

大学生创业计划书范文 5000 字 6 篇

大学生创业计划书范文 5000 字 (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，所以在这方面上是肯定有需求的；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，已有了无数的蚂蚁，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，体现本店的形象及特色，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、嬉戏、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，有些人他真的很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。

大学生创业计划书范文 5000 字 (2)

服务介绍

随着我国人民生活水平的进一步提高，人们对营养摄入的要求越来越高，但实际上我国居民营养摄入不平衡的问题还相当的严重，在大中小学校、托幼机构、养老院、专业运动队、医院、政府部门、公共卫生部门、企事业单位、社区保健及健康中心、餐饮、食品加工及经营部门、宾馆等均需要不同数量的营养专业技术人员和管理人员。社会的发展和民众对营养的需求十分明确，营养产业正在由专业营养师和专业性的营养机构拉开序幕。

公司将根据不同的人群需求设定不同的营养护理方案，创办营养检测咨询指导中心。本中心将通过对顾客的营养检测，实施营养服务，并结合营养指导和营养调理提高顾客的营养指数。

具体检测方案：

- 1) 测定个体基本营养状况——能量相关测定、矿物质测定、维生素测定
- 2) 测定不同阶段人群的特定营养需求指标

3) 其他营养状况指标——多项

4) 测定营养不平衡的营养素项目所对应的脏器功能 20 项指标

5) 测定挑选食品及保健食品对营养改善的情况、包括吸收度和效果

6) 出具系统的营养状况评价报告、营养对健康的影响程度报告、营养与当前健康状况分析、食品营养测定指导、保健食品营养测定指导，膳食指导。

技术指标：

1. 指标全面：包含所有的营养素以及有害物质的测定

2. 操作简单：二周培训即可掌握检测手法，30 分钟即可进行一次居民营养全面检测

3. 评估报告智能化：即时的营养评估分析，智能系统完成复杂的计算标准

4. 指导明确：每一营养素都有明确的功能、症状对照、食物含量排序和注意事项

5. 生物波取样技术：无损伤、营养素功能平衡度波形全面。

通过健康调理示范基地的营养检测、营养指导、营养调理完全个性化的技术服务，通过不同人群不同的健康标准生物波模型，通过严格的规范的数据分析解读方案，使营养师在做人群营养及健康指导实现了规范化，检测分析技术国际领先，营养方面可以实现指标全面、快速准确，更重要的突出了平衡的理念，可以检测到营养素之间的协同和拮抗关系，可以检测到食品级保健食品的吸收，实现最好的配伍，为顾客做出全面地、系统的可执行的有效效果的能够评估的营养方案。

公司还能从营养指导中心发展为亚健康中心，进一步转化为健康管理中心。且能与各个行业进行战略性的合作，如下：

1) 餐饮业：营养检测评估——营养调理——营养教育——食品开发——营养配餐——特色餐饮培训和连锁

2) 美容业：营养检测评估——美容与营养和健康——营养调理——具有竞争力美容业

3) 健康养生会所：增项开发营养检测评估——营养调理——各种养生保健方法应用

4) 健康体检机构：增项开发营养检测评估——营养调理——增加健康体检内容。

公司根据自己的实力及能力惊醒了市场定位，基本选址在药店、普通社区、老干部活动中心、卫生站、美容院保健品专卖店等，接着在进一步进入商务会所、健康中心、疗养院、体检中心、大型高档社区、机关单位的医疗保健机构等。地段面积大致在 70——140 平方米为宜，原则上检测室要独立，一个检测室最多放两套设备，并设有办公室、资讯室、解读室(封闭、隔音)。配置智能化营养检测分析设备 2 台，可根据自身条件选择租赁或购买营养检测分析仪。(租赁设备：需交纳保证金 6 万元或有担保抵押资格的人及财产。设备租赁费用为每月 3000 元。购买营养检测分析仪：设备价格为人民币 9.5 万元，包括营养检测设备一台、计算机系统和检测软件一套、水处理设备一台)。

人员及组织结构

本公司有董事会、宣传组、策划组、实施检测组、营销组、人力资源组等，对其要求如下：

1) 有志长期从事健康营养产业、具备一定投资实力、优异投资健康产业的人士

3) 管理者、工作人员要具备一定的医学、保健、营养学知识；

4) 有相应的经营管理能力，有一定组织协调能力和社会活动能力，具备良好的客户业务关系资源或有意向服务的顾客群；

5) 保证为客户提供长期、系统、优质的服务的医学、护士专业毕业人员、药剂师及营养师；

6) 愿意定期接受总部提供的技术培训及考核(免费)；

7) 遵守公司的形象，统一政策及统一指导，认同并积极配合总部的有效经营方针和管理模式、经营模式；

市场预测

需求分析:

1、营养检测、咨询、指导调理服务市场需求分析:

(一)政策法规:

1. 《中国营养改善行动计划》规定,今后保健食品推销员必须拥有具国家认可的职业营养师资格 ;

2. 20xx 年《国民营养条例》出台,所有幼儿园和学校,社区和超过百人以上的餐厅都必须配备营养师:

3. 20xx 年 10 月 25 日,国家劳动和社会保障部公布第四批新职业,正式确认“公共营养师”成为新职业 ;

(二)健康的需求:个体、家庭需求

随着人们生活水平的提高,人们全面提高生活和生命质量的期望值普遍提高,对由于膳食不合理,营养失衡引发慢性病的健康问题引起高度重视,调整消费结构,投资营养、获得高标准的生活和生命质量已经成为消费潮流。聘请营养顾问已成为现代人的消费时尚 ;公共营养师成为国家新职业,为从业者提高了职业身份和社会认知度。

营养师职业地位与前景: 20xx—20xx 年将出现公共营养师全球需求高峰,目前,家庭营养顾问年费 8 千元左右,企业营养顾问年费 4 万元左右,营养顾问是一个高职自由职业群体,一个中等水平的公共营养师年收入在 10 万元左右。

2、营养检测咨询指导中心建设需求分析:

1. 大中小学校、托幼机构、养老院、医院、公共卫生部门、企事业单位、社区保健及健康中心(服务对象不低于 500 人数),有系统的定期临床体检,建设有自己的食堂,没有专业的营养师、不了解群体营养,可以两种模式:一种建设营养工作室;一种是委托专业性的营养检测调理中心作为营养顾问单位。

2. 专业运动队、餐饮、食品加工及经营部门、宾馆,以及上述机构(服务人

100-500 人数之间)因服务需要以及政策要求必须设有营养工作内容,最可行的模式是:可以聘请兼职的营养师作为顾问,委托专业性的营养咨询、检测、指导调理中心作为营养顾问单位,服务于本机构,这样可以大大减少管理和经营成本。

营销策略

1、营运指导:总部为店面经营、管理、形象维护、宣传等活动提供成功、有效的管理模式。同时,总部市场部随时为各检测中心的经营问题提供指导与援助,并不定期进行市场巡查,及时发现并解决检测中心经营过程中的问题。

2、广告支持:总部可提供广告宣传所需的文字、照片、影像资料等。

3、服务支持:总部以优惠价格为检测中心提供自主研发及集团采购的系列健康调理产品,总部还将为检测中心提供后续研发的产品,丰富产品结构,增加利润空间。

4、网络支持:在总部网站上标注各检测中心的地址、介绍、联系方式等。通过网络宣传学术理论、标准界定、相关学术进展、公司的专利产品及项目优势等。利用互联网的迅速、便捷使双方进行全方位的信息交流。总部定期有选择的在网上公布优秀检测中心的活动情况及相关业绩。

5、专家资源:总部会不断的扩大聘请医疗、营养学专家的范围及数量,保障为各检测中心提供值得信赖的专家前往指导。费用另议。

6、服务支持:开业初期一周内,总部派相关人员(市场部、健康部)前往协助开业,相关费用由“中心”负担。

7、统一形象:总部对“中心”的实体店面情况提出合理的装修方案,可选择总部统一就商标、站号、LOGO的使用进行指导。(健康使者工作站)

8、技术培训:签约后总部统一培训,新店开业前总部对健康医生进行系统专业培训及指导。并定期举办店长、骨干人员的集训,不断提高“中心”人员的专业水平。总部会不断将新技术、新项目、新知识、新业务积极主动推荐给“中心”,使其与总部永远保持一致。

9、顾客特点：面向所有需要营养健康的人群，尤其是营养方面需求度高以及欠缺的弱势人群。

公司还具有全面的管理流程模式，如下：

1. 服务流程自全面的健康信息采集开始
2. 操作标准一致的检测手法
3. 系统的营养评估标准模板
4. 具有个性化的营养指导和调理方案
5. 统一管理模式的档案系统，使营养平衡和健康管理系统连接

财务规划 (3 年)

启动资金： 20xx00 元

1、 开业初期基本费用分析（基本店）：（前一个月）

房屋租金或购买店面： 10000 元

门面装修含广告宣传及技术培训费： 6500 元

办公设备： 170000 元（设备检测仪器、电脑、打印机、移动硬盘、电话机、书桌椅等）

申请执照： 1000 元（非一般纳税人资质）

人员开支：按 5 名员工计，平均工资 2500 元/月. 人

2、 收益预测：（普通店-购买营养检测仪）

1) 运营日均接待客户最大量（2 名营养师）：

营养咨询 5 人： 5×50 元=250 元

本店营养检测（当日出报告）2-5 人： 3×100 元=300 元

健康检测 100 元/人 $\times 3=300$ 元

制定营养食谱 5 人： 5×50 元(均价)=250 元

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/338034004142006126>