

2023年创业计划书 开健身房创业计划书(模板5篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

创业计划书篇一

这个版块是我们针对不同的顾客类型做出的具体的健身方案。以下是按照男女性别指定的方案：

男性展示自己身体的时候，最好的地方应该是胸肌、臂肌、腹肌等身体部位。所以，我们对于男性大学生主要以力量型的健身方式让你的整个身体充实起来。

而相对于女性来说，我们则侧重于女性的柔韧性的训练，加以必要的力量锻炼。所以我们对于女性的大学生主要以瑜伽，团体操，搏击操等做为主要的训练方式。

以下是按照锻炼的时间习惯制定的方案：

方案1、（晚上运动型）

时间一般在晚上8点到10点。晚上的运动时间不宜过长。所以一般安排两个小时左右。一般可以用跑步机跑步半小时，然后开始活动臂肌、胸肌、腹肌、腿部肌肉的运动锻炼。晚上的肌肉容易松弛，所以对于肌肉的锻炼要适当，不宜过久。

方案2、（白天运动型）

白天运动是一个比较正常的运动时间，特别是早上和傍晚这两个时间段，那么我们可以按照每个人的基本要求进行不同的训练。

方案3、(周末运动型)

周末是很多人都会选择的运动时间，因此，我们对于周末这种人数比较多的时候我们准备增加团体运动的场次。

七、经费预算

1、经费预算表

数量 单价 合计

跑步机 53500 17500

五人综合训练器 113000 13000

坐式蹬腿训练器 15000 5000

坐式胸肌推举训练器 16000 6000

下斜举重床 16500 6500

臂力训练器 26000 1200

其他设施(乒乓球台等)若干 30000

其他费用(租金等) 20

合计 300000

注：其他费用为场地的租赁费用以及装修的费用等。

健身房创业计划书（三）

1. 计划概况

一般来说，这个行业竞争的关键在于地点的选择、活动项目的设计、服务的质量和设备的条件。我们拟将健身中心设在北京东城区，这里的居民收入比全国平均高出2.5倍；这里的工厂、企业以及其它单位的员工有着组队进行体育活动的传统。我们健身中心的活动项目都是围绕着人们的兴趣而设计的，将会超过未来会员的期望。我们所提供的设备和经验丰富的经营管理人员将使健身中心的服务超过其他类似的俱乐部。

除了上述健身俱乐部所具备的成功外，更为重要的是，我们有一组经验丰富、富有热情和生气并致力于经营这个健身中心的管理人员。张大为先生是一位出色的推销专家，他将出任健身中心的总裁；王丽华女士将出任项目部和公关部主管；刘国栋先生将主管设备处并负责职员培训。以上这三位都具有企管硕士学位并具有多年的这一行业的经营经验。魏麦先生是一位财务方面的专家，将出任本中心的财务主管。

健身中心的创建需购置土地5公顷，连同建筑和设备安装费用共需投资450万元。以上提及的几位主要经理人员共投资60万元，一些外部投资者以获得40%的股份为条件已承诺投资约190万元。健身中心还需向有关机构贷款225万元，拟将建造此中心的土地和造好的房屋作为贷款的抵押，同时将提供40%的付款以确保此项抵押贷款的可靠。我们预计健身中心第一年的总销售额将达180万元，利税达7.5万元。

2. 经营管理

经理人员介绍

张大为先生，现年40岁，北京大学企管硕士，中山大学经济

学学士。张先生在广健身俱乐部担任副总裁之职多年，从事过健康俱乐部的选址、日常经营和活动项目开发等方面的工作。在此之前，张先生作广州家庭健身中心的职员，从事过多年的直接销售工作。张先生还是一位体育爱好者，他现在仍担任中国室内运动协会的理事。

王丽华女士，现年35岁，中国人民大学企管硕士，北京师荡大学教育学硕士。王女士现任职于四通集团公司职工活动部经理，对职工活动项目设计和体育器材有丰富的知识和经验。王女士业余还兼任东城区青少年活动协会的理事会成员。

刘国栋先生，现年38岁，北京师范大学体育系学士，现任职于国际海员俱乐部器材管理部，刘先生是北京体育界的活跃人士，同时参加几个业余篮球队和排球队并兼任教练。

魏麦先生，现年48岁，中国财经大学企业财务硕士，具有高级会计师职称，现任职于全国青少年体育运动协会的主管会计师。

上述的每一位经理人员均在自己的领域之中有多年的工作经验，其中两位具有管理财务方面的经验，三位曾经有经营健身俱乐部方面的经验。这样的经理人员的组合给健身中心提供了一个坚实的基础，即使万一有某位经理人员因故离任，其他成员可即时填补空白。

上述各位人士虽然目前仍在其他单位担任要职，但并没有与他们的单位签定任何限制性合同，可以随时离职而加入健身中心。这四位经理人员已签署的一项合同约定：他们从加入健身中心之日起将至少为本中心服务五年；如果任何一位将来离开本企业，那么从离开之日起五年这内将不能从事与中心竞争性的业务。事实上，这四位原始创始人对创办本中心投入了大量的人力和资金他们将会致力于办成一个成功的健身俱乐部。

报酬

四位创始人每年的工资收入定为5万元，这与目前这个行业同等职位人员的工资水平相当。

创业所有权分配

健身中心最初将发行10万股普通股票，四位创始人每人投资15万元，各换取14%即14,000股股票。每一位董事(共4人)将获得1%(共4000股)的股份。另有三位不参与经营的投资者共出资190万元，将按出资多少分享40%的股份。

经理人员的责任

总裁/推销部：张大为先生将出任健身中心总裁，他是整个中心的核心。他的主要责任是领导企业的经理人员，同时还担负训练和指导中心的销售人员的责任。

项目设计/公关：王丽华女士将出任这方面的主管。王女士将对健康俱乐部行业的发展情况以及顾客的需求进行持续的分析，制定出符合市场需求的活动项目，并负责中心的广告和宣传业务。

器材部/人事部：这个部门由刘国栋先生负责。刘先生将负责中心的器材购置、维护以及中心的杂务人员的管理。

财务/住处系统：这个部门由魏麦先生负责。中心的计算机系统以有相应的数据、文件也由魏先生负责管理。

董事会成员

健身中心的经理人员意识到自身缺管某些经营此中心所必需的专长。为了补这种缺失，经理人员吸收一位律师、一位健美方面的医生、一位健美专家和一位体明星加盟董事会。他

们将对中心的发展提供宝贵的经验和技巧。每一位董事会成员将获得1%的股份作为报酬，如果他们决定离开中心的话，中心的经理人员有对他们的股份进行收购的第一优先权。

3. 市场分析

市场的分布情况

健身行业的市场分割最重要的形式是其区域性，80%的会员居住在距中心周围9公里以内，平均车程15分钟可视确定距离范围的基准。健身中心是一个具有独特体育运动设施的俱乐部，由于有室内滑冰场、排球沙滩以及特殊训练厅，将吸引一些居住较远的人们，估计所有会员的工作、居住地不超过13公里。健身中心之所以选址在北京市东城区，其原因是那里人口增长迅速、家庭收入高以及该地区人们对体育运动有较大的潜在需求。

人口、年龄、家庭收入和从事管理、专业技术工作的人数是判断顾客群中最重要的统计变量。东城区年人口增长率为2.5%，是全国人口增长率的1.5倍，是北京市人口年增长率的1.3倍。大约590,000人口居住在健身中心场址9公里以内，据估计，这个数字到1995年将超过650,000。分析专家说健身行业会员的年龄中值是34岁，而东城区年龄中值为32岁。

根据中国国家室内运动协会(简称室运协)的抽样调查，家庭收入是判断顾客群的另一重要因素，约77%的会员家庭收入超过2.5万元，而全国家庭收入超过此线的占56%;39%的会员家庭收入超过4.5万元。从事管理、专业技术工作的人员参加健身运动的人数远比其他行业人员多，而北京市专业技术和管理人员比例与全国平均相比多二倍以上。

对比全国平均水准，东城区体育运动的潜在市场高于95%。根据1991年国家统计局对以邮政编码为区域范围的居民各种服务的潜在需求量进行的分析测算，东城区的需求指数为132，

而全国的需求指数中值为103。

可行性分析

市场渗透分析是对兴建商业娱乐、健身设施在一定的市场范围内的整体市场饱和状态的预估方法。它已被公认为重要的商业分析方法。这种方法被房地产评估者、金融机构和专业顾问用于测量市场对新建健身设施的需求程度。本计划中的计算结果是根据与目标市场和设施建筑面积有关人口统计数据得来的(请参照附录有关计算方法和讨论结果)。

应用这套分析方法的结果表明：东城区以其现有的人口仍可财建一所7,500平方米的多种体育运动俱乐部。这一市场渗透分析不能用于分析具体项目带来的利弊，因而需要通过市场研究来进一步确定该项目的可行性。我们的研究包括：选址分析，目标市场调查，与一些体育组织、社团领导人、竞争对手的会员和雇员进行交谈。

4. 竞争分析

根据室运协的调查结果得知，主要的竞争来自6公里以内的提供同等设施条件的俱乐部，主要竞争对手是东城区中心的中央俱乐部。这个俱乐部建筑面积7,000平方米，设有举重室、联合健身器材、体操房、奥林匹克标准游泳池、健美体操房、饮食及营养教学中心。中央俱乐部的会员有2千人，同时有6个月的排队名单。它的四周由医院环绕，如果不是建筑中贵的话，扩建是可能的。对比这下，健身中心除了提供给会员个人健身运动项目，还将提供团体和家庭集体运动以适应市场调查的结果。另一个竞争对手是东城俱乐部，位于健身中心西部5公里左右。同中央俱乐部一样，东城俱乐部也只为成年会员服务。它拥有800多名会员，建筑面积2,000多平方米，设施包括举重室、联合健身器材、室内网球场、桑拿蒸气浴室及旋转水按摩浴池。它的主要优势是会费低廉；最大弱点是卫生条件不佳，设备更新不及时。1990年，由于更衣室等卫

生条件太差而被政府罚款。

一些我们访问过的东城俱乐部的会员正在积极地寻找其他合适的俱乐部。但由于中央俱乐部一时不能接受新会员，他们的选择受到限制。80%的被调查者认为清洁的设施对于行业是最重要的因素。室运协的调查还表明，东城俱乐部每百平方米拥有40名会员，而按一般标准应是每百平方米29名会员。我们准备实施一项预防性的维护设备计划，该计划可以保证设备满足会员要求，同时将保持一定的设备长期维护费用。

东城区的网球俱乐部拥有8个网球场，其中6个室内场地和2个室外场地，它还有旋转水按摩浴池、小卖部等。这个网球俱乐部大概距我们的地址约4公里左右。尽管在我们的调查中网球被列为第三受欢迎的项目，但进一步的调查表明该地区已有足够的网球场，因而健身中心决定目前不提供网球服务。

次一级的竞争来自15公里范围内提供相似服务的俱乐部。这些俱乐部包括：北京朝阳区的朝阳俱乐部、东方俱乐部以及在崇文区的崇文俱乐部和国际俱乐部等。但这些俱乐部对于东城区的居民来说距离较远，乘车时间都超过20分钟。

下表显示我们的竞争地位：

中央俱乐部 东城俱乐部 健身中心

个人活动 有 有 有

团队/协会活动 有 * 无 有

家庭会员 无 无 有

*中央俱乐部的健身房提供篮板供几个人投篮活动。

5. 企业操作计划

选择地点

经过全面的分析研究(包括位置的可进入性、大小、分区的限制及东城区的地价等), 决定将健身中心设在二环路永定大街相交处该地位于一个“白领阶级”的公司和高级收入居民区之间, 并正在大力发展商业设施。

我们选了一个街道口作为建设点, 过街行人和四辆容易看到, 且出入方便。室运协认为, 方便的地理位置是一个体育俱乐部为会员提供的最基本的利益之一, 至于俱乐部的大小则由市场的需要而定。

我们所选的地点已被政府划为工商业区, 可以立即开始基建工作。场点地价是13万元/公顷。

器材的配置

健身中心建筑面积7, 5000平方米, 是市场渗透分析中认为该地区所需要的面积。考虑这个地区的人口增长, 已买下2公顷土地留做备用, 同时也避免随人口增长的土地增值给未来中心扩展增加困难。

北京市新华建筑设计公司(专长于娱乐设施的建筑设计)已完成了符合建筑要求的设计工作。这家公司曾在设计方面获奖, 有丰富的设计经验, 能够保证质量。

设备的维修和建筑设施的保养对会员很得要。90%以上的被调查者给予这个方面最高一级考虑。维修费是一项可变开销, 这一行业的平均维修费在4%-9%。我们强调预防性维修, 可以使我们的费用支出保持较低水平。

产品和服务介绍

健身中心将全年开放, 每天开放14小时。为满足喜欢早起锻

炼的会员需要，早晨6点即开始开放。健身中心将是一个室内、室外多项体育运动中心，提供以下活动设施：

滑冰场

篮球场

排球场

小型高尔夫球场

里环形跑道

游泳池

锻炼室

市场研究结果表明，东城区的居民对建立一个可提供各种团体比赛活动的多种体育运动中心是有要求的。仅单一一项联赛活动就有64%以上的人参加，50%的人已表示他们有兴趣加入本中心，并愿意交一定的押金以保证他们的健身中心的会员身份。

进一步的调研证实，我们最主要的竞争对手cccc中央俱乐部和东城俱乐部都没有提供排球、篮球、冰球等团体比赛活动设施项目。中央俱乐部有篮球场地，但是仅为几个人投篮而设计的，不能用作团体比赛活动。下面我们具体介绍每项设施的内容。

滑冰场

抽样调查表明，33%的人认为应该有滑冰场。朝阳我东方俱乐部的主任说：“我们的滑冰场20%的人是来自东城区。”这些人的单程路途都地15公里以上，远远超过了平均的里程。

我们的滑冰场将用于花样滑冰、冰球，并对公众开放。评估结果显示：80%的营业时间将用于冰球联赛、花样滑冰训练和滑冰协会租用。

篮球场

我们的市场调查显示：43%的人认为篮球是他们参加健身中心的是基本的考虑。中央俱乐部设有篮球场，但会员名额已满，还有排队名单。根据我们的研究，篮球场能更好地吸引那引起对团体比赛感兴趣的人们。

排球场

从最近的发展趋势来看，利用沙地打排球将越来越为人们所喜爱，我们的排球场设计成沙坑场即是为满足这种要求。当然，目前浒的排球联赛场地是硬木地板场地，但我们的篮球场可以在需要的时候用作排球场地。

小型高尔夫球场

小型高尔夫球被这个区域的人产选为首选运动。为了满足这种要求，我们已设了一个室内18孔小型高尔夫球场。由于有了这个设施，使得我们不同于那些公园、疗养院及室内网球俱乐部。研究表明，这种设施能吸引那些居住较远的人们。

跑道

从市场调查中得知，30%的会员认为跑道的长度是非常重要的，大多数人希望有1/2公里的田径跑道。中央俱乐部和东城俱乐部设有的短跑道被很多人认为太短。因而，一些较正规的田径比赛将在我们这样的大田径场举行。

锻炼室

我们将设两个锻炼室，一个出租给健美操运动，一个用于其他类似的运动。50人的健美课程需要大约300平方米的地盘，能够达到这个标准并出租的地方每月租租金约5000元，我们可以出租一个同样大小的场地每小时收费30元。我们已预先出租了一个场地给北京健美培训班，租金每月3千元，合同两年，并可延期租用三年。由于北京健美培班与健身中心的合同顺利进行，我们已完成了50%抽样调查所提出的对健美运动的市场需求。

游泳池

根据室运协的统计，设有游泳池的多种体育运动俱乐部会员比没有设游泳池的多40%。统计数据还表明，参加体育锻炼的人有41%都参加游泳运动，我们的调查中有26%的人要求设游泳池。

快餐小吃部

健身中心将设一个快餐部。中央俱乐部就设有一个快餐部并积极主动地为会员提供午餐和晚餐。我们市场调查表明，60%的人希望有快餐部，这样的快餐部年收入约为60万元。

6. 营销策略

国家健身运动器材组织的住处与研究主任说，90年代健身及娱乐市场的发展将对经济产生深远的影响。他还说，从1990至1992年，参加健身运动的人数增加了6.2%，预计这个增长趋势仍将持续。据权威估计，娱乐活动一年能产生3500亿以上的收入。健身中心已制定出两个销售策略以保证市场渗透。

短期策略

直接邮信是我们向东城区及周围地区居民传递信息的一种经济有效的方法。很多俱乐部均采用此销售方法，它已被证明

是一种成功的方法。

直接推销将被用于面向9公里以内的组织和单位。为能在这一新兴事业早期以最经济的手段尽可能占领市场，我们将直接与一些大公司取得联系。这样将保证健身中心为它们开展联赛及时签署合同，同时满足他们的具体要求。

在推销工作繁忙之时，我们将雇用临时推销员，经培训后承担一些推销业务。全职雇员则负责经常性的工作，保证不错过任何销售机会。

长期策略

当健身中心在建设期间吸收了第一批会员之后，我们将继续在地方报纸上登广告，并将健身中心的新闻发布信发给各协会组织，通过这些组织来建立健身中心的信誉和争取会员。

直接邮寄也是我们的长期策略之一。我们还将利用打电话的方式与个人联系。为了高效率地向我们的目标市场传递信息我们已经同几个广播电台签定了广告合同，广播的广告费用是每半分钟500元(黄金时间)。我们还将联系不同的协会组织，把我们的广告夹在他们的宣传信件中发出。

推销后的工作将由一位正式雇员处理，早晨和晚上将由一名正式推销员来经营。二名临时雇员协助处理电话，引导顾客参观中心，回答各种问题。

对于正式和临时的推销员的培训将是一个持续不断的工作。这些培训包括：产品知识、经营时间、电话交谈技巧、了解会员合同以及健身中心的规章制度。培训的任务将由总裁来负责。

竞争性推销策略

中央俱乐部最初是采用直接邮信的方法进行推销的，他们也在地方报纸上做广告，并参与东城区一些购物中心的健康知识普及及活动，以使顾客对健身运动产生兴趣。事实上，中央俱乐部在开放之前已将会员名额售满足，并保证一个排队名单。这说明它们的推销工作是成功的，健身中心将采取类似的方法进行开放前宣传。

为了扩大会员队伍和增加收入，健身中心将在开放前进行吸收会员的促销活动。我们一次性入会费是每个家庭300元，较中央俱乐部的600元低。虽然东城俱乐部的家庭会费仅为100万，但它们要求会员签定三年合同。我们的月费是20元，也较中央俱乐部的45元低。我们的会员在交付入会费和月会费之后，可免费参加任何由健身中心支持赞助的联赛活动，联赛期间外可使用游泳池、田径运动场、排球场及篮球场。

观众入场费是每人8元，由于难以估计人数，不好估计实际收入。因此，这部分收入不有包括在我们的财务规划内。

7. 职工

健身中心预计第一年需要6名全职人员，19名半职人员。全职人员包括健身指导、维护人员、会计师和统计分析。他们的工资根据不同职位将在每小时8元至14元之间，另加各种福利(如医疗、人寿保险等)及免费家庭会员证;工作满一年以上者，每年可享受两周假期。半职雇员将由主管人员指导，工资为每小时5元，也可获得家庭会员证。根据有关专家的经验，我们的工资在本地区是有竞争力的。

管理人员打算对雇员提供比其他俱乐部更广泛的项目训练和定向训练。本行业的体育商业杂志强调，培养高素质的雇员地保持老顾客的途径之一。我们的雇员还将接受身体锻炼、紧急救护和设备维护知识等方面的训练。我们的培训计划比竞争者更为系统和正规。

我们正在与北京师院一起建立一个招收学生雇员的计划，这个计划将使健身中心保持一批年青、热情的临时雇员，这些雇员可以工作二到四年。

一些特殊的服务项目如个人教练和比赛裁判，将根据需要临时签订合同。这主要是由于中心在开办初期需求尚不稳定，同时也是为了减少对正式雇员的开销。

8. 保险和法律事务

健身中心的保险是通过中国平安保险公司购买的。资产保险将保险固定资产和私人资产的实际市场价值，商业意外保险保证赔偿由于意外事故而关门造成的固定现金流入损失。

为了防止意外事故而造成会员伤残所引起的法律诉讼，我们还购买了一般责任保险。当然，中心管理人同会采取有关预防措施，如提供适当指导，给予必要的警告，同会员签署无责任条款合同等。健身中心还将为四位主管人员购买意外死亡和伤残保险。

中心的法律事务将由北京高三律师事务所负责处理，该事务所有丰富的经验和良好的信誉。

健身中心是在北京市注册的股份公司，公司及其管理人员没有任何法律纠纷。中心已得到了在东城区建筑、经营的商业营业执照。

9. 业务的季节性和应变计划

季节性问题是娱乐、健身行来的老问题。多种体育运动俱乐部由于提供了多种类型的设施，可使季节性问题的减少到最低限度。健身中心已经采取措施保证滑冰场和游泳池全年开放。对于季节性的现金流入下降，将采用收取月计会员和与健美训练班签定短期合同来解决，这个收入约占年收入

的7.2%。在夏季，中心将举办联赛、医疗康复讲演及体育讲座以提高会员的技术水平，因此而来的收入将帮助调节市场需求，增加俱乐部的全年使用率和利润率。

应变计划

针对进入本地区的同行业竞争者：根据市场渗透分析，本地区的人口密度已难以支持另一个健身俱乐部；在9公里到15公里范围内再建立综合性健身俱乐部的可能性不大。建立专业项目的俱乐部如保龄球俱乐部，不会对我们造成真正的威胁，专业俱乐部一般吸引更大范围的会员。假如确有竞争者想进入这一地区，我们将以竞争者难以成功为由要求东城区政府阻止竞争者的基建。如果此举不能成功，我们将会通过促销降价活动来吸引更多的人。

针对体育健身运动的变化趋势：我们的建筑设计留有一定的空间以适应变化趋势。我们已作出了可变计划以使我们能在大众化的体育项目上较容易较迅速地获利，我们将观察全国和本地区的变化趋势，及时提供新的服务项目来保持顾客的兴趣。

针对未能招收足够计划会员的应急：如果我们未能招收足够数量的会员，我们将通过降低起始会员费或额外提供一些福利来吸引顾客，也可使用买二送一、团体优惠的促销手段，直到收入可抵消短期的亏损。由于我们的主要收入是月费，这种降低起始会员费的促销不会影响我们的长期收入计划。

10. 财务状况

会员预测

据室运协估计，综合性体育运动俱乐部每100平方米可接29名会员。健身中心拥有7,500平方米，将具有接纳217名会员的能力。室运协的最近一次调查也表明，一个新建的健身设施

一般需要6至24个月收满足会员。健身中心的各项计算采取了比较保守的前提，预计需24个月收满足。根据我们所作的市场调查，估计预售会员资格可达总会员的50%。据室运协的统计，在考虑了约30%的会员退会率的情况下，五年内仍会有平均7%的年增长率。因此我们预计健身中心的会员情况如下：

上一年会员数会员净增加总会员数

*第一提的数据为预售会员数。

会员费的制定

基于9公里到12公里范围内竞争对手的价格数据、全国健身行业的价格数据及我们的市场调查，健身中心的收费选择了下列价格：

家庭会员费个人会员费

首次入会费300元

200元

每月会费35元

20元

由于我们经营的地区内没有任何健身俱乐部提供协会比赛服务，我们只能参考公园区的价格。按不同类型的比赛，公园区的价格在250元到375元的范围多内。我们协商决定对所有类型的比赛都采用一致的收费标准：每个运动队300元。

财务收支及资债平衡预测条件

我们将贷款225万元用于建房，目前市场的商业利率为11%。据与银行界人士的交谈得知，我们需村出总投资的40%。中心

管理人员的投资和外界投资者的投资将用作进货、流动資金和开建費用。除此之外，我们还具有以下条件：

(1) 会员費的计算将按上节所述的价格表。在第三年以后，预计每晚应有两场联赛比赛。这种估计是较为保守的，因为中心每晚可容纳三个或更多的联赛。

(2) 对于滑冰场、小型高尔夫球场和游泳池的收入，我们是按本行业的平均銷售的百分比而估算的。

(3) 我们计划合同出租快餐部的场地，租費为每月4000元。为了吸引租凭者，我们头二年将保持固定租費，以后每年增加5%。

(4) 练习室将以每小时30元出租，以后租費以5%的年率递增。

(5) 管理費包括经理人员的工资、工资稅和福利費用，每个管理人员的年工资为5万元。

(6) 正式雇员的平均每小时工资为10元，临时雇员为每小时5元。

(7) 操作費用预计为銷售額的87%。

(8) 所得稅以利潤的40%计算，每季付一次。

(9) 土地費用65万元，建筑、设备費用390万元。按国家有关规定，我们按双倍下降的方法计算建筑物的折量費用，时间为30年。建筑費用的估算咨询了建筑设计公司。

(10) 这类综合性的体育健身中心的应收帐目平均为銷售額的11%，存貨应为銷售額的2%。

(11) 中心的預交費是各項保險費用。

(12) 应付款将于30天内付清，这样我们可能得到折价优惠。

月收入表和财务变化的条件

(1) 收入将以常值流入，这是由于72%的收入是来自于会员月费和合同租凭费。

(2) 经营费用以常值按月积累，夏天提供较多的活动费用将由减少的联赛费用所抵消。

(3) 收支平衡是按下列公式计算：

$(\text{实际收入} \times \text{固定费用}) / (\text{实际收入} - \text{生产费用})$

创业计划书篇二

一般来说，这个行业竞争的关键在于地点的选择、活动项目的设计、服务的质量和设备的条件。我们拟将健身中心设在北京东城区，这里的居民收入比全国平均高出2、5倍；这里的工厂、企业以及其它单位的员工有着组队进行体育活动的传统。我们健身中心的活动项目都是围绕着人们的兴趣而设计的，将会超过未来会员的期望。我们所提供的设备和经验丰富的经营管理人员将使健身中心的服务超过其他类似的俱乐部。

除了上述健身俱乐部所具备的成功外，更为重要的是，我们有一组经验丰富、富有热情和生气并致力于经营这个健身中心的管理人员。张大为先生是一位出色的推销专家，他将出任健身中心的总裁；王丽华女士将出任项目部和公关部主管；刘国栋先生将主管设备处并负责职员培训。以上这三位都具有企管硕士学位并具有多年的这一行业的经营经验。魏麦先生是一位财务方面的专家，将出任本中心的财务主管。

健身中心的创建需购置土地5公顷，连同建筑和设备安装费用

共需投资450万元。以上提及的几位主要经理人员共投资60万元，一些外部投资者以获得40%的股份为条件已承诺投资约190万元。健身中心还需向有关机构贷款225万元，拟将建造此中心的土地和造好的房屋作为贷款的抵押，同时将提供40%的付款以确保此项抵押贷款的可靠。我们预计健身中心第一年的总销售额将达180万元，利税达7、5万元。

经理人员介绍

张大为先生，现年40岁，北京大学企管硕士，中山大学经济学学士。张先生在广健身俱乐部担任副总裁之职多年，从事过健康俱乐部的选址、日常经营和活动项目开发等方面的工作。在此之前，张先生作广州家庭健身中心的职员，从事过多年的直接销售工作。张先生还是一位体育爱好者，他现在仍担任中国室内运动协会的理事。

王丽华女士，现年35岁，中国人民大学企管硕士，北京师荡大学教育学硕士。王女士现任职于四通集团公司职工活动部经理，对职工活动项目设计和体育器材有丰富的知识和经验。王女士业余还兼任东城区青少年活动协会的理事会成员。

刘国栋先生，现年38岁，北京师范大学体育系学士，现任职于国际海员俱乐部器材管理部，刘先生是北京体育界的活跃人士，同时参加几个业余篮球队和排球队并兼任教练。

魏麦先生，现年48岁，中国财经大学企业财务硕士，具有高级会计师职称，现任职于全国青少年体育运动协会的主管会计师。

上述的每一位经理人员均在自己的领域之中有多年的工作经验，其中两位具有管理财务方面的经验，三位曾经有经营健身俱乐部方面的经验。这样的经理人员的组合给健身中心提供了一个坚实的基础，即使万一有某位经理人员因故离任，其他成员可即时填补空白。

上述各位人士虽然目前仍在其他单位担任要职，但并没有与他们的单位签定任何限制性合同，可以随时离职而加入健身中心。这四位经理人员已签署的一项合同约定：他们从加入健身中心之日起将至少为本中心服务五年；如果任何一位将来离开本企业，那么从离开之日起五年这内将不能从事与中心竞争性的业务。事实上，这四位原始创始人对创办本中心投入了大量的人力和资金他们将会致力于办成一个成功的健身俱乐部。

报酬

四位创始人每年的工资收入定为5万元，这与目前这个行业同等职位人员的工资水平相当。

创业所有权分配

健身中心最初将发行10万股普通股票，四位创始人每人投资15万元，各换取14%即14,000股股票。每一位董事（共4人）将获得1%（共4000股）的股份。另有三位不参与经营的投资者共出资190万元，将按出资多少分享40%的股份。

经理人员的责任

总裁/推销部：张大为先生将出任健身中心总裁，他是整个中心的核心。他的主要责任是领导企业的经理人员，同时还担负训练和指导中心的销售人员的责任。

项目设计/公关：王丽华女士将出任这方面的主管。王女士将对健康俱乐部行业的发展情况以及顾客的需求进行持续的分析，制定出符合市场需求的活动项目，并负责中心的广告和宣传业务。

器材部/人事部：这个部门由刘国栋先生负责。刘先生将负责中心的器材购置、维护以及中心的杂务人员的管理。

财务/住处系统：这个部门由魏麦先生负责。中心的计算机系统以有相应的数据、文件也由魏先生负责管理。

董事会成员

健身中心的经理人员意识到自身缺管某些经营此中心所必需的专长。为了补这种缺失，经理人员吸收一位律师、一位健美方面的医生、一位健美专家和一位体明星加盟董事会。他们将对中心的发展提供宝贵的经验和技巧。每一位董事会成员将获得1%的股份作为报酬，如果他们决定离开中心的话，中心的经理人员有对他们的股份进行收购的第一优先权。

市场的分布情况

健身行业的市场分割最重要的形式是其区域性，80%的会员居住在距中心周围9公里以内，平均车程15分钟可视确定距离范围的基准。健身中心是一个具有独特体育运动设施的俱乐部，由于有室内滑冰场、排球沙滩以及特殊训练厅，将吸引一些居住较远的人们，估计所有会员的工作、居住地不超过13公里。健身中心之所以选址在北京市东城区，其原因是那里人口增长迅速、家庭收入高以及该地区人们对体育运动有较大的潜在需求。

创业计划书篇三

1、简要描述和介绍你的公司及产品、服务；根据你的市场调研描述市场概况、市场竞争程度及你的营销策略、生产销售管理计划；对你的创业成本及财务进行预测和分析。

2、介绍创业团队的优势和竞争力，你将拿什么去和已经存在的同行竞争。

根据你的前期市场调研，指出产品、服务目前的技术水平及市场需求及其操作的可行性分析。

2、细分目标市场及客户描述。

3、估计市场份额和销售额。

创业计划书内容四：竞争策略与发展规划

1、分析行业内既有竞争，规划市场开发策略和进入策略。

2、分析现有及潜在的竞争对手，分析对手的竞争力所在，总结自身优势并研究战胜对手的方案。

3、思考自身发展过程中竞争情况的可能变化和如何提升自身竞争力。

市场进入策略、市场扩展、价格策略、促销策略、稳定和提高市场占有率策略。

1、确定生产方式是自主生产还是外包，各有什么特点和优势。

2、以产品或服务为依据，以生产工艺为主线。

创业计划书内容七：团队组成

1、介绍创业成员的经验、能力和专长。

2、创业策划过程中的营销、财务、行政、生产、技术团队的组建。

3、明确各成员之间的管理分工和互补情况，公司组织结构情况，领导层成员，创业顾问及主要投资人的持股情况。

4、明确企业的产权比例划分。

1、营业收入和费用、现金流量、盈利能力和持久性、固定和变动成本。

2、前两年财务月报，后三年财务年报。

3、数据应基于对经营状况和未来发展的估计，并能反映出公司的财务绩效。

关键的财务假设，会计报表包括资产负债表、收益表、现金流量表。前两年为季报、前五年为年报，财务分析irr□npv□投资回收期、敏感性分析等。

客观阐述本项目面临的技术、市场、财务等关键风险和问题，制定合理可行的规避计划。

在大学生创业策划过程当中，一份周详的创业规划书将能使大学生创业项目更受青睐。

创业计划书篇四

这几年的研究调查表明，大学生体质健康状况不容乐观，例如体质下降，容易生病等。这不仅影响了大学生当前的学习，而且也对他们未来所从事的事业产生了不可忽视的影响。尤其是这几年nba□英超等体育活动的风靡，激发了大学生在竞技场上一展风采的愿望。当下大学生希望通过体育锻炼来增强体质。然而，学校提供的锻炼设施较为陈旧，且目前市场上健身房的收费标准往往超出了大学生的承受能力，因此，开办一间针对大学生的健身房具有明朗的前景。

结合福州高校学生健身房匮乏的现状，拟选取大学城作为创业的起点，凭借大学城庞大的学生群体及在体能教育方面的优势，可以预见我们拥有庞大的市场空间和发展空间。

1、项目介绍

我们计划成立一间健身房，以大学城为中心，顾客以附近大学的大学生为主，以及附近周围的'社会上的顾客。项目前期

打算先租赁一间大仓库，地点选在地价相对较低的地段。相关配套设施有：跑步机5台、五人综合训练器1台、坐式蹬腿训练器1台、坐式胸肌推举训练器1台、下斜举重床1台、臂力训练器2台、乒乓球台、桌球台、桌游设备等。

2、项目的经营

形势分析：前期因为设施有限，并且知名度不高，顾客对我们的认知度不高。

相应对策：我们必须先把握住每个进来的顾客，前期我们打算为每个来光顾的顾客量身定制健身方案，争取每个顾客都有专门的教练手把手的指导与训练。在顾客中留下好的口碑、好的形象，通过顾客的口碑相传，打开我们在大学城的市场，使我们能够站稳脚跟。后期发展壮大之后，首先进行面积上的扩展，设备的更新和新设备的引进，专业教练的人员数量增加。并且有可能发展成为全国唯一一家针对大学生的专业健身连锁店。

3、项目优势

大学城附近没有一个设备齐全、价格适合大学生的健身房。并且即使有也没有一个主要针对大学生人群的专业化的健身团队。现代社会对良好身体素质的需要，要求我们迫切改变自己，提高自己的身体素质。初中高中我们迫于学业压力锻炼的机会和时间都很少，大学的时间是很充足的并且我们处于一个从学校走向社会的转折。有一个良好的体魄对于我们走向社会、走向职场都有很大的帮助。现在很多的职业面试都是先看外表。俗话也有说：好的身体是革命的本钱。所以，加强锻炼，增强身体素质是现代大学生的需求。这是一个正在增长的新兴社会需求。

4、团队优势

我们团队自己拥有有体育专业的学生、专业化的健身知识，优良的管理和营销策略以及对于事业的热忱。

1、市场调查与行业分析

大学生，一群永远走在时尚和思潮前面的人，随着我国经济的发展，健身这个及健康又时尚的行业越来越流行了，大学生自然不会落后。

目前的高校学生以80后期和90后出生的人群为主。这个群体是伴随着我国经济快速成长起来的，而互联网是他们日常生活的一部分。因此这个人群的特点是思想开放、容易接收新事物，敢于尝试新事物。对这样的一个群体而言，高校之内的传统健身项目显然不能满足他们的基本要求。而目前单在福州市的高校众多，因此开拓这片高校健身市场具有重大的意义。经过调查发现，福州大学生平均月消费是750元左右，但是办理一张力美健健身年卡最少需要3000元左右。对于一名普通的在校大学生，是不可能承受如此高额的健身消费的，无疑福州的大学生想获得适合自己的健身锻炼只是一种奢侈的幻想。为此，我们针对性地开设了 this 健身房。

结合大学城远离市区的地理位置和城内庞大的消费群体，因此此选址开设健身房即能吸引较多的大学生，而且竞争压力相对较小。由于大部分高校学生有群体式消费的习惯，他们锻炼的时间比较集中，加上学习和社团的任务与压力都比较大，他们需要更多的体育活动来减压。而我们拥有比较专业的体能教练，能对不同的学生针对开设一套比较完善、符合他们需要的健身方案。

目前大部分学校的健身方式比较单一、内容较为枯燥。部分同学急切关心自己的锻炼成效、拥有较强的表现欲望，他们希望通过体育锻炼能获得更多的成功体验。拟根据顾客的要求，设定最适合他们的健身方式。

男生市场：在师大和福大的宿舍附近的商业区开设以主要锻炼大腿、胸腹、手臂等肌肉为主的健身项目。

女生市场：当男生市场的运作趋于稳定的时候，我们将在福大、师大外附近开设瑜伽、普拉提、舍宾等健身项目。

大学生心里分析：

站在消费者的立场上想，无非就是“物美价廉”几个字，但对大学生来说这几个字就更重要了，毕竟大学生没有稳定的经济来源。首先，在心里面有一个预算，在这个预算的基础上进行筛选，要确定这个健身房的价格不会很高，要符合自己的能力。有的健身房有专门针对学生的套餐，看看适不适合自己。问问周围的同学有没有已经是或以前是健身房会员的，少走弯路，他们给你的意见要重视，大多是他们以前没有注意而有很重要的。考虑交通是否便利，大多大学生在周六周日去健身，那样的话会不会堵车，多长时间到这都是很重要的，别让时间都消耗在公共汽车上。在确定价钱可以接受，交通便利，同时口碑有好的情况下，就可以和健身房的会籍顾问交流了。

那么针对于目前大学生的这种消费心态，我们应该制定相应的营销方案。

健身房角度分析：现在去健身的大学生越来越多，虽然针对大学生的年卡和套餐会相对比较便宜，但薄利多销，还是一块很大的蛋糕。那么要怎么做才会分到尽可能多的蛋糕呢？一般的大学生都会先被价格所吸引，如浩沙健身房年卡促销399元一年的时候，很多人都会停下来看一看。然后呢一定要有一个比较有专业素养和经验的会籍顾问。还有就是主动出击，一般情况下就是让会籍顾问通过发放传单，吸引那些想要健身的大学生的注意力。然后就是让他们通过体验、试课。此时需要会籍顾问本身对顾客非常很了解，就会让学生觉得不会被骗，这是学生最怕的，先打消他们的后顾之忧。而一般

的价格战都应该在问清学生的具体需求之后再展开，将有兴趣的学生带到健身房进行体验，体验他感兴趣的方面，例如：团体操课可以让她学到想学的东西，锻炼团队意识，享受健身；动感单车锻炼你的心肺功能和对减肥有很好的帮助；器械可以锻炼你的肌肉和肌肉力量，有很好的塑形效果。尽最大的可能让他觉得这个健身房的设施和教练以及课程安排能够满足需要，而且非常适合自己，在她的兴趣得到满足之后，其他的东西只需要简单介绍即可，记住抓住重点。而价格则是在所有的东西介绍完之后再谈，否则会让学生感觉你不是在介绍服务而是在骗钱，很难成功。最后是一条黄金原则，永远为顾客考虑，除了硬件，服务态度决定一切。

以后会有越来越多的大学生走进健身房，针对大学生的健身服务也一定会越来越完善。相信最后一定将是一个学生和健身房的双赢的局面。

2、福州大学城地区目前大学的分布情况：区域内至少有六七所大学，也就是说我们的市场可以是很广泛的，不会局限在一所大学附近。

3、竞争分析

因为我们的健身房的营运成本比较低，所以我们的`设备器材也会相对较薄落。同比之下许多大型的健身房拥有相对较大的健身房，器材齐全，有稳定的客源，有稳定的收入。可以说是财大气粗。如果当他们发现大学生这块肥肉的话，我们要与他们竞争是非常困难的。

另外，假设我们正常的经营下来了。不排除有新的竞争者加入。例如，和我们类似的健身机构，专门针对大学生的健身俱乐部。因为我们没有专利，而这个行业的门槛相对较低，不能垄断经营。

4、弱势分析

并且想要在众多的大学之中生存下来，是非常困难的。我们的前期投入什么时候能够回笼，是关键的问题。如果资金缺口很大，则健身房很可能无法正常经营下去。

1、组织结构：营销中心、财务部、片区办、拓展部、市场部、门店

2、场地选取：选择租金价格相对较低且大学集中分布的地区，正适合我们健身房的选址。

3、参考选址类型

(一)商圈的设定

(1)徒步为主的商圈

徒步为主的商圈，例如商业区、住宅区等，以店为中心，半径约五百米，以走得到且快速方便为主。

(2)车辆动线为主体的

例如交叉路口附近及郊外主干路上，此种商圈大多设置于郊外或下班路线上，有方便的停车空间及良好的视觉效果，可满足流动车辆所需的商品。

(二)商圈以区域大小分类

以区域的大小加以分类，则有下列几种型态。

1、邻近中心型

其商圈的设定大约在半径二百米到五百米左右，即徒步商圈，此类型商圈分布在每个地区人口较密集的地方或商业集中地。

2、地区中心型

其商圈的设定一般在半径1千米，人们称之为生活商圈。

3、大地区中心型

此为地区中心更广的商圈。

4、副都市型

通常指公共汽车路线集结的地方，可以转换车，而形成交通集会地。

5、都市型

商圈可涵盖的范围，可能是整个都市的四周，其交通流或人潮流的层面，可能来自四面八方。

(三) 具体选址要求：

场地的租赁价格相对较便宜、场所面积比较大。要位于以大学为中心的圆内，尽量找几个圆的交集。这样店面的辐射范围会比较大。

要有大学生经常经过的地方。经常能与大学生面对面的交流与沟通。了解大学生的消费导向是什么，以及消费的额度是多少。

(四) 目标消费群定位

(1) 根据公司的经营战略的思想和理念

a类顾客：是属于刚来的新生。目标年龄一般在17~18岁之间。

b类顾客：一般是属于在大学已经有一两年的目标群体。年龄一般在20~22之间

c类顾客：一般是快走向社会的消费群体。年龄一般在22岁以上

(2) 按照族群类别划分：

b类顾客：一类是习惯快节奏生活的人。

(五) 经营面积定位

根据公司的经营思想和未来竞争的需求及具备抗风险的能力，公司将现在和未来将要开设的门店定义为3个类别，按照面积划分：

a类店：400~600m²；(适用于筹备期)

b类店：800~1000m² (适用于发展中期)

c类店：上下层的模式，每层约800m² (适用于发展后期)

(六) 装修标准定位

为了体现公司统一的店面形象和装修风格，公司将按照如下标准进行门店装修：

a□落地玻璃；

b□空调、风扇、排气扇、上下水道；

c□防潮地板砖；给必要的地方装上海绵垫

d□卫生间：两蹲一站(male)□洗手盆、墙体全砖、防潮地板；

e□店招牌(logo)用亚克力透明胶片，内打灯制作；

随着我们品牌的不断做大做强，我们的店面装修会采用更好的装修设计和装饰材料。

1、营销计划与营销策略

营销方式：

采用时间卡制优惠方式，顾客介绍吸引更多顾客，换取会员卡的方式，开设不同人群共同健身的锻炼新模式，通过桌游等游戏缓解等待健身的压力，适当开设男女混合锻炼项目、增设户外活动，每个星期锻炼结束回馈锻炼效果、提供锻炼意见，举办“大学城先生”活动。

营销策略：走价格优势路线、专业化的咨询团队、量身打造健身计划、以顾客为主、目前唯一一家专业化的针对大学生的健身房。

2、具体操作流程

我们的核心理念：连卓越都不够好！

服务理念：做好每一件小事，力求为客户带来更多喜悦！有针对性才有挑战性。围绕以上的理念，我们的团队制作出了如下具体营销模式：

(1)我们店面开张前，主要以发宣传单的形式，面向周围的大学宣传。宣传的内容包括：我们是以月卡、年卡的形式，价格低，服务专业，有专业的健身教练，目前唯一一家专门针对大学生健身的健身房。开张当天前十名顾客可以获得我们的免费一个月的体验卡。

(2)因为刚开始可能顾客不多。所以我们针对前来的每个顾客，为其量身定制最适合的健身方案。我们的教练会随时征求顾客的意见，并给予建议、指导。

(3)等我们的第一批顾客的健身方案完成后，我相信。这些顾客会是我们打响品牌，宣传的最好证据。所以，我们的宣传页将转入以顾客口碑为主的宣传阶段。

(4)当然，我们针对每个顾客的需求，给予不同方案的锻炼计划：

定价方案：月卡：120元/月，（包月）

次卡80元/次，（一次性，适合周末）

日卡20元，（一天）

学期卡450元/学期（包学期）

(5)销售周期：分3个周期

旺季：刚开学前后，推出购买季度卡、月卡优惠，吸引学生购买。

假期：开设假期训练班、夏令营吸引临近的客源

3、健身方案123

这个版块是我们针对不同的顾客类型做出的具体的健身方案。以下是按照男女性别指定的方案：

男性展示自己身体的时候，最好的地方应该是胸肌、臂肌、腹肌等身体部位。所以，我们对于男性大学生主要以力量型的健身方式让你的整个身体充实起来。

而相对于女性来说，我们则侧重于女性的柔韧性的训练，加以必要的力量锻炼。所以我们对于女性的大学生主要以瑜伽，团体操，搏击操等做为主要的训练方式。

以下是按照锻炼的时间习惯制定的方案：

方案一、（晚上运动型）

时间一般在晚上8点到10点。晚上的运动时间不宜过长。所以一般安排两个小时左右。一般可以用跑步机跑步半小时，然后开始活动臂肌、胸肌、腹肌、腿部肌肉的运动锻炼。晚上的肌肉容易松弛，所以对于肌肉的锻炼要适当，不宜过久。

方案二、（白天运动型）

白天运动是一个比较正常的运动时间，特别是早上和傍晚这两个时间段，那么我们可以按照每个人的基本要求进行不同的训练。

方案三、（周末运动型）

周末是很多人都会选择的运动时间，因此，我们对于周末这种人数比较多的时候我们准备增加团体运动的场次。

1、经费预算表

数量 单价 合计

跑步机 5 3500 17500

五人综合训练器 1 13000 13000

坐式蹬腿训练器 1 5000 5000

坐式胸肌推举训练器 1 6000 6000

下斜举重床 1 6500 6500

臂力训练器2 6000 1200

其他设施(乒乓球台等)若干30000

其他费用(租金等) 220000

合计300000

注：其他费用为场地的租赁费用以及装修的费用等。

2、经费的筹措

以家庭借款的方式筹集资金为主、向银行贷款为辅的原则，多人集资平分收入。

创业计划书篇五

成人：每次六元，限3小时。

学生：每次四元，限3小时。

儿童：每次二元，限3小时。

周一至周五，八折优惠。

四、会员制度：

- 1、金卡会员。888元/年，不记名、不限次、不计时。
- 2、银卡会员。488元/半年，不记名、不限次、不计时。
- 3、贵宾卡会员。288元/季度，不记名、不限次、不计时。
- 4、普通卡会员。98元/月，不记名、不限次、不计时。