

# 最新大学生创业计划书产品介绍(优秀6篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 大学生创业计划书产品介绍篇一

创业计划书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干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

## 二、创业计划书的内容

- (一) 封面

封面的设想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，形成优良的第一印象。

## （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：

说明：在两页纸内完成本摘要

- 1、公司基本情况（公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。）
- 2、主要管理者情况（姓名、性别、年龄、籍贯、学历/学位，毕业院校、政治面貌、行业从业年限、主要经历和经营业绩。）
- 3、产品/服务描述（产品/服务介绍、产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。）
- 4、研究与开发（已有的技术成果及技术水平，研发团队技术水平，竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。）
- 5、行业及市场（行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。）
- 6、营销策略（在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。）
- 7、产品制造（生产方式、生产设备、质量保证、成本控制。）

8、管理（机构设置、员工持股、劳动合同、知识产权管理、人事计划。）

9、融资说明（资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。）

10、财务预测（未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。）

11、风险控制（项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。）摘要要尽量简明、生动。特别要说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

12、企业介绍。这部分的目的是不是描述整个计划，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。

13、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。

三、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？

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 大学生创业计划书产品介绍篇二

### 创意背景和项目简介

随着社会的发展，人们的生活节奏越来越快。尤其是对于上班族来说，能每天吃上新鲜的蔬菜水果等农产品，已成了一种奢侈的追求。他们白天辛苦的上班，晚上回到家却苦于无处买到新鲜的水果蔬菜等农产品；更多的时候，他们是没有时间和精力去很远的菜市场或者超市去购买蔬菜水果等农产品。再者，现在食品安全很令人担忧，市场上的蔬菜水果等农产品品质良莠不齐，没有统一的管理与规范。在这样的背景下，我们团队经过调查与分析，决定在一些大型的社区或者小区开一家蔬菜水果等农副产品专卖店。店里的蔬菜水果等产品直接从郊区有机农场进货，然后直接销售，省去中间环节，争取让市民吃上放心菜和便宜菜。但这前提条件是，蔬菜水果店所在的城市郊区一定要能及时提供新鲜蔬菜水果等农副产品，且提供的产品新鲜无污染。当然，诸如香菇干等干货等食品则无此要求，可以和一些工厂寻求合作。

### 市场描述和利益来源

蔬菜水果等农产品是人们生活的必需品，所以市场比较稳定

和安全。在启动资金方面，主要是店面租赁和装修以及产品购买和以后产品的不断更新。前期主要是店面的租赁费用和进货的费用，大概需要90至100万：租店面50万左右，装修5万左右，宣传5万左右，进货30万左右。开始货品品种可能较少，只有常见品种，但随着利润的增加会不断增加。

预计投资运营以后，只要选址合适，购买需求量大，供货商供货充足且团队管理良好，很快就会有收益。主要的收益来源是所卖产品中间的差价和服务（如送货上门）。预计能在运营良好的情况下，半年到一年的时间收回前期投资费用。目前的经济状况可以保证店面正常运营，正式运营以后如果不能立即收益，需要贷款。

## 市场竞争分析

对于此类项目，主要的竞争来源是菜市场 and 超市。竞争优势是我们比他们便捷且产品品质可靠新鲜，提供的服务也更全面。劣势是他们的产品比我们丰富，选择性余地大且有强大的后盾支持运营。所以我们要在盈利以后不断扩大店面和营业范围，争取做到全面而优秀。在一定的时机考虑开分店和网店并进驻超市和菜市场，形成统一的局面。让顾客不论在哪里，都能买到我们的产品。方便的时候可以去菜市场或者超市慢慢挑选，紧急的时候，在家门口或者网上就能买到想要的产品。

## 团队概述

### 产业背景和公司概述

### 产业背景 and 市场需求

农副产品在人们的日常生活中必不可少，俗话说“民以食为天”。所以说，农副产品销售是永远不会凋落的产业。现在，很多农村发展科技农业，城市郊区也发展以农场为主的多向

性农业，为我们提供了全面丰富的供货渠道。而城市的居民每天都要消耗大量的农副产品，对于此类产品的质量和与此有关的服务，他们的要求也越来越高。所以说，对于人口密集的城市社区来说，便捷的农副产品提供显得尤为重要。而很多时候，忙绿的城市人想吃上一顿丰富的饭菜，要走很远的路去购买原材料。现在，我们把新鲜而便宜的原材料搬到小区门口，让他们不会再为一根葱而多走一里路。

## 公司概述

公司的经营形式是直营和专卖的形式，并且注册商标，以规范管理。经营范围主要有蔬菜，水果，粮油、蛋奶、肉类和干货（如粉丝，香菇干）等居民日常饮食必需品。所涉及的服务有店类直接销售，送货上门、高级蔬菜水果订购（如水果礼盒）、新鲜奶制品订购等。店类直营满足顾客平时一般需求；送货上门满足行动不便或者来不及到店类选购的顾客的需求；特别定制为满足部分顾客的特殊需求；新鲜奶制品定制则为顾客及时喝上新鲜健康奶而提供便利。

## 大学生创业计划书产品介绍篇三

本公司有董事会、宣传组、策划组、实施检测组、营销组、人力资源组等，对其要求如下：

- 1) 有志长期从事健康营养产业、具备一定投资实力、优异投资健康产业的人士
- 3) 管理者、工作人员要具备一定的医学、保健、营养学知识；
- 6) 愿意定期接受总部提供的技术培训及考核(免费)；

## 大学生创业计划书产品介绍篇四

1.1 创意背景宏观背景：

(1) 中国农副产品的外贸出口经常受阻，虽然部分原因是进口国家的贸易壁垒，但我们自身的问题也不可忽视，所以，提高农副产品质量，会对外贸交易产生积极影响。

(2) 其他国家的绿色有机食品所占其国家食品市场比重比较大，如德国在99年便已达到40%，美国24%，日本30%，而中国当时还不足1%，显然差距很大。中国人民所消费的绿色有机食品量无论是绝对量上还是比例上，都稍有差距，而且主要原因是市场供给有限，有求无供。为了满足人们的消费需求，提高人们健康水平，改善生活质量，提高全民身体素质(详细情况见附录8)。

借口。虽然其居心不轨，但也提醒了我们食品卫生质量的重要性。提高食品质量卫生，增强营养健康服务意识，不是为了迎合某些国家、某些人的要求，而是为了中国人民的健康。微观背景：

随着人们收入的不断增加、生活水平的普遍提高，对生活质量的要求也日益凸显。而作为关乎每个人的生命、健康安全的食品卫生、质量无疑更被人们所重视。众所周知，因食品中农药残留所导致的疾病不断增加，有越来越多的病人是因食品质量问题而备受痛苦，因此，各种农副产品作为我们每个人日常生活都离不开的必需品，在卫生质量、营养搭配方面的要求必然越来越高，问卷调查第8题统计结果中，有97.5%的人们注重食品的营养即说明这种趋势。(见附录3)然而，就目前国内市场上的各种农产品市场情况来看，为广大消费者提供服务的，大部分是农副产品市场(问卷调查第4题结果显示69.3%的被调者在传统农贸市场购买日常食品)，而其中都是多个商贩分散经营，但问卷结果却反应出共计89.2%的人们不信任或不确定农贸市场产品质量(第6题)，这说明了产品和服务的质量不能满足人们的更高需求。这样一来，很多对农副产品卫生质量及服务质量有较高要求的消费者就很难得到满足。虽然有些超市也提供一些种类的农副产品，但调查显示70.4%的人们对这类超市质量、卫生、服务

等不满意(问卷问题9)，而且它们没有产品营养方面的配套服务。然而，问卷问题12显示87.4%的人们欢迎营养搭配咨询服务。我们的创业创意正是基于现有农副产品市场产品鱼龙混杂，质量不一，人们又对健康营养的日益重视，而相应的市场服务一片空缺这一形势的。

## 1.2产品及服务介绍

我们的项目是创立一家专门经营农副产品的公司(绿康公司)，公司直接面对消费者，采取的经营方式类似于超市与专卖店的综合，专门经营各种农副产品，且经营，比超市更专一化、专业化。所销售产品均经过国家食品卫生检验机关检验合格，农药残留量均符合或高于国家标准；在产品卫生及外在包装等方面做出更大改进，提高产品品味；自设质量检验部门和营养成分测定小组，不但对产品质量严密把关，而且还测定各种产品中的营养成分比例，为消费者提供营养搭配建议，同时增加有关食品营养学的相关知识，结合日益被重视的食补相关理念，发展、完善自身优势。通过一系列的优质服务、各种优质农副产品的供应，在营销、经营过程中树立公司的良好信誉形象，以此求得生存机会，进而进行进一步的发展扩张。该项目主要以提供更优质的产品、更全面的服务来满足消费者的高要求，提升农副产品的附加值，以此提高盈利空间。

产品服务特性——绿康公司既重视自身产品，又注重服务，实现“优质产品+专业服务”相结合的经营理念。在同行业内，逐步提高产品质量，增设独特服务，提高市场竞争力。

优质产品方面：

公司的农副产品将严把质量关，初期，原材料将以采购形式为主，在对原料产地进行综合选择的基础上，既要生产者进行信誉调查了解，又要对产品质量进行严格检查。已采购的质量合格的原材料还要经过卫生清理、营养成分测定，在

产品包装或销售架上注明各种商品营养成分含量，以供消费者结合需求合理选购。专业服务方面：

公司设有专门的营养健康知识研究及咨询部门，在研究测定产品营养成分的基础上，结合营养学知识，为顾客提供营养知识咨询服务，同时为消费者提供合理的购物参考意见。对于长期购买量较大客户，公司将建立专门档案，在其饮食方面提供更多更深入的营养搭配建议，以及其他相关的营养健康知识。具体服务如下：

(1) 营养咨询：聘请营养师为顾客在饮食生活方面的营养搭配咨询提供服务。同时为前来购物的顾客提供基于营养搭配的购物建议。

(2) 特殊人群饮食指导：为特殊人群如病人等提供饮食方面的指导。(3) 食物营养研究：为相关单位或个人等研究农副产品的营养搭配等服务。(4) 生活保健指导：为会员顾客提供全方面的生活保健指导。

这些免费服务项目的推出是绿康的特色经营点之一，是为了顾客全面的营养饮食、营养生活而推出的特色服务。

### 1.3 市场定位

我们公司的产品初期把目标消费者定位在中高档收入阶层。在国内，鉴于目前不同收入阶层人们对饮食卫生、健康、营养搭配方面的重视程度不同，以及经济水平的制约，将以80%的力量投入在该群体，以期在初期能迅速打开市场，同时，以约20%的宣传力度，逐步向低收入水平群体渗透健康观念，引起大众对食品质量的重视，以发展潜在消费群体。中高收入人群基本的生活问题已解决，更重视休闲健康，开始追求更高生活质量，食品卫生、无害、营养丰富等高品质对身体健康影响较大，对该人群有较大吸引力。

基于产品的市场定位，公司将把以北京为首的大中城市作为主要目标市场。大中城市既有较大的市场规模又有许多成功企业成熟的经营模式和管理经验，一方面可以使自身有更大的发展空间，另一方面又可以参考、借鉴先进企业的经验，在实战中不断积累经验、不断学习，这样更有利于自身的发展壮大。

#### 1.4 团队概述

创业初期我们主要筹划、执行人员主要有三个：市场营销专业人员，财务专业人员，信息管理专业人员。后期将根据专业需求、技术问题、资金政策等具体情况，吸纳其他人员加入。

对于各方面工作明确个人分工。在重大决策方面，主要以表决方式确定最终方案；在涉及到相关专业知识方面的工作时，根据资深的专业人员提出的建议为主体，各自从自身角度出发，对方案提出问题或建议，进而快速对工作方案进行调整或补充完善。这种工作方法、决策方式在创业初期既高效又可以使决策更合理，不至于发生太大偏离。

这一团队合作模式只是在初期采用，当公司各部门筹划、建设完成后即进行改革，采取正规科学的管理体制和组织架构。

#### 1.5 财务概况

公司根据不同发展阶段采取不同财务政策。

#### 2.1 产品创新

在产品为绿色有机食品的基础上，公司还对其营养成分进行测定，并制定相应的标准。通过产品营养成分的测定和介绍说明，为消费者提供更科学的营养搭配选择，从而增加了产品的附加值。

## 2.2 经营管理

特色服务，为消费者提供营养健康知识咨询服务，针对特殊顾客的身体及健康状况提出一些合理化建议。

## 2.3 社会责任(国计民生)

绿康公司把自身的经营理念 and 长期发展与国家的发展、人民生活质量的提高紧密联系起来。首先，公司经营的绿色有机农副产品，在提高产品质量的基础上，增加了产品的附加值，从而提高了农民的劳动收入，有利于促进农业的发展，改善农民的生活水平。其次，产品质量的提高，农药残留量的降低，营养知识的普及，将在长期内提高人们的身体健康水平。特别是对于处于生长发育期的儿童和青少年，以及一些病人、老人等一些特殊人群的'健康影响较大。另一方面，随着公司规模的发展壮大，将为社会提供越来越多的就业岗位，不仅如此，公司与员工建立的平等良好的关系，决定了公司在自身发展的同时，必然会致力于提高员工的福利待遇，改善职工生活、工作条件，发展建立新型劳资关系。

## 3.1 国内国际法律及规定

食品的农药残留量标准要求越来越高，特别是农副产品对农药残留量的要求，比如：目前，我国已制定了79种农药在32种(类)农副产品中197项农药残留限量(mrl)的国家标准，其中有关果树上的农药残留限量标准如下(注□mg/kg=毫克/千克)：

国际绿色消费的法律环境，在绿色消费浪潮兴起的今天，一些国际组织和国家的政府都作出了比较强烈的反应，并形成了有利于绿色消费蓬勃发展的法律环境。据了解，国际上已签署的与环境和资源保护有关的法律、公约、协定或协议已多达180多项。国际标准化组织制定的iso9000(即国际贸易商品在技术、安全、卫生、环保等方面的质量保证体系)系列标准和1995年4月起实施的iso8000(即国际环境标准制度)等协

约、协议还明文限制或禁止很多产品的国际贸易。在乌拉圭回合贸易谈判签署的最后文件中，不仅把制成品而且把农产品也纳入了世界贸易组织体系，给农产品打上了明显的“绿色”标记。从1977年德国率先制定“蓝色天使”计划开始，到目前为止，已有90多个国家和地区的政府正式推出了环境标志制度。

国际上对食品质量的要求也是越来越高，特别是欧盟、日本、美国、德国等比较发达的国家和地区。在一再提高的国际食品卫生质量标准下，我国的产品出口等贸易方面也受到了一定程度的打击。因此，提高产品质量标准是必然趋势。

(2) 由于我国现阶段绿色、有机食品行业还比较欠发达，同类企业比较少，而且一般发展规模及经营模式缺乏特色，行业内没有龙头企业，竞争意识较弱。较大规模的公司(如长远集团等)又走向了多元化的道路，没有专注于绿色有机食品行业，同时也没有打造品牌的经营思想，因而还有较大的市场拓展空间。

### 3.4 市场形势

#### 3.4.1 国内国际趋势

由于污染不断加重、自然环境的不断恶化，人们的健康受到来自各方面的越来越多的威胁，工作压力的增大造成的等原因，使人们的身体健康状况越来越难以保障，与之同时增长的经济收入和不断提高的生活水平使人们又愈加重视生命健康，消费的重点不断在向休闲、娱乐、营养、保健等等更高的需求层次转变。这一点从英国、德国、瑞士以及欧洲等社会经济发展较成熟的国家人们的消费倾向中发现这一趋势。

#### 3.4.2 消费人群分析

而且将来还将进一步扩大。

但是，很多有关食品卫生、营养方面的需求却不能很好得到满足，因为还没有一个市场能够满足人们的这一需求，这就出现了“欲购无门”的现象，是市场上的一条缝隙。针对人们对高质量食品的这一要求，我们公司所提供的卫生、农药残留量符合标准、营养搭配合理的产品及高质量服务必然受到消费者的青睐。

### 3.5 市场策略

#### 3.5.1 目标市场顾客的描述与分析：

(1) 目标顾客：中高等收入家庭，特别是其家庭成员中的妇女。

(2) 目标顾客分析：随着人们生活水平的提高，人们对于饮食也有了更高的要求，不再仅仅停留在解决温饱问题的基础之上了，人们开始选择更加健康的食品，但是由于绿色食品价格比一般食品昂贵，所以并不是所有人群都有能力选择消费绿色、天然、无污染类食品的。中高等收入家庭由于经济能力比较强，物质消费水平比较高，所以他们对蔬菜、水果等饮食质量有更高的要求，有欲望并有能力购买这样的消费食品。而家庭饮食的消费支出主要是由家庭主妇掌握，所以家庭主妇对我们来说主要的目标顾客。

#### 3.5.2 市场容量和趋势的分析、预测：

(1) 市场容量：北京市全国的政治、经济文化中心，其人口受教育程度普遍偏高，06年全市常住人口总数为1581.0万，6周岁及6周岁以上人口中，接受大学(指大专以上)教育的232.8万人，占17.5%;接受高中(含中专、职高等)教育的319.9万人，占24.1%;接受初中教育的475.3万人，占35.8%;接受小学教育的234.3万人，占17.7%(以上各种受教育程度的人包括各类学校的毕业生、肄业生和在校生)

# 大学生创业计划书产品介绍篇五

## 1.1 创意背景 宏观背景:

(1) 中国农副产品的的外贸出口经常受阻，虽然部分原因是进口国家的贸易壁垒，但我们自身的问题也不可忽视，所以，提高农副产品质量，会对外贸交易产生积极影响。

(2) 其他国家的绿色有机食品所占其国家食品市场比重比较大，如德国在99年便已达到40%，美国24%，日本30%，而中国当时还不足1%，显然差距很大。中国人民所消费的绿色有机食品量无论是绝对量上还是比例上，都稍有差距，而且主要原因是市场供给有限，有求无供。为了满足人们的消费需求，提高人们健康水平，改善生活质量，提高全民身体素质(详细情况见附录8)。

借口。虽然其居心不轨，但也提醒了我们食品卫生质量的重要性。提高食品质量卫生，增强营养健康服务意识，不是为了迎合某些国家、某些人的要求，而是为了中国人民的健康。

## 微观背景:

随着人们收入的不断增加、生活水平的普遍提高，对生活质量的要求也日益凸显。而作为关乎每个人的生命、健康安全的食品卫生、质量无疑更被人们所重视。众所周知，因食品中农药残留所导致的疾病不断增加，有越来越多的病人是因食品质量问题而备受痛苦，因此，各种农副产品作为我们每个人日常生活都离不开的必需品，在卫生质量、营养搭配方面的要求必然越来越高，问卷调查第8题统计结果中，有97.5%的人们注重食品的营养即说明这种趋势。(见附录3)然而，就目前国内市场上的各种农产品市场情况来看，为广大消费者提供服务的，大部分是农副产品市场(问卷调查第4题结果显示69.3%的被调者在传统农贸市场购买日常食品)，而其中都是多个商贩分散经营，但问卷结果却反应出共计89.2%的人们不信任或不确定农贸市场产品质量(第6题)，

这说明了产品和服务的质量不能满足人们的更高需求。这样一来，很多对农副产品卫生质量及服务质量有较高要求的消费者就很难得到满足。虽然有些超市也提供一些种类的农副产品，但调查显示70.4%的人们对这类超市质量、卫生、服务等不满意(问卷问题9)，而且它们没有产品营养方面的配套服务。然而，问卷问题12显示87.4%的人们欢迎营养搭配咨询服务。我们的创业创意正是基于现有农副产品市场产品鱼龙混杂，质量不一，人们又对健康营养的日益重视，而相应的市场服务一片空缺这一形势的。

## 1.2 产品及服务介绍

我们的项目是创立一家专门经营农副产品的公司(绿康公司)，公司直接面对消费者，采取的经营方式类似于超市与专卖店的综合，专门经营各种农副产品，且独家经营，比超市更专一化、专业化。所销售产品均经过国家食品卫生检验机关检验合格，农药残留量均符合或高于国家标准；在产品卫生及外在包装等方面做出更大改进，提高产品品味；自设质量检验部门和营养成分测定小组，不但对产品质量严密把关，而且还测定各种产品中的营养成分比例，为消费者提供营养搭配建议，同时增加有关食品营养学的相关知识，结合日益被重视的食补相关理念，发展、完善自身优势。通过一系列的优质服务、各种优质农副产品的供应，在营销、经营过程中树立公司的良好信誉形象，以此求得生存机会，进而进行进一步的发展扩张。该项目主要以提供更优质的产品、更全面的服务来满足消费者的高要求，提升农副产品的附加值，以此提高盈利空间。

产品服务特性——绿康公司既重视自身产品，又注重服务，实现“优质产品+专业服务”相结合的经营理念。在同行业内，逐步提高产品质量，增设独特服务，提高市场竞争力。

优质产品方面：

公司的农副产品将严把质量关，初期，原材料将以采购形式为主，在对原料产地进行综合选择的基础上，既要和生产者进行信誉调查了解，又要对产品质量进行严格检查。已采购的质量合格的原材料还要经过卫生清理、营养成分测定，在产品包装或销售架上注明各种商品营养成分含量，以供消费者结合需求合理选购。专业服务方面：

公司设有专门的营养健康知识研究及咨询部门，在研究测定产品营养成分的基础上，结合营养学知识，为顾客提供营养知识咨询服务，同时为消费者提供合理的购物参考意见。对于长期购买量较大客户，公司将建立专门档案，在其饮食方面提供更多更深入的营养搭配建议，以及其他相关的营养健康知识。具体服务如下：

(1) 营养咨询：聘请营养师为顾客在饮食生活方面的营养搭配咨询提供服务。同时为前来购物的顾客提供基于营养搭配的购物建议。

(2) 特殊人群饮食指导：为特殊人群如病人等提供饮食方面的指导。(3) 食物营养研究：为相关单位或个人等研究农副产品的营养搭配等服务。(4) 生活保健指导：为会员顾客提供全方面的生活保健指导。

这些免费服务项目的推出是绿康的特色经营点之一，是为了顾客全面的营养饮食、营养生活而推出的特色服务。

### 1.3 市场定位

我们公司的产品初期把目标消费者定位在中高档收入阶层。在国内，鉴于目前不同收入阶层人们对饮食卫生、健康、营养搭配方面的重视程度不同，以及经济水平的制约，将以80%的力量投入在该群体，以期在初期能迅速打开市场，同时，以约20%的宣传力度，逐步向低收入水平群体渗透健康观念，引起大众对食品质量的重视，以发展潜在消费群体。中高收

入人群基本的生活问题已解决，更重视休闲健康，开始追求更高生活质量，食品卫生、无害、营养丰富等高品质对身体健康影响较大，对该人群有较大吸引力。

基于产品的市场定位，公司将把以北京为首的大中城市作为主要目标市场。大中城市既有较大的市场规模又有许多成功企业成熟的经营模式和管理经验，一方面可以使自身有更大的发展空间，另一方面又可以参考、借鉴先进企业的经验，在实战中不断积累经验、不断学习，这样更有利于自身的发展壮大。

#### 1.4 团队概述

创业初期我们主要筹划、执行人员主要有三个：市场营销专业人员，财务专业人员，信息管理专业人员。后期将根据专业需求、技术问题、资金政策等具体情况，吸纳其他人员加入。

对于各方面工作明确个人分工。在重大决策方面，主要以表决方式确定最终方案；在涉及到相关专业知识方面的工作时，根据资深的专业人员提出的建议为主体，各自从自身角度出发，对方案提出问题或建议，进而快速对工作方案进行调整或补充完善。这种工作方法、决策方式在创业初期既高效又可以使决策更合理，不至于发生太大偏离。

这一团队合作模式只是在初期采用，当公司各部门筹划、建设完成后即进行改革，采取正规科学的管理体制和组织架构。

#### 1.5 财务概况

公司根据不同发展阶段采取不同财务政策。项目创新点概述

#### 2.1 产品创新

在产品为绿色有机食品的基础上，公司还对其营养成分进行测定，并制定相应的标准。通过产品营养成分的测定和介绍说明，为消费者提供更科学的营养搭配选择，从而增加了产品的附加值。

## 2.2 经营管理

特色服务，为消费者提供营养健康知识咨询服务，针对特殊顾客的身体及健康状况提出一些合理化建议。

## 2.3 社会责任(国计民生)

绿康公司把自身的经营理念 and 长期发展与国家的发展、人民生活质量的提高紧密联系起来。首先，公司经营的绿色有机农副产品，在提高产品质量的基础上，增加了产品的附加值，从而提高了农民的劳动收入，有利于促进农业的发展，改善农民的生活水平。其次，产品质量的提高，农药残留量的降低，营养知识的普及，将在长期内提高人们的身体健康水平。特别是对于处于生长发育期的儿童和青少年，以及一些病人、老人等一些特殊人群的健康影响较大。另一方面，随着公司规模的发展壮大，将为社会提供越来越多的就业岗位，不仅如此，公司与员工建立的平等良好的关系，决定了公司在自身发展的同时，必然会致力于提高员工的福利待遇，改善职工生活、工作条件，发展建立新型劳资关系。

## 3. 市场分析

### 3.1 国内国际法律及规定

食品的农药残留量标准要求越来越高，特别是农副产品对农药残留量的要求，比如：目前，我国已制定了79种农药在32种(类)农副产品中197项农药最高残留限量(mrl)的国家标准，其中有关果树上的农药残留最高限量标准如下(注□mg/kg=毫克/千克)：

国际绿色消费的法律环境，在绿色消费浪潮兴起的今天，一些国际组织和国家的政府都作出了比较强烈的反应，并形成了有利于绿色消费蓬勃发展的法律环境。据了解，国际上已签署的与环境和资源保护有关的法律、公约、协定或协议已多达180多项。国际标准化组织制定的iso9000(即国际贸易商品在技术、安全、卫生、环保等方面的质量保证体系)系列标准和1995年4月起实施的iso8000(即国际环境标准制度)等协议、协议还明文限制或禁止很多产品的国际贸易。在乌拉圭回合贸易谈判签署的最后文件中，不仅把制成品而且把农产品也纳入了世界贸易组织体系，给农产品打上了明显的“绿色”标记。从1977年德国率先制定“蓝色天使”计划开始，到目前为止，已有90多个国家和地区的政府正式推出了环境标志制度。

国际上对食品质量的要求也是越来越高，特别是欧盟、日本、美国、德国等比较发达的国家和地区。在一再提高的国际食品卫生质量标准下，我国的产品出口等贸易方面也受到了一定程度的打击。因此，提高产品质量标准是必然趋势。

(2) 由于我国现阶段绿色、有机食品行业还比较欠发达，同类企业比较少，而且一般发展规模及经营模式缺乏特色，行业内没有龙头企业，竞争意识较弱。较大规模的公司(如长远集团等)又走向了多元化的道路，没有专注于绿色有机食品行业，同时也没有打造品牌的经营思想，因而还有较大的市场拓展空间。

### 3.4 市场形势

#### 3.4.1 国内国际趋势

由于污染不断加重、自然环境的不断恶化，人们的健康受到来自各方面的越来越多的威胁，工作压力的增大造成的等原因，使人们的身体健康状况越来越难以保障，与之同时增长的经济收入和不断提高的生活水平使人们又愈加重视生命健

康，消费的重点不断在向休闲、娱乐、营养、保健等等更高的需求层次转变。这一点从英国、德国、瑞士以及欧洲等社会经济发展较成熟的国家人们的消费倾向中发现这一趋势。

### 3.4.2 消费人群分析

而且将来还将进一步扩大。

但是，很多有关食品卫生、营养方面的需求却不能很好得到满足，因为还没有一个市场能够满足人们的这一需求，这就出现了“欲购无门”的现象，是市场上的一条缝隙。针对人们对高质量食品的这一要求，我们公司所提供的卫生、农药残留量符合标准、营养搭配合理的产品及高质量服务必然受到消费者的青睐。

## 3.5 市场策略

### 3.5.1 目标市场顾客的描述与分析：

(1) 目标顾客：中高等收入家庭，特别是其家庭成员中的妇女。

(2) 目标顾客分析：随着人们生活水平的提高，人们对于饮食也有了更高的要求，不再仅仅停留在解决温饱问题的基础之上，人们开始选择更加健康的食品，但是由于绿色食品价格比一般食品昂贵，所以并不是所有人群都有能力选择消费绿色、天然、无污染类食品的。中高等收入家庭由于经济能力比较强，物质消费水平比较高，所以他们对蔬菜、水果等饮食质量有更高的要求，有欲望并有能力购买这样的消费食品。而家庭饮食的消费支出主要是由家庭主妇掌握，所以家庭主妇对我们来说主要的目标顾客。

### 3.5.2 市场容量和趋势的分析、预测：

(1) 市场容量：北京市全国的政治、经济文化中心，其人口受

教育程度普遍偏高，06年全市常住人口总数为1581.0万，6周岁及6周岁以上人口中，接受大学(指大专以上)教育的232.8万人，占17.5%;接受高中(含中专、职高等)教育的319.9万人，占24.1%;接受初中教育的475.3万人，占35.8%;接受小学教育的234.3万人，占17.7%(以上各种受教育程度的人包括各类学校的毕业生、肄业生和在校生)

## 大学生创业计划书产品介绍篇六

随着我国人民生活水平的进一步提高，人们对营养摄入的要求越来越高，但实际上我国居民营养摄入不平衡的问题还相当的严重，在大中小学校、托幼机构、养老院、专业运动队、医院、政府部门、公共卫生部门、企事业单位、社区保健及健康中心、餐饮、食品加工及经营部门、宾馆等均需要不同数量的营养专业技术人员和管理人员。社会的发展和民众对营养的需求十分明确，营养产业正在由专业营养师和专业性的营养机构拉开序幕。

公司将根据不同的人群需求设定不同的营养护理方案，创办营养检测咨询指导中心。本中心将通过为顾客的营养检测，实施营养服务，并结合营养指导和营养调理提高顾客的营养指数。

具体检测方案：

- 1) 测定个体基本营养状况——能量相关测定、矿物质测定、维生素测定
- 2) 测定不同阶段人群的特定营养需求指标
- 3) 其他营养状况指标——多项
- 4) 测定营养不平衡的营养素项目所对应的脏器功能20项指标

5) 测定挑选食品及保健食品对营养改善的情况、包括吸收度和效果

6) 出具系统的营养状况评价报告、营养对健康的影响程度报告、营养与当前健康状况分析、食品营养测定指导、保健食品营养测定指导，膳食指导。

技术指标：

1. 指标全面：包含所有的营养素以及有害物质的测定
2. 操作简单：二周培训即可掌握检测手法，30分钟即可进行一次居民营养全面检测
3. 评估报告智能化：即时的营养评估分析，智能系统完成复杂的计算标准
4. 指导明确：每一营养素都有明确的功能、症状对照、食物含量排序和注意事项
5. 生物波取样技术：无损伤、营养素功能平衡度波形全面。

通过健康调理示范基地的营养检测、营养指导、营养调理完全个性化的技术服务，通过不同人群不同的健康标准生物波模型，通过严格的规范的数据分析解读方案，使营养师在做人群营养及健康指导实现了规范化，检测分析技术国际领先，营养方面可以实现指标全面、快速准确，更重要的突出了平衡的理念，可以检测到营养素之间的协同和拮抗关系，可以检测到食品级保健食品的吸收，实现最好的配伍，为顾客做出全面地、系统的可执行的有效果的能够评估的营养方案。

公司还能从营养指导中心发展为亚健康中心，进一步转化为健康管理中心。且能与各个行业进行战略性的合作，如下：

2) 美容业：营养检测评估——美容与营养和健康——营养调理——具有竞争力美容业

3) 健康养生会所：增项开发营养检测评估——营养调理——各种养生保健方法应用

4) 健康体检机构：增项开发营养检测评估——营养调理——增加健康体检内容。

公司根据自己的实力及能力惊醒了市场定位，基本选址在药店、普通社区、老干部活动中心、卫生站、美容院保健品专卖店等，接着在进一步进入商务会所、健康中心、疗养院、体检中心、大型高档社区、机关单位的医疗保健机构等。地段面积大致在70——140平方米为宜，原则上检测室要独立，一个检测室最多放两套设备，并设有办公室、资讯室、解读室(封闭、隔音)。配置智能化营养检测分析设备2台，可根据自身条件选择租赁或购买营养检测分析仪。(租赁设备：需交纳保证金6万元或有担保抵押资格的人及财产。设备租赁费用为每月3000元。购买营养检测分析仪：设备价格为人民币9.5万元，包括营养检测设备一台、计算机系统和检测软件一套、水处理设备一台)。