

大学生创业计划书范本（篇1）

社会的开放，经济发展，是“洋节日”兴起的必然结果，吃饱肚皮的中国人，已不满足于物质文明给我们带来的享受。精神文明在物质文明的基础上追求品味人生，已成为这个时代的时尚节拍，跟上时代节拍让你人生的梦想插上机会的翅膀，把握机会拥有明天。通过介绍如何开个鲜花批零店，除了能让你对鲜花行业的经营情况有一些了解之外，更重要的是让你对这种投资形式理解得更深入一些。

开鲜花批零店最初的接人也包括了店面租金、装修和进货资金三个部份。投资规模视开店时间及店面租金而定，规模大点的也就一两万元，规模小一点的四五千五即可，开店的技巧主要包括熟悉行情，选择地段，店面布置，经营策略，插花艺术掌握，投资风险等等。分述如下：

一、技术掌握

没有接触过鲜花的人，早就听说插花是门艺术，而作为生活礼仪用花，我们只要掌握一点包、插花技术就行了。首先要了解花语，什么花送什么人，什么场合适合用什么花，开业花篮，花车的制作，很简单一本介绍插花用书便解决问题。熟能生巧，一个多用便什么都有行了。

二、店址

这是我们建议你开批零店的关剑因为零售利润在花卉业中可达50%—80%，零售利润足以满足一月的房租水电、员工工资、税收开支等。从这个角度考虑，店址在医院、酒店、影楼或娱乐城旁，可避免6—9月淡季对整个业绩的影响，从扩展批零业绩的提高考虑，因为批发利润大概在10%—30%之间，可将店址选择在花卉市场批发一条街，或花店比较集中的街区。在9月至第二年5月的旺季，所有的花店，买花者都是你的客户，由于顾客购物的从众心理，批发货量大，价格便宜，你会争取到许多别人得不到的生意。同时，别的花店也是你的批发客户。

三、装修

花店的装修主要体现在“花团锦簇”这个词，要达到这个目的，只需一个办法，那便多装有反射功能的玻璃，这样店面空间显得大了，一枝花变两枝花，一束花也变为两束花了，当然为了体现花的艳丽，灯光色彩也很重要，建议可适当选择粉红色灯管点缀，另外作为批零店。可考虑店面前庭适当装修后，后庭作仓库用，以减小装修费

装修，费用低效果好。

四、进货

进货渠道是批零店的关键，因为鲜花的质量和价位，是你赢得市场的法宝，找到自产自销的货源，可使你的利润空间最大得到保证，作为我们情义花卉。地处全国最大的花卉市场昆明市斗南镇，拥有自己的生产基地，走价格+质量+服务的品牌战略，以规范的操作，明确双方的责、权、利。因此，以总代理或直销店的形式确保你的利益。情义以“信誉为原则，以量取胜”。作为自产自销，代办航空、铁路托运的企业，我们为你把好货源第一关。下面就看你自己的经营了。

五、经营策略

中国改革已经 20 个年头，哪里都没有空白市场等你开发，哪一行都有人做，关键看你怎么做，信誉是关键，一靠花卉质量价格，二靠服务质量，批零店如果花卉质量价格由供货商把关的话，作为店主主要靠服务质量。不如先作一个免费送货上门的承诺，无论对于批发商还是零售商，此项售前服务，会为你建立一个逐渐、扩大的信誉体系客户群体。二是避免守株待兔，坐以待毙，无论哪个城市，星级饭店的鲜花布置，都是一个很好的业务，3—5 天更换一期，费用少则几百，多则几千元，更何况酒店的婚宴，会议，生日宴又很多，无形带来许多生意，影楼，酒吧，歌舞厅也是你开拓业务的市场，与电台合作，累积返还销售，都是你占领市场的法宝。

大学生创业计划书范本（篇 2）

1、执行总结

1、1 项目背景

作为创业人，本身在大学期间研读珠宝专业，因而在创业的内容选择上，毫不犹豫地选择了自己最为熟知的珠宝行业。当今中国的经济形势大好，人民生活富裕，手中的闲钱多起来后，无论是投资还是使用，购买珠宝首饰都将是其中一个非常重要的选择。如今的珠宝市场已然红火，但参考发达国家的经验，任然可以想见将来的相当长的时间内，此种红火还将延续甚至愈发热烈。因而在有学识背景的前提下进入市场创立项目，私以为是个优秀的决定。

1、2 目标规划

新人下海，切忌好高骛远，加之个人并非有大志向和强烈欲望的人，因而只把目标定为建立起一个能够稳定盈利的小规模企业，具体是否提升规模视未来发展情况而定，但在绝对可行的前提下，会把目标定为最终建成一家股份制上市公司。

1、3 市场前景

持谨慎态度考虑，当今的珠宝市场虽然不能够说完全饱和，但可以视作完全不存在投机的机会，且事实上市场也基本已被占领和瓜分，这一点由很多工作室都在近些年开出自己的门店可以看出。实体店，网店，微信销售几乎铺天盖地，可以说市场留下的空间已经十分狭窄，在这种市场现状下，要想保证生存甚至盈利，就必须进行突破和创新，开辟新的或者至少是只属于自己的市场。总而言之，个人对市场的前景并不持有太过乐观的态度，作为副业经营的微店还好，经营实体店必须做好充分的思想准备。但由于个人有了比较详尽的构思，因而对这次创业还是有一定的信心的。

2、市场分析

2、1 客户分析

客户往往都拥有品牌忠诚度，我们作为新的“品牌”，不能单纯等待老企业犯错流失他们的顾客，而应该从空白处构筑起属于自己的客户群。一方面，抢占市场上最普遍的普通百姓是基本，这只要通过正常的经营，多少都会有所积累；另一方面，我把市场最主要的目标定在一种奇特的顾客身上——有钱又希望通过各种渠道和方式展现和突出自己的不同与优越的人群，其中很大一部分可以简称：“暴发户”。

2、2 需求分析

珠宝是奢侈品，富贵和美丽的象征；珠宝是投资产品，是一项保值的理财方式。当今的中国人生活富裕，手上的钱越来越多，无论是投资意向和奢侈品购买力，都是空前的膨胀，毫无疑问是，这个市场的供需关系依旧是足够有利于进驻的。

2、3 竞争分析

2、3、1 竞争优势

出奇制胜。单纯的竞争，一个新兴的企业是难以拥有任何优势的，而价格战之类的方式从来只是最烂的棋招。简单地说，自然条件下竞争优势是不存在的，必须自己创造。

2、3、2 竞争对手

老牌企业早已用自己的品牌牢牢占据了市场，不能期待他们犯错；网店和微信销售如今异常红火，也占据了相当大的市场份额。这些都是需要去竞争的对手。

、公司概述

3、1 公司

这是一家全新的公司，没有市场占有份额，没有销售渠道，也没有货源。是的，暂时只有连钱都没有的老板的一个脑子。

3、2 总体战略

以一个个人的小规模工作室形式的营业点为基础，根据将来实际发展情况确认规模化发展的方向，可能始终保持规模，也可能顺势扩展销售，如建立闹市区门店等，甚至成立股份公司。

3、3 发展战略

3、3、1 初期战略

在低投资的基础上，开设一家一人规模的小工作室，以微信，微博等方式进行宣传推广，宣传手段上必须处理得不显刻意。货物少而精，根据成本尽量走高端稀有路线，同时通过“筛选顾客”的方式作为“噱头”，吸引目标设定中的“高质量客户”，以另类的方式建立品牌。

3、3、2 中期战略

品牌建立后维持经典模式，同时根据市场实际情况开设闹市区的门店，扩大顾客源，同时增加商品种类，扩大营销规模。门店基本控制在一到两个，不设管理层，由个人直接管理，维护巩固品牌。

3、3、3 终极战略

品牌彻底建成后，企业已经占有了相当份额的市场，发展也已经相当顺利，因而迅速扩大企业规模，利用品牌效应组织股份制企业，维持传统的私人工作室前提下加入老牌珠宝企业的市场竞争中去，同时私人工作室开始接受为名人的服务。

3、4 人力资源组织

最初一个人就够了。

3、5 财务管理制度

自己一个人的店暂时还不需要这些制度，自己掌控好开源节流就行。

3、6 企业文化

企业的文化由于目标客户群体的特殊性，要求形成“高端而神秘”的文化氛围，同时突出“稀有”和“购买的难能可贵”，抓住目标客户群体的心。

3、7 服务概述

“一对一邀请式”地让顾客来到店内，面对面喝茶聊天的过程中让其挑选喜欢的高档翡翠和珠宝玉石，在给顾客销售产品的同时也让他能够体验到一种充满文雅氛围的休闲与放松，给顾客一种自己是“有腔调的人”的强烈感觉，既满足顾客的购物欲望，也满足顾客的虚荣心理。

4、组织管理体系

4、1 组织机构

最初是个人工作室，不招募员工；品牌建设顺利并开设一到两家门店后，每家店雇佣两到三名营业员，门店的货品管理分配和整体的管理都由老板自己负责。

4、2 管理模式

由于企业意向只是维持小规模地运作，原则上基本始终采用老板直接全权管理的方式，省去复杂组织形式带来的管理问题。

5、投资策略

5、1 股份募资

初期甚至中期都不会成立股份制，因而不考虑募资问题，基本维持小本经营。

5、2 项目融资

按照店面租金、装修、进货等综合因素考虑，初期的融资金额需要100万元人民币左右，将使用个人存款、银行贷款已经募资的方式筹措，对于募资的对象，可以适当以书面或口头协议的方式，约定盈利后分红的形式偿还，或者简单的借款归还。

6、营销战略

6、1 营销目标

建立全新的有特色的品牌，吸纳特殊的顾客群体，做到小规模稳定的收益。

6、2 营销模式

最初私人工作室形式强调“面对面”的单独销售，保证货品的独特、稀有、高品质、高价格。强调利润的同时不强调数量，但强调客户的质量。中期门店直营模式，开始销售中低端的货品，如彩色宝石饰品，市面上常见的钻石首饰、中低档软玉、翡翠之类；继续维持工作室的“面对面”销售高档稀有产品，开始由门店引导有购买力和强烈欲望的客户前往工作室购买。如果进入最终的企业化营销模式，开始尝试通过名人效应的私人订制扩大影响力，用常规的珠宝企业营销模式开始进行全方位营销。

6、3 货品流动模式

通过有专业知识的个人进货，个人销售积累资本，用直销的方式尽可能减少进货过程中的销售过程中产生的价差，一定程度上降低成本，但不降低销售价格，把“高价”也作为吸引顾客的核心的一部分。在门店销售的过程中依然采取直接供货销售。

7、预算分析

初期小私人工作室租金及装修费用：20万元人民币

最初第一批次进货：75万元人民币（数量少，保证货品质量）

宣传和广告：极低价格

风险预备资金：5万元人民币

8、风险分析

8、1 机遇

当今中国的经济形势大好，人民生活富裕，手中的闲钱多起来后，无论是投资还是使用，购买珠宝首饰都将是其中一个非常重要的选择。如今的珠宝市场已然红火，但参考发达国家的经验，任然可以想见将来的相当长的时间内，此种红火还将延续甚至愈发热烈。

8、2 风险及策略

销售的基础在于当今富起来的中国人的浮夸心理，因而必须只能是很小规模很隐蔽的初期宣传方式来制造神秘感，并且通过“人对人”的宣传才有最佳效果。在成功俘获第一个顾客的心之后销售会愈发顺利，但风险在于如果始终没有“第一人”的话，销售将难以进行，整个项目都将崩溃，可以说这是本项目最为关键也是最为致命的一项风险。

大学生创业计划书范本（篇3）

相信每一个优秀的员工，都期待有自己的事业，拥有自己的公司，**DEAR TO DREAM**——敢于梦想。打工是我们的锻炼和磨练阶段，也是人生的必经阶段，很多的人认为打工不如创业，特别是进入一些没有什么前景，上升机会空间少。没有人愿意一辈子为别人打工，平淡的过一辈子。

很多的乐手或者销售人员，业务，当锻炼了一定的时间后，在专业知识，销售，渠道，人脉，经验资金，有一定的积累后都开始筹划自己的事业，开琴行，做贸易公司，可是很多情况下开始容易，守住难，很多支持不了，中途倒闭——创业容易守业难，成功一定有方法，失败一定有原因，一下探讨下关于创业的方方面面，希望对于正在创业或者有至于自己创业的同行们有帮助。

如果你雄心勃勃准备开创自己的公司，那么，建议您首先需要给自己写一份详尽的创业计划书，包括公司定位，发展方向，发展计划（一年内目标，3年计划，5年计划），名字，品牌推广，销售，盈利模式，利润点，成本支出（租金，备货，工资，税金，水电，推广广告费，活动费———等），财务状况（包括你自己的资金，可用资金，可调动资金，固定资金），还必须清楚您自己目前拥有的客户状况，供应商状况，人脉状况等等———而且在此之前，你需要对目前的乐器市场，产品，销售状况等要有比较的熟悉和了解。尤其是你的产品的价格，优势，和前景的市场，你必须十分的清楚你准备代理，或者推广的产品的价格优势，价值，竞争优势。

目前一般在我们的行业里，创业的方向有三个方面：

一、建立自己的琴行

这个是门槛比较低的，也是比较容易成立，投入不用太大，风险比较小。

二、建立乐器工厂

这是门槛比较高，投资比较大，风险比较大，涉及到进口原材料，木材，设计部，木工，电工，厂房租用，会计，出口，销售部等很多的方面。

三、建立乐器代理贸易公司

投入的资金不需要太大，但是需要很广的人脉，非常灵敏的市场嗅觉和留意国际市场，需要有好的外贸业务员接单，涉及都进出口的问题，报关，及出口退税，跟单，QC 等等。如果代理公司需要寻找很好的产品，产个品是最重要的，你选择的产品不行，质量不过关或者知名度，信誉度不好，那你就比较麻烦，需要花很大的力气推广。如果是贸易公司，你需要有很好的外贸业务员，精通销售、英文、和国外（欧洲，美洲，东南亚，亚洲）等不同区域的乐器市场和特点，各地风格，特色，需求等等；另一方面你在国内找的工厂质量要过硬，稳定，建立稳定长久的合作关系。

在这里目前主要先谈谈门槛比较低，大家容易考虑或者容易成功的琴行：

要建立一个好的琴行，首先需要给琴行定位，有清晰的目标，比如你自己想要建立一个怎样的琴行，是电声的，还是木吉他为主的，还是培训为主的，还是销售和培训一起的？想好定位，你就需要开始整理整合自己的资源，包括资金，您准备做的产品，进货渠道等全部摸清楚，把琴行的整体风格规划好，VI系统设计好。

1、选址：琴行的地址非常重要，琴行不一定在很旺的地段，不过选择的地方最好是交通比较方便，比如接近地铁口，公车站，有停车的地方，其次可以选择在人流比较多的地段，或者周围多学校，大学的的附件，或者周围比较多小区，有一定消费力

于琴行的库存管理比较方便。

2、选择好地址后，要开始设计琴行的整体风格，如果资金允许的话，可以请装潢设计公司进行设计，置于琴行的VI等也可以请广告设计公司进行整体的规划设计，包括琴行的LOGO整体颜色、整体风格（摇滚、JAZZ 俱乐部风格、体验店、COFFICE等等），或者加入其他元素，如演出式、休闲式、交流式、互动式，或者可以融进餐饮文化、旅游文化、历史文化（邮票，古董）、汽车文化、武术文化、舞蹈文化等等。总之目的只有一个：你的琴行一定要与众不同，具有自己独特的特色、独特的文化。

3、装修好的同时你需要到工商局办理登记，领取营业执照，其中名字需要想好。好的琴行名字，是成功的一半，名字需要大气，不俗气，但是又要便于记住。如果对于登记等比较熟悉，可以自己不怕麻烦跑工商局，税务所等登记；如果怕麻烦的，可以通过律师事务所或者中介去办，不过需要收取一定的手续费，需要垫资的需要花更加多的费用；规模小的可以办理个体户，规模好的可以领取一般小规模纳税人。

4、在装修的同时，你需要收集所有供应商，产品代理上的资料，根据之前选择好的产品联系那些代理公司，尽量拿到最好的价格。一般的公司都会分批发价格，代理价格，一级代理价格等，如果量大还有有优惠，或者根据量给不同的价格，尽量根据自己的资金做订货计划，争取最大的优惠，把成本做到最低，效益最大化。这方面的资料可以在各历届展览会、乐器展收取或者通过百度、GOOGLE等搜索出来。而且需要知道自己做的产品，你的地区附件有没有琴行在做，以免造成价格战。

5、你需要招聘好的合作伙伴或者员工，要找人品好，肯吃苦，上进，不怕吃亏，心态好，工作主动的优秀乐手；不要选择那些好吃懒做、怕辛苦的90后。在对待员工方面，不可以学习其他的琴行，把他们作为苦力，利用他们；你需要诚信对待他们，你的诚意他们是感受的，别当别人是傻瓜，可以的话可以为员工买保险、社保，有适当的假期和培训，设置好的工资提成制度激励他们，让他们和琴行一起成长。只有员工和你一条心、有一个好的团队，你的琴行的力量才会发挥最大，成功的机率增多，因为一个公司不能单靠个人的，只有依靠团队，依靠大家的力量，没有完美的个人，但是有完美的团队。不要单单只顾自己的利益赚钱，也要照顾员工的发展，他们的前途，我们在公司发展的基础上，一定要兼顾员工的发展。善待员工，真诚对待员工，尽力留住优秀的员工，珍惜优秀的员工，对于工资拖欠或者其他的矛盾，问题一定要解决好，否则会出大乱子。比如之前天津某大型的知名琴行和员工的矛盾，在百度贴

的事情，彼此肯定都有错的，不管最后谁赢谁输，对于琴行来说，都是输的，因为对于琴行的声誉一定有很大的冲击，目前网络的力量太恐怖了，在中国人言可畏。我们还要学会危机处理，对于琴行来说的，这是不小的危机，应该马上出来用好的态度安抚好员工和处理好民愤。

6、琴行建立起来后，最困难的是第一年，一般需要守一年，甚至两年，这个时候需要耐心的经营，多花时间思考和根据实际情况改变销售营销的策略要躲在宣传方面下力气，最快最短的时间让所有的乐手，吉他爱好者，BAND知道你的琴行。可以在各个网站、Q群、乐器吉他群发布信息，做广告，或者演出，举行各种的音乐演出、吉他演出、赞助，或者可以和很多的不同社会团体合作，高校的吉他协会等合作，演出是最直接的宣传。

7、琴行发展到一定的程度好，可以考虑纵向的发展，可以考虑其他的项目，比如可以尝试代理其他的品牌，或者做自己的品牌，定做属于自己的品牌，比如目前海巍乐器，吉他平方，等开始寻找国外的产品合作，代理国外的大牌子和品牌，或者考虑其他的音响工程或者相关的项目。一个水龙头的水是有限的，可以为自己多开几个水龙头，这个没有水，其他的还有水，我们的投资也一样的。

8、最后想说说的是产品的质量控制和售后服务等，比如吉他的琴弦，刮花，裂开等，平常要注意保养。销售前要坦白说清楚所有的问题，琴的情况，还有保修，退换货问题——也需要说清楚，而且关于发票，收据等也要交代清楚，以免以后由其他的矛盾和事情发生，做生意，一定要讲究信用，像我们的华人第一富翁李嘉诚，就是做到“仁，义，礼，信，智”的典范！！

不过目前的琴行状况不大好，希望大家可以熬过去，乐器的春天一定会到来的！

大学生创业计划书范本（篇4）

第一部分餐厅基本情况介绍

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。学生食堂的早餐一般只有包子、馒头、豆浆之类的，而且后门的各早餐店很少有供应面包、蛋糕之类的早餐。因此本餐厅的早餐将以供应温热的鲜牛奶，现加工的各种口味的面包、蛋糕，以及水煮蛋为主。主要特点为新鲜有营养，且一点也不油腻，充分符合女生的瘦身饮食。而且对于女生来说，早晨醒来最好要喝一杯温热的蜂蜜水，这

费为每一位来就餐的顾客提供一杯温热的蜂蜜水。

而本餐厅的午餐和晚餐则以中餐为主。很多同学经常会抱怨学校食堂每天都是一样的菜，每天打来打去还是一样的菜。因此本餐厅每天都至少要提供 6 样与前两天均不一样的菜式。按照目前的想法，每天要准备 5 个冷菜，30 个品种的热菜，然后每月进行统计，淘汰 1—2 个最冷门的菜，加进几个新菜，品种控制在 30 个以内。菜色在保持全年基本不变的情况下根据季节进行一定调整。除了川菜，本餐厅每天还会特推出两三道其他地方特色的菜。且米饭会保证香软可口，并免费提供蔬菜汤。晚餐还另外提供各种稀饭，八宝饭等。

且本餐厅在各时点均提供各种饮品。夏天的时候，本餐厅可提供各种冷饮，如水果杯，刨冰，冰奶茶等。而冬天的时候则可提供各种热饮，如热咖啡，热奶茶，热柚汁等。此外，本餐厅特为女生供应美容养颜的蔬果粥，蔬果饮品等。

本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

第二部分餐厅市场前景分析

一、竞争者现状分析、客源市场分析

目前广西大学校内可就餐的地方很少，只有东苑餐厅、西苑餐厅、南苑餐厅、北苑餐厅，仅这食堂完全无法满足就餐需要。有部分同学选择在学校后门的一些流动商贩或是一些小店里就餐。但是这些地方的饮食安全根本无法保障且价格要稍贵。主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。他们来本餐厅就餐的概率也很大。因此基本不会存在客源问题。且本餐厅具有与其他食堂、餐厅完全不一样的特色与服务，声誉好了之后，必能吸引更多顾客前来就餐。

二、市场份额预测

本餐厅可同时容纳 150 人左右就餐，且同时提供外带以及送餐服务。因此据估计，本餐厅早餐可为四五百人服务，而中餐和晚餐则可达到五六百人。大概占理工所有市场份额的 2、5%

第三部分餐厅经营理念、经营模式和经营策略

一、经营理念

本餐厅的经营理念是充分向顾客展示别样的我们。主要体现在以下几个方面：

(一) 别样的产品 具有美容养颜功效的蜂蜜水, 蔬果粥、饮品, 以及每日不一样的各地特色菜, 让顾客品尝到不一样的味道与感受。

(二) 别样的服务 提供网上订餐, 电话订餐以及外带服务, 从细微之处为顾客着想, 切实让顾客感受到我们不一样的服务。

(三) 别样的环境 本餐厅的装修风格简单却又不失前卫, 朴素却又不失个性。充分体现学生群体的个性特征, 迎合他们的喜好。

二、经营模式

目前有四种方案可供选择:

- 1、本餐厅不使用任何饭卡, 只能凭现金消费;
- 2、本餐厅推出只适用于本餐厅消费的饭卡, 刚开业期间只要充值 50 以上便可免费办理;
- 3、本餐厅联合理工龙腾后勤服务中心办理目前理工通用的饭卡, 但本餐厅仍自负盈亏。
- 4、即可用现金消费也可用本餐厅饭卡或结合方案 1 和方案 3。

三、经营策略

(一) 定价策略

本餐厅在理工范围内的所有竞争者中价格属于适中, 然而相对于所提供的产品与服务而言, 性价比较高。

面包、蛋糕价格一般为 0.5—2.5 元, 牛奶价格为 1.5 元/杯, 素菜为 0.6—1.5 元/份, 荤菜为 1.5—3 元/份, 各种饮品价格为 1.5—3 元。另推出 5 元套餐和 7 元套餐。5 元套餐为一荤两素加一杯饮品, 7 元套餐为两荤两素加一杯饮品。

(二) 促销策略

前期宣传: 大规模, 高强度, 投入较大。主要通过发放传单进行宣传, 宣传单上要主要突出本餐厅的特色与开业期间的优惠活动。开业前三天在本餐厅消费满 10 元以上者可赠送一张 5 元优惠券。

后期宣传: 重视已有顾客关系管理, 借此进行口碑营销。定期进行具体活动的策划和组织, 通过活动时提醒顾客的消费意识。可赞助学生社团活动。

(三) 服务特色

任何一家餐厅如果没有良好的服务就不能长久兴旺地生存, 服务的背后其实是员工的态度, 只有员工满意, 才能让顾客满意。因此我们要对员工进行培训和激励, 先培

就能为顾客提供良好的服务，高品质的菜肴。而我们的服务特色就是要从细微之处体现专业，站在顾客的立场去移情设想，及时的去了解和提供客人所真正所需。我们的特色服务项目则是网上订餐业务（一次性订餐 10 元以上才送）。现在很多学生越来越依赖于网络，尤其周末的时候甚至愿意窝在寝室而不愿意出去，然而吃饭问题却不能解决。现在只要登陆本餐厅的主页，点击“网上订餐”，即可选择所需的餐点以及数量，再填写一下寝室号就可轻松完成，送餐上门后付款。另外也可电话订餐，我们有专门配有 2 名送餐人员。

二、店面设计

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示本餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近本餐厅气氛和消费者偏好，烘托出本餐厅的品位。

餐具：干净，整洁，应该体现本餐厅特色或者形象（例如 LOGO）。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和本餐厅格调。

第四部分财务计划与预期

一、开业启动资金

1、初始阶段的成本主要是：场地租赁费用（3 万），餐饮卫生许可等证件的申领费用，场地装修费用（5000），厨房用具购置费用，基本设施费用（5000）等。

2、运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，固定资本折旧费，杂项开支等。

3、据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需 12600 元（场地租赁费用 5000 元，餐饮卫生许可等证件的申领费用 600 元，场地装修费用 2400 元，厨房用具购置费用 1000 元，基本设施费用等 2600 元）。资金可有父母提供 80% 自己积蓄 20%

、每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约 1500 元，收益率 30% 毛利润 500 元。由此可计算出投资回收期约为一个月。

中国餐饮经营专家综合点评

1、本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。

另外，本餐厅采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。同时，非餐点还提供冷饮、冰粥、等，并提供免费茶水。简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

2、不足与困难之处

由于本餐厅刚刚开始计划，资金方面存在严重不足，同时由于时间紧迫，整个计划书难免有些欠缺，不过我会尽量地去充实，完善之、送人玫瑰之手，终久留有余香、我们相信，在以后的努力中，本餐厅会得到进一步的完善！

大学生创业计划书范本（篇 5）

一：总体介绍

人们佩戴首饰已经有了上千年的历史，在我国，传统的首饰只有金银，而随着改革开放的发展，各国文化的交流，各种不同样式类型的首饰商品涌入我国，该行业是一个新兴的行业，发展空间大，利润丰厚，经过综合各方面因素考虑，如经济实力，店铺选址，销售对象，人员流动情况，购买力等，决定开设一个首饰店。在商店正式运作以前，先制定一份计划书，为以后店铺能够健康顺利运营打造基础。

二：我之所以选择首饰行业，有以下几个理由

(1)：随着我国经济的发展，人们的温饱问题已经解决，在衣食住行解决以后，开始追求物质上的享受，尤其是韩国文化的涌入，大街小巷，从小孩到老人，尤其是年轻人，争相购买韩国首饰。因此，佩戴首饰成为当前文化的潮流，也符合消费者的口味，所以这方面消费者肯定有需求，人们的审美情趣开始改变，不仅讲究怎么佩戴，还讲究佩戴什么，所以首饰有着很大的市场空间，每个人都必须的。但是现在虽说利润很

存方式，让消费者欣赏自己的产品是最重要的。

(2) 首饰业便于崛起，利于把握生存原则及时做出调整，有利于店面的发展，避免不必要的风险。首饰市场大，购买力强，只要产品迎合了大多的消费者，便是赢家，该行业需要的成本较低，很适合大学生创业者。

(3) 选择大学生作为消费群体：由于大学生年龄段在 18——25 岁之间，该年龄段的消费群体是首饰消费的最主要的群体，是消费群体中首饰购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女生消费频率高于男生，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。因此款式相应斯文，时尚，新颖，不能过于前卫，夸张，价格定在中高档次上，且让顾客有物有所值的感觉。

(4) 店面选址：虽然地点不是首饰经营成功的唯一前提，但铺址的选择极大限度的影响店铺生意的好坏，由于该商品主要针对的消费者对象是大学生，因此商铺应选择在大学校园的周边地区。

(5) 店铺装潢要求：门口要有醒目的广告，让路过的人一目了然的知道店内是卖什么的，晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过顾客的眼球，店内灯光采用冷暖结合的形式，能够给人一种温馨柔和的感觉。

(6) 长期发展营销策略：每周都要有新货上架，把每个环节标准化，以备日后发展连锁，训练营业员对顾客的服务态度，初次来店有小惊喜，免费赠送顾客小饰物挂件，告知顾客团购优惠，每逢节假日进行打折。

大学生创业计划书范本（篇 6）

一、项目介绍

由于资金有限，想来想去没有什么更好的项目，时间紧张也没有更好的灵感，那还不如走传统行业路线——服装行业。尤其我们是合作一起开始创业，需要我们大家共同合作默契来考虑好各方面的事情，遵循互惠互利，有商有量的原则，不能因利和个人情绪影响店面的发展，至于我们个人之间的利润和合作规则，先等店面开起来，我们再来定一份计划书，为以后店面有一个健康的成长过程打下基础。

我决定进军服装行业了，其理由如下：

1、衣、食乃生身所需，市场之大。

衣、食、住、行是人类生活的四大元素。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

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。

2、服装业便于崛起，利于把握生存原则；

我之所以认为选择服装业便于崛起，是因为市场之大，购量之强，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。因为是多少人在演绎着这个市场的生存规律，所以，只要你冷眼观看，就能知道自己该怎么着手于这个行业，前行者们都告诉了我们这个道理，不用你再去花钱去买了。再则选择开服装店的优势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，很适合我们这些刚涉足商业的创业界层，而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧。

“没有失败的行业，只有失败的企业”这句话，蕴涵了生存的规律及危机，但给予我们一处警示，我们要想生存，就必须解决一些问题：我们服装规模、产品定位、群体目标等。

我们的项目是做服装行业，开个女式服装店。

店名：（__）。

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最高的群体。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

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/545042002304011203>