

# 校园水果店的创业计划书 大学生校园创业计划书(汇总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。我们该怎么拟定计划呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 校园水果店的创业计划书篇一

### 一、校园创业环境介绍

随着社会经济和文化的不断发展，人们生活节奏的加快，人们的生活环境，生活方式都发生了很大的变化！兼职已经成为一种时尚，学生兼职的市场非常广阔。

学生兼职是学生减轻自己经济负担的需要；学以致用需要；学生了解社会的需要；提高学生综合素质的需要；增加社会经历的需要；为走向工作岗位打基础的需要。

团体消费已经悄然走进人们的生活，已经开始流行，这是社会发展的需要同时也是一种必然。

团体消费涉及到人们生活的方方面面，团体消费使人们节约金钱，节约时间，用尽量小的投入获的最大的消费实惠，学生团体消费就更有市场，学生是纯消费者，品牌意识和品牌忠诚度非常高，学生消费也是走在社会的最前沿。团体消费是个性。品牌。实惠最佳消费方式。

打造高校团体消费终端市场，其商业市场发展潜力不可估量！

### 二、校园创业宗旨

着力于高校市场的开发，建立校园兼职平台，学生实践平台，校园商业平台，服务学生，服务高校。

### 三、创业主题

关系学生成长：让学生参与社会实践，认识社会，了解社会，边学习边实践，学以致用，提高学生的综合素质，校园市场，由学生自己开发，自己经营自己维护。

### 四、创业目标

占领高校消费终端市场以及以高校为中心的周边消费市场，打造高校创业的品牌联合舰队。

### 五、市场需求点

- 1、学生减轻自己经济负担的需要
- 2、学生参加社会实践，提高自己综合素质的需要
- 3、学生个性消费，品牌消费。实惠消费。安全消费的需要。
- 4、高校提高学生就业的需要
- 5、响应鼓励大学生创业的需要
- 7、商家要求打开校园市场的需要
- 8、社会经济发展趋势的需要

### 六、项目商业潜力

此项目的长远目标是占领高校消费终端市场，以及以高校为中心的终端消费市场，其商业前景不可估量！

## 校园水果店的创业计划书篇二

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：送给情人一情意绵绵(百香果搭配莲雾等)

送给长辈一福寿安康(火龙果搭配香蕉等)

送给病人一早日康复(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。

## 校园水果店的创业计划书篇三

一个在创业路上的前行者，必须要有好的创意和好的思路，并且还要具备对自己未来的书面规划，只有做好了这一些必备条件，才能走向成功，下面本站编辑为你带来校园大学生创业计划书，欢迎阅读，仅供参考。

# 校园大学生创业计划书(一)

## 一、宗旨及商业模式

本店以诚信为本，以情为桥梁，愿彼此获得更多的朋友、知识和财富。本店的经营宗旨是：付出一片真情，获得更多信任。精诚团结，客户至上。本店属于xxx商业模式，即表示商业机构对消费者的电子商务活动。

## 二、商品概述

本店主要经营情侣系列商品，主要是饰品类，瞄准年轻人在网上购物的喜好。

## 三、淘宝网简介

xx网，亚洲最大网络零售商圈，致力于打造全球首选网络零售商圈，由阿里巴巴集团于2003年5月10日投资创办。淘宝网目前业务跨越c2c(个人对个人)[]b2c(商家对个人)两大部分。

截至20xx年一季度[]xxx网注册会员超6200万人，覆盖了中国绝大部分网购人群;20xx年一季度，淘宝网交易额突破188亿;20xx年全年成交额突破433亿。

根据20xx年第三方权威机构调研，淘宝网占据中国网购市场70%以上市场份额[]c2c市场占据80%以上市场份额。

淘宝网倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化，坚持“宝可不淘，信不能弃。”(金庸)

在为淘宝会员打造更安全高效的网络交易平台的同时，淘宝网也全心营造和倡导互帮互助、轻松活泼的家庭式氛围。每位在淘宝网进行交易的人，不但交易更迅速高效，而且交到更多朋友。

目前，淘宝网已成为广大网民网上创业和以商会友的首选。2005年10月，淘宝网宣布：在未来5年，为社会创造100万就业机会，帮助更多的网民在淘宝上就业，甚至创业。截至2006年，淘宝已经为社会提供超过20万的直接就业岗位。

#### 四、市场前景

有关专家指出，如今经济发达，民众收入不断增加，恋人们有了更多的经济能力来打造自己的爱情之路，互送礼物、信物，表达相思之情已成为时尚，情侣消费市场潜力巨大。统计显示，中国12亿人口，16-35岁的年轻群体达3亿多，如果平均每人为对方赠送150元的礼物(仅是一双鞋或者一件衣服的价格)便有超过450亿元的市场，按全国2000个县市计算，每个县市将达2450万元的市场份额。

网上购物已经成为新时尚，同时也会吸引更多的年轻人。据了解，淘宝网十大畅销商品中，珠宝首饰排在第七位，剔除中间商的层层压价，使网上的商品更加物有所值。

据经验丰富的商家介绍，经营初期，知名度与客户群还较为有限，随着时间的积累，小店积累了很多回头客，被老客户带来的新客户也越来越多，店内销售情况还会越来越好。

#### 五、经营模式

##### 代理商

网店代销可以避免库存压力

网店代销可以降低投资成本

网店代销可以大大提升自己的竞争力

网店代销可以大大节约进货时间

网店代销可以享受批发价格却没有订货限制

## 六、其他事宜

网店名称：“钟爱一生”情侣饰品

起始资金：0元

## 校园大学生创业计划书(二)

### 一. 产品(服务)介绍

1. 本店主要经营各种咖啡、奶茶、啤酒，另外，为了满足顾客的消费需求，同时经营双皮奶、刨冰、奶昔、果啤，各种果汁及饮料和各种小吃，如各种口味的瓜子和爆米花，薯片等。

2. 本店主要为情侣设计，也主要是针对大学生。内设小隔间，每个隔间风格各不相同，赤、橙、红、绿、青、靛、紫是各个隔间的主打颜色。在颜色的基础上，通过对摆设的布置突出各种主题。红的热情，绿的清新，橙的温馨，紫的浪漫，同时还包括一个大的隔间，约12平米。供朋友聚会，生日聚会使用。因为房间有限，使用需要提前预约。

3. 为吸引顾客，本店会通过不断地尝试来研发新类奶茶，新类奶茶会成为本周的推荐饮品，在推出的前两天会特价销售，如果反响好的话会成为本店特色产品。为了不被因模仿而被超越，我们会不断地推出新产品、节日产品和周年产品。如情人节：推出情侣奶茶，光棍节：推出单身奶茶，儿童节：推出卡通形状的塑料杯。不断地因特色而吸引顾客，使顾客对本店印象深刻，并逐渐地形成口碑，成为企业的无形的品牌资产。

4. 同时，本店还办理情侣会员卡，会员积分享受优惠或者礼

物兑换。

5. 不断变换包装来满足消费者的需求，根据消费者的爱好挑选吸管的形状，颜色。以及通过调查选择杯子图案。

6. 店内服务员男女人数相同，各穿不同颜色情侣装。给人耳目一新的感觉。同时也减少学生顾客的尴尬。

## 二. 公司概述

本店名“某某饮品店”易记顺口，可以让人很快记住。我们的目标是以一般奶茶店不具有独有的特色吸引顾客而获取大的利润，专门针对大学生情侣设计。为情侣提供一个休闲私密而且温馨的地方。爱是一个永恒的主题。“某某饮品店”可以让人无限遐想，“爱我吧”“让我们相某某饮品店”不同的人会有不同的扩展。

这也是一种引人注目视的企业文化。

“某某饮品店”选址在大学生较集中的中心点，可以有源源不断的客户群。本店的特色不在饮品，而在于独特的环境和服务。给人提供一种新鲜感。用新鲜的企业文化来征服消费者并获得更多的忠实顾客。

### 1、公司宗旨

以大学生情侣为主要客户群，专一市场经营，用更好的产品，更特色的服务，吸引更多的客户。

### 2、经营目标

在经营初期，我们主要目标是进入目标市场，随着市场不断做大，我们的目标是占据更多的市场份额。

### 3、产品优势

奶茶品种繁多，可供顾客选择的空間大，又不乏特色(其中養生奶茶最歡迎)，制作奶茶的速度快，口感較好，價格合理，服務周到。並能根據消費群體的不同及季節差異，推出不同產品不同包裝和服務。

#### 4、管理團隊

在我們這個創業團隊中，總共有六人，分工如下：

制作、銷售、現金結算、服務、店面整理、材料訂購。

#### 5、公司標志

一顆帶翅膀的心，翅

膀上面寫着某某飲品店，是愛的傳遞。里面寫的貼心服務是我們想給顧客的承諾。

### 三. 市場需求與競爭分析

#### 1. 市場需求分析

除了一些大品牌的咖啡屋，像萬達的星巴克等，其他大多數熱飲冷飲店都是顧客買了就走，很少有提供一個溫馨場所的環境，許多原料直接露天擺在外面，而且放置原料的地方，都不是很干淨，容易讓客戶反感。

#### 2. 競爭分析

##### (1) 波特五力模型分析

1. 現有競爭：在市場中發現“某某飲品店”的直接競爭對手是星巴克這樣大品牌的飲料店，但它的大多數顧客是小資群體，產品價格定位比較高。通過兩者比較，“某某飲品店”更適合學生這樣的消費群體。

2. 潜在竞争者:面对学校周边这样的环境，很多学生也有开类似

“某某饮品店”这样奶茶店的想法，但由于管理经验不足，容易导致店面在中途夭折，为此，“某某饮品店”对于创业谋划已久，编写计划书，布置任何细节，减少风险。

3. 替代品：对于奶茶的供应，各种大小超市都有所供应，他们都有“某某饮品店”店的各种产品，但相对而言，“某某饮品店”更加注重氛围，在提供饮料的同时，“某某饮品店”可以带给顾客一个流连忘返的温馨小屋。

4. 买方的议价能力：对于学校周围目前还没有一个这样适合大学生消费的场所，市场空白，广阔的市场需求，有限的市场供应，在产业初期阶段属于卖方市场。“某某饮品店”的消费群体主要为大学生情侣，“某某饮品店”将不断创新，吸引回头客的光临。

5. 供应商的议价能力：“某某饮品店”所用原料为果肉、纯净水、奶茶粉等，一些市场上广泛普及的，供应商无法垄断“某某饮品店”产品的供应，为原料的供应提供了安全保障。

## (2)swot分析

### 四. 组织管理

#### 1组织架构

根据店面的特点和发展方向，组织架构采用扁平组织结构，在这种结构形式下，指挥命令系统单一，决策迅速，命令统一，容易贯彻，另外每个成员的责任和权限相当明确，容易维持组织纪律，确保组织秩序，该模式结构简单，管理费用低。

## 2职务分析

店长：负责店内日常管理以及监督各部门工作。

财务处：对于采购原料，员工工资，收支帐的计算汇总。 后勤处：负责原料的采购，提供最新的创意计划。

后厨处：负责制作饮料。

服务员：为顾客提供最直接的服务，端饮料，收拾餐桌，店内卫生。

## 3企业人力资源管理

1员工招募：根据店面的实际发展需求，从内外部两个渠道招募。内部招聘主要通过，内部晋升，工作调换，工作轮换等方法从内部人员中选择出合适的人补充道空缺和新增岗位。外部招募主要通过宣传单的发放及同学之间的介绍推荐等方式。

培训，告诉员工做什么，怎么做。

3员工绩效考核：设置一种服务卡片，让顾客给与打分，分为满意，一般，不满意三种标准。

4企业薪酬制度：底薪+提成(或者饮料票)

5员工激励：物质激励和精神激励相结合，正激励与负激励相结合。

## 五. 营销战略

“某某饮品店”的营销战略从4p营销战略方面着手，全面进行营销一促进店面收入。

1□ product□我个人认为一切的成功首先在于产品本身的质量，

只有产品质量过关才能赢得消费者赢得市场，才能在竞争激烈的相同产业或替代品种占领领先地位。首先，我们点的产品要干净卫生，符合国家产品质量要求，例如：有的奶茶中的珍珠粒使用工业胶成分，严重损害消费者的身体健康，我认为这是一种很急功近利很不道德的行为。其次，在质量有保证的前提下，要推陈出新，奶茶还有另外的一些饮料，不同的口味或者不同的房间色调都要对应的用不同的杯子，给消费者耳目一新的感觉，杯子也根据不同的房间风格设计不同的款式如情侣杯、死党杯等。小饰品主要针对情侣饰品，手机挂饰、耳钉、戒指女孩饰品等。最后还要注重渲染气氛，这就要用点内的装潢和摆饰来营造，墙面的主色调用淡黄的比较素雅，桌子同样，桌面上要放上一些新鲜的花朵如：

玫瑰，三天一换。还有台卡，写明店内各个季节或时间段的主打或折扣，以便进行再次营销。店内好要多摆设一些温馨甜蜜的饰品如：墙贴、灯具等。

2□ price□在质量有保证的前提下，要尽量降低价格，因为我们

们针对的消费人群是学生，消费能力不太强，但是可能会很频繁，所以物美价廉的产品会令消费者流连忘返。可以先针对情人节入手，现在没个月的14号都可以称之为情人节，我们要在每个情人节推出一款特价产品，但是我们最主要的目的是盈利，所以会在价格相对中档的基础上稍微降一下价，既让消费者感到实惠我们有没有优惠太多，另外在节假日的时候也会相应的做一些促销活动。还要推出一些优惠套餐，实现薄利多销。

3□ place□由于我们针对的消费人群是大学生或一些情侣，所

以店面选址在大学城或在各个大学的中间位置，我们暂定的地址在金马市场，周边有石家庄经济学院、河北医科大学、

邮电学院。在店面面积有限的考虑下，消费人群还算可以，店面要门脸对着翟营路，显眼易见。

4 promotion 促销的方式有四种。一是赠券，没在店内消费

百可办会员卡，一元一分，凭优惠卡可打八折，记分满三百后可升级金卡，享受七折优惠，另外也可凭积分兑换产品等。促销宣传渠道主要通过发单页、校园代理等。

## 六. 场地的选择与设计

1. “某某饮品店”选择在金马市场其原因有如下几点：

交通便捷：石家庄金马市场处于槐安东路与建华大街交叉口，这里交通便捷，地理位置优越，区位优势明显。

地租便宜：金马市场地带与其他开发区相比，地租相对便宜，可以为这次创业节省大量的资金。

市场前景：“某某饮品店”这一场所位于金马市场，附近有石家庄经济学院，河北医科大学，石家庄有点技术学院等多少大学，这为广大情侣或者朋友欢聚提供了场所，同时这一地段处于石家庄经济开发区，这一代的经济发展迅速，所以选址在这一地段有广大的市场前景。

2. 关于场地的设计：本公司预计租用套房一间，同时在此基础上设计出包房10间，每一间包房采用各自不同的彩灯，另外每间包房的颜色上采用暖色调，给人以神秘而不是温暖，温馨而自然的感觉，力争给每一对情侣以难以磨灭的，温馨舒适的印像和感觉。

## 七. 关于财务分析

1. 企业股本结构与规模

公司的注册资本金拟为5万，其中3万为吸收风险投资家以现金的形式投入，2万为自筹资金。

## 2. 借款与还款计划

为了满足企业资金周转需要，在公司成立初期，向银行借款，首年借入一年期短期借款2万元，到3年还完。借款主要用于流动资金，支付期间费用以及公司日常的开销。

## 3. 经济可行性分析

投资估算：租店铺投资5万元，室内装修4万元，货架及其他设施6000元，入货3000元，雇佣员大约2万元，周转资金5万。总投资约为15万。

## 4. 销售预测

## 5. 成本费用预测

每年按10%递增

## 6. 应缴纳的税费预算

1. 缴税人每一纳税年度发生的广告费支出，除特殊行业另有规定外不超过销售(营业)收入的2%的部分可具实扣除，超过部分可无限期向以后纳税年度结转。

2. 业务宣传费与广告费的合理比例安排工资支出的筹划：

利润纳税筹划

4. 损弥补节税筹划：

若发生亏损，可用下一纳税年度的所得弥补，下一年度的所得的不足弥补时，可以逐年延缓弥补，但最长不超过5年。企业

开办初期有亏损的，可以按上述办法逐年结转，以弥补后有利润的纳税年为开始获利年度。

## 4 财务计划

### 预算控制

每年预算的编制时间一般为上年年底，经过企业管理层

会议或联盟等形式集体决策和批准后执行。具体到采购与付款业务，企业建立采购与付款业务的预算管理制度，将物品或劳物采购纳入预算管理体系，严格控制预算外采购。企业建立采购与付款业务的岗位责任制，明确与采购工作相关的部门和岗位的职责、权限。

### 财务预算

#### 前期固定支出

#### 运输面包车

自行车 20 100/辆

#### 场地装修

电脑 1台3500/台

桌椅 200/套

电话 5 200/个

#### 传真

空调 1 5000/台

员工统一服装 30 50/套

其他

预计财务支出表(第一年

每月固定支出 数量 数额 (元 ) 总额(元/ 月

普通员工工资 30 350/月

管理员工工资 8 800/月

水电杂费 2000/月

宣传费用 5000/月

总固定支出

流动支出

购货资金 200000 3.5-5/份 7万-10万

食物变质亏损 20 5/份

物品损坏及维修

流动资金 20万

预计财务收入

预计送货费用(元/月/户) 预计送货量 (户) 预计收入(万元/月

食品差价元/份 20% 利润

第一年收回成本，第二年保持目前态势发展，第三年括展营业点。

第二年预算：预计利润：874500元

第三年预算预计利润：954000元

本人短时期的计划营业额

## 八. 风险因素

风险主要为两方面，外部风险和内部风险。

外部风险：主要有相同行业的竞争和的竞争，体现在价格、产品质量、店面环境、宣传力度等。我们要注重自己的风格特色设计，赢得消费者赢得市场。

内部风险：主要为经营和产品链条的供应，首先饮料是便利饮品，在保证产品质量同时又要控制库存以减少成本，用具的过度破损，因为杯具大多是玻璃陶瓷制品，易毁易碎。可能在保证产品质量的基础上价格会相对同行业的要高，会流失一部分消费人群等。

## 校园大学生创业计划书(三)

### 第一章 计划摘要

宗旨和商业模式本店宗旨是成为昌融学生街第一饮品店。

本店是一家处于创业阶段的店面。\*\*\*果汁店的法定经营形式是独资，法定地址：福建农林大学昌融学生街。本店生产各类的果汁以及混合果汁，另外还有水果酸奶和水果沙拉。现在\*\*\*果汁店处在需要起步的状态下。为实施我们的计划，我们需要5万到7万元的贷款用于店面的租金以及装修还有设备的购买。

我们的产品和服务：

\*\*\*果汁店目前提供30余种产品，包括各类果汁以及混合果汁还有水果酸奶和水果沙拉等。

我们的主导产品包括各类的果汁。总体说来，我们现在的生产发展阶段。我们的果汁是独一无二的，因为他们的产品主要是奶茶以及饮料，并非果汁。另外，我们有市场优势，原因是我们拥有比较好的店面位置，因为我们的位置在街头的一端，而他们两家店则是在街头另一端，并且是相邻，如此他们的竞争则是更加激烈。

市场定位(目标市场)：

我们把我们的市场定位在逛街的学生们。根据市场资源，根据资料的调查显示昌融这个市场的销售额大约为1万元左右一个月；竞争：我们直接与水当当和茶道展开竞争。虽然同为饮品行业，但是我们的果汁是有优势的，是他们所没有的。

管理：

店面将由我们自行进行管理，同时我们还会聘请两人进行产品的制作以及做其他工作。

资金需求：我们正在寻求5到7万元的贷款资金支持，这笔资金用于租用店面、购买设备以及装修店面。我们采用利润分红等方法，在1年之内偿还这笔贷款。

## 第二章 企业介绍

一、宗旨(任务)我们的目标是将店面发展成为昌融学生街第一饮品店。

为实现我们的目标，\*\*\*果汁店需要5万元到7万元的贷款投资。

二、公司简介\*\*\*果汁店，出售各种口味不一的鲜榨果汁以及水果酸奶、水果沙拉。地址位于昌融学生街。

本店是一个专有独资店。我们店位于昌融学生街街头，店面面积约为三十平方米。本店的生产能力大约一天80杯到150杯之间。当然在市场有需求的情况下，我们将会增大我们的生产能力，如果我们每月扩大1500杯能力，我们还需另增一些设备以及人员。有了资金后，我们可望在一周内能使该设施足以满足公司的需要。

三、公司战略昌融学生街饮品市场形式相对比较复杂，我们的鲜榨果汁产品在饮品行业未来两年内的状况是还是比较有前景的。鲜榨果汁的优势在于新鲜、健康、口味天然。所以我们的产品在饮品市场的竞争中可以有着比较好的机会。

\*\*\*果汁店的市场战略便是以鲜榨果汁为主导产品，配合水果酸奶以及水果沙拉，为消费者提供令人满意的多种口味的产品。

四、技术我们的鲜榨果汁会加一些我们自作的一些秘制调料，主要是用于调和水果之间的味道差异以及增加水果的甜度，毕竟有些果汁虽然味道很好，但是甜度会偏于无味或者是酸。

另外我们在不断地加强研发，制作出令消费者满意的独特口味的调味剂。

五、公司管理管理队伍状况：

\*\*\*果汁店拥有着明确的分工制度，店长负责收银以及原材料采购。服务人员则负责水果的削皮以及一些其他的工作。而制作人员则是专门制作产品。

六、场地与设施我们的\*\*\*果汁店位于福州市农林大学昌融学生街。这个场地为当前的生产和扩建提供必要的空间，它可

以满足未来两年的发展需要。我们目前的生产能力是每月3000杯到4000杯。如果我们能将生产能力提高到每月6000杯的话，还需要增加设备和人员。

### 第三章 行业分析

一、市场介绍我们在饮品行业参与竞争，根据资料来源，该市场的投入相对比较不稳定，金额大约在5-20万元之间。主要用于店面装修以及设备的采购和租金。我们相信，这个领域未来主要趋势是产品的口味独特以及美味。

我们希望市场中的竞争局面应是相对稳定。影响这种变革的主要原因是竞争压力比较大，并且利润相对稳定，不是很高，所以想要继续在这行业投入的人相对不多。我们的市场定位是发展鲜榨果汁。在过去的几年中，在昌融学生街并无此类店面的存在。

另外最有发展前景的是我们推出的水果酸奶以及水果沙拉。我们店面由于所处位置比较好，处于学生街的街口，由于行走的路程比较远，饮品能够起到解渴的作用，所以市场前景比较好。

二、目标市场我们的市场定位确定为鲜榨果汁以及水果酸奶和水果沙拉。

当前我们产品的典型客户是为了解渴、休闲饮品的人。我们可以激发他们购买我们产品的激情，原因是我们的产品比较自然、健康、口味醇厚。这些信息是我们从客户的反映了解到的。同时我们还感到，我们的顾客发现我们的产品不断创新、以及产品的质量使我们的产品立于不败之地。目前来讲，我们的劣势在于水果酸奶和水果沙拉的饮用比较不方便，可能会导致产品的销售量会降低。

三、顾客的购买准则目前购买本公司产品最典型的顾客是在

逛街中为了解渴的人，当然也有很多习惯性购买的人群，因为他们认为我们的产品健康、美味。我们针对消费者的需求制定了相对的宣传手段，从而增加消费者的购买欲望。

## 第四章 产品介绍

\*\*\*果汁店出售下列产品：价格均在5到8元之间(水果价格之间的差异)

- 1、各种口味的鲜榨果汁。
- 2、各类水果酸奶。
- 3、各类水果沙拉。
- 4、各种水果牛奶果汁。

目前，我们的鲜榨果汁正处在发展阶段。初期我们鲜榨各类单纯的果汁，此后我们进行了多次的实验以及改良和设计。我们的.产品也越来越多了，口味也越来越符合大众的需求。

一、产品品种规划我们产品的品种已经得到很好的规划。

主导产品便是我们的鲜榨果汁。这也是顾客需求最大的一块了，符合了顾客的追求健康饮品的需求。另外还有水果酸奶以及水果沙拉，由于这两块的饮用比较不方便，不大适宜走动时饮用，所以有待进一步的开发和设计。

二、研究与开发我们的研究与开发业务是自行进行的，另外我们还有去参加一些培训机构，充分了解顾客的需求。我们通过市场的调查来实现新产品的开发，开发出了多种口味的饮品。我们在研发的投入是比较高的，目的就是争取研发出多种口味的产品来吸引新老顾客。当然我们的研发是比较简单，并且我们的研发成果投入和撤出都是比较简单的。低风

险使我们敢于大量地进行尝试。

三、未来产品为适应市场需求，我们计划扩大鲜榨果汁的种类，包括多种口味的果汁、水果牛奶果汁、水果酸奶和水果沙拉。我们已确定最主要更新换代的产品包括水果沙拉和水果酸奶，这两类产品正是适应现行大学生尤其是女大学生的需求。这两类产品不仅口感好，而且有利于健康。

四、生产与储放我们的产品生产是比较简单的，充分运用榨汁机、搅拌机等来实施。我们的原材料(各类水果)都是比较新鲜的，同时我们原材料的采购是按销量来购买的(早中傍晚各购买一次)，从而来预防水果的腐烂和变质。另外我们还有电冰箱来存放牛奶、沙拉和自制的酸奶。

五、包装我们的产品包装原则是自然，无过多的不健康因素包装。我们的竞争者使用有封口膜的塑料杯，但是我们的包装是由相对硬质的塑料杯构成的，而口则由其配套的塑料口，是套进去的，并且十分牢固，需用力才能打开。这样避免了跟其他店一样用高温封口而产生的不健康因素。

六、实施阶段产品的问世是达到顾客满意的一个重要组成部分。

我们利用现场卫生制作来令顾客满意，现场有专人负责削皮，有人专门负责榨汁以及制作。这样消费者可以清晰地看到产品在制作的过程中是健康的、卫生的。这样可以令顾客喝得放心，从而实现销售的持久性。

七、服务与承诺我们的顾客都认为我们服务与产品的质量支持是他们最关心的事情。

他们常常对我们所提供的服务与产品的口味发表意见。我们建立了良好的沟通渠道，向全体顾客提供最好的服务。我们的承诺便是我们的产品绝对是健康卫生的，不存在腐烂变质

的水果，不存在再次利用的包装杯。

## 第五章 人员及组织结构

- 1、店长：负责收银以及材料的采购。
- 2、服务人员：负责卫生的打扫整理以及水果削皮工作。
- 3、制作人员：负责榨汁以及水果酸奶和水果沙拉的制作。

## 第六章 市场预测

定价预测我们的定价原则是按照水果的价格以及其他成本综合而算的。我们按月来审查价格，以保证基本利润不受损失。初次预计顾客对我们的产品和服务愿意支付的价格5至8元，原因是依照饮品行业的平均价格以及水果的口味和健康性。

市场预测由于我们的产品在昌融学生街属于饮品的范畴之内，主要的竞争对手有水当当和茶道，然而我们的产品则是他们所没有的，所以在竞争中我们还是优势的。

根据学生街每天的人流量，我们预测我们的产品在周一至周二期间的销售量在80到120杯之间，当然双休日有所偏差，预计在120到150杯之间。

一个的销售量预计在3000到5000之间。一杯的利润在2元左右，一个月的利润则是6000元到1万元。

如果按照正常的运营并且盈利的话，半年至十个月则可以回本。第七章营销策略因为客户分布面、地域关系和季节性的变化还有资金量的影响，我们需要一个好的营销策略。对于饮品行业来说，营销策略相差不是很大的，大部分都是直销为主。当然中间的个别还是存在的。

我们的竞争对手也使用同样的促销渠道。不过，相比之下，

我们的销售策略更有效，使我们得以产品独特的口味和健康卫生的优势取得了好处。

\*\*\*果汁店的部分主要客户是逛街的大学生尤其是女大学生。

\*\*\*果汁店的产品采取积极灵活的定价方式，我们是采用直销的渠道进行销售的。当然在条件的允许的情况下我们也许会实行送货上门服务。

## 第七章 制造计划

一、原材料的采购由店长去跟水果商建立长期交易，以最低价购买到新鲜的水果，并且由水果商送货上门。

另外牛奶以及沙拉则由店长去专卖店进行协商以较低的价格购得材料。

二、水果皮的去除鲜榨果汁所要的水果量是比较大的，而一些水果的去皮则非常的麻烦，如橙等。还有一些水果需要清洗，如草莓等。因此有个服务人员专门负责削皮和清洗。当然有一些水果并不需要削皮或者是去皮十分简单的，如香蕉等。

三、水果的榨汁制作人员专门负责榨汁，这工作相对比较轻松。当然，顾客多时，店长或者服务人员也可以一起帮忙。

四、水果酸奶由于酸奶是已经制作完成并且放在电冰箱中，如有需求时，只需把水果切进去就足够了。

五、水果沙拉由于沙拉是现成的，制作的工序跟水果酸奶是差不多的，只是水果沙拉所需的水果更多而已。

六、产品入杯这个程序也是比较简单的，也由制作人员来操作，只需将果汁倒入杯内，并且盖上盖子就可以了。

分工的明确能够使制造效率得到较大的提升。

## 第八章 财务规划

一、财务汇总每年的年末进行财务的汇总，供各投资者查阅。依据汇总的情况进行决策。

二、财务年度报表制定年度产品收入汇总表。直接地体现了一年下来的销售成果。

三、资金需求我们正在寻找5万元的商业贷款，分期付款主要用于初期本店的发展。到那时，我们还需要增加1-2万元的资金使我们的操作能够得到顺利的进行。

初期投资将用于店面装修，购买设备，以及租金。资金使用明细如下：

1、购买设备：1万元左右。

2、店面装修：2万元左右。

3、租金：2.5万元一年。

偿还计划：我们可以通过利润分红，在1年之内偿还贷款。根据我们的预计，我们认为贷款我们，是一件非常理想的投资活动。为使本项目能够贯彻实施，我们需要一年的5到7万元的贷款。

四、现金流量表制定现金流量表，反映一年的现金流量的逐月报表。

这能很好的体现我们店的销售情况以及销售量的增加或减少。

## 第九章 风险控制

\*\*\*果汁店的销售取决于对水果价格以及竞争者的一些促销措施的防范。这主要取决于竞争者的促销手段，因此，必须及时了解竞争者的价格以及产品的走向。本店相信自己有能力适应竞争者的促销的步伐，依靠着本产品的健康卫生以及口味优势。

未来的产品计划不依赖于价格战。

本公司的主要发展目标是生产多种果汁，满足消费者的需求。

成功地生产出这些代表我们店水平的商品，并为市场所接受，果汁的价格以及口味是企业成功的重要条件。因此水果的价格以及口味的研发是我们能否取得成功的重要因素之一。

因此需要与水果商建立一定的贸易基础，以防水果的价格落差较大。第十一章总结本店的宗旨是成为昌融学生街第一饮品店。

本店是一家处于创业阶段的店面。\*\*\*果汁店的法定经营形式是独资，法定地址：福建农林大学昌融学生街。本店经营各类的果汁以及混合果汁，另外还有水果酸奶和水果沙拉。

我们把我们的市场定位在逛街的学生们。

根据市场资源，根据资料的调查显示昌融这个市场的销售额大约为1万元左右一个月。

我们的竞争对手是水当当和茶道。虽然同为饮品行业，但是我们的果汁是有优势的，是他们所没有的，并且我们的产品健康卫生、口味醇厚美味。

## 校园水果店的创业计划书篇四

随着我国社会经济和文化的发展，人们生活节奏的加快，人们的生活环境，生活方式都发生了很大的变化！兼职已经成为一种时尚，学生兼职的市场非常广阔。

学生兼职是学生减轻自己经济负担的需要；学以致用需要；学生了解社会的需要；提高学生综合素质的需要；增加社会经历的需要；为走向工作岗位打基础的需要。

团体消费已经悄然走进人们的生活，已经开始流行，这是社会发展的需要同时也是一种必然。

团体消费涉及到人们生活的方方面面，团体消费使人们节约金钱，节约时间，用尽量小的投入获的最大的消费实惠，学生团体消费就更有市场，学生是纯消费者，品牌意识和品牌忠诚度非常高，学生消费也是走在社会的最前沿。团体消费是个性。品牌。实惠最佳消费方式。

打造高校团体消费终端市场，其商业市场发展潜力不可估量！

着力于高校市场的开发，建立校园兼职平台，学生实践报告平台，校园商业平台，服务学生，服务高校。

关系学生成长：让学生参与社会实践，认识社会，了解社会，边学习边实践，学以致用，提高学生的综合素质，校园市场，由学生自己开发，自己经营自己维护。

占领高校消费终端市场以及以高校为中心的周边消费市场，打造高校创业的品牌联合舰队。

1. 学生减轻自己经济负担的需要

2. 学生参加社会实践，提高自己综合素质的需要

3. 学生个性消费，品牌消费。实惠消费。安全消费的需要。
4. 高校提高学生就业的需要
5. 响应鼓励大学生创业的需要
7. 商家要求打开校园市场的需要
8. 社会经济发展趋势的需要

## 校园水果店的创业计划书篇五

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是“自古有之”。虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我决定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

二、

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。

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。

1. 本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。