

# 最新聚合教育商业计划书 教育行业商业计划书(模板5篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 聚合教育商业计划书篇一

教育问题，一直是关系着民生的大问题，尤其是儿童教育产业，更是服务业中要求较高、最人性化的行业，中国拥有全球最大的儿童教育市场。现在中国约有3亿儿童需要接受更好的教育，并且国内人民生活总值逐年增长，国民准备花费在教育上投资也日益增长，儿童教育培训商业计划书的编制也尤为重要，以下是儿童教育培训商业计划书主要内容。

公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。

姓名、性别、年龄、籍贯，学历/学位、毕业院校，政治面貌，行业从业年限，主要经历和经营业绩。

培训服务介绍，技术水平，的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。

已有的技术成果及技术水平，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。

行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。

在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。

生产方式，生产设备，质量保证，成本控制。

机构设置，员工持股，劳动合同，知识产权管理，人事计划。

资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。

未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。

项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。

## 聚合教育商业计划书篇二

教育项目商业计划书重要意义：教育项目商业计划文件是一份全方位描述企业发展的文件，是企业经营者素质的体现，是企业拥有良好融资能力、实现跨越式发展的重要条件之一。

### 第一章标本教育模型项目概况

第一节标本教育模型项目融资背景分析 第二节标本教育模型项目融资概况

### 第二章企业基本情况

### 第三章标本教育模型项目产品和服务

### 第四章标本教育模型项目产品的研究与开发

第五章标本教育模型项目所处行业及市场分析 第六章标本教育模型项目swot分析 第七章标本教育模型项目产品营销环境分析□pest□

第八章企业营销战略与实施计划第九章标本教育模型项目资金需求和退出策略第十章财务计划分析第十一章标本教育模型项目风险控制（风险因素及其对策）

教育项目商业计划书是包括项目筹融资、战略规划等经营活动的蓝图与指南，也是企业的行动纲领和执行方案。

是全面介绍公司和标本教育模型项目运作情况的商业计划书。

## 聚合教育商业计划书篇三

“国学”，顾名思义，中国之学，中华之学，在中国已有五千多年的悠久历史，是我们中华民族丰富的传统文化瑰宝。在经济全球化的发展浪潮中，文化也在朝着全球化的发展趋势迈进，国学越来越受到国内外各界人士的广泛关注，渐成一股国学流行风。借着这股国学风，以国学为主题创办一所国学教育班(又名现代私塾)，既是一个很好的商机，也是一个参与国学建设的好机会。我们经过系统的调查发现，很多人想进行国学的学习，但社会上为其提供的场所门槛太高，学费昂贵。因此，我们在针对富有人群开设国学课的同时，还兼顾了那些处于小康水平并且喜爱国学的人群。

1. 公司名称：北辰文化传播有限责任公司
2. 学校名称：知行学府
3. 公司地址：雨花区湖南省林业科学院内
4. 经营业务：国学类培训机构
5. 注册资金：100万元
6. 公司目标：创建明星企业，打造国学品牌

7. 企业的消费人群为：中产阶级以上(包括中产阶级)家庭的幼儿和青少年，高薪白领工作者和企业ceo以及喜爱国学的其他人群。

在创办这个现代私塾三到五年，我公司将处于湖南同行培训机构的前列。后期随着知名度的提高以及自身的不断完善，将采取以长沙为母公司，对株洲、湘潭等消费层次高、人口密集的经济文化区进行扩张，推向全省，然后辐射全国乃至全世界。

- 1、迎合消费者的市场需求
- 2、特色的私塾教学
- 3、长沙有足够的消费群
- 4、本地还没有一个完善的私塾学堂
- 5、优秀的营销策划方案和企业管理制度

“要想效益高，还得宣传好”。在人们对我们的教学质量还不是很了解前，做好第一步的宣传后，才能开始打造以高品质教学为代表的品牌效益，所以我们在宣传方面花了很大的心思，主要以宣传的多样性和特色性掀起国学推广热潮。例如宣传单、海报、喷绘、网络、广播电台、报纸、咨询台等，形式多样，各有侧重。

后期，即五年以后，我们将以公司名义开展一场成果展示会，邀请全国各地国学爱好者或其他国学教育机构派代表来长沙进行一个国学交流会，以后每两年举办一次，并将这个活动的品质与规模逐渐扩大，发展成为世界性国学交流会。另外还将举行一年的游学活动，挑选表现积极、学有所成的学员，公司指派两名经理和两名专业老师一起带队，分时间段在湖南省然后向国内各比较有名的国学教育班“发起挑战”，互

相交流。租借湖南省的一些古代流传下来的书院建筑，比如岳麓书院等，在这里教授精品课程。

虽然现在的培训机构很多，类似的私塾也有不少，其中以“明伦书院”的实力最强。但这并不代表我们在进入这块市场后就不够能力将自身壮大，相反，正是这样的现状给了我们更大的发展空间。培训机构多，但很繁杂，没有几个真正有品牌效益的机构，而我们的培训内容不仅跟他们的并没有冲突，甚至还有新、奇、特的优点；就同类私塾来说，周边地区确有办学，但这些现代私塾的教学质量和办学管理模式都存在很大的缺陷，这也恰恰成为我们进军突围的优势。说到“明伦书院”，我们的优势也是非常明显的，我们拥有专门的办学场地，完备的教程内容，多样的教学模式，而且还有一点能说明它不能给我们带来威胁——消费人群不同，我们不仅涵盖了有消费能力的不同年龄层次需求者，还包括了部分贫困但喜爱国学的人群。

在策划方案中，人力资源管理也是我们与其他相关机构相比所具备的一大优势。里面包含了高质量的教职工选拔体系，有效的员工奖励机制，完备的员工福利制度和合理、高效的课程安排。从多方面体现出我公司能有效发挥各工作人员的专业特长及人性化的公司管理制度、企业文化。

采购费用是我们前期办学花费最高的一块，但是在我们精打细算的安排后，它花的合理、花的值，给我们的办学带来了非常大的经济效益

20xx年度教育项目策划书。优势如下：

1. 清雅、灵动的特色学习环境
2. 优质的国学学习氛围
3. 精打细算的房屋租赁和装修设计体制
4. 齐全的教学设备和后期采购管理机制

我们的启动资金是100万，这对于一个国学推广及培训的长期投资来说并不算多。第一年我们公司主要是打开市场，增加知名度，第二年到第三年，是企业资本回流的一个上升阶段，凭借深入的宣传方式，以及预期将容纳更多的学员来作为我们资金回归的手段，预计能收回成本并有一定盈利。到了第四、五年，我们现有教学设备及师资力量已经达到饱和状态，这段时间是资金积累和扩大。

文档为doc格式

## 聚合教育商业计划书篇四

从企业成长经历、产品服务、市场营销、管理团队、股权结构、组织人事、财务、运营到融资方案以下是工作计划网小编为您整理的教育商业计划书模板，供您参考，更多详细内容请点击计划书语栏目查看。

商业计划书是为着一个既定目的(一般为融资)，经深思熟虑，以数据、个案、事实为基础，预测在一定条件、资源的配合下，创造出可观回报的生意的一份蓝图。它本身虽然存在不少的不确定因素，但却通过蛮有说服力的语言及行动方案，让阅读者(当中大部分是投资者)能对其内容充分了解，并投入信心的一票。一份优秀的商业计划书能让人相信只要按“计划”行事，便能成功。

商业计划书应能反映经营者对项目的认识及取得成功的把握，它应突出经营者的核心竞争力;最低限度反映经营者如何创造自己的竞争优势，如何在市场中脱颖而出，如何争取较大的市场份额，如何发展和扩张。种种“如何”是构成商业计划书的说服力。若只有远景目标、期望而忽略“如何”，则商业计划书便成为“宣传口号”而已。

第一部分xx项目摘要

一、公司简单描述

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、xx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xx项目综述

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 □xx技术与产品

一、技术描述及技术持有

二、产品状况

1、主要产品目录

2、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、xx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、产品标准、质检和生产成本控制
- 6、包装与储运

### 第三章□xx市场分析

- 一、xx市场规模、市场结构与划分
- 二、xx目标市场的设定
- 三、xx产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析
- 五、xx市场趋势预测和市场机会
- 六、xx行业政策

### 第四章□xx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、产品情况
- 四、潜在竞争对手情况和市场变化分析
- 五、公司产品竞争优势

## 第五章□xx市场营销

一、概述营销计划

二、销售政策的制定

三、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、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、产品价格方案

1、定价依据和价格结构

2、影响价格变化的因素和对策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九、市场开发规划，销售目标

## 第六章□xx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□xx项目投资报酬与退出

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

第八章□xx项目风险分析

一、资源风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、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、公司管理

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□xx项目财务分析

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

### 第三部分附录

a□信件

b□市场研究数据

c□协议或合同

d□供应商的报价单

## 聚合教育商业计划书篇五

主要侧重计划书侧重执行概要、团队建设、商业模式、营销策略、风险控制、资金使用、收益分配等环节，是编制项目经营管理方案和风险评估报告的重要依据。以下是计划网小编整理的“教育商业计划书”，仅供大家参考！

教育商业计划书模板【第一篇】：儿童教育商业计划书

## 1. 项目说明

### 1.1 项目计划

本项目计划组建一家新颖的儿童教育主题餐厅：“尚德乐”儿童教育主题餐厅，主要从事针对儿童健康成长、快乐教育类型的餐饮经营。

#### 1.1.1 餐厅名称

“尚德乐”儿童教育主题餐厅（暂定）

德智体美劳，德居位首；尚德乐学，健康快乐；将教育引入到儿童的吃喝玩乐之中，在儿童获得健康营养的同时耳濡目染地体验快乐的教育。

#### 1.1.2 目标计划

一、群体目标：0-12岁（初中以下）儿童及其家人、老师等间接消费群体；

二、市场目标：第一家店以北京市场作为实验，成功后复制到全国；

三、经营目标：成立第一年，计划年接待顾客量为\*\*万人次，即日接待顾客量约为\*\*\*人次，顾客范围以餐厅所在区儿童为主要对象。第二年，增加顾客量至\*\*万人次，即日接待顾客量约为\*\*\*人次，顾客范围拓展到周边区。第三年将顾客范围推广到整个北京市，同时将年接待顾客量扩大到\*\*万人次。第四年将向外部定向募集资金，并着手诚招个人或企业加盟“尚德乐”儿童教育主题餐厅。第五年走出北京，向全国的儿童主题餐厅挑战进军，届时本公司将以多种形式接受合作伙伴的加盟，包括优先股、可转换债、附任股权债等灵活多样的形式。投资合作者的利益将采用转售、回购与上市等

多种途径获得回报与退出。

## 1. 2产品和服务

“尚德乐”儿童教育主题餐厅将成为一个多项服务于一身的餐饮中心，提供以下服务：

- (1) 向顾客提供健康营养的食品
- (2) 向顾客提供虚拟的教育食品
- (3) 为顾客提供健康饮食咨询
- (4) 为顾客提供快乐教育咨询
- (5) 为顾客提供免费的娱乐表演
- (6) 为顾客提供免费的智力游戏
- (7) 为家长提供培养孩子动手能力的机会
- (8) 为顾客免费提供娱乐设施和教育材料
- (9) 为儿童与家长、老师提供互动的diy节目
- (10) 向顾客赠送健康成长与快乐教育阅读手册
- (11) 根据客户需要提供特色的亲子教育菜系（产品）
- (12) 根据客户需要提供儿童感恩父母的菜系（产品）
- (13) 向会员赠送书籍、纪念品及参与娱乐互动或快乐教育的摄影光盘

.....

## 1. 3 市场机遇

### 1. 3. 1 “早教市场”前景广阔 风投青睐儿童产业

国内的早教市场在1998年开始萌芽，经过10多年的发展，早教机构已经走过了一波迅速扩张期。以东方爱婴、红黄蓝等为代表的本土早教机构和以金宝贝[gymboree]、天才宝贝等为代表的海外品牌共同占据着当前的早教市场。并且，自20××年以来，伴随金猪宝宝概念的兴起，风投争先恐后地涌入中国早教市场。

本土品牌以东方爱婴为例，成立12年在全国拥有400多家直营或加盟的早教中心，20××、20××年分别斩获华威国际和祥峰投资数百万美元的投资。而另一家本土机构红黄蓝则于20××年9月收获来自美国hagerty公司首轮战略投资，目前也已建成近200家亲子园和幼儿园。

外资品牌方面，在中国拥有40多家早教中心的天才宝贝母公司睿稚集团，接受了来自德同资本、华威国际、智基创投轮番注资，融资总额达1500万美元，并初步计划于20××年上市。而作为全球早教市场的领跑者，××××年成立于美国的金宝贝，早在××××年就成功登陆纳斯达克，进入中国市场短短5年就已经在全国各地拥有了185家早教中心。

### 1. 3. 2 “健康成长”受重视 儿童主题餐厅兴起

数据显示：20××年全社会餐饮业零售额达到17998亿元，同比增长16.8%，人均餐饮消费1348.4元。其中，休闲餐饮因为兼具了餐饮、娱乐、沟通情感的因素，加之其就餐时段灵活，餐品饮料全天候不间断供应的特点，成就了其平均利润率最高。20××年我国餐饮业将跨入新的发展阶段，餐饮市场将继续平稳快速增长，预计全年餐饮业营业额将达到2万亿元。



随着经济发展，人们生活水平不断提高，以及政策的影响，儿童的健康饮食越来越受到社会重视，家庭消费支出用于儿童饮食（健康成长）方面的份额越来越大。近年来以儿童为主题的各类餐厅不断兴起，芭迪熊、蛋蛋屋、泰迪之家□poooplamama□布奇儿童天地等各具特色。据悉，第一家“芭迪熊”儿童主题餐厅自20××年1月1日在上海成立以来，发展迅速，目前月营业收入已达30-40万元，月最高净利达三四万元。

### 1. 3. 3快乐教育与健康饮食的完美结合

尽管各类早教机构与儿童特色的主题餐厅层出不穷，但国内目前还尚未有一家将二者很好的融合为一体，即在健康饮食的过程中参与娱乐形式的各种教育活动，寓教于乐，融教于食。因此，这种在满足儿童健康营养的同时，带给他们以快乐教育的主题餐厅必有很好的市场前景。

## 2. 项目描述

### 2. 1 选址规模

#### 2. 1. 1 餐厅选址及其区位分析（略）

#### 2. 1. 2 餐厅规模及其分区

占地面积、建设平米、主客厅、厨房、仓库、卫生间、游乐厅、书库□diy区、表演台、摄影区等等。

住客厅按年龄划分为不同区间，0-3岁“金童宝宝”区、4-6岁“快乐王子”区、7-15“清华北大”区等等（名称暂定）。

### 2. 2. 食品菜系

#### 2. 2. 1 健康营养类

抽样调查表明，有48%的人认为自己及其家人的身体状况良好，饮食习惯正常，但对目前的饮食现状表示不满，对餐品的健美强身需求较为关注，特别是子女孩子的健康他们更为关注。针对此类人群本餐厅遵循营养平衡原理将推出精品套餐“一二三”，即每位顾客进餐时可根据选餐提示自主选择一份水果、二份蔬菜、三份主食，实现营养合理搭配。

### 2. 2. 2 功能调节类

抽样调查中，有31%的人认为自己及其家人的身体状况介于健康与疾病中间，即属于城市亚健康人群。幼儿时期的健康，关系到一生的成长，父母更加重视。针对此类人群的特征，“尚德乐”将从维持和调节性机能的角度，推出具有明显季节特色的四季餐品：“绿色关怀”、“蓝色关怀”、“金色关怀”、“银色关怀”。

### 2. 2. 3 疾病食疗类

抽样调查有21%的人对自己及其家人的身体状况比较担忧，其中又有70%的人此类人群一般对健康的投资较大，对饮食习惯的改善较为主动。针对此类特点，本餐厅将推出药膳菜肴、汤类粥品、酒茶药饮、果汁汤剂四类食疗餐品，顾客可依据医师的诊断结果，在本餐厅营养师的指导下选择适当的食料餐品。

### 2. 2. 4 快乐教育类

此类主要为虚拟食品（产品），在顾客等待餐饮过程中，根据顾客（家长或孩子）需要，精心准备的教育类型的智力游戏套餐，以玩乐教育为主的玩具、节目等非食物，如拼图、识图、识字、表演、画饼diy等。

## 2. 3. 教育课程

### 2. 3. 1 自造餐

在孩子进入餐厅等餐的时间里，根据他们的需要，服务人员呈上一盘餐菜配料（配件），孩子自己动手，丰衣足食，自己给自己做一顿美味佳肴，以培养他们自己生活的意识和动手能力。

### 2. 3. 2 玩乐餐

此餐不是用来吃的，而是用来玩的，绝对特色少见。比如一盘“金鸡独立”让孩子们动手拼出一幅中国地图或者一只立体磨具；一盘“白鹤亮翅”让孩子们认识飞禽动物，同时感染太极文化；一盘“画饼充饥”让小朋友们发挥想象空间，锻炼他们的思维能力和绘画水平；甚至可以送上一只“魔方”让他们玩，培养孩子们的智力。如果吃剩了，还可以让他们动手做个打包用的“盒子”，培养他们节约意识。

### 2. 3. 3 互动餐（互动课）

这种互动可以是服务员与小朋友之间，也可以是孩子与父母老师之间的互动，教孩子们如何做饼干、如何做糕点、如何做菜饼、如何做豆浆奶酪、如何认知不同菜系的营养价值、如何将食物摆成不能造型、如何在食物上雕刻等。

### 2. 3. 4 表演餐（表演课）

让孩子参加活动演出或观看学习节目，如当小主持、扮演灰太狼或喜洋洋、唱歌跳舞、演讲、小发明展示、好书推荐、作文朗读、说说理想等等。

## 3. 市场调研

### 3. 1 调查目的

- (1) 了解人们对儿童饮食健康的关注程度；
- (2) 调查人们对快乐教育的了解程度和市场容量大小；
- (3) 消费者对教育餐饮产品的态度、价格承受能力；
- (4) 业内人士对儿童教育主题餐厅的建议和看法；
- (5) 有关部门对儿童教育主题餐厅的支持和政策。

### 3.2 调查方法与对象

根据调查目的，拟订调查提纲，采用问题答卷、访谈等多种形式进行调查。访问对象为各大中城市父母家长、老师学生、饮食专家、儿童教育专家、儿童主题餐厅经营者、儿童娱乐场所经营者等。

### 3.3 调查时间（分阶段，略）

### 3.4 样本分布（略）

### 3.5 调查结果与结论分析

主题餐厅概念源自国外，大约兴起于20世纪五、六十年代，而主题餐厅在中国大陆兴起是在20世纪90年代后期，它是指通过一个或多个主题为吸引标志的饮食场所，在消费者身临其中的时候，经过观察和联想，进入期望的主题情境，就像“亲临”世界的另一端、重温某段历史、了解一种陌生的文化。

与一般餐厅相比，主题餐厅往往针对特定的消费群体，不单提供饮食，还提供以某种特别的文化为主题的服务。餐厅在环境上围绕这个主题进行装修装饰，甚至食品也与之相配合，营造出一种特殊的气氛，让顾客在某种情景体验中找到进餐的全新感觉。

在第一家“芭迪熊”儿童主题餐厅，小朋友吃饭要先探险，首先要登上一条木制“帆船”，开始探险之旅：在沙滩区有“椰子树”和花朵形餐桌；在海洋区，独一无二的水母椅子、可爱的大蘑菇饮料站都很吸引小朋友。另外，“眼镜熊的图书馆”、“困困熊的卧室”等可以分享你和好朋友的小秘密。餐厅一角，有一个为孩子设计的“儿童乐园”，它是小熊们的乐园，也成了孩子们互相交流的场所。餐厅还会不定期地邀请魔术团，为孩子的生活增添神秘色彩，儿童剧场还可以让孩子在专业老师指导下，边学英语边表演。

近年来，越来越多的个性化主题餐厅，作为一股新势力，崛起在餐饮界。它们使食客在就餐之外，体会到一种独特的文化氛围，也使“吃”这一单纯的行为演变成为一种文化消费。然而，由于这些餐厅的投资成本低、利润大的优势吸引了大批业内业外人士纷纷投资开办了主题餐厅，致使主题餐厅初现峥嵘之时，出现了诸多问题：

- (1) 菜品从主角沦为配角
- (2) 主题不鲜明，环境不突出
- (3) 不选或误选宣传方式
- (4) 定位不准，主题不当

3. 5. 1 市场分布情况

3. 5. 2 竞争业态分析

3. 5. 3 市场空间趋势

4. 公司战略与具体操作

4. 1 发展战略

#### 4. 1. 1 初期（1-3 年）

立足北京，以儿童（初中以下）为主要客户群体，通过积极有效的营销策略，抢占儿童餐饮类市场份额；树立“尚德乐”良好的品牌形象，提升知名度、美誉度；收回初期投资，积极进行市场调研、开发，产品的研制、推广，为企业的进一步发展积蓄资本。

#### 4. 1. 2 中期（4-6 年）

巩固、扩展已有的市场份额，扩大销售服务网络（线上线下相结合）；进一步健全餐厅的经营管理体制，提高企业的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设；在此基础上，向外部定向募集资金，并着手诚招个人或企业加盟“尚德乐”儿童教育主题餐厅。

#### 4. 1. 3 长期（5-10 年）

届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，公司将实行网点的扩张，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力，并向全国范围内试点复制，进行扩张。

公司将引进最为科学的特许经营管理模式，迅速培养自己对特许经营体系进行良好管理的能力。实行谨慎有效的特许加盟方式，以契约为基础，把“尚德乐”产品、服务及营业系统（包括商标、商号等企业象征的使用、经营技术、营业规范），以营业合同的形式授予加盟方在某一地区的营业权。同时积极进行品牌宣传，强化规范经营，积极培养餐饮连锁经营人才，以统一配送、统一核算来提高连锁经营的效率，实现餐厅快速稳健的品牌扩张。

4. 2店面设计（略）

4. 3装修配置（略）

4. 4餐厅布局示意图（略）

4. 5 团队建设

人员配备：餐厅预计第一年需要6名全职人员，15名半职人员。全职人员包括营养师、营养师、厨师、前厅经理、领班、领位、服务员、幼师等。

团队基础：（略）已有多年幼师经验的现存队伍，可随时调配。

管理培训：（略）

岗位职责：（略）

管理制度：（略）

5. 营销策略

5. 1 有形化营销策略

5. 1. 1 常规营销战略

通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导“尚德乐”的经营宗旨与理念。聘请幼师、营养师等做初期客座，讲解儿童培育与健康常识；举办一系列“亲子”及“感恩”主题的儿童与父母、老师之间的互动型活动或节目，提高社会影响。公司还将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

（1）顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一

的观念，认真听取顾客意见；

(3) 建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部专人负责为顾客进行跟踪服务。

### 5. 1. 2 品牌营销

CIS(企业形象系统)导入，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。

围绕“健康、快乐、教育”为核心的品牌特征，通过统一装扮、包装、设计等，树立企业形象，以“健康教育”来提升儿童餐饮消费的营销目标。

### 5. 1. 3 事件营销

内部节目、活动、表演等；外部新闻制造或借助新闻事件捆绑营销。

### 5. 1. 4 合作机制

与幼儿学校、教育机构、娱乐场所等建立合作机制，彼此互动。

## 5. 2 技巧化营销策略

### 5. 2. 1 推广“健康教育、快乐成长”的餐厅主题

### 5. 2. 2 企业公关活动

本公司将通过一系列的公关活动，处理方方面面的关系，为餐厅的发展提供宽松有利的经营环境。

(1) 与员工、供应商建立精诚团结、信任一致的合作关系。在管理人员与员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过



发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐健身等活动增加员工的凝聚力和工作积极性。为获得充足的原料，制定正确的合理的进货政策，积极为供应商提供市场信息，进而开拓市场空间。

(2) 社区群众关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

(3) 学校家长关系。因本餐厅的主要消费群体为初中以下的儿童为主，因此要搞好与幼儿园、托儿所、小学初中等学校老师与学生关系，以及孩子家长关系。定期举办相关活动，促进老师学生与家长孩子之间的互动，进行情感营销。

(4) 政府媒介关系。及时了解并遵守政府相关法律法规，加强与政府部门的联系，主动协助解决一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系；向其提供本行业的真实信息，制造新闻事件。

### 5.3 差异化营销策略

#### 5.3.1 突出“健康快乐教育”的餐饮特色所在

本餐厅主要是对儿童教育群体特色、产品特色、服务特色、文化特色、环境特色等进行大力宣传，从而实现餐厅的差异化营销。

本公司特色营销将侧重于以下一些重点：

主要的群体特色：儿童（初中以下）消费群体（包括陪同人员：家长、老师等）主要的产品特色：健康教育快乐为特征的食品系列（产品系列）

主要的服务特色：会员制的跟踪服务□diy亲情订制套餐

主要的文化特色：健康关怀、教育关怀、人文关怀、情感关怀

主要的环境特色：轻松娱乐、健康快乐、友好礼貌的餐饮环境

### 5. 3. 2实行开放式的会员制度

为建立长期的稳定的客源，本餐厅将组成一个健身俱乐部，利用信函、电话、邮件、广告等方式吸引第一批会员100名，每人只需缴纳50元会费，或者在本餐厅累计消费超过到99元时，就可以成为本俱乐部的正式会员，并附送一张附属会员卡，可以本人使用也可以送给亲友。有效期为一年，期满续交会费。会员可以享受餐品价格优惠、电话购物、儿童教育知识培训、儿童健身知识培训、户外集体活动、纪念品赠送等权益。

## 6. 价格策略（略）

### 6. 1 成本导向定价法

### 6. 2 需求导向定价法

### 6. 3 竞争导向定价法

### 6. 4 其它定价策略

#### 6. 4. 1折扣定价（现金折扣、数量折扣、功能折扣、季节折扣等）

#### 6. 4. 2心里定价（声望定价、尾数定价、招徕定价等）

### 6. 4. 3 差异定价

### 6. 4. 4 撇脂定价（渗透定价）

### 6. 4. 5 产品组合定价

## 7. 成本与利润预测（略）

### 7. 1 成本构成

成本构成部分需考虑的有：固定成本、变动成本、边际成本、机会成本等。

### 7. 2 成本控制

### 7. 3 利润预测

### 7. 4 利润分配

## 8. 风险与规避

### 8. 1 外部风险

主要指竞争，儿童餐饮类竞争、儿童教育类竞争、大众餐饮类竞争、同质娱乐场所竞争、周边环境变化等（略）。

### 8. 2 内部管理风险（略）

### 8. 3 市场风险（略）

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业；

（2）项目生产阶段的风险，如果项目已经投产，但没有生产出适销对路的产品，项目可能没有足够的支付生产费用

和偿还债务。

(3) 项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和 other 表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源于市场上儿童餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

#### 8.4 原料资源风险（略）

#### 8.5 应对措施

(1) 汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品；

(2) 严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告；

(3) 经常性调研，与顾客互动，了解客户需要；

(4) 项目开发阶段进行严格的项目规划，减少项目风险；

(5) 进入市场后，认识食品市场周期，不断创意创新，积极开发新食品（产品）；

(6) 与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

#### 8.6 保险和法律事务

餐饮健康、娱乐中心的保险将通过中国平安保险公司购买。资产保险将保险固定资产和私人资产的实际市场价值，商业意外保险保证赔偿由于意外事故而关门造成的固定现金流入损失。

为了防止意外事故而造成会员、顾客利益受损所引起的法律诉讼，我们还将购买一般责任保险。同时，中心管理人会采

取有关预防措施，如提供适当指导，给予必要的警告，同会员签署无责任条款合同等。中心的法律事务交由有丰富经验的法律事务所负责处理。

## 教育商业计划书模板【第二篇】：教育培训机构商业计划书

### 目录

一、执行总述……

二、公司概况……

2. 1、企业的文化

2. 2、公司的组织结构

2. 3、管理人员及职责

三、产品与服务……

3. 1、服务产品

3. 2、与旧“国学教育”的对比

3. 3、服务特色

3. 4、服务优势

3. 5、品牌的服务

四、市场分析……

4. 1、市场现状分析

4. 2、市场定位

1、目标市场定位

2、目标消费群定位

4. 3、市场需求趋势与学府招生规划

4. 4、市场优势

4. 5、竞争者分析

五、市场营销……

5. 1、营销策略

5. 2、营销手段

5. 3、目标人群

5. 4、价格定位

六、人力资源管理……

6. 1、教师的招聘

6. 2、对内部工作人员的管理

6. 3、对学生的管理

6. 4、上课安排

七、采购管理……

7. 1、选址及构建

7. 2、采购

## 八、财务分析……

### 8.1、资金分析

### 8.2、财务预算

### 8.3、财务比率分析

### 8.4、综合财务分析

### 8.5、长期财务分析

## 附录

附件一：团队介绍

附件二：社会调查问卷

附件三：调查报告

## 第一部分 执行总结

“国学”，顾名思义，中国之学，中华之学，在中国已有五千多年的悠久历史，是我们中华民族丰富的传统文化瑰宝。在经济全球化的发展浪潮中，文化也在朝着全球化的发展趋势迈进，国学越来越受到国内外各界人士的广泛关注，渐成一股国学流行风。借着这股国学风，以国学为主题创办一所国学教育班(又名现代私塾)，既是一个很好的商机，也是一个参与国学建设的好机会。我们经过系统的调查发现，很多人想进行国学的学习，但社会上为其提供的场所门槛太高，学费昂贵。因此，我们在针对富有人群开设国学课的同时，还兼顾了那些处于小康水平并且喜爱国学的人群。

## 企业简介

1. 公司名称：北辰文化传播有限责任公司
2. 学校名称：知行学府
3. 公司地址：雨花区湖南省林业科学院内
4. 经营业务：国学类培训机构
5. 注册资金：100万元
6. 公司目标：创建明星企业，打造国学品牌
7. 企业的消费人群为：中产阶级以上(包括中产阶级)家庭的幼儿和青少年，高薪白领工作者和企业ceo以及喜爱国学的其他人群。

## 企业发展规划

在创办这个现代私塾三到五年，我公司将处于湖南同行培训机构的前列。后期随着知名度的提高以及自身的不断完善，将采取以长沙为母公司，对株洲、湘潭等消费层次高、人口密集的经济文化区进行扩张，推向全省，然后辐射全国乃至全世界。

## 市场进入优势

- 1、迎合消费者的市场需求；
- 2、特色的私塾教学；
- 3、长沙有足够的消费群；
- 4、本地还没有一个完善的私塾学堂；
- 5、优秀的营销策划方案和企业管理制度；



6、两会的召开，再次引起国家和政府对国学的重视，可以得到当地政府和社会广大人士的支持和帮助。

## 营销策略

“要想效益高，还得宣传好”。在人们对我们的教学质量还不是很了解前，做好第一步的宣传后，才能开始打造以高品质教学为代表的品牌效益，所以我们在宣传方面花了很大的心思，主要以宣传的多样性和特色性掀起国学推广热潮。例如宣传单、海报、喷绘、网络、广播电台、报纸、咨询台等，形式多样，各有侧重。

后期，即五年以后，我们将以公司名义开展一场成果展示会，邀请全国各地国学爱好者或其他国学教育机构派代表来长沙进行一个国学交流会，以后每两年举办一次，并将这个活动的品质与规模逐渐扩大，发展成为世界性国学交流会。另外还将举行一年的游学活动，挑选表现积极、学有所成的学员，公司指派两名经理和两名专业老师一起带队，分时间段在湖南省然后向国内各比较有名的国学教育班“发起挑战”，互相交流。租借湖南省的一些古代流传下来的书院建筑，比如岳麓书院等，在这里教授精品课程。

## 竞争分析

虽然现在的培训机构很多，类似的私塾也有不少，其中以“明伦书院”的实力最强。但这并不代表我们在进入这块市场后就不够能力将自身壮大，相反，正是这样的现状给了我们更大的发展空间。培训机构多，但很繁杂，没有几个真正有品牌效益的机构，而我们的培训内容不仅跟他们的并没有冲突，甚至还有新、奇、特的优点；就同类私塾来说，周边地区确有办学，但这些现代私塾的教学质量和办学管理模式都存在很大的缺陷，这也恰恰成为我们进军突围的优势。说到“明伦书院”，我们的优势也是非常明显的，我们拥有专门的办学场地，完备的教程内容，多样的教学模式，而且

还有一点能说明它不能给我们带来威胁——消费人群不同，我们不仅涵盖了有消费能力的不同年龄层次需求者，还包括了部分贫困但喜爱国学的人群。

## 人力资源管理

在策划方案中，人力资源管理也是我们与其他相关机构相比所具备的一大优势。里面包含了高质量的教职工选拔体系，有效的员工奖励机制，完备的员工福利制度和合理、高效的课程安排。从多方面体现出我公司能有效发挥各工作人员的专业特长及人性化的公司管理制度、企业文化。

## 采购管理

采购费用是我们前期办学花费最高的一块，但是在我们精打细算的安排后，它花的合理、花的值，给我们的办学带来了非常大的经济效益20××年度教育项目策划书。优势如下：

- 1。 清雅、灵动的特色学习环境
- 2。 优质的国学学习氛围
- 3。 精打细算的房屋租赁和装修设计体制
- 4。 齐全的教学设备和后期采购管理机制

## 投资与回报

我们的启动资金是100万，这对于一个国学推广及培训的长期投资来说并不算多。第一年我们公司主要是打开市场，增加知名度，第二年到第三年，是企业资本回流的一个上升阶段，凭借深入的宣传方式，以及预期将收纳更多的学员来作为我们资金回归的手段，预计能收回成本并有一定盈利。到了第四、五年，我们现有教学设备及师资力量已经达到饱和状态，

这段时间是资金积累和扩大。

教育商业计划书模板【第三篇】：艺术培训中心商业计划书

## 第一部分 摘要

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. 艺术培训中心产品状况

1. 主要产品目录； 2. 艺术培训中心产品特性； 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. 艺术培训中心产品生产

##### 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. 艺术培训中心产品标准、质检和生产成本控制；
6. 包装与储运。

### 第三章 艺术培训中心市场分析

- 一. 市场规模、市场结构与划分
- 二. 目标市场的设定
- 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、艺术培训中心产品情况
- 四. 潜在竞争对手情况和艺术培训中心市场变化分析
- 五. 公司艺术培训中心产品竞争优势

### 第五章 市场营销

- 一. 概述艺术培训中心营销计划
- 二. 艺术培训中心销售政策的制定

三. 艺术培训中心销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四. 主要业务关系状况

五. 艺术培训中心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. 艺术培训中心产品价格方案

1. 艺术培训中心定价依据和价格结构, 2. 影响艺术培训中心价格变化的因素和对策

八. 艺术培训中心销售资料统计和销售纪录方式, 销售周期的计算。

九. 艺术培训中心市场开发规划, 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. 艺术培训中心市场不确定性风险

三. 艺术培训中心研发风险

四. 艺术培训中心生产不确定性风险

五. 艺术培训中心成本控制风险

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。

## 教育商业计划书模板【第四篇】：早教中心商业计划书

一、经营目标



根据中心现有的条件和设备，细分市场，寻找适合我中心的目标客户。

## 1、细分市场

低收入家庭：要求学费低，对课程设置及师资要求不高；

中高收入家庭：对早教学费高低不敏感，对课程设置及师资设备要求高，品牌意识强。

## 2、中心定位

## 二、营销策略

具体可以通过以下途径实现我们的营销目标

1、通过针对行业客户的后勤部门进行定点营销；

2、通过一系列促销和体验活动，提高目标客户对产品的认可度这一促销建议尝试社区营销。

## 三、推广计划

第一步，摸底调查，了解市场这个阶段的调查的要求是深入和彻底

2、了解竞争对手的分布情况、营销策略、现有市场份额已经主要客户分布区域和营销手段，找出其薄弱环节，以便重点突破。

第二步，重点宣传，提高知名度

重点区域是指高档社区，重点单位是指我中心有优势的行业用户。

宣传所需物品大体包括了：

宣传活动有很多内容，但大体都离不开对企业的介绍，产品的介绍等，由于行业的特殊性，因此我们在进行宣传的时候更多的应该考虑到吸引小朋友的眼球，最好可以在现场进行简单的互动。在互动的同时要把中心的细节及品管落到实处（通过细节来体现服务的品味和档次，增加中心的核心竞争力，避免同质化经营）。

在充分了解了我们目标客户后，有针对性制定适合他们及他们宝宝的早教方案，用这样的方案配合体验课程来刺激他们的购买欲望。

第三阶段：整合营销，扩大市场份额

第一阶段与第二阶段的工作主要是针对一些很明显的目标客户进行的有目标的营销，而这部分人群也必然是众多竞争对手的目标客户，大家是在同一层面进行竞争，这样的竞争会直接导致我们的利润水平下降，客户分流。但以我中心现有的情况来看，这样的营销手段还是会有一定的效果的，能够在短时间内提升我们的招生人数和品牌在区域内的影响力，但这样的手段没办法形成规模效应，在此时，我们应该考虑进行第三阶段。

第四阶段的营销活动

整合营销也就是借助相关合作伙伴来体现品牌实力，树立品牌形象。

第四阶段：置入式行销

四、整体营销

方可以充分体现对客户端尊重，以及我中心的服务态度，增

加目标客户对我中心的记忆，帮助他们进行选择。

试想一下我如果选择一家早教机构，我会做什么呢？

其次我会考虑一下：

如何形成这样的观念呢？就是把销售融入到中心每个人的心中，这个光靠灌输是没有用的，充分利用现有员工的工作间隙，全员营销，在不增加人力成本的前提下，先行充实销售队伍。任课的老师是最熟悉中心产品的人，他们也有自己心目中完美的课程，可这样的课程是不是适合我们的客户，只有在销售实践中才能知道。给他们销售的指标，销售的奖励，并且规划他们的职业生涯，把营销的理念用销售的方式灌输进去，同时让他们在销售中反思课程的安排，教学的细节。

而一个注重细节的中心必然可以使大部分的客户满意，愿意介绍他们的朋友来，他们也愿意继续来。保持我们的品牌忠诚度和美誉度。

## 五、小结

教育商业计划书模板【第五篇】：儿童教育培训机构创业计划书

### 1、商业计划书概要

公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。

### 2、主要管理者情况

姓名、性别、年龄、籍贯，学历/学位、毕业院校，政治面貌，行业从业年限，主要经历和经营业绩儿童教育培训机构创业

计划书。

### 3、培训服务描述

培训服务介绍，技术水平，的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。

### 4、研究与开发

已有的技术成果及技术水平，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。

### 5、行业及市场

行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。

### 6、营销策略

在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。

### 7、产品制造

生产方式，生产设备，质量保证，成本控制。

### 8、管理

机构设置，员工持股，劳动合同，知识产权管理，人事计划。

### 9、中小企业融资说明

资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。

## 10、财务预测

未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。

## 11、风险控制

项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。

## 12、儿童教育培训商业计划书附件