

网上水果创业计划书做 水果店创业计划书 (精选7篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间和资源分配。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

网上水果创业计划书做篇一

民以食为天，水果是每个家庭每天不可或缺也无可替代的生活必需品。

当代人们的生活水平的提高，对自身的身体健康也越来越重视，水果中含有好多微量元素，水果这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。目前，大众消费群体的水果消费途径是由以下两种方式组成集市水果摊、超市。

在校大学生而言，主要的水果消费途径是学校水果超市，他们往往选择时令水果作为主要消费对象，对非时令水果、进口水果等中高档水果的选购相对较少，他们也会在去大型百货超市集中采购的过程中选购水果。不过这种同学不多，相对于外面来说在距离较远对学生购买水果有一定的影响。

学生现在大多数没有自己的收入来源，花销大都从父母那里得到，考虑的经济条件的原因，水果的价格适中。学校的几家水果店，通过自身的调查，大多数学生对水果挺喜欢的、价格相对偏高、水果自身存在不新鲜现象，配送服务、缺斤短两存在一些问题。综合这些问题各方面改善自己的水果店。根据学生的喜爱，在后期的发展利用对水果喜爱增加一下时尚元素果汁、水果拼盘，建立属于自身的水果屋。

我们能够发现，为了顺应市场需求，就需要有既便利、低价又时尚、提供服务品质型商品的零售形式出现，这就是本计划所要研究的学校水果超市的销售形式，也是水果连锁超市的基本定位。

结论：水果屋的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高服务型的水果屋。

对于我们学校来说，学生数量庞大，校内俩家水果超市但毕竟不是专营，因此在价格和质量乃至数量上都有些不尽人意，有40%的同学会选择在校外水果摊位购买，同学们对水果的需求却日益增加，女生相对与男生吃水果的比重高尤其是女生爱美，为了避免发胖，常常以水果代饭、用水果做美容，在这种情下。大部分的同学为了自身的健康都会去选择性的购买水果。

学校里建立一个水果屋的前景是可想而知的，因此，建立学校水果屋是极其必要的。

我的水果屋建立在宿舍，水果超市的建立成本太高，走最低成本的路线，薄利多销的原则，客流量人相对比较小，离宿舍近方便同学们亲自挑选水果、同学们比较方便，利用好宿舍仅有的空间，各种水果分门别类排列，以便顾客挑选，有三台电子秤，减少了同学们排队等候的时间。每栋楼大约600人，专注潜在的客户，高标准的服务。

创新的销售，加入电话、网络等方式订购水果，提供上门送货的服务，以新颖的方式吸引同学们的兴趣，以此增加销售。

每天傍晚我们会把没卖光的水果低价处理，保证水果的新鲜度、争取让同学们每天吃上新鲜美味的水果，夏季临近，若有腐烂变质的水果会马上处理，坚守诚信，以保证同学们健康为重，争当星级小店！

我店内的产品均是从水果批发市场进的新鲜时令水果，价位中等合理，若是同学们有需求，完全可以单独为他(她)进一些昂贵的非时令水果，总之，一切以同学们的需求为首位!根据每个季节会选购时令水果，坚果类、核果类、浆果类、仁果类、柑橘类。目前是夏季，主营：西瓜，杏子，圣女果，桃子、菠萝、西红柿，桃子，樱桃，甜瓜，黄瓜，香蕉等一些清热消暑果疏。

作为校内一家水果屋，本着“诚信开店，服务同学”的宗旨，要把我的“天天水果屋”做到校内熟知，每天剩余水果不超过当天进货量的百分之十。

1、发展前期

01、考虑到自身场地、资金、创业的风险、人员、人脉等因素先会对学生宿舍进行考察，进行试点的展示，会选择俩栋宿舍楼进行，会选择一栋男宿舍楼和一栋女宿舍楼进行，会选择夏季热销水果品种10中，销售的缘故起初刚开始以防囤货、水果的不新鲜，进货选择保守型每种20斤。

03、团队问题的协作，关于盈利采取平摊

05、对每个试验点进行水果器具和电子称购买。

06、建立自己的一个微信平台，每天进行水果的展示

07、利用现代信息的传播，利用微信□qq□微博、贴吧、进行宣传单的发放。

2、发展中期

01、随着水果的销量，对水果每天的销售量进行估计。对资金的积累和宿舍水果屋的扩大、水果品种的增加。

02、确实销量不错，会进行扩大，场地的限制会采取存放在隔壁宿舍，利于对水果的选购和管理，采取租赁的方式或一起合作的方式扩大资金链。

03、推出新的水果方式，像订购牛奶一样每天对订购者进行配送，

04、聘请配送人员。

05、完善自身的信息平台，网上付款，线上和线下相结合的模式。

3、发展后期

01、会增加一些果汁等饮品，现榨现卖的方式。

02、推出一些水果拼盘的形式。

03、水果篮，水果组合，从颜色，营养价值进行搭配。

4、促销计划

01、在节假日、周末特别是开学时推广一些优惠活动，争取一些固定客户。满减几块的等优惠措施、派发一些宣传单，让大家对天天水果屋有大体了解。

02、加大对自己店铺的宣传，在校内有知名度。进行一些积分卡，会员卡等长期优惠措施，这样，回头客一定越来越多。

03、推出多种实惠套餐，组合购买

04、确保水果的不囤货，水果的不新鲜当天晚上对水果进行低价出售，尽量保证当天水果全部卖完不囤货。

5、价格决策

水果平价，与市场价格持平。都能让大家接受。这里的价格战指的是晚上的比早晨的便宜，天天有优惠。买的多送的多实惠，有优惠卡、会员卡的有折扣优惠，总之，同学们一定会喜欢的。

6、销售模式

线上模式与实体店相结合，预售、上门送货服务、来店购买

1、通过电话□qq□微信的订购，尽快的配送

2、随着逐步完善，网上订购，进行配送

3、接受网上或电话预定，满足客户订单要求。

创业团队的人共同管理，少数服从多数的原则

管理体系扁平化，团队多沟通

店员若干名：兼职，轮流工作。

送货员一名。

会计一名，记账

作为校内一家平价的水果店，本着“诚信开店，服务同学”的宗旨，要把我的“天天水果店”做到校内熟知，每天剩余水果不超过当天进货量的百分之十。

水果成本□x元

保鲜成本□x元

员工工资□x元

宣传用金□x元

其余□x元

总支出□x元

1、风险分析

01、天气差，水果难以保鲜储存。

02、水果涨价，顾客减少。

03、卖水果的增加，竞争压力增大

2、应急计划

01、注意天气情况，掌握购入量。

02、增大促销方式，吸引顾客购买。

03、诚信是金，保证质量，稳定价格，在同学们中留下好口碑，客源自然滚滚来。

总而言之，本着“一切为了顾客”的原则，处处为顾客着想，那店里自然兴隆常在喽!!!

网上水果创业计划书做篇二

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。(南方有些地区已经很习惯这种水果购买方式，并把其当成主要的水果购买地)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。

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。

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。

5南方地区以有的水果连锁店：由于我们的目标是做国内最大的水果批发、零售企业，所以南方也是我们重要的市场，虽然南方已经有些水果连锁店出现，并小有规模，我觉得这反而对我们来说是很好的机会，我们可以直接对其进行收购，不但可以收购起所有的渠道，最重要的是还可以收购其以有的水果种植基地，和物流及专业的人才。

6南方的零散水果店：由于南方的水果消费市场较成熟，零散水果店比较多，我们最好的办法是让其加盟。对方只要交纳一定的加盟费，就可以使用我们的商标和进行统一的店内装饰。并由我们提供价格有优势的产品，并免费配送。

五. 水果店创业计划书核心竞争力：

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。

网上水果创业计划书做篇三

本创业计划书是关于在大专院校内开设水果店的方案。其主要业务是销售日常新鲜水果，目标市场是在校大学生，以所得差价为其主要利润来源。本店首先采取同学合资的经营方式。但是有自己的品牌商标、价值理念。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。总体战略目标是：“立足学校，树立品牌，步步为营，扩大声誉，走向成功”。

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。随着大学校园的不断发展，使学校的在校生也成了一定的规模，大概有6000多人。如此大的校园必然带来巨大的水果需求。经我的调查很多同学在家都有经常吃水果的习惯，他们在校也很有这方面的欲望，只不过要出外面买，觉得太麻烦了。再说现在人们也越来越注重身体的健康了，经常也会买一些水果来补充一下营养，特别是女孩子有些人可以把它当饭吃。水果店进入门槛很小，投入很少就可以开业，所以从理论上讲，开设水果店的基本条件已经具备。

为了适应市场需求，就需要有既便利、低价又时尚、提供高品质商品的零售形式出现，这就是本计划所要研究的学校水果店的销售形式，也是水果连锁店的基本定位。

结论：学校水果店的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高品质。

随着社会的快速进步，经济的不断发展，人们的生活水平也在发生质的改变，特别是对营养方面更为注重，而日常生活中水果已成为消费中必不可少的食品，每种水果都含有不同类型的维生素，从胜利角度来说，不同维生素的合理搭配及

相互补充可以更好的促进人体新陈代谢，有利于身体健康，反之，如果搭配不合理也会造成副作用，所以在食用时须有科学的选择，如：樱桃、菠萝、杨梅和梨可治糖尿病；灼烫宜食用十字和句子，流感虚寒吃葡萄，健胃补脾吃红枣，润肺乌发用桃核，肺气喘吃枇杷，化痰则需要吃生梨柑橘等等。大多数消费者只知道水果具有保健作用，但并不清楚各种水果的具体功能，也没有意识到不同类型的人适宜吃何种水果，买时具有很大的盲目性，而这种盲目性则不利于食用者的身体健康。

针对这种状况，我们店将专门聘请营养专家对这些水果进行分类归总，并合理的搭配，调配出人们所需求的营养，以便消费者购买。

产品的特点和创新：

水果品味：我们将选择高品质、高营养、多品种的水果

水果功能：以保健为主，以时尚为辅

保健方面：根据顾客的需求，由营养师专门指导来自由搭配营养水果

根据市场的需求，针对性的调配出其所需要的营养水果，如瘦美人(草莓搭配猕猴桃，等等)

时尚方面：孕育着不同的时尚气息

如：送给情人一情意绵绵(百香果搭配莲雾等)

送给长辈一福寿安康(火龙果搭配香蕉等)

送给病人一早日康复(由竹搭配苹果等)

可直接从水果种植商处批发，以降低成本，如果可能的话可

与市场批发商签订一种中长期合同，以防市场的不断变化，致使公司难以进行成本估算，也更有利于资本投资的稳定性。

目前校内水果的市场基本上为空白，虽然有的学校有一个小水果店，但不成规模，没有发展愿望，根本不具备竞争力。

校内水果店的开设，会大大方便同学们的水果购买以及一些工作繁忙的老师的水果消费。又根据调查，在食品消费结构中，随着主食消费比重的缓慢下降和副食品消费中的比重也在逐步上升。这种趋势可从水果占整个城乡集市贸易比重变化以及水果消费支出占居民食品消费比重变化得到证明。水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。宏观环境有利于校内水果店的开设。

由于创业者本身是大学生，所以接近大学，清楚的了解大学生的需求心理，容易找到大学生的心理诉求点。这是最重要的优势；离宿舍近、购买方便快捷、需求市场庞大、有学校的店铺优惠，所以成本上也有一定的优势。可提供送货上门服务，有学校和同学的支持，优质的客户服务，拥有自我特色的水果经营理念。

水果花，是目前最具创意的一种水果礼品。是融合花卉设计灵感，用新鲜水果作为原产料，搭配各种主题形式的底座进行有序的插制，塑造出令人赏心悦目的各种主题花卉形状的“水果花”。水果花除了令人惊喜的外观，好的水果花是采用世界最优产地的顶级鲜果，给人留下最难忘的鲜果体验，并且任何一款水果花都可以搭配巧克力，巧克力的香浓美味与鲜果的完美结合会给人一种全新的感受。新鲜美味，健康时尚，是体现品味或向对方传达心意的不二之选。

大学生创业社会经验不足：大学生创业社会经验不足创业资金短缺：创业资金短缺发展速度慢，市场很容易被抢占；发展速度慢，市场很容易被抢占校内已有两家水果店。

校园内专门卖水果的店面尚无企业涉及，校园内专门卖水果的店面尚无企业涉及，仍是一个空白市场，这是最大最有利的机会；由于开水果店的成本小，硬件要求低，进入市场难度小，所以这也给了我们一个很大的尝试机会。

如果营利状况良好，就很容易被效仿，竞争激烈，而且此水果店是小规模的个人创业，受资金条件的制约，短时间内不能占领所有市场，所以很可能被后期的跟随者或效仿者吞食大部分市场，这是最大最严重的威胁。

考虑到容易被模仿的威胁，我会去找一些投资商或合作人合作，让资金更充沛，为发展具有特色的小店提供基础，有特色的小店提供基础，而且我们还会引进一些做水果的新技术，做出自己的特色，自己的风格。

目标市场：在校大学生、在校教师，周围的商家、居民；

价格：采取渗透定价策略，以低价吸引顾客，迅速占领价格市场；

产品定位：大众型，经济型，便捷型的服务。

水果的推广：配合健康日，和一些学校的协会合作，联合展开一些校内的健康宣传和咨询，推广水果对健康的知识。

经常广告：开始即树立整合营销传播观念，品牌观念。通过品牌传播，让品牌具备一种大学生认可的，追求的精神。自由奔放，个性洒脱，健康自信就是水果店要提倡的一种精神提出一个口号：健康百分百，人生才精彩。

设计一个标志：果园

塑造一个品牌：塑造一个品牌：“果园”形成一种精神：我们追求自由奔放，个性洒脱，我们健康阳光，快乐潇洒；我

们一起飞，自由地飞，我们追求一种自由洒脱、健康相随的生活。

网上水果创业计划书做篇四

一、项目名称：

种植园林创业计划书

二、项目背景：

根据**区城市建设总体规划，**处原**苗圃需要异地搬迁。按照建设部《城市规划建设指标》和《河北省城市绿化管理条例》的规定，城市苗圃用地不得少于建成区面积的2%，苗木自给率80%以上。因此，我区还需要新建面积不少于210亩的城市绿化专用苗圃。

目前我市已经确定了创建国家级生态园林城市，如果新苗圃不能及时完成建设，我区将消耗大量资金到市内、外其它苗木生产基地购买苗木，这对我区的城市绿化建设极为不利，对完成市委市政府提出创建国家级生态园林城市的目标也会产生严重的消极影响，因此苗圃建设势在必行。

三、项目建设条件

苗圃位于贯通市区和**区的必经之路——**大道北侧，南侧正对**公园，东侧与**区行政中心隔河相望，距著名的**景区1.5公里，西侧是**生产基地，地理位置优越，交通便捷。**苗圃地势平坦，土层肥厚、水源充足，适合各类苗木繁育，符合苗圃建设的立地条件。建成后可满足我区城市绿化建设苗木供应的要求，将为我市创建国家级生态园林城市打下坚实基础。另外，**苗圃处于城市区西部农村，地价较为便宜，可节省大量建设成本，具有较强自行性。

四、项目建设规模和内容

**苗圃建设总占地预计210亩，其中苗木生产用地150亩，花卉生产用地35亩，温室、组培室等设施用地15亩，管理用房、仓库及道路等其它用地10亩。苗圃建成后将以发展特色乡土苗木，引种外地名优苗木和培育时令花卉为主，保障城市绿化美化苗木供给的同时，还将进行苗木科研工作，推广科研成果，提高我区整体苗木生产水平。

苗圃建设主要进行土地平整、围墙、管理房仓库及操作房、道路大型日光温室、组培室、生产供电、供水设施等基础设施建设种植园林创业计划书范文种植园林创业计划书范文。另外还将引进运输车2辆，园林机械、工具等，使新苗圃实现苗木生产现代化，提高苗圃生产效率降低生产成本。再有，苗圃还需引进苗木30万株，确保苗圃当年就可以实现苗木生产供应和销售，尽快投入正常运营。

网上水果创业计划书做篇五

水果，越来越受到大家的欢迎。不仅好吃，还可以养生。水果市场，逐渐宽阔起来。水果店，成本也不高，不少人都选择开水果店起家。

水果，越来越受到人们的欢迎。茶余饭后，走亲访友，随处都能见到水果的身影。而且水果绿色环保，受到大众普遍的关爱。

创业，可以选择从开家水果店开始。成本不高，门槛很低，只要手头上有少量资金，就能开个店面。

创业，最重要的除了创业点子，就是创业计划书。创业计划书的好坏，很大程度上决定着创业的成败。写好一份成功的创业计划书是必须的。

网上水果创业计划书做篇六

我叫杨洋洋，现在就读重庆工商大学派斯学院管理学院工商管理专业。马上就要上大三了，时间要比大一、大二时充分很多。所以现在很适合创业。

1、企业名称

开心水果店

2、企业性质

私营合伙企业

3、企业所提供的产品或服务

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。

1、目标顾客

主要针对重庆工商大学派斯学院全体师生及周边居民

2、竞争对手

优势：经营时间久，有很多老顾客，能经得起价格战。

劣势：服务态度不好，不能提供各个季节的水果，经常不能吃到新鲜水果。

本企业？

优势：提供多样服务，对各个季节的水果都有销售，所有水果保证新鲜可口。大学认识同学多，在一起上课的时候可以多宣传，能在第一时间内了解到学生最想吃到的的是什么水果，

同时也可以及时得到反馈信息，提高服务质量。

劣势：大学生创业社会经验不足；创业资金短缺；发展速度慢，市场很容易被抢占。

3、市场容量分析

通过对大多学生的调查，80%的学生每月消费水果的金额在80元以上。10%的学生消费水果在50-80元之间。只有10%的学生消费水果在50元以下，而派斯附近的水果店也是屈指可数的。可见，在派斯附近开一个水果店盈利的机会还是蛮大的。

4、市场营销策略

目标市场：在校大学生、在校教师，周围的居民；价格：采取渗透定价策略，以低价吸引顾客，迅速占领价格市场；产品定位：大众型，经济型，便捷型的服务。

网上水果创业计划书做篇七

本创业计划书是关于在火炬职院内开设一家水果店的方案。其主要业务是销售日常新鲜水果，水果店的方案。其主要业务是销售日常新鲜水果，目标市场是在校大学生，目标市场是在校大学生，以所得差价为其主要利润来源。本店首先采取同学合资的经营方式。润来源。本店首先采取同学合资的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。是有自己的品牌商标，价值理念。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。总体战略目标是：立足学校，树立品牌，步步为营，扩大声誉，走向成功”。

1、可行性分析

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，水果，这

种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。大众消费的一个重要组成部分。随着我们学校的不断发展，使我们学校的在校生也成了一定的规模，据说发展，使我们学校的在校生也成了一定的规模，大概有6000多人。如此大的校园必然带来巨大的水果需求。大概有多人需求，需求，经我的调查很多同学在家都有经常吃水果的习他们在校也很有这方面的欲望，只不过，惯，他们在校也很有这方面的欲望，只不过，要出外面买，觉得太麻烦了。面买，觉得太麻烦了。再说现在人们也越来越注重身体的健康了，经常也会买一些水果来补充一下营养经常也会买一些水果来补充一下营养，特别体的`健康了经常也会买一些水果来补充一下营养特别是女孩子有些人可以把它当饭吃。水果店，是女孩子有些人可以把它当饭吃。水果店，进入门坎很小的投入就可以开业，所以从理论上讲，低，很小的投入就可以开业，所以从理论上讲，开设水果店的基本条件已经具备。

2、产品分析

水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。是大众消费的一个重要组成部分。

3、竞争分析

目前校内水果的市场基本上为空白，目前校内水果的市场基本上为空白，虽然有一个小店里有一些水果卖但不成规模，没有发展愿望，小店里有一些水果卖但不成规模，没有发展愿望，根本不具备竞争力。根本不具备竞争力。

4、宏观环境分析

校内水果店的开设，会大大方便同学们的水果购买以及一些工作繁忙的老师的水果消费。又根据调查，在食品消费结构

中，随着主食消费比重的缓慢下降和副食品消费中的比重也在逐步上升。这种趋势可从水果占整个城乡集市贸易比重变化以及水果消费支出占居民食品消费比重变化得到证明。水果，这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品，是大众消费的一个重要组成部分。宏观环境有利于校内水果店的开设。

优势strengths

优势

本店特色

水果花，是目前最具创意的一种水果礼品。是融合花卉设计灵感，用新鲜水果作为原产料，搭配各种主题形式的底座进行有序的插制，塑造出令人赏心悦目的各种主题花卉形状的“水果花”。水果花除了令人惊喜的外观，好的水果花是采用世界最优产地的顶级鲜果，给人留下最难忘的鲜果体验，并且任何一款水果花都可以搭配巧克力，巧克力的香浓美味与鲜果的完美结合会给人一种全新的感受。新鲜美味，健康时尚，是体现品味或向对方传达心意的不二之选。

劣势weaknesses

大学生创业社会经验不足；大学生创业社会经验不足创业资金短缺；创业资金短缺发展速度慢，市场很容易被抢占；发展速度慢，市场很容易被抢占校内已有两家水果店。

机会opportunities

校园内专门卖水果的店面尚无企业涉及，校园内专门卖水果的店面尚无企业涉及，仍是一个空白市场，这是最大最有利的机会；一个空白市场，这是最大最有利的机会；由于开水果店的成本小，硬件要求低，由于开水果店的成本小，硬件要求低，进入市场难度小，场难度小，所以这也给了我们一

个很大的尝试机会。

威胁threats

竞争激烈，如果营利状况良好，就很容易被效仿，竞争激烈，如果营利状况良好，就很容易被效仿，而且此水果店是小规模的个人创业，而且此水果店是小规模的个人创业，受资金条件的制约，短时间内不能占领所有市场，制约，短时间内不能占领所有市场，所以很可能被后期的跟随者或效仿者吞食大部分市场，后期的跟随者或效仿者吞食大部分市场，这是最大最严重的威胁。

对策分析

考虑到容易被模仿的威胁，考虑到容易被模仿的威胁，我会去找一些投资商或合作人合作，商或合作人合作，让资金更充沛，为发展具有特色的小店提供基础，有特色的小店提供基础，而且我们还会引进一些做水果的新技术，做出自己的特色，些做水果的新技术，做出自己的特色，自己的风格。

目标

市场：

在校大学生、在校教师，周围的酒店；

价格：

采取渗透定价策略，以低价吸引顾客，迅速占价格领市场；

产品定位：

大众型，经济型，便捷型的服务。

销售：

水果的推广：配合健康日，和一些学校的协会销售会合作一起联合，展开一些校内的健康宣传和咨询。推广水果对健康的知识。经常广告：广告：开始即树立整合营销传播观念，品牌观念。通过品牌传播，让品牌具备一种大学生认可的，追求的精神。自由奔放，个性洒脱，健康自信就是水果店要提倡的一种精神提出一个口号：提出一个口号：健康百分百，人生才精彩。

设计一个标志：

果园

塑造一个品牌：

“果园168”

形成一种精神：

我们追求自由奔放，个性洒脱，我们健康阳光，快乐潇洒；我们飞，一起飞，自由地飞，我们追求一种自由洒脱、健康相随的生活。