

蛋糕店创业计划书附录 蛋糕店创业计划书 (模板5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。相信许多人会觉得计划很难写？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

蛋糕店创业计划书附录篇一

在蛋糕的消费过程中，顾客都会有“先入为主”的心理。如果第一次购买后，觉得这家蛋糕店的产品不错，就会认定这家。因此，对新开张的蛋糕店而言，必须要留住顾客。特别注意，现在人们都追求健康，不太喜欢高热量的食品。所以，打造健康蛋糕概念，会增加对顾客的吸引力，我们可以在每一款蛋糕或面包上注明原料、生产日期以及对健康的好处等。

二、设备投资：模拟方案以10平方米左右的小店为例。启动资产大约需9、5万元。

- 1、房租5000元
- 2、门面装修约20xx元（包括店面装修和灯箱）
- 3、货架和卖台投入约1500元
- 4、员工（2名）统一服装需500元
- 5、机器设备最大的投资：8万元（包括制作蛋糕的全套用具）

三、首期进货款：

- 1、面粉、奶油等原材料，约6000元。

2、设备购买过程中，要特别注意质量，因为是长久使用。蛋糕的制作方法可购买光盘自学，这样可以节省不少成本费用。目前市场上《全套蛋糕制作教学光盘》一般17盘含70项目技术共200元/套。

四、济效益估算

1、月销售额（平均）：21000元据有关内行人士评估，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21000元。

2、每月支出：14033元房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区商业街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场附近），约5000元。

3、货品成本：30%左右，约5000元人员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计20xx元。

4、水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元

5、月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在商业街站稳脚跟，1年收回成本。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，并成蛋糕市场的知名品牌。

四、市场分析

1、客源：本店的目标顾客有：到商业街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

五、经营计划

1. 先是到附近几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的成本价。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，偷偷跑过去和店里师傅商量。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9、5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。特别是如果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：从业人员必须持有“健康证”。

六、财务估算

启动资产：大约需9、5万元

设备投资：1、房租5000元。2、门面装修约20xx元（包括店面装修和灯箱）3、货架和卖台投入约1500元4、员工（2名）统一服装需500元5、机器设备最大的投资：8万元（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6000元。

月销售额（平均）：21000元。据有关内行人士评估，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21000元。

每月支出：14033元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区商业街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场附近），约5000元。

货品成本：30%左右，约5000元。人员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计20xx元。

水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

七、风险及制约因素分析：

因为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。

蛋糕店创业计划书附录篇二

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

面包、蛋挞、冻品类（慕斯）、月饼、西饼 一般产品 蛋糕、生日蛋糕diy产品

- 1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。
- 2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。
- 3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。
- 4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

- 1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。
- 2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。
- 3、产品种类单一，口味单调。
- 4、广告宣传不足，客户认知度不高。
- 5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场
- 6、缺乏特色产品。

我们的优势

- 1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。
- 2、我们打算针对比较重要的原材料，与人合作，保障食材的安全性和渠道供应。
- 3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。
- 4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

diy□

情侣：共同制作的甜蜜感，一起分享快乐

其他：亲手制作蛋糕送人以表示心意

- 1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。
- 2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。
- 3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。
- 4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。
- 5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。
- 6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

本店特色：

diy□为家庭带来新颖的娱乐休闲方式，为情侣提供温馨浪漫的环境，提高生活品味。

diy服务流程：顾客需提前预约，在约定日期内至店内diy专区，由一名店员指导，顾

客根据自己的需要选择蛋糕胚的形状和大小，然后自己动手，选择奶油或水果等原料，发挥自己的想像力，根据自己的需要做出蛋糕的样子，然后在店内包装好，带走。这样即满足

了顾客的送礼形式，最主要的是表达了心意，一举两得。

资金需求：

- 1、店面租金：3万/年(30平米)横街中心小学附近
- 2、装修：1万
- 3、设备：2万
- 4、证件执照□20xx左右
- 5、工资：1名店长3万每年；3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析： 每日平均销售额500左右，月销售额3万，年销售额18万。（12万由父母出资所得）

风险：

- 1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。
- 2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。
- 3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。
- 4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

- 1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质

的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业准备例如diy蛋糕大赛□diy巧克力拼图；新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大我们的品牌影响力增加。

蛋糕店创业计划书附录篇三

（一）市场环境分析

经济因素：考虑到大学生有一定的经济限制，本店产品的价格比较适合大学生的消费。

文化因素：随着西方文化的慢慢渗透，甜点也开始慢慢被更多的中国人所接受，尤其是大学生群体，甚至很多人都喜欢上甜点。中国也是礼仪之邦，生日、特殊节日等都想送上自己的心意，而我们的甜心坊特色项目diy服务正好可以满足这一需求。

（二）消费者分析

1. 消费者数量

由于我们店的选址在文良路那条街上，据观察，在上午时间段内，那边的人流量相对很少，大部份学生在上课，而人流量高峰期是在四点钟以后。这时候大部份学生出来逛街或是吃饭。我们的目标是不求所有附近学校的大学生来购买我们的糕点，只要有这些出来消费的学生中，商院的占1/3，江苏信息的占1/3，江南影视的占1/3。那样我们店预计的消费者数量也就基本上能达到90%以上的满意了。

2. 消费者需求

针对各个在校的大学生，据了解，有2/3的学生除了吃饭以外，平时对那些休闲食品很感兴趣。因此我们店根据消费者这一特点，开设这么一家糕点之类的店，除此之外，这类消费者都是大学生，而这些大学生都有是喜欢追求时尚，新鲜年轻人。一般都有各自的品味，风趣，所以我们将根据她们各自的需求推出不同口味，式样的糕点。这也就满足了她们的需求。

3. 消费方式

我们店采取直营的方式，但也考虑到大部份大学生图方便，她们也可以拨打我们的服务热线，只要购买20元以上的我们可以提供上门服务。尤其是晚上8：00以后，也是她们下晚自习的时候，这段时间内送货上门能促进一定数量的消费者购买。

（三）竞争者

1. 产品市场容量

根据本店的选址，定于白马教园区文良路，该区域面对的主要群体就是该职教园区内的大学生，园区内一共有6所学校，约10万人，即产品市场容量为10万人。

2. 广告产品等竞争对手的市场占有率、潜力：

白马教园区文良路一共有4家糕点店，另外，商院内也有一家糕点店，经调查，竞争者的产品价格都较高，因此，使许多大学生因为价格原因不常购买。并且推出新品的间隔期也较长，使大学生们没有太强烈的购买欲望。总体看来，竞争对手的市场占有率及潜力对本店有影响，但不会太大，因为本店较竞争者有更多优势，如：价格低、推新速度快、品种繁多等。

3. 竞争对手的促销手段及广告策略：

根据调查，竞争对手的促销主要时间是在每年的周年店庆时期，以回馈客户为目的，将产品价格在那段时期调低，吸引客户。其广告策略主要是通过店堂海报、校园宣传栏、传单形式，使广大大学生知晓相关信息。

（一）企业形象

1. 甜心坊的经营理念

首先是甜心坊团队共同信念是“用心烘焙，贴心服务”即也就是我们不仅要让大学生品尝到美味的糕点，而且还要感受到我们店的服务，更多的是为她们营造出一种浪漫的氛围，这些形象我们将以实际的服务表现出来，以及海报来宣传。“立足白马职教区，面向大学生也是我们甜心坊的一个发展战略。

（二）经营状况

1. 企业设施

由于糕点的口感好坏不仅与原材料有关，而且与烘焙设备也有着密切的联系。所以我们甜心坊专门为此配备了专业齐全

的设备，如冷藏醒发箱，是专门用来让酵母失去活性自己升温发酵，是制作所有糕点必备的基础设施；燃煤热风旋转炉，适用于烤制各类面包、月饼、土司、法棒、饼干、点心等。烘烤量大，一次可烤32盘。双速螺旋和面机：面桶和搅拌钩合理差速使面团达到最均匀的搅拌效果，并能最大限度的拉伸面筋，提高吸水量。

2. 技术水平

聘请专业的糕点师傅一名，负责我们店的产品特色及创新，顾客在进行diy时，给予从旁指导。

3. 经营状况

甜心坊主要分为两个区域，成品出售区和diy操作区。成品出售区包括各类糕点、面包、散称休闲食品，供顾客挑选购买。diy操作区内设四张桌子，制作工具等，让顾客自己动手体验其中的乐趣。

4. 管理水平

所有的服务人员都必须严格遵守店内的规章制度；后勤人员严格把关产品的卫生状况。

5. 企业人员素质

a着装与打扮，穿着统一的工作服装。

b仪容仪表，时刻保持整齐整洁，礼貌，有耐心。

c拥有一颗积极向上的心，精神要饱满。

(三) 产品

面包、蛋挞、冻品类（慕斯）、月饼、西饼一般产品

蛋糕、生日蛋糕diy产品

（四）媒介

1. 拉横幅

白马商院马上就要举行春季运动会，我们甜心坊利用这次机会准备将我们店的产品打出，在商院特拉横幅，内容为“甜心坊预祝经贸院春季运动会取得圆满成功”在此训练期间，运动员吃的糕点食品由我们提供。告知更多的大学生有甜心坊这么一家店。

2. 发传单

2. 传单的发放：开业前三天在江苏信息、江南影视、白马商业职业技术学术等地区发放。

3. 群发短信

在促销活动宣传期间，将本店促销内容以群发短信方式传达。

（五）调查问卷

根据本店对白马职教园区大学生的问卷调查显示：超过83.9%的大学生愿意购买糕点类休闲食品；其中超过90%的都愿意或希望自己能够亲手制作；超过一半的学生每月能够接受在这方面的花费为5至20元。

由此可见，我们甜心坊在大学生中还是有很大的发展前景的。而且重点应放在diy特色上，他们喜欢标新立异，有自己独特的风格，因此，我们甜心坊把17至23岁的大学生作为我们的目标顾客群。

通过调查问卷结果，得出以下结论：

1. 在男女生中，一般女生喜欢糕点多一点

2. 由调查，可得知她们的联系方式，以便及时将促销信息转达于他们，从而达到扩大销售的目的。

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。

3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市

场

6、缺乏特色产品。

我们的优势

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算针对比较重要的原材料，与人合作，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

diy□

情侣：共同制作的甜蜜感，一起分享快乐。

家庭：培养小孩的动手能力，共同制作的乐趣，促进家人之间的感情交流。

主妇：打发空闲时间，学习制作技能，自己动手制作蛋糕的快乐，对于甜点的外观、口味的要求较高，对于diy特色服务的好奇心理。

其他：亲手制作蛋糕送人以表示心意。

1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

- 2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。
- 3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。
- 4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。
- 5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。
- 6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

本店特色：

diy□为家庭带来新颖的娱乐休闲方式，为情侣提供温馨浪漫的环境，提高生活品味。

diy服务流程：

顾客需提前预约，在约定日期内至店内diy专区，由一名店员指导，顾客根据自己的需要选择蛋糕胚的形状和大小，然后自己动手，选择奶油或水果等原料，发挥自己的想像力，根据自己的需要做出蛋糕的样子，然后在店内包装好，带走。这样即满足了顾客的送礼形式，最主要的是表达了心意，一举两得。

资金需求：

- 1、店面租金：3万/年(30平米)白马中心小学附近
- 2、装修：1万

3、设备：2万

4、证件执照□20xx左右

5、工资：1名店长3万每年;3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析：

每日平均销售额500左右，月销售额3万，年销售额18万。

(12万由父母出资所得)

风险：

1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。

2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。

3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。

4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品;对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包;对于老年人，我

们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业准备例如diy蛋糕大赛;diy巧克力拼图;新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大我们的品牌影响力增加。

蛋糕店创业计划书附录篇四

伴随着经济的发展，激烈的竞争是不可避免的，“烦躁”、“郁闷”成了人们经常挂在嘴边的话语，与此同时，现如今的孩子们缺少动手实践的机会；另外，“求异”的心理在大众尤其是年轻的学生群体占有不可或缺的地位。制作一个独一无二的蛋糕、糖果等食品，拥有一次非同寻常的亲自动手的过程，在小资、孩子、学生们的群体中拥有巨大的潜力！因此，为了缓解激烈竞争的压力，给孩子一个自己动手的条件，给年轻人一个独一无二的享受，于是有了ac蛋糕店。

1、项目名称□ac蛋糕店

2、项目宗旨：打造都市避风塘，引领年轻时尚！

3、项目宣言：我的蛋糕，我的ac□

4、店面名称：某某ac蛋糕店

5、宣传口号：我的蛋糕，我的ac□

6、店面商标：根据个人喜好以及定位来决定

7、店面地址：选择学校附近，靠近年轻人聚集区，且交通便利的地方。

8、店面布局：风格采用多样化的布局，诸如：童话版、欧版、丛林版、温馨版……很多相互独立的不同主题风格的界面，以供不同人群的喜好。（本身就是一个ac店，就让它一“独”到底！每个人都有自己独特的意境。）周围排满蛋糕制作的参考图片，大而且容易看，方便大家制作蛋糕。

通过问卷调查，网上投票，走访很多ac行业的商家，总结了以下优势。

首先，大家对ac的态度还是很友好的，数据表明有大于80%的人选择了愿意来，尤其是年轻的一代，都希望有自己独特的东西。所以，我们就抓住人们的这种心理下手，必然会有良好的效果。

第三，我们本身就是一个大学生，从校园中出来，我们很了解现在的学生想要什么，不想要什么。能和顾客有个很好的心灵的沟通是创业成功的关键。因此，这势必会成为我们良好的资源。

第四，通过我们自己的预算，以及成功的案例，开一家ac蛋糕店的成本在10万元以内，这对于我们没有什么资金来源的大学生来讲，有很大的可行性，以及低风险性。

第五，我们走访了很多的做ac生意商家，大家普遍用“前景无限”这个词来形容，足以见这个产业的发展潜力。

我们主要分为两部分来调查，调查群体主要集中的大学生群体，分为问卷调查以及网络调查。

（一） 问卷调查：

由于本项目主要面向群体为大学生本身，因此，问卷调查主要调查群体为在校大学生。

（1） 去蛋糕店的频率：

女生对蛋糕的依赖远大于男生，因此，我们的蛋糕店会添加更多的女生元素，以吸引更多的顾客。

（2） 蛋糕的用途：

（3） 市场满足度：

市场上蛋糕的种类基本能满足大众的需求，虽然对ac蛋糕会产生一定的冲击，但是，从另一方面讲，市场上已有的经验以及模型，我们可以直接借鉴使用。

□4□ac方式态度

总体来说，大家对ac方式还是很看好的，因此，我们还是有很大的发展空间。

（5） 是否愿意花时间自己做蛋糕？

男生比女生更为理性，女生讲究的是浪漫情调，而男生则更为实际，因此，我们会从女生着重下手，开发我们的产业。

（6） 蛋糕的价位：

（7） 蛋糕的尺寸：

（8） 蛋糕的形状：

圆形居多，我们会提供大量的圆形模具，用于制作蛋糕，同时，利用参考资料帮助顾客完成自己“奇怪形状”的制作。

（9）担心的问题：

卫生安全、材料储备是大家主要担心的话题。所以，我们会在办下卫生许可证的前提下，增加消毒设备，并及时更新材料，以保证材料的新鲜。

（10）制作环境

大家还是喜欢优雅的环境，所以，我们在不同的风格还是会以静雅舒适的风格为主。

（11）制作蛋糕的伴侣：

来店里的恋人居多。所以，我们要创造一个温馨浪漫的情调来吸引更多的情侣来本店。

（12）蛋糕店的频率：

时效性决定我们选择地址的重要性。因此，我们选择在学校附近，因为学校每年都有新生的加入，所以，可以说，我们的生源是源源不断的。

（13）宣传渠道：

大部分同学选择的是“朋友推荐”。因此，重视回头客就必不可少，创建良好氛围，并创立推荐好友优惠的制度，我们的ac蛋糕店必定会不胫而走！

蛋糕店创业计划书附录篇五

1.1项目创想

随着时代的发展，人们经济收入的提高，消费观念的转变，休闲类食品不仅种类越来越多，并且产品结构也向着风味型、营养型、享受型甚至功能型的方向发展。如今，休闲食品已不再只是小孩子的专利，而是受到了越来越多的不同年龄人群的喜爱，不论是居家生活还是出外旅行，休闲类食品已经成为我们生活中的一种消费“新时尚”，发展至今，休闲食品俨然成为食品消费的重要内容，而时尚化更已成为休闲食品产业争夺消费者的重要策略。休闲食品的消费市场不断扩大，消费人群随之增多，新产品种类不断推出，在这种情景下，我们的梦*幻糕点吧应运而生了。

1.2 公司概况

梦*幻糕点吧是由大学生自主创业的商业小店。于20xx/12/10诞生于山东英才学院，虽然还不够成型，但是已经具备打入中国糕点市场的计划与资本。

梦*幻糕点吧为大学生自主创业品牌，进行小成本投资，做的是营养均衡，休闲的，时尚的精美糕点食品，面向广大的中低档消费者群体。

制作屋现做现卖糕点，软糕粥，尤其是定做情侣蛋糕，及深受年轻人喜欢的果冻个性蛋糕，这些均打破了市场的局面，同时该蛋糕以海藻为原料，制作中不加防腐剂，从而保证了食品的安全。健康的，才是开心的；就是健康的！

二、市场调查分析

2.1 现状

2.1.1 流行趋势

时下市场上充斥着各种口味不同、式样不同的糕点，归结起来这些产品无非都是为了满足顾客休闲的需求(娱乐、时尚、

口感……)、满足美丽的需求、满足健康的需求、满足成长的需求。消费者购买糕点用于食用和送礼。糕点小巧、味道好,有一定营养价值,所以它的购买频数较高;果冻轻盈美观、营养丰富,成为礼尚往来的佳品,为此许多厂家推出了方便送礼的“糕点大礼包”。因此,休闲食品的消费市场不断扩大,消费人群随之增多,新产品种类不断推出,“休闲的就是时尚的”已成为人们对食品时尚性的共识,休闲食品不只是口感好、有益健康的食品,更成为促进人们交流的介质,是适于表达情感的载体。

2.1.2 行业现状

首先糕点是源于国外,但是由于中国市场的需要,还有结合中国的食品特色,在中国市场发展到了巅峰。

糕点的成分是有25%的面粉,其中为精制面粉,含大量的麦芽糖等等的营养成分;35%的芯,其中包括肉类,素菜类,还有就是有一些甜食类等等,做出来的颜色各式各样,但是不会添加任何色素,纯天然色;其余的40%则是由外加的水果,咸菜,果冻等等的一些个人爱好。

随着我国人民生活水平的提高,休闲成为大众生活不可缺少的重要部分,而休闲食品也由原来仅能充饥,发展到现在既可满足口感需求,又可提供所需营养,还能调节心情。近年休闲食品市场需求量呈持续增长势头,按年增长速度10%计算,预计今年中国休闲食品市场需求额将超过千亿元。但中国目前的消费水平偏低,市场潜力仍很大。

2.2 竞争环境分析

休闲食品每年有近三百亿的市场容量,越来越多的国内外休闲食品品牌进入这个市场,相互之间争夺市场,虽然近年国内休闲食品市场发展迅速,但专家表示,国内本土品牌休闲食品的种类与国外相比,品种还是较为有限,无论在新产品

的开发、口味的多样化、包装的个性化、产品的营养化方面都存在较大的差距，缺乏足够的市场竞争力。糕点业不但有激烈的业内竞争，还有与薯片、糖果等其他产业的竞争，因为它们同属于休闲食品的范畴。糕点业不能只着眼于行业内的竞争，还要不断创新，分析消费者心理，充分为消费者考虑，提高营养价值和休闲品味，来占领休闲食品的市场。

2.3 态势分析

swot分析表

s(优势)：糕点是年轻人喜欢的食品，消费市场巨大，而且就在你的身边，充满个性化、时尚化的果冻食品，令人们留恋往返。

w(劣势)：特色经营市场接受程度难以预测，存在一定风险。

o(机会)：糕点市场需求逐年扩大；人们的消费观念也发生变化。

t(威胁)：市场上经营休闲食品的商店较多，且各具特色，竞争很激烈。

三、创业优势

3.1 自身优势

a大学生创业往往对未来充满希望，有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。

b大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的知识技能优势。知识的重要性是不言而喻的，“用智力换资本”是大学生创业的特色和必然之路。

c□大学生属于年轻一代，对流行时尚的敏感度强，可以始终走在流行的前列，和适合此类项目的创业。

3.2政策优势

近年来，为支持大学生创业，国家各级政府出台了许多优惠政策，涉及融资、开业、税收、创业培训、创业指导等诸多方面。根据国家和各市政府的有关规定，各地区应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培训、无偿贷款担保及部分税费减免四项优惠政策，具体包括：

高校毕业生(含大学专科、大学本科、研究生)从事个体经营的，自批准经营日起，一年内免交个体户登记注册费、个体户管理费、经济合同示范文本工本费等。此外，如果成立非正规企业，只需到所在区县街道进行登记，即可免税三年。

自主创业的大学生，向银行申请开业贷款担保额度最高可为10万元，并享受贷款贴息。

四、资金投入及回报分析

4.1资金来源——保证贷款

由父母或是亲戚的同事作担保，即可在工行、建行等金融机构获得10万元左右的保证贷款，从而较快的获取创业资金。

4.2早期资金投放及回报情况

店面面积为五平米到十平米，一平米到二人均可，封口机1台、沙冰机1台、果冻专用模具5套、巧克力喷泉机1台。店内需3~4店员，员工工资占投资额的10%左右。

留4000元用于平时经营流通。

剩下的投资用于进货。

4.3具体费用安排如下：

(1)店面租金：1000/月

(2)设备投入

电脑一套3000元

柜台2500元

封口机一台200元

电话机一台50元

刨冰机一台300元

沙冰机1台300元

巧克力喷泉机1台200元

(3)水电通讯费用

上网费用：60元/月

(4)电费：500/月

(5)工人工资：900元×三人/月=2400元/月

(6)推广费用：传单费用约为300元/月

前期不准备采用电视广告，因为资金有限。所以采取廉价而精美的传单和口碑效应进行宣传。

一次性投入为：6540元

每月费用：3270元

五、运营计划

5.1店面规划

5.1.1地址选择

梦*幻糕点店应选在学校周围、大型商场、购物中心的周边地段，这些地方客流量大，租金又不会太高。

5.1.2内结构及功能

糕点吧内分为三个区域：成品区、制作区、服务区。

成品区：主要是我们已经做好的产品，顾客随时都可以带走，或当即享用。

制作区：由顾客挑选果冻的制作风格与包装。提前预定，我们会准时完成。

服务区：这里我们会设置意见箱，随时纪录顾客为我们提出的宝贵意见，并定期总结与归纳。

5.2目标市场定位：

年轻女性、女孩和儿童，年轻女孩子喜欢浪漫时尚个性，我们为她们提供了个性果冻蛋糕、果冻情侣蛋糕等；儿童喜欢卡通等新奇、活泼的食品，我们为他们提供有卡通模型的糕点；还有情人节、圣诞节、生日等特殊日子，我们给他们提供造型各异的多层糕点，果冻萨拉糕点，特色口味糕点等等。

5.3营销组合

5.3.1 产品

了解食品的安全花样多，产品丰富，可根据不同年龄阶段的人制作出不同的花案图样。例如，花样糕点系列、糕点冰品系列、麻辣凉冻糕点系列、糕点粥系列、糕点沙拉系列、可吸果冻系列、果肉糕点系列、糕点三明治等系列。

5.3.2 价格：糕点的利润很高，毛利达到65%~75%以上。

5.3.3 渠道：由于受进货成本的限制，决定从网上采购原材料。

5.3.4 促销

销售促进

a□定期开展配送活动：销售旺季，休闲食品往往是采取“现场品尝”、“买一赠一”或“礼品赠送”等促销活动。

b□抽奖活动：每天前十位消费者有机会免费抽奖。

c□冬天在广场销售或网吧联动可增加更多销量。

d□糕点蛋糕会员制销售，增加蛋糕销量。

5.4 客户管理

5.4.1 建立销售信息簿：注明产品类型、名称、价格、销售日期，由顾客签字确认。方便售后服务。

六、文化建设

6 品牌文化

随着时代的发展，一股新潮的消费时尚席卷全球——休闲食

品，它是一种提高人们生活质量的重要产品，也是温饱阶段向小康阶段乃至富裕阶段过渡中的必然产物，有着广阔前景。由于各民族、各地区的生活习惯和人文背景的不同，食品有其地域的特殊性。

七、团队建设

7.1 岗位设计与职责

a. 店长——创业者(二人) 掌管财务、制定决策; 进购货物; 负责收银与服务区; 管理网店。

b. 店员(3名):

成品区导购员一名——帮助顾客选择成品的商品

自选区导购员一名、制作员一名——帮助顾客选择材料、设计样式并制作

7.2 提前预订——节省成本提高效率

八、进度安排

阶段时间经营模式

前期第1年到3年店面经营与网上商店同时进行;

中期第4年到6年开始采取加盟的经营模式;

长远发展第4年收回加盟店，进行连锁经营;

这是梦*幻糕点店发展的一个初步规划图。在实际运营过程中，还要紧随市场发展，不断优化产品质量和服务水平，提高泡×堂果冻吧的竞争力，扩大市场占有率，达到长远发展的

目的。

九、关键的风险问题和假定

9.1存在的风险

梦*幻糕点店还在成长期，就已经步入当今竞争相当激烈的食品中国市场，在综合声誉上占有一定的劣势。

9.2应对措施

把握时尚潮流，不断创新，紧跟年轻人的步伐，加快商品更新频率。要努力提高企业文化。针对顾客趋于理性和个性化的消费需求，通过市场细分来有针对性地提高品质，明确业务范围，增强竞争力。提供个性化服务能极大地增加产品的附加值。针对不同的消费需求提供相应的产品和服务，把每一个消费者都看成是一个细分市场，根据消费者的个性需要生产商品。同时，可以根据不同的顾客特征，如年龄、性别、性格、喜好等，为顾客提供有针对性的购买建议。

十、总结

我们有着良好的市场优势：因特色糕点是年轻人喜欢的食品，消费市场巨大，而且就在你的身边。这样的项目不怕生产的产品没有人买，没有人消费。