# 2024年大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费(十四篇)

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-06-30

*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。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。大学生创业计划书字 大学生...*

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。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇一**

1、经营目标

在南京师范大学泰州学院建立首家专业甜品店——心甜甜品店，经营范围为中西式甜品。品种包括冰淇淋蛋糕类、冰淇淋类、冰淇淋曲奇饼类、沙冰刨冰类、糖水类、羹(露)类、粥类、果汁类、调味乳制品类、布丁类、药膳滋补炖品类、凉茶类龟苓膏类、中式传统点心类等。

2、经营宗旨

甜美、健康、时尚。

1、市场介绍

南京师范大学泰州学院是一个很年轻的学校，建校至今仅2年多。目前校内缺乏一家能够系统化管理的甜品店。而本计划所拟建的心甜甜品店正是填补了这样一个空白。

2、市场竞争分析

南京师范大学泰州学院是一个年轻的学校，校内一切设施正在完善之中，资源困乏，学生的消费环境更令人担忧，饮食问题亟待解决。我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场，我们的经营理念能够支撑起属于我们的天空。经过分析，我们可以开拓这个市场。心甜专业经营甜品，坚持品牌化差异化人性化的经营。用润物细无声的渗透方法，建立和扩大知名度和美誉度，让消费者从认识我到爱我，买我。

3、目标顾客

有人误认为女生比男生更喜爱甜食，其实是个错误。事实上，口味的喜好并无性别之分，许多男生也喜爱甜品。不少女生为了保持苗条身段或为了减肥，往往视甜食为洪水猛兽。而且如今消费者越来越理智。所以心甜的目标顾客是全校学生。

1、原料专业，放心更多

心甜与知名品牌饮用水、乳制品以及其他原材料的地区供应商建立合作关系，在心甜店堂内点餐区域和各类宣传品上进行标识。从原料供应商值得信赖的角度出发，给顾客一种食品安全能够确切得到保障的感觉。

2、品种丰富，选择更多

众口难调。心甜要尽可能让甜品口味适应各各类品味的顾客。推出诸多款式的甜品可供各类顾客挑选。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇二**

很多人都知道，全球变暖引起的气候将直接影响到地球的生态平衡。但却很少有人知道人类餐桌的必备食品──肉类，也会严重地破坏地球的环境。主要表现为肉类工业的发展上。到目前人类畜牧活动已有一万年，但只是在最近50多年人们才如此大规模地饲养牲畜。今天，世界上的牲畜数目是1945年的4倍。为了养活它们，很多热带雨林砍伐作了牧场。这使生活在雨林中种类丰富的动植物消失了，促使全球环境破坏情况愈加严重。

关注气候变迁，节能减排从我做起，于是，开素食餐厅的想法就应运而生了。

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为都市健康饮食，是个人独资企业。主要提供以豆制品为主的素食产品，其特点是：外行似肉，口感也像肉，专门适合酷爱吃肉的朋友。

2、都市健康饮食位于大业路财富中心广场，开创期是一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基、麦当劳那样的素食营养连锁店。

3、都市健康饮食的所有者是谢坤利和李明，餐厅经理熊艳梅和蒋玲，厨师钱海，五人都是80后的有志青年，我们坚信，以我们的智慧、才能和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领风骚。

4、本店需创业资金(10)万元，其中(5)万元已筹集到位，剩下(5)万元向银行贷款。

1、由于地理位置处于商业街，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，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在大业路财富中心广场站稳脚跟，1年收回成本。

2、本店将在3年内增设3家分店，逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的素食营养连锁集团，在岛城众多食品品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

1、客源：都市健康饮食的目标顾客有：到大业路财富中心广场购物娱乐的一般消费者，约占50%;附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：

都市健康饮食附近共有1家主要竞争对手。爱欣素食店是中西兼营，环境比较好，服务一般，价格比较贵，位于e购潮流5楼。。本店抓住了这家饮食店现有的弊端，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

1、素食营养主要是面向各类消费群体，因此菜价也有三个档次，分别为高、中、低价位。

2、合理搭配素食，保证营养全面的前提也提高口感质量。

3、午晚餐提供商务套餐型、经济实惠型等营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境。

4、随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，如本年度设立目标是“送餐到家”服务。

5、经营时间：早—晚。

6、对于以上计划，我们将分工协作，各尽其职。我们将会在环境、卫生、服务、价格、营养等方面下协夫，争取获得更多的客源。

1、本店开业前期，初步计划招收多少名全日制雇员(包括多少名厨师)，多少名临时雇员(含厨师)具体内容如下：

1)通过劳务市场招聘本市户口的，有一定工作经验，有良好的职业道德，年龄在20-30岁之间，有意加入餐饮行业者。

应聘者特《招用职工登记表》并附入个人资料来本店面试。

2)经面试，笔试，体检合格者，与其签订劳动合同(含试用期)。

2、为了提高服务人员整体素质，被招聘上岗的人员都需要接受2个月的培训，具体内容如下：

1)制定培训计划，确定培训目的，制定评估方法。

2)实施培训计划，贯彻学习《劳动纪律》和各种规章制度。

3)考核上岗，对于不合格者给予停职学习，扣除20%工资，直至合格为止。若3次考试及不合格者，扣除当月全部工资和福利。

1、开业前进行一系列宣传企业工作，向消费者介绍本店“物美价廉”的销售策略，还会发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务内容。

2、推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

3、每月累计消费1000元者可参加每月末大抽奖，中奖者(1名)可获得价值888元的礼券。

4、每月累计消费100元者，赠送价值10元的礼券，200元赠送20元礼券，以此类推。

本店内所有帐目情况必须及时入帐，支出与收入的钱款必须经由会计入帐或记录后方能使用，记帐使用复式记帐法，以科学的方法进行管理，以免帐务混乱，每日的收入应进行及时清点，所有点菜的菜单及收款的凭据必须保存并一式两份，以便核对及入帐。店内所有的物品属店内的固定资产，不得随意破坏或带走，每月的总收益，除去一切费用，剩下的存入银行;如果经过每月的结算后，收入比计划高，将适度调整工资，以调动大家的工作热情，如发现在工作中无故破坏饭店的财产，将从责任人的工资或奖金中扣除。

1)本店固定资产(5)万元

桌椅 ( 30)套

营业面积( 200)平方米

冷冻柜 (5 )台

灶件 若干

2)每日流动资金为1万元

(主要用于突发事件以及临时进货)

3)对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样企业的盈亏在帐面上一目了然，就避免了经营管理工作的盲目性。

注：因刚开业，所以在各种开销上要精打细算，但要保证饭菜的质量，尽量把价格放低。

附录1 法律要求

为保证食品卫生，防止商品污染和有害因素对人体的危害，保障人民身体健康，增强人民体质，严格遵守国家，地方有关法规要求具体如下：

一、食品生产经营企业和食品摊贩必须先取得卫生行政部门发放的卫生许可证，方可向工商行政管理部门申请登记，未取得卫生许可证的，不得从事食品生产经营活动。

食品生产经营者不得伪造，土改，出借卫生许可证。

二、食品生产经营过程必须符合下列卫生要求：

(一)保持内外环境整洁，采取清除苍蝇老鼠蟑螂和其他有害昆虫及其孳生条件的措施。

(二)食品生产经营企业应当有与产品品种，数量相适应的食品原料处理，加工，包装，贮存登厂房式场所。

(三)应当有相应的消毒，更衣、盥洗，采兴，照明，通风，防腐，防尘，防蝇，防鼠，洗涤，污水排放，存放垃圾和废弃物的设施。

(四)设备介绍和工艺流程应当合理，防止待加工食品与直接入口食品，原料与成品之间的交叉污染，食品不得接触有毒物，不洁物。

(五)餐具，饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前必须洗涤，消毒，炊具，用具用后必须洗净保持得洁。

(六)贮存，运输和装卸食品的容器包装，工具，设备的条件必须安全，无害，保持清洁，防止食品污染。

(七)直接入口的食品应当有小包装或者使用无毒，清洁的包装材料。

(八)食品生产经营人员应当经常保持个人卫生，生产，销售食品是必须将手洗干净，穿戴洁净的工作服;销售直接入口食品时，必须使用售货工具。

(九)用水必须符合国家规定的城乡生活饮用水卫生标准。

(十)使用的洗涤剂，消毒剂应当对人体安全，无害。

三、禁止生产经营的食品：

(一)腐败变质，油脂酸败，霉变，生虫，污秽不洁，混有异物或者其他感官形状异常，可能对人体健康有害的。

(二)含有毒、有害物质或者被有害，有毒物质污染，可能对人体有害的。

(三)含有致病性寄生虫，微生物或者生物毒素含量超过国家限定标准。

(四)未经曾医卫生检验或检验不合格的肉类及其制品。

(五)病死，毒死或者死因不说的禽、兽、水产动物等及其物品。

(六)容器包装污秽不洁，严重破损或者运输工具不洁造成污染的。

(七)掺假，掺杂，伪造，影响营养卫生的。

(八)用非食品原料加工，加入非食品用化学物质的或者将非食品当作食品的。其他不符合食品卫生标准和卫生要求的。

四、按期接受各极卫生部门的食品卫生监督检验。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇三**

目标：致力成为本市最大的水果连锁经营店。提供本市民众提供优良、新鲜的日常需求各类水果。

选址与装潢

商圈的划定是一个非常复杂的工作，在决定经营业态的基础上，要分析商圈内的消费群的购买能力，生活状况，年龄阶层，消费倾向等因素。最重要的是要了解一级商圈内的家庭户数，家庭户数越多，购买频次就越多。另外，周边是否存在竞争对手，双方的商圈是否重叠，也是很重要的因素。己方如何利用地理位置等因素吸引更多的消费者，是商圈选择的重要环节。

结论：水果连锁超市的商圈选择(选址)原则：

①在家庭户数不少于20xx户的居民区附近选址开店

②在学校的出入路口选址开店。

①未来几年的持续经营能力 ②进出通畅的道路

③店铺面积的合理确定

结论：水果连锁超市选址原则：要具有前瞻性的眼光衡量区域经营能力，并保证交通便利，店铺面积实用率高等因素。

关于装饰布局，水果店可说的不多，干净清爽、整齐有序八个字可以概括。所以，以下仅仅介绍水果店的装饰布局要点。

(1).店面招牌广告规划:

店面广告要想引起注意，必须以简洁的形式、新颖的格调、和谐的色彩突出自己的形象，否则，就会被消费者忽视。

设计内容包括：①灯箱②门面海报 (2).关于天花板的规划

在天花板上面悬挂一些塑料绿色的枝叶和假的水果，突出水果店的自然、绿色、健康概念。

用“多吃水果有益健康”、“绿色健康每一天”等标语吊旗，增加气氛。

水果容易碰伤，装水果的架子不能有棱角。

(5)设计制作

水果名称标志牌、价格牌、各个区域标志牌、灯箱、墙面色彩、天花(吊旗及绿色自然装饰)等等都需要开店之前系统设计，以免之后手忙脚乱。

1.管理制度及劳动合同

进货员及营业员直接受店长日常管理，所有员工的任免奖罚直接受本人管理。

劳动合同的签订期限最少为2年，大于5年者，给予基本工资x20%的待遇。

2.人事计划

为满足分店的设立，定期给营业员分发销售管理的文刊，便于学习提升。工作表现良好，今后可直接授予分店店主职位。

3. 供应

前期主要从各大型水果批发市场购进，中后期各分店设立后，将致力于与农场合作，直接采购!保持水果的新鲜、优良!

3、市场规划

1、开一家便利店。以此宣传品牌，扩大影响力。地点以居民社区为宜。面积100平米。装饰风格以回归自然为主题。

远期：

2、逐步开设连锁店。可以用特许方式加盟，不收加盟费，只受少量商标使用费和管理费。总店统一配送水果。店铺只管订货和销售。

3、专柜和店中店:利用别人的场地经营。可以自营，也可以送货由比人经营(如大饭店，商场，影院，迪巴等场所，公园，旅游区等等) 4、建立自己的网站。开展网上宣传，订货，加盟，等扩大销售渠道。 以上过程逐步推广大约需1到3年时间。

1. 主要促销方式 ：店面促销：采用x元/个;y元/几个。

2.产品价格方案 ：采取1的促销方式，总体单位价格略低于超市价格。

3. 定价依据和价格结构

采用1的促销方式主要因为购物的人流往往喜欢买少量水果“便”吃的特点。特别是女孩子喜欢买水果，却购买量不多的特性。

4. 影响价格变化的因素和对策

主要为进货价的变动，因此，进货员货物与空闲时，必须进行各水果批发市场价格的记录。同时，保持与各批发联络。店面前提供水龙头，方便客户洗水果;促进促销的销售。提供市区内免费送货上门服务

1. 货源风险：各批发市场货源不足，或提供的水果不够新鲜。全市批发市场产生这样的情况机率很小，但亦不是不可能发生。若进货员工作不好，很有可能产生很多纰漏。

2. 市场不确定性风险 ：如果做得不好，很有可能使流动人员对店面“不屑一顾”。另一方面，很有可能做好后，有竞争者跟进，抢夺市场份额。

3. 成本控制风险 ：主要为进货价的变动，很有可能出现批发商抬价的现象。亦有可能短期出现供不应求现象，有些水果价会相对提高。

1. 店铺的硬件与人员配置

①硬件：

电子喷雾器：利用电子喷雾器对某些高端，易氧化，易脱水的水果进行加湿，保持其新鲜程度，并增加店内视觉冲击力，提高销售额。

地磅：用于大批量水果称重使用

水果陈列排挡：针对不同的水果，进行不同的陈列方式，就需要不同的陈列排挡。一般果类水果以倾斜30度左右的排架陈列，而香蕉，芒果，瓜类以分层式的排挡陈列。

冷藏陈列柜：冷藏陈列柜的温度通常应控制在0-4摄氏度之间，用于不宜保存的，需二次包装陈列或者避免损耗的水果陈列。

放心称：店内除了销售用称，还要摆放1个放心称，供大家使用(还应留有备用称)。

冷库设备：开辟单独一间作为冷库使用，安置制冷设备严格控制温度，用于贮藏水果，延长销售期。

称重区、收款台：负责为消费者提供结帐服务

②人员配置：

一个100平方米左右的水果超市人员配比如下：

营业员3人，补货员2人，店长1人，主管1人，维修1人

2、 投资金额

从而始租铺经过办理行业许可证、健康证、申办创业组织办理相关手续，期间还要装璜，涤置必要设备，进货等许多准备工作。 本项目开业资金约20万人民币，预算如下：

资金来源为：自筹资金人民币10万元，贷款10万元。

租借商铺：面积约100平方(平米：100元/月)。

土建工程投资估算表

固定资产投资估算表

单位：万元

工薪资度：营业员：1200元/月

补货员：1300元/月 主管：

1500元/月 维修：800元/月 店长：20xx元/月

奖金：每人每月全勤奖：200元

合计：1.21万元。

国税17%，个人所得税35.5%

固定成本及变动成本预算

产品定价

进货：约3万元(少量多次)。 弃货值(败坏的水果)：200元/月

合计:3.17万元

开业前资金约投入合计：13.5万元。

预计年盈利额：

预计日销售额：2400元

预计月盈利额：s=(2400x30x0.83-12100)x0.645-24300=6440.7元

预计年盈利额：77288.4

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇四**

创业已经成为时髦的关键词，但真正的创业是一件很头疼、很纠结的事，每个创业者都会遇到很多问题，如团队、钱、商业模式、产品等问题。创业需要伟大的梦想，创业要从小做起;有人说没钱怎么创业，有人说越有钱越危险;有人说idea很重要，有人说idea不值钱。“创业是在矛盾、极端中做出自己的选择。”查立说。

新鲜食品是现代人们的最爱，开家甜蜜蛋糕店，投资额不高，操作简单，占地面积小，非常适合小本经营者。只要你的蛋糕和甜点口味新鲜独特，价格又能获得众人信赖的口碑，很容易吸引各个阶层消费者。那么开家蛋糕店，需要多少投资并注意哪些?

在蛋糕的消费过程中，顾客都会有“先入为主”的心理。如果第一次购买后，觉得这家蛋糕店的产品不错，就会认定这家大学生蛋糕店创业计划书模板大学生蛋糕店创业计划书模板。因此，对新开张的蛋糕店而言，必须要留住顾客。特别注意，现在人们都追求健康，不太喜欢高热量的食品。所以，打造健康蛋糕概念，会增加对顾客的吸引力，我们可以在每一款蛋糕或面包上注明原料、生产日期以及对健康的好处等。

：模拟方案以10平方米左右的小店为例，启动资产大约需9.5万元。

1、房租5000元（娱乐酒吧创业计划书范文）

2、门面装修约20xx元(包括店面装修和灯箱)

3、货架和卖台投入约1500元

4、员工(2名)统一服装需500元

5、机器设备最大的投资：8万元(包括制作蛋糕的全套用具)

1、面粉、奶油等原材料，约6000元。

2、设备购买过程中，要特别注意质量，因为是长久使用。蛋糕的制作方法可购买光盘自学，这样可以节省不少成本费用。目前市场上《全套蛋糕制作教学光盘》一般17盘含70项目技术共200元/套。

1、月销售额(平均)：21000元据有关内行人士评估，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21000元

2、每月支出：14033元房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区商业街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场附近)，约5000元大学生蛋糕店创业计划书模板工作计划。

3、货品成本：30%左右，约5000元人员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计20xx元。

4、水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元

5、月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

a, 连锁店的名字为：橙，黄，绿，青，蓝，紫等，用水钻打造梦幻的感觉，水钻给人静心，典雅，精致的感觉，利于吃糕点时的小憩，享受内心的恬淡，以及梦幻般的美好，不同颜色为主色的店，给人的感觉不同，这样有利于将“蛋糕”做大!

b, 欧式风格，典雅，绅士的环境，特别上海是个有文化修养较高的城市，欧化的生活也逐渐被人所接受!比较小资情调~

c, 拓谷一样的感觉，让人忽然从上海的小资情调转移到谷地一样的好地方，清晰，自然，给人一种洒脱!装修材料多用天然的石头和特殊自然造型的东西，因为买的是自然加稍微人工的造型，所以成本比较高。

：

像普通的店面一样，设零售区和蛋糕工作间，另外设几个吊篮和各式的桌椅，shopping累了的时候可以小憩一会，因为本店销售奶茶和冰淇淋。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇五**

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是饭菜种类少、出饭速度慢、饭菜质量差、营养搭配不合理、地域不同导致的饮食习惯的不同、营业方式单一等，因此虽然价格较低，但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是“自古有之”。虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我决定整合食堂和饭店的优缺，创建一家以学生为主要对象的餐饮连锁店。

单元店位于大学聚集中心地段，主要针对的是大学生、教师。经营面积约为200平米左右。经营范围有日常主食和休闲小吃为主。日常主食主要提供早餐、午餐、晚餐、配送快餐，休闲小吃主要有特色冷饮和休闲小吃等。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有尽可能的融合各地不同口味菜式。而休闲小吃则提供各种冷饮糕点，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘，各种面包、蛋糕等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息、文化气息，，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题,而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本公司根据这一点,为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学校园饮食连锁店，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。

优势分析：本餐厅经营解决了学校食堂饭菜种类单一、经营模块单一流动小摊卫生没有保证等问题，并且比食堂同样方便快捷，节约时间。另外，本餐厅采用刷卡、现付消费模式，自助选择方式，电话订餐配送体系，很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。同时，餐点还提供冷饮、种类丰富的休闲小吃、冰粥等，并提供免费茶水。简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，师生喜欢在干净、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。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，因此本店则可以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。

劣势分析：由于刚起步，规模小，经营管理模式不成熟、市场知名度低。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而本人正是学生——这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，我们存在的必要性与市场潜力是很乐观的

市场竞争分析：餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，因此产品价格必然不会比竞争对手低，但相比之下，选择我们的客户将会得到更多的实惠与心里满意度。并且，成本与利润的直接挂钩，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

餐厅采用学校连锁式制，会员刷卡积分模式。单元店面发展缓慢，所以采用在一个省份内各个不同阶段的高、中校连锁模式，这样可以保留一大批的长期顾客；会员刷卡制，考虑大多消费者为学生：

1、学生在各校间的流动性强，持一张卡在本餐厅所属各连锁店均可消费；

2、学生家庭贫富差距不一，同学们的仇富顾贫心理状况不一，刷卡消费，给广大同学提供一个心理平衡层面；

3、显露出大面额钞票的消极影响，现金支付的很多弊端，（比如再掏钱过程中丢失钱财或其他物品等，）

4、通过积分制度，同学可以在一定的积分下享受本店提供的优惠政策，帮助同学减轻生活负担；

5、减少现金上面细菌的直接传播等。

单元店设置店长一名，收银员1名，厨师3名，服务生3名，每周提供兼职服务生若干名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：具有科学合理搭配营养的绿色健康餐品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务，温馨、文明的现场服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

店面：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店面应有现代化格调，文化意味悠长。 彰显时尚，潮流，雅致，品位。

店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，聚餐性大餐桌，性格喜好不同的消费者都有自己喜爱的角落和环境。

灯饰和灯光：灯饰是餐厅厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增餐厅的美感。灯光是烘托餐厅气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出餐厅宜人的气氛。

同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。

餐具：干净，整洁，应该体现咖啡厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调

促销策略：

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，借此进行口碑渐推营销。定期具体活动的策划和组织如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识，针对节假日，开展有针对性的促销策活动等。

营销组合策略

有形化营销策略：由于本餐厅的经济实力尚弱，因此将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的承诺营销进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、促销活动等向消费者进行宣传、倡导天之素的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：做出持续性、计划性将决定本餐厅在避免普通餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本餐厅能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本餐厅将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实

现营销承诺：

1、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，认真听取顾客意见与建议。

2、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。

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

4、建立电话订餐配送体系。

1.餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2.餐厅采取厨师独立操作间，荤素独立生产间，清蒸间等。自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。确保食品新鲜、卫生、健康，创新操作技术与方法，科学合理搭配营养，使口感更符合消费者的需求，以求贴近师生，超越同行，给顾客更多的优惠，赢取更多微笑。此外，本餐厅还推出特色烧烤，种类繁多的饮品，情侣套餐，节日套餐，风味套餐等，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更便于学生宿舍。餐厅还将推出送电话订购派送的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以赠送热饮等，这样还有一个好处，就是增加销售量。

4.餐厅使用科学订量与特色人性化餐具，时尚而且增加食欲，还能节约饭菜，避免因超量而造成的浪费，据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境、科学人性化的餐具和种类繁多而美味的食品是吸引顾客的重要因素。

5.暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近单位以及打工人员，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。

6.市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务模块，并可以寻找新的市场，并慢慢打造自己的品牌，可以专为学生提供饮食的餐饮需求，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

1．据计算可初步得出单元店面开业启动资金约需55000元，（场地租赁费用5000元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用10000元，厨房用具购置费用3000元，基本设施及其他费用等5000元，员工工资5000元，备用基金5400元）。第一期开设店面十家，金额为550000元。

2．运营阶段的成本主要包括：员工工资，材料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3．每日经营财务预算及分析

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元6000元，收益率40%，由此可计算出投资回收期最长约为一个月。

（一）市场风险

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

（2）公司生产经营阶段的风险，公司投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段公司而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果公司投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营公司的诞生，从而加剧了本公司的竞争压力。

内部管理风险：

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说，大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，产品质量不合格等问题。如何建立现代企业制度，健全企业经营机制，强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

原料资源风险：

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、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健康、营养膳食为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

（二）防范措施

1、汲取先进的生产设备与经验，开发出自己的特色食品。

2、严格管理，定期作员工素质拓展培训。

3、及时进行市场调研，认识食品市场周期，融合地域性餐饮种类，积极开发更新食品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。达到一定规模后，自己建立原料供给源。

巩固、扩展已有的市场分额，进一步健全餐厅的经营管理体制，提高企业的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

申请注册、与校方协商、店面装潢、设备配置安装、筹备开业营业，为时一个月足够。

（一）大力打造绿色食品的品牌形象

根据餐厅企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕健康、绿色为核心的品牌特征，餐厅通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费来实现营销目标。作为一个餐厅开展绿色营销，我们有着天然的优势，本餐厅将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅又不失时尚的就餐环境，通过对餐厅设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康绿色的理念。

推广保健知识、宣传绿色文化：

本餐厅将在营销过程中，紧跟绿色、健康、养生三大时代餐饮主题，提倡低碳生产、环保消费两个基本点，围绕创建校园饮食帝国。对消费者进行有计划、有针对性的市场细化，通过进手册宣传、公益活动等方式，将以上餐饮知识宣传出去，同时注重加大对绿色产品、科学合理饮食知识的宣传介绍，倡导健康科学的饮食文化，对产品、餐厅、服务进行文化包装，传播饮食文化。从而获得进一步的发展机遇与条件。

（二）重视搞好一系列的企业公关活动

公司将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为餐厅的发展提供宽松有利的经营环境。

1、与员工建立团结、信任一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工的凝聚力和工作积极性。

2、社区群众关系。为赢得较好的社会声誉，保留稳定的顾客，得到可靠的后勤保障，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解并遵守政府相关法律法规，加强与政府部门的联系，主动协助解决一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系；向其提供本行业的真实信息。

发挥绿色餐厅的价格优势

本餐厅的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮产品、保健品的价格因素，本餐厅的产品定价将处于同类产品的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-100元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇六**

公司名称：

所属学院：

指导老师：

所在班级：

主联系人：

联系电话：

电子邮件：

20xx年月日

目录

1.公司简介……………………………………………..

2.产品介绍…………………………………

3.市场调查与分析……………………………………………..

4.营销策略……………………………………..

5.经营与管理………………………………………..

6.创业团队………………………………………

7.财务分析与预测

前言

冰淇淋最早起源于西方权贵餐桌上冰冻的葡萄酒和其他冰镇饮料，曾一度是西方待客的奢侈品。而现在冰淇淋已如“旧时王榭堂前燕”，飞入了寻常百姓家。在中国，冰淇淋有着广泛的消费群，上至耄耋老者，下至乳齿孩童，无不将冰淇淋视为消暑解渴、休闲娱乐的佳品。

一、冰淇淋店简介

冰淇淋店主要出售的商品就是火锅冰淇淋、自助diy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，所以爽吧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

在校园内还没有专门的冰淇淋店。我们店主要材料是冰淇淋，通过冰淇淋来变换各种各样不同的冰淇淋形式，一些普通小型的冰淇淋产品在这里就不做简单详细的介绍。我们店推出的比较大型的产品就是火锅冰淇淋、自助diy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。

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淇淋都提供。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冰淇淋设备，我们店选用意大利芭诺客冰淇淋机，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

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇七**

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

(1)消费者的特点;

(2)产品的特性;

(3)企业自身的状况;

(4)市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在创业计划书中，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。 对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇八**

根据20xx年8月27日国家质检总局公布的《化妆品标识管理规定》，化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

第一章 摘 要

宗旨及商业模式

本公司的宗旨是为高校学生提供适合的化妆品及皮肤基本护理，给予每个人享受美的权力，同时帮助女生护理皮肤和求职时装扮得体从而取得成功 。本公司是一家处于创始阶段的公司。新生活化妆品公司的法定经营形式是独资，法定地址：河西区柳林工程师范学院#5门面房

自20xx年9月至今(20xx年3月)，我公司一直着手于市场调查并取得了成就，具体表现为发现了校园市场这一夹缝市场，尤其在化妆品行业基本是一个空白。从预期财政分析来看，我公司可望在20xx年销售收入达到每月50000元，税前利润为15000 元，20xx年销售收入为200000元，税前利润为70000元。我们之所以能够达到这个目标是因为我们的资金主要用于1)为新产品打开市场;2)采取有效的营销策略扩大校园市场

现在新生活化妆品公司处在需要宣传的状态下。为实施我们的计划，公司需要总金额为15000元的贷款，用于下列目的：

1)采用单页及相应美容人员在柳林高校区作宣传，提升影响度。

2)对公司人员培训。

我们的产品和服务：

新生活化妆品公司目前主要提供雅芳、玉兰油、旁氏、资生堂、欧莱雅、小护士等中低端化妆品。同时，我公司还面相需要求职面试的同学，为有需要的同学做定期面膜护理及淡妆有助于面试的成功。目前，我们的产品/服务处于起步阶段。我们计划按着这种经营模式继续扩大我们的势力：

在这一市场中，主要的关键因素是如何满足在校大学生的消费需求。

我们的服务是独一无二的，理由是我们和消费者是零距离的，更了解这一市场，另外，我们有自身优势，原因是我们是管理学学士毕业，不论是管理或市场都有丰厚的理论基础。

我们把我们的市场定位在美容护肤。根据市场资源，根据两年来的调查显示，93%的女生需要该项服务，几乎所有的女生表示对自己外表很在意并希望可以通过专业的美容师护理或改进皮肤。在调查中发现，在女生宿舍，能见到最多的也就是化妆品了，而且多是中低档产品，但价格却是颇高，从被调查者那了解，一般很难买到优惠的化妆品，购买渠道很不畅通。事实上，即便是所谓的大折优惠商品也是存在丰厚的利润。在护肤方面就更不方便了，周边连一家像样的美容店都很少，而专门为大学生服务或为她们求职面试就更少见了。

竞争：

在这一夹缝市场里，我们没有竞争对手，但是我们的服务在市场上是有选择性的。所以，我们要体现我们的竞争优势，即做好宣传和促销。

管理：

我们的管理层有下列人员可保证实现我们的计划。

zhao，男，总经理。管理学学士，具有丰富的化妆品销售经验，对市场有一定的敏锐性。

杨，男，销售部经理。管理学学士，具有5年的工作经验，有8年的市场经验，钻研于市场营销和销售策略。……

资金需求：

我们正在寻求4.5万元的贷款支持，这笔资金用于启动资金和营销资金。我们采用利润分红，在2年之内偿还这笔贷款或投资。

第二章 公司介绍

我们的目标是将公司变成高校化妆品连锁公司

我们立志于在销售领域恪守信誉、提高声望。为达到此目标，我们采取诚信经营、扩大宣传等方式来实现。

为贯彻我们的目标和即定方针，我们决心以扩大经营的战略态度对待资金监护人、顾客及社会其他团体。这些单位都会相信我们的公司，因为提供商和我们的利益息息相关。

新生活化妆品公司将成立于20xx年9月，其业务范围包括化妆品的销售和针对性的皮肤基本护理。商业法定名称是新生活化妆品公司，法定地址是天津市河西区大沽南路10001号。

本公司是一个专有独资公司。我们的主要办事机构位于天津市河西区工程师范学院#5门面。我们经营面积为60平方米，美容护肤雅间40 平方米。有了资金后，我们可望二年内扩展到邻近的高校区。

尽管化妆品市场形式并不简单，但这一夹缝市场一些有实力的公司是处在放弃或未开发状态，故，为我公司的生存发展提供了空间。

新生活化妆品公司的市场战略是“农村包围城市”即先攻薄弱市场，逐渐占领市场。

1.产品及服务：

该公司代表着新的女性消费市场的一个侧面，该市场可以把在校大学生作为潜在的目标顾客，若干年后，是走向社会的白领对这块的消费也是只增无减，都可能发展为我们的忠实顾客。对我公司壮大规模也提供了有利条件。

1.管理队伍状况

1)门市经理一人

2)门市值班5人：2名销售，3名美容师(前期)。门市值班9人：4名销售，5名美容师(后期)。

3)上门推销及服务8人(前期)。上门推销及服务4人(后期)

公司将建立以下制度和报表以便于管理

1、财务，商品管理制度

2、人员招聘，培训，奖励等激励手段

3、印刷销售单，报表等，便于核查和管理

2.外部支持：

我们目前已与下列外部顾问机构发展了业务关系：

1)天津市河西区会计师事务所

2)天津市河西区阳光律师事务所

五、组织、协作及对外关系：

(一).组织内部管理制度

公司将建立以下制度和报表以便于管理

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇九**

1、本创业计划书为《大学生创业教育》考核课程论文，请在计划书前加封面，封面中考核方式为课程论文，考核项目为计划书中的公司(团队)名称。内容摘要为计划书摘要。封面要求钢笔手工填写。

2、本创业计划书以创业团队形式分工撰写，团队成员以5人为宜，请在计划书最后写明每位团队成员所撰写的内容条目。

3、本创业计划书字数为3万字左右。

4、文本规格为a4开，封面格式不变，正文一律用小四号宋体，一级标题用四号宋体加黑，二级标题用小四号宋体加黑。行间距为多倍行距1.25。如：

1、公司介绍(小四号宋体加黑)

正文(小四号宋体)

计划书摘列在创业(商业)计划书的最前面，是浓缩了的创业(商业)计划书。计划书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书并做出判断。 计划书摘要一般包括以下内容：(1)公司介绍;(2)主要产品和业务范围;(3)市场概貌;(4)营销策略;(5)销售计划;(6)生产管理计划;(7)管理者及其组织;(8)财务计划;(9)资金需求状况等。

介绍公司的主营产业、产品和服务、公司的竞争优势以及成立地点时间、所处阶段等基本情况。在介绍企业时，要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。已创办企业要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围，在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。

介绍公司的宗旨和目标、公司的发展规划和策略。

创业者需要一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，风险企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品(服务)能否帮助顾客节约开支，增加收入。因此，产品介绍是创业(商业)计划书中必不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：(1)产品的概念、性能及特性;(2)主要产品介绍;(3)产品的市场竞争力;(4)产品的研究和开发过程;(5)发展新产品的计划和成本分析;(6)产品的市场前景预测;

(7)产品的品牌和专利。

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。

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求?需求程度是否可以给企业带来所期望的利益?新的市场规模有多大?需求发展的未来趋向及其状态如何?影响需求都有哪些因素。其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况——企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些?是否存在有利于本企业产品的市场空档?本企业预计的市场占有率是多少?本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响?等等。

在创业(商业)计划书中，市场预测应包括以下内容：(1)市场现状综述;(2)竞争厂商概览;(3)目标顾客和目标市场;(4)本企业产品的市场地位;(5)市场区隔和特征等等。

1、市场机构和营销渠道选择

跳蚤市场在国外高校很普遍，然而在国内各高校，则算得上是凤毛麟角。因此我们将在安徽科技学院成立一个二手交易平台，这也必将成为我们学校的一大特色。我校学生买的东西不想用了或者网购回来不合适又懒得退货的闲置物品得不到很好的处理，这样对学生也是困扰，因此，我们可以看出，我们的学校有着巨大的市场潜力，而通过我们的平台，既可以让生活费来源单一的学生族来源多样化，也可以达到资源的优化配置。

我们可以为确定的一群人上门服务，使管理正规化，减少不必要的开支，必将为公司带来巨大的方便。我们利用好顾客“旧物折价”心理，是二手物品得到应有的再次利用。同时我们要锁定已购顾客群。

并且可以通过和部分地方书店合作的方式达到双赢。我们还可以采取季节性销售战略：为了满足大家不同季节对物品的需求，我们会根据季节适当的调整销售策略(如我们会在冬季出售一些毕业生棉被、手套、热水瓶、热水袋等，在夏季会出售一些二手凉鞋、扇子、电风扇及各种运动器材(足、篮球)等)。地域性销售战略：为确保资源、信息的顺利流通，我们将不仅在本校进行销售与各种服务，而且会在不同时间进入其他大学开展。本公司还将组织人员上门推销、报刊广告、宣传单、中介服务、同学之间的互相宣传等方式树立企业的品牌。

主要依靠校内的宣传来吸引大学城内的学生群体，从而一小做起，积累资金，小组成员同时在大学周边收集废旧物品，如废旧手机，mp3，mp4，书籍，自行车等，尤其是学校内部的一些纸质废品，来积累资金。仓库方面的预算，可以向学校申请一个小的仓库。本交易市场的产品销售周期为半个月，每半个月清理库存的二手物品。

其次开有网络超市，网络超市是以校区各大超市为基本站点和货物供应商，借助网络平台，为大学生提供各类商品信息，实现超市购物零距离的一种服务。提供给超市一个新的商品展示平台，也给大学生购物提供了一种新的途径。架起供需桥梁，带动本服务的发展。

网络超市服务方式：我们将与校区附近大型连锁超市合作，以网页的形式展出商品。在我们的主页，将建立起各大超市的链接，供客户选择。进入相应的界面，客户将看到相应超市的货品详情，共客户参考，其中包括了图片和价格等基本信息，对于特殊的商品，如食品类，客户还可以看到生产日期，保质期，新鲜度，原产地等详细信息，方便客户能像在超市般挑选商品。

为了让大学生群体更方便的享受到我们的服务，我们将与学校的校园网进行合作，在其主页设立我们的网页模块，可以直接链接到我们的主页，我们还为供应商提供了展示的平台，可以在此发布促销和活动的信息，可以吸引到更多的关注，我们也将定期更新物品的信息，做到与超市的真实情况相同步。

网络超市运营方式：作为一种网络平台式服务，我们将从各大超市获得服务费用和宣传费用，作为我们的主要收入之一。大学生除了可以在我们的网站上看到附近超市的货物信息，为购物导航外，还可以直接在网站上向超市下达订单。

我们将与当地的宅急送合作，提供货到付款的服务，由于是短途运送，可以省去邮寄费用，使得大学生得到实惠，为了区别于其他购物方式，我们将在校园设立运营点，类似于超市的小分店，提供货品的展示，让大学生可以现场验货购买。或者选择网站购买，运营点也将成为购物时的\'运送站点，大学生在网上订的货物将送达运营点，然后再签收。

1)网店结合，品质保障，由于是和超市合作，货品质量有超市的保障，当质量出现问题也可直接和超市进行调换，售后无忧。

2)短途运输，速度保障，校区与超市间距离很近，在网上订购的物品，可以确保在半天内送达。

3)现场验货，放心实在，以往的网购只能看到图片，没有直观的感受，而在我们的运营点中，顾客可以看到实物，是购物更放心。

4)距离短，免邮费，相比其他网购，如果选择货到付款的方式购买，必须承担高昂的邮寄费用，而我们的产品，来自于附近的各大超市，无需长途送货。

5)对象明确，市场广阔，我们的主要对象是大学生群体，购物欲望强烈，群体基数大。当发展到一定程度，我们将在其他地区复制这种服务模式，以求更大的发展。

2、营销队伍和管理

应把与用户直接接触的经营生产人员和管理人员，纳入市场营销队伍中来。只有纳入到营销队伍后，这些人员才能更好地担负起营销工作。对营销队伍要培养礼仪和收集信息的能力。

我们可以通过这些人员参与市场调查。因此,对这些人员的培训重点应放在礼仪和市场调查方面。独立的专门营销机构是我们进行营销工作的主体。对这支队伍的建设我们应分为高、中、一线营销人员分别进行培养。对于高级营销人员重点放在市场分析和策划;对于中级市场营销人员重点放在组织营销计划的实施上;对一线营销人员重点在推销的技能和参加市场调研工作上。

专职营销队伍的建设应立足于跳蚤市场企业,采取适度引进的方针。市场营销队伍的建设，其主要渠道就是通过培训来实现。在培训过程中要突出实践，要让受训者有更多的实践机会。培训的方法要灵活,注重讨论和交流，在交流和实践中使学员的能力得到提高。

学习和借鉴其它企业的营销思想每个行业都有在营销中搞得好的企业。学习和借鉴他人的营销方式和营销思想对跳蚤市场具有重要的意义。

事实上,出色的营销企业往往代表着市场营销的发展方向,这有利于加快市场营销的发展步伐,有助于市场营销队伍的成长。提高市场意识不仅要求专门的营销部门要关注顾客需求，而且要求企业的所有部门都承担起收集市场情报、沟通信息,满足市场需求的重任。为了实现这种目的和发挥其它部门的作用,应在全公司普及市场营销的基本知识，加大对职工进行市场意识培训的力度。

3、促销计划和广告策略;

网络部分

1、网上折价促销：这是目前网上最常用的一种促销方式。因为目前网民在网上购物的热情远低于商场超市等传统购物场所，因此网上商品的价格一般都要比传统方式销售时要低，以吸引人们购买。

我们的网络超市模块可以采用这种方式，超市货源虽然成本较高，但折去邮费，加上我们主要是看销售费用提成的方式取得收益，由足够的资本折价，由于网上销售商品不能给人全面、直观的印象、也不可试用、触摸等原因，再加上配送成本和付款方式的复杂性，造成网上购物和订货的积极性下降。而幅度比较大的折扣可以促使消费者进行网上购物的尝试并做出购买决定。目前大部分网上销售商品都有不同程度的价格折扣。所以这就要求我们的商品有足够的价格优势。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇十**

1. 华东师范大学地处闵行，女生居多，尤爱盆栽绿植。

2. 目前市场上少见盆栽品牌，竞争压力小，市场空间大。

3. 陌上盆栽项目团队由华东师范大学同学组成，有传播学院和植物学相关专业老师指导，团队干练，专业性强。

4. 目前已经确定供应商，供应成本低。可期望回报率大。

5. 陌上借助校内平台资源，销售绿色自然花卉盆栽，美化校园环境，放松师生心情。

6. 通过花卉盆栽这一媒介进行校园活动，增加学校曝光度，反映当代华师大学子积极融入社会，对社会的关怀之情，与“爱在华师大”自然呼应。

1、 项目描述

2、 产品与服务

陌上盆栽主要经营长期性花卉盆栽，例如芦荟、青龙草，栀子花、仙人球、观音莲等，这类植物可以吸收电脑辐射，而且绿色养眼，有利于健康。华东师范大学女生居多，市场空间大（可见附件1市场调查统计表）。

产品主要通过校内活动进行推广，然后可以通过线上平台例如人人主页、微博账号、微信等进行预购，提供送货上门服务，另外还有专业的指导老师以及从业人士对于特别植物进行种植指导。华东师范大学地处闵行，偏僻少人，盆栽流动摊贩也极少，竞争对手几乎没有。

产品定位于华师大师生，打青春牌，走绿色阳光路线。

3、 行业及市场

在此之前并未有人在华师大销售过绿色盆栽，根据调查报告显示，绿色盆栽在华师大学子市场空间大，可以达到一定规模，由于华东师范大学地理的特殊性，行业竞争对手较少。

本项目团队的竞争优势在于发现市场真空领域，抓住了品质服务的制高点，定位准确，借助校内平台资源，有着可靠的供应链保证，加上大学生创业基金等财务保证，专业老师进行指导，估计在短期内可以稳定下来，长期阶段可以实现获利。

4、 营销策略

a.定价：根据植物特色和需求定价，目前暂时定价有：

芦荟 xx元/盆 观音莲 xx元/盆

b.促销：季节性植物可以应时而动，例如情人节的含羞草等，另外在校内举办大型活动时可以折价促销，便于品牌推广，例如十大歌手等。

c.建立销售网络：主要在线下，以社会和寝室楼栋为单位。线上平台可以建立微博账号、人人主页，可以参照近年微博创业典范“野兽派花店”。

5、 资金需求

a.资金需求量：根据物流后勤宣传等预算估计，启动资金五千元，流动资金两千元。

b.用途：物流费、交通费、宣传海报等费用。

使用计划：

c.投资者权利：早期联合创始人共同享用拥有权、决策权、执行权、以及处理权，中途赞助方享有部分拥有权、知情权。

d.退出方式：根据投资方式和价值以及项目目前估值而分配。

6、 财务预测

在未来三年到五年内，销售收入可以每个盆栽毛利率80%，收入，利润，资产回报率可以达到两倍。

7、 风险控制

在初期创立过程中，由于大多数核心成员缺乏创业经验，可能出现组织臃肿，财务混乱。人员分工不明确而导致效率低下，最终导致经营不善而产生纠纷，在这种预期下，应该在专业的指导老师安排下统一规划，降低创业失败风险，另外，核心成员应该统一观念，在不断的磨合中达成一致协议。

陌上，给青春一席阳台！

1、 项目背景

作为身处于闵行郊区的华师学子，时常为大学生活单调乏味而苦恼，当代青年除去学习之外应该有自己的生活方式，更应该有自己的生活姿态。陌上盆栽，就是随着这种自然阳光的清新风应时而动，为华师学子提供低廉、美观、怡情的花卉盆栽，装饰华师大美丽校园，使之成为众高校中一抹绿色的青春。

同时也更好地服务同学，陌上，给青春一席阳台。当使用电脑较为疲倦的时候，学子可以走上阳台，放眼华师大，闻着花香，心旷神怡；当读书学习烦闷无解时候，学子可以用手去触摸花卉盆栽，用心去呵护照料，感受到那份种植的乐趣。

2、 项目宗旨

陌上秉承着“绿化华师，服务同学”的宗旨，努力使自己的母校校园文化与众不同，让社团活动更加青春动感，以及在学子中倡导青春自然的生活方式。陌上在专业老师的指导下，诚信经营，能够在短期内规范运作，加上创业核心团队的负责、热情，将会成为华师一张优秀的名片。

3、 项目介绍

陌上盆栽主要以花卉为主，统一从上海，江苏供应，大部分物流费用由供应商负责。盆栽储存在樱桃河边空地，大学生素质高，因此没有看管等闲杂成本，为我们将会用专业的植物团队对此进行料理。在筹备期间，我们将凝聚一个十人左右的核心团队，分别负责市场、宣传、后勤，在学校举办大型活动期间我们大力推广陌上盆栽品牌项目，其他时间采取团购、预定等方式销售，而且送货上门。

1、产品品种规划

陌上盆栽主要产品有：

我们将会在之后的学子反馈中进一步完善品种规划，力图使得消费市场无空领域，满足消费者需求。

2、未来产品和服务规划

根据供应商方面信息表示，陌上盆栽将会继续推出一些珍贵奇特的花卉盆栽，例如xxx。

在中期实施阶段过程中，项目团队将会不断调研、讨论、总结，从而调整自己的服务规划。

3、实施阶段

a.举办植物栽培讲座，从而吸引更多学子了解植物以及陌上盆栽项目。

b.通过和植物相关的社团合作，推广品牌。

c.在学校社团活动期间，可以免费提供花卉盆栽进行装饰，达到一定知名度后可以采取租金费用。

4、服务与支持

陌上盆栽项目得到了学校老师的大力支持和华师学子的热情参与，相关供应商也非常乐意看到广大市场。本项目在科学商店的资金支持下，将会秉着“绿化华师，服务同学”的宗旨，真正践行知行合一的理念，历练自我。

1、市场介绍

花卉盆栽市场属于情趣 高雅的环保行业，品牌形象附带价值高，“陌上，给青春一席平台”，清新而文艺，消费者购买的不是盆栽，而是心情。

2、目标市场

华师三万到四万的学子，以女生为主。

3、顾客购买准则

顾客购买是一般以创意、美学价值为主，其次种植的难易程度，最后是性价比，所以盈率较高，附带价值大。

4、竞争对手分析

华师地处偏僻的闵行，流动摊贩较少，而郊区有种植盆栽的农户，但是由于品种单调而缺乏创意。另外如果创业初期阶段成功，可能会有跟风者随行，这时候应该巩固自己的核心竞争力。包括可靠的供应商、创意的产品开发、强力的线上推广、优质的线下服务。

1、市场计划

短期时间内尝试在女生宿舍中推广，然后通过社会活动而提升形象，具体阶段安排可见实施进度计划。

2、销售策略

a.日期纪念型：如情人节，端午节，重阳节，开学季，毕业季。为此制定专属营销方案，既有纪念意义，也起到宣传效果。

b.事件营销型：用盆栽制作一个很大的“屏幕”，展示大家很关注的事件，如昆明事件，可以与樱桃河岸摆出蜡烛，做祈福字样。好人好事、感动华师等也可以，在事件曝光的同时提高陌上品牌知名度。

c.赞助广告型：为各大校园活动提供盆景装饰，待一定知名度后可以采取租金费用或者赞助费用。

d.领养活动型：在规模大种类多的情况下，可以通过同学领养的方式（免费，经过短期培训），将盆栽分发于各个寝室，形成一道景观，待销售或活动时收回，评比出最好的一组，赠送丰厚礼品。

3、渠道销售与伙伴

渠道主要是海报宣传、涂鸦创意、线上推广、波浪式宣传等，指导老师有华师大传媒专业副教授李同兴以及植物学系著名副教授李宏庆，合作伙伴有华师大园林科和学生会宣传部等。

4、销售周期

通常以季节和校园活动为主，分为春季度、夏季度、秋季度、冬季度，开学季结业季，及节日特别活动等，结合不同盆栽花卉的观赏价值，主要运营时间为非考试周期间。一个销售周期力图使得本季度的畅销盆栽销售顺利，在上个周期开始筹备，而且本周期应该为下个周期的主打盆栽造势。

5、定价策略

创业初期阶段以运营为主，降低价格，但是有些核心产品应该树立品牌，部分盆栽降低价格有利于推广，形成价格差后方有回旋余地。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇十一**

我的名字叫xxx，于xxx学校，是xxx专业学生，现在为了深造就读于xxx，毕业后于xxx上班，后来因为本身对自主创业感兴趣，本身家人也是在我很小的时候就经商，从小耳濡目染，注定我会走向这条路，现在由于暂时没有什么经商经验，对于刚毕业的我来说资金也成为了很大的一个问题，后来有次无意间逛夜市，突发奇想想到了摆地摊，理由是：1、不用付高额的租金2、经营起来比较灵活3、能让自己熟悉进货渠道，为以后经商打好基础。另外也问了一些对这方面有经验的人的意见，摆地摊主要是要成本低但货又要比较新颖、独特，后来我就去了各地淘货，大概的情况是xx的货新颖独特、更新速度快、质量比较好，但价格较贵；xx主要是做小商品，货便宜品种多；xx主要做服装和鞋，衣服相对来说比较便宜，对这些情况大体了解后我们想首先要进些新颖独特的商品，所以始发站是xx，经过两天的淘货，我选择了一种比较新颖的雨伞，外形像红酒瓶，也有像水壶的，进价也不是很贵，考虑到xx这边还没有的情况下，我进了一些，回来一卖效果非常好，很多人都没见过这种雨伞，卖点也非常好，下雨天雨伞湿了就很不方便携带，有个瓶子装着的话就很方便了，第一炮算是打响了，后来考虑到货的品种比较单一，经过探索后现在主营业务为服装，因为利润较大。

下面我阐述一下我开店的具体计划：

1、首先将确定要做什麼以及要面对消费群体；2、进货渠道；3、资金分配；4，经营管理。

由于资金有限只有5万元，我选择了自己比较熟悉的服装行业，开个女式服装店，理由：

1、人靠衣装，女性是最爱美的群体，所以服饰对女性来说是永远也不会被淘汰的。

2、在选定行业之前，我先衡量自己的创业资金有多少，5万元。

3、选择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。

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面。火车站这块商圈不错，火车站这里交通发达，人口密集，市场是没问题。而且这里离货运站近发货方便能节约成本，并且马路对面有做得比较成熟的几个大市场，如：xx等等。

租好了店面，下面要装修了。店面装潢关系到一家店的经营风格，及外观的第一印象，因此，装潢厂商的选择十分重要，所找的装潢厂商必须要有相关店面的装潢经验。考虑到火车站这边店面装修方面不是很考究的情况下，所以在成本上可以进行缩减，首先做招牌，另外只要买一些挂衣服的架子（可能之前店里面有），另还有一些墙纸进行装饰，灯光照明，总共大概xx块够了。

选货：选样，款式，品牌，数量。

选货要掌握当地市场行情：这对该地的实际情况，货品的价格都不宜过高，所以在进货，当然也不能全进xx货，xx那边的衣服比较新潮。我准备进货安排在每个星期的三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的。

针对刚起步不用雇太多人，选择一个比较熟练的卖手，xx/月+提成，提成为月营业额的xx%，提高她们的积极性，当然如果表现好可以酌情加薪。

房租：免租金这能省一大笔费用付xx的押金。

（1）、装修：

1、全身模特xx元一个买xx个模特合计xx元。

2、店内装饰包括墙纸xx元、灯光照明xx元、招牌xx元（约xx平方左右）、试衣窗帘xx元、衣架及挂衣服的架子xx元左右。

（2）、产品首批调货xx万元（xx个档次，其中主要中高档占xx%，补充中档占xx%，特价品、服装配饰占5%）（中高档次进价为xx-xx元之间、中档次进价为xx-xx元之间特价，服装配饰进价为xx-xx元之间）。

（3）、水电费、电话费：xx元/月\*xx月=xx元/年。

（4）、不可预知费用：xx元。

以上汇总，全年费用为xx元，全年纯利为：xx元-xx元=xx元这是根据每天净利润xx元的平均值，当中肯定有好有坏。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇十二**

经济日益迅速的发展，科学技术的日益更新，就需要我们及时捕捉到及时，准确的市场信息。处于发展x家的xx，就像一条欲腾空而起的龙。作为龙的传人，我们当然义不容辞地要承担起这个责任。

网络的日益普及，带动了整个市场经济的发展，也带来了无限商机。根据可靠资料显示，xx在不久的将来将成为全球最大的计算机买方市场，计算机将很快进入千家万户，而网络营销也将会随着计算机的大量普及而迅速火爆起来。

鉴于处于中原中心地区的郑州拥有特殊的地理资源优势，我准备将创业店铺开在郑州市区二七区。同时，实际开店的同时兼营网上商店，开展网络营销。

研究数据显示:从xxxx年，在互联网，电视，电台，报纸和杂志这五类媒体中，女性对网络媒体的接触比率显示比较稳定，呈明显的增长趋势，媒介体对女性的影响力将越来越多表现在网络渠道。总体看，越是收入高的女性，越是关注时尚媒体的女性，将更多成为互联网的重度使用者，而越是重度互联网接触的女性，她们的学历更高，消费能力与消费品质的要求也更强。勿庸置疑，互联网在影响这类女x的渠道中将越来越占据优势地位。成功的互联网营销也将为市场创造广阔的空间，女装的时尚化和潮流化，不仅仅被年轻女性关注，也受到中年女性的垂青，中年女性对服装的需求也显示了中高档中年女装市场的光明前景。因此，本店将市场定位为销售中高档中年女装。

四、可靠性调查

河南郑州地处中原，资源丰富，人口众多，往来客商不绝，而中原地区的服装待业又是引领服装待业的时尚先锋。尤其是郑州的女裤更是全国有名，目前正是呈现出一派欣欣向荣之景象。中原最大的服装批发基地也在郑州，因此在郑州开店不仅可以掌握及时准确的市场信息，而且还可以批发到物美价廉的服装。对有些中年女性来说，身体有些发福，而一般市场上的服装多以满足年青女性为主，所以有时候她们很难买到称心如意、时尚又有品味的服装。因此我们预测，将创业资金投入于中年中高档服装领域具有十分广阔的市场前景。

五、小店名称及简介

名称:舒心小屋

本店主要经营各种中高档中年女装，款式新颖，品味独特，当您穿上我们为您精心设计的服装后，将更能显示您高贵、典雅、端庄的气质。

六、小店宗旨

本店秉承顾客就是上帝的宗旨，保证质量，服务一流，及时送货，满意顾客，让您好有宾至如归的切身感受。

七、货源搜集

在关注本地区市场的同时，我们还会密切关注各地区服装行业的变化动态。在货源搜集方面，我们也不会仅仅拘泥于一种形式，这就需要我们多方面努力。不过，我想只要做好以下三点，也是不愁没的赚的。

1、充当市场猎手

密切关注市场变化，找那些商场打折厉害却又在网上销售的非常火的名牌服装，在换季或特卖场里买品质上乘的品牌服饰，再转手到网上卖掉，利用地域或时空差价获取足够利润。

2、买入品牌积压存货

有些品牌在库存积压很多，而品牌商品在网上是备受关注的分类之一。很多买家都是通过搜索的方式直接寻找自己心仪的品牌商品，而且不少品牌服饰虽然在某一地区发球积压品，但由于网络覆盖广的特性，完全可使其在其他地域成为畅销品。只要有足够的砍价本领，相信到时候一定能以低廉的价格买到畅销的网上流通商品，一定能获得非常丰厚的利润。

3、批发商品

经常到郑州服装批发基地去转转，通过和一些批发商建立良好的供求关系，争取拿到第一手紧俏货品，而且能够保证网上低价位的销售，相信会有不错的业绩。

找到货源后，我们准备先少量试卖一下，如果销量好再考虑增大进货量，在和供应商建立良好的供求关系同时，争取和他们达成供求协议。在商品卖出去后再去进货，这样既不会大量占用资金又不会造成商品积压。总之，不管通过何种渠道寻找货源，低廉的价格是关键因素，找到物美价廉的货源，网上开店和实际开店就都有了成功的保证。

八、营销策略

实际开店和网上开店有些不同

实际开店需要对小店进行实体布置和装潢，其风格应与服饰的类型以及顾客的心理接受程度相吻合。而网上开店就需要对网页设计的样式进行精心设计，把网页做得精美生动，下载速度快，同时应易于操作，让消费者选择自己所需要的，实际开店具体策划如下:

策略一:中高档中年女装消费群体需定位清楚，服装而已和陈列方面，应当讲究均衡、协调陈列讲究得当、准确，把某一款式的服装定位体现出来，比如某一款式的服装适合40-50女性，那么就要选择身材适当的模特架来陈列，过胖或过瘦会影响视觉效果，错觉也会给中年女性的选择购买带来障碍。

策略二:给服装赋予中年女性特别关注的文化内涵，这样才能更吸引中年女性的目光，中年女性不需要浅薄的潮流美，而是要追求有一定文化底蕴，能显示自身气质的服装，通过对服装的陈列、展示、介绍，让消费者认识它的文化内涵；通过由公众参与的现场展示，演出活动宣传，着装方式也是应该有设计的。搭配是着装的基础，只有这样才能够使服装本身的文化内涵与着装人本身的文化内涵结合起来，创造出新的文化内涵，穿出品味。

策略三:向中年女性提供体贴又恰当的服务，可以增加服装的附加值。因为个性化需求正在逐步成为社会化需求的大趋势，所以个性化服务也就也为必然，中年女性不爱张扬、见解独到。营业员更应尊重她们自己的选择，过多地向她们介绍服装，有时会引起反感。

我想，细心做好这几条，定会在中高档中年女装市场上战稳脚跟，随着中高档中年女装市场的需求的增加以及自身不断发展，相信商机无限，机会无限。

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇十三**

一、执行总结

本创业计划的创意背景

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

项目的简述

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

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

竞争优势和劣势分析

（一）竞争优势：

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

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

（二）劣势分析：

（1）我们采购和人事管理以及市场推广经验不足。 （2）资金不足

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

项目的效益

（1）、我校学生旅游市场还没有完全开发，学生人数多，可以开发春游，秋游，个人游 团体游 情侣游 自助游 自由游 游 拓展游 欢乐游 机动游戏游 刺激游，周末散客等等，从而等到丰厚的旅游利润。 （2）、旅游包车，返乡，快递以价格实惠质量优越吸引消费者，以高质量服务打动消费者。这样消费者越来越多，经济效益就会越来越明显。

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

（1）、注重价格，讲究经济，相对更加重视旅游经历

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

（4）、大学生从众心理显著，信息传递迅速 目前学校没有过多重视大学生旅游，其它旅行社对大学生缺乏相应的旅游产品，有着很大的市场空间。

二、市场分析

目标市场顾客的描述

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

我校旅游市场的分析

（1）我校学生旅游目的地的选择以短期、邻近地区、自然风景类为主 由于在校大学生受经济条件限制，他们的出游多以短期到邻近地区为主。《中国旅游报》对上海高校的专项抽样调查显示，大学生选择出游天数多以2～4天为主，比例总和占74。7％[2]。因大学生生活经历少，对学校和家庭以外的事物新奇，他们旅游时多选择与日常生活反差较大的自然风景类的旅游目的地[1]。 （2）出游方式多以自组群体为主

大学生的自我意识和独立意识较强，外出旅游多不愿受限于现行的旅行社线路和组团安排。因而一到假期，高就会出现五花八门的寻“伴”旅游启事。有关调查也证实，大学生出行外地喜欢结伴而行，在人数组合上以2—7人居多，达到74％，其性别构成上是两性搭配占绝大多数。 （3）出游顾虑较多 大学生旅游愿望非常强烈，但因其长期生活在学校和家庭的范围内，缺乏旅游经验，社会实践能力较弱，出游顾虑较多。《中国旅游报》对北京高校的专项抽样调查表明，大学生出行最担心的问题依次是：安全问题（占40。1％）；购车船票问题（占34。9％）；食宿问题（占26。6％）；健康问题（占9。5％）[2]。尤其女生作为其中的弱势群体，对安全等问题考虑更多。这些顾虑也是许多大学生有旅游动机却难以成行的原因之一。

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

市场发展的方向

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

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

三、战略和营销

发展战略

一、实施战略 第一步：（时期：一年）第一笔资金到位后，大部分用于基础运行中去，把有限的人力资源重点放在旅游超市操作方式的推广上。实施多元化经营，大学生旅游租车行李快递回乡车在此基础上，争取更大的投资。 第二步：（时期：第二年）在上海各大高校校园开展相关活动，并争取一期的服务消费者。争取在一年内大学生旅行社业务控制上海高校市场，并以此为基础，同时开发针对其他人员的旅游服务。

第二步：加大融资，扩大业务规模，并适当在业务集中地点建立代理点。

通过战略来实现预期的计划和目标

1、旅游企业与高校社团或高校联合

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

2、高校与高校或学生社团与学生社团之间联合

3、在各高校集中的地方设点，如松江大学城等地。旅游产品宣传要多元化

4、与大学校园周边的店铺合作，加强宣传。

5、利用网络促销

6、培养大学生直销人员

营销策略

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

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

（2）体育旅游。大学生精力充沛，活泼好动，多数酷爱体育运动，可根据这一特点开展具有健身和娱乐性的旅游活动，

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

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

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

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

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

（二）合理定价旅游产品

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

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

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

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

（三）采取多种旅游促销方式

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

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

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

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

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

（5）采用面对面的销售方式

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

四、管理团队

公司结构：一个总经理。下设财务部、接待部、市场部三个部门。

部门设置与职责

总经理：

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

市场部我们设营销组和采购组。

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

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

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

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

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

**大学生创业计划书字 大学生创业计划书免费篇十四**

为了创业，我有如下工作计划：

目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

1、面包、蛋挞、冻品类（慕斯）、月饼、西饼蛋糕、生日蛋糕。

2、一般产品。

3、diy产品。

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。

3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足：

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场

6、缺乏特色产品。

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算针对比较重要的原材料，与人合作，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

风险：

1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。

2、蛋糕等产品属于高热量，与如今减肥当道的女性审美观念相冲突。

3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。

4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业准备例如diy蛋糕大赛；diy巧克力拼图；新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大我们的品牌影响力增加。

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