

最新百货超市创业计划书 水果超市创业计划书(通用5篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

百货超市创业计划书篇一

建立社区水果超市:在3000户(每户3人)的社区建立水果超市。

中国的水果市场很大。与国外平均每年消费85公斤水果相比，国内平均消费只有一半。根据大多数家庭的调查，三个家庭中有80%的人每个月的水果支出超过80元。10%的家庭消费50-80元的水果。只有10%的家庭消费50元以下的水果。

1. 行业需求:中国缺少大型水果卖家。
2. 创业者需求:进入门槛低，投资小就能运营。
3. 政策支持:20xx年3月22日(北京市商务局、北京市发展和改革委员会):鼓励和支持发展的商业项目79个，包括超市、便利店、社区早餐店、食品店、日用品商店等。限制类商业项目包括:在地区级以上商业中心和规划的特色商业街(区)外新增营业面积5000平方米以上的大中型零售商业设施;市区二环环路内，新增营业面积1万平方米以上的大型百货商店、大型超市限购;城市三环以内，限制经营面积1万平方米以上的大型仓储式商场、大型专业超市和各类大型批发市场;城市中心区、市政商业中心、区域商业中心、中关村科技园区海淀园区、商业中心区限制增设各类一级集贸市场和批发市场。

4. 全新的销售机会:只有水果连锁店还是空白。而其他行业的连锁店则处于低利润竞争状态。

5. 新颖的销售方式:开放式自选。

6. 多元化服务项目:提供自动榨汁服务。提供组合包装盒,介绍店里各种水果的'特点和适合的人群,引导健康消费。

7. 水果购买状况和消费者心理:时间忙,没有多余的时间买水果。超市和批发市场不买很多水果,因为他们主要买其他产品。

8. 巨大的市场:国家计划在20xx年使水果人均消费量达到40公斤□20xx年48斤□20xx年53斤。也就是说,到20xx年,水果的消费量将增加2500万公斤。市场巨大。是目前市场的40%。

1. 给顾客一个全新的、安全的、质量有保证的、便宜的地方放心消费

更多的顾客选择去超市买水果。除了在购买其他商品时看到水果出售,剩下的最大原因是超市里的水果可以让消费者在产品外观、产品质量和重量上感到放心。而且开放式的自选方式可以给客户更多的选择。我们的水果超市,采用统一装修、统一店面布局、统一采购、统一配送,所有产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后销售,能给顾客以上的心理满足感。

2. 独特的引导消费

现在的顾客在购买水果时,选择根据自己的口味和喜好来消费,而忽略了水果本身的特点和适合食用的人群。通过对很多消费者的调查发现,几乎没有人能说出菠萝的特点和适合吃的人群,肝病和胃病患者应该吃什么水果,不适合吃什么水果。这说明大家都在盲目消费水果。如果没有水果消费常

识，就会导致把香蕉给糖尿病患者做错事的误解。作为一个水果零售商，我们的责任是教会每个人如何合理消费和食用水果。在这方面，我会贴出每一种水果的特点、适合的人群、店内好与不好等级的鉴别方法的海报，引导大家健康消费。

3. 为不同的消费群体提供多种服务

水果消费者一般分为两种：自己吃和送礼物。根据送礼者的心理和包装需求，我们会专门设计一些不同容量(3g-5g)的可折叠或组合包装组合，提供给消费者进行补偿。换句话说，顾客可以随意组合购买水果。如果购买后需要包装盒，只需要支付一定的包装费就可以拿到店里的包装盒(可以分为生日、探望病人、探亲等。)和一张贺卡。这样，消费者不仅可以了解消费情况，还可以避免游客或其他商家购买昂贵的礼品包装水果，保证质量。

4. 深入挖掘水果的特点和消费者的其他需求

随着人们收入的增加，更多的消费者开始喝新鲜果汁。根据消费者的需求，每个水果连锁店都会有免费的榨汁机供顾客使用。购买水果后，顾客可以用水源清洗水果，免费使用榨汁机将水果榨汁。如果客户自带集装箱，我们不会收取任何费用。如果客户想把果汁带到家里、公司或在路上喝，我们会提供一套容器(包括塑料杯、吸管、蜂蜜、糖等。)，并为顾客包装它们)，以便将鲜榨果汁带到任何地方饮用。卫生方面，每次客户使用榨汁机，我们都会对机器进行消毒，放在消毒柜中，保证卫生。

文档为doc格式

百货超市创业计划书篇二

项目名称：

xxx社区超市 经营性质：双人合作经营

主营业务：

农副食产品、日常生活用品、水果、食品、饮料酒水等 员工人数：6人

项目预算：

xx万（现自有资金xx万，需贷款xx万元） 场地选择□xxxx路，面积约100平方米左右。

面向群体：

周边社区内的住户群体、公司学校等客户群体较多，人流量较为稳定。

在社区小型超市的经营过程中，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，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，因社区超市的商品周转量很小，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。

1、项目自身市场

社区服务超市的经营根本是立足于社区，服务于居民。而目前我们所选择的xxx小区，附近有较多高档住宅区，写字楼与学校，人流量相对稳定。从而形成了社区服务超市得天独厚的消费群体和庞大的信息资源。这一资源优势为我们的将来的发展奠定了坚实的基础。

2、区域市场

由于我们的项目坐落分布区域覆盖面广多为居住区，所以这一优势进一步强化了社区服务超市业务开展的先决条件：该地区人口居住密度相对较高，服务需求量很大，从这一区域的人文素质，经济实力、消费水平等方面看，很容易培养并行成长期的、固有的消费人群，为社区服务超市稳定发展创造了有利条件。

- 1、符合目标消费者需求——社区超市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。
- 3、24小时全天候营业，节假日全年无休，满足客户任何时候的不同需要。
- 4、经常推出打折产品，几和几合一产品，促销活动，同比其他大型超市更为价格低的产品吸引庞大的有去求群体。

（一）店面设计

本店面积约为100平米，由于社区超市营业的时间比较长，所以店堂的色彩为比较淡雅明快清新，而简洁整齐的货架，商品摆放区域规划应一目了然，方便中老年客户的选购。

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。

而为了保证客户的购物体验，后仓处多与购物区稍作隔离。仓库区域内部划分整齐，涵盖了工作人员的休息室在内。

（二）人员配置

1. 店长2名：本人及出资人共兼，主要负责进货，盘库及决策（白班、晚班）
2. 收银员2名（白班、晚班）
3. 仓库兼理货员2名，主要负责仓库收货、货柜整理、送货上门等工作（白班、晚班）

（一）项目启动预算为28万元。

- 1、手续办理：1万元（营业执照，税务登记，食品流通许可，烟草许可证等）
- 2、门面及内部装修：2万元。
- 3、店面租金：8万元（付三押一）。
- 4、转让费：2.8万元
- 5、人员工资：1.2万（一个月，4人，具体看业绩来算）
- 6、商品进货合计：9万元（饮料酒类、农副食品类、奶制品零食类、冰激凌、日用品类、小家电类、烟类等等）
- 7、固定资产合计：2万元（电脑、收银设备、监控设备、冰柜、货架等）
- 8、流动资金：2万元

以上合计28万元。

本人自有资金8万，合伙人自有资金5万，还需要贷款15万。

（二）收入预测

月计营业额=（日额+夜额）

（三）成本计算

房租：20000元

员工工资：12000元（4人，一个月）

商品进货费：40000元

装修折旧：600元（三年折旧期）

水电费：1000元

其他不可预见费：500元

预计每月总成本约为：74100元。

（四）利润估算

每月利润=月营业收入-月总成本

年利润：

开业一年即可收回全部投资28万元，并盈余3万元。

由于行业风险的不确定性，且大型超市、卖场等规模性企业竞争较多。社区超市的库存问题是最需要关注的，有些产品的新鲜度直接导致了它是否可以销售。

因此在价格、商品新鲜度及服务管理上要加强力度，把控好库存量，并及时掌控到食品用品的保质期。

方便是社区超市最大的优势，我们应妥善利用这一点。以稳定客户群体。并且我们是24小时制的超市，更为了夜班及夜

生活的客户群体提供了相对的便捷服务。

百货超市创业计划书篇三

建立社区水果超市:在3000户(每户3人)的社区建立水果超市。

中国的水果市场很大。与国外平均每年消费85公斤水果相比,国内平均消费只有一半。根据大多数家庭的调查,三个家庭中有80%的人每个月的水果支出超过80元。10%的家庭消费50-80元的水果。只有10%的家庭消费50元以下的水果。

1. 行业需求:中国缺少大型水果卖家。
2. 创业者需求:进入门槛低,投资小就能运营。
3. 政策支持:20xx年3月22日(北京市商务局、北京市发展和改革委员会):鼓励和支持发展的商业项目79个,包括超市、便利店、社区早餐店、食品店、日用品商店等。限制类商业项目包括:在地区级以上商业中心和规划的特色商业街(区)外新增营业面积5000平方米以上的大中型零售商业设施;市区二环路内,新增营业面积1万平方米以上的大型百货商店、大型超市限购;城市三环以内,限制经营面积1万平方米以上的大型仓储式商场、大型专业超市和各类大型批发市场;城市中心区、市政商业中心、区域商业中心、中关村科技园区海淀区、商业中心区限制增设各类一级集贸市场和批发市场。
4. 全新的销售机会:只有水果连锁店还是空白。而其他行业的连锁店则处于低利润竞争状态。
5. 新颖的销售方式:开放式自选。
6. 多元化服务项目:提供自动榨汁服务。提供组合包装盒,介绍店里各种水果的特点和适合的人群,引导健康消费。

7. 水果购买状况和消费者心理:时间忙,没有多余的时间买水果。超市和批发市场不买很多水果,因为他们主要买其他产品。

8. 巨大的市场:国家计划在20xx年使水果人均消费量达到40公斤[20xx年48斤][20xx年53斤。也就是说,到20xx年,水果的消费量将增加2500万公斤。市场巨大。是目前市场的40%。

1. 给顾客一个全新的、安全的、质量有保证的、便宜的地方放心消费

更多的顾客选择去超市买水果。除了在购买其他商品时看到水果出售,剩下的最大原因是超市里的水果可以让消费者在产品外观、产品质量和重量上感到放心。而且开放式的自选方式可以给客户更多的选择。我们的水果超市,采用统一装修、统一店面布局、统一采购、统一配送,所有产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后销售,能给顾客以上的心理满足感。

2. 独特的引导消费

现在的顾客在购买水果时,选择根据自己的口味和喜好来消费,而忽略了水果本身的特点和适合食用的人群。通过对很多消费者的调查发现,几乎没有人能说出菠萝的特点和适合吃的人群,肝病和胃病患者应该吃什么水果,不适合吃什么水果。这说明大家都在盲目消费水果。如果没有水果消费常识,就会导致把香蕉给糖尿病患者做错事的误解。作为一个水果零售商,我们的责任是教会每个人如何合理消费和食用水果。在这方面,我会贴出每一种水果的特点、适合的人群、店内好与不好等级的鉴别方法的海报,引导大家健康消费。

3. 为不同的消费群体提供多种服务

水果消费者一般分为两种:自己吃和送礼物。根据送礼者的心

理和包装需求，我们会专门设计一些不同容量(3g□5g)的可折叠或组合包装组合，提供给消费者进行补偿。换句话说，顾客可以随意组合购买水果。如果购买后需要包装盒，只需要支付一定的包装费就可以拿到店里的包装盒(可以分为生日、探望病人、探亲等。)和一张贺卡。这样，消费者不仅可以了解消费情况，还可以避免游客或其他商家购买昂贵的礼品包装水果，保证质量。

4. 深入挖掘水果的特点和消费者的其他需求

随着人们收入的增加，更多的消费者开始喝新鲜果汁。根据消费者的需求，每个水果连锁店都会有免费的榨汁机供顾客使用。购买水果后，顾客可以用水源清洗水果，免费使用榨汁机将水果榨汁。如果客户自带集装箱，我们不会收取任何费用。如果客户想把果汁带到家里、公司或在路上喝，我们会提供一套容器(包括塑料杯、吸管、蜂蜜、糖等。)，并为顾客包装它们)，以便将鲜榨果汁带到任何地方饮用。卫生方面，每次客户使用榨汁机，我们都会对机器进行消毒，放在消毒柜中，保证卫生。

百货超市创业计划书篇四

创业计划书因创业项目的不同其内容也不同，但不同的创业项目它们的计划书还是万变不离其宗，还是有规律可循，以下这篇创蔬菜水果超市创业计划书就是创业计划书的典范：

项目名称：绿色基地

项目规模：50平米超市

项目基础设施：蔬菜货柜7个、电子称2台、精美蔬菜彩页5张、广告语条幅8个、柜员2名、采购员2名、空调2个、电脑1台。

音响设备1套、摄像头6个、收银设施2套、照明设施1套、包装袋若干、清洁器具1套、每季度宣传页若干等。

项目产品简介：

蔬菜类：

- 1) 根菜类：包括萝卜、胡萝卜、芜菁等。
- 2) 白菜类：包括大白菜、青菜。
- 3) 茄果类：包括番茄、茄子、辣椒。
- 4) 瓜类：包括黄瓜、冬瓜、南瓜、苦瓜、西葫芦等。
- 5) 豆类：包括菜豆、豇豆、豌豆、扁豆等。
- 6) 绿叶菜类：包括菠菜、芹菜、莴苣、茴香等。
- 7) 薯芋类：包括马铃薯、山药、姜等。
- 8) 葱蒜类：包括葱、蒜、洋葱、韭菜等。
- 9) 水生蔬菜类：包括茭白、慈姑、藕、水芹等。
- 10) 多年生蔬菜类：包括竹笋、金针菜、芦笋、百合等。
- 11) 食用菌类：包括蘑菇、草菇、香菇、木耳等。

水果类：

- 1) 浆果：草莓、猕猴桃、越桔、柿子、香蕉、龙眼、荔枝
- 2) 梨果：苹果、梨、山楂

3)核果：桃、杏、李、枣、樱桃、橄榄、梅子

1、 城乡居民生活水平不断提高，消费观念和方式发生深刻变化，人们对食品安全的要求越来越严格，愿意购买质量较好或价格相对高的产品或服务。

生活中食品安全问题的频繁出现，政府加强了对市场的监督管理，以保证人们有一个健康的消费环境，从而也有利于创造一个好的市场环境，绿色营销可以迎头而上，这表明，绿色产品的市场潜力非常巨大，市场需求非常广泛。

现在人们受教育程度相对较高，消费能力较强，对生活方式有了一定的品味和档次要求，有着超前的消费理念，对消费的产品或服务有一定的档次要求，愿意接受好的消费环境和产品。

由于技术的进步，人们通过大棚技术生产反季节蔬菜，再加上运输过程中保鲜冷藏技术的进步，保证了人们一年四季都能吃到各种各样新鲜营养的果蔬。

2、 从需求角度分析蔬菜消费行为，蔬菜研究表明：蔬菜鲜销仍然是主体，未来 10年中国城乡居民对于新鲜蔬菜消费人均消费水平是维持在相对稳定的水平，蔬菜需求总量随人口的增长呈上升趋势，对蔬菜质量安全重视程度增加，未来的蔬菜消费结构需调整，蔬菜加工品的消费需求量将会增加。

消费者市场购买行为的主要特点：

(1)消费者市场的购买具有多样性，不同的人有不同的爱好，而且不同的蔬菜具有不同的营养价值再加上人们饮食习惯每次要吃几种不同的菜，所以人们在挑选蔬菜时的选择具有多样性，一次会买不同的蔬菜。

(2)从交易规模和方式看，消费市场的购买人数多，市场分散，交易次数频繁，但每次交易数量不大。所以菜市场交易要求高的蔬菜周转率，而且蔬菜易腐烂，必须做好保鲜工作。

(3)蔬菜作为日常必需品，消费者需求弹性小，同时蔬菜供过于求、买方市场的格局将长期存在，消费者的购买具有较大程度的可诱导性，对一些促销手段会有较好的反应。

3、果蔬运输过程中产生的破损的蔬菜或水果，根据破损程度采用不同的处理方法，轻度破损的进行打折促销，低价处理，破损严重的直接处理掉。在营业过程中，理货员每天对店内果蔬进行分类处理，对储存时间较长仍未售出的果蔬进行打折促销，对腐烂变质的果蔬直接处理。及时对蔬菜水果进行检查，看其是否在保质期以内，或看其是否已经处于变质的前期，及时挑选出颜色味道明显改变的食品。在蔬菜价格不稳定的情况下，提前告知消费者将要提价或者降价的产品，方便消费者选择。并且尽量鼓励消费者选择价格稍低的商品，防止高物价商品的堆压导致超市本身的利润损失。

4、在开业前期主要采用低价渗透，让消费者知道我们的果蔬店，为吸引广大消费者持续购买，我们采用了各种各样的促销方式：

(1)发放宣传页：制订精美的宣传页，上面明确注明店内的促销活动，在小区内发放，吸引消费者前来购买。

(2)限时抢购：选择几种消费者最经常购买的果蔬偶尔进行限时抢购，招徕顾客，为小店增加人气，同时带动其他果蔬的销量。

在以后正常的营业运转中，为了保证顾客流量，同时也为了吸引更多的顾客，绿色基地可以以下不同的促销手段：

(1)今日特价：每天都推出一种特价蔬菜或者是水果，吸引消

费者前来购买。

(2) 节日促销：在一些重要的节假日中，店内部分蔬菜水果进行打折促销或者发放优惠券(优惠券只能按上面的面额抵现金使用，但不能兑换现金。

(3) 会员积分：凡在本店内一次性购买金额达到30元(包含30元)以上，即可获得店内免费赠送的精美会员卡一张，该会员卡可以累积积分，一元可积一分，积分达到200元以上者即可兑换一些精美的礼品或者是价值不等的优惠券，积分越高，面额越大。

果蔬货架：每个150元，共7个，总计1050元

电子秤：每个120元，共2个，总计240元

空调：每个3000元，共2个，总计6000元

电脑：每个3000元，共1台，总计3000元

收银设施：每个2000元，共2个，总计4000元

房租：4000元*12个月=48000元

装修：墙面翻新，照明设施，监控设施，总计5000元之内

办理工商执照以及税务等手续约需2000元

以上总计：69300元。

百货超市创业计划书篇五

1、企业名：百货超市；

2、行业类型：零售；

3、组织形式：个体工商户；

4、经营地点：镇中心；面积：占地大概50平方米；选择该地点的理由：该地点是人流车流的集中地带，交通方便，消费者集中，市场前景非常广阔。

5、创业者个人情况：姓名：张小强；性别：男；年龄：21；文化程度：高中；相关工作经历：曾经在商店里卖过东西，懂得一点怎样经营，但在日后的日子里本人会增加社会实践的，学习与这方面的知识的。

我是一名下岗工人，一直希望在自己的乡镇开一间超市，用此来发展自己乡镇的经济，是甘谷县的许多超市吸引了我，我去超市购物时的启迪，使我对此产生极大的兴趣。根据本人的经验、资金情况及对当今社会的了解，决定要谨慎从事，三思而行，因为这有非常大的风险的，加上自己的经验不足。随着居民生活水平的不断提高，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，所以我打算要销售一些绿色的产品，以保证人民的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

（二）低收入消费群的消费行为及心理特征：

1、注重价格。很多人都有过手头拮据的经历，没钱的日子，他们总不得已掐算着一分一厘的支出。对低收入消费群而言，在这方面表现得尤为突出。用最少的支出满足尽可能多的消费需求是他们最为“奢侈”的美好愿望。在调查中，我发现商场的特价处，大多数是低收入群。因为对他们来说，低价是实惠。很多外面大城市的超市就以这样的实惠吸引了众多的市民。

2、注重质量。在调查中，我发现农村消费者具有了消费过程中的自我保护意识和对健康生活、营养饮食的追求。即使他

们为了节俭而去购买肉菜市场里的低价肉菜，但他们仍然担忧肉菜的质量，并渴盼“放心肉菜”的到来。因为质量是实在，东西在便宜的同时还要中用、中吃。

3、购物数量少，购物频次多。农村消费者尤其是其中的家庭主妇，生活很有规律，每天基本上是按时起、按时睡，按时买东西，他们的单次购物数额很小，但是购物频次很多，有时一天就会发生数次购买行为。

1、主妇商品，这种商品的价格如有轻微的变动有些顾客即有相当的关注。顾客对这种商品的价格敏感度最高。同时在销售时应注意此类商品的质量。例如：生鲜的商品更应注意鲜度及陈列的量感。油盐酱醋是每家店的主打，一般是用低价位来吸引顾客，此类商品要非常注意价格的稳定。

2、以男性为主的商品，例如烟、酒、茶叶等，此类商品一定要严把质量大关。并要根据消费者喜好上货，才能达到畅销。

3、市调完商品后要做商品的整理，要将营业额商品.毛利商品.敏感性商品.季节性商品.形象商品区别，做一次整理。包括排面和价格。

一次完善的市调你会注意到我们的很多商品属于畅销商品还是属于滞销商品，可以让你在最短的时间里调整你的商品。

市场调查表明：客户十分重视产品的质量，重视产品的价格，我个人认为市场潜力还有的，如果加大宣传，使人们的消费观念改变——消费就等于让社会发展，适度的消费能够促进社会经济的发展，使社会进步；所以通过多种手段和广告宣传，让人们改变以前封建的思想，是非常重要的，也是当务之急。超市的销售产品要丰富多彩。

首先要拿出1万元左右用于付房租，两万元用于进货，店铺装修、货架等也得1万元，1万元作为流动资金。

总之，在方便消费者的前提下，让百货超市显示出强大的生命力，充分刺激消费者的潜在购买欲望，尽可能地大幅度增加超市的销售额，达到盈利的目的。