# 创业计划书案例(二十四篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-08-25

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。创业计划书案例篇一一、超...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**创业计划书案例篇一**

一、超市的主要经营业务

1、水果零售2、蔬菜零售3、蔬菜自助加工

二、发展目标

本超市发展目标是中小型蔬菜，水果超市，其目的是以满足中低消费水平的学生、教师及当地居民消费需求为主要目标，经营目标是建立并扩大知名度，为在温江川农校区建立一个针对学生、教师及惠民社区居民的日常消费为现阶段经营宗旨。

三、项目投资方式独资

四、项目投资地点温江区惠民小区

五、投资项目规模大约70平方米，经营蔬菜水果等低成本商品。

六、宣传口号天天饮食天天健康

第二部分项目的必要性和可能性分析

一、市场分析

宏观分析

学生顾客尤其是学生情侣有动手加工蔬菜的愿望，但受学校条件的限制，这一愿望很难实现，而且厨房用具等想购买齐全成本也很高，而学生购买利用率又不高，因此，蔬菜自助加工的业务推广也比较容易。

微观分析

1、现有需求四川农业大学温江校区地处郊区，公交车辆少而单一，进出温江区都是一个比较头痛的问题，再加上温江校区共有在校学生一万人左右，附近还有教师公寓、惠民社区。由于在本店消费成本不高，因此潜在顾客人群大约两万人。

2、现有供给据调查，惠民社区附近都没有此类店铺。

二、竞争对手分析

竞争对手主要有惠民社区内各超市、学校水果超市以及惠民社区附近的蔬菜水果市场。惠民社区附近的蔬菜水果市场，大都集中在温江区老城区，需要进城购买，坐公交路费大约两元，再加上进城并不是太方便，花费时间等车的时间会更多，路程较远，比较不方便购买。而校内水果超市，只是针对部分水果的销售，并没有蔬菜的销售这一服务。惠民社区的超市及部分水果商贩，出售的水果种类较少，不能满足来自全国各地的学生消费群体的需要，更不能满足教师及家属还有附近居民的需要。且其质量中下，价格偏高，即使质量较差，价格也不便宜

三、财务分析

投资成本分析

1、场地及基本设施

根据目前市价在惠民社区租用一套两居室实用面积80平方米的店面年租金约为7000元。面积5~6平方米的小厨房五个，占地大约15平方米。加上小型超市占地30平方左右。购置厨房用具液化器炉，液化器罐，排气设施，每个厨房大约400元，五个厨房共计\_\_年元。

2、宣传费用

由于该超市属于新鲜事物，可以利用公共关系中制造公共事件，在学校、惠民社区及其周边地区派发传单，用于大力度的宣传，派发传单宣传成本还算低廉。预计为500元

3、其他费用

水果蔬菜货架，保鲜设施大约需要\_\_年元;流转资金大约3000元;不可预见费用1000元。总计15500元。

经营成本分析

1、货品：日购入水果蔬菜400\_300=1\_\_年0元运输费用：蔬菜水果批发商送货上门，费用为0。

2、工作人员工资：1名店长：1000\_12=1\_\_年元，厨房清洁人员2名：300\_2\_12=7200元，收银人员1名：300\_12=3600元，导购人员1名：400\_12=4800元。

注：店长、厨房清洁人员、收银人员、导购人员均由在校学生兼职担任。

3、摊销折旧：价格/使用年限=4000/5年=800元

4、租金：7000元

由上述费用计算得：

经营成本=1\_\_年0+1\_\_年+4800+7200+3600+800+7000=155400元。

收入利润分析

1、营业收入

厨房：每日平均客流量预计约为20组，每人平均消费额约20元

水果蔬菜超市：日平均客流量预计为50人次，每人平均消费6元。年收入

=20\_20\_300+50\_6\_300=210000元。

2、税金因企业属于小规模纳税人，可向税务机关申请固定税金年500元。

3、利润利润额=营业收入—营业成本—税=210000—153000—500=56500元。因此，此项目的盈利能力很强，而且对带动将来集团事业的发展很有好处。

四、市场调查

通过网络，走访寝室等调查方式，学生对在学校附近建立可以自己进行动手加工的蔬菜水果超市需求呼声很高，而且经过调查，单位加工费用在三元以下也是可以被接受的，因此，计划可行性很结论：在川农温江校区附近建立一个蔬菜水果超市既是必要的又是可能的，因此具备建立的必然性。

第三部分经济评价

超市经营描述：

1、该超市以蔬菜，水果自选为主，其中蔬菜分未经加工与初加工两种。需求量不大，成本较高的蔬菜为了便于保存，保鲜，使用初加工的形式。水果类型以应季水果为主，对于反季节销售的水果以及北方水果库存量要小。

2、厨房出租分时段收费，上午属于淡季，收费较低，中午和晚上收费标准提高。具体收费标准要视经营情况而定。厨房内配备液化气炉，以及种类齐全的厨房用品，用于顾客加工蔬菜。厨房外配备餐厅，共五桌。要坚持超市的经营宗旨：扩大知名度为主，赢利为辅，为将来生意的扩大积累经验。

第四部分组织结构及人员工资

本超市的目标顾客为中低消费者，因此超市的布局以及人员设置以简单为主，不宜雇佣大量人员，故采用扁平式组织结构如下：店长一名，负责联系进货渠道，管理店员。厨房清洁人员两名，可以提供为勤工助学岗位。收银员一名，负责收款。导购人员一名，负责给顾客提供咨询服务。这样，人员较少便于管理，权责明确，降低成本。

第五部分、资金来源及中小企业融资方式

资金大约共需15000元左右，为了保证将来连锁后的控股权，还由于本店经营成本较低，银行贷款附加成本较高，可以采用自有资金，控股百分百。

第六部分、可能的采购环节

1、人力资源采购店长可以雇佣有工作经验的超市管理者，性格外向，有较强的沟通管理能力，有亲和力，能吸引回头客，还要在附近的各大高校有一定的人脉或有建立人脉的潜在能力。收银员可以在附近现有超市收银人员中吸收一个，既熟悉业务，变换工作地点对其收入，以及上班造成的麻烦影响不大。厨房清洁人员可从学生中发展，既了解学生心理，又可以降低雇佣成本。导购人员要有厨房操作能力的家庭主妇型人员，年龄大约四十岁，和蔼可亲。

2、蔬菜水果采购蔬菜水果的采购一般由店长联系，有专门的蔬菜批发公司上门送货，价格浮动也不会很大。

3、厨房，餐厅设备的采购这属于一次性采购，由本人亲自进行，辅之店长的参谋。第七部分、项目需要签定的合同

因本店规模较小，劳动工作人员比较少，而且鉴于此类工作人员流动性比较大，参考行业惯例，不予签订劳动合同。

1、店铺租赁合同：与惠民住宅小区居民签定。

2、货物供应合同：与水果蔬菜批发中心签定。

**创业计划书案例篇二**

一、生姜种植项目概况

(一)项目名称：生姜种植

(二)项目负责：\_\_\_\_\_\_

(三)主管部门：\_\_\_\_\_\_

(四)项目内容、规模、目标：

1、内容：生姜(习称姜、鲜姜、柴姜)是我国传统大宗药食兼用品种，又是药材、蔬菜、调料。同时生姜有具有多种功能与疗效。着眼于本地区生姜市场价值，故计划种植生姜以供应市场需求。生姜具有很多价值，比如：

(1)降温提神增进食欲

因为姜中含有姜醇、姜烯、水芹烯、柠檬醛和芳香等油性的挥发油;还有姜辣素、树脂、淀粉和纤维等。所以，姜在炎热时节有兴奋、排汗降温、提神等作用;可缓解疲劳、乏力、厌食、失眠、腹胀、腹痛等症状;生姜还有健胃，增进食欲的作用。

(2)抗菌防病治疗肠炎

美国和丹麦的科学家通过试验证实，生姜干粉可缓解晕动病之头痛、眩晕、恶心、呕吐等症状，有效率达90%左右，且药效可持续4小时以上。民间用吃生姜的办法防止晕车、晕船，有的用生姜片贴内关穴，有明显的防晕效果。盛夏季节，细菌生长繁殖异常活跃，容易污染食物而引起急性肠胃炎，此时适当吃些生姜或用干姜加茶用沸水冲泡后饮用，能起到防治作用。科学家通过研究发现，生姜能起到某些抗菌素的作用，尤其对沙门氏菌效果明显。

(3)开胃健脾防暑救急

夏天，人们贪凉，喜爱电扇空调对着吹，很容易受寒，引起感冒。这时及时喝点姜糖水，将有助于驱逐体内风寒。中医认为生姜能通神明，即提神醒脑。夏季中暑昏厥不省人事时，用姜汁一杯灌下，能使病人很快醒过来。对一般暑热，表现为头昏、心悸及胸闷恶心的病人，适当吃点生姜汤大有裨益。我国传统的防暑中成药——人丹，里面就含有生姜的成分，目的就是驱风健胃和提神醒脑。同时还是生活中做菜时必不可少的一味调料。

2、规模：100亩(1亩=667公顷，100亩=6670公顷)露天土地。

3、目标：以带动经济发展为目的，增加就业为手段，使农业发展更快更迅速。争取做到带动本地区经济发展，更好的解决我村富余劳动力的就业问题，为大家提供创业致富的途径。以科学的思想去发展，以反季节蔬菜为优势，以绿色农业为导向。引进新品种，提高单位产量和品质。

(五)项目实施地点：贵州省

二、种植项目基本情况

(一)行业相关信息：

20\_\_\_\_年生姜价格由5——6元/千克暴涨至12——14元/千克的天价，被网友戏称为姜你军引起众多姜农的囤积惜售，期盼11年价格上涨，然而11年生姜市场饱和。

资料显示，20\_\_\_\_年之前全国主产区种植面积基本稳定在100——150万亩左右产销基本平衡，所以生姜价格稳定。20\_\_\_\_年生姜价格开始上涨，又08年的3——4元/千克涨到5——6元/千克极大刺激了农民的种姜热情，种植面积激增到239万亩，10年生姜价格暴涨更加激活了农民的热情种植面积再增至300万亩以上，20\_\_\_\_年已攀升至400万亩左右。因为供需不协调，致使大量生姜库存饱满，价格随之下跌，包括贵州与在内的全国各地从11年年初的6元/千克的收购价暴跌至0.8——1元/千克生姜价格的下跌，是因为产大于求导致的市场正常现象，预计在几年或明年，生姜价格会有上涨。

(二)项目发起人及发起缘由：

1、项目发起人：\_\_\_\_\_\_

2、发起缘由：

(1)带动当地经济发展。

(2)增加就业。(3)满足当地市场需求。(4)增加新型农业产品。(5)推动农业发展的多元化。

三、生姜种植项目可行性分析

(一)经济可行性：生姜价格虽然在去年出现了下跌的情况，但是就\_\_\_\_\_\_本地区来说，升降市场仍未饱和，价格的下降必然还会带来生姜种植量的减少，根据市场规律，以及近期政府对农产品的支持政策来看，生姜价格会有提升，加之本地生姜种植的空白，所以，经过认真分析，本地生姜种植有良好前景。

(二)政策可行性：政府对农产品实行的价格补贴，大大打消了农民的种植担忧，政策性的保险和财政补贴，让种植生姜成为一项可行的项目。种植后只要参加生姜政策性保险，即便出现了一定的损失，有了保险赔偿，我们的种植热情依旧很高。

(三)技术可行性：生姜的种植及管理并不是很复杂，农民可以通过相关资料获取种姜常识，可请乡农科站的工作人员到田间地头做指导，了解种植的注意事项。所以技术方面没有太大问题。

(四)组织和人力资源可行性：种植面积决定了此项目不是一家一户能完成的，初步计划是一户牵头，带动发展最好是\_\_\_\_\_\_地区能形成一定规模，产生规模效应，辐射到周边各兄弟村。种姜农忙时人手不够，可雇佣一部分村民帮忙种植及管理。

四、生姜种植的项目优势

(一)人力优势：\_\_\_\_\_\_地区农田多被用作农业生态示范区的建设用地，导致原本种地的农民闲臵，所以，本项目可以充分利用这种人力优势。

(二)市场优势：本地种植生姜的农户极少，但是需求量大，大多的供应只是依靠一些散户的少量种植及其外地流入，本地生姜有待开发。

(三)价格优势：生姜产销基本平衡，生姜价格稳定，不见大起大落。20\_\_\_\_年生姜价格开始上涨，由20\_\_\_\_年的3——4元，上涨至5——6元，亩效益高达2万元左右，极大地刺激了产区广大农民种植生姜的积极性，种植面积激增至239万亩，20\_\_\_\_年生姜价格暴涨至12——14元，亩效益暴增至6——7万元之后，更加激活了农民种姜的热情，种植面积再增至300万亩以上，20\_\_\_\_年已攀升至400万亩左右。

(四)其他优势：政府政策的大力支持是至关重要的，还有农民的种植热情高涨等等。

五、生姜种植项目的生产流程

(一)项目选址

1、地理位置：\_\_\_\_\_\_地区宽广低平地带

2、自然情况：地势平坦，地形广阔，水源充足，土地资源良好，降水和热量丰富，光照充足。

3、资源情况：水热资源丰富，土地资源，以及光照资源丰富。

4、经济情况：需要有足够的经济费用支持，作为种植成本投入。

(二)生姜种植

1、生姜播种生姜是一种喜温怕寒的作物，发芽温度适宜为15——18度。10度以下低温以及土地适度太大都会导致根茎腐烂。在强光下叶片容易枯萎，因为生姜的根系不发达，对土壤的水分要求极高过干过湿都不利于其发育，播种时通过块茎的无性繁殖，所以播种时要千万注意选好土地，注意土地的轮作，要下足基肥，合理密植，要选择良种，提早种植，可增加产量。另外注意水分的控制。

2、田间管理

(1)适时追肥，合理排灌。人畜粪水是很好的选择，将其与尿素一同很合后淋施。

(2)抓好姜疫预防工作，田间打药，及时摘除染病植株，采用石灰粉灭菌，增施草木灰等钾质肥料。

(3)实行套作，提高经济效益。

3、产品销售

生姜农产品种植采取以下销售模式：

(1)以贵州省现代农业展示区为依托。

(2)为当地农家乐供货。

(3)包装好的成品进入贵阳市各大超市直销。

(4)外地大客户订单批量销售。

六、项目其他辅助事宜

(一)生姜种植中的环保问题评估及解决措施：这次种植我们将使用农家肥料，减少多有机肥的使用，将对环境影响降至最低，不会产生影响土地的废水，相反地，这有利于增加土地的肥沃，我们将重复利用水资源，把水土流失减到最少。真正做到生态农业，生产出无公害的农产品。

(二)生姜种植基地项目总成本费用估算：此次生姜种植经费经预计，总共在25万元左右，也是该项目总费用。

(三)生姜种植地的轮作问题研究：可根据生姜前期生长较缓慢，植株低矮，耐阴性强的特点，早春可在垄边种植瓜菜、豆角、茄子等作物，达到增收的目的。

**创业计划书案例篇三**

根据自身的情况和市场实际的了解，以及对国家政策的扶持创业人员的财政补贴，现阶段南宁市属于扶持创业人员的试点城市。对大中专等技院毕业学生、农民工、农转非、退伍军人、水库区移民、城市失业人员、残疾人、拆迁户等八类人群创业的扶持对像。我本属于扶持人群之中。所以充分利用这个好政策进行创业。

一、 首先进行公司登记注册计划

注册公司的类型：独资企业，独资企业的适合商贸销售代里产品之类。其好处是股东单一运作决策容易，纳税只须纳个人所得税，无需公司所得税，注册资金无限制;不利之处：股东单一承担全部的风险无限责任，公司名头不大，不好取名，也不好融资，长远不利于发展，公司会因个人而意。有限公司，公司头衔大，好取名，容易融资，股东多，风险分担小而且还是有限责任，不会影响到个人财产，同时可以发挥每个股东的智慧和能力，对公司发展很活力，起到群策群力的作用，也不会因个人意异而变化。不利之处：得纳公司所得税，个人所得税，每年财务费用多支出审计费用，注册资金有限制，公司运作决策不易。

二、 公司注册资金定在十万元左右

原因在于创业扶持范畴，可以得申请微型企业，获得政府扶持创业基金财政补贴注册资金的30%，还有其它相应部门财政补贴，公司贷款获得优惠贷息，由政府担保，工商税收减免等。

三、 企业经营类型：批发、零售、代销等商贸产品及服务。主营产品：节能环保、日用百货、家庭电器、其它等。

四、 主营产品市场经营分析与评估

以节能环保产品来进行分析,当前世界都在昌导节能减排情况下.我国大力扶持节能环保产业的开发与生产.是市场新兴热门的产业,在发达国家已成熟阶段,在国内还是空缺的市场.属于开发生产阶段,新出来的产品也层出不穷,商业嗅敏感的商家都已抓住这个利好机遇.想在这块大蛋糕分上一块,新兴的产品,利润率也是相当高的.节能环保产品今后是人们生活的必须品.例如:空调节电器,面对全国电荒的情况下,电价大涨,面对宾馆减少开支,节电是他们首要考虑,环境污染,水资源,空气等,人们日益要求生活健康状况下,水源产品的过滤器,空气的静化器也逐渐走近人们的视线,谁先抓住这一商机谁就先占有市场的利润.

五、 产品市场竞争的概况

主营产品节能环保是市场新兴的产业，品种繁多，市面上还不规范，还没有形成产品品牌销路，所以要通过一个质量和售后服务好和技术先进的产品来建立一个品牌销路。通过到各个小区去搞促销活动，这样即能提高产品的知名度，同时也提高销售额，逐渐建立起经销商的品牌,节能环保产品谁先打开市场的销路,谁就占领未来的市场.

六、 市场销售计划

以批发为主，零售为补，开一个公司形象店面。建立一支精英业务团队，不断的培训和指导业务员的产品推销能力。以各个街巷商铺，经销商，超市及终端用户进行推销铺货。当公司的销售品种多时，建立一种模式营销店，进行招商加盟连锁等产业链。

七、 公司组成的结构

设总经理一职，是公司的大股东或由股东大会推选举，公司的法人代表，决策者，公司的运作，货源的渠道主要负责人。财务人员一名，负责整个公司的财务报表及产品成本的订价。业务经里一名，负责建立业务团队和产品推广计划，带领团队把公司产品推广市场。业务员若干名，负责产品的推广销售。营业员三名，负责店面产品销售及仓库产品管理。

八、 企业融资和出资方式：

业主出一点，向私人借一点，邀请有决创业人入伙投一点，公司注册后获政府补贴一，以公司名誉向银行贷一点。估计融资总额：业主5万，借得5万，入伙人出5万，公司注册资金10万可获得财政补贴30%，那得3万，向银行贷款5万到10万。合计23-28万左右。以获23万为准，注册资金10万，还有13万作为活动启动资金。

九、 前期资金分配利用估算

公司住址办公室租金：500-1000元/月

申请注册资金认证费用：20xx元(交给会计师事务所)

铺面租金：20xx-3000元/月(如季交6000-9000元)

铺面装修：3000元

办公用品：2500元

公司注册行政费用：500元

首批货款：5万

进货差旅费用：1000元

人才招聘费用：1000

合计：七万元左右为起初的启动资金。

十、 公司员工的工资支出估算

总经理：2500/月

业务经理：20xx以上(底薪1100+业绩提成)

业务员：底薪900+业绩提成(1人计算)

财务员：1200元

营业员：底薪900+业绩提成(1人计算)

仓管员：1000元(1人计算)

入股或合伙投资人参与经营：20xx(1人计算)

各职位均以1人算合计：9600元(固定支出)

十一、公司运转时一个月费用固定支出预算

办公地租金：1000

铺面租金：3000

办公差旅费：20xx

工资费用：9600

合计：15600

公司必须在每个月营业利润在2万元以上方可保本运转，否则公司就处在于亏损状态，容易陷入困境倒闭。

十二、产品的利润空间分析估算

如产品的营业利润空间为20%，那么一个月的营业额需在10万以上的销量。这才能保证公司的正常运转。

十三、节能环保产品进货清单

空气净化系列：空气静化器、香薰灯等

水净化系列：净水机、节水保健花洒等

环保家居用品：洁地机、保鲜盒等

节电家居用品：空调节电器、电蚊器、无叶风扇、即热水龙头、取暖袋等

绿色照明led：负离子净化节能灯等

车载节能用品：车载节水洗车器、车尘器+充气泵、车载太阳能清新机、垃圾桶等

节能厨房用品：免火再煮节能锅、机器人炒菜机等

**创业计划书案例篇四**

一、项目名称

二、项目背景

千姿百态的花朵述说着千言万语，每一句都解说着\"美好\"，特别是现在。随着人们的生活水平不断进步，生活质量不断提高。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。这样我们创办花店以鲜花专递为市场切入点，电话订花的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\"心想花店\"品牌优势的市场。是十分可行的。

三、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。我们的心想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、公司目标立足地大，服务新乡，辐射豫北，创建一流的花店公司。本公司将用一年的时间在台州科技职业学院的消费者中建立起一定的知名度，并努力实现收支平衡、在台州科技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，试点时间为一年。当运营成功后，经过一年的时间如果花店生意可以准备在实习期间在家开花店。

四、经营环境与客户分析

1、行业分析

\"新院心想花店\"是由在校大学生推出的面向2万在校大学生店面，因此在前期目标消费者主要定位为在校大学生。该店面目前仅设立台州科技职业学院创业园。因此，暂定的目标消费群以台州科技职业学院大学生为重点，将来逐步扩大市场。以台科院为例，各类在校生近2万人，则投入1校共有近2万的目标消费者，这样的市场规模是相当庞大的，而且考虑到在本店消费国的群体将成为本店的忠诚客户这一现实，目标市场的容量将是相当可观的。

2、调查结果分析

本公司台科院大学生为重点进行客户分析，主要采取问卷调查的方式。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。

3、目标客户分析

在校大学生买东西关心的质量和档次，一般消费在中等档次。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。

五、经营策略

1、小组成员：

林法都(组长) 主要负责店面的日常维护与运行

陈玉川 主要负责项目开发计划

黄敏婕 主要负责经营策略与项目规划

刘映恒 主要负责市场调查和结果分析

林法都 主要负责财务管理

2、营销策略分析

2.1 品牌策略

花店建设初始，我们需非常重视创立一个诚信又服务好的深入大众心里的品牌。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，采取花册的精美设计方案，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

心想花店在原料，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。

2.3 促销策略

宣传策略

利用学校广播站，报栏，宣传栏免费宣传另外利用网站本身信息流优势宣传和突出形象，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。

3、花店策略实施

a、市场范围选择 在投入期仅选择台州科技职业学院作为试点市场，该区市场容量在2万人。

b、重点宣传客户，宣传对象以在校学生为主，他们对流行感兴趣，往往容易领导潮流，而对于逻辑思维较强的工科学生，我们利用先期的受众进行传播达到宣传效果。

c、现场促销选择每年“2·14”情人节和母亲节为重点宣传日期， 宣传内容包括：

⑴悬挂统一的彩色横幅，位于校园主干道上，数量为1—2条，以\"心想花店\"地址和\"校园花店隆重推出\"为题搭配悬挂。

⑵在校园人流量较高的位置如宿舍门口和食堂附近搭一宣传台，可以现场咨询并订购;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以绿意的宣传平台宣传给各大高校学生。

六、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100—200元以上。

2、支付方式

现金支付

3、订货方式

电话订购。花店直购。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，99%为青年人，以男性学生为主;他们信誉高，文化素质高，无坏帐现象。

5、消费特点 中低档的鲜花最受欢迎。

七、经营成本及利润预估

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，资金主要用于进货渠道，第一个月进货费用500元。

3、利润预计

第一个月：1000;第二、三个月：1500;第四、六个月：2500。第一年预计收入8000元。

八、项目小结

1、主要工作完成情况调查

了解到广大大学生朋友的真实需求，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，我们还会根据市场的发展来完善花店的运行结构及新兴业务。最重要的是，针对目前鲜花市场上适合大学生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。

2、不足与困难之处

由于我们的花店刚刚开始计划，经验不多，资金方面存在严重不足，准备不充分，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。

**创业计划书案例篇五**

一、餐厅开业筹备的任务与要求餐厅开业前的准备工作，主要是建立部门运营系统，并为开业及开业后的运营在人、财、物等各方面做好充分的准备，具体包括：

(一)确定餐厅各部门的管辖区域及责任范围各部门主管到岗后，首先要熟悉餐厅的平面布局，最好能实地察看。然后根据实际情况，确定餐厅的管辖区域及各部门的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总主管。

餐厅最高管理层将召集有关部门对此进行讨论并做出决定。在进行区域及责任划分时，各部门管理人员应从大局出发，要有良好的服务意识。

按专业化的分工要求，餐厅的清洁工作进行归口管理。这有利于标准的统

一、效率的提高、设备投入的减少、设备的维护和保养及人员的管理。职责的划分要明确，并以书面的形式加以确定。

(二)设计餐厅各部门组织机构要科学、合理地设计组织机构，餐厅各部门主管要综合考虑各种相关因素，如：餐厅的规模、档次、装修布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

(三)制定物品采购清单餐厅开业前事务繁多，经营物品的采购是一项非常耗费精力的工作，仅靠采购去完成此项任务难度很大，各经营部门应协助其共同完成。无论是采购还是餐厅各部门，在制定餐厅各部门采购清单时，都应考虑到以下一些问题：

1、本餐厅的建筑特点。采购的物品种类和数量与建筑的特点有着密切的关系。例如某些清洁设备的配置数量，与餐厅的餐位数量直接相关，再如餐厅的收餐车，得考虑是否能够直到洗碗间等。

2、本餐厅的设计标准及目标市场定位。餐厅管理人员应从本餐厅的实际出发，根据设计的标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本餐厅的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对餐厅用品的需求，对就餐环境的偏爱，以及在消费时的一些行为习惯。

3、行业发展趋势。餐厅管理人员应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识，不能过于传统和保守。例如，餐厅减少象金色，大红色的餐具与布置，增加一些淡雅的安排等等。

4、其它情况。在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：出租率、餐厅的资金状况等。

采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，部门在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

(四)协助采购餐厅各部门主管虽然不直接承担采购任务，但这项工作对各部的开业及开业后的运营工作影响较大，因此，餐厅各部门主管应密切关注并适当参与采购工作。这不仅可以减轻采购人员的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。

餐厅各部门主管要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

(五)参与或负责制服的设计与制作餐厅各部门参与制服的设计与制作，是餐厅行业的惯例。

(六)编写餐厅各部工作手册工作手册，是部门的工作指南，也是部门员工培训和考核的依据。一般来说，工作手册应包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部分。

(七)参与员工的招聘与培训餐厅各部门的员工招聘与培训，需由餐厅各部门主管共同负责。在员工招聘过程中，根据餐厅工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而餐厅最高负责人则负责把好录取关。

培训是部门开业前的一项主要任务，餐厅各部门主管需从本餐厅的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训丁作达到预期的效果。

(八)建立餐厅各部门财产档案开业前，即开始建立餐厅各部门的财产档案，对日后餐厅各部门的管理具有特别重要的意义。很多餐厅各部门主管就因在此期间忽视该项工作，而失去了掌握第一手资料的机会

(九)跟进餐厅装饰工程进度并参与餐厅各部门验收餐厅各部门的验收，一般由装饰方、投资方、管理方、餐厅各部门主管等部门共同参加。餐厅各部门参与验收，能在很大程度上确保装潢的质量达到餐厅所要求的标准。

餐厅各部门在参与验收前，应根据本餐厅的情况设计一份餐厅各部门验收检查表，并对参与的部门人员进行相应的.培训。验收后，部门要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

(十)负责全店的基建清洁工作在全店的基建清洁工作中。餐厅各部门除了负责各自负责区域的所有基建清洁工作外，还负责大堂等相关公共区域的清洁。

开业前基建清洁工作的成功与否，直接影响着对餐厅成品的保护。很多餐厅就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。

餐厅各部门应在开业前与餐厅最高管理层及相关负责部门，共同确定各部门的基建清洁计划，然后对各部门员工进行清洁知识和技能的培训，为各部门配备所需的器具及清洁剂，并对清洁过程进行检查和指导。

(十一)部门的模拟运转餐厅各部门在各项准备工作基本到位后，即可进行部门模拟运转。这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

二、餐厅开业准备计划制定餐厅开业筹备计划，是保证餐厅各部门开业前工作正常进行的关键。开业筹备计划有多种形式，餐厅通常采用倒计时法，来保证开业准备工作的正常进行。

倒计时法既可用表格的形式，又可用文字的形式表述。以下是相关表格仅供参考。

表一：工作倒计时表计划装饰期 — 天 月 日试营业 月 日正式营业(具体实践根据实际情况落实)交表日期： 年 月 日

表二：岗位人员及基本工资设定

表三：投资费用预估

表四：台位及布局

表五：价格定位及业绩预估分析

**创业计划书案例篇六**

一、项目背景

早在1999年以前，中国互联网的先知们就开始建立b2c网站，致力于在中国推动网络购物的发展。据20\_\_年有关统计显示，我国网上购物发展迅速，在以北京、上海、广州和深圳为代表的全国中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率达到了42.5%，网上购物用户总数超过1000万人，网上购物金额超过人民币250亿元。在以武、成都、沈阳和西安为代表的四个区域中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率也达到了29.3%，网上购物用户总数253万人，网上购物金额50亿元。可见，中国的网络购物的春天已经到来，发展前景十分广阔。

大学生课余时间较为充足，接受新事物的能力也相对较强，对网络应用也不陌生，所以开网店不是什么难事。近几年，淘宝、易趣、拍拍等c2c网站发展迅速，还提供个人网店平台，而且有很多是免费提供的，这就更为大学生在网上开店提供了方便。可以说，开网店已经成为了大学生创业的一条捷径。

二、网店介绍

1、网店宗旨

诚信求生存，服务求发展。

网上开店，信用是最重要的，只有良好的信用才能赢得消费者的信赖，才能使网店长久的存活下去。现在网店的竞争相当激烈，除了要以质优价廉的商品去吸引买家外，还要有热情耐心的服务，这样才能让自己的网店在众多店铺中脱颖而出，才能让自己的网店有较好的发展。

2、网店目标

本网店将从淘宝的普通店铺做起，并用一年的时间积累一定的信用度，同时树立一定的知名度和品牌形象。

有了信用度、知名度和品牌形象后，网店的浏览量就会成倍增加，进而就加大了成交量。有了一定的资本后，就能适当扩大网店规模，增加商品数量和种类，开始做淘宝商城。

三﹑自我分析

1、大学生为什么要选择开网店?

对于我们大学生来说，业余时间是相对比较多的，个人的资金是相对比较少的。所以针对这种情况，没有时间约束入门门槛比较低的网店就成为我们大学生创业的不错选择。

2、开网店到底对我们大学生有什么好处?

现在的大学生都有自己的理想，都希望毕业了能做一番大事业，为了这个梦想，不停的在外找兼职就成了我们大学生的假期里必干的一件事。大学生可能都这么想过，“工资不算什么重要的是我能得到锻炼”。出去给别人打工就真的能的到锻炼吗?我们的付出和我们的收获真正成正比吗?一个毕业4，5年的学长给我说过，在外大学生找工作还没有一个农民工容易，现在最廉价的劳动人群就是学生。

谁都想让自己的付出有收获，而选择开网店会让你受益匪浅。营销专业的学生，开网店可以让你们学到如何把商品推销出去;工商管理专业的学生，开网店可以让你们学到如何管理好一个企业;会计专业的学生，开网店可以让你们学到如何把账算好;物流管理专业的学生，开网店可以让你们学到如何把商品送到顾客手里;计算机专业的学生。开网店可以让你们学到如何把自己学的知识用到真实的网络上去。。。

3、失败了怎么办?

在我的字典里没有失败这个词，真正的失败是源于你的放弃，人生最可悲的事是半途而废。一片漆黑里，我们摸索着那扇通往“天堂”的大门，曾经，我们都以为他离得很远，一次的跌倒，两次的绊足，三次的相撞，信心便轻易地在无助中懈怠，在懈怠中绝望，在绝望中崩溃。然而，终有一天，我还是看见了“天堂”的模样，回望起点，那不过是一米的距离。

四、经营环境与客户分析

1、行业分析

网上开店对成本的要求低，它占用资金少，也基本不需要水、电、管理费等方面的支出;这样就解决了大学生没有创业资金的问题;网店经营方式灵活，基本不受时间、地域等因素的限制，只要有时间、能上网就能正常营业，而且只要少量存货就能开店，所以也可以随时更换经营其他商品;网店的客户范围十分广，只要是上网的人群都有可能成为商品的浏览者与购买者，这个范围可以是全国的网民，甚至是全球的网民。以上也是网上开店创业的优势所在。

2、调查结果分析

通过搜集查阅大量统计数据发现，中国的网民数量庞大，但网购人数在所有网民中所占的比例距发达国家还有很大差距，这从另一个角度也可以说明中国的网络购物有着巨大的发展空间，事实也证明了这一点——中国近几年网络购物发展十分迅速，网上购物的人数快速增长，而且这种势头从现阶段来看只有增强而不会有丝毫减弱。尽管网络购物的飞速发展给开网店带来了不小的竞争，但在一定时间段内，机遇还是大于竞争的，所以网店创业的潜力还是十分大的。

3、目标客户分析

在网上购物的用户中，占主要比例的是在校学生、职业白领等，年龄以中青年为主，性别上女性大于男性。其中，学生用户购买比例较高的商品为书籍、音像制品、服装以及游戏类商品等;职业白领购买比例最高的商品为服装、化妆品、饰品和母婴用品等。

买家收入的高低也影响着其购买倾向。收入高的群体购买比例较高的是数码类商品，而中等收入买家的消费比例最高的是服装、首饰、化妆品，游戏点卡类商品则是低收入买家群体的消费比例较高。

总体来看，女装、化妆品、饰品的成交额长期排名靠前。可见，适合中青年女性消费的商品市场更为广阔。

五、经营策略

1、管理者及其任务

由于开店初期业务量小，全部工作由创业者本人即可完成。待以后业务量大时，可寻找合作伙伴或聘请员工，合理分配任务。

2、营销策略分析

(1)品牌策略

第一，网店要有一个独特新颖，且易被人们记住的店铺名，并设计出美观大方的名片，在发货给顾客时随件发出，加深顾客对本店铺的印象，打造店铺的外在品牌形象。

第二，在商品质量上要严格把关，坚决不以假乱真，以次充好，力争让每一位顾客都能对本店商品的质量满意，打造店铺的质量品牌形象。

第三，努力提高服务质量，要让每一位顾客都能感受到一种贴心的售前、售中和售后服务，打消客户在购物时的后顾之忧。必要时还可对顾客制定个性化服务方案，打造店铺的服务品牌形象。

(2)价格策略

淘宝价格竞争十分激烈，刚开的店铺由于没有信用度，可以说低价销售是吸引客户的唯一方法，所以在营业初期价格要尽量低，甚至是零利润销售。待积累一定的信用度后可逐步提高价格，要在全面考察同类卖家价格的基础上合理定价，薄利多销是主要的测略。

(3)促销策略

开店初期可进行“包邮”、“打折”、“有买有赠”等促销活动，以吸引客户;每年的各种节日(如五一、十一、圣诞、元旦等)期间，进行一些适合本店客户的促销活动，如“满就送”、“满就减”等，以增加成交量;

在店铺信用等级上升时进行一些促销活动，如“冲钻包邮”、“冲钻打折”等。

(4)渠道建设

大学生一般在开店初期由于充足的资金，所以一开始可以与提供网店代销的批发商建立业务关系。由于代销的特殊性，所以在选择批发商时，一定要通过各种渠道认真考察其产品质量，服务质量，信誉，供货是否及时等方面的情况。

等有一定资金时，就应该改变代销模式，自己进货。此时要争取与一级批发商建立合作关系，并与其签订合作协议，主要就价格、产品质量和服务等问题达成一致意见。

六、营销效果预测与分析

1、营业额收入

前一年属于积累信用的阶段，不会有大的收入，保证成本即可。

从目前淘宝网店销售情况看，预计普通店铺平均每天的销售额一般是300元左右，钻石店铺能达到1000元以上，皇冠店铺则可达3000元以上甚至更多。

2、支付方式

淘宝网店主要是用担保交易的，也可以进行网上银行支付。

3、订货方式

淘宝网店都是在线订购的。

七、经营成本预估

1、初期投资

初期(第一年)的投资主要是淘宝消费者保障服务保证金、代销加盟费(或预存款)、宣传推广费用等，还要一定的流动资金用于物流配送等。预计人民币3500元。

2、第二期投资

这一阶段业务量会有较大的扩大，需要有较多的流动资金用于进货、发货等，有必要的时候还要聘请员工。鉴于淘宝网店自己流动较快，预计人民币20000元即可。

3、其他成本

电脑：4000元;

数码相机：1500元;

网费：100元/月;

淘宝增值服务和营销工具软件：80元/月

**创业计划书案例篇七**

\_\_年七月十九日为贯彻落实党中央、国务院和省委、省政府“以创业带动就业”的部署，鼓励、引导和支持大学生实现自主创业，按照《人力资源社会保障部关于实施大学生创业引领计划的通知》(人社部发〔20--〕31号)和内蒙古人社厅《关于下达20--年内蒙古自治区促进高校毕业生就业工作计划的通知》(内人社发〔20--〕9号)要求，在我区实施“学生创业引领计划”，结合我区实际，特制定本方案。

一、指导思想

坚持政府促进、社会支持、市场导向、自主创业的基本原则，发挥政府部门、人才交流服务机构和高等院校的职能作用，调动社会各方面力量，采取一系列鼓励、引导和扶持政策措施，强化创业意识，提升创业能力，改善创业环境，健全创业服务，引导和带领一大批大学生通过创业实现带动就业。

二、工作目标

20---20--年，计划在三年的时间完成高校毕业生创业培训2万名。其中：20--年计划培训3000人，20--年计划培训7000人，20--年计划培训10000人。力争30%的人员实现创业。使具备创业条件的高校毕业生在完成创业培训的同时得到小额贷款和后续跟踪服务，提高创业成功率。

三、实施范围

派遣期内未就业的具有创业意向和创业项目计划的内蒙古生源普通高校毕业生。

四、主要任务

(一)开展大学生创业培训。按照《关于做好20--年高校毕业生创业培训工作的通知》(内人办发「20--」188号)要求，开展以“创办你的企业(syb)+创业实训”为主要内容的我区大学生创业培训。各级人才交流服务机构要发挥各地高校毕业生创业培训管理中心的作用，通过人力资源市场以及街道、社区等基层平台，组织有创业愿望的大学生免费参加创业培训。人力资源和社会保障部门要会同教育等部门，邀请创业成功人士(特别是创业成功的大学生)为在校大学生传授创业经验，组织开展像形式多样的大学生创业竞赛活动，积极开展在校大学生创业培训服务。

(二)落实大学生创业扶持政策。大学生从事个体经营，在工商部门注册登记日期在毕业后2年内的，自其在工商部门首次注册登记之日起3年内免收管理类、登记类和证照类行政事业性收费。对在当地公共就业服务机构登记失业的自主创业的高校毕业生，认真落实有关小额担保贷款和贴息扶持的优惠政策。队友创业意愿的高校毕业生参加创业培训的，按规定给予职业培训补贴。成功创业的，对符合社会保险补贴政策的给予社会保险补贴。将大学生创业见习工作纳入就业见习总盘子实行统筹安排管理。并积极会同有关部门多渠道建立创业专项扶持资金，发挥贷款担保公司的作用，多渠道拓展大学生融资渠道。

(三)为在校大学生创业提供指导服务。建立大学生创业项目库，举办创业项目展示和推介引导活动。积极会同教育部门和高等院校，为在校大学生提供创业指导服务，将创业指导与创业教育、创业培训(实训)紧密结合起来，指导大学生制定创业计划书及创业路线图。组织成立创业培训专家顾问团，建立创业咨询诊室，对经过培训合格的高校毕业创业要建立台账，及时了解掌握创业过程中遇到的问题和困难，在工商注册、税收减免、称帝设施、人才推荐、财税和法律咨询及市场开发等方面提供跟踪和服务，为高校毕业生创业铺路搭桥。发挥各盟市高校毕业生创业培训管理中心作用，提供翔实多样的创业服务。

(四)为大学生自主创业提供孵化服务。各积极会同有关部门，充分整合政府、企业、高校、社会团体等多方资源，发挥各盟市小企业创业基地、科技企业孵化器等现有园区和孵化基地的作用，建立一批大学生创业园，为创业大学生提供低成本的生产经营场所和企业孵化服务。将创业实训、创业孵化、创业指导相结合，细化、规范服务流程，建立不同阶段大学生自主创业的全方位、阶梯型创业孵化服务体系。根据本地实际，会同有关部门完善创业场地、创业设施等硬件建设条件，研究制定大学生创业园区房租补贴、经营场地补贴政策。

五、保障措施

(一)高度重视，加强领导。抓好大学生创业就业工作，事关保增长、保民生、保稳定的大局，为确保活动实效，在自治区统筹实施引导高校毕业生到农村牧区基层服务项目工作协调小组的领导下，自治区统筹实施引导高校毕业生到农村牧区基层服务项目工作协调办公室负责“大学生创业引领计划”的日常工作。各盟市也要成立相应的机构。

(二)制定方案，抓好落实。根据实施目标将任务分解到各个盟市(任务分解见附件)，各盟市要根据本地情况制定具体的实施方案，分解任务，细化并落实各项政策。“大学生创业引领计划”领导小组办公室将建立相应的情况通报制度，不定期对全区各地活动的组织开展情况进行督导。同时开展年度工作综合和绩效考评，并将考评结果纳入高校毕业生就业工作绩效考核范围(三)突出重点，强化推动。建立重点地区和点行业(领域)工作推进机制。呼市、包头、鄂尔多斯“金三角”创业城市和呼市、包头、通辽及其他高校毕业生数量较多的地区，要将本地区大学生创业引领计划纳入促进创业带动就业和创建工作重要内容，重点推进。要根据当地实际确定一批重点行业(领域)(如信息技术、服装服饰、文化创意、物流、动漫、电子商务等)，鼓励指导行业协会、社团组织制订引领大学生在本行业(领域)创业的行动计划，报我厅备案后在有条件的地区组织实施。

(四)加强宣传，正确引导。要发挥人才网、高校校园网的优势，并通过报纸、广播、电视、互联网等媒体，加大对“大学生创业引领计划实施方案”的宣传力度。宣传鼓励自主创业的政策，普及创业知识;宣传在实施“大学生创业引领计划”中探索出得好经验、好做法、好模式;表彰在促进大学生创业工作中贡献突出的单位和个人，努力营造全社会关心支持大学生创业的良好社氛围。

**创业计划书案例篇八**

无锡茶产业背景

随着经济的快速发展，人民生活水平的提高，越来越多的人开始注重生活质量，追求高品位生活和养生。茶作为中国特色饮料具有悠远的历史和丰富的营养价值,茶饮料已经被越来越多的百姓所接受。

自20\_\_\_\_年以来，无锡本地乌龙茶已形成量产，茶园规模不断扩大。无锡市政府大力扶持茶产业发展，无锡市锡山区坚持发展集生产、生态、休闲、旅游、文化等多种功能于一体的现代高效农业，打造出了一条完整的茶文化产业链。所以我们认为在茶产业内进行发展具有可行性。

市场分析

我们计划在茶馆行业竞争。这个市场的规模虽然不大，但我们相信，随着商业的进一步发展，无锡的茶文化将一步步的被挖掘和重视，整个行业欣欣向荣。

市场研究表明未来几年我们的市场发展到成熟期。在这段时期里，预计我们力争的细分市场将不断成长，改变这种情况的主要力量是现在无锡政府对传统文化的重视和保护的措施正一步步地出台，我们茶馆以宣传和发扬茶文化为目的经营将逐渐被市场认同。

可行性分析

1.政府对茶产业及大学生创业的大力扶持

2.人民对于健康高品质生活的追求，茶需求增大。

3.为高压白领上班族及老年人提供休闲解压养生场所。

4.以无锡茶产业园为依托，降低成本，保证货源。

困难分析

1.竞争对手

茶馆经营西化，茶渐渐退居次要地位，类似于咖啡、饮料及各色菜肴等已成为茶馆的主要经营项目。造成纯粹茶馆越来越少，难以满足众多爱茶者的需求。

茶馆并不是显示档次的地方，要关注人的心理感受，我们认为茶馆不能做连锁，如果按照快餐的方法，把茶馆的文化或是经营都程序化了，这样的茶馆肯定是要“死”的。

无锡茶馆除了吃喝上的无特色外，经营者在建筑和空间布局上也不是那么用心。几乎每个茶馆都有雕花铜栏杆，茶具基本都差不多，有的甚至连坐的凳子也差不多，抄袭之风严重，从另一个侧面也说明，经营者并没有用心去考虑怎样把茶馆的品质做到极至。

虽说茶馆是随商业发展而逐渐形成和兴旺起来的，带来其他地区的特色也是一件好事，但这并没有同当地的文化相融和交流。虽然不少经营者已经意识到这样的问题，但是因为经营已经上了轨道，害怕改变要影响生意，所以只能任现在的状况继续下去。

2.市场认可

如何得到消费者的认可，尽快投资收回成本并获得利润，是我们团队面临的主要问题。由于主营本地乌龙茶，成本不高，利润小，如何做到薄利状态下的多销是一个急需解决的问题。我们对此采取的措施是，加大宣传，与媒体报纸移动电视合作，提高茶馆的知名度。另外我们邀请本地名人进行开馆剪彩活动，造成一定的声势。

再就是来自茶馆特色服务的吸引，我们茶馆的产品与服务，以其独特性吸引消费者。另外我们采用会员引入模式，作为我们的会员如果能够吸引更多的消费者，那么我们会相应的为会员提供优惠活动，以发展带动发展的方式引入顾客。适当参加社区回馈活动，大力支持公益事业发展，提升企业品牌形象，增强公民的认可度。

公司运营

1、投资成本

前期店址选择、租赁，店铺装修，设备购进，人员雇佣培训，广告宣传费用和其他预计支出五十万。前期资金由几人分摊。针对国家和学校对于大学生自主创业的扶持与帮助政策，申请创业贷款。

2、店址选择

我们选择滨湖区蠡湖大道\_\_\_\_\_\_号的原因是无锡市行政中心的未来转移，必将带动新中心即滨湖区的商业发展，商业的繁荣带来了巨大的消费人群，环境优雅，轻松安静的清明雨上茶馆必然能够吸引大批顾客光临。

茶馆特色

茶点篇：主营本地乌龙茶，辅营其他茶产品和各种特色糕点，打造符合江南风味的特色茶点。

环境篇：本店采取古色古香的唐式装修和服务，努力营造恬淡宁静的品茗氛围，真正做到与本茶馆的经营理念相吻合，成为被广大消费者认可的休闲解压养生好去处。

消费篇：在这里消费者不仅可以享受安静的氛围，品味香茗，还可以根据喜好选择陈列厅的茶具、茶叶购买。本茶馆与无锡紫砂名厂直接合作，保证茶具工艺质量。另与茶园合作，保证茶叶供应，形成买，用，品的完备流程。

市场销售战略

定价策略

1.合理定价：结合市场，采取多品种、多价位的定价策略，将价格定位中低档。

2.数量折扣：累计消费588元，赠送一张9折会员卡，累计消费1588元，赠送一张8折贵宾卡。

3.赠送抵用卷：一次消费满88元，赠送一张10元抵用券。吸引更多的消费者再次前来。

4.尾数定价：我们将所有的产品都是用尾数定价。例如，一壶低档的乌龙茶定价为58.8元。

促销策略

邀请无锡日报、扬子晚报、七惠网、无锡论坛前来参加开业典礼，力求扩大宣传声势，提高茶馆知名度。逢节假日，采取优惠酬宾活动，前50名顾客七折优惠，其他顾客赠送小包装茶叶一份。

消费超过88元，送听雨纪念收藏卡，集齐十张，可兑换店里相应产品。与政府部门合作，并联合无锡茶文化馆等对无锡市民的茶文化知识进行普及与推广。与老年人协会合作，作为其相关活动的场所。与旅行团签订长期合同，让其带领其旅游团进行消费，一次给予团惠价8.8折。

**创业计划书案例篇九**

甜品，是许多小女生的最爱。夏天的到来，高温天气，更是让冰激淋类、果汁类产品风行起来。

甜品店创业计划书：

一、创业目标

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。

经营宗旨

甜美、健康、时尚。

二、市场及竞争分析

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。

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。

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。

三、产品与服务特色

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。

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。

营养全面，健康更多

心甜经营品种除了普通的冰品甜品外，想创业，找项目就上青年人创业网，还有在我国南方部分地区教为流行的药膳滋补炖品类、凉茶类、龟苓膏类。价格表上列明每种甜品所含的补品成分、药膳滋补功效、适应症等，以便顾客按需选择。低热量、有良好养颜功效的甜品，尤其针对爱美的女生。吃甜品和保持好身材不仅不冲突，而且能够通过食补养颜。

服务规范，满意更多

心甜员工分为管理、甜品加工制作、点餐收银、店堂清洁四类。分别着统一服装进行操作和服务。员工要求技能专业，服务统一使用普通话，建立严谨的服务管理规范和投诉回访机制，并严格进行监督管理。

四、选址分析

心甜门店设置在南京师范大学泰州学院食堂一楼东首，可以充分利用食堂的桌椅，容纳更多的顾客。

五、人事与管理

人事

心甜每个员工必须是专业的，包括点餐收银人员和店堂清洁人员在内的每个人必须进行严格培训，确保正常工作时的规范操作。管理人员设置人事管理和企业管理人员各2名，要求本科以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;甜品加工制作人员设置配方员2名，加工操作员6名，要求大专以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;点餐收银和店堂清洁人员若干，严格培训后上岗。所有员工须办理健康证。

管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。重视个人的发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得餐厅的整体发展，实现1+1>2的效果。

管理理念

(1)尊重餐饮业人员的独立人格

(2)下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务。

(3)互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

(4)营造集体氛围：既要上下属感受到甜品店纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

(5)公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

管理队伍

投资是一项经营人才的业务。我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本甜品店发展的人才加入本甜品店。

管理制度

建立严谨的服务管理规范和投诉回访机制，并严格进行监督管理。完善员工守则，考核制度和奖惩制度。

六、企业形象

传媒广告

考虑电视广告或印刷媒体等传媒方式，做为最切实可行的宣传渠道，调查证实高品质甜品通过精美的电视广告或印刷媒体能树立良好的品牌形象。另特别会在新生开学之际，下发宣传单，设点宣传并接受咨询。

形象代言

制作可爱的心甜吉祥物，以卡通造型作为形象代言，从卡通造型上体现甜美、健康、时尚的企业宗旨。

店面布置

心甜店堂做到清洁光亮，窗明几净。渗透好甜美、健康、时尚的企业文化。根据不同甜品品种，使用各类特制碗碟。碗碟高雅脱俗，使顾客一看餐具就产生舒心感觉。

七、促销决策

美食手册

制订心甜健康时尚美食手册。内容介绍中国各个地区名小吃，最新的美食甜点，最新的养生养颜药膳配方等。这本手册每年修订一次，放在店堂供顾客翻阅。

节日活动

在新年、端午节、中秋节及西方的圣诞节，情人节等重大节日，在校内或店外组织露天主题活动，旨在增强消费者对心甜产品的印象。活动通过分发快递活页广告、进行产品知识问题竞答、组织小型演出等方式，给予参与者相应奖励。奖品包括印有心甜卡通图案的小礼物、优惠券及最新产品品尝券，每次活动花费约1000～20xx元。

许愿树

店堂设置许愿树两棵，消费即可得到许愿卡。可在许愿树上挂上写好的许愿卡，每个月的第一个星期天店员将收集许愿卡，以抽奖的方式挑出实现过程花费在300元以下的愿望，帮助顾客实现。

店内常备各种小礼物，如心甜的卡通造型汽球、卡片等。一次性消费满60元的顾客可获赠卡通小卡片一张，积满一套三张可获赠6寸冰淇淋蛋糕一块。顾客也可购买优惠卡，每卡售价9元，持卡者可永久享受购买店内除新品和特价品以外的任一商品8。8折优惠。凭借上乘的品质加上灵活的促销手段来赢得稳定的顾客群。

八、财务需求与运用

开张成本

桌椅、碗勺、厨具、消毒柜等设备

预付店租、装潢

原材料

以上项目将移交专业人士代为预算评定。

九、心甜的发展

根据企业实力，心甜以南京师范大学泰州学院这个市场为起点，放眼泰州五所高校的市场。，逐渐向连锁店发展。具体分为以下三步：

1。立足南京师范大学泰州学院市场，占据一定份额

填补南京师范大学泰州学院市场的空白，把企业做得专业、规范，稳步发展。

2。占领南京师范大学泰州学院市场，建立连锁机制

当企业形象被接受并开始喜爱之后，根据需求在泰州五所高校开设连锁店。在实际操作中学习经营管理经验。

3。走向泰州市场，开放加盟经营

在泰州市场能够得到良好控制、正常运转，有了一定流动资本、区域内知名度，掌握一定市场运作体系理论和操作经验，申请到产品自主知识产权之后，在泰州市内扩张连锁店，开放加盟经营。

**创业计划书案例篇十**

一.前言

在这样一个注重人才的年代，我们作为当代社会的大学生，为了迎接未来挑战，为能够在未来踏入社会的时候有足够的信心，必须提前做好准备，多找机会锻炼自己，给自己充电。当今社会，在校大学生自主创业也成为大学生发展自我，增加经验的一种趋势，这种行为不但可以锻炼自我，磨练意志，积累经验，同时还可以通过自己的努力，为父母减轻一些负担。所以，我们应顺着这种趋势不断摸索，探求，在坚持原则的基础上以更好更多的实战经验去迎接未来的挑战!同时，这是一个商业时代，只要我们善于去观察，就会发现生活中商机无处不在。在日常生活中，我发现江汉大学内部及周边专门卖运动鞋的店很少，而且学校比较偏僻，外出购物不是很方便，为此，我打算建立一个专门卖运动鞋的店，既方便他人，也满足自己，锻炼自己的营销能力与沟通能力。这是个知识的时代，但是这个时代更加需要人才，只要你愿意，没有什么不可以，相信自己----路是自己走出来的!

二.创业背景

时代的变迁赋予了当代大学生不一样的涵义，也给予了当代大学生不一样的生活和思想，追求的不同，享受生活的方式自然也不同。科技不断的进步，生活水平的不断提高，人类惰性的潜能又被激发出来，很多大学生不愿意自己动手做一些事情。就穿的方面来说，比较好的名牌运动鞋专卖店离江大这边都比较远，很多学生不愿意为了一双鞋而跑那么远的路，感觉这样很浪费时间。同时，品牌鞋专卖店卖的价位一般都很贵，因为他本身的店面费用就很高，到专卖店买鞋的话很多人感觉很不划算。但很多大学生又都追求穿品牌鞋。因此他们需要有人来给他们提供方便的购鞋方式以及合理的价位。

三.创业目的

众所周知，在大学校园里，能力远比知识更重要，这就需要一个平台来让我们不断学习、锻练和展现自我、从而增加能力。学校里面的社团和学生会对我们来说已经没有多大诱惑了，所以我们需要自主创业来为自己铺路。这样可以提前培养我们的创业意识，学会自己给自己当打工。

四.经营项目

正品安踏，特步，361度运动鞋及配对的鞋垫。同时提供多种样式，颜色，尺码供给顾客选择。

五.经营原则

1、真实原则：对顾客以礼相待，不欺不瞒，友善平等。“顾客是上帝”在这里不再是空洞的说教，而是一种真实的感受;

2、互利原则：在真诚的基础上，做到主顾双方平等互惠;

3.便利原则：尽可能的为顾客提供一切可以提供的方便，让他们足不出户，就能够体会到最优质的上门服务。

六.服务群体：

1、学习工作繁忙，没有空余时间的人群;

2、不喜欢逛街，但又追求穿品牌鞋的人群;

3、力图方便，购买商品注重实惠，希望以最合理的价钱买到最好的商品的人群。

七.市场分析：

1、在江大的校园内外，至今还很少有这方面的经营店。所以在市场竞争上，我们处于一个相对的优势位置。但是正因为如此，市场的打开又将面临着一个大的问题。在一定程度上，很多同学会存在戒备的心理，所以一个创新的有说服力的广告宣传是必要。

2.现在很多学生喜欢网上购物，我们可以将网上与现实相结合，在淘宝网上进行店铺宣传，顾客可以在网上进行选购，确实购买后，我们可以提供免费送货上门服务，尽可能为顾客提供方便。我们的店铺可以直接开在寝室，不须要店面费，那么价格方面可以定得更便宜一些。

八.经营策略：

1.商品来源：从汉正街直接进货，先进行前期市场调查，争取以最合理的价位批到货真价实的品牌鞋。

2.人力上：集纳有独特创新思想，沟通能力强的人才进入;同时，人员必须要有吃苦耐劳的精神，有耐心。在此基础上采取有秩序的管理模式。

3.宣传上：开业期间可在资金允许的基础上，发放大量的宣传单，先吸引群众眼球，打入寝室内部做宣传;同时在校园内与学校一些社团进行合作，以拉横幅，贴海报的形式进行宣传。把商品发布到网上店铺，在qq里进行店铺推广，让更多的了解我们的商品，了解我们的店铺。

4.经营上：为了弥补资金上的缺乏，创业先期可以采用股份制原则，让更多的同学来投资，按投资金额的多少来分利润。

5.策略上：开业期间本着薄利多销的原则，采取一定的优惠政策，比如开业期间八折优惠，买一双品牌鞋，送一双对应的袜子等等。

6.店面上：由于资金原因，同时考虑到送货方便问题，店铺直接开在寝室内部，同时开通淘宝网上店铺。

顾客可以以以下两种方式来了解购买我们的商品：

①网上进行选购，选中后，我们可以提供免费送货上门服务。

②直接来店中进行选购。

7、设备上：需要一台电脑、货架以及一些简单的办公设备。

九.经费来源及分配：

来源：起初，采取入股制。前期计划投入三千元，先试验一段时间，如果销售量达到预期的标准，再追加投资。

1)月基本工资分配标准：每月月底将净剩收入的百分之八十按入股金额的比例发放给员工;

2)每月提成分配标准：按个人接受任务、完成任务及顾客的满意度分配，将员工的个人业绩分为甲、乙、丙三个等级，从而分配提成。

十.预想问题及解决办法：

在服务过程中，可能会出现顾客因不满意而要求赔偿的事宜，为此，我们必须坚持“顾客是上帝”的原则，尽量满足顾客合理要求。在销售过程中，有可能出现货源不足的情况，无法满足顾客的购买需求。我们会尽一切力量来满足顾客，如果他们要买的鞋而本店正好缺货，可以向他们保证如果愿意等的话，可以在一个星期内给他们提供需要的商品。在鞋子质量方面，我们可以承诺：三天内如果是鞋子质量问题，可以无条件包换或者退款。三个月内如果是出现质量问题，确定非人为故意损坏后，我们可以无条件包修。

**创业计划书案例篇十一**

一、概要

一个非常简练的计划及商业模型的摘要，介绍你的商业项目，一般500字左右。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并作出判断。计划摘要主要包括以下内容：公司介绍、管理者及其组织、主要产品和业务范围、市场概貌、营销策略、销售计划、生产管理计划、财务计划、资金需求状况等。

摘要要尽量简明、生动。特别要说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

二、公司描述

a.公司的宗旨

b.公司的名称、公司的结构

c.公司经营策略

在这里用最简洁的方式，描述你的产品服务;什么样的困难你准备解决;你准备如何解决;你们的公司是否是最合适的人选。

这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个概要，而是对你的公司作出介绍，因而重点是你的公司理念和如何制定公司的战略目标。

d.相对价值增值说明你的产品为消费者提供了什么新的价值

e.公司设施需要对计划中的公司设备详细加以描述我公司的生产设备及厂房主要集中于\_\_x

建立开发生产设备，并努力提高生产和研究能力以便满足日益提高的客户需求。通过大规模的促销攻势提高我公司的产品服务的销售量。

增加分销渠道零售网点区域销售销售公司采用电气化直邮式的分类等。录用新的员工以便支持在新的市场计划下可持续的发展。

提高研发能力，创造领导潮流的新型产品，提高竞争能力。

三、产品与服务

产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性;主要产品介绍;产品的市场竞争力;产品的研究和开发过程;发展新产品的计划和成本分析;产品的市场前景预测;产品的品牌和专利等。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般地，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

四、人员及组织结构

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财务管理、作业管理、产品管理等等。而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

因为社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的。企业要管理好这种资源，更是要遵循科学的原则和方法。

在创业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图;各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系;公司的股东名单，包括认股权、比例和特权;公司的董事会成员;各位董事的背景资料。

经验和过去的成功比学位更有说服力。如果你准备把一个特别重要的位置留给一个没有经验的人，你一定要给出充分的理由。

五、市场分析

简要叙述你的公司处于什么样的行业、市场、专向补充区域。市场的特征是什么你的分析与市场调查机构和投资分析有什么不同。分析是否有新生市场你将如何发展这个新生市场。

a.市场描述

我们计划或正在\_\_行业竞争。这个市场的价值大约有\_\_x，我们相信，整个行业的主要发展趋势将向着(环境导向型，小型化，高质量，价值导向型)发展。市场研究表明(引用源)到20\_\_年该市场将(发展萎缩)到\_\_x。在这段时期里，预计我们力争的细分市场将(成长、萎缩、不发展)。改变这种情况的主要力量是(例如电脑降价，家电商业的蓬勃发展等原因)这个行业最大的发展将达到\_\_x。你的公司可能独一无二的将你的产品服务和\_\_公司同级别的公司的现行业务合并。而当今的类似\_\_公司的正面临着诸如逐步提高的劳动力成本等困难。

b.目标市场

我们将目标市场定义为x，y，z。现在，这个市场由a个竞争者分享。我们的产品拥有以下优势：高附加值，出色的表现，高品味，为企业的量体裁衣突出个性。

c.目标消费群

是什么因素促使人们购买你的产品你的技术、产品对于用户的吸引在何处人们为什么选择你的产品服务公司

d.销售战略我们的市场营销部门计划能动用不同的渠道销售我们的产品。我们之所以选择这些渠道

e.消费群特点

我们之所以选择这些渠道因为：

1、季节变化引起的消费特点;2、资金的有效运用可以利用市场上现有产品的销售渠道。

针对每一个分销渠道，确定一个五年期的目标销售量以及其他假设条件。为每一个渠道所做的假设可以是以下这些。

六、竞争分析

请告诉我们分别根据产品、价格、市场份额、地区、营销方式、管理手段、特征以及财务力量划分的重要竞争者。

a.竞争描述

b.竞争战略市场进入障碍

请在这里研究进入你的细分市场的主要障碍及竞争对手模仿你的障碍。

七、营销略策及销售

a.营销计划

描述你所希望进行的业务是如何的。以及你所希望进入的细分市场。曾经使用的分销渠道，例如：零售、对商业机构的直接销售、oem以及电子媒介等等。还要描述你所希望达到的市场份额。

b.销售战略

描述你进行销售所采取的策略。包括如何促销产品：通过广告、邮件推销，电台广播或是电视广告等方式。

c.分销渠道及合作伙伴d.定价战略e.市场沟通

你的目的是加强、促进并支持你的产品能更好的满足消费者需求的热点。唯一的原则就是寻找一切可能的有利的途径进行沟。

八、财务分析

财务数据概要。

九、风险与风险管理

(1)你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险?

(2)你准备怎样应付这些风险?

(3)就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会?

(4)在你的资本基础上如何进行扩展?

(5)在最好和最坏情形下，你的五年计划表现如何?

十、附录

如有以下材料，请列出

a.公司背景及结构

b.团队人员简历

c.公司宣传品

d.相关词汇 十一、总结建议

**创业计划书案例篇十二**

一.公司简介

公司名称：宁波市创流装潢设计有限公司

注册资金：100万元。

资金来源：独资

公司宗旨：一个温馨环保的家是我们共同的目标!

公司理念：用心、细心、诚心、创新

公司简介：宁波市创流装潢设计有限公司是一家专业提供装潢材料、工程设计、建筑装饰工程.幕墙工程等施工一条龙服务的装潢公司。家庭装潢，为本公司的主营业务，公司发展初期市场为宁波市，后期以浙江省沿海城市为据点，加强业务拓展，扩大公司的业务经营能力，以家庭、门面、办公室装修为主线，争取承接到更高投资的大型项目，并在一年内取得资质证书。通过付出的诚信和努力赢得百姓的赞誉的口碑，打造自我的价值品牌。该投资项目资金投入量少，回收期快，利润高，随着中国经济的发展，该行业具有较好的市场前景和发展潜力。

二.前言

近几年来，我国的装饰装修市场发展迅猛，从而拉动了相关产业的高速发展，新型装饰材料不断涌现，消费者的需求量不断扩大，因此，有人说装饰装修产业是朝阳产业。但是，在我们看到发展的同时，也看到许多与行业发展不利的因素存在。如装饰房屋合同陷阱多，施工偷工减料、以次充好，环保指标不达标，装修工人无证上岗等违规操作使消费者蒙受巨大损失等情况屡见不鲜，同时也使整个行业信誉降低。较低的市场准入使大批无资质的企业和个人承揽业务，争相采用打折或送礼等手段激烈竞争，低价揽客。市场的无序竞争，不仅使行业中规范运作的厂商蒙受损失的情况屡见不鲜，同时也使消费者合法权益难以得到保障。

在未来两三年家装行业仍有较大市场。家装市场缺乏的是真是能提供装潢材料、工程设计、施工等一站式服务的老百姓信得过，具有一定品牌的装潢公司。我们的公司正是要抓住这样的机遇，做好做大做强我们的一站式服务装潢品牌。

三.目标市场分析

1.回顾历史我国的装饰设计远远落后于形势，20世纪80年代初，随着改革开放，国内大量兴建星级酒店，装饰工程大部分被香港承包商独揽，他们带来了浓郁、豪华、累赘的商业风格，让刚接触到装饰的国人大开眼界，于是，国内的装饰市场、装饰理念、装饰风格被这“酒

店”风格所垄断。无论是宾馆、酒店、写字楼或家居、商场，统统以此风格包贴着建筑本体。材料商更是抓住机会，将各地的材料市场填满他们的“星级”产品。让本来就被动毫无个性的室内设计被厂家主导着潮流，加之业主们的眼低手高、参照攀比，设计者们缺乏底气、生搬硬套，使堆砌、繁琐、庸俗的装饰工程大量花费着懵懂投资者的金钱。一项项豪华浓重的装修，一个个“五星级”装饰的家，为满足“暴发户”式的虚荣心，浪费了多少国人钱财，造成了几多精神垃圾。因此，正确可取的室内装饰风格，应是引导进入了21世纪的人们，把握对与否并清楚熟悉的时候。让室内装饰朝着简洁的风格发展，把“轻装修重装饰”到“轻装饰重空间”这一逐渐感悟到的概念，作为我们同时代共发展的设计要素、成为我们的装饰理念。

2.简洁的设计特征简洁并不是简单，简洁是优良品质经不断组合并筛选出来的精华，是将物体形态的通俗表象，提升凝练为一种高度浓缩、高度概括的抽象形式。简练出的新概念，摒弃传统的陈俗与浮华，它多半运用新材料、新技术、新手法，与人们的新思想、新观念相统一，达到天人合一，以人为本的境界。简洁，是一种自然规律，是文化提炼，是大家手笔。“既雕既琢，复归于朴。”(庄子语)“艺术创作宜简不宜繁，宜藏不宜露。”(齐白石语)这些都是对简洁最精辟的阐述。

3.简洁的设计手法简洁并不是缺乏设计要素，它是一种更高层次的创作境界。在室内设计方面，不是要放弃原有建筑空间的规矩和朴实，去对建筑载体进行任意装饰。而是在设计上更加强调功能，强调结构

和形式的完整，更追求材料、技术、空间的表现深度与精确。用简洁的手法进行室内创造，它更需要设计师具有较高的设计素养与实践经验。需要设计师深入生活、反复思考、仔细推敲、精心提炼，运用最少的设计语言，表达出最深的设计内含。删繁就简，去伪存真，以色彩的高度凝练和造型的极度简洁，在满足功能需要的前提下，将空间、人及物进行合理精致的组合，用最洗练的笔触，描绘出最丰富动人的空间效果，这是设计艺术的最高境界。简洁就是线条简练、造型整洁，同时也是浪漫的怀旧气息与前卫风格的完美结合。试想，清雅、自然的设计作品通过几个块面的穿插组合，几个点线就与其概括了一切复杂的形式，一气呵成，生动简明。将实用而又时尚的简约风格与独立、自我的个性融合在一起，让洋溢着温馨的生动和流淌着漂亮的质感借着装饰材料的衬托演绎着各自的风韵。这样，我们才能在简明轻快的现代生活环境中彰显出时尚个性，才能品味出优雅的生活。

4.简洁的认知简洁构成的审美性，因人而异，人们的年龄、见识、素养、生活背景的不同，产生的品味要求也就不同。设计师有责任把人们引进一个简洁、含蓄布满个性的非常世界，有义务提升人们的审美意识，并让这一国际风格随着加入wto的到来，缓和着审美观念的冲击，缩小着彼此审美层次的差距。

四.服务介绍

1、简中风格装饰

2、简约风格装饰

3、家装

4、室内设计

5、别墅装修设计

6、新中式装修设计

7、市内设计

8、装潢

9、装修

10、装饰

五.目标市场推广

产品展台在中国制造网首页、各产品目录首页上以静态图片文字链接的方式进行，对产品形象的推广及企业品牌的宣传作用尤其明显，一直受到各推广客户的认同和支持。

室内装饰服务推广可分网络、公众两大渠道。在网络中建立自己工作室的网站。展示本工作室的技术及信誉。还可在网站上，自己的服务方式和态度有网友去监督和指正。

六.服务方案

1、装修前，请详细阅读本手册和《房屋使用说明书》，若有疑问可咨询《听语轩》装饰工作室。

2、装修前要检查住宅是否有异常问题，如地漏是否畅通，发现问题可通知物业服务企业。

3、为了及时向您提供装修管理服务，请将您家装饰装修的时间、装修项目等相关内容告知物业服务企业，即办理装修审批手续。物业服务企业将会告知您和装修施工单位进行装修时的注意事项，并签订《装饰装修管理服务协议》、《施工治安消防责任保证书》。上述两份协议对物业服务企业装修管理的行为、装修施工单位及您的装修行为进行了相应的约定。

4、工作室服务部将向施工单位索要《装修许可证》，为装修施工人员办理《临时出入证》，方便施工人员正常进出;施工人员办理出入证需准备其个人资料(1张一寸免冠近照和身份证复印件)。

5、为了保障您及您的邻居的房屋安全(包括消防、房屋结构、管线拆改等带来的隐患)，物业服务企业工作人员将对装修现场进行定期巡视。

6、请将物业服务企业告知您的关于装修禁止行为告知您的装修施工人员，物业服务企业也会在日常的巡视过程中，协助您监督施工人员有无违章行为。

7、装修完成后，物业服务企业会和您、装修施工单位共同对您的房屋进行验收，我们主要是对户内、外的公共设施设备装修行为进行验收。

8、由于装修期间会使用大量的可燃材料，防火意识及器材一定要到位，一方面物业服务企业会加强巡视，另一方面也请您及施工人员做好安全防范措施，配备灭火器。

9、您所处的小区属于高层建筑，一个重量很轻的物品从高处坠落，都会导致很严重的后果，这点您一定要告知装修施工人员并进行约束，物业服务企业也会在此方面加强巡视。

七.财政及人员规划

公司财务结构中，初期投入资金100万，资金主要用于公司提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务。本公司是一项投资少，回收快，收益大的项目。前二年估计盈利100万，以后通过先进管理降低成本，将利润率稳定在30%左右。后几年可根据公司资产负债表进行合理的增资，以便更好的开展公司业务!

**创业计划书案例篇十三**

一、项目分析：

前景分析:

中国餐饮行业在近年来面临着越来越紧迫的变革和升级。在全球经济一体化的影响下，在民众的消费理念发生广泛转型的情况下，餐饮行业势必要跟随形势做出转变。然而从近几年的情况来看，不少企业还在原有的轨迹上固步自封，无法适应新时代的发展要求。当然，也有很多企业表现的更加出色，能够适应市场形势的转变。

当今常见的疾病，高血压，糖尿病，心血管疾病，癌症，事实上都可以归类于富养性疾病。我们讲一个医学上的认识：一切元素，当我们需要的时候他是营养，当超过了便是毒素。比如脂肪肝，多发于喜欢吃肉，饮食不节制的人，很年轻就得了脂肪肝，因为摄入了过多的脂肪、蛋白质、营养，人体吸收不了，也代谢不掉，便囤积在肝;当人体内这种过滤不掉的营养素大量的沉积于血液中，便容易发生心血管疾病等。

所以，营养趋势随着时间不断演化，现在着重关注改善身心健康表现和健康益处。在今天这样一个相互连通的世界，很多不同的饮食出现，食品行业正在尝试创造适应不断变化的消费者需求的产品。生酮饮食、严格素食、以及正在增长的植物基饮食等都是个人营养定制的基础。定制化让每个人都感受到与众不同，为每个个体创造了特别的参与体验。定制化产品和包装导向了一个更加个性化的经验，使得消费者能够参与品牌。基于消费者画像的最优解决方法也会变得更加高效。独特的标签和客户定制产品，可以优化消费者的体验。

因为营养行业在国内市场还是比较新兴的市场，我们只要把握好发展机会，充分发掘这一市场的广大潜力，在未来的营养配餐市场上占据一席之地。同时，也有助我们开拓新的业务项目。

市场分析：我们的目标市场主要针对学生、教师，以学生市场为主要目标向大学城以外地区进行发展，以开拓更多的市场需求。学生群体向来就是流行时尚的追寻者，对于新兴事物向应度高，对于营养行业，在我国还处于新兴阶段，是一个流行的行业，所以说对学生具有极大的引吸力。通过对学生市场的开拓，我们就可以向各大院校餐厅提供我们的营养配餐，并与商业街各饭店合作，推广我们的营养配餐。教师属于高等知识分子，对于知识的了解具有广泛性，所以我们营养行业对于教师的传播也是非常有效，迅速的。通过以上市场的开拓，知明度达到了，我们就可以大泛围的推广我们的服务和产品。

二、公司简介

产品和服务描述

1、开展营养咨询服务项目。

现代生活注重健康，科学饮食无疑是保持和增进健康最简便的方法。饮食结构的不合理会导致很多疾病，越来越多的人希望知道如何才能合理饮食的，但是在现有市场上，对于广大消费者的这种迫切的需求并不能很好的满足，我们的康乐营养咨询用专业的技术指导为广大消费者提供全方面的营养咨询，为每一位顾客提供量身定做的健康饮食建议。

2、提供合理的营养配餐。

在民以食为天的今天，营养配餐已经逐渐得到广大市民的接受与认可。越来越多的人们希望健康的饮食，却苦于现实的种种限制无法亲自去制作，这个时候我们的康乐营养配餐，为广大顾客提供专业的营养套餐，可以完全满足每一位顾客一天的营养摄取，满足身体一天的需要。

(注明：由于资金原因，无法直接生产，我们的营养配餐食品，都是与具有专业性，权威性的企业合作代理的。)

竞争分析：技术技能优势：我们公司与强势品牌营养机构合作，说明了我们在技术技能方面拥有强大的后盾，在此方面我们具有明显的优势。

员式优势：在以上基础上我公司也会聘用拥有经验丰富的营养配餐师，积极热情、善于创新的营销人员，优秀的高层管理人员。

产品优势：为顾客提供健康安全营养的餐饮食品和膳食建议，与此同时为顾客提供完善的营养配餐食品。

品牌劣势：目前我们不具有强大的品牌知名度和美誉度，这些需要我们用心做好从研究、开发到服务的每一个细节，我们有信心并且有能力在实现产品价值之时同时建立良好的口碑和知名品牌。

产业经验劣势：作为一个新兴产业，营养配餐企业较少，没有成功的经营模式可以借鉴，公司的经营管理缺少经验。

市场机会：国家颁布《餐饮业营养配餐技术要求》，在政策上推动了整个营养业的发展。人们消费观念的改变，不再单单是吃饱，而是要求吃得安全吃得健康，因此对营养配餐的需求不断增长，利于企业迅速扩张。技能技术向新产品新业务转移，利用技术带动产业，为更大客户群服务。市场细分成为可能，可利用对目标市场的细分为不同顾客服务。

由于是新兴行业，所以我们面临的竞争对手少。存在的威胁，现有的大型餐饮企业对新兴营养配餐的打击压制以及现有营养配餐企业对新进入者的抵制报复。人们对新事物的接受需要一定的过程，顾客对营养配餐的情况知之甚少以及对新产品存在一定抵触。现有市场上对于营养师的培养缺乏，导致营养人才的供不应求。

三、推广策略

在服务上应做到以下几点：

在顾客想了解企业情况，产品信息时，要及时提供相应信息，在此基础上可以加以详细介绍，让顾客更深一层的得到理解，刺激其需求欲望为顾客提供服务时一定要保持激情，做到服务态度十全十美。建立消费者的信息资料。对于现有消费者要增进其满意程度。对于潜在消费者要刺激其消费欲望，使其转化为产品的消费者。对于不肯能消费的人士也要保持联系增进友谊。

以顾客至上的理念作为营业的中心思想，服务耐心到位，树立公司的美好形象。

产品价格策略：定价方法宜采用需求导向定价法，由于我公司的营养配餐服务受顾客的影响是最大的，只有当产品价格与消费者的购买能力、价格心理以及意识相一致时。价格才能成为促进销售和实现利润的手段。

促销策略：人员推销，在各大院校进行宣传，与学生交流，与餐厅洽谈;与商业街各饭店进行协商合作。

另外，在推销过程中，推销人员还可适当的使用一些推销工具比如小纪念册、商品目录等宣传印刷品等，帮助推销的进行。

广告宣传：平面广告;户外广告;网络广告：公众号，微博等。

差异化策略：在产品宣传的过程中，要凸显我们营养配餐的产品特色，完全展示我们营养配餐的优势所在，与相同类型的产品做比较，以“服务至上，顾客至上”的理念打动消费者，以特色产品，周到的服务树立良好形象，达到促销目的。

口碑营销:产品拥有一个良好的口碑，会产生更大的利润价值;

四、公司目标

成为主打市场内以营养服务为主的领导型品牌服务机构，2年内收回成本。

公司任务：

1、实现投资场所的欲期建设。

2、开拓投资市场，增强产品知明度。

3、不断完善产品质量，以满足顾客需求。

4、顺利完成以上事项，逐渐使投资的资本产生收益。

五、财务计划

经过初步测算，公司在成立时，需要投资约为11万元，资金需求如下所示：

费用项目金额固定资产投入30000无形资产30000流动资产

30000不可预见(按以上的4%计算)20000合计110000

期间发生费用：

员工工资：3万元/年房租：1.5万元/年装修费：1万元水电费：3千元/年

**创业计划书案例篇十四**

一、市场分析

随着养宠物的人不断增多，宠物经济也越来越受到人们的关注。据不完全统计，我国以纯种狗和猫为主的宠物市场，年消费增长的速度在20%以上，目前，与宠物有关的产业，可以分为“宠物赚钱”和“赚宠物钱”两部分。“宠物赚钱”包括宠物买卖、配种以及繁殖等交易，宠物赚钱是“一锤子”买卖，只能赚一次钱，但利润较高。“赚宠物钱”包括宠物美容、医疗以及衣食住行等一系列服务和商品销售。如制造业，包括宠物食品、药品、用品、玩具、服装等的生产;服务业，包括宠物医院、护理咨询、驯犬学校、寄养宠物等服务。宠物的衣食住行、生老病死，每个环节都有文章可做，并形成庞大的宠物经济产业链，凸显蓬勃的商机。

二、公司的基本情况

为满足官大消费者的需求，本公司是一项特意为宠物统一训练，统一管理的培训学校。主要训练种类：

1、宠物急救：在火灾，地震，绑架等一系列紧急情况下，实行宠物对主人援救，从而达到宠物对人身安全的保障。

2、宠物美容：宠物的美容不仅使宠物有一定的吸引力，宠物是主人身份的代表，宠物的高贵更代表着主人的高贵。

3、宠物学习：学习一些简单的语言知识，语言的交流使我们的宠物成为我们更亲近的朋友。

4、宠物的娱乐：让宠物学习一些娱乐本领(杂技，打滚，装死等)，使主人在心情不愉悦，得到心灵释放。同时达到我们养宠物的目的。

5、宠物收养：对社会上的一些流浪宠物收养，经过培养，训练成能给人带来娱乐的宠物。

6、宠物寄养：因主人出差公务在身，宠物不能得到良好的培训，主人可以把自己的宠物放到我们专门寄养地方，即使宠物离开主人也能有一个理想安逸的住所。

三、公司的管理层

(略)

四、产品服务

提供宠物寄养，收留，培训，学习，以及宠物婚礼，服装展示等各项服务，帮助主人让自己的宠物更满足自己的需求让自己的宠物走时尚路线，为我们的宝贝走向世界搭建舞台，从而达到人与动物的和谐。

五、营销策略

1、定价策略：价格与市场相吻合，符合90%顾客的要求，对于不同的宠物制定不同的价格单位，具体情况还会有我们的专业管理师定价。

2、广告制定：

(1)、通过老的顾客来发展新的顾客，从而达到以一传十，以十传百的方式发展我们的客户。

(2)、通过印刷宠物杂志侧面进行广告宣传。

3、定期举行宠物技能比赛，达到我们宠物宣传的目的，吸引大量客户前来关注我们的公司。

4、建立合作伙伴关系：市场上也有一定宠物饲养中心，通过建立合作伙伴关系，我们尽可能的满足客户的最大需求，共同发现自己对不足，然后提出计划方案，不断提高我们对客户的服务。

5、实施会员政策，建立金卡消费，银卡会员等，持有消费卡的顾客可以根据消费的金额按会员价收费，凡是本公司的忠实会员，我们本公司会在公司纪念日让顾客享受更低价格的服务。一些新的服务会让顾客第一时间得到体验。

6、公司定期组织宠物交流会。展示宠物走秀，宠物算数，宠物造型等活动。

7、开展“非诚勿扰”专线。为我们的爱宠搭桥牵线。

8、借助媒体扩大宣传，与娱乐媒体电影厂商合作。

六、管理制度

1、员工管理制度：部门经理由各自的管辖范围，分工明确。各个员工有自己的职务(美容师具体负责美容职务，技能训练师专项负责对宠物的训练，饲养员具体负责饲养工作，财务部负责本公司的财务等等)，下一级员工必须听取上一级的安排，如果下一级对上一级的安排有一定的疑义，可以直接把建议直接反馈给更上一级的部门。从而达到互相监督互相配合的目的。

2、工资管理制度：各个员工有一定的固定的工资，为进一步提高员工工作的积极性，我们建立奖励制度，对员工工资提高，而且定期对优秀的员工提供旅游等奖励。但是对工作做得不到位的员工进行有一定的惩罚制度，例如员工心自己个人原因对本公司造成财产损失，员工要承担一部分的责任。

3、建立建全《爱宠公约》制度，与客户签订完善的公约制度做到对每一个客户负责同时将我们公司的爱心传递给每一个客户与员工。

4、员工代表公司形象所以对员工的基本要求也是一个公司运作必不可少的一部分同时亦可反应对客户服务至上的理念。制定公司员工基本手册。定期培训，衣着统一，并将进一步完善我们的管理。

七、风险因素及其对象

1、主要风险

宠物的随地大小便和叫声给邻居和城市环保会带来不小的影响，由此带来的市容，卫生防疫等方面的问题不能忽视;宠物对饲养者和他人造成的伤害也时有发生，因此产生的官司和争议也不少见;由于卫生知识普及率低导致的人畜共患病率增加;以上问题都将严重影响宠物的普及，给公司带来很大的营运风险。

2、应对策略

针对以上问题，一方面，我公司会协助政府，社区和其他社团组织建立《养宠公约》以约束养宠者，并定期到社区宣传宠物相关知识，号召广大爱宠一族文明养宠，我公司对于每个客户都将免费发放《宠物公约》手册，并对其宣传宠物疾病防治知识，和客户签订宠物租赁协商，合伙工作，定期检查免疫，并加强宠物宿舍卫生管理，一旦发生疾病，立即隔离饲养，切断传染源。同时我公司所有宠物都将得到专业训练，并向客户的宠物提供训练服务，以加强其文明程度。

八、 财务计划

公司财务风险也不容小视，由于我工司提供大量超值服务，前期营销费用又开资巨大，所以很容易导致资金周转不畅，公司运营停滞。针对这一问题，一方面，国家提倡大学生创业，并给与了很优厚的政策和资金支持。我们还将经营多种不同业务，将大的风险降为多个小的风险，然后各个击破，提高公司的营运能力和抗风险能力;公司将聘请专业老师担任财务顾问，争取每一笔钱都花在刀刃上，并加强财务预测机制，尽早发现问题解决问题。

九、 前景展望

本公司立足于宠物的培训，宠物饮食服装，玩具用品，托运医疗展开多元化营运，前期阶段依托于培训学校成长，打开市场后期阶段伸展时尚，娱乐，影视，饮食，服装，医药，旅游一体化服务集团。这里将成为宠物乐园，为搭建国际化宠物交流搭建平台。

**创业计划书案例篇十五**

一、店名：mr.&miss.

二、店铺选址：\_\_\_\_学院校本部

三、产品概况

本甜品屋主要以diy的形式经营西式甜品，品种：巧克力、各类奶茶、果汁、各类西式蛋糕、冰激淋、刨冰等。diy甜品，比起味道来说，更重要的是顾客在制作过程中充分的发挥他们的创意并乐在其中，可以和家人、爱人、朋友一起去diy，这是交流感情的好方式。

本店的巧克力diy专区是专为年轻爱美的女性开设的，材料为浓度60%以上的黑巧克力，此类巧克力，吃了不会发胖，正适合当今大部分都在减肥但深爱巧克力的年轻女性。

四、市场范围

大学生年轻人

五、经营方式

店员、顾客diy制作

六、生产计划

采取现点现做制，即是可通过电话，团购，现场到达3种方式进行订购。

电话订购：通过电话提前至少2小时下达订单，员工可在顾客来店前购置最新鲜材料，这种方式可选择订做任何类型的

甜品

团购订购：这种方式为了维持盈利必须限定保质期较长，材料选用较方便的类型如巧克力等

现场到达：因为没有预约，可能导致人手材料安排混乱的问题，于是要采取时段生产策略，即限定不同时间生产不同类型的甜品，以达到控制材料，人手，时间和产品剩余的目的，所以同时也必须做好各种宣传和调查，做到对顾客最满意的服务。

七、市场前景分析

根据igd国际食品分析机构调查显示，从20\_\_\_\_年开始，全国的甜品行业以20%的速度增长，20\_\_\_\_年已经达到900亿的产业规模，20\_\_\_\_年甜品行业将会达到20\_\_\_\_亿元人民币的产业规模。甜品行业无疑是一个新兴的朝阳行业，隐藏着巨大的商机，专家甚至预测未来30年甜品市场仍将保持持续发展的态势，二三级城市的甜品市场容量的增长速度可接近200%，井喷式的发展形势持续升温。

diy店是现在流行、个性、有创意的一种开店模式，顾客能亲手制作甜品，体验个性和创新。年轻人都追求时尚、浪漫、个性、独特。所以diy甜品店也是一个很好地经营方向。

再加上韶关学院周边几乎很少见到这样的diy甜品店，

同时这又是适合年轻大学生的表情达意、聚会或自娱自乐的一个好选择，有着一点的市场潜力。

韶关学院学生人数众多，客户群体大，所以学生顾客的传播能力很强，会给我们带来更多的潜在顾客。

这有利于我们diy甜品店的将来的经营发展。

八、营销策略

(一)产品策略：

产品策略主要是指将甜品的颜色、口味、外观等进行翻新。不仅供客人diy甜品，本店也会研究新产品开发，

产品生命周期，品牌策略等，是价格策略和促销策略的基础。给予产品赋予特色，可以让其在消费者心目中留下深刻的印象。

1、每月选出一款客人diy的新品，客人下次到店里可以享受一款甜品半价的优惠。给客人耳目一新的感觉，吸引更多的客人。

2、可以使做甜品的容器更精致，更吸引人，独特化。让客人能够diy出更好的甜品。

(二)价格策略：

价格策略主要是指甜品的定价，主要考虑成本、市场、竞争等，其主要研究甜品的定价、diy的工具。

1、差价不超过产品本身的成本，根据原材料的时令适当调价。

2、一次性消费满100打八点五折

3、购买会员卡，每款甜品享受九折

(三)促销策略：

促销策略主要是采用一定的促销手段来达到销售产品，增加销售额的目的，促销的形式包括了广告宣传、促销活动、人员销售、口碑操作等，通过推广，得以让消费者进店消费产品，促销的强度及其计划是否得宜，足以影响或操纵产品的知名度、形象、销售量，乃至于企业的品牌形象。

1、派发传单：发布招聘信息，并制作传单，兼职人员在人流量多的地方派发宣传单，凭宣传单可优惠。

2、网络团购：网络团购已经成为一种新的消费形式，深受年轻人的欢迎，企业可通过网络团购为自己带来更多的客流，顾客也可从团购中得到更多的优惠。

3、节假日优惠：在主题节日，如情人节，可推出情侣双人优惠套餐。圣诞节推出圣诞套餐等。

(四)诚信待客

(1)在本店买到过期不新鲜的任何一样产品，我们退双倍钱并且免费赠送10份最新鲜的招牌甜点以示赔偿。

(2)对于顾客的外送甜点一定准时送到，决不拖延时间，保证让顾客吃到最新鲜的甜点，如果中途出现意外或者突发状况，一定第一时间告诉顾客没有将甜点送到的原因，并且事后做双份赔偿。

九、前期投入

1.房租1000元

2.门面装修约1000元(包括店面装修和灯箱)

3.货架和卖台投入约1000元

4.员工(3名)免费

5.机器设备投资：4000元(包括制作蛋糕的全套用具)首期进货款：面粉、奶油、巧克力，水果等原材料。)

6、货品本钱：30%左右。

7、水电等杂费：300元

8、500元设备折旧费：按4年计算。

十、经济效益分析

营业额：其中包含了成本和利润两个部分

成本：其中包含了部分永久性设施的费用

利润：利润占营业额的30%

假设diy甜品店一天的顾客有50人，平均一人消费20元，则一天的毛收入为1000元，成本大概为500元，则一天的营业净收入有300元，一个月除去员工两天的休假日，利润为300\_\_28=8400元，一年的收入为8400\_\_12=100800元，总的来首diy甜品店的经济效益还是有发展前途的。

**创业计划书案例篇十六**

一、动漫周边店概况

1.本店发属于饰品服务行业，名称为“洛樱动漫天堂”，是个人独资店铺。主要为人们提供扭蛋、模型、食玩、积木人、bjd娃娃(ball joint doll球型关节人偶)、景品、可动人型、手办、gk、杂志、光碟、手表、抱枕、小挂坠等产品。

2.本店打算开在学校旁，开创期是一家中小档动漫产品店，未来打算逐步发展成为像动漫sky一样大市场。

3.本店需创业资金3万3千元。

二、经营目标

1.由于地理位置处于学校旁，客源相对丰富，但竞争对手还算少，特别是本店刚开业， 想要打开市场，做动漫周边还要注意人们的品牌选择，时刻注意当前动漫周边的走势，在种类上先取胜。短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的动漫周边连锁公司，在众多动漫周边店品牌中闯出一片天地，并成动漫周边市场的著名品牌。

三、市场分析

1.客源:本店的目标顾客有:学校学生。

2.竞争对手:根据调查结果得知学校旁比较正规的动漫周边比较少，所以这样对于我们也很有利。

四、经营计划

1. 对开店后的顾客的年龄、收入、性别、职业、消费倾向、地域性、作息规律等因素有个明确的判断。然后依据这些原则开设店铺。

2.首先开业的半年内应该和各种批发商及生产厂家做好沟通，在价格及产品质量方面做到优势;随后配合动漫游戏的进度进行同期宣传，使得周边产业能够与动漫游戏行业本身并驾齐驱;其次，积极和周边开发商合作，沟通产品类型和市场销售定位;做到全部了解产品的生产流程和出厂模式。

3.动漫周边连锁店要充分利用其本身所可利用的任何媒介，加强向消费者的宣传，以激起消费者的消费与购买欲望。尤其是过路人一眼就可以看到的店面，在设计时一定更要吸引人。店铺的店内通道设计，是店铺装潢布置的最基本要件。最为理想的是尽量采取最单纯的做法，不要有过多的回旋环绕。要让顾客能在无意之中，顺路参观完所有的商品。

4. 开业行销：开业前到各大院校进行宣传，形式为卡牌发放，得到卡牌者可以在开业前三天内以8折优惠价格购买产品。到各客流量大的地方发放传单，对象是青少年群体，凭传单首次进店可以享受8.5折优惠。传单有编码，复印无效。开业当天所有进店消费人员均赠送动漫或者游戏主题日历牌一个。(或其他实用小型物品价值不超过5元)

5. 而良好的服务态度，建立起属于自己的顾客群体。

6.可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果

7. 根据产品的特点，顾客群体，价格定位想好方案。

8. 目标明确，并且一直朝这个方向努力。尽量在品种上做到齐全，让买家有足够的挑选余地。

9. 建立会员制：方法：一次性购买300元商品，或者累计购买600元商品即可成为会员。成为会员后赠送300积分，并从此之后持积分会员卡购买本店商品均8.8折优惠，每实际消费1元人民币得积分1分，积分累计每增加100都有礼品赠送，也可以积累至一定分数得大礼。所有积分累计超过20\_\_\_\_分之后升级为贵宾会员，持积分会员卡购买产品均销售7.5折优惠。

10. 成立俱乐部并定期每月举办活动：

1、俱乐部和学校联合进行，或者和学校已经有的动漫俱乐部进行联手，目的是活动使用场地不需要租金，活动宣传方便快捷，活动影响面广，并有利于和学校进行进一步接触。

2、所有会员均为俱乐部vip成员，其他只要在本店购买两次以上产品并报名加入即可。或者在学校报名参加及可。

3、地点为学校礼堂或者教室，活动内容以动漫游戏剧情表演、动漫游戏知识问答、游戏升级技巧讲解、游戏攻略讲解、动漫最新资讯报告及游戏大赛、动漫游戏cosplay大赛等为主。在全程参加活动者中每期抽一名会员奖，即被抽中者即时成为本店会员，五名8折优惠奖，即被抽中者一周内在本店购买产品均8折优惠，十名卡牌增与奖，即被抽中者当场得游戏动漫周卡牌一套。

11. 店面设计：

1、整体将动漫和游戏分开陈列，全有机玻璃陈列柜台。

2、店内设立休息区，摆放桌椅，陈列多种动漫游戏时尚杂志，可以免费阅读。也可在此diy手办等。

3、店门面两侧均设立大玻璃橱窗，下1/3部分张贴各种时尚海报，并在靠近门的两边部分分别设两个看板，公布当前最新动漫及游戏周边产品或资讯，特点是最新或者是最吸引人部分。

4、橱窗上半部分分别陈列两大屏幕，左侧是动漫主题，主要播放最新最热门最经典的动奥妙dvd、歌曲及资讯，新闻等;右侧是游戏主题，主要是最新游戏介绍，游戏对打、试玩、比赛，游戏攻略讲解等。

5、橱窗外对应屏幕位置摆放凉棚和桌椅，方便观赏及互动。

12. 在量上，基本保持2万左右的商品在手上，缺货时及时补充，保证不耽误生意。

五、财务估算

启动资产:大约需5万元

设备投资:1.房租5000元。2.门面装修约5000元(包括店面装修和灯箱)3.货架和卖台投进约20\_\_\_\_元4.员工(2名)同一服装需500元5.动漫周边产品2左右万元

月销售额(均匀):最少20000元。占有关内行人士评估，如此一家小型动漫周边店的经营在走上正轨以后，每月销售额最少可达20000元。

每月支出:12200元.房租:最佳选址在青少年较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如学校)，约5000元。

货品本钱:30%左右，约5000元。职员工资:10平方米的小店需要看店员1名，工资计1500元。

水电等杂费:700元设备折旧费:按5年计算，一年左右即可收回投资。

六、核心竞争力

产品种类齐全，花样繁多，涵盖各种国产进口动漫游戏种类，面向大众，

主要吸引喜欢爱好动漫或游戏的群体，更设立精品区，专业销售限量版和珍藏版产品，吸引广大收藏爱好者。

七、项目风险分析及应对措施

风险一、方向把握不当：

这种风险会出现在经营者初期的市场定位上，一旦这个错误三个月内得不到解决，企业只有倒闭。

风险二、进货渠道及沟通：

这种风险会出现在进货渠道过于狭窄，能够导致商品信息闭塞，造成产品种类不全，商品短货的现象，直接影响店面效益。

应采取的措施是积极观察市场状况，时刻掌握前沿的最新信息，及时有效的和生产厂家进行沟通。

风险三、后期流动资金的准备

这种风险应该出现在正常经营两个月之后，由于首批进货量及销售情况难于控制，一旦造成首批大部分的压货，必须有足够的后备流动资金进行周转，否则将造成不能及时补充畅销货，造成恶性循环。

应采取的措施：有首批压货的心理准备，充足的后续流动资金，并且及时有效的沟通。

**创业计划书案例篇十七**

一、蛋糕店概况

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

2.本店打算开在社区贸易街,开创期是一家中档蛋糕店,未来打算逐步发展成为像安德鲁森、朝阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3.本店需创业资金9.5万元。

二、经营目标

1.由于地理位置处于贸易街,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。短期目标是在贸易街站稳脚跟,1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司,在众多蛋糕品牌中闯出一片天地,并成蛋糕市场的着名品牌。

三、市场分析

1.客源:本店的目标顾客有:到贸易街购物娱乐的一般消费者,约占50%;四周学校的学生、商店工作职员、小区居民,约占50%。客源数目充足,消费水平中低档。

2.竞争对手:根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多,仅福州连锁蛋糕店就有很多如安德鲁森、朝阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的

四、经营计划

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

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

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

4.蛋糕店主要是面向大众,因此价格不会太高,属中低价位。

5.可印一些广告传单,以优惠券的形式发放,以达到广告宣传的效果

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

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

8.建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高,如9.5折。一方面,这可以给消费者受尊重感,另一方面,也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起,而服务员又能当众称他(她)为\*先生、小姐,他们会觉得很受尊重。

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

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

11.食品行业有特别的岗位劳动技能要求:从业职员必须持有“健康证”。

五、财务估算

启动资产:大约需9.5万元

设备投资:1.房租5000元。2.门面装修约20xx元(包括店面装修和灯箱)3.货架和卖台投进约1500元4.员工(2名)同一服装需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)首期进货款:面粉、奶油等原材料,约6000元。

月销售额(均匀):21000元。占有关内行人士评估,如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后,每月销售额可达21000元。

每月支出:14033元.房租:最佳选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场四周),约5000元。

货品本钱:30%左右,约5000元。职员工资: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。

水电等杂费:700元设备折旧费:按5年计算,每月1333元月利润:6967元左右按此估算,一年左右即可收回投资。

六、风险及制约因素分析:

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

**创业计划书案例篇十八**

一、发展前景

喧闹的大学城内有一个安静优雅的小茶馆,休闲、雅致、豁达的风格会让每个人的心情舒畅，生活显得更加丰富多彩，更有乐趣。

二、店面简介

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、早茶、各类小吃、点心、各种瓜子、水果、各种茶。以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使品茶者有更多的选

择。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。。

三、发展战略

1.本茶馆开业之前，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。

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，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

四、茶馆管理结构

店长兼收银员1名 ，茶艺师1名，服务生2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 、休闲雅致。

主要的产品特色：保健养生的日照绿茶。

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的品茶环境

五、市场分析

大学城的学生每天都是三点一线的学生，学习生活的压力不小，本茶馆就是提供一个让他们得以缓解压力，放松心情的休闲之都，在这里他们无拘无束，尽情的谈心交流。

为了在这喧闹的环境里营造一个安静优雅的氛围气息，给学子们一个温馨的港湾 ，让大学里的生活更加丰富多彩，我坚信他们会喜欢的。

优势与劣势：

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。大学城距日照茶博园很近，成本会减少许多，而且我们会为他们做宣传，我相信成本会大大削减，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。而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。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，是应该是很有机会挤入该茶艺市场的。

威胁分析：茶馆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，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。再者，各地风俗与饮茶习惯的不同，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。

六、促销和市场渗透

促销策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。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略如发传单等。

七、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。

八、 营销组合策略

有形化营销策略：

由于本茶馆的经济实力尚弱，因此初期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、广告、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、计划性将决定本茶馆在避免普通茶馆的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，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。

九、 大力打造\"绿色茶水\"的品牌形象

**创业计划书案例篇十九**

一、发展前景

现在在城市尤其是像上海这样的大城市，以餐饮业为代表的服务业发展尤为迅速，“民以食为天”，吃的健康，营养，环保越来越成为人们的追求。一方面随着生活水平的提高人们越吃越胖，减肥苗条成为一种时尚;另一方面，饮食安全越来越成为人们的担忧，各种各样的假冒有毒食品使人们处于担忧之中;第三，越来越多的年轻人，学生，上班族，没有时间准备早饭中饭甚至周末聚会都要出来吃，在家休息也懒得出门，夏天出门怕晒，冬天出门怕冷。如何吃得快捷方便也成了一个大问题。如何吃的快捷方便，健康，营养，环保越来越成为人们的追求。另一方面，外卖行业并没有有效整合资源，竞争混乱，没有有效的实现资源整合，虽然有肯德基，必胜客等一些商家开展外送业务，但依然在价格服务上有很多不足之处，形成有影响力的品牌，根据行业发展的集中化规律，可见做好外卖现在是做好外卖品牌的大好时机。

二、发展计划

为了实现最低风险，稳步前进在店面的设计上分为三步：

创业初期，以安全和低成本为目标，以学生集中居住的公寓楼进行“试点创业”。

第二阶段，在第一阶段取得盈利的基础上，以大学城文对象，采取“实体店+网络销售”的经营模式。

第三阶段，城际扩散经营，由大学城开始想小区商业区扩展，采用总分部的组织模式，分散功能，统一领导，连锁经营。

三、产品与服务工作

在针对学生群体中的饮食问题，主要是选择的问题，大家常常最困惑的问题是“吃什么呢”，“好吃吗”等。学校里的饭菜天天都一样，就算种类再多，味道再好，天天吃就不觉得好吃了。学生的主时间是主要是学习和娱乐，一年又九个月在学校每天都要吃这是刚性需求。因为学习或者娱乐常常不愿意出门，外卖大爷都是叼一根烟半小时才能到的。有时候送来的饭都是凉的，有的吃了还拉肚子。经常吃的几家外卖永远就那么几个套餐，远一点儿的有不愿意送等等，这些都是大学城外卖市场的问题，同时也是商机。虽然学生群体的消费层次不高，但是数量庞大，“推荐效应”很强。适时在大学城内做出健康营养美味快捷的外卖品牌，大有利可图。消费者最看重的是外卖的性价比，如何在质量服务上取得优势要在以下几个方面做好：

第一：优质的厨师是核心，首先是通过高新猎聘，厨师学校择优选拔获得不同类型的厨师，为其提供良好的工作待遇环境。要求其具有自主开发的能力，按照其制作套餐的订单数量为绩效，不达到一定标准即淘汰。

第二： 科学饮食的概念宣传，利用热量消耗的概念，以不同的时间段为周期为学生推荐不同的热耗套餐，营养套餐，减肥套餐，控油护肤套餐，养颜补血套餐等等。

第三 ：建立网站，将主页设置成菜单形式，设置美味诱人的图片，链接该菜的价格，配料，制作工序，功效，哪位厨师等等。并可以注册会员，进行售后评价等。

第四： 送餐人员形象代表公司形象，注意着装礼貌，统一佩戴工作牌，着制定工作服，控制配送时间。

第一阶段 按照“饿了么”网上销售的受欢迎程度制作响应的食谱套餐。

第二阶段 一要产品差异化，扩大经营种类和范围，择优经营;二要宣传科学饮食的概念，制定有针对性的食谱，例如减肥食谱，控油护肤食谱，考试营养食谱等等。

第三阶段 稳中求变，不断探索，打造饮食时尚品牌。

四、发展战略

餐饮外卖行业竞争激烈，针对不同阶段的发展特点，制定不同的策略：

(一)初期是战略“抢”：由于刚开始资金少，人力不足，是小规模的试点创业，以低成本为原则，以外卖业务为主要目标，以学生集体公寓(例如五期四期)为对象，是争夺市场份额求生存的阶段。

(二)第二阶段战略是“做”：把工作重点从宣传到加强内功上来。在区域内(如大学城范围内)打造专业的外卖为主的品牌，在第一阶段取得盈利的基础上，以大学城为经营对象，提升核心竞争力，摸索出一套可以复制的经营模式，和线上自由订餐，先下实体门店的模式。

(三)第三阶段是“扩”：在第二阶段取得成功的基础上，扩大融资渠道，转变管理职能，有针对性的扩大经营的范围与营销对象，采用加盟招商连锁经营的方式，向国内外其他成功餐饮品牌看齐。

五、市场分析

初期阶段相当于完全竞争市场，生产者之间产品，规模差异不大，竞争力相当，门槛低，低利润。这一阶段的目标就是学会在营销宣传和成本控制。消费者接触的信息是通过传单和“饿了么”在线订餐，保证外卖品质不低于竞争对手的情况下，注重有效率的宣传。以一个月为周期最大效力的宣传可以摸清利润多少，以此决定后续用人的质量和成本投入规模力度，这一时期的优势是如何在保证品质的情况下宣传上做的更好。

第二阶段需要拥有自己的核心竞争力，这样才能在业界立足，以此才能扩大经营，拥有自己的客户群，是升级核心竞争力造就品牌关键过程。这就要解决一下几个问题，如何让大家都知道这个品牌，吸引其愿意来，愿意再来，愿意推荐的问题。这一时期的优势是让大家相信这个品牌美味，健康，方便快捷，价格公道。其次更重要的是核心团队的管理与建设，一旦在这个阶段取得成功核心领导团队内部会发生公司走向的分歧，一开始就要做好核心团队的建设管理工作以及下一阶段的发展方向灯重大问题。

第三阶段是复制连锁经营阶段，要在当今乱战的餐饮市场中打造以专业外卖为主业的品牌，工作重心是制度化管理，下放经营权利，上层做好整个公司的品

质形象和规模效益的问题，让各分店充分发挥自身创造经营的活力，提高整体效益。

六、团队建设

第一阶段 合伙制 建立3人核心团队，分工协作。聘请厨师2名。

第二阶段 部门化职能管理，分厨房部，采购部，配送部，宣传部。

第三阶段 公司制度化管理，为不同层级的加盟连锁店，不同级别配置不同、在团队建立的初期就设定不同时期的发展规划以及退出机制。

七、营销宣传

无论出于公司发展的哪个阶段，宣传工作始终很重要。一下是各类针对不同阶段可以采用的宣传方式。

第一阶段——多元化，个性化 ，收效最大化。

第一，发小卡片，付电话和网站信息发到每个宿舍。利用大家都采用的常规手段让所有人都可以接触到美食产品组合，这是常规手段，能使自己和别人的竞争力相同。

第二，网站宣传，注册学生都用的人人网账号，建立“美食美客”微博账号以及飞信，以美食图片吸引眼球，在网站设计上做各国饮食文化，国内饮食传统，“美食美客”自己做出来的每一道菜以及做法和营养搭配，广加好友。飞信推出每周饮食推荐，在客户愿意的情况下每周发一次。

第三，价值宣传，为宣传单添加附加值。例如公益宣传。例如洗漱间的文明标语，楼层指示，个性门贴等低成本宣传品。在角落处注明商标和网址。

第二阶段——价值概念宣传，在区域内打响品牌。

第一联系各校学生会组织等，支持影响力较好的各类学术、辩论、体育运动等。在活动中宣传“美食美客”科学饮食概念以及线上订餐，产品配送等业务活动。让主流学生群体了解到该公司的存在。

第二 活动宣传，结合厨师的竞争上岗评定，在大学城内推出热量测试等推出“免费午餐”为主题的免费试吃活动等。

第三 网络宣传，通过网站微博飞信等方式发出最新推荐优惠活动等。

第三阶段——品牌宣传。

要依据发展的实力和融资状况而定，如地铁海报宣传，广告媒体宣传，创意短片宣传，电视广告宣传以及在前期有针对性的宣传方式等。

八、财务预算(月)：

(一)投入预算

第一阶段 租房 1000元 ，设备投入800元，材料投入 3000元，人力投入 6000元 ，宣传费用3000元，预备资金5000元，总计投入：23800元

第二阶段 实体店面15万，设备投入约3万，人员工资月4—5万，宣传费用5万，材料水电维护等其他投入8万。总计投入：35万

第三阶段 视情况而定。

(二)盈利预算

第一阶段 每天中午晚上可以卖出外卖300份，以均价10元本6利4的行业标准来算，月盈利目标：35000元左右。扣除月成本净利润约12000元左右。

第二阶段 按照外卖业务倍数响应扩大，实体店与网络销售平均水平预算，月毛利约在50万—150万 扣除月投入35万 净利润约在15万以上。

第三阶段 视情况而定。

九、风险分析

市场是不断变化的，所以必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

(1) 团队分离风险，这是创业失败的主要原因。往往会在经过困难时期，权利分配不均导致团队集体出逃的风险。

(2) 安全风险，饮食行业的食品来源是无法控制的，像疫情、流感等。甚至在食品制作过程都有可能因为误操作，卫生等原因败坏企业的形象。

**创业计划书案例篇二十**

在诸多创业中，大家都首先会想到的是餐饮业。确实相对来说餐饮业比其他创业项目要多的多，毕竟人是要吃饭，吃饭就有我们的创业机会，就看我们如何去把握如何去准备了。干餐饮业的饭店，酒店很多。但是都各有各的特点和优势。我要创的是，目前还没有的餐厅。名字就是女士餐厅。下面我就来简单介绍一下我的计划。

一、市场分析

社会生活节奏越来越快，快餐业的存在和发展有了更为广阔的市场。虽然中国的快餐业发展十分迅速，但洋快餐充斥着大部分市场。真正的中国快餐发展缓慢。随着人们生活水平的提高，及大城市生活节奏的加快，已经有越来越多的人喜欢快餐这种餐饮方式。

目前，许多西式快餐不太适合中国人对快餐的消费观念和传统饮食需求。快餐在美国的发展是以价格低廉而著称的，是大众日常消费的对象。但在中国市场上，西式快餐价格比较高，并非大众化消费。所以我们要打造中档餐厅，中西合并。这样不仅满足了个别人的需求，也让更多的人体会到西餐厅的气氛和环境。给人一种清洁、卫生、实惠、温馨的氛围。

二、实施方案

首先听名字就是女士餐厅，餐厅只为女士、情侣用餐，餐厅服务员清一色的帅小伙，当然这也是我们的特色之一，餐厅有西餐也有中餐可以满足不同人的需求。主要消费群众是白领、大学生、情侣。餐厅最好是建设在繁华地段，餐厅环境很重要，因为现在人们的生活水平越来越高，对吃的已经不要求那么高，但是在不同的环境里用餐就别有一番滋味了。环境设计的温馨点，带有浪漫气息里面。可以借鉴外国餐厅的设计坏境和装修风格。

餐厅还可以推出情侣套餐，学生情侣套餐，美容养颜、滋阴补血等产品来作为餐厅的特色。用餐完之后我们还推出一些特色冷饮和休闲餐饮等。当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。餐厅采用自助沙拉，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间

三、发展战略

开业之前做出大量的宣传工作，做广告上要加大力度，可以去大学里发放小广告，现在大学生消费不低，学生中信息传递的速度与广度是很大的，我们要充分利用这一点。在报纸上也要宣传，就算你餐厅再好，没人去光顾那也等于0.所以第一批顾客对我们很重要，让他们给我提出宝贵的意见，看看我们有什么地方做的不足之处，我们还好进一步的改进，毕竟顾客就是上帝。

餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、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。还可以去大学找些临时工，这样及可以一部分员工的工资支出，也可以培养以后的员工。餐厅可以先培养一部分人出来，然后再又这部分人去培养新来员工。餐厅分为行家训练员、训练员、员工。工资也不一样。不过都是靠一步一步升级上来的。在餐厅懂的越多就有希望升为训练员，然后一级一级往上升。这不都是和自身的努力离不看开的。

四、市场分析

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，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。毕竟我们的餐厅在岛城还是没有的，也是比较新颖的和创新的，现在人家档次越来越高，宁愿多花点钱也要吃到好东西，(俗话好酒不怕巷子深)我们餐厅就要以我们的特色的为主。要有吸引顾客的产品和吸引顾客的服务，让顾客来了感觉这家餐厅很独特，和别的餐厅不一样。这样顾客来了一次之后肯定会再来的

威胁分析：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，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。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。

五、发展绿色产品

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。

现在人们吃的是健康。我们必须保证产品的质量。

六、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)项目生产经营阶段的风险，项目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，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

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，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，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

**创业计划书案例篇二十一**

一、关于创业的基本条件和可行性概述

1、市场需求与本人关联

本人是襄阳本地人，在餐饮行业服务20多年，对于早餐行业的现状及襄阳本地人的早餐习惯有着十分清楚的了解，因此，我认为自己在餐饮行业一定会找到属于自己的一片天地。

二、企业产品与服务

1、企业经营模式

集中采购加工配送原物料，在各门店采用流水线作业出品，为顾客提供自助式服务。

借鉴知名中西连锁餐饮品牌(如麦当劳、肯德基、真功夫等)的经营模式并根据地域特点加以改进。

2、企业主要产品结构：

前期产品共设三大块：a、襄樊牛肉面/汤粉系列配黄酒和豆浆;b、江浙汤包系列配各式粥品{玉米粥、红豆粥、清粥等};c、西式糕点系列配牛奶和咖啡等。

3、中心餐饮与直营餐饮

粉面系列和汤包系列由公司直属运营。

4、加盟餐饮

西式糕点系列邀请知名西饼品牌加盟(如妞妞、皇冠等)。

5、增值服务

后期规模允许的情况下，可设立与一卡通/公交卡一体的早餐卡，并对学生、老人、社会弱势群体适当折扣。在各门店增设一些便民服务项目(如寄存、邮寄、干洗等)，实现真正的民生化。

6、服务质量控制

将顾客满意度与各管理层绩效挂钩，公司采取定期督导巡视、神秘顾客意见调查、消费者意见反馈等方法来监督服务质量并加以改善。

三、行业和市场分析

1、行业与发展前景

目前襄樊地区早餐市场仍处在就餐环境差、品质卫生差、服务意识差的“三差”阶段。没有一家专业正规的早餐品牌。由于早餐的低利润和连锁经营管理方法的欠缺，本地餐饮界无人愿意投资发展连锁早餐。与传统正餐、特色餐饮及夜市餐饮的白热化竞争场面形成了鲜明对比。

然而随着现代都市人消费观念的转变，越来越多的人愿意外出食用早餐来节约宝贵的时间，也越发在意早餐的质量。市场的格局正在改变，品牌早餐呼之欲出。早餐将成就一个前景无限的广阔市场。

2、客源市场分析

襄樊雄跨汉江两岸，城市规模位居全省第二，城区常住人口110多万，是名副其实的大中型二线城市，是国家产业向中西部转移的重点开发区域。目前地区产值、人均收入正在快速增长。

襄樊人一直有在外过早的习惯，每天早上大概有60%的人选择在外就餐。以目前人均4元的标准计算，这将是一个日均260多万的大市场(110万--60%--4元)。

3、市场竞争与对策

最大的竞争来自于无处不在且价格低廉的路边摊、面馆等。

“爱心早餐”立志于做平民早餐工程，我们通过集中采购降低食品成本、流水线标准操作降低人工成本、科学选择店址降低铺租成本等一系列手段将运营成本压缩到最低，从而提供真正物美价廉、物有所值的早餐。

4、政府产业政策

市民放心早餐已被列为国家重点民生工程之一，各地政府都有相应的扶持政策，在许多一二线城市已有经营发展良好的放心早餐品牌(如苏州一百放心早餐工程)

“爱心早餐”计划在人力资源方面也尽量吸纳下岗职工、外来劳工等社会弱势群体。努力成为地区下岗再就业示范企业。

四、营销战略与cis计划

1、营销队伍建设计划

在各门店运营稳定的情况下，公司成立推广部，设立推广经理一名，各店设推广代表一名。

推广人员主要职责：收集顾客意见、推动顾客关怀文化、组织推广活动、商圈调查等(参照麦当劳、肯德基推广组工作模式)。

2、cis计划

mi(思想识别系统)：在公司内部大力推行企业经营宗旨“永远致力于为顾客提供卓越的用餐价值”，使之融入所有人思想行为中去。

bi(行为识别系统)：带动公司积极参与社会公益活动，以实际行动实践一个企业的社会责任;日常工作中严格执行操作标准，追求高水平的qsc(品质、服务、清洁)，让顾客感受到真正的价值。

vi(视觉识别系统)：统一制服、招牌、餐具、标识等。注册“安心早餐”商标，经营及对外活动中，使用统一logo。

3、餐饮文化活动营销策略

(1)将爱心早餐的“牛肉面系列”打造成襄樊地区特色饮食代表之一。

(2) 把“健康营养”作为品牌发展战略重心，让顾客真正吃的“安心”。

五、公司管理

1、公司组织结构

前期分店人员配置：店经理一名，储备干部一名，推广代表一名，洗碗工一名，员工6名(依照营业情况安排员工数量)。后勤中心人员配置：后勤负责人一名，工人6名。

2、管理机制

( 1)建立标准的运营流程

(2)建立系统的训练系统

( 3)建立完善的晋升机制

(4)建立完善的督导机制

(5)完善数字化管理

(6)规范服务标准

(7)建立顾客满意度管理体系

( 8)强化员工职业心态建设

(9)强化服务过程督导

3、人力资源计划

( 1)公开透明的晋升机制

(2)持续循环的学习培训

( 3)不断储备管理人员

(4)努力提升员工满意度

4、企业文化

尊重个人、追求卓越、共同成长。

六、财务分析

1、营业收入预测

前期将产品定价高于市场同行15%(提高品质、服务、清洁的附加成本)，各门店前期预计日均营业额在2500元左右，以人均6元的消费水平，每天接待客人400人次左右，预计营业额年增长率60%，一年后日营业额达到4000元左右。

2、营业成本

食品成本(原物料)：35%

运营成本：(能源、损耗、运输、税、铺租等)25%

人力成本：(人工)13%

管理成本：(间接人工)2%

净利润：25%(利润率与营业额成正比)

3、财务分析结论：

餐饮行业现金周转较快，在前期投入后，后续不再需要大笔投入。

“爱心早餐”采用中央厨房集中配送，前期门店较少的情况下，运营成本相对较高，随着门店的增多，间接成本将会逐渐降低。预计一年收回投资。

**创业计划书案例篇二十二**

一、盈利情况分析

所需资金：10万元

开业成本：5万元

营业面积：50-80平方米

员工工资：6-10人，5000元左右

流动资金：2万元

月盈利：2万元左右

二、市场分析

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼光。因此，往往求助于专门的装修公司。

我国的家装业是一个利润较大的行业。我国的住宅建设，特别是城镇住宅建设，经历了近20年的连续增长之后，已颇具规模。随着人们生活水平的提高和住房制度改革的推进，居住消费占总消费的比重迅速提高，人们越来越关注居住环境的改善。我国的家居装饰业应运而生，\_\_年来发展很快。

家装潜力巨大。据统计，这几年全国家居装饰业的总产值为1200亿元，是20世纪90年代的40倍，年均递增45%，大体上每两年翻一番，相当于全国城镇住宅年投资总额的30%。有一种大胆的估计：家居装饰在未来两三年内将达到\_\_亿到3000亿元，即相当于住宅投资总额的一半左右。这不是虚张声势或盲目乐观。

家装公司是从1998年发展起来的，发展到今天已有较大的进步，该行业也成为社会上一个较热门的行业。人们都想给自己营造一个安逸舒适的空间，对居室环境的要求也越来越高。近年来房产开发商开发出大量的户型，也为家装行业的发展带来广大的空间和无限的商机。据专家分析，家装市场在未来几年内仍有较大的发展潜力。

三、地址选择

家庭装修公司的理想选址一般在新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住区的聚集地。

四、特色门面设计

家庭装潢公司与其他行业不同，格外重视公司的“门面”，它不仅仅从一个侧面展示了企业的形象，也在消然地输出一种理念。对于正在选择装潢公司的人来说，装潢公司的“门面”可作为一种很好的“参照物”，下面提供几种样式供参考。

1、追求“后现代主义”

“后现代主义”将设计突出地表现出来，传达的是一种设计理念。因此，在装修的时候保留空间功能的完整，而不必做过多的修饰。比如墙面的处理，铆钉都裸露在外，只是用色彩来重现建筑的美;不规则的几何形体错落有致，金属得到了设计师的偏爱，这些都表现出了“后现代主义”的理念。

2、向往简约“古典主义”

装潢公司总是喜欢突出自身的个性，通过装饰好自己的门面向顾客展示自己对设计的独到见解及敬业精神。简约的“古典主义”使设计风格显得高雅，如果能再配上周边的环境，将会使整体设计更具风雅。

3、返璞归真，沧桑怀旧

在钢筋水泥般的城市住久了，人们便开始向往自然的风光，追忆沧桑岁月，斑驳的砖墙，苍老的木柱木螺，凹凸不平的松木地板，落地的大铁门锈迹斑斑，上面是一排排赤裸的铆钉，开启时吱吱呀呀地响，仿佛是历史的脚步。这样的设计正迎合了那种饱经沧桑岁月人的一种心理。

4、艺术与商业的完美结合

这种设计容易给人一种年轻、严谨、现代化的印象。使用尽可能少的元素组合成针对性最强、包容性最大的空间，以传达给观者严谨的专业能力与平和的感受，以达到艺术与商业的完美结合，这是众多年轻人的追求。顶面和柱体的白色、墙与地的灰色以及门面外灯箱的黑白用色，是个性的张扬;开敞式的、便于各部门之间文件的交流布局，又兼顾了商业空间的共性。这是艺术与商业完美结合的现代化特征。设计的精髓却始终不能丢，越是做得“少”了，越需要精细地推敲。

五、房间特色设计

每一个房间的装饰都有自己独特的地方，但这独特之处又有一定的规律性和时代性，把所有这些精华部分提炼出来，在室内各处墙面造型及家具造型的表现形式，称之为室内装饰风格。

下列几个设计思路，可供读者参考：

(1)结构贯通出空间;

(2)色彩融合出气氛;

(3)材料交合出品位;

(4)造型融合出旋律。

在进行墙体装修时，可将一些实用性强、色彩风格与墙面协调统一，例如：门厅中的鞋柜;厨房卫生间的壁柜、吊柜;客厅卧室的角柜等。在面积较大但高度不够的客厅里，一般可舍弃美丽的吊灯，在天花板设计时放置一个圆形、椭圆形或方形、六角、八角的灯池(2平方米或5平方米)，将射灯藏于灯池周边内，这样天花板即成了灯的一部分，在浑然一体中扩大了客厅的视觉高度。

对于那些有偏爱的，可根据其爱好设计相应的风格，将一切巧妙运用起来，以达到色彩的整体性。既能表现出气氛，又能得到空间扩大的效果。

有些房间为平面直角，而家具却是一些曲面、曲线，显得不太协调，这样就要对房间进行处理，如拱形的屋顶、拱形的门楣等;以高低错落的板块来装修天花板，内设照明灯，表现空间之美;有人喜欢板面造型，对墙体的装修用板块的形式来打造高大肃穆的效果;以二三级台阶来营造登堂入室的大家之气;在家具的选择上可选用两种颜色板块组合而成的新潮家具。这其中便蕴含了一种旋律美。

六、经营建议

1、签订一份公平的合同

在双方协调一致的基础上，签订一份公平又详细的合同，是十分有必要的。有的客户不认真审核合同轻率签字，到后来遇到纠纷往往是很平常的事情。然而，装修公司由于制作合同不严密、不详尽，自食其果的非常多。

2、制作一份详细的报价表

这是装修中的主要程序之一。报价表要力求详尽，包括所有的承包项目、单价、单位及金额，还应标明哪些材料是装修公司购买，哪些是客户自购，大致灯具、洁具、空调，小至拉手、门锁都要囊括在内。有了这样一份详尽的报价表，就会减少许多不必要的麻烦。一份详细的报价表的重要性是不言而喻的，它能够与合同相提并论。

3、在施工过程中，同客户相处要融洽，要尽量尊重客户的意见

某些装饰公司在签合同前后往往言行不一、两副嘴脸。丝毫不尊重客户合理的意见及要求。当客户要求修改图纸时，甚至对客户出言不逊，大谈设计风格等专业术语，搞得客户非常难堪，当施工中出现错误时强词狡辩等。这些现象是必须避免的。装修公司既要虚心听取客户的意见，又要勇于承认并改正自身存在的缺点与错误，并做到及时向客户说明，与客户之间建立一种和谐融洽的关系。

4、进一步扩大透明度

做事情增加透明度，有了问题坦诚向客户说明，这样便会增强客户对你的信任感。那些认为“无商不奸”的人是挣不到钱的，许多客户会对你“望风而逃”。

**创业计划书案例篇二十三**

一、项目介绍

项目名称：

经营范围：

项目负责人：

员工人数：

项目投资：

场地选择：

项目概述：

二、市场分析

1、市场需求分析

随着社会进步和人民生活水平的日益提高，人们的生活水准产生了不断变化，特别是吃食方面，普遍追求无公害和土味、野味，邓二哥生态土鸡养殖场正是迎合人们对“土”字的要求，利用优质鸡苗，在环境优美，无污染的大自然放养，在高山林间可食天然虫草，蚱蜢、蚯蚓等，又以补饲玉米、稻谷、地瓜、糠麸等杂粮为主要饲料，运动充足，高山放养时间为5个月以上。所以，其鸡体紧凑，羽毛光亮，眼大有神，皮簿骨细，肌肉丰满结实，脂肪沉积适度，酮体漂亮，肌肉中氨基酸含量高，而且品质细嫩、口感好，味道鲜美，风味独特，深受消费者的喜爱。同时，由于土鸡和土鸡蛋营养丰富，是少年儿童发育和老年病后恢复的进补品，有着与圈套养鸡所不能具备的特点，因此，该产品在市场上供不应求，有着良好的发展前景。

2、市场竞争与效益分析

经济效益分析：年饲养1.2万只土鸡，需鸡苗、饲料、防疫费等生产成本25.5万元，其产出土鸡收入为36万元，除去成本，获利10.5万元。因此，具有较好的经济效益。

社会效益分析：高山无公害食品是当今社会人们在吃食方面所想往的，高山放养土鸡正是迎合了社会的需要，满足人们的需要，对增强全社会体质有着积极的作用。同时，林间放养土鸡有利于疏松林地和林木生长，因此，建规模土鸡放养具有一定的社会效益。

生态效益分析：林地放养土鸡有利肥沃林地，吃食害虫，具有保护生态环境的作用。

三、项目计划

1、近期计划 在一年之内，将养鸡场办成养鸡企业。养鸡企业包括5个养鸡场，实现轮换放养模式，进行批量销售。另外，组建与参加养鸡合作社，综合养鸡户的力量，建立品牌，提高声誉，实现现代化企业管理模式。

2、远期计划 在三年之内，建立土鸡，果园，林地以及其他家禽多样化综合发展模式。养殖企业将承包荒山，林地，池塘，利用土鸡粪便发展果园，经济林木与鱼类养殖。另外，本企业将进行土鸡产品深加工，如速冻土鸡，土鸡餐馆等，增大产品的附加值，提高经济效益，最终成为立体的生态的多样化的综合养殖企业。

四、成本预算

1、薪资预算 雇员4人，饲养员3名，每人月薪600元，采购员与销售员1名，月薪1000元，共计33600元。 2、投资预算 说明：投资预算按一年的时间计算。

(1)场地建设费：5000元

(2)育雏室2间：4000元

(3)农用车一辆：43000元

(4)按年饲养土鸡1.2万只计算：鸡苗36000元，疫苗药品120xx元，玉米，糠麸等饲料20万，水电煤费20xx元

(5)网子，料罐，油费等其他杂费3000元 综所上述，一年的投入资金需要30.5万。因为土鸡在一年内分为4批饲养，所以前期投入资金不需要30万。按鸡苗，疫苗药品，饲料三种大宗耗费计算，第一批土鸡需要620xx元，前期投入资金约为13万，鸡场总投入为15万，另有2万流动资金。(注：在市场分析中的成本不包含农用车费，固定场所费用是折合计算的。)

3、经营成本预算 年饲养土鸡1.2万只，总成本为25.5万元，每只土鸡成本为25.5万÷1.2万=21.25元

五、风险预测

1、经营风险

(1)选择经营场地的地理位置是否合理;

(2)蛇鼠等害物的侵袭;

(3)鸡苗是否高数量存活;

(4)疾病的防治是否到位;

(5)销路是否畅通;

(6)饲料等物品的价格是否低廉，实际投资是否超出预算;

(7)管理制度是否完善。

2、控制办法

(1)选择经营场所必须进行实地考察，多选几个点，多提几个方案，请专家评价选最佳方案。

(2)鸡舍设置合理，场地进行蛇鼠防御工作。

(3)采取优质鸡苗，提高工作人员育雏技术，建立科学、高质量的育雏室。

(4)聘请专业土鸡疾病防治技术人员，将疾病防治工作放在重要位置。

(5)建立合作社，扩大影响力，打开销路。

(6)囤积饲料，多家比较，合理购买，对每次投资要进行经济核算，在预算时要宽松或上下互补。

(7)采取先进的管理制度，合作社—农户与公司—雇员相结合的模式。

六、市场营销

1、营销策略

大户与散户相结合，寻求收购大户，增加小贩数量，逐步扩大市场，最终打造品牌。

2、营销方式

(1)熟人推荐：利用熟人介绍。

(2)公关营销：利用合作社关系，由合作社推广营销。

(3)宣传推广：到各乡镇、城市综合市场进行宣传推广工作，特别是城市里主要的综合市场的宣传。

(4)酒店宣传：到酒店、餐馆、农家乐等地方宣传。

(5)电话热线：接受电话销售业务。

(6)人员推销：直接推销。

(7)街道设点：在主要综合市场设立销售点，进行直接销售。

3、经营计划

(1)将养殖场发展成5个，形成轮换放养模式。

(2)联系小贩和大的收购户，稳定销路。

(3)成立养鸡合作社，实现规模化经营。

(4)设立街道销售点，提高经济效益和知名度。

(5)联系酒店、餐馆等，建立固定的买家。

(6)近期计划完成，将实施远期计划，最终建立多样化综合养殖企业。

**创业计划书案例篇二十四**

一、项目背景

人们生活节奏急速，现代人的生活压力庞大，越来越多人更关注个人健康。据医学研究报告指出，咖啡豆含有大量对人体有益的健康成份。另外，许多最新的研究报告显示，咖啡因对人体并没有过去想像中有健康的危害;反之，咖啡中一些的成份对于人体有很多的保健功效。我们相信喝咖啡的人会越来越多，并会有年轻化的趋势，有见于近期主题食店的流行，故决定开设一间主题咖啡店，售卖多款特色咖啡及蛋糕，并定名为\_\_咖啡1号店。换言之，咖啡店除宣扬咖啡之功用外，更以星座为咖啡店的主题。

咖啡对人们的好处：

抗忧郁：少量的咖啡可使人精神振奋，心情愉快，抒解忧郁。

控制体重：咖啡因能提高人体消耗热量的速率，一项研究发现100毫克的咖啡因(约1杯咖啡)，可加速脂肪分解，能使人体的新陈代谢率增加百分之三至四，增加热能的消耗，适量饮用，有减重效果，可以吸引女性顾客。

促进消化：咖啡因会刺激交感神经，提高胃液分泌，如果在饭后适量饮用，有助消化。

止痛：咖啡因做为一个药品时，可以加强某些止痛剂的效果。

增强身体敏捷度：咖啡因也有助于在运动时，使运动阀值隆低，增加身体的敏捷度，使运动员缔造较好的成绩。

降低得胆结石的机会：最新来自哈佛大学公共卫生学院的一项研究指出，每天喝2-3杯咖啡者比起从不喝的人，平均得胆结石的机会小了40%。

二、项目目标

星座咖啡1号店除希望宣扬咖啡之功效，我们更希望从中获利。计划咖啡店将在半年内转亏为盈。预计在一年后每月税后利润达到3万元，并在两年后能在万达广场开设另一所以韩剧《咖啡王子1号店》为主题的咖啡店。

预算收入：

咖啡(平均价大约每杯￥8\_350杯\_91日)

=254，800

蛋糕(平均价大约每件￥5\_70\_91日)

=31，850

曲奇饼(每件￥3\_100件\_91日)

=30，333

奶冻(每件￥4\_40件\_91日)

=14，560

预算于开业第六个月不赔

三、市场分析

现今\_\_的咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被几个集团垄断。但由于他们的咖啡店并没有特别主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有考虑到其他饮品店(如饮品店、凉茶店和茶餐厅)的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能达到年青人的需要，尚有很多发展空间。

星座咖啡店计划设于天一广场旁，预计咖啡店最多可同时容纳四十多名客人。区内并没有同类型和特色的咖啡店竞争，邻近物乐购超市和国际购物中心，是学生及商人、白领或者游客的集中地，是人流密度较高的地方。

四、经营模式

我们决定以合伙模式经营星座咖啡店，因为以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，我们共五个人，各出10万元，合计50万元。预算开业所需资金共60万，现计划向银行咨询有关借贷细则。

由于合伙人没有以公司模式经营的股东之有限责任，选择合伙模式经营较容易向银行贷款。我们并协议所有收入将平衡分配。

五、顾客群体

咖啡店顾客对象为年轻人，年龄介乎十五至三十岁。这些顾客多是到物美超市购物的消费者，他们没有家庭经济负担，又易于接受新颖和特别事物，专门售卖特色咖啡及蛋糕的咖啡店最适合他们。另外，\_\_本地其它地点的人还是其它地方的人更是本咖啡店的顾客对象。宁波是个美食天堂，特色咖啡必定能吸引为美食冒名而来的人。

六、营业时间

平日为早上八时至晚上十时半;星期六、日及公众假期由上午七时半至晚上十二时。休息时间方面，咖啡店一带的店铺多在晚上十时半休息，所以我们选择平日在凌晨十时半时休息;而星期六、日及公众假期则于十二时休息，让顾客可以在逛街后在咖啡店聊聊天或休息一会再回家。

七、产品特色

\_\_咖啡店除售卖传统咖啡外，更提供星座咖啡及水果咖啡。除此以外，顾客可享受美味的奶冻，蛋糕及星座曲奇饼，增添喝咖啡的乐趣。

咖啡和食品资料：

传统咖啡：传统咖啡最适合热爱咖啡人士，当中包括美式咖啡、蓝山咖啡、特浓咖啡、牛奶泡沫咖啡、摩卡咖啡、肉桂牛奶泡沫咖啡和柠檬黄咖啡等。

水果咖啡：在咖啡里加入了水果香味油的水果咖啡，令带有些许苦涩味的咖啡增添了淡淡的水果清香。水果咖啡的水果味包括蓝莓、草莓、芒果、椰子、奇异果、樱桃、荔枝、菠萝、蜜瓜、香橙和蜜桃。

蛋糕：

1、件装美味蛋糕：黑森林蛋糕、香草蛋糕、椰子蛋糕、意大利芝士蛋糕、蓝莓芝士蛋糕和草莓芝士蛋糕是本店传统蛋糕款式，最适合在喝咖啡时吃。

2、自选水果蛋糕：：有见于越来越多人注重饮食健康，我们特别推出了自选健康水果蛋糕。顾客可以自由选择喜欢的新鲜水果配上低脂、低胆固醇的蛋糕。我们会现场制成顾客要求的蛋糕。希望他们在喝咖啡的同时亦能享受健康味的水果。

星座曲奇饼：星座曲奇饼是印有星座图案的曲奇饼，每个直径约十厘米，每天新鲜制造，香脆可口。顾客可选购属于自己星座的曲奇饼。

奶冻：巧克力奶冻、香草奶冻、草莓奶冻、樱桃冻、蓝莓奶冻、芒果奶冻、椰子奶冻和奇异果奶冻。希望让顾客有更多的选择，可以在店内享受更多食物。

星座咖啡：不同星座的人，都有不同性格，所以适合喝不同的咖啡。星座和其相对咖啡如下：

水瓶座(1.20～2.18)：摩卡可可咖啡

双鱼座(2.19~3.20)：法式牛奶咖啡

白羊座(3.21～4.19)：特浓咖啡

金牛座(4.20～5.20)：蓝山咖啡

双子座(5.21～6.21)：调味咖啡

巨蟹座(6.22～7.22)：综合咖啡

狮子座(7.23～8.22)：黄金咖啡

处女座(8.23～9.22)：玛莎克兰咖啡

天秤座(9.23～10.23)：维也纳咖啡

天蝎座(10.24～11.21)：意大利泡沫咖啡

人马座(11.22～12.21)：梅兰锡咖啡

山羊座(12.22～1.19)：曼特宁咖啡

我们会将这十二款咖啡定名为星座咖啡(例如：水瓶座咖啡、双鱼座咖啡等)。并以特制杯子盛装及用星座图形的巧克力装饰，以增加卖相。另外，我们更会在餐牌介绍各星座相对的性格及适合咖啡，以及其咖啡做法。顾客可按照他们的出生日期选择他们的星座咖啡，更可藉此认识自己的星座性格特征。

八、销售方法

星座咖啡1号店以快餐店形式经营。顾客首先需在收银处购买食物券，然后到指定柜位领取咖啡和食物，之后便可自由选择座位。

九、店铺装修

咖啡店的装修除了能提供舒适环境，更有吸引顾客的作用，增加营利。店内将以星座为主题，天花板为十二星座群的夜空，墙壁上除挂上各星座的资料外，也挂上我们所设计的咖啡的相片。

座位摆放：为了容纳更多的顾客，我们购入了共八张的长方形四人桌子，相信这比桌较为节省空间。另外，我们购买三十多张靠背椅，希望顾客能在一个舒适的环境下享受我们的咖啡。

十、宣传方式

发新闻稿：我们会在开业前向各报刊杂志发新闻稿，介绍咖啡店各特色咖啡和蛋糕，并随介绍印上优惠券，以优惠读者，达到宣传的效果。同时列明咖啡店的地址及电话号码，以便顾客查询。

派发广告单：咖啡店将印制广告单，当中加入优惠券以吸引顾客。

为宣传星座咖啡1号店，我们计划在开业首月，凡购买星座咖啡一杯的顾客，可获星座曲奇一个，多买多送。

提供学生优惠：本店将与附近学校的学生会合作，凡惠顾本店的学生并能出示有效学生证者，均享有九折优惠，以吸引学生。

宣传横幅：我们会自制宣传横幅，宣传本店最新特色食品，挂于店铺橱窗上，以达醒目宣传的效果。

由于咖啡店主要对象是年青人，他们喜欢紧贴潮流。现代潮流日新月异，若不能形合年青人的口味，将被市场淘汰。为了增加新鲜感，不被社会所淘汰，咖啡店将定期推出新款咖啡或食品，例如咖啡沙冰，雪糕咖啡等，以带动饮食潮流。另外，更会在不同节日推出相应的优惠或新产品，例如在情人节推出情侣咖啡特餐，暑假期间推出特大咖啡冻饮等。除避免产品款式过时，亦希望藉此吸引更多顾客，增加收入。

咖啡店第一课：定位做梦，也要有方向感

决定咖啡馆的定位，是成功开咖啡馆的第一步。

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