

最新护理大学生创新创业计划书(实用9篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

护理大学生创新创业计划书篇一

【企业名称】

【企业标志】

【企业类型】 有限责任公司

【注册资产】

【组织结构图】

【各部门业务介绍】

企划部

1、负责公司品牌推广、企划工作，建立和发展公司的企业文化、市场文化和管理文化

3、负责公司对外形象的建立与宣传，配合完成日常推广工作

1、负责公司日常财务核算，参与公司的经营管理

4、严格财务管理，加强财务监管，督促财务人员严格执行各项财务制度和财经纪律

业务部

3、负责收集市场需求信息和客户满意度信息

4、负责订单的管理和销售费用的管理管理部

2、负责制定公司人事、劳务工资、考核、培训等管理制度、规章和办法并组织实施

3、负责公司各类会议、重要活动的组织筹备，编写会议纪要

4、统一管理公司各种医疗器材和办公设备

5、推广先进的经营管理理念

我们的服务主要是面向大学城的全体老师、在校大学生和职工。依托专业的技术，在中医理论的指导下，利用传统医学文化与现代养生技术，以中医养生为主要业务，健康指导和保健产品为辅助，推崇治未病保健宗旨，是一家以艾灸、推拿等为主要调理方法的中医保健养生企业，依据中医“治未病”的理念，致力于亚健康的调理。

在生活节奏越来越快、压力越来越大的当前，亚健康已经严重危害着人们身心健康。我们在针对上述人群进行了问卷调查以后，发现大家的健康状况不容乐观，也同时发现了一个我们可以施展所学的广阔市场。中医理论中“阴阳平衡即健康”的理念，为亚健康状态的调理提供了理论基础。为了提高在校大学生的身体素质，缓解教职工的职业病，我们经过筹备，于今正式推出“治未病”中医养生诊疗。提供从脉诊、咨询到调理的全方位服务，帮助大学生和教职工全面摆脱亚健康、预防慢性病。

我们的服务项目包括：中医养生诊断、中医养生指导、养生食疗指导、保健按摩、中药足浴、艾灸、拔罐、刮痧等理疗项目。调理范围主要有：落枕、偏头痛、颈椎病、肩周炎、坐骨神经痛、风湿腿痛、各种肌肉拉伤、女生宫寒、痛经、四肢冰凉、面部美容按摩等。下面是我们的养生保健价目：

- 1、拔罐：3元/罐
- 2、刮痧：20元/次
- 3、拉罐：30元/次
- 4、艾灸：20/次（半小时）
- 5、足疗：60元/次（半小时）
- 6、面部美容按摩：15元/次（半小时）
- 7、全身保健按摩：40元/次（半小时）
- 8、养生食疗指导：30元/次

另外，针对已病者，我们也有自己的治疗方法。在现代，相当一部分大学生的生活习惯生活不规律，熬夜，长时间玩手机玩电脑，缺乏锻炼都对身体带来很大的伤害。比如长时间玩手机造成的颈肩部肌肉劳损，甚至颈椎病、肩周炎等等。

护理大学生创新创业计划书篇二

和其他所有的买方市场一样，如何激发潜在客户的购买欲望，使他们的能量得到充分发挥，是汽车销售面临的难题之一。因此，对经销商而言，能否利用有效的营销策略来吸引顾客的注意，如何提高销售人员的素质，是否拥有完善的售后服务是终端能否成功的关键因素。

形象传播

如今，酒好也怕巷子深已经成为了商家的共识，为了向消费者传递的产品信息、服务信息和企业形象得到消费者的接受和认可，进而促进销售，公司可以综合运用广告、促销、提高知名度等手段，以树立良好的形象。

1、广告

有针对性的综合运用各种形式，在汽车越来越普及的今天，一定要从企业、产品、消费者的实际出来，在媒体的选择上要有所取舍，在风格的制作上要有所改变，在与竞争对手的比较中突出自己的优势，以适应变化越来越快的消费环境、吸引更多的眼球。我们的轿车品牌主要是家用轿车，而且价格较低，很适合工薪阶乘，零散用户，由于我们刚刚进入东营市场，知名度还较低，所以我们在投于媒体广告的同时，由我们的业务人员在个个小区及商业区发放宣传资料、车辆巡展、利用周六及周日在繁华的商业地段举办车展等以最快的时间让公众了解我们的企业及的品牌。

2、促销

极性，构建一个流畅、高效、良性的渠道；而对于推销队伍把奖金等物质奖励和提供培训机会、内部刊物表彰等精神奖励相结合旨在提高士气的做法，充分发挥其主人翁精神，为企业的发展、壮大培养后备军。

3、提高知名度

知名度是企业为了改善与社会公众的关系，促进公众对企业的认识、理解及支持，达到树立良好组织形象，促进商品销售的目的的一系列活动。我们可以通过建立和谐的内部关系、向上的团队精神、均等的发展机会以及周全的关心制度来打造良好的内部关系，同时通过媒体广告、积极参加公益活动、

销售人员上门拜访等建立起良好的企业及产品的知名度。

销售人员

营销队伍是销售车辆、贯彻营销理念，提供优质服务的关键，是连接消费者与销售企业之间的桥梁，甚至本身就是销售企业的招牌。销售人员在汽车营销过程中处于一个比较特殊的岗位，他们同时服务于公司和顾客，一方面代表公司与顾客接触，将公司的汽车产品信息和服务信息传达给顾客，通过接近顾客介绍产品、回答顾客问题、与顾客谈判价格、最后达成交易售出汽车，之后还要为顾客提供相关服务。与此同时，还要为公司做市场研究和情报工作、填写销售报告、将顾客对产品的意见和建议传达给公司相关部门，与公司其他人员一起共同提高顾客满意度。销售人员不仅要关心产品销售，还要知道如何创造顾客满意和公司利润。而在我国，随着汽车普及程度的提高，顾客的专业水平也在不断提升，汽车消费者越来越理性，销售人员的专业水平要高于消费者，如果销售人员能向顾客介绍所销售汽车发动机、变速箱，适用的车型以及该款发动机在国内的使用情况和各种手动换档，自动和无级变速器，还能知道售后服务、汽车贷款、汽车保险及理赔等，从而更好地达成销售。没有系统的培训体系，培训不能持续进行，而不能持续进行的培训，是难以发挥作用的。更为重要的也是真正的困难所在就是在于培训应是一个使业务员专业化和职业化的过程。有计划、有目的的加强销售人员的技能、销售技巧等方面的培训，从而为企业的发展奠定坚实的基础。

售后服务

汽车市场的竞争是一个综合性的竞争，除了要有优质的汽车产品，还要有优质的售后服务。汽车消费者越理智，消费者对于汽车产品的售后服务的要求就越高，如今越来越多的整车生产厂家将提高自身售后服务质量作为维护品牌、发展客户的手段。良好的售后服务不仅获得丰厚的利润，还可以有

效带动销售两的增加，从而在汽车生产、销售、售后服务、提高顾客品牌忠诚度等方面取得成就，形成购车、用车、再次购买同品牌汽车及介绍周围朋友购买同品牌汽车的良性循环。除此之外我们还要注重团队建设，分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能实现我们制订的目标。建立健全了每天的晨会，每周例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。在加强自身管理的同时，借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和综合素质。进一步强化全体员工的服务意识和理念。同时建立起完善的客户档案(电子档案)，由业务人员定期回访维护，争取最大限度的从老客户身上发掘出新的客户。我相信只要我们努力去做，就一定能把东营市场做好做大。

护理大学生创新创业计划书篇三

随着20xx年的“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。

（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。

2020年，提出了“互联网+”以及“一带一路”发展战略，大力倡导“互联网+”理念、加快经济转型把“引进来”与“走出去”相结合；不管是“互联网+传统行业”还是培育产生基于互联网的新产品、新服务、新业态、新模式，推动互联网与教育、医疗、社区等深度融合的公共服务创新，都在一定程度上表明了人工智能前景广阔。

3、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。

4、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。

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。

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。

4、其最高时速为30千米/小时=40千米/小时。

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。

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。

（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。

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。

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，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。

护理大学生创新创业计划书篇四

当今社会，“80后”、“创业”、“新人类占领市长/市场”等名词越来越频繁出现，很多大学生认为“创业”本身就是职业，在就业高峰上给自己带来了更广阔的天地。今后社会上，自主创业的人越来越多，甚至成为就业主流，很多人认为大学生毕业后就业是首选。而且我们认为实现自我价值是证明自己的最好方法。跃进创业团队不想平凡，选择自主创业是为了通过这样的道路证明自己的能力。作为在校大学生，我们知道创业困难，收获大于收益。这种成功属于自己，即使失败也不会遗憾。

法国人有句话说，每个人都应该有双好鞋。因为这双鞋会带

你去最完美的地方。踩着美丽、优雅、舒适的鞋子，整个人的精神也会改变。是的，这也是我队努力的目标。

拖鞋是平民生活的必需品，与保健品或概念产品不同，100年来不会消失或被淘汰。（威廉莎士比亚、拖鞋、拖鞋、拖鞋、拖鞋、拖鞋、拖鞋）中国每人每年平均消费1.5双，很多家庭需要准备客用拖鞋。那么按每双10元计算，整个中国市场约有200亿元的市长/市场规模。

我们民政学院的'情况是不小的蛋糕，全校有17000多人，其中女学生占70%，跃进队是在第二个背景下成立的，主要针对拖鞋类的销售和管理，实现从生产者到消费者的空隙。本团队秉承顾客第一、以服务为中心的经营理念，主动将消费者放在工作的首位，不断为顾客提供满意的商品和周到的服务。

二

1) 团队简介

跃进创业团队成立于20xx年3月17日，经过一周的市长/市场调查和分析，选择拖鞋作为创业项目销售男女时尚拖鞋。我们是一个具有敏锐市长/市场洞察力的专业团队，具有充满活力和进取活力。队员们结合各自的优势，发挥所长，互补，学习，提高，体现团队最大的力量，使拖鞋事业做大做强。

2) 事业

各种男女时尚拖鞋

三

1) 产品说明

拖鞋使人们享受悠闲的心境，轻松的生活。放慢匆忙的脚步，

忘记紧张的生活节奏，慢慢走，用心体会人生。

我们的拖鞋是时尚、舒适、健康、主要元素，为顾客提供优质的商品，是一个美丽的夏天。

2) 产品风暴分析

优点：时尚，满足大学生的个性化追求；价格合理，明码标价

缺点：产品进口价格高，渠道不稳定。种类不全

机会：夏天的到来，拖鞋市长/市场需求大

威胁：由于业界的竞争，拖鞋的设计越来越多，冲击力也越来越大

3) 销售方法

a□ 实习超市线下销售基础

b□ 以摊位形式辅佐

1) 目标消费群

民政学院内的学生和教师中，以18—25岁追求个性、追求时尚的时尚一族为主要目标客户。郊区居民是二级顾客。其中特别是以1区女学生为重点的顾客。

2) 市长/市场环境分析

据调查，大学学校市场是一个人流高度集中和稳定的市场，民政学院及周边市场销售拖鞋的商店主要是精品、超市和鞋店。据现场调查，这种卖鞋的商店有22家，竞争激烈，产品

种类多样，主要以中低端为主。

跃进队销售的主要地区在1区寝室。我们发现1区3000左右的女学生为8—12人以寝室为单位。消费者层大，集中，发现消费行为容易受到寝室会员的影响，可以凭借口碑的效果带动销售。

消费能力方面也以中低水平为主，对价格比较敏感。观察了主要目标顾客的消费行为后，制定了我们的营销战略。产品选择上的要求是根据舒适度、时尚、时尚追求时尚、美观的需求，价格定位区间在12—15韩元以内。

在销售战略上，以实习超市为主要卖点，平时晚上在1区门口进行展示销售，使目标顾客的近距离购买意向更加便利。如此激烈的是，在市场上，我们跃进是一种精密营销方式，特别是针对一群目标顾客进行专业化销售，可以充分满足消费者。

1) 销售战略阶段性目标

我们把公司的营销计划分为以下三个阶段。每个阶段都有不同的目标，对于这些目标，我们将采取不同的具体操作手段。

a□通知阶段

以实习超市的春季促销为契机，进行产品的市长/市场宣传和宣传，打造本公司的知名度。

b□开始阶段

在民政学院1区寝室门口进行持续的产品展示，培养顾客对本团队产品的认知度，促进产品销售。

c□推进阶段

买一双拖鞋，赠送一份精致的礼物等一系列打折活动。

好事成双。一次买两双的话，可以享受第二个8.8%的折扣

2) 营销原则

a) 营销理念：优质服务原则

我们团队信奉优质服务，是在竞争激烈的市场中立于不败之地的显眼法宝。我们的经营原则是用微笑迎接所有顾客，用真诚打动所有消费者。

“三心”xx意图、注意、忍耐

销售前认真观察所有顾客，揣摩他们的心理。

在销售中细心发现顾客的需求，满足顾客的需求。

售后耐心地告诉客户注意事项及维护措施。

b) 营销功能：差异化营销

作为学生，我们接近学生市场，所以当然能更好地理解学生的消费需求和消费心理。因此，戴尔的营销特点是能够满足每个客户不同需求的独特产品和服务。从消费者的角度进行每一次购买产品、定价、销售方式。

这次创业不以利润为主要目的，所以经过这次创业的实践，重点是了解创业过程中的所有阶段。选择进入合适的市场、如何进货、向消费者销售技巧等。学习是我们的最终目的，利润只是起到推动作用，因此我们团队推崇“学习营销”为思想指导和行动理念。而且，这也创造了一个独特的理念，即我们的整体营销与其他商店不同，通过开展差别化营销来吸引和稳定我们的客户。

1) 组建团队

团队是一个自由的共同体，能够合理利用各成员的知识 and 技能，解决问题，实现共同目标。众志成城，力量大，成果大。

球队的组成具有非凡的意义。选择合适的人群，合适的职务安排将成为今后有效开展工作的重要因素之一。经过多次严格的选择，我队已经初步形成。

a□球队数：6人

b□成员结构：管理xx章xx□协调员)

销售——张xx利xx□革新者推动者)

财务——里x□主管)

购买—— xx数量xx□从业者信息)

c□团队成员要求“熟悉大势意识、创业计划”的全过程、无私精神、慷慨、活力、团队合作、应变能力等。

2) 管理计划

小组与工作组不同，因为小组同时要求个人和相互负责。团队可以通过成员的努力创造一个工作成果，取得比所有团队成员个人最高业绩总和更大的成果。因此，要想取得好的发展，必须制定好的可预测性和管理计划。

a□借迪克特法，在那里引用为“专用时间”。团队的每个成员都按照日程选择自己的工作时间，除了课外，其余时间都专注于团队选择的项目，努力不做与项目无关的事情。

b□在信息共享：团队项目进行过程中，每个人都可以获得相

应的实践收获，并为信息共享留出特定时间，包括一段时间的销售业绩、个人体验等有利于团队发展的信息。

c□分工与合作共存：首先，团队成员根据自身责任做好团队内工作。第二，队员遇到困难时，队员要进取地帮助队员，按时按地完成团队任务。

d□会议要求：

——一次全体组员不应该召开目的、意义、议程不明确的“混乱会”，做好相应的准备

——实际联系，解决问题，不举行简单的“全会”

——优先考虑，聚焦，不举行“扯皮会”

计算——实效，2补充，3强调，4票，5总结式“8周会议”不举行

——不举行7点会议、8点延迟、9点领导人报告的“迟到会”

f□如果团队项目正式启动，将根据失误的严重性、损失和影响进行处罚。

凉鞋是季节性强的产品，受今年气候影响，气温一直寒冷，影响凉鞋的销售，因此我们坚持保守的财政政策，努力将财务风险降至最低水平。为了最大限度地提高企业的利益，我们尽可能降低成本，在人力消费上，压缩每一分钱，绝对不盲目支出。在鞋的利润控制上，决不比别人卖的贵，以优惠的价格和优质的服务吸引消费者，走薄利多销的销售路线，一方面可以增加我们的营业额，另一方面可以加强我们的人脉关系，在销售过程中积累人脉也是我们的收获。

这一系列严格的财务管理都是我们创业的重要工作，将决定

我们利润收入的重要管理方式。

1) 融资方法

6人共募集1200元，其中购买费用939元，目前总营业额876元。

2) 财务记录数据（单位：元）

3) 对现有资产的分析

截至20xx年5月10日，跃进创业团队共投资1200韩元，总购买费用939韩元（包括交通费），总销售额876韩元，总库存约337韩元。经理、销售人员、购买者、财务等工资尚未结算。

4) 财务趋势

随着天气变热，预计第二天将是凉鞋销售的热季节，企业预计销售额会激增，销售额也比2月份大幅提高，同比增长约80.37%，总销售额为1580韩元。

5) 财务摘要

在此次创业实践中，总销售额为2456韩元，总利润为736.8韩元，接下来的两个月里，跃进创业团队成员利用自己的活力和营销人员的专业水平，提高了这两个月的销售量，成功完成了此次创业过程，使跃进各成员获得了基础创业知识和宝贵经验。

1) 机会

a□随着夏天的临近，气温的升高，在非正式场合穿拖鞋的人越来越多，既方便又方便。

b□拖鞋是夏天必不可少的东西。几乎每个人夏天都有一双或

几双拖鞋，是人们夏天洗澡时必不可少的东西。

c□拖鞋的价格比其他鞋子便宜得多，所以很多人更换拖鞋的频率比其他鞋子更频繁。尤其是新产品上市的时候。

d□随着新的夏天的临近，很多人已经过时或找不到以前的旧拖鞋，会让他再买拖鞋。（威廉莎士比亚、拖鞋、拖鞋、拖鞋、拖鞋）。

e□我们的座位靠近旁边的女学生宿舍，不下雨的时候可以在宿舍大门摆摊，方便顾客购买。

f□能有效利用认识的人进行广泛的宣传。

2) 威胁

a□学校内外有很多便利店，这些便利店中销售各种风格和价格的拖鞋。

b□由于我们自己的资金限制，每次进货量和进来的拖鞋的设计都不丰富。

c□今年雨下得很大，气温上升也不明显，所以在野外摆地摊的时间不多。

d□由于本学期学习任务比较重，成员们的休闲可支配时间也不同，在野外摆摊的时间不稳定。

3) 应对措施

a□我们不能和便利店搞各种风格。但是我们可以战胜他们，提供更好的售前、销售中、售后服务，用优质的服务打动客户，争取更多的转运。各会员加强了销售技巧方面的学习，提高了交易率。

b□在我们买的拖鞋样式不丰富的情况下，我们可以使我们的产品
产品在质量上优于其他地方销售的拖鞋。（威廉莎士比亚、拖鞋、拖鞋、拖鞋、拖鞋、拖鞋）所以，需要进货的时候，请把拖鞋的质量关掉。

c□对于今年雨水多，影响室外摊位的问题，在可能的天气条件好的情况下，只能多摆在室外，尽量减少天气原因造成的损失。

d□尽可能收集各会员的空闲时间，合理分配，提高野外摆摊的频率。

护理大学生创新创业计划书篇五

随着海南建设国际旅游岛的发起，我们是否在想着海南是不是要发扬自己的文化特色，如海南的景色、海南的名胜古迹、海南的自然风光等。

而我想的却是海南人的服装一套可以体现海南海南特色文化的海南岛服装，海南的岛服！

古人云：“先审时度势，后谋术。”任何事物的发展都受到环境条件的影响，服装销售同样要遵循这一定律。首先通过各种有效的市场调研对服装市场的销售环境、顾客购买行为进行分析，然后制定适当的竞争策略，以获得竞争优势而创造销售佳绩。

产品在市场中的定位。

椰风海韵！每当提起海南这个词我们都会想到蓝天白云、椰子、阳光充沛???等。在这得天独厚的环境里我们可以联想到一副坐着树荫下的海滩旁，品尝着椰子汁、吹着暖洋洋的海风???如此的逍遥和美好，对着这个卖点。我推出的是一套融合了海南文化特色再加上以休闲为主题。

是针对每个年龄段的消费者，设计出新颖的. 服装款式借鉴于东南亚的一些国家，如泰国、印尼、老挝的服装特点又不失于海南文化特色，其他方面的消费者适时满足其要求。

fun's服饰身能带给消费者的穿着体验：舒适、随心搭配、展现个性。

让每一个拥有fun's的人觉得fun's是一种品质高的产品，让消费者能响亮自信的说出这一个著名的牌子，让fun's穿着身上是一种荣耀。也就是注重fun's的品牌和所代表的“海南之美”

产品的设计适合各种年龄段的消费者，使得产品的覆盖面广和大。

在海南竞争对手有很不多，前景大好。

广告表现策略：以大胆的梦想和温馨色调突出品牌精神，以这这种精神打动消费者，使品牌深入人心。

广告诉求是围绕广告主题通过作用于受众的认知和情感层面，促使受众产生的功能特点备注说明。诉求策略方面以理性、感性和情感相结合的方式。由此，通过对品牌精神的塑造和张扬，在人们的理念中应形成穿上fun's是个性闲悠，随性，大胆，质量上等等一系列观念。

广告目标：打开国内市场，树立品牌文化精神，使消费者认可。

广告时间：4个月

广告主题：休闲，随性，自由自在，海南之美

各媒介的广告表现、规格：

2电视广告

3网络广告：全屏，连接，电子邮件（针对主要人群）

广告发布计划：

2、电视：在2月每天在黄金时段插播2次，3月到5月每天播一次。海南电视台，影视文艺频道，33频道。

3、户外：1年

4、网络：4个月

其他活动：获取冠名权、组建选秀活动、赠送小礼品等。

1、广告的策划创意费用：5万。

2、制作费用：

3、媒体费用：巨大

4、其他费用：更大

护理大学生创新创业计划书篇六

项目名称□h.g东大门服装店创业计划书

| 团队 成员 | 姓名 | 学号 | 学院 | 专业班级 |
|----------|-----|-------------|------|---------|
| | 许嘉辉 | 20201320044 | 建筑学院 | 工程2002专 |
| | 彭国亮 | 20201320038 | 建筑学院 | 工程2002专 |
| | 王文龙 | 20201320039 | 建筑学院 | 工程2002专 |
| | 张亚松 | 20201320034 | 建筑学院 | 工程2002专 |

徐晓旭 20201320037 建筑学院 工程2002专

h.g东大门服装店

前言：

所销售的产品正应对了大学生的这一心理要求。以时尚靓丽的新颖服饰来吸引同学，为同学提供多样的选择，同时也为我们自己赢得一个发展自己，体现自己的机会。我们的团队积极奋进，共同为了我们的创业梦想而奋斗。

一、公司概况：

（一）、项目介绍

主要经营韩版服装、饰品，兼卖韩国风格设计独特的生活用品。采用网络、店面相结合的方法，利用21世纪网络技术蓬勃发展的前提，根据网络购物热潮推出的购物新理念，旨在带动新一代年轻人的购物热情，快捷、方便、多样、韩流是我们的特点。

（二）、店面选址

位于廊坊市三河市燕郊镇通京榆大街东贸国际商场

（三）、公司名称

h.g东大门服装店

（四）、经营理念

让顾客自信美观；优质服务，物有所值；销售无质量问题的商品，满足客人的独立体验；为周围潜在客户带来良好的风格；展示自己的特点，认真对待每一位客户；与客户成为朋

友，做好服务，讨论时尚和穿着体验；差异化商品和温暖服务；搭配，有自己的风格，做最专业的；让每个顾客进入商店，可以选择满意的衣服；帮助顾客找到衣服，帮助衣服找到主人。

二、公司目标：

1、第一年

要求我们日常工作中加大管理和培训力度，优化管理团队，提高管理效率。不断完善内部组合结构和制度健全上做文章，不断充实员工和管理人员队伍，挖掘内部潜力的同时，计划走出店外考察学习，吸同行店铺之长，来完善自我，真正让我们的服务质量和菜肴质量及创新速度与新大楼硬件相匹配。

2、第二年

开始逐步获得利润。在前一年的用心经营管理下，初步形成我们高质量、高品位优服务的品牌形象，争取把日平均营业额较前一年提高20%——50%。

3、第三年

继续完善公司内部控制制度，切实贯彻落实公司的各项规章制度，践行“以客户为中心、以服务为核心、以员工为根基”的三大承诺，强化公司内部团结协作精神，为员工营造良好的工作氛围，提升员工的责任感和归属感，将员工的职业发展和公司远景目标有机结合，实现共同成长。

经营理念

让顾客自信美观；优质服务，物有所值；销售无质量问题的商品，满足客人的独立体验；为周围潜在客户带来良好的风格；展示自己的特点，认真对待每一位客户；与客户成为朋

友，做好服务，讨论时尚和穿着体验；差异化商品和温暖服务；搭配，有自己的风格，做最专业的；让每个顾客进入商店，可以选择满意的衣服；帮助顾客找到衣服，帮助衣服找到主人。

三、市场分析

（一）、问题现状

价位较低但色彩、风格较时尚的衣服

（二）、宏观环境分析

1、政治方面作为劳动密集型的传统产业，服装行业从业人数多、牵扯面大。政府在这样的不利局面下，首先提高了服装出口退税率，及时缓解了出口型企业的赢利压力；此后，又出台《纺织工业调整和振兴规划》。服装是一个国家的工业化跳板行业，在相当长的一个阶段，我国政府都一定会在政策上继续有所支持。

2、经济方面近年来，中国经济增长速度明显，经济形势良好，中国服装产业也因此拥有良好的发展前景。从2017到2020年GDP的增长率分别为10.4%，9.2%，8.4%。

3、社会方面市场=人口+购买力+购买欲望，因此，人口环境和市场营销的关系十分密切。根据国家统计局2000年第五次全国人口普查公报，中国男性人口数量为65355万人，占总人口的51.63%，比女性的比例略高，并且人口流动从乡村流向城市的趋势在不断扩大，以及教育水平的提高，“白领”人口增多，使人们对未来的要求，特别是服装档次的要求大大提高，更加注重服装的品味与文化。

4、技术方面伴随着快时尚理念的大行其道，大量新管理理念、新技术开始运用到服装行业，无论是供应链管理、电子商

务ERP还是FRID技术等等，都在逐渐地改变着服装这个传统的行业。

（三）、微观环境分析

1、优势S我国服装产品的生产总量在世界上居于绝对优势，据统计，2020年服装年产量127亿件，2018年中国在世界服装贸易中的份额从2017年的23%增长到2018年的24%。2020年，我国服装出口金额是735.66亿美元，比2019年增长19.40%，服装出口数量为219.73亿件，比上年同期增长8.1%，属于服装出口大国。

2、劣势W现阶段全球市场需求还没有出现好转，对纺织服装产品需求还是成疲软势头，09年世界贸易增长率下降11%，其中发达国家进口贸易下降12.1%，发展中国家进口贸易下降8.8%，分别比以前预计下降了9个百分点和6.6个百分点，服装国际市场需求其是处于衰退之中。

3、主要市场出口连续增长的同时，对德国、法国、英国增长明显。2018年一季度，德国、法国、英国分别保持了2.6%、2.2%、2.5%的GDP增长水平，其国内消费需求也呈现良好的发展态势。同时，欧元升值也促进了我国对欧的出口增长。2018年1~4月德国市场进口我服装17亿美元，同比增长45.59%；英国市场进口我服装13.49亿美元，同比增长54.44%；法国市场进口我服装8.84亿美元，同比增长44.92%。

（四）、竞争环境分析

1、供应商的讨价还价能力 供应商作为产业链的上游，主要为其下游企业提供原材料等生产要素，因此往往通过控制要素价格与质量，来提升其在产业链中的竞争力。如果供应商所供应的生产要素是下游企业生产所必须甚至是无可替代的或者在产品成本构成中占比高，就意味着供应商的议价能力强。

2、购买者的讨价还价能力服装行业不属于大规模生产行业，服装行业的消费者集中度较高，多为女性及青、中年人，单一顾客的购买力大，B2C模式发展的越来越成熟，顾客转换产品的成本几乎没有，越来越多的消费者也开始看重服装的品牌，产品的差异性和质量对于顾客来说越来越重要，购买者有能力实现后向一体化。总之对于服装行业来说，购买者具有较大的议价能力。

3、替代品的威胁由于服装是人们生活的必需品，替代品对整体没有影响，因此该行业替代品的潜在威胁可以从根本上忽视。然而，在细分市场中，随着新材料和新技术的进步和发展，以及时尚趋势的变化，一些产品正在更新。这是必然的趋势。

4、行业内现有竞争者的竞争服装行业内部现有竞争者的竞争较为激烈，市场份额较为集中。大量中小企业为了很少的市场份额努力拼杀。2019年在行业需求增幅大幅放缓情况下，行业内部竞争进一步加剧，品牌、价格、质量和服务将为竞争的主要焦点，综合实力强的竞争者将在市场中占得先机。

5、潜在进入者的竞争1) 进入壁垒较小;2对于大企业存在退出壁垒，对于中小企业较容易退出;对新进入者是消极防御。

(五)、市场规模分析

1、市场细分

产品面向所有收入阶层。随着人民生活水平的普遍提高，增强体育锻炼、爱美已经成为一种生活趋势。因此，抓住这个机遇，推出各种价位的服装，可以满足不同收入的消费者。

2、目标市场选择

随着生活水平的提高，大部分人的温饱问题解决后，如何生

活的更加健康成为了现代人关注的重点。在人民生活中的地位越来越高。加强体育锻炼已经成为了一种广泛的潮流。在繁忙的工作之余，进行一种强度适中的运动，保持身体健康，这种生活方式值得生产商注意。

3、品牌定位

服务差别化：提高专卖店销售的服务，培养店员良好的服务态度和交流能力，加强网上购物的售后服务，让消费者满意。

（六）、用户分析

1、基本特征

（2）、性别特征女

（3）、地域特征乡镇

（4）、学历特征中专

2、偏好特征

（1）、兴趣爱好奢侈品

（2）、品牌爱好不限

（3）、产品爱好经济实惠

（4）、出入场所办公楼、写字楼、学校、小区

3、社会特征

（1）、职业特征白领、学生、事业编、退休人员

（2）、社交渠道线上、线下

(3)、休方式无

(4)、家庭结构无

四、商业模式

(一)、商业模式

1. 重要伙伴服装供应商、赞助商
2. 关键业务售卖服装、办理会员
3. 核心资源品牌、品质、服务、包装
4. 价值主张把每一分钱用在刀刃上,充分发挥每一分钱的值
5. 客户关系用户粘性
6. 渠道通路生产商—消费者
7. 客户细分广大青年、工作人员、学生、老师
8. 成本结构工作人员工资、进原材料
9. 收入来源办理会员卡、进店销售获利

(二)、营销模式

1.4p营销模式

(1)、产品由于本店的目标对象是18—30岁年龄段的青年群体,因此款式应相应斯文、时尚、新颖,不能过于前卫、夸张也不能太落后。

(2)、价格设置分明的高端、中端品牌,这样有一部分想买

但是嫌价格太贵的中层收入人群，一旦价格达到可以承受的度，就能促成交易的达成。新增广大中层消费群体，扩大企业苧麻产品的市场份额，能够增加销量和价值报偿，提升企业获得的总价值。对于企业内部的一些滞销品，可以采取降价或者打折出售，也会增加一些购买力。

(3)、促销最一举多得的招数——开办培训班，最有效果的招数——讲求信誉 渠道现今，网购已在人们的消费中占据很大比重，使传统的线下渠道深受冲击。网购具有便捷、价格低的特点，消费者足不出户就可以买到全世界不同国家的商品；对企业来说，线上营销具有低成本、高效率、信息传播等优势。

2.4c营销模式

(1)、消费者1-15岁，需求量小，产品单一，年龄小，没收入，只有在特别节日才会购买本产品，产品也比较单一，但都具有一定代表性。15-30岁，购买频率高，需求的样式要多种多样，这个年龄阶段正是青春飞扬的年龄，追求个性的需求最大这个阶段是买服装次数最多的，需求的样式也是最新颖美观的。

(2)、成本尽量控制产品成本，以保证产品性价比，但是不能因为控制成本而影响产品的质量和颜色。

(3)、便利从客户的角度出发，考虑能为客户提供物流服务能给客户带来如时间的节约，资金占用减少，核心工作能力加强，市场竞争能力增强等效益。

(4)、沟通意见纸可经过专门设计，如卡通图案形状。提供各式各样的漂亮的笔，欢迎大家积极建言献策，充分采纳顾客建议，客户至上，以客户为中心指定营销计划、积极与客户沟通、尽量满足客户需求、改进客户提出的问题。

3. 盈利模式

(4)、解决方案积极改正顾客提出的问题

4. 推广模式

(1)、线上推广dsp互联网广告开张当天为招揽顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

(2)、线下推广优惠券利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）

五、团队介绍

(一) 团队组织架构

1. 星状组织架构我们团队中有一个核心主导人物[ceo]充当了领军的角色。这种团队在形成之前，一般是ceo有了创业的想法，通过一定的资源整合，启动项目，然后根据自己的设想进行创业团队的组织，大家都围绕着ceo的想法或者技术展开工作。

2. 团队岗位职责

六、融资计划

风险资本的退出是否畅通，是关系到企业能否吸引投资，以及未来能否持续、健康发展的关键一环。未来公司风险资本的退出可以选择公司并购或管理层回购、股权转让的方式实现。

1. 融资计划

(2)、融资金额通过计算，我们预计融资50万元

2. 融资用途

(1)、补充流动资金扩大流动资金

3. 融资退出

(1)、上市[ipo]退出企业上市是最常见的退出方式[ipo]首次公开发行股票[initialpublicoffering]是指企业发展成熟以后，通过在证券市场挂牌上市使私募股权投资资金实现增值和退出的方式。

(2)、公司并购并购退出的优点在于不受首次公开发行[ipo]诸多条件的限制，具有复杂性较低、花费时间较少的特点，同时可选择灵活多样的并购方式，适合于创业企业业绩逐步上升，但尚不能满足上市的条件或不想经过漫长的等待期。

(3)、股权转让股权转让指的是投资机构依法将自己的股东权益有偿转让给他人，套现退出的一种方式。常见的例如私下协议转让、在区域股权交易中心公开挂牌转让等。

(4)、管理层回购[mbo]管理层通常需要以溢价或平价的方式回购风险投资的股权。虽然风险投资人的退出收益率相较首次公开发行和股权转让收益率要低，但优点是交易复杂性低或风险较小。

创业项目 h.g东大门服装店创业计
名称 划书

团队成员 姓名

学号

学院

专
业
班
级

来打算逐步发展成为像蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金9.5万元。

二、经营目标

1、由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。

短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。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，并成蛋糕市场的著名品牌。

三、市场分析

1、客源：本店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%；四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占50%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如。因此竞争是很大的。

四、经营计划

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。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，偷偷跑过往和店里师傅商量。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。特别是假如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：从业职员必须持有“健康证”。

五、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、货架和卖台投进约1500元；
- 4、员工(2名)同一服装需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(均匀)：21000元。占有关内行人士评估，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、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场四周)，约5000元。

货品本钱：30%左右，约5000元。职员工资：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。

六、风险及制约因素分析：

由于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。

护理大学生创新创业计划书篇八

随着手机和平板电脑等移动终端的发展，大部分大学生都有了手机等终端，其中拥有智能手机的不占少数，进行app的开发是创业的好项目。而在大学生日常生活中，最重要的是听课。本产品就基于大学生授课方式相对于初高中来说的巨大转变做出设计：初高中课程老师固定，学生不用习惯每学期课程内容的变化和熟悉各门功课的要求，而到了大学，每学期甚至每个季节的课都不同，有的专业的同学专业课很多很杂，没有大量的空余时间来管理其他课程，以至于得到不好的结果。本软件的作用是为上同一门课的同学划分交流空间，并提供资料上传下载的专门区域以及相关课程内容推荐等多种类型的服务形式。市场是非常巨大的，有高校的地方就有我们产品的目标人群。而且现在很多大学实行多面培养的计划，课程多种多样，更需要我们的这款app产品来管理做自己的学科。

项目名称：“课友”移动端分享软件

启动时间□20xx.3.11

主要产品/服务：手机app的

目前进展：产品研发阶段

1、主要业务□app开发，发布以及广告商的招揽。

2、盈利模式：基于中国消费者长期的消费价值观，产品的营销策略定位于采用免费运营模式，在取得了较多的受众以后，以招收面向大学生受众的广告商铺设广告而收取广告运营费用。前期需要一定的经费来进行开发和产品的宣传工作，产品正式运营后需要考虑定期的维护和广告商的招揽工作。

3、未来3年的发展战略和经营目标：前期主要以投入开发为主，计划于两年内同等类型软件市场占有率达30%，第3年开始考虑盈利：

1、人员配置与分工：计划选用10名人员左右的开发小组，分工如下：

5名产品开发者(其中一名管理者)，2名产品企划者与管理，2名产品推广员以及广告招收员，以及1名总管理者。

2、员工的奖励制度：拟采用激励式的管理方案，5名开发者在开发期

间享有基本工资，在开发完成后享有奖金。而产品企划者与管理与产品推广员将视产品的市场占有率以及app受欢迎程度来决定红利(主要考核方式以app下载次数为指标)。

1、项目的技术可行性和成熟性分析

目前市场上还没有此类产品，但有类似的课表app□通过对类似课表app的调研发现，该类软件在大学生中普遍受欢迎，用户多。但是课表软件仅仅是提供课表和选择该门课的同学的简单对话交流，且对课程的年份没有区分开，往往几个年纪的同学混在一起，并没有做到一个班的同学能够相互交流的

程度，所以可行性较好。

2、项目的技术创新性论述

(1) 基本原理及关键技术内容

该软件基于苹果ios系统开发，针对所有苹果用户适用，技术要求不高，仅为简单的代码编写与组合，一般计算机专业的人员在经过该代码的学习后即可编写。

(2) 技术创新点：本app是实用类型的软件，受众广，广大受众能够轻易的学会使用该软件，不麻烦，使用方便。

3、后续研发计划：如果在苹果的软件平台上得到了较好的收益并且有了一定的资本累计，则考虑安卓和塞班等其他操作系统的软件移植(一定要基于良好的收益)。

4、研发投入：每年投入研发费用超过盈利的20%。用于产品改善和员工福利及技术研发。5技术保密和激励措施：关键技术由高层和研发团队掌握，高薪待遇。

1、行业状况：项目由于目前没有相关产品的存在，所以存在一定风险和开发难度，需要时间，技术和资金的大量投入。但该app有很好的前景。

2、市场前景与预测：没有相关产品问世，市场空白，前景广阔。没有相关产业与之配套，将带动其他产业发展。

3、目标市场：主要以各个高校的学生为主要目标市场。

4、主要竞争对手：目前没有相关app□但有类似课程表格app类软件，相信很快会有该类软件的出现，很快会出现竞争对手。

5、市场壁垒：主要是推广工作的展开和广大高校受众的接受程度。

6□swot分析：由于暂无相关app□主要问题在产品问世后的模仿软件冲击。

7、销售预测：预计前两年因为以推广和产品研发升级为主，不会盈利。第三年开始正常盈利。

1、价格策略：采用免费的运营模式。

2、行销策略：发布上appstore以后，销售前期主要通过微博等网络推销来主动寻求客户。等品牌优势形成后考虑采用电视广告营销等方法。等公司实力雄厚以后再加大广告投入，扩大客户源。

3、激励机制：公司起步阶段对推销员采用提纯5%的奖励模式，以促进其推销积极性。等公司稳定收入后，采取销售竞争奖励制度，依据其销售业绩划分不同的奖金等级。

1、产品生产：该产品为软件应用类产品，采用小组工作室的生产方法。

2、生产人员配备及管理：计划选用10名人员左右的开发小组，分工如下：5名产品开发者(其中一名管理者)，2名产品企划者与管理，2名产品推广员以及广告招收员，以及1名总管理者。

护理大学生创新创业计划书篇九

参赛团队可以将公司的产品或服务的理念设计成一个logo图案放置在首页，但需要留出足够的版面排列以下内容：

1、公司名称（拟建或已建）

2、技术领域

3、负责人

4、电话

二、填写说明

1、本创业计划书中列出的所有问题是为了保证专家评审时对参赛团队及创业项目做客观、深入、细致的了解，请按照计划书模板格式详细填写创业计划书中的相关问题。

2、各参赛团队根据申报项目的具体情况，选择确定适当的拟建企业中文名称，已建企业请填写经工商行政管理部门核准的企业名称。

3、各参赛团队根据申报项目的具体情况选择以下技术领域：

(1) 装备制造业及机械能源类；(2) 农林、畜牧及相关类；
(3) 生物、医药、食品类；(4) 化工技术、环境科学类；
(5) 新型材料类；(6) 电子信息及应用类；(7) 互联网技术应用及物联网开发；
(8) 现代服务业类；(9) 教育、文化与传媒及应用类；(10) 其他。

4、各参赛团队如果拥有自主知识产权（包括：专利、软件著作权、论文（摘要）、产品检测报告、技术成果鉴定证明等），请将相关证明材料转换成数码照片或扫描件格式，以附件形式附后。

5、此创业计划书模板仅供参考，各参赛团队可以根据自己的情况填写，补充完善。

6、填写说明主要是为了便于参赛团队撰写计划时的文字说明或解释，最终文本中不得出现此类内容。

三、保密承诺

承诺

本创业计划书内容可能涉及参赛团队的商业秘密，仅对有投资意向的投资者或有意向孵化的机构公开，要求收到本创业计划书时做出以下承诺：

妥善保管本创业计划书，未经大赛组委会及项目填报人同意，不得向其他各方公开本创业计划书内容。

第二部分目录

各参赛团队在初步确定创业计划书后，需要注意确认目录的页码与内页页码的一致性。

- 1、摘要
- 2、公司概述
- 3、产品/服务
- 4、市场分析
- 5、营销战略
- 6、生产经营
- 7、组织管理
- 8、融资说明
- 9、财务分析
- 10、风险分析

附录

第三部分创业设计的具体内容

一、摘要

创业计划书摘要应该涵盖计划书的所有要点，浓缩所有精华。

主要内容包括：企业名称、成立时间、注册资本、产品和服务、技术水平、行业状况、市场规模、营销策略、生产运营状况、组织管理、融投资计划及财务分析、风险分析及控制等相关内容。

要求简明、扼要、可信，能有效概括整个创业计划；具有鲜明的个性，具有吸引力；有明确的思路和目标；能突出自身优势。

二、企业概述

1、企业名称

拟建企业请根据申报项目的具体情况，选择适当的中文名称；已建企业请填写经工商行政管理部门核准的企业名称。

2、注册日期

拟建企业的注册时间由参赛团队自行拟定（时间为20xx年5月—20xx年12月之间）；已建企业请填写工商行政管理部门核发企业营业执照的时间。

3、注册资本

拟建企业的注册资本请选择填写与未来项目运行相符的注册资本；已建企业请填写工商行政管理部门核发企业营业执照

上的注册资本金数额。

4、企业地址

拟建企业的公司地址请选择填写与未来项目运行市场相符的地址；已建企业请填写工商行政管理部门核发企业营业执照上的地址。注意：如果另有生产加工或经营地址请同时注明。

5、联系方式

电话、传真、邮箱、网址□qq□微博、微信等。

6、企业性质（类型）

按照现代企业制度的要求，创建企业应采取公司制企业、合伙制企业或个人独资企业三种组织形式。如果拟建企业采用公司制组织形式，需填写有限公司、股份有限公司，其他可以填写合伙企业、个人独资企业等；对于已建企业，请填写工商行政管理部门核发企业营业执照上的企业类型。

7、企业宗旨

描述企业存在的目的或对社会发展应做出的贡献，主要是回答“企业是什么”的问题。包括企业的长远目标、企业文化、企业精神、经营理念等，体现企业的根本思想与发展线路。

8、股东情况

列表说明目前股东的名称及其出资情况。

9、主营业务

对于拟建企业主要是未来公司的经营业务，主要收入情况预测；对于已建企业主要是目前的经营业务、未来的经营业务

情况，尤其是过去主要收入情况及未来收入预测。

三、产品/服务

用简洁的方式，描述企业的产品/服务。

主要介绍产品/服务的名称、特征、性能、用途以及应用领域、市场前景等，可以附图说明。注意：不需要透露公司的核心技术。

说明产品/服务如何向消费者提供价值，提供的方式有哪些？产品/服务填补了哪些市场空白（国际或国内），可以添加产品/服务的相关照片。

1、产品/服务的优势

产品/服务的背景、目前所处的发展阶段，与同行业同类产品/服务的比较；产品/服务的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势（包括性能、价格、服务等方面）。

2、技术描述

企业已有的技术成果及技术水平（包括技术鉴定情况、获国际、国家、省、市及有关部门和机构奖励情况），现有和正在申请的知识产权（专利、商标、版权等）情况；公司是否已签署了有关专利权及其它知识产权转让或授权许可的协议？如果有，请说明（并附主要条款或授权书）。

3、研究与开发

企业现有技术开发资源及技术储备情况，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制，保持关键技术人员和技术队伍的稳定。

4、未来产品/服务

下一代产品/服务的定位，更新周期。

5、相关支持

产品的售后服务网络 and 用户技术支持。

四、市场分析

描述企业所处的行业、市场以及补充区域。分析市场的特征是什么？分析是否有新生市场？如何发展新生市场？分析国内外行业状况、市场容量，分析该产品在市场中的需求趋势，要有数据分析、对比。

1、行业及市场情况

产品/服务所在行业的发展历史及趋势，行业中的哪些变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制等，行业市场前景分析与预测，相关数据必须注明资料来源。

2、目标市场定位

产品/服务的目标市场份额为多大？产品/服务的可能占有率有多少？可以用图表说明目标市场容量的发展趋势。

3、竞争对手分析

分别根据产品、价格、市场份额、地区、营销方式、管理手段、特征以及财务力量等划分重要竞争者。

产品/服务的价格、性能、质量在市场竞争中所具备的优势、劣势分析：

可以列表描述目标市场内主要竞争对手的优势、劣势。

4、市场准入

说明产品/服务的市场销售有无行业管制，对产品/服务进入市场的难度进行分析。

五、营销战略

1、描述产品销售成本的构成及销售价格制订的依据。

2、如果产品已经在市场上形成了竞争优势，请说明与哪些因素有关（如成本相同但销售价格低、成本低形成销售优势、以及产品性能、品牌、销售渠道优于竞争对手产品等）。

3、建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略与实施。可以依据消费群特点、地理优势、季节变化引起的消费特点、资金的有效运用等确定销售策略。

4、确定广告促销方面的策略与实施，产品销售价格方面的策略与实施，建立良好销售队伍方面的策略与实施，产品售后服务方面的策略与实施。

六、生产运营

如果是生产制造企业需要描述产品制造情况，如果是非生产制造业，则不需要填写。

1、产品生产制造方式

描述企业是自建厂生产、委托生产或其他方式，请说明原因。

2、生产设备情况

如果需要增加设备，需要描述设备的采购计划、采购周期及

安装调试周期。

如果设备操作需要特殊技能的员工，请说明如何解决这一问题。

3、产品的生产制造过程、工艺流程

描述产品的生产制造过程、工艺流程。

如何保证主要原材料、元器件、配件以及关键零部件等进货渠道的稳定性、可靠性、质量及进货周期，要求列出3家主要供应商名单及联系方式。

正常生产状态下，成品率、返修率、废品率控制在怎样的范围内，描述生产过程中产品的质量保证体系以及关键质量检测设备。

4、产品成本和生产成本如何控制？有怎样的具体措施？

5、产品批量销售价格的制订，产品毛利润率是多少？纯利润率是多少？

七、组织管理

1、描述公司的组织结构，需要用图表示企业运营初期的组织结构和运营成熟期的组织结构。

2、简要介绍企业各部门的设置及职能情况。

3、介绍公司的管理团队，介绍各团队成员与管理公司有关的教育背景和工作背景，描述各团队成员的工作职责，注重管理分工和技能互补。

4、介绍公司主要的投资人及持股情况。

5、描述创业团队优势与不足之处？人才战略与激励制度？

6、介绍公司拟聘请的法律顾问、投资顾问、技术顾问、会计、管理咨询等外部支持力量。

八、融资说明

1、请说明投入资金的用途和使用计划。

2、拟向外来投资方出让多少权益？

3、预计未来3—5年平均每年净资产收益率是多少？

4、外来投资方可享有哪些监督和管理权力？

5、外来投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间？

九、财务分析

1、产品/服务形成规模销售时，计算毛利润率和净利润率。

2、需要提供未来3~5年的资产负债表、损益表和现金流量表。

3、每一项财务数据要有依据，要进行财务数据说明。

十、风险分析

请对创业过程中的各种可能出现的风险因素分别进行分析。

主要包括：市场、技术、财务、管理、资本、政策等风险，并说明如何规避、化解风险。

附录

如有以下材料，请列出：

- 1、公司背景及组织结构
- 2、团队人员构成及简历
- 3、公司宣传品
- 4、市场研究数据（或合同）
- 5、专利证书（授权证书）
- 6、股权或合作协议
- 7、其他需要说明资料