

超市计划书

篇一：超市项目方案书

超市项目方案书

第一部分、超市的主要状况

一超市的主要经营业务

- 1、水果蔬菜
- 2、日常用品
- 3、烟酒和盒饭
- 4、食品饮料（主营业务）

二、进展目标

本超市进展目标是食品饮料，水果超市，以满意中低消费水平的同学消费需求为主要目标，明园超市的经营目标是扩大知名度，为在湖南科技职业学院建立一个针对同学日常需要的超市，以满意湖南科技职业学院各高校的同学日常消费为现阶段经营宗旨。

三、项目投资方式

独资

四、项目投资地点

湖南科技职业学院四周 300 米处

五、投资项目规模

大约 270 平方米，经营水果食品等低成本商品。

六、宣扬口号

饮食健康 价廉物美

其次部分 项目的必要性和可能性分析

一、市场分析

（一）宏观分析

在湖南科技职业学院有大量的同学顾客尤其是同学情侣，这些同学消费力量高，购买力量也高，并且在学院四周缺少像明园超市这样中大型的超市，该超市可以通过薄利多销的方式来拉走大量的顾客，形成强大的竞争力。

（二）微观分析

1、现有需求

湖南科技职业学院暮云校区地处郊区，四周有一些小型的公司和一些小区居民，共有在校同学万余，四周还有少许的教职员工住宅。由于在本店消费成本不高，因此潜在顾客人群大约一万六千。

2、现有供应

据调查，暮云校区四周都没有此类店铺。

二、竞争对手分析

学校超市、校外的水果小摊小贩和一些小型超市。

地点

离市里车程大约半小时，路费大约四元（公交车）校内，比较便利购买路程较近。 产品

食品种类多、水果种类较少，不能满足来自全国各地的同学消费群体的需要种类较少。 质量及价格

质量高价格合理

质量中下，价格偏低

质量较差，价格廉价

三、财务分析

(一) 投资成本分析

1、场地及基本设施

依据目前房价在永安厂住宅小区租用一套两居室有用面积 380 平方米的店面年租金约为 7000 元。面积 8~10 平方米的小厨房一个，占地大约 10 平方米。加上超市占地 270 平方左右。超市储货仓库一个，占地大约 80 平方米，水果蔬菜超市一个，占地大约 20 平方米。购置厨房用具 液化器炉，液化器罐，排气设施。

2、宣扬费用

本超市属于最新开张，可以利用鞭炮，烟花，音响和促销活动打开市场，在学校广播站等以新闻形式播出；印发大量的传单，用于各校内内的散发。宣扬成本低廉。估计为 1000 元

3、其他费用

水果蔬菜货架，保鲜设施大约需要 1000 元；流转资金大约 10000 元；不行预见费用 5000 元。总计 16000 元。

(二) 经营成本分析

1.货品：日购入水果蔬菜 $400 \times 300 = 120000$ 元运输费用：蔬菜水果批发商送货上门，费用为 0。

2.工作人员工资：1 名店长： $1000 \times 12 = 12000$ 元、厨房清洁人员：

200*2*12=4800 元、收银人员：300*12=3600 元、导购人员：
400*12=4800 元。

3.摊销折旧：价格/使用年限=4000/5 年=800 元

4.租金：7000 元

由上述费用计算得：

经营成本=120000+12000+4800+4800+6000+800+7000=153000 元。

(三) 收入利润分析

1.营业收入

厨房：每日平均客流量估计约为 20 组，每人平均消费额约 20 元

水果蔬菜超市：日平均客流量估计为 50 人次，每人平均消费 6
元。年收入

=20*20*300+50*6*300=210000 元。

2.税金

因企业属于小规模纳税人，可向税务机关申请固定税金年 500 元。

3.利润

利润额=营业收入—营业成本—税=210000-153000-500=56500 元。

因此，此项目的盈利力量很强，而且对带动将来超市的进展很有好处。

四、市场调查

通过网络，走访寝室等调查方式，同学对在学校四周建立自送外卖，水果，食品需求呼声很高，而且经过调查，大多数同学在寝室玩嬉戏，上网，不喜外出，因此，方案可行性很大。 结论：在湖南科技职业学院暮云校区四周建立一个蔬菜水果食品外卖超市既是必要

的又是可能的，因此具备建立的必定性。

第三部分 经济评价

超市经营描述

1、该超市以食品烟酒，蔬菜水果自选为主。需求量比较大，成本较高的蔬菜为了便于保存，保鲜，使用初加工的形式。水果类型以应季水果为主，对于反季节销售的水果以及南方水果库存量要小。

2、2、厨房出租分时段收费，上午属于淡季，收费较低，中午和晚上收费标准提高。详细收费标准要视经营状况而定。厨房内配备液化气炉，以及种类齐全的厨房用品。厨房外配备小餐厅，共五桌。要坚持超市的经营宗旨：扩大知名度为主，赢利为辅，为将来超市连锁的扩大积累阅历。

第四部分 组织结构及人员工资

本超市的目标顾客为中低消费者，因此超市的布局以及人员设置以简洁为主，不宜雇佣大量人员，故采纳扁平式组织结构如下：店长一名，负责联系进货渠道，管理店员，公关外联；厨房清洁人员两名，可以供应为勤工助学岗位；收银员一名，负责收款；导购人员一名，负责给顾客供应询问服务；这样，人员较少便于管理，权责明确，降低成本。

第五部分、资金来源及中小企业融资方式

资金大约共需 35000 元左右，为了保证将来连锁后的控股权，还由于本店经营成本较低，银行贷款附加成本较高，可以采纳自有资金，控股百分百。

第六部分、可能的选购环节

1、人力资源选购

店长可以雇佣有工作阅历的超市管理者，性非常向，有较强的沟通管理力量，有亲和力，能吸引回头客，还要在四周的各大高校有肯定的人脉或有建立人脉的潜在力量。收银员可以在四周现有超市汲取一个，或者聘请一个勤工俭学的同学，既熟识业务，变换工作地点对其收入，以及上班造成的麻烦影响不大。厨房清洁人员可从同学中进展，既了解同学心理，又可以降低雇佣成本。导购人员要有厨房操作力量的家庭主妇型人员，年龄大约四十岁，和气可亲。

2、蔬菜水果选购

蔬菜水果的选购一般由店长联系，有特地的蔬菜批发公司上门送货，价格浮动也不会很大。

3、厨房，餐厅设备的选购

这属于一次性选购，由本人亲自进行，辅之店长的参谋。

第七部分、项目需要签定的合同

因本店规模较小，劳动工作人员比较少，而且鉴于此类工作人员流淌性比较大，参考行业惯例，不予签订劳动合同。

1、店铺租赁合同：湖南科技职业学院暮云校区小区签定。

2、货物供应合同：与水果蔬菜批发中心签定。

篇二：中小型超市方案书

开小型超市的优势：

中小型超市一般指几十平方到几百平方的超市，主要经营快速消

费品和生活必需品。一般都是由投资人利用管理软件自己管理，家族式管理比较多见。

行业优势：

- 1.门槛低，一般只要有资金投入就可以开店；
- 2.风险小，主要经营快速消费品和生活必需品，而且大多数资金都是投放在商品上，简单回笼，是一个属于高周转率的行业；
- 3.效益稳定，一般都有固定的客源，几乎没有淡季；
- 4.易操作，只要初期工作支配好，以后几乎是年复一年，日复一日的同样工作，简单系统化；
- 5.平安性高，100%的正规行业，主要与居民打交道，现金交易，遵纪守法；
- 6.一次性投资，一般状况下只要能正常运营基本不用追加投资，固定资产折旧率低；
- 7.工作环境好，在室内，不受天气影响，不怕风吹雨淋，不用东奔西走。

行业劣势：

- 1.竞争激烈，由于门槛低技术含量少，所以竞争已经达到白热化；
- 2.利润低，由于竞争和大卖场的挤压，利润几乎是最低点，一般只在 10% 左右；
- 3.工作时间长，最少营业 12 小时，一般都在 16 小时，还有做 24 小时店的，而且没有休息日；
- 4.工作单调，日复一日的同样工作让人感觉乏味，几乎与外界隔

绝；

5.人员流动性大，由于利润低，所以工资待遇也不高，再加上工作单调所以人员流失就大；

6.工作量大而琐碎，由于单品数量多，销售额高但利润低，所以效率 就低；

7.影响健康，由于工作时间长，工作量大，得不到很好的休息和熬炼，一般都是亚健康状态下工作。

8.炒作空间小，尤其单店运营，辐射范围一般在 500 米半径以内，无法做规模宣扬，再加上面积有限，所以很难炒作。

9. 没有系统管理阅历，中小型超市一般都是依据自身的详细状况来设定经营和管理模式，除规模连锁的店外，大多数店的工作都无法系统化和流程化，给管理带来很大麻烦，而且现在大多数超市的管理资料都是针对大型超市做的，对于中小型超市不是很适合，几乎没有成型的模式。

项目确立

随着零售业的进展以及超市行业的壮大，尤其中小型超市具有风险小周转率高的特点，所以有更多的人想选择这个行业。由于开店前的初衷不同，所以会选择不同的管理模式，也就形成不同形式的超市。

中小型超市一般有以下几种形式：

夫妻店：一般以家庭为中心，自己管理，自己理货，自己收款，规模在 100 平方左右。优点：投资少，不用 POS 机和管理系统，货架可以采纳简易货架或自己制作等；营运成本低，一般不用服务员或少

用服务员，还可以享受下岗优待等政策；易于管理，店面小，几乎无库存，商品一目了然。

缺点：辛苦，一般日常工作都由自己打理，没有人可替换，无休息日，夫妻共同管理，琐事多，简单影响夫妻感情；进展空间小，由于家庭经营，无法扩张或连锁经营；经营不够理性，没有管理系统，全部决策靠感性熟悉，缺乏数字依据。

社区店：一般在小区的出入口或主要通道上，以居民为主，多开有前后门便利顾客，最好以

浴池，社区医院，公交车站点等为邻，面积大多在 100 平方左右。优点是消费稳定，多数都是回头客，客情好，单品少简单管理，丢损少，主要销售生活必需品和快速消费品。缺点是规模小，影响力小，由于消费群体比较固定，所以很难提高销售额，毛利低，几乎没有高毛利商品，没有竞争力。这种店可以规范管理，采纳 POS 机收款，由于销售比较稳定，所以也可以雇人管理，但要抓好收款环节和定期盘点。

校内店：在校内内或校内四周，主要针对同学和老师，高校的校内店还会有老师家属消费，但比例很小。不同的学校商品结构会有所不同，中学的校内店基本没有洗化和日用品，但是有现场加工的简餐，饮吧，代煮便利面等项目；高校校内店的洗化尤其是日用品的比例就很大，便利食品和休闲食品的消费也相当可观。校内店要求从起名到装修以及经营方式都要做到时尚，有激情有活力。校内店的毛利比较大，尤其是高校里的日用品和中学里的简餐，毛利都在 30%—50% 左

费就稳定。校内店的收款速度是一个关键问题，尤其是中学，消费时间特殊集中，客单价低，客单量高，小型店一般不适合采纳POS机收款，成规模的店要用POS机收款，就必需多加收款台，几千人的学校就要有4—6个收款台才能够用。

校内店都很赚钱，属于零风险，但是需要社会背景和相当的关系才可以。

特地店：为特定的消费群体而开的超市，象医院四周，厂矿内，写字楼内等的超市，都有明确的消费群体，商品品项固定但是比较单一，有销售重点，要依据不同的消费群体销售不同的商品。其他特征类似于校内店。

小型便利店：一般位于市中心或繁华地段，客流量大，交通便利，主要销售香烟，便利商品，饮料，冷饮等。由于占有好的地理位置，所以房租费用都比较高，而且没有太大的门市，所以都是小型超市，多数都在50平方以内，手工收款，不雇员工，毛利大，一般都在20%以上，单品数量少，但是单品销售量大。属于高费用，高销售，高毛利的三高店。

中型超市：面积在200平方米以上，经营品种全，以上说过的经营项目基本都有，侧重于食品，包括生鲜，或租赁或自营。POS机收款，利用管理软件关心管理，有成型的规章制度，人员配制，但除了连锁店外基本都没有各项工作流程，这也是中小型超市不好管理的问题所在。位置一般都是在成型商圈内或者依托农贸市场等中小型商业

台，特价地堆等人气商品，

以上的形式都不是独立存在的,都是相互交叉,相互包涵的,要想把超市做好,首先就是要定好位,确定自己的目标消费群体,做到有的放矢.

商圈与选址

理论上讲以超市为中心，步行 15 分钟，骑车 5 分钟为半径既是该超市的辐射范围，但这肯定不是该超市真正的商圈，只能说是狭义的理论上的商圈。对于中小型超市来讲，真正的商圈并不是一家门店，一种生意能够确立的，而是由象前面所说的有市场，浴池，社区医院，公交车站点等所组合而成的便利消费的集散地，超市假如在这样的商圈内，那么辐射范围就要大几倍甚至十几倍，各种生意相互带动，相互借势，共同进展。对于超市而言最好是能依托农贸市场，由于农贸市场的规模大，都在几千平方，辐射范围广，一般都要辐射到十几条街路，这样就无形的扩大了超市的辐射范围，更能发挥出便利的优势。

明确什么是真正的商圈，对于超市的选址是至关重要的，好的位置可以起到事半功倍的效果。 下面说一下选址：

对于校内店和特地店来说几乎不存在选址的问题，一般这样的店在前期规划时已经预留出开店的位置，只是由谁来做的问题。选址主要是针对社区店，小型便利店和中型超市而言的。 选址还是要首选完善的商圈，从食杂店，小卖部开头到现在的便利店，超市基本已经把这样的位置占满了，这样的地方客流量大，销售量大，自然竞争也

想要在这种环境下站住脚，就要在规模，管理和服务上多下工夫，一旦能在这样的商圈立足，那回报是很可观的。

其次交通肯定要便利，象小区的出入口，几个小区出入的必经之路等都是可以开店的位置。这里着重说一下对于不同消费层次的小区选址也要有所不同，一般的小区要以人流为主，但是对于高档小区，也就是大家说的有钱人住的地方，肯定要以车流为主，而且门前也肯定要便利停车，这样才能便利他们的消费。

一般只针对一个小区的店有 100 平方左右就够了，假如能辐射三个以上的小区就要开 200 平方以上的店，但这也不是肯定的，还要看小区的规模而定。

对于新建小区，投资超市肯定要慎重，做好市场调查。要了解房屋的销售状况，回迁时间，住户的消费档次，关键是哪里是小区的主要出入口。还有开店的时间，开早了没有住户，白搭费用，开晚了会被人捷足先登，这个尺度是很难把握的，为了避开这个问题，可以先与房东协商好，按开业日期计算房费，这样就能自己掌握一下开业时间，降低损失。

另外提一点，就是房屋的选择，一般的房屋都是长方形的，首选门面宽，而跨度小的房子，这样的房子门面稍加装修就会很抢眼，而且给顾客感觉面积大；相反，门面窄，跨度长的房子不够惹眼，简单被人忽视。还有主要街道上转角处的门市都比较好，各个方向几乎都能看到。

对于投资除装修费用和首期房租金外，有一个基本参数：1000 元/平方米，主要包括设备和货款，近期由于物价上涨，基本投资要上浮 15% 左右，虽然幅度不大，但给新开业的伴侣还是带来了肯定的资金压力。

超市装修肯定不要做的太简单，要简洁，洁净。主要是墙面和地面，墙面要白，假如以前装修过，只要看着洁净，光明就可以，由于大多墙面都要被货架拦住；地面要平整，光明，最好采纳防滑地砖，简单打扫，灰尘小。还有就是照明，照明灯肯定要悬挂在通道的上方，切不可安装在货架上方，高度一般在距地面 3 米左右，一只 40W 灯管的照度在 6—8 平方米，可依据详细要求设置亮度，还有现在不少中小型超市采纳节能灯照明，投资较大，能起到节能效果，但是一般的节能灯的光线比较刺眼，照在商品上会消失色差。装修时最好在通道上方距地面高 3 米左右用紧线螺丝拉几道铁线，可以用来悬挂灯具，数据线，监控线，导购牌和 **POP** 等，非常便利。

100 平方以上的超市应有卫生间，仓库，假如采纳 **POS** 收款，软件管理还要有办公室，连锁经营的超市也必需要有仓库和办公室。中小型超市的卫生间最好在店内，但尽量不要对外，稍大规模的超市（500 平方米以上）卫生间要设在卖场外或仓储，办公区。

平安防火在装修时是必需考虑的，地面不能太滑，要平整，尽量没有台阶，通道要畅通；按消防要求，严禁任何物品遮挡消防设施，要备有灭火器，店内不允许明火作业，200 平方米以上的公共场所要

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/638075114023006127>