

大学生创业商业计划书（共 8 篇）

这篇大学生创业商业计划书范文是我们精心挑选的，但原对你有帮助参考作用。

一、创业者状况简介

教育背景，学习的相关课程及企业管理、经营经验；

二、项目概述

公司的业务和目标及其他。重点包括对公司及产品(服务)的介绍；指出新思想的构成过程和对企业发展目标的展望；

三、市场分析

- 1、目标客户描述；
- 2、市场的容量/本企业预计市场占有率；
- 3、市场容量的变化趋势；
- 4、竞争对手的主要优势；
- 5、竞争对手的主要劣势；
- 6、相对于竞争对手的主要优势；
- 7、相对于竞争对手的主要劣势；

四、经营管理

- 1、运作方式，包括产品(服务)介绍及产量目标；
- 2、资源配置，包括生产运作设施配置，生产资料配置和劳动力配置；
- 3、管理模式，包括公司的物流管理和质量管理；

五、营销策略

- 1、营销计划；
- 2、竞争性推销；
- 3、市场渗透计划(如何持续、提高市场占有率)；

六、企业组织结构

- 1、企业注册的所有制形式；
- 2、核心管理层，包括工作职责、经验、潜力、专长、月薪；
- 3、员工安排，包括部门、人数、具体职责、月薪(能够附加组织结构图和工作描述)；
- 4、公司的经营执照及费用预测；
- 5、公司的职责，包括保险、纳税等费用预测；

七、财务状况

- 1、预算及投资报酬；
- 2、财务数据，包括营业收入和费用、现金流量；
- 3、财务分析，包括资债平衡预测、月收入表和财务变化、各类财务预测的表图；

八、机遇与风险

给你一篇大学生创业商业计划书的写作范例，你可以参考它的格式与写法，进行适当修改。

随着人们对于美的追求越来越高，美甲店已经深入到爱美女性的生活当中，无论是参加婚礼还是朋友聚餐，甚至出门逛街，女孩子们都爱把自己打扮的漂漂亮亮的，因此，对于创业者来说开家美甲店是个不错的选取。

一、美甲行业未来发展的趋势如何

应对这样一个巨大的女性消费市场，各行各业的投资者都在摩拳擦掌准备进入或已经跨入，但是单纯依暴利和投机经营的初级模式已不可行。那么，靠什么来吸引顾客呢专业，诚心，超值，未来的美甲行业经营发展将以品牌化，专业化和规模化为主流方向。

美甲店铺经营定位将呈现以下的几种形式：实力雄厚的品牌经营、产品公司的美甲服务示范店、整合美甲服务的综合美甲店铺、个人品牌命名的信誉店。

注意：美甲店铺的定位越准确，越容易被顾客记住。能够带给个人化的超值服务潜力是美甲店铺经营的制胜之本！

二、了解顾客心理，以及他们如何看待美甲店铺

消费者在选取美甲店铺的时候一般会注意这样几点：

- (1)看美甲店铺的专业水平；
- (2)看美甲店铺的服务水平；
- (3)看美甲店铺的环境；
- (4)看美甲店铺的美甲师的潜力和名气；

消费者对美甲店铺有这样几个要求：

- (1)普遍的消费者都期望美甲店铺在专业技术方面有所提升；
- (2)一部分人期望美甲店铺的服务环境有所改善；
- (3)大多数人期望美甲店铺提升美甲师服务水平；
- (4)很多的消费者都期望美甲店铺提升美甲师整体素质；
- (5)也有一部分顾客期望美甲店铺能够改善服务种类

超过百分之六十的顾客对我们美甲师的服务和整体素质不满，期望得到改善，这也从侧面反映出我们顾客流失的原因。

顾客选取美甲店铺的途径；

- (1)透过自己的详细了解 and 亲身体会而理解的人数占大多数；

(2) 透过美甲师的介绍而理解的占一部分；

(3) 透过朋友介绍而理解的又占一部分；

(4) 还有的是透过看杂志，电视，广告慕名而来的。

绝大数的顾客认为美甲师的服务水平一般，这就给我们行业提出了一个挑战；谁能够让大多数的顾客满意，谁就有机会拥有着巨大的市场。是我们每一位经营者都要深思的问题。

三、为什么美甲师的流动性很大

(1) 从业人员的年龄偏小，缺乏社会经验；

(2) 工作技能不高，可又随时想找一个好一些的工作；

(3) 美甲店铺太小，环境单调，渴望去大的美甲店铺；

(4) 老板经验不足，频繁的变动员工的工资和提成，给员工一不信任感；

(5) 不断出现新的竞争对手，她们的工资水平高，店铺装修的环境好，材料和设备领先，这些都对年轻的美甲师有着强烈的吸引力。

在这个行业中，好的店铺还是人员培训上下了很多工夫的，同时也有自己的方法留住那些优秀的美甲师。但是，在那些缺乏管理，缺乏诚心的店铺，依然有超多的美甲师流失。其中原因固然很多，单做为我们经营者，是否就应检讨一下自己呢，我们的员工在我们心中到底处于一个什么样的位置了解我们员工心中的理想选取是什么，需要怎样样去解决现实存在的最根本问题。

四、最受欢迎的美甲店铺服务是什么样貌的

(1) 在美甲店铺中，美甲师与美甲师助理的技术和服务要与顾客的需求有很好的配合，不管是哪个店铺，要想创造出良好的服务环境都需要全体员工的用心配合。

(2) 每一位美甲师都要很清楚自己的工作并能够很好的完成它。

(3) 顾客与美甲师都有很合理的期望，顾客不会指望着美甲师是自己的奴隶，想怎样指挥就怎样指挥；员工也不会心烦气燥的经常想换老板或涨工资什么的

(4) 美甲师能够准确的抓住顾客的需求，并建立起顾客对自己的信任，从而使客户相信这是一家专业的美甲店铺。

(5) 每一位美甲师都应相信；她为顾客所带给的服务是顾客所需要的，并且是对顾客有利的，而不是认为自己是在欺骗顾客的钱财。

诚心，不仅仅只是美甲师对客户的表现，同时也是每一位美甲师建立在人品上的一种信誉，而每一位美甲师都是老板人格品行的见证人，她们因此决定，选取自己的前途，单从这一点上看，人员流失很大的美甲店铺，不是美甲店铺老板的潜力有问题就是老板的人品有问题。

(6) 美甲师要学会与顾客的有效的沟通，在学会有效沟通技巧的同时，也要学会换位思考，站在顾客的角度来领会顾客的需求，从而真正的满足顾客的需求。

(7) 美甲师与顾客之间就应持续一种信任与信服的关系。美甲师对客户展露的亲情和热情只能让顾客产生信任，其实，这也是种敬业的态度，大部分的美甲师是能够做到这一点的，然而，我们的顾客还需要我们在沟通的过程中表现出专业的一面，这样才会让顾客有信服感。

但要注意，顾客与美甲师之间太亲热，会使顾客失去对美甲店铺的距离，从而没有办法谈价格，同时也失去了我们的专业性。因此，我们要提高我们的专业性，让客人为我们的专业而买单。

(8) 美甲店铺就应拥有自己的价值观和文化准则，所有的美甲师都应明白和了解企业的经营及服务的目标和方向。

(9) 美甲店铺要有一个准确的而独特的经营定位，这样才能够使企业在竞争中立于不败。

大学生创业商业计划书怎么写？以下是我们给你的范文格式参考。

一、项目背景

千姿百态的花儿述说着千言万语，每一句都述说着 完美 ，个性是此刻。随着人们的生活水平不断地进步，生活质量不断地提高和对生活的追求。鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀!花卉消费近些年来呈越来越旺的趋势，除了花卉本身所具俏丽姿容，让人们赏心悦目，美化家居等功效外，它还能够开发人们的想象力，使人们在相互交流时更含蓄，更有品位

这样我们创办网上校园花店以鲜花专递为市场切入点，兼顾网站长期市场占有率和短期资金回报率以抢占市场，以满足个性消费为主题，以鲜花为试点带动其他产品，最终能构成具有 地质大学青鸟花店 品牌优势的市场。是十分可行的。

二、公司项目策化

1、带给鲜明，公司使命有效，畅通的销售渠道，带给产品服务为根本，促进鲜花市场的大发展。我们的青鸟将成为一个可爱的信使，把祝愿和幸福送到千家万户。为人类创造最佳生活环境

2、公司目标

立足地大，服务武汉，辐射华中。建立网上花店一流的公司。本公司将用一年的时间在武汉的消费者中建立起必须的知名度，并努力实现收支平衡。在投入期仅选取网站总站所在地地质大学西校区作为试点市场，该区市场容量在 3000 人以上，较有代表性，试点时间为一个半月。当模式成功后，以 **asp** 的形式在分站推广。经过 3 到 6 个月的运营后再扩张到其余的市场

三、经营环境与客户分析

1、行业分析

地质大学青鸟花店 网站是由在校大学生推出的面向 650 万在校大学生的垂直网站，因此目标消费者定位为在校大学生。该网站除武汉地质大学的总站外，在湖北各高校设有分站，因此，暂定的目标消费群以湖北各高校大学生为重点，将来逐步扩大市场，以中国地质大学为例，各类在校生近 2 万人，则投入 8 校共有近 20 万的目

标消费者，而最新的统计证明，全国在校大学生有 650 万左右，这样的市场规模是相当庞大的，而且思考到将来在校毕业生毕业后仍将成为网站的忠诚客户这一现实，目标市场的容量将是相当可观的

2、调查结果分析

本公司对武汉的各高校大学生为重点进行客户分析，主要采取问卷调查(问卷调查表见附录一)和个别访谈的方式。此次我们共发出问卷 50 份，收回 37 份。由于时间有限，问卷数量不多，但还是从必须程度上反映了广大消费朋友的消费心理和需求：

(1)有明显的好奇心理，在创新方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为；

(2)购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选取价位较低但浪漫色彩较浓的品种；

(3)在校大学生没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲；

(4)理解和吸收新事物的潜力强，追求时尚，崇尚个性；

(5)影响产品购买的因素依次为：价格，品种，包装，服务等；

(6)购买行为节日性很强，一般集中在教师节，情人节，圣诞节及朋友生日前后。

3、目标客户分析

在校大学生购买一般不问价格，但从网上定单来看侧重于中档价位。在定单数量上倾向于能表达心声，如大多数订购 1 支(你是我的唯一)，3 支(我爱你)，19 支(感情路上久久长久)，21 支(最爱)等等，在教师节这一天往往以班级人数为单位订购鲜花。包装一般倾向于要求高档化，有向个性化方向发展的趋势，对鲜花的质量要求比较苛刻，如不允许有打蔫现象等。

2、营销策略分析

2.1 品牌策略

网站建设初始，我们便十分重视品牌。在品牌包装上，由美工人员根据详细的市场调查和大胆预测，采取动态与静态页面相结合的设计方案，从视觉形象和文字字体都经过精心规划，力求具有独特创新

2.2 价格策略

青鸟网上花店在原料，包装，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。既走价格路线，又走质量路线，满足不同层次消费者的需求。

2.3 促销策略

(1)宣传策略

利用学校广播站，报栏，宣传栏免费宣传另外利用网站本身信息流优势宣传和突出形象，并与各大报社，地方电台与电视台建立良好的关系，采取互惠互利双赢的战略模式

(2)服务方面

网上花店的服务务必是一流的，对于配送队员而言，只要有定单，就务必按照定单要求按时按地送到，并且是微笑服务。

在售后服务方面，由客户服务部负责采取以下几种方式：

①打感谢电话或发 e-mail 进行友情提醒服务，并在客户重大节日时发电子贺卡

②无条件理解客户退货，集中受理客户投诉

③设立消费者调查表，附赠礼品，掌握消费者需求的第一手资料

④第一次订购的客户将收到随花赠送的花瓶，并享受价格优惠，成为会员后享受会员价格。

⑤不定期的在网上或离线召开会员沙龙，交流信息，沟通感情，并解答客户最感兴趣的问题。

⑥建立客户数据库档案，客户重复订购时只要输入名字，客户的其他信息便自动调入系统。

2.4 渠道建设

就目前来看，网上花店主要是与一级批发商建立业务关系。选取批发商时，一般考察其经营业绩，信誉，合作态度，供货是否及时等方面，要求此批发商在同一城市有位于不同区域的几家营销网点，以便于各高校配送成员就地取花。通常与批发商签订合作协议，就价格与产品质量等问题达成一致意见

3、网上花店策略实施

1. 市场范围选取，在投入期仅选取网站总站所在中国地质大学西校区作为试点市场，该区市场容量在 3000 人以上，较有代表性，试点时间为一个半月。该模式成功后，以 asp 的形式在分站推广。先在已经建成的另外 7 个分站试运营，经过 3 到 6 个月的运营后再扩张到其余的市场。

2. 重点宣传客户，宣传对象以在校学生为主，他们对流行感兴趣，往往容易领导潮流，而对于逻辑思维较强的工科学生，我们利用先期的受众进行传播到达宣传效果。

3. 现场促销选取每年 9 月 8 日和 9 月 9 日两天为重点宣传日期，在此之前，将宣传单分发至学生宿舍。宣传资料包括：

(1)悬挂统一的彩色横幅，位于校园主干道上，数量为 3-5 条，以青鸟花店 网址和 校园花店隆重推出 为题搭配悬挂。

(2)在校园人流量较高的位置如宿舍门口和食堂附近搭一宣传台，摆放 3-5 台微机，能够上网查询并订购；放置一宣传板详细介绍花店资料，并摆放实物鲜花，在宣传当天将配送礼品现场送出。

(3)请学校广播站播发 青鸟花店 宣传部门拟定的宣传材料，在早，中，晚各一次，连续数日。

青鸟花店 网址的绶带，进行解说，并组织抽奖活动，中奖者能够现场订购 20 元以下的鲜花，由网站付款。

(5)在宣传当天，请与学校有关的媒体到现场报道，如武汉晚报，各地方电视台等

四，营销效果预测与分析

1、营业额收入

据调查分析，我们能够预测在主要节假日，每一天销售额在 1000 元以上

2、支付方式

根据有关材料网上在线支付将会到达 20%，我们正用心与招商银行等金融单位联系建立业务合作关系，促进在线支付

3、订货方式

e-mail 定单，直接进入 青鸟花店 网站校园花店订购，电话订购。另外，我们重点推出倍受学生喜欢的信息订购

4、客户特点

年轻化，100%为青年人，以男性学生为主；他们信誉高，文化素质高，无坏帐现象

5、消费特点

60 元以下的鲜花最受欢迎

6、信息基础设施

公司网站主要是以虚拟主机的形式存在的，故公司暂时不需要具备信息方面的硬件设施。对于信息软件的开发和网站的建设，公司将透过内部成员中计算机较好的同学和招聘有这方面特长的成员来共同完成。**b2c** 网站虽然在理论上能够实现零库存，但是现实中要到达这一点却很困难。

1、原则

把每一分钱用在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值

2、初期投资

这一时期，资金主要用于外购整体网络服务(虚拟主机)，产品采购，系统开发和维护，前期宣传，物流配送等方面上。预计需要人民币2万元左右。从网站建立到网站正常运作起来大约需要一个月的时间。

3、第二期投资

这一阶段我们的服务将辐射各大高校和武汉市区。，服务的资料会有很大的扩展，服务的质量也将有进一步的提高。其资金来源主要是公司前期盈利的积累和外来资金的引入，如银行的信贷

六、系统开发计划

1. 系统开发计划

根据公司建立初期资金缺乏的状况和我们开发小组的实际状况，我们决定选取虚拟主机的方式来建立我们公司的网站。当然随着业务的扩大，资金的充裕，我们会思考建立公司自己的网站。在系统初具雏形后，公司将根据预定的系统功能要求来逐步进行实时测试。系统的完备无疑是一个测试，完善，再测试，再完善的过程，直至系统功能到达公司预期的要求

2、系统逻辑方案

系统逻辑方案是实现电子商城的经营目标，策略和方式的总体框架。下面结合本公司实际状况做出图解说明六大模块：系统商务活动流程，系统总体逻辑结构，系统数据分布，信息处理模块和安全控制模块

七、项目小结

1、主要工作完成状况调查

机制，项目策略等方面都进行了总体规划。另外，在系统开发计划方面，公司也结合我国的实际状况，参阅了超多的关于网站服务方面的文献，也结合了课堂上所学的电子商务的知识，做出了适合公司的网站运作流程和设计流程，以及适合我们公司的系统逻辑方案

最重要的是，针对目前鲜花市场上适合大学生朋友特殊要求的状况，我们自行设计了一系列服务产品，如信息订购鲜花，附带祝福卡片，电话传情等并且制定了合理的价位。与此同时，我们还设立了论坛，不仅仅满足了广大青年学生等切实需要，也能够满足社会不同年龄层次消费者的需求

2、不足与困难之处

由于我们企业刚刚开始计划，资金方面存在严重不足，同时由于时间紧迫，整个计划书难免有些欠缺，但是我们会尽量地去充实，完善之。在网站设计，制作方面，由于我们小组成员对与此相关的知识了解得不够多，致使我们在网站设计时有很大的困难，但是经过我们的共同努力和协作，青鸟花店网站已初具规模，送人玫瑰之手，终久留有余香。我们相信，在以后的努力中，本网站必须会得到进一步的完善。

一、项目摘要

你是不是不想每一天都在食堂吃那些天天都一种口味的菜

你是不是又不想到外面餐馆去吃那些美味却不太安全的饭菜

你是不是想体验和同学一齐下厨的神秘感觉

大学生厨房就十分对你的口味，把你从烦闷徘徊中解脱。

同学们只要买来自己喜欢的菜肴，那里有完备的厨房设施和就餐设备，所有像家里一样的厨房设备和餐厅设备都一应俱全，营造了一个自由的空间，这是一个史无前例的、结构单一的，集中出租房灶台的店。它的结构鲜明，一个厨房四台灶，加一个餐厅，构成一个单元，一个店可由或多或少地几个单元组成，每个灶台在某个就餐时间可轮流由几组顾客使用。大学生厨房的成本比较少，每单元

2000-2500 元/年大概可在一学期内收回成本，下半年的收益可以用来扩展设备设施。

因为本项目专门针对大学生的饮食和娱乐问题所设计的，而且调查到很多同学，他们都很期盼大学生厨房的开业，很愿意去尝试一下，并且说会每隔一段时间就会请朋友或和室友一齐下厨。所以它的吸引力是无限大的。每年一届的新生又为大学生厨房增添新的顾客源，所以它将是经久不衰的。

它的规模可大可小，而且前景可观，成本低。可能随时没模仿，所以要严格管理各项工作，提升它的品味，不断地从原有基础上创新，从学生中不断反思和改革，来提高我们的竞争力。

它的管理模式很简单，分内外部管理。外部管理主要是宣传，和大中规模订租的合理安排；内部管理主要是为大学生厨房营造自由、洁净的气氛。

快来大学生厨房，和朋友一齐享受下厨的快乐吧！

1、性质：大学生厨房是一种面向全体大学生出租厨房的一种服务性项目。

2、设备设施：大学生厨房以单元制形式存在，一个单元有一个厨房和一个餐厅。一个厨房中有四个灶台，四套炊具和燃气灶，和一个砧板台，多套切菜工具，和一个橱柜，里面碗具、油盐等调料一应俱全，配备自来水龙头和多只篮、桶等洗菜工具，和几个油烟机；餐厅里有大小桌子五、六张，电风扇，饮水机，电冰箱，消毒柜，电饭煲，时时带给热饭。

3、项目服务资料：大学生们只要提着自己喜欢的菜来到大学生厨房来，根据时间或者规模交付必须的租金就能够到指定的灶台上去烹饪了，一个厨房四个灶台、能够同时烹饪。在一个中餐或晚餐时间内，一个灶台又可连续地让几组同学烹饪。这样一个单元的厨房：中餐时间(11:00-2:00)之间大概能够烹饪 28(4 个灶台*7 组/灶台)组同学。同学们能够在那里吃完再走，也能够带出去吃，一切自便。

完的菜，或需要存储的剩菜我们将替他们存储，只需将它们密封好后放入一封闭的篮子，然后写上姓名或其他标记，放入冰箱即可，但因思考到用电状况和冰箱空间问题，若存放的时间超过一天则支付 2 元/天的寄存金。

4、项目目的：大学生厨房的产生是我组深刻了解到很多大学生们抱怨食堂的饭菜天天一个样，味道不可口，没有一点新意，还有部分学生又觉得在外餐馆的饭菜，卫生状况不好，嫌油不多，而且价格不低。在只有两种选取的状况下，除了抱怨，只有抱怨，所以我们想到了大学生厨房这个既对大学生的口味，又锻炼大学生自己动手潜力的厨房。

三、组织人员管理制度

1、我们将顾客分为大、中、小规模。

大规模(20-40 人)：如某班同学聚会，或者是某同学的生日，这样需要出租一个单元的大学生厨房，这需要提前预订。根据要求或者约定一个厨师来帮忙，或请个人来打理杂事。

中规模(10-20 人)：如某寝室联谊，或一个小型的庆祝会，也需提前预约，无厨师配备。

小规模(1-10 人)：随时安排厨灶。

2、在大学生厨房里，仅需雇佣一个中年的女性员工来打扫收拾大学生厨房，并且在大学生烹饪期间时时检验液化气灶台的安全性。

3、其他管理人员：宣传负责人，厨具、餐具负责人，财务管理人，顾客预订负责人，值班收银人员等均可由学生来担当。

4、若有大型的聚会或聚餐，可向顾客预订负责人提前预订，他/她能够提前做安排，中型的(10-20 人)也由预订负责人安排，小规模顾客群，则按先来后到使用灶台。

5、财务管理人，负责清算每星期水电费，煤气灶和雇佣人员费用和“大学生厨房”的总收益，适当调整价格，大、中型规模顾客

群前来做菜的租金。

6、政府批文：大学生厨房要获得营业执照，问题主要是卫生和安全。因为我们雇佣了人员来打扫大学生厨房和时时刻刻检验并教导学生使用液化气等危险设备，且在大学生厨房内配有灭火器、消防设备。安全和卫生本来就是大学生厨房核心管理的问题，所以能够取得政府批文的，若大学生由学生自主创业可向学校申请资金和批文。

大学生创业商业计划书的写法与格式是什么？请参考以下这篇范文。

如今卖饰品很有市场，漂亮可爱的小饰品总能吸引女孩子们的注意，而饰品本身又是个本小利大的行业，很受小本投资者喜爱。

一般说来，饰品的利润是持续在百分之五十到百分之二百之间。也就是说进货价格在4元的东西定价大概在6---12块之间。如此巨大的利润当然是决大多数小本投资者的首选。但是究竟怎样做好一个饰品店，此刻让我们来看看其具体操作：

做专业：近年来市场需求越来越大，做饰品生意的人就越来越多了，市场竞争也就更激烈了。但是，饰品的市场空间还很大，因为潮流不断在变，只是要求从业人员做得更专业而已。

装修：装修不用像酒店一样豪华但务必把握住一点尽量显得时尚潮流，本身而言饰品就是一种流行潮流，在装修时必须要注意格调，规范、显眼，强化品牌的情感性、时代性，让店面设计和招牌也成为自己的免费广告。专修费用一般而言持续在3万之内。3万针对精品店而言。（1—2万大概在20—40平米左右。）当然也不可一概而论，具体装修费用根据各地消费水平。需要的东西为：货架售价在480元为全钢架构，分四层高为2米，宽为1.6米，当然这个价格是最高的。柜台，射灯等务必品。

进货：进货必须要根据当地的人文、风俗习惯来选取；价位必须要根据你周围的消费群体的年龄段，城市的消费水平，收入状况；服务必须要到位，这是现代经商的根本。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/215233032342012014>