

最新大学生水果店创业计划书 大学生水果店创业策划书(优质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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？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。

大学生水果店创业计划书篇一

本创业计划书是关于在大学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，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”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多人。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们的水果消费。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

由于创业者本身是大学生，所以接近大学，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，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;理诉求点。这是最重要的优势;离宿舍近，购买方便快捷离宿舍近购买方便快捷需求市场庞大学校的店铺优惠，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。

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。

3、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：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：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：塑造一个品牌：“果园168”形成一种精神：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。

大学生水果店创业计划书篇二

由于创业者本身是大学生，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。首先，和其他在校园内开水果店的商家一样，我们的水果店离宿舍近，购买方便快捷。再之，在经营渠道上，我们会开发新的购买方式，开通微信平台进行订货，可提供送货上门服务，这些是其他校园水果店所没有的。另外，我们进行创业还有学校政策方面的支持，财大建立了大学生创业孵化基地，我们可以以较低的价格租用学校商铺，从而在成本上获得优势。最后，作为本校学生，我们的社交圈也能够给我们带来很好的效益和影响，在我们的同学圈对我们的水果店进行推广，这样，我们就有了其他校园水果店不可比拟的客流优势。

劣势weaknesses

首先，创业经验不足是我们最大的短板，我们需要开拓全新的进货渠道，协调各方面的关系，推销产品，拉拢客源，这对我们这些社会经验较少的大学生来说是很大的挑战。再之，创业资金也是很重要的环节，作为我们来说，虽说可以向学校里申请创业基金，但是可用的资金流在前期很难满足水果店的发展速度。最后，学校内已经有了四家水果店，我们在前期的发展速度可能会受到限制，这就对我们的资金情况提出了挑战，也对我们的市场份额构成较大的威胁。

机会opportunities

在校园水果店的服务定位方面,主要有两个部分组成,一是传统的店面水果销售服务,二是利用微信、微博等进行推广使用的网上水果销售服务,而后者在我们财大的水果销售市场仍是空白的,这就给了我们很大的尝试机会.

大学生水果店创业计划书篇三

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!!!

大学生水果店创业计划书篇四

水果,这种大众消费品已逐渐转变为生活必需品,是大众日常消费的一个重要组成部分.随着我们学校的不断发展,我们学生的规模越来越大,东校区的人数在一万五千人左右.庞大的学生数量必然带来庞大的水果需求.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,

只不过学校周围的水果店少而且需要到外面购买,很不方便.

2、竞争分析

目前在我们校园里进行水果销售的商家有四家,分布在各个寝室楼的楼下,这些水果店主要就是利用靠近学生寝室的这一地理优势,而且由于其在校原来处于一个相对垄断的地位,价钱较之平常产品要贵一些,但是销量仍然不错.

而学校东门的商家主要是以摆摊的形式进行销售,大概有七至八家,这些商家也是有很强的地理优势.首先他们和学校东门的小吃街混杂一起,学生经常会在出去吃饭的同时购买一些水果回去;再之,这些商家的水果较之学校里的商家,价格更为便宜,品种更多样,水果质量也相对好一些.

以上列举的两类商家都是形成规模的,有固定客流,根基比较好,具很强的竞争力.

大学生水果店创业计划书篇五

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—情意绵绵(百香果搭配莲雾等)

送给长辈—福寿安康(火龙果搭配香蕉等)

送给病人—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。