

2022 创业计划书

2022 创业计划书 1

一、活动目的：

在当代大学生就业压力大，实践经验少的情况下，为培养大学生的创业意识，发掘大学生的创业典型，引导大学生转变就业观念，提高我校大学生就业创业能力，同时也是为了进一步展现当代大学生的创新创业能力以及社会适应能力，让更多的在校大学生更快、更好的融入社会，迎接新的挑战，开启新的未来。我系团总支学生分会特开展本次创业英雄会大赛。

二、活动时间：__年 4 月 25 日至 5 月 14 日

三、活动主题：创业的日子，我们在感受生活

四、活动地点：怀化学院东西校区

五、报名时间：4 月 17 日至 4 月 21 日六、参赛对象：怀化学院在校大学生（团队的形式参赛，每支队伍 4~6 人）。

七、组织机构：

八、大赛流程：

宣传启动、理论含现场讲解（初赛）、交流会及颁奖晚会（决赛）三个阶段。

1、宣传启动环节 4 月 17 日至 4 月 21 日，成立大赛组委会。活动启动宣传和报名组织工作，4 月 22 日，活动筹备正式开始。

2、理论环节（初赛）4 月 25 日于经济学系 201 教室进行活动初赛，各参赛学生（团队）报名、递交参赛作品，凭选手递交 2022 创业计划书，以及选手对创业计划的现场阐述选出五组选手进入决赛环节。

3、老师针对活动主题进行讲座。

4、交流会及颁奖晚会（决赛）5 月 14 日，选手通过 ppt 和视频，分享创业策划与比赛经验，比赛结果将分别依据小组涉及的 2022 创业计划书和选手现场表现，分别评选出一、二、三等奖。

九、参赛要求

1、参赛作品是以参赛项目为核心，以其商业化运作为主体的一份 2022 创业计划书。

2、参赛作品必须以文字的形式作为介绍，字数 1000 字以上；打印在 a4 纸上，同时递交 word 文档。发送到 474739609@qq.com 和 435587809@qq.com、948363608@qq.com。

3、参赛作品内容包括：商业模式描述、市场分析、产品或服务简介、运营思路、创业团队介绍等（最好是注明该作品的特色）。

4、参赛作品必须为选手自己创作，不得抄袭他人作品。组委会将对作者及作品的专一性进行审查，对于不符合参赛资格或有弄虚作假现象者核查属实后，将被取消其参赛资格，对已获奖的将追回所得一切奖励及荣誉，并以适当形式公布。

5、参赛学生（团队）必须严格遵守大赛各项规定，逾期未交作品或未按时报到参赛者，视为自动放弃。实践环节中要遵守法律法规、注意人身财物安全。

十、评奖标准：

2022 创业计划书 2

准备创业方案是一个展望项目的未来前景、细致探索其中的合理思路、确认实施项目所需的各种必要资源、再寻求所需支持的过程。

需要注意的是，并非任何创业方案都要完全包括上述大纲中的全部内容。创业内容不同，相互之间差异也就很大。

第一阶段：经验学习

第二阶段：创业构思

第三阶段：市场调研

第四阶段：方案起草

创业方案全文

写好全文，加上封面，将整个创业要点抽出来写成提要，然后要按下面的顺序将全套创业方案排列起来：

(1) 市场机遇与谋略；

(2) 经营管理；

(3) 经营团队；

(4) 财务预算；

(5) 其他与听众有直接关系的；信息和材料，如企业创始人、潜在投资人，甚至家庭成员和配偶。

第五阶段：最后修饰阶段

首先，根据你的报告，把最主要的东西做成一个1—2页的摘要，放在前面。其次，检查一下，千万不要有错别字之类的错误，否则别人对你是否做事严谨会怀疑的。最后，设计一个漂亮的封面，编写目录与页码，然后打印、装订成册。

第六阶段：检查

可以从以下几个方面加以检查：

(1) 你的 2022 创业计划书是否显示出你具有管理公司的经验。

(2) 你的 2022 创业计划书是否显示了你有能力偿还借款。

(3) 你的 2022 创业计划书是否显示出你已进行过完整的市场分析。

(4) 你的 2022 创业计划书是否容易被投资者所领会。2022 创业计划书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。还应保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

(5) 你的 2022 创业计划书中是否有计划摘要并放在了最前面，计划摘要相当于公司 2022 创业计划书的封面，投资者首先会看它。为了保持投资者的兴趣，计划摘要应写得引人入胜。

(6) 你的 2022 创业计划书是否在文法上全部正确。

(7) 你的 2022 创业计划书能否打消投资者对产品(服务)的疑虑。

2022 创业计划书 3

一. 童装市场现状分析:

童装涵盖了 0-16 岁年龄段人群的全部着装。童装企业进行童装品牌定位，可以通过年龄层细分市场。按年龄段可以细分为婴儿装、1—3 岁段的幼儿装、4—6 岁段的小童装、7—9 岁段的

中童装、10—12岁段的大童装、13—16岁段的少年装。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，查过很多相关的资料得知，目前我国年产童装占全国服装总产量的近10%。童装生产以中小企业为主，近年来，我国童装的消费需求同比保持高速增长，国内童装企业目前相对缺乏竞争力，国外品牌童装已占据了相当大的市场份额，几乎达50%，而国内有特色的童装品牌所占市场份额还很小，只有30%左右，70%企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，在现实中现在小孩的服饰需求也平常化，一年当中平时两套，过生日一套，六一节一套，过春节一到两套，一年当中最少需求5-6套，市场较乐观。同时

中国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转移到“品牌消费阶段”总体消费特点表现为一是由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型，部分经济发达的城市，消费者对童装的需求趋向潮流化、品牌化。童装企业在做品牌时，一定要做一个有文化内涵的品牌

二. 童装市场未来的发展趋势

中国童装产业发展很快，市场需求迅速扩大，童装产业发展前景被广泛看好。中国拥有庞大的童装消费主体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，经查过相关的资料显示，中国 14 岁以下的儿童约有 3.14 亿，其中城市近 1 亿，农村 2 亿多。据测算，20__年以后，中国每年的新生儿出生率将保持一定比率的递增，到 20__年，新生儿出生数将进入高峰期，在现有出生数的基础上增加 1 倍，将形成庞大的儿童服装消费市场。

童装业的发展非常快速，以后的童装业发展将步趋品牌化、服务化、个性化、功能化发展，分述如下：

1. 品牌化

现在一些发达城市，生活水平较高的城市童装品牌店日益增多，随着生活水平的提高，品牌意识渐渐加强，现在不少城市中散货童装店也虽然很多，但一定要有品牌意识。

2. 服务化

童装的购买者有直接者有间接者（指买来送人的），但以父母间接购买居多，现在由于子女人数不多，一般程度上都比较尊重他们的意见，一定程度上儿童的意见性非常重要，会制约购买意向。如何留住顾客，促使二次消费，我们要考虑更多的增值服务，除了单纯的卖给他们服装后，我们还能给他们带来什么？我

们可以提供哪些更多的增值服务，进一点提高顾客价值，也是提高竞争力扩大销售的一种手段和一种发展趋势。

3. 个性化

生活水平的提高，对物质各方面的追求会越来越高，审美观点也变得潮流和时尚，针对儿童如果有一些再个性化的服装（一般是中童，大童，少年装为主）将会越来越被重视，而且要表达健康成长、积极向上的良好喻意。

4. 功能化

也查过相关资料，据了解市场上有部分衣服对人面含有不利健康的材料，不符合环保健康要求，穿得要健康。因此在以后的发展形势中，有各种功能诉求卖点，如可以当少儿一些不良症、有益提高免疫力的等功能性童装将会越来越被推广和普及。

童装行业的发展任重而道远，品牌男装和女装也许你可以一口气说上十来个不成问题，但要你说出知名的十来个童装品牌可能有点困难，未来童装的发展目的性针对性较强，大的国内品牌将会不断加强品牌建议，不断提高品牌知名度和影响力，规模将会越来越大；一些非品牌将会接受新一轮的应战，要么细会市场打造另一个第一，要么会被一些知名品牌收购和吞拼，一些研发能力，设计款式时尚跟不上的部分中小型企业将会举步维艰。

三. 当地市场调研

市场调研是一项非常重要的工作，因市而变，以便做好相应的评估，及时做好当地的市扬调查情况，要了解当地童装店的分布情况及销售情况，了解当地消费人群的消费习惯及消费水准，采用交谈法，实地观察法和问券调查的方法收据相关的信息收据。

当地的市场调查采取以下几种方法：

1. 采用传统的问券式调查法，收集相关的资料信息（已委托朋友交给幼儿园的老师分发学生让其父母填写、收回），自己再上街实际询问操作。

2. 采用顾客交谈法，多问问当地身边的目标群体，了解他们的消费习惯。

3. 多到当地同类产品店多观察，了解他们的店面装修风格、货物风格以及销售成交情况，以便做评估。

4. 要在所租店面地段多多观察，多了解所在地段的人流量，目标群体进店率，所在地段的商业氛围。

5. 沿街观察或多到当地的幼儿园、小学多看看，了解当地年龄段朋友的穿衣风格，流行的款式等。

区域市场童装消费意识及消费习惯调查表

一. 您的年纪是？

A. 23-25 岁 B. 25-30 岁 C. 30-35 岁 D. 35-40 岁 E. 40 岁以上

二. 您小孩的性别是?

A. 男孩 B. 女孩

三. 您小孩的年龄是多大?

A. 婴儿 B. 1-3 岁 C. 4-6 岁 D. 7-9 岁 E. 10-12 岁 F. 12-16 岁

四. 为小孩购买童装时, 会不会在意是否是品牌童装?

A. 在意, 一定要选择品牌的 B. 不在意, 只要质量款式好就行

五. 为小孩购买童装时, 你考虑先后顺序是: (选择你最重视的两项)

A. 是否是品牌 B. 质量 C. 款式 D. 价格

六: 下面哪些节日时, 您会考虑为小孩购买新衣服?

A. 过生日时 B. 六一儿童节 C. 过春节时 D. 过这些节日, 都会买

七. 一年中您一般会为您的小孩买几套衣服?

A. 2-3 套 B. 3-4 套 C. 4-5 套 D. 5-6 套 E. 6 套以上

八. 您愿意花多少钱购买一件小孩的衣服?

- A. 50 元以下 B. 50-100 元 C. 100-150 元 E. 150—200 元
F. 只要看中, 多少钱无所谓

九. 去店里购买衣服时, 最后购买的选择权是谁?

- A. 都由大人做主 B. 小孩看中哪件就买哪件 C. 看情况,
一般情况下由大人做主

十. 你在选购衣服时, 您会喜欢怎样的价格标注方式?

- A. 明码标价, 优惠时有相应的折扣 B. 不太喜欢明码标价,
店员开价再还价

十一. 您的月收入是多少?

- A. 1000-20__元 B. 20__-3000 元 C. 3000-5000 元 D. 5000
以上

非常感谢您的参与与支持, 请留下您的联系方式。

您的姓名:

联系电话:

以上表格的调查内容可以帮我们了解到:

1. 当地小孩的年龄层次分布集中情况

2. 当地各年龄段男女孩的性别数量比例.
3. 当地人的是否注重品牌意识
4. 当地人愿花多少钱去买一件儿童服饰
5. 间接和直接消费群体的购买权
6. 当地人的收入与消费水平
7. 一年中当地童装大约有多少购买需求
8. 哪些日子家长会考虑为自己孩子购买童装
9. 当地的消费意识是注重质量、款式、还是价格
10. 目标群体是喜欢采取明码标价还是注重散货店店员报价再还价

四 当地童装市场调研分析报告

根据市场调查收集起来的资料进行分析总结（未总结）

五 童装店店名及释义（未分析）

待选择参考的童装店名：（待分析——不可与市场品牌童装同名的原则）

小葫芦向日葵可可童星贝贝乐哎呀呀

六 店面选址及装修风格

生意中有说“三步一选”，三步一选址，说的就是店面的重要性，一个好的店面有好的产品相对来说会成功了一半，因此店面的选择显得至关重要。店面选址要求：

1. 在当地的商业街，人流量大，目标群体也相对集中
2. 当地热闹的步行街
3. 当地的幼儿园、小学比较集中或临进的区域

2022 创业计划书 4

公司名称：腾达、鹏飞、晟大、博达、风华、博雅、光辉、程翔 公司经营人员介绍：李思楠、黄秋月、于异凡?? 一：公司概述： 公司的企业文化：

我们的愿景：培养出学习优异，具有独立思考能力和高素质的英才少年。

我们的使命：为孩子的学业提供优质的教育资源、为孩子的课后制定多元的学习方案、为孩子的素养提供专业的教育指导

我们的承诺：学情分析免费、制定个性化学习方案免费、成绩无. . . 提高全额退款 公司的组织结构：

公司成立初期，内部实行直线职能的组织结构，全体合作伙伴均为公司的股东，推荐人为执行董事兼法人代表，执行董事任

命总经理，其余各人依据自己的专业特长就职于各部门。公司上下各司其职，相互协调，共同发展。

管理人员及职责：

董事长——

1、董事长作为公司的法定代表人，负责召集和主持董事会会议。

2、检查股东会议和董事会会议的落实情况，并向董事会报告。代表公司签署有关文件。在发生紧急情况下，对公司事务行使特别裁决权和处置权，但这类处置权必须符合公司利益，并向董事会和股东会汇报。

3、决定公司的经营、计划和投资等总体发展战略，并决定校长人选。

校长——

1、主持公司的生产经营与日常管理工作，组织实施董事会决议；

2、组织实施公司年度经营计划和投资方案；

3、拟订公司内部管理设置方案；拟订公司的基本管理制度；

4、制定公司的具体规章；

5、提请聘任或者解聘公司负责人；

6、公司章程和董事会授予的其他职权。

7、定期向董事会提供生产计划书，在每个财务年度末向董事会作工作汇报，平衡协调各部门之间的关系。

教导主任

1、负责公司总体的教学活动，决定公司的教学策略和措施，并对教学工作进行参与和纠正。

2 组织安排人员深入学生，了解相关学生的困难信息，了解家长反映的基本情况，及时反馈用户意见及需求信息。

人力资源部经理

1、负责对公司人员的配置、培训、考核、奖惩等事务。

2、结合公司的教育与经营目标，依据人力分析预测结果，合理分配各部门的人力；负责师资团队建设。

3、监督公司管理制度的实施；制定考勤制度。

采购部经理

负责选址、场地洽谈、教学设备和材料采购以及后期物品的保管及增添。

行政部经理

1、负责公司的市场研究，了解竞争对手。

2、制定合理有效的营销教育计划，为公司牟利。

3、负责广告与营销

二、产业概况和前景预测

1、培训机构市场潜力分析

据国家统计局的统计数字，中国家庭最大的支出为教育支出，中国家庭子女教育的支出比重接近于家庭总收入的三分之一，城市家庭教育占家庭消费的 65.5%，有 56.5%的家长把孩子教育投资列在首位。20__年底，中国社会科学院发布的《20__年社会蓝皮书》指出，子女教育费用在居民总消费中被排在第一位，超过养老和住房。总之，教育培训机构市场这一产业所构成的，是一个巨大的、永不会衰败的市场。因此，我们完全可以断定教育产业市场前景是非常广阔的，它已经成为我们这个时代最有活力和意义的朝阳产业。

2、青少年教育市场的特点

(1)、客户群数量巨大：

中国目前 0 - 7 岁幼儿约有 1.8 亿；每年新出生人口 20__多万，其中城市人口就有 600 多万。庞大的基数、稳定的增长与更新，奠定了教育市场坚实的客户基础。

（2）、家庭对教育投资需求强劲：

“望子成龙”是每个家长的心愿，重视教育是中华民族的优良传统。中国人在培养后代方面，可以用“舍得花血本”来形容，后代仿佛是自己生命的延续，是未来的希望。我国城镇居绝大多数为独生子

女家庭，子女消费已成为家庭第一大日常支出，月收入在1500元的家庭孩子月消费为500元左右，月收入5000元的家庭用于孩子的消费额为1000元左右，其中用于孩子的教育消费已占子女月消费的30%。

（3）、托管教育理念深入人心：

越来越多的家长意识到子女课后教育的重要性，在全方位提速的新社会，分母忙于日常工作和生活，在忙碌之余深切关心孩子课后时间的利用，时间就是知识，时间就是成长，时间就是希望。

（4）、托管教育代表朝阳教育产业的发展方向：

联合国文教组织宣称，教育产业是21世纪的朝阳产业。卓越的投资人认为，教育产业是“21世纪最后一支原始股”。世界教育专家认为，托管教育是21世纪教育发展的趋势所在。中国教育专家认为，“科教兴国”要从娃娃抓起，从整体上提高未来人才的素质。

许多国家都把儿童的科学教育作为 21 世纪争雄的第一战略任务。各种儿童早期发展计划纷纷出现，其重要的特点，就是加强对儿童的个性化指导，能力培养，实现综合素质的全面发展。在实行独生子女政策的我国，大部分家长只有一次养育孩子的机会，因而年轻的父母更加需要培养孩子全面、系统、实用的科学指导，尤其是适合自己家庭和孩子发展特点的个性化指导，使孩子迈好这人生的第一步！好让自己的孩子不输在起跑线上！

我们可以通过明确目标市场、提升产品理念、研发优质课程、创新经营模式，步步为营地进入这个市场基础成熟、消费群体稳定、发

展空间广阔、产品盈利持续、项目延伸广泛的朝阳产业。

三、经营模式初步设想

1、产品定位

目前的辅导教育市场可以初步分为以下四大类：一是书籍、音像制品、教育等；二是特色培训类，包括英语、艺术、体育等；三是益智玩具、DIY 玩具类等；四是各种亲子班、夏令营等。

我们以开发培养孩子的创新思维、创造力培训课程为突破口，辅以趣味科学实验、益智游戏、智力玩具和相关音像制品、等方式，以“小天才实验室”、“创造力训练营”、“智慧大本

营”、“魔幻学堂”等形式，打造国内开发培养青少年创造力第一品牌。

2、经营模式

首先，在深入的市场调研前提下，以心理学、教育学、思维学、创造学、成功学等相关理论为基础，提炼整合出自己独特的教学理论，结合我国国情，制定出详细发展规划；其次，集中精力研发几门经典课程、发明几款益智玩具，编撰制作相关书籍、音像制品、建设，同时做好商标、版权、专利等知识产权保护工作，建成一到两个经营示范点；最后，细化完善经营模式，以加盟连锁的方式拓展经营。 四、市场分析

2022 创业计划书 5

创业计划一般包括：执行总结，产业背景和公司概述，市场调查和分析，公司战略，总体进度安排，关键的风险、问题和假定，管理团队，企业经济状况，财务预测，假定公司能够提供的利益等十个方面。

1. 执行总结

是创业计划一到两页的概括。包括以下方面：

◇本创业计划的创意背景和项目的简述

◇创业的机会概述

◇目标市场的描述和预测

◇竞争优势和劣势分析

◇经济状况和盈利能力预测

◇团队概述

◇预计能提供的利益

2. 产业背景和公司概述

◇详细的市场分析和描述

◇竞争对手分析

◇市场需求

◇公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足目标市场顾客的需求，进入策略和市场开发策略

3. 市场调查和分析

◇目标市场顾客的描述与分析

◇市场容量和趋势的分析、预测

◇竞争分析和各自的竞争优势

◇估计的市场份额和销售额

◇市场发展的走势

4. 公司战略

阐释公司如何进行竞争：

◇在发展的各阶段如何制定公司的发展战略

◇通过公司战略来实现预期的计划和目标

◇制定公司的营销策略

5. 总体进度安排

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件：

◇收入_____

◇收支平衡点和正现金流

◇市场份额

◇产品开发介绍

◇主要合作伙伴

◇融资方案

6. 关键的风险、问题和假定

◇关键的风险分析(财务、技术、市场、管理、竞争、资金撤出、政策等风险)

◇说明将如何应付或规避风险和问题(应急计划)

7. 管理团队

介绍公司的管理团队，其中要注意介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景(注意管理分工和互补);介绍领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。

8. 公司资金管理

◇股本结构与规模

◇资金运营计划

◇投资收益与风险分析

9. 财务预测

◇财务假设的立足点

◇会计报表(包括收入报告，平衡报表，前两年为季度报表，前五年为年度报表)

◇财务分析(现金流、本量利、比率分析等)

10. 假定公司能够提供的利益

这是创业计划的“卖点”，包括：

◇总体的资金需求

◇在这一轮融资中需要的是哪一级

◇如何使用这些资金

◇投资人可以得到的回报，还可以讨论可能的投资人退出策略

创业计划的注意点

一份成功的创业计划应该：

◇清楚，简洁

◇展示市场调查和市场容量

◇了解顾客的需要并引导顾客

◇解释他们为什么会掏钱买你的产品/服务

◇在头脑中要有一个投资退出策略

◇解释为什么你最合适做这件事

一份成功的创业计划不应该：

◇过分乐观

◇拿出一些与产业标准相去甚远的数据

◇面向产品

◇忽视竞争威胁

◇进入一个拥塞的市场

2022 创业计划书 6

1. 执行总结

1.1 项目背景

咖啡——世界三大饮料之一，一个西方的舶来品，在中国确是家喻户晓，有着极为深远的历时背景和现实意义。咖啡、西餐的真正兴起，应该是从 20 世纪 90 年代末开始的。其发展速度之快，在短短十来年时间内，达到了前所未有的行业繁荣。许多最新的研究报告显示，咖啡对人体并没有过去想像中有健康的危害；反之，咖啡中一些成份对于人体有很多的保健功效。随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业也在以一种迅猛的速度发展。

1.2 目标规划

本项目以主题咖啡店为内容，宣扬咖啡文化。预计在两年后每月除税纯利达到 50000 元人民币，并预计在四年后能在市区另一所主题咖啡店。

1.3 市场前景

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被两个集团垄断。我们亦有考虑到其他饮品店(如饮品店、凉茶店和茶餐厅)的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，

亦很难配合讲求效率的年青人的需求。开设自助式主题咖啡店尚有很多发展空间。

2. 市场分析

2.1 客户分析

现在随着改革开放经济蓬勃的发展，大批的外商和白领长期处在高节奏、高效率的工作和生活中，西方文化的蔓延，造成了这个咖啡销量不断上升，咖啡文化成为都市白领的新宠。咖啡消费主要群体也主要是外商、白领、旅游者和居家百姓。

2.2 竞争分析

其他饮品店，如饮品店、凉茶店和茶餐厅，他们的有中国气息比较浓厚，有的比较方便或是价钱较低分别适合不同人群。他们产品数量较多，发展历史久，资金充裕，被众多客人认可。

3. 运行模式

3.1 业务模式

我们决定以合伙模式经营星座咖啡店，因为以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，共四十万，预算开业所需资金共八十万，现计划向银行咨询有关借贷细则。由于合伙没有以公司模式经营的股东之有限责任，选

择合伙模式经营较容易向银行贷款。我们并协议所有收入将平衡分配。

3.2 营业时间

周一至周五由正午 12:00 至凌晨 00:30;星期六、日及公众假期由上午 11:00 至凌晨 02:00。休息时间方面,咖啡店一带的店铺多在晚上十一时休息,所以我们选择平日在凌晨十二时半休息;而星期六、日及公众假期则于凌晨二时休息,让顾客可以在逛街后在咖啡店小憩。

4. 投资策略

以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面,共四十万,预算开业所需资金共八十万,现计划向银行咨询有关借贷细则。

5. 营销战略

5.1 营销策略

1. 初始期: 培育市场为主, 加强宣传, 建立良好形象。另一方面, 鼓励一部分的“体验者”消费, 起到引导和示范的作用, 为以后进一步的营销做好做好准备。

2. 发展期：维持已有市场，重点专攻情侣市场。重视客户关系管理，鼓励团队消费。同时，员工的招聘也可以从这部分群体中选拔。

3. 维持期：情感营销为主，唤起这部分群体内心的情感共鸣。可以减少宣传，采取收割战略。

5.2 定价策略：

和产品体系结合，产品体系应该以消费群体需求较大的品种为主。价格上保证以中高档为主，保留少量低档产品。

5.3 宣传(促销)策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织，通过活动时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略。

6. 总结

随着我国经济的飞速发展，中国与世界的交流也日渐频繁。当然咖啡这一种代表着西方文化的饮品也日渐让普通市民认识并且普及，特别是在年轻人和上班一族中流行。外国人到中国旅游、经商、交流的人数也在迅速增长。所以咖啡屋的发展的空间可是相当的广阔的。我们相信，在未来五年：

1. 在两年内达到盈亏平衡点，并形成有一定鲜明度的咖啡屋品牌，有一定数量的稳定客源。

2. 在第三年开始盈利，并保持纯利润有 9% 的年增长率。

3. 五年内在市内设立分店。

2022 创业计划书 7

一、前言

这里是心灵自由高翔的天空，这里是思想尽情展示的舞台，这里是才智纵横的原野，这里就是书的世界。书承载着无尽的智慧与经典，书始终是我们生活的一部分。近年来，掀起了出书热潮，加上娱乐，影视，体育事业的高速发展，吸引了广大青年男女的眼球，各类杂志备受他们的青睐，面对如此庞大的消费群体，无疑是给了各大书店无限的商机，就是那些小型书店也尝到了甜头。为此，在我们学校缺少一个书店的良好契机下，开一家书店是一种明智之举。

二、项目简介

音乐休闲书店的环境与一般个体书店有明显的区别，整洁、明亮，具有时尚气息和文化氛围，优雅的购书环境，以及创造符合气氛的室内音乐背景，让顾客的视觉和听觉获得超值享受，并且书店设立了主题书架。主题书架是书店在沿用传统的图书分

类的同时，有意识地将与某一主题相关的图书整合到一起的销售方式。可根据不同的节日设立不同的主题。

休闲书店集图书馆、书店、咖啡馆的优点于一身，可以让人们在喝咖啡聊天的时候翻翻时尚杂志或流行小说，也可以让人们在舒缓的音乐中，缓解工作中的疲劳和学习的压力，放松身心，同时也是个交流聚会的好去处。

（1） 服务简介

休闲书店的核心就是服务，主要目的是放松 休闲 ，除了书以外，店里提供各式的冷热饮(碳酸类除外)、果盘、甜点，咖啡等。为来书店休闲的顾客提供免费的宽带服务， 为各学习小组或社团提供会议室服务，并且提供期末复习订座服务。

三、 市场分析

从全国范围内来看，随着社会经济的迅速发展和国民财富的增长，市民消费已从以物质为主的消费框架中跳出，转向了更多的精神文化生活消费。人们开始关注消费产品的品质、知名度、文化含量、个性化等要素。而这些对于竞争日益激烈的企业来讲，就意味着它要提供更多的个性化服务，个性化的产品，并不断地增加产品的“文化(或精神)含量”。

从城市发展角度来看，首先，伴随着经济发展，作为一种新的生活方式和价值观，休闲使都市居民对生活质量问题有了更深

的认识。而整个社会群体受教育程度的提高，更使越来越多的人致力于提高自身生活素质与修养，追求更加丰富、更高层次的艺术审美享受；其次，知识经济时代是个竞争空前激烈的时代，人们往往要通过各种各样的方式进行“自我充电”、“自我教育”，“终身学习”的概念已如此地深入人心，并日益渗透到每个人的工作、生活之中——即使是休闲，人们也更加重视其“知性”、与精神文化紧密结合的一面，以便及时有效地获取各种知识和信息。

因此，音乐休闲书店拥有广泛的消费人群和广阔的市场前景，可以满足广大消费者的精神文化需求。

四、 竞争分析

从竞争对手上看，我们的咖啡书吧可是“危机四伏”。据我现在了解到的情况看目前昭通市内还没有一家专业的咖啡书吧，所以这是我的一个巨大的潜力市场。但是类似的经营却很多，大体的分析有以下这些：

图书馆在一定的程度上也是我们的竞争对手。图书馆的优势在于书籍种类全数目多。但是图书馆侧重的是知识性而书吧侧重的是休闲性，图书馆的开放时间有一定的限制而书吧的服务时间能够随顾客的要求而做出灵活的改动。图书馆的服务单一而我们的服务人性化。

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/405012033241011313>