

# 最新水果超市创业计划书 蔬菜水果超市 创业计划书(通用9篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 水果超市创业计划书篇一

七、产品与服务：

产品方面：

(一)产品分类：

1、大分类的分类原则：

在超级市场里，大分类的划分最好不要超过十个，比较容易管理。不过，这仍须视经营者的经营理念而定，业者若想把事业范围扩增到很广的领域，可能就要使用比较多的大分类。大分类的原则通常依商品的特性来划分，如生产来源、生产方式、处理方式、保存方式等，类似的一大群商品集合起来做为一个大分类，例如，水产就是一个大分类，原因是这个分类的商品来源皆与水、海或河有关，保存方式及处理方式也皆相近，因此可以归成一大类。

2、中分类的分类原则：

a□依商品的功能、用途划分：

依商品在消费者使用时的功能或用途来分类，比如说在糖果饼干这个大分类中，划分出一个“早餐关连”的中分类。早餐关连是一种功能及用途的概念，提供这些商品在于解决消

费者有一顿“丰富的早餐”，因此在分类里就可以集合土司、面包、果酱、花生酱、麦片等商品来构成这个中分类。

b□依商品的制造方法划分：

有时某些商品的用途并非完全相同，若硬要以用途、功能来划分略显困难，此时我们可以就商品制造的方法近似来加以网罗划分。例如：在畜产的大分类中，有一个称为“加工肉”的中分类，这个中分类网罗了火腿、香肠、热狗、炸鸡块、薰肉、腊肉等商品，它们的功能和用途不尽相同，但在制造上却近似，因此“经过加工再制的肉品”就成了一个中分类。

c□依商品的产地来划分：

在经营策略中，有时候会希望将某些商品的特性加以突出，又必须特别加以管理，因而发展出以商品的产地来源做为分类的依据。例如：有的商店很重视商圈内的外国顾客，因而特别注重进口商品的经营，而列了“进口饼干”这个中分类，把属于国外来的饼干皆收集在这一个中分类中，便于进货或销售的统计，也有利于卖场的演出。

(二)、小分类的分类原则：

1、依功能用途分类：

此种分类与中分类原理相同，也是以功能用途来作更细分的分类。

2、依规格包装型态来分类：

分类时，规格、包装型态可做为分类的原则。例如：铝箔包饮料、碗装速食面，都是这种分类原则下的产物。

### (三)、以商品的成分为分类的原则：

有些商品也可以商品的成分来归类，例如100%的果汁，“凡成分100%的果汁”就归类在这一个分类。

### (四)以商品的口味做为分类的原则：

以口味来做商品的分类，例如“牛肉面”也可以做为一个小分类，凡牛肉口味的面，就归到这一分类来。

分类的原则在于提供做分类的依据，它源自于商品概念。而如何活用分类原则，编订出一套好的分类系统，都是此原则的真正重点所在。

### 超市服务方面：

超市服务在市场经济条件下，显示出强大的生命力：

1、服务对现有商品销售起到强有力的促进作用。超市在销售商品时，需要提供给消费者各种各样的服务，比如解答消费者的疑问，为消费者讲述有关商品制作，使用方法或保养知识等，这些服务会在一定程度上帮助实现销售。

2、服务能将消费潜在需求转化成现实需求。据国内一家权威机构对于深圳地区的消费者购买行为调研报告显示，到超市购物的消费者中，只有40%的顾客是预先有购买计划的，而另外60%的顾客没有预先计划。由此可见，充分刺激消费者的潜在购买欲望，能够大幅度增加超级市场的销售额，服务所起到的作用绝不可小视。

做销售这种经营服务是一种长期性的服务，关键是不能欺骗消费者，不能短斤缺两的，欺骗了消费者的生意是不会做得长久的；关键是要得到消费者的依赖。

## 水果超市创业计划书篇二

创业计划书因创业项目的不同其内容也不同，但不同的创业项目它们的计划书还是万变不离其宗，还是有规律可循，以下这篇创蔬菜水果超市创业计划书就是创业计划书的典范：

项目名称：绿色基地

项目规模：50平米超市

项目基础设施：蔬菜货柜7个、电子称2台、精美蔬菜彩页5张、广告语条幅8个、柜员2名、采购员2名、空调2个、电脑1台。音响设备1套、摄像头6个、收银设施2套、照明设施1套、包装袋若干、清洁器具1套、每季度宣传页若干等。

项目产品简介：

蔬菜类：

- 1) 根菜类：包括萝卜、胡萝卜、芜菁等。
- 2) 白菜类：包括大白菜、青菜。
- 3) 茄果类：包括番茄、茄子、辣椒。
- 4) 瓜类：包括黄瓜、冬瓜、南瓜、苦瓜、西葫芦等。
- 5) 豆类：包括菜豆、豇豆、豌豆、扁豆等。
- 6) 绿叶菜类：包括菠菜、芹菜、莴苣、茴香等。
- 7) 薯芋类：包括马铃薯、山药、姜等。

8)葱蒜类：包括葱、蒜、洋葱、韭菜等。

9)水生蔬菜类：包括茭白、慈姑、藕、水芹等。

10)多年生蔬菜类：包括竹笋、金针菜、芦笋、百合等。

11)食用菌类：包括蘑菇、草菇、香菇、木耳等。

水果类：

1)浆果：草莓、猕猴桃、越桔、柿子、香蕉、龙眼、荔枝

2)梨果：苹果、梨、山楂

3)核果：桃、杏、李、枣、樱桃、橄榄、梅子

1、城乡居民生活水平不断提高，消费观念和方式发生深刻变化，人们对食品安全的要求越来越严格，愿意购买质量较好或价格相对高的产品或服务。

生活中食品安全问题的频繁出现，政府加强了对市场的监督管理，以保证人们有一个健康的消费环境，从而也有利于创造一个好的市场环境，绿色营销可以迎头而上，这表明，绿色产品的市场潜力非常巨大，市场需求非常广泛。

现在人们受教育程度相对较高，消费能力较强，对生活方式有了一定的品味和档次要求，有着超前的消费理念，对消费的产品或服务有一定的档次要求，愿意接受好的消费环境和产品。

由于技术的进步，人们通过大棚技术生产反季节蔬菜，再加上运输过程中保鲜冷藏技术的进步，保证了人们一年四季都能吃到各种各样新鲜营养的果蔬。

2、从需求角度分析蔬菜消费行为，蔬菜研究表明：蔬菜鲜销仍然是主体，未来 10 年中国城乡居民对于新鲜蔬菜消费人均消费水平是维持在相对稳定的水平，蔬菜需求总量随人口的增长呈上升趋势，对蔬菜质量安全重视程度增加，未来的蔬菜消费结构需调整，蔬菜加工品的消费需求量将会增加。

消费者市场购买行为的主要特点：

(1) 消费者市场的购买具有多样性，不同的人有不同的爱好，而且不同的蔬菜具有不同的营养价值再加上人们饮食习惯每次要吃几种不同的菜，所以人们在挑选蔬菜时的选择具有多样性，一次会买不同的蔬菜。

(2) 从交易规模和方式看，消费市场的购买人数多，市场分散，交易次数频繁，但每次交易数量不大。所以菜市场交易要求高的蔬菜周转率，而且蔬菜易腐烂，必须做好保鲜工作。

(3) 蔬菜作为日常必需品，消费者需求弹性小，同时蔬菜供过于求、买方市场的格局将长期存在，消费者的购买具有较大程度的可诱导性，对一些促销手段会有较好的反应。

3、果蔬运输过程中产生的破损的蔬菜或水果，根据破损程度采用不同的处理方法，轻度破损的进行打折促销，低价处理，破损严重的直接处理掉。在营业过程中，理货员每天对店内果蔬进行分类处理，对储存时间较长仍未售出的果蔬进行打折促销，对腐烂变质的果蔬直接处理。及时对蔬菜水果进行检查，看其是否在保质期以内，或看其是否已经处于变质的前期，及时挑选出颜色味道明显改变的食品。在蔬菜价格不稳定的情况下，提前告知消费者将要提价或者降价的产品，方便消费者选择。并且尽量鼓励消费者选择价格稍低的商品，防止高物价商品的堆压导致超市本身的利润损失。

4、在开业前期主要采用低价渗透，让消费者知道我们的果蔬店，为吸引广大消费者持续购买，我们采用了各种各样的促

销方式：

(1)发放宣传页：制订精美的宣传页，上面明确注明店内的促销活动，在小区内发放，吸引消费者前来购买。

(2)限时抢购：选择几种消费者最经常购买的果蔬偶尔进行限时抢购，招徕顾客，为小店增加人气，同时带动其他果蔬的销量。

在以后正常的营业运转中，为了保证顾客流量，同时也为了吸引更多的顾客，绿色基地可以以下不同的促销手段：

(1)今日特价：每天都推出一种特价蔬菜或者是水果，吸引消费者前来购买。

(2)节日促销：在一些重要的节假日中，店内部分蔬菜水果进行打折促销或者发放优惠券(优惠券只能按上面的面额抵现金使用，但不能兑换现金。

(3)会员积分：凡在本店内一次性购买金额达到30元(包含30元)以上，即可获得店内免费赠送的精美会员卡一张，该会员卡可以累积积分，一元可积一分，积分达到200元以上者即可兑换一些精美的礼品或者是价值不等的优惠券，积分越高，面额越大。

果蔬货架：每个150元，共7个，总计1050元

电子秤：每个120元，共2个，总计240元

空调：每个3000元，共2个，总计6000元

电脑：每个3000元，共1台，总计3000元

收银设施：每个2000元，共2个，总计4000元

房租：4000元\*12个月=48000元

装修：墙面翻新，照明设施，监控设施，总计5000元之内

办理工商执照以及税务等手续约需2000元

以上总计：69300元。

## 水果超市创业计划书篇三

### 1、市场需求与本人的关联

本人在家具行业20多年，十分庆幸这一门类的商品市场需求持久而广泛。

### 2、实施创业的基本条件

(1)具有良好的职业经历和职业业绩(长期从事技术、业务和企业管理工作)。

(2)具有一定时期的创业模拟准备，如团队建设等(决策、执行和操作三层骨干人员基本配齐，人员专长涵盖产品开发、营销、生产、管理等要素，且均具有较良好的职业业绩)，这批对象将作为发起人而加入新办企业。

(3)发起人(团队)具有满足企业创办初期的资金需求能力。

(4)新办企业(以下简称“企业”)有可能获得著名品牌的授权使用。

(5)企业有可能获得原工作单位在政策允许条件下的支持和帮助(可视作轻工国有企业部分转制的性质)，其内容大致为：作业场地和部分设备以及成熟销售店铺等方面。



(6)企业有可能通过创业扶持政策获得流动资金的借入和享受到有关优惠政策，如所得税减免等。

(7)一个以核心专长为基础并辅之于“分解

结合”方式的作业思路日趋成熟。这个思路是由市场条件和企业状况所决定的。做强、做精、做准20%;做好、做妥、做稳80%，在坚持双赢和不断学习的引导下做好这个2：8。例如工艺制造方面，企业仅完成整个工艺路线中的关键工序和最终工序的加工，约占20%，其余80%的加工(含制品)由企业的购买行为支持。购买行为将获得技术工艺标准、品质控制标准、经济合同履行和合格分承包方的支持。

(8)企业的发起人(群)对建设“学习型企业”有强烈的愿望和认同(发起人群的基本情况略)。

(9)企业运行的方向，将向“头脑型”企业演变，通过可控制资源因素和不可控制资源因素在销售和开发的磨合作用，渐渐实现。企业运行初期将是这一构造的模拟实践运作和磨合。

## 二、企业的一般情况

### 1、公司性质和主要经营范围

公司的法律形式采用有限责任公司形式。性质为混合经济，公司的初期投入(注册资本金)为人民币60万元。其中，国有股份约为10%，自然人股份约为90%。

主要经营范围为：木制家具(含软体家具)生产、销售(含延伸产品);工艺品、艺术品制造、创作及其延伸产品的销售;室内装潢设计和室内装潢施工及其配套制品的销售;咨询服务;家居式空间相关用品的制造的原材料销售(含进口原材料)。

### 2、地址选择

工厂地址首选为租用原工作单位骨干工厂的一部分。占地面积约为5000平方米，建筑面积约为2500-3000平方米。销售地选择在新原单位的专卖商厦(成熟且有良好销售业绩，上海市区境内)。

工厂首选和次选地理位置均安排在沪青公路二侧的刘行镇辖区内。

### 3、经营理念

做小、做精、做好。

做小：追求1：6.5的和谐(头脑与躯干)，操作2：8(1：4)的加工。

做精：品质控制。

做好：2个方向的服务，即顾客和分供方。为顾客服务以建立企业的美誉度，为分供方服务以提高全面质量。

### 4、质量目标(指最终检验入库检查状况)

特等品率：10%;一等品率：20%;合格品率：100%。

企业将在运行初期，贯彻iso9001体系。贯标6个月后，申请多边认可的认证证书。

### 三、产品与服务

产品销售与服务范围见“主要经营范围”。

其中咨询服务为：中小型木制企业(对象)的技术、质量控制和企业管理顾问以及为有特殊需求的顾客提供产品、工艺流程设计。

## 四、市场与顾客群分析

### 1、目标顾客

新办企业的目标顾客为：

1.1 单体顾客--指购买商品或服务，以满足居住和提高生活质量的人群，其特征是个性化的小量购买，是我们主要服务对象。

1.2 团体顾客--指购买商品或服务，以满足营业需求的顾客(如饭店、宾馆、公司等)和销售需求的经销商(含海外顾客)。其特征是个性化设计的成批购买和来样成品生产组织。

1.3 有特殊需求的顾客--指购买服务范畴内的，以满足生产组织、品质控制等需求的顾客(个人或企业)。

(864万元) ; 15% (162万元) ; 5% (54万元)。

### 2、顾客需求满足

以一定品质标准的产品和服务，分别满足三个顾客群的现实和潜在的需求：

--以个性化的商品和服务满足单体顾客群中的不同层次的需要，以整体化销售的方式满足这一类顾客对有效营造温馨居室和彰显文化品位的潜在需求。

--以准时化服务满足团体顾客群的需求。

--以有显见成效的方案和策划满足有特殊需求顾客的现实需求。

### 3、顾客群分析及目标市场预测

新办企业的三类顾客群中，第二类即团体顾客和第三类即有特殊需求的顾客在实际运作中是稳定的，其销售额有足够的上升空间，其原因系由新办公司的发起人拥有这方面资源。

新办企业锁定第一类顾客的大比例，是因为其中是竞争的热点，参与热点竞争，是实现新办企业运行2：8操作和演练新品开发能力以及成品控制能力的最好舞台。参与这个目标市场的竞争，是提高新办企业向“头脑型”组织演变速度的最好途径。

### 第一类(单体顾客群分析)

目标市场容量(25亿-30亿元之间)

仅上海地区每年约有8-10万对新婚家庭和25万个家庭搬迁至新居，需购房或置换950万-1000万平方米。据调查显示，72%的居民接受的家具价格为5000-8000元之间，颈测每平方米约可带来300元的家具消费，此项的容量计算为30亿元。或按新婚、搬迁数按二室一厅家具消费10000元计，也大抵相当。因此，上海地区的单体顾客年购买需求为25亿-30亿元之向。

## 水果超市创业计划书篇四

建立社区水果超市:在3000户(每户3人)的社区建立水果超市。

中国的水果市场很大。与国外平均每年消费85公斤水果相比，国内平均消费只有一半。根据大多数家庭的调查，三个家庭中有80%的人每个月的水果支出超过80元。10%的家庭消费50-80元的水果。只有10%的家庭消费50元以下的水果。

1. 行业需求:中国缺少大型水果卖家。
2. 创业者需求:进入门槛低，投资小就能运营。

3. 政策支持:20xx年3月22日(北京市商务局、北京市发展和改革委员会):鼓励和支持发展的商业项目79个,包括超市、便利店、社区早餐店、食品店、日用品商店等。限制类商业项目包括:在地区级以上商业中心和规划的特色商业街(区)外新增营业面积5000平方米以上的大中型零售商业设施;市区二环路内,新增营业面积1万平方米以上的大型百货商店、大型超市限购;城市三环以内,限制经营面积1万平方米以上的大型仓储式商场、大型专业超市和各类大型批发市场;城市中心区、市政商业中心、区域商业中心、中关村科技园区海淀区、商业中心区限制增设各类一级集贸市场和批发市场。

4. 全新的销售机会:只有水果连锁店还是空白。而其他行业的连锁店则处于低利润竞争状态。

5. 新颖的销售方式:开放式自选。

6. 多元化服务项目:提供自动榨汁服务。提供组合包装盒,介绍店里各种水果的'特点和适合的人群,引导健康消费。

7. 水果购买状况和消费者心理:时间忙,没有多余的时间买水果。超市和批发市场不买很多水果,因为他们主要买其他产品。

8. 巨大的市场:国家计划在20xx年使水果人均消费量达到40公斤□20xx年48斤□20xx年53斤。也就是说,到20xx年,水果的消费量将增加2500万公斤。市场巨大。是目前市场的40%。

1. 给顾客一个全新的、安全的、质量有保证的、便宜的地方放心消费

更多的顾客选择去超市买水果。除了在购买其他商品时看到水果出售,剩下的最大原因是超市里的水果可以让消费者在产品外观、产品质量和重量上感到放心。而且开放式的自选方式可以给客户更多的选择。我们的水果超市,采用统一装

修、统一店面布局、统一采购、统一配送，所有产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后销售，能给顾客以上的心理满足感。

## 2. 独特的引导消费

现在的顾客在购买水果时，选择根据自己的口味和喜好来消费，而忽略了水果本身的特点和适合食用的人群。通过对很多消费者的调查发现，几乎没有人能说出菠萝的特点和适合吃的人群，肝病和胃病患者应该吃什么水果，不适合吃什么水果。这说明大家都在盲目消费水果。如果没有水果消费常识，就会导致把香蕉给糖尿病患者做错事的误解。作为一个水果零售商，我们的责任是教会每个人如何合理消费和食用水果。在这方面，我会贴出每一种水果的特点、适合的人群、店内好与不好等级的鉴别方法的海报，引导大家健康消费。

## 3. 为不同的消费群体提供多种服务

水果消费者一般分为两种：自己吃和送礼物。根据送礼者的心理和包装需求，我们会专门设计一些不同容量(3g-5g)的可折叠或组合包装组合，提供给消费者进行补偿。换句话说，顾客可以随意组合购买水果。如果购买后需要包装盒，只需要支付一定的包装费就可以拿到店里的包装盒(可以分为生日、探望病人、探亲等。)和一张贺卡。这样，消费者不仅可以了解消费情况，还可以避免游客或其他商家购买昂贵的礼品包装水果，保证质量。

## 4. 深入挖掘水果的特点和消费者的其他需求

随着人们收入的增加，更多的消费者开始喝新鲜果汁。根据消费者的需求，每个水果连锁店都会有免费的榨汁机供顾客使用。购买水果后，顾客可以用水源清洗水果，免费使用榨汁机将水果榨汁。如果客户自带集装箱，我们不会收取任何费用。如果客户想把果汁带到家里、公司或在路上喝，我们

会提供一套容器(包括塑料杯、吸管、蜂蜜、糖等。), 并为顾客包装它们), 以便将鲜榨果汁带到任何地方饮用。卫生方面, 每次客户使用榨汁机, 我们都会对机器进行消毒, 放在消毒柜中, 保证卫生。

文档为doc格式

## 水果超市创业计划书篇五

项目名称□xx基地

项目规模: 50平米超市

项目基础设施: 蔬菜货柜7个、电子称2台、精美蔬菜彩页5张、广告语条幅8个、柜员2名、采购员2名、空调2个、电脑1台。音响设备1套、摄像头6个、收银设施2套、照明设施1套、包装袋若干、清洁器具1套、每季度宣传页若干等。

项目产品简介:

蔬菜类:

- 1) 根菜类: 包括萝卜、胡萝卜、芜菁等。
- 2) 白菜类: 包括大白菜、青菜。
- 3) 茄果类: 包括番茄、茄子、辣椒。
- 4) 瓜类: 包括黄瓜、冬瓜、南瓜、苦瓜、西葫芦等。
- 5) 豆类: 包括菜豆、豇豆、豌豆、扁豆等。
- 6) 绿叶菜类: 包括菠菜、芹菜、莴苣、茴香等。

- 7) 薯芋类：包括马铃薯、山药、姜等。
- 8) 葱蒜类：包括葱、蒜、洋葱、韭菜等。
- 9) 水生蔬菜类：包括茭白、慈姑、藕、水芹等。
- 10) 多年生蔬菜类：包括竹笋、金针菜、芦笋、百合等。
- 11) 食用菌类：包括蘑菇、草菇、香菇、木耳等。

水果类：

- 1) 浆果：草莓、猕猴桃、越桔、柿子、香蕉、龙眼、荔枝
- 2) 梨果：苹果、梨、山楂
- 3) 核果：桃、杏、李、枣、樱桃、橄榄、梅子

1、城乡居民生活水平不断提高，消费观念和方式发生深刻变化，人们对食品安全的要求越来越严格，愿意购买质量较好或价格相对高的产品或服务。

生活中食品安全问题的频繁出现，政府加强了对市场的监督管理，以保证人们有一个健康的消费环境，从而也有利于创造一个好的市场环境，绿色营销可以迎头而上，这表明，绿色产品的市场潜力非常巨大，市场需求非常广泛。

现在人们受教育程度相对较高，消费能力较强，对生活方式有了一定的品味和档次要求，有着超前的消费理念，对消费的产品或服务有一定的档次要求，愿意接受好的消费环境和产品。

由于技术的进步，人们通过大棚技术生产反季节蔬菜，再加上运输过程中保鲜冷藏技术的进步，保证了人们一年四季都能吃到各种各样新鲜营养的果蔬。



2、从需求角度分析蔬菜消费行为，蔬菜研究表明：蔬菜鲜销仍然是主体，未来10年中国城乡居民对于新鲜蔬菜消费人均消费水平是维持在相对稳定的水平，蔬菜需求总量随人口的增长呈上升趋势，对蔬菜质量安全重视程度增加，未来的蔬菜消费结构需调整，蔬菜加工品的消费需求量将会增加。

消费者市场购买行为的主要特点：

(1) 消费者市场的购买具有多样性，不同的人有不同的爱好，而且不同的蔬菜具有不同的营养价值再加上人们饮食习惯每次要吃几种不同的菜，所以人们在挑选蔬菜时的选择具有多样性，一次会买不同的蔬菜。

(2) 从交易规模和方式看，消费市场的购买人数多，市场分散，交易次数频繁，但每次交易数量不大。所以菜市场交易要求高的蔬菜周转率，而且蔬菜易腐烂，必须做好保鲜工作。

(3) 蔬菜作为日常必需品，消费者需求弹性小，同时蔬菜供过于求、买方市场的格局将长期存在，消费者的购买具有较大程度的可诱导性，对一些促销手段会有较好的反应。

3、果蔬运输过程中产生的破损的蔬菜或水果，根据破损程度采用不同的处理方法，轻度破损的进行打折促销，低价处理，破损严重的直接处理掉。在营业过程中，理货员每天对店内果蔬进行分类处理，对储存时间较长仍未售出的果蔬进行打折促销，对腐烂变质的果蔬直接处理。及时对蔬菜水果进行检查，看其是否在保质期以内，或看其是否已经处于变质的前期，及时挑选出颜色味道明显改变的食品。在蔬菜价格不稳定的情况下，提前告知消费者将要提价或者降价的产品，方便消费者选择。并且尽量鼓励消费者选择价格稍低的商品，防止高物价商品的堆压导致超市本身的利润损失。

4、在开业前期主要采用低价渗透，让消费者知道我们的果蔬店，为吸引广大消费者持续购买，我们采用了各种各样的促

销方式：

(1) 发放宣传页：制订精美的宣传页，上面明确注明店内的促销活动，在小区内发放，吸引消费者前来购买。

(2) 限时抢购：选择几种消费者最经常购买的果蔬偶尔进行限时抢购，招徕顾客，为小店增加人气，同时带动其他果蔬的销量。

在以后正常的营业运转中，为了保证顾客流量，同时也为了吸引更多的顾客，绿色基地可以以下不同的促销手段：

(1) 今日特价：每天都推出一种特价蔬菜或者是水果，吸引消费者前来购买。

(2) 节日促销：在一些重要的节假日中，店内部分蔬菜水果进行打折促销或者发放优惠券（优惠券只能按上面的面额抵现金使用，但不能兑换现金。

(3) 会员积分：凡在本店内一次性购买金额达到xx元（包含xx元）以上，即可获得店内免费赠送的精美会员卡一张，该会员卡可以累积积分，一元可积一分，积分达到xx元以上者即可兑换一些精美的礼品或者是价值不等的优惠券，积分越高，面额越大。

果蔬货架□xx元

电子秤□xx元

空调□xx元

电脑□xx元

收银设施□xx元

房租□xx元

装修：墙面翻新，照明设施，监控设施，总计xx元之内

办理工商执照以及税务等手续约需xx元

以上总计□xx元。

## 水果超市创业计划书篇六

面包是一种老少皆宜的食品，既可以作为饭后甜点也可以作为下午茶，虽然现在市面上已经有各个口味的面包，但是还是存在着不少缺陷，因此，如果能迎合大众开一间面包店必然能收到顾客的欢迎和喜欢。

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。

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。

#### 我们的优势：

- 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：2000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。

风险：

- 1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。
- 2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。
- 3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。
- 4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业我们准备了不少的活动：例如diy蛋糕大赛□diy巧克力拼图；新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大和其他分店的开张，我们的品牌影响力将会不断增强。

## 水果超市创业计划书篇七

项目名称：半边天社区电子收费超市

经营范围：提供水、电、气缴费等；代理销售飞机票、火车票、汽车票、体育彩票、福利彩票等各项业务；在政府相关部门的授权下，可发布政府的政策通告、便民措施、法律法规、办事指南、公交线路等多项信息，供社区群众查询。

项目投资：80000万

项目概况：先建一个电子收费超市样板店，在试营成功的基础上，创办一个以社区为依托、下岗女工创业为目的的电子收费超市连锁店。采用“1+1”的开店模式。

创办宗旨：解决大多数人就近缴费的问题，实现市政府倡导

的：“便民、利民、零距离服务群众”的理念。电超市主要利用数字化城市社区服务平台的软件各相配套的设备。如；电脑□pos机、触摸式收费系统等。

## 二、市场分析

### (一) 市场需求分析

概括来说，社区电超市旨在利用现代化信息技术改造提升传统服务观念，并在企业与用户间营造新的消费模式，促进服务业结构调整，为自身发展赢得一席之地。同时，通过吸引的企业加载到综合平台上，建立多个赢利点，形成多种利润模式的营销方式。以便民利民为切入点。一般营业点晚上6点就下班，我们的营业时间可延长至晚上10点，方便居民在下班后缴费。原来人们需要分别跑移动、电信、自来水公司、订票点等几个地方才能完成的一些支付行为，现在只需要在半边天社区电超市一家就可以完成，大大节约了人们的时间成本。市场应需求而产生。

### (二) 目标群体分析

以附近的社区居民为服务对象，让老百姓在家门口就可享受便捷的服务。现代人的生活压力大，忙碌的生活节奏令年轻人应接不暇，诸如缴纳水、电、气、电话费等小事自然落到了老年人身上。事情虽小，却愁坏了老头老太太们：经常是要跑到不同的部门缴费，累得够呛；现在银行代扣吧，又无法清晰地了解每笔费用出处，放心不下。老百姓的事就是最大的事，建成服务公用事业的“一站式”缴费形式，服务大众的同时又能赚取不菲的收入。

### (三) 竞争对手分析

目前泰州市社区电超市寥寥无几，这是一个新兴的行业，电超市通过取得多爱运营商的特约许可，将多家运营商的服务



全集中在自己身上，达到一站式服务的目的。我有一种先入为主的劣势，特别对发展连锁加盟店尤其有利。

### 三. 成本预算

启动资金约80000元左右。具体安排

1. 店铺(40平方米)租金15000元。
2. 装修费10000元。
3. 设备总计：65000元。
4. 目前自有资金50000元，资金缺口30000元。

### 四. 盈利状况

代收费用的提成。

### 五. 市场风险预测

1. 老百姓的不信任。

因为是新兴的行业，比起移动公司、电信公司、银行等营业网点，半边天社区电超市在起步时引起老百姓的质疑是必然的。我想经过一定时间的考察，老百姓会慢慢接受并喜欢这种一站式缴费方式。

2. 单一的营业方式难以支付相关费用，造成营业成本的提高。纯利润偏低会导致电超市的生存危机。鉴于这种情况，我计划采用“1+1”的开店模式降低运营成本，更好的为老百姓服务。在经营电超市的同时经营服装洗涤业务，此行业的利润都在100%以上。

### 六. 自身优势

## 1. 本人的工作经验

本人有三年的开业经验及十年的服务业从业经验，深知顾客就是上帝的重要性，并能在行动中体现出来。

## 2. 本人教育背景

本人是在专毕业，学的是计算机信息与管理专业，现还在页制作。对数字化社区建设非常感兴趣。

## 七. 环境及地理优势

鹏欣尚城、易初莲花处于大学城和生活区的核心位置。人流量大，交通方便，信息灵通。

## 八. 项目可行性分析

1. 电超市的一站式缴费会带给人们方便快捷的服务，人们节约下来的时间可以更好的提高自己的生活质量，这对促进电超市行业的发展很有利。

2. 小规模的电超市，投资不大，风险较小，以样板店先行的策略更为稳妥。

3. 行业发展分析趋势，随着城市社区数字化的发展，必给泰州市民带来一定的影响。社区电超市的诞生迎合了泰州市民的消费理念，行业发展趋势看好，只要抓住了机会，就可能成功。

文档为doc格式

## 水果超市创业计划书篇八

项目名称：

姓名□xx

系别班级□x班

学号□xx

1、选址方面:食堂楼下,面对全院学生,食堂是学生流量较大的地方。

2、行业类型:零售。

3、校园市场环境:校园经济市场有很广的发展空间,消费者相对于外部市场竞争小,个体经营单纯,投资小资金流动快,服务广大教师和在校生,更多地吸引学生眼球,营销途径多样化。

### 1、人员制度

店长,负责综合协调支配各个员工工作,督促员工工作,接受配合学校卫生等检查。

服务员,要有灵活的头脑,牢记超市内各个商品的价格、位置,服从店长的指挥,并配合店长的工作。

保洁员,清理超市和门口的卫生,随时接受检查,做到卫生整洁,给客人留下好印象;并帮助服务员留心超市货架内食品的保质期,超过保质期的及时处理,即将到保质期的及时提醒服务员。

进货员,勤恳诚实,要求会开车,了解店内商品的流量,配合服务员做

到店内商品充足,无断货、缺货现象,对保质期短的食品,如水果、面包等,做到每日进货,确保食品的新鲜。

## 2、管理团队

尊重服务业人员的人格；互相监督，管理者监督员工的工作，员工也可以向上级提出意见，共同改进；营造和谐的团队，既要让员工感受到团队合作的精神，也要有严明的纪律约束员工行为；公平对待，一视同仁，各司其职，发挥才干。

决不能忽视学生群体的情报，一定要掌握第一手资料，虽然学生群体的消费能力较低，但群体数量大，产生的利益也是很大的；而且要不断推出新产品吸引消费群体，及时促销赢得消费者好感，提高服务质量，让学生买的开心放心。

随着生活水平的不断提高，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，所以我打算要销售一些绿色的产品，以保证学生的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

### 1、价格粗略

本着薄利多销的原则，价格不宜过高，否则会失去部分消费者，当然也不能过低，价格要与市场基本一致。

根据消费心理，把同类商品有意识的放在一起，但要排出价格档次，让消费者在比较价格中选择自己习惯的消费水平，还要把一些新的商品放在与眼光水平的货架上，易于被消费者发现。

### 2、促销策略

每周推出一款促销产品，既能吸引更多的消费者还能在消费群体中产生好的反响，等同于做了一些免费广告。

对于一些在保质期内，即将超期的产品，及时促销，促销不成及时处理，确保食品的卫生安全，要做好质量保证。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过是顾客满意，最终达到本超市的经营理念的推广。

开店前，一定要做好宣传工作，发放问卷，根据消费者需求，完善产品种。

推出会员卡，吸引顾客，多买多送。

每日收入严格清点，每日核对入账。

店内的所有物品及固定资产，不得随意破坏或带走。

每月结算后，一部分作为将近发放员工，一边提高员工工作积极性。

对于账目，要做到事无巨细一律入账，这样店内盈亏一目了然。

## 1、内部管理风险

超市是一个服务类行业，严格的质量把关才能赢得消费者的信赖，超市的管理层基本由店主一人构成，公司内部人员结构简单，管理比较松懈，健全管理体制与模式，是十分必要的。

## 2、原料资金风险

虽然每日的食品流量较大，但是还存在一部分商品滞销的问题，这样就产生了资金流动不好，滞销问题严重的超出保质期又会是一个不小的损失，所以要认清市场对各个商品的需求量，这样有利于超市的长期发展。而且，在食品的选择上要有一定专业的眼光，这样才能采购到新鲜，无污染的绿色食品。

# 水果超市创业计划书篇九

项目名称：

姓名□xx

系别班级□x班

学号□xx

1、选址方面：食堂楼下，面对全院学生，食堂是学生流量较大的地方。

2、行业类型：零售。

3、校园市场环境：校园经济市场有很广的发展空间，消费者相对于外部市场竞争小，个体经营单纯，投资小资金流动快，服务广大教师和在校生，更多地吸引学生眼球，营销途径多样化。

## 1、人员制度

店长，负责综合协调支配各个员工工作，督促员工工作，接受配合学校卫生等检查。

服务员，要有灵活的头脑，牢记超市内各个商品的价格、位置，服从店长的指挥，并配合店长的工作。

保洁员，清理超市和门口的卫生，随时接受检查，做到卫生整洁，给客人留下好印象；并帮助服务员留心超市货架内食品的保质期，超过保质期的及时处理，即将到保质期的及时提醒服务员。

进货员，勤恳诚实，要求会开车，了解店内商品的流量，配

合服务员做到店内商品充足，无断货、缺货现象，对保质期短的食品，如水果、面包等，做到每日进货，确保食品的新鲜。

## 2、管理团队

尊重服务业人员的人格；互相监督，管理者监督员工的工作，员工也可以向上级提出意见，共同改进；营造和谐的团队，既要让员工感受到团队合作的精神，也要有严明的纪律约束员工行为；公平对待，一视同仁，各司其职，发挥才干。

作为超市的经营者，要了解学生日常所需，结合我校的实际情况，为学生提供最大化的方便，深入比较与分析学校内外各个超市，借以占据经营上的有利地位，决不能忽视学生群体的情报，一定要掌握第一手资料，虽然学生群体的消费能力较低，但群体数量大，产生的利益也是很大的；而且要不断推出新产品吸引消费群体，及时促销赢得消费者好感，提高服务质量，让学生买的开心放心。

随着生活水平的不断提高，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，所以我打算要销售一些绿色的产品，以保证学生的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

### 1、价格粗略

本着薄利多销的原则，价格不宜过高，否则会失去部分消费者，当然也不能过低，价格要与市场基本一致。

根据消费心理，把同类商品有意识的放在一起，但要排出价格档次，让消费者在比较价格中选择自己习惯的消费水平，还要把一些新的商品放在与眼光水平的货架上，易于被消费者发现。

### 2、促销策略

每周推出一款促销产品，既能吸引更多的消费者还能在消费群体中产生好的反响，等同于做了一些免费广告。

对于一些在保质期内，即将超期的产品，及时促销，促销不成及时处理，确保食品的卫生安全，要做好质量保证。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过是顾客满意，最终达到本超市的经营理念的推广。

开店前，一定要做好宣传工作，发放问卷，根据消费者需求，完善产品种。

推出会员卡，吸引顾客，多买多送。

每日收入严格清点，每日核对入账。

店内的所有物品及固定资产，不得随意破坏或带走。

每月结算后，一部分作为将近发放员工，一边提高员工工作积极性。

对于账目，要做到事无巨细一律入账，这样店内盈亏一目了然。

## 1、内部管理风险

超市是一个服务类行业，严格的质量把关才能赢得消费者的信赖，超市的管理层基本由店主一人构成，公司内部人员结构简单，管理比较松懈，健全管理体制与模式，是十分必要的。

## 2、原料资金风险

虽然每日的食品流量较大，但是还存在一部分商品滞销的问题，这样就产生了资金流动不好，滞销问题严重的超出保质



期又会是一个不小的损失，所以要认清市场对各个商品的需求量，这样有利于超市的长期发展。而且，在食品的选择上要有一定专业的眼光，这样才能采购到新鲜，无污染的绿色食品。