# 2024年创业计划书 创业计划书应该(8篇)

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2024-10-16

*时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。相信许多人会觉得计划很难写？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。创业计划书 创业计划书应该篇一现在4个多月了，就初期来说还算不错，没有出现通常的亏损...*

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。相信许多人会觉得计划很难写？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**创业计划书 创业计划书应该篇一**

现在4个多月了，就初期来说还算不错，没有出现通常的亏损期。店里刚上了宽带，这下我可以好好跟大家交流了，特别是莫大侠在前期给了我不少点拨，非常感谢。我把自己开店前自己做的分析和计划给大家交流交流，希望多给意见；因为店一开起来人往往就不可避免的陷入到做不完的事务之中，反而少了前期时对行业对自己所做的事的思考，人被事推着走，对前期的计划不重视了，我觉得不好，想跳出来。我想跟各位交流可以帮助我做到这一点，也希望我的班门弄斧之作，也能给有心的朋友一点启发。

在广元开设小型特色书店的分析（征求意见稿）

[提纲与摘要]

环境分析：

一、广元图书零售市场的现状

二、目前广元图书零售行业已存在竞争者的分析

1、国有书店仍然占主导地位2、民营连锁书店在悄然兴起3、本地个体书店已长期存在

三、开设的时机――紧迫性书店定位：一、小型---“小而精”二、特色三、核心竞争力投资预算：一、图书商品的采购二、设备采购与装修三、店面租金收益预测盈亏临界分析--损益平衡点投资回收期风险规避远景规划一、扩大单店规模。

二、开设分店书店的长期目标

环境分析：

一.广元图书零售市场的现状广元市区总人口约30余万，市级与市中区直属机关和行政事业单位集中分布，各类学校20余所，在校学生4万余人。（人口）广元市区是整个广元地区经济文化的中心，经济相对发达，人均收入较高，形成了一定对文化商品的购买力。（购买力）随着社会经济的发展，社会价值观发生了巨大的变化。

在类似广元这样的中西部经济较落后的中小城市，人们更加渴望获取先进的信息，学习优秀的文化，吸取更多的知识；藉以改变自身落后的面貌，由此产生了对文化商品丰富的需求。（购买欲望）由于本地文化发展的滞后，文化消费市场不发达，种类单一。虽然存在各种书店，但没有充分满足读者日益增长的需要，图书零售市场仍有容纳小型特色书店的空间。

二、目前广元图书零售行业已存在竞争者的分析1、国有书店仍然占主导地位（广元市新华书店、四川省新华书店集团下属连锁店）优势：1）声誉与品牌优势几十年来对广大读者根深蒂固的影响；2）总体实力强大资金、人员、系统不是小型书店能够比拟的；3）政策优势对教材教辅的垄断经营。

劣势：

1）运行成本高，不具备价格优势；

2）管理环节较多，对市场需求反应速度慢；3）服务意识缺乏，特色化个性化服务没有，欠缺文化氛围；4）国家对教材教辅市场的逐步开放。

对策：没有总体抗衡的实力，采取市场补缺者战略1）细分目标市场，避开主导者的优势商品；2）着力降低经营成本，让利于读者；3）狠抓服务质量，提供多样化的服务形式，提高读者的认可度和忠诚度。

2、民营连锁书店在悄然兴起（习殊书屋、百可悦目）优势：1）在当地已有一定数量的读者群；2）统一采购，销售方式灵活，有一定价格优势；3）较为重视服务工作。

劣势：

1）决策管理层不在当地，信息、决策沟通不畅；2）门店营业人员素质普遍不高，欠缺工作热情和服务意识；3）门店日常工作缺乏成熟的管理程序和操作流程。

对策：最主要的竞争者，构成最大的威胁。采取市场跟随者战略，待时机成熟可采用市场挑战者战略。

1)在市场区域和经营种类上形成差异；

2)加强特色化、个性化服务；

3)提高新书上架与读者订书到位的速度。

值得一提的是，北京百可悦目公司于20xx年1月26日在广元政府街开业的分店，百可悦目以其清新的门店环境、丰富及时的图书种类、新颖的图书陈列方式以及优惠的销售策略，一改本地民间书店陈旧、凌乱、家庭作坊式的形象，赢得了读者的喜爱，在开业第一个月就取得了2万余元的营业收入。个中经验值得思考。]3．本地个体书店已经长期存在（小小书店、南街书店、利州书店、弘文书店）优势：1）经营时间一般较长，有一定知名度和顾客群；2）经营方式灵活：零售、少量批发、租书；3）价格优势，且有可能出售盗版图书。

劣势：

1）作坊式门店，环境差，没有文化氛围；2）缺乏经营管理意识，得过且过；对策：此类书店一般不会形成较大威胁。

三、开设的时机――紧迫性广元的图书行业中，虽然本地的新华书店一直占主导地位，但改革开放以来的很多年，广元新华书店的门市业务却不断的在萎缩，门市越来越小，主要靠对教材教辅的垄断经营维持生存。

然而，从20xx年起，四川省新华书店系统从成都开始在全省范围内开展连锁经营，20xx年9月，在广元东坝开设了广元的第一家连锁店。而且，北京有名的习殊书屋连锁店也于20xx年落户广元，新兴的百可悦目于20xx年1月在广元老城区开业。虽然有这些对手先行进入了广元市场，但除了新华书店以外，其他的对手都还没有形成广泛的影响，对市场的占有也相当有限。

当然，随着时间的发展，他们对市场的影响会越来越大，地位也会越加巩固。因此，在对手立足未稳的时候，尽快进入广元的图书市场是必要的，也是可以事半功倍的。否则，一旦市场格局已定，大部分读者形成对已有书店的偏爱，再要从中形成自己的优势恐怕就会是事倍功半了。书店定位基于以上分析，广元市区还存在适合小型综合书店生长、发展的市场环境。

然而，影响书店生存与发展的因素是多方面的，书店是否进行了准确的市场定位是其能不能顺利地在行业中站住脚的重要因素；在书店进入市场之前的初次定位尤其关键。书店的市场定位就是要对本书店的产品和服务进行设计，从而使其能在读者心中占有一个独特的、有价值的位置。定位的核心是“差异化”一、小型 ---“小而精”根据广元市区的市场规模与行业状况，小型门店成本低、投资风险小，更有利于开展特色经营与提高服务水平，充分利用场地，降低成本，以价格优势吸引读者。针对新华书店“大而全”、“小而全”的特点，从书店的装潢、陈设到图书的品种、陈列以及各种服务都要突出“精”的特点。

1．小巧的环境布局给读营造一个清新舒适、格调高雅的文化氛围，有利于读者读书的而不仅仅是买书的环境。（形象差异化）2．亲切周到的服务努力拉近与读者的距离，一切从读者的需要出发，体现文化行业的特色，突出人文关怀。（服务差异化）

二、特色同样针对新华书店种类全面的特点，加之广元地区目前还没有对某一领域图书突出的大量的需求，书店在种类和数量上完全没有优势，而且做某一门类的专业书店的市场条件也不成熟。

1．“特色”是要在既不追求全面又不专做一类的情况下，抓住几类市场需求较大或者新华书店忽略了的又有一定市场需求的图书，深入地挖掘，做出专业水平。（产品差异化）2．“特色”还要在经营的范围上考虑。比如，文具、贺卡，以及图书包装、礼仪送书等增值服务。（产品差异化）3．在直接面对读者零售的经营方式之外，主动出击挖掘客户，争取集团购买的大客户。

三、总的来说，书店的核心竞争力就是：有针对性的图书种类，全面人性化的服务。尤其是服务，因为“书店出售的所有东西里，只有服务是自己的产品”。当然，书店的定位不是一次就能适当合理的确定，也不是一成不变的。必须根据市场情况和竞争对手的变化，需要适时适当的不断加以调整和改进。投资预算书店的投资主要是前期铺底图书与书架等设备的采购，以及门店的租金与装修。总投资6万元，其中3万元为前期图书的采购；2万元为预付店面租金和店面装修及设备采购；1万元为备用金。

一、图书商品的采购书店计划经营各类图书20xx―3000种，3000册左右，总码洋5万余元，实洋2.5万元左右。

二、设备采购与装修

根据书店的定位，书店的环境应与一般个体书店有明显的区别，整洁、明亮，具有时尚气息和文化氛围，必须在书架和装修上能体现出来。门店应进行经济型的装修。

三、店面租金

月租应在预计销售额的10%以下，以5―8%为宜。收益预测书店定位销售的少儿、大众文化、教辅等种类图书的批发折扣一般在6折以下，如按定价销售则有40%的利润空间；按照广元的市场情况，如以8.5折进行优惠销售就能够形成价格优势，而且仍有25%以上的利润空间书店每月的固定费用 =房租（含水电）+税费 +人员工资 (实际运行中还有不少杂费)每月预计总额 = 1500 + 300 + 1200= 3000。书店的变动费用，如运费、宣传费等，可列入总经营费用，视为0。

那么,书店每月的损益平衡点 =固定费用 = 3000元损益平衡点营业额 =固定费用 /毛利率= 3000 / 0.25 = 12000元即:每月营业额达到 12000元，平均日销售额 400元就可保证收支相等。在一般情况下，书店日均营业额达到700元左右，月营业额达到20000元。则：月毛利额 = 20000 x 0.25 = 5000元月净利额 = 5000c 3000 = 20xx元净利率 = 20xx / 20000 = 10%年净利额 = 24000元

即：一般情况下，按计划总投资6万元计，两年半即可收回全部投资。[对照百可悦目书店，营业面积不到40平方米，图书3800余册，在开业的第一个月（20xx年1.26―2.25）,没有进行系统的宣传推广活动的情况下，就达到了22000余元的营业额。]在保证书店店面正常营业的前提下，书店可以采取多种宣传促销手段，拓展新的销售渠道，尤其是学校、幼儿园和机关单位的批量购买，对提高营业额应有不小的贡献风险规避任何经营都有一定的风险，无庸多言。

如何正视风险的存在、防范规避风险就显得尤其重要。书店经营的风险相对较小，因为目前图书批发市场是明显的买方市场，批发商从出版社进书基本都是“寄销”的方式，三个月回款，而且剩余滞销图书都可以退货。零售书店从批发商处进书也采用类似的方式。这样，书店的风险就主要来自自身的经营管理，如何降低成本，开拓市场，吸引读者等方面了。需要做好以下工作：一、在充分进行实地观察、市场调查的基础上谨慎选择店址。

二、尽可能控制固定费用，减少固定设备的投资。

三、建立完备的会计制度，作好详细经营记录。

四、理智对待经营状况不佳的情况，全面分析、解决问题。

五、确属选址错误，应早做另觅佳址的打算。

远景规划书店定位是：在广元市区有一定竞争实力的特色书店。能够吸引一部分读者，并能拥有自己忠实的顾客群。书店经营的目的是：占有广元图书文化市场的一定份额，形成长期的盈利能力。一旦经过努力经营和不断摸索，书店能够按计划达到目标，并且形成了一套成熟的经营与管理的模式，有了由少而多的资本积累，就可以争取投资，进行发展。

发展的方式可以从以下两方面考虑：

一、扩大单店规模。（营业面积、经营品种、经营范围）这种方式风险较大，需要依靠对当地市场容量的充分了解和合理预测，以及在竞争中取得一定的优势。在有新华书店大中型书店的区域应不考虑使用。

二、开设分店有了广元市区母店的成功经验，加之在母店经营过程中与供货商建立的良好关系，在市场竞争较弱的区域开设分店是一种投资孝易于操作的方式。

有以下两种方向可以考虑：

1．横向（在广元市区的其它区域）在市区内开设分店可以采用围绕母店设售书点的方式进行，既可充分利用母店的图书资源，扩大影响提高知名度；又节省投资，降低成本。

2．纵向（在广元市下属的区县）区县的优势在于竞争者少，尤其市新华书店的连锁还没到达区县一级，读者的需求长期得不到满足。劣势在于购买力较为低下。

书店长期的目标在于：在西部欠发达地区的中小城市经营图书文化商品，沟通信息，传播文化，形成一定规模的小型特色连锁书店，最终实现社会效益和经济效益的最大化。

**创业计划书 创业计划书应该篇二**

一、企业概况

1.主要经营范围：

各类文具，包含本(笔记本、日记本、进程本、理财本、便利贴等)、笔(圆珠笔、中性笔、钢笔等)、 其他创意文具等。

二、创业计划作者的个人情况

1.以往的相关经验(包括时间)：

曾经做过联通的销售，在做联通销售过程中，为了提高业绩，购买了很多文具做奖品;做过超市的促销员，知道在实践中如何了解客户需求;多次参加学校组织的销售活动。

2.教育背景，所学习的相关课程(包括时间)：

本科学历(20xx~2024)，在校主要学习课程：市场营销学，广告学，物流学，市场调研与预测，电子商务学，组织行为学，经济法等。

自修心理学。

三、市场评估

1.目标顾客描述：

时尚的中学生和大学生，喜欢高档文具而且有支付能力。

2.市场容量或本企业预计市场占有率：

最佳市场为大学学生。大学学生有一定的消费能力，且有一定的文具爱好群体。学生群体容易受流行趋势改变，在培养爱好方面不吝啬，正是我行我素的年纪，彰显个性是这个群体的普遍特点。

3.市场容量的变化趋势：

学生群体中有彰显自己个性的文具很少，根据自己的需求定制文具的更是少见。不过高档文具的需求量相对不会太多，顾客群体比较固定。

4. 竞争对手的主要优势：

周围文具店的文具比较大众，质量、价格在中低档次，适合大部分学生群体;文具类别齐全，能够满足大部分消费者的需求。

5. 竞争对手的主要劣势：

文具大众化，类别齐全但是每个类别的产品都很普通;文具没有个性，往往消费者想要的符合自己个性的文具在文具店里是买不到的;服务一般或者恶劣。

6.本企业相对于竞争对手的主要优势：

文具质量好，品种多，符合大学生赶潮流的脚步;根据季节调整产品类型，如冬季会有拖鞋、手套、围巾;文具可定制，彰显每个客户独立的个性。服务好，秉承着让每个客户满意的原则。

7. 本企业相对于竞争对手的主要劣势：

价格贵，定制产品需要时间。

四、市场营销计划

1、产品

2、价格

3、地点

(1)选址细节：

(2)选择该地址的主要原因：

学生密集地，有大量的目标客户群体，且有消费能力。 (3)销售方式(选择一项并打勾)：

将把产品或服务销售或提供给： 最终消费者 零售商 批发商

(4)选择该销售方式的原因：

文具是学生的必备品，大部分的文具店销售的文具形式单一，质量不齐，不能满足学生需求。学生最大的特点是彰显其独立个性，为了个性舍得花钱。

4、促销

五、企业组织结构

有限责任公司 个人独资企业 其他 拟议的企业名称:银丝面馆 企业员工：

职务 月薪

销售员 1200 制作人员 1500

企业将获得的营业执照、许可证：

类型 预计费用

消防安全合格鉴定书

1000

公共场所卫生许可证 500

营业执照 200

企业的法律责任(保险、员工的薪酬、纳税)：无

六、固定资产

1、工具和设备

根据预测的销售量，假设达到100%的生产能力，企业需要购买一下设备：

2、交通工具

3、办公家具和设备

4、固定资产和折旧概要

**创业计划书 创业计划书应该篇三**

主要经营范围 ：自然甲修护,手绘甲,水晶甲,贴片甲,手足护理,光疗甲,彩绘

企业类型：零售、服务、新型产业 二、创业计划作者的个人情况 以往的相关经验

王诗琳 ：10年上海世博会意大利馆担任staff的工作 吴青晓 ：10年在798参加north earth品牌活动兼职 王屹竹 ：10年在798参加north earth品牌活动兼职 任潇潇 ：10年瑞丽杂志推广发布会礼仪、

在百特英语做过市场专员、 九龙斋酸梅汤促销员 国展的展台宣传 09年步步高点读机导购

教育背景，所学习的相关课程：

王诗琳 ：目前在北京青年政治学院学习国际商务专业王屹竹 ：目前在北京青年政治学院学习国际商务专业 任潇潇 ：目前在北京青年政治学院学习国际商务专业 吴青晓 ：目前在北京青年政治学院学习国际商务专业 目前在自学天津理工大学项目管理专业 三、市场评估

目标顾客描述 ：美甲店的消费人群并不广泛，消费者年龄构成也有局限性，一般来说，是针对女性为核心，特别是对新鲜事物充满兴趣的年轻女孩才是美甲店的消费的主力军

市场容量或本企业预计市场占有率 ：随着美甲行业在国内的发展日趋成熟，美甲行业的发展规模将从起步阶段的市场拓展层面，逐渐扩大到社会影响层面和人文关怀的生活层面。极具活力的流行文化和时尚氛围，为美甲业规模发展提供了广阔的发展前景

市场容量的变化趋势 ：美甲行业进入中国，从概念普及、行业成型到市场不断扩大不过十年，但随着中国经济的快速发展，消费观念的更新，从成熟的国外市场发展经验来看，中国的美甲行业将进入高速发展的阶段。美甲行业蕴涵巨大的利润空间，据专业调查机构报告显示，我国美甲市场每年以300％左右的增长率迅猛发展。我国具有庞大的消费人群。美甲行业已成为最具前景的投资项目。

1. 开店时间比较早，提前占领市场 2. 有美甲的经验 3. 技术娴熟

竞争对手的主要劣势： 1. 店面环境不够干净整洁 2. 服务态度较差，不够认真

本企业相对于竞争对手的主要优势： 1. 美甲材料及器材质量好 2. 有一定的经验

3. 服务热情周到，态度好

4. 地理位置优越，有大量的客源 本企业相对于竞争对手的主要劣势： 1. 美甲操作技术不够熟练

2. 经营美甲店经验不足 四、市场营销计划

因为该处是繁华的商业区，周边还有几所学校，来此购物的人很多，客流量大，女士尤其多，她们逛街累了，可以做指甲。 （3）销售方式（选择一项并打√）：

将把产品或服务销售或提供给：√最终消费者 □零售商□批发商 （4）选择该销售方式的原因：

因为美甲这种店，是现场做的所以只能直接面向最终消费者。 企业将登记注册成： 个体工商户 企业名称：

企业的员工（请附企业组织结构图和员工工作描述书）：

职务 月薪

店长：1名 5000元 销售人员： 2名 1000元/月 美甲师： 6名 20xx元/月 企业将获得的营业执照、许可证：

类型预计费用 个体工商营业执照 50元 企业的法律责任（保险，员工的薪酬、纳税）：

种类预计费用 个人所得税15060.2元/年 城市维护建设税

元/年 1676.2

**创业计划书 创业计划书应该篇四**

创业计划书要考虑人事需求，并且具体考虑需要引进哪些专业技术人才、全职或兼职、薪水如何计算，所需人事成本等。

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。

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，20xx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。

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，

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。

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。

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。

**创业计划书 创业计划书应该篇五**

主要经营范围： “xxx”是提供diy手工活动的专门机构，项目有手工软陶，各种手工粘土，手工不织布，手工丝带花蝴蝶结，手工串珠等多种diy制作。“xxx”提供手工所需要的原材料、制作工具、专业教授指导，以及温馨的体验环静。并且承接各种商业活动，例如房地产的暖场活动，早教、幼儿园的各类手工培训。以及销售公司的品牌推广、老客户回馈等工作。

在追求个性，彰显自己的时代，diy是一个可以实现自己理想的地方，和三五个好友一起来xxxdiy一起享受休闲时光，并可以制作出属于自己独一无二的作品，永久保存，一起回忆那甜蜜的一刻！

以往的相关经验（包括时间）：

20xx年11月至20xx年5月 上海太太乐食品有限公司 从事销售主管职位

20xx年7至20xx年5月 广东群禾药业有限公司 区域主管

本人从事多年的市场营销工作，对于市场开发、市场管理、市场促销、团队管理等有丰富的经验。并对于市场有较高的敏感度，对于diy行业关注调研很久，并在手工艺有一定的技能。

1、亲子类：现在的人们生活节奏快，和孩子在一起的时间太少啦，在xxx和孩子一起diy软陶粘土穿珠等手工，共同动手制作，并可以永久保存，一起记录孩子成长的点滴。让孩子在动手的同时锻炼大脑，调节思维，激发创作力和想象力，是孩子学习美术的基础，学会色彩的搭配，并且有老师的专业化指导。

2、情侣、大学生类：情侣现在已过啦逛公园的时代，总看电影，k歌，吃饭也没有意思啦，还能干什么呢？来xxx，一起diy 一起做属于两个人共同的产品，享受共同的美好时光。大学生三三两两的好友共同来diy 体验一起操作的乐趣，欢乐时光一起度过。

3、妇女、老人类。

1、顾客群的市场容量：在本店面的附近有3个中学，4个幼儿园、2个早教中心，一个大学，对于亲子类的顾客有良好的客源。并且我工作室坐落在小区内，本小区的容积为10万人，附近有万新村等大型的居民居住区，有效的保证客源。

2、消费价格：人均消费为20—30元/3小时，价格适中，适合各类的消费群体消费，并且有vip储值卡，价格更加优惠，适合多次消费，形成顾客群，老顾客能带动新顾客。

3、专业性：顾客在家不能得到专业的指导，而在xxx可以得到老师的专业指导，做出任何想做的产品，实现自己的理想，也可以带图加工。

4、diy行业在天津不发达，消费者不了解该产品，只有少数的几家从业者，并且通过调查和了解，并不专业，只是提供材料顾客自己操作，营业的面积较小，不能提供专业的指导，而在大商场内有一家专门的全国性的机构在销售该产品，价格偏高，在推广过程中也是限制广大的入门消费者。

5、亲子类的产品活动现在较少，情侣和大学生也是在寻找更好的有意思的地方去消费，而我xxxdiy手工工作室正是迎合啦广大消费者需求，追求个性，自己动手，共度美好时光，美好的回忆，作品能够永久保存。

6、我司可以同早教机构、幼儿园、广告公司、房地产公司等等各类需要合作的单位进行合作，提供现场教学，商业活动，暖场活动，提供从市场策划、执行操作、活动评估等一系列的营销工作。

综上所述，xxx的前景非常的看好，市场的容量非常的巨大，在两年内应该达到50%的市场占有率。

1。地点为市中心，比较方便，经营场地较大

2。开业时间较早，积攒一定的老顾客

1。不专业，没有老师指导

2。产品价格虚高

3。产品质量较差

4。服务不周到

1。价格适中，消费档次比较分开

2。产品质量有保证，厂家直接供货

3。经营地点方便好找

4。 有专业老师指导，可以学会很多diy的知识

5。配件齐全，学习资料齐全，图册书籍丰富

1。开业时间较短，需要一定的时间积累老顾客，形成自己的顾客群

2。推广时间较短，消费者需要一定的时间来了解

1。产品

2。价格

3。地点

（1）选址细节：

（2）选择该地址的主要原因：交通方便，房租便宜，顾客群集中

（3）销售方式（选择一项并打√）：

将把产品或服务销售或提供给：□最终消费者 □零售商 □批发商

（4）选择该销售方式的原因：直接面对消费者，有最直观的问题反馈，随时做调整，适合消费者的需要。

4。促销

企业名称： xxxdiy手工工作室 企业的员工（请附企业组织结构图和员工工作描述书）：

职务 月薪

业主或经理 3000元/月

员工 20xx元/月

企业将获得的营业执照、许可证：

类型 预计费用

个体工商户 500元

企业的法律责任（保险、员工的薪酬、纳税）：

种类 预计费用

纳税 300元/月

保险 1500元/月

1。工具和设备 根据预测的销售量，假设达到100%的生产能力，企业需要购买以下设备：

2。办公家具和设备

3。固定资产和折旧概要

1。原材料和包装

2。其他经营费用（不包括折旧费和贷款利息）

**创业计划书 创业计划书应该篇六**

可经营范围为中西式甜品。品种包括冰淇淋蛋糕类、冰淇淋类、冰淇淋曲奇饼类、沙冰刨冰类、糖水类、羹(露)类、粥类、果汁类、调味乳制品类、布丁类、药膳滋补炖品类、凉茶类龟苓膏类、中式传统点心类等。 具体经营方面再做讨论 经营宗旨

舒适、小资、时尚。

附近一切设施正在完善之中，所以这就是我们的机会。我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场目标顾客及全校师生。

众口难调,要尽可能让甜品口味适应各各类品味的顾客。推出诸多款式的甜品可供各类顾客挑选,届时需要同师傅协商 营养全面，健康更多

经营品种除了普通的冰品甜品外，还有在我国南方部分地区教为流行的药膳滋补炖品类（冬天）。价格表上列明每种甜品所含的补品成分、药膳滋补功效、适应症等，以便顾客按需选择。低热量、有良好养颜功效的甜品，针对女生的心理所好，令吃甜品和保持好身材不仅不冲突，而且能够通过食补养颜。

设置在九龙大道，原因是人流量大，毕竟想吃东西主要集中于九龙大道。

管理方式再议，管理队伍职能方面由两面投资人再议

清洁光亮，窗明几净。渗透好甜美、健康、时尚的企业文化。根据不同甜品品种，使用各类特制碗碟。碗碟高雅脱俗，使顾客一看餐具就产生舒心感觉。

在新年、端午节、中秋节及西方的圣诞节，情人节等重大节日，在校内或店外组织露天主题活动，旨在增强消费者对本店产品的印象。活动通过分发快递活页广告、进行产品知识问题竞答等方式，给予参与者相应奖励。奖品包括印有心甜卡通图案的小礼物、优惠券及最新产品品尝券，每次活动花费约1000～20xx元。

桌椅、碗勺、厨具、消毒柜等设备预付店租、装潢原材料

**创业计划书 创业计划书应该篇七**

我国经济飞速发展的今天，市场日趋完善，商品日渐丰富，不论是生产性企业，还是商业，只要把握好了物流这一环节就等于掌握了通向全身的命脉。电子信息时代，信息发达，各地的市场的竞争就是时间的竞争，是时间要求我们以最快的速度完成我们客户所需要的服务。

整个苏北和鲁南的经济发展为物流的发展提供一个广阔的空间，我们正是抓住了新沂地区，新兴的交通枢纽城市，良好的工农业基础为依靠，优惠的创业政策为后盾，使我们的创业有了以很好的平台。

中原物流公司致力于整合地区物流资源，公司设在新兴交通枢纽城市---新沂，是面向周边地区的地区性物流公司，主要业务：对产品运输、保管(即仓储)、代加工、包装及配送。公司采取有限责任公司的组织形式，公司的权益由投资商所有。

第一年，公司成立，建立仓储、办公场所，完成业务流程设计，信息平台的建设，在新沂地区建成最初的业务关系网络，并试着向周边地区发展。

第二年开始，将与周边地区公司合作，共建区域性物流网络。逐步与国内外的企业联系业务，成为其在鲁南苏北地区的物流服务提供商。

长期计划，将公司发展为中原地区最具实力的，业务覆盖全国，涉及海外业务，技术设施齐备的物流公司。

公司创建人员为本院的四名学生，分别是电子商务专业，财会专业。我们将聘请周玉泉老师为公司物流技术顾问，原新沂铁路货运主任郭景民先生为业务发展顾问。

公司将招聘一些物流技术人员，有电子商务平台开发经验的计算机人员和有相关工作经验的人员，来组建最初的公司。

我们将以人为本，本着“我为人人，人人为我”的服务理念，创造人性化服务的物流企业，以提高员工素质，增强团队理念为企业生存之根本，创造一流的服务，一流的企业。

我们的服务宗旨是：更便捷，更安全，更准时的物流服务。

我们的目标是将公司建设成为，以新沂市为中心方圆150公里范围内较大物流公司。公司经营范围国内外物流中介，运输服务、电子物流、管理服务、包装物流的综合性物流公司。

**创业计划书 创业计划书应该篇八**

1、本店属于外卖餐饮服务行业，名称为“贴心外卖”，是一家个人独资企业。主要提供中式早点、午餐、晚餐以及夜宵。

2、不同与一般的餐饮店，本店的特色是，集为难各县区的特色小吃为一体，而且提供的是无公害、无污染、生态安全的食品，以满足各类顾客的需求。

3、贴心外卖店位于渭南市金水路中段，本店的定位为中低档外卖店，以满足大部分顾客群体的消费需求。

（一）渭南市餐饮行业的现状

经调查发现，渭南市的餐饮业主要分为：高档酒店、高档专业饭店、专业快餐店、中低档餐馆以及街边小吃。除了肯德基、麦当劳等大型快餐店提供外卖服务外，其他饭店几乎不提供此项服务。

（二）市场需求情况分析

1、社会人群需求情况：首先是白领阶层，随着工作压力加大，生活节奏地加快，他们的就餐时间也在不断的缩短，而便捷优质的外卖恰好帮他们解决了就餐时间问题;其次是商场、商业店铺等的工作人员，尤其是像渭南双元商厦、华岳商场等商场里的工作人员。这些商场离得店铺基本都是私人店铺没有人换班，在价值人流量大，他们基本没有出去吃饭的时间，那么实惠可口的外卖当然是他们的最佳选择了;最后是社会上的80后家庭，对于他们这群人来说，大部分人都不会或是不喜欢做饭，而且，还喜欢上网，看电视不愿出去吃饭。但是，他们的工资水平又不高，整天吃肯德基、麦当劳等快餐是不可能的，而我们的中低档外卖刚好符合他们的消费需求。

2、学生人群需求情况：学生人群主要以大、中专生为主。首先，因为他们课业安排不多，时间比较自由，大部分人平时都喜欢呆在宿舍，要么睡觉，要么上网、看电视，尤其是男生，他们常常会玩游戏玩的废寝忘食，错过来人吃饭时间。再者就是好多人夏天嫌热，冬天怕冷，不愿意出宿舍去买饭，而我们的贴心外卖刚好符合他们的需求，让他们可以享受不出宿舍就能吃到可口饭菜的生活。其次，像渭南师范学院、陕西铁路职业技术学院等院校，外地学生都比较多，在渭南呆了几年了，他们肯定也希望能品尝到渭南的特色小吃，现在是不出宿舍就能吃到，他们肯定也乐意了。

（三）竞争对手分析

本店周围主要是一些火锅店等传统餐饮店，虽然会对我们外卖店产生影响，但影响并不大。而主要的竞争对手是肯德基、麦当劳等大型的附有外卖服务的快餐店，他们的品牌老，成立时间长，快餐品质优，服务质量好，有许多忠实顾客，但是，他们店的食品价格都比较高。

随着科学技术的进步，经济的发展，人们的生存危机感却越来越严重了。经济发展了，人们的生活水平是提高了，可人们的生活压力，工作压力去却越来越大。科技进步了，各类转基因食品，人工合成食品也先后即出现了。食品的种类是多了，可人们能吃的，敢吃的安全食品却越来越少了。

为了消除人们的生存危机感，减轻人们的压力，使人们能吃到安全可口的食品。本店创立的初衷就是要为人们提供无公害、无污染、纯天然原料做成的饭菜，而且我们的外卖包装采用的是铁制的，可重复使用的无污染饭盒。同时，我们便捷优质的外卖服务可帮人们解决因工作压力导致的就餐时间短问题。

我们的宗旨是“为顾客提供生态、安全、便捷、优质的\'外卖服务”。

本店处于初创阶段，组织结构主要采用直线制，具体结构如下：

由于本店刚成立，资本和规模都有限，店内部门设置不是很完善，同时由于人力资源问题，本店的营销推广活动及人力资源管理活动主要由总经理于店长共同完成。

下面主要以swot分析法对市场竞争情况进行分析

s：首先，本店的饭菜主要以无公害、无污染原料做成的，符合现代顾客对食品消费的需求，而且，与肯德基等快餐店的外卖产品相比，价格相对比较便宜;其次，与渭南其他传统饭店相比，本店提供的外卖服务更符合现代顾客的需求;最后，不像西式快餐店，主要满足的是青年人群的需求，本店提供的饭菜是中式口味，面向的是所有年龄段的人，覆盖面比较广。

w：本店提供的饭菜虽然物美价廉，但由于刚成立，与别的外卖服务相比知名度不高，没有形成品牌效应，顾客对我们产品缺乏信任感。

o：随着人们生活水平是提高以及各类食品安全问题的出现，使得人们对食品质量的要求越来越高，同时，人们更倾向于购买无公害、无污染的绿色食品，这对于我们店来说是一个很好的机遇。再者就是，人们就餐时间的缩短，加之大量商业工作人员的出现以及大批学生的涌入，为外卖服务的发展提供了机遇。

t：虽然现在看上去外卖服务的前景一片光明，可随着经济的发展，餐饮业的规模越来越大，普及率越来越高，人们的就餐会越来越方便，从而会冲击外卖行业的发展。同时，随着发现外卖商机人数的不断增多，外卖服务点也会越来越多，进而使得本店的竞争对手也会越来越多。

（一）s（市场细分）

1、地理因素细分：渭南属于中小城市，且地处北方，消费群体中北方人居多，而且以渭南本地人口以及周边城市的流动人口为主，饭菜口味相差不大，主食主要偏好与面食，

菜品偏好于素菜，口味稍重，而我们贴心外卖提供的饭菜恰好符合这一需求。

2、人口因素细分：随着城市化的发展，城市人口越来越多，而且，主要以青年人群为主，他们主要分布在各个商业岗位、学校等地。而就是这群人，他们的生活方式、消费方式和以前人大不相同，他们崇尚时尚，喜欢自由，追求个性，同时他们也是从小娇生惯养比较懒散，我们贴心外卖的推出刚好就满足了他们的需求。

3、心理因素细分：随着生活水平的提高，人们对生活质量的要求也在不断的提高，同时，人们的生活方式也在不断的变化。以前人们的追求是吃饱，吃好，从不考虑是否健康，而现在随着各类脑血管病、高血压、糖尿病等病的发病率的不断增高，人们的追求发生了转变，在吃饱的同时更注重的是健康。再加之各类食品安全问题的出现，使得人们更偏向于生态，安全的绿色食品，而我们贴心外卖刚好抓住这一点，填补了这一空白。

4、行为因素分析：由于人们工作压力增大，就餐时间缩短，人们普遍愿意购买实惠便捷的外卖，而且，随着大量80后家庭的出现，越来越多的家庭倾向于外卖服务，这部分人主要集中为青年人群。

（二）目标市场选择

通过对我们贴心外卖的生产能力，人力资源，财务能了等的分析以及对消费市场的分析，我们的目标市场主要定位为青年一代，他们主要以商业岗位工作人员、80后家庭以及学生为主。由于我们店初创，人力资源、财务能力相对来说还不是很强大，不能满足全部细分市场的消费需求，而在所有的消费群体中一青年一代为主，因而，我们的目标市场定位为青年群体。

（三）市场定位

贴心外卖在市场定位时，主要采用的是选择定位。

相对于肯德基、麦当劳等店的外卖服务，我们贴心外卖刚刚成立，还没有形成品牌效应，顾客信任感不强。但是，他们主要提供的是西式快餐，而我们店主要提供的是中式餐饮，更符合中国消费者的需求。同时，在渭南这样的中小城市，人们的工资水平普遍不高，当然消费水平也显而易见了，再加之，我们定位的目标顾客是青年群体，他们的消费水平会更低。因此，我们的产品主要定位为中低档市场，一次为切入点，以后逐渐扩展。 七、4p分析

（一）产品

1、产品特色：就产品本身来说，本店的饭菜主要采用的是无公害、无污染、生态安全的原料制成。同时，本店店提供外卖的包装采用的是经过消毒的可循环使用的铁制饭盒，没有白色污染，也不会对人体造成危害。就产品订购方式来说，主要有电话订购、短信订购和网络订购，方便快捷，符合现代人的消费需求。

2、产品种类：本店的特色饭菜主要有：合阳黑池羊肉糊卜、韩城羊肉臊子饸饹、大荔月牙饼、蒲城水盆羊肉、渭南时辰包子、临渭区下吉饸饹、各地特色菜品、特色面食、特色稀饭、米饭以及锅巴米饭。

（二）价格

为实现定价目标并考虑产品特点，我们采用的是会计部门提供成本估算，销售团队提供顾客的相关信息，厨房部门提供生产能力信息的方式来核算。经核算，本店的饭菜主要定为中低价位，面食一般为六元左右，肉类主食一般为十元左右，二特色菜则根据所选的菜品而定，稀饭一般为1。5元，月牙饼一元一个，夹菜1。5元，夹肉4元。

（三）促销

1、广告：由于本店刚起步，资金不是很充裕，进行电视广告、杂志宣传成本有点高，我们可以选择华商报、网络以及传单宣传。我们进行传单宣传时，主要针对的是学校，大型商场等年轻人较多的地点。

2、营业推广：本店主要采用三种方式进行营业推广。一是，为主要顾客办理会员卡，每次订餐时只要说明会员卡号就可以享受会员待遇。二是，为一般顾客发放代金券，在下次消费时可凭此券抵消一部分购物款。三是，每晚下班前把未卖完的稀饭、豆浆等封装后发给从本店门前经过的路人，以起到宣传推广作用。

（四）渠道

本店主要采用的是直接销售的方式。我们的生产原料是由本店的采购人员直接采购，而且有专门的采购点，质量有保证。饭菜是由本店的配送人员直接配送，同时，在配送过程中也可以顺便进行产品推广。除此，也可以由专人进行电话销售。

（一）餐厅治理结构

餐厅设总经理一名，对饭店的重大事项进行决策;店长兼收银员一名，负责收银以及处理店内的日常事务;厨师五名，店内服务生三名，采购员两名，外卖配送人员八名，保洁人员一名。

（二）招聘计划

1、本店将招聘厨师五名，店内服务生三名，外卖配送人员八名，采购人员两名，保洁人员一名。同时，还会依情况额外招聘贫困大学生做兼职。

2、发布招聘信息。主要在报纸、网上发布信息，同时，还会通过发传单、在店铺门外张贴海报等发布招聘信息。

3、人员甄选。本店在甄选人员时，主要针对的是厨师和外卖配送人员。厨师主要测试厨艺及职业道德，外卖人员主要应满足条件是有熟练的驾驶技能，熟悉渭南市地形。

（三）员工培训

本店的员工培训比较简单，对于厨师，他们的培训任务就是认真学习渭南各县区特色小吃的做法，不断提高自己厨艺的同时也要提高自己的职业道德;对于配送团队及服务人员主要是礼仪培训，他们的培训目标面对顾客永远面带笑容，与顾客发生冲突时贯穿顾客永远是对的思想，配送服务要全面周到，使顾客满意。

（四）员工绩效与激励政策

本店在管理上奖罚分明，对于无故旷工的员工要扣工资。对于厨师和服务人员不能实行绩效工资，而对配送人员实行绩效工资，实行底薪加提成的方式，提成是根据他们所送的外卖量而定的。对于每月在工作中表现突出的员工进行奖励，同时对于表现不好的员工还会进行必要的惩罚。

（一）财务分析

1、初始阶段的成本主要是：店铺租金与装修30000元，餐饮卫生许可证的申领1000元，厨房用具以及外卖包装购置15000元，外卖配送车辆购置25000元。

2、运营阶段的成本主要包括：员工工资、物料采购店、铺租赁费、营业税、水电、燃料费以及杂项开支等。

3、餐厅开业启动资金的来源：主要包括自己的微薄积蓄、父母及亲戚朋友的资助、通过国家大学生创业优惠政策所得贷款。

4、投资回报情况分析：根据预算分析及调查可初步确定市场容量，而且能大致估算出逐日总营业额约为20xx元，收益率是30%，毛利润是600元，由此可得投资回报期约为四个月。

（二）风险分析

复杂变幻的内外环境每时每刻都在孕育着各种各样的风险，企业要求生存，求发展，必须认识面临的各种风险，以便制定正确的经营对策，改善经营管理，避免风险。现将我

们外卖店可能面临的风险分析如下：

1、外部风险

随着中国加进wto，国外大型餐饮公司进军中国，品牌既快又多地进进中国市场，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。

2、内部治理风险

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的治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治理疏松，服务职员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部治理关系着企业的生与存，成与败。

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）项陌生产阶段的风险，假如项目已经投产，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用度和偿还债务。

（3）项陌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，假如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。

4、原料资源风险

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主包括部分肉类，是当今最受欢迎的绿色自然无污染食品，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、自然、无污染的绿色食品。

5、应对措施

（1）汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

（2）严格治理，定期培训职员，建立顾客服务报告。

（3）项目开发阶段进行严格的项目规划，减少项目风险。

（4）进入市场后，熟悉食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

（5）与原料供给商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

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