

2023年水果创业计划书(大全5篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。那关于计划格式是怎样的呢?而个人计划又该怎么写呢?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。

水果创业计划书篇一

民以食为天,水果是每个家庭每天不可或缺也无可替代的生活必需品。

当代人们的生活水平的提高,对自身的身体健康也越来越重视,水果中含有好多微量元素,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。目前,大众消费群体的水果消费途径是由以下两种方式组成集市水果摊、超市。

在校大学生而言,主要的水果消费途径是学校水果超市,他们往往选择时令水果作为主要消费对象,对非时令水果、进口水果等中高档水果的选购相对较少,他们也会在去大型百货超市集中采购的过程中选购水果。不过这种同学不多,相对于外面来说在距离较远对学生购买水果有一定的影响。

学生现在大多数没有自己的收入来源,花销大都从父母那里得到,考虑的经济条件的原因,水果的价格适中。学校的几家水果店,通过自身的调查,大多数学生对水果挺喜欢的、价格相对偏高、水果自身存在不新鲜现象,配送服务、缺斤短两存在一些问题。综合这些问题各方面改善自己的水果店。根据学生的喜爱,在后期的发展利用对水果喜爱增加一下时尚元素果汁、水果拼盘,建立属于自身的水果屋。

我们能够发现，为了顺应市场需求，就需要有既便利、低价又时尚、提供服务品质型商品的零售形式出现，这就是本计划所要研究的学校水果超市的销售形式，也是水果连锁超市的基本定位。

结论：水果屋的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高服务型的水果屋。

对于我们学校来说，学生数量庞大，校内俩家水果超市但毕竟不是专营，因此在价格和质量乃至数量上都有些不尽人意，有40%的同学会选择在校外水果摊位购买，同学们对水果的需求却日益增加，女生相对与男生吃水果的比重高尤其是女生爱美，为了避免发胖，常常以水果代饭、用水果做美容，在这种情下。大部分的同学为了自身的健康都会去选择性的购买水果。

学校里建立一个水果屋的前景是可想而知的，因此，建立学校水果屋是极其必要的。

我的水果屋建立在宿舍，水果超市的建立成本太高，走最低成本的路线，薄利多销的原则，客流量人相对比较小，离宿舍近方便同学们亲自挑选水果、同学们比较方便，利用好宿舍仅有的空间，各种水果分门别类排列，以便顾客挑选，有三台电子秤，减少了同学们排队等候的时间。每栋楼大约600人，专注潜在的客户，高标准的服务。

创新的销售，加入电话、网络等方式订购水果，提供上门送货的服务，以新颖的方式吸引同学们的兴趣，以此增加销售。

每天傍晚我们会把没卖光的水果低价处理，保证水果的新鲜度、争取让同学们每天吃上新鲜美味的水果，夏季临近，若有腐烂变质的水果会马上处理，坚守诚信，以保证同学们健康为重，争当星级小店！

我店内的产品均是从水果批发市场进的新鲜时令水果，价位中等合理，若是同学们有需求，完全可以单独为他(她)进一些昂贵的非时令水果，总之，一切以同学们的需求为首位!根据每个季节会选购时令水果，坚果类、核果类、浆果类、仁果类、柑橘类。目前是夏季，主营：西瓜，杏子，圣女果，桃子、菠萝、西红柿，桃子，樱桃，甜瓜，黄瓜，香蕉等一些清热消暑果疏。

作为校内一家水果屋，本着“诚信开店，服务同学”的宗旨，要把我的“天天水果屋”做到校内熟知，每天剩余水果不超过当天进货量的百分之十。

1、发展前期

01. 考虑到自身场地、资金、创业的风险、人员、人脉等因素先会对学生宿舍进行考察，进行试点的展示，会选择俩栋宿舍楼进行，会选择一栋男宿舍楼和一栋女宿舍楼进行，会选择夏季热销水果品种10中，销售的缘故起初刚开始以防囤货、水果的不新鲜，进货选择保守型每种20斤。

03. 团队问题的协作，关于盈利采取平摊。

04. 在水果批发市场对水果的选购，与商家进行谈判，让卖家有最大的让渡，买家以最低的成本，友好的合作关系。

05. 对每个试验点进行水果器具和电子称购买。

06. 建立自己的一个微信平台，每天进行水果的展示。

07. 利用现代信息的传播，利用微信□qq□微博、贴吧、进行宣传单的发放。

2、发展中期

01. 随着水果的销量，对水果每天的销售量进行估计。对资金的积累和宿舍水果屋的扩大、水果品种的增加。

02. 确实销量不错，会进行扩大，场地的限制会采取存放在隔壁宿舍，利于对水

果的选购和管理，采取租赁的方式或一起合作的方式扩大资金链。

03. 推出新的水果方式，像订购牛奶一样每天对订购者进行配送，

04. 聘请配送人员。

05. 完善自身的信息平台，网上付款，线上和线下相结合的模式。

3、发展后期

01. 会增加一些果汁等饮品，现榨现卖的方式。

02. 推出一些水果拼盘的形式。

03. 水果篮，水果组合，从颜色，营养价值进行搭配。

4、促销计划

01. 在节假日、周末特别是开学时推广一些优惠活动，争取一些固定客户。满多少减几块的等优惠措施、派发一些宣传单，让大家对天天水果屋有大体了解。

02. 加大对自己店铺的宣传，在校内有知名度。进行一些积分卡，会员卡等长期优惠措施，这样，回头客一定越来越多。

03. 推出多种实惠套餐，组合购买

04. 确保水果的不囤货，水果的不新鲜当天晚上对水果进行低价出售，尽量保证当天水果全部卖完不囤货。

5、价格决策

水果平价，与市场价格持平。都能让大家接受。这里的价格战指的是晚上的比早晨的便宜，天天有优惠。买的多送的多实惠，有优惠卡、会员卡的有折扣优惠，总之，同学们一定会喜欢的。

6、销售模式

线上模式与实体店相结合，预售、上门送货服务、来店购买

1. 通过电话□qq□微信的订购，尽快的配送
2. 随着逐步完善，网上订购，进行配送
3. 接受网上或电话预定，满足客户订单要求。

创业团队的人共同管理，少数服从多数的原则

管理体系扁平化，团队多沟通

店员若干名：兼职，轮流工作。

送货员一名。

会计一名，记账

作为校内一家平价的水果店，本着“诚信开店，服务同学”的宗旨，要把我的“天天水果店”做到校内熟知，每天剩余水果不超过当天进货量的百分之十。

水果成本：#元

保鲜成本：#元

员工工资：#元

宣传用金：#元

其余：#元

总支出：#元

1、风险分析

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！

水果创业计划书篇二

本创业计划书是关于在大学院校内开设水果店的方案。其主要业务是销售日常新鲜水果，目标市场是在校大学生，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。但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。总体战略目标是：“立足学校，树立品牌，步步为营，扩大声誉，走向成功”。

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。随着大学校园的不断发展，使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，只不过要出外面买，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，特别是女孩子有些人可以把它当饭吃。水果店进入门槛很小，投入很少就可以开业，所以从理论上讲，开设水果店的基本条件已经具备。

为了适应市场需求，就需要有既便利、低价又时尚、提供高品质商品的零售形式出现，这就是本计划所要研究的学校水果店的销售形式，也是水果连锁店的基本定位。

结论：学校水果店的市场定位是——低价、便利、时尚、诚信、高品质。

随着社会的快速进步，经济的不断发展，人们的生活水平也在发生质的改变，特别是对营养方面更为注重，而日常生活中水果已成为消费中必不可少的食品，每种水果都含有不同类型的维生素，从胜利角度来说，不同维生素的合理搭配及相互补充可以更好的促进人体新陈代谢，有利于身体健康，反之，如果搭配不合理也会造成副作用，所以在食用时须有科学的选择，如：樱桃、菠萝、杨梅和梨可治糖尿病；灼烫宜食用十字和句子，流感虚寒吃葡萄，健胃补脾吃红枣，润肺乌发用桃核，肺气喘吃枇杷，化痰则需要吃生梨柑橘等等。大多数消费者只知道水果具有保健作用，但并不清楚各种水果的具体功能，也没有意识到不同类型的人适宜吃何种水果，

买时具有很大的盲目性，而这种盲目性则不利于食用者的身体健康。

针对这种状况，我们店将专门聘请营养专家对这些水果进行分类归总，并合理的搭配，调配出人们所需求的营养，以便消费者购买。

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。

目前校内水果的市场基本上为空白，虽然有的学校有一个小水果店，但不成规模，没有发展愿望，根本不具备竞争力。

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

工作繁忙的老师的的水果消费。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。

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，容易找到大学生的心理诉求点。这是最重要的优势；离宿舍近、购买方便快捷、需求市场庞大、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。

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。

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。

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；由于开水果店的成本小，硬件要求低，进入市场难度小，所以这也给了我们一个很大的尝试机会。

如果营利状况良好，就很容易被效仿，竞争激烈，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，所以很可能被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。

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，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，自己的风格。

目标市场：在校大学生、在校教师，周围的商家、居民；

价格：采取渗透定价策略，以低价吸引顾客，迅速占领价格市场；

产品定位：大众型，经济型，便捷型的服务。

水果的推广：配合健康日，和一些学校的协会合作，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：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：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”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；我们一起飞，自由地飞，我们追求一种自由洒脱、健康相随的生活。

水果创业计划书篇三

社区水果超市。即在社区的居民达到5000个家庭(每个家庭3人计算)的小区建立水果超市。

随着居民收入水平的提高，对果品的消费需求呈增长趋势。我国目前人年均果品占有量约为45公斤，与健康标准要求70公斤还有不小的差距。

- 1、创业者的需要：进入门槛低，很小的投入就可以经营。
- 2、新颖的销售方式：开放式的自选。
- 3、多样的服务项目：提供组合包装箱，以及在店内介绍各种水果的特征和适合食用的人群，引导健康消费。

1、给顾客全新的、放心、保证质量和便宜的放心消费地点。更多的顾客选择去超市购买水果，超市的水果不管是从产品外观、产品质量、分量上都可以让消费者很放心。并且开放的自选方式可以让顾客有更多的挑选余地。对于社区水果超市，采用统一装修、统一店面布置、统一采购、统一配送，并且全部产品都经过清洗、分级、包装后再进行销售，以给予顾客心理上的满足。

2、独特引导消费。现在的顾客购买水果，完全是凭借自己的口味和喜好来选择水果消费，而忽视了水果本身的特性和适合食用的人群。作为一个水果零售商，责任就在于要教会大家如何合理地消费、食用水果。针对在这方面，拟在店面张贴每种水果特性的海报，内容包括适合食用水果的人群、水果好坏等级的鉴别方法等，进一步引导大家健康地消费。

3、提供多种多样的服务来针对不同的消费群。市民消费水果一般会分为自己食用和送礼两种。针对送礼人群的心理及包装需要，我们可以专门设计些可折叠或组合的不同容量包装，有偿提供给顾客。也就是说，顾客可以随意组合、购买水果。购买完后如果需要包装盒，只需要交纳一定的包装费，就可以得到店内的包装盒(拟分为祝贺、探望病人、看望亲戚等几种)，并可以得到贺卡一张。这样，既让消费者明白消费，免去了在其他商家处购买的昂贵礼品装水果，又可以保证质量。

在社区开水果店不能盲目为之，在开店之前首先应该对你所在的市场进行一个充分的考察。也就是要对周边的环境和自我经营的定位有一个清醒的认识。

包括小区里住的都是什么类型的住户，哪些是你的目标顾客和潜在消费者，他们的购买能力和消费意识如何，在小区里面和店面周边还有没有类似的店铺等等，这些在开店之前都应该要清楚。

开在社区里的水果店，虽然时间长了就会被小区里的居民知道，但是要吸引他们进店消费，也还是要不定期进行一下店面宣传。宣传方式有很多，给大家列举一些：

- 1、社区的水果店进行宣传活动的時候，可以邀请有代表性的人物到店里捧场，如居委会主任、街道办等相关人物，这样能快速在小区内打出自己的知名度，甚至还能树立起“权威性”。

- 2、免费品尝新品。当某一新水果上市时，不管是不是你的目标消费群体，只要是小区的居民，就可以尽可能多的邀请他们来品尝，除了能扩大店面的知名度外，也能加深他们对新品的兴趣和印象，也是引导消费的一种方式。

- 3、在社区里开店，老人和小孩都是不能忽视的群体。要懂得讨孩子的欢心，经常准备一些小礼物给小区里的小朋友。有些家长可能会觉得孩子收了礼物不好意思，就来你的店里买点东西当作“回馈”。喜欢孩子就是尊重大人，会让小区居民对你产生好感，有一个良好的印象，即使不能增加盈利，营造一个和谐相处的经营氛围也是非常必要的。

- 4、积极参加社区活动，尤其是带有一些义务性质、公益性的活动。把店开在社区里，你就成了社区的一份子。社区的活动应该积极参加，在这样的活动中能够尽快的和社区的居民熟悉，也能够让居民知道你的店铺。

而你的一言一行不仅代表了你自已，也代表了你店面的形象，所以在社区活动中要注意自己的言行举止，不是为了宣传店铺而摆摆样子，而是要真正的融入到社区活动中，表现出真诚和责任感。

在小区开店最重要的是要为小区居民提供方便，能让居民不出家门就能买到自己需要的东西。因此，虽然是水果店，但是不应该把自己的产品局限在水果产品，一些居民日常生活需要的东西也可以作为店面的常规产品。

除了产品之外，社区水果店也可以提供水电费代缴服务，以此来吸引小区居民成为你的顾客甚至常客。此外，社区水果店内的进货品种和产品在定价上要符合顾客的心理。同样一件东西，如果在商场，顾客会觉得掏钱买的是质量和品牌，而在小店可能就不愿意花这个钱，购买心理上总是“有些不踏实”，所以在社区的店铺一定要注重产品特色和布置品味，在店内为顾客提供一些额外的服务是不能收费用的。

例如：在社区开店要多观察，多用心，对常来的小区居民要留意他们的消费习惯和喜好。要善于沟通，勤于交流，跟小区居民和谐友好地相处，用自己的人品和产品给小区居民留下一个良好的口碑和印象，这是十分重要的。

另外，除了以上内容，在社区开店更要留意的是安全问题，安全意识要更加强烈。除了常规的消防安全防范，在店里常备灭火器材，还应考虑到一些意外状况，比如社区里有小朋友、老人意外跌倒擦伤等状况，可以在店里常备药箱。

在社区开店，辐射范围有限，那么就要思考如何在这有限的范围开掘无限的商机，就要精耕细作，在产品和服务的深度性上下工夫。

水果创业计划书篇四

社区水果店的建立：在社区的居民达到3000个家庭(每个家庭3人计算)的小区建立水果店。

市场分析

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果85公斤相比，国内人均消费才刚到其一半。通过对大多家庭的调查，80%的3口之家每月消费水果的金额在80元以上。10%的家庭消费水果在50-80元之间。只有10%的家庭消费水果在50元以下。

我国目前人年均果品占有量约为45kg□与健康标准要求(70kg)还有不小的差距，与发达国家人年均消费水果(80kg)的水平相比差距更大。若考虑到未来人口增长因素，按照健康标准计算，全国果品消费量将达到11550万t□

选择理由

行业的需要：中国缺少水果的销售大户；

创业者的需要：进入门槛低，很小的投入就可以经营；

全新的销售机会：只有水果连锁店还是空白，而其它行业连锁店都处在微利竞争状态下

新颖的销售方式：开放式的自选

竞争对手

1消费者观念的转变：消费者能否接收这种新鲜的水果购买方式，由于其它购买水果的传统场所在消费者心中已经形成了习惯，所以要在短时间内改变消费者的购物观念，让其接受这种商业形态。

2大型连锁超市：大型连锁超市开始经营水果已经很长时间了，这说明水果消费在百姓的日常消费中已经占有了一定的比例，也同时说明了市场的广阔，这些商家也很看好这块市场。大型连锁超市的优势在于采购量较大，采购成本较低，客流量较大，购物环境比较好，产品质量和份量都有保证。

我们的优势：我们的水果连锁店的开展，联合果汁企业的采购优势和物流优势，在采购成本上一定会比其低。并且我们的由于把店面开在社区，在招聘一些下岗工人，争取点政策支持。并且我们的购物环境、信誉度和价格都可以和大型超市抗衡。并且我们会提供榨汁服务、水果的宣传介绍、礼品的包装盒等服务相信都是大型超市所没有的。

还有就是可以和一些中型的连锁店合作，例如好又多超市，我们可以和其商谈，把其水果项目承包下来，在其超市中开个店中店，付给其承包租金和销售利润分成。对方节省了采购费用，和经营风险，利润却同样可以保证，我们则增加了销售和展示的窗口。

3农贸市场：一般是以露天的形式出现。由于摊位租金便宜，所以其价格可能会有点优势。但其购物环境、产品服务都没有，顾客也没有什么挑选余地，并且在质量和份量上都不很牢靠。

我们的优势：一般人们去农贸市场都是去买些日常食用的粮食和蔬菜，所以在购买了大量的其它产品后，一般不会在购买很多水果，因为购买东西太多和太重都会对其行动形成不便。而我们的水果店一般都开在社区附近，这样方便了居民购买水果。相信谁也不愿意走20分钟去买个西瓜在抱回家，大家购买这类水果更愿意在离家较进的地点购买。

5对于追随者：由于店面布置和销售方法都是可以复制的，所以相信在水果店引起消费者重视的时候，会有一些追随者出现，但只要我们把资源(采购、物流)整合起来，相信我们的

价格和服务是别人无法追赶的。并且我们对于追随者可以权其加盟我们。

问题与风险

(1) 如何降低成本：

(一) 采购成本：采购成本和销售量有直接的联系。但创业开始我们不会有太大的销售量，如何降低采购成本呢？其实我们只要找到合适的合作伙伴，相信这个问题就迎刃而解了。创业开始，我们可以找一家果汁生产企业投资入股。对其的吸引点是，其不但拥有了公司的股份，还可以拥有公司未来3年内所开店的店名命名权(如连锁店命名为“汇源”水果连锁店)及在店的门头上加入该企业商标。相信如果连锁店开到100家，光店面门头的广告宣传费也不会少于100万/年。并且大家联合采购也可以降低其企业自己的采购成本及运营成本。我们得到的好处则在于：我们一开始就在采购成本上有优势，并且我们还可以利用其仓储、物流的优势来降低成本。从而达到了双赢的目的。

(二) 运营成本：这直接关系到产品的销售价格。我们除了店租便宜外，大量招聘下岗人员，争取政策的优惠也是方法之一。

(2) 如何吸引消费者的关注开业初期，可以通过居委会、物业公司等途径把开业宣传单还有一些优惠的海报发放给小区居民。

(3) 如何让消费者选择我们提供的商品：1良好的形象2良好购物环境3有竞争力的价格4多重的促销活动5多种多样的便利服务措施。

(4) 如何争取更多的资源来赢得更有利的竞争力

(1) 合作伙伴的选择，可以选择一家果汁企业来持有公司股份。这样公司就可以借用其采购成本的优势、仓储、物流的优势。

2) 争取政策的扶持。大量的招收下岗工人，在税收和房租方面争取更多的政策扶持。

(5) 损耗问题：水果的损耗是最难控制的。因为其关连到产品的采购、仓储、运输等各个环节。并且水果是不太容易量化的产品，只能按金来计算其价格，而没有单个产品的单价。所以控制起来要比其它商品有点难度。在这方面，我们会给每店一定的损耗比例，并且损耗度和单店的利润是挂勾的。同时也是和店员的收入直接挂钩的，通过这样来控制损耗度。

6气候条件：也是决定水果价格的主要因素，好在现在可以从某些机构了解到明年的气候预测，这也可以根据气候条件来判断水果的收购价格。

市场营销计划

单店推广：

(1) 开业之初在水果店辐射范围内的居住小区发放宣传单吸引小区居民。

(2) 推出积分卡活动，吸引社区居民前来消费。并可以推出购买一定数量水果送榨汁机等活动。这样反过来可以带动居民变吃水果为喝水果，增加水果的消费量。

加盟事业部的推广：

(1) 参加一些连锁加盟的行业展览，把店面直接布置到展会上去，并在水果上(如：橙子)上印上企业的联系方式，发放给参观人群。这样既有新意，也更能吸引别人的关注。

(2) 在一些创业报纸或杂志上用文章介绍加盟事业和水果行业的前景，吸引加盟

(3) 召开推广会，邀请一些水果摊的老板参加，介绍我们公司的加盟和给其配送的政策和优惠条件。

水果的推广：配合健康日，和一些健康机构及水果行业协会联合，展开些街头的健康讲座和咨询。推广水果对健康的知识。

产品、市场、利润分析

一产品定位：连锁店的开设在目标人群为3000户人家的社区。

消费水果50元以上的家庭占10%。按消费65元计算，消费金额为19500元

消费水果50元以下的家庭占10%。按消费35元计算，消费金额为10500元

社区人群月消费水果总额：22.4万元

以水果店占社区水果消费35%计算，月销售额为：8.94万元。

(2) 社区水果店的开设，会大大方便老年人的水果购买以及一些工作繁忙人士的水果消费，相信这一快可以增加15%。又根据调查，80年代以来，我国水果消费结构出现了一些变化。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。这种趋热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。预计今后几年，随着消费结构进一步趋于合理化，水果消费在我国整个食物消费中的比重将呈现稳中略升的趋势。这部分也可以带来一定的增长。这么计算，水果店的月营业额预计可以达到8.94万元。

市场份额分析：

1消费人群：主要定位在离、退休人员或时间充足，掌管家庭采购权的人群。由于他们有时间，所以全家的采购一般都是由其来进行。但由于年龄原因，决定了他们不可能去很远的地方，并购买很多很重的水果，所以社区水果店最方便其购买水果，同时南方一些已经赢利的水果店的选址也都在社区周围。

2次定位人群为工作比较繁忙的白领。由与工作的繁忙，以及工作的压力，其更注意自己的身体健康，同时也是由于平时工作忙碌，没有什么时间去超市或农贸市场，所以开在社区的水果店可以让其在上、下班的时候很容易购买到水果，同时也起到了提示消费的一个作用。

3由于以上几点原因，我认为我们会占到社区水果销售的30%的市场份额。

水果创业计划书篇五

我叫杨洋洋，现在就读重庆工商大学派斯学院管理学院工商管理专业。马上就要上大三了，时间要比大一、大二时充分很多。所以现在很适合创业。

1、企业名称

开心水果店

2、企业性质

私营合伙企业

3、企业所提供的产品或服务

提供自动榨汁服务。提供组合包装箱，及在店内介绍各种水果的特征和适合食用的人群，引导健康消费。

1、目标顾客

主要针对重庆工商大学派斯学院全体师生及周边居民

2、竞争对手

优势：经营时间久，有很多老顾客，能经得起价格战。

劣势：服务态度不好，不能提供各个季节的水果，经常不能吃到新鲜水果。

本企业？

优势：提供多样服务，对各个季节的水果都有销售，所有水果保证新鲜可口。大学认识同学多，在一起上课的时候可以多宣传，能在第一时间内了解到学生最想吃到的是什么水果，同时也可以及时得到反馈信息，提高服务质量。

劣势：大学生创业社会经验不足；创业资金短缺；发展速度慢，市场很容易被抢占。

3、市场容量分析

通过对大多学生的调查，80%的学生每月消费水果的金额在80元以上。10%的学生消费水果在50-80元之间。只有10%的学生消费水果在50元以下，而派斯附近的水果店也是屈指可数的。可见，在派斯附近开一个水果店盈利的机会还是蛮大的。

4、市场营销策略

目标市场：在校大学生、在校教师，周围的居民；价格：采取渗透定价策略，以低价吸引顾客，迅速占领价格市场；产

品定位：大众型，经济型，便捷型的服务。