# 最新创业策划书字大学生 创业计划书 完整版(28篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-10-09

*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。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇一...*

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。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇一**

商业运作过程中，第一关键要素就是店址选择问题。对此，沃尔玛、肯德鸡等享誉全球的连锁巨头们用其多年的发展经验无数次地证明它的正确性。商业是聚集人气、交流信息、达成交易的活动总称，而这样一切活动的背后都是需要“人”作为推动者和执行者，如何选择能够聚集最佳人气的店址就是商业活动成功的前提条件。因此，对于“商业化”运作经验缺乏的制造企业来说，店址的选址就更加的重要了。

商品管理是店面运营的一项非常重要的工作，其目的在于保证商品在店面的每一个环节都做到科学性和完整性，以实现销量最大化。

制造企业在商业化过程中形成的专卖价格体系和原有经销价格体系的协调管理将会是制造企业店面运营面临的挑战之一。二者之间既面临重合性，又需要具有特殊性以突出专卖网络的价值。

高效、科学的物流配送体系是连锁商业成功的基本保障，世界第一的商业帝国沃尔玛连续多年来雄踞世界500强企业之首而不倒，其中的一个关键就在于其建立了一套先进的、强大的物流配送体系。对于初涉商业领域的制造企业来说，其物流配送体系并不要求具有如此强大的功能，但必须满足两个基本的目的：其一、专卖商业网络的正常供给;其二、与原有配送体系的协调。

导购是企业和顾客之间的纽带，是制造企业直接面对顾客的形象代表，他们通过诠释顾客利益，解决顾客疑虑，成功引导销售实现。而一批高素质的导购员是店面运营实现持续盈利的关键，但导购学本身是一门很深奥的学问，一批高素质的导购员更是难求。为此，店面运营导购管理的关键在于两个方面：一是做好导购人员的选拔、培养和科学使用;二是做到导购技巧的不断更新和完善。

产品促销是指制造企业通过利用媒体广告、人员推销、公共关系等方式而进行的阶段性造势，并刺激销量、塑造品牌的活动方式。对这些活动方式的管理就称为促销管理。其实促销主要包括企业层面和店面层面的促销管理，主要是针对制造企业店面运营的促销管理而言，它对单个店面运营有着聚集人气、吸引人流、增加销量、对抗竞争对手、提高市场占有率的价值。

关于店面管理涉及店面运营的所有工作，包括门店商品管理、价格管理、导购管理等环节，其重要性自是不言而喻。再次提及却并非为了强调上文几个店面管理内容，除此之外，店面管理还涉及太多细致而微不足道的工作和程序，包括店面安全管理、卫生管理、收银管理、服务管理等，实际店面运作中我们容易将这些环节遗漏或者应付过关。

想要开饮品店，要真正从思想认识到这些情况，正是这些细微工作和程序的长期坚持和积累才能铸就制造企业专卖网络强大的市场竞争力，才有可能形成与现代终端大卖场抗衡的新型渠道。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二**

21世纪的今天，创业是大多数人最终选择的，他们不甘于只为别人打工，那么，开奶茶店都需要注意哪些呢，现在就为大家介绍介绍。

商业运作过程中，第一关键要素就是店址选择问题。对此，沃尔玛、肯德鸡等享誉全球的连锁巨头们用其多年的发展经验无数次地证明它的正确性。商业是聚集人气、交流信息、达成交易的活动总称，而这样一切活动的背后都是需要“人”作为推动者和执行者，如何选择能够聚集最佳人气的店址就是商业活动成功的前提条件。因此，对于“商业化”运作经验缺乏的制造企业来说，店址的选址就更加的重要了。

商品管理是店面运营的一项非常重要的工作，其目的在于保证商品在店面的每一个环节都做到科学性和完整性，以实现销量最大化。

制造企业在商业化过程中形成的专卖价格体系和原有经销价格体系的协调管理将会是制造企业店面运营面临的挑战之一。二者之间既面临重合性，又需要具有特殊性以突出专卖网络的价值。

高效、科学的物流配送体系是连锁商业成功的基本保障，世界第一的商业帝国沃尔玛连续多年来雄踞世界500强企业之首而不倒，其中的一个关键就在于其建立了一套先进的、强大的物流配送体系。对于初涉商业领域的制造企业来说，其物流配送体系并不要求具有如此强大的功能，但必须满足两个基本的目的：其一、专卖商业网络的正常供给;其二、与原有配送体系的协调。

导购是企业和顾客之间的纽带，是制造企业直接面对顾客的形象代表，他们通过诠释顾客利益，解决顾客疑虑，成功引导销售实现。而一批高素质的导购员是店面运营实现持续盈利的关键，但导购学本身是一门很深奥的学问，一批高素质的导购员更是难求。为此，店面运营导购管理的关键在于两个方面：一是做好导购人员的选拔、培养和科学使用;二是做到导购技巧的不断更新和完善。

产品促销是指制造企业通过利用媒体广告、人员推销、公共关系等方式而进行的阶段性造势，并刺激销量、塑造品牌的活动方式。对这些活动方式的管理就称为促销管理。其实促销主要包括企业层面和店面层面的促销管理，主要是针对制造企业店面运营的促销管理而言，它对单个店面运营有着聚集人气、吸引人流、增加销量、对抗竞争对手、提高市场占有率的价值。

关于店面管理涉及店面运营的所有工作，包括门店商品管理、价格管理、导购管理等环节，其重要性自是不言而喻。再次提及却并非为了强调上文几个店面管理内容，除此之外，店面管理还涉及太多细致而微不足道的工作和程序，包括店面安全管理、卫生管理、收银管理、服务管理等，实际店面运作中我们容易将这些环节遗漏或者应付过关。

想要开饮品店，要真正从思想认识到这些情况，正是这些细微工作和程序的长期坚持和积累才能铸就制造企业专卖网络强大的市场竞争力，才有可能形成与现代终端大卖场抗衡的新型渠道。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇三**

前言：

女人的秘密室友——高跟鞋，是一种主要为女士穿用的鞋类，高跟鞋除了增加高度，更重要的因素是可以增进诱惑力。高跟鞋使女人步幅减小，因为重心后移，腿部就相应挺直，并造成臀部收缩、胸部前挺，使女人的站姿、走姿都富有风韵，袅娜与韵致应运而生。追求美是人类的本能，而追求时髦及效仿自己所嫉羡者也是很多人的天性。高跟鞋不仅仅是一种外在的服饰选择而已，高跟鞋有着它自己的语言，高跟鞋本身是一种文化。高跟鞋作为一女人的外在穿着的选择体现着她的内涵，她的品位，她的追求，她对生活的理解。因此，我公司的服务宗旨是：无论何时都能让你感受到温馨和关怀，体味潮流品位，找到属于自己的一片天空。

创业理念及目标：

追求不同的生活体验及生活经历：都市环境不断在变，时装潮流不断在变，生活内容不断在变，女人在一生中的角色不断在变。在变化中展现内在与外在的完美气质。

创业初期定位在新时期发展战略以将市场蛋糕“做好、做强”为目标，以完善企业发展内涵，扩大企业发展外延为指针，进一步精确品牌的市场定位，精耕细作已有市场，不断开拓包括中国在内的全球市场，在适当的条件下开拓新的经营领域，最终实现多品牌、多梯次、多品种、跨行业的经营目标。

公司简介：

change公司20xx年创于香港，20xx年末由香港著名鞋款设计师黄小姐引入内地，并针对内地市场重新包装定位，获得极大成功。change取义英语“改变”，主打时尚真皮女鞋，主要顾客群为“年龄20－40岁，中等收入的都市女性。change风格多样，以“舒适、简约、职业、成熟”为主流，亦不乏新潮、时尚、前卫。并以大众化的价格、优质的产品及诚信的服务确立了自己鲜明的品牌形象。change不仅是一个鞋的品牌， 更是一种生活态度、一种生活主张、一种生活方式； 现代潮流的生活应该是多层次、全方位的，人们追求不同的生活体验及生活经历，只有不断掌握变化，适应变化，在变化中展现女性外在与内在的完美气质和姿彩，才能在各个方面展示自己的魅力。

产品（stow）分析：

s（优势）：

1．时髦商品，是女人永远的选择。

2．穿上高跟鞋可以让人的身体自然地挺胸抬头，保持身形让我们的美好身材凸显出来。更加精神，富有青春感。尤其对于身材矮小和成熟较晚的女青年，穿上高跟鞋，能从外观上调高个头，有利于她们的身心健康。穿高跟鞋，可以使人的小腿看起来比正常的要瘦，因为高跟鞋本身有拉长作用，这样你的一双诱人的美腿就会很突兀的显现出来。

3．穿高跟鞋走路时，由于前脚掌着地，减少了震动，对内脏和大脑有保护作用。穿高跟鞋时，由于避免了全脚掌着地，可以防止扁平足，有扁平足的人，穿高跟鞋有矫正作用。高跟鞋由于抬高了足弓，有利于下肢血液循环，可预防下肢静脉曲张，并改善此症。穿高跟鞋走

路时挺胸收腹，不但对肺部、腹部有好处，而且可以防止胃下垂、子宫后倾和驼背等。

4．优秀的销售队伍、丰富的管理经验以及成熟的营销网络。实行多管齐下的营销方式，包括代销联营、个体户代理或买断及专卖店等。以专卖为例，还分为直营与特许两种 t (威胁）：

1． 在激烈的竞争面前，国际知名品牌随着中国加入wto，一些企业已开始寻找新的销售

终端。

2． 在竞争趋势方面，国内市场竞争将由价格竞争向核心能力创新竞争过渡。

3． 企业战略管理与发展的矛盾，企业内部创新与发展的矛盾。

o (机会）：

1．掌握绝大多数销售终端，让stiletto可以迅速对环境变化做出反应，而不用看商场脸色。

2．具有创新意识，鞋类式样新颖。团队意识强，合作好。

3．国民经济的持续快速发展，形成了潜力巨大的市场需求，为stiletto提供了更大的发展空间。

4．同时运用网络直销模式，不仅为在线顾客带来了莫大的便利，同时也大大节约了企业用于采购和供应方面的费用支出，缩短经营周期和产品上市时间，扩大产品市场范围。

5．在网络化信息化时代，网购已经成为人们习以为常的行为，因此网上创业有着广大的消费群体。

w (劣势）：

1．穿上高跟鞋，人体重心前移，全身重量会过多地集中压在前脚掌上，趾骨会因此负担过重而变粗，这不仅影响了足关节的灵活，而且有可能造成趾骨骨折。

2．高跟鞋的质量以及舒适度不好

3．公司处于创业发展时期，人员素质有待加强，资金不雄厚。

市场调研分析：

本次调研的女性范围是在18至45岁且身高在155cm-170cm之间的女性，而这些女性也正是选择高跟鞋的首要人群。

在消费喜好方面上，39.3%的女性会选择3-5cm高度的高跟鞋，穿着舒服也可以起到作用，在材质方面有51%的女性会选择真皮材质的高跟鞋，也有选择人造皮，布质以及其他材质的鞋子，大多数女性会选择深色系的高跟鞋，显得成熟稳重，还有一部分会选择浅色系的鞋子，风格方面，大多数会有自己固定的几个品牌进行购买，因为每个品牌都有自己独特的风格。

在消费模式方面我们对消费场所，消费价格区间等进行了调研，大商场，专卖店以及网购时大学生主要购物渠道，55%的女性会半年左右购买一次高跟鞋，其他情况不等，因个人背景喜好所定，被调查女性普遍购买高跟鞋的价格区间有67%在100元至300元之间，有20%在300元以上，只有少数在100元以下。

在文化内涵所属范围内，主要设置了购买目的，购买意愿，以及女人对高跟鞋本身的感觉等进行市场调研。被调研女性有73%购买高跟鞋是为了搭配衣服进而提升气质，有13%的女性是因为应聘面试等工作原因而进行购买高跟鞋，也有14%的女生仅为了提升高度而穿着高跟鞋，在主观方面，有大概79%的女生觉得女人一定要穿高跟鞋，每个女人心中都有那么些个关于高跟鞋的故事，而少部分女性觉得高跟鞋是一种束缚，女人没有必要非要穿高跟鞋。

营销策略：

公司线上商品策略是按照二八原则来规划的，即线下商品中，最畅销的商品款式，结合网络客户需求，经过改良开发后在互联网上专门销售。而线下库存丰富的商品，由于商品库存等有保证，是目前互联网上重点销售的商品品类。

本公司线上渠道策略可以用树状策略来形容线上渠道策略采取树状策略，树根是传统供应链这块，包括各类鞋的传统资源：商品生产、设计、门店等，包括各地的分公司。电子商务是植根于传统业务这块。线下渠道体系是采用区域性分公司操作的模式，因为消费习惯的南北差异等原因，各地分公司有很大的经营自主权，以便商品及渠道体系更能满足当地需要。电子商务和各地分公司形成了联动的策略。树冠是公司的分销系统，解决整个线上渠道的支持问题，包含了公司电子商务的商品流、资金流、物流等全方位解决方案。树枝就是公司电子商务的发展的渠道体系，包括各类加盟商及渠道商和自营体系，这个随着业务的扩大，象树枝一样不断壮大并开花结果。

竞争者分析：

1． 红蜻蜓

红蜻蜓集团起步于1995年3月，位于温州。是一家集制鞋主业、房产置业、百货业态、教育产业、金融投资于一体的全国无区域性企业集团。红蜻蜓集团已成为国家中型企业、中国民企500强、全国行业十强、浙江省重点民企、浙江省“五个一批”企业，连续多年被评为行业纳税大户，是中国鞋行业的领军品牌和企业。

红蜻蜓相继获得“国家免检产品”、 “中国名牌产品”、“中国真皮鞋王”、“中国驰名商标”，连续多年被评为“最受消费者满意品牌”、“全国用户满意产品”、“中国最具价值品牌”、“中国最具影响力行业品牌”、“浙江省质量奖”等多项荣誉。

2． 思加图

思加图创建时间为1998年，商标含义：意大利流动的音乐寓意现代都市富有节奏感的生活。主打风格是清新、独特、时尚、典雅，主体消费群定位为追求品位的顾客和高级白领思加图1998年被引进中国大陆市场，是香港和中国大陆著名的高档女鞋品牌。

思加图已成为销售广泛的高档女鞋品牌之一，在香港开设有20余家专营店，在中国大陆达到60余家，覆盖包括北京、上海、广州、深圳在内的全国重点城市。思加图以前卫的设计、卓越的品质、优秀的服务深受年轻时尚一族和高收入女性的青睐，并将因为独特的品牌定位和时尚先锋的穿着概念为更多的中国消费者提供适宜的鞋款。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇四**

前言：

女人的秘密室友——高跟鞋，是一种主要为女士穿用的鞋类，高跟鞋除了增加高度，更重要的因素是可以增进诱惑力。高跟鞋使女人步幅减小，因为重心后移，腿部就相应挺直，并造成臀部收缩、胸部前挺，使女人的站姿、走姿都富有风韵，袅娜与韵致应运而生。追求美是人类的本能，而追求时髦及效仿自己所嫉羡者也是很多人的天性。高跟鞋不仅仅是一种外在的服饰选择而已，高跟鞋有着它自己的语言，高跟鞋本身是一种文化。高跟鞋作为一女人的外在穿着的选择体现着她的内涵，她的品位，她的追求，她对生活的理解。因此，我公司的服务宗旨是：无论何时都能让你感受到温馨和关怀，体味潮流品位，找到属于自己的一片天空。

创业理念及目标：

追求不同的生活体验及生活经历：都市环境不断在变，时装潮流不断在变，生活内容不断在变，女人在一生中的角色不断在变。在变化中展现内在与外在的完美气质。

创业初期定位在新时期发展战略以将市场蛋糕“做好、做强”为目标，以完善企业发展内涵，扩大企业发展外延为指针，进一步精确品牌的市场定位，精耕细作已有市场，不断开拓包括中国在内的全球市场，在适当的条件下开拓新的经营领域，最终实现多品牌、多梯次、多品种、跨行业的经营目标。

公司简介：

change公司20xx年创于香港，20xx年末由香港著名鞋款设计师黄小姐引入内地，并针对内地市场重新包装定位，获得极大成功。change取义英语“改变”，主打时尚真皮女鞋，主要顾客群为“年龄20－40岁，中等收入的都市女性。change风格多样，以“舒适、简约、职业、成熟”为主流，亦不乏新潮、时尚、前卫。并以大众化的价格、优质的产品及诚信的服务确立了自己鲜明的品牌形象。change不仅是一个鞋的品牌， 更是一种生活态度、一种生活主张、一种生活方式； 现代潮流的生活应该是多层次、全方位的，人们追求不同的生活体验及生活经历，只有不断掌握变化，适应变化，在变化中展现女性外在与内在的完美气质和姿彩，才能在各个方面展示自己的魅力。

产品（stow）分析：

s（优势）：

1．时髦商品，是女人永远的选择。

2．穿上高跟鞋可以让人的身体自然地挺胸抬头，保持身形让我们的美好身材凸显出来。更加精神，富有青春感。尤其对于身材矮小和成熟较晚的女青年，穿上高跟鞋，能从外观上调高个头，有利于她们的身心健康。穿高跟鞋，可以使人的小腿看起来比正常的要瘦，因为高跟鞋本身有拉长作用，这样你的一双诱人的美腿就会很突兀的显现出来。

3．穿高跟鞋走路时，由于前脚掌着地，减少了震动，对内脏和大脑有保护作用。穿高跟鞋时，由于避免了全脚掌着地，可以防止扁平足，有扁平足的人，穿高跟鞋有矫正作用。高跟鞋由于抬高了足弓，有利于下肢血液循环，可预防下肢静脉曲张，并改善此症。穿高跟鞋走

路时挺胸收腹，不但对肺部、腹部有好处，而且可以防止胃下垂、子宫后倾和驼背等。

4．优秀的销售队伍、丰富的管理经验以及成熟的营销网络。实行多管齐下的营销方式，包括代销联营、个体户代理或买断及专卖店等。以专卖为例，还分为直营与特许两种 t (威胁）：

1． 在激烈的竞争面前，国际知名品牌随着中国加入wto，一些企业已开始寻找新的销售

终端。

2． 在竞争趋势方面，国内市场竞争将由价格竞争向核心能力创新竞争过渡。

3． 企业战略管理与发展的矛盾，企业内部创新与发展的矛盾。

o (机会）：

1．掌握绝大多数销售终端，让stiletto可以迅速对环境变化做出反应，而不用看商场脸色。

2．具有创新意识，鞋类式样新颖。团队意识强，合作好。

3．国民经济的持续快速发展，形成了潜力巨大的市场需求，为stiletto提供了更大的发展空间。

4．同时运用网络直销模式，不仅为在线顾客带来了莫大的便利，同时也大大节约了企业用于采购和供应方面的费用支出，缩短经营周期和产品上市时间，扩大产品市场范围。

5．在网络化信息化时代，网购已经成为人们习以为常的行为，因此网上创业有着广大的消费群体。

w (劣势）：

1．穿上高跟鞋，人体重心前移，全身重量会过多地集中压在前脚掌上，趾骨会因此负担过重而变粗，这不仅影响了足关节的灵活，而且有可能造成趾骨骨折。

2．高跟鞋的质量以及舒适度不好

3．公司处于创业发展时期，人员素质有待加强，资金不雄厚。

市场调研分析：

本次调研的女性范围是在18至45岁且身高在155cm-170cm之间的女性，而这些女性也正是选择高跟鞋的首要人群。

在消费喜好方面上，39.3%的女性会选择3-5cm高度的高跟鞋，穿着舒服也可以起到作用，在材质方面有51%的女性会选择真皮材质的高跟鞋，也有选择人造皮，布质以及其他材质的鞋子，大多数女性会选择深色系的高跟鞋，显得成熟稳重，还有一部分会选择浅色系的鞋子，风格方面，大多数会有自己固定的几个品牌进行购买，因为每个品牌都有自己独特的风格。

在消费模式方面我们对消费场所，消费价格区间等进行了调研，大商场，专卖店以及网购时大学生主要购物渠道，55%的女性会半年左右购买一次高跟鞋，其他情况不等，因个人背景喜好所定，被调查女性普遍购买高跟鞋的价格区间有67%在100元至300元之间，有20%在300元以上，只有少数在100元以下。

在文化内涵所属范围内，主要设置了购买目的，购买意愿，以及女人对高跟鞋本身的感觉等进行市场调研。被调研女性有73%购买高跟鞋是为了搭配衣服进而提升气质，有13%的女性是因为应聘面试等工作原因而进行购买高跟鞋，也有14%的女生仅为了提升高度而穿着高跟鞋，在主观方面，有大概79%的女生觉得女人一定要穿高跟鞋，每个女人心中都有那么些个关于高跟鞋的故事，而少部分女性觉得高跟鞋是一种束缚，女人没有必要非要穿高跟鞋。

营销策略：

公司线上商品策略是按照二八原则来规划的，即线下商品中，最畅销的商品款式，结合网络客户需求，经过改良开发后在互联网上专门销售。而线下库存丰富的商品，由于商品库存等有保证，是目前互联网上重点销售的商品品类。

本公司线上渠道策略可以用树状策略来形容线上渠道策略采取树状策略，树根是传统供应链这块，包括各类鞋的传统资源：商品生产、设计、门店等，包括各地的分公司。电子商务是植根于传统业务这块。线下渠道体系是采用区域性分公司操作的模式，因为消费习惯的南北差异等原因，各地分公司有很大的经营自主权，以便商品及渠道体系更能满足当地需要。电子商务和各地分公司形成了联动的策略。树冠是公司的分销系统，解决整个线上渠道的支持问题，包含了公司电子商务的商品流、资金流、物流等全方位解决方案。树枝就是公司电子商务的发展的渠道体系，包括各类加盟商及渠道商和自营体系，这个随着业务的扩大，象树枝一样不断壮大并开花结果。

竞争者分析：

1． 红蜻蜓

红蜻蜓集团起步于1995年3月，位于温州。是一家集制鞋主业、房产置业、百货业态、教育产业、金融投资于一体的全国无区域性企业集团。红蜻蜓集团已成为国家中型企业、中国民企500强、全国行业十强、浙江省重点民企、浙江省“五个一批”企业，连续多年被评为行业纳税大户，是中国鞋行业的领军品牌和企业。

红蜻蜓相继获得“国家免检产品”、 “中国名牌产品”、“中国真皮鞋王”、“中国驰名商标”，连续多年被评为“最受消费者满意品牌”、“全国用户满意产品”、“中国最具价值品牌”、“中国最具影响力行业品牌”、“浙江省质量奖”等多项荣誉。

2． 思加图

思加图创建时间为1998年，商标含义：意大利流动的音乐寓意现代都市富有节奏感的生活。主打风格是清新、独特、时尚、典雅，主体消费群定位为追求品位的顾客和高级白领思加图1998年被引进中国大陆市场，是香港和中国大陆著名的高档女鞋品牌。

思加图已成为销售广泛的高档女鞋品牌之一，在香港开设有20余家专营店，在中国大陆达到60余家，覆盖包括北京、上海、广州、深圳在内的全国重点城市。思加图以前卫的设计、卓越的品质、优秀的服务深受年轻时尚一族和高收入女性的青睐，并将因为独特的品牌定位和时尚先锋的穿着概念为更多的中国消费者提供适宜的鞋款。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇五**

1、页边距:上下左右都设置为2.5cm;

装订方向：纵向装订;

2、纸张：页面尺寸设置为29.1×20.7cm(a4纸排版打印)。

1、策划书一律为横开本，左侧装订;

2、策划书封面一律采用左封塑料本皮。

1、图标：在封面上方设置xx学院图标;

2、标题：居中排列黑体小初号;

3、小组名称格式：在标题下方偏左排列宋体三号;

4、小组成员格式：在小组名称下偏左排列宋体三号;

5、大学成员学号：在小组成员下偏左排列;

6、联系方式：必须真实有效;

7、提交时间：在封面下方排列小四号;

(如附件1所示)

1、“目录”二字：居中黑体三号;

2、目录标题及页码：宋体，四号;

(注：如有图表，另建图表目录;)

1、“内容提要”四个字：宋体，三号，字与字间隔一个空格;

2、内容提要正文：宋体，小四;

(内容要求参考附件2)

1、字体及字号：除特殊要求外，字体一律采用宋体字，一点五倍行距，字号大小可根据情况选用5号字、小4号字或4号字。各章节和标题的字号可略大于正文一个字号;

2、正文章节标题序号：章节的序号按层次划分，层次的划分应科学合理，清晰分明。相同级别层次划分使用的序列号要采用同一系列的序号或字符，序号与标题间要空一个汉字字符的位置。

3、图表等及编号：策划书中的图、表、公式、算式等，均按策划书的章节划分，用阿拉伯数字依序连续编号，章节号和序列号之间用“.”隔开。图的位置应该在相关文字说明之后，随文排。图号和图题名排于图的下方，以图所占位置为限，居中排列。图号和图题名之间空一个汉字的位置。表的位置依次放置在相关文字说明之后,随文排。表号和表名排于表的上方，以表格所占位置为限居中排。表号和表名之间空一个汉字字符的位置。如表格太大需转页时，需在续表左上方与表格左边线对齐位置注明“续表”，表头也应重复排出。

4、图名和表名均采用黑体字，

附件1：

大学生创业策划书

团队名称：xxxxxx

团队成员:xxx

成员学号：xxxxxxxxxx

联系方式:xxxxxxxxxxx

20xx年xx月xx日

附件2：

内容要求

一般来说，在创业策划书中应该包括创业的种类、资金规划及基金来源、资金总额的分配比例、阶段目标、财务预估、行销策略、可能风险评估、创业的动机、股东名册、预定员工人数、具体内容一般包括以下十一个方面：

它是浓缩了的创业策划书的精华，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。

计划摘要一般包括以下内容：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。

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，因而重点是公司理念和如何制定公司的战略目标。

在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

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。

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。

在创业策划书中，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，在这部分创业策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、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。

应包括以下内容：

1、需求进行预测;

2、市场预测市场现状综述;

3、竞争厂商概览;

4、目标顾客和目标市场;

5、本企业产品的市场地位等

对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一，在创业策划书中,营销策略应包括以下内容：

(1)市场机构和营销渠道的选择;

(2)营销队伍和管理;

(3)促销计划和广告策略;

(4)价格决策

创业策划书中的生产制造计划应包括以下内容：

1、产品制造和技术设备现状;

2、新产品投产计划;

3、技术提升和设备更新的要求;

4、质量控制和质量改进计划

财务规划一般要包括以下内容：其中重点是现金流量表、资产负债表以及损益表的制备。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇六**

1、页边距:上下左右都设置为2.5cm;

装订方向：纵向装订;

2、纸张：页面尺寸设置为29.1×20.7cm(a4纸排版打印)。

1、策划书一律为横开本，左侧装订;

2、策划书封面一律采用左封塑料本皮。

1、图标：在封面上方设置xx学院图标;

2、标题：居中排列黑体小初号;

3、小组名称格式：在标题下方偏左排列宋体三号;

4、小组成员格式：在小组名称下偏左排列宋体三号;

5、大学成员学号：在小组成员下偏左排列;

6、联系方式：必须真实有效;

7、提交时间：在封面下方排列小四号;

(如附件1所示)

1、“目录”二字：居中黑体三号;

2、目录标题及页码：宋体，四号;

(注：如有图表，另建图表目录;)

1、“内容提要”四个字：宋体，三号，字与字间隔一个空格;

2、内容提要正文：宋体，小四;

(内容要求参考附件2)

1、字体及字号：除特殊要求外，字体一律采用宋体字，一点五倍行距，字号大小可根据情况选用5号字、小4号字或4号字。各章节和标题的字号可略大于正文一个字号;

2、正文章节标题序号：章节的序号按层次划分，层次的划分应科学合理，清晰分明。相同级别层次划分使用的序列号要采用同一系列的序号或字符，序号与标题间要空一个汉字字符的位置。

3、图表等及编号：策划书中的图、表、公式、算式等，均按策划书的章节划分，用阿拉伯数字依序连续编号，章节号和序列号之间用“.”隔开。图的位置应该在相关文字说明之后，随文排。图号和图题名排于图的下方，以图所占位置为限，居中排列。图号和图题名之间空一个汉字的位置。表的位置依次放置在相关文字说明之后,随文排。表号和表名排于表的上方，以表格所占位置为限居中排。表号和表名之间空一个汉字字符的位置。如表格太大需转页时，需在续表左上方与表格左边线对齐位置注明“续表”，表头也应重复排出。

4、图名和表名均采用黑体字，

附件1：

大学生创业策划书

团队名称：xxxxxx

团队成员:xxx

成员学号：xxxxxxxxxx

联系方式:xxxxxxxxxxx

20xx年xx月xx日

附件2：

内容要求

一般来说，在创业策划书中应该包括创业的种类、资金规划及基金来源、资金总额的分配比例、阶段目标、财务预估、行销策略、可能风险评估、创业的动机、股东名册、预定员工人数、具体内容一般包括以下十一个方面：

它是浓缩了的创业策划书的精华，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。

计划摘要一般包括以下内容：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。

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，因而重点是公司理念和如何制定公司的战略目标。

在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

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。

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。

在创业策划书中，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，在这部分创业策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、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。

应包括以下内容：

1、需求进行预测;

2、市场预测市场现状综述;

3、竞争厂商概览;

4、目标顾客和目标市场;

5、本企业产品的市场地位等

对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一，在创业策划书中,营销策略应包括以下内容：

(1)市场机构和营销渠道的选择;

(2)营销队伍和管理;

(3)促销计划和广告策略;

(4)价格决策

创业策划书中的生产制造计划应包括以下内容：

1、产品制造和技术设备现状;

2、新产品投产计划;

3、技术提升和设备更新的要求;

4、质量控制和质量改进计划

财务规划一般要包括以下内容：其中重点是现金流量表、资产负债表以及损益表的制备。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇七**

1. 企业名：实惠超市

2. 行业类型：零售

3. 组织形式：个体工商户

4. 主要经营范围：繁华的市中心、大学城的商业街

我是一名学习金融专业的学生，对经营店面方面比较感兴趣，尤其是二元店方面。主要原因是物品样式不仅多，而且便宜，不用考虑到还价方面的问题。根据本人的经验，资金情况及对当今社会的了解，一定要谨慎从事，三思而行，因为这样有很大的风险，加上自己的经验不足。

由于店面主要是开在繁华的市中心和大学城，所以消费对象主要是年轻人，所以商品一定要跟的上潮流，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，保证人民的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

商圈范围

潜在的消费群体

消费能力

竞争情况

市场潜力

徒步商圈(200—500米半径范围内)

居民区

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、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。

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。

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。至周末时，进入商场购买的数量多，从吃的到用的。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。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。

(三)大学生的消费行为及心理特征

1.注重物品的美观度。大学生阶层属于年轻人的时代，买东西大多考虑到物品的外观，好看的感觉价格合理就买下，像小挂饰和礼品比较吸引大学生的注意力。

2.注重价格。大部分大学生还没有收入来源，所以买东西时比较看重价格。

3.购买的数量不多。大学生大都在在校生活，需要最多的是生活必需品，这些在校超市都有卖。其余的就是一些好看的挂饰，但买的数量都不多。

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.挂饰、小礼品类。

4.学习用品类。

5..运动器械类。

享受优质的服务和实惠的价格是本超市的当务之急，所以要采取以下措施做好宣传广告：

1、开业前期，通过邮政广告公司发入大量宣传彩页，通告社区居民，到各小区内做电梯广告，到公共场所张贴广告。

2、开设一些购物券和一些会员卡，从中得到优惠。

3、在节假日开展优惠活动，及投奖活动。

1.由于本店是小利润的生意，所以开业后尽力完成日均净盈利400元左右，开始时先稳定市场，打出名誉和信用度，稳定客户营业额。

2.在经营二、三年后，开始在三个方面发展：发展客户、发展群体客户、发展会员卡客户

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇八**

1. 企业名：实惠超市

2. 行业类型：零售

3. 组织形式：个体工商户

4. 主要经营范围：繁华的市中心、大学城的商业街

我是一名学习金融专业的学生，对经营店面方面比较感兴趣，尤其是二元店方面。主要原因是物品样式不仅多，而且便宜，不用考虑到还价方面的问题。根据本人的经验，资金情况及对当今社会的了解，一定要谨慎从事，三思而行，因为这样有很大的风险，加上自己的经验不足。

由于店面主要是开在繁华的市中心和大学城，所以消费对象主要是年轻人，所以商品一定要跟的上潮流，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，保证人民的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

商圈范围

潜在的消费群体

消费能力

竞争情况

市场潜力

徒步商圈(200—500米半径范围内)

居民区

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、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。

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。

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。至周末时，进入商场购买的数量多，从吃的到用的。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。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。

(三)大学生的消费行为及心理特征

1.注重物品的美观度。大学生阶层属于年轻人的时代，买东西大多考虑到物品的外观，好看的感觉价格合理就买下，像小挂饰和礼品比较吸引大学生的注意力。

2.注重价格。大部分大学生还没有收入来源，所以买东西时比较看重价格。

3.购买的数量不多。大学生大都在在校生活，需要最多的是生活必需品，这些在校超市都有卖。其余的就是一些好看的挂饰，但买的数量都不多。

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.挂饰、小礼品类。

4.学习用品类。

5..运动器械类。

享受优质的服务和实惠的价格是本超市的当务之急，所以要采取以下措施做好宣传广告：

1、开业前期，通过邮政广告公司发入大量宣传彩页，通告社区居民，到各小区内做电梯广告，到公共场所张贴广告。

2、开设一些购物券和一些会员卡，从中得到优惠。

3、在节假日开展优惠活动，及投奖活动。

1.由于本店是小利润的生意，所以开业后尽力完成日均净盈利400元左右，开始时先稳定市场，打出名誉和信用度，稳定客户营业额。

2.在经营二、三年后，开始在三个方面发展：发展客户、发展群体客户、发展会员卡客户

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇九**

1.公司概述

《校园杂志》免费直投杂志是河北工程大学编辑部的指导，由校园杂志社主办，免费向邯郸市各大高校在校师生实名定向直投的媒体、《校园杂志》本着引领前沿时尚，净化校园环境，推广知名品牌，服务社会，企业，学校的宗旨，为企业和学校的交流与互动架接桥梁。《校园杂志》倡导科技创新，注重现代管理经验和技术，培养自己的人才优势与企业文化，以核心技术、核心人才打造核心竞争力。

公司选址于河北邯郸——河北工程大学。以大学为支柱，主要是因为大学人才济济，可以从大学中直接引进人才，而我们的消费市场又是大学生，以便我们与大学生亲密接触，以便我们能及时知道我们的客户需要什么。《校园杂志》选址母校，以母校为发源地，向全国其它大学渗透发展，而起初办《校园杂志》又是最艰难的时期，母校会给《校园杂志》大力的支持。《校园杂志》选址此地可占天时、地利、人和之优势。

1.目标市场

起初定位在邯郸各所大学。通过渗透方式进入全国其它高校。

2.《校园杂志》财务与性质

校园杂志为杂志编辑公司，出版发行的一本面向所有全国高校大学生的纯免费校园专属杂志。又因大学生创业所以政府会大力支持。《校园杂志》在运营初期，为节药成本，依托河北工程大学，以便利用河北工程大学人力资源和技术资源。《校园杂志》由技术入股，银行贷款，政府补贴、校园杂志自己拉赞助和风险投资组成。

《校园杂志》是股份限公司，采用职能制式的管理模式，且权与经营权分离，《校园杂志》的资金所有权归《校园杂志》所有，以便将来能够自由支配资金，以有利于《校园杂志》的发展。《校园杂志》将建立现代化企业制度，形成法人机构，将来由董事会聘请资深企业家但任总编辑和广告部主任，并设立监督机构。

《校园杂志》重视人才培养，鼓励人才创新，建立全业绩评估、竞争、分配、激励与约束五大机制，建立人才资源与人才机制，建立科技创新与科技转化机制，走人才促发展，发展靠技术，科技转化生产力道路，最大限度发挥人才优势，建立《校园杂志》自己的特色。

1、项目背景

生活需要广告，广告引导生活，大学生消费需要引导，大学生走向社会需要指导，大学生找工作，必须过简历和面试关，要知道如何去应聘，大学生假期需要煅炼，公司和餐厅需要招工和校园招聘。

2、我们的优势分析

市场领先优势：邯郸市现有大中专院校5所，总量约8万的在校大学生。统计调查表明，在校大学生月人均消费400元左右，月消费总量约三千两百万元，不难看出其消费市场的规模和吸引力。目前越来越多的企业已经开始关注高校市场，诸如食品饮料，通讯，运动服饰等消费类行业都开始加大进军这个市场的步伐。

对企业而言，高校市场除了目标消费群体的教育程度较高之外，还具有以下几个特性：

①消费群体数目庞大。

②消费能力逐年上升。

③消费群体相对集中。

④巨大的潜在高端消费能力。

服务优势：定位于“高校生活资讯指南”的《校园杂志》，其“全方位，多功能为大学生服务”的办刊宗旨决定了刊物的形式，内容具有极强的实用性，服务性，健康性和指导性，通过开展各种服务活动，使广大学生更直接，更方便，更快捷的解决学习，生活，成才，就业中的一系列实际问题。

数据库优势：由于高校学生具有相对的集中性，稳定性，从而能够真正实现实名数据库定向直投的到达方式，同时，我们将根据市场和受众需求，利用基础数据库复合开发其它数据资源。

渠道优势：在各高校均设有联络部，充分利用团学组织及学生资源，建立稳固直效的发行渠道和庞大的会员网络，从而使商业运营模式从可能变为触手可及的赢利图景。

大学生本身特点：广告方面，大学生从小到大，生活大多数都是在学校中渡过的，所以大学生很少接触电视广告，很多学生的品牌意识逐渐淡化或对新的品牌意识不强。可以说大学生除了周末放假能接触一点广告以外，在校上学期间广告意识基本上是空白的。而大学生接受新事物的能国强，所以大学生广告好打，易打。又由于大学生都集中在学校中所以大学广告便宜。

大学生将来都会走向社会，是以后消费的中坚力量，大学生的消费意识又会影响社会的消费意识，所以打大学广告是非常必要的。

2、市场容量分析

目前《校园杂志》只有上海、广东、西安成都等大城市有，而他们的杂志又没有占领整个大学市场，而且邯郸以及河北等中小城市没有专们针对大学生的杂志，所以我们的市场还很大。

我们要走中小城市战略，占领中小城市之后我们就会进功大城市的《校园杂志》的，进功大城市的《校园杂志》我们的策略是，先进入各大城市的白领市场和企业工作者市场，我们与各大公司合作，我们的杂志由他们直接给他们的员工免费发放，而我们将会免费为他们长期打各种招聘信息和选择性地为他们免费打广告，还有我们占领了中城市的大学市场，并且在各个大学中成立了《校园杂志》协会，我们可以免费为他们提供人才优势，这是其它《校园杂志》不能做到的。

《校园杂志》是在大学中办杂志，我们只有身在其中我们才知道大学生需要什么。而且我们与各种人才直接接触，我们会珍惜每一个人才。

经营策略：本《校园杂志》主打变相广告即把广告做成故事，做成文章，写一些与企业有关的内容和该企业与同学们密切相关的事情，以同学们的需求为导向，积极发展。

管理策略：以人为本，发扬创新，实行公司的公开化，如果领导有什么错误，员工必须指出，能指，敢指出领导错误的，我们将重任。《校园杂志》的利益将与职工的工资挂购，使员工感到自己是《校园杂志》的主人，只有把《校园杂志》做好了，自己才会有前途。

《校园杂志》使命：品牌、特色营销，服务学生

《校园杂志》宗旨：奉献社会，引导大学生进行绿色消费，指导大学生走成功之路。

战略方针：打出自己的特色，科技创新，开拓进取。

1.企业文化

企业文化是企业内部所有员工共同遵循的价值观念、思维方式、行为规范和共同信念等要素的综合。

《校园杂志》将牢牢确定三种关系：

企业内部职工关系：树立“和睦团结，礼貌谦让、奋斗向上”精神文明。《《校园杂志》》认为，企业内部的团结就是企业生存的必要条件，只有企业的人才力量聚集在一起，才能使企业智慧用之不竭，促进企业快速健康发展。

与顾客的关系：树立“爱顾客就是爱企业，顾客是上帝”的生存理念。顾客就是利润，只有把顾客利润放在首位，才能赢得企业的生存与发展。我们把顾客的每一次上诉当作机会，把上诉者变为我们的顾客，因为一个顾客的不满意他会同时说给他的五位朋友。

与竞争者的关系：我们时刻把创造有自己特色的《《校园杂志》》这个理念放在首位，时刻警惕着竞争者的一举一动。树立“精益求精，追求卓越”的理念。既要看到竞争的残酷性，又要看到竞争的挑战性。

2.企业形象塑造

产品形象：品牌广告，指导营销，服务学生

员工形象：积极发挥自身创造力，发扬奉献精神，以我是《《校园杂志》》的职工为傲。

营销形象：不断改进公司的营销手段与服务方式，建立更加现代化的顾客关系。

社会形象：主动参与社会公益事业，体现公司的奉献精神。

向学校申请办《校园杂志》协会，起初由于业务不多，所以会与学校编辑部的校的另外两个杂志社合作，当赚取第一桶金之后，在《校园杂志》能发展的同时，会招专门的人才管理和建立自己的设施。

1、公司模式

《校园杂志》为有限责任公司

2、组织结构与部门职责

编辑部基本情况：

编辑部名称：《校园杂志》dm杂志编辑部

杂志总编辑一名：把握杂志整体风格定位以及正常运营流程。

编辑两名：负责杂志栏目广告软文的撰写。

设计3名：负责杂志的正常排版设计以及广告客户的广告图文设计。

业务3名：负责杂志广告业务联系以及客户的后期维护。

杂志发行3名：主要职责是杂志的按时定期发送、邮寄，杂志在每月上半月发行完毕，下半月巡视补发杂志丢失部分。

摄影一人：负责杂志的图片拍摄以及客户要求的广告图片拍摄。

办公室3人：负责编辑部办公耗材购置、办公环境维护（电脑维修等）、人员考勤、绩效考核等。

数据分析员一名：负责杂志的业务、发行等数据的收集、整理、分析。

（一）杂志广告经营：

广告，消费导航图，书签，商务礼品，广告夹页等形式。

（二）受众数据库开发：

对受众构成状况，广告选择，内容偏好，消费倾向，产品满意度/美誉度评价，传播效果评价等细化分析。

（三）校园活动与市场推广互动双赢：

将合作企业的校园推广项目与相关管理部门的高校活动捆绑运作。

（四）电子商务：

同期进行杂志网站开发，建立在线电子商务——杂志平台——物流渠道的全方位即时营销体系。

1、史玉柱网络游戏营销方法。

史玉柱说过谁谁玩我的游戏我就送谁800元，我没那么多钱，我也提供不了那么多钱，但我要说谁要订购我的杂志我就送谁100元。100元将以双倍代金券的形式送出。当你消费一定金额时，你就可以使用代金券来付款。

《校园杂志》规定：超市、商场等地方购物满100时，则可以用价值5元的对应单倍代金券替代人民币付款，培训机构、眼镜店、医院等机构消费100元，则可以用价值10元的对应单倍代金券替代人民币付款，在饭店等地方购物满100则可以用价值7、5元的对应单倍代金券替代人币民付款。

如果消费者有双倍代金券则可用相应的双倍代金券替代单倍代金券进行付款。

2、推荐营销：

《校园杂志》实行推荐竞价服务增值服务，起价为3元，被推荐公司必须与《校园杂志》签合同，合同的具体内容包括：包括如果有十个以上的消费者对商家的服务和产品不满，则可以上诉到《校园杂志》，《校园杂志》则会先让商家和消费者进行协调，如果是商家问题，《校园杂志》会让商家向消费者道谦并且退换产品，如果商家不向消费者道谦《校园杂志》将会向广大消费者广告此事。如果签了合同，《校园杂志》将会向广大消费者说明推荐理由。消费者消费时肯定会倾向于能保证他们利益的商家，所以推荐营销是商家们欢迎的。推荐营销也将来广告发展的必然方向，商家自己向消费者保证肯定没有第三方保证效果那么好。一个好的商家肯定也希望有这样的服务，推荐营销有助于优胜劣汰。

同行竞价，价高者推荐系数高，价低者推荐系数低，不竞价者不推荐，《校园杂志》竞价服务最高推荐系数为3星，推荐系数想达到四、五星级，必须由消费者进行投票。

3、产品（广告）服务

《校园杂志》的广告特色是文章广告，当然分类广告等别的广告也是重点。文章广告是一种变相的广告，即以文章的形势写出此商家的发展史和最近动态等等。让人们了解家，让人们关注此商家的最新动态和最新产品。借此来提供商家的品牌效应，这是其它任何广告都无法做到的。

《校园杂志》将会在《校园杂志》的前四期到前八期为各个商家和公司免费打各种招聘广告，这些企业和商家可以是和加盟《校园杂志》的也可以是没加入《校园杂志》的，但前提是答应《校园杂志》，提供他们企业或商家的员工数和工资大概价位，并且将来能免费发放《校园杂志》社提供的邯郸杂志给他们的员工，以便《校园杂志》社将来进入邯郸整个市场。《校园杂志》社将答应他们将来邯郸杂志成立的前四到八期也将继续为分他们免费打招聘广告和选择性地为他们免费打分类广告。

4、销售战略：

①《校园杂志》是大学生自己的杂志；

③大学生你想勤工俭学吗？你想假期、周末打工吗？你想做兼职吗？《校园杂志》将会为您提供各种招聘信息。

④如果你想考研报班，哪个学校好，你知道不？你想培训技能，哪个学校好？要想知道就赶快加入《校园杂志》吧！《校园杂志》还将为您提供各个学校的历年的考研分数线！

⑤大四了，你将要面临打工作了，你想不想找一个好单位，好企业？如果想，那就先写好你的简历吧，《校园杂志》会指导你怎样写出一份出色的简历。你想不想了解毕业生的工资导向，想不知道面试时要注意的事项，想不想早一点知道各大公司的企业和校园招聘信息？想知道那就快点加入《校园杂志》吧。

（1）《校园杂志》刊物形式及内容：

①规格标准：80克铜版纸彩印，60p，16开；

②栏目设置：《邯郸快讯》《缤纷活动》《菁菁校园》《寻缘交友》《靓丽女生》《兼职实习》《考研》《招贤榜》《职前装备》《职海泛舟》《生活》《旅游》《俊俏男生》《动漫》等栏目；

发布：图书，音像，演出等产品广告；出版社，书商，书店，唱片公司，音像店，影剧院等机构广告；招聘信息；休闲，方便食品，乳制品，饮料，纯水，日用品，眼镜，保健品等企业产品及品牌广告；中西快餐，特色餐饮，咖啡屋，健身房，滑雪场，风景名胜，银行保险，旅行社等机构产品，服务广告等。

（2）刊物传播：

①、发行周期：

12期/年，每月出刊，新生入学、学生毕业、五一、国庆等节假日推出特别增刊。

2、信息量：

内容涉及学生息息相关的广告资讯。

②传播范围：覆盖师生群体。实名定向直投的发行网络，直达受众手中。覆盖学校的团学组织，教学科研机构，学生公寓，图书馆，食堂及学校周边的学生活动场所。

（3）针对各大学校园进行市场具体调查

（4）热辣主推系列——促销推广（以高阅读率决定广告招商收益）

①“《校园杂志》之社团盟主争霸”在驻邯郸高校招兵买马，让个社团组织参与小品比赛和话剧演出。最后在每个高校选出一个最有实力的社团作为合作社团。

②“《校园杂志》之杂志封面设计擂台赛”在全市范围内征集设计稿。

③：“《校园杂志》之赠卡行动”暑假期间组织首批加入的企业会员派代表陆续到广西大学、广西民族学院、广西财经学院和广西医科大看望留校学生。赠送他们第一批大学攻略卡。企业领导现场发言，鼓励留校生努力完成学业。

④“《校园杂志》之‘市民给学子建议信息交流平台’”号召市民给青少年更多的关注和爱心。

⑤“《校园杂志》之健康网游”与目前最受欢迎的游戏“天界”合作，倡导健康的玩网络游戏。在dm上面印刷号码及宣传语“只要身体好，不怕宝物少”，学生可以刮开这个号码到游戏里领取一个宝物。

⑥“《校园杂志》之‘我的xx经历’征文比赛”获奖者出了得到物资奖励以外，还将得到由公司送出的最有挑战的神秘经历一次。

（5）发展企业理事单位和广告代理运营商，进行广告销售和市场推广

（6）建立各高校联络部，开始相关信息，数据收集，筹备杂志创刊号

（7）杂志网站开通

（8）发展会员俱乐部及多种经营。

1、股份结构分析

发展期的编辑部投资预算

2、编辑费用：编辑费，稿费，工作经费（包括通讯费、交通费、办公费、差旅费），发行费，房费另计。合计每月1万元；

3、印刷费（包括纸费）：按15000本计算，平均每本3。5元。

5、收益：a、广告收益初期按印数10000册，

本刊目前所需资金5万元，可以投资、控股或卖断等形式合作，双方本着诚信、互利原则，共同打造“钱”途无量的《校园杂志》广告期刊。《校园杂志》将通过“广告、发行区域广告独家代理”、吸收“理事会成员”等来确保资金来源以使杂志持续健康发展。

2、资金来源与运用

河北工程大学将出资三万和各种加盟商的加盟费用为五万或者各个商家的第一次广告费用4万，这些钱已经足够《校园杂志》运营两期杂志了。风险中的投资家可有可无，因为《校园杂志》打的是稳定战，有了各个商家的加盟费用或者第一次做广告的费用，就足够在邯郸各个大学发一期的杂志了，《校园杂志》将会用前几期的广告收入印发下一期的杂志，如此循环下去，当然有风险投资家的投资更好，以便《校园杂志》能迅速占领邯郸的校园市场，并向河北其它高校市场和邯郸的中、高收入人群进军。

3、投资决策

《校园杂志》的硬件设施先租用，在各大学校园中，《校园杂志》将会建立《校园杂志》社团，一少部分的投资将会运用于《校园杂志》社团，因为《校园杂志》社团是我的根本，只要《校园杂志》社团能存活一天，我《校园杂志》社就会有更多的机会。

1、风险因素分析

客户对《校园杂志》和校园市场缺乏了解与信任，商家起初不愿加盟和不愿投资大量的广告费用以及其它企业仿效。

2、风险应对策略

根据市场需要在其它企业仿效之前就快速启动运营并且扩大规模。广建渠道，加大市场宣传力度，增加客户对《校园杂志》的了解。让客户投资入股，让客户的利益和《校园杂志》的利益密切相关。

3、风险资金的退出策略

《校园杂志》将以非常负责任的态度对待投资商和加盟商，公司会把投资商和加盟商退出时能得到尽可能大的效益放在首位，公司将会建立起良好的风险控制和风险投资退出机制。风险投资的目的已经获得最大的利润，《校园杂志》将本着此原则维护投资者的利益。《校园杂志》将不断提高《校园杂志》的能力和技术水平，不断加强管理和改善经营等方式，来提高企业投资回报率，使《校园杂志》的投资者获得高额回报。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十**

1.公司概述

《校园杂志》免费直投杂志是河北工程大学编辑部的指导，由校园杂志社主办，免费向邯郸市各大高校在校师生实名定向直投的媒体、《校园杂志》本着引领前沿时尚，净化校园环境，推广知名品牌，服务社会，企业，学校的宗旨，为企业和学校的交流与互动架接桥梁。《校园杂志》倡导科技创新，注重现代管理经验和技术，培养自己的人才优势与企业文化，以核心技术、核心人才打造核心竞争力。

公司选址于河北邯郸——河北工程大学。以大学为支柱，主要是因为大学人才济济，可以从大学中直接引进人才，而我们的消费市场又是大学生，以便我们与大学生亲密接触，以便我们能及时知道我们的客户需要什么。《校园杂志》选址母校，以母校为发源地，向全国其它大学渗透发展，而起初办《校园杂志》又是最艰难的时期，母校会给《校园杂志》大力的支持。《校园杂志》选址此地可占天时、地利、人和之优势。

1.目标市场

起初定位在邯郸各所大学。通过渗透方式进入全国其它高校。

2.《校园杂志》财务与性质

校园杂志为杂志编辑公司，出版发行的一本面向所有全国高校大学生的纯免费校园专属杂志。又因大学生创业所以政府会大力支持。《校园杂志》在运营初期，为节药成本，依托河北工程大学，以便利用河北工程大学人力资源和技术资源。《校园杂志》由技术入股，银行贷款，政府补贴、校园杂志自己拉赞助和风险投资组成。

《校园杂志》是股份限公司，采用职能制式的管理模式，且权与经营权分离，《校园杂志》的资金所有权归《校园杂志》所有，以便将来能够自由支配资金，以有利于《校园杂志》的发展。《校园杂志》将建立现代化企业制度，形成法人机构，将来由董事会聘请资深企业家但任总编辑和广告部主任，并设立监督机构。

《校园杂志》重视人才培养，鼓励人才创新，建立全业绩评估、竞争、分配、激励与约束五大机制，建立人才资源与人才机制，建立科技创新与科技转化机制，走人才促发展，发展靠技术，科技转化生产力道路，最大限度发挥人才优势，建立《校园杂志》自己的特色。

1、项目背景

生活需要广告，广告引导生活，大学生消费需要引导，大学生走向社会需要指导，大学生找工作，必须过简历和面试关，要知道如何去应聘，大学生假期需要煅炼，公司和餐厅需要招工和校园招聘。

2、我们的优势分析

市场领先优势：邯郸市现有大中专院校5所，总量约8万的在校大学生。统计调查表明，在校大学生月人均消费400元左右，月消费总量约三千两百万元，不难看出其消费市场的规模和吸引力。目前越来越多的企业已经开始关注高校市场，诸如食品饮料，通讯，运动服饰等消费类行业都开始加大进军这个市场的步伐。

对企业而言，高校市场除了目标消费群体的教育程度较高之外，还具有以下几个特性：

①消费群体数目庞大。

②消费能力逐年上升。

③消费群体相对集中。

④巨大的潜在高端消费能力。

服务优势：定位于“高校生活资讯指南”的《校园杂志》，其“全方位，多功能为大学生服务”的办刊宗旨决定了刊物的形式，内容具有极强的实用性，服务性，健康性和指导性，通过开展各种服务活动，使广大学生更直接，更方便，更快捷的解决学习，生活，成才，就业中的一系列实际问题。

数据库优势：由于高校学生具有相对的集中性，稳定性，从而能够真正实现实名数据库定向直投的到达方式，同时，我们将根据市场和受众需求，利用基础数据库复合开发其它数据资源。

渠道优势：在各高校均设有联络部，充分利用团学组织及学生资源，建立稳固直效的发行渠道和庞大的会员网络，从而使商业运营模式从可能变为触手可及的赢利图景。

大学生本身特点：广告方面，大学生从小到大，生活大多数都是在学校中渡过的，所以大学生很少接触电视广告，很多学生的品牌意识逐渐淡化或对新的品牌意识不强。可以说大学生除了周末放假能接触一点广告以外，在校上学期间广告意识基本上是空白的。而大学生接受新事物的能国强，所以大学生广告好打，易打。又由于大学生都集中在学校中所以大学广告便宜。

大学生将来都会走向社会，是以后消费的中坚力量，大学生的消费意识又会影响社会的消费意识，所以打大学广告是非常必要的。

2、市场容量分析

目前《校园杂志》只有上海、广东、西安成都等大城市有，而他们的杂志又没有占领整个大学市场，而且邯郸以及河北等中小城市没有专们针对大学生的杂志，所以我们的市场还很大。

我们要走中小城市战略，占领中小城市之后我们就会进功大城市的《校园杂志》的，进功大城市的《校园杂志》我们的策略是，先进入各大城市的白领市场和企业工作者市场，我们与各大公司合作，我们的杂志由他们直接给他们的员工免费发放，而我们将会免费为他们长期打各种招聘信息和选择性地为他们免费打广告，还有我们占领了中城市的大学市场，并且在各个大学中成立了《校园杂志》协会，我们可以免费为他们提供人才优势，这是其它《校园杂志》不能做到的。

《校园杂志》是在大学中办杂志，我们只有身在其中我们才知道大学生需要什么。而且我们与各种人才直接接触，我们会珍惜每一个人才。

经营策略：本《校园杂志》主打变相广告即把广告做成故事，做成文章，写一些与企业有关的内容和该企业与同学们密切相关的事情，以同学们的需求为导向，积极发展。

管理策略：以人为本，发扬创新，实行公司的公开化，如果领导有什么错误，员工必须指出，能指，敢指出领导错误的，我们将重任。《校园杂志》的利益将与职工的工资挂购，使员工感到自己是《校园杂志》的主人，只有把《校园杂志》做好了，自己才会有前途。

《校园杂志》使命：品牌、特色营销，服务学生

《校园杂志》宗旨：奉献社会，引导大学生进行绿色消费，指导大学生走成功之路。

战略方针：打出自己的特色，科技创新，开拓进取。

1.企业文化

企业文化是企业内部所有员工共同遵循的价值观念、思维方式、行为规范和共同信念等要素的综合。

《校园杂志》将牢牢确定三种关系：

企业内部职工关系：树立“和睦团结，礼貌谦让、奋斗向上”精神文明。《《校园杂志》》认为，企业内部的团结就是企业生存的必要条件，只有企业的人才力量聚集在一起，才能使企业智慧用之不竭，促进企业快速健康发展。

与顾客的关系：树立“爱顾客就是爱企业，顾客是上帝”的生存理念。顾客就是利润，只有把顾客利润放在首位，才能赢得企业的生存与发展。我们把顾客的每一次上诉当作机会，把上诉者变为我们的顾客，因为一个顾客的不满意他会同时说给他的五位朋友。

与竞争者的关系：我们时刻把创造有自己特色的《《校园杂志》》这个理念放在首位，时刻警惕着竞争者的一举一动。树立“精益求精，追求卓越”的理念。既要看到竞争的残酷性，又要看到竞争的挑战性。

2.企业形象塑造

产品形象：品牌广告，指导营销，服务学生

员工形象：积极发挥自身创造力，发扬奉献精神，以我是《《校园杂志》》的职工为傲。

营销形象：不断改进公司的营销手段与服务方式，建立更加现代化的顾客关系。

社会形象：主动参与社会公益事业，体现公司的奉献精神。

向学校申请办《校园杂志》协会，起初由于业务不多，所以会与学校编辑部的校的另外两个杂志社合作，当赚取第一桶金之后，在《校园杂志》能发展的同时，会招专门的人才管理和建立自己的设施。

1、公司模式

《校园杂志》为有限责任公司

2、组织结构与部门职责

编辑部基本情况：

编辑部名称：《校园杂志》dm杂志编辑部

杂志总编辑一名：把握杂志整体风格定位以及正常运营流程。

编辑两名：负责杂志栏目广告软文的撰写。

设计3名：负责杂志的正常排版设计以及广告客户的广告图文设计。

业务3名：负责杂志广告业务联系以及客户的后期维护。

杂志发行3名：主要职责是杂志的按时定期发送、邮寄，杂志在每月上半月发行完毕，下半月巡视补发杂志丢失部分。

摄影一人：负责杂志的图片拍摄以及客户要求的广告图片拍摄。

办公室3人：负责编辑部办公耗材购置、办公环境维护（电脑维修等）、人员考勤、绩效考核等。

数据分析员一名：负责杂志的业务、发行等数据的收集、整理、分析。

（一）杂志广告经营：

广告，消费导航图，书签，商务礼品，广告夹页等形式。

（二）受众数据库开发：

对受众构成状况，广告选择，内容偏好，消费倾向，产品满意度/美誉度评价，传播效果评价等细化分析。

（三）校园活动与市场推广互动双赢：

将合作企业的校园推广项目与相关管理部门的高校活动捆绑运作。

（四）电子商务：

同期进行杂志网站开发，建立在线电子商务——杂志平台——物流渠道的全方位即时营销体系。

1、史玉柱网络游戏营销方法。

史玉柱说过谁谁玩我的游戏我就送谁800元，我没那么多钱，我也提供不了那么多钱，但我要说谁要订购我的杂志我就送谁100元。100元将以双倍代金券的形式送出。当你消费一定金额时，你就可以使用代金券来付款。

《校园杂志》规定：超市、商场等地方购物满100时，则可以用价值5元的对应单倍代金券替代人民币付款，培训机构、眼镜店、医院等机构消费100元，则可以用价值10元的对应单倍代金券替代人民币付款，在饭店等地方购物满100则可以用价值7、5元的对应单倍代金券替代人币民付款。

如果消费者有双倍代金券则可用相应的双倍代金券替代单倍代金券进行付款。

2、推荐营销：

《校园杂志》实行推荐竞价服务增值服务，起价为3元，被推荐公司必须与《校园杂志》签合同，合同的具体内容包括：包括如果有十个以上的消费者对商家的服务和产品不满，则可以上诉到《校园杂志》，《校园杂志》则会先让商家和消费者进行协调，如果是商家问题，《校园杂志》会让商家向消费者道谦并且退换产品，如果商家不向消费者道谦《校园杂志》将会向广大消费者广告此事。如果签了合同，《校园杂志》将会向广大消费者说明推荐理由。消费者消费时肯定会倾向于能保证他们利益的商家，所以推荐营销是商家们欢迎的。推荐营销也将来广告发展的必然方向，商家自己向消费者保证肯定没有第三方保证效果那么好。一个好的商家肯定也希望有这样的服务，推荐营销有助于优胜劣汰。

同行竞价，价高者推荐系数高，价低者推荐系数低，不竞价者不推荐，《校园杂志》竞价服务最高推荐系数为3星，推荐系数想达到四、五星级，必须由消费者进行投票。

3、产品（广告）服务

《校园杂志》的广告特色是文章广告，当然分类广告等别的广告也是重点。文章广告是一种变相的广告，即以文章的形势写出此商家的发展史和最近动态等等。让人们了解家，让人们关注此商家的最新动态和最新产品。借此来提供商家的品牌效应，这是其它任何广告都无法做到的。

《校园杂志》将会在《校园杂志》的前四期到前八期为各个商家和公司免费打各种招聘广告，这些企业和商家可以是和加盟《校园杂志》的也可以是没加入《校园杂志》的，但前提是答应《校园杂志》，提供他们企业或商家的员工数和工资大概价位，并且将来能免费发放《校园杂志》社提供的邯郸杂志给他们的员工，以便《校园杂志》社将来进入邯郸整个市场。《校园杂志》社将答应他们将来邯郸杂志成立的前四到八期也将继续为分他们免费打招聘广告和选择性地为他们免费打分类广告。

4、销售战略：

①《校园杂志》是大学生自己的杂志；

③大学生你想勤工俭学吗？你想假期、周末打工吗？你想做兼职吗？《校园杂志》将会为您提供各种招聘信息。

④如果你想考研报班，哪个学校好，你知道不？你想培训技能，哪个学校好？要想知道就赶快加入《校园杂志》吧！《校园杂志》还将为您提供各个学校的历年的考研分数线！

⑤大四了，你将要面临打工作了，你想不想找一个好单位，好企业？如果想，那就先写好你的简历吧，《校园杂志》会指导你怎样写出一份出色的简历。你想不想了解毕业生的工资导向，想不知道面试时要注意的事项，想不想早一点知道各大公司的企业和校园招聘信息？想知道那就快点加入《校园杂志》吧。

（1）《校园杂志》刊物形式及内容：

①规格标准：80克铜版纸彩印，60p，16开；

②栏目设置：《邯郸快讯》《缤纷活动》《菁菁校园》《寻缘交友》《靓丽女生》《兼职实习》《考研》《招贤榜》《职前装备》《职海泛舟》《生活》《旅游》《俊俏男生》《动漫》等栏目；

发布：图书，音像，演出等产品广告；出版社，书商，书店，唱片公司，音像店，影剧院等机构广告；招聘信息；休闲，方便食品，乳制品，饮料，纯水，日用品，眼镜，保健品等企业产品及品牌广告；中西快餐，特色餐饮，咖啡屋，健身房，滑雪场，风景名胜，银行保险，旅行社等机构产品，服务广告等。

（2）刊物传播：

①、发行周期：

12期/年，每月出刊，新生入学、学生毕业、五一、国庆等节假日推出特别增刊。

2、信息量：

内容涉及学生息息相关的广告资讯。

②传播范围：覆盖师生群体。实名定向直投的发行网络，直达受众手中。覆盖学校的团学组织，教学科研机构，学生公寓，图书馆，食堂及学校周边的学生活动场所。

（3）针对各大学校园进行市场具体调查

（4）热辣主推系列——促销推广（以高阅读率决定广告招商收益）

①“《校园杂志》之社团盟主争霸”在驻邯郸高校招兵买马，让个社团组织参与小品比赛和话剧演出。最后在每个高校选出一个最有实力的社团作为合作社团。

②“《校园杂志》之杂志封面设计擂台赛”在全市范围内征集设计稿。

③：“《校园杂志》之赠卡行动”暑假期间组织首批加入的企业会员派代表陆续到广西大学、广西民族学院、广西财经学院和广西医科大看望留校学生。赠送他们第一批大学攻略卡。企业领导现场发言，鼓励留校生努力完成学业。

④“《校园杂志》之‘市民给学子建议信息交流平台’”号召市民给青少年更多的关注和爱心。

⑤“《校园杂志》之健康网游”与目前最受欢迎的游戏“天界”合作，倡导健康的玩网络游戏。在dm上面印刷号码及宣传语“只要身体好，不怕宝物少”，学生可以刮开这个号码到游戏里领取一个宝物。

⑥“《校园杂志》之‘我的xx经历’征文比赛”获奖者出了得到物资奖励以外，还将得到由公司送出的最有挑战的神秘经历一次。

（5）发展企业理事单位和广告代理运营商，进行广告销售和市场推广

（6）建立各高校联络部，开始相关信息，数据收集，筹备杂志创刊号

（7）杂志网站开通

（8）发展会员俱乐部及多种经营。

1、股份结构分析

发展期的编辑部投资预算

2、编辑费用：编辑费，稿费，工作经费（包括通讯费、交通费、办公费、差旅费），发行费，房费另计。合计每月1万元；

3、印刷费（包括纸费）：按15000本计算，平均每本3。5元。

5、收益：a、广告收益初期按印数10000册，

本刊目前所需资金5万元，可以投资、控股或卖断等形式合作，双方本着诚信、互利原则，共同打造“钱”途无量的《校园杂志》广告期刊。《校园杂志》将通过“广告、发行区域广告独家代理”、吸收“理事会成员”等来确保资金来源以使杂志持续健康发展。

2、资金来源与运用

河北工程大学将出资三万和各种加盟商的加盟费用为五万或者各个商家的第一次广告费用4万，这些钱已经足够《校园杂志》运营两期杂志了。风险中的投资家可有可无，因为《校园杂志》打的是稳定战，有了各个商家的加盟费用或者第一次做广告的费用，就足够在邯郸各个大学发一期的杂志了，《校园杂志》将会用前几期的广告收入印发下一期的杂志，如此循环下去，当然有风险投资家的投资更好，以便《校园杂志》能迅速占领邯郸的校园市场，并向河北其它高校市场和邯郸的中、高收入人群进军。

3、投资决策

《校园杂志》的硬件设施先租用，在各大学校园中，《校园杂志》将会建立《校园杂志》社团，一少部分的投资将会运用于《校园杂志》社团，因为《校园杂志》社团是我的根本，只要《校园杂志》社团能存活一天，我《校园杂志》社就会有更多的机会。

1、风险因素分析

客户对《校园杂志》和校园市场缺乏了解与信任，商家起初不愿加盟和不愿投资大量的广告费用以及其它企业仿效。

2、风险应对策略

根据市场需要在其它企业仿效之前就快速启动运营并且扩大规模。广建渠道，加大市场宣传力度，增加客户对《校园杂志》的了解。让客户投资入股，让客户的利益和《校园杂志》的利益密切相关。

3、风险资金的退出策略

《校园杂志》将以非常负责任的态度对待投资商和加盟商，公司会把投资商和加盟商退出时能得到尽可能大的效益放在首位，公司将会建立起良好的风险控制和风险投资退出机制。风险投资的目的已经获得最大的利润，《校园杂志》将本着此原则维护投资者的利益。《校园杂志》将不断提高《校园杂志》的能力和技术水平，不断加强管理和改善经营等方式，来提高企业投资回报率，使《校园杂志》的投资者获得高额回报。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十一**

活动名称：渲染自己的那片蓝——关于开展“创业创意体验”的通知

活动目的：为迎接学校“社团文化节”的.召开，培养同学们对创业的兴趣，丰富同学们的校园生活；让同学们发现自身的优点，结合我社的实际，给同学们一个锻炼自己、提高自己、认识自己的平台。经《创业起跑线》全体成员讨论，决定开展“创业创意体验”活动。

活动步骤：

第一步：创业创意点子收集：

一，参赛对象：四川幼专全体同学

二，参赛形式： 1.将自己对创业的认识和好的创业点子以策划书计划书的形式表达出来，交到《创业起跑线》的余琴。

2.字数1000字为宜。

3.交作时间：xx年4月1日以前（待定）

4.联系电话：13981143048

三，评奖办法：本次活动将设“优秀创业创意奖”10名，发给荣誉证书和奖品。

第二步：举行“渲染自己的那片蓝”优秀创业创意作品交流活动：

1.活动地点：艺术中心

2.活动对象：四川幼专全体同学

3.活动进程： a. 学习名人成功的经验。如：乔布斯，比尔盖兹。

b.向大家推荐一些与创业有关的书籍，分析当前创业的形势，并给自己定个方向，为未来的蓝天而奋斗。

c.谈谈自己的创业理想,并思考现在该做什么，未来该怎样做？

d.宣布获奖同学名单，并颁发荣誉证书和奖品。获奖同学谈自己的创业想法，并与其它同学交流，大家一起学习，一起进步。再一起合影。

e.没获奖的和参观同学可以各抒己见，谈谈自己的看法，与大家一起分享。并发与一个小奖品。

f.寻找属于自己的第一桶金：利用节假日社团给同学们找一些兼职；五月份社团组织“寻找自己的那片天空——实践”体验活动：去水果批发市场批发水果出来卖，并分工合作；让同学们体验生活，并接触小的创业意识，从最基层做起，积累经验，为自己以后创业大道铺块垫脚石。

g.体验活动完后，参加体验的同学谈自己所获取的精彩体验和宝贵经验，并用彩签纸做成展板贴出来。

活动预算：200元：荣誉证书和奖品每份12元，计120. 海报用品 20 其它消费60 如：场地设置，氢气球,两袋阿尔卑斯糖等。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十二**

活动名称：渲染自己的那片蓝——关于开展“创业创意体验”的通知

活动目的：为迎接学校“社团文化节”的.召开，培养同学们对创业的兴趣，丰富同学们的校园生活；让同学们发现自身的优点，结合我社的实际，给同学们一个锻炼自己、提高自己、认识自己的平台。经《创业起跑线》全体成员讨论，决定开展“创业创意体验”活动。

活动步骤：

第一步：创业创意点子收集：

一，参赛对象：四川幼专全体同学

二，参赛形式： 1.将自己对创业的认识和好的创业点子以策划书计划书的形式表达出来，交到《创业起跑线》的余琴。

2.字数1000字为宜。

3.交作时间：xx年4月1日以前（待定）

4.联系电话：13981143048

三，评奖办法：本次活动将设“优秀创业创意奖”10名，发给荣誉证书和奖品。

第二步：举行“渲染自己的那片蓝”优秀创业创意作品交流活动：

1.活动地点：艺术中心

2.活动对象：四川幼专全体同学

3.活动进程： a. 学习名人成功的经验。如：乔布斯，比尔盖兹。

b.向大家推荐一些与创业有关的书籍，分析当前创业的形势，并给自己定个方向，为未来的蓝天而奋斗。

c.谈谈自己的创业理想,并思考现在该做什么，未来该怎样做？

d.宣布获奖同学名单，并颁发荣誉证书和奖品。获奖同学谈自己的创业想法，并与其它同学交流，大家一起学习，一起进步。再一起合影。

e.没获奖的和参观同学可以各抒己见，谈谈自己的看法，与大家一起分享。并发与一个小奖品。

f.寻找属于自己的第一桶金：利用节假日社团给同学们找一些兼职；五月份社团组织“寻找自己的那片天空——实践”体验活动：去水果批发市场批发水果出来卖，并分工合作；让同学们体验生活，并接触小的创业意识，从最基层做起，积累经验，为自己以后创业大道铺块垫脚石。

g.体验活动完后，参加体验的同学谈自己所获取的精彩体验和宝贵经验，并用彩签纸做成展板贴出来。

活动预算：200元：荣誉证书和奖品每份12元，计120. 海报用品 20 其它消费60 如：场地设置，氢气球,两袋阿尔卑斯糖等。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十三**

甜品类休闲食品一直是女性朋友们的最爱，因此如果能在女性聚集区开一家蛋糕店应该是不错的选择，同时还经营生日蛋糕，只要做出自己的特色就一定会受到广朋友们的喜爱。

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“xx下午茶”，是xx资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区xx街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像xx、xxx、那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金x万元。

1、由于地理位置处于xx街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在xx街站稳脚跟，x年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的着名品牌。

1、客源：本店的目标顾客有：到xx街购物娱乐的一般消费者，约占xx%；四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占xx%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如xx、xx。

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果。

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如x折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他（她）为x先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，内容守于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

启动资产：约需x万元

设备投资：

1、房租xx元。

2、门面装修约xx元（包括店面装修和灯箱）。

3、货架和卖台投进约xx元。

4、员工（x名）同一服装需xx元。

5、机器设备最的投资：x万元（包括制作蛋糕的全套用具）首期进货款：面粉、奶油等原材料，约xx元。

月销售额（均匀）：xx元。占有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达xx元。

每月支出：x元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区xx街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场四周），约x元。

货品本钱：xx%左右，约x元。职员工资：xx平方米的小店需要蛋糕师傅x名，服务员x名，工资共计xx元。

水电等杂费：x元设备折旧费：按x年计算，每月xx元月利润：xx元左右按此估算，x年左右即可收回投资。

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更的财力物力和“花招”来招揽顾客。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十四**

甜品类休闲食品一直是女性朋友们的最爱，因此如果能在女性聚集区开一家蛋糕店应该是不错的选择，同时还经营生日蛋糕，只要做出自己的特色就一定会受到广朋友们的喜爱。

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“xx下午茶”，是xx资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区xx街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像xx、xxx、那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金x万元。

1、由于地理位置处于xx街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在xx街站稳脚跟，x年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的着名品牌。

1、客源：本店的目标顾客有：到xx街购物娱乐的一般消费者，约占xx%；四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占xx%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如xx、xx。

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果。

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如x折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他（她）为x先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，内容守于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

启动资产：约需x万元

设备投资：

1、房租xx元。

2、门面装修约xx元（包括店面装修和灯箱）。

3、货架和卖台投进约xx元。

4、员工（x名）同一服装需xx元。

5、机器设备最的投资：x万元（包括制作蛋糕的全套用具）首期进货款：面粉、奶油等原材料，约xx元。

月销售额（均匀）：xx元。占有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达xx元。

每月支出：x元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区xx街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场四周），约x元。

货品本钱：xx%左右，约x元。职员工资：xx平方米的小店需要蛋糕师傅x名，服务员x名，工资共计xx元。

水电等杂费：x元设备折旧费：按x年计算，每月xx元月利润：xx元左右按此估算，x年左右即可收回投资。

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更的财力物力和“花招”来招揽顾客。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十五**

（1）大学生创业背景

随着国家对大学生创业政策的支持和贷款上的保证，越来越多的青年人开始考虑“自立门户”，甚至将想法付诸行动。在我国，大学生创业比重低的基本原因在于大学生自身面临很多难题。但是，大学生创业是潮流，不可阻挡。在当今中国的教育体制和就业背景下，大学生创业一方面可以增强大学生自己的动手操作能力、组织协调能力、心理承受能力、团队合作精神和社会适应能力，另一方面也是解决大学生自己就业问题的一个比较现实的选择，青年创业虽然赢得种种美誉，但也面临各种困难。这些困难不是媒体无关痛痒地报道一阵就可以解决，这是他们切切实实面对的存亡抉择。大学生创业需要规范、适用、系统的创业教育，开展这次讲座，以培养大学生的创业就业意识、思维和观念。

（2）金融危机下的创业背景

在创业方面，由于金融危机的影响，政府出台了不少了有关大学生创业的政策，当前金融危机加剧了大学生“知识失业”的意识，我们更应该注重在全社会范围内以创业文化建设激发大学生的创业激情，并推动其付诸实践。在政策层面最重要的是构建创业文化的社会支持体系。风险与机遇同在，大学生更应该把握和分析好市场因素。

（3）精英教育大众化下的创业背景

随着精英教育向大众化教育的成长，国度已迎来了高校扩招后大学生的就业高峰期，就业形势非常严肃。并且将来的若干年内，结业生总量将会持续增加，这对结业生来就有业工作无疑是巨大的挑战。同时，大学生找到的工作待遇很低，

无法餍足大学生的需求。面对云云严肃的就业形势，学生自立创业将成为重要的就业形式，更多的大学生选择自立创业解决就业问题。

创造希望，收获奇迹

（一）目的

1、丰富大学生的创业知识，为大学生提供创业理念及创业经验，便于规划在校期间的生活及其努力的方向。

2、帮同学们了解创业实践中的重要问题及处理方法，解答同学们对创业实践过程中所遇到的问题，为同学们以后创业提供帮助。

3、创造一次社会与校园互动的机会，即给广大同学提供认识社会，认识职场的机会，触碰成功的机会。

4、帮助同学们认识自己，设立与自身相符合的目标，并提供完善自己的可靠依据。

5、通过专家与学生互动的行式，解决同学们关心的问题，转变一部分同学的就业偏见和观念误区。

（二）意义

1、提高大学生的创业意识，以及对未来有效地规划。

2、有利于大学生展望未来发展之路，学会一定的技能，把握一些确切的理论，做到自己的未来心中有数。

3、使大学生充分认识自己，把自己摆在正确的社会位置，用正确的理论完善自己。

（二）内容

1、各位老师发表对创业就业方面的演讲，从就业形势到现状再到创业的条件和

有力政策。

2、应对就业准备方法和对创业情况的基本把握。

3、能提供的帮助和回答同学们的疑问。

4、现代公共关系对就业和创业的影响等。

20xx年11月19日晚上七点

贵州大学（北区）礼堂

徐琨（ 中国社会科学院经济学博士发展研究中心特聘研究员，中国管理科学研究院企业管理创新研究所 特聘副所长中国青年企业家协会理事 等）

王笑君（王笑君，中共党员、企业管理博士、工商管理硕士（mba），国家高级经营师、国家高级人力资源管理师、国家高级策划师、高级培训师、律师、心理咨询师等。）

齐新潮（贵州省国际国内公共关系协会秘书长、贵州省饮食服务行业商会秘书长、贵州省九届政协委员、贵州民族学院副教授）

苟煦荣（ilo国际劳工组织siyb创业培训师，人力资源管理师，职业指导师，贵州尚贤人力资源有限公司总经理 ，贵州创业促进会筹备执行官。）

（一）前期工作

1、协会讨论，征求意见，策划活动及分配任务。

3、外联部负责与相关厂家，单位取得合作。

4、组织部负责确定场地及所需设施。

5、秘书部负责邀请演讲嘉宾与其他嘉宾，购买邀请函并发放邀请涵，通知与会人。

6、礼仪部负责服装租借，购买花卉和发放矿泉水。

7、宣传部负责购买海报、pop纸、展架，制作横幅，复印宣传单。在活动前三天，负责把海报粘贴在展板上，放到宣传点，安排人员悬挂横幅（北区两幅挂在图书馆前面的人行道上、南区两幅挂在体育场围墙上）

（二）讲座当天流程

1、（1）组织部负责整理好现场设施，安排好工作人员；

（2）纪检小组负责会场秩序，在礼堂的两个门口分别安排两人负责出入场秩序；

（3）宣传部安排人员组成海报请柬接收站，并做好记录工作和粘贴工作。

（4）礼仪部成立接待小队，在礼堂的两个门口分别安排两人负责接待工作。

（5）外联部负责安排校记者团的工作位置，做好摄影采访的辅助工作。

（6）科技部负责音响话筒，多媒体投影仪的电源和放映工作。

（7）秘书部负责把到场嘉宾的姓名和单位用小纸条写好从后台交给主持人，以便主持人感谢他们的到来。

2、主持人介绍本次讲座的大概背景和意义，并切入正题。

3、礼仪小姐带领演讲老师入座。

4、介绍本次讲座的嘉宾、参与人员，感谢大家的到来，并宣布讲座正式开始。

5、依次请嘉宾老师开始创业就业讲座。

6、中场互动问答环节。

7、主持人简要总结一下活动内容和效果。

8、礼仪小姐敬献鲜花。

9、主持人宣布“创业就业互动论坛走进贵大”活动圆满结束。

10、欢送演讲嘉宾。

（三）活动后期工作

1、组织部负责收拾整理会场和归还公用物品。

2、科技部负责整理照片，制作幻灯片，并在网上发布。

3、外联部负责后期商家回馈任务。

4、礼仪部归还礼仪服。

5、做讲座总结。

6、协会成员写活动感悟交给秘书部。

(1)此次讲座详细介绍了创业，确切的说是大学生创业，我们都是渴望飞翔的鸟儿，所以势必会对自己的未来充满激情，对此次讲座定会印象深刻，并且感触颇深，必定会在大学生之间引起了强烈的反响。

(2)大学生创业的潮流像是一剂强心剂，瞬间激起我们对创业奇迹的渴望，进而激励自己一定要不断增长知识、完善技术和提高能力，为将来创下一番属于自己的事业打好基础。

(3)大学生本身未必会有强烈的全局观、敏锐的眼光、充分自信、对事业的掌控力、对社会的适应力一系列成创业者的优势，通过此次讲座，我们会真切认识到自身所缺乏素质，为以后完善自我提供依据，将我们默默的付出、不懈的努力与执着的追求发挥到极致，有效果、有价值。

(4)此次创业讲座激起了大学生对自我挑战的勇气，形成了对社会强烈的责任感，也同样发现了自身成为创业者的优势和不足。使我们增长了创业就业方面的见识，理清了学习的思路，特别给大一的新生上了一堂有意义的课，让我们确定了人生的目标，为以后的成长成才奠定思想基础。

(5)徐琨、王笑君、齐新潮、陈世学，三位的到来，凭借他们的事迹就足以引起部分大学生的崇敬之情，为这次讲座带来飓风式强烈效应。他们丰富的人生阅历、鲜明个性、对事业的热情与热爱、对社会的影响，最重要的是宝贵的创业经验，都是讲座耀眼的亮点，大学生们一边瞻仰他们所创造的奇迹，一边虚心听取他们的演讲，现场洋溢着犹如孔子在世的画面。

(6)活动圆满结束了，创业同时进驻到每个有志青年心中，青春的热血沸腾了，满怀信心的为自己的理想而努力奋斗。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十六**

（1）大学生创业背景

随着国家对大学生创业政策的支持和贷款上的保证，越来越多的青年人开始考虑“自立门户”，甚至将想法付诸行动。在我国，大学生创业比重低的基本原因在于大学生自身面临很多难题。但是，大学生创业是潮流，不可阻挡。在当今中国的教育体制和就业背景下，大学生创业一方面可以增强大学生自己的动手操作能力、组织协调能力、心理承受能力、团队合作精神和社会适应能力，另一方面也是解决大学生自己就业问题的一个比较现实的选择，青年创业虽然赢得种种美誉，但也面临各种困难。这些困难不是媒体无关痛痒地报道一阵就可以解决，这是他们切切实实面对的存亡抉择。大学生创业需要规范、适用、系统的创业教育，开展这次讲座，以培养大学生的创业就业意识、思维和观念。

（2）金融危机下的创业背景

在创业方面，由于金融危机的影响，政府出台了不少了有关大学生创业的政策，当前金融危机加剧了大学生“知识失业”的意识，我们更应该注重在全社会范围内以创业文化建设激发大学生的创业激情，并推动其付诸实践。在政策层面最重要的是构建创业文化的社会支持体系。风险与机遇同在，大学生更应该把握和分析好市场因素。

（3）精英教育大众化下的创业背景

随着精英教育向大众化教育的成长，国度已迎来了高校扩招后大学生的就业高峰期，就业形势非常严肃。并且将来的若干年内，结业生总量将会持续增加，这对结业生来就有业工作无疑是巨大的挑战。同时，大学生找到的工作待遇很低，

无法餍足大学生的需求。面对云云严肃的就业形势，学生自立创业将成为重要的就业形式，更多的大学生选择自立创业解决就业问题。

创造希望，收获奇迹

（一）目的

1、丰富大学生的创业知识，为大学生提供创业理念及创业经验，便于规划在校期间的生活及其努力的方向。

2、帮同学们了解创业实践中的重要问题及处理方法，解答同学们对创业实践过程中所遇到的问题，为同学们以后创业提供帮助。

3、创造一次社会与校园互动的机会，即给广大同学提供认识社会，认识职场的机会，触碰成功的机会。

4、帮助同学们认识自己，设立与自身相符合的目标，并提供完善自己的可靠依据。

5、通过专家与学生互动的行式，解决同学们关心的问题，转变一部分同学的就业偏见和观念误区。

（二）意义

1、提高大学生的创业意识，以及对未来有效地规划。

2、有利于大学生展望未来发展之路，学会一定的技能，把握一些确切的理论，做到自己的未来心中有数。

3、使大学生充分认识自己，把自己摆在正确的社会位置，用正确的理论完善自己。

（二）内容

1、各位老师发表对创业就业方面的演讲，从就业形势到现状再到创业的条件和

有力政策。

2、应对就业准备方法和对创业情况的基本把握。

3、能提供的帮助和回答同学们的疑问。

4、现代公共关系对就业和创业的影响等。

20xx年11月19日晚上七点

贵州大学（北区）礼堂

徐琨（ 中国社会科学院经济学博士发展研究中心特聘研究员，中国管理科学研究院企业管理创新研究所 特聘副所长中国青年企业家协会理事 等）

王笑君（王笑君，中共党员、企业管理博士、工商管理硕士（mba），国家高级经营师、国家高级人力资源管理师、国家高级策划师、高级培训师、律师、心理咨询师等。）

齐新潮（贵州省国际国内公共关系协会秘书长、贵州省饮食服务行业商会秘书长、贵州省九届政协委员、贵州民族学院副教授）

苟煦荣（ilo国际劳工组织siyb创业培训师，人力资源管理师，职业指导师，贵州尚贤人力资源有限公司总经理 ，贵州创业促进会筹备执行官。）

（一）前期工作

1、协会讨论，征求意见，策划活动及分配任务。

3、外联部负责与相关厂家，单位取得合作。

4、组织部负责确定场地及所需设施。

5、秘书部负责邀请演讲嘉宾与其他嘉宾，购买邀请函并发放邀请涵，通知与会人。

6、礼仪部负责服装租借，购买花卉和发放矿泉水。

7、宣传部负责购买海报、pop纸、展架，制作横幅，复印宣传单。在活动前三天，负责把海报粘贴在展板上，放到宣传点，安排人员悬挂横幅（北区两幅挂在图书馆前面的人行道上、南区两幅挂在体育场围墙上）

（二）讲座当天流程

1、（1）组织部负责整理好现场设施，安排好工作人员；

（2）纪检小组负责会场秩序，在礼堂的两个门口分别安排两人负责出入场秩序；

（3）宣传部安排人员组成海报请柬接收站，并做好记录工作和粘贴工作。

（4）礼仪部成立接待小队，在礼堂的两个门口分别安排两人负责接待工作。

（5）外联部负责安排校记者团的工作位置，做好摄影采访的辅助工作。

（6）科技部负责音响话筒，多媒体投影仪的电源和放映工作。

（7）秘书部负责把到场嘉宾的姓名和单位用小纸条写好从后台交给主持人，以便主持人感谢他们的到来。

2、主持人介绍本次讲座的大概背景和意义，并切入正题。

3、礼仪小姐带领演讲老师入座。

4、介绍本次讲座的嘉宾、参与人员，感谢大家的到来，并宣布讲座正式开始。

5、依次请嘉宾老师开始创业就业讲座。

6、中场互动问答环节。

7、主持人简要总结一下活动内容和效果。

8、礼仪小姐敬献鲜花。

9、主持人宣布“创业就业互动论坛走进贵大”活动圆满结束。

10、欢送演讲嘉宾。

（三）活动后期工作

1、组织部负责收拾整理会场和归还公用物品。

2、科技部负责整理照片，制作幻灯片，并在网上发布。

3、外联部负责后期商家回馈任务。

4、礼仪部归还礼仪服。

5、做讲座总结。

6、协会成员写活动感悟交给秘书部。

(1)此次讲座详细介绍了创业，确切的说是大学生创业，我们都是渴望飞翔的鸟儿，所以势必会对自己的未来充满激情，对此次讲座定会印象深刻，并且感触颇深，必定会在大学生之间引起了强烈的反响。

(2)大学生创业的潮流像是一剂强心剂，瞬间激起我们对创业奇迹的渴望，进而激励自己一定要不断增长知识、完善技术和提高能力，为将来创下一番属于自己的事业打好基础。

(3)大学生本身未必会有强烈的全局观、敏锐的眼光、充分自信、对事业的掌控力、对社会的适应力一系列成创业者的优势，通过此次讲座，我们会真切认识到自身所缺乏素质，为以后完善自我提供依据，将我们默默的付出、不懈的努力与执着的追求发挥到极致，有效果、有价值。

(4)此次创业讲座激起了大学生对自我挑战的勇气，形成了对社会强烈的责任感，也同样发现了自身成为创业者的优势和不足。使我们增长了创业就业方面的见识，理清了学习的思路，特别给大一的新生上了一堂有意义的课，让我们确定了人生的目标，为以后的成长成才奠定思想基础。

(5)徐琨、王笑君、齐新潮、陈世学，三位的到来，凭借他们的事迹就足以引起部分大学生的崇敬之情，为这次讲座带来飓风式强烈效应。他们丰富的人生阅历、鲜明个性、对事业的热情与热爱、对社会的影响，最重要的是宝贵的创业经验，都是讲座耀眼的亮点，大学生们一边瞻仰他们所创造的奇迹，一边虚心听取他们的演讲，现场洋溢着犹如孔子在世的画面。

(6)活动圆满结束了，创业同时进驻到每个有志青年心中，青春的热血沸腾了，满怀信心的为自己的理想而努力奋斗。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十七**

1.1项目公司

1.2项目简介

1.3客户基础

1.4市场机遇

1.5项目投资价值

1.6项目资金及合作

1.7项目成功关键

1.8公司使命

1.9经济目标

2.1项目公司与关联公司

2.2公司组织结构

2.3[历史]财务经营状况

2.4[历史]管理与营销基础

2.5公司地理位置

2.6公司发展战略

2.7公司内部控制管理

3.1写字楼开发项目目标

3.2写字楼开发思路

3.3项目建设基本方案

3.3.1规划建设年限与阶段

3.3.2项目规划建设依据

3.3.3写字楼开发基础设施建设内容

3.4项目功能分区及主要内容

4.1国家宏观经济政策

4.1.1国家宏观经济形势对房地产的影响

4.1.2房地产宏观政策

4.2城市周边区域经济环境

4.3城市市城市规划

4.3.1城市总体规划的布局与定位

4.3.2城市中心城区的五大问题

4.4城市土地和房地产市场供需

4.4.1城市市土地出让情况

4.4.2写字楼市场供需

4.5城市写字楼供需

4.5.1商圈分布

4.5.2商业业态分析

4.5.3城市商业现状分析

4.5.4居民消费特征分析

4.5.5城市商铺价格分析

4.5.6商业写字楼供需分析

4.6消费者调查

4.6.1居民消费特点

4.6.2写字楼潜在消费者问卷调查

4.7竞争分析

4.7.1竞争分析的方法

4.7.2竞争项目分析

5.1[rrr城]及qb区项目

5.1.1[rrr城]的开发背景

5.1.2[rrr城]项目

5.1.3[rrr城]开发情况

5.2项目竞争战略选择

5.2.1山水绿城swot分析

5.2.2[山水绿城]开发策略和开发模式

5.2.3qb区项目

6.1规划设计主题原则

6.2产品组合和功能定位

6.3建筑风格和色彩计划

6.4建筑及景观概念规划

6.5智能化配套

6.6qb区各地块设计要求

6.6.1写字楼功能配置要求

6.6.2a13地块设计要求

6.6.3a21地块设计要求

6.6.4a08地块(局部)设计要求

6.6.5a22地块设计要求

7.1预计销售额及市场份额

7.2产品定位

7.2.1各项目的住房产品定位

7.2.2写字楼定位

7.3定价策略

7.3.1住房项目的定价策略

7.3.2写字楼的定价策略

7.4销售策略

7.4.1住房地产的销售策略

7.4.2写字楼的销售策略

7.4.3品牌发展战略

7.5整合传播策略与措施

7.6电子网络营销策略

8.1项目工程进度计划表

8.2项目工程进度管理体系

8.2.1三级计划进度管理体系的建立与执行

8.2.2三级计划进度管理体系的工作流程

一级计划——总控制进度计划

二级计划——阶段性工期计划或分部工程计划

三级计划——月、周计划

9.1项目风险分析

9.1.1项目市场风险分析

9.1.2项目工程风险分析

9.2项目风险的防范对策

9.2.1市场风险规避对策

9.2.2工程风险的防范对策

9.2.3安全风险控制措施

10.1项目投资估算

10.1.1项目开发成本估算

10.1.2开发费用估算

10.1.3项目总成本费用估算

10.2项目开发计划

10.2.1开发分期

10.2.2项目开发进度计划表

10.3项目人员和组织机构配置

10.3.1组织保障

10.3.2组织机构

10.4项目中小企业融资计划和财务费用

11.1销售收入

11.1.1销售价格

11.1.2销售收入

11.1.3项目税费率

11.2项目现金流量

11.2.1全部资金的投资现金流量表

11.2.2自有资金的现金流量表

11.2.3主要经济数据指标汇总

11.3不确定性和风险分析

11.3.1盈亏平衡分析

11.3.2敏感性分析

11.4结论

11.4.1项目投资决策结论

11.4.2项目总体效益评价

12.1分析方法的选择

12.2收益年限的确定

12.3基本数据

12.4无形资产价值的确定

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十八**

1.1项目公司

1.2项目简介

1.3客户基础

1.4市场机遇

1.5项目投资价值

1.6项目资金及合作

1.7项目成功关键

1.8公司使命

1.9经济目标

2.1项目公司与关联公司

2.2公司组织结构

2.3[历史]财务经营状况

2.4[历史]管理与营销基础

2.5公司地理位置

2.6公司发展战略

2.7公司内部控制管理

3.1写字楼开发项目目标

3.2写字楼开发思路

3.3项目建设基本方案

3.3.1规划建设年限与阶段

3.3.2项目规划建设依据

3.3.3写字楼开发基础设施建设内容

3.4项目功能分区及主要内容

4.1国家宏观经济政策

4.1.1国家宏观经济形势对房地产的影响

4.1.2房地产宏观政策

4.2城市周边区域经济环境

4.3城市市城市规划

4.3.1城市总体规划的布局与定位

4.3.2城市中心城区的五大问题

4.4城市土地和房地产市场供需

4.4.1城市市土地出让情况

4.4.2写字楼市场供需

4.5城市写字楼供需

4.5.1商圈分布

4.5.2商业业态分析

4.5.3城市商业现状分析

4.5.4居民消费特征分析

4.5.5城市商铺价格分析

4.5.6商业写字楼供需分析

4.6消费者调查

4.6.1居民消费特点

4.6.2写字楼潜在消费者问卷调查

4.7竞争分析

4.7.1竞争分析的方法

4.7.2竞争项目分析

5.1[rrr城]及qb区项目

5.1.1[rrr城]的开发背景

5.1.2[rrr城]项目

5.1.3[rrr城]开发情况

5.2项目竞争战略选择

5.2.1山水绿城swot分析

5.2.2[山水绿城]开发策略和开发模式

5.2.3qb区项目

6.1规划设计主题原则

6.2产品组合和功能定位

6.3建筑风格和色彩计划

6.4建筑及景观概念规划

6.5智能化配套

6.6qb区各地块设计要求

6.6.1写字楼功能配置要求

6.6.2a13地块设计要求

6.6.3a21地块设计要求

6.6.4a08地块(局部)设计要求

6.6.5a22地块设计要求

7.1预计销售额及市场份额

7.2产品定位

7.2.1各项目的住房产品定位

7.2.2写字楼定位

7.3定价策略

7.3.1住房项目的定价策略

7.3.2写字楼的定价策略

7.4销售策略

7.4.1住房地产的销售策略

7.4.2写字楼的销售策略

7.4.3品牌发展战略

7.5整合传播策略与措施

7.6电子网络营销策略

8.1项目工程进度计划表

8.2项目工程进度管理体系

8.2.1三级计划进度管理体系的建立与执行

8.2.2三级计划进度管理体系的工作流程

一级计划——总控制进度计划

二级计划——阶段性工期计划或分部工程计划

三级计划——月、周计划

9.1项目风险分析

9.1.1项目市场风险分析

9.1.2项目工程风险分析

9.2项目风险的防范对策

9.2.1市场风险规避对策

9.2.2工程风险的防范对策

9.2.3安全风险控制措施

10.1项目投资估算

10.1.1项目开发成本估算

10.1.2开发费用估算

10.1.3项目总成本费用估算

10.2项目开发计划

10.2.1开发分期

10.2.2项目开发进度计划表

10.3项目人员和组织机构配置

10.3.1组织保障

10.3.2组织机构

10.4项目中小企业融资计划和财务费用

11.1销售收入

11.1.1销售价格

11.1.2销售收入

11.1.3项目税费率

11.2项目现金流量

11.2.1全部资金的投资现金流量表

11.2.2自有资金的现金流量表

11.2.3主要经济数据指标汇总

11.3不确定性和风险分析

11.3.1盈亏平衡分析

11.3.2敏感性分析

11.4结论

11.4.1项目投资决策结论

11.4.2项目总体效益评价

12.1分析方法的选择

12.2收益年限的确定

12.3基本数据

12.4无形资产价值的确定

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇十九**

提供机遇创造未来

中国正在经历一个狂热的全民创业热潮。同样，我们大学生也不例外。创业不但意味着企业家精神、一时激情，它更是一项需要战略、经验和技巧的事情。随着经济企稳回升的态势得到进一步巩固，大家对创业更加充满信心。为了丰富我校文化生活，也为我们大学生更好的了解创业，亲自体验创业，我们特别组织了这次活动。旨在让学生们熟悉市场经营过程，培养学生的创业基本素质、创业意识和市场经济意识。为以后更好的走上创业之路埋下伏笔。同时，创业街的建立不仅能为创业的学生提供展销的机会，而且也使得学生从个体向整体转变，分散向集中转变；还能锻炼学生的团队组织能力、人际沟通能力，着眼于学生未来发展。

近日，财政部、国税总局发布了《关于支持和促进就业有关税收政策的通知》（简称《通知》），规定自20xx年x月x日起，高校毕业生从毕业年度（毕业所在自然年）起3年内自主创业的，可享受限额为每年8000元的税收减免优惠政策。目前，桂林各高校已开始接受在校期间创业的毕业生申请。自己创业是当大学生比较青睐的一种创业方式。对于每个人来说不仅仅是挑战，更是锻炼一个人的人际沟通能力和营销策略，为今后的发展积累经验。而创业街正是为学生们提供一个这样的舞台。

优势有以下几点：

3.1为学生提供一个互利互惠的平台，同时还能够培养会员的策划组织能力和人际沟通能力。

3.2创业街活动对我校来说是个新增的项目，它对于鼓励广大学生自主创业起到了举足轻重作用。

3.3本次活动的货源都是由学生自行寻求，在同一立场上，更能满足学生的需求，从而做到卖同学们所需，供同学们所求。

3.4大学生创业者协会有足够的人力完成此项活动。

4.1.1宣传：宣传部制作两张海报张贴在南区的宣传栏上，让同学们知道活动，并积极参加。宣传部制作宣传单，尽量让全体师生知道此次活动。

4.1.2物品统计：在活动前一周确定愿意参加的学生卖主，保证在前3天确定活动当天参加活动的卖主人数并登记物品的种类；物品种类大概可以分为饰品区、日常用品区、数码电子科技区和运动区。

4.1.3设备准备：提前准备好帐篷、音响、电线、饮用水等物品。

4.2.1协会全体成员7：30在一食堂前集合，组织部考勤。

4.2.2秘书部组织成员布置场地，(8:30之前完成)

4.2.3实践部负责组织男生版桌子、撑帐篷、拉电线等工作(8:30之前完成)

4.2.4营销部组织人员负责卫士现场的商品销售工作。

4.2.5宣传部负责活动现场的拍摄工作。

4.3.1活动开展完策划部负责把场地打撒干净；

4.3.2实践部负责组织男生把活动期间所用桌椅帐篷等物品送回；

4.3.3外联部根据物品记录清点物品，整理已销售商品的收据，与商家进行财物的交还工作。

4.3.4秘书部负责整理统计此次活动的收支情况，做一份收支汇总表。另外要写此次活动的总结，并于3天内将总结与活动照片交到社联办公室。

4.3.5实践部人员负责把剩余二手物品整理好并归还卖主。

5.1如若活动当天天气不好讲活动推迟，具体时间根据天气情况待定。

5.2召开理事会会议成立应急小组（会长担任组长统筹安排工作）。

本次活动按照从俭原则，凡是能够自备的物品将自备。竭尽全力做到最低成本，现列出可能要购置的物品。

条幅2条50元分别悬挂于一食堂门口、活动现场。彩绘海报2张50元分别贴在学校宣传栏。

矿泉水5箱200元。

纸质材料200张40元。

财务收据5本50元。

总预算：390元（价格未作市场调查，只做估算）

xx学院全体师生

20xx年3月10、11日（暂定）

xx学院南区一食堂前

xx学院社团联合会

大学生创业者协会

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十**

提供机遇创造未来

中国正在经历一个狂热的全民创业热潮。同样，我们大学生也不例外。创业不但意味着企业家精神、一时激情，它更是一项需要战略、经验和技巧的事情。随着经济企稳回升的态势得到进一步巩固，大家对创业更加充满信心。为了丰富我校文化生活，也为我们大学生更好的了解创业，亲自体验创业，我们特别组织了这次活动。旨在让学生们熟悉市场经营过程，培养学生的创业基本素质、创业意识和市场经济意识。为以后更好的走上创业之路埋下伏笔。同时，创业街的建立不仅能为创业的学生提供展销的机会，而且也使得学生从个体向整体转变，分散向集中转变；还能锻炼学生的团队组织能力、人际沟通能力，着眼于学生未来发展。

近日，财政部、国税总局发布了《关于支持和促进就业有关税收政策的通知》（简称《通知》），规定自20xx年x月x日起，高校毕业生从毕业年度（毕业所在自然年）起3年内自主创业的，可享受限额为每年8000元的税收减免优惠政策。目前，桂林各高校已开始接受在校期间创业的毕业生申请。自己创业是当大学生比较青睐的一种创业方式。对于每个人来说不仅仅是挑战，更是锻炼一个人的人际沟通能力和营销策略，为今后的发展积累经验。而创业街正是为学生们提供一个这样的舞台。

优势有以下几点：

3.1为学生提供一个互利互惠的平台，同时还能够培养会员的策划组织能力和人际沟通能力。

3.2创业街活动对我校来说是个新增的项目，它对于鼓励广大学生自主创业起到了举足轻重作用。

3.3本次活动的货源都是由学生自行寻求，在同一立场上，更能满足学生的需求，从而做到卖同学们所需，供同学们所求。

3.4大学生创业者协会有足够的人力完成此项活动。

4.1.1宣传：宣传部制作两张海报张贴在南区的宣传栏上，让同学们知道活动，并积极参加。宣传部制作宣传单，尽量让全体师生知道此次活动。

4.1.2物品统计：在活动前一周确定愿意参加的学生卖主，保证在前3天确定活动当天参加活动的卖主人数并登记物品的种类；物品种类大概可以分为饰品区、日常用品区、数码电子科技区和运动区。

4.1.3设备准备：提前准备好帐篷、音响、电线、饮用水等物品。

4.2.1协会全体成员7：30在一食堂前集合，组织部考勤。

4.2.2秘书部组织成员布置场地，(8:30之前完成)

4.2.3实践部负责组织男生版桌子、撑帐篷、拉电线等工作(8:30之前完成)

4.2.4营销部组织人员负责卫士现场的商品销售工作。

4.2.5宣传部负责活动现场的拍摄工作。

4.3.1活动开展完策划部负责把场地打撒干净；

4.3.2实践部负责组织男生把活动期间所用桌椅帐篷等物品送回；

4.3.3外联部根据物品记录清点物品，整理已销售商品的收据，与商家进行财物的交还工作。

4.3.4秘书部负责整理统计此次活动的收支情况，做一份收支汇总表。另外要写此次活动的总结，并于3天内将总结与活动照片交到社联办公室。

4.3.5实践部人员负责把剩余二手物品整理好并归还卖主。

5.1如若活动当天天气不好讲活动推迟，具体时间根据天气情况待定。

5.2召开理事会会议成立应急小组（会长担任组长统筹安排工作）。

本次活动按照从俭原则，凡是能够自备的物品将自备。竭尽全力做到最低成本，现列出可能要购置的物品。

条幅2条50元分别悬挂于一食堂门口、活动现场。彩绘海报2张50元分别贴在学校宣传栏。

矿泉水5箱200元。

纸质材料200张40元。

财务收据5本50元。

总预算：390元（价格未作市场调查，只做估算）

xx学院全体师生

20xx年3月10、11日（暂定）

xx学院南区一食堂前

xx学院社团联合会

大学生创业者协会

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十一**

随着全国高校的扩招，以及大学毕业生人数逐年增加，在加上09年全球金融危机，高校毕业生的就业创业形势日趋严峻，就业创业竞争的压力日益增大. 为了繁荣校园文化、充实校园生活，进一步引导同学们了解就业创业知识、培养就业创业意识、树立就业创业精神、提高就业创业能力、让同学们通过关于就业创业的演讲活动了解当前严峻的就业创业形势，并找到就业创业的方向，特面向全系学生举办以“”为主题的就业创业演讲比赛。

1.激发同学们的学习热情和学习动力，调动同学们的积极性，增强同学们的自信心，自豪感，繁荣学院文化，发扬比赛的优良传统，帮助同学们明确学习目标，促进学生树立职业意识，从观念、心态、技能等方面做好应对竞争压力和职业挑战的准备 。

2.通过活动在全系范围内的影响力来提高同学们对自己职业发展的思考和规划，同时通过演讲来提高同学们的交流和表达能力，进而更好的对别人甚至未来的工作单位推销自己

本次活动意在通过提供演讲平台给予同学们锻炼的机会，展现演讲才华和能力，并通过对其就业创业想法和认识，鼓励同学们通过对社会及市场的观察，结合自身特点，策划制定有一定实际价值的奋斗方案。激发培养我校学生的创新实践能力、主动精神、商业精神以及市场经济思维。

承办单位：土木工程系就业创业部

赞助单位：待定

1、筹备阶段

（1）活动宣传

◆ 海报宣传：在活动前，通过在一教门口展出宣传海报来告知全系同学该活动的基本情况（要求海报能够深刻体现活动主题，并且内容新颖，有直观的表达效果）——宣传组

◆班级宣传：为了达到宣传力度，做到全系参与，在活动前，安排部门干事带上相关的宣传资料在班上的就业创业委员的配合下将资料发放到各个班级并告知本次活动的基本内容，同时统计报名人数。——就业创业部全体干事

◆咨询宣传：在活动前及整个活动过程中，在1604值班室就业创业部设立咨询点，为同学们详细解答一系列问题，使同学们更能了解活动情况。——值班干事

（2）组织

◆联系比赛场地：确定初赛及复赛的比赛地点

◆主持人：待定（要求普通话很好，能灵活应变，具有感染力）

◆参赛人员：初赛：全系报名参加演讲的各位选手

复赛：经初赛选拔。（6—8名）

◆邀请人员：初赛：土木工程系就业创业部三位部长及几位干事（具体人员待定）

复赛：发请柬邀请评委:学院领导、学生会干部。（共9名）

◆出席观众：初赛：各位选手

复赛：每个班选5名同学代表班级参加

（3）ppt及活动背景音乐：

◆做一个关于能反映当前就业创业形势的ppt（要求内容符合活动主题，深刻新颖）——策划组

◆选几首活动过程中的背景音乐，用于活动开始前，及在活动过程中的一些停歇时间（要求歌曲内容积极向上，给人以奋斗拼搏的激励）——活动组

（4）后勤工作及舞台部分

◆购买物品：证书，奖品（获奖者），舞台装饰品——外联组，财务组

◆借用物品：音响设备，花盆——秘书组，资料组

◆场地布置：舞台装饰、开场和结束音乐及音响设备调试、后期清理等——就业创业部全体干事

◆抽签及现场秩序的维持：确定复赛的顺序安排，提前告知参赛选手做好演讲准备。——策划组

2.比赛前期阶段：参赛选手需提前准备一份就业创业演讲稿，在比赛之前交到1604值班室就业创业部审核。

3.比赛阶段：

◆初赛

①时间：4月13日（具体比赛时间待定）

②地点：1616

③主题：积聚就业跬步，点亮创业梦想

④比赛流程：

\*主持人致开幕词并且介绍到场的评委及比赛的规则。

\*演讲比赛正式开始。

\*带所有选手比赛完后，邀请评委代表上台简单讲评

\*主持人致闭幕词。

\*赛后第二天公布进入复赛的选手并通知其做好复赛的准备

◆复赛

①时间：4月17日（具体时间待定）

②地点：八角演讲厅（提前申请）

③演讲环节：

\*第一环节——选手演讲

限时：时间必须在5分钟以内

主题：积聚就业跬步，点亮创业梦想

\*第二环节——现场问答

ps：每位选手演讲完毕，必要时评委可向选手提问或做简单点评

④流程：

\*主持人致开幕词并且介绍到场的评委，嘉宾

\*主持人邀请评委代表学生会主席发言

\*主持人介绍比赛的规则和评分细则

\*播放ppt，同时主持人根据ppt播放的内容作相应的讲解

\*ppt播放完后，主持人引入演讲比赛

\*当第四个选手演讲完后，进入表演环节（目的激发观众热情，放松选手紧张心情，活跃活动气氛。）

\*待所有选手比赛完后，进入互动节目——通过屏幕转动，选出回答问题的观众，问题内容主要是就业创业方面的,回答问题的观众可获得精美小礼品一份，（在进行互动节目时，统计出最后两位位选手的得分）

\*主持人公布最后两位选手得分，然后邀请评委代表团总支副书记做活动讲评，工作人员进行名次排序

\*主持人上台宣布比赛结果（依次由优秀奖到一等奖）

\*嘉宾，评委，选手，全体工作人员合影留念

4.现场各组分工

◆舞台部分：主持人，音响，装饰舞台——就业创业部全体干事

◆秩序部分：观众秩序——活动组，策划组

◆礼仪部分：引领嘉宾评委就坐，收发评分表——资料组，秘书组

◆统分计时部分：统计分数，排名，计时，提醒时间——宣传组

◆后勤机动：外联组

◆海报，横幅 待定

◆提供矿泉水供评委，参赛选手及工作人员 待定

◆荣誉证书及奖品等 待定

◆会场布置物品费用 待定

◆请柬 待定

合计：待定

◆筹备阶段各组分工合作，出现问题及时联系，共同解决问题。工作严格按照进度表进行，每完成一项任务互相转告;

◆会场布置方式要求大方得体；

◆活动前预备话筒，赛前注意音响的调试工作；

◆确定到场嘉宾的工作要求及时无误；

◆准备一些互动游戏在统分的时候过度，在观众互动环节进行人员统分，

◆公布名次，由优秀奖开始至一等奖

◆整个活动过程中，部门各干事应积极、主动。若有突变情况或临时安排，以当时情况安排为准。

附件

比赛规则

(一) 参赛须知

1. 参赛对象：土木工程系大一、大二的所有同学

2. 各参赛选手必须遵守演讲比赛遵守演讲比赛负责小组的规定，按时参加抽签、比赛。

3.各参赛选手必须在赛前20分钟入场。

4. 参赛选手次序严格遵守比赛规则，在比赛过程中，若有异议，有评委裁定。各参赛选手及相关亲友团必须遵守会场纪律，不起哄，不和倒彩，做文明参与者。

(二) 比赛要求

1、比赛采取命题演讲方式进行，比赛演讲稿必须围绕业创业主体展开，结合实际，突出亮点，主题鲜明。

2、比赛顺序有抽签决定，选手迟到1分钟视为弃权。

3、演讲时间为5分钟内分钟，超过5分钟均相应扣分。

(三) 评分标准

◆ 初赛

本次比赛中主题演讲采用10分制，要求准确的主题内容和得体的表达形式相统一。

主题内容（5）

1.内容紧扣主题，联系实际，内容健康，积极向上（2分）

2.主题深刻鲜明，逻辑性强，说理充分，富有感召力（1分）

3.具有创新精神，点子新颖，符合实际（2分）

语言表达（3分）

1.发音基本标准，口语表达流利，口齿清晰（1分）

2.语言准确，形象生动，表达自然流畅，富有感情（1分）

3.就业创业内容明确（1分）

台风表现（1分）

1.上下场致意、答谢，衣服整洁，仪态端庄大方（0.5分）

2.举止自然得体，提醒朝气蓬勃的精神面貌，有激情，演讲气质好，肢体语言得体（0.5分）

综合印象（1分）

1.有评委根据演讲选手现场表现作出综合演讲素质的评分。

2.选手演讲的时间控制在规定时间内，不足或超过均扣0.5分。

3.要求脱稿，若不脱稿，扣0.5分。

注：1.本次比赛初赛采用十分制进行评判，要求正确的思想内容和完美的表达形式相统一;初赛评委为土木系就业创业部三位部长，总得分取所有评委评分相加之和的平均数。

2.初赛演讲时间为5分钟以内，超过5分钟扣0.5分

3初赛由评委现场评分，分数在演讲完后公布，进选选手在初赛完毕后第二天公布

4.参加初赛的选手取前6—8名进入复赛。

◆复赛

本次比赛中主题演讲采用10分制，要求准确的主题内容和得体的表达形式相统一。

主题内容（5分）

4.内容紧扣主题，联系实际，内容健康，积极向上（1分）

5.主题深刻鲜明，逻辑性强，说理充分，富有感召力（1分）

6.具有创新精神，点子新颖，符合实际（2分）

语言表达（3分）

4.发音基本标准，口语表达流利，口齿清晰（1分）

5.语言准确，形象生动，表达自然流畅，富有感情（1分）

6.就业创业内容明确（1分）

台风表现（1分）

3.上下场致意、答谢，衣服整洁，仪态端庄大方（0.5分）

4.举止自然得体，提醒朝气蓬勃的精神面貌，有激情，演讲气质好，肢体语言得体（0.5分）

综合印象（1分）

4.有评委根据演讲选手现场表现作出综合演讲素质的评分。

5.选手演讲的时间控制在规定时间内，不足或超过均扣0.5分。

6.要求脱稿，若不脱稿，扣0.5分。

现场问答（不算分，由评委自由提问）

1.评委可根据选手的现场表现和演讲内容对选手提出问题，但此环节的表现不加入评分细则内。

2.不一定每个选手都会被问答，这由评委决定选择。

注：1.本次比赛初赛采用十分制进行评判，要求正确的思想内容和完美的表达形式相统一;复赛评委9人，总得分为，去掉一个最高分，去掉一个最低分后评委评分的平均分。

2.初赛演讲时间为5分钟以内，超过5分钟扣0.5分

3复赛由评委现场评分，前两位选手的得分在接着的后两位选手演讲完毕后公布，最后两位选手的得分及在嘉宾上台讲评后公布，并当场公布选手名次。

(四) 奖项设置

一等奖一名 奖品+证书

二等奖一名 奖品+证书

三等奖一名 奖品+证书

优秀奖三至五名 奖品+证书

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十二**

随着全国高校的扩招，以及大学毕业生人数逐年增加，在加上09年全球金融危机，高校毕业生的就业创业形势日趋严峻，就业创业竞争的压力日益增大. 为了繁荣校园文化、充实校园生活，进一步引导同学们了解就业创业知识、培养就业创业意识、树立就业创业精神、提高就业创业能力、让同学们通过关于就业创业的演讲活动了解当前严峻的就业创业形势，并找到就业创业的方向，特面向全系学生举办以“”为主题的就业创业演讲比赛。

1.激发同学们的学习热情和学习动力，调动同学们的积极性，增强同学们的自信心，自豪感，繁荣学院文化，发扬比赛的优良传统，帮助同学们明确学习目标，促进学生树立职业意识，从观念、心态、技能等方面做好应对竞争压力和职业挑战的准备 。

2.通过活动在全系范围内的影响力来提高同学们对自己职业发展的思考和规划，同时通过演讲来提高同学们的交流和表达能力，进而更好的对别人甚至未来的工作单位推销自己

本次活动意在通过提供演讲平台给予同学们锻炼的机会，展现演讲才华和能力，并通过对其就业创业想法和认识，鼓励同学们通过对社会及市场的观察，结合自身特点，策划制定有一定实际价值的奋斗方案。激发培养我校学生的创新实践能力、主动精神、商业精神以及市场经济思维。

承办单位：土木工程系就业创业部

赞助单位：待定

1、筹备阶段

（1）活动宣传

◆ 海报宣传：在活动前，通过在一教门口展出宣传海报来告知全系同学该活动的基本情况（要求海报能够深刻体现活动主题，并且内容新颖，有直观的表达效果）——宣传组

◆班级宣传：为了达到宣传力度，做到全系参与，在活动前，安排部门干事带上相关的宣传资料在班上的就业创业委员的配合下将资料发放到各个班级并告知本次活动的基本内容，同时统计报名人数。——就业创业部全体干事

◆咨询宣传：在活动前及整个活动过程中，在1604值班室就业创业部设立咨询点，为同学们详细解答一系列问题，使同学们更能了解活动情况。——值班干事

（2）组织

◆联系比赛场地：确定初赛及复赛的比赛地点

◆主持人：待定（要求普通话很好，能灵活应变，具有感染力）

◆参赛人员：初赛：全系报名参加演讲的各位选手

复赛：经初赛选拔。（6—8名）

◆邀请人员：初赛：土木工程系就业创业部三位部长及几位干事（具体人员待定）

复赛：发请柬邀请评委:学院领导、学生会干部。（共9名）

◆出席观众：初赛：各位选手

复赛：每个班选5名同学代表班级参加

（3）ppt及活动背景音乐：

◆做一个关于能反映当前就业创业形势的ppt（要求内容符合活动主题，深刻新颖）——策划组

◆选几首活动过程中的背景音乐，用于活动开始前，及在活动过程中的一些停歇时间（要求歌曲内容积极向上，给人以奋斗拼搏的激励）——活动组

（4）后勤工作及舞台部分

◆购买物品：证书，奖品（获奖者），舞台装饰品——外联组，财务组

◆借用物品：音响设备，花盆——秘书组，资料组

◆场地布置：舞台装饰、开场和结束音乐及音响设备调试、后期清理等——就业创业部全体干事

◆抽签及现场秩序的维持：确定复赛的顺序安排，提前告知参赛选手做好演讲准备。——策划组

2.比赛前期阶段：参赛选手需提前准备一份就业创业演讲稿，在比赛之前交到1604值班室就业创业部审核。

3.比赛阶段：

◆初赛

①时间：4月13日（具体比赛时间待定）

②地点：1616

③主题：积聚就业跬步，点亮创业梦想

④比赛流程：

\*主持人致开幕词并且介绍到场的评委及比赛的规则。

\*演讲比赛正式开始。

\*带所有选手比赛完后，邀请评委代表上台简单讲评

\*主持人致闭幕词。

\*赛后第二天公布进入复赛的选手并通知其做好复赛的准备

◆复赛

①时间：4月17日（具体时间待定）

②地点：八角演讲厅（提前申请）

③演讲环节：

\*第一环节——选手演讲

限时：时间必须在5分钟以内

主题：积聚就业跬步，点亮创业梦想

\*第二环节——现场问答

ps：每位选手演讲完毕，必要时评委可向选手提问或做简单点评

④流程：

\*主持人致开幕词并且介绍到场的评委，嘉宾

\*主持人邀请评委代表学生会主席发言

\*主持人介绍比赛的规则和评分细则

\*播放ppt，同时主持人根据ppt播放的内容作相应的讲解

\*ppt播放完后，主持人引入演讲比赛

\*当第四个选手演讲完后，进入表演环节（目的激发观众热情，放松选手紧张心情，活跃活动气氛。）

\*待所有选手比赛完后，进入互动节目——通过屏幕转动，选出回答问题的观众，问题内容主要是就业创业方面的,回答问题的观众可获得精美小礼品一份，（在进行互动节目时，统计出最后两位位选手的得分）

\*主持人公布最后两位选手得分，然后邀请评委代表团总支副书记做活动讲评，工作人员进行名次排序

\*主持人上台宣布比赛结果（依次由优秀奖到一等奖）

\*嘉宾，评委，选手，全体工作人员合影留念

4.现场各组分工

◆舞台部分：主持人，音响，装饰舞台——就业创业部全体干事

◆秩序部分：观众秩序——活动组，策划组

◆礼仪部分：引领嘉宾评委就坐，收发评分表——资料组，秘书组

◆统分计时部分：统计分数，排名，计时，提醒时间——宣传组

◆后勤机动：外联组

◆海报，横幅 待定

◆提供矿泉水供评委，参赛选手及工作人员 待定

◆荣誉证书及奖品等 待定

◆会场布置物品费用 待定

◆请柬 待定

合计：待定

◆筹备阶段各组分工合作，出现问题及时联系，共同解决问题。工作严格按照进度表进行，每完成一项任务互相转告;

◆会场布置方式要求大方得体；

◆活动前预备话筒，赛前注意音响的调试工作；

◆确定到场嘉宾的工作要求及时无误；

◆准备一些互动游戏在统分的时候过度，在观众互动环节进行人员统分，

◆公布名次，由优秀奖开始至一等奖

◆整个活动过程中，部门各干事应积极、主动。若有突变情况或临时安排，以当时情况安排为准。

附件

比赛规则

(一) 参赛须知

1. 参赛对象：土木工程系大一、大二的所有同学

2. 各参赛选手必须遵守演讲比赛遵守演讲比赛负责小组的规定，按时参加抽签、比赛。

3.各参赛选手必须在赛前20分钟入场。

4. 参赛选手次序严格遵守比赛规则，在比赛过程中，若有异议，有评委裁定。各参赛选手及相关亲友团必须遵守会场纪律，不起哄，不和倒彩，做文明参与者。

(二) 比赛要求

1、比赛采取命题演讲方式进行，比赛演讲稿必须围绕业创业主体展开，结合实际，突出亮点，主题鲜明。

2、比赛顺序有抽签决定，选手迟到1分钟视为弃权。

3、演讲时间为5分钟内分钟，超过5分钟均相应扣分。

(三) 评分标准

◆ 初赛

本次比赛中主题演讲采用10分制，要求准确的主题内容和得体的表达形式相统一。

主题内容（5）

1.内容紧扣主题，联系实际，内容健康，积极向上（2分）

2.主题深刻鲜明，逻辑性强，说理充分，富有感召力（1分）

3.具有创新精神，点子新颖，符合实际（2分）

语言表达（3分）

1.发音基本标准，口语表达流利，口齿清晰（1分）

2.语言准确，形象生动，表达自然流畅，富有感情（1分）

3.就业创业内容明确（1分）

台风表现（1分）

1.上下场致意、答谢，衣服整洁，仪态端庄大方（0.5分）

2.举止自然得体，提醒朝气蓬勃的精神面貌，有激情，演讲气质好，肢体语言得体（0.5分）

综合印象（1分）

1.有评委根据演讲选手现场表现作出综合演讲素质的评分。

2.选手演讲的时间控制在规定时间内，不足或超过均扣0.5分。

3.要求脱稿，若不脱稿，扣0.5分。

注：1.本次比赛初赛采用十分制进行评判，要求正确的思想内容和完美的表达形式相统一;初赛评委为土木系就业创业部三位部长，总得分取所有评委评分相加之和的平均数。

2.初赛演讲时间为5分钟以内，超过5分钟扣0.5分

3初赛由评委现场评分，分数在演讲完后公布，进选选手在初赛完毕后第二天公布

4.参加初赛的选手取前6—8名进入复赛。

◆复赛

本次比赛中主题演讲采用10分制，要求准确的主题内容和得体的表达形式相统一。

主题内容（5分）

4.内容紧扣主题，联系实际，内容健康，积极向上（1分）

5.主题深刻鲜明，逻辑性强，说理充分，富有感召力（1分）

6.具有创新精神，点子新颖，符合实际（2分）

语言表达（3分）

4.发音基本标准，口语表达流利，口齿清晰（1分）

5.语言准确，形象生动，表达自然流畅，富有感情（1分）

6.就业创业内容明确（1分）

台风表现（1分）

3.上下场致意、答谢，衣服整洁，仪态端庄大方（0.5分）

4.举止自然得体，提醒朝气蓬勃的精神面貌，有激情，演讲气质好，肢体语言得体（0.5分）

综合印象（1分）

4.有评委根据演讲选手现场表现作出综合演讲素质的评分。

5.选手演讲的时间控制在规定时间内，不足或超过均扣0.5分。

6.要求脱稿，若不脱稿，扣0.5分。

现场问答（不算分，由评委自由提问）

1.评委可根据选手的现场表现和演讲内容对选手提出问题，但此环节的表现不加入评分细则内。

2.不一定每个选手都会被问答，这由评委决定选择。

注：1.本次比赛初赛采用十分制进行评判，要求正确的思想内容和完美的表达形式相统一;复赛评委9人，总得分为，去掉一个最高分，去掉一个最低分后评委评分的平均分。

2.初赛演讲时间为5分钟以内，超过5分钟扣0.5分

3复赛由评委现场评分，前两位选手的得分在接着的后两位选手演讲完毕后公布，最后两位选手的得分及在嘉宾上台讲评后公布，并当场公布选手名次。

(四) 奖项设置

一等奖一名 奖品+证书

二等奖一名 奖品+证书

三等奖一名 奖品+证书

优秀奖三至五名 奖品+证书

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十三**

终端解密：服装店位如何选取

关于对终端的考察

1、对于商场店中店的店位选取是一项长期的、重大的投资。所以，在选取商场婆家时一定要注意以下几点：a、资金实力;b、信誉度;c、美誉度;d、终端经营者。

2、在设立店中店前，各经营者一定要对该终端的品牌定位进行考察。比如，对于versace、gucci等品牌而言，中小型商超就无法给以上国际顶尖品牌构筑平台;而对于一些中小品牌而言，进入如北京西单、广州友谊等商场又有些力不从心，毕竟这些王牌终端都有着极高的费用，一般经营者无力承担。

3、选取的位置更是终端考察中的重中之重。关于位置的选取主要取决于以下几要素：a、空间;b、楼层;c、其他：除了空间和楼层外，还有一些其他因素也会影响未来店中店的经营好坏。比如，是否位于死角处、拐角处、是否有立柱等等。4、终端的硬件设施也是构筑良好购物环境的关键。良好的通风设施、幽雅的背景音乐、宽敞的购物通道、舒适的整体色彩、和谐的灯光照明、清幽的卖场香味、时尚的休息区等等都是优良环境的具体体现。分析敌我，知己知彼在经营者分析终端内局域商圈、调查竞争对手的时候，还应根据自有条件与周边对手形成有效区分，才能克服由于距离过近造成的互相影响，使自己脱颖而出!这其中首先要做到：

1、了解竞争对手定位;2、了解竞争对手产品;3、了解竞争对手销量;4、了解自己。

服装品牌多种陈列技巧

合理的陈列商品可以起到展示商品、刺激销售、方便购买、节约空间、美化购物环境的重要作用：

主题陈列，是给服饰陈列设置一个主题的陈列方法。主题应经常变换，以适应季节或特殊事件需要。

整体陈列，是将整套商品完整地向顾客展示，它能为顾客作整体设想，便于顾客购买。

整齐陈列，指按货架尺寸，确定商品长、宽、高的数值，将商品整齐地排列，突出商品的数量感，从而给顾客一种刺激。

随机陈列，就是将商品随机堆积的方法。它主要是适用于陈列特价商品，是为了给顾客一种“特卖品即为便宜品”的印象。

盘式陈列，实际上是整齐陈列的变化，表现的也是商品的量感。以盘为单位堆积上去，这样可以加快服饰陈列速度，也在一定程度提示顾客可以成批购买。

定位陈列，指某些商品一经确定陈列位置后，一般不再作变动。需定位陈列的商品通常是知名度高的名牌商品，顾客购买这些商品频率高、购买量大，所以需要对这些商品给予固定的位置来陈列，以方便顾客。

关联陈列，指将不同种类但相互补充的服饰陈列在一起。运用商品之间的互补性，可以使顾客在购买某商品后，也顺便购买旁边的商品。

比较陈列，将相同商品按不同规格和数量予以分类，然后陈列在一起。它的目的是利用不同规格包装商品价格上的差异来刺激购买欲望。

分类陈列，是根据商品质量、性能、特点和使用对象进行分类，向顾客展示的陈列方法。它可以方便顾客在不同的花色、质量、价格之间挑选比较。

岛式陈列，是指在店铺入口、中部或底部不设置中央陈列架，而配置特殊陈列用的展台。岛式陈列的用具不能过高，太高的话，会影响顾客从四个方向对岛式陈列商品的透视度。

加盟品牌特许经营的五个问答

1、该产品或服务是否和其他同业有差异，具有许多不同或明确而易辨认的特色?

答案选择：有非常明显的差异与特色、有差异但并不非常明显、并无差异。提示：为了避免激烈的同业竞争，加盟总部之产品或服务，应该有特殊之处。

2、目前提供该项产品或服务的加盟系统与独立开店者之间的竞争，是否相当激烈?

答案选择：非常激烈、有竞争但并不激烈、仍未有竞争发生。提示：竞争状况也是显示事业单位获利与经营风险的重要指标，应具有某些优势时(产品或价格等)，才能降低失败风险。

3、在所欲开店的区域内(加盟总部规定的经营区域内)，是否已有多家同业态竞争业者?

答案选择：竞争很激烈、有竞争但并不激烈、仍未有竞争发生。提示：加盟者开店时可能面临整体的区域竞争，此时应特别注意店面位置、招牌形式与悬挂位置，甚至是服务态度。

4、一般人对于该加盟店贩卖的产品或服务的品质评估如何?

答案选择：优良(极佳)、良好(佳)、普通、差、极差。提示：加盟者参考一般消费者、亲友与本身之判断，对其整体品质作五等级分类，差与极差两者都不用考虑。

5、该加盟店的产品或服务，是否经常有投诉、质量问题纪录?频率是否高于其他同业?

答案选择：频率很高、一般水准、频率很低。

提示：投诉与质量问题发生频率是品质最明确的指标。通常如果直接询问加盟总部人员时，往往不易得到答案或只能得到较保守的数字，因此宜从现有消费者经验中去估计。此外，加盟总部是否设置售后部门或稳定的服务渠道，也必须加以考虑。

如何确定你进货的价格高低?

首先，如果你不懂服装的面料和成分那么你的发言权就太低了。何况很多时候服装还有一种叫附加值的东西，好的衣服能让人感到一种气质，高雅或者干练等等，这就是服装所带来的附加值，这个不是你用多少成本可以算出来的。

进货的时候，拿到一个款式，你首先就要在心里估算自己拿回去能卖多少钱?我认为这个才是你进货的根本。有的零售店里有的衣服进价才十几、二十几但是却能卖到一百多的高价格，这个就是服装本身所带来的高附加值得到了顾客的认可;相反，有些进货贵的也就赚十几元顾客才要。有的货进的价格很低，但是你卖的也很低，利润同样的低。

只要觉得自己这个款式能卖出价格，那么也可以和供货商谈谈是否可以便宜点，因为到哪里都是熟客才有一些折扣的，时间做长了、大家了解了，他的价格也会有优惠的。做生意的眼光一定要长远。

另外，进货的时候千万不能全用自己的眼光来选，这个已经是很多零售商的经验了。“我进的货就是按照我的审美来进的，又和别人的不一样，为什么却卖不出去?”请一定要看看你的市场，不然你的衣服最后都是自己穿了!

适用中国本土的五大营销策略

1、功效优先策略

从目前营销工作做得好的产品来看，首先都是功效好，尤其是经受得住市场长期考验的产品更是这样。因此，市场营销第一位的策略是功效优先策略，即要将产品的功效视为影响营销效果的第一因素，优先考虑产品的质量及功效优化。

2、价格适众策略

合理的有利于营销的价位，应该是适众的价位。所谓适众，一是产品的价位要得到产品所定位的消费群体大众的认同;二是产品的价值要与同类型的众多产品的价位相当;三是确定销售价格后，所得利润率要与经营同类产品的众多经营者相当。

3、品牌提升策略

所谓品牌提升策略，就是改善和提高影响品牌的各项要素，通过各种形式的宣传，提高品牌知名度和美誉度的策略。提升品牌，既要求量，同时更要求质。提升品牌的途径，内在的靠产品的质量和功效，让使用过的消费者用口碑传播品牌;外在的靠营销中的宣传活动。

4、刺激源头策略

营销活动的重心不在销，而在买，在于刺激消费者的购买欲望。所谓刺激源头策略，就是将消费者视为营销的源头，通过营销活动，不断地刺激消费者购买需求及欲望，实现最大限度地服务消费者的策略。

5、现身说法策略

现身说法策略就是用真实的人使用某种产品产生良好效果的事实作为案例，通过宣传手段向其他消费者进行传播，达到刺激消费者购买欲望的策略。通常利用现身说法策略的形式有小报内刊、宣传活动、案例电视专题等。

服装防盗防伪、物流一体化解决方案

品牌服装行业由于其特性，决定了它是目前最适合应用rfid技术的行业。首先我们看看品牌服装可以如何来运用rfid技术来提高获益：

在服装的生产过程中，利用电子标签写入器将单件服装的一些重要属性如：名称、等级、货号、型号等写入对应的电子标签，并将该电子标签附加在服装上。这样，可以有效地避免假冒服装的行为，解决品牌服饰的防伪问题。

由于rfid技术非可视性阅读和多标签同时识读特性，数十件附加了电子标签的服饰的整箱商品可以通过rfid阅读器一次性准确地读取其全部物流数据，极大地提高了物流效率。如果将店铺的销售也采用rfid技术来实现的话，则可以实现“店铺补货需求——配送中心——制造商”整个供应链过程的最优化的管理。

在零售店铺，目前通常采用eas来减少商品偷盗的损失。但eas技术无一例外的都会受到干扰而产生误鸣，而采用rfid技术的eas，则完全避免了系统误鸣的情况;更主要的是，如果窃贼同时偷盗了多件商品，系统会一目了然地知道窃贼偷盗了多少服装和是什么服装。此外，在零售店铺使用rfid技术，还有一项非常重要的作用就是可以实现非接触快速查找货物，及时将顾客所需要的商品交给顾客手中，避免因为人为的“缺货”而导致散失销售机会，从而增加销售收入。

促销的出路：三个一工程

新时期的促销概念应该是：促销是在打折、降价、赠品等促进销售的基础之上，与消费者进行深度沟通的有力武器，在这一过程当中，更容易建立起消费者对品牌的关注与理解，并建立起品牌的忠诚。为此，笔者提出了“三个一”工程，让促销成为促进沟通、提升销售、维护品牌的新工具：

一个核心：促进沟通，建设品牌

促销是在价格、赠品等基础之上的沟通工具，在这一过程当中，除了通过各种促销形式，与消费者进行深度沟通、促进销售之外，还必须促进消费者对品牌的理解与关注，并逐步建立起消费者对品牌的忠诚。这是促销的最高境界。

一个系统：科学高效、循序渐进的促销系统

首先我们必须认识到，促销绝不仅仅是简单的打折与降价，它需要一个科学高效的促销系统支持。这一系统，不但考虑到与竞争品牌的战略与战术的问题，同时也必需逐步通过促销信息与消费者的沟通，建立起消费者对品牌的关注与理解，进而维护品牌，促进品牌营销，真正让促销成为一个独立系统的工具，并为营销服务。

一个信息：与品牌的核心价值相对位

一个信息来源于促销定位。所谓促销定位，是指在进行促销系统的建设与规划时，所有的促销形式与促销组合，都告诉消费者一个统一的信息，并使这一信息与品牌的核心价值相对位，从而促进消费者在享受促销的利益承诺的同时，加深对品牌的理解与认识，提升品牌忠诚，积累品牌资产。

让导购成为你的品牌代言人

众所周知，导购身处在市场的第一线，直接与市场与消费者接触。消费者进店后，首先接触到的是导购，因此导购给消费者提供的服务、留下的印象，可直接折射出品牌的文化、内涵、实力。

在实际操作中，导购身上有双重身份，一是尽量把自己品牌推广出去，达成销售目标，这是营业员;二是了解市场信息，包括顾客的实际需求、顾客对品牌的评价建议、顾客心目中的竞争品牌情况等，这就是市场调研员。

要做好以上双重身份，除销售技能及熟悉品牌产品之外，可以从几个方面入手：第一，培养市场敏感性。消费者对产品或活动的评价可以是多方面，均对自己某利益点提出，当这种现象不是孤立单独的时候，那就是普遍存在的，假如恰恰是自己的缺陷，那企业可以根据导购所提供的信息迅速弥补。

第二，善于把握消费者心理。消费者所传递的信息跟消费者本身动机很有关系，有为享受更大优惠而推托竞争品牌好的，有真正发现品牌某些方面不适合自己的，凡此种种，都需要导购去把握。而为了要把消费者吸引到卖场来，导购更是要对消费者心理进行分析，从而在卖场货品筹备、氛围布置、活动操作上吸引消费者。

总而言之，卖场是品牌展示与推广的一块天地，品牌与导购是互动的，而导购员主观能动性的发挥直接影响到品牌建设，甚至是品牌竞争优势。一个企业，拥有成功的品牌与拥有成功的导购是分不开的。

创业的方法途径还是很多的，生活中每天都在上演着一个一个创业的奇迹，只要你有一双善于发现商机的眼睛，创业对于你，也就成功了一半。一份好的创业计划书，更能够让你如虎添翼，早日迈上创业成功的征途。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十四**

你是不是不想每天都在食堂吃那些天天都一种口味的菜?

你是不是又不想到外面餐馆去吃那些美味却不太安全的饭菜?

你是不是想体验和同学一起下厨的神秘感觉?

大学生厨房就非常对你的口味，把你从烦闷徘徊中解脱。

同学们只要买来自己喜欢的菜肴，这里有完备的厨房设施和就餐设备，所有像家里一样的厨房设备和餐厅设备都一应俱全，营造了一个自由的空间，这是一个史无前例的、结构单一的，集中出租房灶台的店。它的结构鲜明，一个厨房四台灶，加一个餐厅，构成一个单元，一个店可由或多或少地几个单元组成，每个灶台在某个就餐时间可轮流由几组顾客使用。大学生厨房的成本比较少，每单元仅20xx-2500元/年大概可在一学期内收回成本，下半年的收益可用来扩展设备设施。

因为本计划项目专门针对大学生的饮食和娱乐问题所设计的，而且调查到很多同学，他们都很期待大学生厨房的开业，很愿意去尝试一下，并且说会每隔一段时间就会请朋友或和室友一起下厨。所以它的吸引力是无限大的。每年一届的新生又为大学生厨房增添新的顾客源，所以它将是经久不衰的。

它的规模可大可小，而且前景可观，成本低。可能随时被模仿，所以要严格管理各项工作，提升它的品味，不断地从原有基础上创新，从学生中不断反思和改革，来提高我们的竞争力。

它的管理模式很简单，分内外部管理。外部管理主要是宣传，和大中规模订租的合理安排;内部管理主要是为大学生自助厨房营造自由、洁净的气氛。 快来大学生自助厨房，和朋友一起享受下厨的快乐吧!

1、性质：大学生自助厨房是一种面向全体大学生出租厨房的一种服务性项目。

2、设备设施：大学生自助厨房以单元制形式存在，一个单元有一个厨房和一个餐厅。一个厨房中有四个灶台，四套炊具和燃气灶，和一个砧板台，多套切菜工具，和一个橱柜，里面碗具、油盐等调料一应俱全，配备自来水龙头和多只

篮、桶等洗菜工具，和几个油烟机;餐厅里有大小桌子五、六张，电风扇，饮水机，电冰箱，消毒柜，电饭煲，时时提供热饭。

3、项目计划书服务内容：大学生们只要提着自己喜欢的菜来到大学生自助厨房来，根据时间或者规模交付一定的租金就可以到指定的灶台上去烹饪了，一个厨房四个灶台、可以同时烹饪。在一个中餐或晚餐时间内，一个灶台又可连续地让几组同学烹饪。这样一个单元的厨房：中餐时间(11:00-2:00)之间大概可以烹饪28(4个灶台\*7组/灶台)组同学。同学们可以在这里吃完再走，也可以带出去吃，一切自便。

我们大学生自助厨房还搭配有一个大冰箱，若是一个常客，且有吃不完的菜，或需要存储的剩菜我们将替他们存储，只需将它们密封好后放入一封闭的篮子，然后写上姓名或其他标记，放入冰箱即可，但因考虑到用电情况和冰箱空间问题，若存放的时间超过一天则支付2元/天的寄存金。

4、项目计划书目的：大学生自助厨房的产生是我组深刻了解到很多大学生们抱怨食堂的饭菜天天一个样，味道不可口，没有一点新意，还有部分学生又觉得在外餐馆的饭菜，卫生状况不好，嫌油不多，而且价格不低。在只有两种选择的情况下，除了抱怨，只有抱怨，所以我们想到了大学生自助厨房这个既对大学生的口味，又锻炼大学生自己动手能力的厨房。

5、大学生自助厨房室内的装饰：可由学生来创造设计，设计核心为自由舒适，绿色环保。主要体现简单美。大学生自己种的花草，手工剪贴画，废物利用等些有创意的设计都可用来装饰大学生自助厨房。

1、我们将顾客分为大、中、小规模。

大规模(20-40人)：如某班同学聚会，各地老乡会聚会、或者是某同学的生日，这样需要出租一个单元的大学生厨房，这需要提前预订。根据要求或者约定一个厨师来帮忙，或请个人来打理杂事。

中规模(10-20人)：如某寝室联谊，或一个小型的庆祝会，也需提前预约，无厨师配备。

小规模(1-10人)：随时安排厨灶。

2、在大学生自助厨房里，仅需雇佣一个中年的女性员工来打扫收拾大学生自助厨房，并且在大学生烹饪期间时时检验液化气灶台的安全性。

3、其他管理人员：宣传负责人，厨具、餐具负责人，财务管理人，顾客预订负责人，值班收银人员等均可由学生来担当。

4、若有大型的聚会或聚餐，可向顾客预订负责人提前预订，他/她可以提前做安排，中型的(10-20人)也由预订负责人安排，小规模的顾客群，则按先来后到使用灶台。

5、财务管理人，负责清算每星期水电费，煤气灶和雇佣人员费用和“大学生自助厨房”的总收益，适当调整价格，大、中型规模顾客群有固定的订租价格，根据预订厨房的次数来决定下周小规模顾客群前来做菜的租金。

6、政府批文：大学生自助厨房要获得营业执照，问题主要是卫生和安全。因为我们雇佣了人员来打扫大学生自助厨房和时时刻刻检验并教导学生使用液化气等危险设备，且在大学生自助厨房内配有灭火器、消防设备。安全和卫生本来就是大学生自助厨房核心管理的问题，所以能够取得政府批文的，若大学生由学生自主创业可向学校申请资金和批文。

1、市场营销

①宣传

我们将通过传单、海报、校论坛、人人网、校园网、各大学生的qq群、中国移动飞信，和大学生中的关系网来宣传。我们将邀请各院系的一些好朋友相聚到一起来免费体验一下在我们“大学生自助厨房”中的自由、快乐和满足感，请他们为我们“大学生自助厨房”做口头宣传。

②客源

既然我们“大学生自助厨房”的饮食和体验快乐而设计的，那大学生就会有各种各样的理由喜欢我们“大学生自助厨房”。

a. 在同学面前一展自己的厨艺。

b. 请自己的好朋友到“大学生自助厨房”里为自己做一顿香喷喷的美食。

c. 某两、三个男女寝室在这里可以搞个厨艺联谊，不会做菜的顺便学学。

d. 有外地来的同学，让他/她炒炒家乡菜，尝尝鲜。

e. 不满意外面餐馆，也不满意食堂，还不容易自己弄。

在大学生自助厨房这样轻松自由的环境里，在一个像家里一样可以出入的厨房。我们不仅是吃了一顿饭，更重要的在这个过程里，我们体验到了自己动手的快乐。一起动手的快乐，这里真的就是大学生们自己的厨房。所以有这样多的收

获，我们大学生自助厨房的顾客将络绎不绝。每一年都将有新生的到来，来尝鲜的同学也将连续不断。

③既然大学生自助厨房是为大学生餐饮和娱乐考虑，那么可以扩展搭配盈利服务，可以出租烧烤工具，卖烧烤配料。卖饮料、啤酒、干菜等易存储的菜类干货。也可搭配免费服务，提供怎样做菜的一类书籍和营养搭配的书籍。

2、市场前景

现在看来，还没有同我们“大学生自助厨房”这样的规模来出租厨房给大学生一样结构、形式的店，即使有、也只可能是将大学生自己做饭菜当成是一种娱乐的形式。所以我们“大学生自助厨房”是独特的。大学生们都有一种想体验社会实际，体验自己动手的快乐，也想体验新鲜的积极分子。所以我们“大学生自助厨房”的前景广阔，全国这么多高校(本科、专科、职业学校)那将是多么广阔的连锁空间。也重视“大学生自助厨房”在学生中的关注度，信誉度来横向发展其他服务，做到大学生自助厨房的横向连锁。

3、战略目标

⑴近期战略目标，在各地不同几所高校周围都建立一个学生自助厨房。认真组织好内部结构，为学生提供一个方便、舒适、自由、实惠、干净的饮食、娱乐的空间，用自由和洁净来赢得大学生们烹饪就餐的舒适，让他们感觉来了就再来，再来，就想天天来。在半个学期内，在所靠近的学校宣传的众所周知，把名声打造的有界碑，在此期间盈利15%。

⑵近期战略目标：在名声、信誉、关注度都建立很好的基础上可发展更多城市，更多高校的“大学生自助厨房”，也可横向发展，让“大学生自助厨房”成为一个品牌，开展其他服务大学生的行业。

固定成本 2500-3200元/单元

可变成本 (房租、水、电、油、粮)3000-7000/单元.年

煤气 600元/月.单元 雇佣人员900/月.单元

年总收益 20xx-6000元/月.单元不等

因为它的不稳定性，不好估计利润的标准值。估计有半年的时间收回成本，半年时间来盈利。 投资形式可以是合资，也可以一个人投资，“大学生自助厨房”一年的成本大约在2-2.5万/单元之间。所以大学生投资利润的前景是客观的。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十五**

终端解密：服装店位如何选取

关于对终端的考察

1、对于商场店中店的店位选取是一项长期的、重大的投资。所以，在选取商场婆家时一定要注意以下几点：a、资金实力;b、信誉度;c、美誉度;d、终端经营者。

2、在设立店中店前，各经营者一定要对该终端的品牌定位进行考察。比如，对于versace、gucci等品牌而言，中小型商超就无法给以上国际顶尖品牌构筑平台;而对于一些中小品牌而言，进入如北京西单、广州友谊等商场又有些力不从心，毕竟这些王牌终端都有着极高的费用，一般经营者无力承担。

3、选取的位置更是终端考察中的重中之重。关于位置的选取主要取决于以下几要素：a、空间;b、楼层;c、其他：除了空间和楼层外，还有一些其他因素也会影响未来店中店的经营好坏。比如，是否位于死角处、拐角处、是否有立柱等等。4、终端的硬件设施也是构筑良好购物环境的关键。良好的通风设施、幽雅的背景音乐、宽敞的购物通道、舒适的整体色彩、和谐的灯光照明、清幽的卖场香味、时尚的休息区等等都是优良环境的具体体现。分析敌我，知己知彼在经营者分析终端内局域商圈、调查竞争对手的时候，还应根据自有条件与周边对手形成有效区分，才能克服由于距离过近造成的互相影响，使自己脱颖而出!这其中首先要做到：

1、了解竞争对手定位;2、了解竞争对手产品;3、了解竞争对手销量;4、了解自己。

服装品牌多种陈列技巧

合理的陈列商品可以起到展示商品、刺激销售、方便购买、节约空间、美化购物环境的重要作用：

主题陈列，是给服饰陈列设置一个主题的陈列方法。主题应经常变换，以适应季节或特殊事件需要。

整体陈列，是将整套商品完整地向顾客展示，它能为顾客作整体设想，便于顾客购买。

整齐陈列，指按货架尺寸，确定商品长、宽、高的数值，将商品整齐地排列，突出商品的数量感，从而给顾客一种刺激。

随机陈列，就是将商品随机堆积的方法。它主要是适用于陈列特价商品，是为了给顾客一种“特卖品即为便宜品”的印象。

盘式陈列，实际上是整齐陈列的变化，表现的也是商品的量感。以盘为单位堆积上去，这样可以加快服饰陈列速度，也在一定程度提示顾客可以成批购买。

定位陈列，指某些商品一经确定陈列位置后，一般不再作变动。需定位陈列的商品通常是知名度高的名牌商品，顾客购买这些商品频率高、购买量大，所以需要对这些商品给予固定的位置来陈列，以方便顾客。

关联陈列，指将不同种类但相互补充的服饰陈列在一起。运用商品之间的互补性，可以使顾客在购买某商品后，也顺便购买旁边的商品。

比较陈列，将相同商品按不同规格和数量予以分类，然后陈列在一起。它的目的是利用不同规格包装商品价格上的差异来刺激购买欲望。

分类陈列，是根据商品质量、性能、特点和使用对象进行分类，向顾客展示的陈列方法。它可以方便顾客在不同的花色、质量、价格之间挑选比较。

岛式陈列，是指在店铺入口、中部或底部不设置中央陈列架，而配置特殊陈列用的展台。岛式陈列的用具不能过高，太高的话，会影响顾客从四个方向对岛式陈列商品的透视度。

加盟品牌特许经营的五个问答

1、该产品或服务是否和其他同业有差异，具有许多不同或明确而易辨认的特色?

答案选择：有非常明显的差异与特色、有差异但并不非常明显、并无差异。提示：为了避免激烈的同业竞争，加盟总部之产品或服务，应该有特殊之处。

2、目前提供该项产品或服务的加盟系统与独立开店者之间的竞争，是否相当激烈?

答案选择：非常激烈、有竞争但并不激烈、仍未有竞争发生。提示：竞争状况也是显示事业单位获利与经营风险的重要指标，应具有某些优势时(产品或价格等)，才能降低失败风险。

3、在所欲开店的区域内(加盟总部规定的经营区域内)，是否已有多家同业态竞争业者?

答案选择：竞争很激烈、有竞争但并不激烈、仍未有竞争发生。提示：加盟者开店时可能面临整体的区域竞争，此时应特别注意店面位置、招牌形式与悬挂位置，甚至是服务态度。

4、一般人对于该加盟店贩卖的产品或服务的品质评估如何?

答案选择：优良(极佳)、良好(佳)、普通、差、极差。提示：加盟者参考一般消费者、亲友与本身之判断，对其整体品质作五等级分类，差与极差两者都不用考虑。

5、该加盟店的产品或服务，是否经常有投诉、质量问题纪录?频率是否高于其他同业?

答案选择：频率很高、一般水准、频率很低。

提示：投诉与质量问题发生频率是品质最明确的指标。通常如果直接询问加盟总部人员时，往往不易得到答案或只能得到较保守的数字，因此宜从现有消费者经验中去估计。此外，加盟总部是否设置售后部门或稳定的服务渠道，也必须加以考虑。

如何确定你进货的价格高低?

首先，如果你不懂服装的面料和成分那么你的发言权就太低了。何况很多时候服装还有一种叫附加值的东西，好的衣服能让人感到一种气质，高雅或者干练等等，这就是服装所带来的附加值，这个不是你用多少成本可以算出来的。

进货的时候，拿到一个款式，你首先就要在心里估算自己拿回去能卖多少钱?我认为这个才是你进货的根本。有的零售店里有的衣服进价才十几、二十几但是却能卖到一百多的高价格，这个就是服装本身所带来的高附加值得到了顾客的认可;相反，有些进货贵的也就赚十几元顾客才要。有的货进的价格很低，但是你卖的也很低，利润同样的低。

只要觉得自己这个款式能卖出价格，那么也可以和供货商谈谈是否可以便宜点，因为到哪里都是熟客才有一些折扣的，时间做长了、大家了解了，他的价格也会有优惠的。做生意的眼光一定要长远。

另外，进货的时候千万不能全用自己的眼光来选，这个已经是很多零售商的经验了。“我进的货就是按照我的审美来进的，又和别人的不一样，为什么却卖不出去?”请一定要看看你的市场，不然你的衣服最后都是自己穿了!

适用中国本土的五大营销策略

1、功效优先策略

从目前营销工作做得好的产品来看，首先都是功效好，尤其是经受得住市场长期考验的产品更是这样。因此，市场营销第一位的策略是功效优先策略，即要将产品的功效视为影响营销效果的第一因素，优先考虑产品的质量及功效优化。

2、价格适众策略

合理的有利于营销的价位，应该是适众的价位。所谓适众，一是产品的价位要得到产品所定位的消费群体大众的认同;二是产品的价值要与同类型的众多产品的价位相当;三是确定销售价格后，所得利润率要与经营同类产品的众多经营者相当。

3、品牌提升策略

所谓品牌提升策略，就是改善和提高影响品牌的各项要素，通过各种形式的宣传，提高品牌知名度和美誉度的策略。提升品牌，既要求量，同时更要求质。提升品牌的途径，内在的靠产品的质量和功效，让使用过的消费者用口碑传播品牌;外在的靠营销中的宣传活动。

4、刺激源头策略

营销活动的重心不在销，而在买，在于刺激消费者的购买欲望。所谓刺激源头策略，就是将消费者视为营销的源头，通过营销活动，不断地刺激消费者购买需求及欲望，实现最大限度地服务消费者的策略。

5、现身说法策略

现身说法策略就是用真实的人使用某种产品产生良好效果的事实作为案例，通过宣传手段向其他消费者进行传播，达到刺激消费者购买欲望的策略。通常利用现身说法策略的形式有小报内刊、宣传活动、案例电视专题等。

服装防盗防伪、物流一体化解决方案

品牌服装行业由于其特性，决定了它是目前最适合应用rfid技术的行业。首先我们看看品牌服装可以如何来运用rfid技术来提高获益：

在服装的生产过程中，利用电子标签写入器将单件服装的一些重要属性如：名称、等级、货号、型号等写入对应的电子标签，并将该电子标签附加在服装上。这样，可以有效地避免假冒服装的行为，解决品牌服饰的防伪问题。

由于rfid技术非可视性阅读和多标签同时识读特性，数十件附加了电子标签的服饰的整箱商品可以通过rfid阅读器一次性准确地读取其全部物流数据，极大地提高了物流效率。如果将店铺的销售也采用rfid技术来实现的话，则可以实现“店铺补货需求——配送中心——制造商”整个供应链过程的最优化的管理。

在零售店铺，目前通常采用eas来减少商品偷盗的损失。但eas技术无一例外的都会受到干扰而产生误鸣，而采用rfid技术的eas，则完全避免了系统误鸣的情况;更主要的是，如果窃贼同时偷盗了多件商品，系统会一目了然地知道窃贼偷盗了多少服装和是什么服装。此外，在零售店铺使用rfid技术，还有一项非常重要的作用就是可以实现非接触快速查找货物，及时将顾客所需要的商品交给顾客手中，避免因为人为的“缺货”而导致散失销售机会，从而增加销售收入。

促销的出路：三个一工程

新时期的促销概念应该是：促销是在打折、降价、赠品等促进销售的基础之上，与消费者进行深度沟通的有力武器，在这一过程当中，更容易建立起消费者对品牌的关注与理解，并建立起品牌的忠诚。为此，笔者提出了“三个一”工程，让促销成为促进沟通、提升销售、维护品牌的新工具：

一个核心：促进沟通，建设品牌

促销是在价格、赠品等基础之上的沟通工具，在这一过程当中，除了通过各种促销形式，与消费者进行深度沟通、促进销售之外，还必须促进消费者对品牌的理解与关注，并逐步建立起消费者对品牌的忠诚。这是促销的最高境界。

一个系统：科学高效、循序渐进的促销系统

首先我们必须认识到，促销绝不仅仅是简单的打折与降价，它需要一个科学高效的促销系统支持。这一系统，不但考虑到与竞争品牌的战略与战术的问题，同时也必需逐步通过促销信息与消费者的沟通，建立起消费者对品牌的关注与理解，进而维护品牌，促进品牌营销，真正让促销成为一个独立系统的工具，并为营销服务。

一个信息：与品牌的核心价值相对位

一个信息来源于促销定位。所谓促销定位，是指在进行促销系统的建设与规划时，所有的促销形式与促销组合，都告诉消费者一个统一的信息，并使这一信息与品牌的核心价值相对位，从而促进消费者在享受促销的利益承诺的同时，加深对品牌的理解与认识，提升品牌忠诚，积累品牌资产。

让导购成为你的品牌代言人

众所周知，导购身处在市场的第一线，直接与市场与消费者接触。消费者进店后，首先接触到的是导购，因此导购给消费者提供的服务、留下的印象，可直接折射出品牌的文化、内涵、实力。

在实际操作中，导购身上有双重身份，一是尽量把自己品牌推广出去，达成销售目标，这是营业员;二是了解市场信息，包括顾客的实际需求、顾客对品牌的评价建议、顾客心目中的竞争品牌情况等，这就是市场调研员。

要做好以上双重身份，除销售技能及熟悉品牌产品之外，可以从几个方面入手：第一，培养市场敏感性。消费者对产品或活动的评价可以是多方面，均对自己某利益点提出，当这种现象不是孤立单独的时候，那就是普遍存在的，假如恰恰是自己的缺陷，那企业可以根据导购所提供的信息迅速弥补。

第二，善于把握消费者心理。消费者所传递的信息跟消费者本身动机很有关系，有为享受更大优惠而推托竞争品牌好的，有真正发现品牌某些方面不适合自己的，凡此种种，都需要导购去把握。而为了要把消费者吸引到卖场来，导购更是要对消费者心理进行分析，从而在卖场货品筹备、氛围布置、活动操作上吸引消费者。

总而言之，卖场是品牌展示与推广的一块天地，品牌与导购是互动的，而导购员主观能动性的发挥直接影响到品牌建设，甚至是品牌竞争优势。一个企业，拥有成功的品牌与拥有成功的导购是分不开的。

创业的方法途径还是很多的，生活中每天都在上演着一个一个创业的奇迹，只要你有一双善于发现商机的眼睛，创业对于你，也就成功了一半。一份好的创业计划书，更能够让你如虎添翼，早日迈上创业成功的征途。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十六**

你是不是不想每天都在食堂吃那些天天都一种口味的菜?

你是不是又不想到外面餐馆去吃那些美味却不太安全的饭菜?

你是不是想体验和同学一起下厨的神秘感觉?

大学生厨房就非常对你的口味，把你从烦闷徘徊中解脱。

同学们只要买来自己喜欢的菜肴，这里有完备的厨房设施和就餐设备，所有像家里一样的厨房设备和餐厅设备都一应俱全，营造了一个自由的空间，这是一个史无前例的、结构单一的，集中出租房灶台的店。它的结构鲜明，一个厨房四台灶，加一个餐厅，构成一个单元，一个店可由或多或少地几个单元组成，每个灶台在某个就餐时间可轮流由几组顾客使用。大学生厨房的成本比较少，每单元仅20xx-2500元/年大概可在一学期内收回成本，下半年的收益可用来扩展设备设施。

因为本计划项目专门针对大学生的饮食和娱乐问题所设计的，而且调查到很多同学，他们都很期待大学生厨房的开业，很愿意去尝试一下，并且说会每隔一段时间就会请朋友或和室友一起下厨。所以它的吸引力是无限大的。每年一届的新生又为大学生厨房增添新的顾客源，所以它将是经久不衰的。

它的规模可大可小，而且前景可观，成本低。可能随时被模仿，所以要严格管理各项工作，提升它的品味，不断地从原有基础上创新，从学生中不断反思和改革，来提高我们的竞争力。

它的管理模式很简单，分内外部管理。外部管理主要是宣传，和大中规模订租的合理安排;内部管理主要是为大学生自助厨房营造自由、洁净的气氛。 快来大学生自助厨房，和朋友一起享受下厨的快乐吧!

1、性质：大学生自助厨房是一种面向全体大学生出租厨房的一种服务性项目。

2、设备设施：大学生自助厨房以单元制形式存在，一个单元有一个厨房和一个餐厅。一个厨房中有四个灶台，四套炊具和燃气灶，和一个砧板台，多套切菜工具，和一个橱柜，里面碗具、油盐等调料一应俱全，配备自来水龙头和多只

篮、桶等洗菜工具，和几个油烟机;餐厅里有大小桌子五、六张，电风扇，饮水机，电冰箱，消毒柜，电饭煲，时时提供热饭。

3、项目计划书服务内容：大学生们只要提着自己喜欢的菜来到大学生自助厨房来，根据时间或者规模交付一定的租金就可以到指定的灶台上去烹饪了，一个厨房四个灶台、可以同时烹饪。在一个中餐或晚餐时间内，一个灶台又可连续地让几组同学烹饪。这样一个单元的厨房：中餐时间(11:00-2:00)之间大概可以烹饪28(4个灶台\*7组/灶台)组同学。同学们可以在这里吃完再走，也可以带出去吃，一切自便。

我们大学生自助厨房还搭配有一个大冰箱，若是一个常客，且有吃不完的菜，或需要存储的剩菜我们将替他们存储，只需将它们密封好后放入一封闭的篮子，然后写上姓名或其他标记，放入冰箱即可，但因考虑到用电情况和冰箱空间问题，若存放的时间超过一天则支付2元/天的寄存金。

4、项目计划书目的：大学生自助厨房的产生是我组深刻了解到很多大学生们抱怨食堂的饭菜天天一个样，味道不可口，没有一点新意，还有部分学生又觉得在外餐馆的饭菜，卫生状况不好，嫌油不多，而且价格不低。在只有两种选择的情况下，除了抱怨，只有抱怨，所以我们想到了大学生自助厨房这个既对大学生的口味，又锻炼大学生自己动手能力的厨房。

5、大学生自助厨房室内的装饰：可由学生来创造设计，设计核心为自由舒适，绿色环保。主要体现简单美。大学生自己种的花草，手工剪贴画，废物利用等些有创意的设计都可用来装饰大学生自助厨房。

1、我们将顾客分为大、中、小规模。

大规模(20-40人)：如某班同学聚会，各地老乡会聚会、或者是某同学的生日，这样需要出租一个单元的大学生厨房，这需要提前预订。根据要求或者约定一个厨师来帮忙，或请个人来打理杂事。

中规模(10-20人)：如某寝室联谊，或一个小型的庆祝会，也需提前预约，无厨师配备。

小规模(1-10人)：随时安排厨灶。

2、在大学生自助厨房里，仅需雇佣一个中年的女性员工来打扫收拾大学生自助厨房，并且在大学生烹饪期间时时检验液化气灶台的安全性。

3、其他管理人员：宣传负责人，厨具、餐具负责人，财务管理人，顾客预订负责人，值班收银人员等均可由学生来担当。

4、若有大型的聚会或聚餐，可向顾客预订负责人提前预订，他/她可以提前做安排，中型的(10-20人)也由预订负责人安排，小规模的顾客群，则按先来后到使用灶台。

5、财务管理人，负责清算每星期水电费，煤气灶和雇佣人员费用和“大学生自助厨房”的总收益，适当调整价格，大、中型规模顾客群有固定的订租价格，根据预订厨房的次数来决定下周小规模顾客群前来做菜的租金。

6、政府批文：大学生自助厨房要获得营业执照，问题主要是卫生和安全。因为我们雇佣了人员来打扫大学生自助厨房和时时刻刻检验并教导学生使用液化气等危险设备，且在大学生自助厨房内配有灭火器、消防设备。安全和卫生本来就是大学生自助厨房核心管理的问题，所以能够取得政府批文的，若大学生由学生自主创业可向学校申请资金和批文。

1、市场营销

①宣传

我们将通过传单、海报、校论坛、人人网、校园网、各大学生的qq群、中国移动飞信，和大学生中的关系网来宣传。我们将邀请各院系的一些好朋友相聚到一起来免费体验一下在我们“大学生自助厨房”中的自由、快乐和满足感，请他们为我们“大学生自助厨房”做口头宣传。

②客源

既然我们“大学生自助厨房”的饮食和体验快乐而设计的，那大学生就会有各种各样的理由喜欢我们“大学生自助厨房”。

a. 在同学面前一展自己的厨艺。

b. 请自己的好朋友到“大学生自助厨房”里为自己做一顿香喷喷的美食。

c. 某两、三个男女寝室在这里可以搞个厨艺联谊，不会做菜的顺便学学。

d. 有外地来的同学，让他/她炒炒家乡菜，尝尝鲜。

e. 不满意外面餐馆，也不满意食堂，还不容易自己弄。

在大学生自助厨房这样轻松自由的环境里，在一个像家里一样可以出入的厨房。我们不仅是吃了一顿饭，更重要的在这个过程里，我们体验到了自己动手的快乐。一起动手的快乐，这里真的就是大学生们自己的厨房。所以有这样多的收

获，我们大学生自助厨房的顾客将络绎不绝。每一年都将有新生的到来，来尝鲜的同学也将连续不断。

③既然大学生自助厨房是为大学生餐饮和娱乐考虑，那么可以扩展搭配盈利服务，可以出租烧烤工具，卖烧烤配料。卖饮料、啤酒、干菜等易存储的菜类干货。也可搭配免费服务，提供怎样做菜的一类书籍和营养搭配的书籍。

2、市场前景

现在看来，还没有同我们“大学生自助厨房”这样的规模来出租厨房给大学生一样结构、形式的店，即使有、也只可能是将大学生自己做饭菜当成是一种娱乐的形式。所以我们“大学生自助厨房”是独特的。大学生们都有一种想体验社会实际，体验自己动手的快乐，也想体验新鲜的积极分子。所以我们“大学生自助厨房”的前景广阔，全国这么多高校(本科、专科、职业学校)那将是多么广阔的连锁空间。也重视“大学生自助厨房”在学生中的关注度，信誉度来横向发展其他服务，做到大学生自助厨房的横向连锁。

3、战略目标

⑴近期战略目标，在各地不同几所高校周围都建立一个学生自助厨房。认真组织好内部结构，为学生提供一个方便、舒适、自由、实惠、干净的饮食、娱乐的空间，用自由和洁净来赢得大学生们烹饪就餐的舒适，让他们感觉来了就再来，再来，就想天天来。在半个学期内，在所靠近的学校宣传的众所周知，把名声打造的有界碑，在此期间盈利15%。

⑵近期战略目标：在名声、信誉、关注度都建立很好的基础上可发展更多城市，更多高校的“大学生自助厨房”，也可横向发展，让“大学生自助厨房”成为一个品牌，开展其他服务大学生的行业。

固定成本 2500-3200元/单元

可变成本 (房租、水、电、油、粮)3000-7000/单元.年

煤气 600元/月.单元 雇佣人员900/月.单元

年总收益 20xx-6000元/月.单元不等

因为它的不稳定性，不好估计利润的标准值。估计有半年的时间收回成本，半年时间来盈利。 投资形式可以是合资，也可以一个人投资，“大学生自助厨房”一年的成本大约在2-2.5万/单元之间。所以大学生投资利润的前景是客观的。

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十七**

尊敬的各位领导、各位同事：

大家好！

今天，我有幸走上讲台与大家进行交流，竞聘克孜薄依管理站副站长。这是我多年来追求上进、孜孜以求的夙愿，更是领导和同事们大力支持、关心帮助的结果。我将珍惜这次难得的竞职机会，勇敢而自信地接受大家的评判。

我xx年9月出生，本科学历，20xx年从新疆农业大学毕业后，到协开尔水库管理处上班。本次竞聘克孜薄依管理站副站长，我认为自己具备以下几个方面的优势：

一是具备一定的政治素养。我为人正直，待人诚恳，时刻以严格要求自己，克已奉公，务实求为，平时注重学习，尤其注意收集报纸杂志上有关大政方针政策的信息和动向，能够在工作中把握正确的方向，保持较高的政治敏锐性。

二是具备一定的双语能力。大学期间努力学习汉语，上班以来严格要求自己提高自己双语能力，用汉语能够完成各项工作任务。

三是具备一定的综合协调能力。我曾在办公室主任岗位上有多少年的工作经历。办公室是各种信息的集散中心，各种矛盾的集中所在，要切实做到准确地上传下达，促进班子团结，发挥整体合力，需要处理好内部和外部的各种关系。我以保障单位的良性发展为目标，切实服务基层为宗旨，既敢于坚持原则，又善于化解矛盾，做工作、办事情、处理问题能够做到思路清晰，行止有度，头绪分明，较好地诠释了办公室协调的工作职能。

四是具备一定的管理工作经验。上班以来我按照组织的要求不怕苦、不怕累做好本职工作，积累很多工作经验。

如果竞聘成功，我将从以下四个方面努力工作：

一是当好参谋摆正位。作为副职，一切工作都必须围绕所支委、站务会确定的工作目标和思路，自觉履行职责，努力做好自己的工作。特别是必须尊重站长的核心地位，维护站长的权威，摆正位置，当好配角，积极调研，当好参谋。对站里的全面工作，要尽其所有，收集各种信息站长参考，及时向站长提供各种合理化建议，为站长科学决策提供可靠资料。当站长注重外务活动时，自己要坚守内部事务，当站长转向内部事务时，自己收承担对外交涉，弥补站长所不能的面面俱到。同时统筹兼顾，努力拓宽和疏通民主渠道，协助站长科学而有效地协调班子之间、班子与员工之间、员工与员工之间的矛盾。做到尽职不越权，帮忙不添乱，补台不拆台。

二是以人为本促发展。人是最活跃的因素，也是最革命的因素。城市供水事业要实现更大的经济效益和社会效益，必须有丰富的人力资源作保障。首先我将以人为本，注重人性化、情感化管理，用真情和爱心善待每一个同事，做到对同事多理解，少埋怨；多尊重，少指责；多情义，少冷漠。使他们的人格得到充分尊重，努力为他们创造宽松的工作环境和发展空间，促使其立足

岗位成才，力争在工作中形成动力，有服务中显示实力。其次坚持以管理站事业的良性发展为共同目标团结人，以严密高效的管理机制激励人，以亲力亲为的表率作用带动人，努力做到大事讲原则，小事讲风格，共事讲团结，办事讲效率，逐步实现管理站事业与员工自身建设的协调发展。

三是服务基层强落实。管理站事业要保障实现“零事故率”的安全效益，重任归根结底落在基层工作人员肩上。作为副站长，首先，在着力抓好机关文明建设，倡导并切实转变机关工作作风的同时，必须勤下基层，通过各种渠道，对管理的各个环节有一个全面、客观、真实的了解和把握，让群众讲实话，道实情，从而了解真情况，求得真规律，再结合实际，创造性地制定工作思路、计划和安排。其次是强化基层服务，多了解基层职员的思想动态，多解决基层工作的实际困难，对那些基层工程特别能吃苦，特别能奉献的同志要大力弘扬和推介，同时对做虚功、兴伪事、工作飘浮的同志积极引导和鞭策，努力使其转变作风，真抓实干，一步一个脚印地把各项工作落到实处。

四是激发活力树形象。以工、青、妇工作为平台，适时开展适合广大干群需要的多种形式的活动，尽可能少花钱，多办事，办好事，着力创造富有生机活力的工作氛围，全面激发员工潜能，进而塑造出良好的供水形象。各位领导、同志们，城市供水事业有着辉煌灿烂的前景，我对她满怀热忱和信心。最后引用一幅对联结束我今天的演讲，上联是“胜固可喜，宠辱不惊看花开”，下联是“败亦无悔，去留无意随云卷”，横批是“与时俱进”。

谢谢大家！

**创业策划书字大学生 创业计划书 完整版篇二十八**

尊敬的各位领导、各位同事：

大家好！

今天，我有幸走上讲台与大家进行交流，竞聘克孜薄依管理站副站长。这是我多年来追求上进、孜孜以求的夙愿，更是领导和同事们大力支持、关心帮助的结果。我将珍惜这次难得的竞职机会，勇敢而自信地接受大家的评判。

我xx年9月出生，本科学历，20xx年从新疆农业大学毕业后，到协开尔水库管理处上班。本次竞聘克孜薄依管理站副站长，我认为自己具备以下几个方面的优势：

一是具备一定的政治素养。我为人正直，待人诚恳，时刻以严格要求自己，克已奉公，务实求为，平时注重学习，尤其注意收集报纸杂志上有关大政方针政策的信息和动向，能够在工作中把握正确的方向，保持较高的政治敏锐性。

二是具备一定的双语能力。大学期间努力学习汉语，上班以来严格要求自己提高自己双语能力，用汉语能够完成各项工作任务。

三是具备一定的综合协调能力。我曾在办公室主任岗位上有多少年的工作经历。办公室是各种信息的集散中心，各种矛盾的集中所在，要切实做到准确地上传下达，促进班子团结，发挥整体合力，需要处理好内部和外部的各种关系。我以保障单位的良性发展为目标，切实服务基层为宗旨，既敢于坚持原则，又善于化解矛盾，做工作、办事情、处理问题能够做到思路清晰，行止有度，头绪分明，较好地诠释了办公室协调的工作职能。

四是具备一定的管理工作经验。上班以来我按照组织的要求不怕苦、不怕累做好本职工作，积累很多工作经验。

如果竞聘成功，我将从以下四个方面努力工作：

一是当好参谋摆正位。作为副职，一切工作都必须围绕所支委、站务会确定的工作目标和思路，自觉履行职责，努力做好自己的工作。特别是必须尊重站长的核心地位，维护站长的权威，摆正位置，当好配角，积极调研，当好参谋。对站里的全面工作，要尽其所有，收集各种信息站长参考，及时向站长提供各种合理化建议，为站长科学决策提供可靠资料。当站长注重外务活动时，自己要坚守内部事务，当站长转向内部事务时，自己收承担对外交涉，弥补站长所不能的面面俱到。同时统筹兼顾，努力拓宽和疏通民主渠道，协助站长科学而有效地协调班子之间、班子与员工之间、员工与员工之间的矛盾。做到尽职不越权，帮忙不添乱，补台不拆台。

二是以人为本促发展。人是最活跃的因素，也是最革命的因素。城市供水事业要实现更大的经济效益和社会效益，必须有丰富的人力资源作保障。首先我将以人为本，注重人性化、情感化管理，用真情和爱心善待每一个同事，做到对同事多理解，少埋怨；多尊重，少指责；多情义，少冷漠。使他们的人格得到充分尊重，努力为他们创造宽松的工作环境和发展空间，促使其立足

岗位成才，力争在工作中形成动力，有服务中显示实力。其次坚持以管理站事业的良性发展为共同目标团结人，以严密高效的管理机制激励人，以亲力亲为的表率作用带动人，努力做到大事讲原则，小事讲风格，共事讲团结，办事讲效率，逐步实现管理站事业与员工自身建设的协调发展。

三是服务基层强落实。管理站事业要保障实现“零事故率”的安全效益，重任归根结底落在基层工作人员肩上。作为副站长，首先，在着力抓好机关文明建设，倡导并切实转变机关工作作风的同时，必须勤下基层，通过各种渠道，对管理的各个环节有一个全面、客观、真实的了解和把握，让群众讲实话，道实情，从而了解真情况，求得真规律，再结合实际，创造性地制定工作思路、计划和安排。其次是强化基层服务，多了解基层职员的思想动态，多解决基层工作的实际困难，对那些基层工程特别能吃苦，特别能奉献的同志要大力弘扬和推介，同时对做虚功、兴伪事、工作飘浮的同志积极引导和鞭策，努力使其转变作风，真抓实干，一步一个脚印地把各项工作落到实处。

四是激发活力树形象。以工、青、妇工作为平台，适时开展适合广大干群需要的多种形式的活动，尽可能少花钱，多办事，办好事，着力创造富有生机活力的工作氛围，全面激发员工潜能，进而塑造出良好的供水形象。各位领导、同志们，城市供水事业有着辉煌灿烂的前景，我对她满怀热忱和信心。最后引用一幅对联结束我今天的演讲，上联是“胜固可喜，宠辱不惊看花开”，下联是“败亦无悔，去留无意随云卷”，横批是“与时俱进”。

谢谢大家！

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