

创业计划书通用15篇

日子如同白驹过隙，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，做好计划，让自己成为更有竞争力的人吧。好的计划是什么样的呢？下面是小编整理的创业计划书，欢迎大家分享。

创业计划书1

一、市场分析

美甲行业蕴涵巨大的利润空间，据专业调查机构报告显示，我国美甲市场每年以300%左右的增长率迅猛发展。我国具有庞大的消费人群。美甲行业是公认的高利润、高回报的行业，已成为最具前景的投资项目。

面对这样一个巨大的女性消费市场，各行各业的投资者都在摩拳擦掌准备进入或已经跨入，但是单纯依暴利和投机经营的初级模式已不可行。专业，诚心，超值，未来的美甲行业经营发展将以品牌化，专业化和规模化为主流方向。

美甲店铺经营定位将呈现以下的几种形式：实力雄厚的品牌经营、产品公司的美甲服务示范店、整合美甲服务的综合美甲店铺、个人品牌命名的信誉店。

新市场营销法则

助推企业成长-电子商务营销-食品餐饮营销-建筑房产营销-消费品营销

美甲店铺的定位越准确，越容易被顾客记住。可以提供个人化的超值服务能力是美甲店铺经营的制胜之本！

二、现有美甲店与消费者的概况

1. 消费者在选择美甲店铺的时候一般会注意这样几点：

- (1) 美甲店铺的专业水平；
- (2) 美甲店铺的服务水平；
- (3) 美甲店铺的环境；
- (4) 美甲店铺的美甲师的能力和名气；

2. 消费者对美甲店铺有这样几个要求：

- (1) 希望美甲店铺在专业技术方面有所提升；
- (2) 希望美甲店铺的服务环境有所改善；
- (3) 大多数人希望美甲店铺提升美甲师服务水平；
- (4) 希望美甲店铺提升美甲师整体素质；
- (5) 部分顾客希望美甲店铺可以改善服务种类
- (6) 超过百分之六十的顾客对美甲师的服务和整体素质不满，希望得到改善。

3. 顾客选择美甲店铺的途径；

- (1) 通过自己的详细了解和亲身体验而接受的人数占大多数；
- (2) 通过美甲师的介绍而接受的占一部分；

(3)通过朋友介绍而接受的又占一部分;

(4)还有的是通过广告慕名而来。

绝大数的顾客认为美甲师的服务水平一般，这就给我们行业提出了一个挑战;谁能够让大多数的顾客满意，谁就有机会拥有着巨大的市场。

在这个行业中，美甲师人员流动性较强。好的店铺应在人员培训上多下工夫，同时也有自己的方法留住那些优秀的美甲师。了解员工心中的理想选择是什么，需要怎么样去解决现实存在的最根本问题。

三、地址分析

主要选择靠近市中心、办公楼集中区域，内部设置应做到淡雅脱俗，有品位，面积约10~90平米 足够.

门市房租金比较昂贵，越来越高。如果首期投资不想那么多，可选择在美甲店比较集中，商场附近，商场内，名牌小区门口，大学附近。有停车位最好。店面租金选择在月租500~20000左右便可。租金再高美甲利润虽大但是去掉这些开销基本持平了就。包括工商、税务、水费、电费、员工开资、电梯楼又包括电梯费、物业费等收费项目。

四、开店投入

预估为10万元左右。

包含:

各种认证许可-2万

装修-2万

仪器产品-3万

房租：500~5000/月 流动等各种费用资金

(注：凭个人想法以及实力可做更大投资。以上为商场店和中(小)型门市店)

五、受欢迎的美甲店铺服务方式

(1)在美甲店铺中，美甲师与美甲师助理的技术和服务要与顾客的需求有很好的配合。每一位美甲师都要很清楚自己的工作并能够很好的完成它。

(2)美甲师可以准确的抓住顾客的需求，并建立起顾客对自己的信任，从而使客户相信这是一家专业的美甲店铺。

(3)每一位美甲师都应该做到：她为顾客所提供的服务是顾客所需要的，并且是对顾客有利的，而不是认为自己是在欺骗顾客的钱财。

(4)美甲师要学会与顾客的有效的沟通，在学会有效沟通技巧的同时，也要学会换位思考，站在顾客的角度来领会顾客的需求，从而真正的满足顾客的需求。

(5)美甲师与顾客之间应该保持一种信任与信服的关系。美甲师对客户展露的亲情和热情只能让顾客产生信任，其实，这也是种敬业的态度，大部分的美甲师是可以做到这一点的。

(6)提高我们的专业性，让客人为我们的专业而买单。

(7)美甲店铺要有一个准确的而独特的经营定位，这样才可以使企业在竞争中立于不败。

六、项目未来

随着本行业的发展，美甲将成为美容行业中的一大分支。随着店铺发展，可向分店及连锁方式发展，前景广阔。

创业计划书2

一、创业概念

餐饮店

民以食为天，足见食之重要。本创业计划书是关于在大学附近开设一家绿色餐饮店的方案。其主要业务是自助餐、早餐、中餐、晚餐、外卖、生日聚餐等，目标市场是在校大学生。本餐饮店首先采取个体户的经营方式。可是有自我的品牌商标，价值理念。

二、竞争对手分析

在学校周围此刻已有多家餐馆，他们大多是周围居民利用所处的地理位置在自家开的小餐馆，其环境、卫生条件、管理方式等都不尽人意。年轻人对饮食永远不会满足，不仅仅是只为吃而吃，其十分需要环境优雅、卫生条件达标、有文化底蕴的绿色餐馆，以彰显自我的个性。民政学院附近像样的餐馆基本没有，所以这样的餐馆还是有相当的市场。到很远的地方买我们本身就是大学生，置身于这个环境更有优势。我们能够更了解大学生需要什么，更好的迎合大学生的口味。餐饮店的成本不多，对于我们大学生具有必须的可行性和可操作性。

三、市场及顾客选择

随着经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头。目前我国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，但目前规模尚小；快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。相比洋快餐专业化、品牌化、连锁化的成功营销模式。中式餐饮发展显然稍逊一筹，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

随着人们对自身健康及食品安全关注程度的提高。而洋快餐油炸、高能量为主的食品长期食用导致肥胖等问题曝光后。饮食安全成为一个热门话题。如何给消费者一个放心安全的饮食，成为餐饮业今后发展的主题。能够预见运用环保、健康、安全理念，倡导绿色消费将是今后餐饮业的发展趋势。绿色餐饮的提出其实也是社会礼貌程度的提高，是一个新的餐饮文化理念。在未来几年内，我国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，并且绿色餐饮必将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了契机。

本店主体顾客是学生，毕竟年轻人都比较喜欢环境优雅、有创意的地方。市场主要应对的是安顺学院的学生和教师，及过往人员。

四、店名

本店里菜品种类繁多，品种齐全。顾客能够更大程度地选择适合自我的口味，满足他们追求时尚的需要。如果顾客有时间感兴趣，本店还能够供给相应的餐具及蔬菜，让顾客自我选择做与不做。

五、店面选址

民政学院附近因为学校附近没有像样的餐饮店，而学校内学生对绿色饮食需求量较大，那里会是一个很大的市场。具有很强的操作性和实用性。

六、经营理念及目标

1、为了让顾客吃上放心、绿色的食品，本店设计了一条标语：花最适宜的钱买一份健康。

2、坚持诚信为本，顾客权益至上的理念。

3、靠薄利多销，走经营流水，留意客户的反馈信息。凭借优良的品质和满意的服务，赢得顾客的认可，努力实现本店与顾客双赢的局面。

七、组织机构

由两名人员专门负责采购货物及外卖，两名人员负责主厨，还有两名人员负责店里的清洁和装饰。

八、产品和服务

1、紧跟潮流，适时推出新产品。

九、收入来源

1、所销售菜品获得的利润和服务性收费。

2、代理业务获得的收入，能够拉赞助，在广告宣传单上印发其他行业广告，在学校适宜场地发放。

十、资金需求、筹措方法及投资回报

因为本店经营货品占地不大，起步初期能够先根据市场需求作一份需求分析，根据此分析再逐步扩大购买规模，预计需要大约20000（待算）元启动资金，主要用于购买原材料、租借场地、员工培训、市场宣传推广。资金的筹措方式是个人或者学校的风险资金，以投资入股的方式投入，其他资金投入方式也能够研究。预计在未来的一年内收回成本（平均销售利润率20%计算）。

十一、定价策略和经营策略

1、菜品将分为上中下三种不一样的档次。不一样的价格。这样就能够满足不一样消费本事的顾客。

2、会员卡制：消费满必须金额，可得到一张会员卡。方便以后购买获得优惠。

3、积分制：消费一元得一分，满足必须积分可兑换相应的商品。

5、利用本身作为大学生的优势。到学校宿舍进行外卖，扩大影响力。让他们更多的了解本店！

十二、营销推广策略

1、组织人员在不一样时间去学校发广告单。并在节假日搞些促销活动，回馈顾客（根据开学、国庆节，中秋节，春节，劳动节等节日特点搞活动）。

2、店内海报：可在店内贴上海报、招贴画等，介绍饰品的使用及文化内涵等。

4、主题促销：进一步细分消费者消费行为特征。可根据不一样的组合，推出“毕业晚宴”“生日宴会”“难忘友情”“谢师宴”等主题。推出不一样的菜品及不一样价位的特色菜

5、品牌建设：以最优的服务，最优惠的价格，供给多种搭配方案。满足不一样消费者的需求。力求让消费者以最优惠的价格尝到他们心仪的菜品。

创业计划书3

一、项目描述

1. 项目背景)

俗话说：“知识就是力量、知识就是财富。”如今，书籍依然是我们获取智慧而能厚积薄发的力量源泉。党和国家号召全民学习，建设学习型社会，活到老，学到老的理念被越来越多的人接受。在国家逐步对教辅教材市场开放的形势下，人民的物质生活越来越好的前提下，都市白领越来越多的情形中，人们的消费越来越个性化，消费呈现了不同态势的增长，大学图书馆和新华书店已经不能满足人们的需要。一种个性化的潮流消费，一种文化气息浓厚的精神大餐，休闲书吧，展现世人面前。

2. 项目名称

休闲书吧

3. 项目宗旨

我们的宗旨是全心全意为顾客服务。

4, 项目内容

在创始阶段，本店经营初期是一个个体经营商，后期我们将陆续拓展经营范围、服务群体从而发展成为连锁经营模式、有限公司。

基本内容：

(1). 书籍租赁----

买书不如租书，对于有些书看了几天就花几十块太不值了；

(2). 我们书籍零售批发，我们也有书籍，资料等出售；

(3). 书籍寄售---

对于有些不用的书籍可以放在书店寄售，比如考试复习资料等；

(4). 休闲书吧的最大特色便是休闲，我们提供酒水，咖啡，水果，点心等休闲服务，在后期可以考虑提供餐饮服务；

(5). 为了突出书店的个性，增加书吧收入，店门口可以搞些画展，专题展，新书海报等，给人一种十分热烈的气氛。此外，书吧还会及时收集各种畅销书的书讯，有条件的话就编制畅销书排行榜，为读者提供信息。

同时为了培养固定的顾客群，我们将推出读者会员等级积分卡，消费越多，积分越高，可享受的优惠越多，比如可享受免费赠送精美礼品等。

二、计划摘要

(1) 书吧经营范围和性质：

1.书吧将向大众（主要是大学生和普通工薪族）出售各种时尚杂志、体育报刊以及网络畅销书籍

2.同时店内设置半封闭式包间，提供咖啡，茶等饮料以供读者休闲聊天

3.书吧提供书籍订阅服务

（2）我们的售书方式：

1. 大宗售书可以与学校或者大型公司集团联系，提供中介服务，并给与对方的员工或者学生一些优惠措施。

2. 店内售书我们的读者如果看完之后觉得有必要购买，可以提供售书服务。

3. 网上售书在书吧发展到一定的阶段，我们将开辟网上售书服务，扩大我们的市场份额。

（3）我们的特色服务

1. 咖啡厅音乐吧——

我们的咖啡厅音乐吧提供各式各样的西餐、酒水、饮料、点心、水果等。让你在看报刊杂志的时候不仅能欣赏到美丽动听的音乐，还能享受到各式服务，对于小资们是多么惬意的一件事。

2. 氧吧书屋——

在喧嚣的闹市，空气污浊，我们的氧吧书屋能让你在看书的同时，不出闹市就能呼吸到大自然的气息。

3. 在就餐时间我们会提供简单的中式快餐，方便读者朋友。

（4）消费对象：在校大学生，普通工薪族

（5）书吧地址

书店选址的黄金地段主要有地处拐角的位置、学生聚集地附近、住宅区地段、三叉路口四处。

（6）书吧装潢

装潢预算：

4万~5万元

装潢设计：

1.书吧分为上下两层，一楼主要经营书籍销售并设有一个稍大型完全开放式包厢，二楼设有单个包间，内设桌椅

2.书吧整体以蓝为主色调，颜色由淡蓝至深蓝随由一楼向二楼渐变，轻松而又不失典雅。

创业计划书4

一、公司(迈德广告传媒有限责任公司)概述

（一）公司简介

迈德广告传媒有限责任公司成立于XX年12月1日，商业法定名称是(中国迈德广告传媒有限责任公司)，法定地址是南昌市双港东路232号。

迈德广告传媒有限责任公司是一家集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的媒介性合资广告公司。

我们的业务范围主要是校园内及周边地区产品的广告宣传。

迈德广告传媒有限责任公司为股份责任有限公司，有着一套完整的管理体系、合作的团队、优秀的骨干，我们设有广告部、策划部、营销部、执行部、财务部、人事部、物资采购部以及综合办公室。

(二)公司宗旨

迈德广告传媒有限责任公司以帮助客户获取经济效益和社会效益为己任，旨在通过公司科学、专业、真诚的服务来建立客户与市场的最佳沟通渠道，把客户有限的资金进行最经济的策划和设计，让客户以最低的广告成本，达到最佳传播的效果。

(三)公司目标

打造代表江西财经大学大学生创业成果的窗口形象。

(四)创业理念

“让人人都做得起广告”这是我们创业的口号，即在起步之初积极探索发展模式和方向，走一条有自己特色的路，我们的服务对象主要是针对广大在校师生，我们将考察师生的需求，认真做好让顾客满意的广告，达到最好的宣传效果。

(五)公司服务

1. 专业化的广告服务

迈德广告传媒有限责任公司为客户提供详细准确的行业咨询服务，包括数据调查资料，分析结论。从而使得客户的投资更科学、合理，全方位与消费者沟通。我们的员工是清一色优秀大学生，在自身的知识和经验上独

树一帜，我们成立内部的研究机构，逐渐开创自己的理论架构和知识体系，建立自身文化内涵。

2. 全面的业务服务

迈德广告传媒有限责任公司是南昌市第一家由在校大学生创办的广告公司。迈德提供传单, 调查, 露天宣传, 上门推销等各种广告渠道方式。

3. 为客户提供准确、科学的市场调查

不必客户东奔西跑，迈德为客户提供完善的效果测定服务。

4. 其他

客户利益：迈德广告传媒有限责任公司因自身特点具有业务成本上优势。能把客户所需的广告预算降到最低做到真正的优质价廉。

二、执行摘要

(一) 经营理念

中国迈德广告传媒有限责任公司的理念是：我们承担压力，客户享受轻松。

(二) 公司概况

中国迈德广告传媒有限责任公司成立于XX年11月26日，主要从事于校园内及周边地区产品的广告宣传，例如新产品现场推广，运动品牌校园大卖场，海报制作。公司的合法成立的组织形式是有限责任公司。出资的所有权构成是创业者集体出资并吸收了少部分得风险投资，我们的主要办公地点在南昌市双港东路232号。

中国迈德广告传媒有限责任公司处于经营启动期，已经成功的为国内某著名的电子产品平台厂商做了新产品推广，并且正为某运动品牌制作校园系列宣传。

在近期XX年12月1日，迈德广告传媒有限责任公司完成了3万元的业务额，并且显示出强劲的赢利。如果融到300万元的资金，我们期望能够完成XX万元的业务，在第二年完成300万元的税前利润。在第3年(下一年)完成500万元税前利润。

我们能够完成上述目标，因为融到的资金主要用于例如：

1. 在江西省内确定了自己的品牌形象的前提下，将迈德企业的理念和业务推广到全国范围内；2. 在全国6个省会及直辖市建立分公司(北京，沈阳，上海，成都，武汉，广州)。3. 引进补充部分广告和管理方面的专业人才。4. 采购业务所需专业器材。

(三)产品与服务

中国迈德广告传媒有限责任公司的目标是打造“让人人都做得起广告”，当前我们的服务处于成长时期。我们计划扩大我们的广告品牌的知名度，以扩大我们的客户群体，其中范围包括餐饮，电子，服装等行业。

迈德的宣传，有别于传统广告以当红明星和海量传单的“烧钱”和“造势”，我们强调的是让客户以最少的宣传费用，达到其有限范围内积极的产品推广。我们帮助商家搭建与消费者零距离的平台。并且以我们专业的技术，帮助商家避免他们在类似宣传中可能会遇到的困难和风险。

(四)营销概述

迈德广告传媒有限责任公司的市场是中国目前“混乱”的低端广告市场，到XX年12月时，根据现有规模测算，其市场已达到亿元级标准。若将其已一定形式和法规，规范化后，据现阶段广告产业的规模，业界普遍认为该市场能够分得广告市场3/1的份额。我们的客户是中国现在各行业新兴的初创企业，商品针对学生消费群的各级代理零售批发商和有相关需要的企业。解决该类客户关心的广告成本问题正是我们的服务宗旨所在，我们将用“迈德”的模式，帮助其推广宣传。

中国迈德广告传媒有限责任公司目前与博艺广告有限公司,天艺事务所,新势传媒,新鲜传媒直接竞争,并且与江西财经大学校影视中心有一定程度上的间接竞争,其中新势传媒和新鲜传媒是公司未来业务发展的最大潜在竞争对手。

但是比较以上竞争对手,我们的宣传与学生消费群体有更近的距离,并且宣传的专业程度和宣传手段有更多的多样性。

(五) 风险与机会

迈德广告传媒有限责任公司经营的最大的风险是商业风险,管理风险和资金短缺引起的财务风险。但是由于我公司处于初创阶段,并没有过多的财务负担,我们可灵活经营规避市场风险,并且通过合作或者吸收投资克服管理和财务上可能带来的风险。

(六) 管理团队

我们的团队由下列成员组成:

总经理：副总经理：广告部：策划部：谢营销部：执行部：综合办公室主任：财务部：人事部：物资采购部：

(七)资金需求

中国迈德广告传媒有限责任公司寻求300万元作为权益性投资，用于公司未来业务的拓展和公司规模的扩大。并计划5年后，根据公司情况，进行剩余利润分红后，再次融资或实现上市融资。

(八)融资计划

目前迈德广告传媒有限责任公司的注册资本为20万元，并且已经吸纳江西财经大学孵化中心3万元的风险投资。在创业之初到现在，短时间内已经完成了3万元的业务，实现毛利润1万3000元，实现8000元的税前利润，并且业务量有强劲的增长趋势。

(九)销售总结

三、经营理念

(一)基本信条

我们专业 我们创造价值

(二)做事模式

团队协作 集思广义

(三)创业精神

创意100 满意100 服务100 挑战100

创新100

创新是企业发展的源动力。在达成某一具体目标时，能根据外界的变化修正调整自己的方式和方法，为公司的发展提供创造性的、新颖的、变革性的建议和解决方案。

满意100

不断的创新，作出满意的作品。

服务100

具有强烈的自我责任心和服务意识，为了让客户满意，坚持不懈地克服工作中遇到任何挫折困难和压力。

挑战100

挑战变化，培养超越自我的意识，不满足已有的成绩，勇于在工作和生活中为自己设定更高的目标。

四、业务分析

(一)业务背景分析

在中国，广大的大学生有将近XX万，这个市场相当于1/4个德国，1/3个英国，除去学杂费，大学生一年的开销，包括教育费用、休闲娱乐、交友的费用，平均每人每年4000元，那么XX万的大学生，就意味着有800亿的市场。数据明确的显示了中国大学生的消费总水平，正是因为有这么大的消费群体，广大商家才越来越注重校园市场的开发和拓展，君不见学术节期间各商家抢占市场的激烈局面。但是仔细推敲这些商家进驻校园市场的方式，我不禁要说：难道这样的营销起作用？难道这样就可以打通校园的广阔市场？如果答案是肯定的，那作为大学生的我们应该感到悲哀，因为

商家如此简单的营销手段就将我们就地正法。但是我相信我们大学生，相信现如今的大学生思想的多元性和思维的敏锐性，他们不会这么容易的掉进商家的圈套，他们需要商家仔细的了解他们，深刻的分析他们。我一直认为营销的最高境界就是征服顾客的心甚至是思想。试着想想脑白金的成功——

如此的东西尽然成为现如今人们送礼的最佳选择，究其原因我认为只不过是商家很好的掌握了消费者的心理，用一种效应征服了无知的消费群体。有广大大学生的消费需求，有商家虎视眈眈的眼睛，校园消费与社会供给的融合缺的就是中间的“月老”。我们的校园传媒公司要做的就是这样的“月老”。

(二)具体业务分析

1、基本生活消费(衣、食、住、行)

大学生最基本的消费支出，针对这些方面，可以为广大的超市、餐馆、旅社以及旅行社开拓校园市场提供营销方案。

2、学习消费(学费、书籍杂费、考证费、电脑等)

瞄准这些市场需求，可以为广大的培训机构提供市场营销方案。

3、休闲娱乐消费(休闲、健身、旅游、娱乐等)

这部分的消费需求是巨大的，也是现在多数商家非常看重的一块。针对这一块，可以为各种休闲场所、健身会所、娱乐机构提供开拓校园的具体营销方案。

4、人际交往消费(人情往来、恋爱)

这部分的消费也是相当巨大的，各种为情侣开发的浪漫场所也会极力的开发市场，满足大学生的需求，争取客观利润。

这些业务市场的空间需求，给我们传媒很大的业务支撑，这也是我们的利润来源。

五、市场和销售战略分析

(一) 市场描述

广告行业是我国的新兴行业，XX年我国共有广告公司57434家，几年来公司数量不断增加，营业额和从业人员不断扩大，增长速度可观，全国广告经营额XX年突破1000亿元大关。按照专家的预测，XX年我国国内生产总值增长不低于7%，将达到12.5万亿元以上，全国广告经营额大概在1100亿元左右。中国广告市场在未来XX年左右有望成为全球三大广告市场之一。但与美国广告权威机构披露的外国大型广告集团的年营业额数相比，差距极为巨大。我国西部地区的经济及广告与东部相比差距仍然很大，这一点在短时间内不会有大的变化。

江西财经大学位于昌北开发区，附近学校密集，大学生众多。此外，江西财经大学是一所以培养创业型人才为目标的高校，很多优秀毕业生选择自主创业，也为我们公司的发展提供了良好的条件。

(二) 目标市场

我们把创业初期目标市场按地域特点分为三类：江西财经大学校内市场，江西财经大学周边市场，昌北开发区内市场。

江西财经大学校内市场主要表现为学校方对外宣传的广告需求，校内各团体活动的广告需求，学校内举行各类活动和比赛的广告需求及毕业生创业所需的广告宣传。

创业计划书5

一、项目名称：

项目单位：xx

项目负责人：xxx

说明：本创业计划书为商业机密，所有权属于xxxxxxxxxx公司，所涉及的内容和资料只限于已签署投资(合作)意向书的投资者使用，收到本计划后，收件方应立刻确认，并遵守以下约定：

1、在未取得xxxxxxxxxx公司的书面许可前，收件人不得将本计划书的内容复制，泄露或散布

2、收件人若无意投资或合作本计划所述项目，应尽快将本计划书完整退回

三、目录：

1、计划摘要

2、企业介绍

3、产品/服务介绍

4、创业团队

5、市场预测

6、制造计划

7、营销策略

8、财务规划

9、风险评估

10、发展目标

二、企业介绍:

1、企业宗旨:

2、企业的基本情况:

A、a、

企业名称;b、成立时间;c、注册地点;d、经营场所;e、企业的法律形式:有
限责任公 司;f、公司法人代表;g、注册资本;h、主要股东:
i、股份比例、

B、a、企业未来发展的计划:

b、企业的发展方向和发展战略

3、企业的发展阶段:介绍说明企业发展的不同时期, A、初创时期, 发
展早期, 稳定发展期, 扩张时期的情况、B、可能出现的企业兼并, 企业重
组情况, 企业产品的市场占有情况、

三、产品/服务介绍

1、产品/服务的概况:产品/服务的概念,性能,特性,用途及其先进性,创新性和独特性

2、产品/服务的竞争力和市场前景:说明企业的产品/服务与同类产品/服务相比的优缺点,消费者选择使用这种产品/服务的可能性及原因,这种产品与服务的市场空间大小

3、产品/服务的研发/提供过程:企业的研发成果和成果的先进性;是否通过有资质的机构鉴定;是否获得有关部门或机构的奖励;是否参与制定产品的行业标准,质检标准;是否采用何种方式改进产品的质量和性能;企业是否开发新产品的计划

4、产品成本分析:产品研发费用,设备购置成本,开发人员薪资成本,每件产品的实际成本

5、产品的品牌和专利:企业为保护自己的产品采取了何种保护措施;产品拥有哪些专利,许可证或者与已申请专利的厂家签订了哪些协议、

四、创业团队:

1、介绍创业团队的基本情况

2、介绍创业团队成员尤其是创业核心成员的特长和有关教育,工作背景以及主要投资人和以上人员的持股情况、

3、公司的组织结构图,各部门的功能与责任,各部门的负责人及主要成员,公司的报酬体系,公司股东名单(认股权,比例,特权),公司的董事会成员,各位董事的背景资料

五、市场预测:

1、对需求的预测:市场是否存在对这种产品的需求?需求程度是否可以给企业带来所期望的效益?市场规模多大?需求发展的未来趋向及其状态如何?影响市场需求的有哪些因素?

2、对市场竞争状况的分析:市场上主要的竞争对手是谁?是否存在有利于企业产品发展的市场空间?企业预期的市场占有率是多少?企业进入市场会引起竞争对象何种反应?这些反应对企业发展又会有什么影响?

3、目标顾客和目标市场的详细准确的情况

六、制造计划:

1、产品制造方式:说明企业是自己设厂(自建厂房,购买厂房,租用厂房,厂房总面积和生产面积,厂房所在地的交通运输,通讯条件)还是通过委托加工或其他方生产产品、

2、生产设备:使用什么设备,设备专用还是通用,设备先进程度如何,价值多少,最大生产能力多大,能否满足企业产品销售需求,随着生产规模扩大是否需要增加或更新设备,设备增加与更新的数量和状况,怎样做好员工操作技能的培训工作

3、
产品的工艺和质量:A、产品的生产制造过程,采用何种工艺,工艺流程如何,各工艺流程的质量控制计划和指标计划、B、主要原材料,设备部件,关键零配件等生产必需品的供货渠道的稳定性,可靠性,质量如何、C、正常生产条件下,产品的正品率,次品率可控制在何种范围,如何保证新产品进入规模生产时的稳定性和 可靠性

七、营销策略：

- 1、了解产品/服务市场以及销售方式和竞争条件
- 2、说明市场机构和营销渠道的选择
- 3、营销队伍的组建，构成和管理
- 4、建立稳定销售网的策略
- 5、制定促销计划和广告策略、
- 6、价格决策和策略

八、财务规划：

- 1、创业计划书的条件假设(财务规划与企业的生产计划，人力资源计划，营销计划密不可分)
- 2、现金流量表，资产负债表，损益表
- 3、产品在每一时期的发出量是多大?何时开始产品线扩张?每件产品的生产费用是多少?每件产品的定价是多少?使用哪种分销渠道，预期的成本和利润分别是多少?要雇佣哪几种类型的人?雇佣何时开始，工资预算是多少?
- 4、现金收支分析，资金来源和使用

九、风险评估：

- 1、政策风险:国家政策的调整 and 变化导致产品发展和产业格局的变化有可能给企业带来的政策性风险、

2、不可预见的风险:一些不可预见的事件(战争, 动乱, 天灾, 大规模流行疾病)也可能导致企业的经营, 发展面临风险、

3、市场风险:国际和国内市场环境的改变,行业竞争的加剧等市场环境的变化也会给企业带来经营,发展的风险、

4、经营管理风险:经营项目在运营过程中由于决策失误,开发项目失败,客户合作项目流产,工作管理的失误,工作运营成本增加、

5、财务风险:企业的经营过程中出现投资资金不到位,资金周转困难,财务管理出现漏洞以及陷入“三角债”困境,都会使企业发展举步维艰、

十、发展目标:

1、企业发展分为几个阶段,每个阶段的重点工作是什么?

2、企业的短,中,长期发展计划是什么?

创业计划书6

市场定位:本俱乐部位于 x x x, 周边客流量大, 并有 x x 大学, x x 商场 x x 小区等人口密集场所. 本俱乐部面向消费群体为全市台球爱好者, 本俱乐部将响应全民健身号召, 为广大群众提供休闲. 娱乐. 健身等多项服务. 如果有条件, 我们将在店内放置一架钢琴, 营造更好的气氛, 也可为顾客提供一个展示自我的平台. 本俱乐部将划分一部分区域进行书吧. 网络冲浪. 棋牌. 吧等多种服务, 但对在这部分区域进行最低消费的设置, 还将做一些著名品牌球具的代理, 以保证成本的回收.

管理理念: 为创建本俱乐部, 本人亲去北京. 上海. 广州等地实地考察. 并向全国著名球房管理人士认真学习探讨, 开业前期将有著名经理人来本俱乐部指导.

1. 尊重俱乐部工作人员的独立人格

2下管一级:上级对下级进行规划管理,下级应服从上级的工作指导,尽力完成上级发放的任务.

3互相监督:管理层监督员工的工作,同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解.

4营造集体氛围:既要上下属感受到俱乐部纪律的严明,也要关怀员工,让员工感受到来自集体的温暖,有利于加强凝聚力,提高工作积极性.

5. 公平对待,一视同仁,各尽所能,发挥才干. 部门设置与职责: 经理:负责俱乐部经营策划和全面管理工作. 主管:协助经理做好日常事务的管理工作. 领班:当班次服务人员的管理工作. 教练:台球培训班的教学工作. 助教:协助教练做好教学工作. 收银员:控制计费系统,做好收费等工作. 服务员:场地卫生工作极其为顾客摆球工作.

前期投资:我们预计前期投资为150万元,包括房租xx万元,乔氏牌顶级刚库16彩球台xx张xx万元.星牌斯诺克比赛用台xx张xx万元.尊爵九球台xx张xx万元.y.c.p.o.w.e.r手工球杆xx根xx万元.消防设施xx万元.其它台球用品xx万元.我们将请来自北京的著名球馆设计师xx先生亲自为本俱乐部设计.装修费用xx万元等等~~经营理念:本俱乐部将采用全国各大著名俱乐部经营之所长,将新兴台球俱乐部经营理念综合本地区情况用于日常经营当中.经营项目:日常台费.酒水.顾客球具保养.陪练.台球教学.台球用品销售.上网冲浪等~开业宣传:

1举办万元大型比赛,邀请全国著名选手参加,并于赛后进行表演.

2采用报纸.电视.网络等一切宣传媒体进行宣传.台球视界网站将做专题报道.

3发放打折卡. 优惠卡等进行促销活动. 竞争优势:

1 本俱乐部为本地区装修最为豪华. 器材最为专业. 经营管理理念为我先进的台球俱乐部. 有多名全国著名教练在本俱乐部任教, 并有资深经理人任本俱乐部经理.

2 经营活动方法多种多样. 定期举办会员比赛和一定规模的大型公开赛

3 自有网站 x x x. 并为多家台球网站会员单位.

4 已申请台球协会, 本俱乐部为指定比赛和训练基地.

5 为学生举办免费培训班, 为我市台球后备力量储备人才. 6 定期或不定期将有台湾著名球手光顾指导.

7 联合本地区其它娱乐. 健身会所举办活动. 产生地区共鸣.

8 俱乐部员工经培训后服务热情. 周到.

9 更多的为顾客考虑, 服务人性化.

1 0 采用先进的台球计费软件, 采取多种时段计费方法.

1 1 采取会员积分有奖. 入会送球杆等多种促销手段多吸收会员.

1 2 综合酒吧与台球俱乐部氛围, 休闲. 娱乐. 健身为一体.

1 3 最为安全的防范措施让顾客放心. 如监控设备. 消防设备等齐全.

可行性分析: 综上所述, 台球行业在我国将更加快速的发展. 没有竞争力的台球厅势必被淘汰出局. 而本俱乐部拥有众多优势, 必将成为

我地区一大亮点. 本俱乐部的成本和利润分析为: 日房租 x x 元, 消耗品 x x 元, 员工工资 x x 元, 水电费用 x x 元. 税收 x x 元. 其它 x x 元收入为: 台费 x x 元. 酒水 x x 元. 台球教学及其陪练费用 x x 元. 器材销售 x x 元. 网费 x x 元. 棋牌 x x 元. 定餐 x x 元等. 日收入为 x x 元. 年收入为 x x 元. 预计收回成本为 x 年 x 个月. 本人还有多家企业为俱乐部投资后盾, 所以, 本人有信心把 x x 俱乐部做好!

3, 中国台球市场分析

中国公开赛于3月26日在北京大学生体育馆开战, 最近几年中国公开赛已经成为中国台球爱好者一个盛大的节日. 也将国人对台球运动的热爱又推向了一个高潮. 3月28日晚, 丁俊晖正赛首场比赛中3-5不敌巴里-霍金斯, 无缘16强. 但是, 广大球迷还是一样的支持他, “输球不要紧, 小丁, 你是最棒的”! 众所周知, 丁俊晖1987. 4. 1出生, 他8岁半接触台球, 13岁就获得亚洲邀请赛季军, 从此被人赋予“神童”称号. 几年之间, 丁俊晖为国人争得无数荣誉, 并让欧洲人和世界人懂了, 原来, 斯诺克不光是英国人的运动, 中国选手也可以站在这个舞台上与他们同场竞技. 并争当“世界第一”.

丁俊晖现象眼下正成为国人热烈议论的话题, 丁俊晖的成功到底给我们带来了什么呢? 笔者认为, 大概有以下几种影响: 一: 推动中国台球运动. 台球进入中国也有100多年的历史, 但是真正取得发展还是在改革开放之后, 职业化类似于英国的斯诺克, 社会化类似于美式台球, 但是中国台球却没有形成英式斯诺克的绅士文化和美式台球的产业规模. 中国的台球水平突飞猛进, 台球文化却还没完全定型, 丁俊晖的成功使我国体育部门

更加专注对台球选手的培养，加快了我国台球职业化的进程。所以，丁俊晖的成功对中国台球运动的推动是无可厚非的。

二：对中国式教育的影响。丁俊晖、潘晓婷等球手都是家庭培养出来的。在我国，大部分家长普遍认为只有读书最有用，反对孩子从小不读书而专门的去学“足球”或“台球”，并想让孩子以此运动为生。但丁、潘等用成功的事实驳斥了国人家长“书中自有黄金屋”的想法。但是，因为过早放弃学业和台球氛围的不同，中国斯诺克选手的文化素养往往比不上英国选手。所以，家长们要好好考虑下到底该怎样去培养和教育孩子。

三：对中国台球选手的影响：丁是我国众多职业台球选手的榜样和领军人物。尤其是年轻一代小球员，更激励他们去努力训练，争取在世界台坛上“展露锋芒”。不过，丁作为“榜样”的同时也是其它国内球手不可逾越的一座大山。像与丁差不多大的球手也有因此而灰心的。在他们看来，年纪差不多甚至比丁大，技术上并不如丁，所以，丁俊晖也成了“阴影”。

四：丁俊晖让群众认识了“斯诺克”。大家知道，台球进入中国比较晚，甚至很多年纪大点的人认为球房是鱼目混杂的场所。丁让更多人了解了斯诺克是一种绅士运动，让更多的人了解了台球文化。其实，丁俊晖带来的正面影响还有很多，我们广大台球爱好者感谢他。

国内还有哪些台球新星？

18岁的北京小球手李远是亚洲斯诺克锦标赛季军得主。每天练球6-7个小时，也是丁的师弟。见他后你会发现，他有着与年龄不相仿的沉稳。祝愿他早日实现他的冠军梦。

8岁时就接触台球的李行，几乎每天都要在爸爸的指导下进行7到8小时的台球训练。为了寻求更好的台球氛围，李行举家从老家辽宁锦州迁往深圳。1990年出生的李行势必会成为未来中国台球界一颗

耀眼的明星.于德陆.辽宁小将刘闯.田鹏飞，黑龙江的梁文博等年轻选手也都将在未来成为国内斯诺克的顶梁之才。

值得一提的还有小将“韩雨”，这个92年出生河北唐山籍的小姑娘球风犀利，成熟稳重。上海市运会9球比赛韩雨战胜潘晓婷、周萌萌取得冠军。她还在06年11月参加日本九球锦标赛.笔者在她自信的笑容里看到她在台坛美好的未来.全国青少年美式锦标赛女子9球冠军陈思明更是让人刮目相看，和韩雨年纪相仿的小姑娘陈思明是庞卫国的爱徒，她韧劲十足，训练刻苦，同样祝愿她在台球的路上一帆风顺。可以说，我国选手在未来的台球竞技领域，必将越走越好。

球房市场分析：近年来，球馆球房雨后春笋般的在全国各地出现.尤其是北京和上海地区，各个台球俱乐部都向着服务人性化.器材设施专业科技化.装修豪华化的方向发展.也有更多的人愿意投资开球房，在北京，甚至每隔十几天就要有一个新的台球俱乐部出现.但大城市的球房也是有的欢喜有的忧。以北京而言，高额的房租价格，球房的饱和程度以及相临球房间的价格.装修竞争等则成为了投资者头疼的地方。沈阳有的一条街上就有4到5家球房，价格一度跌落到了5块钱一小时.而中小城市的球房发展相对缓慢。笔者了解到，中小城市的投资者是因为怕消费水平跟不上而不敢开专业的台球俱乐部。其实，台球在山村也有一定的市场，不过因为消费能力的问题，那里的球桌等设备非常简陋。

从南北差异来说：南方主要流行斯诺克和9球，而北方地区主要流行“国球”16彩。尤其东北地区的16彩业余高手特别多。上海，深圳等城市台球消费价格相对比较高。由于16彩不是国际比赛项目，所以九球和斯诺

克的流行也慢慢由南方渗透到北方。还有一些台湾老板在北方地区开了很多专业的9球馆。也有部分16彩选手往9球上转型，比如著名选手李明文就改打9球，并在世界锦标赛上成绩不俗。

球房经营的内部矛盾是专业的球房经理人. 教练. 陪练等专业的台球人才短缺，没有专门的机构培养专业的球房人才。而且球房工作人员工资教低，以教练员为例，一般的教练在北京的工资也就1300到1800之间。这就导致了很多选手或教练不得不从事其它行业谋生。还有一些中等城市需要专业的教练员或球手，可是很少有球手愿意去中小城市的球房工作。所以我建议台球协会能多培养专业的球房工作人员，并促使各地区之间的球房之间多多交流，担当起调控大小城市之间的球房人力资源的责任。

台球器材市场分析：如今的台球器材市场名争暗斗，竞争十足。人们对球杆. 球桌等器材的要求也越来越高。以球杆而言，90年代拥有自己球杆的台球爱好者寥寥无几，而如今，花几万元从国外买手工杆的台球爱好者也大有人在。现在国外著名的球杆品牌进驻中国市场的有：美国的美洲豹. 加拿大的枫叶. 英国的bce. 泰国的master. omin. 日本的adam等等举不胜举. 台湾的撞球杆更是占据了国内大部分市场. 国内自己生产球杆的厂家有l. kt，lp，yc等。国内球杆的生产条件还并不成熟，尤其是技术人员短缺。有部分台湾及国外球杆技术人员已经到厦门或其它城市进行技术指导。所以，经过技术上的交流，国内的球杆生产质量定会越来越好。球桌生产上，“星牌”一直是本行业的龙头老大，在本次中国公开赛上，世界台联放弃了英国本土的球桌品牌采用了“星牌”球桌。“星牌”球桌已经完全走向了世界的大舞台。另外，星牌公司对中国台球运动的支持也是无人可比的。“乔式”球桌近年也以“钢库”专利以及超级平整占有了北方一部分市场

。笔者有幸参加了前几天在广州召开的台球行业展览会，但并非想象中的那么火爆，参加展览的厂家厂商也就20几家。参观展览的人寥寥无几，新闻媒体也未做过多报道。但愿明年的展览会上有更多的商家参展。市场经济下，竞争不是坏事情。台球器材市场会在竞争中蒸蒸日上。

中国台球的推动剂在哪里？

1. 国家体育总局小球管理中心以及各地方台球协会。小球管理中心全面负责台球运动项目的业务管理，研究和制定所管运动项目的发展规划、计划和方针政策。台球协会宗旨和职责是制定有关台球教练员、运动员管理制度，组织台球裁判员、运动员培训工作；审定技术等级和颁发证书；组织和承办台球相关的经营活动；举办台球比赛等。北京和上海的台球协会可以说几年来为台球运动默默的做出了很多贡献，希望其它个地方台球协会也能充分发挥自己的作用，成为台球运动的一号推动剂。

2. 新闻媒体的作用不可轻视。近年来，深受台球爱好者喜爱的台球网站很多，如top147，my147等网站。希望电视台也能多播一些有关台球的节目。

3. 厂商的赞助。“星牌”公司多年来不知赞助了多少次比赛，赞助了多少国内球员。国内的比赛普遍奖金低，如果有更多一些这样的厂家关注中国台球，中国台球运动必将更上一个台阶。

4. 多出一些优秀的球员。笔者由衷的希望国内的球员刻苦训练，打出好成绩，为国争光。

5. 球房工作人员的努力。球房多做一些培训、比赛等丰富多采的活动，让更多的群众喜欢台球运动。普及全民运动。

创业计划书7

一、企业背景

本人目前拥有苗木基地10余亩、年产各种小苗上100万棵、供应各种水果苗几十万棵、经营项目还有：毛桃种子、枳壳种子、杜梨种子、杉树种子、大久宝山东桃津艳大石早生桃、碰柑苗冰糖橙，还有桂花雪松香樟玉兰等绿化树种、公司的经营形式是：公司+基地+农户+休闲观光农业、战略思路是：一村一品、

二、企业类型

以农业生产、零售、批发、及服务、销售群体为：农场、农户和园林绿化公司

三、组织的形成及经营地点

1、企业将登记注册成为花园种苗有限责任公司

2、经营地点：《花园村沙平》和《青山瓦棚子》、

3、选择该地的主要原因：是青山村离花园村有6—7公里路，交通不方便土地租金较为低廉、且与我自己的土地相连，交通方便，兰黄公路从苗圃经过、灌溉方便等、

四、创业者个人情况

1、1993年初中毕业在家就一直在家跟父亲做苗木繁殖工作、

2、难忘的95年、也是我们麻阳人民的灾难年洪水是我变伤痕累累、一贫如洗、苗木全部被无情的洪水带走、是我背井离乡到广州打工、

3、96年不甘心的我重操旧业从那里倒下就从那里爬起来、皇天不负有心人，目前我已经拥有了大量的客户、年十几万的收入、并且拥有了一定的营销采购经验、

4、坚持诚信是我经商的原则

5、通过20xx年7月15日的湖南省首届《农村实用人才创业培训班》是我清楚的确定公司资源优势和缺陷、了解我所面临的机遇和挑战、对我以后管理和制定公司未来发展有了清楚的认识、也同时是我知道建立公司的必要性、有了目标、就有了激情和力量、当我碰到问题时抬头看看我的目标、一切就变得简单容易、

五、市场评估及目标顾客描叙

1、麻阳地处湖南省西部，怀化市西北部，是三省、五区、八县交汇处，总面积1568平方公里，人口34万、麻阳交通方便，通讯发达，电力供应充足，枝柳铁路纵贯5个乡镇，途经县城，距怀化枢纽站59公里，209国道和308省道交汇于县城、麻阳物产丰富，大量资源尚待开发利用、以冰糖橙、碰柑为主的水果面积达10余万亩，江南水果之乡；冰糖橙之乡等美誉带动了麻阳苗木生产快速发展、果品和苗木畅销全国各地、同时也面临挑战，在苗木生产品种的规范化专业化方面还有很多工作要做、但市场需求大同时包刮周边的省市、发展空间大具有极大的开发前景

2、向农业政府部门需要大量的造林苗木及水果苗木，如杉树苗、桃苗、柑橘苗等

3、农场、农户和园林绿化部门需要大量优质樟木、雪松、桂花等绿化苗

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/955010244010011344>