

关于大学生创业计划书 15 篇

关于大学生创业计划书（精选篇 1） 摘要

随着国内经济的发展，广告业在不断发展壮大。我们成立广告公司的重点是业务和管理方法的创新。这就是我们的广告公司之间的区别，他们共同受益，共同承担风险。

一、企业介绍

创意广告媒体有限公司是一家媒体合资广告公司，集制作，代理，策划，创意，调查和咨询为一体。我们的业务范围主要是在校园及周边地区投放产品广告。创意广告传媒有限公司是一家有限责任公司，拥有完整的管理体系，合作团队和优秀的骨干力量。我们有一个广告部门，一个计划部门，一个市场部门，一个执行部门，一个财务部门，一个人事部门，以及材料采购部门和办公室。

二、行业分析

在中国，有近 2023 万大学生。除去学杂费，大学生的年支出包括教育费，休闲娱乐和朋友，平均每人每年花费 4000 元，那么 2023 万大学生意味着 8000 亿的市场。数据清楚地显示了中国大学生的总体消费水平。正是由于如此庞大的消费群体，大多数企业越来越重视校园市场的发展和扩展，他们没有看到在学术节期间各种企业抢占市场的激烈局面。

我一直认为，最高的营销水平是征服客户的心，甚至是思想。大多数大学生和商人眼中都有消费者的需求。校园消费与社会供给缺乏融合是中年“老年”。我们校园媒体公司要做的就是这种“月老”。

三、产品或服务

创意广告传媒有限责任公司的目标是创建“人人都能负担得起的广告”。目前，我们的服务处于增长期。我们计划扩大广告品牌的知名度，以扩大我们的客户群，包括餐饮，电子，服装和其他行业。我们的宣传不同于传统的广告“烧钱”，并通过受欢迎的明星和庞大的传单创造动力。我们的重点是让客户以最小的促销费用在有限的范围内实现主动的产品促销。我们帮助商家建立与消费者零距离的平台。借助我们的专业技术，可以帮助商家避免在类似宣传中可能遇到的困难和风险。

四、管理团队及组织结构

自成立以来，创意广告传媒有限责任公司已对公司类型，管理团队的职位和股权结构等一系列问题和情况进行了详细的分配和安排。

详细信息如下：__X 公司类型有限责任公司。本公司具有以下职务：总经理 1 名，副总经理 2 名，总经理 1 名，财务部 1 名，人事部 1 名，市场部 1 名，广告部负责人 1 名，企划部负责人 1 名，物资采购部负责人 1 名，职员 2 名。

我们公司的员工在行业中具有一定的能力和执行水平。他们在学校期间具有出色的学习成绩和杰出的技能，并参与学校经济中的学校活动。他们扎实的专业理论知识和丰富的社会实践经验为公司的未来发展奠定了坚实的基础。

五、市场分析和预测

1、市场描述

广告业是中国的新兴产业。在过去的几年中，公司数量持续增长，营业额和员工数量持续增长。增长率是可观的。据专家预测，全国广告营业额约为 1100 亿元。未来 10 年，中国广告市场有望成为世界三大广告市场之一。河南科技大学位于红旗区，附近有密集的学校和大量的大学生。

2、目标市场

根据地理特征，我们将创业初期的目标市场分为两类：高校及其周围的商店和主要营销商。学校市场主要表现为对学校广告的需求，学校各种团体活动的广告需求，学校举办的各种活动和比赛的广告需求以及研究生创业所需的广告。大学城周围市场的主要表现是商店和立面的广告需求，尤其重要的是要注意学校附近的立面和商店的更新非常快。

3、目标客户

目标客户初期主要定位在学校以及大学城内各企业、商铺、经营生产门面业主。

六、营销策略

1、创业初期

①与一些小规模广告装潢公司联系，谋求建立广告联合体。

②如果联合不成功，我们初期只能立足河南科技学院周边联络各商铺，门面业主，向其宣传介绍我们广告公司。

③游说学校社团，将我们公司作为社团的广告代理。

④寻找广告制作耗材供应商，确保进货渠道的服务与质量。

⑤与学校及周边网站建立友情链接，在网上宣传介绍接触广告公司。

⑥开通电话业务咨询以及建立公司网站提供网上咨询服务。

2、创业发展阶段

①在开发区主要街道捐赠了价值数万元的户外广告，一些广告牌被用来向公众传达公共服务信息。广告牌不再被视为“道路污染”，而是为社会做出了贡献。另一部分可用于广告租金以获得收入。

②初步建立一个稳定的客户群。能够在主流媒体做广告宣传，影响力开始向整个高校区覆盖

③把我们的公司向各地推广，公司利润将趋向稳定化。

七、风险分析与管理

（一）商业风险

1、发展中遇到的问题有：有限的运营历史，资源的短缺，管理经验的不足，市场和产品的不确定性，对于关键管理人员的依赖性

2、我们企业规模较小资金短缺，从而导致我们抗风险的能力较弱，我们是一家刚刚开始成立的公司，规模小和资金缺乏是每一个刚成立的公司都要经历的。

3、当前我们面临很多的挑战最为主要的事情就是如何解决生存的问题，我们的竞争对手实力很是强大我们将进一步的对市场进行细分，做好自身的定位，努力的寻找到市场的空白点。

4、我们在技术上的能力还不够，尤其是在更为高超的技术上缺乏。

（二）商业机遇

虽然我们的经营伴随有风险，我们能够战胜这些困难因为我们有我们自身的一些优势。

1、我们公司刚开始起步时的启动资金很少，我们尽量使最少的钱能够发挥它最大的效用，同时我们对市场进行了细致的调查分析，我们把客户定位为低端客户，在现在我们面临的竞争对手中他们把大部分的精力，时间和金钱放在中端客户上忽略了低端客户。

2、我们的产品具有更人性化的设计。我们会根据每个客户的需求制定我们相信的广告策略。在服务方面，我们不仅提前提供一次性服务，而且与客户建立了长期的合作关系。

3、面对学校规章制度的制约，企业可以依靠与学校建立的良好合作关系，设法找到使活动“强调形象胜于销售”的方法。深入研究学生的消费心理和学生市场细分。以学生为真正消费者的公司营销活动也应注意产品质量，功能和定价技巧，以及流畅的销售和服务渠道。

4、校园市场潜力巨大。我们学校有 30,000 多名教职员工。随着大学生消费能力的提高，我们可以开阔视野，放眼长远。我们将集中精力对校园市场进行全面调查，以真正了解校园市场的需求，并用其解决市场，产品和管理问题。

如果我们能够克服这些风险，我们将在广告媒体的特殊市场中占据优势，并成为该行业的主力军。我们的品牌将在 2 年内被客户和投资者认可，我们可以实现这一目标。

关于大学生创业计划书（精选篇 2） 一、行业概况

马上就要从象牙塔里出来了，根据自己对于餐饮业的兴趣及所学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大众消费的一大潮流。

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 9.5 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。

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。内容来自徐州便民网真诚为你服务。

11. 食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业人员必须持有“健康证”。

六、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 2023 元(包括店面装修和灯箱)

3. 货架和卖台投入约 1500 元。

4. 员工(2 名)统一服装需 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(平均)：30000 元。据业内人士评估，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 30000 元。

每月支出：21033 元。

房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区商业街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场附近)，约 4000 元。

货品成本：30%左右，约 9000 元。

人员工资：10 平方米的小店需要蛋糕师傅 1 名，服务员 1 名，工资共计 6000

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：8967 元左右，按此估算，一年左右即可收回投资。

七、风险及制约因素分析

因为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。

关于大学生创业计划书（精选篇 3） 一、市场需求

随着电子信息的发展和全球化，网络游戏以计算机信息为基础作为一个新兴的朝阳产业迅速地在全球盛行。20__年中国仅内陆地区网络游戏市场份额已经突破 200 亿，如今仍继续保持着百分 20 以上的增幅。中国游戏市场的潜力非常巨大，中国庞大的网络用户基数是网络游戏能够快速发展的主要条件。

而各种网络游戏尤其大型网络游戏如《魔兽》、《CF》等都离不开游戏装备、游戏道具等，而往往这些道具都是需要花费一定的货币来购买的，对于这些网络的虚拟货币大部分玩家又没有足够时间和精力来获取，因此他们更倾向于用货币来购买游戏中的物品，因此网络中虚拟的货币便拥有了其意义上的价值。

为了满足市场对丰富游戏的需求，我们公司以推动网络游戏发展为导向，以信誉至上、服务快捷为宗旨，发展成为玩家心目中值得信赖的虚货币交易商。并努力将公司发展为国内网络游戏货币交易的主导企业，带领中国网络产业走向国际市场。

二、公司简介

1、公司简介

__公司是一个服务广大网游玩家的互联网公司，其宗旨是以互联网为依托，凭借专业的技术与服务和公司至上的信誉，为玩家提供各种网络游戏货币。公司主要从各中小型工作站收购网络游戏虚拟货币，然后向玩家提供有保障的、值得信赖的现金瑞环网络游戏虚拟货币的服务。业务主要以精品网络游戏如《魔兽》、《CF》、《EVA》等，并同时提供其他非主要网游，以便方便不同游戏的玩家。

2、公司管理

股权机构：全员持股计划。管理层持股百分 60，员工持股百分 40，其中员工股中对关键骨干人员提供了赠送职工股份等措施进行激励。日后的发展还要根据公司发展变化以及市场需求来改变策略。

1、营销部门：主要负责把握市场上存在的各种机会，善于捕捉到网络市场发展方向的动态信息，对其加以，并能向市场推销公司最新开发的业务。该部门员工需要头脑灵活、能力强、有一定营销经验的人才。

2、门：主要负责调合公司与各网络游戏的和谐关系，并与各个网络游戏工作站进行洽谈，力求以最低成本收购各游戏货币，同时负责联系一些有意联盟本公司的公司。该部门要求人员的口才好、头脑好、同时需有一定的良好礼仪、气质。

3、销售技术部门：主要负责直接和消费者沟通，了解消费者需求的动态信息，和负责制定网络服务程序。这要求工作人员要有一定的游戏技术经验和专业的电脑技术，信誉良好，服务态度良好。

4、决策部门：主要负责公司有关收益，根据市场制定相关公司发展政策。

5、财务部门：负责管理公司的财务、工资分配、等问题。

不管是哪个部门的人员，作为管理网络游戏的工作者，都需要具备强烈的上进心，并接触过两款以上大型的网络游戏和对网络产业有总体上的把握，同时在职业道德上要信守承诺，遵循公司宗旨理念。

三、资金运作

1、预计吸引投资金额

为了实现长期稳定的业务经营目标，本项目希望 20__年底获得 500 万元币风险投资。这包括了前期开办费用、市场拓展、宣传、媒体活动和流动资金。

2、投资回报

通过市场需求，可以预计本公司在正常运作后销售目标得以实现，风险投资对本项投资将在逐渐按照约定的股份分配政策进行分红。同时在 20__年底，双方可按照股份协议转让方式双方协商，风险投资获利退出，或通过股份回购的方式，本公司以自有资金回购风险投资的股份，风险投资获利退出。

四、业务核心

本公司主要以不同游戏不同角色对顾客的沟通交流方式服务于顾客。顾客在我们的网站下订单，并通过银行卡或由我公司送的礼券支付，款到后由我公司在游戏里的角色在规定时间内支付顾客所订购的虚拟物品。

五、营销策略及计划

1、建立公司网页，为公司业务打。因为本公司作为一个初始阶段的公司，发展少不了。建立起本公司网页，玩家可通过网络直接向本公司购买游戏装备。

2、以大学生及各学校附近网吧为主，这些人群都是作为网络游戏额主要人群，因此首先要对他们推销公司该业务成功。并力求联盟某些大型网吧。

3、扩大经营网点。公司初始以各学校为中心，根据市场的相关变化和公司的收益稳定，公司会以为中心向外扩散。主要还是以网络普及地区扩散，使公司逐渐发展为全国主要游戏虚拟货币兑换服务公司，并向国外市场进军。

4、强化营销宣传。在完成有关营销目标的基础上，加大营销宣传力度、通过专业媒体、地方报纸、电台、网络等媒介，推广我公司的服务宗旨和服务信誉，增强公司的知名度。

六、市场竞争及风险

目前这个行业中做的最好的企业是 IGE，但它认为目前国内市场的利润率过低，因此把目标主要定在国外。因此现在的竞争者主要是一些小型网站。但由于这些供应商比较的分散还处于小作坊的工作站形式，规模小，利润低，且信誉得不到保证，玩家有购买意愿却又不放心。我们以一定价格从小型工作站处购进网络虚拟货币，并以公司的信誉作以保证，向玩家提供可信赖的现金兑换网络虚拟货币的服务。

作为一家初始的网络服务公司，我们深知自身在管理方面存在一定的不足。目前管理薄弱是我公司在初期面临的重大风险。特别是在战略规划、人力资源管理、营销管理方面都缺少人才。为此，本公司决定将每年的某个特定时间作为管理培训日。在管理层和员工当中开展质量意识，岗位职业化意识的培训，完善各项管理制度，改进激励政策，聘用高级管理人才等手段尽量减少管理风险。

关于大学生创业计划书（精选篇 4） 随着经济的快速发展，人民生活水平的提高，越来越多的人开始注重生活质量，追求高品质生活和养生。茶作为中国特色饮料具有悠远的历史和丰富的营养价值，茶饮料已经被越来越多的百姓所接受。

自 20__ 年以来，__ 本地乌龙茶已形成量产，茶园规模不断扩大。__ 市政府大力扶持茶产业发展，__ 市__ 区坚持发展集生产、生态、休闲、旅游、文化等多种功能于一体的现代高效农业，打造出了一条完整的茶文化产业链。所以我们认为在茶产业内进行发展具有可行性。

一、市场分析

我们计划在茶馆行业竞争。这个市场的规模虽然不大，但我们相信，随着商业的进一步发展，__ 的茶文化将一步步的被挖掘和重视，整个行业欣欣向荣。

市场研究表明未来几年我们的市场发展到成熟期。在这段时期里，预计我们力争的细分市场将不断成长，改变这种情况的主要力量是现在__ 政府对传统文化的重视和保护的措施正一步步地出台，我们茶馆以宣传和发扬茶文化为目的经营将逐渐被市场认同。

二、可行性分析

1. 政府对茶产业及大学生创业的大力扶持
2. 人民对于健康高品质生活的追求，茶需求增大。
3. 为高压白领上班族及老年人提供休闲解压养生场所。
4. 以__ 茶产业园为依托，降低成本，保证货源。

三、困难分析

1. 竞争对手

茶馆经营西化，茶渐渐退居次要地位，类似于咖啡、饮料及各色菜肴等已成为茶馆的主要经营项目。造成纯粹茶馆越来越少，难以满足众多爱茶者的需求。

茶馆并不是显示档次的地方，要关注人的心理感受，我们认为茶馆不能做连锁，如果按照快餐的方法，把茶馆的文化或是经营都程序化了，这样的茶馆肯定是要“死”的。

__茶馆除了吃喝上的无特色外，经营者在建筑 and 空间布局上也不是那么用心。几乎每个茶馆都有雕花铜栏杆，茶具基本都差不多，有的. 甚至连坐的凳子也差不多，抄袭之风严重，从另一个侧面也说明，经营者并没有用心去考虑怎样把茶馆的品质做到极至。

虽说茶馆是随商业发展而逐渐形成和兴旺起来的，带来其他地区的特色也是一件好事，但这并没有同当地的文化相融和交流。虽然不少经营者已经意识到这样的问题，但是因为经营已经上了轨道，害怕改变会影响生意，所以只能任现在的状况继续下去。

2. 市场认可

如何得到消费者的认可，尽快投资收回成本并获得利润，是我们团队面临的主要问题。由于主营本地乌龙茶，成本不高，利润小，如何做到薄利状态下的多销是一个急需解决的问题。我们对此采取的措施是，加大宣传，与媒体报纸移动电视合作，提高茶馆的知名度。另外我们邀请本地名人进行开馆剪彩活动，造成一定的声势。

再就是来自茶馆特色服务的吸引，我们茶馆的产品与服务，以其独特性吸引消费者。另外我们采用会员引入模式，作为我们的会员如果能够吸引更多的消费者，那么我们会相应的为会员提供优惠活动，以发展带动发展的方式引入顾客。适当参加社区回馈活动，大力支持公益事业发展，提升企业品牌形象，增强公民的认可度。

四、公司运营

1、投资成本

前期店址选择、租赁，店铺装修，设备购进，人员雇佣培训，广告宣传费用和其他预计支出五十万。前期资金由几人分摊。针对国家和学校对于大学生自主创业的扶持与帮助政策，申请创业贷款。

2、店址选择

我们选择__区蠡湖大道__号的原因是__市行政中心的未来转移，必将带动新中心即__区的商业发展，商业的繁荣带来了巨大的消费人群，环境优雅，轻松安静的清明雨上茶馆必然能够吸引大批顾客光临。

五、茶馆特色

茶点篇：主营本地乌龙茶，辅营其他茶产品和各种特色糕点，打造符合江南风味的特色茶点。

环境篇：本店采取古色古香的唐式装修和服务，努力营造恬淡宁静的品茗氛围，真正做到与本茶馆的经营理念相吻合，成为被广大消费者认可的休闲解压养生好去处。

消费篇：在这里消费者不仅可以享受安静的氛围，品味香茗，还可以根据喜好选择陈列厅的茶具、茶叶购买。本茶馆与__紫砂名厂直接合作，保证茶具工艺质量。另与茶园合作，保证茶叶供应，形成买，用，品的完备流程。

六、定价策略

1. 合理定价：结合市场，采取多品种、多价位的定价策略，将价格定位中低档。

2. 数量折扣：累计消费__元，赠送一张 9 折会员卡，累计消费__元，赠送一张 8 折贵宾卡。

3. 赠送抵用卷：一次消费满__元，赠送一张 10 元抵用券。吸引更多的消费者再次前来。

4. 尾数定价：我们将所有的产品都是用尾数定价。例如，一壶低档的乌龙茶定价为__元。

关于大学生创业计划书（精选篇 5） 一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围 200M 的范围。便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。国内由于经济收入水平比较低，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

（一）商圈理念：便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离__米内，超过__米的效果就比较差了，经营面积一般在__平方。

（二）经营选址：一般都在社区（拥有自己的商圈）及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边（借助人家的商圈），以此来达到自己的经营赢利。

三、投资计划

（一）CI 设计

1、企业标识：要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的 CI。既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

2、企业理念：为大众提供便利购物条件；为消费者提供优质的服务；为消费者提供适合的商品

（二）投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，

或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主（食品的销售占__-__%），要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

照明——白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持 10-15 平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑——一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件——与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架——以平方数计，每 x 平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜——因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有 x 个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比__%，日用化妆品 x%，日用百货 x%，其他 x%，约需单品数 20__至 3000 种。

（三）经营理念

1、符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快

2、为消费者提供方便——就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置

四、管理运营

1、制度管理：在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的，相关的管理制度有：

出勤制度；卫生管理制度；报表管理制度；能耗管理制度；设备管理制度

固定资产管理制度；采购管理制度；现金管理制度；工资的发放管理规定；员工的担保制度

管理人员的权限规定；员工的奖惩制度；员工工作制度；货架作业管理制度；商品配送管理制度

仓库管理制度；会议管理制度；耗材领用管理制度；通讯器材及设备管理制度

2、商品管理：为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：

商品的进场制度；商品的销售报表；采购报表；滞销报表；畅销商品统计表

关于商品的奖罚制度；商品的配备申报制度；临近商品的处理；商品销售考核；促销商品的管理制度

3、库存管理：因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品的周转率，建立有效的商品配送机制，相关的制度有：

库存报表管理；库存的限制；商品的周转周期与库存的. 参考

调货申请表；退货管理规定；库存周转考核；商品配送管理制度；滞销商品考核

4、系统管理

系统化，信息化，数字化的管理能有效的减少商品的损耗，加强店与店之间的沟通频率，能快速的实现商品的流转，从而使资金的流转更加有效，促进企业的良性发展，因此连锁店必须将其电脑系统进行连网统一管理，以提高工作准确率和工作效率，相关的制度有操作员的管理规定；操作员的权限；操作员的保密规定；营业额与员工工资的关系制定

a) 损耗管理：制定有效的防损制度，提高员工的防损意识，发挥员工的防损积极性，有效的防损降耗措施，相关的制度有

员工内盗的处理意见；损耗的管理规定；损耗的奖惩制度；耗材管理；关于盗损的管理规定

b) 促销管理：实行统一的促销政策，有利于增强企业的形象，促进商品的销售，有利于整合促销资源，实现资源利用的合理化，相关的制度有

促销管理规定；促销的申请；促销的执行考核

五、项目可行性

行业的发展趋势及社会经济的发展水平的上升，使项目的可行性更加强烈，鉴于此，推荐涉入此行业并形成连锁化经营，在本地市场尚未成熟之际抢占行业的制高点。

六、风险规避

由于行业风险的不确定性，因此，建议在开业之后 x 个月，可以通过核算将店面执行承包经营，具体方式待定，前提是统一采购，统一品牌，统一经营，可通过下述方式来执行降耗从而实现降低风险的目的，且能提高员工的工作积极性、

A 方案：员工入股

B 方案：前期投资算做风险投资，由员工进行担保抵押经营，自负盈亏

C 方案：以委托经营的模式交给员工经营，多劳多得，上交费用

D 方案：缴纳承包金的形式进行承包经营

七、投资解析

1、前期投资：固定设施及营业设施，可以利用部分现有的设备，以降低其投入

2、追加投资：因以利用了现有卖场的客户资源，在首期投入中已经没有了货款投入，故在后期需要追加部分货款投入，即是后期追加的 x 万元货款投入来作为后期的资金运营，此投入可视总部对供应商的整合而降低投入数量。

关于大学生创业计划书（精选篇 6） 市场调查：

根据我的调查，现在大学城有着河南科技学院、新乡医学院、新乡学院等大学，其大学生将近有八万，而附近的大学生学习用品的装卖店没有几家有规模的，其中有实力和规模的也就是蓝精灵，因此，在大学城附近开一家学生用品是很有前景的。

1、需求状况分析

在我调查的 150 名得学生中，接近 48.7%的学生的学习用品的月消费额在 30 元以下，44%的学生的月平均消费额在 30 至 50 元中，也有 5.3%的学生的平均消费在 50 元至 100 元，也有 2%的同学月月平均消费额达到了 100 元以上。在大学城这一群体中，虽然学生的月总消费在 400 至 600 这一档，但是其花费在学习用品方面还是占有一定的比率的。

由于大学城的大一、大二的学生占绝对的优势，其在学习用品的消费方面也颇为可观，另一方面从我的调查中也可以知道，有一大部分学生对学习用品的使用及其质量问题等方面的知识并没有深入的了解，认为便宜就好了。如果这部分人加深对学习用品的了解无疑会进一步扩大市场的需求。因此我可以断定，大学城学生的学习用品的市场需求是比较大，通过进一步的细分和开发则会有更加可观的经济利益。

2、现有竞争者分析

从调查的结果可知，64.41%的学生会在蓝精灵买学习用品，25.42%的学生会在商场购买学习用品，另有 10.7%的学生会在便利店购买。从这可得知，我们的最大竞争对手就是蓝精灵，而直接的竞争对手则是商场这样的学生用品店，便利店对我们的影响不是很大。

3、优势劣势分析

由以上需求以及竞争对手的分析，我不难发现，在大学城设学生学习用品专卖店最大的优势可以充分利用其所在的大一、大二的学生。

通过调查我发现，在选购学习用品时，64.4%的消费者首先会考虑其质量，25.4%的消费者会首先考虑品牌，分别有5.1%的消费者会首先考虑价格或者购买点的便利。由此，我们发现消费者对使用的学习用品还是非常看重其质量和品牌的，而对价格则不是非常敏感，对购买点是否便利的不关注则验证了多数消费者并没有在便利店选购学习用品的结论。作为专卖学习用品的专卖店，在质量、品牌的控制上显然能给消费者更直接的信任感，同时消费者对价格的不敏感则为专卖店专注品牌及价格提供了一定的可操作的空间。

4、供应商和成本的控制

作为一间学生学习用品的专卖店，在质量的控制上无疑是最重要的。要持久的保持产品的质量唯一的途径是有稳定的供应商。首先，在供应商的选择上应该注重对方的商业信誉，选择有良好的商业口碑的供应商；其次，也要加强完善合同约束，把一般的商业道德上升到法律保护的高度；最后，在学生学习用品专卖店的前期经营，由于未能有效的保证一定数量的客源，在对供应商的讨价还价的能力上必然是相对缺乏的。为了保证质量和服务，可以适当的以比同行业相对高的价格获得更高质量的产品，同时不把这部分成本转移到消费者身上。

当然，随着客源的稳定，对供应商讨价还价的能力会增强，从而可以在中后期慢慢控制货源质量和成本。

为有效的控制成本，我们还应当适当的减少导购人员的数量，把更多的资源投入到对导购人员的培训以及高质量的服务。减少导购人员的数量可以使消费者有适当的自由选址空间，当然要确保当消费者有任何疑问的时候都能得到满意的解答。

5、选址

根据大学城现有的规划布局和对未来发展的倾向的推定，最终选在河南科技学院西门的北侧，挨着其邮政储蓄的地方。

总的来说，大学而成有传统的竞争优势，各种辅助性设施完善，人流量大。选址在此处，一定程度上降低了首次宣传的成本，对其在校学生来说也不是很远，也很便利。

6、宣传

在各个大学做贴广告，在大学广播站进行广播，在校外发宣传传单。

因此，在这种环境下，大学城学生学习用品专卖店是有利可图的。我相信这会是大学生的创业的一个很好的机会，应该值得尝试。

关于大学生创业计划书（精选篇 7） 随着社会的发展，人们生活节奏的不断提高，大家对快递服务的要求也越来越高，作为大学生的我们，在网购市场风起云涌的年代，快递服务在大学校园也迅速流行。在我们咸宁学院，快递服务业却处在两难的境地，存在一定程度的市场空缺，需要我们建立校园快递服务平台进行填补。同时在社会主流都在追求快速生活时，总有不少年轻人颠覆了传统意义上的“快递”概念，“慢递”作为一种全新的邮递概念正逐渐被越来越多的人接受。所以，我们计划打造一家以校园快递业务为主，以 Romantic Mail（咸宁慢递业务）为特色的速度“弟”工作室。

一、项目介绍及分析

（一）校园快递业务

1、业务介绍

（1）在固定时间内（如中午 12：00-14：00 和下午 17：00-19：00）由各快递公司业务员准时将最新一批的快件送到我们工作室，我们安排专人签收，再按东西区、楼栋整理分类完毕后在当天中午或下午有我们安排人员将所有快件派送到收件人寝室

（2）学校师生将需发送的快件送到我们工作室（我们也可上门取件），我们会在当天中午或下午由快递公司派送员统一取件，既方便了快递公司，也方便了师生，大大提高了工作效率。

2、市场分析

目前在我校承接校园快递业务的主流公司有：申通、圆通、宅急送、中国邮政 EMS、武汉特能。申通、圆通、宅急送主要以受理环节以发件人电话预约，业务员取件为主要方式；而中国邮政 EMS 的快递受理主要是发件客户自行到学校收发室办理。收件客户签收环节，中国邮政 EMS、申通、圆通、宅急送派送员通过电话联系收件人约定好取件地址。

通过很长时间的调查我们发现我校快递市场存在一些漏洞，具体如下：

(1) 快件签收的安全性，由于领取快件时不需要出具任何身份证明，不少同学反映，随便一个同学都可以冒充收件人将快件领走，快递公司至今仍未出台相关的预防方法，可见快件安全性不强。

(2) 派送员与收件人约定的地点一般都是露天的，时常会碰到打雷下雨、烈日炎炎等恶劣天气，给他们工作带来很大的不便。

(3) 时间问题：有时候派送员暂时无法联系到收件人或者收件人因有事不能取件，那么会给派送员带来工作不便，并且派送员在等待收件人一个个取件的过程中也浪费很多时间和精力，效率不高。

所以学校快递业务处在两难的境地，有许多需要完善的地方。

3、可行性分析

(1) 宏观环境分析：当前我校快递公司派送员的任务繁重琐碎并且很多师生对于他们的服务很不放心，不满意。因而建立沟通双方的桥梁势在必得

(2) 产品及服务分析：我们立足于咸宁学院，提供优质的快递派送和取件服务，保证你的快递以最快的速度送达到收件人寝室，同时作为各快递的咸宁学院办事处，处理师生的快递取件业务，可上门取件

(3) 行业竞争与状况分析：据调查本行业暂无竞争对手，可以开拓市场

(4) 消费市场及购买力行为分析：各快递公司派送员为了工作的方便愿意和我们合作，并支付我们一定报酬；学校师生为了快件的安全和便利，同样会支持我们，并支付一定报酬

(二) Romantic Mail (咸宁慢递业务)

1、项目介绍：“慢递”概念最早源于美国，一开始只负责投递信件，形成市场后，商家的业务也逐渐向物品扩展。在国内也是近期开始流行，受到青少年和广大白领阶层的热捧。慢递是一种普通邮局一样的信件投递业务，但不同的是慢递时间由寄信人自己决定，可以是几个月后、一年几年后，也可以是十年后、甚至更长时间，慢递是一种类似行为艺术的方式，提醒人们在快速发展的现代社会去关注自己的当下。比如，给 5 年后的自己写信，寄递内心的目标与希望；给未来的孩子写信，分享父母相识、相知的历程；给 3 年后毕业的朋友写信，重温学生时代的美好回忆我们相信这项“把今天寄给未来”的慢递服务

必将在咸宁引领新的时尚潮流，我们计划加盟北京熊猫慢递邮局，在细分寄递业务的基础上掘金邮递市场。

2、市场分析： 年轻人群是最朝气蓬勃的一个群体，我们的感情正处于一个兴奋期，对新鲜事物的好奇，也有对现状的不满，有盲目自满与自我陶醉，也有对未来的憧憬这样的一种状态必定有着一定的心理压力，我们需要一个可以排解心理压力的位置，从某种程度上引导忙碌的都市人重新关注“时间”的意义。Romantic Mail 就能给出这样一个机会。并不高的费用，外加新颖的方法，必定能吸引很多大学生和咸宁白领阶层。并且慢递市场在咸宁暂未开发，受武汉慢递业务的影响，在咸宁有着很大的潜在价值。

3、可行性分析

（1）宏观环境分析

随着现在大学生的物质生活质量的提高，在精神生活质量却没有与之相同的提高进度，Romantic Mail 契合了都市人的心理需求，人们寄信的动机可能不尽相同，有人为了祝福，有人为了宣泄。很多在生活中不便直接表达的情绪，通过拉长收信时间，可以有效缓解寄信人的尴尬和焦虑感，帮助减压。此外，如果将生命视为一趟旅程，那么每一天都值得享受。当你选择让亲友或自己等待一封未来将至的信，其实就是在有意识地放慢脚步，感受时间的传递与寄托，Romantic mail 就是这样一项提高精神生活质量为目的的一项业务，此外，送礼物已经是很常见的事情了，如果妈妈的生日上学期间，又想给妈妈送一个礼物，Romantic mail 可以帮助你，按时的送出这份礼物。

（2）产品及服务分析

我们主要以定时信件、定时送礼物、定时发贺卡为主，另外销售一些小礼品，贺卡等等，为达到能中远距离的递送，我们将通过我们搭建的平台很好的与快递公司取得联系，并与之合作。我们会定期举行心理交流会，同时也举办类似于“把今天寄给未来”的公益活动

（3）行业竞争与状况分析精神产业无疑是低成本的，而且在精神产业这方面学校内绝对是无人问津，在学生好奇心的驱使下 Romantic mail 在学校内定能掀起一波热潮，Romantic mail 的 Romantic 气息能吸引大量情侣，让我们为之提供服务。

（4）消费市场及购买力行为分析

Romantic mail 帮客户保存信件收费标准是这样的，一年为 25 元，两年为 30 元，每增加一年，费用增加 5 元。我们是在用今天的钱来做将来的事。我们并没有想在邮费上赚到什么钱，这些费用对于大学生和白领阶层能接受。

二、经营战略

1、团队精神：诚实 敬业，团结，奋斗

2、经营理念：以最快的速度送快件

以最负责的态度邮递慢件

以最诚信的心态构建共赢

3、战略目标： 用一个月时间与各快递公司协商，进行免费配送和收件，在零误差的基础上建立长久合作联盟，实现双赢，用一年的时间尝试不同的经营方法和经营理念，结合本校特点，探索适合自己的发展道路。用两年的时间巩固自己的店面基础，制定出一条适合本地区经济发展的战略并住自己的特色，用三年的时间做成本地足有一定规模和一定竞争实力的速度“弟”服务俱乐部，打造成咸宁学院首家心理交流平台

4、竞争策略：本着人无我有，人有我优的原则。诚信经营，热忱服务 5、营销策略 a、通过宣传单等平面媒体向全校师生宣传我们的特色服务 b、通过 bbs 等立体媒体介绍我们的优质服务 c、开展优惠活动

6、核心竞争力分析

a、我们团队的成员都是网购发烧友，对快递业务很了解

b、多次与各快递公司派送员商讨过，他们有意向与我们合作

三、初期运作

(1) 工作室选址：西区宿舍楼下

(2) 店面设计：装修的没有必要太追求豪华，简约，简单，大方，有自己的独特风格，以暖色调为主，以心愿墙为特色

(3) 工作准备：

a、与各快递公司友好协商后签订合作合作

b、办理合法的营业执照和行业准入证

c、准备流动资金

d、团队保持目标一致

四、财务预算

(1) 资本结构：采用股份制合作方式

(2) 销售预算：开业两个月后基本维持正常水平，六个月可收回成本

(3) 前期投入：开一家一家以校园快递业务为主，以 Romantic Mail（校园慢递业务）为特色的速度“弟”工作室前期投入包括前期房租、装修、首批存货等内容。工作室店面大概在 60 平方米。店里装修相对简单，估计 2 万元左右即可，首批存货加上其他一些用度，估算在 5 万元左右。

五、SWOT 分析

(1) S（优势） 我们很好的契合了学校快递公司与师生之间的中间点，提供轻松、安全、高效的快递服务；同时，我们率先提出新的慢递业务，集新颖、时尚、感情于一体

(2) W（劣势）

潜在的竞争对手很多，快递服务业利润薄，吸引大批量的慢递客户难度大

(3) O（机会）

学校的网购市场很大，快递市场也随之兴起，故发展校园快递服务业是必然趋势；随着武汉慢递业试营成功，在咸宁打开年轻人喜欢的慢递市场也是必需的

(4) T（成本）

除装修的固定费用外，需要的成本不多

六、管理结构

1、核心成员如下：

2、组织形态及主要责任：店长，店面法人代表。负责店面运行管理

副店长，负责校园快递业务的执行与发展

负责宣传及公关工作

负责满慢递业务的执行与拓展

张帅，负责财务管理

根据实际运营情况，由徐冀决定需要聘请若干名兼职人员

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/508062116035006135>