

最新大学生创新创业计划书(实用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。写计划的时候需要注意什么呢?有哪些格式需要注意呢?下面是我给大家整理的计划范文,欢迎大家阅读分享借鉴,希望对大家能够有所帮助。

大学生创新创业计划书篇一

说明:策划书摘要应该尽量控制在2页纸内完成。创业策划书摘要应该涵盖该策划书的所有要点,浓缩所有精华,并要求简洁、可信、一目了然。

(这里主要介绍拟投资的产品/服务的背景、目前所处发展阶段、与同行业其它企业同类产品/服务的比较,本企业产品/服务的新颖性、先进性和独特性,如拥有的专门技术、版权、配方、品牌、销售网络、许可证、专营权、特许权经营等。)

企业现有的和正在申请的知识产权(专利、商标、版权等):专利申请情况:产品商标注册情况:企业是否已签署了有关专利权及其它知识产权转让或授权许可的协议?如果有,请说明(并附主要条款):目标市场:这里对产品面向的用户种类要进行详细说明。产品更新换代周期:更新换代周期的确定要有资料来源。

产品标准:详细列明产品执行的标准。详细描述本企业产品/服务的竞争优势(包括性能、价格、服务等方面):产品的售后服务网络和用户技术支持:

1、行业情况(行业发展历史及趋势,哪些行业的变化对产品利润、利润率影响较大,进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制等,行业市场前景分析与预测):

(1)列表说明过去3年或5年各年全行业销售总额:必须注明资

料来源。

(2) 列表说明未来3年或5年各年全行业销售收入预测:必须注明资料来源。

2、目标市场情况

(1) 图表说明目标市场容量的发展趋势

(3) 市场销售有无行业管制, 企业产品进入市场的难度分析

3、企业内部部门设置情况:以图形来表示本企业的组织结构, 并说明每个部门的责权利、部门与部门之间的关系等。

4、企业员工的招聘与培训

1、产品销售成本的构成及销售价格制订的依据:如果产品已经在市场上形成了竞争优势, 请说明与哪些因素有关(如成本相同但销售价格低、成本低形成销售优势、以及产品性能、品牌、销售渠道优于竞争对手产品, 等等):

2、在建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略与实施:

3、在广告促销方面的策略与实施:

4、在产品销售价格方面的策略与实施:

5、在建立良好销售队伍方面的策略与实施:

6、产品售后服务方面的策略与实施:

7、其它方面的策略与实施:

8、对销售队伍采取什么样的激励机制:

(如果是非制造业，则不需要产品制造，可以制定相应的经营计划)

1、产品生产制造方式(企业自建厂生产产品，还是委托生产，或其它方式，请说明原因):企业自建厂，购买厂房还是租用厂房，厂房面积是多少，生产面积是多少，厂房地点在哪里，交通、运输、通讯是否方便:现有生产设备情况(专用设备还是通用设备，先进程度如何，价值是多少，是否投保，最大生产能力是多少，能否满足产品销售增长的要求，如果需要增加设备，采购计划、采购周期及安装调试周期):请说明，如果设备操作需要特殊技能的员工，如何解决这一问题:

3正常生产状态下，成品率、返修率、废品率控制在怎样的范围内，描述生产过程中产品的质量保证体系、以及关键质量检测设备、产品成本和生产成本如何控制，有怎样的具体措施:

4、产品批量销售价格的制订，产品毛利润率是多少?纯利润率是多少?

2、请说明投入资金的用途和使用计划

3、拟向外来投资方出让多少权益?计算依据是什么?

4、预计未来3年或5年平均每年净资产收益率是少?

5、外来投资方可享受有哪些监督和管理权力?

6、如果企业没有实现项目发展计划，企业与管理层向投资方承担哪些责任?

7、外来投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间:

8、在与企业业务有关的税种和税率方面，企业享受哪些政府

提供的优惠政策及未来可能的情况(如:市场准入、减免税等方面的优惠政策):

9、需要对外来投资方说明的其它情况:

1、产品形成规模销售时,毛利润率为,纯利润率为。

2、请提供:未来3-5年的项目盈亏平衡表、项目资产负债表、项目损益表、项目现金流量表、项目销售计划表、项目产品成本表;注:每一项财务数据要有依据,要进行财务数据说明。

请详细说明该项目实施过程中可能遇到的风险及控制、防范手段(包括可能的政策风险、加入wto的风险、技术开发风险、经营管理风险、市场开拓风险、生产风险、财务风险、汇率风险、投资风险、对企业关键人员依赖的风险等。每项要单独叙述控制和防范手段)

详细列明项目实施计划和进度(注明起止时间)

为补充本项目策划书内容,需要进一步说明的有关问题(如企业或企业主要管理人员和关键人员过去、现在是否卷入法律诉讼及仲裁事件中,对企业有何影响):请将产品彩页、企业宣传介绍册、证书等作为附件附于此。

大学生创新创业计划书篇二

创名牌是一项耗费大量人力、物力和财力的长期工程。一个企业,尤其是实力较弱的中小企业如果不顾自身状况与条件,一味去争创名牌,很可能适得其反,得不偿失。

一、企业规模制约。大多数中小企业组织结构简单,规模较小,构成了创名牌的一大障碍。纵观世界名牌,无一不与巨型跨国公司相联系,国内涌现出来的一批名牌产品,也都属于实力雄厚的大企业。规模经济是名牌企业的一个重要外

部特征，一般来说，名牌的各种优势是通过规模经济才能有效体现出来的。

二、人员素质制约。我国大多数中小企业人员素质普遍偏低，创名牌是一个知识含量很高的系统工程，需要方方面面的专业人才，以训练有素的知识、思维、技能完成大量的实务工作，非专业人员难以胜任。

三、企业财力制约。创名牌是一项耗资巨大的工程，其中仅市场推广就需要巨额资金，大部分中小企业心有余而力不足。

四、时间制约。创名牌的工作是一项艰苦细致的工作，要耗费大量的时间，需要企业多年甚至十几年的不懈努力，大多数中小企业在短期内，特别是创业初期难以创出名牌。我国中小型企业目前大多数处于企业、改组、转制时期，如何在目前的市场竞争中找到适合自己的位置，事关生存与发展。从以上几方面分析可见，创名牌决非易事，而一般品牌很难与名牌竞争，“无品牌策略”则不失为一个可供选择的方法。

一、“不使用商标”策略

70年代以来，西方有一些日常消费品又回到了不使用商标的状态。商品之所以能不使用商标，一方面是因为有些企业的产品由于难以形成“产品差别”，或质量难以统一衡量，或消费者对质量要求不需进行特别的辩论，如电力、矿石、铁、坯等，从而使得使用商标的必要性大大降低；另一类是人们日常生活中经常接触的消耗类商品，不需要很高的品质，比同类商品售价低20—40%，具有低价格竞争优势。

美国的两家大零售商“w—mart”和“k—mart”近年来相继推出了无品牌商品大宗销售法，他们要求消费者成打、成箱或按一定的散装量购物，商品仅限于无品牌，甚至是无正式装璜包装的统货，价格相当低廉，因而十分畅销。此法迅速在美国、加拿大等国的超级市场上流行起来。据统计，美国35

万家零售商店中，有10万家经销这样无商标的大众商品。我国消费者的主体仍是是城市广大的工薪阶层和农民，物美价廉的商品是他们首要选择。目前，我国仓储式购物中心大受消费者青睐就证明了这一点。

二、“采用零售商品品牌”策略

零售商品品牌是商业竞争发展到一定阶段的产物。它是零售商为了突出自身的形象，维持竞争地位，充分利用自身的无形资产和优势而采取的一种竞争战略。具体做法是零售商通过了解消费者信息、自行设计、开发产品，并选择生产企业进行生产，然后利用自我品牌把产品推向市场。在国外，采用零售商品品牌已有几十年的历史。如英国最大的零售集团——马狮集团，共有800余家供应商为其生产圣米高商品，该集团在其所属近千家连锁店内出售——圣米高牌商品。大规模生产与大规模零售的有机结合，使马狮集团成为全欧洲最具创业精神及创新的企业，它使制造商与零售商之间建立了融于一体的关系。

我国目前一方面不断发展壮大大中型零售企业、连锁超市，另一方面存在大量生产能力闲置的中小型企业，日趋激烈的市场竞争将迫使制造商不得不逐渐采用零售商品品牌策略策略，而零售商经营自有品牌必须有为其生产产品的大量生产企业，这就为零售商与中小企业合作，形成生产与流通的新型结合体创造了有利条件。

一是价格优势。由于大型零售商拥有较高市场声誉，其品牌具有名牌效应，因而厂家在产品商标设计、注册、宣传、使用和保护等方面无需做更多工作，也无需大额投资，因而能以尽量低的价格供货。对于零售商来说，其进货渠道直接，省去了一些不必要的中间环节和相关费用，能降低进货价格。另外，零售商品的品牌与零售商品品牌相对应，使假冒伪劣的可能性大大降低，从而大大降低商标保护的有关费用。

二是信誉优势。采用零售商品品牌，产品在相应的零售商店内销售，零售商对其自有品牌的商品具有极强的控制力，并会给予足够的关注，较容易在质量方面给顾客提供保证。尤其是信誉良好的商店对消费者具有极大的吸引力，能增加消费者购物的安全感。特别是在假货泛滥的今天，信誉几乎成为质量的保证，消费者能否买得放心，已成为他们在不同零售商、不同品牌之间进行选择的重要因素，这些标以零售商品品牌的商品，由于有信誉做保证，加上质优价低，极具竞争优势。

三是销售优势。采用零售商品品牌可促使零售商为销售这些商品不遗余力。例如，零售商在销售式上可以将这些商品放在较优的位置，通过科学的商品陈列强化消费者的购买欲望。而当商品品牌和质量差别不大时，商品陈列位置与方式可能成为影响消费者选择商品的主要因素。

四是把握市场需求优势。由于零售商对其自身商品品牌高度关注，同时又直接与广大消费者打交道，占有大量的市场信息，能够及时把握消费者的需求变化，并及时反馈给生产企业，使生产企业在市场调研、产品开发等方面更加贴近市场，能生产出符合市场需求的产品，在竞争中变被动为主动，占据领先地位。

一、无品牌商品的适用性。

在不使用商标品牌方面，我国已有一些较为成功的例子，如上海时装集团公司设立了无品牌缝纫摊，他们摸清了“工薪族”既渴望提高衣着水准，跟上时代新潮，又担心被厂家、商店“斩”一刀的心理，专门购进优质纺织面料，设计新式服装，开设裁剪、制衣窗口，推出价格低廉、具有鲜明个性特色的时装，生意十分兴隆。

二、零售商品品牌的适用性。

零售商品品牌在我国处于起步阶段。据报道，上海开开百货商店自1987年实施零售品牌以来，推出开牌系列产品，其中开开牌衬衫荣获“中国十大名牌衬衫”的殊荣，开开牌羊毛衫荣获“中国名牌产品”称号。上海的华亭伊势丹在商店的显著位置摆放企业的自有品牌，上海市共康服饰城内近1/3、达6000余种商品采用“共康”品牌，并在电视上大做广告。至于上海第一百货集团、华联集团等商业巨人也都竞相推出了自己的品牌产品。

一、我国一些行业的产品目前正受到国外一些“强势品牌”的竞争和压力，这些外国企业技术先进、资金雄厚、营销得法，甚至不顾一切地以在中国市场上“抢摊”为主要目的。在这种情况下，我国实力较差的中小企业如果盲目与之竞争，无异于“鸡蛋碰石头”，而避强就弱，采用“无品牌策略”以价格优势、市场需求优势来与外国企业竞争，不失为中小企业立足市场的一条有效途径。

二、我国已有一定数量的大中型零售企业，目前，总资产超过10亿元的百货零售企业10余家，利润5000万元以上的大约20余家。随着它们的发展壮大，一方面有条件形成和强化自己的品牌，另一方也有利于吸纳中小企业采用它们的品牌，成为它们的伙伴生产企业。

三、我国目前有1000多万家中小企业，其中大部分由于受自身财力和规模的限制，常常以市场追随者的面貌出现，他们不了解消费者的需要，生产的产品销售不出去，创立名牌是他们力所不能及的。同时这些企业无法及时适应市场需求改造产品，缺乏竞争力。从各方面条件来看，他们都有可能与零售商合作，这种生产与流通相结合的新形式，对中小企业的生存和发展极为有利。

四、我国现在假冒伪劣产品肆虐，制假、售假现象层出不穷。而信誉好的大中型零售商的自有品牌只在自家店铺内出售，品牌的管理比较容易，不易被其他厂家、店家假冒，这就为

商品提供了防伪、防假的有效途径。

大学生创新创业计划书篇三

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“麦琪下午茶”，是个人独资企业。

主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区贸易街，开创期是一家中□a

>

3、本店需创业资金9.5万元。

二、经营目标

1、由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。

短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的着名品牌。

三、市场分析

1、客源:本店的目标顾客有:到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%;

四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占50%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手:根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如安德鲁森、朝阳坊、红叶、安琪尔。

因此竞争是很大的

四、经营计划

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。

了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。

不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。

今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。

顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。

在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。

卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9.5折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他(她)为_先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，内容是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。

蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

五、财务估算

启动资产：大约需9.5万元

设备投资：1. 房租5000元。2. 门面装修约2000元（包括店面装修和灯箱）3. 货架和卖台投进约1500元4. 员工（2名）同一服装需500元5. 机器设备最大的投资：8万元（包括制作蛋糕的全

套用具) 首期进货款:面粉、奶油等原材料, 约6000元。

月销售额(均匀):21000元。占有关内行人士评估, 如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后, 每月销售额可达21000元。

每月支出:14033元。房租:最佳选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场四周), 约5000元。

货品本钱:30%左右, 约5000元。职员工资:10平方米的小店需要蛋糕师傅1名, 服务员1名, 工资共计2000元。

水电等杂费:700元设备折旧费:按5年计算, 每月1333元月利润:6967元左右按此估算, 一年左右即可收回投资。

六、风险及制约因素分析:

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店, 顾客很难改变一贯的口味, 所以就得花费更大的财力物力和“花招”来招揽顾客。

一、“常”讲。坚持以“三严三实”专题教育活动为契机, 利用每月的党员干部集中学习和“党课”认真学同志系列重要讲话精神 and 党规党纪, 努力推进干部作风建设。坚持学习、实践和总结相结合, 充分将学习中的难点和困惑集中实践于群众之中, 让党员干部深入到群众中去, 了解群众的意愿, 听取群众的意见建议, 向群众取经。从而实现受益解惑的目的, 实现“三严三实”真正走进群众服务群众。继而让全体党员干部端正思想态度, 树立为民、务实、清廉的作风。

二、“真”查。加强党政领导干部带头接访制度的落实, 设立集中接访与分时接访相结合的方式, 并通过单位公示栏进行公示。每周设立一天作为领导班子成员集中在各办公室接

访时间并挂好定期接访牌；按照党政班子成员值班时间安排，每名班子成员轮流定期到群众工作办公室定点接访。群众工作办公室集中收集领导接访的意见建议，建好台账。同时要求各党员干部坚持每月不少于三分之一时间走进群众家中，收集社情民意，对能够解决的问题及时办好办实，对不能及时解决群众关心的热点难点问题做好解释工作。

三、“严”管。单位纪委应严抓纪律和督促检查，不断完善各项规章制度，真正做到以严的精神和实的行动践行“三严三实”，切实解决群众身边的不正之风和问题。对违反纪律，工作作风不过硬的党员干部尤其是领导干部必须动真碰硬，并做好登记备案，对在群众工作中不落实、拖沓、懒散的党员干部严格依照党员干部管理条例严肃处理。确保“三严三实”精神能真正走进群众中，给群众带来真真正正的利益；树立起“为民、务实、清廉”的政治新生态。

大学生创新创业计划书篇四

diy&love 好吃屋

组员：杨琦、范智勇、王泽龙、陈辰、陈沛霖

策

划

书

二零一三年六月十日

diy&love 好吃屋创业计划书

(2) 经营宗旨

1、质量宗旨：要求产品各项指标均高于国家标准，按国际一流质量组织生产。主要产品指标实测值均优于发达国家平均水平，要求产品质量让所有消费者放心。

2、服务宗旨：用户永远是对的。认定用户是衣食父母，承诺对用户真诚到永远。做到服务要真实地介绍产品的特性和功能，通过耐心地讲解和演示，为消费者答疑解惑，尽量使用户心中有数，使用户在购买中进行比较与选择，同时为用户提供个性设计服务。

（一）行业前景

diy&love 好吃屋创业计划书

来越多的人在送礼物之前会愁眉不展，如何送出有意义的又在自己的经济能力范围内的礼物让不少人犯难。我们致力于推出一系列的温馨人性化的产品来解决年轻人的难题。并且目前国内外甜品的不断发展的情况下，甜品在人们生活中的影响越来越大，甜品以其独特的造型和特别的含义吸引了不少年轻人的需求，年轻人对它的需求量呈现逐年上升的趋势。

（二）消费趋势

1、价格竞争激烈：大众化价格，中低档消费为主

2、健康低脂需求：崇尚健康理念，美味的同时注意健康需求，低脂摄入，均衡营养

3、品牌质量强化：消费者选购品牌更加合理，优秀的品牌是甜品品质的保证

（三）宏观环境分析

1、 社会文化因素

diy&love 好吃屋创业计划书

程中的互送礼物也越来越平凡，在同学们每天筹划着送什么礼物给对方的同时，我们提供的这种富有特色的和浓厚人性化的服务及产品就解决了大多数同学的问题。

(2) 受教育水平：我们的项目主要是以瑶湖高校为依托，江西师范大学瑶湖校区的学生为一本和二本专业专业的学生，而周边的高校大多数都为本科院校，针对的消费群体受教育水平比较高，从而导致他们在消费选择上范围比较广泛，且善于接受新鲜事物及产品，特别是对一些创新富有特色的产品特别关注，因此我们的项目能够很快的被他们接受。

(3) 生活观念：当代大学生的生活观念随着时代的发展变得越来越多样化，那些大众化的普通的产品已经不能满足他们的个性化需求，他们越来越追求品质和特色，因此他们会愿意花一部分的钱用于这种人性化的情感消费，那么我们在定价上就可以适当的提高一点价格，以获得更高额的利润。

(4) 文化传统：中国一直以来是一个注重礼节的民族，尤其是在儒家思想的影响下，尊奉“中庸之道”，崇尚礼尚往来，重视亲情，友情。有句话叫做“礼轻情意重”，我们中国人在送礼物的过程中不在于礼物有多贵，而在于真情实意，因此我们的diy产品既能满足情侣之间的需要，通过送一些diy巧克力、蛋糕等营造了一种浪漫的氛围，同时师生之间，朋友闺蜜之间亦可以通过这个过程传达自己的感情，也使得自己的生活更加的丰富，惊喜连连。

diy&love 好吃屋创业计划书

2、 经济因素

(1) 产品种类丰富的现状：这个世纪以来，中国经济迅速发展，外国的各种产品迅速的涌入中国的市场，一些进口巧克力，进口果冻，日韩料理等的迅速发展，年轻人也逐渐被这些新潮产品所吸引，巧克力、果冻、慕斯蛋糕，提拉米苏等成为了广大年轻消费者钟爱的食品，同时，在产品丰富的同时，人们越来越追求属于自己的diy产品，因此，在师大校园附近开一家既有巧克力、蛋糕、果冻、寿司等于一体的实体店再给消费者提供一个diy产品的服务，一定能够顺应时代发展的潮流，即抓住了消费者的味蕾，又给消费者带来了不一样的感受。同时，我们的产品和服务也弥补了校园里面在这一块的空白，丰富了广大学生群体消费选择的种类。

3、 科技因素

diy&love 好吃屋创业计划书

数码相机，在加上后期视频剪辑的电脑就可以进行了，那么也就意味着我们在这一块上能够获得可观的利润。另外，也正因为科技的不断发展，在现在笔记本和u盘不断普及的情况下，也为我们dv拍摄服务的进行提供了可行性。

(2) 技术的广泛应用和发展也使我们面临着威胁：笔记本电脑和数码照相机的普及，让我们提供的服务不具有竞争性。特别是现在大学生学习能力特别强，有不少的同学已经学会了视频剪辑的程序，这就对我们的服务会造成一些威胁。

(四) 市场定位

我们致力于打造以“健康、实惠和充满爱”的品牌形象，将其细分出健康美味和diy产品两个种类，分别赋予其不同的产品特性，目前主要定位于高校年轻大学生群体，瞄准年轻人中端市场，以大众化消费为主，以年轻、市场、甜美的品牌形象注入diy的爱的活力，进一步开拓市场。

（一）市场介绍

diy是英文do it yourself的缩写，又译为自己动手做。简言之，就是“亲力亲为”。更通俗一点说法：靠自己！

diy&love 好吃屋创业计划书

市场资源十分丰富。

（二）市场调查分析

本次调查共发出100份调查问卷，回收78份有效问卷，其中女生共48人，男生共30人，通过网上查找的数据，本校男女比例约为7：3（非官方数据）。可见在师范大学女生在数量上占优势。

调查中我们得出了数据，愿意给亲人朋友精心准备礼物的有71人，

diy&love 好吃屋创业计划书

通过调查问卷我们得出给亲人朋友精心准备了礼物的有46人，没有的有32人。这一题与上一题愿意精心给亲人朋友准备礼物的绝大多数人有略微偏差及出入。这表明虽然大家希望能送出精心准备的礼物却有些人不曾送出精心准备的礼物是心有余而力不足，有这个心而苦于没有这样的市场。所以我们的diy&love好吃屋的市场潜力是很大的而且是很有前景的。

5. 关于是否会考虑送出diy礼物

diy&love 好吃屋创业计划书

创意diy□

6. 关于购买蛋糕甜点的目的

各选项中“生日庆典”占了大多数。在大学里，帮室友过生日、帮社员过生日等，已经成了一种文化，大学校园里学生众多，几乎每天都有人过生日，所以diy蛋糕店若在大学里设立，消费人群可以保证。

7. 关于对市面上蛋糕是否满意

该题为多选题，其中“外形精致”与“有创意diy”占大多数。一个人的想法有限，每个蛋糕店的糕点师傅的创意是有限的，学校里的蛋糕形式单一，不是圆的就是方的，想要更漂亮的，更有创意的，靠自己的脑袋，任意发挥想象，想怎么有创意就怎么做，这也只有diy可以实现。

9. 关于有没有兴趣自己diy蛋糕甜点等

大学生创新创业计划书篇五

本次沈阳药科大学大学生创新创业大赛以“激情燃校园，创业耀青春”为主题，以“推动创新意识，激发创意思维，提高创造能力，鼓励创业精神”为宗旨，通过培训选手撰写创业项目商业计划书，让大学生参与创业实战来激发大学生的创业潜能和热情，鼓励广大大学生积极参与自主创新，投身创业实践，帮助广大毕业生进一步了解形势，把握政策，感受党和政府及学校对高校毕业生就业创业工作的关注和支持，提升大学生的就业能力和创业素质，增强大学生就业创业的信心，引导大学生成为有创新创业志向、品德、心理素质和知识技能的新型人才。

1. 我校全日制在校本科生、硕士研究生和博士研究生，参赛人员可以个人或团队形式报名参赛，团队形式参赛的成员人数不得少于4人、不得多于7人。可以跨专业、年级、学历等自由组队参赛（团队成员须事先协商明确作品申报负责人）。

凡申报的作品均按照团队负责人的最高学历划分为本科生或研究生类进行评审。

2. 参赛人员要有一定创业能力和可行的创业项目。参赛项目要符合国家政策和产业导向，具有一定技术先进性和产业开发价值，具有清晰的自主知识产权。毕业设计和课程设计（论文）、学年论文和学位论文等不在申报范围之列。

3. 参赛创业计划书如发现抄袭、盗用等不法手段或有替人商业推广目的的，即予取消参赛资格、追回奖励，一切法律责任由其自行承担，大赛主办方不承担因参赛作品所致的包括但不限于肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等纠纷而产生的法律责任。

4. 参赛作品必须有1名具有副高级以上专业技术职称的本校指导教师推荐，报学生工作处审核确认。

最好立足本专业的学科特点，发现商机，创立项目。

大赛分为项目初赛、复赛两个阶段，初赛占60%，复赛占40%。

项目初选采用书面评审方式，以参赛者提交的商业计划书为准，比赛以学院为单位进行预赛，预赛后各学院择优推荐2支（名）以上团队或个人进入复赛。商业计划书应条理清晰、重点突出、力求简洁，相关数据科学、真实、准确，对于非技术背景的人士能够清晰易懂。

1. 评审标准

（1）执行摘要(15分)

要求：条理清晰、重点突出、简明扼要、有鲜明特色。重点包括对公司及提供的产品、技术、概念产品或服务的介绍，市场状况，竞争分析，商业模式，盈利预测，对企业的展望

等。

(2) 产业背景(10分)

要求：详细描述产业背景、市场状况、竞争环境等；准确定义所提供的产品、技术、概念产品或服务，针对解决的问题，如何满足市场需求，已经获得的阶段性成果等；指出本项目所具有的独创性、领先性；实现产业化的途径等；可提供的相关专利权、著作权、政府批文或其他鉴定材料。

(3) 市场调查和分析(10分)

要求：在科学、严密、深入的市场调查的基础上，分析面对的市场现状、竞争状况、目标市场、市场容量估算、预计的市场份额、发展趋势和潜力等。要求提供的数据真实有效、分析方法科学合理。

(4) 公司战略(7分)

要求：阐释公司的商业模式、发展战略等。结合竞争优势分阶段制定公司的发展计划与目标；说明公司的研发方向和产品线扩张策略，主要的合作伙伴与竞争对手等。

(5) 营销策略(12分)

要求：根据本项目的特点，制定合适的市场营销策略。包括定义产品、技术、概念产品或服务，制定恰当的价格策略，构建合理的营销渠道，提出有吸引力的推广策略等，确保顺利进行市场，并保持和提高市场占有率。

(6) 经营管理(5分)

要求：介绍生产工艺 / 服务流程，原材料的供应情况，设备购置和改建，人员配备，生产周期，产品 / 服务质量控制与

管理等。力求描述准确、合理、具有可操作性。

(7) 管理团队(8分)

要求：介绍管理团队各成员与管理公司有关的教育和工作背景、明确成员的分工和互补，公司的组织架构以及领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。

(8) 融资与资金运营计划(5分)

要求：股本结构和规模，融资计划，资金运营计划，风险资金退出策略(方式、时间)等。

(9) 财务分析与预测(10分)

要求：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)。

(10) 关键的风险和问题(8分)

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

(11) 文字表述(10分)

要求：条理清晰，重点突出，语言简练。

2. 作品书面格式要求

作品一律采用a4(210mm×297mm)幅面。主标题用二号华文中宋，二级标题用三号黑体，三级(含三级以下)标题用四号黑体，正文用四号仿宋体，例证加斜体。图、表标题一律用五号黑体，内文用仿宋体。同时，作品中须有目录、创

业计划书正文、附录、证明材料等部分。另纸文本封皮为230克a4铜版纸，内页为70克a4打印纸。

申报的作品须提供纸文本一式5份，电子版1份。

复赛采用6+14模式的答辩评选，具体为每个参赛项目展示6分钟，包括“团队介绍”、“作品陈述”、“幻灯片展示”，选手与评委互动即“现场答辩”14分钟。采用百分制，由主办单位专门聘请的学术界、企业界、管理咨询界以及风险投资界人士组成，负责本次大赛决赛作品的评审和鉴定。评委现场打分，以去掉最高分和最低分后的平均分作为最终成绩，根据成绩决定排名。评选要点如下：

1. 评审标准

内容

产品与服务的创新性

商业模式的独创性

市场/销售/营销的可行性

财务状况及预测

融资方案

风险管理

现场表现

2. 现场表现的评审标准 分数 10分 10分 10分 5分 10分 5分
50分

(1) 团队陈述(10分)

a. 思路明晰，重点突出地阐述创业构想，对于一个非专业人士易于理解。

b. 大方得体，语言流利，分工明确，配合默契。

(2) 现场答辩(30分)

a.准确理解评委问题，回答具有针对性而不是泛泛而谈。

b.准确回答问题，思路清晰，逻辑严密，语言简洁流畅，对评委特别指出的方面能做出充分说明和解释。

c.例证、数据科学，准确，真实。

d.团队配合默契。

(3) 团队表现(10分)

a.分工明确，配合默契，关键时候能有效救场，表现团队精神。

b.陈述和回答问题，思路清晰，逻辑严密，语言简洁流畅。

c.在规定时间内完成陈述和答辩。

比赛时间□20xx年3月21日-5月15日

(一) 初赛(4月20日)

(二) 复赛(5月15日)

(一)大赛奖励

1. 大赛设一等、二等、三等奖和优秀组织奖。

2. 大赛获奖项目，均有机会获得省级或国家级大学生创新创业计划大赛的优先推荐资格。

(二)对获奖作品保留十天的质疑投诉期

若收到投诉，经调查，如确认该作品资格不符，取消该作品的奖励，重新计算作者所在学院的团体总分和名次，取消该学院所获得的优秀组织奖，通报全校，并视情节轻重，分别给予通报批评、取消作品所在学院下届大赛的参赛资格的处罚。

(一) 各学院、有关部门要高度重视、广泛发动，认真组织
学生积极参与。

(二) 各学院要组织2支（名）以上团队或个人报名参赛，由学院汇总后于4月20日前按要求填写《沈阳药科大学首届大学生创新创业大赛报名表》、《商业计划书》并送交学生处就业办公室，其中《沈阳药科大学首届大学生创新创业大赛报名表》、《商业计划书》需提交电子版。

联系人：学生处就业办公室