

最新大学生花店创业计划书 大学生创业计划书(实用8篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。通过制定计划,我们可以更好地实现我们的目标,提高工作效率,使我们的生活更加有序和有意义。以下是小编收集整理的工作计划书范文,仅供参考,希望能够帮助到大家。

大学生花店创业计划书篇一

母婴用品是指为孕产期女性与0—3岁婴儿这两类特殊相关群体提供的专业健康产品。孕产期女性与0—3岁婴儿这两类特殊相关群体提供的专业健康产品,特殊的体型特殊的生理心理需求,对母婴用品都提出了极高的要求,因此对母婴用品的选择要求相当的严格。

市场背景目前市场上还没有几家正规的,大型的母婴用品、儿童服饰、儿童玩具等产品的专业营销代理商。仅在超市及小规模个体私营中涉及母婴产品及儿童用品。开一家专门的大型营销公司很有必要,一来可以占据大量市场空间,二来可以抢占市场份额。

婴儿用品店的主要消费群是年轻父母们,他们舍得为孩子花钱,因此市场潜力大。新生儿父母在年龄的下移和文化层次的提高,表现在了对孩子培养知识的渴求和健康意识的增强,伴之而来的是对多功能,多样化的产品,高质量商品高品位服务的需求在国内孕婴市场尚未形成的过渡时期,除少数大型商场,专卖店外几乎没有具有品牌效应的专营店面。

据国家权威结构的调查显示:我国每年将近3000万左右的新生儿出生,其中8—36个月的婴幼儿约有4500万儿童约有亿,加上三千万左右的孕妈妈,每年a消费达800亿人民币。中国

内地0—3岁婴幼儿共计7000万，这个市场是绝对巨大的。所以发展母婴、儿童产品市场前景非常广阔。市场前景孕婴儿起步前景广阔。目前孕婴市场仍属启蒙阶段，市场切合仍在初见时期，杂货铺式的商店居多，而能够提供规范化管理、统一形象、高品质的特许经营店将来是未来市场发展趋势。供不应求，潜力巨大。如今市场整体处于一种供小于求的状态，市场能够提供的产品远不能满足需求。可行性分析卖出去都是零碎的东西，短时间内不会有明显的收益，且总体声誉不会轻易扩大，因缺少像流行物品那样的青年传播人群，但利润可观。虽然从事这个行业是需要经验，但其产出投入产出比却高得惊人。行业入门槛并不高，目前开婴儿用品店有两种方式：一是加盟知名品牌店，二是个人独立开店，其中可以销售各种名牌的产品。

- 1、年轻父母们；
- 2、对孩子很重视的爷爷奶奶们；
- 3、企业的员工（如送礼等）；
- 4、出外旅行的家庭选购5. 幼儿园或胎教机构的购物。

以代售超市加连锁专卖店的营销方式。（代售超市的销售价格统一由销售部经理制订。代售超市无权干涉，仅由销售经理定价，超市利润由公司返回。）

- 1、大小超市
- 2、幼儿园
- 3 kfc 麦当劳等食品提供及食品公司
- 4、玩具生产厂家

5、奶制品生产厂家

6、文化品生产厂家

7、附加关于胎教方面)

8、在各个阶段加入新的合作伙伴

1、资金需求比较大，且短期内很难收益；

3、开业到停业只有几个月，进货渠道控制不好，经营的产品比较复杂；

5、产品质量出现问题影响顾客的心情及信誉；

6、随时应对新的突变和挑战收入来源：1、超市营业额；2、专卖店营业额

1、超市提成及销售经理的工资；

2、专卖店的租金及员工的工资；

3、公司高层领导的工资；

4、股东分红及投资者回报；

5、专卖店发货到超市的运输费用；

6、公司成立的注册资金；

7、定期交纳国税和地税；

8、为公司扩展声誉做广告和慈善事业而需资金；

50平方米左右的店面，年租金大概6万元左右；装修及设备投

入：装修只需突出个性和整洁明亮。加上水电、空调等必须添置的设备，共需2万元左右进货资金：5万元左右，品种多些，量可以少，尽量摆满柜台；初期营业员1名，500—800元/月，为节省开支，自己也需充当全职营业员5。税费：每月1000元左右。折算后，每月的固定成本在7000元以内。

婴孕用品的店址选择非常重要。婴孕用品的主导消费者为怀孕6—10个月的“准妈妈”和刚生宝宝的“新妈妈”，这两类消费群体通常居住比较分散，行动不便，所以周边交通应便利。婴儿用品店的利润平均在25%左右，每月3—4万元的销售额基本可保本。

成立连锁专卖店，与各超市及厂家展开合作，建立销售公司。吸纳网络营销人才。每区配备2名高级营销人才，优先选用有经验者。严格把关，强调质量信誉，随时调换产品，售后服务周到服务态度好，衣物采用全棉等，各种产品采用无毒材料。一流的管理人才，一流的基础设施，高级物流中心，高级的技术研发体系，连锁超市满足所有消费层次，品种齐全。

大学生花店创业计划书篇二

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。

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。

大学生花店创业计划书篇三

1、据计算估量可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元

（场地租用费用2000元，餐饮卫生许可证的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元）。

2、运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用。税，水电燃料费等所有开支。 创业资金可以办理银行贷款。

1. 市场调查和分析阶段 通过真实有效的市场调查，了解校园咖啡厅的可行性，确定校内咖啡厅和其他校外咖啡厅的不同之处，了解学校的规定和政策，进而确定下一步的计划。

2. 硬件操作阶段 包括选址和店面设计等，建立在前一阶段的基础之上。

3. 准备阶段：

员工聘请： 包括服务人员，专业技师，管理者。邀请专业面试官，通过面试，试用，确保招聘到合适的员工。服务行业服务者的素质十分重要，一定要引起重视。招聘在校大学生，一方面可以为学生提供实习的平台，一方面有利于咖啡厅的发展。

员工培训： 可以聘请专业的培训师对员工进行培训，也可以采用自控培训法。或者通过比较，学习成功咖啡厅的培训经验。

薪酬制度和员工激励： 确定合理的薪酬制度，有利于调动员工积极性，也有利于咖啡厅的长远发展。

原料采购制度： 可以采用报价采购法，保证采购到的原料质量高，品质好，价格合理。

成本控制制度： 实行采购成本控制，存储成本控制，人事成本控制，加强费用支出管理控制，建立一整套完整的制度。

在开业和运营阶段贯彻执行。

卫生制度： 咖啡厅属于高雅的饮食场所，卫生十分重要，高校群体尤其挑剔，因此单独列出来表示重视。建立完整严格的卫生制度是一家高雅，成功咖啡厅的必要基础。包括饮品卫生，餐具卫生，公共场所卫生和员工个人卫生。严格的卫生制度应该在开业之前就制定出来，在营业阶段应该坚决有效的执行。

4. 开业阶段 开业前期宣传，开业庆典的策划和实施，等等。良好的开端是成功的一半。

5. 运营阶段 此时咖啡厅进入稳定的营业时期，重点在于顾客的维持和开发新的顾客。

6. 营销组合策略：

有形化营销策略：

由于本咖啡厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销简略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的“承诺营销”进行产品宣传，通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传。

大学生花店创业计划书篇四

冰淇淋最早起源于西方权贵餐桌上冰冻的葡萄酒和其他冰镇饮料，曾一度是西方待客的奢侈品。而现在冰淇淋已在中国，冰淇淋有着广泛的消费群，大众无不将冰淇淋视为消暑解渴、休闲娱乐的佳品之一。校内商店出售的冰淇淋花式少，口感差，品种单一，无新意，毫无卖点，无法满足消费者的需求，所以在校内开一家冰淇淋店是很有发展前途的，定会有很大的消费群的。

冰淇淋店主要出售的商品就是火锅冰淇淋、自助DIY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。

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。

（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xkg，澳大利亚为xkg，瑞典为xkg，日本为xkg，荷兰xkg，而中国人均消费量经过几年的发展总算达到了人均xkg，但与世界人均相比还判若云泥。所以说冰淇淋市场尽管从××年代以来，每年以约x%的速度在递增，中国冷饮产量增加了x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，这一切都为我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x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x%□

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%的乳清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x元，平均年龄在x岁，而且重度消费者（即：每周消费冰淇淋x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x升（相当于x到x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。

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□x%的15—19岁的消费者□x%的20—24岁的消费者以及x%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。

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，给人冰爽的感受。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。

（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。

（二）岗位设计与职责：

店长□x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□x名）：成品区导购员x名——帮助顾客选择成品的商品

自选区导购员x名、制作员x名——帮助顾客选择材料、设计样式并制作

（一）资金需求

1、办理工商、税务登记等费用约x元；业务拓展后视情况再

改善； 宣传广告及市场调查费用约x元； 资料费及销售费用x元； 人员工资x元， 其他开支x元。

2、 原材料、 餐具□x个甜筒机□x个榨汁机□x个冰柜□x张桌椅、 杯子等费用大约x元， 室内装修x元， 租金每年x元。

主要项目如下： （单位： 元）

项目第一年费用金额

办理工商、 税务登记等费用

店铺装修费

租金

设备等投入

宣传广告及市场调查费用

资料费及销售费用

其他开支

人员工资

总计

（二） 资金来源

合伙人自筹资金□ybc创业贷款， 向银行申请小额创业贷款

（三） 资金运营计划

1、主营业务利润

第一年主营业务利润预测表（单位：元）

项目：冰淇淋金额

主营业务收入

主营业务成本

主营业务税金及附加

主营业务利润

2、管理费用

第一年起步阶段管理费用从紧使用。第二年起根据业务发展，考虑收入增加，并逐步考虑劳动保护费（服装费、防暑降温费）、交通费补贴。在拓宽发展的同时，适当改善店铺外观装修条件。

宏观方面：各种制作材料的价格的变动，其中主要有奶油、各种水果等，以及商院市场的不确定性、国家政策对原材料的影响。

大学生花店创业计划书篇五

在就业竞争日趋激烈的今天，大学生的就业观念正逐步发生着深刻的变化。许多以往被认为是“非正式”的就业岗位也已经进入大学生求职的视野。自主创业、合作创业成为部分大学生的选择。

大学生是一个独特的群体，未谙世事的我们对创业满怀激情，虽然我们没有经验，也没有一套系统完整的理论作为基石，

但我们具有较为敏锐的视角和相对前卫的思想，这一点，有助于把握未来的大体发展趋势。

“diy”这个外来词汇在年轻一代中被较为普遍地接受和使用，因为它体现着一种自主精神。于是diy经济应运而生。

在这个文明社会中，人们已不再只追求温饱，而开始了对美的追求。随着批量生的商品在市场上的流通，人们看腻了市场上工业产品的千篇一律，故而都在寻找着能满足特殊要求的商品。这一点较为突出地体现在人们对于全球限量生产的某种商品的热衷上，但这种商品往往异常昂贵，只有具有一定资本的少数人才可能拥有，不能满足多数人的需求。而diy产业可以说是十分轻松地解决了这一问题□diy□做市场上绝无仅有独一无二的商品，正迎合了众多人尤其是年轻一代的需求。

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，于是diy经济持续升温，成为新的淘金地。

diy手工制作的主要产品有手工蜡烛，水晶花，手制香皂、香水以及软陶制品等。它们都各具特色且具有使用价值。以手工香皂为例，市场上出售的香皂大都形状相似，香味雷同，包装也不具特色，而在diy手工坊中，消费者可以充分发挥自己的想像力，自己动手，随意设计新颖独特的形状、香味，制作出融入了作者独特个性、品位的产品甚至可以称为工艺品。

diy产品的卖点不是商品本身，而是一件件小物品的制作过程。在此过程中，消费者将自己的创意变为现实，体现创造的快乐。手工制作坊是一个时尚休闲的场所，在店内可以体会放松心情、体验自己动手的乐趣，为年轻人增添生活情趣，陶冶艺术情操等等。

根据以上想法，我们做了一次市场问卷调查，其内容与结果如下：

问卷份数：150份；回收份数：98份。

答案

问题abc

问题1：你是否经常送礼？答案□a是b否69人29人

你送礼的对象通常是哪些人？答案□a朋友b亲人c恋人69人69人52人

你对于diy手工产品的看法怎样？答案□a很棒b一般c不好57人20人3人

根据以上结果，我们不难看出□diy手工制作品被广大时尚青年普遍接受□diy经济定会有着广阔的生长土壤。消费人群大致有以下几种：

1. 热恋情侣□diy手工产品可以作为爱的信物，恋人亲手制作的小礼物往往具有不一般的收藏价值，并且热恋中的情人对时间和资金的投入往往处于非理性状态，他们追求时尚，寻找浪漫，故而diy手工制作坊成为他们的首选场所。

2. 孝顺子女。现代人特别是青年人己不再追求高档现成商品作为礼品送给父母，而是提倡自己动手，制作凝聚自己浓浓亲情的小礼品，于是手工制作坊也将时常聚集着为传达亲情而投入时间和金钱的年轻一代。

3. 亲朋好友。当今社会，礼品以成为维系现代人际关系的重要纽带。节日或生日互赠独具特色的小礼品成为人们不可或缺的交际途径。作为学生的我们，大多数都是纯消费者，故

而选择礼品时要求有花费少且独具个性又能表达自己情谊的小物品。然而diy手工制品很符合这一要求。

4. 普通人群□diy手工制作坊是一个调节心情的好场所。在工作和学习了一天之后，各中压力油然而生，我们需要调节自己，放松心情以便更好地工作和学习。于是，手工制作成了一种宣泄心情，释放压力，传播快乐的好途径。综上所述□diy手工制作行业拥有广阔的前景。

作为当代女大学生，凭着对时代新潮流的特殊敏感，我们选择了这个拥有广阔前景的行业作为自己的创业方向。

对于创业者首要考虑的投资回报问题□diy投资少，回收快，利润高并能较为灵活地转型，这给了我们较为满意的答案。拿diy香皂为例，一块香皂的制作成本平均为0.6~1.2元，而市场价每块为5~30元不等。创业者的启动资金低，要求的人力资源少，操作简单易行，而回报却相当可观。

总之□diy手工制作行业十分符合大学生的创业标准，是我们的理想选择。

大学生花店创业计划书篇六

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

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

a.公司的宗旨

b.公司的名称、公司的结构

c.公司经营策略

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

这部分的目的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。

d.相对价值增值说明你的产品为消费者提供了什么新的价值

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

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

提高研发能力，创造领导潮流的新型产品，提高竞争能力。

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

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

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财

务管理、作业管理、产品管理等等。而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

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

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

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

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

a. 市场描述

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

难。

b.目标市场

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

c.目标消费群

e.消费群特点

我们之所以选择这些渠道因为：

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

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

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

a.竞争描述

b.竞争战略市场进入障碍

请在这里研究进入你的细分市场的主要障碍及竞争对手模仿你的障碍。

a.营销计划

描述你所希望进行的业务是如何的。以及你所希望进入的细

分市场。曾经使用的分销渠道，例如：零售、对商业机构的直接销售、oem以及电子媒介等等。还要描述你所希望达到的市场份额。

b.销售战略

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

c.分销渠道及合作伙伴d.定价战略e.市场沟通

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

财务数据概要。

- (1) 你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险？
- (2) 你准备怎样应付这些风险？
- (3) 就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会？
- (4) 在你的资本基础上如何进行扩展？
- (5) 在最好和最坏情形下，你的五年计划表现如何？

如有以下材料，请列出

a.公司背景及结构

b.团队人员简历

c.公司宣传品

d.相关词汇

大学生花店创业计划书篇七

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

我们的目标是先开一家旗舰店，立足本地市场，根据客户需求和意见不断改进，然后在此基础上逐渐在本地发展直营店，最后成立公司，以直营和连锁加盟相结合的形式把面包店开到全国甚至世界各地，建立属于我们中国人自己的本土面包店品牌。

我们主要经营面包、甜品、糕点、精品饮料等，在此基础上，我们会联合科研机构与学校根据各地的特色食品和特产，开发新的适合老百姓食用的健康、美味的食物。

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。

3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场

6、缺乏特色产品。

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算明年针对比较重要的原材料，与人合作建立自己的基地，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，

又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

5、目前市场远远没有饱和，针对市场上的弱势竞争者，我们的加入会加快市场洗牌，提升行业整体水平，市场前景非常广泛。

1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。

3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。

4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。

5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。

6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

资金需求：资金以单店计算

1、店面租金：3万/年(30平米)

2、装修：1万

3、设备：2万

4、证件执照□20xx左右

5、工资：1名店长3万每年；3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析：根据旗舰店目前的销量，每日平均销售额1000左右，月销售额3万，年销售额36万。

效益分析：36万收入减去固定成本12万，年纯入24万，由于面包行业利润率相对较高，扣除面包的原材料成本，单店年利润基本能超过10万。

大学生花店创业计划书篇八

服装店，兼顾服装设计和服装营销。

选择服装业的理由：

首先，近二十年是服装业发展的机遇和挑战之年，从“世界工厂”“中国制造”，逐渐向“中国设计”转变，中国服装产业经历了不同寻常，但充满机遇的20年。只依靠低成本，大批量生产没品牌的服装已经无法使企业立足于当今的服装行业，我将自主设计自主销售相结合，打造自主品牌，符合当今中国服装业的转变趋势。

其次，相对于其他行业来说，服装业投入成本相对较少，对于像我这样刚毕业的大学生来说还可以承受，通过国家的优惠政策，可以申请创业贷款，并且可以享受一年的免税优惠，减轻创业的资金压力。

再次，“衣食住行”对人们来说相当重要，衣又排在首位更见其重要性。无论世界如何发展，衣服永远不会被抛弃，服装业也不会消失，因此只要有明锐的洞察力和与时俱进的精神，就能开发出广阔的市场。

最后，我本人对服装设计有独特的爱好，对服装有自己的看

法，兴趣是最大的动力，因此我从内心里为从事服装事业而感到幸福。

服装店名称□xx(即品牌名)

宗旨：用心做服装，帮您释放自己的美丽。

本店特色：店主自主设计的服装，主打女装。从长远看唯一的出路在于打造自己的品牌，这才是长胜之道。

五大风格：清新脱俗，简约大方，成熟知性，高贵典雅，时尚现代

商品定位：第一阶段主要销售中低档价位商品，刚开业时品牌没有知名度，主要面对占中国最大多数人口的中低收入者，保证服装店可以运营起来；第二阶段，“亦阳天使”具有一定的影响力，具有一定的市场份额，开始转向高档服装销售，进军国际市场。

1. 实体服装店成立前期计划

在互联网上开网店，为实体服装店积累资金，做宣传，扩大影响力。

此阶段的主要目的不仅是资金积累，还要使“亦阳天使”得到好的口碑，赢得一部分消费者青睐，从而起到宣传作用，为实体服装店的经营减少压力。网店经营三年后开始经营实体服装店，但同时也经营着网店。

网上开店投入不大、经营方式灵活，可以为经营者提供不错的利润空间，成为许多人的创业途径。启动资金低，投入少，交易快捷方便网上开店的创业成本比较低，没有各种税费和门面租金等，而且，网店不需要转人的看守，这样就节省了人力方面的投资，网店经营基本上没有水、电、管理费等方

面的支出。网上开店平台是免费注册开店的，所以，网上开店的成本是很低的。

2. 实体服装店的运营

(1) 开业准备阶段

服装店选址□xx市新开发的商业街，由于新的城市规划，这里将会形成新的繁华地带，且这里的服装店档次较高，有利于提高“xx”在顾客心中的地位。

服装店装潢：以暖色调为主，凸显女性的主题，还要包含现代元素，具体请专业设计团队设计装修。

宣传工作：

c.长期宣传：平常年份，一个季度一次较大的宣传活动，在全石家庄范围内发放传单，主要介绍本店特色；节假日，进行相应的活动宣传。在春节及店庆向消费5000元以上的消费者(消费金额每年随着经营情况调整)寄送精美的贺卡以表感谢。

d.当经营达到规模档次，加大宣传投入，在时尚杂志及新闻报刊上刊登广告。

货源：继续与开网店时的服装厂家合作，同时寻找新的服装厂，开始生产自己设计的服装。保证每两星期有新的款式，进货时间随时调整。

工作人员：初期只招一个女生，要求形象气质较佳，较好的语言表达能力，能说标准的普通话及简单的英文，由于刚开始资金量有限，主要注重工作人员的质，因此给工作人员较同行业人员高的工资，随着服装店的经营会随时调整工作人员的数量。

(2) 经营阶段

资金运作：

房租(一年) 60000

装潢15000~20000

员工工资(每月) 1500+提成

宣传费用(每年) 10000

流动资金(水电费，进货资金) 10000

固定资金10000

(3) 关于员工

要求：服务态度好，微笑服务，平等对待每一位顾客；上班身着整洁的工作服；

福利：每周休息一天(周一)，传统节日发放食品。

自我提升：关注同行业的发展，借鉴他们的经验教训，关注时尚杂志服装界的潮流；不断学习服装设计知识。

虽说万事开头难，但不开始一切不可能，作为大学生，我没有经验，计划书里有许多不足之处，但我有学习能力，不断学习会使我提高，不断完善创业计划。有了明确的目标你就成功了一半□“xx”会在我和员工的努力下成长壮大！