# 2024年完整的项目策划方案 工程项目的策划方案(二十篇)

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2024-09-05

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇一1、相...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇一**

1、相关行业的市场是怎样的,市场有什么样的特点，是否能够在互联网上开展公司业务。

2、市场主要竞争者分析，竞争对手上网情况及其网站规划、功能作用。

3、公司自身条件分析、公司概况、市场优势，可以利用网站提升哪些竞争力，建设网站的能力(费用、技术、人力等)。

二、建设网站目的及功能定位

1、为什么要建立网站，是为了宣传产品，进行电子商务，还是建立行业性网站?是企业的需要还是市场开拓的延伸?

2、整合公司资源，确定网站功能。根据公司的需要和计划，确定网站的功能：产品宣传型、网上营销型、客户服务型、电子商务型等。

3、根据网站功能，确定网站应达到的目的作用。

4、企业内部网(intranet)的建设情况和网站的可扩展性。

三、网站技术解决方案

根据网站的功能确定网站技术解决方案。

1、采用自建服务器，还是租用虚拟主机。

2、选择操作系统，用unix,linux还是window20\_\_/nt。分析投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等。

3、采用系统性的解决方案(如ibm,hp)等公司提供的企业上网方案、电子商务解决方案?还是自己开发。

4、网站安全性措施，防黑、防病毒方案。

5、相关程序开发。如网页程序asp、jsp、cgi、数据库程序等。

四、网站内容规划

1、根据网站的目的和功能规划网站内容，一般企业网站应包括：公司简介、产品介绍、服务内容、价格信息、联系方式、网上定单等基本内容。

2、电子商务类网站要提供会员注册、详细的商品服务信息、信息搜索查询、定单确认、付款、个人信息保密措施、相关帮助等。

3、如果网站栏目比较多，则考虑采用网站编程专人负责相关内容。 注意：网站内容是网站吸引浏览者最重要的因素，无内容或不实用的信息不会吸引匆匆浏览的访客。可事先对人们希望阅读的信息进行调查，并在网站发布后调查人们对网站内容的满意度，以及时调整网站内容。

五、网页设计

1、网页设计美术设计要求，网页美术设计一般要与企业整体形象一致，要符合ci规范。要注意网页色彩、图片的应用及版面规划，保持网页的整体一致性。

2、在新技术的采用上要考虑主要目标访问群体的分布地域、年龄阶层、网络速度、阅读习惯等。

3、制定网页改版计划，如半年到一年时间进行较大规模改版等。

六、网站维护

1、服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间。

2、数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

3、内容的更新、调整等。

4、制定相关网站维护的规定，将网站维护制度化、规范化。

七、网站测试

网站发布前要进行细致周密的测试，以保证正常浏览和使用。主要测试内容：

1、服务器稳定性、安全性。

2、程序及数据库测试。

3、网页兼容性测试，如浏览器、显示器。

4、根据需要的其他测试。

八、网站发布与推广

1、网站测试后进行发布的公关，广告活动。

2、搜索引掣登记等。

九、网站建设日程表

各项规划任务的开始完成时间，负责人等。

十、费用明细

各项事宜所需费用清单。

以上为网站规划书中应该体现的主要内容，根据不同的需求和建站目的，内容也会在增加或减少。在建设网站之初一定要进行细致的规划，才能达到预期建站目的。

20\_\_年04月22日 星期二 上午 09:49

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇二**

一、项目实施方案概述

软件产品，特别是行业解决方案软件产品不同于一般的商品，用户购买软件产品之后，不能立即进行使用，需要软件公司的技术人员在软件技术、软件功能、软件操作等方面进行系统调试、软件功能实现、人员培训、软件上线使用、后期维护等一系列的工作，我们将这一系列的工作称为软件项目实施。大量的软件公司项目实施案例证明，软件项目是否成功、用户的软件使用情况是否顺利、是否提高了用户的工作效率和管理水平，不仅取决于软件产品本身的质量，软件项目实施的质量效果也对后期用户应用的情况起到非常重要的影响。项目实施规范主要包括项目启动阶段、需求调研确认阶段、软件功能实现确认阶段、数据标准化初装阶段、系统培训阶段、系统安装测试及试运行阶段、总体验收阶段、系统交接阶段等八个阶段工作内容，每个阶段下面有不同的工作事项，各个阶段之间都是承上启下关系，上一阶段的顺利完成是保证下一阶段的工作开展的基础。下面将按照每个项目实施阶段分别介绍。

二、项目实施方案介绍

(一)项目启动阶段

此阶段处于整个项目实施工作的最前期，由成立项目组、前期调研、编制总体项目计划、启动会四个阶段组成。

此阶段主任务：

公司：在合同签定后，指定项目经理，成立项目组，授权项目组织完成项目目标。

公司项目组：进行前期项目调研，与用户共同成立项目实施组织，编制《总体项目计划》，召开项目启动会。

商务经理：配合公司项目组，将积累的项目和用户信息转交给项目组。将项目组正式介绍给用户，配合项目组建立与用户的联系。

用户：成立项目实施组织，配合前期调研和召开启动会，签署《总体项目计划》和《项目实施协议》。

1、成立项目组

部门经理接到实施申请后，任命项目经理，指定项目目标，由部门经理及项目经理一起指定项目组成员及成员任务，并报总经理签署《项目任务书》。

2、前期调研

项目经理及项目组成员，在商务人员配合下，建立与用户的联系，对合同、用户进行调研。填写《用户及合同信息表》。在项目商务谈判中，商务经理积累了大量的信息，项目组首先应收集商务和合同信息，并与商务经理一起识别那些个体和组织是项目的干系人，确定他们的需求和期望，如何满足和影响这些需求、期望以确保项目能够成功。

3、编制《项目总体计划》

《项目总体计划》是一个文件或文件的集合，随着项目信息不断丰富和变化，会被不断变更，主要介绍项目目标、主要项目阶段、里程碑、可交付成果。通常包括以下几方面内容：

项目描述，项目目标、主要项目阶段、里程碑、可交付成果。所计划的职责分配(包括用户的);

沟通管理计划，确定项目干系人对信息和沟通的需要：即什么人何时需要什么信息以及通过什么方式将信息提供给他们。质量管理计划，确定适合于项目的质量标准和如何满足其要求。如果有必要，可以包括上述每一个计划，详细程度根据每个具体项目的要求而定。未解决事宜和未定的决策。

4、启动会

项目组与用户共同召开的宣布项目实施正式开始的会议。

会程安排如下：

共同组建项目实施组织，实施组织的权利和职责;双方签署《项目实施协议》。

项目组介绍《项目总体计划》和《项目实施协议》，包括以下内容：

项目目标、主要项目阶段、里程碑、可交付成果。所计划的职责分配(包括用户的);

项目实施中项目管理的必要性和如何进行项目管理，项目的质量如何控制;

项目实施中用户的参与和领导的支持的重要作用;

阶段验收、技术交接和项目结束后如何对用户提供后续服务。

(二)需求调研确认阶段

此阶段的主要工作是软件公司的项目实施人员向用户调查用户对系统的需求，包括管理流程调研、功能需求调研、报表要求调研、查询需求调研等，实施人员调研完成后，会编写《需求调研分析手册》，并交付用户进行确认，待用户对《需求调研分析手册》上所提到的需求确认完毕后，项目实施人员将以此为依据进行软件功能的实现。如果用户又提出新的需求，实施人员将分析需求的难度及对整个系统的影响程度来确定是否给予实现。需求调研阶段具体包括如下内容：

1、进行需求调研准备

2、编制《需求调研计划》

3、内部评审是否通过《需求调研计划》，项目组、部门经理、商务等人员根据合同要求和项目实际情况对《需求调研计划》草稿进行评审，如评审通过，则在稍后的时间内签署，如评审不通过则重新修改。

4、用户是否签署《需求调研计划》，如用户签署《需求调研计划》，则作为以后需求调研工作的指南。否则重新修改。

5、《需求调研计划》是否有变更，如果计划存在变更，则执行变更控制流程，否则按计划进行后续工作。

6、编写及发出《需求调研通知》，项目组编写《需求调研通知》，确定进行需求调研的相关事宜，发给用户，为顺利完成需求调研工作做准备

7、需求调研，项目组以《需求调研手册》为依据，从业务流程、单据使用、打印格式、报表查询几个方面展开深入和全面的调研，并搜集用户的个性化需求。

8、需求调研分析根据调研的结果，项目组和公司其他技术部门将进一步进行分析，确定合理、可行的需求，将分析结果形成《需求分析报告》草稿。

9、内部评审是否通过《需求分析报告》。项目组、部门经理、公司其他技术部门的人员对《需求分析报告》草稿进行评审，如评审通过，则在稍后由用户签署，如评审不通过则重新修改，直至内部评审通过。

10、编写及发出《需求分析报告确认通知》。项目组编写《需求分析报告确认通知》，发给用户，确定进行需求确认的相关事宜，告之相关部门及人员安排好工作，准时参与需求确认工作，为顺利完成需求确认工作做准备。

11、用户是否确认《需求分析报告》。如果用户确认，并签署了《需求分析报告》，则需求调研阶段工作结束，进行后续的软件功能实现的工作;如没有确认，则进一步进行调研、分析，直至用户最终确认并签署《需求分析报告》。双方签署了《需求分析报告》，需求调研工作结束之后，如果用户提出新的需求或是变更已有的需求，则执行需求新增及变更流程。

(三)软件功能实现确认阶段

此阶段的主要工作是项目实施人员根据需求调研阶段确认的《需求调研分析手册》中的用户需求内容进行具体软件功能的实现工作。在软件功能实现的过程中，项目实施人员将记录软件实现的详细过程。便于公司售后服务之用。每一个实施技术人员必须严格按照要求记录、存档。按照调研要求的所有功能实现完毕后，项目实施人员将编制《软件功能确认表》，将定制好软件功能待用户确认，用户根据《软件功能确认表》上的功能逐一确定软件功能是否达到要求，对不满足要求的功能，项目实施人员将会记录下来并进行功能修改，直到满足用于要求。

(四)数据标准化初装阶段

此阶段的主要工作是项目实施人员指导用户进行系统标准化资料的准备工作，并对用户进行初装资料的软件操作培训，以便用户能够及时的将标准资料录入系统，初装完成后，项目实施人员会对资料初装的情况进行核查，为以后具体业务功能的开展做好基础。

(五)系统培训阶段

系统培训阶段工作是整个项目实施工作中比较重要的工作，用户对软件的操作功能是否熟练将直接影响到后面的软件应用效果，所以软件公司和用户双方要对此阶段的工作给予足够的重视。要充分认识培训的重要性和艰巨性。在项目实施之前对用户的相关人员进行系统和规范的产品培训是非常必要的，达到让用户了解软件产品，最终自己能够解决使用中的具体的问题。

此阶段的培训工作中将用户参加产品培训的人员划分为三个层次：决策层、技术层、操作层，对不同层次的用户参加产品培训人员的培训内容分别是：

决策层：领导在实施中的作用与重要性、决策查询。

维护层：系统维护知识、操作方法。

操作层：操作方法。

具体的培训工作流程为：

1、调研培训信息：在培训开始前3天由用户实施负责人，将参加培训的部门和人员情况填入《受训部门汇总表》、《受训人员情况一览表》。

2、编制培训计划：结合调研结果，与用户实施负责人商议具体培训内容、时间，场地，人员等。项目组编制《培训计划》。

3、签署培训计划：用户签署《培训计划》，进一步确认培训安排。

4、发培训通知：培训开始前2天，按照签署的《培训计划》，将培训内容、时间，场地，人员等信息通知用户实施负责人。

5、搭建培训环境：公司项目组在培训开始前，将培训环境搭建及检查妥当，将培训提纲及培训手册准备好。

6、组织培训：公司项目组培训负责人与用户实施负责人组织相关人员参加培训，按培训制度严格考核。由用户将考勤情况填入《培训人员签到表》。

7、培训考核：公司项目组培训负责人与用户实施负责人组织受训人员参加上机及理论考试。

8、培训总结：公司项目组培训负责人与用户实施负责人一起将出勤情况及考核情况做出总结，填入《培训及考核统计表》，及时向相关负责人汇报。

(六)系统安装测试及试运行阶段

此阶段的主要工作是在用户真实环境下，对用户网络及硬件设备进行测试，对软件系统进行容量、性能压力等测试测试及试运行的目的在于确保系统各项功能均能正常使用，并且符合用户签署的《需求分析报告》中描述的需求，同时把尽可能多的潜在问题在正式运行之前发现并改正;同时目的还在于在正式运行前用户的有关人员能进一步提高操作水平，掌握操作规范。此阶段的主要工作内容为：

1、编制计划： 与用户实施负责人商议具体测试及试运行时间，地点，人员等安排，项目组编制《测试及试运行计划》。

2、签署计划： 用户签署《测试及试运行计划》，进一步确认测试及试运行安排。

3、发测试及试运行通知： 在测试及试运行开始前2天，按照签署的《测试及试运行计划》，将时间，地点，人员等信息通知用户实施负责人。

4、搭建环境及数据准备： 在试运行开始前搭建好软件环境、硬件环境、网络环境、调通线路;检查软件、硬件、网络、线路等各个环节是否有问题;

5、组织测试及试运行： 用户相关各级领导给予全面配合，组织相关人员进行测试及试运行。公司项目组负责担当指挥，检查用户人员组织情况并给予指导，跟踪检查如下情况：

跟踪单据流转状况。

跟踪新资料登录环节。

观察业务流程执行状况。

观察操作人员操作表现。

观察系统运行速度及异常表现。

观察关键数据的正确性。

及时纠正错误操作、对于新发生的问题及时与相关人员沟通，确定解决办法。

6、测试及试运行总结： 测试及试运行完成，总结试运行中设备、软件的运行情况，总结试运行中业务流程和操作环节的情况，以书面总结形式将测试及试运行结果通知相关负责人。

(七)总体验收阶段。此阶段是对项目总体的完成情况进行验收。验收分阶段进行，在每一项目阶段结束时，用户对这一阶段的可交付成果进行验收，在测试及试运行结束后，对系统进行总体验收。

(八)系统交接阶段。此阶段是项目实施的最后一个阶段，主要工作是软件公司项目组向用户移交软件项目，包括软件产品、项目实施过程中所生成的各种文档，并签署《售后服务协议》，项目将进入售后服务阶段。软件公司项目组还需要让用户填写《用户满意度调查表》，对软件公司项目实施人员的整个项目实施情况进行评价，软件公司将听取用户的意见，再今后的项目实施管理中进行加强和改进。

三、软件实施的成功之道

(一)软件必须能满足和适应企业需求

这一点是整个项目能否成功实施的最关键的一环。很多企业都在这一方面吃过亏，在选型时见到的软件有很多功能模块，在样板企业里数据也能跑起来，但当软件买回来了以后，却发现了软件的很多功能与企业的现实差别很大，所以根本就用不起来。不同企业之间的管理流程和对数据的要求差别很大，基本上两个完全相同的企业是不存在的，世界上绝对不会有一种“万能软件”能满足所有企业的需求。企业在选型软件时，要充分考虑各种管理流程的特点、数据的来源、统计报表不同功能模块的关系、企业员工的接受能力及与其它系统的接口等很多问题，所以企业选择的必须是软件提供商为企业订制开发出来的。如果软件提供商不为企业做前期需求分析和订制开发，只是把现成的软件卖给企业，它的实施成功率几乎为零，如果是这样的服务，企业还不如买一套盗版软件。所以我们可以得出这样的结论，企业买软件提供商的不是它的软件，而是它的开发能力。

(二)软件是否能进行二次开发

因为企业现有的流程不是一成不变的，需不断完善与改进，所以软件的功能也需要能进行相应的修改，而且企业在第一次做项目需求时，有些问题可能忽略掉了，所以必须要求选型的软件有强大的二次开发能力。如果软件的结构过于僵死或二次开发能力不强，它未来可能会变成一块“鸡肋”，让企业有种“食之无味、弃之可惜”的感觉。测试软件是否具有快速二次开发能力的方法也不难，就是企业在选型时，不仅要看软件提供商如何演示，还要提出一些个性化需求，看看对方能否迅速开发出来。

(三)软件和实施费用应相对便宜

企业第一次实施由于经验上的不足，风险不是没有，确实有许多优秀的企业是通过第二次实施才获得了成功。因此企业在第一次选型软件时，不要只注意软件提供商的品牌和规模，因为价格越高，企业自身的风险就越高。我们建议企业最好还是购买那些物美价廉的产品，也就是当所选软件都能满足企业现实需求且能进行二次开发时，企业最好选择价格便宜的那家，就好像一个人刚学会开车，就要买一辆奔驰轿车，无论这个人是否真正有钱都不是明智的选择。现在出现了平台化组构的软件产品，它可以通过建模工具迅速按照客户的需求进行软件开发，这样就大量地节约软件开发周期和成本，而且二次开发工作也变得十分的简单，所以企业最好选择这样的产品。

(四)软件操作要简单、易学

由于许多企业过去没有信息化建设的经验，员工一下子由过去的手工工作转为计算机工作肯定有一个适应过程，如软件组构和操作过于复杂，那么一定会加大培训和实施的难度。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇三**

第一阶段 项目准备及预热阶段

【20\_\_年6月28日——20\_\_年8月10日】

1.1 项目vis设计

主要内容：

1第一文库网.1.1项目案名策划及确定

1.1.2项目形象标志设计

1.1.3项目形象导入设计

1.1.4项目事务品设计

1.2 调研/分析与营销策划

主要内容：

1.2.1 项目深度调研与分析

1.2.2 根据调研结果完成《项目营销策划报告》

1.2.3向甲方提供《项目认购期广告投放方案》

1.2.4 向甲方提供《项目认购期广告费用预算》

1.2.5向甲方提供《项目认购期促销方案》

1.2.6方案定案

1. 3 销售团队组建与管理

主要内容：

1.3.1 组建售楼部

1.3.2 建立项目销售人员的薪资制度和管理制度

1.3.3 销售人员培训

1. 4 售楼部装饰及布置调整

1. 5 宣传用品准备

主要内容：

1.5.1项目楼书策划/设计/印刷

1.5.2项目其他宣传品策划/设计/印刷

1. 6 项目形象导入

主要内容：

1.6.1楼体形象包装

1.6.2现场售楼部包装

1.6.3销售人员形象塑造

1.6.4事务用品形象导入

1. 7软体广告投放

主要内容：以城市中心、区位优势、投资理财、现代办公为方向进行前期软文广告投放。

1. 8 与甲方一起进行各种销售文件的准备

主要内容：

1.8.1《销售合同》

1.8.2《认购书》

1.8.3《产权文件》

1.8.4《其它附件》

1. 9 对下一阶段工作准备

主要内容：

对认购期工作进行计划和准备

第二阶段 项目认购阶段

【20\_\_月8月12日——20\_\_年9月15日】

2.1.项目广告投放

主要内容：

2.1.1根据审定的执行意见进行广告投放

2.1.2对投放的广告进行监测

2.2 内部认购期开始

主要内容：

2.2.1以促销手段和技巧促使投资者进行认购.

2.2.2收取认购定金

2.2.3做好部分客户的合同签订工作

2.2.4做好项目的销控工作

2.2.5促使认购者向亲朋好友介绍本项目

2.3 执行评估

主要内容：

2.3.1对广告效果进行评估

2.3.2认购效果进行评估

2.3.3对客户进行信息反馈调查

2.3.4根据销售情况对价格体系进行评估并对下一阶段的价格进行建

议.

2.3.5根据评估作出是否对后期方案进行调整的意见

2.4 开盘方案定案

主要内容：根据市场状况、认购情况、竞争者情况对开盘方案进行最

后确定。

2.5 下一阶段准备工作

主要内容：下一阶段的工作的人员、物件、时间、预案等进行计划和准备。

注:其他阶段的工作根据现在计划执行的情况进行拟定.

长春浩天地产策划机构 20\_\_年6月27日

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇四**

一、 公司介绍

1、公司简介

山西永腾建材股份有限公司，是由中国航天科技集团公司长治清华机械厂永腾建材公司改制、扩建成立的华北地区大型塑料建材企业之一，生产基地坐落在山西省潞城市，园区一期工程占地7万余平方米，总投资2亿元，现拥有各类先进设备80余台(条)，年生产能力3万吨，年生产总值6亿元。

公司拥有雄厚的人力资源和科研开发生产能力。公司以产品质量第一、信誉第一诚信服务于社会大众。产品品种主要有“永腾”牌塑料异型材，铝塑复合管材、pp-r铝塑复合管材、pp-r管材、pe给水管材、pe燃气管材、pe-某b、pe-rt管材、u-pvc排水管材及其配套管件。公司生产设备和原材料均为国内外著名生产厂商提供。产品投放市场以来，公司依靠雄厚的技术力量、先进的产品设计、优质的产品质量、多元化的品格规格和优良的服务获得了社会良好的赞誉。

“至高品质，至诚服务”是公司奉行的宗旨，以高起点、高标准、高质量要求自己，以优质的产品、满意的服务回报社会是永腾建材不变的追求。

2、公司现状

经过数年的发展，新公司焕发出勃勃生机。截止20某某年12月31日，公司资产总额达2.12亿元，20某某年销售额10340万元，净利润1029万元，纳税额150万元。今年预计销售1.2亿元，净利润1300万元，纳税额200万元。

3、历史沿革

公司的前身是长治清华机械厂。长治清华机械厂是中国航天科技集团大型综合性骨干企业，全国152家保军企业之一，国家一级计量单位，全国首批520家重合同、守信用单位之一、中国500家最大机械工业企业之一，全国质量效益先进企业，全国精神文明建设工作先进单位，拥有自营进出口权，并于1996年通过了中国新时代认证中心iso9001和iso9002质量体系认证。清华机械厂依靠雄厚的人力资源和科研开发能力，沿着军民结合的发展道路，不断进行技术创新，优化产品结构，积极开拓市场，圆满地完成了各项科研任务，受到了国务院等国家有关机构的通令嘉奖。永腾建材正是其大力发展的民品之一。20某某年经改制、扩建成为今天的山西永腾建材股份有限公司。

4、资信程度

“永腾”牌新型建材经国家化学建材测试中心和中国预防医学科学院环境卫生检测所检测，各项性能及卫生指标均符合国家相关标准要求。产品经国家建设部科技促进中心专家评议小组评估，授予“国内领先水平”称号，中国建设标准化协会将其列为“工程建设推荐产品”，山西省建委授予其“建设工程优秀产品”，先后获得了“国家权威检测达标产品”证书、山西省名牌产品和著名商标，并被列入了建设部科技成果推广转化指南项目。产品广泛应用于建筑给排水、建筑门窗、地热供暖、城市供水管网和燃气管网建设等领域。

二、项目分析

1、项目基本情况

该项目于20某某年3月份与长治清华机械厂签订合作协议，20某某年7月开始建厂，20某某年8月新厂基本建成，基本实现了边建设、边生产、边销售。20某某年9月份清华机械厂撤走股份，永腾全资运营。目前，公司管理、生产、研发、销售整体就绪。

2、资金投入

两大项目合作，最主要的优势还是在管理、生产、研发、销售资源的整合上，对于资金需求，初步计划是新上10条生产线，约需资金500万元，补充流动资金7000万元，其他需求视合作规模与市场需求，加以规范即可。

3、市场定位

基于“永腾”品牌在业界十七年的市场深耕，“永腾”品牌在山西省尤其是在长治市及周边地区的知名度与市场美誉度不断提升，“永腾”，不仅是一个管材品牌名称，在市场上更是质量、身份与档次的多重象征。目前，“永腾”管业在秉承质量优势的同时，进一步巩固中、高端产品的市场定位，联合“惠丰”做一个中端产品，逐步走向优势互补、做大做强的健康发展轨道。

三、市场分析

1、公司所处行业格局与趋势

公司是一家集生产、销售、研发为一体的大型塑料建材企业。公司自成立以来一直致力于环保、节能减排的新型给排水管材及燃气管材，随着我国对环境污染物的处理力度持续加大，国家对于环境方面的投入逐年增加，污水处理产业迎来发展的高峰期。

一方面，我国历史上排水管网建设欠帐严重，忽视地下埋地管网的建设，导致我国排水管网建设严重滞后于社会经济发展，造成污水收集能力低下，污水处理效能打折，内涝频发。另一方面，由于雨污分流普及率较低，也导致了不必要的水资源浪费。

经历了12、13、14年数大城市的洪涝灾害，市政排水管网问题已经得到我国政府的高度重视，住建部相继出台了《全国地下水污染防治规划(20某某-20\_\_年)》、《“十二五”全国城镇污水处理及再生利用设施建设规划》，规划到20某某年全面建立地下水环境监管体系，到20\_\_年建成地下水污染防治体系，“十二五”期间规划建设15.9万公里污水管网，在完善和新建管网方面共计划投资2443亿元，全部建成后，全国城镇污水管网总长度将达32.7万公里。今年6月份，国务院办公厅印发《关于加强城市地下管线建设管理的指导意见》，把加强城市地下管线建设提升到国家层面，重点安排资金，统筹全国地下管线规划建设、管理维护、应急防灾等全过程，综合运用各项政策措施，全面加强城市地下管线建设管理，用5年时间完成城市地下老旧管网改造，在36个城市开展地下综合管廊试点，用10年时间完善城市地下管线体系。从政策规划来看，未来五至十年，受政府排水排污项目、城市地下管线建设项目等投资需求的拉动，对排水管材、特别是对塑料管材的需求将不断扩大，塑料管材在环保、成本、抗压能力及安装便捷度等方面均有明显的优势。

2、房地产市场及建材市场分析

管业生产、市场与销售状况与国家房地产市场政策息息相关。近年来，国家一、二线城市房地产市场持续低迷，部分城市房地产市场已经趋于饱和或严重饱和。与此相反，国家城镇化建设步伐加快，中西部地区、中、小城市、集镇房地产市场进入快速发展期，从而拉动建材市场快速发展。此外，家装市场、旧房改造、农村地暖市场方兴未艾，管材行业由此进入一个快速发展的黄金时期。

3、竞争对手分析

公司目前长治市场管材企业主要的竞争对手是日丰管业、金德管业、联塑管业、伟星管业和中德集团。日丰、金德、联塑、伟星是四家全国性管业公司，在长治设有办事处，市场份额增速不大。永腾在长治市场最大的竞争对手是中德管业新上项目，但中德是以型材为主，而永腾的主业则是管材，面对中德管业的低价冲击，我们的对策是用惠丰管业的低价位与其抗衡。

4、未来市场预测与影响因素

未来市场空间十分巨大，影响市场的因素很多。从目前销售市场的格局来看，城市给排水市场约占三成，工程市场约占一成，家装市场约占两成，渠道经销市场约占四成，除巩固原有的市场份额外，随着居民生活水平的提高，家装市场的空间潜力巨大，未来市场的前景较为乐观。

四、管理团队

1、人员构成

(1)截止20某某年6月30日，公司员工构成情况如下：

专业类别、人 数、占比(%)、教育类别、人 数、占比(%)

管理人员、30、14.56、本科及以上、16、7.77

生产人员、118、57.28、大 专、43、20.87

技术人员、10、4.85、中专及高中、111、53.88

销售人员、48、23.3、其 他、36、17.48

合 计206

(2)公司没有需要承担费用的离退休人员。

2、组织机构

(1)领导机制

公司实行董事长(会)领导下的公司总经理团队负责制。总经理团队设总经理1人、销售副总经理1人、技术质量副总经理1人、生产副总经理1人、总会计师1人(五人团队)。

(2)组织机构

公司设办公室、财务部、销售部、技术质量部、生产设备部、采购部、仓储部共7个部门，在总经理的领导下开展工作。

3、管理规范性

公司已经组建了精干高效的管理机构，建立健全了各项规章制度，内部管理规范有序，各项工作均有流程，公司高层分工明确，部门职责分明，公司各项管理日趋科学化、规范化、正规化。

五、合作前景

1、永腾与惠丰合作的优势

永腾的优势：

(1)管材专家。清华永腾1997年建厂，1999年投产，多年来进行技术研发、科技升级、市场锤炼，已经成为管材生产制造专家。

(2)市场优势。在山西省尤其是在长治及周边地区，市场优势明显，许多老用户点名用永腾产品。

(3)品牌优势。多年打造的品牌知名度及美誉度，拥有大量的有品牌忠诚度的终端客户。

永腾的劣势在于清华机械厂单方面撤资后，经营资金出现困难。

惠丰的优势：

(1)现成的销售渠道。

(2)资金实力。

(3)国有背景。

惠丰的劣势在于现有体制下，适应市场经济运作的灵活度不够。

综合双方的优势和劣势，永腾与惠丰的合作正好扬长避短、优势互补，形成合力。

2、合作前景

永腾管业与惠丰型材的合作，不仅是产业的合作，更是管理、科技与体制的融合。两强合作，必将有效整合双方的优势与长处，在目前管材市场较好的基础上，预计三年可实现年销售5个亿，年净利润8000万元，年税收总额突破千万，重新书写长治管材市场新格局，不断扩大市场份额，在长治、山西乃至全国建材行业走出一条国企与民营联手合作、优势互补、共强共赢的新路子。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇五**

为弘扬中华武术文化，丰富学校师生课余生活，展示武术的魅力。以“禅武并行、以武会友、切磋武艺、全民健身”为宗旨，日照职业技术学院武术协会特举办本次武术文化节。

一、活动时间：20某某年5月30号—6月3号

二、活动地点：日照职业技术学院又新广尝地滋楼c区报告厅一楼

三、活动目标：弘扬中华武术文明，提倡全民健身，展现新一代大学生的青春风采。

四、主办单位：日照职业技术学院团委、旅游学院

五、承办单位：日照职业技术学院武术协会

六、特邀单位：

济宁医学院武术协会

曲阜师范大学武术协会

山东水利职业学院武术协会

山东外国语职业学院武术协会

日照职业技术学院双截棍协会

日照职业技术学院跆拳道协会

七、活动流程

1、开幕式(王胜男负责)

5月30号在地滋楼c区报告厅举办，邀请指导老师及各大高校武协精英参加。开幕式分为六个环节：

主持人致开幕词，欢迎并介绍嘉宾。

指导老师王敦海讲话。

团总支书记徐伟莲讲话。

会长王中成讲话。

与会人员提出一些关于武术方面的问题由大家来共同探讨，也可以现场切磋武艺，也可以向老师和嘉宾提问。

开幕式结束(备注：主持人要让会场得气氛活跃起来)

2、宣扬中华武术(王振东负责)

5月31—6月1号中午在学校地滋楼c区报告厅播放关于武术的宣传片和有关中华武术的电影。

3、散打擂台赛邀请赛(徐金来、步庆雪负责)

6月2日号在又新广场举行‘武协展风采’散打比赛比赛。比赛期间可以穿插一些武术表演。比赛分为以下六个环节：

主持人介绍到场嘉宾、裁判、宣布比赛开始，请裁判和参赛人员上常

五十五公斤级比赛

六十五公斤级比赛

七十五公斤级比赛

七十五公斤以上级比赛

比赛结束后嘉宾为冠军颁发证书及奖品。

3、闭幕式——武术表演(张卡卡、张银山负责)

6月3号中午在学校又新广场举行武术文艺表演，期间可以对全校热爱武术的同学进行面对面的指导分析和讲解武术动作。闭幕式分为三个环节。

指导老师王敦海致闭幕词

武术节目表演

为了感谢各位嘉宾的到来最后半个小时要为到场的各位嘉宾赠送纪念品。

八、日程安排

5月18日——5月29日向社会商家拉赞助，根据《武术协会外联部服务协议》有关事宜对赞助商提供服务。(外联部负责)

5月20日向各大高校武术协会发出邀请参加散打擂台赛。

5月20日——6月3日对武术文化节活动进行宣传，使活动的举办达到预期效果。(宣传部、网络部负责)

5月23日向老师(王敦海、徐伟莲、许杉杉、田文乾)及各协会会长下邀请函，邀请老师及会长们观看视频和武术表演。(外联部负责)

5月29日前把地毯、音响设备、表演器材及服装、桌椅、幕布等准备完毕。(组织部负责)

6月2日3日现场秩序的维护。(纪检部负责)

6月9日协会内部总结，会长针对本次文化节的表现不足之处进行批评，表现突出者进行表扬。

九、所需物品

刀4把(100元)、棍2根(20元)、剑1(25元)把，表演服若干，散打护具2套(300元)，拳击手套2副(100元)红地毯8某14m一张，音响设备一宗2天(400元)、长条桌两张，椅子10把以上，帐篷两顶以上，幕布一张8某6(720元)，药品(100元)，一次性水杯2袋(10)，矿泉水50瓶(50元)，透明胶带2(6元)，证书15个(75元)，请柬15张(30元)，纪念品水杯10个(200元)，礼服4套。

共计——2167元。

十、资源需要

人力资源：武术协会全体成员

活动场地：学校广尝地滋楼c区一楼报告厅、多媒体教室

活动经费：2200元

十一、活动中应注意的问题及细节

(1)现场演出应由各部门维持秩序、接待嘉宾观众。

(2)会场布置要提前，避免节目开始时场面混乱。

(3)各部门需保持随时应对各种突发情况的状态。

(4)现场必须有一个指挥中心、一个机动小组，负责临时调度。

(5)各部门要严密组织分工协作、精心实施、保障活动的各环节顺利进行。

(6)活动结束后，各组各负其则认真有序的做好后续工作。注：

活动结束后立即开展清理会场工作

各负责人完成自己的工作即可离开会场

活动结束将读此次活动的各项工作进行全面细致的总结

十二、备注

本次活动日照职业技术学院武术协会有最终解释权，未尽事宜，另行通知。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇六**

社会的开放，经济发展，是“洋节日”兴起的必然结果，吃饱肚皮的中国人，已不满足于物质文明给我们带来的享受。精神文明在物质文明的基础上追求品味人生，已成为这个时代的时尚节拍，跟上时代节拍让你人生的梦想插上机会的翅膀，把握机会拥有明天。

通过介绍如何开个鲜花批零店，除了能让你对鲜花行业的经营情况有一些了解之外，更重要的是让你对这种投资形式理解得更深入一些。开鲜花批零店最初的接人进货资金。开店的技巧主要包括熟悉行情，选择地段，店面布置，经营策略，插花艺术掌握，投资风险等等。分述如下:

一、技术掌握没有接触过鲜花的人，早就听说插花是门艺术，而作为生活礼仪用花，我们只要撑握一点包、插花技术就行了。首先要了解花语，什么花送什么人，什么场合适合用什么花，开业花篮，花车的制作，很简单一本介绍插花用书便解决问题。熟能生巧，一个多用便什么都有行了。

二、店址这是开批零店的关键因为零售利润在花卉业中可达50%—80%。大学生在校自主创业学校的领导是非常同意的，而且学校的租金，水费，电费等都是不用交的，我们的创业项目费用只用花价和包装纸的费用，所以地址在学校的创业园。

三、进货进货渠道是批零店的关健，因为鲜花的质量和价位，是你赢得市场的法宝，找到自产自销的货源，可使你的利润空间最大得到保证，作为我们情义花卉。

四、经营策略中国改革已经20个年头，哪里都没有空白市场等你开发，哪一行都有人做，关键看你怎么做，信誉是关健，一靠花卉质量价格，二靠服务质量，批零店如果花卉质量价格由供货商把关的话，作为店主主要靠服务质量。不如先作一个免费送货上门的承诺，无论对于批发商还是零售商，此项售前服务，会为你建立一个逐渐、扩大的信誉体系客户群体。二是避免守株待兔，坐以待毙，无论哪个城市，星级饭店的鲜花布置，都是一个很好的业务，3—5天更换一期，费用少则几百，多则几千元，更何况酒店的婚宴，会议，生日宴又很多，无形带来许多生意，影楼，酒吧，歌舞厅也是你开拓业务的市场，与电台合作，累积返还销售，都是你占领市场的法宝。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇七**

一、活动背景

随着时代的发展，人们的追求越来越来高。食品安全在如今的社会已经成为了热门话题，在国内出现的三鹿毒奶粉、红心鸡蛋、黑心月饼、染色馒头、地沟油、瘦肉精以及有毒饮料事件等等，使我们每个人都心惊胆颤。而在我们身边也有许多的食品危害这我们的健康，那些假的饮用水、假方便面、假零食^每天都在侵害我们的身体，使得吃已经成为人们无时无刻无不关心的话题。为增强师生对食品安全自我防范意识和自我保护能力，希望全校师生有一个健康的身体，能更好的工作、学习和生活，特举办此次“关注食品安全，构建和谐校园”食品安全宣传与教育活动。

二、活动时间：20某某年6月19日(本周星期天)

三、活动地点:大学生广场华表前

四、活动对象：湖北民族学院全校师生员工

五、活动目的：通过举行此次活动，帮助广大师生从预防、急救等方面了解和掌握有关食品安全方面的相关知识。

六、活动内容：

1、通过介绍国家对食品安全的态度以及相关事例，引起广大同学对食品安全的重视。

2、通过宣传单的形式让广大同学知道与自己紧密联系的食品安全相关

3、调查同学们对我们学校食品的意见及建议。

4、介绍有毒食品和安全食品的区别和急救知识。

七、活动流程

1、活动前期：

(1)场地的申请

(2)现场宣传活动人员安排

(3)相关材料的准备

2、活动中期：

(1)会场布置

(2)主持人做活动相关介绍

(3)主持人做食品安全相关知识介绍

(4)通过现场调查问卷征集过往师生对食品安全相关问题的意见

(5)向过往的人员发放食品安全知识宣传单

(6)到每个食堂张贴关于食品安全的标语，同时向每个窗口发放食品安全温馨提示。

3、活动后期：

(1)整理收集的相关建议及意见，及时上报。

(2)对物品的回收和归还。

(3)活动的总结。

八、注意事项：

1、会场秩序维护

2、注意物品保管

九、经费预算：

横幅：96元宣传单：300元宣传标语：100元

写真图片：120元签字笔：10元

合计：626元

湖北民族学院生物科学与技术学院学生会

生物科学与技术学院学生会生活服务部

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇八**

项目名称：待定

投资人员：

一、茶馆定位：

1、风格定位：多元型复合型茶馆，比如茶饮与饮食的复合，装修与理念收传统与现代风格的组合等。

2、功能定位：喝茶、会友、棋牌、简餐、商务洽谈等。

3、档资定位：(1)高档次的商务客户群。

(2)中档次的普通白领和上班族。

4、茶馆理念：优雅的环境，最好的服务，人性化的关怀。

二、选址：

龙里县金龙路左岸ktv直走100米，环境优雅，小桥流水，停车方便，最重要的是一些房产公司办公集中之地，总面积300m2(一楼一底)。

三、投资预算：

1、装修预算：

(1)软件也就是房子的框架装修，按每平米(800-1000元)计算，估25万元至30万。

(2)硬件设备估算：20-30万元，总估算：50-60万元。

2、成本回收预算：

(1)收入，按1人最低消费40元，每天平均客流量40人次，月收入应是：40×40×30=48000元

(2)支出：房租(3500)+人工工资(10000)+原材料采购(5000)总计19500元，水电(1000)。

(3)赢利：48000-19500=34200元，估大概1.5年收回成本。

四、经营范围：

1、消费、品茶、品酒、咖啡、茶点、冷热饮料等(必须本店内消费)。

2、销售、茶叶、咖啡、菜具、特色礼品茶等。

3、娱乐：提供麻将、棋牌、书画等服务活动。

五、装修：

1、装修风格：总体上中式风格为主，可以借鉴一部分西方文化，突出主题，优雅大气，时尚古典(建议使用木质材料为着重点)。

2、空间布局：请专业的设计师并结合茶馆的理念和定位设计。

总之，一个很好的环境，一个潜在的空间只要我们用心去做，我想这应该是一个很好的投资方案。

备注：经商议，我茶馆在赢利的前提下，预算将赢利3%作为湖南商会的备用基金，如果你是商会的成员，如果你有机会在外消费，茶馆将是你最佳之选择，同时会让你享受到来自湖南之家最温暖的感受!

20\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇九**

一、项目背景

千姿百态的花儿述说着千言万语，每一句都述说着“美好”，特别是现在。随着人们的生活水平不断地进步，生活质量不断地提高和对生活的追求。鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀!花卉消费近些年来呈越来越旺的趋势，除了花卉本身所具俏丽姿容，让人们赏心悦目，美化家居等功效外，它还可以开发人们的想象力，使人们在相互交流时更含蓄，更有品位。

这样我们创办古都开封花店以鲜花专递为市场切入点，兼顾长期市场占有率和短期资金回报率以抢占市场，以满足个性消费为主题，以鲜花为试点带动其他产品，最终能形成具有“古都开封花店“品牌优势的市场。是十分可行的。

二、公司项目策化

1、提供鲜明，公司使命

有效，畅通的销售渠道，提供产品服务为根本，促进鲜花市场的大发展。我们的开封将成为一个可爱的信使，把祝愿和幸福送到千家万户。为人类创造最佳生活环境!

2、公司目标

立足开封，服务开封，辐射华中。创建花店一流的公司。

本公司将用一年的时间在开封的消费者中建立起一定的知名度，并努力实现收支平衡。在投入期仅选择网站总站所在金明广场区作为试点市场，该区市场容量比较大，较有代表性，我们将先试用，成功了的话，我们将扩大市场，开分店。

三、经营环境与客户分析

1、行业分析

我们的花店是面对广大市民的，有广阔的市场，消费目标定位在广大市民及在校大学生，将来生意好就将市场扩大到周围的县区，如果我的目标成功的话，目标市场的容量是可观的。

2、调查结果分析

本公司将对高级市民为重点进行客户分析，主要采取问卷调查和个别访谈的方式。

⑴有明显的好奇心理，在创新方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

⑵购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位较低但浪漫色彩较浓的品种。

⑶在校大学生没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

⑷接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

⑸影响产品购买的因素依次为：价格，品种，包装，服务等。

⑹购买行为节日性很强，一般集中在教师节，情人节，清明节，母亲节及圣诞节及朋友生日前后等。

3、目标客户分析

在校大学生购买一般不问价格的。在定单数量上倾向于能表达心声，如大多数订购1支(你是我的唯一)，3支(我爱你)，19支(爱情路上久久长久)，21支(最爱)等等，市民买花我们都要做到最好，物美价廉，给消费者一个满意的市场。

四、经营策略

1、小组成员：

杨蕴红主要负责公司事宜

鲁倩主要负责账目

杨美容主要负责鲜花包装

岗洪波主要负责市场调查和结果分析

2、营销策略分析

2.1品牌策略

花店建设初始，我们便非常重视品牌。在品牌包装上，由美工人员根据详细的市场调查和大胆预测，采取动态与静态页面相结合的设计方案，从视觉形象和文字字体都经过精心规划，力求具有独特创新。

2.2价格策略

花店在原料，包装，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。既走低价格路线，又走质量路线，满足不同层次消费者的需求。

2.3促销策略

⑴宣传策略

利用人工宣传，网上宣传，报栏，宣传栏免费宣传，并与各大报社，地方电台与电视台建立良好的关系，采取互惠互利双赢的战略模式。

⑵服务方面

花店的服务必须是一流的，对于配送队员而言，只要有定单，就必须按照定单要求按时按地送到，并且是微笑服务。在售后服务方面，由客户服务部负责采取以下几种方式：

①打感谢电话或发e-mail进行友情提醒服务，并在客户重大节日时发电子贺卡。

②无条件接受客户退货，集中受理客户投诉。

③设立消费者调查表，附赠礼品，掌握消费者需求的第一手资料。

④第一次订购的客户将收到随花赠送的花瓶，并享受价格优惠，成为会员后享受会员价格。

⑤与客户交流信息，沟通感情，并解答客户最感兴趣的问题。

2.4渠道建设

就目前来看，和其他花店进行联系进行花店联合服务，

3、网上花店策略实施

1、市场范围选择在投入期仅选择在开封金明广场区作为试点市场，该区市场容量较大，较有代表性，我们将先试用，成功了的话，我们将扩大市场，开分店。

2、重点宣传客户，宣传对象以消费市民为主，他们对花品感兴趣。而对于在校大学生往往容易领导潮流，我们利用利用这一点扩大知名度。

3、每年选择几天做现场促销，来吸引更多顾客：

⑴悬挂统一的彩色横幅，位于广场主干道上，数量为3-5条，“古都花店隆重推出”为题搭配悬挂。

⑵弄一个广播进行介绍，并放置一宣传板详细介绍花店内容，并摆放实物鲜花，在宣传当天将配送礼品现场送出。

⑶在宣传的当天并与开封电台，报社联系进行播放。

五，营销效果预测与分析

1、营业额收入

据调查分析，我们可以预测在主要节假日，每天销售额在1000元以上。

2、支付方式

直接交付金额或刷卡

3、订货方式

人力购买，电话订购。另外，我们重点推出倍受学生喜欢的短信订购。

4、客户特点

年轻化，50%为青年人，以男性为主;另外的中老年看朋友看病人的方式消费，他们信誉都较高，文化素质高，无坏帐现象。

5、消费特点

60元以下的鲜花最受欢迎。

接受市场建议，与大众相吻合。

六、经营成本预估

1、原则：

把每一分钱用在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值

2、初期投资：

这一时期，资金主要用于店的选办及装修，产品采购，前期宣传，物流配送等方面上。预计需要人民币3万元左右。正常运作起来大约需要一个月的时间。

3、第二期投资

这一阶段我们的服务将辐射市区及各大学校。，服务的内容会有很大的扩展，服务的质量也将有进一步的提高。其资金来源主要是公司前期盈利的积累和外来资金的引入，如银行的信贷。

八、项目小结

1、主要工作完成情况调查

了解到广大市民朋友的真实需求，而且公司从实现目标，运营机制，项目策略等方面都进行了总体规划。另外，在系统开发计划方面，公司也结合我国的实际情况，参阅了大量销售方面的材料。最重要的是，针对目前鲜花市场上适合市民朋友特殊要求的情况，我们自行设计了一系列服务产品，如短信订购鲜花，附带祝福卡片，电话传情等并且制定了合理的价位。与此同时，我们还设立了论坛，不仅满足了广大青年学生等切实需要，也可以满足社会不同年龄层次消费者的需求!

2、不足与困难之处

由于我们企业刚刚开始计划，资金方面存在严重不足，同时由于时间紧迫，整个计划书难免有些欠缺，不过我们会尽量地去充实，完善之。送人玫瑰之手，终久留有余香。我们相信，在以后的努力中，本花店一定会得到进一步的完善!

这就是我创业的目标，希望我毕业后能够认真的去干好这一件事情，我坚信有努力就有回报。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十**

一、企业概况

主要经营范围

企业类型：

生产制造零售批发服务农业

新型产业传统产业其他

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验(包括时间)

教育背景，所学习的课程(包括时间)

三、市场评估

目标客户描述：

市场容量或本企业预计市场占有率：

市场容量的变化趋势：

竞争对手的主要优势：

竞争对手的主要劣势：

本企业对于竞争对手的主要优势：

本企业相对竞争对手的主要劣势：

四、市场营销计划

1.产品

产品或服务主要特征

2.价格

产品或服务成本价销售价竞争对手的价格

折扣销售

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十一**

项目名称：“花堂花店”项目创业策划书

系部:徐州工业职业技术学院化学工程学院

申请人：卫蕾

联系电话:999

第一章公司简介

一、公司名称：花堂花店

二、组织机构：花堂花店责任有限公司

三、经营范围：主要经营花卉类产品

四、资本构成：各股东投入

五、技术支撑：鉴于广泛的市场调查和良好的经营模式

第二章市场调研

一、校内外市场介绍在校大学生购买一般不问价格,但从定单来看侧重于中档价位.在定单数量上倾向于能表达心声,如大多数订购1支(你是我的唯一),3支(我爱你),19支(爱情路上久久长久),21支(最爱)等等,在教师节这一天往往以班级人数为单位订购鲜花.包装一般倾向于要求高档化,有向个性化方向发展的趋势,对鲜花的质量要求比较苛刻,如不允许有打蔫现象等

二、市场调研本公司对徐州的各高校大学生为重点进行客户分析,主要采取问卷调查和个别访谈的方式.此次我们共发出问卷50份,收回37份.由于时间有限,问卷数量不多,但还是从一定程度上反映了广大消费朋友的消费心理和需求.

⑴有明显的好奇心理,在创新方面有趋同性,听同学或朋友介绍产生购买行为.

⑵购买行为基本上是感性的,但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩,一般选择价位较低但浪漫色彩较浓的品种.

⑶在校大学生没有固定的购买模式,购买行为往往随心所欲.

⑷接受和吸收新事物的能力强,追求时尚,崇尚个性.

⑸影响产品购买的因素依次为:价格,品种,包装,服务等.

⑹购买行为节日性很强,一般集中在教师节,情人节,圣诞节及朋友生日前后.

第三章经营策略一、经营目标：

立足地大,服务武汉,辐射华中.创建一流的花店公司。本公司将用一年的时间在徐州的消费者中建立起一定的知名度，并努力实现收支平衡.在投入期仅选择花店总站所在徐州工业职业学院作为试点市场,该区市场容量在3000人以上,较有代表性，试点时间为一个半月.当模式成功后,经过3到6个月的运营后再扩张到其余的市场.

二、经营策略

1、品牌策略

在品牌包装上,由美工人员根据详细的市场调查和大胆预测,采取动态与静态页面相结合的设计方案,从视觉形象和文字字体都经过精心规划,力求具有独特创新.

2、价格策略

本花店在原料,包装,服务等方面力求尽善尽美,努力给客户最大限度的享受和心理满足.既走价格路线,又走质量路线,满足不同层次消费者的需求.3、服务策略

花店的服务必须是一流的,对于配送队员而言,只要有定单,就必须按照定单要求按时按地送到,并且是微笑服务.在售后服务方面,由客户服务部负责采取以下几种方式:

①打感谢电话或发e-mail进行友情提醒服务,并在客户重大节日时发电子贺卡.②无条件接受客户退货,集中受理客户投诉.③设立消费者调查表,附赠礼品,掌握消费者需求的第一手资料.

④第一次订购的客户将收到随花赠送的花瓶,并享受价格优惠,成为会员后享受会员价格.

第四章资本运营分析

一、资本构成：固定资本5万元、流动资本主要来源于花的销量。

二、盈亏分析及预测：据调查分析,我们可以预测在主要节假日,每天销售额在1000元以上。

三、资本回笼(还贷)分析及资金回笼周期预测：根据调查和销售预测，大概在5—8个月就能把投入的资金回笼。

四、投资风险分析及对策：

第五章诚信经营承诺书

由于我们企业刚刚开始计划,资金方面存在严重不足,同时由于时间紧迫,整个计划书难免有些欠缺,不过我们会尽量地去充实,完善之。经过我们的共同努力和协作,本花店已初具规模,送人玫瑰之手,终久留有余香。我们相信,在以后的努力中,本店一定会得到进一步的完善!

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十二**

一、建设网站前的市场分析

1、相关行业的市场是怎样的,市场有什么样的特点，是否能够在互联网上开展公司业务。

2、市场主要竞争者分析，竞争对手上网情况及其网站策划、功能作用。

3、公司自身条件分析、公司概况、市场优势，可以利用网站提升哪些竞争力，能建设哪种网站的能力。

二、建设网站目的及功能定位

1、为什么要建立网站，是为了树立企业形象，宣传产品，进行电子商务，还是建立行业性网站?是企业的基本需要还是开拓市场。

2、整合公司资源，确定网站功能。根据公司的需要和计划，确定网站的功能类型：企业型网站、应用型网站、商业型网站、电子商务型网站;企业网站又分为企业形象型、产品宣传型、网上营销型、客户服务型、电子商务型等。

3、根据网站功能，确定网站应达到的目的作用。

4、企业内部网的建设情况和网站的可扩展性。

三、网站技术解决方案(当然这要与专业的网站建设公司商议) 根据网站的功能确定网站技术解决方案。

1、采用自建服务器，还是租用虚拟主机。

2、选择操作系统，用window20xx/nt还是unix,linux。分析投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等。

3、采用模板自助建站、建站套餐还是个性化开发。

4、网站安全性措施，防黑、防病毒方案(如果采用虚拟主机，则该项由专业公司代劳)。

5、选择什么样的动态程序及相应数据库。如程序asp、jsp、php;数据库sql、access、oracle等。

四、网站内容及实现方式(这也要与专业网站公司商议)

1、根据网站的目的确定网站的结构导航

一般企业型网站应包括：公司简介、企业动态、产品介绍、客户服务、联系方式、在线留言等基本内容。更多内容如：常见问题、营销网络、招贤纳士、在线论坛、英文版等等。

2、根据网站的目的及内容确定网站整合功能。

如flash引导页、会员系统、网上购物系统、在线支付、问卷调查系统、在线支付、信息搜索查询系统、流量统计系统等。

3、确定网站的结构导航中的每个频道的子栏目。

如公司简介中可以包括：总裁致词、发展历程、企业文化、核心优势、生产基地、科技研发、合作伙伴、主要客户、客户评价等;客户服务可以包括：服务热线、服务宗旨、服务项目等。

4、确定网站内容的实现方式。

如产品中心使用动态程序数据库还是静态页面;营销网络是采用列表方式还是地图展示。

五、网页设计

1、网页设计美术设计要求，网页美术设计一般要与企业整体形象一致。要注意网页色彩、图片的应用及版面策划，保持网页的整体一致性。

2、在新技术的采用上要考虑主要目标访问群体的分布地域、年龄阶层、网络速度、阅读习惯等。

3、制定网页改版计划，如半年到一年时间进行较大规模改版等。

六、费用预算

1、企业建站费用的初步预算，一般根据企业的规模、建站的目的、上级的批准而定。

2、专业建站公司提供详细的功能描述及报价，企业进行性价比研究。

3、网站的价格从几千元到十几万元不等。网站建设的费用一般与功能要求是成正比的。

七、网站维护

1、服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间。

2、数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

3、内容的更新、调整等。

4、制定相关网站维护的规定，将网站维护制度化、规范化。

5、说明：动态信息的维护通常由企业安排相应人员进行在线的更新管理;静态信息(即没用动态程序数据库支持)可由专业公司进行维护。

八、网站测试

网站发布前要进行细致周密的测试，以保证正常浏览和使用。主要测试内容：

1、文字、图片是否有错误。

2、程序及数据库测试。

3、链接是否有错误。

九、网站发布与推广

以上为网站策划中的主要内容，根据不同的需求和建站目的，内容也会在增加或减少。在建设网站之初一定要进行细致的策划，才能达到预期建站目的。以上每一步对一个网站的建设都很重要，一定要做到细致、准确、到位。只有前期工作做好了，后面的工作才能顺利的进行。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十三**

一、 茶馆背景

我国是一个茶叶大国。将茶楼安排在居民区附近，让人们生活的周围有一个安逸的、幽雅的，气氛几乎自然地倾向休闲、雅致、豁达的风格的小茶馆。本茶馆就是提供一个让他们得以缓解压力，放松心情的休闲的地方，在这里他们无拘无束，尽情的谈心交流。让每一个来这里的顾客都能够心情舒畅，生活显得更加丰富多彩，更有乐趣。

二、 店面简介

本店位于居民区人群聚集中心地段，经营面积约为80平米左右。本茶馆装饰自然，随意，负有古典代气息，墙面采用偏淡的温色调，茶房布置合理精致，采光性好，整体感觉休闲、雅致、让每个人在这里心情愉快、宁静。茶馆内采用木质装修，结合镂墙、纱幔、珠帘等极具中国古典建筑风格的装饰材料，每一个茶室的风格都各不相同，根据个人爱好选择不同的茶室。同时提供琴棋书画。。茶房有统一的服装，根据每个茶室风格的不同，穿着也都不同，经过培训后，力求做到举止优雅，服务舒心，让消费者仿佛置身于古色古香的中国古代的茶馆当中。

三、茶室设计

店面总体根据中国古典建筑风格装饰，每个茶室都有自己的特色，另每个顾客来过之后都想去下一个茶室。

视觉识别 ：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显休闲，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，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：柔和、雅致、古典的气息。

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，显示茶馆的格调，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。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近茶馆气氛和消费者偏好，烘托出茶馆的品位。

餐具：干净，整洁，应该体线茶馆特色或者形象。

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。

四、发展战略

本茶馆开业之前，要作广告宣传，前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。本茶馆茶水优质，口感绝佳，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，休闲、豁达是我们茶馆的最大特色。

五、茶馆管理结构

店长兼收银员1名，茶艺师2名，服务生4名。在招聘店员时，应具备吸引力的仪表：着装整齐干净，款式适时、美观大方、表情朴实坦诚。另外对具有对品茶深有研究的人员优先录用，以便为一些品茶高的人服务。

六、市场分析

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。

优势分析：本茶楼装饰古典雅致，极负古代气息，，一种安静幽雅的环境氛围会让每个人的心情得以舒畅。布置合理整洁，古典的音乐。享受古人的那份优雅的气息。本店服务人员的服务会统一培训，保证会让每个顾客找到一种家的感觉。

劣势分析：由于刚起步，茶馆的规模较小，品茶的人力资源、服务项目等都比较有限。而同行之间竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。

七、风险预测与处理

茶馆的服务与产品质量的高低与经营成本有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成

本与利润也是直接挂钩的，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.由于茶楼刚刚起步，要在经营中不断完善，严格按照预算控制投资，有效控制风险。在淡季，加大销售、宣传、促销力度，多采用熟人介绍的方式，利用节庆等礼品旺销季节推销会员卡，尽可能在熟人圈、周边人群圈中建立稳定会员客户群。

八、财务状况分析

1.据计算可初步得出茶馆开业启动资金约需10600元(场地租赁费用20\_\_\_\_元，茶馆卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，茶馆用具购置费用3000元，基本设施及其他费用等4000元)。

2.运营阶段的成本主要包括：员工服装，员工工资，物料采购费用，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400元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为五个月。

九、 营销组合策略

由于本茶馆的经济实力尚弱需要采用一些技巧化营销策略。本茶馆提供茶艺、琴艺欣赏及文房四宝和围棋。聘请茶艺师及古筝表演者定期表演，对书法爱好者可让其留下墨宝，对围棋爱好者提供围棋。茶馆内设收藏厅，提供各类有关茶的书籍，供人闲时阅读。并收藏有

各档次的特色茶具，供人欣赏，有意者也可购买。对茶房一系列的服务流程进行严格的培训，做到微笑迎客 、引领客人入坐 、送上手巾给客人等。培养茶房的服务意识，给顾客提供最好的服务。

另外再做出持续性、计划性的制度，避免普通茶馆的顾客忠诚度不高的缺陷，保证茶馆的先天优势，为了使本茶馆能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本茶馆将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

l、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。

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、建立茶馆顾客服务调查表，定期由营销部专人负责对顾客进行跟踪服务。

十、大力打造茶馆的品牌形象

处理各方面的关系，为茶馆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。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，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，提供优质的服务，正确处理顾客的要求

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十四**

康泉酒厂是一家具有30多年白酒酿造历史，拥有比较强的技术力量，有生产名优酒的能力。但是由于康泉酒厂创优意识不强，生产的酒多以低档酒为主，因此康泉酒厂的产品在市场上反映平平，不能引起社会各界的关注，本厂的业绩一直不好。因此康泉酒厂决定开始生产“古韵”系列高档酒。并邀请万维策划公司对其进行营销策划。

一、策划目的

本策划通过对白酒市场及消费者的购买行为的分析，以及高档白酒的市场分析，对“古韵”系列高档酒制定出详细的产品推广方案，以求出奇制胜，招揽百客。

预计第一年销售额达20\_\_万元左右，第二年销售额达5000万元左右，两年内，市场占有率达10%。

二、市场状况分析

1.宏观环境分析

中国白酒的消费总量趋向平稳，但是呈现集中的趋势，知名品牌的销售额稳步上升，一部分中小企业的市场空间被挤占，销量被掠夺。近年来，由于税负增加，原材料上涨，白酒企业的生产经营成本不断升高，为增加盈利，白酒企业加快推出中高档产品步伐。

白酒特别是名优白酒，附加值高，外资垂涎已久，中国白酒企业将面临严峻挑战。由于白酒行业同时具有生产资源的垄断性，储藏阶段的升值性，以及消费的奢侈性，这些独特的消费特征构成白酒较高的盈利能力，白酒行业的景气度持续回暖。

2.产品分析

本品是以白芍、伏神、炒枣仁、五味子、夜交藤、枸杞、白酒、水为原料制成的保健食品，经实验证明;具有增强免疫力，缓解体力疲劳，疏肝理气，安神养血的保健功能。由康泉酒厂独立研发的具有保健功效的古韵酒，采用康泉的浓香型基酒酿制。古韵牌”钻石酒(以下简称“古韵酒”)，以优质基酒，遵循四百余年中医古方，精选白芍、伏神、炒枣仁、五味子、夜交藤、枸杞等药材，酿造出代表作——“钻石酒”。35度“钻石酒”色如闪钻、酒香浓郁、回味无穷。康泉酒属浓香型，以优质小麦采制高中温混合使用，又精选糯高粱为酿酒原料，并采取\"香泥封窖、低温入池、长期发酵、混蒸续槽、量质摘酒、分级贮存、陈酿酯化、精心勾兑\"等先进工艺。

3.竞争者分析

不同类型的产品市场呈现品牌垄断竞争特征，五粮液占据了浓香型产品的主要市场，贵州茅台占据了酱香市场的主导，浓香型白酒与酱香型白酒共同形成白酒市场主流，众多品牌在这两个市场展开争夺。四川郎酒也是酱香市场强有力的竞争者。浓香型与酱香型产品构成直接竞争关系。并且目前保健酒行业市场容量大概在20亿人民币左右，总销量10万吨左右。总体上年增长率5%~10%。随着众多竞争品牌的加入，及传统的饮酒养生观念的转变，市场增长幅度将会进一步扩大;目前全国市场从事保健酒生产和销售的企业约有100家，分布比较散。拥有卫食健字批号(国家认定)大约300余个。但真正拥有一定资源优势(主要是技术优势、原材料优势、人才优势)的约20家左右。能够真正形成竞争威胁的，目前商不足5-7家。在区域市场竞争比较激烈，但其竞争不具备全国性; 保健酒行业的竞争门槛主要源于产品概念策略与营销执行。我们看到有很多很好的产品却无市场，如广东德庆的首乌滋、巴戟酒，四川的竹荪酒，陕西的黑糯米原汁酒，湖北的本草纲目家方酒等等，产品认知度很低，最后不是被别人收购了就是面临破产，奄奄一息。其次就是酒类生产许可证和保健食品的申报难度较大，耗时比较长。保健酒企业主要的竞争对手其实不是同行，而是来自于白酒、葡果酒及保健关联行业，保健酒行业的增长很大一部分来自于白酒等相关行业份额的下降。保健酒厂家之间的竞争目前阶段主要在于产品定位和市场定位之间的竞争，但随着众多竞争者的加入以及现有参与者产品结构多元化发展，总体上会有一个质的飞跃;较高的行业利润水平和深厚的市场前景，已经开始吸引众多的厂家参与。根据中国市场的特质，势必短期内出现大量的追随品牌，如同宁夏红一样，前赴后继者现在如同牛毛。如果有超过10个以上的实力企业合力保健酒市场，保健酒的竞争格局很有可能因此而打破，机会和风险都大大增加。同时，保健酒产品会走向成熟。

4.消费者分析

通过一系列市场调查，我们得出40岁以上是保健酒消费的主力，占所有消费人群的57%;其次是30-40岁、25-30岁的两个亚群体，所占比重分别为20%、16%，权重基本相当，18-25岁是保健酒消费比例最小的群体。分析认为，中老年人仍是保健酒的消费主力，这与他们的身体状况和经济能力等因素相关。但是随着人们生活水平的提高以及对保健养生的日益关注，人们的保健意识势必会走向年轻化，因此25至40岁的青年消费群体不容忽视。对保健酒生产商来说，研制生产专供青年人饮用的保健酒意义重大，从青年人中发展培育忠实客户对保健酒企业来说也是一件具有长远意义的事情。

三、swot分析

1、优势分析

1)具有古韵品牌的无形资产的支持。

2)有经典的品质保证。

3)有先进的“战略联盟一体化”和利润中心最大化的营销模式，最大限度地降低经销商的风险。

4)产品系列化发展潜力大

5)有理论功底深厚、营销实战经验丰富的营销队伍协助经销商一同开发市场。

6)国内著名的酒类营销策划公司进行全程跟踪策划。

7)理为营销战略、战术的核心思想，构筑深度而缜密的营销网络。

2、劣势分析

1)知名度较低

2)服务体系不够完善

3)品牌地位不明确。

3、机会

1)古韵品牌的高端市场在全国一直无尚佳表现，古韵系列酒的进入正好填补了这一空档。

2)大众消费者对白酒高档产品的消费认同度越来越高。

3)我国白酒高端市场的竞争格局还不十分明朗，古韵系列酒借助古韵的地缘优势进入市场的壁垒不会很大。

4)渠道优势明显，潜藏发展机会。

5)产品研发空间大，有利于市场调整。

4、威胁

1)渠道竞争难以一蹴而就。

2) 产品线较短，没有拉开档位。产品线的内容必须要进行丰富，在价格的档次要有明显的大的区隔，终端价格在500至1000的项目纳入到公司的战略规划之中。

3)产品品类还不够详细。

4)品牌力不强。

5)市场接受度难以预料。

四.确定具体策略方案

1.目标市场：主要针对40岁以上的中老年人群。

2.市场定位：高档保健型白酒

3.产品线：根据包装的华丽程度分为豪华至尊、王者天下、父子情深

4.定价：第一型定价为899元，第二类定价为888元，第三类定价688元。

5.分销渠道：大型酒店，大型国际化商场，高端奢侈品店。

6.促销：

(1)传媒体组合方案：

a.电视类：夺得今年央视20:00---22:00黄金时段的全部广告权，同时对于各省市以省台标版广告主要媒体，在总体投入有限的情况下，以高频率的循环投入宣传，增加产品的曝光时间，树立品牌形象，以塑造产品在目标群体之中的影响力与号召力。

选择理由：

1)央视一套是我国主流频道，无线传输，覆盖全省及省级周边省份，覆盖人口1亿3千万，选择二套就是选择了省台高收视率、达到率、占有率。

2)省级一套是省级媒体中的主流频道，覆盖市区和周边县市，能够有效影响百年泥窖某市场的主体目标消费人群。

3) 选择5秒广告目的就是建立品牌形象，通过每天8次的频次暴露，从高空为地面的促销提升动力，为巩固和发展市场创造了条件;另外，也突破其他广告的干扰。

4) 选择15秒广告片，在石市投放，是为了配合渠道销售。为终端销售注入拉力。

5)国家主流频道套播，形成点面结合的宣传攻势，为省级、二三级地区市场提供了潜在的市场机会。

b.报纸杂志类

《新周刊》由广东出版集团、三九企业集团联合主办，属于时事生活类杂志。创刊于1996年8月18日，历经十余年发展，已成为中国社会变迁敏锐的观察者与记录者。 《新周刊》始终保持对社会潮流动态的高度敏感，彰扬无情解构的犀利风格，并开创多种全新传媒报道模式，“中国最新锐的时事生活周刊”之定位深入人心，是中国期刊市场上最具代表性和舆论影响力的杂志之一。同时，《新周刊》享有传媒界“话题发源地”的美誉，其中80%左右的发行量覆盖全国，入户投递，家庭订阅，阅读率均位居榜首。是我国传媒流行资讯的第一品牌。古韵系列酒在此刊投放，符合先期导如某市场的需要，其投放形式应以通栏和软文的形式为主。

依据我国的市场广告环境的分析：可在晚报投放2-3个星期后，电视开始投放。其目的是为了先期影响目标人群和终端市场的先期启动。(报纸可详尽诉求保健，使目标群体获得认知和感性印象)。

2、超市、奢侈品店及大型国际性商场百年泥窖产品的促销：

pop广告必须注重文化品味，与超市、奢侈品店及大型国际性商场整体装饰相匹配。同时，还应增加pop的醒目，使消费群体能在第一时间看到：

(1)、在超市应强化pop广告，如新产品上市宣传画、吊旗、展示牌等。

(2)、产品实行堆码管理，即将产品堆成垛放置在醒目位置或提供专柜陈列，可与超市签订合同并定期支付一定费用，要加强日常管理。

7.销售队伍：通过猎头公司，挖取各类出色拔尖的销售人才，以此为基础，构建强大的销售队伍，奖罚以销量为依据，多着奖，少着罚。

销售队伍激励机制：为配合奢侈品店及国际型商场的促销工作，可为奢侈品店及大型国际性商场作装饰性门头广告等。同时加强促销人员的管理，促销期限不宜过长，否则容易产生负作用。可根据超市、奢侈品店及大型国际性商场的销量每月展开数量促销的竞赛活动。针对超市、奢侈品店及大型国际性商场制定不同的奖励政策，每月销售量达到规定标准以上可分别获得某项物质奖励。为增加吸引力也可设置大奖。奖品数量的设置以参加销售竞赛超市、奢侈品店及大型国际性商场的半数为准，销售数量标准要合适，要达到相互竞争的目的，还要增加参加者参赛信心。

8.包装：因本产品定位为高端奢侈保健酒，因此产品的包装多以华丽，隆重，喜庆为主，本产品共分为四大类型，不同类型通过不同颜色与包装来区别。

9.广告语：享受帝王般的生活，请和“古韵”牌保健酒。

五、预算

七、人员分配及场地

本产品主要面对中老年高端人群，销售地点多为高档住宅区、奢侈品店、专卖店。人员分配以专卖店和高档住宅区为主。

八、结束语

结合本次调研和理论性研究，尽管康泉酒厂有比较强的技术力量，但创优意识不强，为此必须着力打造核心竞争优势，借鉴高档奢侈品销售的经验，加大发展高端奢侈品保健酒的研究，不断根据市场的变化和竞争的恶化，开展自身营销调研或横向联合调研，并依据调研结果，调整营销策略，选择最有效的营销策略组合。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十五**

一、电视综艺娱乐节目的界定

电视综艺节目是以娱乐大众为目的，运用各种电视化手段，对各种文艺样式以及相关可提供娱乐的内容进行二度加工与创作，并以晚会、栏目或活动的方式予以屏幕化表现的节目形态。

节目宗旨：提供娱乐

节目对象：大众

节目手段：所有电视化手段

节目内容:一是各种文艺样式的二度创作;二是能够提供娱乐的非文艺性内容

二、电视综艺节目分类

(一)按节目要素分类：

1、娱乐资讯类

节目内容：以报道近期或当日发生在大众娱乐圈的新闻资询为主

呈现方式：演播室的主持人播报+现场报道

节目特点：轻松、自如、活泼新闻节目

代表节目：《影视同期声》《娱乐无极限》

2、娱乐谈话类

节目特点：是谈话类节目的分支

代表节目：《艺术人生》《康熙来了》

3、综艺表演类

节目基本模式：主持人串场+明星表演

代表节目：《综艺大观》《同一首歌》

4、娱乐游戏类

节目表现手段：才艺表演、杂耍、滑稽表演等

节目基本模式：明星+游戏

代表节目：《我猜我猜我猜猜猜》《快乐大本营》

5、益智竞技类

纯粹益智类节目基本模式：知识+财富

在基本模式上后又融入了游戏，真人秀和谈话等节目元素

节目特点：竞争性、真实性、刺激性

6、“真人秀”娱乐节目

代表节目：前期野外生存挑战类

后期“海选”“全民娱乐”民间造星为主要特征的室内真人秀《梦想中国》《超级女声》

7、泛娱乐类节目

娱乐化成为许多节目类型的共同的选择，形成从益智、竞猜、经济、真人秀、表演、谈话等形态中择其二三融为一体。

三、国内综艺类娱乐节目的发展历程

1、前娱乐阶段(1997年以前)：以表演类为主的传统综艺节目

特点：

a、小型综艺晚会，目的是寓教于乐

b、仍然是有电视台和主办单位投资，而非市场化的运作模式

c、观众参与的成分很少，唱主角的仍然是表演者和主持人

2、游戏娱乐阶段(1997年至今)：以《快乐大本营》为领头羊，

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十六**

一、活动简介

为了丰富同学们的校园生活，宣传企业文化，同时也让同学有个更深入了解企业的一个机会，广东外语外贸大学职业生涯规划协会为此开展了“名企之旅”系列活动。

宗旨：弘扬校园精神文明，宣传企业优秀文化，丰富大学生课余生活。

时间：待定

地点：广州本田公司

形式：参观广州本田公司生产流水线(具体形式可由商家提供)

主办：广东外语外贸大学职业生涯规划协会

二、活动内容

1、活动流程

a.活动当天13:30在生活区集合坐车去贵公司，大概14：30到达。

b.请贵公司派出一名工作人员为我们作企业文化的介绍，然后带领同学去参观生产流水线，在参观的过程中工作人员应为同学作适当的讲解并回答同学所提出的问题，涉及到商业秘密的可以不作回答，参观时间大体定为1个小时，具体参观时间也可由贵公司自定。16：00-16：20为同学讨论时间，通过参观后可以为贵公司的生产或营销或产品等提出一些意见或想法，仅供贵公司参考。

c.16：30-17：30返校。

d.在之后的一个星期内，本协会将会为公司作跟踪性调查，反馈同学的参观体会，并设立一定的奖项，积极调动同学为公司提出建议或设想。

三、合作前景

1、广泛的市场效应和信心保证

广东外语外贸大学职业生涯规划协会简称广外职协(cpa)，成立于20某某年6月，经过三年的发展，现已成为覆盖学校本科各年级，会员总人数达一千余人的大型学术性组织。在广外大南北两个校区享有广泛的知名度,长年受到广大广外学子的关注.

协会常年开展职业规划教育推广、就业指导、职业素质拓展等工作，并与国内外教育机构、知名企业、主流媒体及人力资源咨询单位开展多项合作，为人单位提供有效的人力资源解决方案和校园雇主品牌的宣传服务。所开展的工作更是得到了学校领导和社会用人单位的好评，成为沟通学校、学生和用人单位的纽带。20某某年广东外语外贸大学公开教育学院职协分会、南国商学院职协分会亦相继成立。为进一步推广我校学生职业规划教育和职业素质拓展工作起到积极的推动作用,形成广泛影响力。

p某s协会举办的主要活动:

1校园职业规划教育系列讲座、职业素质拓展训练

2cpa与各大名企共同打造的校园品牌活动“精英节”，成为企业文化校园推广月。

3“名企之旅”系列企业参观.

4承办星火杯全国大学生职业大赛、广东省大学生职业规划大赛校区赛事。

5高校联谊工作。开展跨校跨地区交流和学习活动及出席省就业指导中心会议。

6协助学校就业指导中心工作，处理各类就业信息和协助校园招聘工作以及协办各种大型宣会。

2、专业的宣传效果

本次活动由广东外语外贸大学职业生涯规划协会承办。职业生涯规划协会在校内为会员人数最多的学生社团，举办活动经验丰富，我们成功的举办过“精英节模拟招聘会”(连续2年获得广外大十大社团精品活动),“尼维亚大型宣讲会”“寒暑假企业供需见面会”等多项大型活动。以协会的操办力量，我们必将为你打造一百分满意。我们诚挚地希望能同贵公司合作，在同学更多了解企业的同时，我们会大力弘扬贵公司的企业文化，为贵公司的未来发展将带来推动力。商家还可以同本协会建立一个长期友好的合作关系，如每年搞一次活动,例如开大型讲座,合作举办”精英节”等，将会使商家在校园内外的知名度不断加深，具有长远利益。

四、宣传细则

1、宣传理念定位

a、在考虑活动性质的前提下，进行形式多样，多渠道，全方位的宣传。

b、集中有效资源及合理时间，以达到最强有力的宣传效果。

2、宣传范围

广东外语外贸大学南校区

3、宣传内容

(1)海报

海报由于其灵活性可以张贴到广外大宿舍楼的各个宣传栏内，并可以重复张贴，能起到突出作用。

(2)企业宣传单

企业宣传单是企业文化介绍的载体，在向会员宣传活动的时候，我们可以一同派发企业宣传单，这样能让所有学生更加详细地了解企业文化.(我们将面对会员采取现场派票(具体根据活动申请情况而定)方式,在校道上设立摊位派发,将引起广大注意)

(3)活动宣传礼品

根据以往的经验，派发礼品可以吸引大量学生，使场面火爆，极大增强宣传效果，礼品形式由公司决定。

(4)网络宣传

广外大职业生涯规划协会有自己的专业网站,因为网站含大量职业以及兼职信息,广受学生青睐.选择在网站上宣传有低成本,方便,快捷和传播广泛等优点

(5)总结性宣传

活动后作反馈调查，设定一定的奖品，调动同学积极写观后感并为企业提出建议和设想.

五、活动经费预算 略

六、可行性分析

(1)同电视、报刊相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。

(2)有非常强的针对性。高校学生作为现代青年都喜欢追求能展示个性，表现自我的才能，且有素质高、思维活跃的特点。若是商家在这种刺激强烈的活动中进行宣传，效果是可想而知的。

(3)广外是全国著名的高校之一，在校(南校区)师生有一万多人，很多学生将成为社会各界精英，若贵公司产品能在华工被广大师生认可，必将产生持久的品牌效应。

(4)便捷的活动申请。商家在高校内搞宣传活动，必须经过一系列的申请，以及昂贵的费用.而通过与我们协合作举办企业参观，贵公司可以方便快捷地获得校方批准，并且得到我们协会的大力协作,以最直接,最有效的方式宣传企业品牌以及企业文化。

七.建议与展望

(1)建议

根据本协会协会性质需要,经常要举办一些与企业文化相关的活动,如:大型讲座,“名企之旅”系列企业参观,“精英节”模拟招聘大赛,职业生涯规划相关知识文化月等大型活动.因此比协会正积极寻求各个名企作为长期的合作伙伴,例如去年就与benq,cpma等企业合作举办“精英节”模拟招聘大赛以及出于“精英节”需要的系列企业培训讲座,达到了较好的宣传效果.

为此,借于此次与贵公司合办企业参观的机会,诚邀本田(广州)公司成为我们的长期合作伙伴,在即将来临的11月(协会文化月)展开一系列的企业文化宣扬活动,希望能在广外大甚至周边高校带来更加广泛的反响.

(2)为什么要选择我们

广外cpa(职业生涯规划协会)常年负责学生的职业规划教育、职业培训、配合学校就业指导中心的工作，是沟通企业、学校和学生的“金三角”。协会高速稳步的发展，不仅成为广东外语外贸大学最具影响力的组织之一，而且在珠三角的兄弟院校中享有较高的声誉，因此受到学生们的广泛关注。

cpa成立于20某某年，经过3年的努力获得以下成果：

20某某~~20某某：广外“十大优秀社团”,广外“十大学生团体精品活动”获得者

20某某~20某某:广外”十大优秀团体”排名第一

20某某~20某某:广外”十大学生团体精品活动”排名第一.

20某某~20某某:第二届广东省职业规划大赛最佳组织人员奖

20某某~20某某:广外年度最耀眼社团奖

希望我们合作愉快!

联系人:

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十七**

《ready go!》综艺节目策划方案

节目设置

1、节目名称 ：《ready go!》

2、节目类别 ：大型综艺电视节目

3、节目主旨 ：立体展示学生才艺，凸显校园文化氛围，大力推进素质教育，加快校园文化建设步伐。

4、节目目标 ：通过此节目观众参与性、互动性、娱乐性、益智性等特性的全面释放，强力拉动收视效果，形成观众收视惯性，形成具有本土特质的一种文化现象，达到社会与经济效益的双赢。

5、节目内容：每期由一个学校组织同一年级三至四个班级进行分组参与比赛，主持人由电视台与学校小主持人构成，各代表一队，按节目版块设置进行规定内容比赛，得分多者为优胜队，现场颁奖。

6、节目特色 ：以学校风采展示、学生个体才艺展示及团队集体pk为每期节目的主要元素，突出学生主体，突出互动性和参与性。

7、节目形式：《ready go!》是一档选取特定人群----学生来互动进行的节目。选定学校以一个年级为单位进行班级和班级之间的pk ，既能增加班级成员之间的团结又能让节目的受众了解到当代学生的风采，也能借助栏目借助媒体充分的展示学校特色以及学生自己的才华与特长。

8、节目特点 ：根据校园学生参与性、互动性较强的节目贯穿始终，表现与正确引导当今校园的一些流行元素，凸显流行性与时代感。

9、节目风格 ：文明，健康，轻松，互动。

10、主持风格 ：活泼、时尚、幽默、风趣。

11、受众群：主要针对学生，理想实现“一拖三”(同学好友、父母亲朋、祖父祖母)

12、节目时长：45分钟

13、节目构成 ：选定学校后以年级为单位进行班级形式的分版块章节进行pk(后详)。

14、首播时间 ：经济生活频道周五晚6:30

15、播出次数 ：经济生活频道周六、周日晚6:30重播。

16、节目集数 ：每周一集，全年52集

17、制作方式 ：联合学校校园内拍摄，特殊情况选定外景拍摄。

18、合作方式 ：由知名企业作节目冠名，其他单位协助拍摄。

19、节目演播：依学校场地情况、节目编排需要而定。

二、版块设计

由五个模块组成，从德、智、体、美等方面充分的来展示学生风采，凸显节目主题。

模块一 vcr

介绍参与学校的整体风采风貌、学校文化建设特色、学校教育教学成果以及参赛班级的准备情况花絮，时间为五分钟以内。

模块二 team work(团队精神)

默契大比拼!

以游戏的方式来考验班级间的默契大比拼，(游戏可根据学校具体情况，经常变换推出)例如：快乐传真、集体大跳绳等。

如：快乐传真：由各个班级出一组人上台玩游戏，一组人背对站立，由每组第一个人面对观众和主持人看着主持人手里的题词板，通过肢体动作及丰富的表情来体现题板上所描写的内容，但是不能出声，一传二，二传三，传到最后看看队列的最后一个人是如何理解这一组动作。如果八九不离十，那么可见这个班的默契指数是相当的高了，但是如果错得离谱，现场的喜剧效果肯定很好。

默契大比拼这个环节是以一个轻松的状态下来进行pk的，达到了愉悦身心的效果，也突出了我们节目的主题，快乐学习、快乐生活!

(每次定2个游戏，编导会根据栏目对游戏进行更改，事先会与学校进行好游戏的确定。)

模块三 free time (自由时间)

自由时间 大杂烩

此环节是不规定主题的，因为现在的学生都是多才多艺的，每个班可以派一个代表或者是一个团队来进行此环节也就是最后这个环节的pk 。拿出自己班上最得意的特长或者绝活儿来表演，体裁不限。拿出看家的本领，展现班级和个人魅力，可谓是八仙过海各显神通 。由大众评审和观众评选出最喜爱的节目，而这个节目也就是本环节的得胜节目。

模块四 you’re smart(你是智多星)

班级“智多星”环节

从班级中选出个人或者团队来作战，本环节是以智力和一些基本的常识知识抢答赛。

由主持人出题，在最短时间内抢答上来的班级得一分积分，在整理问答结束后由工作人员统计各班代表的得分情况分出胜负。

得分最高者被评选为年级及本期节目的 “智多星”。(题目数量为10个，会根据时间进行数量调整。)

模块五 show time：(精采时刻)

集体歌舞、课本短剧、健美操(韵律操)、集体武术表演或者朗诵show、集体合唱等。

以班为单位编排出一个集体节目，提前一周通知待录的学校和年级，自发的在节目录制前准备好show，作为第一个环节的pk。在show time 这个节目中最能看出一个班级的集体荣誉感和自身节目的编排能力。也充分的给予了每个同学的上镜机会，可以带动更大的收视群体。

尾声部分：在节目的最后，边出工作人员字幕，背景音乐为栏目主题歌，背景画面安插上“真心话”板块，给有话对家长或者是老师说的同学一个诉说真心的地方，而自己的心里话也将会通过节目传送到自己的老师以及家长心里，使片尾同样成为整个节目又一个温馨的亮点。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十八**

一、公司概况

公司的成立背景及历史沿革、公司的主要产品/服务及业务发展状况、公司发展的里程碑或大事记等，让阅读者对公司的关键信息有初步了解。

二、市场分析

市场细分及市场定位、用户购买特征及关键购买因素、市场规模及增长率等。

三、产品(服务)

核心技术、产品研发策略等。

四、营销策略

产品的价格策略、渠道策略、市场推广策略等。

五、竞争分析

对行业的分析、对国内外主要竞争对手的分析、对自身的分析和竞争策略等。

六、业务模式

价值定位分析(能给用户带来怎样的使用价值，解决用户的哪些关键需求)、产业价值链分析(根据本行业特征做行业价值链分析)、价值链定位及组合(公司选择做价值链的哪些环节并形成怎样的组合)、收入模式分析等。

七、业务发展状况

在技术/产品研发方面取得的成绩、在市场拓展方面取得的成绩等。

八、公司股权结构

公司的股权结构及历次变更情况、公司股东的背景情况及对股东的评价等。

九、公司治理结构

公司股东会和董事会的组成、公司股东会和董事会的运作状况、管理者对股东会和董事会的评价等。

十、管理团队

管理团队主要成员的简历、对管理团队成员的评价等。

十一、公司组织结构

公司的组织结构及职能分工、公司组织运作的基本状况及评价等。

十二、公司战略规划

公司的宗旨与使命、价值观与核心理念、近期/中期/远期目标、发展策略及实施步骤、三年内的业务规划等。

十三、融资计划

公司的融资规模及准备出让的股权比例、资金使用计划、对投资人的退出计划等。

十四、财务分析

公司的历史财务报表、未来三年的财务预测、公司的价值评估、投资人可能获得的收益预测等。

十五、风险分析

市场风险、产品/技术风险、经营风险、管理风险、财务风险等。

十六、其它信息

创业者认为需要披露的对投资人有价值的信息。

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇十九**

一、活动内容：亲子趣味运动会

二、活动安排

1.时间：20\_\_年\_\_月9日9：00—11：00小班亲子运动会

20\_\_年\_月10日9：00—11：00中班亲子运动会

20\_\_年\_月11日9：00—11：00大班亲子运动会

2.地点：幼儿园内操场

三、活动形式

1.中大班以年级为单位，小班以班级为单位组织竞赛。

2.每个亲子队自由报名参加一个项目的比赛，比赛设一、二、三等奖，中大班单项一等奖奖品由安奈尔公司赞助，小班一等奖班级准备贴纸奖励。

3.评委安排：小班组由本班老师负责，中班组由后勤人员负责，大班组由中班年级老师及后勤人员负责。

四、活动筹备

1.人员安排

组长：黄芳副组长：龚玲华组员：各班教师及后勤人员

2.做好活动前的动员和宣传工作。

(1)各岗位人员密切配合，互相协调，班主任要提前做好对幼儿的安全教育工作，确保幼儿人身安全(防走失、跌伤等)，保证活动顺利进行。

(2)希望所有教职工、幼儿及家长按运动会指定时间内到达会场，自觉遵守会场秩序和规则，爱护校园公共设施和环境卫生。

(3)场地划分：周二(\_月8日)各班选择亲子游戏位置。

(4)以班为单位各班主任积极向家长发出活动邀请，做到早通知，让家长及早安排工作。

3.比赛摄影、摄像由专人负责。

五、活动程序

1.园长致辞

2.家长代表讲话

3.亲子游戏

**完整的项目策划方案 工程项目的策划方案篇二十**

一、创业项目描述

我们公司创业项目生态农业及主要开发的项目:目前以农副产品种植及销售、农业信息咨询服务为主、陆续会开发以下项目农业技术研发、畜禽及水产品养殖、加工及购销、饲料及饲料添加剂开发、加工、销售、农资销售、农林开发及中草药种植、农业基地开发、建设、园林绿化工程施工及设计、农业技术推广、农业机械及配件、工程机械、预包装食品销售等。我们公司是一家致力于现代农业技术研究、现代农业技术推广、农产品专业交易市场开发、培育、管理服务的投资企业。

二、产品服务

公司计划采用“公司+基地+农户(农业合作社)”的形式进行推广种植，建设标准化生产厂房(无菌车间)、流水线生产设备和125平米技培中心，新建仓库及冷库，建立一个标准温室和一个标准实验室，用于对产品实进行深度研究和开发。建成后，将形成地方特色型产业，带动和促进农业生产、农村经济发展。公司在姚安县现拥有300亩的农产品植基地。此外，公司在芜湖县将有千余亩中草药种植基地。地貌类型多样，平原丘陵皆备，河湖水网密布特别适合中药材生长，药用植物资源丰富，具有种植、加工中草药的自然条件优势和传统习惯。由大学生自主创业的民建集团生态农业科技有限公司在自身发展的同时也时刻不忘企业的社会责任，带领村民走共同发展、共同富裕之路。

三、行业及市场定位

随着现代人生活质量不断提高，工作压力越来越大，人们越来越注重生活质量、喜欢绿色环保无公害产品。而我们公司正是本着这种创业理念:生态农业以绿色农业为主，通过“公司+基地+农户(农业合作社)”的形式进行推广种植，不仅带动农户收入的经济，还为人们提供了更多的纯天然绿色产品，从而提高人们的生活质量。

四、营销策略

针对我们的创业条件和消费群体定位，我们将结合实际情况制定创业项目，分别满足部分和我们公司签订项目的农户及希望食用生态农产品的人们需要。同时我们将推出以农副产品种植、农业信息咨询服务为主、陆续会开发以下项目农业技术研发、畜禽及水产品养殖、加工及购销、饲料及饲料添加剂开发、加工、销售、农资销售、农林开发及中草药种植、农业基地开发、建设、园林绿化工程施工及设计、农业技术推广、农业机械及配件、工程机械、预包装食品销售等，通过广告等方式让更多人群了解并认可“民建集团生态农业科技有限公司”依此增加本公司的产品知名度，从而提高销售业绩。与其他专业生态农业公司相比我们更具有优势，无论是从自身公司的经营理念及生产销售模式，到国家的支农、惠农政策，充分争取各级领导的指导和支持，以科研单位和农业大学为技术依托，以大型粮食企业和粮食加工企业为产业依托，以及学校对大学生创业的支持，这一切都将使我们“民建集团生态农业科技有限公司”更加具有生存力和市场竞争力。

五、资金需求

我们公司的启动创业资金需要35万元，农副产品种植、项目农业技术研发、畜禽及水产品养殖、加工及购销、饲料及饲料添加剂开发、加工、销售、农资销售、农林开发及中草药种植15万元，农业技术推广、农业机械及配件、工程机械、预包装食品销10万元。5万元用于奖励优秀员工奖金，10万元用于资金周转。

六、财务预测

在我们公司起步的前三年，公司将处在一个持衡或亏本状况，因为我们存在经验不足和技术问题。而五年后会有很好的收益。

七、风险控制

在创业过程中，每个环节都不能忽视，既要看到公司发展中存在的显性问题又要看的隐性问题。项目的开展要经过公司民主讨论，要在三分之二人员同意后方可执行项目计划。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找