

2025 大学生创业计划书 (30 篇)

2025 大学生创业计划书 (30 篇)

2024 大学生创业计划书 篇 1 一、企业概况

我是一名__大学在校的大学生，经验与资金都非常之有限，所以我选则走传统行业路线——服装行业。衣、食乃生身所需，所以市场前景是非常之大的。在衣、食、住、行这人类生活的四大元素中，人们把“衣”放在首位，可见衣服对于我们的重要性。作为衣食住行之首，人类对锦衣美服的追求似乎永远没有止境。不管是遍布大街小巷、星罗棋布的个性服装店，还是各大商场的高档品牌服装，从几十元的低档地摊货到高达数千元甚至数万元的进口服装，尤其是女式服装只要符合潮流和消费者的口味，都有人愿意掏钱捧场。人可以吃好吃坏，有的还可以自己家的，但人不能不穿衣服，更不能自己生产，所以在这方面是肯定有需求的；随着人们生活水平的提高，人们的审美情趣，都随之而变，不仅讲穿，还讲究怎么穿，穿什么样的，穿的是否如意；所以穿，有着很大的市场，每人都必须的；冷静一下，市场之大，竞争者，也比比皆是；犹如一块奶烙上，己有了无数的蚂蚁，都在啃食着这块蛋糕。究竟怎样，自己能不能成为这块蛋糕主要占领者，要看我们选择什么样的市场定位，及生存方式；让消费者欣赏自己的产品，是最重要的；这就是我们即将面对的最重要的根本。只要你的产品迎合了大多的消费群体，在一夜之间，你就是赢家。

我之所以认为选择服装业便于崛起，除了因为市场之大，购量之强外，还有原因是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动，很适合我这样刚涉足商业的创业阶层，而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧。

二、公司组织及管理

由于是刚刚开业的小店准备雇佣三个人，三个年轻漂亮的女孩主要负责接待顾客，有经验者优先，我可以自己负责收银工作。根据服装店的收益情况适当的增减人员。

我是学管理专业的，所以指定一个管理的制度虽与我来说并不难。

(一)本店的管理制度

为规范专卖店管理，体现本店形象及特色，特别制定本管理制度：

- 1、导购需按店规穿着导购服装。
- 2、每天两次大扫除，早晚各一次，营业时间内保持店里、店外干净卫生。
- 3、每星期二、六模特衣服更换一次，每星期一高柜货物调换一次。
- 4、待客须热情、仔细、认真。
- 5、请节约用电，白天开室内“外孔灯”、“壁图灯”，阴天时加开“灯光模特”。每天傍晚开“室内外孔灯”、“灯光模特”、’室外孔灯“;0：00至22：00开“招牌射灯”。请节约用水。
- 6、节约电话费，每次打电话不可超过5分钟。每月电话费限额100元/月，超过部分由导购共同承担。
- 7、上班期间不得接打私人电话超过五分钟。
- 8、每天须盘点货物，若出现货品及促销品缺欠，由导购共同负担，货品按零售价赔偿，导购移交货时需检查金额及真假，若发现欠缺及假币，由导购承担。
- 9、若导购辞职，须提前一个月告知，同意后方可辞职。
- 10、工资为800/月+提成，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性。

(二)行为规范、工作积分制(10分为满分)

- 1、打扫卫生不干净扣1分。
- 2、无礼貌用语扣1分。
- 3、收银单书写不全扣1分。
- 4、迟到、早退扣1分。
- 5、摆货不整齐扣1分。
- 6、模特三天换一次内衣，没执行扣1分。
- 7、高柜货物一星期调换一次，没执行扣1分。
- 8、钱币出现缺欠情况，假币情况扣1分。
- 9、不节约用电、用水、用电话扣1分。
- 10、在营业时间谈论私事、嘻戏、聊天、无执行轮流休息扣1分。
- 11、待客不认真、不热情扣1分。

12、每月请假次数超过 3 次扣 1 分。

注：6 分为及格，若连续 2 个月不及格，则自动辞退。

三、市场评估

(一) 市场分析

1、群体目标：

国内成年服装年龄段分类基本为：18-30 岁，30-45 岁，45-65 岁，65 岁以上。

(1)18-30 岁：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女性消费的频率高于男性。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚、追求流行、个性、敢于尝试新事物。

(2)30-45 岁：该年龄段的消费群体是服装消费的主要群体，是消费群体中购买单件服装价值的群体。该群体是消费群体中经济基础最为雄厚的群体，购买欲望同样较强。但该群体大多数的人生观和价值已相对成熟，因此对风格、对时尚都有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低。

(3)45-65 岁和 65 岁以上就不用考虑了。

从上面数据可知，18-45 岁这两个年龄段的消费力相对较高。而处于该年龄段的女性大多都是职业女性或年轻少妇，她们对于服装的追求较为强烈，但对服装的档次不会过分要求。本服装服饰店的目标对象主要定在 20-35 岁之间的职业女性和有工作的主妇。前者是所谓的单身贵族，后者被称为双薪族。这一目标群体月收入约在 1500 元以上，无家庭经济负担或属于小康生活家庭，她们多注重服装服饰的款式和搭配，自由支配的费用较多。

2、产品定位：

由于本店的目标对象是 20-35 岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

(二) 市场竞争

与其他店铺相比之下，新开业的我们有很多优势。第一，我们没有大量的库存，可以有足够的空间摆放一些新款服装。我们拿货要秉着“多款少量”的原则，多拿几个款，每个款少拿一点，看顾客的反应再补货。第二，我们还很年轻，有足够的激情和创业的热情。也就是说我们的服务态度和其他家相比会是一流的。第三，对于刚开业的我们，首要的目的不是赚钱，而是拉回头客，用优质的服务态度和新颖的款式留住更多的新老顾客。

当然我们的劣势也很多。第一，我们没有足够的资金，不能满足高档消费者的需要。第二，我们没有丰富的开店经验，要不断的摸索，可能会走很多弯路。第三，我们没有固定的老顾客，一切要从头开始。

“万事开头难”但是我相信，度过刚开业的这段难关往后的路我们会更好走。

四、融资计划

兵马未动，粮草先行。钱，对于任何一个人来说他的重要性就不言而喻，尤其对于创业者来说。在创业前期，钱是创业的基础——资本；在创业的中期，钱是创业的血管——流动资产；在创业后，钱则是主要目的之一——利润。对于一个企业来说，无论是他的初创，还是他的成长，乃至成功，融资都是最重要的助力。

而对于大学生的我来说，在资金方面是很贫乏的。贷款没有属于自己的车或者房屋。关朋友借，但大多数朋友也都是在校学生，和我一样没优资金。所以放在我面前的出路是向父母借。当然借就要遵照一定的法律程序，要有借据，谈好利息和期限，到期要按时偿还。

五、开业流程

(一)店面选址

虽然地点并不是服装服饰店经营成功的前提，但是铺址的选取仍然极大地影响店铺生意的好坏。好店址的特点主要有6个方面：

(1)商业活动频繁。商业活动频繁的地区一般指商业中心、闹市区。

(2)人口密度高。在商业街、居民区附近开店，人流量大，各年龄层和社会阶层的人都有，对于服装服饰款式或类型的选择比较容易。

(3)客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。

(4)交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。

(5)人流聚集或聚会较多。百货商场、服装商场附近的服装服饰客流量较多，因为客人在逛完商场后会顺带到附近的街店转一圈。

(6)同类店铺聚集。经营同类商品的店铺越多，顾客在这里进行比较和选择的机会就越多，因此若能集中在某一地段或街区则更能招揽顾客。

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以要考虑到很多问题。比如店面费用、店面租金、店面期限、店面装修等问题。

(二)店面装潢

租好了店面，下面就要装修了。店面装修关系到一家店的经营风格，及外观的第一印象。在装潢前要与装潢公司沟通好把自己想要的效果告诉他们，先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，并请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚。这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法。否则打掉重做就费钱费时了。

我要求的装潢效果如下：

(1)门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西，重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲，当然本店刚开张，简装为宜。

(2)灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的。晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球，灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和，加上暖光灯能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人。

(3)空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的。

(4)试衣间要足够大，否则顾客试穿衣服时会因为拥挤而影响心情。

(5) 穿衣镜要购买那种照着显瘦的镜子，这并不是欺骗顾客，只是善意的“谎言”，因为女人都爱看见自己苗条的一面。

店面装潢费用能省则省，尽量花小钱做大事，避免不必要的费用付出，在装修风格独特和省钱之间寻找一个好的平衡点。

(三) 选货及进货

1、服装小店的经营状况如何，跟商品的定位和进货的眼光很有关系。要做好一家服装店，除了要有良好的销售方法外，最关键的一点是要“懂”进货。这个“懂”字包含的内容非常多，不仅要知道进货的地点、各批发市场的价格水平和面对的客户群，还要了解小店针对客户群的喜好、身材特点，更重要的是要会淘货，要练就一双选货的火眼金睛。(但是这对于刚入门的我或许有一些困难)服装进货要适销、适量，简称“双适”，是经商者必须把握的关键一条。经营服装，既要适销，又要适量，但两者很难掌握“准”。所以第一批少进一些货，因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。品牌以杂牌为主，以外贸货为主。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货。进货尽量安排在每个星期的三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着星期天上，如果进入销售旺季，三四天就补一次货。像“三八”“五一”“国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了。要给自己有足够的安排时间。

2、进货渠道：

__街服装批发市场、__服装批发市场、__服装批发市场

(四) 营销策略

1、开幕促销

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

2、衣服的陈列

做服装产品关键要品种多，给客户有足够的挑选余地，这与其它品牌专卖店不同，不是依靠主要几个款的来销售。产品陈列上要突出自己服装的特点，把上衣，裤子，套装等分开陈列，除了店铺看上去整齐外也给有目的性购买的客户挑选提供方便，量多的款可以用模特出样，往往出样的衣服是卖得最快的。橱窗里的出样要经常更换，这不能偷懒。

3、长期发展营销策略

(1)原则：每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅(高档点缀低档适量)。

(2)方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制。

(3)服务：训练营业员的基本利益，对顾客的服务态度及服务宗旨。无论顾客是否买衣服或者买所少钱的衣服都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客。顾客的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。

(4)方法：

①初次来店的惊喜。免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期顾客表(做客户数据库)

②增加其下次来店的可能性。传达每周都有新货上架的信息;利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服(要定量)或送生日礼物等。

③满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买。

告知顾客量大或团购可优惠，如：一次购满 500 元及以上打 8 折等，或者个人累积消费 1000 元既获得一张 8 折的金卡介绍新顾客，如：每介绍一位新顾客并购满 200 元及以上送推荐人 50 元购物卷等。

④不定期打折。

人一定程度上都喜欢贪小便宜，女孩就更是如此了。店铺开张大赚送、本店商品八折优惠，也可以采用买一送一的策略(送的货以滞销货为主，过季货为辅)，或者买几百送几百代金券，但是必须在一定时间内用完否则过期无

效。

⑤一年中做几次短期促销，售价定为 10-30 元，非常聚人气。再把店内滞销款低价一起处理。如五一，十一，元旦等时间。

六、风险分析

做生意首先要先调整好自己的心态，不要期待有暴利的行业，也要有失败的准备。也不要以为找一家店面，进一批货就能每天在哪里数钱，有些人他真的努力但也不一定能赚到钱，因为市场竞争太激烈了。所以我们为了避免风险的办法：

一是提高有效产品存货率。要知道服装生意要赚钱，最重要的是好卖的产品要能跟上，滞销的产品要能快速处理掉。前者是成功的关键，后者是失败的起因。很多店员喜欢卖畅销的款式，因而，每年卖的款式，往往一定被穿在模特身上的。但是，这种款式也是断号最快的。当很多顾客兴冲冲前来选购，却发现没有自己的号码时，企业已经丧失了赢利的机会。因此，现代营销更强调的不是每个专柜库存的绝对值，而是更强调库存的有效性。

二是资金循环顺畅。零售企业资金周转一般比较慢，很多经营者习惯按每 3 个月来计算一次大的资金循环。其实，做服装和做银行有相似的地方。精明的品牌商，会在一次大的资金循环中，拆分出很多小的资金循环。比如：畅销款式的快速追单、一些临时搭配性产品的现货采购等，都导致了资金使用效率的加大。

三是缩短柜货品销售周期。在很多行业中，价格与时间有非常大的关系。据调查，电脑产品每天的贬值率在 0.1%左右，而服装行业则更高，可以达到 0.7%。也就是说，每提前 10 天卖出产品，则该产品的价值就少贬值 7%，而毛利率增加则可达 13%左右。

2024 大学生创业计划书 篇 2 一 公司概况

1 公司介绍

(1) 公司名称：

(2) 公司性质：

(3) 主营业务：从事汽车维修等相关服务；如汽车日常维护、发动机、地盘，车轮、空调等检测等维修。和汽车的配件销售。

(4) 公司面积：250 平方米左右

(5) 公司预计初期投入资金：30 万（投入资金筹措方式采取均摊制）

(6) 公司面向群体：有车一族

(7) 公司经营策略：积极创新、稳中大步前进

(8) 装修风格：整洁中档 2 公司各部门及职责

董事会：由各位出资者构成，主要负责公司重大问题的决策。

总经理：由董事会推荐选举产生，全权负责公司日常各类经营，对董事会负责，并且对公司各职能部门的工作 经行部署安排和监督。 财务部：设主管一职，主要负责公司的财务工作。 维修部：设维修主管一名，主要负责对汽车的各类维修。

销售部门：设销售主管一名，主要负责公司销售产品的采购活动，并且负责公司客户关系管理系统的日常工作和维护。

二 商业计划

在中国经济日益腾飞的今天，人民的收入日渐增高，现在越来越多的人开始向私家车看齐。如今，汽车行业已成为我国的一大支柱产业，而伴随着汽车行业而生的一大批新兴行业也如雨后春笋般涌现。随着汽车的日益普及，汽车零件的损坏与维修也大大增多了，汽车维修市场份额也开始逐渐增大，伴随着这样的形式，我以及我的伙伴的汽车维修企业也将尽快成立。

三 市场分析

1 市场描述

随着汽车迅速进入千家万户，我国汽车维修业也进入了发展的黄金时期，汽车维修业和汽车保修设备行业在市场的洗礼中开始由传统的劳动密集型向资金技术密集型、由生产型向服务型过渡，形成了利润丰厚的汽车后市场。目前，全国汽车维修行业有一二类企业 30 多万家，从业人员近 300 万人，每年都在以 10% 左右的速度快速增长。国营、集体、股份制、私营、个体、中外合资等多种经济成分的汽车维修企业在共同发展，4S 店、特约维修服务站、综合维修厂、快修连锁店、专项维修店等多样化的经营方式各展其长，形成了一个门类齐全、品种多样，分布广泛，服务方便，能够满足不同消费层次需求的汽车维修市场体系。

中国汽车市场发展潜力巨大，特别是私人汽车消费，在未来 20 年将持续高速增长。中国汽车保有量的快速增长将直接带动国内汽车维修保养市场的发展，按照一个完全成熟的国际化的汽车市场的利润测算，中国汽车维修保养市场的利润总额约为 2153.55 亿元。

据统计，至 20xx 年末，我国民用汽车保有量达到 5697 万辆(包括三轮汽车和低速货车 1468 万辆)，比 20xx 年末增长 14.3%，其中私人汽车保有量 3534 万辆，增长 20.8%。民用轿车保有量 1958 万辆，增长 26.7%，其中私人轿车 1522 万辆，增长 32.5%。而 20xx 年我国汽车市场也将连续第 10 年保持两位数增长，预测 20xx 年国产汽车的销售量将达 1023 万辆，比 20xx 年增长 15% 左右。如此庞大的汽车增长，将会催生出一个怎样的汽车维修行情？而我们的维修企业缺的是什​​么？如何去迎接这样的机遇呢？

20xx 年及未来几年，我国汽车维修业必将完成一个从无序到有序的过程，规模化效应将会在近一两年显示得更为淋漓尽致，汽修企业间的竞争更为激烈，不可避免。那么，在当前汽车维修业发展形势下，我国汽车维修企业该如何当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战略，汽修企业加速提升企业品牌形象，加强技术与产品实力，改进企业管理水平，完善售后服务体系面对与迎接新一轮的考验，做大做强。

2 典型问题

竞争对手的主要优势：

1. 入行时间早
2. 有固定顾客和渠道
3. 合适的管理模式
4. 员工工作熟悉稳定

竞争对手的主要劣势：

1. 服务理念落后
2. 管理模式相对固定死板
3. 维修技术人员学习能力弱

公司的优势：公司优势在这里集中表现在交通区位方面，交通便利。非常具有团队精神，团队成员的私交也非常的好。拥有良好的感情基础和超强的凝聚力，使得我们团队一定是一个高效的团队。公司提供售后服务，有自己客户关系管理系统。

公司的不足：公司在成立之初肯定会因为业务的不熟练产生一些问题，这是新公司无法避免的。并且公司的管理机制并不一定够科学有效。应对办法：多进行一些岗前培训，进行参观优秀企业，公司运营过程中适时调整策略和管理机制，未来能力允许的情况下，多招揽优秀人才。

四 营销策略

1 客户群的建设和维护通过传单发放和横幅摆放、优惠活动促销，汽车维修知识的传授等措施吸引人气，以专业的技术，周到的服务意识培养属于自己的忠实客户群体。

2 产品定价对于公司销售的汽车配件尽量比同行低一些，提高销售量赢得客户。；

五 成本计算

六 预算情况

（一）车身修理设备

吊装，举升设备（单价 5000 元左右）、剪板设备、.焊接设备（3000 元左右）、砂轮机（800 元左右）、空气压缩机（1500 元左右）、车身校正设备、其他常用工具（800 元左右）。 项目准备资金：25000 元

（二）汽车维修钣金设备

空气压缩机；.喷烤漆房(从事轿车涂漆)或喷漆设备（25000 元）；.调漆设备；砂轮机；.吸尘、通风设备；其他常用工具。 项目准备资金 25000 元

（三）篷布、座垫及内装饰修理设备

缝纫机；锁边机；工作台或工作案；熨斗；裁剪及其他专用工具。 准备资金：1000 元

（四）电器、仪表修理设备

其他预算

2024 大学生创业计划书 篇3 一、行业概况

明年就要从象牙塔里出来了，因为经济危机的影响已经自己对于餐饮业的兴趣打算毕业后开一家蛋糕店，蛋糕店有很大的发展前景，今下人们的生活好了，消费水平高了，对于生活品质的追求也就高了，综合性的蛋糕店已经成为城市消费的一大潮流，

二、蛋糕店概况

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、本店打算开在社区商业街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像安德鲁森、向阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金万元。

三、经营目标

由于地理位置处于商业街，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。短期目标是在商业街站稳脚跟，1年收回成本。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，并成蛋糕市场的知名品牌。

四、市场分析

1、客源：本店的目标顾客有：到商业街购物娱乐的一般消费者，约占 50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占 50%。客源数量充足，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、向阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的。

五、经营计划

1、先是到附近几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的成本价。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，偷偷跑过去和店里师傅商量。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，唯有以的材料制作出品质的蛋糕，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。特别是如果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。

2024 大学生创业计划书 篇4 1. 背景

互联网金融业仍有许多子行业可以切入和创新。去年，我曾想过转型为旅游金融行业，但由于其他原因，我把它们抛在了身后。我以前写的所有商业计划都被摘录并与你分享。经过近两年的快速发展，该行业已经诞生了大量的 P2P 平台。然而，该行业的集中度越来越高，逐渐形成国家和地区寡头。整个行业的竞争变得白热化，同时也充满了机遇。然而，在整个行业中获得客户的成本也被推到了一个非常高的水平。

目前，该行业获得投资用户的成本已超过 3000 英镑，人均投资额仅为 3 万至 5 万英镑。这还不包括用户的损失。因此，如果你想获得 10,000 个有效投资用户，营销成本将超过 3000 万，这是不计人员成本，租金和一些其他额外费用。在这个行业中很难获得顾客，这实际上是人们模仿和过度营销的结果。我们以与旅行社合作为出发点，对旅行社进行信用评级，定位 80 年代和 90 年代后追求自由和幸福的群体。

一方面，我们为旅游消费建立财务平台，另一方面，我们为他们管理资金并建立旅游基金。为他们存钱以方便他们的旅行。同时，应用程序的后期开发等。，切入旅游社交，高端线路设计，为用户量身定制旅游路线

2. 行业分析

目前，整个 p2p 行业的用户数量接近 200 万，而互联网金融用户的数量已经超过 1 亿。根据艾瑞咨询的统计，超过 90% 的互联网金融用户是 70 后、80 后和 90 后。除了他们的互联网财务管理习惯，超过 60% 的这些人已经开始成为父母。随着互联网金融行业的竞争日益激烈，该行业不乏创新，类似于被定位为新爸爸新妈妈的婴儿钱包，被月光家族定位为九福的一次性钱包，被诺亚财富定位为高级白领和中产阶级的元恭包。

宝宝钱包是专为刚开始是父母，有网络理财习惯的用户群设计的。它利用爱孩子的父母的情感营销来定位它。它在上线后的一个月内迅速获得了超过 10 万注册用户。没有太多的营销推广，它只依靠朋友的推荐和病毒营销。然而，当他们迅速积累用户时，他们将能够在未来进入母婴电子商务市场。目前，现有的 1 亿互联网金融用户也是旅游市场的主要用户。据统计，超过 70% 的 80 后和 90 后每年旅游一次以上，而目前国内旅游市场的市场份额也接近 3 万亿甚至更多，超过 50% 的 80 后和 90 后消费者每年旅游两次以上。这些用户群体具有较好的信用环境，具有一定的还款能力和意愿。目前，包括途牛在内的每日旅游网已经开始分阶段为用户出行提供互联网金融服务。

包括华夏银行在内，浦东发展银行也开始涉足旅行社业务，并与中国一些大型在线旅行社合作，向其用户提供信贷。目前，中国消费金融的市场发展水平还不到 30%，远低于欧美等国家。然而，大量的房地产公司、电子商务公司和银行已经在规划他们的计划，并小心翼翼地开发这片蓝色的海洋。根据艾瑞咨询的统计，20xx 年国内消费金融市场将达到 27 万亿元。旅游消费金融将占据较大的市场份额。

3. 我们的发展方向

与其他互联网金融平台不同，我们专注于旅游细分，而相当数量的互联网金融用户(也是游客)通过旅游消费分阶段进入旅游业，增加了大量旅行社的额外收入，扩大了市场并增加了利润点。同时，我们为旅游用户管理金融资源，管理资产，让他们的财富增值，以方便他们的下一次旅行。我们的平台只是一个中介。

后期开发中高端旅游线路，为游客量身定制酒店、机票、导游、线路和活动等服务，为贵宾用户提供高端服务。该平台将在后期开发应用，以增加旅游、社交网络和旅游专业人士自我推荐的功能。通过社交和分时，它将大大增加旅行的兴趣，增加公司的品牌，增加顾客的粘性和使用频率，同时产生大量的内容。通过自助旅游和团体旅游，中国的旅游业已经达到了一定的富裕水平。因此，它更多的是追求精神体验、中高端旅游、度假休闲，甚至是这样的旅行社。轻松活泼的旅行将是未来的主流。我们计划在一年内实现超过 10 亿笔交易，平均 5000 笔交易。我们需要完成超过 20 万笔交易。在初期，我们主要与旅行社合作，这很容易扩大规模。在后期，除了旅游消费分期产品之外，我们还可以为旅行社和酒店的应收账款设计金融产品，更好地渗透到旅游行业。

2. 公司规划

早期，公司主要在移动端开发微信，与旅行社合作，设计金融产品，组建营销团队。目前，移动互联网已经成为一种趋势。手机将人们与各种消费场景联系在一起。我们在移动端使用微信，通过产品创新和新媒体营销获得流量和用户，并通过该产品连接所有旅行社。最初的团队计划了 810 人，包括与旅行社、新媒体运营、客户服务、金融产品设计、风控人员以及艺术和技术人员交谈的业务人员。

5. 所有商业部门的比例

后期，我们将设计高端旅游线路，通过组织团队等整体服务增加新的利润，开发应用，具有旅游社交和社区共享功能，通过积分系统和旅游货币鼓励用户活动，积累一定的旅游货币兑换一些户外用品，甚至奖励免费旅游。通过文字、图片和旅游日记的共享，平台上存放了大量内容，可以通过微信和自媒体进行传播和营销。

计划年内实现营业额 10 亿元，拥有 1020 条自己设计的专属旅游线路。旅行次数将超过 1000 次，用户数量将超过 100000 人。与此同时，首轮融资将引入风险投资拓展市场，包括组建自己的控风团队、收藏团队、营销团队、品牌团队，并与各种旅游房地产公司合作，设计度假旅游等产品我希望在一年内保持收支平衡，同时获得一定的市场份额。并且能够继续盈利。6、盈利能力分析

根据我们 10 亿英镑的计划营业额，按 4% 的利润率计算，我们从旅行社获得的毛利可以达到 400 万英镑。定制路线按 1000 人次计算，每人 6000 元，毛利率为 15%。毛利接近 90 万元。保守估计，一年内它的收入可以达到 5010 万英镑。根据 10PE 的计算，引入风险资本来投资 a 轮已经使公司估值超过 1 亿元。如果后期引进资金，我们将加快引进发展，扩大业务。特别是，我们将在全国各地开设旅行社，这不同于头牛。我们将从旅游消费金融开始。在后期，我们还可以整合线路来提供增值服务。根据预测，我们可以在一年内达到收支平衡。与中国的 ota 公司相比，我们从一开始就有一个非常清晰的盈利模式，可以以不同的方式竞争，而不是陷入烧钱获取用户的怪圈。后一个业务部门还可以与酒店、旅游房地产、度假和其他项目合作，为用户创造附加价值。然而，这只是暂时的预期，其创收能力还无法估计。目前，国内在线旅游公司对旅游业的渗透率还没有超过 10%，但在欧美已经超过 50%。因此，仍有很大的改进空间。随着国内收入水平的不断提高，海外旅游和高端个人定制旅游将在未来呈现爆发趋势。其中，旅游消费金融、户外和度假旅游市场份额将继续增加。在未来十年，旅游业将是一个快速增长的行业。

2024 大学生创业计划书 篇 5 一，运营模式

合作情势。联合我们是商务、休闲咖啡专卖店的特点，建议合作者在高级写字楼、CBD 商圈、高科技园区、网吧、车站、电影院、码头或其他有市场空隙之处等地区选址；统一装修作风、统一产品；总部供给支撑（包含人员培训）和产品（咖啡豆、茶）配送。

二，产品和服务

1、产品和服务描写

出售咖啡、茶类、酒水、简餐等商品，并为客人供给精良的环境和服务，让消费者在这里展现一种品位、体验一种文化、寄托一种情绪，使咖啡吧成为商务休闲、情侣聚会的好场合。

这些业务与场合业主的产业没有冲突。反而可以与场合业主的客源优势互补。

2、 竞争比较

同行竞争格式对我们有利，能更好的提升我们的著名度相对而言，我们管理程度、产品和服务质量，都占领相当的优势。

3、 资源、

咖啡店是请求规模和档次的行业，也是一个对产品和服务请求严格的行业，毕竟其带有高消费色彩，消费者必定在意自己消费价值的充分体现。要达到这些，对者的资源、有很高的请求。者选择加盟合作方法，一方面获得了充分的资源、先进的设备和，一方面也避免了不少经营风险。

三、市场分析

1、 市场需求

(1)稳固的老客户资源。

(2)写字楼与宾馆客源。

(3)购物娱乐场合。

(4)成熟居民小区。

(5)外企及本地区众多的 IT 类企业、广告公司等新兴产业。

(6)如本区域各种学校众多，当中的教职工和学生情侣也是潜在客源。

2024 大学生创业计划书 篇 6 人活着总是要找些事情来做的，如果一个人所做的事情不仅能够改善自己的生活，而且能够改善很多别人的生活，同时，他在做这些事情的时候，感到很轻松、很快乐，那么，他就真正选对了事情。

我们就是这样一群幸运的人。

我们致力于解决中国教育的一些根本问题，打造中国最大的大学生就业和创业服务平台，热情欢迎更多有识之士的关注、参与和支持！

我们的使命：

提供最好的教育，帮助最多人成功。

我们的愿景：

成为一个人人快乐学习、快乐工作、快乐生活的组织，同时不断促进整个社会的和谐与进步。

我们的价值观：

快乐、积极、乐观、进取；宽容、友善、感恩、惜福。

我们的理念：

每个人都是天才，只要找到最适合自己的发展道路。

没有不好的学生，只有不好的教育。

教育的核心任务是帮助每个人找到自己的路，走好自己的路。

选择比努力更重要，选择不对，努力白费，选择正确，事半功倍。快乐为人生之本，助人为快乐之本。

一个人之所以快乐，不是因为得到得多，而是因为计较得少。

计较越少的人得到越多。

我们的口号：

追求卓越，享受过程。做前途无量的事业，培养前途无量的人。

我们的核心项目：

全国大学生就业创业基本能力测试、大学生就业创业全程辅导班、一对一个性化职业指导。

我们做的是帮助大学生成长、成才、成功，为大学生就业、创业提供全面服务的项目，也是国家大力支持、社会多方参与、将造福于数以千万计的学生和家庭的项目。我们是一个充满使命感和责任感、以爱心为基础、追求价值最大化而不是利润最大化的团队，我们热情欢迎广大有识之士的关注和参与，用我们共同的努力为莘莘学子打造一个充满光明的未来！

1、背景和问题

目前，我国有 3000 万在校大学生，他们在将来毕业时需要就业（或者创业）。他们必须在大学期间解决好两个问题：将来到底要干什么？如何为将来要干的事情做好准备？事实上，绝大多数的学生在大学期间没有很好地解决这两个问题，具体表现在：对于第一个问题，不明确自己将来到底要干什么，或者毕业后才发现自己原来要干的事情其实自己并不喜欢或并不适合或根本就没有空缺；对于第二个问题，自己离工作的要求存在很大的距离，所做的准备完全不够，就算有一份这样的工作交给自己也做不了或做不好。

由于上面所说的两方面问题没有解决好，直接的结果就是很多大学生的大学生活过得很迷茫、很苦闷甚至很颓废，很多大学生在毕业以后很难找到一份自己比较满意的工作，企业也很难招到自己需要的人才，大学毕业生跳槽普遍比较频繁。这已经成为整个社会面临的一个很严重的问题。

我们要做的事情就是帮助每个学生在大学期间选好方向、做好准备，使大学生活过得更丰富、更充实、更有意义，将来毕业时能够更顺利地找到一份自己喜欢而且适合的工作（或者顺利创业）。

每个大学生首先要选好方向，也就是要选择一个具体明确的工作岗位。如果连将来找什么岗位的工作都不清楚，何谈为它做好准备呢？倘若姚明当初不知道自己将来要干什么，每天上午很努力地练篮球，下午很努力地踢足球，晚上很努力地打乒乓球，几年下来，他能到 NBA 打球吗？显然不能。选择一个具体明确的工作岗位需要满足三个条件：首先是要有空缺，也就是说，在毕业的时候，有单位在招聘这方面的岗位，市场上现有的人还不足以满足用人单位的需求，只有这样才会有比较多的机会，否则可能要跟很多有经验的人竞争，得到聘用的机会就要少很多了。除了有空缺以外，还要有兴趣，也就是选择喜欢的岗位。最后一个条件就是要适合，也就是能够做好。

解决完方向问题以后，接下来要做哪些准备呢？概括起来四个方面：知识、能力、经验和人脉。

首先是知识，包括知识和专业知识。知识又包括学会学习、学会做事、学会共处、学会生存等内容。

大学生上了这么多年的学，有没有学会学习呢？有些人可能会认为自己当然已经学会学习了。我们常常问大学生一个问题：以前读过的某本好书，课外书，不用考试的书，里面你觉得好的内容你有没有复习十遍以上，你能不能清楚地讲出来，你有没有将这些好的内容用在自己的工作与生活当中？有人可能会说，不用考试，复习它干啥？在中国的很多学生看来，学习是为了考试，复习是为了考试，不考试的东西就不用复习。这种观念需不需要转变？我们自古就有句成语叫做学以致用，还有一句俗语叫狗熊掰棒子，掰一棒扔一棒。如果我们只是把一本书看一遍，又换一本书看一遍，好的东西没有复习、没有记住，讲不出来，用不上，这跟“狗熊掰棒子，掰一棒扔一棒”是不是同样的愚蠢？陈安之老师经常在培训过程中讲这样一段话：有些人只知道学习，不知道复习，更不去练习，最后就没有出息。因此，大学生需要学会学习，树立正确的学习观念、养成良好的学习习惯，提高学习的效率，改善学习的效果。在这样一个终身学习的时代，这是一件非常重要的事情。

除了学会学习以外，还要学会做事。我们每天都在做事情，但做事情是有不同的境界的。第一种境界，做成了某个结果，但过程很烦、很累、很不愉快。有很多人都是在这样做事情。第二种境界，做成了某个结果，甚至是更好的结果，过程很轻松、很愉快、很享受。我们都希望做事情做到第二种境界，也就是说，不是等到成功了以后才快乐，而是要快乐地去追求成功。怎样才能把每一件需要做的事情都做成一种艺术、做成一种享受呢？关键在于，在做事情之前，先学习如何做。我们在工作生活中遇到的绝大部分的问题，都曾经有人做过专门的研究，找到了有效的方法。聪明的人懂得站在巨人的肩膀上，愚蠢的人总是靠自己摸索。因此，大学生需要花大量的时间学会做事。

2024 大学生创业计划书 篇7 一、执行总结

1.1 公司宗旨

在悠闲中放松心情，忘却烦恼，享受快乐人生；

在悠闲中调适心态，感怀真情，感悟人生真谛。

1.2 公司简介

悠闲居有限责任公司是一家拟议中的集餐饮、休闲、娱乐为一体的综合性服务公司。公司将提供一系列健康时尚饮料和食品，同时举办各类趣味性活动，帮助顾客排解压力，休憩身心，同时开展面对面的交流，弥补当代青年人过份依赖网络社交方式所造成的远离现实社会的不足，增强人们的语言表达能力和人际沟通水平。不论顾客是“乐天派”还是“严肃派”，不管他们是喜欢融身于热闹的人群中，还是喜欢坐在安静的角落里，都可以找到属于自己的那份快乐！我们希望悠闲居成为青年人在工作学习之余驱赶疲惫、放松心情的聚集地。

1.3 场地与设施

公司非常重视店面的选择，选择店址时我们重点考虑的问题有：

1、交通问题：交通一定不能太偏远且一定要便利，店面附近要有方便停车的地方。

2、环境问题：周边环境不能太嘈杂，街道干净卫生，环境优美。

3、根据自身对于目标客户群体的定位，以就近原则进行选择。

公司总部设在盱眙步行街附近，同时在五洲国际广场、奥体中心附近开设分店。

1.4 产品与服务

1.4.1 多样化的餐饮

提供各种具有特色的、时尚的食品及饮品。其中包括盱眙本地和国内、国外具有代表性的各种特色食品、饮品。同时，为会员提供预订服务。

1.4.2 DIY 服务

提供 DIY 服务，顾客可自己选择材料，自己动手做各种饮品和食品，如水果、沙拉、蛋糕、巧克力等，也可自己动手做小饰品，同时顾客做的小饰品可放在本店进行销售。会员可预订制作食品、饮品、小饰品的原材料。

1.4.3 倾诉服务

聘请专业心理咨询师，开展各

类倾诉活动，让顾客的真情实感在优雅宁静的氛围中得到充分地倾诉，缓解心理压力，调适心理状态，让顾客轻松面对的工作和学习。

1.4.4 音乐空间

提供各种音乐器材，设置表演舞台，给顾客一个展示才艺的机会。如顾客愿意组建自己的乐队，本公司将无偿提供器材，但仅限在本公司经营场所范围内使用。

1.4.5 迷你书屋

在享受休闲时光的同时，为顾客提供一些休闲类书籍，让顾客听着优美舒适的音乐，喝着可口的饮品，让自己的身心完全放松。同时，为顾客提供把自己的作品展示给大家的一个平台。优秀的作品，经投票认可，公司将给予一定的物质奖励。

1.4.6 桌面游戏

公司通过为顾客提供桌面游戏，一方面可以游戏娱乐，训练人的思考力、记忆力、联想力、判断力，另一方面，也可以依据游戏的成绩，对顾客进行一定的物质奖励。

2024 大学生创业计划书 篇8 一、目标概述

(一)企业目标与计划的关系

企业目标是企业的一切生产经营活动的阶段目的或最终目的。金字塔的顶尖是一个企业的任务，也就是企业的总目标。总目标直接基于所选定的任务。接下来，战略计划、分段目标和行动计划又由总目标引出。战略计划一般都是由组织内的高级管理层制定。分阶段目标则是在总目标和战略计划的结构内所要达到的更为详细、更加具体的目标。行动计划可以是与分阶段目标，或者总目标相关联，也可以是同时与两者相关联。

(二)目标内容

一个企业往往有许多目标。有的可能是关系经济方面的，有的可能是涉及社会、环境或政治方面的。一般来说，管理成功的企业应包括下列目标：

- (1)市场方面目标；
- (2)技术改进与发展方面目标；
- (3)提高生产力方面目标；
- (4)物质和金额资源方面目标；
- (5)利润方面目标；
- (6)人力资源方面目标；
- (7)职工积极性发挥方面目标；
- (8)社会责任方面目标。

(三)制定目标应注意的问题

1. 目标应具体

一般组织目标的通病是叙述太笼统。所定目标虽应有一定的弹性，但是还要使目标具体化，例如： 销售额比上年增长 5% ， 到 1997 年市场占有率应达到 15% 等。

高层的目标越具体，则组织基层制定目标的过程就越简单。

2. 目标应可衡量

如 在下一个计划年度把市场占有率提高 5% ， 这一目标是可衡量的，它使管理人员在年度中能衡量进展情况，并把实绩和预期目标相对照；

3. 目标不应强调活动，而应强调成果。

4. 目标既应切实可行，又应具有挑战性。

(四) 如何有效制定目标

1. 了解目标的目的

制定目标一般有两个基本目的：

(1) 给组织树立一个 射击目标

(2) 为制定其他目标和计划提供一个网络。所谓网络就是争取目标实现过程中所采用方法和步骤。

2. 正确阐明目标的内容

内容要具体，但要简明扼要，并要有明确的时间幅度。

3. 各种目标的一致性

一个单位的最高管理者必须保证使本组织内的各种目标与总目标一致。

4. 有效的奖励制度

在目标的制定过程中，应注意建立相应的奖惩制度，有效的奖惩制度能促进目标的制定和实现。

二、目标管理

目标管理目前已在全世界成为一种系统地制定目标进行管理的极为有用的方法。目标管理是一个全面管理系统，它用系统的方法，使许多关键管理活动结合起来，并且有意识地瞄准，有效地实现组织目标和个人目标。

(一) 目标管理的过程

总结目标管理工作在实践中取得的成功经验，会使我们更好地认识目标在管理中的重要性。以目标进行管理和考评的过程如下：

1. 初步在最高层设置目标

设置目标的第一步是最高主管人员确定在未来时期内，他们要抓住的企业宗旨、使命和更重要的目标是什么。

在设置目标的时候，主管人员也要建立衡量目标完成的标准，如果制订的是可以考核的目标，销售金额、利润、百分率、成本标准等这些衡量标准，一般都要制订到目标中去。

2. 明确组织的作用

在达到目标的过程中，所期望的成果和责任之间的关系往往被忽视，这一点应注意。例如，在设置一种新产品投产的目标中，研究、销售和生产等部门的主管人员必须仔细地协调他们的工作。

3. 下属人员目标的设置

在有关的总目标、策略和计划工作前提传达给下属主管人员后，上级领导人就可以着手同他们一起工作来设置他们的目标了。

上级领导人的作用在这里是极其重要的。他们应该问的问题包括：你能作出什么贡献我们怎样来改进你的工作同时也有助于改进我的工作有什么障碍是什么阻碍你取得更高水平的业绩我们能作什么变革我能怎样帮助你这样做，可以使许许多多阻碍业绩的问题得到解决，而且可以从下属人员的经验和知识中，吸收到许多建设性的意见。

2024 大学生创业计划书 篇9 一、餐馆名称

二、餐馆风味

以 xx 地区的农家风味为主

三、餐馆预计面积

xx 平方米

四、目标城市

五、选址要求

1、在周边 1 里内起码要有一个中型居民小区，周围最好一定量的流动人口，应该是白领来往或是租房目标区；

2、如果条件不能满足第 1 点，则位置需要交通比较方便，来往有一定量私家车和有消费能力的人员能醒目的看到餐馆的位置；

3、餐馆本身需要能停车 $x \sim x$ 辆家用轿车的能力，或是附近不超过 200 米有停车场。

选址总体评价，由于新手投入资金不宜过大，因此餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但希望往来比较多的人员，并且具有消费能力，希望通过餐馆的风味特色能吸引到老客户，要求能在三个月后能做到盈利 x 万元/月。

六、餐馆布局要求

大厅内部要求能摆放 4 人小台或小圆桌 $12 \sim 15$ 张，10 人大台 4 张

七、餐馆开张预算

1、租金：不能超过 x 万；

2、装修设计费用： xx 元；

3、装修费用：共计 x 万元

八、餐馆装修风格说明

1、门面装修要求显眼，突出特色，不夸张，简练，能体现其消费水平；

2、大厅说明：

桌凳使用原木色的大小八仙桌和长条板凳，或是使用外观上比较结实的大小圆桌，大小圆桌上覆上比较好的米黄色桌布；墙面和厅中原有柱子的 x 左右以下以深色瓷砖，厅中为了装修目的自立柱子均以深色为主，天华板不进行完全装修，使用射灯，射灯以上的天华板喷为黑色，大厅灯光要求柔和，但桌面上的灯光要求明亮。（这里只我的想法，实际以最终的设计为准）

九、人员配备

1、厨房：共 x 人， x 个主厨， x 个副厨， x 个配菜切菜， x 个洗涤人员， x 个洗/捡菜人员

2、包厢：以 x 个包厢计算， x 个服务员

3、大厅： x 个人，每 x 张台 x 个

4、其他：其他临时人员 1 人（主要用于服务休息时的轮换），店主 1 人。

十、运营费用明细

1、物业管理费用：每平方不能超过 x 元/月，以 x 平方米；共计 x 元/月；

2、排污费用：x 元/月；

3、水电费用燃油费用：水电 x 元/月，燃油 x 元/月；

4、人员费用：共计 x 元/月

5、折旧费用：共计 x 元

6、原材料：共 x 元/周

7、其他不可预知费用：x 元/月

十一、菜品说明

1、坚持两个特色：A、绿色健康食品；地区的地道农家风味；

2、坚持推重出新：A、不断推出新菜品，每月 x 个新菜品；B、跟季节变更，及更换菜品；

3、消费水平定位：跟门面地址周边环境相关，但初步定为平均 x 元/人。

总体来讲，以农家特色和绿色健康为卖点来，不一样的菜品才能买得到比较高的价格，并取得比较高的利润。

十二、直接成本估计

直接成本主要包括，油，盐，各种佐料，以及构成菜品的原料。

1、特色菜（拳头产品）成本控制在 x%；

2、中档但一般湘菜馆少见的，成本控制 x%以内；

3、中档常见成本控制在 x%以内；

4、低档常见菜控制在 x%以内，此类主要以蔬菜为主。

十三、最终费用核算

1、开业费用（单位为元）：

合计：x 元

2、每月底核算发生费用费用（单位为元）：

合计：x 元

3、需要准备资金：

开业费用+两个月的发生费用= x

4、生存营业额：

生存营业为 x 元/月，相当于平均一天 x 元

十四、其他问题

2024 大学生创业计划书 篇 10 一、定位

一般甜点都是小孩子喜欢吃的，但是我并不想只把甜点的市场目标投放在儿童身上，要让男女老少们都喜欢吃甜点，甜点要全是 diy 手工现做现卖的，要做到甜而不腻、入口不淡，并且还会搭配上自己调配的果汁，做到营养全面、好吃又美味。

二、投资分析

我要按照自己手头上的资本来策划接下来的事情，最初的资金是有 20 万，甜品店可承受的租金范围在一个月 4000 以内，而且环境又要处于闹市，租金最好是一个月付一次或者是三个月付一次。

三、装璜与设计

既然地处闹市，不管店面大小，一定要精致，因为人的食欲一般与环境有关。我个人比较喜欢在墙上贴一些漫画之类的，我可以借鉴过来在店里的墙壁上贴上一些本店的招牌 diy 甜点、果汁一类的，并附上详细的介绍，（例如：甜点的做法、口感……）供客人参考。一开始如果因为店里小的缘故而不能供应客人休息下来好好品尝我们甜品，没关系，可以在客人买甜点时赠送一个我们 diy 亲手制作的可爱小人偶作为补偿，并且向客人解释原因。等后面生意做大了，在慢慢扩大店面，来欢迎更多的新老顾客。

四、经营品种

主营：各种营养甜点、各种不同口味冰淇淋、果汁、奶茶……

五、经营特色

本店最大的特色就是所有甜点、果汁、奶茶、冰淇淋……全是本店专业员工diy现做现卖。并且甜点是按照国家营养标准来进行制作，象很多女生喜欢吃甜点，可是又非常怕胖，便视甜点为洪水猛兽一般，但是我们卡卡沫diy甜点不一样，我们有自己的品牌，我们每一款甜点都是经过营养师的鉴定，只有具有国家营养标准的甜点，我们才会推销上市。

六、经营方式

(1) 在刚开店期间可以先打出广告，告诉广大顾客我们卡卡沫甜品店在做促销活动，凡是购买任何一样甜点都打8折，只有把广告做好了，才会有更多的人知道我们卡卡沫甜点。

(2) 实行会员办卡制，在我们店里买满100元或者是积分有达到200分便可免费办一张会员卡，会员在重大节日于活动期间可享受7.5折优惠，买满50元送一款自调果汁或者领取精美小饰品一份。

(3) 我们每次制作出新口味甜点不会直接拿出来卖，而是先进行免费试吃活动，让广大顾客品尝，并且让每一位品尝的顾客留下对新款甜点的意见、是否喜欢新款甜点……等一系列问题，等统计出广大顾客的意见之后我们店在决定是否将新款甜点正式上市。

七、销售服务

一家好的甜品店不仅仅是因为有好的甜点，也是因为优秀的员工素质，在我们卡卡沫甜品店的每一个员工都是必须经过严格培训出来的，服务有三到：心到、礼到、诚意到。要让顾客觉得我们卡卡沫甜品店的员工有良好的品质，对待客人要尽善尽美，不得以任何理由拒绝顾客的合理要求。对于顾客提出的意见要及时的反馈给每一位员工，及时改正自己的不足，我们要做到给每一位顾客带来快乐。因为吃甜点是种享受，享受当然是件高兴的事情，怎么可以让顾客不满意呢？

八、诚信待客

(1) 在本店买到过期不新鲜的任何一样产品，我们退双倍钱并且免费赠送10份鲜的招牌甜点以示赔偿。

(2) 对于顾客的外送甜点一定准时送到，决不拖延时间，保证让顾客吃到

鲜的甜点，如果中途出现意外或者突发状况，一定第一时间告诉顾客没有将甜点送到的原因，并且事后做双份赔偿。

笔者（微博）Tips：

开甜品糖水店创业，享受最甜蜜的事业这才是现代人创业的最好选择，用甜品来品味我们的生活，将精致、营养、美味、健康的甜品和甜品的理念不断的发出去，就是在不断的汇聚财富，选择的正确的创业之路成就你美好的事业吧。

2024 大学生创业计划书 篇 11 一. 市场调查分析

宠物在人们日常生活中的地位逐渐升高，这就带动了整个宠物行业的快速成长，在中国宠物市场中，宠物用品和宠物服装已经成为社会中的一股时尚潮流。随着中国经济的快速增长，仅北京目前在公安局登记在册的狗就达到 100 万只，加上没有注册的数量，北京宠物狗的总数不会低于 300 万只，而猫的总数也达到了 200 万只。同样，欧洲透视的调查显示：中国的宠物数量在飞速增长，中国人对宠物的关爱日益浓烈。调研表明：中国的宠物数量在 20xx 年-20xx 年的 10 年间增长了近 600%。20xx 年中国宠物数量已增至近 1 亿只，中国宠物产业销售额突破了 500 亿元人民币。

二、服务介绍

1 宠物美容

2 宠物医疗

3 经营宠物服装：

4 宠物日用品

5 宠物摄影等

三、营销策略

众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的根本，没有市场便没有企业的生存，没有市场的发展便没有企业的发展。

最近几年的宠物市场越来越热，我们身边的宠物食品、用品店，宠物美容店在几年之内增加了很多，超市里与宠物食品、宠物用品有关的产品也由原来的一个货架，扩展成为一排货架，小区周围的小型超市也增加了宠物食品、用品的货架，各大主流网站也开辟了宠物论坛，到处可以了解到关于宠物的各种信息，宠物成了居民生活中的一部分，宠物市场进入了一个蓬勃发展的时期。

根据市场营销策略来看，宠物企业在市场中谋发展，不仅要善于发现和了解客户需求，而且要尽一切可能从产品质量、销售渠道、价格、促销方面来寻找和简历一个实现这一要求的可控体系。企业要想在激烈的市场竞争中取得成功，产品质量是第一要素，提高、把握产品质量是重中之重，在保证好产品质量的同事要根据市场动向，制定合理的价格，进行准确的价格定位。

四、成本预算及盈利状况

1 成本预算

开家宠物店，首先要拿出 1 万元左右，参加培训一个月左右并拿到“宠物美容师”资格证。除了营养品跟上，还应该专门的美容项目，所以，还应该拿出 1 万元投资宠物美容设施：洗澡池、一把电剪(20xx 元左右)和五个刀头(1000 元)、三四把美容剪(20xx 元)、吹水机、电吹风、热水器等。两万元用于进货，在宠物用品所涉及的.吃、洗、玩、住等地方，1 万元购置包含营养品在内的食品，5000 元购置洗浴用品、5000 元配些其他种类货品。店铺装修、货架等也得 1 万元。

2 盈利状况

利润率：按照规律，投资宠物店，半年之内不会盈利。食品、用品类毛利润在 20%左右，美容在 60%左右。按照房租 20xx 元/月，每月营业收入超过 5000 元，就可保本。两年内就能赚回本金。

五、选址

据介绍，宠物店选址的选择是开店经营中灵活性最差的因素，需要考虑多种因素，包含周边人群的规模和特点、宠物的数量情况、同行竞争情况、交通便利性、附近商家的特点、房产成本(租金成本)、合同期限、人口变动趋势及有关的法律法规等。

六、风险回避

尽管宠物美容这一行业前景看好，但也同样存在风险，店员难招是这一行的大难题。宠物美容师与一般的美容师不同，不仅有专业要求，而且工作非常繁琐，还经常会被宠物咬伤、抓伤。一般人会以为，给宠物犬美容就是修剪修剪，梳理清洗一下毛发。事实上，宠物美容师的工作并没有看起来那么简单。

给宠物犬美容，通常要一个小时以上，碰上不怎么听话的宠物犬则需要更长的时间。由于活儿脏累，这就使得这一行业的店员招聘比其它行业困难很多。

七、进度安排

阶段时间经营模式

前期第 1 年到 3 年店面经营与网上商店同时进行

中期第 4 年到 6 年开始采取加盟的经营模式

长远发展第 4 年收回加盟店，进行连锁经营

这是宠物店发展的一个初步规划图。在实际运营过程中，还要紧随市场发展，不断优化产品质量和服务水平，提高 宠物店的竞争力，扩大市场占有率，达到长远发展的目的。

八、总结

目前越来越多的人都爱养宠物，宠物的需求量也越来越大。有些人们把宠物当做孩子来养，那么就需要一个专门的店来照顾‘孩子’。所以人们对宠物店的需求也会越来越大，前景可观。

2024 大学生创业计划书 篇 12 一、公司摘要：

这一部分要介绍公司的主营产业、产品和服务、公司的竞争优势以及成立地点时间、所处阶段等基本情况。

二、公司业务描述：

这一部分介绍公司的宗旨和目标、公司的发展规划和策略。

三、产品或服务：

介绍公司的产品或服务，描述产品和服务的用途和优点、有关的专利、著作权、政府批文等。

四、收入：

介绍公司的收入来源，预测收入的增长。

五、竞争情况及市场营销：

分析现有和将来的竞争对手、他们的优势和劣势，以及相应的本公司的优势和战胜竞争对手的方法。对目标市场作出营销计划。

六、管理团队：

对公司的重要人物进行介绍，包括他们的职务、工作经验、受教育程度等；公司的全职员工、兼职员工人数；哪些职务空缺。

七、财务预测：

公司目前的财务报表、5 年的财务报表预测、投资的退出方式(公开上市、股票回购、出售、兼并或合并)。

八、资本结构：

公司目前及未来资金筹集和使用情况、公司融资方式、融资前后的资本结构表。

九、附录：

支持上述信息的资料：管理层简历、销售手册、产品图纸等。

2024 大学生创业计划书 篇 13 一、项目摘要

你是不是不想每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起下厨的神秘感觉

大学生厨房就非常对你的口味，把你从烦闷徘徊中解脱。

同学们只要买来自己喜欢的菜肴，这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，每单元仅 20__-2500 元/年大概可在一学期内收回成本，下半年的收益可用来扩展设备设施。

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，他们都很期待大学生厨房的开业，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起下厨。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，和朋友一起享受下厨的快乐吧！

二、 公司简介

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，时时提供热饭。

3、项目服务内容：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一定的租金就可以到指定的灶台上去烹饪了，一个厨房四个灶台、可以同时烹饪。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)之间大概可以烹饪28(4个灶台_7组/灶台)组同学。同学们可以在这里吃完再走，也可以带出去吃，一切自便。

我们大学生厨房还搭配有一个大冰箱，若是一个常客，且有吃不完的菜，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，但因考虑到用电情况和冰箱空间问题，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。在只有两种选择的情况下，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能力的厨房。

5、大学生厨房室内的装饰：可由学生来创造设计，设计核心为自由舒适，绿色环保。主要体现简单美。大学生自己种的花草，手工剪贴画，废物利用等些有创意的设计都可用来装饰大学生厨房。

三、组织人员 管理

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/她可以提前做安排，中型的(10-20人)也由预订负责人安排，小规模顾客群，则按先后来后到使用灶台。

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、中型规模顾客群有固定的订租价格，根据预订厨房的次数来决定下周小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。

四、市场

1、市场营销

①宣传

我们将通过传单、海报、校论坛、个大学生的 qq 群，和大学生中的关系网来宣传。我们将邀请各院系的一些好朋友相聚到一起来免费体验一下在我们“大学生厨房”中的自由、快乐和满足感，请他们为我们“大学生厨房”做口头宣传。

②客源

既然我们“大学生厨房”的饮食和体验快乐而设计的，那大学生就会有各种各样的理由喜欢我们“大学生厨房”。

- a. 在同学面前一展自己的厨艺。
- b. 请自己的好朋友到“大学生厨房”里为自己做一顿香喷喷的美食。
- c. 某两、三个男女寝室在这里可以搞个厨艺联谊，不会做菜的顺便学学。
- d. 有外地来的同学，让他/她炒炒家乡菜，尝尝鲜。
- e. 不满足外面餐馆，也不满足食堂，还不容易自己弄。

在大学生厨房这样轻松自由的环境里，在一个像家里一样可以出入的厨房。我们不仅是吃了一顿饭，更重要的在这个过程里，我们体验到了自己动手的快乐。一起动手的快乐，这里真的就是大学生们自己的厨房。所以有这样多的收获，我们大学生厨房的顾客将络绎不绝。每一年都将有新生的到来，来尝鲜的同学也将连续不断。

③既然大学生厨房是为大学生餐饮和娱乐考虑，那么可以扩展搭配盈利服务，可以出租烧烤工具，卖烧烤配料。卖饮料、啤酒、干菜等易存储的菜类干货。也可搭配免费服务，提供怎样做菜的一类书籍和营养搭配的书籍。

2、市场前景

现在看来，还没有同我们“大学生厨房”这样的规模来出租厨房给大学生一样结构、形式的店，即使有、也只可能是将大学生自己做饭菜当成是一种娱乐的形式。所以我们“大学生厨房”是独特的。大学生们都有一种想体验社会实际，体验自己动手的快乐，也想体验新鲜的积极分子。所以我们“大学生厨房”的前景广阔，全国这么多高校(本科、专科、职业学校)那将是多么广阔的连锁空间。也重视“大学生厨房”在学生中的关注度，信誉度来横向发展其他服务，做到大学生厨房的横向连锁。

3、战略目标

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/338004137116007000>