# 2024年项目策划书封面(17篇)

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-06-10

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。项目策划书封面篇一(一...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**项目策划书封面篇一**

(一)市场环境分析

网上购物已经被众多的网民接受。随着我们网民的大幅度增加，具有一定消费水平的网民也会相对增多。其实，花店网站，就是将在花的实体店铺中的产品展示到网上。网上有相对多的消费群体。特别是伴随互联网长大的80后和90后。网下的花店市场就不必多说了。网上的花店市场的大小是根据网下的上网人数+能承受的消费群体+对网络购物的认知人数的多少来决定的。在这一类群体中，20岁至40岁的网民占据大多数。我国花卉业从20世纪80年代开始起步，90年代进入快速发展期。据有关部门统计，目前我国花卉种植面积为14.75万公顷，年销售总额达163亿人民币。特别是近几年，随着我国国民经济的快速发展，我国花卉业的发展速度也明显加快。在广东、云南、广西、上海等地，花卉业已经发展成为当地的一项支柱产业。参加99昆明世博会花卉研讨会的200多位中外花卉专家预言，21世纪的花卉大国将在亚洲出现，而且主要是中国。花卉的发展必将推动鲜花业的发展。所以开展电子商务网站有一定的优势。

(二)消费者分析

1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。

2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。

3人民群众没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

4受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

5影响产品购买的因素依次为:价格，品种，包装，服务等。

6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。

(三)产品分析

一)产品介绍

花，是一种很美的植物，它无论在什么环境中都能散发出它高贵的气质。在节日的时候，送上一束鲜花，带上一句问候，给朋友的心里增添了无比的温暖，特别是在社会迅速发展的今天，花的用途随之也越来越广了，无论是企业开张，节日庆典，联欢晚会，家居摆设，还是走访亲戚，就连食品中，也能出现它的踪影。花，总是以不同的身份和不同的气质出现在不同的场合，给人们增添了不少的欢乐。

二)产品分类

主要分为:婚礼鲜花、生日鲜花、慰问鲜花、祭奠鲜花、商务鲜花等。

1)婚礼鲜花:

在婚礼上，鲜花是不可缺少的装饰，珠三角每天结婚的新人有千上万对，所以在婚礼鲜花上的需求也比较大。

2).生日鲜花:

每天都有人生日，所以生日鲜花永远也不会却市场，也没有谁能把这块市场的大蛋糕一口吃掉，据有关调查分析，在生日上收到鲜花的主要是女性朋友，所以我们可以针对女性来设计适合她们的生日鲜花。

3)慰问鲜花:

慰问鲜花主要用来探访慰问的场合，慰问鲜花的设计会给人一种有活力，积极的感觉。

4)祭奠鲜花:

祭奠鲜花的需求量也非常大，祭奠的人每天都有，而且在现实当中的花店很少会有祭奠的花买，这种花主要以白色为主。祭奠鲜花还包括祭奠花圈等

5)商务鲜花:

这种产品主要用于商务场合，例如:接待贵宾，会场装饰，服装装饰等等。

二市场细分与目标消费群选择

(一)市场细分

市场细分，就是企业根据市场需求的多样性和购买者行为的差异，把整个市场(即全部用户)划分为若干具有某种相似特征的用户群(即细分市场)，以便执行目标市场营销的战略和策略。

细分市场三类群体为,年轻情侣一族:是因为鲜花的定价一般在几十元左右，消费不高可以买个新奇。办公室上班族:因为鲜花是装饰办公室的理想产品。公司团体客户:比如公司周年庆典或者开业时,就可以用到了。

(二)目标市场

对任何企业而言，并非所有的环境机会都具有同等的吸引力，由于资源有限，也为了保证资源有效，企业的营销活动必然局限在一定的范围内，确定具体的服务对象，即选定目标市常企业选择目标市场是在市场细分的基础上进行的，通过分析细分市场要求满足的程度，去发现那些尚未得到的满足的需求，相应确定准备为那些细分市场服务。

“香香”网上花店现阶段的目标市场是主要集中在20~40岁的人群。主要以男性为主，他们接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

**项目策划书封面篇二**

一、xx村新型农业专业合作社介绍

我们xx村是xx市新农村建设示范村之一，位于xx镇东部，辖31个村民组，全村总人口4300人，耕地面积6000亩，人均占有面积1.4亩，农业生产以水稻、小麦、油菜等粮食为主，20xx年4月1日由我村8户农民自友成立益民新型农业专业合作社，合作社现有入户成员300多户，流转面积3000多亩，我社以每亩450斤稻谷给付社员，另外每亩折价0.08股（现金每股为5000元）作为入社股金，参加二次分红我社成立了机耕队、栽插收割队和病虫防治植保队，拥有大型收割机3台、大型拖拉机3台，插秧机22台，小型拖拉机6台，喷雾器30台，小型泵站4座等机械设备，和相关配套设施。

二、企业经营性质和范围

我社按照农户自愿、平等、互利的原则，在不改变土地经营权和收益权的基础上吸收农户土地入股，将土地合理流转，集中种植改变一家一户生产规模小，经营粗放，经济效益低的状况，实现我村农业生产规模化、机械化、集约化和产业化。

农民土地流转合作社后，又便于组织又方便运行，解放生产力，降低劳力降度，拓宽农民就业渠道使农民外出经工经商。我村31个村民组，今年6000多亩地全部流转到合作社，计划再增加10000多亩，合作社增加收入100万元，农民户均增加收入1500元，全村累计增加500多万元。

通过实践证明土地流转确定有利于农村，农民各项事业发展。

三、我村成立农业合作社领导组

1、理事长1名，副理事长2名，财务会计2名；

2、植保队30人；

3、机耕机插队30人；

4、田间管理队长2名；

5、物资管理员1名。

四、我社发展方向

1、因地制宜，要农民自愿将土地流转到合作社，不能因土地流转而流转。

2、加快基础设施建设和土地整治，有利于机械化作业，提高生产力同时增产增收.

3、不断引进和使用新品种、新技术提升农产品品质和科技含量，从而达到提高农产品经济致富、效益和市场竞争力。

4、提升现代农业，创立农产品优质品牌，绿色食品是合作社农产品走向市场，打开渠道。

5、有计划共同实施人才培训，为现代农业提供管理保障

五、我社投资分析计划

1、目前国家要求城乡一体化，消除两级分化，缩小城乡差距.降低农业劳动用工紧张和劳动强度大，要全面实现机械化生产，针对这种情况我社设想建一个25亩地，投资550万元工厂化育秧厂（1标准塑钢大棚25亩\*16675平方\*120元=200万2其他设施及播种机械生产线1套40万3秧盘及钢架托盘160万4弥雾机10台计8万5插秧机150台计150万），全面服务于机械化插秧，服务于广大老百姓，从育秧到大田移栽，都是我社一条龙服务，形成产业链的资源，走农业特色之路，抓主进品种质量升级，优化管理。

由于我社种植面积逐年增加育秧占地面积大，成本高，过去每亩地需要1分地秧畈田，工厂化育秧1亩可械播500亩，工厂化育秧合作社10000亩地就节地秧畈750亩增收一季小麦30万元左右，节本、节工每亩可节省36--40元（10000亩计36--40万）每个秧盘成本2两稻种3.4元，秧盘0.60元+农药1元，其他费用计5元结，实际每盘销售价8元，利润每盘2元，每亩顶18-20个秧盘.秧苗还可以服务其他农户1-2万亩，可创收36-72万。

秧苗械播后的其他季节还可以种植大棚蔬菜可创收10--20万元（本年6月--第二年5月可利用时间10个月），机插每亩可省20-30元，合作社可创收25-30万元，对外可插秧1-2万亩，可创收25-60万元.投资成本3-4年收回，随着农村二三节产业发展，土地流转面积每年增加工厂化育秧成本将降低，获利率高。

2、我社主要以水稻、小麦、油菜为主，自然风险无法抵御，为降低劳动风险，降低劳动用工成本，增加收入，市场前景十分看好的情况下，可以投资460万元购买8组烘干机，产量或容量每组10吨左右，日产可烘干70万斤，每组价格25万元左右，配套设施60万元，土建投资200万元（包括混凝土场地，两个库容500万吨价值100万元）。

我社不但可烘干午、秋两季生产粮食1000万公斤，还可以对外加工（2-4千万公斤可创收40-80万元），如果没有烘干机，10000斤稻谷日工需5个，5×50元/工=250元，那么两季1000万公斤需要10000个工×50元/工=50万元。

而烘干机直接成本（燃料+人工+电费）每公斤成本才需1分钱，合作社1万斤午、秋两季1000万公斤就可增收30万，通过分析，烘干后价格高于市场价2—3分，计增收40—60万，烘干机潜力巨大，是个体经济效益和社会效益投入的好项目，是抵御自然灾害的好助手，也能保证粮食的品质，对销售也起到了好价格的作用，粮食烘干是农业生产发展新趋势。预算3-4年收回成本.

3、我社设想征地40亩，投资1500万元，米业和面粉加工企业仓储量2万吨，日产量240吨，生产线如每年加工1--2亿斤粮食，将创收400-600万，累计3-5年收回成本，并且要创自己品牌，建设成当地农业产业化经营的龙头企业，建设无公害农业园区向绿色生态农业发展.

六、管理人员介绍

**项目策划书封面篇三**

一、项目简介：

凤凰城项目位于xx房地产市场的东南板块，在路南，路、路(在建)和路三条路呈型将社区同周边的商品大世界、名优建材市场等分开。

凤凰城现有的物业形态由连排别墅、普通现房多层和在建的小户型多层组成。一期连排别墅市场定位发生失误，出现了销售障碍。一期5#、7#、9#、11#、13#、15#六栋多层吸取了别墅的教训，以超低价位入市，顺利的实现了销售，但没有为开发商实现预期的利润，没有树立中、高档物业的品牌形象，无意中形成凤凰城下一期小户型开发和小高层开发的品牌障碍。

现在，一期多层尚有37套现房、准现房，销售额850万元。其中159.7m2的三室两厅有23套，以五、六楼为主;127m2的三室两厅7套;这两种房型的销售金额占一期余额的90.4%。

二期小户型总销售金额预计2800万元，临街商铺1700万元，合计4500万元。预售许可证预计xx年5月底办下。

由此可见，目前凤凰城的可售资源由三种不同的物业组成：期房小户型、现房大户型和商铺。其中二期小户型占所有可售金额的52%，一期大户型销售额16%，二期临街商铺占32%。如何解决可售资源过于分散的障碍，是我们面对的重大挑战之一。

二、市场概况及基本竞争格局：

a、东南板块及路商圈。

xx房地产市场的东南板块主要由三部分组成：路沿线、路南段沿沿线、路与国道沿线。

路沿线主要由建业、英协、百合花苑、东方明珠等中高档楼盘组成。在路商圈的支撑下，这里已经成为明确的高尚住宅区。凤凰城位于这一区位之内。与英协、建业几乎是一路之隔。但凤凰城在操盘过程中，没有除理好商务环境与居住环境的品牌区分与借势，纯粹以低价位的品牌内涵介入竞争，不仅没有收获天然的地段价格优势，而且为二期、三期制造了品牌障碍。

路南段沿线目前竞争非常激烈，主要由东明花园、佳艺花园等楼盘组成。

东路与国道沿线是xx年以来的楼市亮点，宝景、金色港湾、悉尼阳光、燕归园等一批中价位大型楼盘。其中燕归园是凤凰城二期小户型明确的竞争楼盘，其它几乎所有的楼盘都和凤凰城一期159、127平米现房形成明确的竞争关系。

b、小户型市场概况。

自xx年底时尚party介入郑州楼市以来，小户型这种物业形态迅速发展起来。尤其是xx年初，青年居易(easy-go)以1900余套的投放量冲击市场，形成了小户型的“市场黑洞”，彻底打破了市场的竞争格局，实现了小户型从供小于求到供大于求的转变。今年4月份更是破天荒地出现了小户型销售量的急剧下降局面。

燕归园位于货站街东段，由盛煌房地产公司开发，已成功实现一期的开发，在几乎没有什么竞争的情况下，收获了小户型市场的第一批需求者，现在燕归二期正在认购阶段。燕归园提前介入了小户型市场，并且认识到小户型的主力市场是60-80平米的两室户型和100平米的三室两厅。这与我们的市调结果完全一致。此次燕归二期开发的正是此类户型(两室两厅75平米，三室两厅95平米)。可以说，同燕归园的户型配比上比较，我们没有优势。

**项目策划书封面篇四**

公司概述

1、公司名称、地址、联系方法等

2、公司的自然业务情况

3、公司的发展历史

4、对公司未来发展的预测

5、本公司与众不同的竞争优势或者独特性

6、公司的纳税情况

研究与开发

研究资金投入

研发人员情况

研发设备

研发的产品的技术先进性及发展趋势

产品或服务

1、产品的名称、特征及性能用途

2、产品的开发过程

3、产品处于生命周期的哪一段

4、产品的市场前景和竞争力如何

5、产品的技术改进和更新换代计划及成本

管理团队和管理组织情况

1、公司的管理机构，主要股东、董事、关键的雇员、薪金、股票期权、劳工协议、奖惩制度及各部门的构成等情况

2、公司管理团队的战斗力和独特性及与众不同的凝聚力和团结战斗精神

五、非处方药(otc)行业、市场与竞争分析

1、目标市场

a) 细分市场

b) 目标顾客群

c) 5年生产计划、收入和利润

d) 市场规模、目标市场所占份额

e) 营销策略

2、行业分析

a) 行业发展程度

b) 行业发展动态

c) 行业总销售额、总收入、发展趋势

d) 经济发展对该行业的影响程度

e) 政府对行业的影响

f) 发展的决定因素

g) 竞争战略

h) 行业门槛

3、竞争分析

a) 主要竞争对手

b) 竞争对手的市场策略及所占市场份额

c) 竞争对手可能出现的新发展

d) 竞争策略

e) 在发展、市场和地理位置等方面的竞争优势

f) 竞争压力的承受能力

g) 产品的价格、性能、质量的市场竞争优势

六、营销策略

1、营销机构和营销队伍

2、营销渠道的选择和营销网络的建设

3、广告策略和促销策略

4、价格策略

5、市场渗透于开拓计划

6、市场营销中意外情况的应急对策

七、生产经营计划

1、新产品的生产经营计划

2、公司现有的生产技术能力

3、品质控制和质量改进能力

4、现有的生产设备或者将要购置的生产设备

5、现有的生产工艺流程

6、生产产品的经济分析及生产过程

八、融资说明

1、投资计划：

a) 预计的风险投资数额

b) 风险企业未来的筹资资本结构安排

c) 获取风险投资的抵押、担保条件

d) 投资收益和再投资的安排

e) 风险投资者投资后双方股权的比例安排

f) 投资资金的收支安排及财务报告编制

g) 投资者介入公司经营管理的程度

2、融资需求

a) 资金需求计划：为实现公司发展计划所需要的资金额，资金需求的时间性，资金用途(详细说明资金用途，并列表说明) b) 融资方案：公司所希望的投资人及所占股份的说明，资金其他来源，如银行贷段等。

九、财务计划与分析

1、过去三年的现金流量表

2、过去三年的资产负债表

3、过去三年的损益表

4、过去三年的年度财务总结报告书

5、今后三年的发展预测

十、风险因素

1、技术风险

2、市场风险

3、管理风险

4、财务风险

5、其他不可预见的风险

6、风险控制和防范手段 十一、退出机制

4、利润分红

**项目策划书封面篇五**

作为一种新兴的产业，文化产业的兴起和发展正在成为市场经济条件下最引人注目的文化经济现象。随着我国加入wto和国家实施西部大开发、云南建设民族文化大省等一系列战略发展机遇的到来，文化产业的发展迎来了加快扩张、健康发展的大好时机。按照州委、州政府提出的“深化文化体制改革、加快文化产业发展、建设民族文化大州”的要求，结合建水的实际情况，现制定建水深化文化体制改革、发展文化产业实施方案。

一、建水发展文化产业的条件分析

建水是国务院公布的第三批国家历史文化名城，历史悠久，人文荟萃。其众多的古迹，丰富的旅游资源，多彩的民族风情，富有特色的文化产品在省内外都具有一定的影响力。随着“鸡石”、“通建”两条高等级公路的即将贯通和建水“文化旅游大县”建设的实施，建水的各项基础设施建设正在逐步完善，建水旅游业不断升温，有望成为云南既丽江、大理、香格里拉等知名旅游热区之后的又一旅游热点。省、州提出建设“建水历史文化名城区”，给建水的发展带来了良好的机遇。从建水自身的情况看，发展文化产业既有机遇，也有挑战。

(一)主要优势及机会

1.建水具有深厚的历史文化底蕴及数量众多、极富历史和艺术价值的古迹，发展文化旅游业有着良好的基础。

2.建水民族众多，民风民俗淳朴自然，民族风情绚丽多姿，民间传统文化独具特色，民间艺人颇具实力，民族资源十分丰富。

3.建水处于滇南交通网络的枢纽位置，两条高等级公路贯通后，便捷的交通将给外来者带来便利。

4.建水发展文化旅游的定位与省、州建设民族文化大省和民族文化大州的总目标一致，发展文化旅游有政策和措施保障。

5.文化产业作为新兴产业的重要性日益凸现，正被更多的人接受和认识。

(二)劣势及威胁

1.由于对外宣传的不足，建水作为国家级历史文化名城和国家重点风景名胜区的知名度远远落后于其它同类城市。

2.众多的民族民间文化资源和自然资源、人文资源未能更好地开发和利用，外界对建水的认知还比较低。

3.旅游硬件设施还较薄弱，软件建设不够完善，部分文化基础设施的建设刚刚起步。

4.与省内其它地区在旅游及文化市场的竞争上后劲不足。

二、发展文化产业的指导思想、原则及目标

1.指导思想：

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，认真贯彻xx大精神和省委、省政府关于发展文化产业、建设民族文化大省的指示精神以及红河州“深化文化体制改革、发展文化产业、建设民族文化大州”的决定，围绕“新型工业强县、文化旅游大县、特色农业强县”的奋斗目标，从建水实际情况出发，解放思想，抓住机遇，突出特色，发挥建水历史悠久、文化资源丰富的优势，积极推进文化创新，综合开发建水丰富多彩的民族文化资源，实现文化转型，分阶段、分层次加快文化产业发展步伐。突出特点，理顺机制，调整结构，合理布局，以文化旅游业为龙头，带动其它产业的发展，使文化产业成为建水新的经济增长点。

2.建水发展文化产业应遵循的原则

社会效益与经济效益相统一的原则。文化产业是一种特殊的精神文化产品，随着市场经济的发展，文化市场的经济效益日渐显现，文化产业对市场经济的拉动作用越来越明显，文化进入市场，正在成为新的经济增长点。因此，发展文化产业既要遵循党的文化方针，坚持把社会效益放在第一位的原则，也要遵循市场经济和文化艺术发展的客观规律，寻求与经济效益的最佳结合点，实现两者的相互统一。

发挥优势，突出特色的原则。抓住特色，就抓住了生存权与主动权。在市场竞争日趋激烈的大背景下，文化产品没有特色，文化产业就无从发展。因此，应从自身实际出发，选择最具特色和市场前景的文化产业项目进行开发，发展优势产业。

重点突破，整体推进的原则。不同的民族和地区，都有着自己的独特文化，在发展文化产业的初期，应以自己的特色文化为重点，先在重点领域内实现突破，起到辐射和带动效应，进一步促进其它产业的良性成长，最终实现文化产业的全面发展。

遵循市场规律，恪守文艺规律的原则。任何一个产业的发展，都应遵循市场经济规律，文化产业的发展也不例外。发展文化产业的最终目的是使大部分文化形态尤其是经营性文化产品进入市场。因此必须遵循市场经济规律，按市场法规运作，发挥市场对文化产业的调节作用，使文化产品适应社会的需要。

开发与保护相结合的原则。在文化产业的发展中要坚持对文化资源的严格保护、合理开发和永续利用，既要将丰富的历史文化资源优势转化为经济优势，又要注意保护文化生态环境和历史文化资源使其不受破坏。

以人为本的原则。发展文化产业要以人为本，一方面是要不断提高人民群众的文化生活质量，促进人的自由与全面发展，提高人的综合素质，这是发展文化产业的根本目的;另一方面，文化产业要得到充分发展，就必须发挥人才资源优势，充分合理地利用人才这一无形资产，调动人才的积极性，用其所长，才能加快文化产业建设的步伐。

3.发展文化产业的总体目标

通过五年的努力，初步形成一个投资多元化，特色鲜明，结构布局合理，设施齐全，社会效益与经济效益显著的开放的文化形态体系，发挥文化对三个文明建设、增加全县综合经济实力的积极作用。

三、发展文化产业的主要内容

建水民族文化资源丰富，在红河州具有一定的特色和份量，在地理位置、交通等方面占有一定优势，发展文化产业有着良好的基础。按照州委、州政府提出的建设“建水历史文化名城区”的要求，根据建水的地域特点，建水应着重发展以下文化产业：

(一)文化旅游业

建水旅游业的发展已被定位为“红河州龙头旅游城市”、“云南省重点旅游城市”和“国际旅游城市”，旅游业的发展正在逐步成为建水第三产业中的支柱产业。建水旅游业的发展应按照“依托旅游资源，拓展文化内涵，打响城市品牌”的思路，以建水特有的文物古迹、人文习俗、民族风情和区域文化为核心，来带动饮食、住宿、商业、娱乐等相关产业的发展，加强文化与旅游的结合，以文促旅、以旅兴文。

1.抓住云南民族文化大省建设和红河民族文化大州建设的机遇，做好对文化旅游景区的区域布局规划。利用人文这一主线，将现有资源进行整合。在对民族文化资源进行有效保护的前提下，加大对现有资源的利用，不断推出具有建水特色的旅游产品，开辟多种内容和形式的旅游线路。如以建水文庙、云龙山、指林寺、燃灯寺等寺庙为主的宗教文化旅游，以朱家花园、张家花园等为主的古民居旅游，以哈尼族、彝族民间节庆为主的民族风情旅游，以建水燕子洞为主的岩洞探险旅游，以建水古桥、古塔、古井、古街为一体的特色资源旅游等，以满足不同游客的需要。

2.配合旅游黄金周、节日、双休日，以曲江温泉、黄龙寺、绵羊冲等景区为主，积极创建以娱乐、休闲为主的生态旅游和短期里程旅游市场。

3.加强对旅游业的投入和支持，提供招商引资的相关优惠政策，加大招商引资力度，改善旅游设施配套建设尤其是宾馆酒店的建设，力争在近两年内建成一批新的星级酒店。

4.加大文化旅游宣传力度，利用电视、网络、报刊等媒体，积极策划多种形式的宣传活动，推出一部“斯文人家·建水故事”方言系列剧，打响“燕归古镇、斯文人家”的建水旅游形象城市品牌，推动旅游业的快速发展。

(二)民族工艺品产业

建水民族工艺品以建水紫陶和民族银饰品为代表。建水陶历史悠久，源远流长，为中国“四大名陶”之一，在海内外享有一定声誉;建水民族银饰品具有民族特色。两种艺术品均具有产业化经营的基础。(面试网 )

1.提升两种文化产品的艺术品位，突出品牌及特色，走高工艺、高品质、高价位的营销路子;

2.改革工艺美术陶厂和民族首饰厂现有体制，采取多元投资方式，走组建企业，实行规模经营、连锁经营，实现产销一体化;

(三)文化饮食业

建水有着丰富的地方名特食品：过桥米线驰名海内外;烧豆腐、草芽为建水独有;建水汽锅鸡为滇味名肴。还有许多小吃独具特色。发展饮食业有着良好的基础。

1.建立一座名城饮食城，使之成为建水名特食品的集中展示点。

2.过桥米线最早起源于建水，历史悠久，风味独特。重点培植一家有实力的饮食企业，对过桥米线进行更具品质和文化品位的研究开发，将过桥米线打造成为“东方麦当劳”，拓展成为连锁企业，打入外地市场。

(四)娱乐产业

发展文化娱乐业的指导思想是要以生动活泼的、能为广大群众所接受和喜爱的优秀文艺产品，来满足群众休闲娱乐的需要。其思路为：政府引导、市场运作、突出重点、带动一片。政府通过制定相应的规划加强对娱乐业的管理和引导，为文化娱乐业的发展提供舞台。

1.盘活电影公司现有资产，广泛吸纳社会和外来资金，组建一个有一定规模和实力的文化娱乐公司，建设大型综合性娱乐场所，使之成为建水文化娱乐业的龙头，带动全行业的发展。

2.以曲江温泉度假区、黄龙寺水上游乐场等乡村度假区为中心和重点，在现有规模的基础上建设成为大型游乐中心，提高文化娱乐和休闲度假的文化含量和文化品位，积极发展文化娱乐业，带动其它文化娱乐场所的发展。

3.探索发展娱乐业的新技术、开拓新的娱乐方式和项目，提高文化娱乐的文化科技含量，促进文化与娱乐的结合，在挖掘建水民族传统优秀文化娱乐方式的基础上，不断推出健康向上的新型娱乐项目。

(五)演艺产业

按照省委、省政府和州委、州政府关于进一步深化文化体制改革的要求，进一步推进文化事业单位的改革与发展，建立起较为完善的文化事业管理体制。

1.以红河彝族花灯团为试点，采取政府扶持和市场运作相结合的方式，促使其通过精品展演逐步实现自主经营和自我发展，增强活力，5年后逐步与政府脱钩。走文化演出单位社会化、市场化、产业化发展的新路。实现由公益性事业单位向经营性方向的过渡转型。鼓励外来企业集团参与艺术展演产业的投资和经营管理。

2.组建一个文化传播中心，投资建设各类艺术培训基地和活动场地，开发演艺市场;以为群众提供优质艺术产品和服务为目标，开拓文化服务市场。

3.利用建水丰富的名胜古迹和自然景观，以朱家花园为主要场地，拍摄一部精品电视连续剧，打造建水滇南影视拍摄、创作基地。

4.组建一支建水芒鼓艺术表演团，在政府调控下尝试商业性演出。

(六)体育产业

1.引导和鼓励社会力量投资兴办体育经济实体，从事体育健身娱乐方面的各类经营性活动。

2.政府投资兴建体育中心，为各类体育竞赛和群众开展健身、健美、康复、娱乐等体育活动提供产地设施和技术指导。

3.鼓励社会各界和个人承办各种规格和级别的体育竞赛表演;积极开发建水少数民族体育资源。

(七)教育产业

教育是最重要的基础性产业，要确立教育的产业化意识，真正把教育和人才资源的开发作为最重要的基础产业来抓，深化教育管理体制改革，使其适应教育产业化发展的需要。

1.深化以人事制度和分配制度为核心的学校内部管理体制改革，全面推行聘用制、竞争上岗和择优选用，不断提高办学水平和办学效益。

2.鼓励社会力量办学，扶持发展民办学校，探索多种形式的办学方式，积极吸引省内外资金和设备到建水办学。

3.以建水一中为示范点，积极发展校办产业和教育服务业。以联办等方式，使学校后勤部门从学校分离出来，成为独立的经济实体，形成市场化的后勤服务体系。

(八)公益性文化基础设施建设

1.在两年内完成县博物馆、文化馆的建设，使之成为建水规模较大、功能较齐全的标志性文化基础设施，集中展示建水历史文化，弘扬优秀传统，丰富群众文化生活。

2.五年内建设完成县图书馆，完成后可形成公益经营兼容的文化产业运作形式。

3.四年内按照州资金配套政策完成各乡镇文化站的新建、重建和扩建任务，实现全县乡镇文化站全部达标。

四、主要措施

1.认真贯彻执行州委、州政府关于“加快文化体制改革、繁荣文化事业、发展文化产业”的决定，将文化产业的发展纳入各级党委、政府的议事日程，纳入当地经济和社会发展规划，纳入城乡总体规划;文化部门要充分发挥职能作用，积极做好发展文化产业的具体组织工作。

2.加强政策扶持，广开门路，多渠道筹集资金，除积极争取国家、省、州支持外，还应争取社会多方面的支持，鼓励社会资本投资，按“谁投资、谁受益”的原则，通过合作经营、土地置换等方式，引导投资文化产业设施和经营文化产业项目。

3.加大财政对文化产业发展的投入和扶持力度，对有较大市场潜力和开发价值的文化产业项目重点给予支持。县财政可拿出部分资金作为文化发展基金，支持文化产业的发展。

4.鼓励企业赞助文艺表演、体育竞赛等活动，充分调动和发挥社会办文化的积极性;鼓励社会力量组建国家政策许可的各种文化经营企业，在规划建设、土地征用、人才引进等方面给予优惠政策。

5.创新用人机制，搞好文化产业队伍建设。文化事业单位要建立竞争机制，实行双向选择、能进能出的用人新机制，改革分配制度，定岗定酬，建立重实绩、重贡献的分配激励机制。红河彝族花灯团要加快文艺尖子人才培养步伐，不断提高文化队伍的整体素质，为组建商业演出团队、发展演艺产业打下良好基础。

6.成立文化产业发展办公室，落实编制、人员、经费，明确工作职责，在县委、县政府的统一领导下具体负责各项文化产业项目的实施;各级各部门要充分认识文化体制改革和文化产业发展的重要性和紧迫性，做好协调工作，发挥职能作用。

**项目策划书封面篇六**

一、展览名称

“览庭”

二、展览主题

曲水流觞，觥筹交错

三、展览宗旨

在人类经济日益精神化的今天，精神性需求或文化消费需求被提高到了一个空前的高度。人们现在更多的是在寻求精神内容的消费，此次展览一方面秉承对优秀民族文化的传承，另一方面力求将展览所带来的社会效益和经济效益相结合，通过展览将展品推向市场，或将带有艺术符号的商品引入展览，以便更好地打开市场，流入市场。“览庭”一展将展品的精神内容统一于对中国传统文化的一个现代方式的诠释，并以创新的理念和富有创意的手段，用展览和现场演示以及多媒体相结合的方式，通过多种手段呈现于受众。旨在带动市场正确的受众性引导和对当前群众极地培育，为文化的产业化发展推波助澜。

四、展览方式和手段

“良辰美景奈何天，赏心乐事谁家院”。“览亭”不仅有庭院之“欣赏”意，更与《兰亭序》中“兰亭”谐音，有群贤集聚于此，“曲水流觞，觥筹交错”，尽数天下英雄之意，用来隐喻“览庭”一展的真切、生动、丰富、自然的交流意境。展览在与古典艺术的清、高、淡、雅这几部分特点相结合的基础上，有选择地挑选当代艺术家与此相关的当代性作品，结合当代多样的艺术展览形式，创造一种地域特色鲜明、风情独具、动静相宜、美仑美奂的艺术空间，让观众沉醉其间，尽享中国传统文化之典雅气息。

五、展览形式和内容

(一)情境营造

在展览区拟建古典庭院、园林、小桥、流水、亭台阁楼，让观众从入口的长廊渐渐进入展览区，并有古典轻音乐作为背景音乐。

(二)区域功能划分

(1)演出区

背景为粉墙黛瓦，中为园门。门后透绿，植芭蕉、翠竹造景。前为台，演员着戏装。演出区前砌一曲池，架一红色木拱桥与观众隔开，池中有莲花灯、五色锦鲤、雨花石，高低错落数枝莲花、荷叶等。背景下方安装彩绘纸伞、手绘纸折扇，营造花卉、假山泉。整个区域呈扇形分布，演出区域与展示区以一曲池相隔。

将演出区域有机地融合到“览庭”一展当中，再演出边围区布置茶水、甜酥等。

(2)展示区

“览庭”展示区包括所有布展设计区域，整个布展围绕“览庭”的核心理念展开，囊括展览当中的任何一点细节。展示区围绕演出区以不同层次不同意境依次展开。

(3)多媒体视听艺术展示

每个区域展区将布置视听装置，所用装置既有内在实用性又具外部设计欣赏性，如将中国古代的审美形式通过现代的电子产品的设计表达出来。

(三)展品

展品包括当代艺术家工笔类作品以及中国古典特色以现代商品的任何一种载体形式呈现的家居实用型用品。

六、展览时间

七、展览地点

江苏省国画院

八、经费预算

九、可行性分析

(一)可开发市场

“览庭”一展旨在开发当代市场中极具开发潜力的一个展览，通过市场引导创立品牌消费群体。也可以定位为一个已具影响力的品牌的一个市场延伸。

(二)可利用资源

受过国内优秀传统文化熏陶的艺术家的创新性的作品，以及当今非物质文化遗产

(三)存在问题

怎样通过“览庭”一展，抓住受众兴趣消费的聚焦点，进行有效的市场开发、运作。(例如相关延文化延伸品)

**项目策划书封面篇七**

一、指导思想和原则

指导思想：以重要思想为指导，坚持以人为本，按“讲政治、保稳定、促发展”的要求，在城区建筑施工现场发生安全事故时，能以最快的速度、的效能，有序地实施救援，限度减少人员伤亡和财产损失，把事故危害降到最低点，维护城区安全和稳定。

原则：迅速应急、统一指挥、分级负责、单位自救与社会救援相结合。

二、应急预案启动涉及的事故内容与适用范围

本预案适用于城区发生的建筑施工安全事故潜在事件和紧急情况时的应急控制。当施工场区内发生下列情况之一时，应急救援领导小组开始工作，应急救援预案启动：

(一)、场区火灾;

(二)、深基坑开挖塌崩;

(三)、高支模支架塌陷;

(四)、高耸设备设施倾倒;

(五)、触电事故;

(六)、交通事故;

(七)、围墙垮塌;

(八)、高处坠落;

(九)、脚手架倒塌;

(十)、机械伤害;

三、应急预案启动前提

施工场区发生重大事故前兆或事故发生评估预测为：

(一)、死亡数在1人以上;

(二)、直接财产损失在1万元以上;

(三)、对施工场区外的影响有明显的破坏或人身伤亡。

四、应急预案的启动和响应

当事故的评估预测达到启动应急预案条件时，由应急总指挥发出启动应急反应预案令。由应急总指挥、事故现场操作副总指挥同时启动应急反应、建设单位一级应急反应行动组织和项目经理部二级应急反应行动组织。按应急预案的规定和要求以及事故现场的特性，执行应急反应行动。根据事态的发展需求，及时启动协议应急救援资源和社会应急救援公共资源，限度地降低事故带来的经济损失和减少人员伤亡。

五、城区建筑施工安全事故应急组织和职责：

(一)人员组成：

组织指挥组：

通信联络组：

应急行动组：

(二)职责：

1、组织指挥组

组织指挥组接到事故单位报告后，负责应急与响应的组织领导工作，协调各相关应急单位和应急小组的应急与响应行动。

2、通信联络组

接受组织指挥组的指令，迅速与相关部门取得联系通报情况。

(1)、通讯体系：

应急预案中必须确定有效的可能使用的通讯系统，以保证应急救援系统的各个机构之间有效地联系。建立有效的通讯体系，其体系应考虑的因素有：

a、应急人员之间;

b、事故指挥者与应急人员之间;

c、应急救援系统各机构之间;

d、应急指挥机构与外部应急组织之间;

3、应急行动组

负责迅速到达事故现场展开调查，及时通过通信联络组向组织指挥组和相关部门通报情况。

六、应急措施

(一)、应急措施处理程序图

(二)、应急措施处理程序

1、建筑安全事故发生后，组织指挥组应立即启动应急预案和响应计划，向各小组下达配合、协调抢救指令，随时掌握各组最新动态并做出最新决策，要求所有应急人员行动迅速有效。

2、通信联络组迅速与相关部门取得联系，第一时间向建设局、公安、消防、医疗、市建设局、市建筑安全监督站等相关部门报告，通报情况;并及时将事态的发展向组织指挥组报告并将组织指挥组的指令向各抢救部门传达。

3、应急行动组迅速到达事故现场，积极协调、指导相关方展开抢救救助工作，并及时通过通信联络组向组织指挥组和相关部门报告现场情况。

4、采取有效措施防止事故扩大，保护事故现场，需要移动现场物品时，应当做出标记和书面记录，妥善保管有关物证。

5、对事故过程中造成的人员伤亡和财物损失做收集统计、归纳、形成文件，为进一步处理事故的工作提供资料，并按照国家有关规定及时向有关部门进行事故报告。

6、对应急预案在事故发生实施的全过程，认真科学地作出总结，完善预案中的不足和缺陷，为预案的完善提供经验和依据;

7、依据有关规定，对事故过程中的功过人员进行奖罚，妥善处理好在事故中伤亡人员的善后工作，尽快组织恢复正常的生产和工作。

七、应急预案的培训与演练

城区各建设单位及施工企业应经常组织紧急救援知识和救援措施培训，每年组织一次演练，城区建筑施工安全应急救援指挥部应积极指导、协调和督办各单位应急预案的培训与演练。

(一)、应急反应培训

应急预案和应急计划确立后，按计划组织管理部门和施工场区的全体人员进行有效的培训，从而具备完成其应急反应任务所需的知识和技能。

1、一级应急组织每年进行一次培训。

2、二级应急组织每半年进行一次培训。

3、新加入的人员及时培训。

培训的内容：救援器材的使用训练、个人的防护措施、对危险源的突显特性辩识、事故报警、紧急情况下人员的安全疏散、各种抢救的基本技能、应急救援的团队协作意识。要通过演练，使应急救援人员明确“做什么”、“怎么做”、“谁来做”及相关法规所列出的事故危险和应急责任。

(二)、应急反应演练

应急反应预案和应急反应计划确立后，经过有效的培训，应做到管理部门人员每年演练一次，施工场区人员开工后演练一次，不定期举行演练，施工作业人员变动较大时增加演练次数。测试预案和计划的充分程度、应急培训的有效性和应急人员的熟练性、现有应急反应装置、设备和其他资源的充分性，提高与现场外的事故应急反应协作部门的协调能力，通过演练来判别和改进应急预案和计划中的缺陷和不足。

**项目策划书封面篇八**

十月一日是一年一度的国庆节，是纪念新中国的成立的日子，特许奥迪汽车销售服务有限公司在这充满纪念意义的日子里，开展“奥迪迎国庆，好礼送不停”的国庆节奥迪车大优惠的活动。

传扬奥迪车“突破科技，启迪未来”的品牌理念，将奥迪车的“动感、进取、尊贵”的品牌价值深入人心，从而提高销售量，增加营业额。

20xx年10月1日——20xx年10月7日

各大奥迪汽车销售服务有限公司

（一）明星代言突价值

1、动感

运动，最能体现出动感的节奏。我们将邀请为奥迪的“运动”理念做代言，他和品牌形象如出一辙。我们有信心其代言有助于传递奥迪的品牌形象，为品牌注入新动力，并燃起奥迪车迷、赛车迷以及爱车之人对奥迪品牌的热情。

2、进取

积极向上，最能体现进取的特征。我们将邀请为奥迪的“进取”理念做代言，他对音乐积极向上的态度最能体现出“进取”的这一品牌价值。还有一个原因，在世界上都有较为深远的影响力，能带动全世界对奥迪的热情。

3、尊贵

大气，优雅，是尊贵的最好体现。我们将邀请著名影星作为“尊贵”这一品牌价值的代言人。突出奥迪优雅的品质，不仅男人可以开，女人也可以。不仅如此，女人也能体现出奥迪的品质。

（二）五重好礼大相送

1、一重好礼

活动期间，订购奥迪任意车型都可获得电视机一台。

活动期间，订购奥迪任意车型都可获得车辆交通强制险一份。

2、二重好礼

专属国庆特价精选车辆。

高功率专享型厂家指导价1347000，国庆专享特价 8折优惠购车。

型厂家指导价519000，国庆专享特价8折优惠购车。

高功率舒适型厂家指导价1158800，国庆专享特价8.2折优惠购车。

3、三重好礼

现金最高直降7万元，置换旧机动车订购a6l还能获得价值120xx元车辆商业险。

特装车最高直降3万元，置换旧机动车订购a4l还能获得价值8000元车辆商业险。

最高直降2.8万元，置换旧机动车订购q5还能获赠一年银质延保。

全新进口奥迪q3最高直降2万元。

4、四重好礼

活动期间，来店咨询、置换旧机动车可获得价值1000元的车辆置换代金券。

5、五重好礼

活动期间，来店赏车试驾就有机会抽取精美奥迪汽车的模型 。

1、电视广播连续播放三天

2、各大广场广告银屏连续播放三天

3、在体育广场车展2天

1、10月1日国庆节当日，只要拨打奥迪之旅活动报名电话，您就能参加在奥迪之旅展厅举行的“赏车、试车，奥迪之旅品鉴团购会”，届时我店还会推出让您心动的三款车型的国庆节团购政策。

2、我们还将免费为您的车保养一次。

**项目策划书封面篇九**

一、建设网站前的市场分析

在国内电子商务并不成熟的现实下，服务并不规范，没有一个统一的商务网站标准，特别是本地区基本没有成熟的商务网站。

本公司在电子商务市场并不成熟的情况下进军电子商务市场，能在竞争并不激烈的情况下占领市场，扩大市场份额，以最快的速度实现盈利。

二、市场定位，功能定位

前期类型：c2c,b2c，服务对象基于本地区市民，经营小商品，食品，书籍，软硬件等，类似于传统仓储型超市的网上超市，另建立小型二手市场平台。

后期类型：b2c,b2b，增强交易平台功能，增加企业交易、产品发布平台，扩大网上超市产品内容，从经营低价商品扩充到大件商品，高产值，高利润产品。

三、发展目标：

初期：申请域名，申请贷款，吸收风险投资，制作网站。联系isp，申请网络介入，购买服务器等软硬件设备。

6个月：建立网站，扩容网站内容，规范网站服务，吸引加盟营销商，使网站在本地区有一定知名度，建立服务网络，建立产品采购网络，建立产品配送网络，培训员工，产品采购、配送依托连锁超市等传统物流网络。依托传统物流网络可以采用合作加盟等方式，可作为一个传统零售商的从属企业。

1年：在本地区有较强的知名度，能打出自己的品牌，在网站内容上有更进一步的充实，争取更多的加盟营销商，丰富网上超市的产品，并向高端产品发展。吸纳投资，扩大经营范围，着手建立b2b商业交易平台，实现网站盈利。

2年：达到本地区最大的几个电子商务网站之一，巩固市场份额，网站集成，b2b,b2c,c2c三种经营方式为一体，建设独立的物流体系，降低经营成本。在巩固低端产品市场的同时，重心向高端产品发展，建立以高利润，高附加值产品为主的经营体系。

3年：收购产品供货企业，建设自己的产销体系，进一步降低产品成本。完全脱离传统零售商，物流公司，建立更便捷，更优惠的产品营销网络。

3年以后：视情况再定。

四、网站板块，风格

网站初期分为产品索引、在线交易、新品发布、bbs、二手市场等五大部分。以后逐渐增加企业产品发布板块，增加会员板块，对付费会员实行优惠政策。风格定位为简洁明快，图片和文字相结合，以淡色做基调。产品网页形式采用统一模块，突出产品图片。

二手市场平台用统一格式，从产品名到产品备注都统一格式，并采用类似于易趣的信用制度，鼓励网下同城交易，避免不必要的纠纷。

仓储超市产品价格统一定价为.99元，百元以上产品定价为xx9.9元

五、网站维护

初期聘请专门的数据库操作员，网站内容每天更新，制定网站规范。

六、网站推广

初期由于和传统零售商联合，可以在连锁零售商店内做广告，并在零售商店内采取诸如买一定限额商品送会员资格的推广优惠活动。

等网站有了一定点击率之后可以找专门的策划公司来包装，从网页到宣传口号进行一次大的改版，打响品牌，进一步开拓市场

七、技术方案

1、还是租用虚拟主机。

2、操作系统：window/nt。

3、采用系统性的解决方案(如ibm,hp)等公司提供的电子商务解决方案。

4、网站的安全包括防止病毒的袭击、防止黑客的入侵、防止因为以外事件导致数据的丢失电子商务网站还包括在交易过程中不泄漏客户的讯息，例如拥护的银行帐号、个人信息等等。使用著名公司设计的杀毒软件，并且经常定时升级，不使用来历不明的软件，注意移动存储设备的使用安全，这些可以有效地防止病毒的袭击。使用网络防火墙、定期扫描服务器发现漏洞即是打补丁，是的黑客没有入侵的道路。对付意外事故，必须每天备份数据，如果有可能，使用raid冗余磁盘列阵进行同步备份。对客户的信息保证安全是最重要的，在交易时要注意提醒客户提高警惕，在传输数据的过程中要对数据进行加密，例如使用密钥加密数据和数字签名技术等，保证客户的权益不受到损失。

5、相关程序开发。如网页程序asp、jsp、cgi、数据库程序等。

**项目策划书封面篇十**

一、招标项目概况

1、项目名称：七星谷文化农林产业园

2、招标内容：七星谷文化农林产业园项目策划及总体规划

3、项目规模：项目总用地10.7平方公里。现状村庄建设总用地为31.08公顷。建设总用地约80公顷。总体规划范围为四角城村、团员沟村、岳兹村的行政辖区：

4、项目策划、规划期限：本项目的策划、规划分两个阶段进行。

第一阶段为项目策划阶段：60天

第二阶段为项目规划阶段：由策划中标单位对其他策划报告整合后组织规划。

5、项目位置：

章丘市垛庄镇。处于古齐鲁两国交界处，泰沂山脉北麓，济南市东南部，章丘市最南端，距济南市城区30公里，距章丘市城区28公里。南与莱芜市、泰安市毗邻，西与济南市历城区接壤。东起327省道，西至章丘市界，南至泰安市界，北到团员沟村0.5公里处。因地理位置独特，有“四界首”之称。

6、政策支持：

7、历史文化：山东是中华文明发祥地，孔子文化的发源地，本项目又地处古代齐国、鲁国交界处，可谓历史文化悠久，文化资源丰富。

二、招标要求：

1、策划招标要求：根据本项目地形地貌、用地范围、现有自然资源，根据中华文化、齐鲁文化、星空文化、农耕文化的历史、现状及发展趋势，根据旅游、地产、养老养生产业的运营现状、发展趋势，根据国际国内运转经营良好的新兴产业以及将来有很大发展潜力的创意性产业，结合国家有关政策规定，深入挖掘各产业市场发展潜力，编制项目策划报告，将各产业资源在七星谷文化农林产业园区进行充分的整合、布局。打造“都市中的桃花源，心灵中的生态谷”。

策划期限：自合同签订之日起60个工作日。

2、规划招标要求：

(1)根据国家、省有关规划设计技术规定;

(2)根据七星谷文化农林产业园项目策划报告要求;

(3)规划成果要求：文本、说明书、基础资料汇编、电子文件成果光盘、大图6套、图集6套。

三、投标人要求：

1、具有合法有效的营业执照、税务登记证、组织机构代码证，需具备乙级(含乙级)以上规划资质证书;

2、在中国境内或境外注册，为独立的法人，能独立承担民事责任的策划、规划单位;有独立的经营场所、专业的策划团队;

3、公司注册资本金1000万元以上;公司有5年以上类似项目策划运营经验和良好业绩。

4、有不少于5项的突出文化、旅游、地产课题的研究成果，单项策划面积在1500亩以上。

5、熟悉国内、国际文化产业(包括齐鲁文化、农耕文化、星空文化等)、农林产业、旅游产业、地产产业的商业运营模式、运营情况。对各产业的发展趋势有充分的分析能力、预测能力。

6、掌握文化产品、农林产品、旅游产品、地产产品的盈利模式、赢利点。

7、对将来的消费理念、消费需求点能够进行充分的剖析，预测消费发展趋势。

8、根据本项目地形地貌，根据各产业市场发展趋势，结合国家、省、市有关政策要求，能够挖掘各产业深层次消费需求点，能够策划符合市场消费需求的产品，能够策划本项目的商业运营模式、盈利模式，产品及产品链设计，策划赢利点。

9、能够在主策划报告的基础上对其他策划报告进行整合，能够根据整合后的策划报告进行总体规划。

10、可以组织联合体投标。

四、报名截止日期：

联系人：

手机：

电话：

传真：

**项目策划书封面篇十一**

项目说明书

一、大学网概况

大学网成立于xx年8月27日，是一个由有过从业经历，创业经历的年轻人所领导的团队建立起来的。目前有团队成员7人，分布于西安各大高校，大学网的宗旨是一切为了大学生，致力于在西安建立一个网络，通过该网络促进各种线下活动的开展，给西安广大大学生带来真正的实惠。

二、团队核心成员介绍

刘海洋：本科毕业后任职于知名公司，工作一年后辞职，开始创业。有过创业失败的经历，大学网是第三次创业。为人具有感染力，做事执著，热情，不甘寂寞，有领导力。

王 帆：交通大学管理学院在读研究生，项目管理专业，本科时接触各种社团较多，现在研究生会工作。为人较为冷静，思考问题比较周全，善于与人打交道，做事执著，主要负责人事和市场方面。

李 钊：交通大学在读研究生，主要负责网页设计和技术方面。

毛 琦：交通大学软件学院在读研究生，主要负责网站技术方面。

罗 娜：毕业于西北大学。性格活泼开朗，喜欢一切新鲜事物。

郭 丹：西安电子科技大学在读研究生，企业管理专业，现任研究生会副主席，本科时曾获全国创业大赛铜奖。目前负责人事外联方面。

赵 飞：西安电子科技大学在读研究生，情报专业，现任研究生会副主席，有毅力，工作能力强。

核心成员各司其责，分工明确，特别强调执行力。

三、市场分析

大学网成立于xx年8月，致力于服务西安地区所有高校在校大学生。网站的主要内容均取材于大学生活，“一切为了大学生”，扎根于大学校园，是大学网最大的特点也是立足点。作为一家年轻而富有朝气的学生门户网站，其背后是一支朝气蓬勃富有创新思维和战斗力的团队。团队成员均为在校大学生，这使得大学网的每一个角落都充满着大学生活独特的气息。

目前,西安有几家大学生的综合性网站,然而仅仅提供网上的一部分信息资源,对于我们西安地区的广大大学生来说,并没有提供其真正所需的东西.作为一个地方性的网站却不能提供线下的各种服务,实在是一种极大的浪费.大学网作为后起的网站新秀,目前拥有丰富的频道体系，为大学生提供一个了解社会的窗口和在网上展示自我及相互交流的平台。同时面向商家提供一个直接进入大学校园的新营销渠道。这样在校园与社会之间构架出一个双向的通道。大学网结合自身优势，不断创新，依托于自身网络平台，通过不断的整合校园资源，为大学生提供最全面的服务通道，为企业提供全方位的优秀校园整合营销服务。简单来说,大学网作为后起的网站新秀,其宗旨是一切为了大学生,其理念是以线上促线下,把真正的实惠提供给西安地区的在校大学生们。

四、经营现状

大学网除了以上团队成员外，还有域名资产，目前已经升值到22万元;服务器一台，后台程序一套;对内方面(校园)目前各类人员的招聘已经开始，仅在网上发布招聘启事一周，就有10人应聘栏目编辑，4人应聘ceo，2人希望能有合作;对外方面(商家)已经和几家有了较明确的合作意向;但由于缺乏资金，宣传力度不够，各项工作进展的较慢。(只要5---10万的资金)

五、经营模式

我们的经营模式目前采用校园ceo 和栏目编辑的形式。简单来说校园ceo要在西安各大高校均有一人，全面负责该校的各项线下工作;栏目编辑不一定每个学校都有人，只要保证该栏目总人数达到要求即可。

**项目策划书封面篇十二**

1.1工程概况

屋面设计要求：细石混凝土(内配筋)(40.00mm)+1:3水泥砂浆找平层(20.00mm)+挤塑聚苯板(40.00mm)+app改性沥青防水卷材(3.00mm)+1:3水泥砂浆找平层(40.00mm)+水泥膨胀珍珠岩(20.00mm)+钢筋混凝土(120.00mm)

1.2编制依据

设计图纸及建筑工程施工合同

2.1材料要求：

2.1.1挤塑聚苯板(40.00mm)

采用阻燃性挤塑聚苯板，材料应符合规范及设计要求

2.1.2挤塑聚苯板胶粘剂

本公司生产的专用挤塑聚苯板胶粘剂

2.2施工前准备工作

2.2.1组织准备

⑴参与施工管理的相关人员必须认真熟悉施工图纸，发现问题并汇总，同时提出修改方案。

⑵查找施工器具是否完好无损，要做到有备无患。

⑶做好与材料供应商的合同及供应保障体系。

1、基层清理：在进行屋面保温施工时，应对保温面基层进行清理。

2、屋面保温板铺板：当防水层施工完后对防水层做检查确认无异后，可以开始铺挤塑聚苯板。挤塑聚苯板本身膨胀性极低，基本上不需要留伸缩缝，为了避免挤塑聚苯板在后续施工过程中发生走位影响整体施工，可以使用粘接剂将挤塑板与防水层做个假性贴合，粘贴只需配合挤塑板大小在防水层上点粘或圈涂，不需要全面涂饰。遇到屋面突处将挤塑聚苯板做适当切割后铺设。

3、进行保温板的铺板时，挤塑聚苯板间的缝隙不大于2mm，挤塑聚苯板间水平缝相互错缝;挤塑聚苯板四周采用挤塑聚苯板填缝，以确保板缝拼缝严密。在进行保温平面施工时，不得采用破板，若有破板应立即更换。

4、成品保护。保温板水平施工完毕后，应加强成品保护。非专业施工人员不得进入，以确保下一道施工工序时保温板无破板。

⑴建立健全的质量保证体系，成立以项目经理为首的质量检查小组，定期进行综合单项检查，督促操作人员严把质量关。

⑵每道工艺施工前，必须做好技术交底工作，将技术要求、操作要领、质量要求贯彻到每位操作人员，使大家做到心中有数，正确施工。

⑶严格执行“三检”制度，即自检、互检、交接检。

⑷实行分段挂牌制度，将操作班组长、操作者，施工日期、施工部位、用表格予以纪录，奖罚分明。

⑸经常巡逻检查各方面的质量情况，发现问题，解决问题。

⑴成立安全领导小组，项目经理为组长，随时随地的检查，建立奖罚制度。

⑵设专职安全员，负责整个工程的安全工作。

⑶施工人员进入现场后，要进行一次安全教育。

⑷编制有针对性的安全施工措施，及时贯彻执行。

⑸作好安全技术交底工作。

⑹建立机电设备验收制度，凡未经验收的机电设备不得使用，非机电人员不得动用机电设备。

⑺现场应设置消防器材，作好防火措施。

⑻外墙施工人员进入现场时，必须带好安全帽，系好安全带。

⑼酒后不得进行高空作业。

⑽施工现场严禁吸烟。

**项目策划书封面篇十三**

一、项目名称

转型、感悟

二、项目背景

青少年阶段的学生，有很敏感的认知能力，也具有较高的自尊自信意识，自我中心意识极强，自我控制力弱。人格和心理意识较多倾向于自我作出的评价而非他人作出的。

青少年的人格认知和世界观评判还相当幼稚和肤浅;当独立人格的排斥力大于学校教育力和家长管束力时，青少年的感性对抗将超出他们本身的控制力;此时的排斥和叛逆心理需要理解和引导来化解，决不能强制管束和硬性压制。

青少年的叛逆体现出一定的阶段性，主要体现在心理认知能力和生物性适应能力增加阶段;心理认知能力上升，评判能力和世界观开始形成。他们不再盲从，对的代表，教师、家长开始置疑。

(1)家庭因素

叛逆行为表现开始单亲家庭、夫妻关系不和，矛盾突出的家庭;青少年期缺少家庭关爱也是易发群体，极易发生心理叛逆;而且往往叛逆更加彻底和敌对更加严重。

(2)社会因素

青少年叛逆心理与行为受社会压力与不良习气影响。现实社会的节奏和压力不言而喻。家长工作和生活的压力会在家庭教育中传递给子女。处于青春期的学生，会因承受家长的压力而迷乱，会因释放家长传递的压力而出现类似叛逆的心理阻抗。

青少年叛逆心理与行为更受大众传播媒体影响。许多的电视、网络在信息内容选择、制作方法上因着眼于广大观众而忽略、忽视对青少年受众群体的需求，使一些成人文化中不良的、世俗的负面的某种社会现象影响了青少年，使本来用来警示人们和青少年的内容，而被青少年负面地接受和消化，加剧负面心理作用，强化了叛逆心理的形成。

强制管束和硬性压制容易出现感性对抗。一旦感性对抗出现，过激行为常常伴随出现。出走、叛逆自暴自弃或者其它恶性事件将随时发生。所以，过度的压抑和管束对青少年人格心理的成长是有害的。

一些在大山里生活的孩子渴望走出大山，他们相信山的那边是海，但家庭的贫困可能会阻碍他们的理想的实现，所以他们中的大部分人都被残酷的现实折断梦想的双翼。

基于此类现象，我们决定帮助这些具有过分叛逆心理的青少年和渴望知识的贫苦孩子。让他们换种生活，换种角色，自己体会并感悟生活。

三、目的

通过我们的团队提供相应的帮助，使误入歧途的青少年重建正确的人生观、价值观。使他们的家庭重新和睦。为家庭贫困的孩子贡献一份微薄之力，在他们理想实现的道路上做一些对我们来说轻而易举而对他们却难如登天的事。

他们的理想就是我们的理想。我们会不断改进，完善体系，并逐渐扩大，推广。希望得到相关媒体、学校以及全社会的广泛关注，让青少年拥有一个健康积极的生活态度。

四、资源需要

摄像机，人力，相关公司，车辆，话筒。

五、项目流程

前期准备

1、完成项目策划书。

2、在市区内开展调查，找到有意向并且经济能力较好的家庭，在地处偏僻的地区找到相关家庭，进行交换生活，为期一个月。

3、找到可以提供帮助的电视台，进行全程跟踪。

项目开展

具体活动流：

(1)首先，我们会在中学中开展调查，选择具有过分叛逆行为且与父母关系不和睦的学生，再进行进一步筛选，选择较为合适的一个。

同时我们会在偏远地区(山区)找寻家庭条件艰苦，但渴望知识、渴望美好生活的家庭。征得双方父母及本人的同意后，进行交换生活。

(2)其次，我们会在交换生活期间进行全程记录。

(3)在一个月的交换生活结束后，我们将双方的记录剪辑成片，做成一部具有教育意义的记录篇，并联系电视台，在相关教育频道进行播放。

(4)我们会对参与者今后的生活进行短期的跟踪记录、报道，并采访其父母，同时请他们提出一些意见与建议。以助我们进行查漏补缺，更加完善体系。

(5)在几次的交换活动后，我们会有相应的资料整理，包扩参与者自我总结、感悟。家人反馈，学校及同学反馈，社会意见。

(6)我们公司具有一个“五指墙”活动项目，活动结束后，我们会让双方参与活动，郑重的印上他们的手印。

此外他们以后的情况我们会进行跟踪，以便他们更好的知道对方的情况，进行联系。并且，我们在成立公司后会设立一个小型资金会，让每一个参与者都可以献出爱心。并将资金捐献给贫困家庭。

(7)“转型”

六、经费

在活动开始前，我们会向经济能力较好的一方收取一定费用，但考虑到开销过大，还需相关单位、集团进行赞助。

七、活动中注意的细节与问题。

活动中参与者可能会出现一些生理及心理上的不适，如当地的环境不适应，及出现想家情绪，等等。我们会给予指导及帮助，但最重要的是让他们自己要学会处理，解决。因为我们的目的是让他们自己感悟。

终会让那些渴望知识的孩子们受到更好的教育

让迷茫的孩子树立正确的观念让其家庭充满和睦。

项目策划书5

为进一步加强青年志愿者队伍建设，充分发挥青年志愿者特别是大学生志愿者在\_创建全国文明城市工作中的积极作用，\_市志愿服务协会定于20\_年暑期针对大学生、高中生等广大青年人群体，进行“青年公益行”\_青年志愿者20\_暑期社会公益实践活动，特制定活动方案如下。

一、活动宗旨

深入贯彻落实市委宣传部在20\_年3月市志愿者工作会议上的讲话精神，以“我是志愿者，我是\_名片”为出发点，以\_创建全国文明城市为目标，广泛动员青年人力量，以全心全意为社会和他人提供服务和帮助为教育宗旨，向青年人积极传播并大力弘扬志愿服务精神及公益事业理念，努力营造友爱、互助、和谐的良好社会氛围，全力推进我市志愿服务工作，为我市精神文明建设工作做出积极的贡献。

二、活动周期

1、6月初，进行线上和线下报名以及宣传推广，至7月初截止。

2、7月中旬，举行本项活动启动仪式暨志愿服务双选会。

3、7月中旬，开展青年志愿者进社区公益实践活动，为期一周。

4、7月下旬，面向参与者征集公益实践心得体会文章，至7月底结束。

5、8月初，根据征文情况及公益实践情况进行评选并得出结果。

6、8月上旬，举行志愿者表彰会，并通过媒体刊发获奖征文。

三、招募对象

1、\_籍外地大学生

2、\_各高校暑假期间留x的外地大学生

3、\_各高中应届毕业生

4、\_各高中在校生(含中专、技校)

5、社会各阶层16岁以上、25岁以下\_籍青年人

注：18岁以下未成年人在征得其法定监护人同意后方可参与本活动。

四、招募方式

(一)网络招募：6月初启动

1.通过\_文明网及其新浪官方微博发布招募信息。

2.通过微博\_等话题发布招募信息。.

3.通过市志愿服务协会qq群等向相关志愿服务组织发布招募信息。

4.通过经济广播《我是\_人》栏目发布招募信息。

5.通过公益组织成员个人的微信朋友圈、qq空间、微博等转发招募信息。

6.通过贴吧\_吧、各学校的贴吧专栏进行消息发布。

7、通过\_网、\_广播网等网络媒体发布招募信息，并外联相关网站的公益版面、相关公益网站等广泛发布招募信息。

(二)地面招募：6月初启动

1、6月上旬起，走访\_各高校及高中(含中专、技校等)，通过公益宣讲、问卷调查等形式广泛宣传本项活动并吸引青年人积极参与。

2、在走访之后，\_各高校大学生以班级为单位自愿报名，并由所在院系学生会负责报名登记和相关统计。

3、6月上旬起，\_各高中在校生及应届毕业生以班级为单位自愿报名，并由学校相关负责部门进行报名登记和统计。

4、6月上旬起，发动\_各高校、各高中的相关学生社团积极报名参与，并由各社团负责本社团成员报名登记和统计。

5、6月上旬起，在各高校及高中的教学楼、寝室楼、图书馆等处张贴招募海报，组织青年志愿者发放dm宣传品。

6、6月上旬起，选定某个周末时间，在\_中心商圈地带组织青年志愿者发放活动宣传品、设置现场报名点。

五、工作纲要

1、在线上及线下报名工作启动前，由市志愿服务协会制定统一的报名登记填报表格，电子版可在线下载，印刷书面版在各高校和高中集中发放填写。

2、7月初，各高校、高中及相关学生社团需在3个工作日内统计本单位报名情况，并将报名材料统一交给市志愿服务协会归档。

3、6月上旬起，建立统一的青年志愿者实名qq群、微信群等，便于及时联系沟通、集中发布活动相关信息。

4、在报名登记及统计工作全部结束后，由市志愿服务协会选定青年志愿者进社区开展公益实践的公益辅导员，该辅导员人选可由市志愿服务协会工作人员担任，也可在\_各主要公益组织中抽调优秀志愿者担任。

5、公益辅导员负责所承接社区的青年志愿者日常联系、业务指导、考核评估与社区的志愿服务工作协调等管理工作，并直接对市志愿服务协会负责。

6、在本项活动社区公益实践阶段收尾后，各公益指导员需针对所管理的青年志愿者具体志愿服务执行情况形成客观的书面报告，并上交市志愿服务协会备案，作为从中遴选优秀青年志愿者的评选依据。

六、活动地点

由\_市志愿服务协会指定7个定点社区开展青年志愿者暑期公益实践活动，\_各选择2个社区，\_区选择1个社区。

七、活动组织

(一)前期工作

1、在7月初，组织所有报名参与本项活动的青年志愿者召开动员会，由组织者介绍本项活动详情及相关须知，并发动青年志愿者自由组成志愿服务小分队，每队人数根据参与者总人数确定。

志愿者自由组队参考依据如下：所在同一院系或年组、所在同一学校、家庭住址相近、服从组织分配。

2、7月中旬，召开青年志愿者进社区双向选择会。本次会议也将作为本项活动的开幕式和新闻发布会。与会者包括市志愿服务协会领导和相关工作人员、\_各主流媒体记者、参与本项活动的各社区领导和工作人员、接受委任的各公益辅导员、\_各主流公益团体代表、报名参与本项活动的青年志愿者及其法定监护人等。

双向选择会分为四个环节：

(1)主办方领导致辞、主办方代表做本项活动新闻发布，主办方代表介绍活动相关情况。

(2)各社区代表做本社区志愿服务概况展示或介绍，让青年志愿者对各社区加深了解并做出选择。每个展示不超过5分钟。

(3)根据社区的展示结果，自由组队的各青年志愿者小分队派代表介绍本小组概况及志愿服务计划，并宣布所选择将开展志愿服务工作的社区。每队发言不超过3分钟。

(4)在各分队发言结束后，现场工作人员对选择意向进行汇总，并根据社区选择小分队的意向进行内部探讨，时间为30分钟。之后，现场公布社区与小分队双向选择最终结果。同时，确定各社区接洽代表、各社区公益辅导员、各社区小分队等。

(二)活动期间

1、活动期限为一个星期，各小分队到指定的社区开展志愿服务工作。

2、各小分队工作内容由各社区做具体安排，日均工作时间不超过8小时。

3、活动期间，由派驻各社区的公益辅导员对志愿者的工作进行日常监督与指导，并随时听取志愿者的意见和建议，同时与各社区及时进行工作协调。

4、每日工作日结束时，各分队进行当日工作总结，并由分队长向社区负责人进行工作汇报，领取次日的工作任务。

5、社区安排工作内容要贴切实际，并在一定力所能及的范围之内。凡参与本项活动的青年志愿者将在活动期间享受人身意外伤害保险的待遇。

6、活动最后一个晚上，社区进行工作讲评，并组织志愿者进行社区内部的联欢。

(三)活动后期

1、每个参与者需在活动结束后的5个工作日内，上交个人撰写的心得体会文章或工作总结报告，并上交给市志愿服务协会。

2、各公益辅导员需将其所管理的各分队志愿服务情况，以书面总结汇报形式上交给市志愿服务协会，并推荐表现优秀的青年志愿者人选。原则上每个辅导员可推荐2到3人，不得超过5人。

3、市志愿服务协会根据辅导员推荐人选、各分队工作情况、征文情况等，从所有参与者中遴选出表现优秀的青年志愿者(获奖人数待定)，并同期评选出优秀征文作品。

4、在评选工作结束后进行，于8月上旬举办本项活动表彰会，对优秀志愿者进行颁奖，并由获奖者发表志愿服务感言。

5、表彰会结束后，获奖者个人情况及其获奖征文作品等，将通过\_主流媒体渠道进行发布与宣传，树立青年志愿者典型，起到积极的示范作用。

**项目策划书封面篇十四**

一、活动主题

“伟人精神永垂不朽，队友情谊万古长青”-红色之旅

二、活动目的与意义

20xx年开学，此时正逢校卫队换届之际，队友之间的联系较以前少了很多。借这个春意盎然、百花争艳的时节，我们组织这次活动来增强队友间的联系与了解，让校卫队成为我们最美好的回忆。而韶山又是伟大领袖毛主席的故乡，在那里，我们不但可以交流感情、感受春天的气息，还能陶冶情操、学习革命精神。校卫队是一个半军事化管理的团体，而校卫队队员就是一名“战士”，需要继承和弘扬革命先烈的不败精神。为了修身养性，为了增进感情，我们策划了此次活动。

三、活动可行性分析

1、这学期有很多队员都退了，而上学期我们一次中队活动都没有举行，是为了弥补这个不足。

2，韶山就在湘潭，离我们很近，有足够的时间在一天之内往返，而且花费不会很大。

3，不会耽误学习，还能缓解我们的学习压力，丰富我们的业余生活。

4，今年是建党90周年，去韶山的意义重大。

四、活动对象：14届校卫队女子分队及邀请其他分队

五、活动时间：4月24日(星期六)

六、活动地点：伟人故乡---韶山七、景区介绍位于韶山市中部，距湘潭市40公里，省级重点旅游风景区。景区地势由西北向东南逐渐倾斜。西部山岭环绕，韶峰、黑石寨、峰子山、十八罗汉等山峰，苍峦翠嶂，气势磅礴;东部与东南部主要为山丘起伏和比较开阔的地带。相传舜帝南巡至此，见风景优美，遂奏韶乐，引凤来仪，百鸟和鸣。又传“韶氏三女得道于此，有凤鸟衔天书至，女皆仙去”。韶山故此得名。韶山是中国人民的伟大领袖毛泽东的故乡。区内有毛泽东故居、毛泽东少年时代读书的私塾旧址——南岸、20xx年创办的农民夜校旧址——毛氏宗祠、毛泽东纪念馆、滴水洞、毛泽东诗词碑林、毛泽东纪念园、韶峰等景点。随着改革开放的全面发展，韶山已成为闻名中外的旅游区和革命纪念风景名胜地。

八、乘车路线

路线1从南校南大门乘13路车到火车站，再乘坐5366~5365次(长沙到韶山)火车去韶山，上午9点15分到韶山。

路线2直接包车去韶山

九、活动安排

前期工作

1，由罗德洋负责准备相机，并负责照相。

2,由朱振波和段超燕负责全队的安全工作。

3，由周友黎负责联系餐馆及景点门票，由曾资和范璇负责制定旅行路线。

活动流程

路线1

1,7:00到队里集合，穿训练服。

2,7：30乘车去火车站，8：10上火车。

3,9:15到韶山。

路线2

1,7：30到队里集合，着训练服。

2,8：00准时乘车出发(包车)。

3,9：00到韶山。

4，之后大家一起游玩，拍照片，做游戏。

5,12:00到指定餐馆就餐。

6,13:30继续玩，可以以分队为单位。

7,17:30集合，乘车回学校。

后期工作

1，每人写一份游玩心得，并交给王杨和周小琴。

2，尹菲负责整理照片，挑出有意义的存档。

3，周小琴和王杨负责写活动总结，打印和策划书一起存档。

十、经费预算

乘车费：20\*20=400元

餐费：15\*20=300元

其他：100元

合计：800元

十一、活动预期结果

1、通过韶山一日游，队友们体会到了学习伟人精神的重要性。

2、队友们在学习之余，放松了心情，陶冶了情操。

3、队友之间的感情更加深厚了。

策划人：周小琴王杨

策划时间：20xx-04-07

**项目策划书封面篇十五**

如何筹备开小吃店,具体流程如下:

1.寻找经营地址

2.签订租赁合同并索取房产证复印件(办营业执照和卫生许可证时用)

3.找装修队出施工图,报消防局和卫生监督所

4.得到消防和卫生的认可文书后,照图施工

5.此时的您不要挺下来,要去工商局联系入资事宜,并办验资报告(属地工商局)

6.工程竣工后,报消防和卫生验场.

7.合格后,去卫生监督所申请卫生许可证.

8.持>到工商局办理>

8.1先领>填写,进行名称核准(简称:起名)

8.2再领>填写.进行企业注册(此时需要向工商机关出示您的卫生许可证房产证租赁合同验资报告)

8.3手续全部完成,5个工作日后领取营业执照

9.持营业执照到税务机关办理>

10.去质量技术监督局办理>

11.去银行办理开户手续.

费用大约1000元即可

首先找民政部门办一个再就业下刚优惠证。然后就开业。不用先办手续。办了许可之后就要收费交税。先开着，如果工商局发现之后，他们就会主动来找你办的。(不发现就一直干。一般没人要开发票的)。不要怕，工商税务来了，就说下岗后借钱开的，不懂怎样办手续，生意不好赔钱，不想长干。找理由找熟人想办法减免税费，实在不行就交点临时税。生意好的话在慢慢的补办工商税务手续。办许可和税务登记卫生许可证是固定流程。好办的。

开实体小店一般流程

开店的流程是开设新店时必须遵循的工作程序，其基本的流程如下：

1：制定新店发展的战略规划

在开设新店时，应对新设店的今后发展进行战略规划。如开店的速度、开店的规模、新店的发展前景等。在寻找新的开店机会时，通常有两种选择：一是在已有零售店的城市增设新的零售点;二是在还没有开发展城市开设设新的零售点。第一种情况容易决策，而第二种情况通常需要一个较全面、系统的决策过程。对于个人投资者，开店计划往往更应重视短期的经营预测而不是长远的开店规划。

2：进行市场调查，确定开店意向

进行严密的市场调查，确定零售机会，决定开店的意向，如开店的数量、区域等。

3：选择开店业态及零售店规模

服装鞋帽售业态种类很多，从投资的角度看，有自我连锁店、加盟店、一级经销商模式等。从有无实体店铺来看，有产品目录直销店、地铺、店中店、服装商贸城、服装零售展、流动摊档等，服装品牌企业也可根据经营业员的需要，选择专营店的形式。

4：选择开店地域

选择开店的地域时，通常要分析自己的经营优势，先在竞争较小的中心城市开店，然后以此为轴心向周边城市辐射，这是一种比较稳妥的方法。

5：店址调查与选择

选择了开店的城市之后，要进行深入细致的商圈分析，确定具体的开店地址。通常具备开店条件的地方应有以下四个特点：一是所选地段与其品牌形象相符;二是交通方便;三是客流量要足够大;四是要选择恰当的竞争对手。在服装零售中，竞争对手通常被除数作为经营标杆，对吸引目标顾客、调整经营策略都有积极的作用。

6：制定开店计划并实施

对零售店进行装修、准备开店并试营业等，要制定好日程安排，按计划实施。

7：开店营业

当店员、货品、零售店布置等均已安排好之后，要作一个开店策划，给消费者一个好的开店印象。

8：对新开店进行业绩评价

对新开店要特别关注其业绩的变化，经常分析销售情况，总结经验，检讨问题，以便改进并适应当地的零售特点。

对新投资服装鞋帽店的人来说，理顺开店流程，做好开店计划很重要。

21世纪是造就老板的世纪，独立开店、自己给自己当老板成了许多人的梦想。然而，你能开什么店?店怎么开?可不是一念之间就能搞定的，其中大有学问。

1.为什么想开店

①感性创业者。多属感情用事型，常被某些经营成功的店面吸引，对开店过于乐观。

②理性创业者。又可分为两类：一是水到渠成型，这类人拥有专业技能，从基础做起，慢慢积累;二是停、看、听型，他们不急于投入，想通过各种渠道进行了解，找寻最好的投资方式。

2.开店成功率有多高专家认为，店面经营成功之道，“技术”是基本的生存条件;真正能让店面落地生根，充足的竞争力也是不可或缺的;留意市场讯息，关注新形态消费文化及特性，才能在消费者偏向理性思考的情形下，免于落入削价竞争的恶性循环中。

3.开什么样的店

①若你浑身充满创造力，内心热情如火，外表光芒万丈，可考虑经营自助火锅店、传统小吃店、便当外送等餐饮服务业。

②若你酷爱精致有品位的物品，二手精品店、手工艺专卖店及小型咖啡屋，能让你一展雄才。

③若你极度敏感，有爱家、恋家情结，托儿所、幼儿园将是你的最爱。

④若你常常跟着感觉走，时时设身处地地为人着想，宠物店、花店、园艺店正需要你这种特性。

4.用什么方式开店是单打独斗，自己开店?或是邀亲友合伙?抑或是入主加盟体系，由总部提供开店资源?专家认为，若所开设的店面，与过去工作经验有关，并曾担任经营管理职务，可考虑独立开店。但若无经验，选择合适的加盟体系，从中学习管理技巧，也不失为降低经营风险的好方法。合伙最好避免2人组合，而以3人为佳，最多不超过5人。

5.开店前斟酌哪些投资要素

①店铺周围环境如何。一是指店铺周围环境状况。如是否有垃圾堆等影响店铺环境的设施。另一种指店铺所处位置的繁华程度。一般来讲，车站附近、商业区域等人口密度高的地区、三叉路口等位置较好，坡路上、偏僻角落、楼屋高的地方位置欠佳。

②交通条件是否方便。顾客到店后，停车是否方便;货物运输是否方便;从其他地段到店乘车是否方便等。

③周围设施对店铺是否有利。一般只有车道和人行道的街道，车辆在道路行驶，视线很自然能扫到街两边铺面;行人在街边行走，很自然进入店铺。但街道宽度若超过30米，则有时反而不聚人气。据调查研究，街道为25米宽，最易形成人气和顾客潮。在车道、自行车和人行道分别被隔开的街道上开店并不很合适。

④服务区域人口情况。一般来讲，开店位置附近人口越多、越密集越好。比如商业区、旅游区，大学区等。

⑤目标顾客收入水准。

**项目策划书封面篇十六**

一、策划缘起

7月22日，在xx省文化厅和xx市xx区政府主办的“首届亚洲少儿艺术花会暨广东省少儿艺术节”即将召开，在“东部旅游文化节”同时开幕的喜人背景下，旅游旺季和置业高潮已经到来。随着万科东海岸和心海伽蓝的陆续开盘，东部家居生活不断朝着海岸新时尚升级。云深处悄悄入伙等好消息启发人们，需要宣传，需要更加时尚的海风吹拂。

二、合作优势

《××周刊》，先锋时尚为东部海岸生活冲浪领航

同是7月22日，全球时尚生活资讯，白领精英读本《××周刊》正式创刊。《××周刊》是xx市公开发行的全彩色铜版纸印刷、在深莞两地同时发行、直投的第一张周报，经过7月8日试刊后，受到读者和业内外一致好评。证明这一独特崭新媒体深受市场欢迎。用精美的图片、优美的文字、精确的策划，《××周刊》为生活传递信息。

三、媒体互动

《××周刊》与分众液晶电视互动，开创最新传媒模式

为了充分传达东部海岸生活气息，更加准确锁定白领、金领人士置业，《××周刊》与名震全国的分众传媒机构联手，在遍布、东莞的高档写字楼、高尚酒店、住宅等电梯间开辟液晶电视广告。凡在《××周刊》投放特殊版位整版彩色广告的客户都将同时得到分众传媒赠送的滚动播出的一周每天48次每次5秒的宣传广告，产生更为广泛的传播效果，达到其它任何媒体无法做到的事半功倍之效。

四、报道方法

全景描绘生活，为置业东部展示立体画卷

1、介绍简史：概括山海，几年巨变

2、描述旅游东部：处处美景处处家的环境

3、谱写豪宅颂歌：聆听海、山无与伦比的天籁

4、展示成熟配套：记录时尚小镇故事

5、图说东方夏威夷：动感都市的社区广告

五、其他配合

全面互动，《××周刊》期待合作

1、采访国土局、交易中心领导介绍规划与发展蓝图

2、组织看楼专车免费服务

3、赠送老板、总经理专访文章

4、请中介公司、专家畅谈置业多重优势

5、其他合作另行协商

**项目策划书封面篇十七**

活动背景：微电影是一个以艺术的方式浓缩人生点点滴滴的精品创作，让人震撼与感动，心理及公益微电影能够让大家更好的认识自我，寻找价值所在，并让自身得到感悟与释放。关注心理健康及公益，放飞美丽心灵，用镜头记录生活中的喜怒哀乐，诠释青春的含义;用镜头发现生活中的点滴美好，实现自我价值。

主办单位：经管系学生会

赞助单位：第一范文网、大学生精英论坛

一、活动具体策划安排：

1、4月1日—4月3日，在红蓝交界处进行活动宣传，现场报名，确定影片主题并填写《经管系“心理及公益微电影”参赛报名表》，报名截止时间4月18日(星期三)。

2、4月1日—5月15日，参赛人员自行准备参赛作品，完成“微电影”的拍摄以及后期剪辑。于5月15日之前将已完成的作品交至西办121高会老师处

3、5月16日—5月19日，选拔作品。

4、5月20日公布决赛入围名单，共选取12件作品入围

5、经管系“心理及公益微电影大赛”入围作品展示、评奖、颁奖。颁奖具体时间地点待定。

二、活动要求：

1、以校园生活为主题，反应大学生心理特点和身边所发生的公益事件，如：环境适应、学业问题、情感困惑、寝室关系、人际交往、就业考研压力，帮助他人，节约水之源，公共福利，社会援助，保护树木，慈善，关注留守儿童，孤寡老人等。

2、短片拍摄设备自备(如手机、相机、dv、摄影摄像机等)，后期制作完善。

3、内容健康，主题鲜明，积极向上，作品新颖有时代感，能反映大学生的生活学习，感情问题、心理困惑及公益文化等

4、作品长度要求控制在3—5分钟。

5、要求原创不得抄袭，借鉴他人或网上作品，一旦发现取消参赛资格。

三、奖项设置

一等奖一名(500元)

二等奖两名(300元)

三等奖三名(200元)

根据现场情况确定是否产生特等奖(800元，可空缺)

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