

最新生鲜超市商业计划书(实用5篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

生鲜超市商业计划书篇一

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。

未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(一) 商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0—200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60—200平方。

(二) 经营选址

一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来达到自己的经营赢利。

(一) ci设计

1、企业标识

要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的标识。

2、企业理念

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

(二) 投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

电脑dd一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件dd与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台dd收银台兼管理人员工作台。

货架dd以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜dd因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备dd如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数2000至3000种。

(三)经营理念

四、管理运营

1、制度管理

相关的管理制度有：

出勤制度

卫生管理制度

报表管理制度

能耗管理制度

设备管理制度

固定资产管理制度

采购管理制度

现金管理制度

工资的发放管理规定

员工的担保制度

管理人员的权限规定

员工的奖惩制度

员工工作制度

货架作业管理制度

商品配送管理制度

仓库管理制度

会议管理制度

耗材领用管理制度

通讯器材及设备管理制度

生鲜超市商业计划书篇二

一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。

未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(一) 商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0—200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60—200平方。

(二) 经营选址

一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边(借助人家的商圈)，以此来达到自己的经营赢利。

(一) ci设计

1、企业标识

要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的
企业标识。

2、企业理念

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

(二) 投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

音响——为保证顾客的舒适的`购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

电脑——一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件——与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架——以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜——因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数2000至3000种。

(三)经营理念

生鲜超市商业计划书篇三

1、项目描述

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

校园便利店瞄准的是大学生（及部分教职员工）的现实购买力，作为校园营销的一级市场，同在校大学生有着直接的接触和联系。应该结合便利店优势、大学生消费特点和校园传播模式，选择适合的营销方式，提供令人满意的商品和服务，最大限度地实现利润收入。

2、产品与服务

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。它具有以下经营特点：

距离的便利性：便利店与超市相比，在距离上更靠近消费者，一般情况下，步行5至10分钟即可到达。

时间的便利性：大超市营业时间一般是8：00至23：00，便利店却是“anytime”式，即24小时营业，一周7天开放，可在任何时刻都能及时满足顾客需求，有时甚至打个电话即可。

商品的便利性：便利店经营面积一般在50至200平方米左右，在有限的空间内要满足目标顾客的各种需求，商品的配置应采用广、窄、浅组合，即品种多，一般20xx至3000种，但可选性少，单品可能只有一两个畅销品牌，同时同一商品库存量少，以争取更大的陈列空间。

拿取的便利性：商品陈列布局上力求考虑目标顾客如老人、小孩拿取方便，且商店陈设一目了然。

交易的便利性：由于采用超市类的电子收款机，员工操作熟练，不会出现排队等候现象，使顾客购物时间缩短，一般顾客平均逗留时间5分钟左右。

3、行业及市场

便利店发展前景良好，一年回本，未来随着生活节奏的不断

加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

4、营销策略

便利店促销的目标受众是便利店的常客(约占40%)。适当的促销有助于增加商品高流转率，增加人气，提高销量，锻造品牌，获取忠诚度，既拉拢低频消费者，又可以稳定高频消费者。

销售人员方面，要求善于与客户交流，善于劝说，善于处理各种矛盾，具有审美能力。校园便利店在挑选销售人员时应选择30岁以下，有活力、形象较时尚、反应灵敏、态度良好的销售人员。校园便利店可以参加学校勤工俭学计划，雇佣在校学生营业高峰期做兼职销售人员，即可以提高美誉度，又保证了销售人员更好地贴近目标消费群体。

促销商品方面，进行深入详细的调研工作，确定无利、低盈利、高盈利商品。对高盈利商品应大力推广；而对销售量大的受欢迎商品，可适当调低价格，在市场上拥有竞争优势并树立价格便宜的良好形象；对于无利商品依然要经营，充分为有需求的消费者提供便利。

促销时机：抓住市场供求曲线。分析销售旺季与淡季，灵活应变地进行促销活动。

促销力度：促销力度一定要看得见摸得着，如果是积分的话时间不宜过长，学生群体消费较没有等待耐心。必须给他们不断的惊喜，才能保持他们的满意度和忠诚度。

促销具体方式：除了传统的优惠券、买即送抽奖、积分、赠品等形式，校园便利店还可紧追大学生潮流，例如在假期来临时尝试返火车票或机票，情人节期间送玫瑰花，愚人节期间送整人玩具等。面对求新求变的大学生群体，校园便利店在做促销时要注意常常变换方法、内容。

促销反馈：对每次的促销结果进行认真检查、核对，并通过分析促销期间的销售情况来总结经验教训。

5、财务预测（未来12个月）

营业效益

预计营业额600——1000元/日

月计营业额24000元

营业利润 $24000 \times 20\%$ 利润率=4800元

营业外收入300元/月

合计效益 $4800+500=5100$ 元

年收益= $3100/月 \times 12月=37200/年$

6、风险控制

学校的教学区不是生活区，与公寓区较远，在商品供应上只能针对性的提供以饮食类为主，文具类为辅的商品格局。

第二章综述

一、项目描述

1、项目背景

学校附近主要以学生为主,其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费,和主要消费类型决定商店的规模和经营方向。经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

商店的设计及选址:以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。教育部对于各高校的管理制度中,不允许高校在教学区域开设盈利性场所,但是允许市场营销等相关经济类专业在校园内开设与专业相关的实训基地,期中就包含:可以在校内开设综合商店。

近年来,由于大型卖场的数量不断增加,中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后,加上经营成本居高不下,导致生存空间越来越小,从而引发了业态的变革,从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查,各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮食类产品消耗能力较强,学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此,为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

2、项目宗旨

3、项目介绍

经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

4、管理队伍

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜;

到工商部门进行相关的注册；

确立商店地址进行装修设计；

商店经营、管理人员的确立与培训；

配货供应体系的明确。

综合商店组织结构

店长1名（袁晴）：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。会计1名（朱炎霞）：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员2名（曹丽娟、徐云艳）：负责收银及送货工作。

理货员6名（刘超、秦兵兵、吴晟涛、赵后利、李正泽、孙冉）：负责商店布置、理货工作。期中有2名导购，2名送货、2名理货保管员。

5、配套设施

固定设施

天花-便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面-便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌-便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特

点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面-为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

照明-白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持10—15平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

电脑-一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件-与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架-以平方数计，每4—4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜-因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

生鲜超市商业计划书篇四

一、便利店的潜力及趋势

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。因为它具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

二、选址

(一) 商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0---200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60---200平方。

(二) 经营选址

一般都在社区(拥有自己的商圈)及路边的人气比较旺的地方,或是大卖场旁边(借助人家的商圈),以此来达到自己的经营赢利。

三、投资计划

(一)ci设计

1、企业标识

要明显的体现出便利店的经营信息,要符合便利店的经营特点,并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci。既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

2、企业理念:为消费者提供便利购物条件,为消费者提供优质的服务,为消费者提供适合的商品。

(二)投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华,只要符合自己的经营特点,且能达到给顾客留下清洁、舒适的环境即可,一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可,但是在布局装饰时比较讲究搭配,比较常见的有白色腻子顶,或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长,加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%),要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新,地面由于灯光的反射效果,一般要求店面地板以素色、浅色为主,一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易清洁卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑——一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件——与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架——以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜——因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数1000至种。

三、经营理念

1、符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快。

2、为消费者提供方便——就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置。

四、管理运营

1、制度管理：在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的。相关的管理制度有：出勤制度、卫生管理制度、报表管理制度、能耗管理制度、设备管理制度、固定资产管理制度、采购管理制度、现金管理制度、工资的发放管理规定、员工的担保制度、管理人员的权限规定、员工的奖惩制度、员工工作制度、货架作业管理制度、商品配送管理制度、仓库管理制度、会议管理制度、耗材领用管理制度、通讯器材及设备管理制度。

2商品管理：为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品，相关的制度有：商品的'进场制度、商品的销售报表、采购报表、滞销报表、畅销商品统计表、关于商品的奖罚制度、商品的配备申报制度、临近商品的处理、商品销售考核、促销商品的管理制度。

3库存管理：因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品

的周转率，建立有效的商品配送机制，相关的制度有：库存报表管理、库存的限制、商品的周转周期与库存的参考、调货申请表、退货管理规定、库存周转考核、商品配送管理制度、滞销商品考核。

4系统管理：系统化，信息化，数字化的管理能有效的减少商品的损耗，加强店与店之间的沟通频率，能快速的实现商品的流转，从而使资金的流转更加有效，促进企业的良性发展，因此连锁店必须将其电脑系统进行连网统一管理，以提高工作准确率和工作效率，相关的制度有：操作员的管理规定、操作员的权限、操作员的保密规定、营业额与员工工资的关系制定。

5损耗管理：制定有效的防损制度，提高员工的防损意识，发挥员工的防损积极性，有效的防损降耗措施，相关的制度有：员工内盗的处理意见、损耗的管理规定、损耗的奖惩制度、耗材管理、关于盗损的管理规定。

五投资分析

预算按120平米计算(单店)

1固定设施：首期(即开业前)

天花+墙面： $(120+120)$ 平方 $3.5=840$ 元

水电设备：2500元

地板： $1206+600+120$ 平方 $12=2760$ 元

铺面外：600元

店招：20平方 $30=600$ 元

合计 $840+2500+2760+600+600=7300$ 元

2经营设备

货架：2000+1000=3000元

电脑收银设备：2500+800=3300元

冰柜：1600元

分摊总部连网费用：1000元

收银台：800元

烟柜：400元

酒柜；400元

电话初装费：500元

其他设备；1000元

总投入7300+10000=17300元

3经营成本及经营费用

工商管理：150元/月

水：50元/月

电：800元/月

耗损预估：500元/月

总部配送费：400元/月

总部管理费用：400元/月

其他费用：300元/月

合计： $150+50+800+500+400+400+300=2600$ 元/月

4营业效益

预计营业额1000—1500元/日

月计营业额40000元

营业利润40000 \times 22%利润率=8800元

营业外收入500元/月

合计效益8800+500=9300元

5收益分析

年收益=6700/月 \times 12月=80400/年

不可预计费用5000元/年

总投入=首期投入+后期追加=17300+2600=19900

年回报率=年收益 \div 总投入=80400 \div 19900=3.7889

预计收回投入需1年

四项目可行性

行业的发展趋势及社会经济的发展水平的上升，使项目的可行性更加强烈，鉴于此，推荐涉入此行业并形成连锁化经营，在本地市场尚未成熟之际抢占行业的制高点。

五风险规避

由于行业风险的不确定性，因此，建议在开业之后3个月，可以通过核算将店面执行承包经营，具体方式待定，前提是统一采购，统一品牌，统一经营，可通过下述方式来执行降耗从而实现降低风险的目的，且能提高员工的工作积极性。

a方案：员工入股

b方案：前期投资算做风险投资，由员工进行担保抵押经营，自负盈亏

c方案：以委托经营的模式交给员工经营，多劳多得，上交费用

d方案：缴纳承包金的形式进行承包经营

六投资解析

1. 前期投资：固定设施及营业设施，可以利用部分现有的设备，以降低其投入。

2. 追加投资：因以利用了现有卖场的客户资源，在首期投入中已经没有了货款投入，可以适当在后期需要追加部分货款投入，后期追加的货款投入可以来作为后期的资金运营，此投入可视总部对供应商的整合而降低投入数量。

生鲜超市商业计划书篇五

店。便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷

的购物环境，以此来赢得消费者。主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。因为它具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。国内由于经济收入水平比较低，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

（一）商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的. 直线距离0——200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60——200平方。

（二）经营选址

一般都在社区（拥有自己的商圈）及路边的人气比较旺的地方，或是大卖场旁边（借助人家的商圈），以此来达到自己的经营赢利。

（一）ci设计

1、企业标识

要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci

2、企业理念

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

（二）投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

照明——白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持10—15平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑——一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件——与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架——以平方数计，每4—4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜——因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

（三）经营理念

1、符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快。

2、为消费者提供方便——就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置。

1制度管理

在连锁便利店的经营过程中，管理与效益是密切相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的。

2商品管理

为维护企业的形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求的，新鲜的商品。

3 库存管理

因便利店的商品周转量很小，所以在经营过程中严格的商品管理制度能有效的杜绝商品的滞销，和提高商品的周转率，建立有效的商品配送机制。

4 系统管理

系统化，信息化，数字化的管理能有效的减少商品的损耗，加强店与店之间的沟通频率，能快速的实现商品的流转，从而使资金的流转更加有效，促进企业的良性发展，因此连锁店必须将其电脑系统进行连网统一管理，以提高工作准确率和工作效率。

1、经营成本及收益

每月经营成本为6300元，收益为每月9300元，