

最新大学生网络创业项目策划书4篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/166555.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

大学生网络创业项目策划书篇一

xx名规则说明：低调，简单，易记，有特色（这里的特色不是说直接反映风味）但不古怪，不超过四个字，不带湘字。目前预定的形式是“xx酒_”或xx

以湘东地区的农家风味为主

xx

xx

- 1.在周边1里内起码要有一个中型居民小区，周围最好一定量的流动人口，应该是白领来往或是租房目标区；
- 2.如果条件不能满足第1点，则位置需要交通比较方便，来往有一定量私家车和有消费能力的人员能醒目的看到餐馆的位置；
- 3.租金不能超过xx元/m²，xx元/m²为最佳，最好是1楼有一个xx左右进出铺面，主要营业面积在二楼；
- 4.餐馆本身需要能停车xx辆家用轿车的能力，或是附近不超过xx有停车场。

选址总体评价，由于新手投入资金不宜过大，因此餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但希望往来比较多的人员，并且具有消费能力，希望通过餐馆的风味特色能吸引到老客户，要求能在xx个月后会做到盈利xx万元/月。

大厅内部要求能摆放xx人小台或小圆桌xx张，xx人大台xx张，xx包厢（xx规格）xx个。（但具体要看店铺的布局）

- 1.租金：两按一租，以xx计算，每xx预计xx元，此应一次支付xx万元；如果面积有出入，无论如

何不能超过xx万

2.装修设计费用：xx元

3.装修费用：

a.门面外部装潢能突出特色、显眼、但不夸张费用为xx元；

b.内部大厅装修风格以突出农家风味为主，装修一般，但要求装修完不能有异味，费用为xx元；

c.厨房面积为xx，装修强调排污、通风，费用为xx元；

d.厕所两个，男厕为xx，女厕为xx，要求通风，其他无特别需求，装修xx元。
自己买材料，总共预计xx万元

4.办证费用：要求有消防、环保、卫生许可和营业执照等，费用预计xx万元

5.购买用具费用：

a.3台5p的空调，包厢4台小1p空调，共元（也可能使用中中央空调）；

b.十把吊扇或壁扇，共xx元，

c.两个冰箱，两个冰柜，一个消毒柜，其计xx万元；

d.厨房用具，共xx万元；

e.桌凳，共xx元；

f.其他（请见清单），共计xx元，

g.自动洗衣机1台，xx元

6.其他不可预计费用，xx元

1.门面装修要求显眼，突出特色，不夸张，简练，能体现其消费水平

2.大厅说明：

a.桌凳使用原木色的大小八仙桌和长条板凳，或是使用外观上比较结实的大小圆桌，大小圆桌上覆上比较好的米黄色桌布；

b.墙面和厅中原有柱子的1m2左右以下以深色瓷砖，厅中为了装修目的自立柱子均以深色为主，天华板不进行完全装修，使用射灯，射灯以上的天华板喷为黑色，大厅灯光要求柔和，但桌面上的灯光要求明亮。（这里只我的想法，实际以最终的设计为准）

3.包厢装修与大厅一样

4.其他无特别要求

1.厨房：共6人，1个主厨，2个副厨，1个配菜切菜，1个洗涤人员，1个洗/捡菜人员

2.包厢：以5个包厢计算，5个服务员，

3.大厅：5个人，每四张台1个

4.其他：其他临时人员1人（主要用于服务休息时的轮换），店主1人。

1.物业管理费用：每平方不能超过xx元/月，以xx共计xx元/月

2.排污费用：xx元/月

大学生网络创业项目策划书篇二

随着居民收入水平的提高，对果品的消费需求呈增长趋势。水果行业是发展最大的行业。并且该行业没有什么大的销售巨头。市场空间非常大。并且连锁经营也是最大的热点。

项目简介

社区水果店的建立：在社区的居民达到xx个家庭（每个家庭xx人计算）的小区建立水果店。

市场分析

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果xx公斤相比，国内人均消费才刚到其一半。通过对大多家庭的调查，80%的3口之家每月消费水果的金额在xx元以上。xx%的家庭消费水果在xx元之间。只有xx%的家庭消费水果在xx元以下。

我国目前人年均果品占有量约为xxkg，与健康标准要求（xxkg）还有不小的差距，与发达国家人年均消费水果（xxkg）的水平相比差距更大。若考虑到未来人口增长因素，按照健康标准计算，全国果品消费量将达到xx万t。

选择理由

行业的需要：中国缺少水果的销售大户；

创业者的需要：进入门槛低，很小的投入就可以经营；

全新的销售机会：只有水果连锁店还是空白。而其它行业连锁店都处在微利竞争状态下

新颖的销售方式：开放式的自选

多样的服务项目：提供自动榨汁服务。提供组合包装箱，及在店内介绍各种水果的特征和适合食

用的人群，引导健康消费

水果的购买状况和消费者的心理：时间忙，没有多余的时间用来购买水果。超市和批发市场因为是购买别的产品为主，所以不会购买很多的水果

庞大的市场：国家计划在2020年使人均消费水果达到48公斤，2030年53公斤。也就是说要2030年，水果要有2500万公斤的消费增长。市场巨大。是现在市场的40%

特色服务

1. 水果行业是发展最大的行业。并且该行业没有什么大的销售巨头。市场空间非常大。并且连锁经营也是最大的热点。

也是最多的投资者首选的创业方式。在南方，水果连锁店以小有规模，但都是地区性企业，规模不是很大，但其年销售量已经很大了。单店的年销售额以达到100万，并以开始赢利。在已经取得成功经验的南方水果连锁店的基础上，再增加些服务项目，使水果连锁店更加人性化，并且使水果连锁店成为国内最大的水果零售、批发、连锁企业。

水果连锁店的存在首先方便了消费者消费水果。因为水果店的选址一般在社区（辐射范围：居住户在3000户）。在这以前，人们购买水果的场所一般为：超市、农贸市场、其它（游商和街头水果摊）。而德国的新鲜水果2001年的销售途径和情况如下：25，5%是通过消费市场，37，6%是由连锁店，11，1%是水果蔬菜店，8，2%是周末市场等。所以说，连锁店是未来水果销售的重要途径。

分析购买地点，超市、农贸市场不是随便在社区门口就有的，不太方便居民购买。并且去以上地方的居民，主要的购买产品都不是水果，而是其它的日用品或蔬菜。而水果的特性是分量重，体积大。对没有汽车的消费者而言，在去了超市、农贸市场购买其它商品后，只能在购买少量和品种单一的水果。在社区开设水果连锁店，可以让消费者购买更方便，增加水果的消费量。

2. 给顾客全新的、放心、保证质量和便宜的放心消费地点

更多的顾客选择去超市购买水果，除了是在购买其他商品的时候见到有水果销售，顺便购买外，剩下的最大原因就是超市的水果不管是从产品外观、产品质量、分量上都可以让消费者很放心。并且开放的自选方式可以让顾客有更多的挑选余地。对于我们的水果连锁店，采用统一装修、统一店面布置、统一采购、统一配送，并且全部产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后在进行销售，完全可以给予顾客以上心理的满足。

3. 独特的引导消费

现在的顾客购买水果，完全是凭借自己的口味和喜好来选择水果消费，而忽视了水果本身的特性和适合食用的人群。通过对众多的消费者的调查，发现几乎没有一个人能说出菠萝的特性和适合食用的人群，及肝病、胃病病人应该吃什么水果，不适合吃什么水果。这就说明大家都是在盲目的消费水果。没有什么水果消费常识也就会闹出给糖尿病病人送香蕉的好心办错事情的误会。作为一个水果零售商、我们的责任就是要教会大家如何合理的消费、食用水果。在这方面，我会在每家店面张贴每种水果特性的海报及适合食用的人群，和好坏等级的鉴别方法，引导大家健康的消费。

4. 提供多种多样的服务来针对不同的消费群

水果消费者一般会分为自己食用和送礼2种。针对送礼人群的心理及包装需要，我们会专门设计些可折叠或组合的不同容量（3g、5g）等包装组合，有偿提供给消费者。也就是说，顾客可以随意组合、购买水果。购买完后如果需要包装盒，只需要交纳一定的包装费，就可以得到店内的包装盒（可分为祝寿、探望病人、看望亲戚等几种），并可以得到贺卡一张。这样，既让消费者明白消费，免去了在游商或其他商家处购买的昂贵礼品装水果，又可以保证质量。

5. 深入挖掘水果的特性及消费者的其他需要

随着人们的收入增加，更多的消费者开始饮用新鲜果汁。针对消费者的着方面的需求，每家水果连锁店都会有免费使用的榨汁机供顾客使用。顾客在购买完水果后，可以自助的免费使用水源清洗水果并免费使用榨汁机，将水果榨成果汁。如果顾客自带容器，公司将不收取任何费用。如果顾客想将果汁带到家庭、公司或在路上饮用的话，公司将有偿提供一套容器（包括朔料杯、吸管、蜂蜜、砂糖等，并帮顾客封装好）的服务，便于顾客把新鲜的榨的果汁带到任何地方饮用。在卫生方面，顾客每使用完一次榨汁机，工作人员都会对机器进行消毒处理，然后放进消毒柜，保证卫生。

竞争对手

1 消费者观念的转变：消费者能否接收这种新鲜的水果购买方式，由于其它购买水果的传统场所在消费者心中已经形成了习惯，所以要在短时间内改变消费者的购物观念，让其接受这种商业形态。

2 大型连锁超市：大型连锁超市开始经营水果已经很长时间了，这说明水果消费在百姓的日常消费中已经占有了一定的比例，也同时说明了市场的广阔，这些商家也很看好这块市场。大型连锁超市的优势在于采购量较大，采购成本较低，客流量较大，购物环境比较好，产品质量和份量都有保证。

我们的优势：我们的水果连锁店的开展，联合果汁企业的采购优势和物流优势，在采购成本上一定会比其低。并且我们的由于把店面开在社区，在招聘一些下岗工人，争取点政策支持。并且我们的购物环境、信誉度和价格都可以和大型超市抗衡。并且我们会提供榨汁服务、水果的宣传介绍、礼品的包装盒等服务相信都是大型超市所没有的。

还有就是可以和一些中型的连锁店合作，例如好又多超市，我们可以和其商谈，把其水果项目承包下来，在其超市中开个店中店，付给其承包租金和销售利润分成。对方节省了采购费用，和经营风险，利润却同样可以保证，我们则增加了销售和展示的窗口。

3 农贸市场：一般是以露天的形式出现。由于摊位租金便宜，所以其价格可能会有点优势。但其购物环境、产品服务都没有，顾客也没有什么挑选余地，并且在质量和份量上都不很牢靠。

我们的优势：一般人们去农贸市场都是去买些日常食用的粮食和蔬菜，所以在购买了大量的其它产品后，一般不会在购买很多水果，因为购买东西太多和太重都会对其行动形成不便。而我们的水果店一般都开在社区附近，这样方便了居民购买水果。相信谁也不愿意走xx分钟去买个西瓜在抱回家，大家购买这类水果更愿意在离家较进的地点购买。

4 游商小贩：其特点是流动行强，能把水果车推到社区楼下，由于没有租金成本，所以其价格可能会更低。其缺点是游商小贩所售水果经常有缺斤少两、以次充好的现象。

大学生网络创业项目策划书篇三

甜品类休闲食品一直是女性朋友们的最爱，因此如果能在女性聚集区开一家蛋糕店应该是不错的选择，同时还经营生日蛋糕，只要做出自己的特色就一定会受到广大朋友们的喜爱。

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、本店打算开在社区贸易街，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、朝阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金xx万元。

1、由于地理位置处于贸易街，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。短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。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，并成蛋糕市场的着名品牌。

1、客源：本店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%；四周学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数目充足，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、朝阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的。

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。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，偷偷跑过往和店里师傅商量。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xx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。特别是假如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。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

启动资产：大约需xx万元

设备投资：1、房租xx元。2、门面装修约xx元（包括店面装修和灯箱）；3、货架和卖台投进约xx元；4、员工（2名）同一服装需xx元5。机器设备最大的投资：xx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xx元。

月销售额（均匀）：xx元。占有关内行人士评估，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xx元。

每月支出：xx元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场四周），约xx元。

货品本钱：3xx%左右，约xx元。职员工资：xx平方米的小店需要蛋糕师傅xx名，服务员xx名，工资共计xx元。

水电等杂费：xx元设备折旧费：按xx年计算，每月xx元月利润：xx元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

由于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。

大学生网络创业项目策划书篇四

引导语：茶叶作为一种著名的保健饮品，它是古代中国南方人民对中国饮食文化的贡献，也是中国人民对世界饮食文化的贡献。如今，开一家茶店绝对大受欢迎。

项目介绍

1.1本策划的目的

为有意投资本项目者提供充分的信息。

为本计划未来的经营活动提供基本数据和指导准则。

1.2公司介绍

本公司集高档专业茶文化于一体，以“传承千年文化，弘扬民族茶饮”为理念，以追求和发扬茶道精神“健、美、和、敬”为主旨，致力于打造一流茶文化企让您在优美精致的环境中体会传统茶氛围，让您在快节奏的都市生活中找到一片宁静的港湾，我们将竭诚为您提供贵宾级的服务。

1.3行业背景

随着当今世界飞速发展，人们的生活水平在逐步得到改善，生活质量的到大幅度的提高，同时这些也造成了了生活的节奏的加快，压力逐渐加大、越来越孤独，人情冷漠。我们很难寻求一片心灵的净土来安置我们手上的疲惫的心灵。但是在越来越多的问题逐渐增多的时候，也出现来越来越多的需求，也就提供了越来越多的机遇。

我们一切一顾客为中心，我们坚持秉承我们中华文明，集成并发扬传统文化的同时，为顾客提供一个可以畅所欲言的场所，在这里，你可以遇到志同道合的朋友；在这里，你可以和更多人交流，排遣孤独；在这里，你可以独自一人，聆听音乐，沉浸在音乐的舒缓节奏里，放松神经和身心；在这里，你可以与家人一起，在音乐的氛围中尽享家庭的温馨，让所谓的代沟在我们的周围消失，创建一个温暖和谐的家庭氛围；在这里，你也可以同朋友一起，品茶言欢，共叙友情；在这里，你也可以为你和顾客找到一个舒心快乐的谈判交易地点，在这样没有纷争没有喧嚣只有平和与宁静，和谐与安详的环境里迈向成功；在这里，我们为你提供一系列的方便——音乐器材，象棋，围棋……休闲方式，你可以找到乐友或者棋友，让生活有滋有味，让城市生活不再单调不再孤独。我们的茶楼就在这样的历史情势下应运而生。

1.4市场营销

市场是由一切有特定需求或欲望并愿意和可能从事交换来使需求和欲望得到满足的潜在顾客所组成。我们的市场细分是针对那些向往安静、适宜的消费者展开实施，以茶市场为导向，在繁华的城市中为顾客提供一个休闲地方。

1.5企业管理

公司发展初期，在结构简单、规模较小、工艺比较稳定的初级阶段，这样既保持了直线制集中统一运作的优点，。公司内部生产流程包括公司基本框架和运作方式的定位，产品供应流程为建立直销渠道、开拓出口渠道、建立营销网络执行计划。

1.6结论

本公司茶楼以休闲促文化，将会有很大的发展前景。，如果能取得足够的投资，这一项目将为投资者带来丰厚的回报。

经营管理方案

茗雅堂茶楼作为道家文化的一个载体，通过提供书画室古筝

茶产品和茶艺表演服务于热衷茶文化及具文化品位的高端消费群体。

1、产品组合

茶楼产品组合包括：茶器产品、服务设备等品牌元素、茶文化、服务配餐、演艺、音乐；

茶类：主要选择大红袍、铁观音、信阳毛尖、祁门红茶、西湖龙井、云南普洱等优质且具历史品牌的类别；

产品来源可以通过和厂家建立长期供货机制，拿货可以在马连道也可以和当地厂家建立战略合作。

器类：茶器的选择古朴自然青瓷例如汝瓷

服务设备：例如桌布、夹子、杯托等全部通过oem的形式打上茗雅堂茶楼的品牌字样

茶文化：新芳茶楼的服务员不仅是服务喝茶的客人，每个服务员必须有自己擅长的茶类，还要具备茶艺表演和茶文化内涵。平常茶艺人员提供茶水和茶文化服务，后期可以接待外部茶艺表演活动，增加收入结构。

2、价格组合

茶楼产品价格相对其他茶楼的要定位高价，特别是礼品茶价格，茶楼可以和固定供应商合作经营茶礼品。

品名区价格可以根据现实客流情况决定。

3、促销组合

茶馆经营需要借助行业协会和媒体力量，通过定期举办茶文化沙龙活动等来提高茶馆人气和氛围。

4、渠道组合

供应渠道：中国十大名茶茶产区和xx市区店面渠道、厂地驻长春事处相关资源及优质厂家成本优势资源

营销渠道：茶馆会员管理机制及公关活动企业家主题活动人脉资源

静逸茶楼相对于一些大城市已经成名的老舍茶馆、五福茶艺、怡青泉、问天阁、更香茶楼、吴裕泰茶馆等处于后起之秀，其立于会所之中但具红楼梦文化内涵的茶馆特性，唯有充分挖掘文化品位优势，做足文化底蕴，且在产品供应上能够拿到低价质廉才有绝对优势。

1、现场管理

现场管理的目的是为xx茶馆创建一个适合于经营的良好环境：空间布局、灯光照明、背景音乐。

茶楼最大的浪费就是现场空置率的浪费，所以有效利用每个角落，通过产品布局和产品结构等形式来实现随处皆营销随处皆茶文化的感觉。

2、员工管理

员工的时间管理和员工职业成长和绩效管理是茶馆管理中核心问题。通过会员管理机制和每个服务员都有自己客户管理档案的形式来刺激员工利用好时间。为每个茶艺人员设计茶叶品类专家概念，让每个茶艺员工都学有专长，职业能够得到提升和成长。业绩和效益挂钩的激励机制能够为他们创造效益。

3、服务管理

服务管理是把茶道要求的人之美（包括仪表美、风度美、神韵美、语言美、心灵美）体现到迎宾、咨客、茶饮服务、茶艺服务、配套服务、结算服务、投诉处理和送客等环节。

4、客户管理

建立客户档案，做好客户联络和店外服务。

最重要客户公司建档；其次由部门经理和茶艺员工逐级管理。

茶馆管理还包括：进货管理、仓储管理、财务管理。

1、塑造个性

茗雅堂茶文化个性名片解说

2、多元嫁接

昆曲、餐饮、音乐、书画、古籍等多元文化嫁接

3、抓住长尾

互联网人气加上线下茶文化体验中心。

4、激活传统

融合时尚和传统茶文化结合，吸引新生力。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发