# 创业策划书

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-07-18

*创业策划书(合集15篇)转眼间，岁月匆匆，工作已经告一段落，我们的工作又迎来了一个新层面，当然也要定下新目标，做好策划书，让自己成为更有竞争力的人吧。是不是无从下笔、没有头绪？下面是小编整理的创业策划书，仅供参考，大家一起来看看吧。创业策...*

创业策划书(合集15篇)

转眼间，岁月匆匆，工作已经告一段落，我们的工作又迎来了一个新层面，当然也要定下新目标，做好策划书，让自己成为更有竞争力的人吧。是不是无从下笔、没有头绪？下面是小编整理的创业策划书，仅供参考，大家一起来看看吧。

**创业策划书1**

一、发展前景

自上大学以来，便深有体会大学食堂以大锅饭的方式做饭的我，虽然在校价格较低单很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是“自古有之”。经过有关数据调查，得知一个数据52.5%的人对学校食堂价格低廉而饭菜难吃持接受的态度，28.3%的人持不接受的态度，还有9.2%则处于观望态度，而一些接受的人也会偶尔在校外吃一顿好的，所以我组对这学校大数据下的前景非常看好。且由于在市场经济情况下，我国当前正处于市场活跃期，人们的追求更高了，精、细、健康时尚等餐饮业就应运而生，在大学校园周围更是深有体会。因此，我们小组以强有力的团队将开创一个学生营养快餐店。

二、店面简介

本店位于大学中心地段，主要正对的客户群是大学生、教师。经营面积约为120平方米左右，两层楼的房间。主要提供午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐厅等。午餐和晚餐则有南北不同口味菜式。而非餐点有提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。另外，在餐厅内经营多种样式的服务，将餐厅分为几个模块，以做到最大程度的满足大家的需要。本餐厅将是装饰自然，随意，同时富有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房应合理精致，采光性好，整体感介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。模块以三个模块，一楼则是自助快餐，采用宽敞、舒适为最佳，二楼分为包间和咖啡间，包间则是宽敞、明亮，且提供空调，在墙壁上构思一些壁画，以营造出包间的和谐。咖啡间则是以温馨、浪漫为主调，咖啡是靠窗户的一边，让情侣在进餐时可以尽情欣赏窗外风景，并且会在桌子上摆放一些玫瑰花以为咖啡间营造一种放松的氛围。

三、主体介绍

1、餐厅部门

一、创业目标

发展在大学校园周围真正有意义的快餐行业，利用合理有效的管理和投资，建立一定范围的大型快餐连锁公司。

二、市场分析

随着社会经济发展和人民生活水平的不断提高，人们的餐饮消费观逐步改变，外出就餐更趋经常化和理性化，选择性增强，对消费质量要求不断提高，更加追求品牌质量、品味特色、卫生安全、营养健康和简单快捷。快餐的社会需求随之不断扩大，市场消费大中性和基本需求性特点表现的更加充分，在大学周边更是如此。

为力求价廉物美的学生群，以及一些周边人群都非常喜欢并且愿意尝试如今不可或缺的一种饮食文化——快餐。因此，快餐店具有以下开发价值:

（1）可以达到消费者所求的方便与快捷。快餐店力图的是边界，根据调查，有47.5%的人会在5到15内去吃一次快餐。

（2）多寡来说，稍高层次的餐馆所供应的属于一个系列的食品。而且他们变更菜单以及推出新产品的间隔非常之久。而快餐店所涉及到的品种数量繁多，而且推出新产品的速度也十分之快。这杨，消费者就不用为换口味而东家西家的，满足了大学生群体的新鲜感。

（3）些高层次的餐馆而言，薄利多销是快餐店取胜的法宝。

三、营业布局

对于快餐厅一楼的营业布局，食品样品陈列和环境布置宽敞亮堂，简洁优雅，大方便利。本小组认为：正对该地段的消费层次中上的实际情况，餐厅一楼的营业布局，应以改以前的空间狭小的形象。营业布局，食品样品陈列和环境布置的设计在宽敞的货架间选择食品。多留出的空间应该开房休闲区，殿堂内的环境布置要求简洁优雅，适当播放背景音乐。力求消费者耳目一新，对本店留下良好、深刻的印象。当然，上述的这些设想是经过了我们小组的调查菜决定的。在保持餐厅应有的方便快捷的前提下，可以小小的改变，对该店的发展是有益的。

四、餐厅管理结构

厨师1名，厨房配菜师1名，打杂2名，服务员2名，店长兼收银员1名。

营理念侧重一下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文

主要的食品特色：南方菜式特色

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绿色就餐环境

五、发展战略

1、本餐厅开业之前，要做广告宣传，因为主要客户群是正对学生的，而学生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，只需进行传单或张贴开业的宣传单及在校内的提出开业优惠的策略。

2、本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者一定要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别与竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅还推出咖啡咖啡、烧烤+冷饮、八宝饭等咖啡套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。

3、有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：如有三份以上的叫量可以免费送货上门，单独交外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处可以增加销量。

4、暑假期间虽然客源会骤降，届时可采取减少生产量或修业一个月，已减少不必要的成本支出。

六、餐店目标市场顾客分析

快餐市场细分析

由表格数据可知，学生、自由职业者、周边职员与物业人员为主要消费群体，因此对于我餐馆对菜单与菜价的定位趋于中低端市场。

七.快餐服务业的模型

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到公司经营理念的推广。

八.市场策略

价格策略

我餐馆主要以多菜品和舒适的环境为定位，并且对于餐馆的供应蔬菜方面保持从乡下进购，这样既能保证菜的安全与低廉。对于市场在各个餐馆，我餐馆每月会推出新菜品，且会提供一些折扣，以保持广大学生群体对本餐馆的新鲜感长久不淡。在竞争领域，本餐馆会推出几个作为本餐馆的特色。

食品策略

我餐馆会在食品上做出一些讲究，并且在颜色与拼盘上会虚心的学习一些在国内比较优质的拼盘，作为本餐馆的特色之一，在食品的口味方面，将会在顾客到来之时，根据客户的口味进行适度的调整。由于饮料是我餐馆的副业，所以，在饮料方面我们会增加多种饮料，以满足顾客的需求。

渠道策略

在渠道方面，餐馆将会推出直销和方式进行。对于在校大学生来说，大家都会专注于口味的好坏与餐馆的舒适度，因此餐馆在销售渠道

方面采用直销，因此，本餐馆将中心会放在口味好坏与餐馆的舒适度。

促销策略

在促销策略上，“顾客是餐厅的上帝”。餐厅赢得他的一句好坏，胜过餐厅任何人的一句好坏都不止。特别是在潜在顾客的影响中尤其大。因为潜在的客人宁愿相信顾客的话也不相信餐厅人员的话。所以在促销上，我们会让顾客真正的体会到实惠，让顾客体会到餐馆时刻会在意顾客的感受。餐厅会推出优惠卡制度，顾客一次就餐超过300元则会送出一张优惠卡，此优惠卡在本店内一律打8.8折，并且不限期间。如若在节假日，促销会相应的送出本店为你精心准备的小礼物，以示本店时刻不忘你对本店的支持。本店如有遇到咖啡在本餐厅就餐超过3将会推出本店为你准备精美小礼盒。对于宣传方面，由于近期网络上开始流行在网上订餐，所以我公司也会推出网页在网上与学生进行互动和探讨。

九、SWOT分析

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，现在大学生不单单只是满足于温饱问题，而是追求更安全与营养的食品了。因此，为了保障大学生的饮食饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高并富有特色的食品，并且同事为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

十、冷饮项目可行性解析

对于我餐馆副业冷饮，在二楼咖啡间会设置以咖啡店的主题模式，

咖啡间店为温暖浪漫的气概，面积大约在70平米，为顾客提供优良的供职，给顾客最好的享用。装修气概虽然简单，但要有家的滋味，以至比家还温暖，还舒适。墙全部是书架，下面将摆满各种书籍，成为一个小型图书馆，来宾唾手可得，拿起一本来读，且沃恩设有报纸架。每天均提供当日报纸让顾客阅读，为来餐厅的顾客提供阅读的享受。为了包容更多的顾客，我们将购入巴掌的长方形四人木制餐桌，自信这圆桌更减省空间。另外，我们会购置十六张布制沙发和十多张靠背椅，希望顾客能在一个舒适的环境下享用我们的咖啡。

产品特色特色咖啡间咖啡除售卖咖啡外，还提供特色咖啡、茶类、饮料、酒水。除此之外，顾客可享用美味的奶茶、蛋糕及曲奇饼，增添喝咖啡的乐趣。咖啡类：蓝山，摩卡，意大利，哥伦比亚，卡布奇诺等，奶茶及各式啤酒。

我们知道人的星座与喜欢喝什么样咖啡有着一定的关系，所以，我店将在二楼咖啡店的墙面上贴出一张星座与咖啡的图如下：

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（2.19~3.20）:维也纳咖啡

天蝎座（10.24~11.21）：意大利泡沫咖啡

射手座（11.23~12.21）：梅兰锡咖啡

摩羯座（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修饰，以增加卖相。另外，顾客可服从他们的出身日期选拔他们的星座咖啡，更可藉此认识本身的星座性格特征。还有特色的水果咖啡，我们会加入水果香味的水果咖啡，另带有小许甜蜜味的咖啡增添淡淡的水果幽香。我店还附带推出蛋糕定制销售，自选水果蛋糕。希望顾客在喝咖啡的同事亦能享用强健味的水果。

十一、咖啡店与餐厅合体开业绝对与竞争对手的重要优势

1、店内装修绝对更文雅一些。

2、可与学生打下优越的人际关系，这样可以带动餐厅饭馆的经营，而且顾客会逐渐增多。

3、可能做竞争对手没有的业务，如举办诞辰会，小游戏等。

4、绝对于品牌咖啡馆，由于本钱低，所以产品代价绝对实惠。

5、经营限制可随时做天真改动，灵活性强。

十二、快餐店的投资预估

快餐店的投资经营期为4年。总预估价30万元。

投资预估首先考虑店铺租金，快餐店选在大学周边，面积120平方米。租金为5.6万元每年，可以半年交付，属于中等的地段层次。

快餐店的投资估计需要考虑装修费用和设备购置款。该商铺为以使用过的房子，需要装修费预估5万。快餐店需要购置的设备有：不锈钢系列豆浆机；电炸炉；冷冻冷藏设备；空调收银台系统；水电设备；办公设备；内仓设备，设备购置需要投资预估3万，这些投资预计40个月折旧完毕，工作人员安排6人，水电费用考虑2500元/月。

由于快餐店的投资预估还需要考虑10备用金作为流动资金用于采购原材料以及日常运营需要。本店的食品采购有相当一部分自行解决

十三、财务状况分析

1、据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需30万元。

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，应交税费，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20xx元，元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为两年内。

十四、重视搞好一系列企业公关活动

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

1、与员工建立团结、新人一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部聊天、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工凝聚力和工作积极性。

2、社区群众关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益的活动。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解政府的相关法律，加强与政府部门的联系，主动协助解决一些社会问题。

十五、项目风险分析

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体如下几种风险:

外部风险：

（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，捡钱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只是和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

十六、应对措施

1、汲取先进的餐厅经验，开发区符合自己的特色食品与经验。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识食品市场周期，不固步自封，积极开发更新菜单。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料

**创业策划书2**

一、前言

随着人们物质生活水平的提高，人们的精神需求也在不断发展，越来越多的年轻人追求个性自由并通过一定的表现形式予以表达。艺术的发展尤其突出，音乐被越来越多的年轻人疯狂追求。在当今高校、中学，已经有不少人开始痴迷于摇滚音乐。

而xx琴行就在这样的宏观环境下诞生了，该琴行位于xx大学附近，提供各种乐器培训服务，也出售摇滚音乐演奏乐器，现为更好地经营琴行，为广大音乐爱好者提供更好的平台，xx琴行委托xx大学经济管理学院xx级营销专业“优创”模拟广告公司成员为其进行深入的市场调研。

二、目的

调查目的：通过对所有调查对象的详细调查，再对调查结果进行专业的、入微的分析，了解并掌握目前该琴行自身的基本情况（SWOT分析），市场需求详细信息，更好地开展琴行的服务以及提高运营效率，并树立良好的企业形象，打造品牌。

三、市场调查内容

1、企业知名度、品牌形象

了解xx琴行在xx大学、xx市各高中、初中等学校的学生中的知名度情况，企业的品牌形象

分析

（1）优势

包括xx琴行所在的宏观环境：自然环境和人文环境。自然环境有地理位置、交通状况、所在商圈、天气气候、卫生环境、人口密集度等因素；人文环境又包括周边居民的受教育程度、文化水平、高等学府数量、目标消费市场对艺术的认识状况。

产品和服务的质量。该琴行吉他、贝斯、键盘、架子鼓、木琴等乐器的质量、演奏效果。师资力量状况，讲师自身艺术水平、讲师教学能力。

价格上的优惠、培训班学费的水平高低，相对于同行业竞争企业的价格优势。

（2）劣势

该琴行的管理制度，处理危机公关的能力，公司奖罚制度，薪酬体系

（3）机会

国家大力发展文化事业，各地区文化事业的繁荣，高校对艺术有狂热追求的学生数量增加，摇滚的普及

（4）威胁

大量同行业竞争者的涌入，各种网络资源的泛滥

3、市场需求状况

包括中高等学府师生对类似艺术培训机构的态度、热爱程度，以及各界社会人士对摇滚的喜爱状况

4、该琴行以前的宣传效果分析与广告效果预测

调查对象对xx琴行的熟知程度，人们喜欢关注怎样的广告形式，人们对广告宣传单的态度，消费者是否会因广告而产生购买动机和欲望，同行业其他竞争企业所做的宣传的力度。

四、调查对象

xx大学在校师生，衡阳市其他高校、中学的学生，xx区社会人士，xx琴行相关负责人，广告公司员工，网名等。

五、调查方法

1、观察法

对xx琴行所在宏观环境进行入微的观察分析，搜集相关信息，并察看琴行内部设施，店面设计，场景布置等

2、体验法

调查人员亲自参与该琴行的培训过程中，体验其服务状况，了解其乐器的演奏效果

3、访谈法

对xx琴行负责人进行深度访谈，了解其企业在过去的运营状况等相关信息；对一到两名琴行的学员进行深度访谈，交流学员的看法和对琴行产品和服务的评价；对若干名高校、中学学生进行基础访谈，了解市场需求状况。

4、查阅相关文献资料法

查阅相关文献，搜集摇滚方面的信息，了解摇滚音乐发展史，有必要的话还可以查阅琴行的账本数据。

5、调查问卷法

对所有调查对象进行调查问卷访问，对相关网民在网上发布调查问卷，并回收信息，用专业调查分析软件进行分析。

六、调查程序及时间人员安排

调查小组成员：

**创业策划书3**

一、项目名称：

心想花店

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，对生活品质的追求。

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、公司项目策划

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。

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：xxxxxx

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

1、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。

2、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。

3、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

在追求时尚、独特、新颖的时代，年轻人喜欢标新立异，与众不同，他们不满足于百货公司里现成商品，于是，DIY经济火热升温，并因此成为新的淘金地。DIY——“Do it yourself”（我自己动手做）的存在似乎总是开始于人们想省钱的心理。

做您需要的，做您想要的，做市场上绝无仅有、独一无二的您自己的作品，成为DIY更高层次的追求。 DIY在制作过程中给予的满足感则更重要。工业化生产的确已经日臻完美，越来越多的人已不可能也没必要去掌握旧日能工巧匠的手艺了。毋需自己动手做，却总仿佛缺了些什么，就象缺少了运动，人就是这么怪，需要贴近自然，需要运动劳作，需要在运动劳作中享受生活的乐趣。这，是DIY又一高层次的追求。 DIY，因为人的需要而存。

在渐渐地DIY的概念扩展到多个领域：大到电脑配件、家具设施，小到毛衣袜子、手工艺品??随着社会的进步，DIY精神逐步显现出它独到的魅力，激发着人们自主创新、互动合作的良好精神；DIY的思维被越来越多的人接受，并渐渐成为一种流行。到了现代，国人越来越追求时尚、个性，注重独一无二和丰富多彩的生活体验。于是，DIY(Do It Youself )成为追求时尚与个性张扬一族的口头禅。

开动大脑，用您的双手去创造，这是DIY的最高境界：只要想的到，就能做的到。这就是DIY精神的体现！DIY的理念是：源于自然，回归自然。令您放松身心，去感受我们身边美丽的一切事物。DIY具有的独特魅力是：花钱少少，美丽多多，心情好好！记住它的口号：做回我自己！

维度DIY创意生活坊，秉承DIY 精神，结合市场的前景，推出了以软陶DIY、和DIY彩泥画系列产品。其卖点不仅仅是产品本身，而是制作产品的过程，以新颖、周到、体贴的服务，让顾客感受到自己动手、动脑，创作的乐趣。本项目投资少、易启动，消费群体庞大、市场广泛、成长潜力大。

本工作坊为顾客提供原材料、创作场地、创作技术指导以及作品代售，顾客可以在工作坊一次性或分期完成作品，可以把自己亲手完成的作品买下收藏，也可以通过维度DIY工作坊的网页和展示橱窗进行代售。

**创业策划书4**

学生创业开展之前应该要及时地制定相关的策划书，促进创业工作有计划地开展。

一、绪论

当今的大学生面临最大的难题就是就业压力，越来越严峻的就业形势使很多大学生感到前途迷茫，甚至不知道读大学的意义何在，毕业后的找工作难、工作压力大、同事之间关系的\'处理等问题都成了当今最热门关注的话题。为此，作为新一届的大学生的我们不得不为自己以后的人生另外开创一条道路，那就是------创业之路,同时国家也大力鼓励和帮助大学生创业，为此，我们因该从现在开始为自己打算，抓住这个契机，实现自己的创业梦想。以后帮助更多需要帮助的人。

二、公司的成立与简介

1、公司名称

【xx】眼镜超市

2、公司的成立

【xx】眼镜店是一家即将成立的眼镜店，将于本人毕业后两年之内于四川理工学院旁浓重开业。本眼镜店以学生为主要服务对象，产品以中、低档框架眼镜为主，包括眼镜架、眼镜片、各种框架眼镜配件，兼营隐形眼镜及其护理液、药片、隐形镜盒等。

3、公司的优势与特点

【xx】眼镜为您提供一流的服务,优质的产品.

服务项目有:免费电脑验光、免费维修眼镜、免费清洗眼镜、免费咨询眼病、专家专业验光.

服务特点:专家坐堂验光;先进的主觉电脑验光仪;优质的服务;绝对物美价廉的眼镜;在正常使用情况下,半年内如发生任何可归责于商品本身结构、制作和材料不良的情形,我们将为你免费更换同等价值的商品(正常的磨损、擦伤或使用不当不在此限).

技术保证:配镜后两周内光度发生任何不适,我们将免费为你复检,于必要时免费重配同厂牌同品质的镜片.

价格保证:您在亮晶晶购买的每一件均从生产商直接够入,减少中间环节,成本降低,价格当然合理.

满意保证:您在【xx】选配的镜架一律一年质保。

三、公司发展前景

1、发展背景

当今时代，社会竞争日益激烈，繁重的功课让青少年近视人群迅速扩大。统计表明，我国戴眼镜人口已经超过3亿，每年的市场需求量高达1亿副。再加上3.2亿中老年人需要的花镜、以及太阳镜，市场需求量极为可观。另一方面，在当今社会，眼镜消费的个性化，时尚化，品牌化，高档化的趋势日益显著。眼镜早已不是近视人群无奈的选择，而更成为

一种时尚装饰品。

2、发展趋势

三亿屈光不正人口，以每人每六年更换一副眼镜计算，一年的眼镜需求量有多少?那就是5000万副眼镜的年需求量， 200亿元人民币的年销售额，10%的年增长速度，这就是中国眼镜零售业所面临的市场，也许实际情况还远不止于此，据统计，我国戴镜人口每年有不断上升的趋势，城镇居民的眼镜更换频率约为每3-4年一次，大城市约为2-2.5年一次，由此计算，当前中国眼镜市场的年需求量远在6000万副以上，而这些，还不算上太阳镜和司机防护镜等特殊用镜的开发。学生是眼镜消费的主要群体之一,据调查,学生近视率高达80%左右,眼镜更换频率也很高,一半左右的人半年----一年更换一次。就目前形势，做了一个学生近视情况调查：

四、市场评估

1、眼镜销售

眼镜销售行业是一个很有前景的行业.“20xx年中国十大暴利行业”的评选中，眼镜行业排在电信行业之前，列第六。所谓：“20元的镜架，200元卖给你是讲人情，300元卖给你是讲交情，400元卖给你是讲行情”。眼镜的成本价不到售价的10%，眼镜行业的利润是以 “倍”来计算的!

据业内人士透露，眼镜和药品一样，有很多流通环节。眼镜的第一次“涨价”在厂家之内，即在眼镜出厂后已不是成本价。目前大多数厂家在眼镜“出世”之后，生产车间就将眼镜卖给本厂的销售科，在厂家中就能提升5%-12%左右不等。销售科买断全权代理后再卖给批发商。为了减少风险，厂家一般不直接售给商店，而是由三层批发商转手后来到眼镜店。其中，每经过一道关口，都会加上一定利润，利润一般在20%左右。而最大的利润则是在零售店，

如果一副眼镜有180元利润，那么100多元是商店得的。

2、顾客特征

眼镜的购买者和使用者通常是同一个消费者,顾客特征呈现为购买者、使用者统一,属于个人购买行为,随机性较大,容易受广告等促销活动的影响.

不管是暴利也好，不是暴利也好。总的来说，眼镜经营是个有前途的行业,是很“有利可图的”。

主要是看经营者怎样来进行经营管理。

购买眼镜之前最先考虑的因素33%

五、公司的管理团队

为使眼镜店能成功运营，本店采取直线制组织结构,实行所有权与经营权集于一体的管理经营机制,有我直接管理，向外聘请店长1名，高级验光师2名。销售员4名，运用多做多得，底薪+奖金+提成法，理论,期望理论,等激励他们的工作积极性，加强他们的团队合作.和凝聚力。

六、预测启动资金，资金来源渠道

一部分由父母亲戚朋友资助，另一部分由自己向银行申请

七、公司的市场营销与规划

1、目标市场

以学生为主,兼及其他人群

2、产品

眼镜根据用途一般分为矫正用眼镜,防护用眼镜,遮光用眼镜,亮晶晶主营矫正用眼镜。

3、包装

从个厂家购进眼镜盒,普通的为塑料就行;运动主要为合成材料热压成型，具有重量轻，强度大的优点。适合存放各类登山，休闲运动眼镜。边缘处设计了挂钩，可以挂在背包上，方便取拿。分为黑色，蓝色，红色三种颜色.体现简洁,美观,方便,环保的特点。

4、价格

由于眼镜是一种特殊的商品,价格起伏也较大,根据调查,学生

大多能承受100元左右的价格,初步把价格定在每副30元----200元之间.

5、销售渠道

组装后直接售给消费者.

6、促销策略

促销原则:以介绍眼镜店产品为主,力求达到信息准确、诚实可信,.辅助树立品牌形象.

促销方式:以广告为主.

营销战略选择:随着时间季节的不同,采取动态的营销战略销售量16%

**创业策划书5**

一、策划书概要

1、项目概要：手工定制饰品

2、作坊名称：杉

3、项目简介：用心制作符合顾客的个性饰品

4、作坊简介：作坊坐落于佛山禅城岭南天地，主要制作和销售客人定制的个性饰品

5、作坊经营模式：团体经营。（成员：店员、饰品设计师、原料采购员各一名）

6、目标客户：时尚的青年男女，主要包括在校学生，职场年轻白领。

7、项目成功关键：手工定制的与众不同，彰显顾客独特而新潮的生活态度。

8、创业目标：让手工定制的意识成为新一代佛山人的消费指标。

9、创业原因：如今潮流人士对于使用物品的要求已经越来越高，原来的饰物市场已经远远不能满足大家的需求，要够特别够唯一，只有特别定制的个性化饰物才是消费的王道。当下，80、90后的年轻人追求时尚生活，崇尚个性，是定制饰物主力消费人群。正是由于存在年轻人这个广阔的市场，给了创意人才施展才华的空间。在这样的背景下，个性定制饰品迅速走俏市场，需求量也在日益增加。可见，手工定制饰品的发展前景巨大。

二、市场调研分析以及服务产品

1、市场机遇：在这个社会经济飞速发展的现代，人们（尤其是青少年男女）更加追求一种独特，追求一种个性。所以当今社会创意手工品也是琳琅满目，数不胜数。但是真正能让顾客满意的饰品并不多，像这种手工定制的饰品价格适中，匠心独具的心思会让每个走进作坊的客人产生购买的欲望。聪明的小商人也会在生活中那些不起眼的小东西（如普通的蜡烛，废弃的易拉罐）上做文章，经过重新塑造，使它们以另一种美，成为引人注目精美饰品

2、我们相信人类追求美丽艺术的心不会变，人类无限丰富的想象力不会枯竭。在以后的生活中不断的会有人去注意和从心塑造生活中的小玩“艺”，使生活更加充实，更加完美。而手工定制饰品正符合人们对这种艺术生活的追求。

3、“杉”地处佛山新落成的岭南天地，坐拥商业繁华的祖庙商圈，其发展优势毋庸置疑，地点突出，引人注目。

4、“杉”手工定制小作坊的经营战略：在繁华祖庙街道，这样小型的精品屋并不多见，而附近的人民路、燎原路一带则零星散布着几所连锁精品店。如今，是物质丰盛的年代，创意和个性才能更加彰显个人魅力。或许一件有创意的礼品在一定的时间里会占领市场，但一段时间后终究会被另一种更有创意的礼品所代替。因此无限的创意才是占领市场的第一要素。精品虽多，但真正能够让顾客满意的饰品却不多，而我们所卖的产品大多是顾客自己设计或是顾客要求我们代为设计出来，这样保证了顾客对饰品的满意度。如此说来我们创办手工定制作坊的发展前景还是很乐观的。

A、拥有“艺”想不到的创意

B、发挥自己最独特的心思

C、提供最无可挑剔的服务

D、给你最不可思议的惊喜

6、“杉”手工定制作坊的服务介绍：把顾客最想要的效果表达给我们，我们将会用精心的设计、用心的态度制作出让顾客最满意的饰品。用最便捷的途径把产品送到你指定的地点。只要你敢说我们就敢做。

三、竞争分析与经营策略分析

一）手工定制饰品的投资魅力：

1．投资少回本快。初期投入，本店将以廉价质优且环保的材料做素材，主要引进碎花布、铁线、干木块等材料。提出铺租这项固定支出，预计投资3000元。

2．过程简单，服务周到。对于不想费心思设计的一类顾客，本店现场提供设计师的其他作品供选购；对于希望拥有个性又唯一款式的顾客，可通过预约本店饰品设计师，并向其表达想要的作品效果，本店将竭诚为你提供一份匠心独运的作品。

3．市场广阔。从实用角度来看，手工定制饰品并不是一次性消费品；从销售角度来看，广大的年轻男女都是我们的客源。对于在校学生：自己动手可以锻炼他们的操作能力，还可以丰富想象力、增强创造力、提高陶冶生活情趣。对于年轻的上班一族：手工定制更是一项极富魅力的活动。在这个追求时尚的时代，年轻人总喜欢标新立异与众不同，他们不满足于百货公司的现成商品又不屑与千篇1律的送人礼品，于是手工定制的出现让他们摆脱了电脑和机器复制的产品，从而有机会表达他们独特的个性，发挥他们丰富的想象，为青年人生活增添无限乐趣和激情。

二）经营策略分析：

我们相信有手工就有市场，有创造就有未来，手工有多大市场就有多大，创造有多美未来就有多美。手工定制是一个刚刚起步的行业，竞争对手相对少。其产品的独特性又吸引了不少顾客，另外，作坊推出的多种辅助服务也会增加顾客的回头率，手工定制有着无限的扩大空间和坚实基础，紧随时尚步伐，产品推陈出新。所以说手工定制是一个可持续发展的全新阳光产业。手工定制将以一股新能量迅速传播于佛山土地上。

一件简单的手工定制饰品实质并不简单，因为每一件作品都融汇了设计师或者客人所倾注的热情和真心。亲人之间那份血浓于水的亲情，恋人之间那份至死不渝的爱情，朋友之间那份共患难的友情。在这样一个高频率运作的社会里，我们静静地想一想如何感激那些爱我们的人。古有“千里送鹅毛，礼轻情意重。”如今，一件简单的手工定制饰品同样可以聊表那份至真诚的心。

四、市场调查

经过几天对作坊选址周边的走访调查，我们知道手工定制消费群广阔，独特又有创意的饰品无论对在校学生还是职场白领一族都十分吸引，手工定制是一种从实用变成一种创意的发想行为，是饰品主人个性魅力的体现。可以充分展现购买者的独到的审美观，深受时尚一族的喜爱。

经调查研究我们的产品可以满足“新新人类”及休闲娱乐派的极限要求，在中小学生方面，随着教育的多元化，社会对学生的要求从动脑能力转化为动手能力，对学生操作能力日益加强。而手工定制饰品作坊可以满足他们这方面的需求。面对大学生这类消费群体时，我们的产品有足够的吸引力，无论是情侣之间、朋友之间手工定制饰品都将会是他们最佳的互赠礼品。

中国逐步步入老龄化，老年人的生活和娱乐逐步引起世人的关注，手工定制可以让他们在休闲之余体会到一种动手所带来的乐趣，也可以陶冶情操，充实生活。从而手工定制的市场前景将会更加广阔。

五、经营策略

1、市场份额

随着我们的项目的开始，我们将在岭南天地开设一间名为“杉”的手工定制作坊，初期目标群体将是岭南天地写字楼的白领一族以及周边的居民。随着本店的知名度提高，目标群体将扩大到整个祖庙商圈以及环祖庙商圈。

2、销售模式

我们将采取现卖与顾客制作预定的方式，成品的形式新颖独特，其中DIY模式是我们小屋的特色项目，顾客可以来我们的DIY工作室自己设计，也可以让我们把原料送到住处。将自己动手制作的手工定制饰品送给自己想要送的人是一件非常有意义的事。

3、广告宣传

我们将会设计本店的海报来扩大我们的产品的影响力，提高我们的知名度。我们还将以“一传十，十传百”的宣传方式来为我们的产品做广告。我们认为通过以上的宣传方式足以扩大我们的手工定制饰品的知名度，不久将会在佛山人中掀起一阵购买浪潮。

4、分销渠道

我们将会采取招纳加盟商，聘请代理人员作为产品的分销渠道。

5、合作伙伴

我们将与信誉好的商家进行合作，我们将为顾客提供质量上乘的产品。我们将会严格控制好原料的供应环节，保证每个顾客买到的产品都是优质的。

6、定价方面

我们考虑到我们的顾客将会是在校大学生、年轻白领以及部分高收入人群，因此我们将会制定高、中、低三档定价，我们会尽量控制我们的成本来适应我们的定价，给顾客带来更大的优惠。

7、市场沟通

我们随时观察市场走向，及时掌握市场流行趋势，迅速更新我们产品的种类，确保我们产品的个性化和独特化。

8、其他方面

我们应当抓住顾客的心理，给予一定的优惠，并实行会员制—-会员可享受一定的优惠，生日会员可凭会员卡免费领取生日礼物。我们也会定期举行另类宣传活动如“创意显心思”，让顾客将自己制作的创意饰品进行展示，并评比出一二三名，给予一定的奖励。我们通过这种方式来扩大我们的影响力，将我们的特色展现出来，我们相信我们的市场将是广阔的。

六、风险预测与问题分析

投资无论大小，风险必然存在。尤其是对于一个刚刚起步的手工定制作坊，今后所遇到的问题以及所需要承担的风险必然不会少。

一）客源问题：店铺成立初期，客源是首要面对的问题，如何解决这一问题，想必人人都知道，那就是宣传。而且是要有新意的宣传。首先，我们的产品是手工定制饰品，而非在大街小店里随处可见的机械化量产产品，其次，我们可以制作出各种款式独一无二的饰品，但更多的创意想法需要普罗大众踊跃提供。人人都有好奇心，对新颖的事物绝对留下深刻的印象，而且也会有一种想拥有这一新鲜事物的想法，这时我们的机会就来了，我们便可以向大家介绍和推销自己的产品。

二）技术与质量：

1、对于技术问题我们则需要设计师的努力配合，只要我们有足够的市场，相信设计师会尽最大努力解决这方面的问题。

2、对于质量问题，本店会在采购和成品加工的方面努力把关。我们还可以以问卷调查的方式，让消费者使用我们的产品之后，将其对产品的看法，以及改善产品的意见回馈给我们，并且与供应商签订合同，在合同上写明如果消费者反应出质量问题，则供应商需要在一定程度上赔偿我们的损失。对于问卷调查，可能许多人并不一定抽出时间来认真对待这一问题，但我们可以保留一张消费者联系方式的表格，可以随机的询问他们对我们的产品的评价。

3、对于竞争风险，由于我们目前的实力可能仅限岭南天地，但据调查还未发现有同行，所以在这方面会给我们带来一定的优势。

三）其他阻碍

首先，团队分歧这也是一个很重要的问题，但我们可以通过开会讨论来解决，毕竟这是一个三人团体，相信通过大家的一番讨论过后，对于每一个人的意见的优缺点自然会显露出来，此时便可以进行总结，讨论出一个最佳方案。

其次，资金不足是一个很关键的问题，我们毕竟是刚踏足社会的应届毕业生，经济尚未完全独立，部分资金仍需要依靠家里的支持，每个月也不会有太多的余额，这可能造成刚刚成立的店铺面临资金周转不灵的问题，这需要积极与供应商联系，争取得到供应商的支持。

经验不足：我们不可能做到万事俱备的，尤其这是我们人生的第一次创业，所以经验不足是很自然的事，大多也就是在网上查一些相关资料加上一些资自己的见解，这便是我们全部的经验。

剩下的可能还有许多问题需要解决，许多风险需要承担。除了团队分歧、资金不足题和经验不足外，其他问题则需要根据具体的情况而做出明确的解决措施，毕竟市场是瞬息万变的。

问题肯定存在，风险必不可少。公司的不断壮大就需要不断的解决所面临的问题，而且要承担许多必要的风险。问题可以解决，但风险的承担却是不好把握的，也不是人为可以控制的，市场的变换太大，所以本店所走的每一步都必须经过慎重考虑，切不可一时冲动便作出决策。

**创业策划书6**

项目名称： 香yoyo奶茶店

负 责 人： 仙草百搭

所在班级： queen

联系电话：

20xx年 12 月 5 日

第一部分：摘要

公 司 简 介

公司名称：香yoyo奶茶店

主要产品：奶茶

业务范围：销售奶茶，果汁，饮料等

营销策略：

（1） 促销计划和广告策略

（2）价格策略

公司战略目标：

第一、二年：建立自己的品牌，收回初期投资，积累无形资产，第二年后开始盈利。尽管在南昌奶茶店很多，但是我们会提高公司知名度，使市场占有率最大化，。预计本阶段在南昌的市场占有率达到20%；

第三、四年：进一步扩展公司项目，开发新品与规范流程两手抓。使公司拥有一定品牌影响，扩大公司影响范围，为以后占领更大市场打下基础。预计本阶段在南昌的市场占有率达到40%，并开始建立省内连锁分店，向经济较好的地区扩展。第五、六年：对公司进行进一步完善，扩大建设规模,随着公司不断壮大,打造一个国际知名的奶茶公司

核心竞争力分析：我公司推出的奶茶饮品除了结合了香飘飘，优乐美，相约等奶茶的各种优点，不仅注重于产品的质量，口感，包装，我们的产品更加注重对身体的调养，真正做到健康，好喝的茶饮料。这是我们的优势，也是我们战胜其他品牌，战胜周围其他店面，成为“奶茶之王”的一个重要法宝。

消费者特征与习惯

1.消费者特征

青年人是主力军，且调查显示，女性最常喝奶茶的比例高于男性，这与女性消费者看重奶茶饮品的健康、时尚特性不无关系，因为奶茶对皮肤有滋润美白功效，其中的椰果是粗纤维食品，既可以填饱肚子，又绝对不含脂肪，所以美容瘦身是女性多于男性选择奶茶的主要原因之一。

2.消费者需求

既然是奶茶店，就一定要在保证店面的清洁与舒适，光这还远远不够，还要把店布置的富有特色，不落俗套，所以店面装修很重要，让消费者在外面就有种想进来逛逛的欲望。当然这只是表面的包装，奶茶的质量跟包装才是顾客最看中的，所以制作奶茶的每一道制造工序都会经过安检局的严格检验，绝不会出现掺假，缺斤少两的现象。

由于消费者大都是年轻情侣，所以一定要给他们营造一个舒适，安静，浪漫，优雅的气氛，尽管是一杯奶茶，也能品出幸福的味道。可以开展一些有特色的促销活动：比如，情侣买可赠送情侣对勺；买三杯以上获赠可爱的饰品；小店要有自己的特色，比如有卡通形象，或者制造供情侣用的y型吸管。。。。。可以在店名上方加几个小射灯，最好是发粉色光，晚上看起来很漂亮，温馨。

**创业策划书7**

一、公司简介

公司名称：xx美甲店。

公司宗旨：满足爱美需求，打造一流服务。

二、产品描述

本美甲店为您提供自然甲修护，手绘甲，贴片甲，光疗甲，彩绘等专业美甲服务。

三、环境分析

经济环境：现在的年轻女性，不仅注重衣着，对指甲这样的细节也很讲究。对于美甲的要求也从原来的色彩多样变成了花样、点缀繁多。无论是朋友聚会还是走亲访友，美甲都是不可或缺的一项工程。投资规模小、收回投资快、利润比例高、可永续经营这四大特点是美甲行业无可比拟的优势。相对于别的行业，美甲店更具有顾客忠诚度。

地理环境：xx美甲店位于xx大学新校区教师公寓，周边环境以饰品店、写真店为主，主要客户都是大学生，特别是爱美的时尚女生。美甲店定位标准为低中端美甲等综合造型服务，店面规划面积为60平方米，装修整体风格体现时尚与品质。

四、行业分析

1、目标顾客描述：一般来说，是针对正在大学享受青春美好时光的女性，特别是对新鲜事物充满兴趣的年轻女孩才是美甲店的消费的主力军。

2、替代品的威胁：涂抹类产品，如甲油、UV油等的使用；描绘类，如美容院、美甲店的手工描绘指甲等；电脑绘制类，如应用电脑照片技术和网络技术进行指甲印制等产品的替代威胁。

3、供应商讨价还价能力：采取网购形式，几乎无讨价还价空间。选择性价比高，信用较好，评价较好的店铺进行购买。

4、购买者的讨价还价能力：由于大学生没有收入来源，用钱相对来说较为节省，因此讨价还价能力较强，为此我们决定采取免还价，套餐使用形式进行销售。

5、现有竞争者的威胁：

（1）竞争对手数量：两家.

（2）竞争对手的主要优势：开店时间比较早，提前占领市场；有美甲的经验；技术娴熟。

（3）竞争对手的主要劣势：店面小，环境不够干净整洁；服务态度较差，不够认真；老板与顾客有年龄差距，无太多共同话题。

（4）本企业相对于竞争对手的主要优势：美甲材料及器材质量好；有一定的经验；服务热情周到，态度好；地理位置优越，有大量的客源；性价比高，与顾客有共同话题。

（5）本企业相对于竞争对手的主要劣势：美甲操作技术不够熟练；经营美甲店经验不足。

五、行业市场竞争程度

市场类型：完全竞争型。

六、消费者分析

消费者在选择美甲店铺的时候一般会注意这样几点：

1、看美甲店铺的专业水平。

2、看美甲店铺的服务水平。

3、看美甲店铺的环境。

4、看美甲店铺的美甲师的能力和名气。

5、看美甲效果的性价比。

消费者对美甲店铺有这样几个要求：

1、普遍的消费者都希望美甲店铺在专业技术方面有所提升。

2、一部分人希望美甲店铺的服务环境有所改善。

3、大多数人希望美甲店铺提升美甲师服务水平。

4、很多的消费者都希望美甲店铺提升美甲师整体素质。

七、营销策略

定位策略：

1、美甲定价：

（1）基本护理（护甲油）10元。

（2）普通涂颜色15元。

（3）OPI涂颜色20元。

（4）全贴片35元。

2、会员卡：

（1）会员银卡：一次性充值100元（享受9折优惠）。

（2）会员金卡：一次性充值300元（享受8.5折优惠）。

（3）会员钻石卡：一次性充值500元（享受8折优惠）。

市场沟通：

美甲业属于低无形性、高不稳定性服务业，生产的服务产品不能被储存和运输，这是与实物产品最大的区别，因此，服务产品不能均衡地出现在市场上。服务的供给缺乏弹性，服务的供应曲线通常是一条直线。但是，顾客对服务的需求却因时间的不同而有很大的差异，如何面对需求波动，是美甲业经营者最棘手的问题。美甲店投资少，见效快，投资环境多种形式，用人少，技术易掌握，产品项目多。消费人群多，特别是周边各个大学的大学女性都是消费对象。

本店以形象好，档次高，服务好，最重要的是价格低。侧重的是价格与服务。以价格来吸引客人，以服务来留住客人。再加上我们良好的形象，我们华丽的美甲设计。给店锦上添花。

八、组织管理

1、员工人数配备：8--9人（根据日后经营状况可适度改变），采取两班制，早班时间为9点到12点半，午班时间为下午13点到16点半，晚班时间为17点半至21点。

2、员工服饰等外形规范：

（1）员工服饰要统一，体现美甲店的规范与秩序且与美甲店环境相一致，要求剪裁合身、活动轻便、简洁大方。

（2）切忌浓妆艳抹，发型应一致扎起简洁干净，并且工作时佩戴口罩（考虑到员工自身安全与顾客卫生）。

（3）员工在空余时间可相互美甲，成为美甲店的实体模特，促进顾客的消费欲望，但不可影响为顾客的服务。

3、员工工资体系和绩效考核：员工工资采用底薪+绩效提成的方式：

（1）底薪根据员工的技术级别、出勤情况考察分配。

（2）提成为综合绩效提成，是指美甲师服务收费、产品销售、会员办卡等合计的绩效，为了强化美甲师的促销意识，提成可采取累积提高制度，制定一个基本任务值：例如1000元，未达到1000元仅发底薪，连续三个月未达到就辞退。完成基本任务值，出发底薪按一定比例分档提成，例如，达到1500元，1500元全部按照比例2%提成，达到20xx元，20xx元全部按照3%提成，达到2500元，2500元全部按照5%提成，以此类推，调动员工销售积极性。

九、财务预算

成本开支：房屋租金：每月20xx元左右（教师公寓）；房屋装修：10000元左右；美甲全套工具：1000元；宣传费用：每月200元（包括网站宣传和人员宣传）

营业推广：每月300元；员工工资：每月9000—18000；预计收入：按人流量20--30人每天，每人次平均消费40元，每月收入25000--35000元左右。

**创业策划书8**

一、公司简介

丽缘婚庆公司是一家从事婚庆礼仪与商业庆典策划的服务型企业，以至真至诚，尽善尽美，引领时尚为己任，推陈出新，锐意进取，为结婚的新人们提供各类婚庆服务以及各类商业庆典筹备工作。

丽缘婚庆公司为有限责任公司，坐落于崇左市最繁华的中心地段，交通方便，环境优雅，具有能提供顾客满意的服务水平。

二、项目背景

据国家宏观调查的资料表明，农村每对新人结婚费用在2-10万元，城市大约在8-25万元。其中光婚礼消费就占全部费用的1/5-1/6。从最初结婚时简单地照一张二人合影、亲朋好友吃顿婚宴，到现在照成套的婚纱摄影、参加专业婚庆公司组织的庆典，可见国人婚庆观念已有了很大变化。而且几乎半数以上的新人将吉日选择在“五。一”、“十。一”、元旦、春节期间，这必然形成结婚高峰期。结婚人数的增多，促使了婚庆生意的日益火爆。20xx年国庆前夕，北京、上海等地婚庆公司的订单爆满，以致难以招架。如果能提供优质的服务，定会分得婚庆服务的一块蛋糕。

三、市场分析

就全国来看，自二十世纪就是年代以来，婚庆公司在国内市场做得越来越大。并牵动了婚纱摄影，美容美发，烟酒餐宴，交通旅游等众多相关产业发展。据数字统计，到20xx年我国婚宴综合消费能力将达到上千元人民币，有一定发展前景。

就崇左的婚庆市场来看，具有很大的发展机会。由于崇左是一座正在建设中的新城市，以“陆路东盟”推动经济发展，崇左目前几乎没有婚庆公司，由此来看婚庆公司在崇左明显是一块显眼的蛋糕。

四、竞争分析

优势：崇左目前没有正规化的婚庆公司，只要公司上市后树立好品牌形象，服务质量好，首先占入市场，致力于婚庆策划，引导潮流，吸引更多的消费者。

劣势：

如经营管理不善，缺乏创新管理，也可能被后起的婚庆公司超过，甚至破产。

五、企业战略

(一)总体战略

企业在五年内拥有两家分店，十年后成为婚庆行业领导者

(二)企业使命

让每一位客服感受到贴心的服务

(三)企业宗旨

你们的浪漫就是我们的快乐

(四)发展战略

1)第一到第三年，占先导入崇左市场，提高公司知名度，树立品牌形象

2)第四到第六年，提升品牌形象，增加企业资产，进一步完善和健全企业网络机构，开阔客户市场。

3)第七年至十年，全力打造崇左婚庆知名企业，占领婚庆主导地位，力争成为婚庆行业领导者。

六、市场营销

(一)目标市场

崇左市各类人群，特别是向往浪漫婚礼的90后。

(二)服务

建立完善的服务体系，为客服提供优质婚礼服务。

(三)营销战略

企业初期限量以低价打动客服，尽量避免言过其实的广告，同时建立婚庆公司网站，提高宣传力度。

七、管理体系

(一)公司性质

有限责任公司

(二)公司组织

公司性质是个独资制企业，初期组织结构简单。总经理全权负责，总经理下设人事部，财务部，策划部，营销部。

八、投资资本

在崇左目前的市场价值以及详实的策划，经考察后具体计算公司初建期预算资本50万元人民币.

成本计划：设施20万，人力15万，宣传5万，其他5万成本控制，严格按照国家有关法规法律规定，实行成本启用

九、资本需求

创业者合资资20万元人民币

向亲人借10万元人民币

向银行贷款10万元人民币

吸引风险投资10万元人民币

十、机会与风险

机遇：

1.崇左婚庆企业处于开发阶段，竞争少，客户源多。

2.市场潜力大

风险：

1.崇左市还处于建设当中，选择的地理位置是否与婚庆公司性质相符

2.实际投资超过预算

**创业策划书9**

每位顾客进人大厅，我们的店员就要齐声说出(欢迎光临xx的家)，接着按人数安排就坐，那样可以节省座位。并对顾客提醒，(你好!为了你的身体健康请先洗手)，然后用手势指引。随后递上菜单、倒茶水或姜茶及我们提供的卫生袖套，并对顾客说，为了你的袖口不被弄脏，请戴上袖套用餐。当菜品上齐后须对顾客说声(你好!你们的菜品已上齐，请慢用)。对待小朋友因要多加关心，须及时搬出我们专门为小朋友提供的安全坐椅及婴儿坐椅。还可以赠送小气球、小玩具等小礼物给小朋友，这样可以体现我们的服务更贴近温暖。

为了体现我们的温馨服务，增加真人播音提示，好象在餐厅或酒楼还没时兴吧!往往很多提示标志贴在顾客眼线看不到的地方，我个人觉得在贴提示标志的同时，增加真人播音提示会觉得更温馨，比如：尊敬的顾客中午好!很荣幸在xx的家见到您们，xx的家温馨提示：请您们在用餐的同时，不要把随身携带的财物放在餐桌上以免丢失，如有本店的服务或其他问题做的不好尽请谅解，您们所关心的是我们必做的。如果是夏天的话，增加一些夏天的生活小常识，或其他的话语。真人播音要找一个声音轻柔甜美的女员工去播，那样也许会更加体现出xx的家的品牌服务。这种的场景在百货商场可以看到。零售业可以做我们餐饮业也可以借鉴。

为了能给我们的店打造品牌为基础，将增加饭后银碎袋。顾客去餐厅就餐，结帐的时候，收银员呈上一个精美的小纸袋，上面印着“银碎”俩字，收银员说这是找您的零钱，我个人还是挺欢喜的。一个小小的银碎袋，对顾客来说并没有多大的实际作用，顶多拿回家当当针线袋，但这体现的是一种服务的态度，顾客欢喜，带来的是经营者的喜悦的心理。同时还可将地址、电话等内容印在银碎袋上，一举两得。

内在口碑宣传：

细节做到位的小吃店，不只是对顾客吃饭的地方讲究，洗手间尽管只是小吃店的附属部分，但绝不能马虎。咱们不要洗手间装潢得跟宾馆似的，但干净卫生是一定要注意的。一甁洗手液、一卷卫生纸能花多少钱呢?麦当劳、肯德基受大众欢迎，还真少不了他们洗手间里卫生纸的功劳。还是之前朋友说到的那家餐厅，在洗手间的墙上你能看到一个袋子，其中装有各色的线和缝衣服的针，这是为了客人万一遭遇裤子拉链坏了、衣服和扣子掉了等特殊情况时，可以避免尴尬。其实能用得上这些针线的几率特别小，但这样的服务，的确细致周到得让人感动。

外送特色：

购买颜色同样的车辆或拿去喷漆为同样的车辆，每辆车后面挂着同样的箱子，箱子可以设计流动提手的，车子的后面竖立一面广告幅(xx的家欢迎您或您知道xx的家在哪里吗?)

外卖单广告与标语：

在外卖菜单上印着(我们的选址虽然有点远离闹事，是因为我们想省更多的钱来回报更多的顾客，虽然来我们店就餐有点远，是因为我们想给顾客更多优惠、更多欢乐。您只要多走几步路就能体会到我们对您的爱，我们的爱比希望多。)

顾客您好!为了您的健康，我们不提供一次性餐具，我们只提供可回收的密胺餐具，每套餐具我们都经过高温消毒，请放心使用。每套餐具我们将收取5元押金，如果您不方便把餐具送回我们店里，可拨打xxxxxxxxxxx，我们将派专人上门回收，并退还你的押金，如有不便尽请谅解。

有一个充满活力的地方!完全开放的空间，自由随意的时尚。天然鲜活的植物、肆无忌惮的阳光，构成洋溢健康的环境。典雅的音乐、富于人文的海报、蜜蜂般穿梭的员工、发自心底的问候，趣味互动真钱游戏中的顾客，织成了一道靓丽的风景，或否是您我曾经幻想的地方呢?现在这样一个地方就在你身边……

宣传拉条广告：

您知道xx的家开在哪里吗?

xx的家会员每天都有优惠您知道吗?

xx的家的外卖服务很特别您知道吗?

您知道在xx的家可以体会到欢乐吗?

xx的家每个周末都有会员活动您知道吗?

xx的家的外卖餐具不是一次性的您知道吗?

您知道在xx的家可以吃到不一样的馄饨吗

员工使用：

请两班员工，一个收款，一个收桌兼洗碗，两个在厨房式窗口内操作，一个派外卖送货。收款人是老板或相任人当的，关系到打折促销问题管理。

员工要统一服装，员工聘用第一个月需留200元做服装押金，统一服装问题差不多算投资相抵，不算统一服装方面的投资。

员工基本工资为1000元到1800元，再将每月营业额的5%做员工奖金，按出勤率平均分配。

收款：2名x1200元=2400元

服务：2名x1200元=2400元

外送：2名x1000元=20xx元

后厨师傅：4名x1800元=7200元

共计：人数10名=14000元

毛利润分析：

这种小店，基本上早中晚和夜宵都能经营，日目标营业额为20xx-3000元。毛利率45%即毛利润为900元到1350元，除去员工工资加费用467元+电费30元+水费10元=507元。每天利润为393元到843元以上。年利润为14万到30万，计算误差后，算20万左右。

**创业策划书10**

一、纲要或概要

明确提出创业想法，吸引投资者眼球和注意力。要说明你的想法是一个好的想法，会为客户创造价值或带来价值增值的想法，是一个值得去实施（不是尝试）的想法。

阐明创业者将做什么事，应当较为详细地阐述创业规划。

包括下列内容：创业情况介绍；主要产品、技术或服务；市场概貌；营销策略；团队情况；资金需求情况等。

介绍创业团队时，首先要说明创业思路，新思想的形成过程，目标及发展战略。

介绍创业者本人的背景、经历、经验和特长等。创业者的素质对创业结果起着关键作用。创业者应尽量突出优点并表示自己有强烈的进取精神，经投资者留下良好的印象。

在计划概要中，创业者必须回答下列问题：产品、技术或服务的内容；市场在哪里；顾问群体有哪些；顾客有哪些需求；合伙人是谁。

还要说明自身与众不同之处，及获得成功的市场因素。

记住：概要简明扼要，生动易懂。不要展开描述，只需建立一个基本的框架即可。所需篇幅1-2页足矣。

二、创业想法

想法，是创业计划书中最重要的部分。

?明确阐述你的产品或者服务项目是什么？这个产品或者服务是否有价值？

记住：这部分没有必要具体地提出产品名称或者服务的项目名称，但需要提出怎样生产或提供这种服务。

必要时，可用对比的方法进行描述。即与目前比较知名的或有较大影响力的公司或产品或服务进行比较说明。

三、市场和行业分析

创业涉及的行业是垄断的还是开放的？

创业想法在市场上是否有效？

创业市场发展有多快？

创业行业的前景如何？

创业行业是集中的还是分散的市场？

创业的目标市场在哪里？

创业的具体目标客户群体有哪些？

创业的主要目标客户群体是哪些？

准备先从哪个行业入手？

你创业的优势和劣势分别是什么？

四、市场营销策略

?创业者开发新产品或向新市场扩展时，必须要对市场进行调查、分析和预测，最后作出判断。

?市场预测，首先要进行市场需求预测：包括市场是否有此需求；市场总规模有多大；发展前景如何；影响需求的因素有哪些。

?其次，市场预测还包括对市场竞争格局进行分析：主要竞争者有哪些；市场竞争状况如何；是否存在政策壁垒；是否存在有利于创业者产品或服务市场间空等。

五、筹资分析

创业需要多少资金？

资金的使用方向在哪里（不需具体）？

资金的用途结构有哪些（应当具体）？

什么时候用钱？

六、困难和应对策略

任何创业者在创业过程中都会遇到困难。只是困难的类别、大小和影响不同而已。

任何创业者都应当有直面困难的心理准备，树立“必须”克服困难的信心。

要根据调查分析得出的结论，制定不同的对策措施。

制定对策措施时，要尽可能地考虑全面，将各种可能的措施都考虑进去。同时，还应留有余地。准备多套应对方案。

**创业策划书11**

1、执行摘要：

包括：公司介绍；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；管理者及其组织；财务计划；资金需求状况等基本情况。（尽量简明、生动，特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素，一般为2-3页纸）

（1）企业所处的行业，企业经营的性质和范围；

（2）企业主要产品的内容；

（3）企业的市场在那里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求；

（4）企业的合伙人、投资人是谁；

（5）企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

2、公司概况：

这一部分介绍公司的宗旨和目标、企业文化、公司治理结构、长远发展规划和经营策略。应该具体到各部门、岗位职责、甚至成立初期的员工人数。

3、产品或服务：

也称赢利模式，介绍本公司产品和服务的性能、技术特点、典型客户、盈利能力等的陈述，以及未来产品研发计划的介绍，提供有关的专利、著作权、政府批文、鉴定材料等，这个方面一定要体现出自己产品或服务的核心竞争力。

4、战略规划与实施计划：

拥有了优质的产品和良好的市场机遇，还需要一个切实可行的实施计划来配合，才能保证最后的成功。在这一部分内容中，我们要着力举证为了实现战略目标而在人员团队、资金、资源、渠道、合作各方面的配置。制定的实施计划要与计划书中其他章节保持一致性。例如，产品计划与产品服务中的未来研发一致，资金配置与资金使用计划一致，人员配置与人力资源规划一致等。

5、市场竞争分析：

又称市场环境分析，在市场竞争部分，重点分析市场整体发展趋势、细分市场的容量、未来增长估计、主要的影响因素等。竞争分析主要包括主要竞争对手的优劣势分析和自身的KSF分析等内容（可以利用SWOT分析）。对于市场容量的估算、未来增长的预测的数据最好是来源于中立第三方的调查或研究报告，避免自行估计（有条件可以做市场调查）。来研究战胜对手的方法和策略。

6、市场营销战略与策略：

对目标市场及客户分类，并针对每个细分的目标市场，列出相应的营销计划方案，以确定保持并提高本公司产品或服务的市场占有率。（对于成立初的企业来说营销战略和策略的分析是很有必要的）（与第4点结合）。

7、管理团队：

对公司的领导阶层的重要人物进行详细介绍，包括他们的职务、工作经验、能力、专长、受教育的程度等；并简要列出本公司所有员工，包括兼职人员的人数，大体进行概况分类；确定职务空缺。风险投资家对于人的因素在整个项目中的作用看得至关重要。

8、财务预测与融资方案：

介绍公司目前的营业收入、成本费用、现金流量等，预测5年之后的财务报表情况，计划好投资退出模式，是公开...上市、股票收购、出售，还是兼并或合并等。（一定要真实、可行性强，切记TVC经验丰富，并不是傻子）。

9、投资收回：

又称风险规避：总结公司的收入来源，预测一段时间内的收入增长情况，这是能否获得VC支持的关键，任何一个商人的目的都在于赢利。

10、附录：

支持上述信息的材料：管理层简历、销售手册、产品或服务图纸等。

通过以上总结，不难看出公司策划书的重点是：产品（服务）的独特性、详尽的市场分析和竞争分析、现实的财务预算、明确的投资回收方式（风险）、精干的管理队伍，只有以上五个要点，才能吸引住VC的眼球！给天使投资看的商业计划书怎么写？

**创业策划书12**

一、市场分析

长期以来，国内居民因生活水平较低，对以“厨房”和“卫生间”为主要服务对象的小家电消费很少。据统计，目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种，而欧美国家这一统计数字高达37种。据统计，每年国内有至少260万住户搬入新家，随着人们生活水平提高，对“厨房”和“卫生间”的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。今后2至3年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破30%。

对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种。目前全国生产浴霸的企业为376家，20xx年国内销量估计为400万台，20xx年为550万台，20xx年达到700万台，销售额超过10亿元。在城市居民家庭中，浴霸拥有率不到15%（20xx年），国内消费者对浴霸认同度达82%，市场空间巨大。

浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中杭州奥普浴霸20xx年销售额为亿元，市场分额第一。目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江，广东一带，但其中小厂居多，多为仿制或OEM，自主研发能力不强。

我国长江流域地区，大多住宅没有暖气，冬季洗澡取暖一直是个大问题。虽然有浴霸和暖风机，但人们更期待一种简便，有效的取暖器具。根据我的调查，人们对本产品的印象还是不错的，市场潜力巨大。

比照浴霸和暖风机市场，本产品销售市场至少在亿元以上。

我们完全可以借助专利技术优势，迅速占领浴室取暖设备市场，建立自己的品牌和销售网络。

（以上数据来源于《消费日报》，中国家用电器协会）

二、我们的目标

我们的目标是，在20xx年制出样品进入市场，发展地市级以上代理商家，销售额在x万元以上，20xx年达到万销售额，20xx年达到2万销售额，利润率保持在。

三、资金使用

由于本产品以前市场上从未有过，所以初期样品试制，模具开发等费用投入较大，估计在x万元；

各种认证，许可证，商标xx万元；

公司组建，购买相关办公用品，人员招募，公司网站等：xx万元；房租水电费，人员工资（半年）：xx万元；参加展会，广告费：xx万元；

小批量生产成本（5000件）：xx万元；

周转资金：xx万元。合计：xx万元。

四、产品成本及盈利分析

为节省费用，降低投资风险，先期的小批量生产以委外加工为主，暂不购买生产设备。本产品主要包括：桶体，盖子，加热盘，漏电保护器，防干烧保护器，开关，蒸汽调解板，底座，密封圈。其中加热盘7—8元，漏电保护器xx元，防干烧保护器xx元，开关xx元，其余为塑料件，价格xx元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在xx元以下。

批发价暂定为xx元，每个毛利为xx元，估计两年能收回投资并稍有盈利。（以上数据是调查的零配件经销商，还有向下浮动的可能）

五、销售前景

目前市场上还没有同类产品，产品销售压力较小。建议利用各地电器批发商现成的销售网络，进行代理销售。目前已与多家商家联系过，初步达成销售意向

六、合作方案

本专利项目是非职务发明，专利权为个人所有。具体合作方式由双方协商议定。

七、原材料供应方案可外协生产，无特殊要求。

八、本项目的未来

由于本产品制造简便，门槛不高，难免被人仿造。除了加强打假力度之外，不断升级产品也是拓展市场的必要手段。目前，已开发了两款样品，准备在明年继续推出3—5款新品，随着产品的升级换代，我们必能牢牢站稳市场。

**创业策划书13**

一、宣传背景：

当代社会是一个物欲横流信息发达的社会，各行各业的竞争越来越激烈，有效的宣传不仅能够提高商家产品的知名度，稳定消费人群，而且还可吸引更多新顾客，扩大消费市场。同时商家在大学宣传具有成本低、效果好、信用高等特点。

二、协会简介：

奋斗者创业协会是在武汉工业学院工商学院院团委领导下由在校学生组成的学生课余活动组织。经过几年的发展，协会本届会员已超过160人，形成了完善的组织结构体系，是一个奋发活跃的集体，协会本着“创造、创新、创业”的理念，在学校举办过一系列活动，具有很强的影响力。经过集体培训到实践，协会很多成员都积极进取，具备熟练的宣传技巧，能吃苦耐劳，有较强的团队合作精神和集体责任感。我协会本着诚信、积极的态度认真完成商家交付的宣传任务！

三、协会部分活动：

1、会刊制作；

2、举办讲座；

3、社团联谊、联欢；

4、创业大赛；

5、会员培训；

6、兼职工作；

7、协会社庆；

8、集体游玩；……

四、宣传方式：

1、拉横幅；

2、发传单；

3、张贴海报；

4、将座宣传；

5、会刊宣传；

6、广播选传；

7、拉动消费群体；等等。

备注：

（1）横幅、宣传单、海报等由商家提供，我协会人员负责宣传；

（2）我协会每月不定期会有讲座活动，在活动期间宣传具有良好的效果；

（3）如果商家还有其他好的想法和宣传要求，可与我协会积极交流；

（4）一切宣传工作都遵守学校的规章制度。

五、宣传时间：

宣传时间根据具体活动情况而定。与商家的合作关系时间尽量维持旷日持久的合作伙伴关系，具体的合作时间长短根据双方的诚意与效果而定。

六、注意事项：

1、建议商家推出一系列优惠活动，以便吸引顾客；

2、宣传期间商家可以随从观察监督，如有问题及时解决；

3、望通过此次合作能使商家的业绩能更上一层楼，希望能合作愉快，并期待与您下次合作！

**创业策划书14**

一、企业概况

主要经营范围：自然甲修护手绘甲水晶甲贴片甲手足护理光疗甲彩绘企业类型：零售、服务、新型产业。

二、创业计划作者的个人情况

xx。

三、市场前景

市场容量或本企业预计市场占有率：随着美甲行业在国内的发展日趋成熟，美甲行业的发展规模将从起步阶段的市场拓展层面，逐渐扩大到社会影响层面和人文关怀的生活层面。极具活力的流行文化和时尚氛围，为美甲业规模发展提供了广阔的发展前景。

市场容量的变化趋势：美甲行业进入中国，从概念普及、行业成型到市场不断扩大不过十年，但随着中国经济的快速发展，消费观念的更新，从成熟的国外市场发展经验来看，中国的美甲行业将进入高速发展的阶段。美甲行业蕴涵巨大的利润空间，据专业调查机构报告显示，我国美甲市场每年以300%左右的增长率迅猛发展。我国具有庞大的消费人群。美甲行业已成为最具前景的投资项目。

与竞争对手的主要优势：具有一定技术娴熟的美甲团队。相对于竞争对手的主要优势：美甲材料及器材质量好，有固定的材料供应商，服务热情周到、态度好、地理位置优越，有大量的客源。

四、市场营销计划

1、选择该地址的主要原因：因为该处是繁华的商业区，来此购物的时尚人士很多，客流量大，女士尤其多，她们逛街累了，可以做指甲。

2、销售方式：将把产品或服务销售或提供给最终消费者；零售商；批发商；

3、选择该销售方式的原因：因为美甲这种店，是现场做的所以只能直接面向最终消费者。

五、企业组织结构

企业将登记注册成：个体工商户企业。

名称：xx。

类型预计费用个体工商营业执照xx元企业的法律责任（保险，员工的薪酬、纳税）：种类预计费用个人所得税xx元/年，城市维护建设税xx元/年。

**创业策划书15**

一、企业概况

主要经营范围：婚礼策划、婚纱摄影、庆典礼仪、周年纪念、生日聚会等。

企业类型：服务

生产制造零售批发服务农业

新型产业传统产业其他

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）

大学期间，经常关注婚庆方面的知识。看过许多关于婚庆的书籍，也看过许多其他婚庆公司举办的婚礼。大学毕业去多家婚庆公司去做兼职，时机成熟后和同学创办一个属于自己的婚庆公司。

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）在大学期间，全校性选修课——大学生创业经过教授级老师的指导。

对婚庆事业有着浓厚的兴趣与热爱。经常关注婚庆方面的知识。又曾去过多家婚庆公司做过兼职。

三、市场评估

目标客户描述：

公司客户主要的对象是88后的年轻情侣们以及最求时尚潮流形式婚礼的中老年夫妻。现在的年轻情侣们受到西方文化的影响，许多人都期待有一个能让他们回味一辈子的婚礼，同时现在的情侣们对于婚礼可谓是一掷千金，消费很高。

市场的容量或本企业预计市场占有率：

在海口，婚庆公司有不少，但是都有一个共同的特点：规模小。而海口的婚庆市场却很大，这些公司无法包揽全部的婚庆策划。因此，本企业初步预计在市场的占有率可以在10%以上，等以后企业规模扩大后再抢占更大的市场份额。

市场容量的变化趋势：

奎年来，中国结婚人数逐年上涨，而因婚礼带动的消费也逐年递增。我国每年在婚礼方面的消费总额大约为3000亿元。市场正逐年增长，相对的，我国的婚庆服务公司的增长幅度却很小，大多数婚庆公司规模小，无法满足市场的需求。

竞争对手的主要优势：

1，有相对稳定的客源

2，有一定的管理和运作经验

3，在一定的区域内有一定的知名度

4，有相对健全的公司制度

竞争对手的主要劣势：

1、市场占有率难以提高

2、公司员工缺乏活跃的思维和动力

3、产品形式固定、

4、单一的服务内容

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1、公司员工是90后的大学生，有活力，有干劲，敢于拼搏

2、思维方式符合现今情侣们的审美观点，能跟得上时代的步伐、

3、服务内容多样化：礼仪庆典，商业演出，开业庆典，周年庆典，剪彩仪式，开工仪式。开幕仪式，奠基仪式，入住仪式，楼盘开幕。

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1，由于公司成立不久，资金来源不稳定，举办的婚礼次数少，很多地方经验不足。对于婚礼策划准备的不是很充分。

2、没有稳定的合作伙伴。

3、没有完备的婚礼用品，只能通过与别人合作。

4、都是一些毕业不久的大学生，缺乏一定的工作经验。

四、市场营销计划

（1）选择该地址的主要原因：

选择本地，是因为明珠广场人流量高，交通发达，经济发达，是商业中心。贴近市场，吸引顾客。且明珠广场有一家很大的婚纱店——巴黎婚纱店！我们可以和他们合作。

（2）分销方式（选择一项打√）

产品将卖给：最终消费者零售商批发商

（3）选择该分销方式的原因：

五、企业组织结构

企业将注册成：合伙团体

拟议的公司名称：海口今世姻缘婚庆公司

公司主要负责人职责分工：

李国颖：负责公司策划及制作安排、公司发展规划。

陈园园：负责人事管理及总体协调，负责日常事务处理，负责客户服务。

筐柱：负责业务处理，负责资源管理及协调，负责市场联络、市场开拓及财务管理，负责宣传工作。

公司将获得的经营执照、许可证和特许：

类型：有限责任公司

费用预测：5000元

公司的法律责任（保险、员工的薪酬、纳税）

1、工资。根据当地最低工资标准，在这之上确定每个员工工资。每人每月至少1200元。

2、保险。在工资之外，五险一金由企业承担的部分，占每个职工工资总额的45%左右。如果员工工资每月1200元，五险一金是540元。

3、税收。

（1）营业税。服务业税率是5%；

（2）城建税、教育附加。按营业税7%交城建税，按营业税3%交教育费附加，总计营业额的0.5%左右；

（3）所得税。税率是利润的25%。

合伙（合作）人与合伙（合作）协议：

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