# 最新创业计划书完整版(4篇)

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-08-01

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。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。创业计划书完整版篇一一、企业概况二、创...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。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。

**创业计划书完整版篇一**

一、企业概况

二、创业计划作者的个人情况

三、市场评估

四、市场营销计划

五、企业组织结构

六、固定资产

七、流动资金（12月）

八、销售收入预测（12个月）

九、销售和成本计划

十、现金流量计划

一、企业概况

主要经营范围： 店里主要销售一些潮流服饰，主要的针对年轻人的潮流来销售

企业类型：

□生产制造 ☑零售 □批发 □服务 □农业 □新型产业 □传统产业 □其他

二、创业计划作者企业 名称 金色年代 服装店 创业者姓名 学 号 23 日 期 207.1.12 的个人情况 以往的相关经验（包括时间）： 杨宇宾（创业者）在校期间曾多次有过销售兼职经历，能够与购买者很好的进行交流

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）毕业于云南大学技术物理专业

三、市场评估

目标顾客描述： 现在的青少年追求时尚个性，不喜欢在服装方面撞衫，所以我们的目标客户就是 现在的中国青少年

市场容量或本企业预计市场占有率： 通过调查我们不难发现，现在的的服装业都被一些专卖店垄断。专卖店固然好，但是许多人去买的话必然就会出现撞衫的现象，所以在这种情况下开一间潮衣店 还是有市场的市场容量的变化趋势： 随着经济和社会的发展，人们对服装的要求并不停留在保暖上面，现在的人追求

个性化，自我化。所以许多年轻人会专门去找寻那些潮流服饰店，所以市场容量 必然是会增长的竞争对手的主要优势： 1.开设的时间长，在信誉上有一定的优势

2.在服装设计上比较强

3.有一批稳定的回头客

4.形成了一定的规模 竞争对手的主要劣势： 1.缺乏了上进心

2.一些服装款式不能吸引消费者眼球

3.风格较难转变

本企业相对于竞争对手的主要优势： 1.员工有较强的工作热情

2.服装款式比较潮流

3.能够跟随潮流改变发展路线

本企业相对于竞争对手的主要劣势： 1.在影响力上明显会弱于一些专卖店或者老店

2.欠缺经验

3.规模小

四、市场营销计划

1.产品

产品或服务 主要特征 外套 各类款式，符合各类人的需求 牛仔裤 有中裤和长裤各类的款式 t恤，短袖 夏季来临，t恤和短袖成了现在年轻人的追求 2.价格

产品或服务 成本价 销售价 竞争对手的价格 外套 200 350 400 牛仔裤 120 200 230 t恤，短袖 80 120 150

折扣销售 赊账销售 3.地点(1)选址细节：

地址

面积（平方米）租金或建筑成本 安宁市时代广场 50 50000元/年(2)选择该地址的主要原因： 靠近商业区，并且靠近市中心，来往人群较多，所以它的消费者就比较多，目标顾客就很集中。

(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：

作为提供给最终消费者的销售商，可以掌握第一手最真实最可靠的信息，并

且对此做出相应的调整 4.促销

主要是在买卖的过程中服务员提人员推销 成本预测

建议，广告 印制宣传单在小区发送 成本预测 100元/月

五、企业组织结构

企业将登记注册成：

□个体工商户

□有限责任公司 ☑个人独资企业 □其他 □合伙企业

拟议的企业名称：

企业的员工（请附企业组织结构图和员工工作描述书）：

经理 月薪 3500元/月 职务

预计费用 员工 月薪 2024元/月+提成 合伙（合作）人与合伙（合作）协议：

合 内 伙 容 条 款 出资方式 出资数额 与期限 利润分配 和亏损分摊 经营分工、权限和责任 合伙人个人 负债的责任 协议变更 和终止 其他条款

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，企业需要购买以下设备：

名称 数量

单价 总费用（元）衣架 10 200 2024 小衣架 100 3 300 供应商名称 地址 电话或传真 杭州雅戈美黛服饰 杭州乔司三鑫工业园 2.交通工具 根据交通及营销活动的需要，拟购置以下交通工具： 名称 数量 单价 总费用（元）面包车 1 30000 30000 供应商名称 地址 电话或传真 昆明

4008192717-5049 昆明长安汽车4s店

3.办公家具和设备 办公室需要以下设备：

名称 数量 单价 总费用（元）桌、椅 3套 300 900 电话 1部 500 400 电脑 1 3500 3500 供应商名称 地址 电话或传真 4.固定资产和折旧概要

项目 价值（元）年折旧（元）工具和设备 3000 600 交通工具 30000 3000 办公家具和设备 4800 960 店铺 厂房 土地 合计

七、流动资金（月）

1.原材料和包装

项目

数量 单价 总费用（元）衣服 100 350 35000 牛仔裤 100 200 20000 t恤 短袖 100 120 12000 供应商名称 地址 电话或传真 2.其他经营费用（不包括折旧费和贷款利息）

项目 费用（元）备注 业主的工资 1500 雇员工资 1100 租金 2024 营销费用 300 公用事业费 200 维修费 100 保险费 360 登记注册费 200 其他 合计 7760

八、销售收入预测（12个月）

月 份 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 合计 各 数 类 量 销售 80 75 80 81 70 20 25 30 25 88 80 90 744 数量（1）衣平均 350 350 350 350 350 350 350 350 350 350 350 350 服 单价 月销

28000 28350 24500 7000 8750 10500 8750 30800 28000 31500 260400 26250 28000 售额 销售 80 65 70 80 95 103 60 80 90 85 975 85 82 数量平均（2）牛 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 单价 仔裤 月销 16000 13000 14000 16000 19000 20600 12000 16000 18000 17000 195000 17000 16400 售额 销售 20 40 30 70 80 85 90 50 40 55 622 30 32 数量平均（3）t 120 120 120 120 120 120 120 120 120 120 120 120 单价 恤短袖 月销

2400 4800 3600 8400 9600 10200 10800 6000 4800 6600 74610 3600 3840 售额 销售（4）数量

平均 单价 月销 售额 销售 数量平均

（5）单价 月销

售额 销售

数量平均（6）单价 月销

售额 销售

数量平均（7）单价 月销 售额 销售 数量（8）平均 单价

月销 售额 销售 总量 合计 总收 入

九、销售和成本计划

金 额 月份（元）1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 合计 项 目销 含流转税销售收入 \*\*\*\*\*\*1600016000

8000 11800 13900 16000 177700 流转税（增值税）400 590 695 800 800 800 800 800 800 800 800 800 8885 售 销售净收入 7600 11210 13205 15200 15200 15200 15200 15200 15200 15200 15200 15200 168815 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 18000 业主工资 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 13200 员工工资

2024 \*\*\*\*\*\*\*\*\*4000 租金 300 300 300 300 300 300 300 300 300 300 300 300 3600 营销费用 成 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 2400 公用事业费 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100 1200 维修费 380 380 380 380 380 380 380 380 380 380 380 380 4560 折旧费 360 360 360 360 360 360 360 360 360 360 360 360 4320 保险费 300 300 登记注册费 本 1600 2400 2800 3200 \*\*\*\*\*\*0035600（1）鸡爪 原 1600 2400 2800 3200 \*\*\*\*\*\*0035600（2）烤鸭排 材

600 800 1000 1200 1200 1200 1200 1200 1200 1200 1200 1200 13200（3）烤素菜 料 300 400 500 600 600 600 600 600 600 600 600 600 6600（4）调料

10340 11940 13040 14140 14140 14140 14140 14140 14140 14140 14140 14140 162580 总 成 本 —2740 —730 165 1060 1060 1060 1060 1060 1060 1060 1060 1060 6235 利 润（税前）税 企业所得税

个人所得税 3597 费 888．5 城建税与教育附加费 净收入（税后）1749．5

十、现金流量计划 金额 月份 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 合计（元）项 目 月初现金 780 1590 2495 4295 6095 7895 9695 11495 13295 15095 16895

现 现金销售收入 \*\*\*\*\*\*1600016000

8000 11800 13900 16000 177700 金 赊销收入 流 贷款 入 其他现金流入 45000 45000 可支配现金（a）53000 12580 15490 18495 20295 22095 23895 25695 27495 29295 31095 32895 现（1）

1600

2400

2800

3200 \*\*\*\*\*\*0035600

金（2）1600

2400

2800

3200 \*\*\*\*\*\*0035600

采（3）600 800 1000 1200 1200 1200 1200 1200 1200 1200 1200 1200 13200 购 300 400 500 600 600 600 600 600 600 600 600 600 6600（4）业主工资 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 1500 18000 现员工工资 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 1100 13200 金

租金 2024 \*\*\*\*\*\*\*\*\*4000 流营销费用 300 300 300 300 300 300 300 300 300 300 300 300 3600 出 公用事业费 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 200 2400 维修费 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100 1200

贷款利息 保险费 4320 4320 登记注册费 300 300 设备 37900 37900 其他 税金 400 590 695 800 800 800 800 800 800 800 800 800 8885

现金总支出（b）52220 10990 14200 \*\*\*\*\*\*\*\*\*5 12995 2495 月底现金（a-b）780 1590 4295 6095 7895 9695 11495 13295 15095 16895 18695

**创业计划书完整版篇二**

syb创业计划书15篇

日子如同白驹过隙，不经意间，我们又将接触新的知识，学习新的技能，积累新的经验，是时候开始制定计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的syb创业计划书，欢迎阅读与收藏。

syb创业计划书1

便利店，是位于居民区附近的实体店或带给网上购物的虚拟店，指以经营即时性商品或服务为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店或网上商店。

一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者带给一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并构成了连锁化经营。未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(一)商圈理念：便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0-200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60-200平方。

(二)经营选址：一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来到达自己的经营赢利。

三、投资计划

(一)ci设计

1、企业标识：要明显的体现出便利店的经营信息，要贴合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci。既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

2、企业理念：为大众带给便利购物条件;为消费者带给优质的服务;为消费者带给适合的商品

(二)投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要贴合自己的经营特点，且能到达给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用思考豪华，只需贴合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能贴合便利店本身的特征，必要时为节约成本还能够思考由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还能够以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

照明——白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常状况下，需要持续10-15平方一根灯管即可使光度贴合经营需要。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑――一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件――与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台――收银台兼管理人员工作台。

货架――以平方数计，每4-45平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜――因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备――如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

(三)经营理念

1、贴合目标消费者需求――便利店因为都是经营的快速消费品，一般选取在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快

2、为消费者带给方便――就近的购买条件，可适当思考送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置

四、管理运营

1、制度管理：在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的，相关的管理制度有：

出勤制度;卫生管理制度;报表管理制度;能耗管理制度;设备管理制度

固定资产管理制度;采购管理制度;现金管理制度;工资的发放管理规定;员工的担保制度

管理人员的权限规定;员工的奖惩制度;员工工作制度;货架作业管理制度;商品配送管理制度

仓库管理制度;会议管理制度;耗材领用管理制度;通讯器材及设备管理制度

2商品管理：为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：

商品的进场制度;商品的销售报表;采购报表;滞销报表;畅销商品统计表

关于商品的奖罚制度;商品的配备申报制度;临近商品的处理;商品销售考核;促销商品的管理制度

3库存管理：因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品的周转率，建立有效的商品配送机制，相关的制度有：

库存报表管理;库存的限制;商品的周转周期与库存的参考

调货申请表;退货管理规定;库存周转考核;商品配送管理制度;滞销商品考核

4系统管理

系统化，信息化，数字化的管理能有效的减少商品的损耗，加强店与店之间的沟通频率，能快速的实现商品的流转，从而使资金的流转更加有效，促进企业的良性发展，因此连锁店务必将其电脑系统进行连网统一管理，以提高工作准确率和工作效率，相关的制度有

操作员的管理规定;操作员的权限;操作员的保密规定;营业额与员工工资的关系制定

a)损耗管理：制定有效的防损制度，提高员工的防损意识，发挥员工的防损用心性，有效的防损降耗措施，相关的制度有

员工内盗的处理意见;损耗的管理规定;损耗的奖惩制度;耗材管理;关于盗损的管理规定

b)促销管理：实行统一的促销政策，有利于增强企业的形象，促进商品的销售，有利于整合促销资源，实现资源利用的合理化，相关的制度有

促销管理规定;促销的申请;促销的执行考核

五投资分析

预算按120平米计算(单店)

1、a固定设施：首期(即开业前)

天花+墙面：直接刮腻子(120+120)35/平方=840元

水电设备：2500元

地板;120平方6+600+120平方12=2760元

铺面外：20xx平方=600元

店招：20平方30=600元

合计840+2500+2760+600+600=7300元

b经营设备

货架：28020+18030=11000元

电脑收银设备：3500+500+800=4800元

冰柜：18002=3600元

软件：15002=3000元

分摊总部连网费用：20xx元

收银台：1000元

烟柜：400元

酒柜：600元

电话初装费：20xx=600元

其他设备：1000元

合计11000+4800+3600+3000+20xx+1000+400+600+600+1000=28000元

c租赁押金;20xx元

d消防设备：20xx元

总投入7300+28000+20xx+2024=39300元

2、经营成本及经营费用

租金―――――-800—1000元/月

税――――――-500元(国税)+200(地税)=700/月

工商管理――――150元月

水―――――――50元/月

电―――――――800元/月

工资――――――5004=20xx元/月

耗损预估――――500元/月

总部配送费―――400元/月

总部管理费用――400元/月

其他费用――――300元/月

合计1000+700+150+50+800+20xx+500+400+400+300=6300元/月

3营业效益

预计营业额1000――1500元/日

月计营业额40000元

营业利润4000022%利润率=8800元

营业外收入500元/月

合计效益8800+500=9300元

4货值800元/平方120平方=96000元

5后期开业后的追加投入30000元

6收益分析

收益=效益-费用=9300-6300=3300元/月

年收益=3300/月12月=39600/年

不可预计费用5000元/年

实际预计收益39600-5000=34600元/

总投入=首期投入+后期追加=39300+30000=69300

年回报率=年收益总投入=3460069300=04992

预计收回投入需2年

四项目可行性

行业的发展趋势及社会经济的发展水平的上升，使项目的可行性更加强烈，鉴于此，推荐涉入此行业并构成连锁化经营，在本地市场尚未成熟之际抢占行业的制高点。

五风险规避

由于行业风险的不确定性，因此，推荐在开业之后3个月，能够透过核算将店面执行承包经营，具体方式待定，前提是统一采购，统一品牌，统一经营，可透过下述方式来执行降耗从而实现降低风险的目的，且能提高员工的工作用心性

a方案;员工入股

b方案;前期投资算做风险投资，由员工进行担保抵押经营，自负盈亏

c方案;以委托经营的模式交给员工经营，多劳多得，上交费用

d方案;缴纳承包金的形式进行承包经营

六投资解析

1前期投资：固定设施及营业设施，能够利用部分现有的设备，以降低其投入

2追加投资：因以利用了现有卖场的客户资源，在首期投入中已经没有了货款投入，故在后期需要追加部分货款投入，即是后期追加的3万元货款投入来作为后期的资金运营，此投入可视总部对供应商的整合而降低投入数量。

syb创业计划书2

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，是创业者计划创立的业务的书面摘要，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。

一、工作计划的概念

工作计划就是对即将开展的工作的设想和安排，如提出任务、指标、完成时间和步骤方法等。

二 计划的基本类型

1.按照不同的分类标准，计划可分为多种类型。

2.按其所指向的工作、活动的领域来分，可分为工作计划、学习计划、生产计划、教学计划、销售计划、采购计划、分配计划、财务计划等等。

3.按适用范围的大小不同，可分为国家计划、地区计划、单位计划、班组计划等等。

4.按适用时间的长短不同，可分为长期计划、中期计划、短期计划三类，具体还可以称为十年 计划、五年计划、计划、季度计划、月份计划等。

5.按指挥性的强弱不同，可分为指令性计划、指导性计划。

6.按涉及面大小的不同，可分为综合性计划、专题性计划。

三、工作计划的作用

古代孙武曾说：“用兵之道，以计为首。”其实，无论是单位还是个人，无论办什么事情，事先都应有个打算和安排。有了计划，工作就有了明确的目标和具体的步骤，就可以协调大家的行动，增强工作的主动性，减少盲目性，使工作有条不紊

地进行。同时，计划本身又是对工作进度和质量的考核标准，对大家有较强的约束和督促作用。所以计划对工作既有指导作用，又有推动作用

四、工作计划的分类

计划的种类较多。按内容分，有全面的综合性计划，如社会发展计划，国民经济计划等;有单项计划，如生产计划、学习计划等。按覆盖的范围分，有国家的、地区的、系统的、部门的、单位的、个人的计划等。按针对的时间分，有多年性的，一般又称为规划;有近期的，如、季度、月份的计划等。按计划的详细程度分，有计划要点、简要计划和详细计划。

五、工作计划的结构

工作计划大体分为标题、正文、结尾三部分。

(1)标题。由单位名称、适用时期、内容和文种构成。

(2)正文。由前言和计划事项构成。

1)计划的前言，要简明扼要说明制定计划的目的或依据，提出工作的总任务或总目标。前言常用“为此，今年(或某一时期)要抓好以下几项工作”作结，并领起下述的计划事项。

2)计划事项，是总的计划下面的各个分计划项目。这部分一般要分项来写，有时，大的项目下有小的项目，大的项目是一个大的方面要做的工作，小的项目是在大的方面要做的每一项工作。

六 计划的含义

计划是党政机关、企事业单位、社会团体对今后一段时间的工作、活动作出预想和安排的一 种事务性文书。要想避免工作的盲目性，必须前有计划、后有总结。计划能够建立起正常的工作秩序，明确 工作的目标，是领导指导、检查，群众监督、审察工作成绩的依据。计划也是一段时间过后 本单位总结工作时的基本标准，计划完成或超额完成，说明工作成绩是突出的;相反没有完 成工作计划，则说明工作存在严重问题。在实践中，计划有许多名称，如：“安排”、“要点”、“设想”、“方案”、“规划”、“打算”等。

七 计划的特点

1.预见性 这是计划最明显的特点之一。计划不是对已经形成的事实和状况的描述，而是在行动之前对 行动的任务、目标、方法、措施所作出的预见性确认。但这种预想不是盲目的、空想的，而 是以上级部门的规定和指示为指导，以本单位的实际条件为基础，以过去的成绩和问题为依 据，对今后的发展趋势作出科学预测之后作出的。可以说，预见是否准确，决定了计划写作 的成败。

2.针对性 计划一是根据党和国家的方针政策、上级部门的工作安排和指示精神而定，二是针对本单位 的工作任务、主客观条件和相应能力而定。总之，从实际出发制定出来的计划，才是有意义、有价值的计划。

3.可行性 可行性是和预见性、针对性紧密联系在一起的，预见准确、针对性强的计划，在现实中才真 正可行。如果目标定得过高、措施无力实施，这个计划就是空中楼阁;反过来说，目标定得 过低，措施方法都没有创见性，实现虽然很容易，并不能因而取得有价值的成就，那也算不 上有可行性。

4.约束性 计划一经通过、批准或认定，在其所指向的范围内就具有了约束作用，在这一范围内无论是 集体还是个人都必须按计划的内容开展工作和活动，不得违背和拖延。

syb创业计划书3

创业计划书是将有关创业的许多想法，借由白纸黑字最后落实的载体。

做好酒店开业前的准备工作，对酒店开业及开业后的工作具有非常重要的意义;对从事酒店管理工作的专业人士来说也是一个挑战。我采用倒计时的手法，将酒店开业筹备工作作为一个项目来运作，实践证明可操作性极强。

一、酒店开业筹备的任务与要求

酒店开业前的准备工作，主要是建立部门运营系统，并为开业及开业后的运营在人、财、物等各方面做好充分的准备，具体包括：

(一)确定酒店各部门的管辖区域及责任范围

各部门经理到岗后，首先要熟悉酒店的平面布局，最好能实地察看。然后根据实际情况，确定酒店的管辖区域及各部门的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总经理。酒店最高管理层将召集有关部门对此进行讨论并做出决定。在进行区域及责任划分时，各部门管理人员应从大局出发，要有良好的服务意识。按专业化的分工要求，酒店的清洁工作最好归口管理。这有利于标准的统一、效率的提高、设备投入的减少、设备的维护和保养及人员的管理。职责的划分要明确，最好以书面的形式加以确定。

(二)设计酒店各部门组织机构

要科学、合理地设计组织机构，酒店各部门经理要综合考虑各种相关因素，如：饭店的规模、档次、建筑布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

(三)制定物品采购清单

饭店开业前事务繁多，经营物品的采购是一项非常耗费精力的工作，仅靠采购部去完成此项任务难度很大，各经营部门应协助其共同完成。无论是采购部还是酒店各部门，在制定酒店各部门采购清单时，都应考虑到以下一些问题：

1.本酒店的建筑特点。

采购的物品种类和数量与建筑的特点有着密切的关系。例如，客房楼层通常需配置工作车，但对于某些别墅式建筑的客房楼层，工作车就无法发挥作用;再者，某些清洁设备的配置数量，与楼层的客房数量直接相关，对于每层楼有18—20间左右客房的饭店，客房部经理就需决定每层楼的主要清洁设备是一套还是两套。此外，客房部某些设备用品的配置，还与客房部的劳动组织及相关业务量有关。再如餐饮部的收餐车，得考虑是否能够直到洗碗间。按摩床能否进按摩间的门口，等等

2.行业标准。

国家旅游局发布了“星级饭店客房用品质量与配备要求”的行业标准，它是客房部经理们制定采购清单的主要依据。

3.本饭店的设计标准及目标市场定位。

酒店管理人员应从本酒店的实际出发，根据设计的星级标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本酒店的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对客房用品的需求，对就餐环境的偏爱，以及在消费时的一些行为习惯。

4.行业发展趋势。

酒店管理人员应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识，不能过于传统和保守。例如，饭店根据客人的需要在客房内适当减少不必要的客用物品就是一种有益的尝试。餐饮部减少象金色，大红色的餐具与布置，增加一些淡雅的安排等等。

5.其它情况。

在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：出租率、饭店的资金状况等。采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，部门在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

(四)协助采购

酒店各部门经理虽然不直接承担采购任务，但这项工作对各部的开业及开业后的运营工作影响较大，因此，酒店各部门经理应密切关注并适当参与采购工作。这不仅可以减轻采购部经理的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。酒店各部门经理要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

(五)参与或负责制服的设计与制作

酒店各部门参与制服的设计与制作，是饭店行业的惯例，同时，特别指出因为客房部负责制服的洗涤、保管和补充，客房部管理人员在制服的款式和面料的选择方面，往往有其独到的鉴赏能力。

(六)编写酒店各部工作手册

工作手册，是部门的丁作指南，也是部门员工培训和考核的依据。一般来说，工作手册应包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部分。

(七)参与员工的招聘与培训

酒店各部门的员工招聘与培训，需由人事部和酒店各部门经理共同负责。在员工招聘过程中，人事部根据酒店工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而酒店各部门经理则负责把好录取关。培训是部门开业前的一项主要任务，酒店各部门经理需从本饭店的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训丁作达到预期的效果。

(八)建立酒店各部门财产档案

开业前，即开始建立酒店各部门的财产档案，对日后酒店各部门的管理具有特别重要的意义。很多饭店酒店各部门经理就因在此期间忽视该项工作，而失去了掌握第一手资料的机会。

(九)跟进酒店装饰工程进度并参与酒店各部门验收

酒店各部门的验收，一般由基建部、工程部、酒店各部门等部门共同参加。酒店各部门参与验收，能在很大程度上确保装潢的质量达到饭店所要求的标准。酒店各部门在参与验收前，应根据本饭店的情况设计一份酒店各部门验收检查表，并对参与的部门人员进行相应的培训。验收后，部门要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

(十)负责全店的基建清洁工作

在全店的基建清洁工作中。酒店各部门除了负责各自负责区域的所有基建清洁工作外，还负责大堂等相关公共区域的清洁。开业前基建清洁工作的成功与否，直接影响着对饭店成品的保护。很多饭店就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。酒店各部门应在开业前与饭店最高管理层及相关负责部门，共同确定各部门的基建清洁计划，然后由客房部的pa组，对各部门员工进行清洁知识和技能的培训，为各部门配备所需的器具及清洁剂，并对清洁过程进行检查和指导。

(十一)部门的模拟运转

酒店各部门在各项准备工作基本到位后，即可进行部门模拟运转。这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

二、酒店开业准备计划

制定酒店开业筹备计划，是保证酒店各部门开业前工作正常进行的关键。开业筹备计划有多种形式，饭店通常采用倒计时法，来保证开业准备工作的正常进行。倒计时法既可用表格的形式，又可用文字的形式表述。

(一)开业前三个月

与工程承包商联系，这是工程协调者或住店经理的职责，但客房部经理必须建立这种沟通渠道，以便日后的联络。

(二)开业前第两个月

1.参与选择制服的用料和式样。

2.了解客房的数量、类别与床的规格等，确认各类客房方位等。

3.了解饭店康乐等其它配套设施的配置。

4.明确客房部是否使用电脑。

5.熟悉所有区域的设计蓝图并实地察看。

6.了解有关的订单与现有财产的清单(布草、表格、客用品、清洁用品等)。7.了解所有已经落实的订单，补充尚未落实的订单。

8.确保所有订购物品都能在开业一个月前到位，并与总经理及相关部门商定开业前主要物品的贮存与控制方法，建立订货的验收、入库与查询的丁作程序。

9.检查是否有必需的家具、设备被遗漏，在补全的同时，要确保开支不超出预算。

10.如果饭店不设洗衣房，则要考察当地的洗衣场，草签店外洗涤合同。

11.决定有哪些工作项目要采用外包的形式，如：虫害控制，外墙及窗户清洗，对这些项目进行相应的投标及谈判。

12.设计部门组织机构。

13.写出部门各岗位的职责说明，制定开业前的培训计划。

14.落实员工招聘事宜。

(三)开业前一个月

1.按照饭店的设计要求，确定客房的布置标准。

2.制定部门的物品库存等一系列的标准和制度。

3.制订客房部工作钥匙的使用和管理计划。

4.制定客房部的安全管理制度。

5.制定清洁剂等化学药品的领发和使用程序。

6.制定客房设施、设备的检查、报修程序。

7.制定制服管理制度。

8.建立客房质量检查制度。

9、制定遗失物品处理程序。

10、制定待修房的有关规定。

11、建立vip房的服务标准。

12、制定客房的清扫程序。

13、确定客衣洗涤的价格并设计好相应的表格。

14、确定客衣洗涤的有关服务规程。

15、设计部门运转表格。

16、制订开业前员工培训计划

五)开业前二十天

1、审查洗衣房的设计方案。

2、与清洁用品供应商联系，使其至少能在开业前一个月将所有必需品供应到位，以确保饭店“开荒”工作的正常进行。

3、准备一份客房检查验收单，以供客房验收时使用。

4、核定本部门员工的工资报酬及福利待遇。

5、核定所有布件及物品的配备标准。

6、实施开业前员工培训计划。

(六)开业前第十五天

1、对大理石和其它特殊面层材料的清洁保养计划和程序进行复审。

2、制定客用物品和清洁用品的供应程序。

3、制定其它地面清洗方法和保养计划。

4、建立ok房的检查与报告程序。

5、确定前厅部与客房部的联系渠道。

6、制定员工激励方案(奖惩条例)。

7、制定有关客房计划卫生等工作的周期和工作程序(如翻床垫)。

8、制定所有前后台的清洁保养计划，明确各相关部门的清洁保养责任。

9、建立客房部和洗衣房的文档管理程序。

10、继续实施员工培训计划。

(七)开业前第十天

1、与财务部合作，根据预计的需求量，建立一套布件、器皿、客用品的总库存标准。

2、核定所有客房的交付、接收日期。

3、准备足够的清洁用品，供开业前清洁使用。

4、确定各库房物品存放标准。

5、确保所有客房物品按规范和标准上架存放。

6、与总经理及相关部门一起重新审定有关家具、设备的数量和质量，做出确认和修改。

7、与财务总监一起准备一份详细的货物贮存与控制程序，以确保开业前各项开支的准确、可靠、合理。

8、如饭店自设洗衣房，则要与社会商业洗衣场取得一定的联系，以便在必要时可以得到必要的援助。

9、继续实施员工培训计划。

(八)开业前第七天

1、与工程部经理一起核实洗衣设备的零配件是否已到。

2、正式确定客房部的组织机构。

3、根据工作和其它规格要求，制定出人员分配方案。

4、取得客房的设计标准说明书。

5、按清单与工程负责人一起验收客房，确保每一间房都符合标准。

6、建立布件和制服的报废程序。

7、根据店内缝纫丁作的任务和要求，确定需要何种缝纫工，确立外联选择对象，以备不时之需。

8、拟订享受洗衣优惠的店内人员名单及有关规定。

9、着手准备客房的第一次清洁工作。

(九)开业前第五天

1、开始逐个打扫客房、配备客用品，以备使用。

2、对所有布件进行使用前的洗涤。全面洗涤前必须进行抽样洗涤试验，以确定各种

布件在今后营业中的最佳洗涤方法。

3、按照工程交付计划，会同工程负责人逐个验收和催交有关区域和项目。

4、开始清扫后台区域和其它公共区域。

三、开业前的试运行

开业前的试运行往往是饭店最忙、最易出现问题的阶段。对此阶段工作特点及问题的研究，有利于减少问题的出现，确保饭店从开业前的准备到正常营业的顺利过渡。客房部的管理人员在开业前试运行期间，应特别注意以下问题：

(一)持积极的态度

在饭店进入试营业阶段，很多问题会显露出来。对此，部分客房管理人员会表现出急躁情绪，过多地指责下属。正确的方法是持积极的态度，即少抱怨下属，多对他们进行鼓励，帮助其找出解决问题的方法。在与其它部门的沟通中，不应把注意力集中在追究谁的责任上，而应研究问题如何解决。

(二)经常检查物资的到位情况

前文已谈到了客房部管理人员应协助采购、检查物资到位的问题。实践中很多饭店的客房部往往会忽视这方面的工作，以至于在快开业的紧要关头发现很多物品尚未到位，从而影响部门开业前的工作。常被遗忘的物品有：工作钥匙链、抹布、报废床单、云石刀片等。

(三)重视过程的控制

开业前客房部的清洁工作量大、时间紧，虽然管理人员强调了清洁中的注意事项，但服务员没能理解或“走捷径”的情况普遍存在，如：用浓度很强的酸性清洁剂去除迹、用刀片去除玻璃上的建筑垃圾时不注意方法等等。这些问题一旦发生，就很难采取补救措施。所以，管理人员在布置任务后的及时检查和纠正往往能起到事半功倍的作用。

(四)加强对成品的保护

对饭店地毯、墙纸、家具等成品的最严重破坏，往往发生在开业前这段时间，因为在这个阶段，店内施工队伍最多，大家都在赶工程进度，而这时客房部的任务也是最重，容易忽视保护，而与工程单位的协调难度往往很大。尽管如此，客房部管理人员在对成品保护的问题上，不可出现丝毫的懈怠，以免留下永久的遗憾。为加强对饭店成品的保护，客房部管理人员可采取以下措施：

1、积极建议饭店对空调、水管进行调试后再开始客房的装潢，以免水管漏水破坏墙纸，以及调试空调时大量灰尘污染客房。

2、加强与装潢施工单位的沟通和协调。敦促施工单位的管理人员加强对施工人员的管理。客房部管理人员要加强对尚未接管楼层的检查，尤其要注意装潢工人用强酸清除顽渍的现象，因为强酸虽可除渍，但对洁具的损坏很快就会显现出来，而且是无法弥补的。

3、尽早接管楼层，加强对楼层的控制。早接管楼层虽然要耗费相当的精力，但对楼层的保护却至关重要。一旦接管过楼层钥匙，客房部就要对客房内的设施、设备的保护负起全部责任，客房部需对如何保护设施、设备做出具体、明确的规定。在楼层铺设地毯后，客房部需对进入楼层的人员进行更严格的控制，此时，要安排服务员在楼层值班，所有进出的人员都必须换上客房部为其准备的拖鞋。部门要在楼层出人口处放些废弃的地毯头，遇雨雪天气时，还应放报废的床单，以确保地毯不受到污染。

4、开始地毯的除迹工作。地毯一铺上就强调保养，不仅可使地毯保持清洁，而且还有助于从一开始，就培养员工保护饭店成品的意识，对日后的客房工作将会产生非常积极的影响。

(五)加强对钥匙的管理

开业前及开业期间部门工作特别繁杂，客房管理人员容易忽视对钥匙的管理工作，通用钥匙的领用混乱及钥匙的丢失是经常发生的问题。这可能造成非常严重的后果。客房部首先要对所有的丁作钥匙进行编号，配备钥匙链;其次，对钥匙的领用制定严格的制度。例如，领用和归还必须签字、使用者不得随意将钥匙借给他人、不得使钥匙离开自己的身体(将通用钥匙当取电钥匙使用)等。

(六)确定物品摆放规格

确定物品摆放规格工作，应早在样板房确定后就开始进行，但很多客房管理人员却忽视了该项工作，以至于直到要布置客房时，才想到物品摆放规格及规格的培训问题，而此时恰恰是部门最忙的时候。其结果是难以进行有效的培训，造成客房布置不规范，服务员为此不断地返工。正确的方法是将此项工作列入开业前的工作计划，在样板房确定之后，就开始设计客房内的物品布置，确定各类型号客房的布置规格，并将其拍成照片，进而对员工进行培训。有经验的客房部经理还将楼层工作间及工作车的布置加以规范，往往能取得较好的效果。把好客房质量验收关。

(七)客房质量的验收，往往由工程部和客房部共同负责

作为使用部门，客房部的验收对保证客房质量至关重要。客房部在验收前应根据本饭店的实际情况设计客房验收表，将需验收的项目逐一列上，以确保验收时不漏项。客房部应请被验收单位在验收表上签字并留备份，以避免日后的扯皮现象。有经验的客房部经理在对客房验收后，会将所有的问题按房号和问题的类别分别列出，以方便安排施工单位的返工，及本部门对各房间状况的掌握。客房部还应根据情况的变化，每天对以上的记录进行修正，以保持最新的记录。

(八)注意工作重点的转移，使部门工作逐步过渡到正常运转

开业期间部门工作繁杂，但部门经理应保持清醒的头脑，将各项工作逐步引导到正常的轨道。在这期间，部门经理应特别注意以下的问题：1、按规范要求员工的礼貌礼节、仪表仪容。由于楼层尚未接待客人、做基建清洁时灰尘大、制服尚未到位等原因，此时客房部管理人员可能还未对员工的礼貌礼节、仪表仪容做较严格的要求，但随着开业的临近，应开始重视这些方面的问题，尤其要提醒员工做到说话轻、动作轻、走路轻。培养员工的良好习惯，是做好客房工作的关键所在，而开业期间对员工习惯的培养，对今后工作影响极大。2、建立正规的沟通体系部门应开始建立内部会议制度、交接班制度，开始使用表格;使部门间及部门内的沟通逐步走上正轨。3、注意后台的清洁、设备和家具的保养。各种清洁保养计划应逐步开始实施，而不应等问题变得严重时再去应付。

(九)注意吸尘器的使用培训

做基建清洁卫生时会有大量的垃圾，很多员工或不了解吸尘器的使用注意事项，或为图省事，会用吸尘器去吸大的垃圾和尖利的物品，有些甚至吸潮湿的垃圾，从而程度不同地损坏吸尘器。此外，开业期间每天的吸尘量要比平时大得多，需要及时清理尘袋中的垃圾，否则会影响吸尘效果，甚至可能损坏电机。因此，客房管理人员应注意对员工进行使用吸尘器的培训，并进行现场督导。

(十)确保提供足够的、合格的客房

国内大部分饭店开业总是匆匆忙忙，抢出的客房也大都存在一定的问题。常出现的问题是前厅部排出了所需的房号，而客房部经理在检查时却发现，所要的客房存在着这样或那样的一时不能解决的问题，而再要换房，时间又不允许，以至于影响到客房的质量和客人的满意度。有经验的客房部经理会主动与前厅部经理保持密切的联络，根据前厅的要求及饭店客房现状，主动准备好所需的客房。

(十一)使用电脑的同时，准备手工应急表格

不少饭店开业前由于各种原因，不能对使用电脑的部门进行及时、有效的培训，进而影响到饭店的正常运转。为此，客房部有必要准备手工操作的应急表

(十二)加强安全意识培训，严防各种事故发生

客房管理人员要特别注意火灾隐患，发现施工单位在楼层动用明火要及时汇报。此外，还须增强防盗意识，要避免服务人员过分热情，随便为他人开门的情况。

(十三)加强对客房内设施、设备使用注意事项的培训

很多饭店开业之初常见的问题之一，是服务员不完全了解客房设施、设备的使用方法，不能给客人以正确的指导和帮助，从而给客人带来了一定的不便，如：房内冲浪浴缸、多功能抽水马桶的使用等.

syb创业计划书4

一、市场分析

长期以来，国内居民因生活水平较低，对以“厨房”和“卫生间”为主要服务对象的小家电消费很少。据统计，目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种，而欧美国家这一统计数字高达37种。据统计，每年国内有至少260万住户搬入新家，随着人们生活水平提高，对“厨房”和“卫生间”的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。今后2至3年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破30%。

对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种。目前全国生产浴霸的企业为376家，xx年国内销量估计为400万台，20xx年为550万台，x达到700万台，销售额超过10亿元。在城市居民家庭中，浴霸拥有率不到15%(20xx年)，国内消费者对浴霸认同度达82%，市场空间巨大。

浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中杭州奥普浴霸20xx年销售额为2。6亿元，市场分额第一。目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江，广东一带，但其中小厂居多，多为仿制或oem，自主研发能力不强。

我国长江流域地区，大多住宅没有暖气，冬季洗澡取暖一直是个大问题。虽然有浴霸和暖风机，但人们更期待一种简便，有效的取暖器具。根据我的调查，人们对本产品的印象还是不错的，市场潜力巨大。

比照浴霸和暖风机市场，本产品销售市场至少在5--10亿元以上。

我们完全可以借助专利技术优势，迅速占领浴室取暖设备市场，建立自己的品牌和销售网络。

(以上数据来源于《消费日报》，中国家用电器协会)

二、我们的目标

我们的目标是，在新消息年制出样品进入市场，发展地市级以上代理商10-15家，销售额在200万元以上，x年想达到500万销售额，x达到20xx万销售额，利润率保持在30%--50%。

三、资金使用

由于本产品以前市场上从未有过，所以初期样品试制，模具开发等费用投入较大，估计在10—15万元；

各种认证，许可证，商标：5万元；

公司组建，购买相关办公用品，人员招募，公司网站等：10万元；

房租水电费，人员工资(半年)：15万元；

参加展会，广告费：10万元；

小批量生产成本(5000件)：20--25万元；

周转资金：20万元。

合计：100万元。

四、产品成本及盈利分析

为节省费用，降低投资风险，先期的小批量生产以委外加工为主，暂不购买生产设备。本产品主要包括：桶体，盖子，加热盘，漏电保护器，防干烧保护器，开关，蒸汽调解板，底座，密封圈。其中加热盘7-8元，漏电保护器12元，防干烧保护器1。5元，开关0。5元，其余为塑料件，价格15元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在40元以下。

批发价暂定为80元，每个毛利为40元，估计两年能收回投资并稍有盈利。

(以上数据是调查的零配件经销商，还有向下浮动的可能)

五、销售前景

目前市场上还没有同类产品，产品销售压力较小。建议利用各地电器批发商现成的销售网络，进行代理销售。目前已与多家商家联系过，初步达成销售意向。

六、合作方案

本专利项目是非职务发明，专利权为个人所有。具体合作方式由双方协商议定。

七、原材料供应方案

可外协生产，无特殊要求。

syb创业计划书5

一、冰淇淋店概述

冰淇淋店主要出售的商品就是火锅冰淇淋、自助di冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，还根据不同人群的特征推出一些套餐，比如a、b、c、d类套餐，情侣套餐、学生套餐等，但同时我们店铺也经营其他的类型的饮料用品，满足消费者对各种饮品的需求。冰淇淋店的主要消费者是校内的学生，他们对冰淇淋有很大的需求，且有一定的购买力，校内的竞争对手少，现有的出售饮品及冰淇淋的商店，他们出售的商品品种单一，满足不了本校学生的需求，更别谈其他的消费者了，所以冰淇淋店开在校内有很大的竞争优势。

我们的创业团队是由一群有着激情、有能力、有思想的一群大学生组成的。由八个女生构成，其中两名是店长，两名成品区导购员，两名自选区导购员，两名商品制作员，这样的组织机构不仅可以满足对顾客服务，而且可以便于管理。

二、产品（服务）介绍

炎热的夏天是我们店主要的销售季节，在这季节中我们店各式各样的冰激凌都提供。顾客可以在任何时候都能吃到冰淇淋，尤其上完体育课，想喝可乐、雪碧的学生，我们可以为他们提供漂浮式冰淇淋饮料，既凉爽又解渴。我们店不仅要在夏季红火，而且在冬天的时候，我们店会主打火锅冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，让顾客享受到温暖的感觉，不会因为冬天吃冰淇淋而感到寒冷。总的来说，我们的产品是适合任何季节的。

要做出各式各样的冰淇淋就必须要有好的设备，我们店选用意大利冰淇淋机，自动温控电炸炉，意式脆皮现烤炉等先进的设备。在服务方面，我们店的人员都得先经过统一的培训，在服务方面做到一致，环环紧扣，微笑服务顾客，不能因为等待而让顾客抱怨甚至流失。在校园内还没有同类型的店与我们店竞争，相信在完善的设备和温馨的服务下，我们店会越来越红火，会走出校园。

三、冰淇淋市场调查与分析

（一）冰淇淋市场总体特征和现状

1、发展速度加快，行业规模总量加大。

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自十九世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱，但与世界发达国家的消费水平相比差距还比较悬殊。目前世界第一大冰淇淋消费国美国人均消费冰淇淋是23kg，澳大利亚为17kg，瑞典为16kg，日本为11kg，荷兰18kg，而中国人均消费量经过几年的发展总算达到了人均1。7kg，但与世界人均相比还判若云泥。所以说冰淇淋市场尽管从90年代以来，每年以约10%的速度在递增，中国冷饮产量增加了 12倍，但市场潜力依然巨大。中国潜力巨大的冰淇淋市场吸引了巨大资本的追捧和关注，这一切都为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

2、优胜劣汰出现质变，行业垄断势头增加。

直到20世纪90年代中期之前，中国冷饮市场还处在一个品牌极为分散的状态。无论对于生产者还是消费者，冷饮都只是季节性产品。对于很多食品厂来说，生产冷饮只是一年中一个阶段性的安排，对于诸多个体户来说，则是“忙三月，吃一年”。在这种情况下，冷饮行业根本谈不上全国性的市场体系，质量监管体系也存在诸多空白，诚如很多专家所言，在发展的初级阶段，冷饮业也不可避免地处于“低、小、散、乱、差”的局面。但是随着伊利、蒙牛等国内品牌在冰淇淋领域异军突起，雀巢、和路雪、哈根达斯等国外品牌纷纷进入中国内地市场，一场残酷的冷饮业洗牌开始了。历史上全国一度有1000多个冷饮品牌（相信如果加上无品牌的小厂和个体作坊，生产者远不止千家），但是现在80%已经失去竞争能力甚至干脆消亡。

3、原料成本成了中小企业逾越不了梦魇，资源整合、有效管理和品牌之道是企业生存的金子法则。

奶、糖、巧克力、棕榈油是冰淇淋最主要的四种原料，无论是国产工业粉还是进口粉近年来价格一直攀升，涨幅高达20%，巧克力原料也是行情看涨，国产中档巧克力也逐渐突破吨万元大关，进口巧克力和以吉百利为代表的高档巧克力涨幅更是高达22%。

4、中国的冰淇淋消费已经从防暑降温转向不分季节的休闲享受步伐加快，冰淇淋正逐渐具备休闲食品功能。

（二）冰淇淋市场的发展趋势

现今随着社会的不断进步发展，人们的消费水平的日益提高，对于各类食品的要求不断的提升，作为夏日常用食品之一的冰淇淋，也同样在不断的发展。为了迎合不同的消费者，冰淇淋制造商在“新”上大下功夫，其发展的趋势也开始明朗化：

1、发展保健型的冰淇淋：保健冰淇淋是一种以增进人体健康为宗旨的冰淇淋。纵观传统的冰淇淋制品，是以高糖、高脂类为主，含有较高热量，而未来食品的发展趋势是要以适合人们对营养的要求。为此，营养学家提出了“三低一高”的方案，即低糖、低盐、低脂肪、高蛋白，同样也是冰淇淋行业所发展的趋势。

2、开发新原料：传统的冰淇淋的口感和风味均为人们所接受，其中，脂肪、糖类是起主要作用。但是他们含热量大，不宜使用。为此，就需要他们的代用品，使他们具有脂肪和糖类的口感，而含热量很小。此外在非脂乳固体方面，欧美等国已使用含蛋白35%的乳情蛋白浓缩物代替部分脱脂乳粉生产乳制品。在我国，不少厂家为了降低成本，提高保健功能也用蛋、糊精成分代替部分乳制品。

3、原辅料回归天然：组成乳制品的原辅料材料很多，主要是有两大类：一类是天然的，即取自于自然界中的动植物，如乳类、蛋类、蔗糖，另一类则是合成的，如糖精钠和一些香精香料。由于合成的原辅料是为人工化学合成的，其安全性时常受到人们的非议，在使用时心里总是不踏实。而天然的原辅料则一般对人体是安全的。因此，崇尚天然、回归天然已成为当今的时尚，特别是在甜味剂和色素方面。并且使用人工合成的各类甜味剂、色素不断的减少。天然的添加剂得以迅速的运用。

4、消费趋势发生改变：冰淇淋随着发展壮大，产量以空前的速度增加，市场也在急剧的扩大。人们不仅仅对冰淇淋的要求越来越高，而且对品种的风味、色泽、包装、价格方面亦日渐挑剔，并且消费群体发生了巨大的变化。消费队伍继续扩大，在冰淇淋刚刚研制出的，他几乎只是一些孩子的特权。但是，随着人们生活水品的不断提高，冰淇淋产品的改善，他的消费群体不断扩大，成年人也越来越喜欢各类冰淇淋制品了。并且人们的消费时间和目的也都有着不同的变化，冰淇淋不再只是夏日的消费品了。随着其固形物的不断增加，消费者时尚和爱好，其不单单只是给人以清凉、消暑的作用。而更为消费者关注的是其独特的营养性和功能性。

5、产品趋于系列化、多样化：为了适应消费者的消费取向不断变化的需要，乳制品正逐步向着系列化方向发展，如：果味乳制品系列、涂衣型系列、夹心型系列的。在不失去原奶的味道的同时又添加各类水果香味剂和果汁、果肉，并且将酸、甜、咖啡等味道相互结合研制新型产品，从而形成了多元化的产品系列。营养型的，在原有的冰淇淋制品的营养功能的基础上加入一些功能性配料来完善体现冰淇淋制品的优势，比如保健型、运动型、适合糖尿病人型的冰淇淋制品。

6、产品包装趋美、趋新、趋奇：在经济日益发展的今天，人们对商品除了讲究内在的质量外，而且还希望在产品的包装上有所改革，有所突破。包装主要包括造型和外包装。包装造型对产品的销售有着极大的作用，造型美是体现产品的整体美感的综合，只注重质量而忽略包装的年代已经过去。为此，冰淇淋制造商还要在在冰淇淋的包装上下一番功夫。功能性甜味剂特点及发展优势 当今食品市场倾向于“健康饮食”，作为高糖、高油类型的冰淇淋中的蔗糖、油脂渐渐被取代，能够减少能量和低热能的产品引来了广泛的关注并且逐渐成为流行的潮流，特别是在冰淇淋的成份中。冰淇淋制造商正在努力寻找适合这些消费者需要的原料。这种蔗糖的替代品不仅能从物理化学方面取代蔗糖而且也可以带来其它的有利于健康的好处。获得好的质量的产品，需要用严谨的科学方法才能使它的功能性得到真正的应用和确切的解释。

（三）冰淇淋消费者行为分析：

1、冰淇淋产品消费特征——大众化、年轻化

对冰淇淋产品的消费者构成进行细分，我们发现：中国市场中冰淇淋产品消费者的平均月收入为1329元，平均年龄在34岁，而且重度消费者（即：每周消费冰淇淋4次以上）主要集中在15—24岁。由此可见，现在淇淋已然是一种大众型产品，并且具有显着的年轻化特征。

2、冰淇淋市场总体特征——走势平稳

有研究表明，中国冰淇淋市场的增长速度非常快，目前人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰淇淋），未来20年期望上升到6升，中国将成为世界上最大的冰淇淋消费国。

（四）冰激凌品牌竞争与对策：

正是如此巨大的市场规模的存在，也使得中国冰淇淋市场成为了国际以及国内食品巨头的必争之地。然而，从目前中国冰淇淋市场的总体状况看，国产品牌和洋品牌的地位比较均衡。这在一定程度上要归因于国产品牌的成本优势和价格优势。但与此同时，国产品牌档次普遍偏低的现象也应引起足够的关注。中国冰淇淋市场中，中、低档品牌价格竞争的日益白热化已使得利润空间越来越小。因而，未来冰淇淋市场中获利的主要方向应该是：基于市场调查和消费者研究，对冰淇淋消费市场进行细分，有针对性地制定产品策略和市场策略。

以消费者研究为例，冰淇淋产品最忠实的消费群是年轻人（15—29岁）。这一群体的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费。他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试，在做出购物决策时，价格并不是唯一的决定因素。那么针对这一群体而言，冰淇淋的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的“酷”感以及产品外型的个性化上。从渠道策略而言，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰淇淋专卖为主要形式。“冰吧”应该是时下流行青年的时尚选择。由此而言，营造品牌文化，引导时尚消费模式，开发多样化产品不失为未来冰淇淋行业发展的一个重要方向。

五、营销策略

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自19世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱。近十多年，随着有关机构大力倡导食用乳制品及更多的医疗保健专家的建议，中国的冰淇淋产品已成为最普及的乳制消费品了。目前，人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰激凌），未来20年有望上升到6 升，中国也将成为世界上最大的冰激凌消费国。而这个潜力巨大的市场吸引了越来越多资本的追捧和关注，这一切也为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

总体而言，冰激凌产品最忠实的消费群还是时尚的、有购买力、有文化内涵的年轻人。根据cmms的调查数据显示：56%的15—19岁的消费者，42。4%的20—24岁的消费者以及37。2%的25—29岁的消费者每周食用冰激凌四次以上。他们的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费，他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试。

显然，针对这一群体，冰激凌的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的酷感以及产品外形的个性化上。从营销渠道策略方面讲，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰激凌专卖为主要形式的是时下流行青年的时尚选择。那么，我们的冰激凌店将以怎样的形象把产品推向大学生市场，找到了最佳的市场切入点，有效的避开同质性和主要竞品，并铺设了有效的终端渠道呢，这不外乎以下几点：

1、产品决策

产品筛选上，爽吧冰淇淋店大力开发适合我们大学生的各种各样的产品，产品外形独特有个性，并为每款产品冠以别出心裁的名称，以吸引不同口味、不同目的、不同级别的大学生消费者。

2、定价决策

由于中西方饮食文化的差异，冰淇淋产品在欧美国家是每日必食的餐后甜点，讲究浓腻，而中国人的口味偏淡，因此中国消费者更喜爱低档冰淇淋。而且，我们的主要消费群体是大学生，他们所能接受的价格也不是很高，因此如果我们的冰淇淋店在制作冰淇淋时将多次掺和数提高到45%—50%，就能既保持原有产品的风味，又使更多消费者更易于接受，同时生产总成本也降低了5%，出售的价格也不会太高。这也是符合市场营销观念的理性决策。

3、分销渠道决策

对分销渠道而言，控制专卖店的数量，提高质量是重要策略。爽吧冰淇淋店是一家开在无锡商院的规模不是很大的专卖店。我们绝对做到服务一流、质量一流，配备了专门的制作车间，有能力制作店内的绝大多数产品，极少数较复杂的产品由中心制作车间统一生产，做到真正自产自销。

4、促销决策

冰淇淋店开业前后我们都会进行大力宣传，不仅仅在无锡商院发传单，也将在整个藕塘发传单，以此来提高爽吧冰淇淋店的知名度。另外，我们还会定期的做多种促销活动，以此来吸引顾客。

六、冰激凌的经营与管理

我们坐落在无锡商院的冰激凌店，我们主要服务于无锡商院内的学生，他们都有着自己的个性和要求。因此我们的服务周全，可以要求服务也可以自助。在学校这个地方，同学们需要优雅但别具一格的氛围来享受一下冰激凌。作为一个经营者站在学生的角度我认为想成功经营这个商店必须注重环境的设计考虑到为什么他们会进来，他们有什么需要。

因此我们店除了基本的工作用具以外还购买了一些自动转椅，吊灯。我们会跟着时的节的变更购买墙纸，春天我们会都买一些有花花草草图案的墙纸，给人温馨的感觉。夏天会购买一些清淡优雅的图纸，给人冰爽的享受。秋天给人的感觉是萧条的，因此我们采用重色的墙纸将店内布置的热情，再加上我们的烤冰激凌，给人以激励感觉很完美。

冬天是一个寒冷的季节，我们采用火苗一样的墙纸，在吃着我们的火锅冰激凌，给人温暖，这是我们店一年四季的大体布置。我们还将进一步对店内的设计做出调整，我们沿墙安放桌子并在每个桌上放置菜单，方便选购。我们专门设有一栏是许愿墙，无论是疲惫或开心的你，吃完冰激凌在音乐的渲染下有感而发，并顺手记录你的“历史”，并抬头仰望屋顶黑夜里依然璀璨的小星星，会感觉心情舒畅。晚上可能有更多情侣光顾我们晚间浪漫的“爽吧”小屋，晚上我们有专门的“包厢”，灯光很浪漫，五颜六色温馨浪漫。

我们店内基本八个员工，有专门的收银员，制作员，服务员。我们都是统一服装是彩虹纹条，印有“爽吧”字样的可爱冰激凌图案。彩虹象征着希望机遇，雨过天晴。可爱的“爽吧”小冰激凌是我们的象征也是我们的形象。我们店内的员工用基本的英语口语，“hello” “bey” “my—gard” 等最基本的用语。

我们店内的主旨是“灵、怡、思”进行流水线似的服务。“灵”我们的服务很快，而且做的冰激凌很精致灵巧；“怡”是顾客满意心仪，我们开心；“思”是代表顾客对我们商店的赞赏，并带着朋友一起再次光临我们“爽吧”冰激凌店。我们店的生产目标是为顾客提供满意的服务，想通过每一位顾客去替我们做宣传，让他们真真感觉到我们店的与众不同。

七、创业团队

（一）团队管理

我们的创业团队总共有8名成员，分别担任店长和服务员，大家对待自己的工作认真、负责，共同营造了一个既轻松有严谨的工作环境，为顾客提供最优质的服务。在团队管理方面，我们采用的是人性化的管理方式，针对不同员工的特点安排他们的工作内容，经他们的长处做到最大的发挥。同时采用激励机制，让员工对工作充满热情，提高工作效率。由于我们的专业是工商企业管理，所以对冰激凌店的经营方面会有很大的帮助，能够提高我们的运营效率和营业能力。

岗位设计与职责：

店长（2名）：掌管财务、制定决策；进购货物；负责收银与服务区；管理网店。

店员（6名）：成品区导购员2名——帮助顾客选择成品的商品

自选区导购员2名、制作员2名——帮助顾客选择材料、设计样式并制作

八、财务分析与预测

（一）资金需求

1、办理工商、税务登记等费用约1000元；业务拓展后视情况再改善；宣传广告及市场调查费用约1000元；资料费及销售费用20xx元；人员工资3000元，其他开支500元。

2、原材料、餐具、4个甜筒机、3个榨汁机、5个冰柜、10张桌椅、杯子等费用大约4000元，室内装修20xx元，租金每年20xx元。

syb创业计划书6

中国是十三亿人口的.大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展，20xx年纺织服装的总产值约占全国总产值的十分之一，并已连续五年出口创汇顺差第一，服装产业一向为中国出口创汇作出了巨大的贡献。同时中国已成为全世界最大的服装生产加工基地，全世界每三件服装，其中一件来自于中国生产。

一、项目介绍

由于资金有限只有5万元，所以我想来想去没有什么更好的项目，时间紧张也没有更好的灵感所以暂就来个传统行业，服装行业。

我的项目是做服装行业，开个女式服装店。

在选定行业之前，我先衡量自己的创业资金有多少，5万元。因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先衡量自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划。

选取开服装店的优势是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动。而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧，呵呵。

二、店面的选址

地点的选取对日后店面的营运好坏影响很大，所以必须要找个商圈位置好的店面。经过调查我发此刻闵行莘庄这快商圈不错，闵行区作为上海发展的主要居民居住区之一，莘庄又是闵行的中心，那里交通发达，人口密集，市场是没问题。而且那里以后还要建一个大型的亚洲商品交易中心，前景广阔。最后我把店面选在了莘庄的水清路上，仅挨店面就有一个公交车站，前面是个大马路，平时无论白天晚上人来人往。而且一百米开外就是地铁站，人流量是可想而知的。周围又都是老居民区，固定人口多，地块成熟，消费力旺盛。另外我发现这条街上还有几家为数不多的衣服店，但大都定位居高，价格昂贵，款式单调稀少。平时也很少有人光顾。因为那里虽然居民多但大都是普通老百姓，富人很少，不适合销售高档消费品。那里虽然人流量大但大都为上班一族，消费潜力为中低档。我的定位就是中低挡贴合市场需求。同时和其他几家店没有冲突，差异性存在。

店面的租金也不高5000元/月，付三压一，(上海都这样)。找好店面之后，接下来就是要与房东签约。而且，这个动作不能太早，务必待前面几项步骤都完成后才能进行。因为，一旦与房东签约之后，就开始支付房租，自然就会有时间压力。所以，我在与房东签约之前，一切能做的筹备工作与书面数据(包括营业证照的办理等，那里我就不在熬述了)，都先准备好了。在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限。我签的合同是三年，即使将来经营出了问题我也能够转租出去(那里的房租一向在涨)。店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出。呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱只有5万元起步金呢。

三、店面的装潢

租好了店面，下面要装修了。店面装潢关系[\_TAG\_h3]创业计划书完整版篇三

syb创业计划书

syb创业计划书1

名称：赣州市吉埠\*\*养殖中心

位置：赣县吉埠镇

发展背景：国家目前重视三农，农业政策好，自身来说，是农村户口，有自己的田地

基地优势：位于浅丘地带，河流边.土壤肥沃，一年降水量平合，灌溉方面，水源清洁。大田多，租金低。全国市场大，供不应求。

发展模式：初期主要以养殖泥鳅为主，在泥鳅养殖技术达到较高的水平和拥有稳定的市场时扩大养殖规模，具体扩大多少亩以当时的财力和土地政策而定。再打造养殖泥鳅的品牌。

成熟时期时开创一条副业和产业链。寻求更高的平台。

发展理念：以科学的思想去发展，以生态养殖为优势，以绿色农业为导向。不断的创新上进，创立自己的品牌。机械化操作程度提高，灌溉机械化，育苗科学化。

主要技术：土壤的测量，肥力，ph值。用水要无污染，取水方便，育苗有方法。品种的选择。采收，清洗（干净水，计划井水），打捞。

发展阶段：

第一阶段：到专业的地方学习技术，在离家近的水田养殖泥鳅，要求保本，寻求市场，进出口通道，市场调查。投入10万（租地、材料、建田、麦苗、人工费、运输费）

第二阶段：时机成熟时，二年。建立养鱼场、甲鱼场等其他水产。发展水田剩余经济价值。

第三阶段：发展农家乐

行动规划：

首先，1.选址及规划。2.挖池塘。3.做隔离。

其次，1.选种，安排买苗品种、途径、时间。2.建设场所。购买设备。温度计，湿度计。3.挖井4.食物。

投资预算：10万

人员：固定人员2名，员工根据情况要求需要安排：聘请临时人员。

市场：批发以赣州市为主，赣州菜市场及各饭店（特色菜），其他周边城市为辅。合伙人负责零售，我负责送批发。等我们形成规模，产品可以销售的更远。

运输工具：小型货车及三轮摩托车

销售技巧：抓好品牌和质量。

在销售总结下，品牌的作用非常重要。销售上必须注意信用，绝不能缺斤少两。只能多给，不能少给。

在宣传上，我们属于大学生创业，再者在电视台和报纸都有关系，可以免费给我们宣传。

风险：养殖业的风险高，所以我们以养殖业和副业相结合。以达到生态平衡。

后记：我们是大学生创业，既然选择了农业，那么我们就必须以现代的理念去建立，去经营。在思路上必须开阔，眼光必须长远。以及我们的目标不仅仅是个人致富，在我们致富的同时，必须尽力带动乡亲的富裕，必须有着大家富才是真的富的理念。选择三农，不仅仅是因为我需要在农业上创业，也是因为我是农民的儿子，我对三农的感情很深。

syb创业计划书2

一、企业概况

主要经营范围：

专门烧一些素菜方面的烧烤，也会有一些卤味，但还是以素菜为主。当然各种烧

烤主要是既可以拿来当下饭菜又可以当零食吃的。

□生产制造 □零售□批发 △服务□农业□

□新型产业 □传统产业 □其他

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）：

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：位、产品、价格、促销、渠道）商品学。20xx年10月在浙江商业职业技术学院参加syb创业培训班学习，09年9月——09年11月学习经济学基础，10年9月——10年11月学习（战略管理、消费心理学、采购管理实务、配送实务、基础会计）

三、市场评估

目标顾客描述：主要顾客是一些喜欢吃烧烤但又怕油腻的消费者，以及喜欢吃烧烤的顾客。爱吃烧烤的年青人和青少年。

市场容量或本企业预计市场占有率：

经过仔细调查，经过仔细调查，在杭州的烧烤店一般都是以卤味为主的，很少有以素菜为主的烧烤店，虽然有些小摊子会有这种类型的烧烤，但是那种摊子一般来说看上去都不会很干净，会让人不敢去吃。所以它的市场容量还不是很大，顾客的估计每月在3至4万人次，预计我的市场占有率会达到15%。

市场容量的变化趋势：

随着经济的发展，人们会越来越忙碌，城市的人们会更加的喜欢便利的食品，消费者们对卫生的要求也将会越来越高，他们会更注意饮食卫生，街头小贩的数量会相对的减少，消费者的人数在可预见的将来会持续增长。

竞争对手的主要优势：

1.成立的时间早，经验丰富

2.有一定的规模和熟客

3.科研能力强 4.5.竞争对手的主要劣势：

1.对于市场反应缓慢

2.对顾客的消费倾向没有一定的了解

3.员工稳定性低 4.5.本企业相对于竞争对手的主要优势：

1.小而灵活

2.产品的品种多

3.有独特的制作工艺和调料4.5.本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1.刚成立顾客对该食品还没有一定的了解，会产生怀疑的态度

2.经验欠缺

3.规模小 4.5.

syb创业计划书3

一、企业概况

主要经营范围： 主营各种现场制作的咖啡，兼营小饼干及蛋糕企业类型（选择一项并打■）：

□生产制造 □零售□批发■服务□农业

□新型产业 □传统产业 □其他

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）：曾在咖啡厅打过暑假工，对咖啡行业一直喜爱关注，一直有留意相关的行业发展。教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：

三、市场评估

目标顾客描述：年龄16-35岁，思想新潮。饮食偏西式的白领、零售业销售及业务人员、文艺青年和学生市场容量或本企业预计市场占有率：咖啡厅打算开设于汕头市区华山路上，附近500米范围有国际商业大厦、信德华大厦、中信大厦、金龙大厦、全球通大厦、金讯大厦、长荣大厦、汕融大厦、金怡大厦、友谊大厦等十几多栋公司云集的商业写字楼，光职业白领数目保守估计就在5000人以上；此外还有苏宁商圈的零售销售业务人员、华山路及榕江、长平路商铺的零售销售业务人员；华山路上的汕头市外语外贸职业技术学校的生也是活跃消费群体；再计入附近环碧花园、金龙苑、丹霞庄的住户，目标客户人数应该在30000以上，按30000人计算，每人每年来消费两次，一天也有160次以上的消费机会，应当说市场相当庞大。本企业预计市场占有率30%。市场容量的变化趋势：南国商城及原龙湖乐园地段将整体拆整合成为华润大型商业中心，苏宁广场也已部分开业，可预见未来五年内该地段市场将进一步扩大。

竞争对手的主要优势：华山路上拥有嘉禧、范特西、圣堡罗三间以咖啡为主打的咖啡厅。金环路上原德宝、六星集咖啡已被拆除，长平路上的由稻里咖啡，和原六星集为同一集团属下。其中嘉禧和圣堡罗开设时间均已超过8年，拥有大批熟客，知名度较高。由稻里规模最大，可同时容纳100多人，而且由于集团属下几个咖啡厅品牌，咖啡采购成本较低，人员培训时间充足，拥有较好的员工素质。

竞争对手的主要劣势：嘉禧和圣堡罗开设时间太久，装修陈旧。而由稻里因为面积太大，整体装修风格杂乱，档次较低。本企业相对于竞争对手的主要优势：针对几个竞争对手的分析可见，装修陈旧或无风格是普遍存在的问题，故此xx咖啡厅将以70年代的太空风格为基调，大面积铝材装修及桌椅，加薄纱软装，切合当下的环保及复古风尚，给出惊艳的第一印象。另外免费提供各类桌游、飞镖盘、游戏工具、经典文学著作、时尚杂志。每桌配备ipad供游戏及点餐使用，打造高端大气上档次的氛围。本企业相对于竞争对手的主要劣势：新成立企业，无足够现金进行传统媒体宣传，无熟客群体，规模偏小（预计营业面积80平米，可容纳40-50人左右）

syb创业计划书4

一、摘要

民以食为天，但在高校里，学校食堂的伙食一直被学生们所抱怨，由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。现如今，人们的生活水平在不断提高，对于高校学生来说，健康营养，价格适中的饮食才是他们所需要的。本创业计划书是关于在大学附近开设一家绿色餐饮店的方案。其主要业务是自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等，目标市场是在校大学生。本餐饮店首先采取个体户的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。因此，在学校附近办一个专以学生为消费群体的餐厅是我团队所想要创业的短期目标，长期战略目标是：“立足本地，树立品牌，步步为营，扩大规模，走向全国”

我们团队的创业梦想是经过许久的酝酿才形成的，也正因为此我们才走在了一起，对于餐厅的创建及其运行模式已经有所了解。另外，资金的筹措，人员的聘用，地点的选择正在稳步进行中。

二、市场及顾客

随着经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头。目前我国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。相比洋快餐专业化、品牌化、连锁化的成功营销模式。中式餐饮发展显然稍逊一筹，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

随着人们对自身健康及食品安全关注程度的提高。而洋快餐油炸、高能量为主的食品长期食用导致肥胖等问题曝光后。饮食安全成为一个热门话题，如何给消费者一个放心安全的饮食，成为餐饮业今后发展的主题。可以预见运用环保、健康、安全理念，倡导绿色消费将是今后餐饮业的发展趋势。绿色餐饮的提出其实也是社会文明程度的进步，是一个新的餐饮文化理念。在未来几年内，我国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，而且绿色餐饮必将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了契机。

而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。本餐厅就是根据这一点，为了提高大学生的饮食质量，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。

本店主体顾客是学生，毕竟年轻人都比较喜欢环境优雅、有创意的地方。市场主要面对的是枫林大道附近的大学的学生和老师，及过往人员。

三、竞争对手分析

在学校周围现在已有多家餐馆，他们大多是周围居民利用所处的地理位置在自家开的小餐馆，其环境、卫生条件、管理方式等都不尽人意。年轻人对饮食永远不会满足，不仅是只为吃而吃，其非常需要环境优雅、卫生条件达标、有文化底蕴的绿色餐馆，以彰显自己的个性。枫林附近像样的餐馆基本没有，所以这样的餐馆还是有相当的市场。到很远的地方买我们本身就是大学生，置身于这个环境更有优势。我们可以更了解大学生需要什么，更好的迎合大学生的口味。餐饮店的成本不多，对于我们大学生具有一定的可行性和可操作性。

四、项目概况

（一）项目目的：

校园食堂的伙食一直是学校的诟病，在学校附近经营一个价格适中，品种多样的餐厅是一个非常盈利的创业项目，同时也增加自己的创业经历，为以后更大、更好的创业打下良好的基础。

（二）项目名称：馨园餐厅

（三）项目性质：提供自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等

（四）建设地点：

江西财经大学现代经济管理学院

五、经营理念及目标

1、为了让顾客吃上放心、绿色的食品，本店设计了一条标语：花最合适的钱买一份健康。

2、坚持诚信为本，顾客权益至上的理念。

3、靠薄利多销，走经营流水，留意客户的反馈信息。凭借优良的品质和满意的服务，赢得顾客的认可，努力实现本店与顾客双赢的局面。

4、最终目标：寻求加盟，连锁经营，扩大规模和影响力。

六、管理理念

1、尊重餐饮业人员的独立人格

2、互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解

3、营造集体氛围：既要上下属感受到西餐厅纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性

4、公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

七、经营范围

提供自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等

1、自助餐主要是火锅、烧烤，同时也提供各种饮料。

2、早餐以江南小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰富，使就餐者有更多、更好的选择。

3、午餐和晚餐则有中西不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。4、全天提供各色餐点，冷饮，热饮。

八、营销策略

在餐厅的初步发展阶段，采取招徕定价，利用各种优惠方式吸引学生，并在各个高校里进行品牌宣传，不断加深学生对本餐厅的印象，打响品牌。同时，聘用手艺精良的厨师，创作各种精致美食。随着餐厅的固定食客的增加，培养顾客的忠诚度。

九、财务数据

起步资金：十五万元

融资方式：团队成员手里资金五万元，创业贷款五万元，家庭支助五万元。

组织理念：

特色饮食，微笑服务

阶段小结：

学生餐厅与传统餐厅有着明显的不同，其特色经营会是其盈利的主要来源。以大学生为其市场，消费群集中，消费方向稳定，人流量大，消费的潜在性强，是餐厅存在之主要支柱。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。而本团队正是学生————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餐饮市场的。

十、餐厅岗位说明书

（一）对餐饮经营者的要求 职责

1、拥有餐厅的决策权，对餐厅成员有聘用解雇的权力。2、餐厅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、控制餐厅的经营情况，加强对餐厅的财产管理，掌握和控制好各种物品的使用情况。

5、加强对每个厨师的沟通合作，提供客人的意见和改进食品的质量。

（二）对中餐厨师的要求 职责

1、每日早午餐的制作，保证食品质量。

2、遵守作息时间，准时开餐，不擅离职守，不得无缘无故罢工，影响餐厅经营。

3、遵守安全操作流程，合理使用原材料，节约水、电、燃气等消费。

4、上班时穿厨师专用服，将自身整理干净，在工作时间不抽烟，安全烹饪。

5、努力创作特色饮食。

（三）对西餐厨师的要求 职责。

（与中餐厅厨师职责相同）

（四）对服务生的要求（3~4人）职责。

1、微笑服务，礼貌待人。

2、餐厅每日营业前，整理好桌椅，餐厅卫生，准备好各种用品，确保餐厅正常营业。

3、客到时，及时安排好客人入座，主动介绍本餐厅特色饮食。

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，及时向餐厅管理者汇报，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，迅速整理餐桌，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，遵守餐厅规章制度。

十一、研究与开发

（一）项目申请

餐厅的创建需要进行申请，取得经营许可证。在银行进行抵押贷款，获取开业基金。

（二）餐厅开办前准备

1、租用场地

2、装修餐厅，餐厅风格自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

3、聘用中西餐厨师，签订合同。

4、联系用原材料供应商，与之签订合作合同。

5、聘用勤工俭学的学生为服务员，谈好薪资，工作时间，工作内容，签订好劳工合同。

6、开始在各高校进行宣传活动。

十二、环境分析

餐厅是为人们提供生活饮食的地方，是人们生活所必不可少的。随着生活的不断进步，经济的不断发展，填饱肚子不再是人们对饮食的要求，现在的人所追求的是干净卫生，有特色的餐厅。而本餐厅就是在此基础上建立起来的，价格适中，选择多样，安全卫生，微笑服务是我们餐厅能生存下来的重要条件。

（一）此类餐厅的形成及发展前景

随着人们生活水平的提高，对绿色营养方面的关注也逐步提升，作为一名高校学生，更是走在时代的前沿，对事物的敏感度比较强，本餐厅以中餐为主，各种特色菜相互结合，提供水果饮料，满足学生在各方面的要求。只要价格安排合理，味道较好，餐厅风格独特，一定会有较高盈利。

（二）餐厅所在地消费市场分析

枫林大道是高校集中的地方，消费量大，中餐厅多，但是专为学生提供休闲场所的餐厅却并不多，因此，学生餐厅会有较大的市场。且由于本餐厅的价格安排较为适中，符合大部分学生的消费标准。（三）现已创办的此类餐厅概况 1、名称：重庆川菜馆 2、成立时间：2024年8月

3、所在位置：江西财经大学现代经济管理学院

4、优势分析：存在时间长，有固定客人，午餐、晚餐有特色，开业时，此类餐厅并不多，因此具有较高的人气，符合人们追求新奇的心理。且在当时，价格便宜，风味独特，颇受追捧。

5、主要经营项目介绍：午餐晚餐均是四川特色菜 6、存在的缺陷：

（1）、餐厅长时间的风格未作改变，且饮食种类几乎没有变化，消费者毫无新鲜感。

（2）、因为生意较为火爆，整体价格有所上调，受到学生的不满。

7、本餐厅的竞争策略

（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。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。

2、针对节假日，开展有针对性的促销策略。

（二）创造本餐厅特色

1、永远不要让自己的餐厅落伍，应始终保持高雅的格调，紧跟潮流和消费群体的消费习惯和真实需要;自己的餐厅是为高校师生提供饮食的，要有这种意识――永远和校园生活合拍。

2、这是你的餐厅。每一个员工都应该有这种主人意识，热情，主动，有亲和力。应该通过一系列的方法让员工把这种意识时刻牢记，让每一个员工都以自己就代表餐厅的形象而自豪。

十三、营销策略

（一）在确定经营方式前，本餐厅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、本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。

2、同时，非餐点还提供冷饮、冰粥、等，并提供免费茶水。

3、简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。

4、此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

5、本餐厅的消费群目标是高校的学生，因此，绿色卫生，餐点独特，价格适宜是本餐厅重大优势。

6、本餐厅的构造风格符合广大学生的审美标准。具体内容请参见附件一。

2、服务：

本餐厅 所推崇的是微笑服务，作为餐厅的一员，不管是餐厅管理者，还是服务员，面对顾客均需要微笑服务，真诚待人，对于具体要求本餐厅在聘请厨师以及服务员时已经强调。餐厅规章制度也有明确要求。

3、品质与价格的双重保障的竞争策略

1，本餐厅所强调的是绿色生活，健康享受美食，因此，对于原材料的购买均要求较高，符合大学生的健康饮食。

2、本餐厅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。

4、校园广告

（1）再在前期资助学生所举办的活动，在其活动中推广本餐厅，打响本餐厅的名气，吸引顾客的前来。

（2）等有了一定的顾客群体，就会采用各种优惠方式，来留住顾客，当然这是在盈利的前提下进行的。

（二）经营模式的建立

1、本餐厅提供免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。

2、本餐厅推出烧烤冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。

3、有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。

4、餐厅在适当的时候还将推出送外的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外，为了不出送货费则会拉上另外的两份外，如此也是能增加销量的。

5、餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

6、暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

7、制作顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念，认真听取顾客意见。将顾客满意进行到底。树立顾客满意自己才满意的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

（三）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，努力的开发新的饮食产品，为餐厅的进一步发展积蓄资本。

两年进一步健全餐厅的经营管理体制，确定自己的特色品牌饮食，各类活动相继推出，是固定的顾客人数进一步增加。餐厅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，扩大餐厅的范围，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，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展

十四、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，十五万元的开业资金必须要有一定的资金留做备用。

（二）资源方面

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、肉类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以绿色食品为主的餐厅，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、天然、无污染的绿色食品。因此，要与原材料供应商建立长期友好合作关系。

（三）经营方面

餐厅长时间经营下来，顾客会对餐厅的饮食厌倦，餐厅风格的一成不变感到无趣，那么，就要适时的改变菜色，运用一定的资金进行餐厅风格的改变。

（四）管理方面

1、为防止厨师被挖角而辞职，餐厅管理者需对餐厅的特色菜进行一定的了解，并及时聘请另一个厨师，发明新的特色菜。

2、同时，对于餐厅的厨师和服务员，餐厅管理者需要与之处好关系，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

随着世界的发展，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xxx、xxx在中国的快餐业中占据很大的市场份额。因此，善于创新，善于学习，是餐厅能长期生存下去的根本。

财务计划 现金流量表

1、初始阶段的成本主要是：场地租赁费用（3万），餐饮卫生许可等证件的申领费用，场地装修费用（5000），厨房用具购置费用，基本设施费用（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、剩余40000作为餐厅本金，预防各种突发状况。

预计损益（主营业务收入）

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约1500元，收益率30%，毛利润1000元。由此可计算出投资回收期约为三个月。

做了这些计划我想我们一定会按照计划进行实施，希望创业能够早点成功，也希望能够引来更多的创业者，共同创造更大的事业，我们期待你的参与！

syb创业计划书5

一、基本情况：

1、企业名：百货超市

2、行业类型：零售

3、组织形式：个体工商户

主要经营范围：自己家乡的镇中心，这里是人流的中心集合处

4、经营地点：广西省南宁市大沙田广场

面积：占地大概150平方米。

选择该地点的理由：因为中心处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。

5、创业者个人情况：张×源，男，十九岁，大专。

相关工作经历：曾经在商店里卖过东西，懂得一点怎样经营，但在日后的日子里本人会增加社会实践的，学习与这方面的知识的。

二、立项概述：

我是一名大学生，专业是计算机专业，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，一直希望在自己的乡镇开一间超市，用此来发展自己乡镇的经济，是广州市的许多超市吸引了我，我去超市购物时的启迪，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，决定要谨慎从事，三思而行，因为这有非常大的风险的，加上自己的经验不足。

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，所以我打算要销售一些绿色的产品，以保证人民的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

三、市场调查

商圈范围：徒步商圈(二百米～五百米半径范围内);

潜在的消费群体：居民区;

消费能力：消费能力高;

竞争情况：附近只有一间不算很大的超市;

市场潜力：人们生活水平提高，需要的物质有所增加，生活方式改变，大多数消费观念增强，消费结构合理;商圈范围：居民住宅

潜在的消费群体：消费能力中等

消费能力：附近有一间中学

竞争情况：邻近有几个村子(五百米～一千米半径范围内)

市场潜力：消费观念增强，消费水平提高，有较多的商店，但销售的东西比较少

四、对其它大型超市的调查

1、店铺硬件调查。主要包括：竞争店的选址、店铺外观形象、建筑物构造、停车场的设计、经营设施配置等方面的调查。

2、店堂陈列布局调查。主要包括：竞争店的楼面构成、平面布局、面积分割、商品陈列及店堂气氛营造等方面的调查。

3、商品能力调查。对竞争商店商品品种齐全的程度、商品的价格带、商品的品质、货源供应等情况进行调查分析。

4、顾客层次的调查。主要从年龄层次和收入层次进行调查。

5、店铺运营管理调查。对促销、补货、陈列及环境卫生等方面的调查。

需求与供给的关系有以下几种类型：①需求旺盛，供给偏低型;②需求旺盛，供给旺盛型;③需求不旺，供给也不旺型;④需求不旺，供给旺盛型。从仓储式超市选址看，其立地商圈内需求与供给关系呈现出第一种类型最佳，第二种次之，第三、第四种类型要尽力回避。对需求和供给的调查，要注意对潜在需求和供应的调查，要特别留意可能会引起供需变化的一些因素的发展趋势。

6、仓储式超市的调查：

在仓储式超市选址时，除了对以上大的项目调查外，具体地点选址还必须对以下几个虽属细节问题但又颇为重要的几个因素进行调查。

可见度。可见度是商店被往来行人或乘车者所能看到的程度。场所可见度越高，商店越容易引起客流的重视，他们来店购物的可能性越大。因此仓储式超市选址时要选择可见度高的地点，如两面临街的十字路口或三岔路口。

适用性。如果要征用土地建房子要考虑土地面积形状与商店的类型是否相符，如果租用现成的房子则要考虑建筑的构造、材料、立面造型及其可塑性，仓储式超市货架比一般商场的高，相应地要求建筑物的层高也比较高。同时还要了解有关城市建设发展规划要求，详细了解该地点的交通、市政、绿化、公共设施、住宅建设或改造项目的近期、远期规划。交通便利性。主要了解两方面的情况：

a、是该地是否接近主要公路，交通网络能否四通八达，商品从火车站、码头运至商店是否方便，白天能否通过大型货车，因为大城市普遍对大型货车实行运输管制，中心区许多街道不允许通货车，有的只允许夜间通车。

b、是该地是否有较密集的公交汽车路线经过，各条公交路线的停靠点能否均匀全面地覆盖整个市区，当前我国私家车普及不广，这点显得尤为重要。因为这直接关系到顾客购物的便利程度。

五、开业前的市场调查

在开超市之前我得访问一些超市和商家，仔细观察了消费者购物的情况，并询问了一些消费者，比如：不同年龄、不同职业、不同收入水平的消费者，有着不同的购物习惯和消费需求，我认为精明的商家在经营过程中要不断的揣摩各种消费群的心理变化和需求变化。

(一)高收入消费群的消费行为及心理特征：

1、品牌偏好明显，受文化需求的影响大于价格上的诱惑。高收入群体多为高学历、高品位、高消费需求的“三高”消费群体，易于接受新事物和大品牌，并会由此产生相应的品牌偏好。

2、购买数量较大，购买频率和次数较少。高收入群体忙于工作，因而他们在生活上表现出极大的不规律性。除周末以外，逛街购物对他们来说只能是一种“奢侈”。但是若进商场购物，他们购买的数量很多，从吃的、喝的到用的，一消费就是数百元。据了解，这种“集中购物”的消费者并不少，在周末购物群中占了很大的比例。

3、购物期望值较高。高收入消费者受其社会地位的影响，在购物时也期望商家能给予其特殊的关照，比方如售前服务和售后服务方面等等。我访问过许多消费者，他们一致认为，购物时他们最重视的是商家的服务态度。

(二)低收入消费群的消费行为及心理特征：

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。对低收入消费群而言，在这方面表现得尤为突出。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。在调查中，我发现商场的特价处，大多数是低收入群。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。目前，城镇里的低收入群中。在调查中，我发现他们的消费习惯远远不同于农村消费者。他们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肉菜市场里的低价肉菜，但他们仍然担忧肉菜的质量，并渴盼“放心肉菜”的到来。因为质量是实在，东西在便宜的同时还要中用、中吃。

3、购物数量少，购物频次多。下岗工人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。

六、超市市场调查目的及内容

做好市调，提升竞争力～～一次好的市调，可以提升本身的竞争力，掌握自己的发展方向，了解竞争者的动态，做到知已知彼，百战不殆。

零售业，一个商品平凡不能平凡的商品交易场所，她带给的人们的一些期望，没有负于其它行业。如何在这一块新型的圣地发挥商品的潜能，如何驾驭商品的成功之帆?这就要学会如何做到商品正确市场调查。

七、商品分类

1、主妇商品，这种商品的价格如有轻微的变动有些顾客即有相当的关注。顾客对这种商品的价格敏感度最高。同时在销售时应注意此类商品的质量。例：生鲜的商品更应注意鲜度及陈列的量感，妈妈菜蓝商品是每家店以生鲜为主，一般是用来吸引顾客，走低价位及市场鲜度较强的商品，此类商品市调时要非常注意价格的幅度。

2、红色商品：顾客对此类商品的价格敏感度次之，这一类商品销量一般比妈妈菜蓝那一类商品销量大，价格也一般比妈妈菜蓝商品高些。此类商品一般都适应中层消费者。所以对此类商品要注重品牌及质量，这种商品也称之为价格商品，畅销品排行榜上经常有此类商品。绿色商品：顾客对绿色商品的价格敏感度最低。

3、市调完商品后要做商品的整理，要将营业额商品、毛利商品、敏感性商品、季节性商品、形象商品区别，做一次整理。包括排面和价格。

一次完善的市调你会注意到我们的很多商品属于畅销商品还是属于滞销商品，可以让你在最短的时间里调整你的商品。

市场调查表明：客户十分重视产品的质量，重视产品的价格，我个人认为市场潜力还有的，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。超市的销售产品要丰富多彩。

八、产品与服务

产品方面：

(一)产品分类：

1、大分类的分类原则：

在超级市场里，大分类的划分最好不要超过十个，比较容易管理。不过，这仍须视经营者的经营理念而定，业者若想把事业范围扩增到很广的领域，可能就要使用比较多的大分类。大分类的原则通常依商品的特性来划分，如生产来源、生产方式、处理方式、保存方式等，类似的一大群商品集合起来做为一个大分类，例如，水产就是一个大分类，原因是这个分类的商品来源皆与水、海或河有关，保存方式及处理方式也皆相近，因此可以归成一大类。

2、中分类的分类原则：

a、依商品的功能、用途划分：

依商品在消费者使用时的功能或用途来分类，比如说在糖果饼干这个大分类中，划分出一个“早餐关连”的中分类。早餐关连是一种功能及用途的概念，提供这些商品在于解决消费者有一顿“丰富的早餐”，因此在分类里就可以集合土司、面包、果酱、花生酱、麦片等商品来构成这个中分类。

b、依商品的制造方法划分：

有时某些商品的用途并非完全相同，若硬要以用途、功能来划分略显困难，此时我们可以就商品制造的方法近似来加以网罗划分。例如：在畜产的大分类中，有一个称为“加工肉”的中分类，这个中分类网罗了火腿、香肠、热狗、炸鸡块、薰肉、腊肉等商品，它们的功能和用途不尽相同，但在制造上却近似，因此“经过加工再制的肉品”就成了一个中分类。

c、依商品的产地来划分：

在经营策略中，有时候会希望将某些商品的特性加以突出，又必须特别加以管理，因而发展出以商品的产地来源做为分类的依据。例如：有的商店很重视商圈内的外国顾客，因而特别注重进口商品的经营，而列了“进口饼干”这个中分类，把属于国外来的饼干皆收集在这一个中分类中，便于进货或销售的统计，也有利于卖场的演出。

(二)小分类的分类原则：

1、依功能用途分类：此种分类与中分类原理相同，也是以功能用途来作更细分的分类。

2、依规格包装型态来分类：分类时，规格、包装型态可做为分类的原则。例如：铝箔包饮料、碗装速食面，都是这种分类原则下的产物。

(三)以商品的成分为分类的原则：

有些商品也可以商品的成分来归类，例如100%的果汁，“凡成分100%的`果汁”就归类在这一个分类。

(四)以商品的口味做为分类的原则：

以口味来做商品的分类，例如“牛肉面”也可以做为一个小分类，凡牛肉口味的面，就归到这一分类来。

分类的原则在于提供做分类的依据，它源自于商品概念。而如何活用分类原则，编订出一套好的分类系统，都是此原则的真正重点所在。

超市服务方面：

超市服务在市场经济条件下，显示出强大的生命力：

1、服务对现有商品销售起到强有力的促进作用。超市在销售商品时，需要提供给消费者各种各样的服务，比如解答消费者的疑问，为消费者讲述有关商品制作，使用方法或保养知识等，这些服务会在一定程度上帮助实现销售。

2、服务能将消费潜在需求转化成现实需求。据国内一家权威机构对于深圳地区的消费者购买行为调研报告显示，到超市购物的消费者中，只有40%的顾客是预先有购买计划的，而另外60%的顾客没有预先计划。由此可见，充分刺激消费者的潜在购买欲望，能够大幅度增加超级市场的销售额，服务所起到的作用绝不可小视。

做销售这种经营服务是一种长期性的服务，关键是不能欺骗消费者，不能短斤缺两的，欺骗了消费者的生意是不会做得长久的;关键是要得到消费者的依赖。

syb创业计划书6

每个人心中都有一个创业梦，很多人都苦于无从下手。为此，好范本-范文大全小编特意为读者朋友们整理了关于syb创业计划书范文和材料，希望对您有帮助。

一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。

未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(一)商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0---200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60---200平方。

(二)经营选址

一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来达到自己的经营赢利。

三、投资计划

(一)ci设计

1、企业标识要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci。

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

2、企业理念

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

(二)投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面――为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。照明――白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持10-15平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

音响――为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备电脑――一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。软件――与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。收银台――收银台兼管理人员工作台。货架――以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。冰柜――因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。其他设备――如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%,约需单品数20xx至3000种。

(三)经营理念

1、符合目标消费者需求――便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快

2、为消费者提供方便――就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置

四、管理运营

1、制度管理

在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的相关的管理制度有：出勤制度卫生管理制度报表管理制度能耗管理制度设备管理制度固定资产管理制度采购管理制度现金管理制度工资的发放管理规定员工的担保制度管理人员的权限规定员工的奖惩制度员工工作制度货架作业管理制度商品配送管理制度仓库管理制度会议管理制度耗材领用管理制度通讯器材及设备管理制度

2商品管理为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：商品的进场制度商品的销售报表采购报表滞销报表畅销商品统计表关于商品的奖罚制度商品的配备申报制度临近商品的处理商品销售考核促销商品的管理制度

3库存管理因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品的周转率，建立有效的商品配送机制，相关的制度有库存报表管理库存的限制商品的周转周期与库存的参考调货申请表退货管理规定库存周转考核商品配送管理制度滞销商品考核

4系统管理系统化，信息化，数字化的管理能有效的减少商品的损耗，加强店与店之间的沟通频率，能快速的实现商品的流转，从而使资金的流转更加有效，促进企业的良性发展，因此连锁店必须将其电脑系统进行连网统一管理，以提高工作准确率和工作效率，相关的制度有操作员的管理规定操作员的权限操作员的保密规定营业额与员工工资的关系制定

a)损耗管理制定有效的防损制度，提高员工的防损意识，发挥员工的防损积极性，有效的防损降耗措施，相关的制度有员工内盗的处理意见损耗的管理规定损耗的奖惩制度耗材管理关于盗损的管理规定

b)促销管理实行统一的促销政策，有利于增强企业的形象，促进商品的销售，有利于整合促销资源，实现资源利用的合理化，充分化.相关的制度有促销管理规定促销的申请促销的执行考核

五投资分析预算按120平米计算(单店)

1a固定设施：首期(即开业前)天花+墙面：直接刮腻子(120+120)3.5/平方=840元水电设备：2500元地板；120平方6+600+120平方12=2760元铺面外：20xx平方=600元店招：20平方30=600元合计840+2500+2760+600+600=7300元

b经营设备货架：28020+18030=11000元电脑收银设备：3500+500+800=4800元

syb创业计划书7

一、奶茶行业分析

奶茶、咖啡属于大众消费，消费者甚多，主要以青少年学生为主，不管是现在的市场需求还是未来的市场需求都极大，不过奶茶店行业竞争也很激烈，我们必须做出特色才能不被淘汰，才能在行业中脱颖而出。目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创新，例如增加新的口味、使用奇特有趣的杯具，让顾客耳目一新。同时要注重奶茶店的卫生，让顾客一走进奶茶店就有一种干净清新的感觉。

二、奶茶选址要素

奶茶是一种快速消费的休闲饮品，完全是一种可有可无的东西，因此，如果如果选址不好，那就没有人会“不远万里”的跑去专门喝你一杯奶茶，我们总结以下地段供大家选择。

1、商业步行街

这样的繁华地段因为很大的人流量会为奶茶店带来源源不断地顾客，但是这样的位置一般不是很好找，而且租金也很贵，前期的投资会比较多，奶茶店只有达到一个很高的销售额才能赚钱，一般店面租金不能超过销售额的18%。所以考虑在这样的地方开店自己一定要有足够的资金，不然很可能奶茶店刚开没多久，就因为资金短缺而开不下去了。

2、高校里面或周边

高校地区消费者特别的集中，奶茶这样的时尚饮品也特别受大学生们喜爱，消耗量大，而且很多高校都在郊区，店面的租金一般不是很贵，是很完美的一个选址地点。不过有一个问题，那就是高校会发放寒暑假，在这一时期一般店面没什么生意。如果店主不是很在意的话，顺便休息一下也不错。

3、各种交通要道

火车站、汽车站、地铁入口、航空站等地方的客流量很大，顾客在等车的过程中会带来大量的消费。能进驻这样的店面也许会比商业街更好。

4、其他理想地址

除上述地方外，还有一些理想地址也是不错的选择，例如，风味美食街、大型的游乐场、娱乐广场、旅游胜地以及集中地写字楼商务区等。

这也是按照你的投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。装修的风格要做到概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大方。特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间。这里面也包含水电的布局和水力电力要求。

三、奶茶店面装修

按照你的投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。装修的风格要做到概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大方。特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间，这里面也包含水电的布局和水力电力要求。

四、奶茶设备选购

很多人想开奶茶店，却不知道开个奶茶店需要哪些设备。现在，我们来告诉你具体的奶茶店设备清单吧。

1、封口机

封口机有两种，一种是全自动封口机，还有一种是手动封口机，它们的用途都是密封杯口。不过，全自动的会方便很多，你只需把杯子放上去，它就能自动封口，它比手动的快，而且你在封口的那个时间可以做其他的事，可以提高工作效率。

2、热水器

主要用途是烧热水泡茶。不要小看这个设备，以为泡茶可以自己烧水来泡，那你就大错特错了。茶是奶茶店的主要原料，极少有产品中没有茶，因而它的用量很大。用热水器能保证热水随时供应，自己烧热水不仅很麻烦，而且一旦茶没了，水又没烧开，产品都卖不了。奶茶店的热水不能断，不仅泡茶要用到，调试产品的时候也要用到，例如一些粉末状原料，如抹茶，就需要你用热水来调开，那样才不会粘在一起变成一坨，影响产品口感。

3、净水器

自来水过滤。做饮品的都离不开水，奶茶现做现卖，需要用到大量的水。自来水不经过过滤，直接用于奶茶的制作的话对于消费者的健康是不利的。

4、沙冰机、碎冰机

沙冰机主要是做沙冰，碎冰机就是打碎冰。因为夏季很热很多人都喜欢喝冰的东西，奶茶店相应的推出一些冰类饮品会比较受欢迎。沙冰机不仅是做沙冰，水果榨汁也是很大的一方面用途。碎冰机也有两种类型：手动和自动。

5、手动压榨机

主要用来榨柠檬和青桔。奶茶店一般柠檬水是卖得比较多的，所以需要用到它。

6、收银机

用于收银。每个小店必备，它不仅是收钱、找钱这么简单，每卖出一杯产品，这上面都会有记录，这样便于查询和对比哪些产品卖得好哪些卖得不好。

7、果糖定量机

用于果糖的定量加糖。通过果糖的定量来使同一种产品的甜味保持一致，不至于出现有的很甜，有的又不够甜的情况。它的价格也比较高，在2200左右。如果你的奶茶店所使用的不是果糖的话就不需要用到它。

8、保鲜柜和冷冻

保鲜柜主要用于保存一些容易变质开封了的物料和鲜果之类的东西。冷冻柜主要用于冰块的冷藏，当然如果有条件的可以买一个制冰机。

9、电子称

主要用于称重。由于奶茶的很多产品都是要按一定的比例来的，因而需要用到电子称。

10、各种量杯和盎司杯

量杯的规格有5000ml、1000ml、250ml等。5000的用来泡茶和当容器。盎司杯有40ml的和20ml的。

五、奶茶技术服务

奶茶的主要成份有：奶粉、茶叶、糖、水(及冰)、香料(珍珠奶茶还包括珍珠)。不同的水做的奶茶味道相差很远，你用的是自来水?还是矿泉水?还是山泉水?海水?过滤水?这是完全不同的，山泉水虽然贵，但口感好，产品好才能有回头客。冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。所以，为了企业长远的发展，作业人员有真正的学会奶茶技术。基本要懂得：1、学会品味奶茶;2、原料成份配方;3、调味份量与时间;4、设备的应用与调味火候;5、调味手法;6、奶茶的保存;7、奶茶的包装要求;8、奶茶的变化，包括样变与质变，比如：拉花。

六、奶茶营销策略

1、广告

企业的知名度，我们会通过传单的方式让顾客了解茶物语，在店门口我们会设有海报之等，告知近期的新产品推出及近日的促销活动。店面的招牌使用显眼、引人注目的颜色和款种。在后期积累一定资金后还可以在报纸、广播、电视、网络等投入广告。另外，工作人员一律着本店工作服。

2、促销计划

a、办理会员，25元/人，一次性消费满20元是可免费办理，会员使用会员卡可打9折，而且会员在生日会收到本店送出的祝福和礼物。

b、使用奇特新颖的杯具和吸管类工具，让人有耳目一新的感觉。

c、采用情侣杯具和吸管，情侣来时，可以推荐情侣套餐，并送情侣礼物。

d、在各种节日时，推出节日特别产品及活动，以此吸引顾客。

e、在一次性消费到15元时送出小礼物。有时可以送本店特别定做的有本店店名的t-shirt，不仅欢愉了顾客，同时可以提高本店的知名度。

3、价格

在每次推出新产品的前两天会有特价，其余的按市场平均价格来售出，在后期有了自己的品牌的时候适当提价。

4、队伍管理

各人员做好自己的工作，在重要事务中有店长召集人员进行讨论并作出决策。

5、服务

店里人员统一做好服务工作，保持良好的心情，要对顾客仔细礼貌，不能对顾客发脾

syb创业计划书8

结构合理：投资者应当能够在计划中找到他们所关注问题的答案，很容易找到他们特别感兴趣的话题。这就要求商业计划必须有一个清楚的结构，使读者能够灵活地选择他们想要阅读的部分。

以客观性说服投资者：尽量使自己的语气比较客观，使投资者有机会仔细地权衡你的论据是否有说服力，而不是无边际吹牛广告。

让大众也能读懂：一些创业者相信，他们可以用丰富的技术细节、精心制作的蓝图，以及详细的分析给投资者留下深刻的印象

网店计划书范文

一、执行摘要

无论是创业还是要经销新产品寻找新的利润增长点，在选择新产品时首先要明确自己的目标，是准备将产品作为一项长期的事业来发展，还是仅仅作为现有产品的一种补充，或者是其他的一些目的，目的的不一样决定了自己在此项项目上将投入的资金、时间、精力和操作方式都不一样，这些因素往往直接影响甚至就决定了该项目的最终命运。

二、项目介绍

经过对网上商店的调查报告。做出以下网上开店的流程 ：

1、开始并不在网上，而是在你的脑子里。

你需要想好自己要开一家什么样的，在这点上开网店与传统的店铺没有区别，寻找好的市尝自己的商品有竞争力才是成功的基石。

2、选择开店平台或者网站。

你需要选择一个提供个人店铺平台的网站，注册为用户。这一步很重要网店syb创业计划书网店syb创业计划书。大多数网站会要求用真实姓名和身份证等有效证件进行注册。在选择网站的时候，人气旺盛和是否收费、以及收费情况等都是很重要的指标。现在很多平台提供免费开店服务，这一点可以为您省下了不少金子。网店创业计划书范文

3、向网站申请开设店铺。

你要详细填写自己店铺所提供商品的分类，例如你出售时装手表，那么应该归类在珠宝首饰、手表、眼镜中的手表一类，以便让你的目标用户可以准确地找到你。然后你需要为自己的店铺起个醒目的名字，网友在列表中点击哪个店铺，更多取决于名字是否吸引！。有的网店显示个人资料，应该真实填写，以增加信任度。

4、进货。

可以从您熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。

5、登录产品。

你需要把每件商品的名称、产地、所在地、性质、外观、数量、交易方式、交易时限等信息填写在网站上，最好搭配商品的图片。名称应尽量全面，突出优点，因为当别人搜索该类商品时，只有名称会显示在列表上。为了增加吸引力，图片的质量应尽量好一些，说明也应尽量详细，如果需要邮寄，最好声明谁负责邮费。登录时还有一项非常重要的事情，就是设置价格。通常网站会提供起始价、底价、一口价等项目由卖家设置。假设卖家要出售一件进价100元的衣服，打算卖到 150元。如果是个传统的店主，只要先标出150元的价格，如果卖不动，再一点点降低价格。但是网上竞价不同，卖家先要设置一个起始价，买家从此向上出价网店syb创业计划书工作计划

起始价越低越能引起买家的兴趣，有的卖家设置1元起拍，就是吸引注意力的好办法。但是起始价太低会有最后成交价太低的风险，所以卖家最好同时设置底价，例如定105元为底价，以保证商品不会低于成本被买走。起始价太低的另一个缺点是可能暗示你愿意以很低的价格出售该商品，从而使竞拍在很低的价位上徘徊。如果卖家觉得等待竞拍完毕时间太长，可以设置一口价，一旦有买家愿意出这个价格，商品立刻成交，缺点是如果几个买家都有兴趣，也不可能托高价钱。卖家应根据自己的具体情况利用这些设置。

免责声明：本文仅代表作者个人观点,与本网无关。

syb创业计划书9

xxxxxx于20xx年12月创立于内蒙古大草原上的“火锅之都”包头。以其新颖的三味火锅，独特的五种汤汁口味，八种锅底组合方式，品质优异的内蒙古特制xxxx肉，加之浓厚的中国传统饮食文化气息同深邃的现代市场营销管理而一举成功。在竞争激烈的火锅业异军突起，从而成为一颗璀璨的餐饮之星。

xxxxxx作为一个火锅店，主营产品无疑是与火锅有关的产品。xxxxxx的特色是涮羊肉，这是xxxxxx的优势，也是xxxxxx就应主营的招牌食品。此外xxxxxx的一切食品都就应以涮羊肉为中心开展，这是此刻和以后时期xxxxxx就应坚持的方向，其它毫无疑问都就应以此为中心。

1、宏观/微观环境分析

(4)建立密切的客户关系，在客户生日、结婚纪念日或生病时，我们赠送一份小礼品。

xxxxxx位于新乡市人民路120号，人民路是新乡新建的较为繁华的街道，客流量十分大，尤其是在周末和夜晚，在此路上有众多的消费者。一些较为高档的住宅小区距xxxxxx很近，加上人民路在新乡的重要的地理位置和周围发达的交通环境，都为xxxxxx的经营带来了必须优势，十分有利于宣传企业的文化和在广大人民群众中竖立良好的口碑。

(2)在店面附近拉横幅，发宣传单。

1、产品product)

在企业的营销过程中，4p此过程中具有重大的影响。在市场营销组合观念中的4p分别是产品product)，价格price)，地点place)，促销promotion)。此4p产品、价格、地点、促销)是市场营销过程中能够控制的因素，[\_TAG\_h3]创业计划书完整版篇四

创业计划书

一、企业概况 企业概述（创业项目选

企 业 名 称：广州慕茶饮品有限公司 创业者姓名： 谭敬华 日 期： 2024年10月27日 通信地址：广州市白云区机场路12号 邮政编码: 510403 电 话: \*\*\* 电子邮件：919085680@

择理由、主要经营范围、主要产品或服务、目标及潜在顾客、发展前景或目标、企业宗旨或经营理念或企业文化等简述）经调查发现广州中医药大学三元里校区内缺少饮品类的商铺去满足学生生活消遣方面的需求，因此决定开办一家特色的饮品店去满足市场需求。主要的经营范围是三元里校区和周边社区，主要的产品是特色饮品，主要的顾客是学校的师生和周边的居民，店铺经营上轨道之后开始发展加盟店，做成一个连锁品牌。企业秉承着“顾客需要的才是最好的”宗旨，诚信经营，用心经营，打造出属于我们自己的企业文化。企业类型： □ 生产制造 □ 零售 □ 批发 □ 服务√ □ 农业 □ 新型产业 □ 传统产业 □ 其他

二、创业计划作者的个人情况 以往的相关经验（包括时间）： 在2024年和2024年的春节在市区的迎春花市与合作伙伴竞投了个摊位销售盆栽，略有盈利。

曾有筹备一间咖啡厅的经验 参加2024年广东省“挑战杯”创业大赛获省级银奖 教育背景，所学习的相关课程（包括时间）： 2024年——2024年 在广州中医药大学经济与管理学院的应用心理学专业进行学习，相关课程有：管理心理学、管理学原理、消费心理学、人力资源管理等。

三、市场评估 目标顾客及潜在客户描述：

我们的目标顾客为广州中医药大学三元里校区的师生和周边社区的居民。（1）学生 在中国，大部分大学生经济来源主要来自于父母，他们拥有较高的知识文化水平，有区别于其他群体独有的价值观。他们追奇求新，注重生活品质，（2）领导与教师 大学教师的课余时间比较多，我们可以吸引他们来到我们的饮品店消费。年轻教师对新鲜事物的接受能力比较强，所以也会是饮品店的主要消费群体。并且饮品店也可以提供一个让教师与学生近距离接触的机会，让教师更加了解现在学生的学习生活。（3）周边社区的居民 虽然现在的图书馆不允许校外的人员进入，但因为我们提供外送服务，因此假如附近的住户或社会人士有需要，我们也可以为他们外送饮品。这样吸引非校内的消费者能提高咖啡厅的生存能力。市场的容量或本企业预计市场占有率：

三元里校区共有师生6000人，附近居民人数约为1000人，假设有一半的人有消费饮品的习惯，那么潜在顾客约为3500人。因为宿舍区附近没有同类型的商铺竞争，因此预计市场占有率为

80%

市场容量的变化趋势及前景： 校内学生数量每年会有一点波动，但大体保持不变，周围的住宅群也相对固定，因此市场总容量基本稳定，但有可能通过广告或利用顾客猎奇心理去激发顾客的需求，市场需求会越来越大，市场容量也会随之而增大。同时随着顾客的满意率越来越高，品牌被越来越多的顾客接受之后，市场占有率会越来越大，利润会越来越高。swot分析 优势：

1、能获得学校场地的支持或其他大学生创业政策的支持；

2、有一个执行力强，创新性高的团队；

3、人脉较广，已经拥有一定高质量的客户资源。劣势：

1、学生创业资金不足，抗风险的能力差；

2、店面管理经验不足，需要慢慢摸索；

3、缺乏系统化的作业流程，作业技术不成熟，前期产品质量不一定能保证。机会：

1、学生宿舍区人流量大，且目标顾客群体集中，市场潜力巨大；

2、附近没有同类店铺竞争，市场相对空白；

3、学生抱怨校园内娱乐消费场所匮乏。威胁：

1、企业在校园内会受到校方的约束，假如遇到政策改革可能面临关闭的可能；

2、有其他团队或校外竞争者介入抢占市场份额。

四、市场营销计划

1、产品：

产品或

服务 主要特征

2、价格 产品或服务 成本价 销售价 竞争对手的价格 折扣销售

赊帐销售

3、地点（1）选址细节：

2地址 面积（m）租金或建筑成本 12 三元里校区宿舍楼下 租金2024，建筑成本5000（2）选择该地址的主要原因： 主要原因是靠近消费群体，而且租金低廉（3）销售方式（选择一项并打√）：

将把产品或服务销售提供给：□最终消费者√

□零售商

□批发商（4）选择该销售方式的原因： 利润最大化

4、促销 人员推广 成本预测 广告 成本预测 公共关系 成本预测 0 营业推广 成本预测

五、企业组织结构 企业将登记注册成： □个体工商户 口有限责任公司 □个人独资企业 □合伙企业√ □其他

拟议的公司名称： 广州慕茶饮品有限公司企业组织结构图： 店长

副店长 运营主管 店运营店长 店员 店员 员工工作描述书（包括工作岗位说明、部门管理规范等，可另附页）： 店长：负责店铺的整体运营，日常侧重货物和设备管理、产品研发 副店长：负责营销和财务 运营主管：负责日常的店铺管理，基层员工招募、培训和排班 店员：主要负责前台和出品，执行店长和运营主管安排的其他任务

职务

月薪 店长 盈利分红 副店长 盈利分红 运营主管 3000元 店员 时薪10元

企业将获得的经营执照、许可证和特许： 类型 预测费用 合伙企业营业执照 300+240 餐饮服务许可证 0 企业名称预先核准通知书 0 企业的法律责任（保险、员工的薪酬、纳税）： 类型 预测费用 营业税 合伙（合作）人与合伙（合作）协议： 1 2 内 姓 容

名

协议

条款

出资方式 出资数额与期限 利润分配和亏损分摊 经营分工、权限和责任 合伙人个人负债的责任 协议变更和终止 其他条款

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，企业需要购买以下设备：

名称 数量 单价 总费用（元）供应商名称 地址 电话或传真

2、交通工具 根据交通及营销活动需要，拟购置以下交通工具：

名称 数量 单价 总费用（元）供应商名称 地址 电话或传真

3、办公家具和设备 办公室需要以下设备：

名称 数量 单价 总费用（元）供应商名称 地址 电话或传真

4、固定资产和折旧 项目 价值（元）年折旧（元）合计

七、流动资金（月）

1、原材料和包装

材料描述 数量 单价 总费用（元）供应商名称 地址 电话或传真

2、其他经营费用（不包括折旧费和贷款利息）

项目 费用（元）备注

八、销售收预测（12个月）

销售情况 月份 总数 销售产品服务 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 销售数量（1）平均单价 月销售收入 销售数量（2）平均单价 月销售收入

销售数量（3）

平均单价 月销售收入 销售数量（4）平均单价 月销售收入 销售数量（5）平均单价 月销售收入 销售数量（6）平均单价 月销售收入 销售数量（7）平均单价 月销售收入 销售数量（8）平均单价 月销售收入 合计 销售总量 销售总收入

九、销售和成本计划

金额（元）月份 项目 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 总量 销 含税销售收入 售 增值税 销售收入 原材料（列入项目）（1）（2）（3）业主工资 员工工资 租金 成 营销费用 本 公用事业费 维护维修费 折旧费 贷款利息 保险费 登记注册费 总成本 利润 企业所得税 个人所得税 其他 净收入（税后）

十、现金流量计划

金额（元）月份 项目 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 总量 月初现金 现 先进销售收入 金 赊销的现金收入 流 贷款 入 其他现金流入 可支配现金（a）现金采购支出（列出项目）（1）（2）（3）赊购支出 业主工资 员工工资 现 租金 金 事业费 出 维修费 本金 保险金 其他列出项目 现金总支出（b）营销费用 流 贷款利息 登记注册费 税金

月底现金（a-b）公用偿还贷款设备

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