

2023年创新创业的项目计划书 舞蹈创新 创业项目计划书(通用8篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

创新创业的项目计划书篇一

(一)舞蹈机构公司介绍。

详细介绍目前拥有的机构背景、团队力量、师资力量、资本构成等等，如果没有的话可做预设。

1、舞蹈机构主要股东：股东名称、出资额、出资形式、股份比例。

3、舞蹈机构的基础结构。

4、舞蹈机构师资、员工等情况：

(二)舞蹈机构经营财务情况(从建立起开始写)。

(三)舞蹈机构招生网络和宣传：

宣传预算、合作单位、招生网络、战略合作伙伴等等。

(四)舞蹈机构的运用思路和营战略规划：

比如，近期及未来3-5年的发展方向是什么?近期半年的目标是什么?全年目标是什么?

(一) 舞蹈培训课程设置、服务标准。

(二) 舞蹈培训核心竞争力是什么？

(三) 舞蹈培训品牌的注册。

(一) 舞蹈机构行业情况。

(二) 舞蹈机构市场潜力：

对舞蹈培训市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析。

(三) 舞蹈机构行业竞争分析：

主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括课程、师资、价格、环境、服务等方面。

(四) 舞蹈机构收入(盈利)模式：

业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润。

(五) 舞蹈机构市场规划：

机构的未来3-5年的销售收入预测。

(一) 舞蹈培训市场分析和客户群体。

(二) 舞蹈培训客户消费分析。

(三) 舞蹈培训营销业务计划策略。

(1) 招生网络、宣传机制。

(2) 舞蹈机构促销活动策划。

(3) 舞蹈机构课程优势和服务定价。

(4) 员工的激励机制和师资等课时费的标准。

(四) 舞蹈培训服务标准体系是什么？

财务预测，并说明预测依据：

1、未来3-5年舞蹈培训项目资产负债表。

2、未来3-5年舞蹈培训项目现金流量表。

3、未来3-5年损益表。

(一) 舞蹈机构出资方式：

详细说明舞蹈机构未来阶段性的发展需要投入多少资金，目前机构能提供多少(没有设立可做预设)，需要投资多少。融资金额、参股比例、融资期限。

(二) 资金用途(详细说明每个环节的支出，以及投资的比例概况)。

(三) 退出方式(详细说明，中途股东退股后的方式等等)。

创业不能光想好的一面，我们应当未雨绸缪的规避，所将要或者未知的风险。说明该舞蹈培训项目实施过程中可能遇到的风险及其应对措施。

在创业计划书中，应提供所有与企业的产品或服务有关的细节，包括企业所实施的所有调查。这些问题包括：产品正处于什么样的发展阶段？它的独特性怎样？企业分销产品的方法是什么？谁会使用企业的产品，为什么？产品的生产成本是多

少，售价是多少？企业发展新的现代化产品的计划是什么？把出资者拉到企业的产品或服务中来，这样出资者就会和创业者一样对产品有兴趣。在创业计划书中，企业家应尽量用简单的词语来描述每件事——商品及其属性的定义对企业家来说是非常明确的，但其他人却不一定清楚它们的含义。制订创业计划书的目的不仅是要出资者相信企业的产品会在世界上产生革命性的影响，同时也要使他们相信企业有证明它的论据。舞蹈培训机构创业计划书舞蹈培训机构创业计划书。创业计划书对产品的阐述，要让出资者感到：“噢，这种产品是多么美妙、多么令人鼓舞啊！”

(一) 公司基本情况

对成立时间、注册资本、经营产品、员工规模等进行简要介绍

(二) 产品/服务介绍

对公司主要的产品和系列服务进行简要描述

(三) 行业/市场分析

对行业状况、市场容量、市场发展前景、消费者接受程度进行简要分析

(四) 业务现状

对市场份额、客户数量简要分析

(五) 财务分析

公司成立以来累计投入、产出、本年度收入及利润

(六) 融资计划

融资金额、参股比例、融资期限、退出方式

(一) 公司介绍

详细介绍公司背景、规模、团队、资本构成

1. 主要股东

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系人 联系电话

2. 团队介绍

对每个核心团队成员在技术、运营或管理方面的经验和成功经历进行介绍

3. 组织结构

4. 员工情况

(二) 经营财务历史

(三) 外部公共关系

战略支持、合作伙伴等

(四) 公司经营战略

近期及未来3-5年的发展方向、发展战略和要实现的目标

(一) 舞蹈培训产品、服务介绍

(二) 舞蹈培训核心竞争力或技术优势

(三) 舞蹈培训产品专利和注册商标

(一) 行业情况

舞蹈培训行业发展历史及趋势，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制

(二) 市场潜力

对舞蹈培训市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析

(三) 行业竞争分析

主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括性能、价格、服务等方面

(四) 收入(盈利)模式

业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润

(五) 市场规划

公司未来3-5年的销售收入预测(融资不成功情况下)

(一) 舞蹈培训目标市场分析

(二) 舞蹈培训客户行为分析

(三) 舞蹈培训营销业务计划

(1) 建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略

(2) 广告、促销方面的策略

(3) 产品/服务的定价策略

(4) 对销售队伍采取的激励机制

(四) 舞蹈培训服务质量控制

请提供如下财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年舞蹈培训项目资产负债表

未来3-5年舞蹈培训项目现金流量表

未来3-5年损益表

(一) 融资方式

(二) 资金用途

(三) 退出方式

第七部分风险控制

免责声明：本文仅代表作者个人观点，与本网站无关。

创新创业的项目计划书篇二

一. 公司概况描述

二. 公司的宗旨和目标

三. 公司目前股权结构

四. 已投入的资金及用途

五. 公司目前主要产品或服务介绍

六. 市场概况和营销策略

七. 主要业务部门及业绩简介

八. 核心经营团队

九. 公司优势说明

十. 目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一. 融资方案(资金筹措及投资方式及退出方案)

十二. 财务分析

1. 财务历史数据

2. 财务预计

3. 资产负债情况

第二部分综述

第一章公司介绍

一. 公司的宗旨

二. 公司简介资料

三. 各部门职能和经营目标

四. 公司管理

1. 董事会

2. 经营团队

3. 外部支持

第二章技术与产品

一. 技术描述及技术持有

二. 电动模型产品状况

1. 主要产品目录

2. 电动模型产品特性

3. 正在开发/待开发产品简介

4. 研发计划及时间表

5. 知识产权策略

6. 无形资产

三. 电动模型产品生产

1. 资源及原材料供应

2. 现有生产条件和生产能力

3. 扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4. 原有主要设备及需添置设备

5. 电动模型产品标准、质检和生产成本控制

6. 包装与储运

第三章电动模型市场分析

一. 市场规模、市场结构与划分

二. 目标市场的设定

三. 电动模型产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响电动模型市场的主要因素分析

五. 市场趋势预测和市场机会

六. 行业政策

第四章竞争分析

一. 有无行业垄断

二. 从市场细分看竞争者市场份额

三. 主要竞争对手情况：公司实力、电动模型产品情况

四. 潜在竞争对手情况和电动模型市场变化分析

五. 公司电动模型产品竞争优势

第五章市场营销

一. 概述电动模型营销计划

二. 电动模型销售政策的制定

三. 电动模型销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四. 主要业务关系状况

五. 电动模型销售队伍情况及销售福利分配政策

六. 促销和市场渗透

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

七. 电动模型产品价格方案

1. 电动模型定价依据和价格结构

2. 影响电动模型价格变化的因素和对策

八. 电动模型销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九. 电动模型市场开发规划，销售目标

第六章投资说明

一. 资金需求说明(用量/期限)

二. 资金使用计划及进度

三. 投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四. 资本结构

五. 回报/偿还计划

六. 资本原负债结构说明

七. 投资抵押

八. 投资担保

九. 吸纳投资后股权结构

十. 股权成本

十一. 投资者介入公司管理之程度说明

十二. 报告

十三. 杂费支付

第七章投资报酬与退出

一. 股票上市

二. 股权转让

三. 股权回购

四. 股利

第八章风险分析

一. 资源风险

二. 电动模型市场不确定性风险

三. 电动模型研发风险

四. 电动模型生产不确定性风险

五. 电动模型成本控制风险

六. 竞争风险

七. 政策风险

八. 财务风险

九. 管理风险

十. 破产风险

第九章管理

一. 公司组织结构

二. 管理制度及劳动合同

三. 人事计划

四. 薪资、福利方案

五. 股权分配和认股计划

第十章财务分析

一. 财务分析说明

二. 财务数据预测

1. 销售收入明细表

2. 成本费用明细表

3. 薪金水平明细表

4. 固定资产明细表

5. 资产负债表

6. 利润及利润分配明细表

7. 现金流量表

8. 财务指标分析

创新创业的项目计划书篇三

一、摘要：

在不少人心中，开花店是个不错的创业项目。一方面，每天工作在充满鲜花的环境里，心情很愉悦；另一方面，现在人们的生活水平不断提高了，人们的消费水平也不在仅仅局限于物质上的消费，对于精神上的消费需求也在不断提提高。花可以调节室内的空气和湿度，对人的身体健康有益。可以用来观赏，陶冶人的性情，平和人的心情。可以审美，引发人的情感。如人们常常把花比作女人，把莲花作为纯洁、高尚的象征。逢年过节、探亲访友，鲜花已是人们比较青睐的礼物，大家的日子越来越好了，买花的人自然会越来越多，开花店的前景也一定不错。

从做生意的角度讲，花店应该算是典型的小本经营。一间面积不需很大的屋子，简单的装修即可，四面白墙也能显出鲜花的美丽。小花店就可以开张了。现在不少下岗的人都寻思着做点小买卖，开花店的成本正是他们所能承受的。我看到过一份花艺学校的学员调查，百余名学员几乎有95%以上的人都打算开花店。再加上现有的花店，竞争的激烈程度可想而知。

但是，开花店并不是想象中那么容易，毕竟花是鲜活的东西，花店是一个充满风险的行业。花从一买进时就要有损耗，如果生意不好，只能眼睁睁地看着花变枯变烂。有些高档花卉更不能多进，若卖不掉损失可就太大了，可如果没有高档花卉出售，可能会失去利润较高的定单，这又不得不让人费上

一番脑筋。

从人类历史发展角度来看，当人们的物质生活得到满足后，对精神生活需求就会非常强烈，有人曾说过在中国“花如手机一样普及的时代即将到来，抓住每一个重大节日，如春节、情人节、圣诞节、母亲节、教师节。同时开发七夕情人节、秘书节、护士节、父亲节、记者节等有潜力的节日，扩大潜在消费人群，激发市场潜能，加强市场宣传力度。花店是美丽幽雅的场所，花艺是花店的灵魂。美丽的花儿为人们传播着各种各样的情感，千姿百态的花儿述说着千言万语，每一句都述说着美好，特别是现在。随着人们的生活水平不断地进步，生活质量不断地提高和对生活的追求。鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀。花卉消费近些年来呈越来越旺的趋势，除了花卉本身所具俏丽姿容，让人们赏心悦目，美化家居等功效外，它还可以开发人们的想象力，使人们在相互交流时更含蓄，更有品位。

二、花店情况：

名称：让我听到你的声音

广告语：敞开心扉，让我听见你的声音

地点：玉溪市南北大街北段

经营理念：花店本着以诚为本，服务至上的经营原则，真诚服务于消费者。树立竞争意识、市场意识、讲信誉、讲品牌。传递人间的真情，让爱洒满人间。

目标：有效的打通销售渠道，以提供产品服务为根本，促进鲜花市场的大发展。给客户提供一个表达自己祝福的平台，把祝福和爱送到千家万户。带给顾客美好与幸福！尽可能的提高花店的知名度和美誉度，建立属于自己的一套完整体系，最终推向全市，全国，甚至全世界，做大做强。

三、行业分析：

市场前景广大：随着人们生活水平的不断提高，人们对生活质量的要求也不断提高。

行业转型：改善工作作风的八项规定大型花卉订单减少，花卉行业逐步向小型花卉、家庭花卉的方向发展。

抓住机遇：市场上多数出售小型花卉、家庭花卉盆栽，很少有出售diy花卉盆栽的店。

四、花店定位：

选址定位：南北大街

创新创业的项目计划书篇四

本项目计划开一家大学校园餐厅，该餐厅位于盐城师范新长校区内，主要经营早餐、午餐、晚餐，以及夜宵和各种饮品。对于盐师新校区的学生来说，吃饭门口的流动摊点又不卫生安全，平时想聚个餐，120且一点也不油腻，而且对于女生来说，早晨醒来最好要喝一杯温热的蜂蜜水，这样既有益于皮肤，又有益于顺肠排毒，因此本餐厅每天早晨特免费为每一位来就餐的顾客提供一杯温热的蜂蜜水。

而本餐厅的午餐和晚餐则以中餐为主。很多同学经常会抱怨学校食堂每天都是一样的菜，6样与530热菜，然后每月进行统计，淘汰1—2在30且本餐厅在各时点均提供各种饮品。夏天的时候，本餐厅可提供各种冷饮，如水果杯，刨冰，冰奶茶等。而冬天的时候则可提供各种热饮，如热咖啡，热奶茶，热柚汁等。此外，本餐厅特为女生供应美容养颜的蔬果粥，蔬果饮品等。

本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

本餐厅取名为“第三地”，意为学生在学校除了宿舍和班级常去的第三地，给学生一种归属感和亲切感。

我们餐厅的经营理念是让学生感受别样的我们。

（一）别样的产品

具有美容养颜功效的蜂蜜水，以及每日不一样的特色菜，让顾客品尝到不一样的味道与感受。而且西餐部分给学生准备了不一样的氛围。

（二）别样的服务

提供网上订餐，电话订餐以及外带服务，从细微之处为顾客着想，切实让顾客感受到我们不一样的服务。

（三）别样的环境

本餐厅的装修风格简单却又不失前卫，朴素却又不失个性。充分体现学生群体的个性特征，迎合他们的喜好。

会员会在节日以及生日那天得到丰厚的折扣和优惠。会员消费累计满一千元，即可享受8.8折优惠。

餐厅工作人员的工资：店长本人担任，厨师每月三千，服务员每月一千五，收银员每月一千一。同时，我还会找学校里的学生打打临时工，每小时七元，包午餐。

（一）视觉识别

店名：“第三地”。一方面和自己的经营业务有紧密的相关，

另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名既有格调，又意味悠长。

logo[]如果有可能，应该为自己设计logo[]并且贯穿始终。例如餐厅餐具上，名片上，服装上，等等。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

（二）店面布局

自己喜爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：灯饰是餐厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增加餐厅的美感。灯光是重要部分，可以选择不同颜色出餐厅宜人的气氛。同时，自己的空间按照自己的要利。

各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。

餐具：干净，整洁，应该体现餐厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和餐厅格调。

在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮

食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大况令人担忧，甚食堂出现了集件。

本企划就点，为了保障大安全，提高大学是根据这一学生的饮食生的饮食质学的饮食状至有的大学体中毒事。

创新创业的项目计划书篇五

随着移动互联网、云计算、大数据等技术的应用与发展，互联网再次成为社会和业界关注的热点，与以往不同的是，此次关注的重点是“互联网+传统行业”，而“互联网+医疗”成为其中关注和投资的重点。

云医疗、移动健康、大数据相关技术的发展，带动了各种基于移动互联网的医疗健康app的应用和发展，加之可穿戴医疗健康监测设备的推广使用、云医院的建立，为未来医疗健康服务提供了更为便捷、高效的服务手段，也为医疗服务业升级和转型提供了技术保障。然而，此轮“互联网+医疗”概念热与投资热并未深入到医疗机构的核心业务—诊疗服务，而是徘徊在诊疗服务的外围，典型如网上挂号、网上医疗服务咨询、网上药店等。

现行医疗服务模式存在的弊端是显而易见的，由于诊疗技术、设施、设备的限制，医患双方的诊疗、就医行为大多局限于医疗机构内部，造成了医患双方的不便，而“互联网+医疗”的服务模式能够有效地破解这一难题，极大地改善医疗服务的提供模式和患者接受医疗健康服务的模式。通过互联网和“医疗专业云”，可以有效拓展并延伸医疗机构的服务能力，如患者网上就医、居家监护、就近抽血、集中检验、远程提供诊疗建议、远程手术及手术指导、个性化健康管理等，从根本上变革现有的医疗服务模式。而随着技术的进步，医学影像电子化，诊疗设备的微型化、可穿戴，以及交互式高清视频都为“互联网+医疗”模式扫清了技术障碍。

“互联网+医疗”应用为民众带来的就医便捷以及为医务人员和医疗机构提供的服务能力拓展是推动现行医疗服务模式升级、转型的动力，但是其中所含的阻碍也是极大的，借用一句俗语来形容“互联网+医疗”模式的未来发展，“前途是光明的，道路是曲折的。”民众的需求、移动互联网以及技术的发展为医疗服务行业带来了变革的机遇，但如何实现依然有赖于政府、业界和社会各方的努力、探索和创新。

所以面对这样的现状，我们团队致力于开发一款基于“互联网+医疗”模式的医疗服务型app应用，重点解决人们在看病过程以及日常生活中身体健康方面所遇到的问题。

2. 项目内容

项目说明，此app内所含功能重点分为以下几大模块，分别为：

2.1 常见症状，药品的分析

此功能定义为一项搜索功能，即用户打开app后可以直接在搜索栏输入自己的症状，系统会根据患者所输入的症状在此app自带的病理库中搜索多条与之相近的症状，供患者根据自身具体症状来进行选择，同时，在症状的后面便是解决此病的多种详细的用药，用量，周期，价格，供用户根据自身实际情况做出最合适的选择。

此功能还具备日常生活中最常见的病情的一个列表，用户直接在此列表中输入首字母即可方便快捷的查询此病所包含的症状和解决方案。

同时，此项功能还包含了药品大全，即汇集所有药物于此功能内，用户可直接查询某种药物的主要针对症状，用法用量，不良反应，用药禁忌以及药品价格。

2.2 医院信息查询

此功能首先要开启定位，将用户定位到所在的城市，定位之后，在下拉列表中可以查看用户自己所在城市的所有的医院，药店的具体信息，可以根据距离远近，等级高低以及好评度来排序查看。

对于药店app中提供了药店各药师的介绍，各个药店所擅长解决的症状，以及各药店的联系方式。

对于医院app中详细介绍了各大医院的基本信息，包括每个医院所含科室，每个科室所含医生的介绍，还有各个医院比较著名的科室或者医生的详细介绍。

在此功能下，对于已经登录的用户，可以在下方对该医院或者药店进行评价，供其他用户参考与选择。

2.3 在线求医

第三项功能，我们的app提供的是一项在线咨询的服务，用户可以选择自己想要咨询的某个医院的某个科室的某位医生，如果用户没有明确的选择，也可以直接输入科室，系统会自动推荐符合条件的医生给用户。

在此项功能中，用户可使用多种方式于医生进行沟通，包括图文沟通，语音通话，视频通话等。

在我们的app中注册的医生必须是具有行医资格证的已经注册的执业医师，他们均为各大医院的在职医师，因而我们所提供的这项在线咨询的业务并非是一项免费的咨询业务，我们会根据各位医师的等级，各位医师的受欢迎程度以及用户与医师之间的沟通方式而制定不同的收费细则，这样在给用户提供方便的同时也会保障执业医师的利益。

在此功能下，我们为用户提供了反馈功能，即用户在与各位医师沟通的过程中app会将沟通的图文、语音或者视频全部

保存下来，以避免产生医患纠纷所带来的不必要的麻烦。

同时，此项功能还提供了一个在线预约的功能，即用户可以提前预约各大医院的医生，在约定好的时间直接进行诊断，省去了挂号的麻烦。

2.4 电子病历

电子病历是我们的app所着手的一项特色的功能，针对使用我们app的用户，用户的每一项就诊记录，包含具体症状和解决方法都会存在电子档案中，方便用户日后调用以及在日后的就诊过程中给医生提供一份可靠的参考。

电子档案中还将记录用户每一次的体检状况，可根据多次体检状况进行一个统计，形成走势图，再由执业医师进行分析，总结其中的不正常的指标，并即时给出解决方案，使用户各项数值尽快恢复平稳。

电子病历中还将记录用户对于各种药物是否有不良反应，为医生用药提供参考，同时，还将记录用户的过敏反应，防止误用药物而产生的医疗事故。

我们还计划将电子病历中的数据与居民身份证相连接，做到在各个医院或者体检中心使用身份证便可读取自己的电子病历，方便快捷，可随时调用。

此外，我们计划将app与各大医疗设备企业相结合，使患者通过医疗设备所进行的检验实时传输到手机上，并存入电子病历。

创新创业的项目计划书篇六

（一）项目名称：生姜种植

(二) 项目负责：__

(三) 主管部门：__

(四) 项目内容、规模、目标：

1、内容：生姜（习称姜、鲜姜、柴姜）是我国传统大宗药食兼用品种，又是药材、蔬菜、调料。同时生姜有具有多种功能与疗效。着眼于本地区生姜市场价值，故计划种植生姜以供应市场需求。生姜具有很多价值，比如：

(1) 降温提神增进食欲

因为姜中含有姜醇、姜烯、水芹烯、柠檬醛和芳香等油性的挥发油；还有姜辣素、树脂、淀粉和纤维等。所以，姜在炎热时节有兴奋、排汗降温、提神等作用；可缓解疲劳、乏力、厌食、失眠、腹胀、腹痛等症状；生姜还有健胃，增进食欲的作用。

(2) 抗菌防病治疗肠炎

美国和丹麦的科学家通过试验证实，生姜干粉可缓解晕动病之头痛、眩晕、恶心、呕吐等症状，有效率达90%左右，且药效可持续4小时以上。民间用吃生姜的办法防止晕车、晕船，有的用生姜片贴内关穴，有明显的防晕效果。盛夏季节，细菌生长繁殖异常活跃，容易污染食物而引起急性肠胃炎，此时适当吃些生姜或用干姜加茶用沸水冲泡后饮用，能起到防治作用。科学家通过研究发现，生姜能起到某些抗菌素的作用，尤其对沙门氏菌效果明显。

(3) 开胃健脾防暑救急

夏天，人们贪凉，喜爱电扇空调对着吹，很容易受寒，引起感冒。这时及时喝点姜糖水，将有助于驱逐体内风寒。中医

认为生姜能通神明，即提神醒脑。夏季中暑昏厥不省人事时，用姜汁一杯灌下，能使病人很快醒过来。对一般暑热，表现为头昏、心悸及胸闷恶心的病人，适当吃点生姜汤大有裨益。我国传统的防暑中成药——人丹，里面就含有生姜的成分，目的就是驱风健胃和提神醒脑。同时还是生活中做菜时必不可少的一味调料。

2、规模：100亩（1亩=667公顷，100亩=6670公顷）露天土地。

3、目标：以带动经济发展为目的，增加就业为手段，使农业发展更快更迅速。争取做到带动本地区经济发展，更好的解决我村富余劳动力的就业问题，为大家提供创业致富的途径。以科学的思想去发展，以反季节蔬菜为优势，以绿色农业为导向。引进新品种，提高单位产量和品质。

（五）项目实施地点：贵州省

二、种植项目基本情况

（一）行业相关信息：

20__年生姜价格由5——6元/千克暴涨至12——14元/千克的天价，被网友戏称为姜你军引起众多姜农的囤积惜售，期盼11年价格上涨，然而11年生姜市场饱和。

资料显示，20__年之前全国主产区种植面积基本稳定在100——150万亩左右产销基本平衡，所以生姜价格稳定。20__年生姜价格开始上涨，又08年的3——4元/千克涨到5——6元/千克极大刺激了农民的种姜热情，种植面积激增到239万亩，10年生姜价格暴涨更加激活了农民的热情种植面积再增至300万亩以上，20__年已攀升至400万亩左右。因为供需不协调，致使大量生姜库存饱满，价格随之下跌，包括贵州与在内的全国各地从11年年初的6元/千克的收购价暴跌至0.8——1元/千克生姜价格的下跌，是因为产大于求导致的

市场正常现象，预计在几年或明年，生姜价格会有上涨。

（二）项目发起人及发起缘由：

1、项目发起人：__

2、发起缘由：

（1）带动当地经济发展。（2）增加就业。（3）满足当地市场需求。（4）增加新型农业产品。（5）推动农业发展的多元化。

三、生姜种植项目可行性分析

（一）经济可行性：生姜价格虽然在去年出现了下跌的情况，但是就_____本地区来说，升降市场仍未饱和，价格的下降必然还会带来生姜种植量的减少，根据市场规律，以及近期政府对农产品的支持政策来看，生姜价格会有提升，加之本地生姜种植的空白，所以，经过认真分析，本地生姜种植有良好前景。

（二）政策可行性：政府对农产品实行的价格补贴，大大打消了农民的种植担忧，政策性的保险和财政补贴，让种植生姜成为一项可行的项目。种植后只要参加生姜政策性保险，即便出现了一定的损失，有了保险赔偿，我们的种植热情依旧很高。

（三）技术可行性：生姜的种植及管理并不是很复杂，农民可以通过相关资料获取种姜常识，可请乡农科站的工作人员到田间地头做指导，了解种植的注意事项。所以技术方面没有太大问题。

（四）组织和人力资源可行性：种植面积决定了此项目不是一家一户能完成的，初步计划是一户牵头，带动发展

是_____地区能形成一定规模，产生规模效应，辐射到周边各兄弟村。种姜农忙时人手不够，可雇佣一部分村民帮忙种植及管理。

四、生姜种植的项目优势

（一）人力优势：__地区农田多被用作农业生态示范区的建设用地，导致原本种地的农民闲路，所以，本项目可以充分利用这种人力优势。

（二）市场优势：本地种植生姜的农户极少，但是需求量大，大多的供应只是依靠一些散户的少量种植及其外地流入，本地生姜有待开发。

（三）价格优势：生姜产销基本平衡，生姜价格稳定，不见大起大落。20__年生姜价格开始上涨，由20__年的3——4元，上涨至5——6元，亩效益高达2万元左右，极大地刺激了产区广大农民种植生姜的积极性，种植面积激增至239万亩，20__年生姜价格暴涨至12——14元，亩效益暴增至6——7万元之后，更加激活了农民种姜的热情，种植面积再增至300万亩以上，20__年已攀升至400万亩左右。

（四）其他优势：政府政策的大力支持是至关重要的，还有农民的种植热情高涨等等。

五、生姜种植项目的生产流程

（一）项目选址

1、地理位置：__地区宽广低平地帶。

2、自然情况：地势平坦，地形广阔，水源充足，土地资源良好，降水和热量丰富，光照充足。

3、资源情况：水热资源丰富，土地资源，以及光照资源丰富。

（二）生姜种植

1、生姜播种生姜是一种喜温怕寒的作物，发芽温度适宜为15——18度。10度以下低温以及土地适度太大都会导致根茎腐烂。在强光下叶片容易枯萎，因为生姜的根系不发达，对土壤的水分要求极高过于过湿都不利于其发育，播种时通过块茎的无性繁殖，所以播种时要千万注意选好土地，注意土地的轮作，要下足基肥，合理密植，要选择良种，提早种植，可增加产量。另外注意水分的控制。

2、田间管理

（1）适时追肥，合理排灌。人畜粪水是很好的选择，将其与尿素一同很合后淋施。

（2）抓好姜疫预防工作，田间打药，及时摘除染病植株，采用石灰粉灭菌，增施草木灰等钾质肥料。

（3）实行套作，提高经济效益。

3、产品销售

生姜农产品种植采取以下销售模式：

（1）以贵州省现代农业展示区为依托。

（2）为当地农家乐供货。

（3）包装好的成品进入贵阳市各大超市直销。

（4）外地大客户订单批量销售。

六、项目其他辅助事宜

（一）生姜种植中的环保问题评估及解决措施：这次种植我们将使用农家肥料，减少多有机肥的使用，将对环境影响降至最低，不会产生影响土地的废水，相反地，这有利于增加土地的肥沃，我们将重复利用水资源，把水土流失减到最少。真正做到生态农业，生产出无公害的农产品。

（二）生姜种植基地项目总成本费用估算：此次生姜种植经费经预计，总共在25万元左右，也是该项目总费用。

（三）生姜种植地的轮作问题研究：可根据生姜前期生长较缓慢，植株低矮，耐阴性强的特点，早春可在垄边种植瓜菜、豆角、茄子等作物，达到增收的目的。

创新创业的项目计划书篇七

项目背景

随着“互联网+”及“一带一路”发展战略的提出，o2o的兴起，在一定程度上，表明了传统制造业已经成功搭上“互联网”这趟高速列车；加之各种高科技产品及手机app(应用软件)层出不穷，而移动互联网更是一枝独秀；其中我国在人工智能科技方面也炉火纯青。所以，面对着移动互联网带来的“互联网+”效应目前也是受到了众多投资者的关注。

而我们在基于“互联网+传统制造业”及“互联网+”新业态(即基于互联网的新产品、新模式、新业态创新创业项目)的背景下，传统制造业产品与互联网科技的有机结合使我们的项目应运而生。

二、市场分析与定位

（一）市场定位及需求分析

1、我们将“智能便携式电动滑板”初期定位服务于短、中途

出行的消费者以及创新科技、滑板爱好者;以及将产品定位于中高端智能科技产品、服务性产品、便携式短、中途代步产品。

2、目前，在国内甚至是全球市场上还未出现过一样的智能产品，因而全球出现了大区域性的市场空白，真正上属于全球首发人工智能产品。

3、滑板本身就是属于青少年所钟爱的物品之一，而青少年本身就是社会上一个潜在的消费群体，青少年本身就热爱运动又加上智能的全新搭载感受，相信不少青少年朋友会喜爱这款产品。

4、此产品与动漫名剧“名侦探柯南”中，工藤新一所使用的功能强大的滑板有较高的相似度，这可能会引起名剧“名侦探柯南”大众粉丝的追捧。

5、对于短、中途的出行朋友，一个便携式、智能、操作简单的滑板代步车自然会赢得人们的喜爱。

(二)行业历史与前景分析与预测

1、从第一台计算机的产生到人工智能的兴起，都代表了一个时代的全新的巨变，之前的人工智能存在研发科技技术的种种限制及研发成本的高额，迫使人工智能转向研究阶段，市面上人工智能产品少之又少，而随着人们生活水平的提高及生产步骤的繁杂化，人们迫切的需要人工智能产品来代替人们的劳作。

2、我国正处于实现中华民族伟大复兴的“中国梦”的大浪潮之下，领导人又依据现阶段的国家经济提出“一带一路”的经济发展战略，那么新时代的互联网科技+传统行业所引申出的产品将有巨大的机会热销至各个国家，而产品销售的海外扩展也会更加成熟。

3、从传统的产业到o2o链接的兴起以及智能家居的实现都在一定程度上改变了人们的生活，让生活变得更加适应现实快节奏社会，而能够给人们一个舒适、便捷是未来科技及互联网产业所共同的目标；而21世纪以后的社会注定是高科技引领人们生活、高科技改变世界。

三、产品简介

基于在学校感受到交通工具被盗窃频繁的缘故，加之考虑到一般的短途代步工具在目前的市场上可供人们选择的种类太少且其自身的便携性等等都受到了不同程度的制约和“互联网+”的大浪潮，我们初期将产品定位于服务于短中途出行的消费者。

“智能便携式电动滑板”是一个依托智能科技的人工智能产品。

1. 外形：

a.基于能有效减少阻力的流水弧和其他的个性化美观设计，如：灵动的曲面构造、层次分明的棱角设计、带有动感的炫酷彩绘等等。

2. 整体构造：

a.由硬度较高的合金构成，其主要是能够起到一定的保护车身的作用并且拥有防水的车身。

b.车身中间段还具备可供人们折叠的链接栓以便可以随时实现减少空间的目的以此来达到“便携性”。

3. 制动转换系统：

a.其制动装置依靠储电蓄电装置，由蓄电池提供电能带动滑

板的运行，其蓄电池具有使用寿命长、拆卸方便等特点(注：一般是一车配两池，且可以蓄电池拆卸充电)。

b.另外滑板的机械动能如果达到了一定的标准，其产生的机械能能够转化为电能储存起来，以便提高滑板的续航能力。

c.其滑板车的驱动是前驱动/后驱动/前后驱动，在驱动调节上，我们采用智能按钮来控制滑板是何种驱动形式(注：如果，我们关闭前驱动智能按钮，则滑板现在就处于后驱动状态)。

其最高时速为30千米/小时

4. 显示系统：

a.通过一个内置的防水荧幕显现，它可以显示滑板车的时速、电量。

5. 外联智能系统：

a.一个手机的智能终端，系统能够通过滑板上的敏感的传感器来捕捉到滑板静止和运动时的一切信息，如：从手机智能终端上人们能够获取滑板车的时速、剩余电量情况及转化获能情况、预测可行驶路程、零部件受损报警及检测、超重报警、智能获取滑板车的具体位置。

b.智能系统与滑板车一体化即只有滑板车制动指纹开关打开才能够使滑板车正常运行(即具备了智能化的防盗系统)。

6. 控制系统：

a.搭载着全新的智能重力感应控制系统来实现用户对滑板车的方向控制。

b.刹车是通过滑板前踏板的智能感应区域实现前后轮双刹。

c.提速是通过滑板后踏板的智能感应区域实现自动提速(即如果,脚掌覆盖相应智能感应区域则就会实现对应的功能)。

综上所述:

1、该款“智能便携式电动滑板”弥补了目前市面上短、中途代步工具的便携式问题,彻底的解决了没有停车位的尴尬。

2、创新又人性化的智能设计使产品能够发挥更大的独特性而相比目前国内的“电动独轮车”、“电动双人扶手车”它更具有便携性的特点及其与手机智能终端的创新点更是前两者不能比拟的。

3、其该产品的价格定位合理,可堪称为“性价比之王”。

4、其防盗系统完善,且搭载全新智能重力感应系统和创新型区域覆盖感应系统。

5、其能源的可持续性既实现了“绿色地球”的号召又提高了能源的使用率。

6、其相比目前市面上的相关小型代步车而言,它的种类繁多,可提供客户多种选择,且团队秉持着“客户就是上帝”的基本原则,其最新推出的“自由彩绘滑板/高级定制滑板”在一定程度上满足了客户的特定要求。

7、其采用“一车四轮”的组装,完美的诠释了“平稳性”的特性。

8、其驱动设定颠覆了传统的前驱动/后驱动/前后驱动分离式驱动方式,创新点为——让滑板车顺畅的搭载了各种驱动形式,以满足不同的行驶快感。

9、滑板车的车轮客户可以使用工具随意拆卸(如:如果,感

觉车轮颜色不太好，可以换自己喜欢的；如果，感觉车轮轮印磨损较大了，可以换新车轮等等)。

四、商业模式

(一) 建立“新翼”有限责任公司

1、公司简介

a.公司名称：“新翼”有限公司

b.公司性质：有限责任公司

c.服务宗旨：“客户就是上帝”

d.企业精神：团结、创新、协作、热爱

e.企业目标：为我们的客户提供最优质的滑板车

f.公司口号：“敢于创新，用于实践”

g.经营范围：滑板车的整体制作、滑板零部件销售、滑板外形个性设计

h.公司战略：依靠坚实的科技基础，打造优良的商业品牌，逐步提升自身的各项能力，把我们的产品销售到世界各地。

五、营销策略

1. 建立销售网络

a.如：通过互联网销售渠道扩大销售区域如：在网营方面设计个性化的销售视觉界面提供给消费者最好的产品展示、通过qq或微信等社交工具扩展互联网销售路径、寻找互联网代

理代购商(特别是在校大学生资源)。

b.网营销售还可以以各种促销活动来打造有实力有口碑的品牌如：团购优惠、限时秒杀、优惠减免、打折抵扣、积分兑换、幸运抽奖等等。

2. 创建品牌的销售专卖店

a.如：创立品牌为“畅达”智能便携式电动滑板专营店，店铺位段可以选在客流量多的地方如：学校、科技产品专卖位段。

3. 设立分销商和代理商

a.如：设立的分销商和代理商以懂相关技术问题的人员优先，代理人可以广招在校大学生。

4. 设立滑板零部件销售平台

a.如：滑板零部件销售可以以着重发展o2o的售后服务体系和销售体系。

5. 新媒体的运用

a.如：与新媒体加强合作，利用电视广告、海报宣传、报纸印刷、传单宣传、互动销售活动宣传。

6. 适当定期调整商品价格

a.如：产品价格方面可以以新品适当提价，以特价款式促销，不同材质部件组成的产品可呈阶梯式价格分布。

7. 充分利用折旧商品

a.如：返厂维修后的产品可以以优惠产品销售

8. 组建有丰富销售经验的销售团队

a.如：销售团队可以实现“走到哪里，产品就在哪里”和提供优质的服务(如：更好的介绍商品等等)，为鼓励工作人员的销售积极性可以以销售额为前提的加薪提成。

9. 利用相关的歌曲和mv来发挥明星效应

a.如：新生代神曲“我的滑板鞋”，打造劲酷的宣传视频，利用诙谐的标语宣传如：“别人遛狗，我们就遛电动滑板车”。

10. 定期改变商品的摆放位置

a.如：改变新品与换季商品的位置，将适合较多的商品型号摆放在显眼的位置。

11. 分期推出“限量版”滑板

a.如：为纪念品牌的创立，择优推出“限量纪念版”滑板。

12. 持续推广“高级定制”特色

a.如：展示在店内设立独立的“个人高级定制滑板”的展示墙，通过展墙来激发消费者的“定制”热情。

13. 饥饿营销策略

a.如：通过限制某一商品型号的推出时间，来达到饥饿营销的目的。

创新创业的项目计划书篇八

中层管理人员管理技能提升及强化执行力培训

培训目的：根据公司发展需要，中层管理人员作为公司的中流砥柱，需要不断地获取先进的管理理念及管理技巧以便提升自身专业管理技能，同时强化执行力，提高工作效率，以提高企业的核心竞争力，保证年度经营目标任务的顺利完成。

计划时间安排□20xx年4月、8月

学习内容：

（一）执行力：余世维《赢在执行》视频（共6集），该视频深入浅出的介绍了执行力的核心内容，并辅以案例对当前企业存在的执行力问题以及原因进行分析，提出相关改善建议。

（二）管理技能：余世维《领导商数》视频（共6集），该视频介绍了提高领导商数、掌握管理技能的全新方法，从领导力内涵、团队意识、有效沟通、企业文化等方面进行阐述，通过诙谐幽默的语言和丰富详实的案例来引导大家正视领导商数的重要性。

学习方式：自学

学员范围：公司中层管理人员

培训效果评估方式：结合本职工作及自身情况撰写学习心得。

二、公司全员培训计划项目

（一）医疗常识及急救知识培训

培训目的：伴随着景区的日益发展，到景区游玩的游客将会

越来越多，安全隐患也随之递增，加之近年来老年休闲游趋势愈发明显，为防患于未然，确保在意外事件发生时，可以及时予以援手，保证游客的生命财产安全，并体现公司应有的人性关怀和社会责任。

计划时间安排□20xx年3月中旬

学习内容：医疗常识、急救知识

培训讲师：外聘专业人员

学习地点：区成教中心

学习方式：授课、演习

学员范围：公司全员

培训效果评估方式：日常工作

（二）消防安全知识强化普及培训

培训目的：安全是各项工作的重中之重和前提，结合公司实际，随着游客增多，以及景区的各项活动开展，消防安全的重要性不言而喻，要为保证游客生命财产安全而努力。

计划时间安排□20xx年6月中旬、11月初

学习内容：消防器材的使用和消防安全相关知识

培训讲师：外聘专业人员

学习地点：区成教中心

学习方式：授课、演习

学员范围：公司全员

培训效果评估方式：日常工作

（三）景区基本知识和公司规章制度培训

培训目的：员工的职业素养直接决定了公司的未来发展，员工知识储备的丰富和公司规章制度的有效践行，将对景区的知名度、影响力起到积极影响。

计划时间安排□20xx年4月中旬

学习内容：景区基本知识（涵盖各景点介绍）、公司相关规章制度。上述两部分内容以导游词和员工手册为准。

学习地点：公司会议室（分部门进行）

学员范围：公司全员

培训讲师：各部门负责人

培训效果评估方式：日常工作验证、导游大赛

（四）工作流程标准化培训

培训目的□20xx年是景区旅游标准化体系建设关键年，年底将会接受上级主管部门的验收，工作流程标准化作为旅游标准化体系的重要组成部分，必须得到进一步规范，此外，它直接影响着景区的服务水平以及未来5a级景区评定工作。

计划时间安排□20xx年7月初

学习内容：工作流程标准化

学习方式：自学

学员范围：公司全员

培训效果评估方式：日常工作

三、各部门培训项目

（一）行政办公室

培训目的：进一步提升行政办公室工作人员的知识水平和服务水平，为公司的快速发展提供强有力的后勤保障。

计划时间安排□20xx年4月、7月

学习内容：财务报账流程、景区信息宣传时效性

学习地点：公司会议室

学员范围：行政办公室全员

培训效果评估方式：日常工作验证

（二）导游部

培训目的：作为景区的窗口部门，导游的综合素质高低影响着游客对景区的直接感官，提升导游团队的整体素养，是公司长远发展的支撑。

计划时间安排□20xx年3月至9月

学习内容：普通话、仪态、古建筑、摄影、急救等

学习地点：公司会议室

培训讲师：导游部负责人、外聘专业人员

学员范围：导游部全员

培训效果评估办法：日常工作验证

（三）商品经营部

培训目的：商品经营作为今年景区工作的重点和难点，将成为景区收入的又一增长点，加强学习和提升已迫在眉睫。

计划时间安排□20xx年6月、9月、12月

学习内容：服务规范、商品销售技巧等

学习地点：公司会议室

培训讲师：商品经营部负责人、外聘专业人员

学员范围：商品经营部全员

培训效果评估方式：日常工作验证

（四）景区管理部

培训目的：景区管理是游客游玩景区的着眼点，如何有效提升景区管理水平，是我们练好“内功”的关键。

计划时间安排□20xx年3月、4月、6月

学习内容：售票技巧、军训、游客投诉处理办法

学习地点：局会议室、停车场

培训讲师：外聘专业人员、保安组负责人

学员范围：景区管理部全员

培训效果验证方式：日常工作验证

四、其他培训项目

（一）导游讲解大赛

比赛目的：为进一步提高景区服务人员的整体素质，全面展示导游形象风采，激励导游队伍的整体素质再次提升，提倡人人都是景区讲解员的服务规范要求。

计划时间安排□20xx年6月底

比赛规则：1、与往年不同，此次比赛分为专业组和业余组，专业组为导游部工作人员，业余组为接待组及其他自由报名人员。

2、比赛内容为周村古商城所属景点（景区概况介绍、千佛寺、三益堂、民俗展览馆、瑞蚨祥、状元府、票号展览馆、杨家大院、大染坊、魁星阁、鲁商发源地、特色旅游商品、周村烧饼、淄博艺术博物馆等），以及周村区相关文化主题、风俗民情、传说故事等；才艺展示内容形式不限。

3、比赛分为初赛和决赛，地点暂定演艺广场

4、评委除邀请专业人员外，也可邀请景区业户参加，加大互动性。

（二）专业知识培训

培训目的：为提升公司员工其他方面的专业素养，改善公司整体管理水平，组织旅游局部分人员对公司相关人员进行培训，营造良好的学习氛围。

计划时间安排□20xx年4月至12月

学习地点：局会议室

培训讲师：曹三强、高云、张红霞、宋亮、李晓燕、高磊、宋琪等

学员范围：公司相关人员

培训效果验证方式：日常工作验证

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)