级：15电子商务1班

姓 名： 刘 金 铜

指导老师： 胡 维 新

时 间： 2024.5.30

.大学生创业策划书

果食来了

摘要

如今，人们的生活水平在不断提高，我国的大学生消费额可以等于价值40亿的市场。可见大学生是一支庞大的消费群体。而随着社会经济的不断增长，大学生消费数额的增加，结构的变化，方式的多样化也成为发展的必然趋势。大学生消费基本可以分为三大部分：一、生活消费，如吃饭、购置一些日常生活必需品；二、休闲消费，如娱乐、购物及其他；三、学习消费，如购买与专业相关的工具或书籍等。在这三个部分中，第一和第三部分的水平都比较平均，比如吃饭，大多数同学每月都用两百至三百左右。消费落差较大的，是第二部分，即休闲消费部分。在这个互联网加的模式的时代，对于高校学生来说，校园服务，价格适中的消费才是他们所需要的。

一、项目概况

项目目的：创建一个互联网+校园的平台，服务校园，服务学生，达到价格适中，方便快捷，绿色安全的创业项目。

项目名称：果食来了

性

质： 互联网+校园服务；020线上平台线下体验店（经营店铺）。地

点：江西行政学院后街。宗

旨：服务校园，服务学生。

经营范围：零食来了公众微信号（gsllnc）。可选择线上下单，送达寝室。线下校园实体店。

1.休闲零食：各种安全休闲零食，线上超市下单送达寝室服务，线下体验店。价格适合大学生日常消费，也可下单送达寝室服务。

2.新鲜水果：绿色新鲜水果，夏天还有冰冻果类，可切好包装，切片处理，品.

.种较多。

3.鲜榨果汁：新鲜绿色水果鲜榨，包装杯子内饮用，可打包。

4.快递代取：还在担心快递包裹没适合的时间代取嘛，担心大件快递难搬运嘛，担心取快递范围太远嘛，你的快递，下单我们代取送达寝室。

5.外卖餐饮：校园餐饮店铺合作，线上下单，外卖餐饮送达寝室。

6.二手市场：将自己的闲置物品作为交易的对象，其中包括专业书籍、考研考证复习资料、公务员出国复习资料书籍、生活用品，电子产品、自行车等等。物品价格都比较低廉，很容易实现物品的交易或者交换。

7.英语四六级查询：查询英语四六级等专业成绩。

8.一元夺宝：投入一元就有机会获得一件奖品，新奇好玩，快来参与夺宝吧。 9.果 友 区：吐槽交友，大学要认识更多的朋友，丰富自己的大学生活，以后也是一笔财富哟。

10.校园兼职招聘：学生可在平台上找兼职，投简历，寻找自己合适的工作岗位。课余时间为家人减轻经济压力哟，锻炼自己的工作能力等。

11.生活日用品：生活日用品线上购买，线下送达寝室服务，方便快捷，服务学生，也可到线下实体店进行购买。

12.店铺加盟：学校店铺可加盟，果食来了做好线上工作，达到更好服务校园学生的目的。

13.水果预定：对于水果市场而言，只有保证其新鲜、有卖相，绿色安全，才能有较好的收益，然而有些水果不宜长时间储藏，成本等因素考虑，开设水果预定功能，消费者可预定自己喜爱好吃不宜长时间储藏的水果。

市场营销：零食来了公众微信号（gsllnc）。线上下单，有不定期的活动及优惠，涨知识的推送，下单送达寝室。后期采取积分制度，会员等级模式，线下校园实体店经营。我们会在此公众号上进行校园部分活动的举行，例如最美教室评选，爱心传递等活动；海报宣传；校内活动赞助；店铺活动等多种途径宣传。注册金额：前期两万。

融资方式：兼职收入及家人、同学赞助。

组织理念：覆盖校园的良好服务，一手拥有本校的所有资源有果食来了就够了。结

论：学生日常超市等和果食来了有着明显的不同，其特色经营会是其盈..利的主要来源。以服务校园，服务同学，送货到寝室，覆盖校园店铺加盟，休闲零食，新鲜水果，鲜榨果汁，预定新鲜水果，快递代取，外卖餐饮，二手市场，英语四六级查询，吐槽交友，送达寝室服务，o2o模式线上线下同步，消费群集中，消费方向稳定，人流量大，消费的潜在性强，是校园存在之主要支柱。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市场的。

二、项目人事

一、创业经营者：刘金铜

李文滨

职责

1.拥有果食来了店铺的决策权，对店铺成员有聘用解雇的权力。 2.果食店铺员工的薪资和休假的安排

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.控制果食来了店铺的经营情况，加强对餐厅的财产管理，掌握和控制好各种 方面的使用情况。

5.加强对每个流程人员的沟通合作，提供客人的意见和改进的质量。 6.经营果食来了模式及推广（店铺会员等）二、店铺送达寝室及宣传服务人员

职责

1.微笑服务，礼貌待人。

2.果食来了店铺每日营业前，整理好货物，店铺卫生，准备好各种用品，确保店铺正常营业。

3.进行推广活动。

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，及时向店铺管理者汇报，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，迅速整理货

物，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，遵守店铺规章制度。

三、研究与开发

（一)项目申请

店铺的创建需要进行申请，取得经营许可证。刘金铜、李文斌个人费用为开业基金。

(二)店铺开办前准备

1.租用场地（江西行政学院后街）

2.装修果食来了店铺风格自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用原砖头色 的复古风，店铺布置合理精致，装修大门、添加镜子使得采光性较好。

3.联系用供应商，确保食物，水果等新鲜度。

4.招聘勤工俭学的学生为店员（配送，宣传等）谈好薪资，工作时间，工作内 容，签订好劳工合同。

5.开始各班级进行宣传活动。

6.开设微信公众号，可线上商城下单，让广大消费者内容功能详细掌握。

四、行业及市场

果食来了店铺是为提供方便快捷的大学生校园生活的店铺，是大学生吃喝消费可追求的。随着生活的不断进步，经济的不断发展，简单的校园超市小卖部不再是大学生对校园生活方便快捷，绿色安全的要求，现在的人所追求的是干净卫生，有特色的服务的大学店铺。而本店铺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，送达寝室，服务校园是我们店铺能生存下来的重要条件。(一)此类店铺的形成及发展前景

..互联网模式不断发展，越来越多的互联网+服务在全国各地建立起来，高校的学生接触的互联网模式，让他们对互联网+校园充满好奇，希望更方便快捷的走进大学生活，因此，像本店铺果实来了，有着一定的市场需求，只要价格安排合理，服务到寝室，打造一个针对校园只为大学生消费的平台，一定会有较高盈利。(二)店铺所在地(江西行政学院)消费市场分析

江西行政学院是江西应用工程职业学院南昌校区的所在地，一所高校，有着足够的学生群体，消费量大，而送达寝室及为学生本身方便快捷的服务少之又少，竞争并不是很多，因此，果食来了会有较大的市场。且由于本店铺的价格安排较为适中，符合大部分学生的消费标准，本人也是大学生，了解大学生的生活及动态需求，服务非常方便快捷，针对校园服务，考虑试点成功可以推送全国高校市场。(三)现已创办的此类校园店铺模式概况 1.名称：果食来了

2.成立时间:2024年06月05日 3.所在位置：江西行政学院

4.优势分析：果食来了店铺在学校后街，和学生消费群体在同一地点，送达寝室及服务学生更方便快捷，有着足够的消费者，o2o线上线下针对大学校园服务互联网+模式，逐渐覆盖整个校园需求，不仅仅只是单方面服务，大学不仅仅只是一所，成功后可考虑全国推广此模式经营。

5.主要经营项目介绍:逐渐覆盖大学所有资源服务，针对每所高校的结构而定，江西应用工程南昌校区的试点项目主要为:休闲零食，新鲜水果，鲜榨果汁，快递代取，外卖餐饮，一元夺宝，二手市场，聊天交友，招聘兼职，英语四六级查询，校园店铺加盟，生活日用品等。

6.存在的缺陷：

一、宣传力度面前不够，可能由于店面不是很大，导致有些服务没有很突出的让同学们了解。解决方案：加大店铺宣传，提示知名度，宣传海报的制定，推出优惠活动，进行线上校园评选等爱心活动，赞助学校活动等。

二、因为人手不足，也需要安排调整。解决方案：面对学校有兼职意愿的同学进行招聘，审核等方式进行。安排其职，工资待遇等方面调整，及其他途径达到拒绝人手不足的问题。

..四、本店铺的竞争策略

(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，会员模式等。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。达到服务于校园，服务学生生活的目标。

2.针对节假日，开展有针对性的优惠活动。(二)创造本店铺特色

1.永远不要让自己的店铺和常见的小超市小卖部一样，应始终保持特色的服务模式，紧跟互联网服务和消费群体的消费习惯和真实需要;自己的店铺是为高校提供方便快捷服务的，要有这种意识――永远和校园生活合拍。

2.这是让大学生活更方便快捷的店铺。每一个员工都应该有这热情，主动，有亲和力，干事积极及速度送达等意识。应该通过一系列的方法让员工把这种服务和意识时刻牢记，让每一个员工都以自己就代表店铺的形象

而自豪。

3.线上线下o2o模式

五、营销策略

(一)在确定经营方式前，本店铺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.本店铺经营解决了学校学生消费等一系列问题，也无流动小摊小贩卫生 没有保证的担忧，并且与互联网同样方便快捷，节约时间，服务大学生 活。

2.同时，还提供聊天交友，二手市场，英语四六级查询等大学生需要的平台。

3.送达寝室服务，也将是本店的一大特色。

4.此外，还有学校店铺加盟平台，就是意味着有了这种店铺及线上，就可 以掌握该大学的所有资源及服务。

5.本店铺的消费群目标是高校的学生，因此，安全绿色，方便快捷，价格 适宜等是本店铺重大优势。

..（二）服务：

本店铺所推崇的是送达寝室服务，微笑服务，方便快捷服务等，作为店铺的一员，不管是管理者，还是员工，面对顾客均需要微笑服务，真诚待人，为服务校园生活按照符合店铺规章制度要求等。

（三）品质与价格的双重保障的竞争策略

1，本店铺所强调的是服务校园，服务大学生生活，做到方便快捷，绿色 安全，送达寝室等

2.本店铺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。

3.o2o的模式，采用互联网+校园的模式。（四）校园广告

1.定做店铺卡片，二维码，公众微信号商城，进行宣传。 2.店铺也会考虑赞助校园活动

3.良好的服务，店铺会员及优惠活动等

六 市场目标

(一)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，努力的完善服务于校园，服务于校园生活，为果食来了进一步发展积蓄资本。

两年

进一步健全店铺的经营管理体制，确定自己的特色品牌，各类活动相继推出，是固定的顾客人数进一步增加。店铺运营已经步入稳定良好的状态，五年

在经营稳定后，可以考虑扩大经营，扩大店铺的范围，并可以寻找新的经营场所，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，推出app，针对于互联网+校园。

七 风险及对策

(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

..(二)资源方面

本店铺的原料主要以休闲零食，新鲜水果，鲜榨果汁，餐饮外卖等为主，是大学生消费所占比例大的范围，尤其本店铺货源，因此在货源的选择上需要考核，这样才有利于采购到安全绿色货品。因此，要与良好的供应商建立长期友好合作关系。及校园店铺加盟方面建立良好的合作关系。

(三)经营方面

店铺长时间经营下来，顾客会对店铺的产品厌倦，那么，就要适时的调整产品类别，优惠活动等。

(四)管理方面

1.为防止员工消极工作，采取一定的奖励制度。

2.同时，对于店铺员工与之处好关系，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

随着互联网的发展，各大服务于校园针对校园领域的竞争对手会逐渐出现，因此，善于创新，善于学习，与时俱进是店铺能长期生存下去的根本。

八 财务计划

1.现金流量表

2.初始阶段的成本主要是：场地租赁费用(预1万已投入3100)，餐饮卫生许可等证件的申领费用，场地装修费用(2500)，基本设施费用，（1500）店铺用具购置费用，货架等（1500）进货费用(5000）等

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.拿出部分资金作为店铺本金，预防各种突发状况。

5.预计损益表(主营业务收入)预计投资回收期预计为三至四个月。.

**大学生旅游管理创业计划书篇五**

大学生创业策划书模板\_\_ 7温暖是飘飘洒洒的春雨；温暖是写在脸上的笑影；温暖是义无反顾的响应；温暖是一丝不苟的配合。8尊重是一缕春风，一泓清泉，一颗给人温暖的舒心丸，一剂催人奋进的强心剂大学生创业策划书模板

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、着作权、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。

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