# syb创业计划书完整版 syb创业计划书(优质12篇)

作者：深秋的回忆 更新时间：2024-03-31

*人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。syb创业计划书完整版篇一(一)*

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**syb创业计划书完整版篇一**

(一) 公司介绍

详细介绍公司背景、规模、团队、资本构成

1. 主要股东

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系人 联系电话

2. 团队介绍

对每个核心团队成员在技术、运营或管理方面的经验和成功经历进行介绍

3. 组织结构

4. 员工情况

(二) 经营财务历史

(三) 外部公共关系

战略支持、合作伙伴等

(四) 公司经营战略

近期及未来3-5年的发展方向、发展战略和要实现的目标

(一) 涂料厂产品、服务介绍

(二) 涂料厂核心竞争力或技术优势

(三) 涂料厂产品专利和注册商标

(一) 行业情况

涂料厂行业发展历史及趋势，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制

(二) 市场潜力

对涂料厂市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析

(三) 行业竞争分析

主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括性能、价格、服务等方面

(四) 收入(盈利)模式

业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润

(五) 市场规划

公司未来3-5年的销售收入预测(融资不成功情况下)

(一) 涂料厂目标市场分析

(二) 涂料厂客户行为分析

(三) 涂料厂营销业务计划

(1)建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略

(2)广告、促销方面的策略

(3)产品/服务的定价策略

(4)对销售队伍采取的激励机制

(四) 涂料厂服务质量控制

请提供如下财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年涂料厂项目资产负债表

未来3-5年涂料厂项目现金流量表

未来3-5年损益表

(一) 融资方式

(二) 资金用途

(三) 退出方式

**syb创业计划书完整版篇二**

特产超市将分为两层，一楼拥有十个摆放各地特产的货架，尽量囊括各地的绿色特产让你一次吃便天下。我们还设有地方特产饰品专柜。二楼是为你提供休闲的特产现做吧台供应现做新鲜特产和各地特色饮品，这是我们超市的特色，集休闲和购物于一身。让你在享受中度过购物的旅程。

超市的管理将由我们自己负责，我们都有自己的专业知识，各个专业的人才优势让我们不需要依靠别人。只有自己的超市才会全心全意地为他服务。这就是我们莫大的优势。所有人都会自觉地为超市的发展及时地提出方案。 超市还将严格把好质量关，保证同学们的食品安全。为此我们将建立一套自己的产品进货体系。1;只和有信誉的商家合作，签订诚信协议。2:检货部实行责任制。我们将确保所有产品的质量优等。

超市的投资将由我们几个创建者分担，实行股份制，并利用国家对大学生创业的优惠政策，进行银行贷款。并随着超市的发展开展其它融资方式。当我们始终坚持由我们自主管理自主经营。3、我们的理念： 享受美味。享受文化。文化融合。文化发扬4、我们的口号： 轻松吃遍天下，特色百味任你选5、我们的目标： 建成具有文化特色的特产超市，以先进的经营理念，把特产超市变成同学们的“家”.让同学们更好地了解其他地方的文化，传播各地方的文化特色， 促进全国各省市地区的文化交流，让中国的传统文化在大学生中发扬光大。同时希望超市的发展可以为更多的同学提供兼职工作。我们的长远规划是在5年后可以发展成为连锁超市。

公司性质：

组织结构：公司初期及中期采取直线制组织形式，组织结构图如下：

部门职能：

总经理：负责公司全面工作。负责超市的发展规划、系统分析，制定和实施发展策略;推动各项管理规章、制度的建设和完善;定期对公司运营情况作效益分析和评估;对各部门工作进行整体协调、安排部署及最终审核;协调激励各部门的工作;设计一套适合公司的人员规划方案(与公司的发展方向及顾客流量相符的方案)设计合理的工资制度。

秘书部：负责人员招聘、选拔、培训及考核;负责拟订并组织实施超市工作制度;负责各项公文的督办，公文档案(特产的相关资料、会员信息系统)管理、文印等工作;负责库存管理(超市将建立一个入库、出库的管理系统);处理顾客的投诉，处理超市出现的一些应急情况。负责员工工资的统计发放工作;对日常财务收支进行监督管理。

营销部：负责市场调研工作，了解市场动态，建立健全信息采集渠道，据此做出合理的市场推广策略;负责公司的各项宣传工作，对外树立特产超市的形象，搜集消费者的意见，适时做出相应的营销策略。

采购质检部：根据超市内部制定的质量管理制度及我们特有的产品进货体系，负责货物的采购，与供应商的联系，质量检测的工作;负责入库管理，仓库的货物的定期质量检测。

财务部：制定特产店的财务管理制度，并组织实施;负责日常经营活动会计登记工作，配合市场部制定各项投资财务计划，对财务进行预结算并制定各种相关财务报表;对特产店的各项投资做出正确的风险分析，参与制定店的总体发展战略。

市场环境的分析是产品进一步开拓市场的首要工作。只有，市场环境分析正确了，才能做出正确的产品策略和战略，才能取得成功。市场环境又分为微观环境和宏观环境。

宏观环境分析：

1、经济环境：

a、市场背景：(1)、据估计现在在杭州就读的大学生大约有89万，而每逢节假日回家会购买土特产的人口比例达50%以上。(2)、杭州作为风景秀丽的文化古都，每年来杭旅游的人数也越来越多。(3)、来自五湖四海的学子，对不同地域的特产自然是有着强烈的好奇心和购买欲。

b、市场环境分析：(1)、现在市场上的特产销售特别混乱，如没有厂名厂址的三无产品，包装低劣、档次不够，假冒现象严重、管理不规范，价格、回扣的现象也很严重。因此消费者对特产的印象不是很好。(2)、很多正宗特产企业现在基本形成了区域品牌，由于地区保护和管理的复杂性，特产的价格一般较高，作为在校大学生，并没有足够的经济能力购买过度包装的高价产品。

c、商业机会：较少的特产专卖店和大型购物商场形成了特产专卖的垄断，而我们的企业主要面向的消费人群是在校大学生，所以产品价格合理。这就造就了我们特产专卖店的生存和潜力。

d、市场潜力：(1)、现在在校大学生人数逐年增多，并且总体的消费水平也不断提高。(2)、下沙高教园区特产专卖店较少。

e、消费结构：恩格尔系数降低到37.3%,这反映国民生活水平的大大的提高了，大学生的月平均生活费也有所增加。本次调查结果显示，虽然消费者家庭饮食支出占消费总支出的比重降低了，但其饮食的总消费量是增加的，而且人们越来越追求绿色健康食品。

f、人口文化教育情况：在校大学生是接受过高等教育的，他们的文化素质高于一般民众，他们对产品的质量及品牌有着比较明确的追求。他们对环保有着比较深的认识。

2、政治环境：政府支持大学生自主创业，提供了一系列优惠政策。

(1)免收个体户工商注册费

(2)免收税务登记证木工费

(3)免收民办非企业单位登记费

(4)免收劳动合同签证费

3、技术环境

科学技术发展。在这个高速信息时代，我国的农产品加工技术和农产品的养殖技术在不断的发展。这就使得我们企业的未来发展奠定了基础。农产品的加工技术使得我们企业产品的统一化和品牌化走的更顺，我们致力于建立一家适合高教园区特点的特产专卖企业。

4、自然环境

杭州经济高速发展，交通条件也不断地改善，高速网遍布杭州各个地区。这就使得我们企业能够为消费者提供来自全国各地的各种各样的特色农产品。

微观环境分析：“7+1”特产专卖店简介：以打造“优质农家特产专卖”第一品牌为目标，是以经营各地各种各类农村特产专营性质的商业店铺，重质量，守信誉，价格实惠，我店还将以独特的经验方式和完善的管理体系发展连锁经营，以100%农家土特产为主打产品，并以收取各地农家特产精华，以原汁原味的产品，精益求精的质量，令人心动的价格，将农家特色优质产品在店内一一展现，让你只需走进店内， 即有一种乡音扑面而来，您可以饥渴尝尽各种正中的农家美味，感受其间淳朴乡风。

不断总结发展经验，根据市场变化和消费者需求的变化制定经营战略;合理调配人手，加强专业人员培训，以更好的服务态度弥补其他方面的不足。

不断扩大产业规模，增强自身竞争力;以创新性的发展构想吸引更多投资商的青睐;从各个层次消费者的需求着手，不断扩大客源;发展到一定规模之后，可以建设自己的产品基地以及运输团队。

不断总结发展经验，根据市场变化和消费者需求的变化制定经营战略;合理调配人手，加强专业人员培训，以更好的服务态度弥补其他方面的不足。 不断扩大产业规模，增强自身竞争力;以创新性的发展构想吸引更多投资商的青睐;从各个层次消费者的需求着手，不断扩大客源;发展到一定规模之后，可以建设自己的产品基地以及运输团队。

竞争分析就是对现有的.竞争者和潜在的竞争者进行分析，对这些竞争者的优势和劣势进行分析，从而得出我们产品的竞争优势在哪里，从而做出有效的竞争策略。

1、直接竞争者

目前下沙各高校周围专营特产销售的店铺相对较少，但零散的竞争者的威胁却不容小觑。它们主要是指网上经营的各地特产销售店，以及一些大中型百货超市中的特产销售。

(1)网上特产销售店。

目前淘宝网上经营特产销售的网上商店数量超过百家，还有快速增长的趋势。这些商店倚靠各种有利资源：如靠近产品生产地，自己本身就拥有制造产品的工厂，商店为某农特产公司的网上特许经营等等。它们的产品与我公司的产品较为接近，从长期看是我公司的主要竞争对手。

(2)大中型百货超市。

下沙高教园区有着物美、都尚、联华等大型百货超市。这些超市实力强大，经营规模庞大，销售渠道完善，营销能力强，广告投入巨大，拥有一整套比较完善的产业链，更具有较为完善的质量管理体系。中型的百货超市分散存在于各高校的附近地区，与大型超市相比它们规模较小，一般处于2、3级市场，但是同样拥有较为完善的经营理念和客源基础。它们的共同不足是经营泛而不精，是我们的次要竞争对手。

(3) 目前市场上还没有一家专营各地特产销售的商店具有品牌效益，说明在下沙地区此行业正处于启蒙起步阶段。

2、潜在竞争者

特产经营分散，进入门槛低，所以部分副食品零售行业都有可能是我们的潜在竞争对手。

3、竞争者分析：

名称

strength

优势

weakness

劣势

网上土特产商店

1. 经营成本低，经营灵活。

2. 新兴渠道，购买方便。

3. 占有地利等资源优势。

4. 价格相对实体店要便宜些。

1. 种类不全，特色性不够。

2. 顾客无法接触到实体，对质量安全存在顾虑。

3. 网络购物存在风险。

4. 难以形成规模企业。

大中型百货超市

1. 管理规范，资本雄厚。

2. 全国连锁，地理优越。

3. 价格适中，消费者从属从众购买力强。

4. 营销、广告投入大，具有品牌效益。

1. 规模庞大，应变能力弱。

2. 产品杂而不精。

3. 经营成本、经营风险高。

4. 本地特产居多，产品种类不够丰富。

4、竞争战略：

(1)竞争性营销策略为：通过提供最多种类最优质量最高性价比的产品为顾客提供最大的便利。

(2)战略定位为：为顾客提供最大的满意度。

(3)顾客价值简略分析：

5、采取的基本竞争性战略为：

(1)差异化战略：所谓差异化就是要差别与市场是大部分的产品，如果与其他产品基本同质，那就毫无特色可言。公司真正的核心“特色”也无法成为卖点，最终公司也难逃被淘汰的命运。所以我们将在产品的选择上下足功夫，首先在产品上寻求支撑点，寻求特色。我们售卖的产品将以来自各地最具特色及拥有较多好评的特产为最主要的产品来源。在经营销售的同时，我们也会根据市场走向及顾客的偏好程度来及时调整进货类别与方式。

(2) 文化、体验营销战略：下沙各大高校的大学生来自全国各省市各地区。每个地区的特色产品各有不同。通过销售各地区的特产可以满足不同地区学生的需求，并且为学生增加了体验别的地区不一样的饮食风格的机会。可以从部分学生怀念家乡小吃特产这一理念出发，满足更多顾客的需求的同时赢取更多客源。

1、商品介绍

特产超市的产品当然是全国各地有名的特产，如桂林特产(桂林腐竹、桂林酥糖) 、河南特产(新郑红枣) 、新疆特产(乌梅)湖南特产，江西特产，甘肃特产等。我们将会以高质量的产品奉献给顾客。

超市将会有自己的包装袋，申请自己的商标，保证令顾客买的放心，吃的舒心。

2、特产的目标市场分析

目标市场定位--大学城内的学生

此次我们针对特产超市的建立做了一次市场调查，在大学城10所高校派发问卷，并在网上做调查。多数的大学生表示如果有大学城特产的话，会专门去购买，并推荐朋友去。从问卷调查中可见该市场需求量大，而且市场潜力大。

3、特产营销机会和对策分析

(1)价格

在问卷中我们也对定价做了调查，多数学生表示每次的消费将会在30元左右，所我们的价格定位将会充分考虑到学生的消费能力，以合理的收费标准吸引顾客。还会采用会员制与普通制两种经营模式，价格适中，除了为会员提供超值服务外，普通消费者同样能享受到物美价廉的服务。

(2)销售渠道

销售渠道拟定有二种：超市内销售，送货上门服务。一次性消费满一定金额就可申请成为我们的会员，会员凭借会员卡以后消费将享受会员价。具体消费金额是多少才能成为我们的会员会视具体情况而定。

(3)推广策略

1.开业初期打折扣。新店开张，顾客都不了解我们是做什么生意的，而且对我们的东西不了解不熟悉，因此我们推出打折扣，可以让顾客进一步了解我们的店，如果顾客觉得好吃而且很有意思，以后也会常来光顾我们。

2.优惠券发放。因为我们所针对的消费主体是学生，趁我们新店刚开张，我们去周围学校附近进行发放优惠券来吸引学生们的光临。

3.发放广告单。我们可以派人道学校周围进行发放广告单，让顾客知道新开了一家“特产超市”,在广告单中宣传超市的特色。

4.节日促销活动。我们针对以下节日进行促销活动--元旦、情人节、劳动节、七夕情人节、教师节，中秋节、国庆节、圣诞节。

5.特价时段。在顾客流量少的时段实行部分商品特价，吸引新老顾客的光临。

6.对消费满一定数额的消费者，会有一些地方特色的饰品赠送。

年 度

1

2

3

4

5

预计销量

8000

12000

15000

18000

20000

预计平均售价

10

10

10

10

10

销售收入

80000

120000

150000

180000

200000

**syb创业计划书完整版篇三**

随着生活水平的提高，人们对吃的方面健康要求越来越提高。

项目名称：果园生态养鸡

经营范围：土鸡、土鸡蛋

项目负责人：董立伟

员工人数：3

项目投资：50万元

场地选择：果园林地

项目背景：

在镇党委组织部创新创业的不断引导与鼓励和正确领导和悉心指导下，我们充分发挥自身的经验优势，结合当地实情，引导广大农民积极创业增收，创建果园养鸡立体养殖中心。

1、市场需求分析

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5000只土鸡，需鸡苗、饲料、防疫费等生产成本4.5万元，其产出土鸡、土鸡蛋收入为40万元，除去成本，获利35.5万元。因此，具有较好的经济效益。

社会效益分析：果园无公害食品是当今社会人们在吃食方面所想往的，果园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，果园间放养土鸡有利于提高土壤肥力和害虫防疫，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。

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10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，利用土鸡粪便发展果园，经济林木。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。

1、薪资预算

雇员3人，饲养员2名，每人月薪2000元，技术员1名，月薪3000元，共计84000元/年。

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：11.25元

(2)办公、饲料间：60000元

(3)运输车一辆：100000元

(5)网子，料罐，油费等其他杂费3000元

1.45万，鸡场总投入为3.55万，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

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—雇员相结合的模式。

1、营销策略

大户与散户相结合，组建专业合作社，增加商品产量，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)人员推销：直接推销。

(6)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2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。

**syb创业计划书完整版篇四**

目前，宠物药市场蕴含着巨大商机，原有生产兽药的厂家可以考虑往宠物药市场发展。主要表现在以下三个方面：

1、开发能治疗多种疾病的复方宠物药，特别是可外用、可口服、可注射的多用药。这类药物不需太大投入，只需将治病基理相近的几种药物组方即可。

2、生产适合宠物用的小剂量药物。许多针对大型动物的大剂量药和人用药对治疗宠物疾病疗效确切，只需改进包装，调整剂量即可。

3、兽药与宠物药有一定的关联性，加强对兽药的基础研究，筛选后用作宠物药。尤其是在针对宠物体内外寄生虫病的制剂、新型抗菌药物或各种饲料添加剂等方面加大研究力度。宠物美容用具未被关注的市场。

二、服务介绍

1、宠物美容。

2、宠物医疗。

3、经营宠物服装。

4、宠物日用品。

5、宠物摄影等。

三、营销策略

众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的根本，没有市场便没有企业的生存，没有市场的发展便没有企业的发展syb大学生宠物店创业计划书syb大学生宠物店创业计划书。

最近几年的宠物市场越来越热，我们身边的宠物食品、用品店，宠物美容店在几年之内增加了很多，超市里与宠物食品、宠物用品有关的产品也由原来的一个货架，扩展成为一排货架，小区周围的小型超市也增加了宠物食品、用品的货架，各大主流网站也开辟了宠物论坛，到处可以了解到关于宠物的各种信息，宠物成了居民生活中的一部分，宠物市场进入了一个蓬勃发展的时期。

根据市场营销策略来看，宠物企业在市场中谋发展，不仅要善于发现和了解客户需求，而且要尽一切可能从产品质量、销售渠道、价格、促销方面来寻找和简历一个实现这一要求的可控体系。企业要想在激烈的市场竞争中取得成功，产品质量是第一要素，提高、把握产品质量是重中之重，在保证好产品质量的同事要根据市场动向，制定合理的价格，进行准确的价格定位。

四、成本预算及盈利状况

1、成本预算

大学生创业开家宠物店，首先要拿出1万元左右，参加培训一个月左右并拿到“宠物美容师”资格证。除啦营养品跟上，还应该有专门的美容项目，所以，还应该拿出1万元投资宠物美容设施：洗澡池、一把电剪（20xx元左右）和五个刀头（1000元）、三四把美容剪（20xx元）、吹水机、电吹风、热水器等。两万元用于进货，在宠物用品所涉及的吃、洗、玩、住等地方，1万元购置包含营养品在内的食品，5000元购置洗浴用品、5000元配些其他种类货品。店铺装修、货架等也得1万元。

2、盈利状况

利润率：按照规律，投资宠物店，半年之内不会盈利。食品、用品类毛利润在20%左右，美容在60%左右。按照房租20xx元/月，每月营业收入超过5000元，就可保本。两年内就能赚回本金。

五、选址

据介绍，宠物店选址的选择是开店经营中灵活性最差的因素，需要考虑多种因素，包含周边人群的规模和特点、宠物的数量情况、同行竞争情况、交通的便利性、附近商家的特点、房产成本（租金成本）、合同期限、人口变动趋势及有关的法律法规等。

六、风险回避

尽管宠物美容这一行业前景看好，但也同样存在风险，店员难招是这一行的大难题。宠物美容师与一般的美容师不同，不仅有专业要求，而且工作非常繁琐，还经常会被宠物咬伤、抓伤。一般人会以为，给宠物犬美容就是修剪修剪，梳理清洗一下毛发。事实上，宠物美容师的工作并没有看起来那么简单。给宠物犬美容，通常要一个小时以上，碰上不怎么听话的宠物犬则需要更长的时间。由于活儿脏累，这就使得这一行业的店员招聘比其它行业困难很多。

七、融资计划

（一）融资方式

详细说明未来阶段性的发展需要投入多少资金，公司能提供多少，需要投资多少。融资金额、参股比例、融资期限。

（二）资金用途

（三）退出方式

文档为doc格式

-->

-->[\_TAG\_h3]syb创业计划书完整版篇五

1、封口机

(卖炊具机械、封口设备的店里有卖)带有计数器，你每封一下口，计数器都会记一下数，无论电源有没有接通，是一种机械计数。其他不带计数器的更便宜一点。封口机选购时要注意，找个杯子封一下试试，把温度调到170度左右，按下大约一秒多钟，取出看有没有封住;再稍微用力捏一下，看封得结实不结实，有没有封得不结实的地方，有漏气的小孔。再要注意看封口膜切得是否整齐，有没有没切断，而是拽断的地方，也就是看上下模平不平，齿刀锋不锋利。

2、封口膜

(卖封口机的地方一般会附带销售)选购时要注意，封口膜不能太厚，太厚了容易封不住，而且插吸管的时候会很难插破，用力过猛，要么把吸管插坏，要么把奶茶掉到地上，要么一不小心把杯子插破。从用料方面考虑，太厚的一般都不是什么好料，会很脆，一插就会裂一道大口子。

3、杯子

4、吸管

西贝乐牌的比较好。不管是材料还是运行时间等，都比九阳等乱七八糟的牌子要好一点，价钱也不贵，这个没啥多说的，最好到大商场里买，售后服务比较好。

6、饮水机

为了节约成本，我们可以选购台式的。由于饮水机的主要部件就是一个加热器，所以我们没必要买什么名牌的，只要注意内胆是不锈钢的，一次盛水不要太少就行。冬天的时候需要的热水多，我自己动手做了一个另外的设备来解决。

7、容器

糖、奶茶粉、奶精、珍珠等，都需要合适的容器来盛，这些东西可以按自己的喜好来购买，不过要注意的是，这些容器都要有盖子，其一这样比较卫生，其二，热天、下雨天，原料都容易结块或融化，不用时及时盖上盖子会好一些，像保鲜盒、调料盒等都是不错的选择。

二、奶茶店选址

奶茶是一种快速消费的休闲饮品，完全是一种可有可无的东西，因此，如果如果选址不好，那就没有人会“不远万里”的跑去专门喝你一杯奶茶，繁华地段是最佳选择。这是毋需考虑的事情，但繁华地段的高成本却是我不得不考虑的，在简单的考察了县城的繁华地段后，我只好放弃了这个想法，每年四五万元的房租、转让费，让我一点脾气也没有，于是，只好找次一点的地方。

一天晚上，我和女友出来转的时候，在实验二小学附近发现了一间小房子在出租，第二天一谈，房租不贵，我就回去考虑了一下：试验二小加上边上还有一个幼儿园，大约有三千多学生，而且在这里上学的学生，家长大多是机关单位上班的，学生手里有钱，家长也不在乎;这里离最繁华的路段只隔着一条街，逛街的年轻人应该会走过一部分来;还有一点，这条路是去山上公园的两条路之一。这里的缺点是：学生是主要的消费群体，而学生手里的钱并不是很多，而且学生花钱的方面很多，吃的、喝的、用的、玩的等等，都从那几个零花钱里出;学生每个周休息两天、每年有两个假期，这些假期里，生意会差好多。但是总的说来，还是不错的，于是基本上我就确定了这个地方。

现在看来，在学校周围开店要注意如下几点：

1、不能离学校太近，五十米左右，也不能太远，尤其不能跨过岔路口。因为离太近的话，学生刚出校门，还没想到要去买东西吃，或者想买，人太多，老师还在附近，老师都是教育小学生不要乱花钱的;而太远的话，可能已经被家长接上车一溜烟的回家了。而五十米左右的地方，人最多，车子很难走，学生没事坐在车上，就会想买好吃的，而家长感觉反正一时也走不出去，让孩子先去买杯奶茶喝着，或者买点零食吃着也挺好。

2、卫生是第一位的。你的东西可以不好吃(当然，口味也很重要)，但一定要看着让人放心，好好地在卫生上下点功夫，决不吃亏。比如墙壁，我花了不多的钱(具体价格会在以后集中罗列)，把墙壁贴上了墙纸，看起来就很不错。

3、奶茶的制作过程不能让学生看见，或者不能完全看见，一定要保持一定的神秘感，否则过一段时间，学生就会失去浓厚的兴趣。另外，饮水机、封口机，都不能排在显眼处，因为制作过程中难免会有泡沫等看起来让人不舒服的东西。这其中，还会有许多家长会问你有关色素、原料、保质期等等方面的问题，你一定要想好怎样回答。第四，学生喜欢凑热闹，所以你一定要形成一个热热闹闹的场面。小学生，尤其是幼儿园的小学生，很多是被其他的小朋友吸引过来的，他们在买的过程中，就会对其他的小朋友炫耀：“小明，我要买奶茶喝，你不买吗?”。你说那个小明会怎样反映!

一开始我没重视这个问题，每次学生快放学时，我就做上二三十杯放着，这样放学的时候卖得很快。等后来我发现这个问题了，我就只把像草莓、巧克力等卖得比较多的口味每样做上一两个，这样把放学的这段时间从半小时延长到了大约五十分钟，卖得反而比以前多了第五，小学生对小礼物等东西很喜欢，不在于钱多少，一定要搞这样的活动。比如六一儿童节前，我写出海报：凡喝满十杯以上者，都有礼物相赠!虽然小礼物只是笔记本、圆珠笔、小扇子等不值钱的小东西，但很多同学会为了得到这些小礼品，努力的喝满十杯、二十杯，家长们即使知道喝奶茶的这些钱不知道能买多少小礼物，也不会惹得孩子不高兴。总之，在学校周围卖东西，一定要让学生感觉到很开心，东西不重要，关键是那种感觉。

补充一点：买奶茶的顾客中，女性居多，所以如果是女孩子，尤其是年轻的女孩子多的地方，毫无疑问是好地方。

一般一家奶茶点都能在几个月收回成本，最快的两三个月收回了成本，但是奶茶店重要的还是靠的是口味，靠的是经营策略，靠的是独特的奶茶宣传文化。

**syb创业计划书完整版篇六**

创业计划书的质量，往往会直接影响创业发起人能否找到合作伙伴、获得资金及其他政策的支持。

是创业者计划创立的业务的.书面摘要。

它用以描述与拟创办企业相关的内外部环境条件和要素特点，为业务的发展提供指示图和衡量业务进展情况的标准。

通常创业计划是市场营销、财务、生产、人力资源等职能计划的综合。

写好创业计划书要思考的问题：

(一)关注产品

(二)敢于竞争

(三)了解市场

(四)表明行动的方针

(五)展示你的管理队伍

(六)出色的计划摘要

一般来说，在创业计划书中应该包括创业的种类、资金规划及基金来源、资金总额的分配比例、阶段目标、财务预估、行销策略、可能风险评估、创业的动机、股东名册、预定员工人数、具体内容一般包括以下十一个方面：

(一)封面

封面的设计要有审美观和艺术性，一个好的封面会使阅读者产生最初的好感，形成良好的第一印象。

(二)计划摘要

它是浓缩了的创业计划书的精华。

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。

计划摘要一般包括以下内容：

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约捌笠祷袢〕

(三)企业介绍

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。

(四)行业分析

在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

关于行业分析的典型问题：

(1)该行业发展程度如何?现在的发展动态如何?

(2)创新和技术进步在该行业扮演着一个怎样的角色?

(3)该行业的总销售额有多少?总收入为多少?发展趋势怎样?

(4)价格趋向如何?

(5)经济发展对该行业的影响程度如何?政府是如何影响该行业的?

**syb创业计划书完整版篇七**

吉 林 市 下 岗 职 工

创 业 项 目 计 划 书

企业名称: 西航公司青春苑大食堂

创业者姓名: \*\*\*

日 期:二0一一年六月三日

通信地址:吉林市丰满区沿丰街道

邮政编码: 132001 电 话: \*\*\*\*\*\*\*\*

培训基地: 吉林市丰满区职业培训服务中心

一、概要

姓名：\*\*\*，男，汉族，原\*\*\*\*\*\*\*公司职工，为了响应国家政策，于2015年下岗。在党和政府的亲切关怀、鼓励和支持下，给了我们下岗职工自谋职业、自主创业的一系列优惠政策，为了走出一条自主创业的道路，我于2015 年 12 月在吉林市丰满区\*\*\*\*\*\*\*工商所依法注册了一家食堂（以前我们用的是食堂的集体执照），主要以凉皮、肉夹馍、菜夹馍、稀饭、豆浆等经营为主,现在企业经济效益逐月上升。

二、项目名称、法律形态及地址

1、企业名称：西航公司青春苑大食堂；

2、经营项目：凉皮、肉夹馍、菜夹馍、稀饭、豆浆等；

3、法律形态：个体工商户；

4、经营地址：西安市未央区北郊徐家湾红旗路西航公司。

三、项目可行性分析报告

1、市场评估:

卖和电话订餐项目，也给企业带来了很大的经济效益。因此，只要保持目前的价位和不断提升我们的服务质量，此项目具有可长期发展的空间。

2、销售评估:

2015年6月至2015年5月销售情况： 单位：万份

四、资金情况

1、资金状况：

a、开办费用：企业办证费、验资费、房屋转让费等计：0.5万元；

c、流动资金投资：人员工资、租金、管理费、卫生费、水电费、保险费、原材料等计：5万元。

资金需求共计：8.5万元。

2、自有资金：4.5万元，主要用于开办费用和固定资产投资。 五、 贷款用途

因为我们食堂属于西航公司后勤统一管理，每月结帐一次，占压了我们的流动资金，所以目前食堂流动资金出现紧缺，想通过小额担保贷款政府帮助解决4万元。

六、盈利计划

1、销售和成本情况统计表：

2015年6月至2015年5月销售收入和成本情况 单位：万元

2、利润计划 ： 单位：万元

七、还款计划

根据销售和成本计划以及利润计划表的分析，企业当年能够实现利润近14万元，三年后首先用于归还银行贷款。

八、风险评估

我经营的西航公司青春苑大食堂的产品属独家经营、收入稳定、有固定的客源，零风险投资，便于长期经营。只要有信心，我所经营的.企业经济效益会逐年上一个新台阶。

项目执行人：\*\*\*\* 2011．６．３

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，2001年国内销量估计为400万台，2002年为550万台，2003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%（2004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2004年销售额为2.6亿元，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5--10亿元以上。

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。

二、我们的目标

我们的目标是，在2015年制出样品进入市场，发展地市级以上代理商10-15家，销售额在200万元以上，2015年达到500万销售额，2015年达到2000万销售额，利润率保持在30%--50%.

三、资金使用

各种认证，许可证，商标：5万元；

公司组建，购买相关办公用品，人员招募，公司网站等：10万元；

房租水电费，人员工资（半年）：15万元；

参加展会，广告费：10万元；

小批量生产成本（5000件）： 20--25万元；

周转资金：20万元。

合计：100万元。

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12元，防干烧保护器1.5元，开关0.5元，其余为塑料件，价格15元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在40元以下。 批发价暂定为80元，每个毛利为40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。

创业计划书

市场分析：社会的激烈竞争就是人才的激烈竞争，家长望子成龙对孩子要求很高，学生学习不得法，压力很大，他们需要家教的帮助，可是往往寻找无门；另一方面，做家教是大学生创收的唯一直接途径，可是他们又很难联系到工作。这种信息不对称的现象需要充当桥梁的家教中介来调节。目标：解决贫困大学生经济困难，降低家长同学寻找家教成本，提高大学生实际公司运营的能力。

组织结构：董事长、总经理、财务部、策划部、客户部、广告部、人事部

董事长：监督指导整个工作流程，对重大决定有最终的决策权

广告部：制定宣传方案广告策划张贴海报及传单发放

客户部：家长信息及学生信息档案管理接受客户咨询、投诉进行客户回访与学生签订协议

长期规划：

我认为公司发展一年以上，资金充足，规模扩大的情况下，最需要改进以下三方面：

1、网站完善

建成完整的管理信息系统模式，同学上网输入自己的详细资料（身份证、学生证需扫描 ）登记过后，可以通过显示的辅导对象的详细信息与要求完成成双向选择操作，同时他的状态（是否工作）及资料备档到公司记录中。本网站还提供在地图进行交通便利的筛选功能 .

2、宣传力度

在长沙晚报、潇湘晨报等知名报纸上刊登广告（针对主要通过看报来了解周遭的知识分子）在资金条件允许的情况下，可考虑在湖南卫视上打广告，因为家教公司一般都名不见经传，很少有这种气魄，所以我们更容易一炮打响，占领市场。

3、机构重建

招收员工，成为较高层领导，根据实际情况调配任务，\"行商坐贾\",进入计划、讨论、监督阶段。

-->[\_TAG\_h3]syb创业计划书完整版篇八

syb创业计划书范文大全，syb是一种关于创业的培训，下面就是关于syb创业培训的计划书范文，欢迎大家阅读!

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，2003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2.6亿元，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5--10亿元以上。

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。

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10-15家，销售额在200万元以上，20xx年达到500万销售额，20xx年达到2000万销售额，利润率保持在30%--50%.

各种认证，许可证，商标：5万元;

公司组建，购买相关办公用品，人员招募，公司网站等：10万元;

房租水电费，人员工资(半年)：15万元;

参加展会，广告费：10万元;

小批量生产成本(5000件)： 20--25万元;

周转资金：20万元。

合计：100万元。

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12元，防干烧保护器1.5元，开关0.5元，其余为塑料件，价格15元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在40元以下。

批发价暂定为80元，每个毛利为40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)

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。

奶茶、咖啡属于大众消费，消费者甚多，主要以青少年学生为主，不管是现在的市场需求还是未来的市场需求都极大，不过奶茶店行业竞争也很激烈，我们必须做出特色才能不被淘汰，才能在行业中脱颖而出。

目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创新，例如增加新的口味、使用奇特有趣的杯具，让顾客耳目一新。

同时要注重奶茶店的卫生，让顾客一走进奶茶店就有一种干净清新的感觉。

奶茶是一种快速消费的休闲饮品，完全是一种可有可无的东西，因此，如果如果选址不好，那就没有人会\"不远万里\"的跑去专门喝你一杯奶茶，我们总结以下地段供大家选择。

1、商业步行街

这样的繁华地段因为很大的人流量会为奶茶店带来源源不断地顾客，但是这样的位置一般不是很好找，而且租金也很贵，前期的投资会比较多，奶茶店只有达到一个很高的销售额才能赚钱，一般店面租金不能超过销售额的18%。

所以考虑在这样的地方开店自己一定要有足够的资金，不然很可能奶茶店刚开没多久，就因为资金短缺而开不下去了。

2、高校里面或周边

高校地区消费者特别的集中，奶茶这样的时尚饮品也特别受大学生们喜爱，消耗量大，而且很多高校都在郊区，店面的租金一般不是很贵，是很完美的一个选址地点。

不过有一个问题，那就是高校会发放寒暑假，在这一时期一般店面没什么生意。

如果店主不是很在意的话，顺便休息一下也不错。

3、各种交通要道

火车站、汽车站、地铁入口、航空站等地方的客流量很大，顾客在等车的过程中会带来大量的消费。

能进驻这样的店面也许会比商业街更好。

4、其他理想地址

除上述地方外，还有一些理想地址也是不错的选择，例如，风味美食街、大型的游乐场、娱乐广场、旅游胜地以及集中地写字楼商务区等。

这也是按照你的投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。

装修的风格要做到概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大 方。

特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间。

这里面也包含水电的 布局和水力电力要求。

按照你的投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。

装修的风格要做到概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大 方。

特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间，这里面也包含水电的 布局和水力电力要求。

很多人想开奶茶店，却不知道开个奶茶店需要哪些设备。

现在，我们来告诉你具体的奶茶店设备清单吧。

1、 封口机

封口机有两种，一种是全自动封口机，还有一种是手动封口机，它们的用途都是密封杯口。

不过，全自动的会方便很多，你只需把杯子放上去，它就能自动封口，它比手动的快，而且你在封口的那个时间可以做其他的事，可以提高工作效率。

2、热水器

主要用途是烧热水泡茶。

不要小看这个设备，以为泡茶可以自己烧水来泡，那你就大错特错了。

茶是奶茶店的主要原料，极少有产品中没有茶，因而它的用量很大。

用热水器能保证热水随时供应，自己烧热水不仅很麻烦，而且一旦茶没了，水又没烧开，产品都卖不了。

奶茶店的热水不能断，不仅泡茶要用到，调试产品的时候也要用到，例如一些粉末状原料，如抹茶，就需要你用热水来调开，那样才不会粘在一起变成一坨，影响产品口感。

3、净水器

自来水过滤。

做饮品的都离不开水，奶茶现做现卖，需要用到大量的水。

自来水不经过过滤，直接用于奶茶的制作的话对于消费者的健康是不利的。

4、沙冰机、碎冰机

沙冰机主要是做沙冰，碎冰机就是打碎冰。

因为夏季很热很多人都喜欢喝冰的东西，奶茶店相应的推出一些冰类饮品会比较受欢迎。

沙冰机不仅是做沙冰，水果榨汁也是很大的一方面用途。

碎冰机也有两种类型：手动和自动。

5、手动压榨机

主要用来榨柠檬和青桔。

奶茶店一般柠檬水是卖得比较多的，所以需要用到它。

6、收银机

用于收银。

每个小店必备，它不仅是收钱、找钱这么简单，每卖出一杯产品，这上面都会有记录，这样便于查询和对比哪些产品卖得好哪些卖得不好。

7、果糖定量机

用于果糖的定量加糖。

通过果糖的定量来使同一种产品的甜味保持一致，不至于出现有的很甜，有的又不够甜的情况。

它的价格也比较高，在2200左右。

如果你的奶茶店所使用的不是果糖的话就不需要用到它。

8、保鲜柜和冷冻

保鲜柜主要用于保存一些容易变质开封了的物料和鲜果之类的东西。

冷冻柜主要用于冰块的冷藏，当然如果有条件的可以买一个制冰机。

9、 电子称

主要用于称重。

由于奶茶的很多产品都是要按一定的比例来的，因而需要用到电子称。

10、各种量杯和盎司杯

量杯的规格有5000ml、1000ml、250ml等。

5000的用来泡茶和当容器。

盎司杯有40ml的和20ml的。

奶茶的主要成份有：奶粉、茶叶、糖、水(及冰)、香料(珍珠奶茶还包括珍珠)。

不同的水做的奶茶味道相差很远，你用的是自来水?还是矿泉水?还是山泉水?海水?过滤水?这是完全不同的，山泉水虽然贵，但口感好，产品好才能有回头客。

冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。

所以，为了企业长远的发展，作业人员有真正的学会奶茶技术。

基本要懂得：1、学会品味奶茶;2、原料成份配方;3、调味份量与时间;4、设备的应用与调味火候;5、调味手法;6、奶茶的保存;7、奶茶的包装要求;8、奶茶的变化，包括样变与质变，比如：拉花。

1、广告

企业的知名度，我们会通过传单的方式让顾客了解\"茶 物语\"，在店门口我们会设有海报之等，告知近期的新产品推出及近日的促销活动。

店面的招牌使用显眼、引人注目的颜色和款种。

在后期积累一定资金后还可以在报纸、广播、电视、网络等投入广告。

另外，工作人员一律着本店工作服。

2、促销计划

a、办理会员，25元/人，一次性消费满20元是可免费办理，会员使用会员卡可打9折，而且会员在生日会收到本店送出的祝福和礼物。

b、使用奇特新颖的杯具和吸管类工具，让人有耳目一新的感觉。

c、采用情侣杯具和吸管，情侣来时，可以推荐情侣套餐，并送情侣礼物。

d、在各种节日时，推出节日特别产品及活动，以此吸引顾客。

e、在一次性消费到15元时送出小礼物。

有时可以送本店特别定做的有本店店名的t-shirt，不仅欢愉了顾客，同时可以提高本店的知名度。

3、价格

在每次推出新产品的前两天会有特价，其余的按市场平均价格来售出，在后期有了自己的品牌的时候适当提价。

4、队伍管理

各人员做好自己的工作，在重要事务中有店长召集人员进行讨论并作出决策。

5、服务

店里人员统一做好服务工作，保持良好的心情，要对顾客仔细礼貌，不能对顾客发脾气。

1.1 创意背景和项目简述

现在信息技术发达，网购观念逐步成熟。

北京正望咨询今年4月发布中国网上购物消费者调查报告，报告显示，xx年我国网上购物全年网购规模达到4980亿元，占到了全国社会商品零售总额的3.2%，网购人数达到1.85亿，网上购物在网民中的渗透率为40.6%。

其中上海和北京的网购规模分别突破400亿元和300亿元，杭州、广州、深圳和苏州4个城市的网购规模突破百亿元大关。

调查显示，京东商城和凡客在xx年度表现突出，市场份额分别比上一年度提升了1.1和0.8个百分点。

正望咨询的此次调查选取了我国经济最发达、网购规模最大、互联网和网购渗透率较高且具有典型代表性的30个城市为目标调查地区，包括北京、上海、广州和深圳4个一类城市;大连、天津、青岛、济南、南京、苏州、无锡、杭州、温州、宁波、福州、厦门、东莞、佛山等14个东部沿海城市;哈尔滨、沈阳、石家庄、郑州、武汉、长沙、合肥、南昌等8个中部省会城市;成都、重庆、西安、昆明等4个西部区域中心城市。

调查覆盖的30个城市，代表着全国近四成的网购消费者和全国网购市场的半壁江山。

我国网上购物持续高速发展，xx年我国网购金额达到了4980亿元，比xx年增长86.5%，占到了我国社会商品零售总额的3.2%。

xx年有1.85亿用户至少有一次网购经历，占到了全部网民数的40.6%。

预计xx年我国网购市场规模将达到8900亿元。

xx年上海和北京的网购规模分别为409亿元和368亿元，远远高于全国其他城市。

杭州、广州、深圳和苏州的网购规模也突破了百亿大关，分别为152亿元、150亿元、112亿元和108亿元。

通过调研得知，有15.9%的消费者认为网上购物的消费体验好于网下购物，此比例相对上一年提升了2.7个百分点，有84.7%的消费者认为网上购物的消费体验不低于网下购物，此比例相对上一年增长了9.6个百分点。

消费者对网上购物消费体验的评价

调研网购的优势时，选择方便的消费者比例为56.3%，超过了选择价格便宜的消费者占比。

如果网上商品不再具备价格优势，仍然有约半数(48.7%)的消费者表示会继续选择网上购物。

根据天津大学同期的一个调研，有超过90%的天大学生有网购经验。

网购市场会成为一个快速增长的市场是确定无疑的。

如此高昂的铺面成本，最终要摊到到档口买菜的`客户头上，因为这个原因，每斤猪肉价格可能要增加2元左右的成本。

而通过网购，我们轻易节省这部分费用，网络覆盖面宽，能提供的网购内容也远超一个档口所能负载的。

在菜市场档口实地购物，还需要人均每天来回半个小时的采购行程，其糟糕的购物体验和较大时间开支，是居住高档社区精英的考虑要避免的，通常的解决方案是聘请家政人员代劳，但涉及现金交易，如何管控购物质量和购物成本，是个难解的题目。

网络购物能够轻易解决这个问题，能低成本，高质量的提供肉菜，一定会受到市场的欢迎。

鉴于此，我们建议选择建立网络菜市场进行一个创业方向。

第九街市网站是广州第九街市贸易有限公司旗下的专业型买菜网站，主要面向广州地区的家庭用户和各类型食堂、餐厅酒楼、集团单位等客户提供蔬菜、肉类、禽类、蛋品、水产品、水果、油盐酱醋、零食、日常用品等系列商品的送货上门服务。

公司有专业的食品卫生安全管理团队、技术研发团队、美食采编小组和专业的食品配送团队。

拥有主管部门颁发的《食品流通许可证》并接受主管部门的监督和管理。

所有的蔬菜、肉类、水产类食品的流通均采用“采购精选，配送保鲜”的机制，加工和配送过程主要采用本公司专业的低温、密封、物理隔离等专业技术手段来保证食品的新鲜。

让用户放心的享用新鲜的食品。

1.2 创业机会概述

其实早在xx年，广州的网上菜市场就已经风光过一段日子。

好帮手、买菜网、谊万家等十家私人创建的网上菜市，广受网友和媒体关注。

然而时至今日，它们甚至连网站都已关闭或改为他用，配送电话也已成空号。

有采访这些早期网上菜市的经营者，发现它们都没有实体店，在进货和配送方面存在困难，消费者对网上买菜的需求也不稳定，导致叫好不叫座，最终短命收场。

1.3 目标市场描述和预测

1.4 竞争优势和劣势分析

1.5 经济状况和盈利能力预测

1.6 团队概述

1.7 预计能提供的利益

2.1 详细的市场分析和描述

2.2 竞争对手分析

2.3 市场需求

3.1 目标市场顾客的描述与分析

3.2 市场容量和趋势的分析、预测

3.3 竞争分析和各自的竞争优势

3.4 估计的市场份额和销售额

3.5 市场发展的走势

4.1 在发展的各阶段如何制定公司的发展战略

4.2 通过公司战略来实现预期的计划和目标

4.3 制定公司的营销策略

5.1 收入来源

5.2 收支平衡点和正现金流

5.3 市场份额

5.4 产品开发介绍

5.5 主要合作伙伴

5.6 融资方案

6.1 关键的风险分析(财务、技术、市场、管理、竞争、资金撤出、政策等风险)

6.2 说明将如何应付或规避风险和问题(应急计划)

介绍公司的管理团队，其中要注意介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景(注意管理分工和互补);介绍领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。

8.1 股本结构与规模

8.2 资金运营计划

8.3 投资收益与风险分析

9.1 财务假设的立足点

9.2 会计报表(包括收入报告，平衡报表，前两年为季度报表，前五年为年度报表)

9.3 财务分析(现金流、本量利、比率分析等)

10.1 总体的资金需求

10.2 在这一轮融资中需要的是哪一级

10.3 如何使用这些资金

10.4 投资人可以得到的回报，还可以讨论可能的投资人退出策略

-->[\_TAG\_h3]syb创业计划书完整版篇九

日子如同白驹过隙，不经意间，我们又将接触新的知识，学习新的技能，积累新的经验，是时候开始制定计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编整理的syb创业计划书，欢迎阅读与收藏。

syb创业计划书1

便利店，是位于居民区附近的实体店或带给网上购物的虚拟店，指以经营即时性商品或服务为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店或网上商店。

一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者带给一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并构成了连锁化经营。未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(二)经营选址：一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来到达自己的经营赢利。

三、投资计划

(一)ci设计

1、企业标识：要明显的体现出便利店的经营信息，要贴合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci。既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

(二)投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要贴合自己的经营特点，且能到达给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用思考豪华，只需贴合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能贴合便利店本身的特征，必要时为节约成本还能够思考由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还能够以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑――一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件――与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台――收银台兼管理人员工作台。

货架――以平方数计，每4-45平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜――因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备――如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

(三)经营理念

四、管理运营

1、制度管理：在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的，相关的管理制度有：

出勤制度;卫生管理制度;报表管理制度;能耗管理制度;设备管理制度

固定资产管理制度;采购管理制度;现金管理制度;工资的发放管理规定;员工的担保制度

仓库管理制度;会议管理制度;耗材领用管理制度;通讯器材及设备管理制度

2商品管理：为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：

商品的进场制度;商品的销售报表;采购报表;滞销报表;畅销商品统计表

3库存管理：因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品的周转率，建立有效的商品配送机制，相关的制度有：

库存报表管理;库存的限制;商品的周转周期与库存的参考

调货申请表;退货管理规定;库存周转考核;商品配送管理制度;滞销商品考核

4系统管理

操作员的管理规定;操作员的权限;操作员的保密规定;营业额与员工工资的关系制定

员工内盗的处理意见;损耗的管理规定;损耗的奖惩制度;耗材管理;关于盗损的管理规定

促销管理规定;促销的申请;促销的执行考核

五投资分析

预算按120平米计算(单店)

1、a固定设施：首期(即开业前)

天花+墙面：直接刮腻子(120+120)35/平方=840元

水电设备：2500元

地板;120平方6+600+120平方12=2760元

铺面外：20xx平方=600元

店招：20平方30=600元

合计840+2500+2760+600+600=7300元

b经营设备

货架：28020+18030=11000元

电脑收银设备：3500+500+800=4800元

冰柜：18002=3600元

软件：15002=3000元

分摊总部连网费用：20xx元

收银台：1000元

烟柜：400元

酒柜：600元

电话初装费：20xx=600元

其他设备：1000元

c租赁押金;20xx元

d消防设备：20xx元

总投入7300+28000+20xx+2000=39300元

2、经营成本及经营费用

租金―――――-800—1000元/月

税――――――-500元(国税)+200(地税)=700/月

工商管理――――150元月

水―――――――50元/月

电―――――――800元/月

工资――――――5004=20xx元/月

耗损预估――――500元/月

总部配送费―――400元/月

总部管理费用――400元/月

其他费用――――300元/月

3营业效益

预计营业额1000――1500元/日

月计营业额40000元

营业利润4000022%利润率=8800元

营业外收入500元/月

合计效益8800+500=9300元

4货值800元/平方120平方=96000元

5后期开业后的追加投入30000元

6收益分析

年收益=3300/月12月=39600/年

不可预计费用5000元/年

总投入=首期投入+后期追加=39300+30000=69300

年回报率=年收益总投入=3460069300=04992

预计收回投入需2年

四项目可行性

行业的发展趋势及社会经济的发展水平的上升，使项目的可行性更加强烈，鉴于此，推荐涉入此行业并构成连锁化经营，在本地市场尚未成熟之际抢占行业的制高点。

五风险规避

a方案;员工入股

b方案;前期投资算做风险投资，由员工进行担保抵押经营，自负盈亏

c方案;以委托经营的模式交给员工经营，多劳多得，上交费用

d方案;缴纳承包金的形式进行承包经营

六投资解析

1前期投资：固定设施及营业设施，能够利用部分现有的设备，以降低其投入

2追加投资：因以利用了现有卖场的客户资源，在首期投入中已经没有了货款投入，故在后期需要追加部分货款投入，即是后期追加的3万元货款投入来作为后期的资金运营，此投入可视总部对供应商的整合而降低投入数量。

syb创业计划书2

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，是创业者计划创立的业务的书面摘要，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。

一、工作计划的概念

工作计划就是对即将开展的工作的设想和安排，如提出任务、指标、完成时间和步骤方法等。

二 计划的基本类型

1.按照不同的分类标准，计划可分为多种类型。

2.按其所指向的工作、活动的领域来分，可分为工作计划、学习计划、生产计划、教学计划、销售计划、采购计划、分配计划、财务计划等等。

3.按适用范围的大小不同，可分为国家计划、地区计划、单位计划、班组计划等等。

4.按适用时间的长短不同，可分为长期计划、中期计划、短期计划三类，具体还可以称为十年 计划、五年计划、计划、季度计划、月份计划等。

5.按指挥性的强弱不同，可分为指令性计划、指导性计划。

6.按涉及面大小的不同，可分为综合性计划、专题性计划。

三、工作计划的作用

四、工作计划的分类

计划的种类较多。按内容分，有全面的综合性计划，如社会发展计划，国民经济计划等;有单项计划，如生产计划、学习计划等。按覆盖的范围分，有国家的、地区的、系统的、部门的、单位的、个人的计划等。按针对的时间分，有多年性的，一般又称为规划;有近期的，如、季度、月份的计划等。按计划的详细程度分，有计划要点、简要计划和详细计划。

五、工作计划的结构

工作计划大体分为标题、正文、结尾三部分。

(1)标题。由单位名称、适用时期、内容和文种构成。

(2)正文。由前言和计划事项构成。

1)计划的前言，要简明扼要说明制定计划的目的或依据，提出工作的总任务或总目标。前言常用“为此，今年(或某一时期)要抓好以下几项工作”作结，并领起下述的计划事项。

2)计划事项，是总的计划下面的各个分计划项目。这部分一般要分项来写，有时，大的项目下有小的项目，大的项目是一个大的方面要做的工作，小的项目是在大的方面要做的每一项工作。

六 计划的含义

计划是党政机关、企事业单位、社会团体对今后一段时间的工作、活动作出预想和安排的一 种事务性文书。要想避免工作的盲目性，必须前有计划、后有总结。计划能够建立起正常的工作秩序，明确 工作的目标，是领导指导、检查，群众监督、审察工作成绩的依据。计划也是一段时间过后 本单位总结工作时的基本标准，计划完成或超额完成，说明工作成绩是突出的;相反没有完 成工作计划，则说明工作存在严重问题。在实践中，计划有许多名称，如：“安排”、“要点”、“设想”、“方案”、“规划”、“打算”等。

七 计划的特点

1.预见性 这是计划最明显的特点之一。计划不是对已经形成的事实和状况的描述，而是在行动之前对 行动的任务、目标、方法、措施所作出的预见性确认。但这种预想不是盲目的、空想的，而 是以上级部门的规定和指示为指导，以本单位的实际条件为基础，以过去的成绩和问题为依 据，对今后的发展趋势作出科学预测之后作出的。可以说，预见是否准确，决定了计划写作 的成败。

2.针对性 计划一是根据党和国家的方针政策、上级部门的工作安排和指示精神而定，二是针对本单位 的工作任务、主客观条件和相应能力而定。总之，从实际出发制定出来的计划，才是有意义、有价值的计划。

3.可行性 可行性是和预见性、针对性紧密联系在一起的，预见准确、针对性强的计划，在现实中才真 正可行。如果目标定得过高、措施无力实施，这个计划就是空中楼阁;反过来说，目标定得 过低，措施方法都没有创见性，实现虽然很容易，并不能因而取得有价值的成就，那也算不 上有可行性。

4.约束性 计划一经通过、批准或认定，在其所指向的范围内就具有了约束作用，在这一范围内无论是 集体还是个人都必须按计划的内容开展工作和活动，不得违背和拖延。

syb创业计划书3

创业计划书是将有关创业的许多想法，借由白纸黑字最后落实的载体。

做好酒店开业前的准备工作，对酒店开业及开业后的工作具有非常重要的意义;对从事酒店管理工作的专业人士来说也是一个挑战。我采用倒计时的手法，将酒店开业筹备工作作为一个项目来运作，实践证明可操作性极强。

一、酒店开业筹备的任务与要求

酒店开业前的准备工作，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)确定酒店各部门的管辖区域及责任范围

各部门经理到岗后，首先要熟悉酒店的平面布局，最好能实地察看。然后根据实际情况，确定酒店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经理。酒店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，酒店的清洁工作最好归口管理。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，最好以书面的形式加以确定。

(二)设计酒店各部门组织机构

要科学、合理地设计组织机构，酒店各部门经理要综合考虑各种相关因素，如：饭店的规模、档次、建筑布局、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

饭店开业前事务繁多，经营物品的采购是一项非常耗费精力的工作，仅靠采购部去完成此项任务难度很大，各经营部门应协助其共同完成。无论是采购部还是酒店各部门，在制定酒店各部门采购清单时，都应考虑到以下一些问题：

1.本酒店的建筑特点。

2.行业标准。

国家旅游局发布了“星级饭店客房用品质量与配备要求”的行业标准，它是客房部经理们制定采购清单的主要依据。

3.本饭店的设计标准及目标市场定位。

酒店管理人员应从本酒店的实际出发，根据设计的星级标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本酒店的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对客房用品的需求，对就餐环境的偏爱，以及在消费时的一些行为习惯。

4.行业发展趋势。

酒店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，饭店根据客人的需要在客房内适当减少不必要的客用物品就是一种有益的尝试。餐饮部减少象金色，大红色的餐具与布置，增加一些淡雅的安排等等。

5.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、饭店的资金状况等。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

酒店各部门经理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，酒店各部门经理应密切关注并适当参与采购工作。这不仅可以减轻采购部经理的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。酒店各部门经理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

酒店各部门参与制服的设计与制作，是饭店行业的惯例，同时，特别指出因为客房部负责制服的洗涤、保管和补充，客房部管理人员在制服的款式和面料的选择方面，往往有其独到的鉴赏能力。

(六)编写酒店各部工作手册

工作手册，是部门的丁作指南，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

酒店各部门的员工招聘与培训，需由人事部和酒店各部门经理共同负责。在员工招聘过程中，人事部根据酒店工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而酒店各部门经理则负责把好录取关。培训是部门开业前的一项主要任务，酒店各部门经理需从本饭店的实际出发，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)建立酒店各部门财产档案

开业前，即开始建立酒店各部门的财产档案，对日后酒店各部门的管理具有特别重要的意义。很多饭店酒店各部门经理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)跟进酒店装饰工程进度并参与酒店各部门验收

酒店各部门的验收，一般由基建部、工程部、酒店各部门等部门共同参加。酒店各部门参与验收，能在很大程度上确保装潢的质量达到饭店所要求的标准。酒店各部门在参与验收前，应根据本饭店的情况设计一份酒店各部门验收检查表，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。酒店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，直接影响着对饭店成品的保护。很多饭店就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。酒店各部门应在开业前与饭店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，然后由客房部的pa组，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

酒店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、酒店开业准备计划

制定酒店开业筹备计划，是保证酒店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，饭店通常采用倒计时法，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。

(一)开业前三个月

与工程承包商联系，这是工程协调者或住店经理的职责，但客房部经理必须建立这种沟通渠道，以便日后的联络。

(二)开业前第两个月

1.参与选择制服的用料和式样。

2.了解客房的数量、类别与床的规格等，确认各类客房方位等。

3.了解饭店康乐等其它配套设施的配置。

4.明确客房部是否使用电脑。

5.熟悉所有区域的设计蓝图并实地察看。

6.了解有关的订单与现有财产的清单(布草、表格、客用品、清洁用品等)。7.了解所有已经落实的订单，补充尚未落实的订单。

8.确保所有订购物品都能在开业一个月前到位，并与总经理及相关部门商定开业前主要物品的贮存与控制方法，建立订货的验收、入库与查询的丁作程序。

9.检查是否有必需的家具、设备被遗漏，在补全的同时，要确保开支不超出预算。

10.如果饭店不设洗衣房，则要考察当地的洗衣场，草签店外洗涤合同。

11.决定有哪些工作项目要采用外包的形式，如：虫害控制，外墙及窗户清洗，对这些项目进行相应的投标及谈判。

12.设计部门组织机构。

13.写出部门各岗位的职责说明，制定开业前的培训计划。

14.落实员工招聘事宜。

(三)开业前一个月

1.按照饭店的设计要求，确定客房的布置标准。

2.制定部门的物品库存等一系列的标准和制度。

3.制订客房部工作钥匙的使用和管理计划。

4.制定客房部的安全管理制度。

5.制定清洁剂等化学药品的领发和使用程序。

6.制定客房设施、设备的检查、报修程序。

7.制定制服管理制度。

8.建立客房质量检查制度。

9、制定遗失物品处理程序。

10、制定待修房的有关规定。

11、建立vip房的服务标准。

12、制定客房的清扫程序。

13、确定客衣洗涤的价格并设计好相应的表格。

14、确定客衣洗涤的有关服务规程。

15、设计部门运转表格。

16、制订开业前员工培训计划

五)开业前二十天

1、审查洗衣房的设计方案。

2、与清洁用品供应商联系，使其至少能在开业前一个月将所有必需品供应到位，以确保饭店“开荒”工作的正常进行。

3、准备一份客房检查验收单，以供客房验收时使用。

4、核定本部门员工的工资报酬及福利待遇。

5、核定所有布件及物品的配备标准。

6、实施开业前员工培训计划。

(六)开业前第十五天

1、对大理石和其它特殊面层材料的清洁保养计划和程序进行复审。

2、制定客用物品和清洁用品的供应程序。

3、制定其它地面清洗方法和保养计划。

4、建立ok房的检查与报告程序。

5、确定前厅部与客房部的联系渠道。

6、制定员工激励方案(奖惩条例)。

7、制定有关客房计划卫生等工作的周期和工作程序(如翻床垫)。

8、制定所有前后台的清洁保养计划，明确各相关部门的清洁保养责任。

9、建立客房部和洗衣房的文档管理程序。

10、继续实施员工培训计划。

(七)开业前第十天

1、与财务部合作，根据预计的需求量，建立一套布件、器皿、客用品的总库存标准。

2、核定所有客房的交付、接收日期。

3、准备足够的清洁用品，供开业前清洁使用。

4、确定各库房物品存放标准。

5、确保所有客房物品按规范和标准上架存放。

6、与总经理及相关部门一起重新审定有关家具、设备的数量和质量，做出确认和修改。

7、与财务总监一起准备一份详细的货物贮存与控制程序，以确保开业前各项开支的准确、可靠、合理。

8、如饭店自设洗衣房，则要与社会商业洗衣场取得一定的联系，以便在必要时可以得到必要的援助。

9、继续实施员工培训计划。

(八)开业前第七天

1、与工程部经理一起核实洗衣设备的零配件是否已到。

2、正式确定客房部的组织机构。

3、根据工作和其它规格要求，制定出人员分配方案。

4、取得客房的设计标准说明书。

5、按清单与工程负责人一起验收客房，确保每一间房都符合标准。

6、建立布件和制服的报废程序。

7、根据店内缝纫丁作的任务和要求，确定需要何种缝纫工，确立外联选择对象，以备不时之需。

8、拟订享受洗衣优惠的店内人员名单及有关规定。

9、着手准备客房的第一次清洁工作。

(九)开业前第五天

1、开始逐个打扫客房、配备客用品，以备使用。

2、对所有布件进行使用前的洗涤。全面洗涤前必须进行抽样洗涤试验，以确定各种

布件在今后营业中的最佳洗涤方法。

3、按照工程交付计划，会同工程负责人逐个验收和催交有关区域和项目。

4、开始清扫后台区域和其它公共区域。

三、开业前的试运行

开业前的试运行往往是饭店最忙、最易出现问题的阶段。对此阶段工作特点及问题的研究，有利于减少问题的出现，确保饭店从开业前的准备到正常营业的顺利过渡。客房部的管理人员在开业前试运行期间，应特别注意以下问题：

(一)持积极的态度

在饭店进入试营业阶段，很多问题会显露出来。对此，部分客房管理人员会表现出急躁情绪，过多地指责下属。正确的方法是持积极的态度，即少抱怨下属，多对他们进行鼓励，帮助其找出解决问题的方法。在与其它部门的沟通中，不应把注意力集中在追究谁的责任上，而应研究问题如何解决。

(二)经常检查物资的到位情况

前文已谈到了客房部管理人员应协助采购、检查物资到位的问题。实践中很多饭店的客房部往往会忽视这方面的工作，以至于在快开业的紧要关头发现很多物品尚未到位，从而影响部门开业前的工作。常被遗忘的物品有：工作钥匙链、抹布、报废床单、云石刀片等。

(三)重视过程的控制

开业前客房部的清洁工作量大、时间紧，虽然管理人员强调了清洁中的注意事项，但服务员没能理解或“走捷径”的情况普遍存在，如：用浓度很强的酸性清洁剂去除迹、用刀片去除玻璃上的建筑垃圾时不注意方法等等。这些问题一旦发生，就很难采取补救措施。所以，管理人员在布置任务后的及时检查和纠正往往能起到事半功倍的作用。

(四)加强对成品的保护

对饭店地毯、墙纸、家具等成品的最严重破坏，往往发生在开业前这段时间，因为在这个阶段，店内施工队伍最多，大家都在赶工程进度，而这时客房部的任务也是最重，容易忽视保护，而与工程单位的协调难度往往很大。尽管如此，客房部管理人员在对成品保护的问题上，不可出现丝毫的懈怠，以免留下永久的遗憾。为加强对饭店成品的保护，客房部管理人员可采取以下措施：

1、积极建议饭店对空调、水管进行调试后再开始客房的装潢，以免水管漏水破坏墙纸，以及调试空调时大量灰尘污染客房。

2、加强与装潢施工单位的沟通和协调。敦促施工单位的管理人员加强对施工人员的管理。客房部管理人员要加强对尚未接管楼层的检查，尤其要注意装潢工人用强酸清除顽渍的现象，因为强酸虽可除渍，但对洁具的损坏很快就会显现出来，而且是无法弥补的。

3、尽早接管楼层，加强对楼层的控制。早接管楼层虽然要耗费相当的精力，但对楼层的保护却至关重要。一旦接管过楼层钥匙，客房部就要对客房内的设施、设备的保护负起全部责任，客房部需对如何保护设施、设备做出具体、明确的规定。在楼层铺设地毯后，客房部需对进入楼层的人员进行更严格的控制，此时，要安排服务员在楼层值班，所有进出的人员都必须换上客房部为其准备的拖鞋。部门要在楼层出人口处放些废弃的地毯头，遇雨雪天气时，还应放报废的床单，以确保地毯不受到污染。

4、开始地毯的除迹工作。地毯一铺上就强调保养，不仅可使地毯保持清洁，而且还有助于从一开始，就培养员工保护饭店成品的意识，对日后的客房工作将会产生非常积极的影响。

(五)加强对钥匙的管理

开业前及开业期间部门工作特别繁杂，客房管理人员容易忽视对钥匙的管理工作，通用钥匙的领用混乱及钥匙的丢失是经常发生的问题。这可能造成非常严重的后果。客房部首先要对所有的丁作钥匙进行编号，配备钥匙链;其次，对钥匙的领用制定严格的制度。例如，领用和归还必须签字、使用者不得随意将钥匙借给他人、不得使钥匙离开自己的身体(将通用钥匙当取电钥匙使用)等。

(六)确定物品摆放规格

确定物品摆放规格工作，应早在样板房确定后就开始进行，但很多客房管理人员却忽视了该项工作，以至于直到要布置客房时，才想到物品摆放规格及规格的培训问题，而此时恰恰是部门最忙的时候。其结果是难以进行有效的培训，造成客房布置不规范，服务员为此不断地返工。正确的方法是将此项工作列入开业前的工作计划，在样板房确定之后，就开始设计客房内的物品布置，确定各类型号客房的布置规格，并将其拍成照片，进而对员工进行培训。有经验的客房部经理还将楼层工作间及工作车的布置加以规范，往往能取得较好的效果。把好客房质量验收关。

(七)客房质量的验收，往往由工程部和客房部共同负责

作为使用部门，客房部的验收对保证客房质量至关重要。客房部在验收前应根据本饭店的实际情况设计客房验收表，将需验收的项目逐一列上，以确保验收时不漏项。客房部应请被验收单位在验收表上签字并留备份，以避免日后的扯皮现象。有经验的客房部经理在对客房验收后，会将所有的问题按房号和问题的类别分别列出，以方便安排施工单位的返工，及本部门对各房间状况的掌握。客房部还应根据情况的变化，每天对以上的记录进行修正，以保持最新的记录。

(八)注意工作重点的转移，使部门工作逐步过渡到正常运转

开业期间部门工作繁杂，但部门经理应保持清醒的头脑，将各项工作逐步引导到正常的轨道。在这期间，部门经理应特别注意以下的问题：1、按规范要求员工的礼貌礼节、仪表仪容。由于楼层尚未接待客人、做基建清洁时灰尘大、制服尚未到位等原因，此时客房部管理人员可能还未对员工的礼貌礼节、仪表仪容做较严格的要求，但随着开业的临近，应开始重视这些方面的问题，尤其要提醒员工做到说话轻、动作轻、走路轻。培养员工的良好习惯，是做好客房工作的关键所在，而开业期间对员工习惯的培养，对今后工作影响极大。2、建立正规的沟通体系部门应开始建立内部会议制度、交接班制度，开始使用表格;使部门间及部门内的沟通逐步走上正轨。3、注意后台的清洁、设备和家具的保养。各种清洁保养计划应逐步开始实施，而不应等问题变得严重时再去应付。

(九)注意吸尘器的使用培训

做基建清洁卫生时会有大量的垃圾，很多员工或不了解吸尘器的使用注意事项，或为图省事，会用吸尘器去吸大的垃圾和尖利的物品，有些甚至吸潮湿的垃圾，从而程度不同地损坏吸尘器。此外，开业期间每天的吸尘量要比平时大得多，需要及时清理尘袋中的垃圾，否则会影响吸尘效果，甚至可能损坏电机。因此，客房管理人员应注意对员工进行使用吸尘器的培训，并进行现场督导。

(十)确保提供足够的、合格的客房

国内大部分饭店开业总是匆匆忙忙，抢出的客房也大都存在一定的问题。常出现的问题是前厅部排出了所需的房号，而客房部经理在检查时却发现，所要的客房存在着这样或那样的一时不能解决的问题，而再要换房，时间又不允许，以至于影响到客房的质量和客人的满意度。有经验的客房部经理会主动与前厅部经理保持密切的联络，根据前厅的要求及饭店客房现状，主动准备好所需的客房。

(十一)使用电脑的同时，准备手工应急表格

(十二)加强安全意识培训，严防各种事故发生

客房管理人员要特别注意火灾隐患，发现施工单位在楼层动用明火要及时汇报。此外，还须增强防盗意识，要避免服务人员过分热情，随便为他人开门的情况。

(十三)加强对客房内设施、设备使用注意事项的培训

很多饭店开业之初常见的问题之一，是服务员不完全了解客房设施、设备的使用方法，不能给客人以正确的指导和帮助，从而给客人带来了一定的不便，如：房内冲浪浴缸、多功能抽水马桶的使用等.

syb创业计划书4

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，xx年国内销量估计为400万台，20xx年为550万台，x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2。6亿元，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5--10亿元以上。

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，在新消息年制出样品进入市场，发展地市级以上代理商10-15家，销售额在200万元以上，x年想达到500万销售额，x达到20xx万销售额，利润率保持在30%--50%。

三、资金使用

各种认证，许可证，商标：5万元；

公司组建，购买相关办公用品，人员招募，公司网站等：10万元；

房租水电费，人员工资(半年)：15万元；

参加展会，广告费：10万元；

小批量生产成本(5000件)：20--25万元；

周转资金：20万元。

合计：100万元。

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12元，防干烧保护器1。5元，开关0。5元，其余为塑料件，价格15元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在40元以下。

批发价暂定为80元，每个毛利为40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。

syb创业计划书5

一、冰淇淋店概述

冰淇淋店主要出售的商品就是火锅冰淇淋、自助di冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，还根据不同人群的特征推出一些套餐，比如a、b、c、d类套餐，情侣套餐、学生套餐等，但同时我们店铺也经营其他的类型的饮料用品，满足消费者对各种饮品的需求。冰淇淋店的主要消费者是校内的学生，他们对冰淇淋有很大的需求，且有一定的购买力，校内的竞争对手少，现有的出售饮品及冰淇淋的商店，他们出售的商品品种单一，满足不了本校学生的需求，更别谈其他的消费者了，所以冰淇淋店开在校内有很大的竞争优势。

我们的创业团队是由一群有着激情、有能力、有思想的一群大学生组成的。由八个女生构成，其中两名是店长，两名成品区导购员，两名自选区导购员，两名商品制作员，这样的组织机构不仅可以满足对顾客服务，而且可以便于管理。

二、产品（服务）介绍

炎热的夏天是我们店主要的销售季节，在这季节中我们店各式各样的冰激凌都提供。顾客可以在任何时候都能吃到冰淇淋，尤其上完体育课，想喝可乐、雪碧的学生，我们可以为他们提供漂浮式冰淇淋饮料，既凉爽又解渴。我们店不仅要在夏季红火，而且在冬天的时候，我们店会主打火锅冰淇淋、油炸火烧冰淇淋，让顾客享受到温暖的感觉，不会因为冬天吃冰淇淋而感到寒冷。总的来说，我们的产品是适合任何季节的。

要做出各式各样的冰淇淋就必须要有好的设备，我们店选用意大利冰淇淋机，自动温控电炸炉，意式脆皮现烤炉等先进的设备。在服务方面，我们店的人员都得先经过统一的培训，在服务方面做到一致，环环紧扣，微笑服务顾客，不能因为等待而让顾客抱怨甚至流失。在校园内还没有同类型的店与我们店竞争，相信在完善的设备和温馨的服务下，我们店会越来越红火，会走出校园。

三、冰淇淋市场调查与分析

（一）冰淇淋市场总体特征和现状

1、发展速度加快，行业规模总量加大。

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自十九世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱，但与世界发达国家的消费水平相比差距还比较悬殊。目前世界第一大冰淇淋消费国美国人均消费冰淇淋是23kg，澳大利亚为17kg，瑞典为16kg，日本为11kg，荷兰18kg，而中国人均消费量经过几年的发展总算达到了人均1。7kg，但与世界人均相比还判若云泥。所以说冰淇淋市场尽管从90年代以来，每年以约10%的速度在递增，中国冷饮产量增加了 12倍，但市场潜力依然巨大。中国潜力巨大的冰淇淋市场吸引了巨大资本的追捧和关注，这一切都为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

2、优胜劣汰出现质变，行业垄断势头增加。

直到20世纪90年代中期之前，中国冷饮市场还处在一个品牌极为分散的状态。无论对于生产者还是消费者，冷饮都只是季节性产品。对于很多食品厂来说，生产冷饮只是一年中一个阶段性的安排，对于诸多个体户来说，则是“忙三月，吃一年”。在这种情况下，冷饮行业根本谈不上全国性的市场体系，质量监管体系也存在诸多空白，诚如很多专家所言，在发展的初级阶段，冷饮业也不可避免地处于“低、小、散、乱、差”的局面。但是随着伊利、蒙牛等国内品牌在冰淇淋领域异军突起，雀巢、和路雪、哈根达斯等国外品牌纷纷进入中国内地市场，一场残酷的冷饮业洗牌开始了。历史上全国一度有1000多个冷饮品牌（相信如果加上无品牌的小厂和个体作坊，生产者远不止千家），但是现在80%已经失去竞争能力甚至干脆消亡。

3、原料成本成了中小企业逾越不了梦魇，资源整合、有效管理和品牌之道是企业生存的金子法则。

奶、糖、巧克力、棕榈油是冰淇淋最主要的四种原料，无论是国产工业粉还是进口粉近年来价格一直攀升，涨幅高达20%，巧克力原料也是行情看涨，国产中档巧克力也逐渐突破吨万元大关，进口巧克力和以吉百利为代表的高档巧克力涨幅更是高达22%。

4、中国的冰淇淋消费已经从防暑降温转向不分季节的休闲享受步伐加快，冰淇淋正逐渐具备休闲食品功能。

（二）冰淇淋市场的发展趋势

现今随着社会的不断进步发展，人们的消费水平的日益提高，对于各类食品的要求不断的提升，作为夏日常用食品之一的冰淇淋，也同样在不断的发展。为了迎合不同的消费者，冰淇淋制造商在“新”上大下功夫，其发展的趋势也开始明朗化：

1、发展保健型的冰淇淋：保健冰淇淋是一种以增进人体健康为宗旨的冰淇淋。纵观传统的冰淇淋制品，是以高糖、高脂类为主，含有较高热量，而未来食品的发展趋势是要以适合人们对营养的要求。为此，营养学家提出了“三低一高”的方案，即低糖、低盐、低脂肪、高蛋白，同样也是冰淇淋行业所发展的趋势。

2、开发新原料：传统的冰淇淋的口感和风味均为人们所接受，其中，脂肪、糖类是起主要作用。但是他们含热量大，不宜使用。为此，就需要他们的代用品，使他们具有脂肪和糖类的口感，而含热量很小。此外在非脂乳固体方面，欧美等国已使用含蛋白35%的乳情蛋白浓缩物代替部分脱脂乳粉生产乳制品。在我国，不少厂家为了降低成本，提高保健功能也用蛋、糊精成分代替部分乳制品。

3、原辅料回归天然：组成乳制品的原辅料材料很多，主要是有两大类：一类是天然的，即取自于自然界中的动植物，如乳类、蛋类、蔗糖，另一类则是合成的，如糖精钠和一些香精香料。由于合成的原辅料是为人工化学合成的，其安全性时常受到人们的非议，在使用时心里总是不踏实。而天然的原辅料则一般对人体是安全的。因此，崇尚天然、回归天然已成为当今的时尚，特别是在甜味剂和色素方面。并且使用人工合成的各类甜味剂、色素不断的减少。天然的添加剂得以迅速的运用。

4、消费趋势发生改变：冰淇淋随着发展壮大，产量以空前的速度增加，市场也在急剧的扩大。人们不仅仅对冰淇淋的要求越来越高，而且对品种的风味、色泽、包装、价格方面亦日渐挑剔，并且消费群体发生了巨大的变化。消费队伍继续扩大，在冰淇淋刚刚研制出的，他几乎只是一些孩子的特权。但是，随着人们生活水品的不断提高，冰淇淋产品的改善，他的消费群体不断扩大，成年人也越来越喜欢各类冰淇淋制品了。并且人们的消费时间和目的也都有着不同的变化，冰淇淋不再只是夏日的消费品了。随着其固形物的不断增加，消费者时尚和爱好，其不单单只是给人以清凉、消暑的作用。而更为消费者关注的是其独特的营养性和功能性。

5、产品趋于系列化、多样化：为了适应消费者的消费取向不断变化的需要，乳制品正逐步向着系列化方向发展，如：果味乳制品系列、涂衣型系列、夹心型系列的。在不失去原奶的味道的同时又添加各类水果香味剂和果汁、果肉，并且将酸、甜、咖啡等味道相互结合研制新型产品，从而形成了多元化的产品系列。营养型的，在原有的冰淇淋制品的营养功能的基础上加入一些功能性配料来完善体现冰淇淋制品的优势，比如保健型、运动型、适合糖尿病人型的冰淇淋制品。

6、产品包装趋美、趋新、趋奇：在经济日益发展的今天，人们对商品除了讲究内在的质量外，而且还希望在产品的包装上有所改革，有所突破。包装主要包括造型和外包装。包装造型对产品的销售有着极大的作用，造型美是体现产品的整体美感的综合，只注重质量而忽略包装的年代已经过去。为此，冰淇淋制造商还要在在冰淇淋的包装上下一番功夫。功能性甜味剂特点及发展优势 当今食品市场倾向于“健康饮食”，作为高糖、高油类型的冰淇淋中的蔗糖、油脂渐渐被取代，能够减少能量和低热能的产品引来了广泛的关注并且逐渐成为流行的潮流，特别是在冰淇淋的成份中。冰淇淋制造商正在努力寻找适合这些消费者需要的原料。这种蔗糖的替代品不仅能从物理化学方面取代蔗糖而且也可以带来其它的有利于健康的好处。获得好的质量的产品，需要用严谨的科学方法才能使它的功能性得到真正的应用和确切的解释。

（三）冰淇淋消费者行为分析：

1、冰淇淋产品消费特征——大众化、年轻化

对冰淇淋产品的消费者构成进行细分，我们发现：中国市场中冰淇淋产品消费者的平均月收入为1329元，平均年龄在34岁，而且重度消费者（即：每周消费冰淇淋4次以上）主要集中在15—24岁。由此可见，现在淇淋已然是一种大众型产品，并且具有显着的年轻化特征。

2、冰淇淋市场总体特征——走势平稳

有研究表明，中国冰淇淋市场的增长速度非常快，目前人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰淇淋），未来20年期望上升到6升，中国将成为世界上最大的冰淇淋消费国。

（四）冰激凌品牌竞争与对策：

正是如此巨大的市场规模的存在，也使得中国冰淇淋市场成为了国际以及国内食品巨头的必争之地。然而，从目前中国冰淇淋市场的总体状况看，国产品牌和洋品牌的地位比较均衡。这在一定程度上要归因于国产品牌的成本优势和价格优势。但与此同时，国产品牌档次普遍偏低的现象也应引起足够的关注。中国冰淇淋市场中，中、低档品牌价格竞争的日益白热化已使得利润空间越来越小。因而，未来冰淇淋市场中获利的主要方向应该是：基于市场调查和消费者研究，对冰淇淋消费市场进行细分，有针对性地制定产品策略和市场策略。

以消费者研究为例，冰淇淋产品最忠实的消费群是年轻人（15—29岁）。这一群体的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费。他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试，在做出购物决策时，价格并不是唯一的决定因素。那么针对这一群体而言，冰淇淋的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的“酷”感以及产品外型的个性化上。从渠道策略而言，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰淇淋专卖为主要形式。“冰吧”应该是时下流行青年的时尚选择。由此而言，营造品牌文化，引导时尚消费模式，开发多样化产品不失为未来冰淇淋行业发展的一个重要方向。

五、营销策略

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，自19世纪问世以来，越来越受到世界各地人们的喜爱。近十多年，随着有关机构大力倡导食用乳制品及更多的医疗保健专家的建议，中国的冰淇淋产品已成为最普及的乳制消费品了。目前，人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰激凌），未来20年有望上升到6 升，中国也将成为世界上最大的冰激凌消费国。而这个潜力巨大的市场吸引了越来越多资本的追捧和关注，这一切也为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。

总体而言，冰激凌产品最忠实的消费群还是时尚的、有购买力、有文化内涵的年轻人。根据cmms的调查数据显示：56%的15—19岁的消费者，42。4%的20—24岁的消费者以及37。2%的25—29岁的消费者每周食用冰激凌四次以上。他们的消费特征突出地表现为：冲动型消费和时尚型消费，他们对时下流行的事物比较敏感，也乐于尝试。

显然，针对这一群体，冰激凌的产品策略就应该更多地集中在：产品名称的时尚化，包装的酷感以及产品外形的个性化上。从营销渠道策略方面讲，以往超市销售的便利性已无法实现对这一消费群体的吸引和品牌忠诚度的建立，而以冰激凌专卖为主要形式的是时下流行青年的时尚选择。那么，我们的冰激凌店将以怎样的形象把产品推向大学生市场，找到了最佳的市场切入点，有效的避开同质性和主要竞品，并铺设了有效的终端渠道呢，这不外乎以下几点：

1、产品决策

产品筛选上，爽吧冰淇淋店大力开发适合我们大学生的各种各样的产品，产品外形独特有个性，并为每款产品冠以别出心裁的名称，以吸引不同口味、不同目的、不同级别的大学生消费者。

2、定价决策

由于中西方饮食文化的差异，冰淇淋产品在欧美国家是每日必食的餐后甜点，讲究浓腻，而中国人的口味偏淡，因此中国消费者更喜爱低档冰淇淋。而且，我们的主要消费群体是大学生，他们所能接受的价格也不是很高，因此如果我们的冰淇淋店在制作冰淇淋时将多次掺和数提高到45%—50%，就能既保持原有产品的风味，又使更多消费者更易于接受，同时生产总成本也降低了5%，出售的价格也不会太高。这也是符合市场营销观念的理性决策。

3、分销渠道决策

对分销渠道而言，控制专卖店的数量，提高质量是重要策略。爽吧冰淇淋店是一家开在无锡商院的规模不是很大的专卖店。我们绝对做到服务一流、质量一流，配备了专门的制作车间，有能力制作店内的绝大多数产品，极少数较复杂的产品由中心制作车间统一生产，做到真正自产自销。

4、促销决策

冰淇淋店开业前后我们都会进行大力宣传，不仅仅在无锡商院发传单，也将在整个藕塘发传单，以此来提高爽吧冰淇淋店的知名度。另外，我们还会定期的做多种促销活动，以此来吸引顾客。

六、冰激凌的经营与管理

我们坐落在无锡商院的冰激凌店，我们主要服务于无锡商院内的学生，他们都有着自己的个性和要求。因此我们的服务周全，可以要求服务也可以自助。在学校这个地方，同学们需要优雅但别具一格的氛围来享受一下冰激凌。作为一个经营者站在学生的角度我认为想成功经营这个商店必须注重环境的设计考虑到为什么他们会进来，他们有什么需要。

因此我们店除了基本的工作用具以外还购买了一些自动转椅，吊灯。我们会跟着时的节的变更购买墙纸，春天我们会都买一些有花花草草图案的墙纸，给人温馨的感觉。夏天会购买一些清淡优雅的图纸，给人冰爽的享受。秋天给人的感觉是萧条的，因此我们采用重色的墙纸将店内布置的热情，再加上我们的烤冰激凌，给人以激励感觉很完美。

冬天是一个寒冷的季节，我们采用火苗一样的墙纸，在吃着我们的火锅冰激凌，给人温暖，这是我们店一年四季的大体布置。我们还将进一步对店内的设计做出调整，我们沿墙安放桌子并在每个桌上放置菜单，方便选购。我们专门设有一栏是许愿墙，无论是疲惫或开心的你，吃完冰激凌在音乐的渲染下有感而发，并顺手记录你的“历史”，并抬头仰望屋顶黑夜里依然璀璨的小星星，会感觉心情舒畅。晚上可能有更多情侣光顾我们晚间浪漫的“爽吧”小屋，晚上我们有专门的“包厢”，灯光很浪漫，五颜六色温馨浪漫。

我们店内基本八个员工，有专门的收银员，制作员，服务员。我们都是统一服装是彩虹纹条，印有“爽吧”字样的可爱冰激凌图案。彩虹象征着希望机遇，雨过天晴。可爱的“爽吧”小冰激凌是我们的象征也是我们的形象。我们店内的员工用基本的英语口语，“hello” “bey” “my—gard” 等最基本的用语。

我们店内的主旨是“灵、怡、思”进行流水线似的服务。“灵”我们的服务很快，而且做的冰激凌很精致灵巧；“怡”是顾客满意心仪，我们开心；“思”是代表顾客对我们商店的赞赏，并带着朋友一起再次光临我们“爽吧”冰激凌店。我们店的生产目标是为顾客提供满意的服务，想通过每一位顾客去替我们做宣传，让他们真真感觉到我们店的与众不同。

七、创业团队

（一）团队管理

我们的创业团队总共有8名成员，分别担任店长和服务员，大家对待自己的工作认真、负责，共同营造了一个既轻松有严谨的工作环境，为顾客提供最优质的服务。在团队管理方面，我们采用的是人性化的管理方式，针对不同员工的特点安排他们的工作内容，经他们的长处做到最大的发挥。同时采用激励机制，让员工对工作充满热情，提高工作效率。由于我们的专业是工商企业管理，所以对冰激凌店的经营方面会有很大的帮助，能够提高我们的运营效率和营业能力。

岗位设计与职责：

店长（2名）：掌管财务、制定决策；进购货物；负责收银与服务区；管理网店。

店员（6名）：成品区导购员2名——帮助顾客选择成品的商品

自选区导购员2名、制作员2名——帮助顾客选择材料、设计样式并制作

八、财务分析与预测

（一）资金需求

1、办理工商、税务登记等费用约1000元；业务拓展后视情况再改善；宣传广告及市场调查费用约1000元；资料费及销售费用20xx元；人员工资3000元，其他开支500元。

2、原材料、餐具、4个甜筒机、3个榨汁机、5个冰柜、10张桌椅、杯子等费用大约4000元，室内装修20xx元，租金每年20xx元。

syb创业计划书6

中国是十三亿人口的.大国，是全世界最大的服装消费国和生产国。近几年中国的服装业有着较大的发展，服装业的发展大大推动了中国国民经济的发展，20xx年纺织服装的总产值约占全国总产值的十分之一，并已连续五年出口创汇顺差第一，服装产业一向为中国出口创汇作出了巨大的贡献。同时中国已成为全世界最大的服装生产加工基地，全世界每三件服装，其中一件来自于中国生产。

一、项目介绍

由于资金有限只有5万元，所以我想来想去没有什么更好的项目，时间紧张也没有更好的灵感所以暂就来个传统行业，服装行业。

我的项目是做服装行业，开个女式服装店。

在选定行业之前，我先衡量自己的创业资金有多少，5万元。因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先衡量自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划。

选取开服装店的优势是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动。而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧，呵呵。

二、店面的选址

地点的选取对日后店面的营运好坏影响很大，所以必须要找个商圈位置好的店面。经过调查我发此刻闵行莘庄这快商圈不错，闵行区作为上海发展的主要居民居住区之一，莘庄又是闵行的中心，那里交通发达，人口密集，市场是没问题。而且那里以后还要建一个大型的亚洲商品交易中心，前景广阔。最后我把店面选在了莘庄的水清路上，仅挨店面就有一个公交车站，前面是个大马路，平时无论白天晚上人来人往。而且一百米开外就是地铁站，人流量是可想而知的。周围又都是老居民区，固定人口多，地块成熟，消费力旺盛。另外我发现这条街上还有几家为数不多的衣服店，但大都定位居高，价格昂贵，款式单调稀少。平时也很少有人光顾。因为那里虽然居民多但大都是普通老百姓，富人很少，不适合销售高档消费品。那里虽然人流量大但大都为上班一族，消费潜力为中低档。我的定位就是中低挡贴合市场需求。同时和其他几家店没有冲突，差异性存在。

店面的租金也不高5000元/月，付三压一，(上海都这样)。找好店面之后，接下来就是要与房东签约。而且，这个动作不能太早，务必待前面几项步骤都完成后才能进行。因为，一旦与房东签约之后，就开始支付房租，自然就会有时间压力。所以，我在与房东签约之前，一切能做的筹备工作与书面数据(包括营业证照的办理等，那里我就不在熬述了)，都先准备好了。在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限。我签的合同是三年，即使将来经营出了问题我也能够转租出去(那里的房租一向在涨)。店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出。呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱只有5万元起步金呢。

三、店面的装潢

租好了店面，下面要装修了。店面装潢关系

**syb创业计划书完整版篇十**

1、地理位置：黑里河镇位于赤峰市宁城县西部，毗邻河北省承德市，隶属燕山山脉七老图山支脉。黑里河自然保护区1996年晋升为内蒙古自治区级自然保护区，2003年6月6日经国务院批准，晋升为国家级自然保护区。总面积27638公顷，素有“塞外西双版纳”之美誉，中国七大河流之一的辽河，就从这里奔涌而出。陡峭的中山地貌不仅造就了这里寒冷湿润的小气候，更突出了植物的垂直式多样性分布。高山草甸、蒙古栎林、白桦树、青杨树、胡桃楸林尽显生命的蓬勃与昂扬。除了壮丽宏阔的山地天然植物景观，这里还有冰臼、冰川漂砾、冰石海等冰川地貌组成的自然地质遗迹景观，被专家誉为“华北植物区系的门户”。该规划项目就坐落于黑里河西部的二道梁村，这里是黑里河自然保护区的核心区域，这里生长着茂密的原始森林，林间不乏益鸟珍禽;寒暑易节，变化鲜明。置身林中，听松涛阵阵，泉水叮咚，百鸟欢歌，令人心旷神怡。这里盛产蕨菜、五味子、山葡萄等各种野菜野果，具有丰富的营养价值。

2、气候环境：黑里河区域在大地构造上属于蒙古台背斜与七老图岭的过度地带，隶属燕山山脉，七老图支脉，海拔770—1836米，森林覆盖面积达3000多公顷，属暖温带向中温带过度，半湿润半干旱大陆性凉温型山地气候，四季分明，光照充足，雨热同季雨量充沛，风沙较少，昼夜温差大，年平均气温5—7度，年平均降雨量500—700mm，无霜期120—130天。区域内土壤主要为黑土、褐土、草甸三大类型8个亚类，因海拔不同而形成中、低山分布带。这里的图腐殖质含量高，营养丰富，利于植物生长。

1、区位物产优势：黑里河位于宁城县西部，距离天义火车站约100公里，全天有往返班车，全程柏油马路。北边接壤旺业店，全天跨县班车;向西与河北省承德市接壤，下京承高速，一路平整柏油马路可直达目的地，一天时间可往返北京，交通方便快捷;镇上有多家酒店、宾馆，食宿方便安全。项目区依靠丰富的物产资源，以栽培各种野生山野菜、药材等特色农业生产为重点，集观光采摘、农家院餐宿、原生态旅游于一体，以特色农业生产带动旅游发展，以旅游发展催生农业转型。依靠资源优势，小成本小规模起步，建设以“原生态”为根本原则的特色项目。

2、开发产权优势：项目区地理环境优越，生态物种丰富，村里水、电、有线电视网络、移动通讯覆盖100%。 电话、水泥路通到各家各户。全村地广人稀，给开发带来诸多便利。同时，当前国家大力支持开发农业产业链，各级政府出台发展农村政策，支持农村项目，发展前景非常广阔。里扎沟数公里原生态区域，给项目提供了优越的地理资源，有利于形成集生态农业生产+生态观光旅游+农家餐饮住宿一条龙的新型农业发展道路，对吸纳周边农民参与引力较强，有利于全村经济的发展。

3、市场资源优势：在项目区周边，相继已经发展了道须沟、大坝沟、杜鹃山、黑里河漂流等几个旅游娱乐项目，特别是道须沟旅游景区，开发规模大，市场经营能力强，丰富的客源间接对项目起到推动作用。

本规划以依靠山野菜、药材种植为主体，带动农家院形式的观光、采摘、餐

宿为一体的原生态农业庄园为经营理念，以输出观光、休闲、采摘、品尝、农事活动体验和传统农耕文化回味为目的，把新农村建设与原生态农业结合起来、把农业生产与旅游观光结合起来。讲求“原汁原味”，使农业系统、生态系统、人文系统和谐统一。围绕当地农村文化，农业生态环境、农事活动、及农村传统生活习俗，向游客提供一种自在、自然、幽静、新奇的生活空间，体现返璞归真、回归自然的心态，形成一个集农业观光、农村体验、生态旅游为一体的原生态小型庄园。

(一)生态农业建设：

1、生态种植：计划改建10亩传统耕地为山野菜、瓜果大棚种植区，包括当地的蕨菜、猴退、野鸡膀、苦乐芽等各种野菜，以及葡萄园、草莓园等，具体栽种分配视实际情况决定，用以游客观光采摘;规划5亩传统耕地为药材种植园，主要种植五味子、柴胡等当地野生药材，用以游客观光及农家特色餐饮;规划10亩传统耕地作为自留地，种植绿色农作物，主要为玉米、大豆、土豆、黍米、谷米等，供游客参与农事活动;规划2亩耕地种植绿色时令蔬菜，主要为游客供应新鲜食用菜肴。以上各种种植作物均为天然栽培。另外，规划河沿100米，培育柳叶、野茼蒿等野生特色菜。除此之外，在适宜时节，还可带领游客进山采摘非人工种植的时令野菜、野果等，如山梨花、山丁果等。

2、生态养殖：用本地生产的原生态作物为饲料，计划利用1亩荒地，采取散养方式养殖鸽子、土鸡、野兔等，后续增加野猪、野鸡等特色，供制作风味农家菜肴。

(二)基础设施建设：

1、餐宿住房建设：初步计划以餐宿一体的套间草房作为客房，配备火炕、简单家具、水电照明、热水等基本生活设施的木篱笆小院落四套。

3、道路交通建设：以沙土铺垫马路到庄园小路，途中需搭建一可通行小型机动车的简易桥梁，结构为土木结构。

4、其他基础设施建设：园内观光小路数条，以石板、砖块为材料;艺术桥梁、凉亭数个(具体设施细节可根据实际情况决定或者参考设计图纸);原始森林、冰石海游览，提供马匹或者摩托车若干，并承担向导任务，后期计划推出骑马游、摩托游等游览项目。

1、生态农业生产：野菜、药材等根苗全部来源于野生移植，在栽培过程中施以农家肥、草木灰、腐殖土等绿色有机肥，绝不施化肥、打农药，各个环节遵从“原生态”原则，确保吃到的是纯天然绿色健康食品;养殖的家禽等全部饲喂农家自产粮食和野生草料，杜绝饲料、激素等人工添加剂。以生产绿色无污染食品为根本宗旨，让游客吃的放心、吃的健康。

2、观光采摘：根据不同成熟季节，指导、组织游客进入田间地头、大棚、园子里，用本地农民特制的筐、篮等农具进行有偿或者无偿采摘野菜瓜果和参加农事活动。

3、生态农家：农家饭菜原材料来源庄园或本地种植的绿色作物以及养殖的健康禽畜，保证食品的原汁原味;住宿的客房为具有鲜明乡土特色的茅草房，配备火炕和基本生活设施，整洁舒适、水电齐全，为游客营造一个原汁原味的乡村生活氛围。

4、体验农事活动：在农事季节，让游客在农艺人的指导下，参与有偿或者无偿的农事活动，包括春种、夏耕、秋收等;也可以直接将自留地的田、园租赁、承包给游客，由农艺人员代管，游客参与季节管理及生产种植、收获等农事活动全过程。

5、生态旅游观光：由庄园专业导游做向导，带领游客观赏里扎沟沿途自然风光;或者开展进入无人区参观原始森林、寻找野生动植物等活动。

1、适应本地产业结构优化调整的客观要求，推进现代化旅游业和现代化农业发展。参考当地周边各大旅游项目的发展状况可以看出，当地的旅游产业结构转型势在必行，单纯的旅游不仅投资大收益慢，而且市场竞争激烈，没有坚实的旅游资源(如名山大河、名胜古迹、历史文化等)是无法吸纳众多游客的。而把生态农业与旅游业结合起来，不仅一改单一的农业生产模式，更弥补了旅游产业的短板，造福更多的农村百姓。如今食品安全成了人们普遍关心的大问题，能推出原生态的绿色农产品才是吸引游客、促进发展的主动力。

2、改变农业生产结构，增加农民收入，加快建设新农村步伐。该项目能有力渗透第二三产业链，一改农民传统农业生产方式，优化农作物收益途径，开辟增收新路子，有利于缩小城乡差距。

3、增强生态环境保护与建设，有利于农村经济社会可持续发展。该项目的生产素材是当地人与自然和谐共生的原生态乡村环境，对生态建设、农地保护、资源永续利用力度大，有利于促进农村经济可持续发展。

4、投资成本低、风险小。该项目充分利用农村丰裕的空间物资和众多农事活动、传统文化、风俗等无形资产，以及得天独厚的原生态景观、丰富的野生物种等资源，大大减少了投资成本，降低一次性投资压力;同时，原生农业生产的绿色产品，在有消耗剩余的情况下，可以通过市场销售换取利润，降低运营风险。

该项目设计建设年限为3年，分3期承建，投资约30万元人民币。一年为一个建设周期，第一期主要引进野菜药材等作物根苗进行培育，预计耗资5万元;二期工程以基础设施建设和特色养殖建设、日常运营消耗为主，同时可在二期建设期间逐渐投放运营，预计耗资15万元;三期为建设收尾、整体运营以及改扩建阶段，预计耗资10万元。效益回报取决于当时市场运营状况，在这里不做分析。(可参考“项目投资收益报告分析”)。

1、项目支持。该项目基础是农业开发示范，因此需要农、林、牧等部门的大力支持，并将此项目纳入新农村建设的试点项目予以财政支持。

2、政府扶持。生态农业的开发，重点要体现完整性，需要政府部门配合项目实施区，在土地开发利用、公共设施建设和公共服务上给予大力扶持，提升建设力度，体现大旅游、大生态、大服务一整体功能。

3、创新开发。经营者结合市场采取分期实施、逐步完善、适度规模发展。并坚持以生态优先、方便经济原则，使环境优美、服务体贴、品味高尚，吸引游客消费者。

4、强化管理。一是转变理念，统一思想，正确认识农业旅游;二是合理规划，科学、规范开发;三是精心设计农业特色产品，不断创新;四是搞好开发中的安全、卫生等工作;五是搞好广告宣传，提高知名度;六是培养农业技术和管理人才，旅游管理服务人员;七是带动当地农民参与，丰富服务项目。

**syb创业计划书完整版篇十一**

酒吧作为西方酒文化标准模式被引入到我国，已逐渐走入人们的生活，走入城市的大街小巷。随着人们生活水平的不断改善与提高，酒吧产业走上了风头正浓的时代。酒吧产业的兴起与红火与整个中国的经济、社会、文化之变化都有着密不可分的关系，酒吧产业经济带已成为我国休闲消费产业中的一支主力军。

通过这阶段我对酒吧产业的了解与深入，归纳出了以下几部分该产业的相关现有行情。首先，让我来分析一下现在的发展背景。当前受经济全球化和区域经济一体化的影响，在互利、共赢的目标下，加强国际间、行业内的交流与合作成为摆在我国酒吧产业面前的首要课题。故我们便有了实施的必要性，作为处在这样一个经济文化各方面都飞速发展的时代，接收、引进新兴项目与产业更是推动商业发展的有力契机。一个火热的发展机会，应了那一句了“来的快，去的也快”，所以在酒吧行业处于成熟阶段的时候，应当把握住机会，在潮流热还没有消退的时候，直击而上。犹太商人有一句话，叫做“嘴巴生意是个无底洞”，这也就是说，酒吧有着无限的发展前景与利润。其次便是酒吧产业的现状及发展趋势。社会主义市场经济的确立，使酒吧的竞争日趋激烈，目前酒吧的竞争可以说是全方位、多元化。他们不局限于单一的模式，包括酒吧的经营路线、经营模式、市场定位、投资方式和组织形式等等。可以预测，短期内酒吧的现状不会有很大的改变，这与改革开放初期的情况不同，也与整个经济大环境相联系，人们的经济收入与消费观念决定了酒吧的发展步伐，当今的经济趋势显而易见，人们的收入增加，可支配收入连年递增，人们开始学会享受生活，并认为这是人生中必不可少的一部分消遣，所以酒吧的发展趋势、势头极为良好。

通过以上的分析，欲开展一行业的业务，必备的几项重要元素都已具备，在酒吧行业成功的走过初期，平稳的进入发展期并且顺利成为商业链中成熟的一环的现有大背景下实施、开展此项创业计划是有一定必要性与社会效益的。

（一）店铺欲形成风格的定位

作为一个酒吧，它的风格、格调和气氛是它生存、发展的强有力硬件。我所想营造的是一个“欧美风尚酒吧”。面对的人是由80、90后潮流、时尚人士构成的客户群。在这里，客户可以采集到实时、最新的欧美各地时尚信息，其内容涉及到各个方面：衣、食、住、行，还包括明星动态以及最新的流行资讯。让慕名而来的客户得到他们想要的，更得到他们意想不到的。意料之外的东西总会加强人们的新鲜感与惊喜。而酒吧的格调和气氛完全是靠店内的精修以及背景音乐的结合来烘托和渲染的。

关于酒吧的名字，我将它命名为nineo’clocklife，这个名字有很多元、很管饭的意义。我本人喜欢9这个数字，在我的思维里。它是仅次于完美与第一的一个层次。实话实说，我不喜欢做第一。首先，恕本人愚钝，的确名优做到最好的能力。其次，当你成为第一的时候，最大的敌人就是自己，而不论是企业还是个人，最容易忽略的，同时也是最可怕的敌人，也是自己。不是止步不前，待他人超越；就是高傲自大，最终走向失败。所以，这个名字，我赋予它的含义就是“可以与第一有距离，但要永远追求做到最好。”永远维护好这个平衡点，在困难与夹缝中求生存，永远是拥有最饱满热情与活力的状态。

首先，店铺的地址选择。

（二）店铺地址的选择

事实上，不论一家什么类型的店选址，都想坐落在一个人流量大、经济发达的地区。但事实上，各方面都完美的地区早已被其他各类型的商家抢占了最初有的先机，经历的很长一阶段的摸索与发展，成为了繁荣的经济区，这样房价高，成本高，高出的成本就是在削减利润，所以我不准备选择一个经济发达的地段作为店铺的选址。同样，我也不准备选择类似于“酒吧一条街”或其余酒吧聚集的地方，虽说正常的发展竞争本是应该遵循这一原则的，有竞争才有发展。但是我认为，有针对性的选择客户便更能直击到客户本身，有严整的客户定位，便不用跟随经济繁荣的趋势。所以我会选择一个潮人聚集的地理位置，不需要在城市的商业中心，也不需要在酒吧的聚集地。故我选择了以隆礼路与同志街交汇处为圆心，以周围人群密集度为半径组成的一个商业圈。在其中寻觅一间90㎡—100㎡的店面作为我店铺的选址。此商业圈的聚集人群大都是年轻但具有一定数量的可自由支配收入的80、90后人群。他们对时尚敏感，并且热衷与追求时尚。他们把紧跟世界时尚潮流视为生活中不可缺少的一部分，所以此类人群非常适合我酒吧的客户人群定位。门面的租金我预估4500/月以内是可以承担的，高租金的店铺他的地段和人流量一定也很高，这是成正比的，个人觉得租金这块投资应该要舍得花钱。古书有云：办事，要天时，人合，地利三者成一线时方可成事。我们必须要有耐心和花资金去解决地利这个重要的因素。

（三）货源的选择

作为一个酒吧酒和装修有着同样重要的分量。酒吧的酒类大类非为四种：扎啤、外国啤酒、洋酒、鸡尾酒、软饮，除了酒类当然还必备干果类食品。首先，扎啤我选择哈尔滨扎啤，因为哈啤在我国的口碑甚好，口感和舒适度堪称第一。其次，外国啤酒的货源我选择美国、德国、英国作为啤酒的主打组成。其次是洋酒和鸡尾酒，洋酒不需要种类繁多，只引进相对来说属于经典款的vodka、whisky，比如absolutvodka、skyyvodka、tequelavodka、gordon’svodka和jackdaniel\'swhisky、jimbeamwhisky、blacklablewhisky、redlablewhisky、chivasrecalwhisky等。鸡尾酒的调制需要专业的调酒师，不但手法高调精准，而且还要不断推陈出新，满足时尚人群喜欢尝试新鲜事物的要求。软饮的品种分为即饮型和调制型，即饮型为矿泉水、雪碧、可乐、零度、屈臣氏的汤力水和苏打水、能量型饮品红牛、宝乐士等；调制型为咖啡、奶茶、热巧克力、各种果汁、花茶等。

（四）正式开业前后的店内装修、陈列摆设、宣传手段和经营方式

每一家店都要有自己的特色，我的酒吧针对的是80、90后时尚人士，

故店内的装修是以欧美简约大气为主情调，以红黑白为主色调，融合柔美的黄色灯光，使人一旦进入，便有无限舒畅与家的感觉，不失时尚感且具有亲切感。在屋内设有欧美明星以及时尚人士的街拍墙，舞台的设计类似于短小的t台形状，且舞台部分的灯光为组合式灯箱控制，主灯光色调为永具时尚感得白色，有利于定期进行时尚t台走秀活动以及歌手的献唱等各类型的活动。在门口设一具有简约大气时尚的一个摄影墙，供于顾客自拍和定期拍摄酒吧宣传册等。屋内的陈列摆设均为设计感十足的装饰性摆设，随着时间的推移不断搜集有纪念意义的明星珍藏品。屋内餐饮用具均为特别定制，上印有经典款的欧美电影宣传海报、明星动作、话语、穿衣搭配等元素。本酒吧的宣传方法应为有针对性的聚拢人群，在百货商场，如巴黎春天、卓展、国商、欧亚商都、亚泰富苑等地，以及潮人聚集的小店处，如桂林路巷子，重庆路巷子等地。进行“普遍选拔，重点培养”的宣传方式。

一个企业和一家店铺的经营管理模式是相似的，一个企业想要长远且大规模的发展，就必须拥有一份自己的sop。那什么是sop呢？sop（标准作业流程standardoperatingprocedure）是经过许多经验的积累而产生出来的最具有效率的做事方法。可以说sop是企业的骨骼与脊梁，任何充实与修饰都是建立在sop至上的，可企业光有sop还是不够的，这就是我即将叙述的sop+，只有做到sop+，企业才能像常青藤一样永远有活力与生机，这样才不会在商海中随波逐流，甚至被淘汰。那么sop+比sop多的那一点是什么呢？就是人性化+对顾客用心的服务态度+不可替代性，此三点实则是层层铺垫与递进的，当你拥有的不是死规则而是更多的人性化服务时，你的服务体系已步入愈来愈完善的阶段再加上对不同类型、不同需要的客户进行有针对性的服务，可怎么提供有针对性的服务呢？那就要用“心”了，不仅用心去观察、用脑去思考，更要用心去体会，顾客需要什么、怎样能触动他“非你不可”的情结。

首先，分发传单，并在网络上发布开店信息，开店之初，有优惠活动以及小型活动等，目的是聚拢客户，增加知名度。

其次，定期举办活动，如t台走秀、真人表演、时装比赛等，目的是增加客户基数，创立新颖、有特色的品牌酒吧。

最后，当拥有一定固定客户群，并且酒吧已进入正轨盈利后，开始寻觅第二个合适的店铺地址，扩张分店。

1、项目投资概算：店面租赁：54000/年

店内装修：30000元

进货费用：50000元

宣传费用：5000元

总计：139000元

2、资金来源及筹措：借由银行贷款及抵押15万元。

3、资金使用计划：139000元用于初期支出

8800元为雇请人员支出

3000元为周转资金

4、预期经济效益：对于酒吧的经济收入，我有以下预期：

在happyhour内的扎啤：5元/杯×15杯=65元

在happyhour外的扎啤：12元/杯×25杯=300元

软饮的平均价格为15元/听/杯，故15元/听/杯×10个=150元

干果类的价格一般在10元—20元间，故15元/盘×8=120元

预计一天收入为1455元，故一月收入为43650元，次月预期60000元，后每月预期100000元。

5、预期社会效益：使人们的时尚感官更进一步，并且在城市快节奏的间歇之余，能拥有一个享受生活，体味时尚的潮流之地。

可能的风险：因为我想创建的酒吧理念过于缺少，是在开辟一片酒吧领域中新的发展层面，所以难免在创业初期会有一定的风险存在，如果发展方向有所偏离，就会导致不能打响酒吧知名度以成为品牌酒吧，无法聚拢新潮客户愿意来消费，故酒吧没有预定的利润，便会面临倒闭失败收场的情况。

市场的风险：现国际行情的极为不稳定化，虽然金融危机已渐渐消退，可仍存在着潜在的市场风险。经济大环境的微小变动，便会引起整个经济体系的震动，所以，现在市场大环境存在一定的风险，如果想避免此类风险，就必须拥有对于经济的强烈敏感度与理性的分析头脑，两者相结合，就可能在面临问题是予以解决。

财务的风险：财务方面的风险就是很容易出现资金周转不灵以及突发事件的发生。那么预防这类风险的办法就是做好严整的资金用途预测，并严格按照预计的报表进行开销，还要具备敏锐的洞察力，多观察、多思考，及时发现问题，在没有遭到损失以及破坏之前将威胁扼杀在萌芽时期。

管理的风险：这一点我个人认为，完全在于本人性格与脾气的控制。因为我有了完善的管理、运营体系，但至今为止，现在可预测的管理风险仍然存在于我的自身。一个成功、成熟的人是会懂得如何去控制自己的情绪，而我需要完善的也就是这一点。

此酒吧建立需要以下人员配置：

1、ceo：统领指导酒吧的大趋势发展事宜。

2、经理：负责管理酒吧的大小事宜，履行ceo所作出的发展策划、发展方向等。

3、财务主管：负责酒吧的财务进账、支出、利润报表等工作。

4、调酒师：在吧台内做专业调酒工作。

5、吧员：专与客人沟通，时时刻刻向上级反映顾客需求，以致酒吧不断完善与进步。

6、服务生：负责客人需酒的服务性工作与每天的清洁与打扫。

人员岗位以设置好，如何选用人才，成为眼下的问题。我的选人观念就是避开亲人、家属、朋友的圈子，通过适合本酒吧的选人制度选定人员。首先，进入我酒吧工作，不论任何岗位，应聘人员的人性品格是敲门砖，“要做事，先做人”这便是我的用人理念。其次的要求便是能够满足我酒吧的员工素质规定的人员。在满足以上两点后，在上岗前再进行岗位职责、技能、与态度的培训，便可顺利成为我酒吧员工。

**syb创业计划书完整版篇十二**

伴随着经济的发展，激烈的竞争是不可避免的，“烦躁”、“郁闷”成了人们经常挂在嘴边的话语;与此同时，现如今的孩子们缺少动手实践的机会;另外，“求异”的心理在大众尤其是年轻的学生群体占有不可或缺的地位。制作一个独一无二的蛋糕、糖果等食品，拥有一次非同寻常的亲自动手的过程，在小资、孩子、学生们的群体中拥有巨大的潜力!因此，为了缓解激烈竞争的压力，给孩子一个自己动手的条件，给年轻人一个独一无二的享受，我们的“diy食品连锁店”应运而生。考虑到我们大学生资金短缺的事实，决定打造个从小到大的产业，从简单的“diy蛋糕店”做起，打响自己的品牌，逐步扩大自己的产业，形成diy食品连锁一条龙。打造都市避风塘!

二、企业介绍

1、项目名称：diy蛋糕店——diy食品连锁店

2、项目宗旨：打造都市避风塘，引领年轻时尚!

3、项目宣言：我的蛋糕，我的young!

4、店面名称：

i cake——diy蛋糕店

注释：1、i ——我，i cake——我的蛋糕，就是diy蛋糕，自己动手制作，世上独一无二的蛋糕!

5、店面主题曲：

《甜甜的》——周杰伦

主要歌词：我轻轻的尝一口 你说的爱我……

每天会在店里播放一定的时间。

6、宣传口号：

我的蛋糕，我的young!

注释：young有两个层面的意义，一方面，是我们面向年轻群体的体现，另一方面，young与“样”同音，即diy自己制作蛋糕，就有自己想要的样子!

7、店面商标：

注释：上边一个蜡烛，是字母“i”的变换，左边缺失一块的圆就是蛋糕也是字母“c”，与后面的“ake”连起来就是“cake”代表着蛋糕的意思，再和蜡烛在一起，就是我们蛋糕店的名字“i cake”!

8、店面地址：

选择学校附近，靠近年轻人聚集区，且交通便利的地方。(因为本项目主要的面对的对象就是年轻的群体，大家都会以简便优先的原则，且，学校因为其生源的不断更新性，致使能保证客源的持久性，所以选择学校附近的地段)。

9、店面布局：

风格采用多样化的布局，诸如：童话版、欧版、丛林版、温馨版……各各相互独立的不同主题风格的界面，以供不同人群的喜好。(本身就是一个diy店，就让它一“独”到底!每个人都有自己独特的意境。)

周围排满蛋糕制作的参考图片，大而且容易看，方便大家制作蛋糕。

三、 市场分析

我们主要分为两部分来调查，调查群体主要集中的大学生群体，并根据大家的选择做出相应的图表及产业分析。下面是我们从调查中统计的数据，调查问卷及网络调查投票样板详见附表一和附表二。

1、 问卷调查：

由于本项目主要面向群体为大学生本身，因此，问卷调查主要调查群体为在校大学生。

(注：有部分选项为多选，故部分选项的百分比相加大于100%。)

1、去蛋糕店的频率：

3、市场满足度：

总体来说，大家对diy方式还是很看好的，因此，我们还是有很大的发展空间。

5、是否愿意花时间自己做蛋糕?

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com