# 2024年大学生创业融资计划书模板

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2024-09-16

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。我们该怎么拟定计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。2024年大学生创业融资计划书模板一自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。我们该怎么拟定计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**2024年大学生创业融资计划书模板一**

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以大锅菜的方式做的，所以虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。

一、餐馆名称

命名规则说明：低调，简单，易记，有特色（那里的特色不是说直接反映风味）但不古怪，不超过四个字，不带湘字。目前预定的形式是“xx酒家”或“xx荘”

二、餐馆风味

以湘东地区的农家风味为主。

三、餐馆预计面积

280~350平米。

四、目标城市

广州

五、选址要求

1、在周边1里内起码要有一个中型居民小区，周围最好必须量的流动人口，应当是白领来往或是租房目标区；

2、如果条件不能满足第1点，则位置需要交通比较方便，来往有必须量私家车和有消费本事的人员能醒目的看到餐馆的位置；

3、租金不能超过xx，xx为最佳，最好是1楼有一个xx左右进出铺面，主要营业面积在二楼；

4、餐馆本身需要能停车7~10辆家用轿车的本事，或是附近不超过200m有停车场。

选址总体评价，由于新手投入资金不宜过大，所以餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但期望往来比较多的人员，并且具有消费本事，期望经过餐馆的风味特色能吸引到老客户，要求能在三个月后能做到盈利xx万元月。

六、餐馆布局要求

大厅内部要求能摆放4人小台或小圆桌12~15张，10人大台4张，16m2包厢（4xxm规格）4~5个。（但具体要看店铺的布局）

七、餐馆开张预算

1、租金：两按一租，以300m2计算，每m2预计50元，此应一次支付xx万元；如果面积有出入，无论如何不能超过xx万

2、装修设计费用：xx元

3、装修费用：

a、门面外部装潢能突出特色、显眼、但不夸张费用为x元；

b、内部大厅装修风格以突出农家风味为主，装修一般，但要求装修完不能有异味，费用为x元；

c、厨房面积为40m2，装修强调排污、通风，费用为x元；

d、厕所两个，男厕为1。5m2，女厕为1m2，要求通风，其他无异常需求，装修x元。自我买材料，总共预计8万元

4、办证费用：要求有消防、环保、卫生许可和营业执照等，费用预计6万元

5、购买用具费用：

a、3台5p的空调，包厢4台小1p空调，共元（也可能使用中空调）；

b、十把吊扇或壁扇，共xx元，

c、两个冰箱，两个冰柜，一个消毒柜，其计xx万元；

d、厨房用具，共xx万元；

e、桌凳，共xx元；

f、其他（请见清单），共计xx元，

g、。自动洗衣机1台，xx元

6、其他不可预计费用，xx元

八、餐馆装修风格说明

1、门面装修要求显眼，突出特色，不夸张，简练，能体现其消费水平

2、大厅说明：

a、桌凳使用原木色的大小八仙桌和长条板凳，或是使用外观上比较结实的大小圆桌，大小圆桌上覆上比较好的米黄色桌布；

b、墙面和厅中原有柱子的1m2左右以下以深色瓷砖，厅中为了装修目的自立柱子均以深色为主，天华板不进行完全装修，使用射灯，射灯以上的天华板喷为黑色，大厅灯光要求柔和，但桌面上的灯光要求明亮。（那里只我的想法，实际以最终的设计为准）。

3、包厢装修与大厅一样。

4、其他无异常要求。

九、人员配备

1、厨房：共6人，1个主厨，2个副厨，1个配菜切菜，1个洗涤人员，1个洗捡菜人员。

2、包厢：以5个包厢计算，5个服务员。

3、大厅：5个人，每四张台1个。

4、其他：其他临时人员1人（主要用于服务休息时的轮换），店主1人。

十、运营费用明细

1、物业管理费用：每平方不能超过2元月，以300m2共计600元月。

2、排污费用：xx元月。

**2024年大学生创业融资计划书模板二**

一、企业介绍

创意广告媒体有限公司是一家媒体合资广告公司，集制作，代理，策划，创意，调查和咨询为一体。我们的业务范围主要是在校园及周边地区投放产品广告。创意广告传媒有限公司是一家有限责任公司，拥有完整的管理体系，合作团队和优秀的骨干力量。我们有一个广告部门，一个计划部门，一个市场部门，一个执行部门，一个财务部门，一个人事部门，以及材料采购部门和办公室。

二、行业分析

在中国，有近2024万大学生。除去学杂费，大学生的年支出包括教育费，休闲娱乐和朋友，平均每人每年花费4000元，那么2024万大学生意味着8000亿的市场。数据清楚地显示了中国大学生的总体消费水平。正是由于如此庞大的消费群体，大多数企业越来越重视校园市场的发展和扩展，他们没有看到在学术节期间各种企业抢占市场的激烈局面。

我一直认为，最高的营销水平是征服客户的心，甚至是思想。大多数大学生和商人眼中都有消费者的需求。校园消费与社会供给缺乏融合是中年“老年”。我们校园媒体公司要做的就是这种“月老。

三、产品或服务

创意广告传媒有限责任公司的目标是创建“人人都能负担得起的广告”。目前，我们的服务处于增长期。我们计划扩大广告品牌的知名度，以扩大我们的客户群，包括餐饮，电子，服装和其他行业。我们的宣传不同于传统的广告“烧钱”，并通过受欢迎的明星和庞大的传单创造动力。我们的重点是让客户以最小的促销费用在有限的范围内实现主动的产品促销。我们帮助商家建立与消费者零距离的平台。借助我们的专业技术，可以帮助商家避免在类似宣传中可能遇到的困难和风险。

四、管理团队及组织结构

自成立以来，创意广告传媒有限责任公司已对公司类型，管理团队的职位和股权结构等一系列问题和情况进行了详细的分配和安排。

详细信息如下：XXX公司类型有限责任公司。本公司具有以下职务：总经理1名，副总经理2名，总经理1名，财务部1名，人事部1名，市场部1名，广告部负责人1名，企划部负责人1名，物资采购部负责人1名，职员2名。

我们公司的员工在行业中具有一定的能力和执行水平。他们在学校期间具有出色的学习成绩和杰出的技能，并参与学校经济中的学校活动。他们扎实的专业理论知识和丰富的社会实践经验为公司的未来发展奠定了坚实的基础。

五、市场分析和预测

1、市场描述

广告业是中国的新兴产业。在过去的几年中，公司数量持续增长，营业额和员工数量持续增长。增长率是可观的。据专家预测，全国广告营业额约为1100亿元。未来10年，中国广告市场有望成为世界三大广告市场之一。河南科技大学位于红旗区，附近有密集的学校和大量的大学生。

2、目标市场

根据地理特征，我们将创业初期的目标市场分为两类：高校及其周围的商店和主要营销商。学校市场主要表现为对学校广告的需求，学校各种团体活动的广告需求，学校举办的各种活动和比赛的广告需求以及研究生创业所需的广告。大学城周围市场的主要表现是商店和立面的广告需求，尤其重要的是要注意学校附近的立面和商店的更新非常快。

3、目标客户

目标客户初期主要定位在学校以及大学城内各企业、商铺、经营生产门面业主。

六、营销策略

1、创业初期

①与一些小规模广告装潢公司联系，谋求建立广告联合体。

②如果联合不成功，我们初期只能立足河南科技学院周边联络各商铺，门面业主，向其宣传介绍我们广告公司。

③游说学校社团，将我们公司作为社团的广告代理。

④寻找广告制作耗材供应商，确保进货渠道的服务与质量。

⑤与学校及周边网站建立友情链接，在网上宣传介绍接触广告公司。

⑥开通电话业务咨询以及建立公司网站提供网上咨询服务。

2、创业发展阶段

①在开发区主要街道捐赠了价值数万元的户外广告，一些广告牌被用来向公众传达公共服务信息。广告牌不再被视为“道路污染”，而是为社会做出了贡献。另一部分可用于广告租金以获得收入。

②初步建立一个稳定的客户群。能够在主流媒体做广告宣传，影响力开始向整个高校区覆盖

③把我们公司向各地推广，公司利润将趋向稳定化。

七、风险分析与管理

（一）商业风险

1、发展中遇到的问题有：有限的运营历史，资源的短缺，管理经验的不足，市场和产品的不确定性，对于关键管理人员的依赖性

2、我们企业规模较小资金短缺，从而导致我们抗风险的能力较弱，我们是一家刚刚开始成立的公司，规模小和资金缺乏是每一个刚成立的公司都要经历的。

3、当前我们面临很多的挑战最为主要的事情就是如何解决生存的问题，我们的竞争对手实力很是强大我们将进一步的对市场进行细分，做好自身的定位，努力的寻找到市场的空白点。

4、我们在技术上的能力还不够，尤其是在更为高超的技术上缺乏。

（二）商业机遇

虽然我们的经营伴随有风险，我们能够战胜这些困难因为我们有我们自身的一些优势。

1、我们公司刚开始起步时的启动资金很少，我们尽量使最少的钱能够发挥它最大的效用，同时我们对市场进行了细致的调查分析，我们把客户定位为低端客户，在现在我们面临的竞争对手中他们把大部分的精力，时间和金钱放在中端客户上忽略了低端客户。

2、我们的产品具有更人性化的设计。我们会根据每个客户的需求制定我们相信的广告策略。在服务方面，我们不仅提前提供一次性服务，而且与客户建立了长期的合作关系。

3、面对学校

规章制度

的制约，企业可以依靠与学校建立的良好合作关系，设法找到使活动“强调形象胜于销售”的方法。深入研究学生的消费心理和学生市场细分。以学生为真正消费者的公司营销活动也应注意产品质量，功能和定价技巧，以及流畅的销售和服务渠道。

4、校园市场潜力巨大。我们学校有30，000多名教职员工。随着大学生消费能力的提高，我们可以开阔视野，放眼长远。我们将集中精力对校园市场进行全面调查，以真正了解校园市场的需求，并用其解决市场，产品和管理问题。

如果我们能够克服这些风险，我们将在广告媒体的特殊市场中占据优势，并成为该行业的主力军。我们的品牌将在2年内被客户和投资者认可，我们可以实现这一目标。

**2024年大学生创业融资计划书模板三**

一、项目介绍

由于资金有限，想来想去没有什么更好的项目，时间紧张也没有更好的灵感，那还不如走传统行业路线——服装行业。尤其我们是合作一起开始创业，需要我们大家共同合作默契来考虑好各方面的事情，遵循互惠互利，有商有量的原则，不能因利和个人情绪影响店面的发展，至于我们个人之间的利润和合作规则，先等店面开起来，我们再来一定一份计划书，为以后店面有一个健康的成长过程打下基础。

我决定进军服装行业了，其理由如下：

1、衣、食乃生身所需，市场之大。

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。人们把“衣”放在首位，可见衣服对于我们的重要性。作为衣食住行之首，人类对锦衣美服的追求似乎永远没有止境。不管是遍布大街小巷、星罗棋布的个性服装店，还是各大商场的高档品牌服装，从几十元的低档地摊货到高达数千元甚至数万元的进口服装，尤其是女式服装只要符合潮流和消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。人可以吃好吃坏，有的还可以自己家的，但人不能不穿衣服，更不能自己生产，所以在这方面上是肯定有需求的；随着人们生活水平的提高，人们的审美情趣，都随之而变，不仅讲穿，还讲究怎么穿，穿什么样的，穿的是否如意；所以穿，有着很大的市场，每人都必须的；冷静一下，市场之大，竞争者，也比比皆是；犹如一块奶烙上，己有了无数的蚂蚁，都在啃食着这块蛋糕。究竟怎样，自己能不能成为这块蛋糕主要占领者，要看我们选择什么样的市场定位，及生存方式；让消费者欣赏自己的产品，是最重要的；这就是我们即将面对的最重要的根本。

2、服装业便于倔起，利于把握生存原则；

我之所以认为选择服装业便于倔起，是因为市场之大，购量之强，只要你的产品迎合了大多的消费群体，在一夜之间，你就是赢家。因为是多少人在演绎着这个市场的生存规律，所以，只要你冷眼观看，就能知道自己该怎么着手于这个行业，前行者们都告诉了我们这个道理，不用你再去花钱去买了。再则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，很适合我们这些刚涉足商业的创业界层，而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧。

“没有失败的行业，只有失败的企业”这句话，蕴涵了生存的规律及危机，但给予我们一处警示，我们要想生存，就必须解决一些问题：我们服装规模、产品定位、群体目标等。

我们的项目是做服装行业，开个女式服装店。

店名：（xX）。

群体目标。

国内成年服装年龄段分类基本为：18—30岁，30—45岁，45—65岁，65岁以上。

1、18—30岁：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女性消费的频率高于男性。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚、追求流行、个性、敢于尝试新事物。

2、30—45岁：该年龄段的消费群体是服装消费的主要群体，是消费群体中购买单件服装价值最高的群体。该群体是消费群体中经济基础最为雄厚的群体，购买欲望同样较强。但该群体大多数的人生观和价值已相对成熟，因此对风格、对时尚都有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低。

3、45—65岁和65岁以上就不用考虑了。

从上面数据可知，18—45岁这两个年龄段的消费力相对较高。而处于该年龄段的女性大多都是职业女性或年轻少妇，她们对于服装的追求较为强烈，但对服装的档次不会过分要求。本服装服饰店的目标对象主要定在20—35岁之间的职业女性和有工作的主妇。前者是所谓的单身贵族，后者被称为双薪族。这一目标群体月收入约在x元以上，无家庭经济负担或属于小康生活家庭，她们多注重服装服饰的款式和搭配，自由支配的费用较多。

商品定品：

由于本店的目标对象是20—35岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

二、店面的选址

虽然地点并不是服装服饰店经营成功的唯一前提，但是铺址的选取仍然极大限度地影响店铺生意的好坏。好店址的特点主要有6个方面：

1、商业活动频繁。商业活动频繁的地区一般指商业中心、闹市区。

2、人口密度高。在商业街、居民区附近开店，人流量大，各年龄层和社会阶层的人都有，对于服装服饰款式或类型的选择比较容易。

3、客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。

4、交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。

5、人流聚集或聚会较多。百货商场、服装商场附近的服装服饰客流量较多，因为客人在逛完商场后会顺带到附近的街店转一圈。

6、同类店铺聚集。经营同类商品的店铺越多，顾客在这里进行比较和选择的机会就越多，因此若能集中在某一地段或街区则更能招揽顾客。

符合以上条件的地方主要有x路一带。对上述几个地方的消费对象、商品定位、客流量等方面进行比较。（略）

经比较分析店面地址：

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。经过调查我发现，x一带相比较而言具有发展潜力，这需要我们大家一点一滴去寻找，去摸索，然后再定论目的地。

三、店面的装潢

租好了店面后，进行店面装修。店面装修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。装潢厂商如果没有同类型店面的装潢经验，到时候所装潢出来的店面，在实务操作上，就未必能完全符合需求。届时，如果再打掉重做，当然就费钱费时。

在装潢前请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚。为便于沟通清楚自己所想要装潢的模样，最好先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法。

我要求的装潢效果如下：

1、门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲！当然本店刚开张简装为宜。

2、灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的！晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球！灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光（也就是平时所看见的白色灯光）店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯（平时看见的射灯之类的黄色光）能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的！

店面装潢费用能省则省，尽量花小钱做大事，避免不必要的费用付出，在装修风格独特和省钱之间寻找一个好的平衡点。

四、选货及进货的渠道

1、选货：选样，款式，品牌，数量、

选货要掌握当地市场行情：出现哪些新品种？销售趋势如何？社会存量多少？价格涨势如何？购买力状况如何？大体上能心中有数。

品牌以杂牌为主，以外贸货为主。

进货要适销、适量，要编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。

进货尽量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，但只上部份新货，一部份留着星期天上！如果进入销售旺季，三四天就补一次货！

像“x”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了！要给自己有足够的安排时间才行！

2、进货渠道：

x服装批发市场、x服装批发市场、x服装批发市场。

五、人力规划（小本生意最好是自家人）

计划雇佣一到两个小姑娘，最好是漂亮MM（爱美之心人皆有之，漂亮MM容易招揽顾客），主要负责接待顾客，如果两人轮班倒。两个小姑娘的工资，x/月+提成，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性。

六、投资金额分析，每月费用分析

初期费用粗算。

1、房租：x/月。

2、装修费：x。

3、第一次衣服货款：x元。

4、其他费用：x元。

5、员工工资可以在第一月底结，不用算在初期费用里面。

6、不可预计费用：x元。

7、门面转让费：x元。

共计：x元。

七、营销策略

（一）开店促销。

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

（二）衣服的陈列。

做女装产品关键要品种多，给客户有足够的挑选余地，这与其它品牌专卖店不同，不是依靠主要几个款的来销售！产品陈列上要突出自己服装的特点，把上衣，裙子，裤子，套装等分开陈列，除了店铺看上去整齐外也给有目的性购买的客户挑选提供方便，如果只想买裙子的，他只需在裙子类挑选，如果买了裙子又想配上衣，直接可以到上衣类去搭配！量多的款可以用模特出样，往往出样的衣服是卖得最快的！橱窗里的出样要经常更换，这不能偷懒！

（三）长期发展营销策略（在进价的中档就可以做高档卖了！注意店面的装修要上点档次）。

1、原则：每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅（高档点缀低档适量）。

2、方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制。

3、服务：训练营业员的基本利益，对顾客的服务态度及服务宗旨。无论顾客是否买衣服或者买所少钱的衣服都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客。顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。

4、方法：

（1）初次来店的惊喜。

与x联系小商品作为免费赠送客人的小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表（做客户数据库）。

（2）增加其下次来店的可能性。

①传达每周都有新货上架的信息（比较难承诺了就要兑现，你注意常换就可以了）。

②利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）或送生日礼物等。

③购适量女士手袋告知顾客一次购物满x元送一只女士手袋（女士手袋要在店内陈列出来，进货以x元标价x+的那种为宜，给顾客物超所值的感觉）或者累积消费x元及以上。（获得奖励之后再重新累积）。

（3）满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买。

①告知顾客量大或团购可优惠，如：一次购满x元及以上打x折等，或者个人累积消费x元既获得一张x折的金卡。

②介绍新顾客，如：每介绍一位新顾客并购满x元及以上送推荐人x元购物卷等。

（4）不定期打折。

人一定程度上都喜欢贪小便宜，女人就更是如此了。店铺开张大赚送、本店商品八折优惠，也可以采用买一送一的策略（送的货以滞销货为主，过季货为辅）。

这些招牌通常能抓住女人的心。

（5）一年中做几次短期促销，售价定为x—x元，非常聚人气！再把店内滞销款低价一起处理！如x等最佳时间。

八、总结

到了穷途末路的时候，别说人，猪也会跳墙，我们不能坐以待毙，虽说老虎都有打盹的时候，但是肯定不是这个时候，道路是曲折的，“钱”途无限光明；同志们，我们不吃饭、不睡觉，打起精神赚钞票！

**2024年大学生创业融资计划书模板四**

第一章 基本概况

1、项目描述：大学生网上超市是针对大学生这个市场开设的的b2b 网络购物运营模式和网店，网上商城模式类似。

2、 产品与服务：网超没有实体店，商品面较窄，前期投入低。网上超市只需要库房、网站和采购配送人员，网超经营成本低、同业竞争小。网超价格比实体店便宜而且送货上门，看上去对大学生来说在网超购物更加方便更加实惠。应该会很受欢迎。

3、 行业及市场：大学生寝室电脑很普及，大学生接受新事物能力很强。网购操作对大学生是一件很容易的事。大学生同住一个寝室，网购行为容易模仿形成羊群效应。

4、 营销策略：采用代理商（学生寝室）模式。

5、 资金需求：网站建设1200元，仓库月租2024元，进货：

6、 风险控制：大学生购买超市商品本身不多，主要包括零食，方便面，常见日用品，文具用品。一般来说大学生是当需要什么商品时，马上去楼下超市购买商品。大学生购买超市商品是即时需要的，一次性购物大多在10元以下，有时购买一杯奶，有时购买一包饼干，有时购买一瓶洗发水，有时购买一个笔记本。这类少量的需求不会很看重价格，主要关注的是购买是否方便，过程是否快捷。设想我们处于大学生的角度，当需要这类少量商品时，必须要上网，登录网站，寻找商品，下订单，为了几元钱的商品需要在指定时间段在寝室等待商品的送达。这个过程即不方便也不快捷，虽然能够便宜几毛钱，但由于购买总量不大，便宜度有限，而价格正是大学生不太关注的地方。何况网购不能看到实物，其购物体验过程不如到实体超市购买。所以即使当大学生受到宣传影响到网超尝试消费，但是糟糕的购物体验浇灭了再次购物的欲望。

第二章 综述

1、经营思路

相对大部分人做的大学城网上超市，模式主要以两条思路为根本，第一条购物过程要比在超市购买更方便，更快捷，要更符合大学生消费特点。第二条要加强大学生在网上超市购买理由。

很多大学寝室有同学卖一些常见商品，比如方便面、扑克等。他们会放些商品在寝室，附近几个寝室需要这些商品就会到这个同学这里购买。据我所知这种现象比较普遍，这样既能为自己创造一点利润，也能为同学带来一定的方便。

这类零售经营者容易遇到两个问题，第一个问题是经营者进货不便，这类零售销量不多，商品面也窄。大学生为了这不多的销量去比较远的地方进货，很麻烦。而且需要部分备货资金，运营形象也不正规。第二个问题是这类零售销售平台窄，一般只销售给经营者熟悉的附近几个寝室，由于宣传和无店面很难到达较远的范围。对消费者来说这类购买方式是最快捷和方便的，商品就在寝室旁边，叫一声就有人把商品送到手中，即使先享受商品后付款也没有问题，而且有人情营销因素包含在内。我所说的网超模式就是整合这个需求和资源，简单的说就是我们成为大学生经营者提供销售平台的批发商。我们提供货物、销售平台、规范的服务及整合力，由分销大学生来承担宣传、物流，利用他们的人情因素共同合作销售商品。

2、具体模式

建立大学城网上超市，在大学城招代理人员。网站销售的商品分两部分，一部分购买最频繁最可能及时需求的商品备货在代理人寝室，另一部分购买不频繁的备货在网超库房。顾客购买的商品由发展此顾客的代理人员直接送货上门。商品销售利润网超商家和此代理人员分成。

在学校内租网超办公室兼库房，备货货物包括食品、日用品、文具等。合作代销商品包括图书、数码、化妆品等。网站及数据录入完毕后招聘网超代理人，由代理人员去发展顾客，顾客注册时需填入介绍代理人编码，注册帐号用手机号码，顾客购货可直接给呼叫中心电话订货。

商品分两部分，一部分是购买最频繁需求最紧急的，比如方便面、饮料、扑克等。这部分商品备货到代理人寝室。这些商品价格和超市价格相同，把这部分商品图片及价格印制在目录海报上。代理人到寝室发展顾客时把商品目录海报发到寝室或贴到寝室墙上，目录海报持续对顾客产生影响。当他们需要商品时，参照目录手册，通过网站、呼叫中心、QQ或飞信等渠道订货，网超商家通知相应代理人，代理人能够5分钟内送货上门。当发展此顾客的代理人正好不在寝室时，也可以由其它邻近的代理人送货。这样当顾客需要购买频率较高的商品时，能够通过多种简单的渠道（网站、呼叫中心、QQ、飞信、短信）在任何地方订货，而我们也能够最快速（5分钟内）的满足这部分需求。整个过程比到楼下超市购买商品更加方便、简单、快速。

商品另一部分是购买不很频繁的商品，比如洗发水、水果、食品、文具、体育用品等等。这部分商品品类范围较广，网超定价应该比线下实体店便宜。顾客对这部分商品及时性需求不高，这些商品并非马上要用，稍微晚点也没有关系。顾客因为紧急商品购买已经习惯了我们的购物渠道，很自然的会购买这部分商品。代理人每天集中一次到网超库房取货送到顾客手中，顾客订货后当天就能够收到货物。 可以把这种模式看成我方是批发商，代理人是零售商，大学生是消费方。只是我们需提供货物，还需提供顾客购买商品的途径平台和提供规范的商品结构和服务渠道。平台的推广和发展围绕“人情营销”这个概念，大学生代理人自身拥有一定的人脉资源，他们可以在此基础上大力发展顾客。他们是同学或同住寝室楼低头不见抬头见。同样的价格在同学那里购买既然能够帮到同学，何乐不为。而且在这样的网超购物更加方便更加快捷，部分商品更加优惠。以上都是顾客选择此购物渠道的理由。我们还可以把这个平台建成校园网络社区，提供兼职信。

3、运营模式补充说明

围绕这个网购模式，还有很多细节需要说明，还有一些地方需要详细解释，还有一些点子能够用到这个模式上，这部分内容会在实践中不断完善。

1.顾客购买方式多样化的目的是为了简化购物方便度，传统大学城网超需要上网才能购买。虽然大学电脑很普及，但是还是有部分学生没有电脑。即使有电脑的学生也不会时时都在上网。

而在我们的平台购物，顾客可以选择：

1、在网站上订货购物。

2、打电话购物。

3、到代理人寝室购物。

4、通过QQ购物。

5、通过短信购物。

6、通过飞信购物。通过这些方式顾客能够更方便快捷的购买到所需的商品。

2.顾客注册帐号是自己的手机号码，我们有顾客的资料，他只需要通过手机说明需要什么商品，不需要其它任何说明，我们自然知道送到那间寝室。针对即时商品，我们的目录海报上商品有相应编码，顾客直接只发送商品编码就能够得到货物。

3.此模式设想的当顾客需要任何商品时可以电话告诉网超商家需要什么商品，再由网超商家告诉相应代理人送货，这样做的目的是为了防止代理人绕过商家进货销售。此项目也可以考虑顾客直接联系代理人要求送货，这样能够减少环节。只要我们控制价格，制定严格的处罚措施，还是能够控制代理人进货渠道的，毕竟他们销量不大，自己进货不便，而且在我方进货由于距离近，往来多，能够实现每次少量进货。

4.此项目核心是“人情营销”所以顾客注册时需要选择代理人编码，所有的配送由代理人负责，当有顾客要加入网站，而没有推荐代理人时，我们会为顾客推荐离顾客最近的代理人，顾客注册成功后，推荐代理人会到寝室拜访发放目录海报。

5.前期商品目录海报比较重要，是代理人拜访完顾客后影响顾客购物的重要工具。为了防止浪费，有效的把海报发放到顾客寝室中。海报成本可以和代理人平摊，代理人所发海报成本在他的商品销售利润中扣除。我们和代理人时合作关系，利润和风险共担思路贯穿整个项目。

6.如何利润分成，备货在代理人寝室中的商品应该由代理人在我处批发购买，其备货成本由代理人承担。我方因为为其提供销售平台，而且大学生其它进货渠道不便，所以我认为此类商品我方保持利润8%左右。代理人销售此类商品毛利率大概在12%左右。

7.备货在我方商品利润应该和代理人平分，各自分得利润为10%左右。可以促销一些特价商品，这部分商品没有利润，其目的是带动其它高利润商品销售。

8.手机充值利润不高，但它是引导顾客使用我们购物渠道的重要工具，我方在淘宝上找充值商家，顾客需要充值时找代理人，代理人直接到淘宝商家处充值方便快捷。另外游戏点卡销售也同样可以做为引导工具，其流程相同。

9.可以考虑顾客一次性购物满39元，9.5折销售，提高销售量。

10.可以考虑销售组合商品，比如早餐组合等。多利用节假日销售应季商品，比如情人节、愚人节、圣诞节、中秋节等。在大节临近时做专门的促销，制作海报，由代理人发放到各个寝室。

11.建立实名认证和积分体系，我们按会员在平台上消费额计算积分和认证身份，这为会员在平台上参加其它活动准备了信任基础。

**2024年大学生创业融资计划书模板五**

一、公司简介

北京康耐塑料制品有限公司是以开发高科技术为主业的股份制私营企业，公司自1993年创立以来，一直致力于（POET）塑料油化裂解技术的研制与开发。本公司开发的POET第二代工业机，通过二年的试运行，于1996年获北京市科委颁发的科技成果鉴定证书；1998年开发出第三代新型工艺，被北京市科委列入1998年重大科技成果推广计划，同时荣获全国光彩事业重点项目证书。

经过先后三代工业机的试运行，公司于2024年完成了第三代设备的工业化标准，经北京市环境保护局监测，获得环境保护标准通过，本科研成果可立即投入商业化运行。 本公司的经营模式：以POET技术为核心，通过向世界各地垃圾处理场提供成套设备与使用权来扩大本技术的影响，形成世界性垃圾革命的发源地。

本公司的创业宗旨：以POET为核心，发展城市垃圾综合集成处理技术，逐步取代传统的填埋和焚烧，造福人类美好明天。

二、项目简介

【MSWIT】是综合项目的总称，本项目以POET（塑料垃圾油化技术）为核心，通过与分选技术、有机肥制造技术、热能高效发电技术、余热制冷等成熟设备的有机结合，形成整体处理垃圾的集成体系（MSWIT）。

【MSWIT】技术的价值在于真正实现了城市垃圾的资源化，它不但将处理垃圾的负担转换为有利可图的商业活动，更加重要的意义在于彻底消除了城市垃圾所带给人类的污染。这个突破，正是各国政府和科学家们所追求的最佳结果。因此，本项目在国际上一经发布，立刻引起世界各国的广泛关注。

【MSWIT】集成技术是目前世界上独一无二的、最优秀的垃圾处理方式，开创了世界城市固体垃圾综合处理的崭新前景，将引起世界性垃圾革命。

1． 技术水平：目前中国甚至世界上基本上处在单一裂解的技术水平（采用单一裂解工艺只能将废塑料还原为生产汽柴油的原料，而绝对不可能直接成为燃油）； POET的终端产品：高热值洁净轻燃油；热值为11000大卡/kg，比重为0.8，可与世界市场上任何一种喷油嘴配合工作。

2． 产品工艺：本产品经过长达九年的研发与试运行，不断改进，现已进入产业化生产工业机的成熟阶段。

3． 产品价值：改变处理城市垃圾模式（由公益模式改变为商业模式），给使用者创造丰厚利润的同时，实现保护环境的目的。

四、行业市场

1． 市场现状与前景：塑料垃圾是阻碍垃圾总回收的重要因素之一。由于塑料的障碍，美国乃至世界的环保垃圾处理技术迟迟不能形成综合的集成。日本由于国土限制，焚烧量为世界第一、二恶英污染也是世界第一。尽管日本政府已经把消灭焚烧作为国策，但至今仍然使用陈旧落后的夕阳技术作为垃圾处理的主要手段。

2． 竞争对手：目前在垃圾集成技术领域，日本日立公司是我们唯一的潜在竞争对手。根据美国一家要求获得POET独家专利许可公司的介绍，日立公司的试验室数据和本技术的比较是：

1）本技术效率比日立领先63%；

2）本技术效率建立在已经工业化基础上，日立数据建立在试验室基础上；

3）本技术已经进行了PCT专利注册（96个国家）；

4）本技术已经具备商业化条件，日立没有商业化成本和费用的任何介绍。

3．竞争优势： POET技术是本公司参与世界性竞争的核心优势； PCT专利是本公司参与世界性竞争的法律保护； 不断创新，积累庞大的技术储备，接受任何技术挑战； 前瞻的思想、创新的精神、务实作风的管理团队。

4．目标市场：目标市场是全球性的。我们首先突破的.目标市场是西方主要国家的垃圾处理商和成套设备供应商。

5．目标客户（以美国49个州为例）：

◆控制塑料垃圾的政府机构3091个，按5％计算=154/台套；

◆控制塑料垃圾的处理商3260个，按5%计算=163/台套；

◆为控制垃圾处理技术成套设备供应商提供POET核心设备（如美国的OCI、瑞典的 BAB等）；

◆产生废弃塑料的大型公司，如可口可乐和汽车公司等。

通过本公司与美国有代表性的MIC公司签订的永久性合作框架协议，便可反应出上述目标客户对本项技术的渴望，同时也使我们发现，虽然本项技术的商业价值已得到业界的认可，但要有效占领市场，还必需具备合理的经济规模和抢占市场的速度。

五、营销战略

首先在北京、上海建立2-3个垃圾处理场，带动国内市场，在国外，本公司与MIC公司已签订了永久性合作框架协议，首先向美国提供一套我们的POET设备与该公司的联合发电系统集成；集成成功后，在北美自由贸易区续建2-3个集成项目，进而迅速向美国各地扩散，前三财年可产销集成设备30台/套，实现产值8000万美元；三至五年内公司将通过在美国上市，引进资本2-3亿美元，用于参股或兼并五家集成设备制造厂，真正实现科研与产业相结合的跨国实业集团。

本项目在PCT专利保护下，委托国内外资深机械制造厂家分别生产系列设备，既能保证产品的质量，又可在世界各地组织或兼并多家制造厂，以满足不断扩大的市场需求。

七、管理队伍

我们的企业之所以能够取得今天的成功，不仅仅是技术上的先进性，更重要的是我们有一支强有力的管理队伍。

总裁：马林（简历附后）；

市场总监：陈延平（简历附后）；

技术总监：余玄（简历附后）；

财务总监：待招聘。

八、股权结构

姜天夫41%

郭五一 20%

陈延平30%

徐贝贝5%

姜天佑2%

余玄2%

九、财务预测 见附表。

十、资金需求

为顺利完成本公司的营销计划，项目需要新增投入资金300万美元用于下列目地：

1． 完成自动化配套：12万美元；

2． 完成技术文件汇总和编制：12万美元；

3． 补充完善前段工序机件：12万美元；

4． 流动资金：用于示范厂运转：25万美元；

5． 流动资金：用以预销售/广告/展览/发布及管理开支：25万美元；

6． 用于全球战略的营销费用以及上市前的准备：214万美元。

本项目资金分二个阶段注入：第一阶段需投入资金86万美元，用于1-5项内容；第二阶段投入资金214万美元，用于全球战略的营销费用以及上市前的准备。

十一、股权分配

1． 本公司有形资产180万美元，无形资产1500万美元，总计约1680万美元；

2． 按投资人投入资金数额与公司总资产比例，享受持股比例；

3． 投资人以股东身份，有权参于管理和监督，并担任公司的高级管理职务；

4． 投资人有义务按照投资承诺履行当期和远期投资责任；

5． 本公司不接受控股投资。

十二、结论

现代企业的成功需要市场机遇和充足的资金，更需要合理的组织结构和优秀的管理队伍及机制。本项目无论从市场机遇和技术含量上，均可谓不可多得，具有极大的发展前景。

【2024年大学生创业融资计划书模板】相关推荐文章:

大学生创业计划书完整模板 大学生创业计划书万能模板5篇

大学生创业计划书范文模板

2024大学生创业计划书模板 大学生创业计划书范文完整版精选10篇

大学生创业创新计划书 大学生创业计划书范文3篇

大学生创业计划书怎么写

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