# 最新大学校园创新创业类活动策划(5篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-07-01

*无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。大学校园创新创业类活动策划篇1一、项目大学饮食联盟...*

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**大学校园创新创业类活动策划篇1**

一、项目

大学饮食联盟

二、创业人

\_\_系\_\_、\_\_

三、创业项目缘由

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。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。

四、创业机构设置

大学饮食联盟为总部，在高校通过考核招收大学毕业生并且签订一年工作合同培训后在所在高校设立高校饮食分部。

大学饮食联盟在各地适当选址建立蔬菜种植基地，水果种植基地以及牲畜养殖场，建立配送车队，为各高校分部统一生产配送蔬菜水果等食品原料。并且和农业研究机构合作通过高科技不断提高所生产原料的质量，降低成本。

大学饮食联盟总部设立管理培训部门，各高校饮食分部在所在高校选择招收大四非考研大学生为管理人员，并送培训部门培训。

大学饮食联盟从厨师培训学校招收厨师进行适当培训后送各高校饮食分部担任厨师，同时各高校饮食分部自行招收学生或者社会下岗人员作为窗口服务员。

大学饮食联盟总部不定时到各高校进行质量抽查，保证大学饮食联盟提供服务保质保量。

五、创业细节

1.大学饮食联盟的经因范围是特色食品，如鲁菜，川菜，粤菜等以及地方名吃，并且进行学生生源地调查，根据高校地理位置适当调整各菜系以及地方名吃的搭配，使来自不同地方的学生都能吃到适合自己口味的饭菜。

2.大学饮食联盟的经营理念是一切为了大学生吃的更好。

3.大学饮食联盟以提供助学岗位，交纳一定食堂租金为条件同各高校进行洽谈，为大学饮食联盟的发展壮大铺平道路。食品原料由大学饮食联盟负责统一生产配送，在降低食品原料成本的同时保证食品原料的高质安全。

4.大学饮食联盟招收的管理人员为本校大四非考研学生，让深受大学饮食质量低下之苦的大学生监督员工的工作，切实保证大学饮食联盟所提供食品的安全与质量。

**大学校园创新创业类活动策划篇2**

1、背景

互联网金融行业仍然有很多细分领域还可以切入和创新的，去年本来有想过转型，切入到旅游金融行业，后来因为其它原因不了了之，所有把之前写的商业计划书摘抄一部分出来跟大家分享。

行业经过近两年的飞速发展,催生了大量P2P平台,但行业集中度越来越高,逐步形成全国性和区域性寡头,整个行业竞争逐渐趋于白热化,同时也充满机遇。而整个行业的获客成本也被推到极高，目前行业获取一个投资用户成本已经超过3000，而人均投资金额不过三到五万，这还是没有计算用户流失的情况下，因此如果想获取一万有效投资用户，营销成本超过3000万，这是在不考虑人员成本，租金以及一些其它额外的支出的情况下。

行业的获客困难，其实都是大家一味模仿，过度营销的结果，我们以跟旅行社合作为切入点，给旅行社授信，定位80，90后追求自由，快乐的群体，一方面做旅游消费金融分期，一方面为他们理财，做旅游基金。为他们攒钱，方便他们出行。同时后期开发app等，切入旅游社交，中高端线路设计，为用户量身打造旅游线路。

2、行业分析

目前整个p2p行业用户人数将近200万，而互联网理财的用户已经超过1亿，据艾瑞咨询统计，超过90%以上互联网理财用户都是70后，80后，90后人群，而这些人群除了拥有互联网理财的习惯，也同时超过60%以上都已经初为人父人母，因为在互联网金融行业竞争逐渐激烈的时候，行业不乏创新，类似以初为人父人母定位的宝宝钱包，以月光族定位的玖富旗下的随手攒，以高级白领和中产阶段定位的诺亚财富旗下的员工宝。

宝宝钱包是一款专门为初为父母，而又有互联网理财习惯的用户群体设计的，利用父母热爱孩子的情感营销来定位，在上线一个月的时间迅速获得超过10万的注册用户，在没有过多的营销推广，只是依靠朋友之间的推荐和病毒营销，而在他们迅速积累用户的时候，以后将可以切入母婴电商市场。

目前现有的一亿互联网理财用户群体，也是现在旅游市场的主要用户，据统计超过70%以上的80后，90后一年出游一次以上，而国内的旅游市场现有的市场份额也将近3万亿以上，超过50%以上的80，90后消费群体一年有两次以上的出游，而这些用户群体都有比较良好的信用环境，也有一定的还款能力和意愿，目前包括途牛，天天旅游网都已经开始在做互联网金融给用户做旅游分期。而包括华夏银行，浦发银行也开始切入旅行社并且跟国内一些比较大的ota公司合作，给予其用户授信。

目前我国消费金融的市场开发程度尚不足30%，远低于欧美等国水平，而现在大量的地产公司，电商，银行都已经在布局，精心开垦这片蓝海，据艾瑞咨询统计，20\_\_年国内的消费金融市场将达到27万亿。而旅游消费金融，将会占据比较大的市场比例。

3、我们的发展定位

有别于其它的互联网金融平台，我们是专注旅游细分领域的，而相当一部分互联网理财用户，他们同样也是旅游人群，通过旅游消费分期切入旅游 行业，为大量的旅行社增加额外营收，扩张市场，增加盈利点，同时我们为旅游用户理财，管理资产，让他们财富升值，可以方便下次出行，而我们平台只是中介，后期我们开发中高端旅游线路，专门为游客定制 服务，其中包括酒店，机票，导游，路线，活动项目，为vip用户提供高端服务。

平台后期将开发app，增加旅游社交交友，以及自荐申请旅行师的功能，通过社交的方式，时间的分享，将极大的增加旅行的趣味，同时增加公司的品牌度，增加客户的黏度和使用频率，同时产生沉淀大量的内容。

中国的旅游 行业经过自助游，跟团游，目前大众已经达到一定层次的富裕程度，所以更多的是追求精神上面的体验，中高端旅游，度假休闲，甚至于这样的旅行社交，轻松活泼的旅行方式将是未来的主流。

我们计划一年内做到10个亿以上的成交量，以均笔5000计算，我们需要做到20万笔以上，前期主要是跟旅行社合作，这样容易扩张规模，后期除了旅游消费分期产品，还可以针对旅行社以及酒店的应收债款设计金融产品，可以更好的深入到旅游 行业。

4、公司规划

公司前期主要是移动端微信的开发，对接旅行社进行合作，设计金融产品，组建营销团队，目前移动互联网已然是趋势，手机将人跟各种消费场景连接在了一起，我们通过移动端微信的切入，以产品创新和新媒体营销来获取流量和用户，并且通过这种产品将所有的旅行社连接在一起。初期团队计划8-10个人，其中包括跟旅行社洽谈商务人员，新媒体运营，客服，金融产品设计，风控人员以及美工和技术人员。

5、各个业务板块占比

后期我们将设计高端旅行线路，通过组团等全程的服务来增加新的盈利量，并且将开发app，其中将有旅游社交，社群分享功能，通过积分体系，旅行币的方式激励用户的活跃度，而积累到一定的旅行币可以兑换一些户外的用品，甚至奖励免费旅游。通过文字，图片，旅游日记的分享来使得平台里面有大量的内容沉淀，而这些又可以通过微信，自媒体来传播和营销。

计划在年内做到10个亿的成交量，同时有10-20条自己设计的专属旅行路线，旅游次数达到千人次以上，将用户数做到10万以上，同时引进风投，进行a轮。再去扩张市场，其中包括组建自有的风控团队，催收团队，营销，品牌，以及于跟各种旅游地产公司合作，设计度假游等产品。希望在一年内保持盈亏平衡，同时占有一定的市场份额。并且能够有持续的盈利的能力。

6、盈利能力分析

按照我们计划的10亿的成交量来计算，以4%的息差，我们从旅行社这边的毛利润可以达到400万，定制路线以千人次计算，每人次6000元来计算，毛利率15%，毛利润将近90万。保守预估一年内可以达到500-1000万的营收。按照10PE算引入风投投a轮，公司估值超过一个亿。

后期如果引入资本我们将加速引入发展，进行业务的扩张，特别是打通全国内的旅行社，有别于途牛，我们是一开始就以旅游消费金融作为切入，后期也可以整合线路提供增值服务，按照预估，一年内可以达到盈亏的平衡。相对国内的ota公司，我们一开始就有非常清晰的盈利模式，能够差异竞争，而不是陷入烧钱获取用户的怪圈。

后期的业务板块还可以涉及跟酒店，旅游地产，度假等项目合作，为用户创造额外的价值，但是暂时只是预期，对于其创收能力现在还不能预估。

目前国内的在线旅游公司对于旅游 行业的渗透率还没有超过10%，而在欧美国家早已经超过了50%，因此还是极大的提升空间，随着国内收入水平的不断提升，以后出境游，高端个人定制游，将会呈现爆发之势。而其中的旅游消费金融，户外，度假旅游也会不断提升市场份额。未来十年，旅游 行业都将是一个高速增长的行业。

**大学校园创新创业类活动策划篇3**

一、概要

一个非常简练的计划及商业模型的摘要，介绍你的商业项目，一般500字左右。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并作出判断。计划摘要主要包括以下内容：公司介绍、管理者及其组织、主要产品和业务范围、市场概貌、营销策略、销售计划、生产管理计划、财务计划、资金需求状况等。

摘要要尽量简明、生动。特别要说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

二、公司描述

A.公司的宗旨

B.公司的名称、公司的结构

C.公司经营策略

在这里用最简洁的方式，描述你的产品服务;什么样的困难你准备解决;你准备如何解决;你们的公司是否是最合适的人选。

这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个概要，而是对你的公司作出介绍，因而重点是你的公司理念和如何制定公司的战略目标。

D.相对价值增值说明你的产品为消费者提供了什么新的价值

E.公司设施需要对计划中的公司设备详细加以描述我公司的生产设备及厂房主要集中于\_\_\_

建立开发生产设备，并努力提高生产和研究能力以便满足日益提高的客户需求。通过大规模的促销攻势提高我公司的产品服务的销售量。

增加分销渠道零售网点区域销售销售公司采用电气化直邮式的分类等。录用新的员工以便支持在新的市场计划下可持续的发展。

提高研发能力，创造领导潮流的新型产品，提高竞争能力。

三、产品与服务

产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性;主要产品介绍;产品的市场竞争力;产品的研究和开发过程;发展新产品的计划和成本分析;产品的市场前景预测;产品的品牌和专利等。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般地，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

四、人员及组织结构

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财务管理、作业管理、产品管理等等。而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

因为社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的。企业要管理好这种资源，更是要遵循科学的原则和方法。

在创业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图;各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系;公司的股东名单，包括认股权、比例和特权;公司的董事会成员;各位董事的背景资料。

经验和过去的成功比学位更有说服力。如果你准备把一个特别重要的位置留给一个没有经验的人，你一定要给出充分的理由。

五、市场分析

简要叙述你的公司处于什么样的行业、市场、专向补充区域。市场的特征是什么你的分析与市场调查机构和投资分析有什么不同。分析是否有新生市场你将如何发展这个新生市场。

A.市场描述

我们计划或正在\_\_行业竞争。这个市场的价值大约有\_\_\_，我们相信，整个行业的主要发展趋势将向着(环境导向型，小型化，高质量，价值导向型)发展。市场研究表明(引用源)到20\_\_年该市场将(发展萎缩)到\_\_\_。在这段时期里，预计我们力争的细分市场将(成长、萎缩、不发展)。改变这种情况的主要力量是(例如电脑降价，家电商业的蓬勃发展等原因)这个行业的发展将达到\_\_\_。你的公司可能独一无二的将你的产品服务和\_\_公司同级别的公司的现行业务合并。而当今的类似\_\_公司的正面临着诸如逐步提高的劳动力成本等困难。

B.目标市场

我们将目标市场定义为\_，Y，Z。现在，这个市场由a个竞争者分享。我们的产品拥有以下优势：高附加值，出色的表现，高品味，为企业的量体裁衣突出个性。

C.目标消费群

是什么因素促使人们购买你的产品你的技术、产品对于用户的吸引在何处人们为什么选择你的产品服务公司

D.销售战略我们的市场营销部门计划能动用不同的渠道销售我们的产品。我们之所以选择这些渠道

E.消费群特点

我们之所以选择这些渠道因为：

1、季节变化引起的消费特点;

2、资金的有效运用可以利用市场上现有产品的销售渠道。

针对每一个分销渠道，确定一个五年期的目标销售量以及其他假设条件。为每一个渠道所做的假设可以是以下这些。

六、竞争分析

请告诉我们分别根据产品、价格、市场份额、地区、营销方式、管理手段、特征以及财务力量划分的重要竞争者。

A.竞争描述

B.竞争战略市场进入障碍

请在这里研究进入你的细分市场的主要障碍及竞争对手模仿你的障碍。

七、营销略策及销售

A.营销计划

描述你所希望进行的业务是如何的。以及你所希望进入的细分市场。曾经使用的分销渠道，例如：零售、对商业机构的直接销售、OEM以及电子媒介等等。还要描述你所希望达到的市场份额。

B.销售战略

描述你进行销售所采取的策略。包括如何促销产品：通过广告、邮件推销，电台广播或是电视广告等方式。

C.分销渠道及合作伙伴D.定价战略E.市场沟通

你的目的是加强、促进并支持你的产品能更好的满足消费者需求的热点。的原则就是寻找一切可能的有利的途径进行沟。

八、财务分析

财务数据概要。

九、风险与风险管理

(1)你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险?

(2)你准备怎样应付这些风险?

(3)就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会?

(4)在你的资本基础上如何进行扩展?

(5)在和最坏情形下，你的五年计划表现如何?

**大学校园创新创业类活动策划篇4**

一、创业背景

1、时代的变迁赋予了我们当代大学生不一样的涵义，也给予了当代大学生不一样的生活和思想，追求的不同，享受生活的方式自然也是不一样的。卫生巾的价格也处在涨幅趋势。经常听到寝室室友喊到：大姨妈也伤不起啊，卫生巾也在涨价。或者有的时候忘记带卫生巾，没有做好准备。当然我也是女孩子。

2、经济基础决定上层建筑，当今社会的经济提高，促进了我们生活质量的提升，对生活的要求不同了。女性朋友对卫生巾的质量要求提高了，也给做山寨产品的厂家提供了机会。我们要抵制这种现象，不仅为了自己，更是为了大家的健康。

二、创业目的

1、众所周知，在大学校园里，能力远比知识更重要，这就需要一个平台来让我们不断学习、锻练、展现自我、增加能力。校园里更大社团和学生会对我们这些即将面临毕业的学生已经没有什么进步的空间，所以我们需要自主创业来为自己铺路。

2、让女孩子每次用的都是新的，不需存放，不需一次性大量购买。不用怕来大姨妈伤不起，我们的价格是最低的，质量，有求必应，服务第一!

3、我本身是一名特别贫困生，勤工助学是我们很多大学生都想做的事情。一来可以减轻父母的负担，二来也可以向他人证明自己的自立与成长。

4、为贫困生提供勤工俭学的岗位。这就使得我们只有通过自己的努力来打开另外一种勤工助学的渠道,以真正做到自立自强!

三、市场预测

目前我国卫生巾行业的现状：我国1980年引进了第一条卫生巾生产线，现已有300多家企业，1000多条生产线，产品的类型也实现了多元化。假如每个寝室有4位女生，一层楼有24个寝室，一层楼就有96人，一幢楼有6层，一幢宿舍楼就有576人。而一般情况下，每一位同学每个月的大约需要使用20片卫生巾，30片护垫，一年有12个月。这个市场容量之大是可以想象的。目前的卫生巾市场，有着诸如苏菲、护舒宝、ABC之类的品牌，也有着娇爽这样的经济类品牌，种类繁多。据预测，中国的卫生巾市场容量相当大，市场上存在的品牌可达20-30个，所以我想要在这一市场上开辟出属于自己的一片天地。

四、服务介绍

服务每一个人。对每位女同学喜欢用的卫生巾牌子和例假日期做好登记，我们会提前几天送去提醒(以亲自上门或电话问候的形式)，询问是否需要卫生巾，痛经的同学是否需要红糖或药剂。送货到门，不需要同学自己跑腿去超市买，我们的卫生巾品牌很多，针对每个人需要，而且我们的价格也会比超市的便宜，以人性化的服务，做好温馨提示。让女孩子每次用的都是新的，不需存放，不需一次性大量购买。设置送货上门，价格低，质量，有求必应，服务第一。

五、经营项目

1、多种品牌、不同价位的卫生巾

2、红糖(利于缓解痛经，例假期喝最易)

3、缓解痛经的药剂

4、护理品

六、营销策略

1、人力上：负责宣传、学校安排送货人员、各寝室楼安排送货人员、负责调查问卷、负责询问和慰问、记录每个同学例假日期。

2、宣传上：开业期间可在资金允许的基础上，发放大量的宣传单、调查问卷，先吸引群众眼球，在寝室内部做宣传，网站宣传，电话短息宣传;

3、经营上：生产厂商直接进货，价格低，薄利多销，固定实体店。

4、策略上：网站宣传，团购，淘宝店铺，低价格薄利多销，优质服务，送货上门，可做礼品包装，例假期必需品(红糖、药剂、护理品)。

七、经营原则

1、真实原则：从生产商直接进货，保证正品，不弄虚作假。

2、互利原则：在真诚的基础上，做到主顾双方平等互惠。

3、优质服务原则：保证为求助者所提供的优质耐心的服务，提前做好温馨提示，真正做到送货上门。

**大学校园创新创业类活动策划篇5**

一、项目简介

社区水果超市的建立：在社区的居民达到3000个家庭(每个家庭3人计算)的小区建立水果超市。

二、市场分析

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果85公斤相比，国内人均消费才刚到其一半。通过对大多家庭的调查，80%的3口之家每月消费水果的金额在80元以上。10%的家庭消费水果在50-80元之间。只有10%的家庭消费水果在50元以下。

随着居民收入水平的提高，对果品的消费需求呈增长趋势。我国目前人年均果品占有量约为45kg，与健康标准要求(70kg)还有不小的差距，与发达国家人年均消费水果(80kg)的水平相比差距更大。若考虑到未来人口增长因素，按照健康标准计算，全国果品消费量将达到11550万t，比2024年全国果品生产总量高出70%。

三、选择理由

1、行业的需要：中国缺少水果的销售大户。

2、创业者的需要：进入门坎低，很小的投入就可以经营。

3、政策支持：2024年3月22日(北京市商务局、北京市发展和改革委员会)：79项鼓励支持发展的商业项目，包括超级市场、便利店、社区早餐店、食品店、日用品店等。限制的商业项目有：地区级以上商业中心和规划的特色商业街(区)以外限制新增加营业面积5000平方米以上的大中型零售商业设施;城区二环路以内，限制新增加营业面积10000平方米以上大型百货店、大型综合超市;城区三环路以内限制新增营业面积10000平方米以上的大型仓储式商场、大型专业超市、各类大型批发市场;城市中心区、市级商业中心、地区级商业中心、中关村科技园海淀园、商务中心区限制新增各类初级集贸市场、批发市场等。

4、全新的销售机会：只有水果连锁店还是空白。而其它行业连锁店都处在微利竞争状态下。

5、新颖的销售方式：开放式的自选。

6、多样的服务项目：提供自动榨汁服务。提供组合包装箱，及在店内介绍各种水果的特征和适合食用的人群，引导健康消费。

7、水果的购买状况和消费者的心理：时间忙，没有多余的时间用来购买水果。超市和批发市场因为是购买别的产品为主，所以不会购买很多的水果。

8、庞大的市场：国家计划在20\_\_年使人均消费水果达到40公斤。20\_\_年48公斤。2024年53公斤。也就是说到2024年，水果要有2500万公斤的消费增长。市场巨大。是现在市场的40%。

四、特色服务

1、给顾客全新的、放心、保证质量和便宜的放心消费地点

更多的顾客选择去超市购买水果，除了是在购买其他商品的时候见到有水果销售，顺便购买外，剩下的原因就是超市的水果不管是从产品外观、产品质量、分量上都可以让消费者很放心。并且开放的自选方式可以让顾客有更多的挑选余地。对于我们的水果超市，采用统一装修、统一店面布置、统一采购、统一配送，并且全部产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后在进行销售，完全可以给予顾客以上心理的满足。

2、独特引导消费

现在的顾客购买水果，完全是凭借自己的口味和喜好来选择水果消费，而忽视了水果本身的特性和适合食用的人群。通过对众多的消费者的调查，发现几乎没有一个人能说出菠萝的特性和适合食用的人群，及肝病、胃病病人应该吃什么水果，不适合吃什么水果。这就说明大家都是在盲目的消费水果。没有什么水果消费常识也就会闹出给糖尿病病人送香蕉的好心办错事情的误会。作为一个水果零售商、我们的责任就是要教会大家如何合理的消费、食用水果。在这方面，我会在店面张贴每种水果特性的海报及适合食用的人群，和好坏等级的`鉴别方法，引导大家健康的消费。

3、提供多种多样的服务来针对不同的消费群

水果消费者一般会分为自己食用和送礼2种。针对送礼人群的心理及包装需要，我们会专门设计些可折叠或组合的不同容量(3G、5G)等包装组合，有偿提供给消费者。也就是说，顾客可以随意组合、购买水果。购买完后如果需要包装盒，只需要交纳一定的包装费，就可以得到店内的包装盒(可分为祝寿、探望病人、看望亲戚等几种)，并可以得到贺卡一张。这样，既让消费者明白消费，免去了在游商或其他商家处购买的昂贵礼品装水果，又可以保证质量。

4、深入挖掘水果的特性及消费者的其他需要

随着人们的收入增加，更多的消费者开始饮用新鲜果汁。针对消费者的着方面的需求，每家水果连锁店都会有免费使用的榨汁机供顾客使用。顾客在购买完水果后，可以自助的免费使用水源清洗水果并免费使用榨汁机，将水果榨成果汁。如果顾客自带容器，我们将不收取任何费用。如果顾客想将果汁带到家庭、公司或在路上饮用的话，我们将有偿提供一套容器(包括朔料杯、吸管、蜂蜜、砂糖等，并帮顾客封装好)的服务，便于顾客把新鲜的榨的果汁带到任何地方饮用。在卫生方面，顾客每使用完一次榨汁机，我们都会对机器进行消毒处理，然后放进消毒柜，保证卫生。

大学生创业活动策划

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