

2023年创新创业项目需求计划方案(优质7篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

创新创业项目需求计划方案篇一

母婴产品是现在市面上非常热销的一种产品，是所以新生婴儿的生活必需品，随着我国人口的不断增加，婴儿产品成为市场上需求量非常大的一个行业，开一家这样的店是否盈利很关键。首先得了解婴儿行业的发展趋势。

趋势一：婴幼儿奶粉行业格局发生变化，国产品牌形象重塑任重道远。

受到事件影响，伊利已经从婴幼儿奶粉消费量第一的位置退居到第二的位置。伊利现在正处于市场恢复期，消费者的信心也在逐渐回升。但消费者对于奶粉等食品安全造成的影响仍是心有余悸，这种背景下，人们出于慎重考虑，消费时仍会倾向国外品牌；国外品牌也可能就此发难国产品牌，同时国外品牌将会进一步加速在中国的战略推广和布局。

趋势二：婴幼儿服装三四级城市争夺成焦点。

婴幼儿服装市场经过多年的发展，一二级城市的婴幼儿服装市场已经成熟稳定，在一二级城市中婴幼儿服装消费的品牌已经有了较高的集中度。中小品牌想要进入一二级城市并夺得一定的市场份额已非易事。而三四级城市除了好孩子品牌服装消费较高外，其他品牌服装的消费程度相当。三四级城

市已经成为众多品牌争夺的焦点。

趋势三：网络将成为针对母婴人群的重要宣传销售渠道。

80后的母婴人群有着其显著的媒介接触特点，与网络的接触更加频繁。网络所提供的快速、便捷、高效，被他们广泛认可。低龄婴幼儿家庭出行不便，而通过网络能够减少出行，从而减少各种安全隐患，因此在低龄婴幼儿家庭中网络的接触更加频繁。从发展趋势上看网络接触相对电视接触保持着一定的优势，而且这种趋势将会扩大。因此网络将成为针对母婴群体重要的宣传和销售渠道。

一、母婴店创业计划书之项目背景分析

随着时代的发展，网络店铺、网上创业成为这个时代的热门话题，淘宝、易趣上无数的店铺显示着网络店铺的兴旺，而庞大且正不断增长的网民群体为电子商务提供了巨大的市场潜力，网络店铺的优势是非常明显的：投资小，运营费用极其低廉。一个面向全球的、24小时、一年365天不间断营业的店铺，辅助以qq旺旺、手机等现代通信方式和发达的物流配送体系，作为大学生，我认为应该抓住这个机会，尝试自己在网上开店，不仅是为了实践自己的专业，更是对自己在社会上的一种磨练，目的是为了能够更好地锻炼自己，可是在锻炼中无形累积了自己的财富。

二、母婴店创业计划书之环境背景分析

在迎来黄金时代，无疑会给母婴产品带来无限商机。2008年的新生儿人口将增加2200万。未来5年，中国又将迎来新一轮的婴儿潮，引爆母婴用品市场新一轮“淘金潮”。随着现代母婴用品的走俏，许多商家都把目光瞄准了母婴用品市场，母婴用品的市场价值不可估量。目前国内平均每名母婴每年在用品上的花费大概是400元，国内3亿多母婴中，8000万城市母婴每年在购买用品上要花掉320亿元，再加上2.5亿农村

母婴的用品消费，每年国内母婴的用品消费在500亿元以上。估计到2014年，中国母婴用品年消费额有望超过1000亿元。强大的数字蕴含着母婴用品的巨大市场，巨大的市场必然蕴含着巨大的商机和强大的利润空间。 母婴用品行业在国外发达国家早已属于成熟产业，各种商品琳琅满目，各种儿童及孕妇的产品和服务都已具备，按市场发展必然规律及我国一系列的政策倾向(如计划生育、优生优育等政策)母婴用品行业也必将在我国市场迅速崛起。我国母婴用品市场领域急需一个品牌化，专业化和实力化的企业来开发和壮大。

三、母婴店创业计划书之行业背景分析

据权威调查显示，中国0至6岁婴幼儿用品市场的远景容量为5000亿元。 有关专家指出，婴幼儿用品产业将是我国一个新的经济亮点。有关专家预测，中国已开始进入一个新的人口生育高峰期，在2016年以前，人口增长将保持在每年1600万至2000万的水平，将出现一个庞大的需求群体。中国社会科学院一位社会学家分析指出，与前几个高峰期不同的是，这个生育高峰期的主要群体是改革开放初期出生的一代独生子女，在经济社会不断开放的环境中成长，他们的思绪方式、受教育程度、生活观念以及消费观念和父辈差异很大。这决定了他们在孩子成长的花费方面表现出两个特点：一个舍得花钱；二是花钱趋向越来越重视婴幼儿的素质教育，从而带来一个全新的婴幼儿用品市场。

这个全新的婴童用品消费市场潜力到底有多大?有研究显示，按照目前新生儿的出生数量进行累积计算。0至6岁的婴幼儿数量为1.08亿。以平均每个孩子花销5000元进行概算，0至6岁婴幼儿用品市场的远景容量为5000亿元。统计显示，中国每年出生的城市新生儿为350万，一年消费总额大致为300亿元。

的确，中国婴童产品市场的发展潜力极其巨大。据中国童装协会统计，目前我国年产童装46亿件，占全服装总产量的

近10%，国内共计消费童装21亿件。全国年童装消费约400亿元，占全国服装总消费的近7%，占全球童装总消费的3%。

再者，社区儿童服务业在国外发达国家早已属于成熟产业，各种商品琳琅满目，各种儿童及孕妇的服务项目在社区中都已具备，按市场发展必然规律及我国一系列的政策倾向(如计划生育、优生优育等政策)也必将在祖国大陆市场迅速崛起。

一、实用性品牌专营严重空白

在国内孕婴市场尚未形成的过渡时期，除少数大型商场、专卖店外，几乎没有具有品牌效应的专营店店面，一些地方仍将孕婴用品随同百货用品销售，这样既不方便购买，又缺乏安全感；而类似集中经营婴幼儿用品的经营店却又无严格意义上的品牌。因此，市场急切呼唤既具有品牌价值，又具有品质保证，且能适应消费需求的品牌专营店。

二、购物地理环境局限性大

体一般活动不便，对安全性要求特别强，这是这两类特殊阶层消费的共性。故而那种交通便利，接近社区服务，且环境优雅的购物场所成为消费者的急需。市场上的孕婴用品多在大型市场和购物中心，不便于消费者消费。于是，消费者在出于安全及品质的双重的需求下，对出现在家门口、接受社区服务的专营性品牌店尤为渴望。

三、缺乏综合性，结构相对单一

孕婴用品涉及行业广泛(服饰、塑胶、轻工、电子、医疗器械、钢材、纸品数十个行业)，且市场较分散，缺乏统一的机制规范整个行业，所以品牌规模的营造成为业内发展的方向。同时，现在品牌店仅限于用品、服饰两类商品。而像日用品、起居用品、孕妇的特殊用品、工艺礼仪、美术品几乎为零。

四、现有产品价格体系不合理

目前，孕婴产品呈现两个极端：一方面，进口产品过高的价格令普通消费者望而却步，一个童车的价格动辄九百甚至几千，赶上一辆山地车的价钱；另一方面质低价廉的产品又不能适应广大中层消费者的需求。中端产品在中国是个空白。消费者呼唤适合中国市场大众化的中端品牌。

一、母婴店创业计划书之市场潜力分析

理性消费者的增多增强了对品牌消费的需求。随着现在婴儿父母的年龄下移（以3岁之前儿童为限，一般为25-33岁）、知识文化的提高、健康意识的增强，加上他们在孕婴育养的专项知识上却严重缺乏，促使他们需要借助更多、更全的护理用品。

特殊人群的消费决定了安全第一的消费行为特征。孕、婴是人生中健康最脆弱的两个年龄段，国家投入大量精力进行优生优育宣传使现代父母对用品的卫生条件要求近乎苛刻，但市场上大多常用品（如奶瓶、奶嘴）的销售点如同杂货摊无安全感。

孕、婴、童相关品的市场需求不断增大。“婴用品=奶瓶+尿片”的陈旧观念的统治时代随着人们文化水平和生活水平的提高已经逐步终结，伴之而来的是对多功能、多样化的产品及服务的需求，孕婴用品对现代年轻的父母而言早已归为必需品之列了。

计划生育的政策刺激了高消费群的迅速扩军。我国数十年的计划生育政策，使孩子宠居成为家中的“小皇帝”，是全家人围绕的中心。据《南方周末》载的市场调查显示中等城市的新生儿每年消费在0.6-1.8万元之间。

群体消费优势显著：消费者虽然是孩子，可具有决定购买权

和购买力的人却有6人之多，如：父、母、爷爷、奶奶、外公、外婆等。

喜庆型消费心理加传统礼节为市场繁荣推波助澜。孩子的出生对一个家庭来说，是一件大喜事，消费起来也就显得格外的大度。另外，中国的传统礼仪文化也繁衍出大批消费群体。如同事、同学或邻居的小孩出生、生日(满月、周岁)等都必须送上一份礼品。

综上所述，一方面，孩子是一个家庭围绕的中心、既是父母的希望又是他们的精神寄托，随着年轻而又有着高文化素质父母为主的消费群体的增多，凭其前卫的消费观念、强烈的健康意识、强大的消费实力，对于婴幼儿相关品的消费要求也越来越多，传统的婴儿用品专卖店也逐渐不能适应消费者的要求。

二、母婴店创业计划书之市场现状分析

1、社区中“四位一体”型的婴幼儿服务专业广场尚属空白

在社区中同时具有品牌、规模、个性及服务为一体的婴幼儿专业广场尚属空白，有的只是个体户色彩浓厚的所谓的婴儿用品专营店，这些规模过小、销售方式呆板、商品以杂牌无序拼凑为主、管理多为家庭化、安全感极差、服务较少且功能单一的店，与现在具有时尚消费观念、高素质型年轻父母居多的新兴社区的消费需求已显得格格不入，在品牌的信誉保证下的、具有集衣、食、居、行、穿、教、玩、乐“一站式”综合消费为一体的婴幼儿商业单位尚属空白。

2、购物地理环境局限性大

孕婴用品的主导消费者(除礼品性商品外)为怀孕6-10个月期间的孕妇(准妈妈)和新生婴儿的新妈妈这两类特殊阶段的特定消费群，消费的共同特点为：行动不方便、对安全感需求

特别强，所以她们希望能在交通便利且人流不拥挤的安全环境下购物，而现在的品牌专卖店大都依附大型商场或购物中心(以店中店的方式出现)。经调查绝大多数的店中店设在人流不断、拥挤嘈杂的商场的楼上，有的商场设在四楼(如武广)或更高(如中广在七楼)，以至消费者在出于安全及品质的双重因素下购物具有很大的局限性，而对出现在家门口的专卖性品牌店愈加渴望。

3、销售方式单调、滞后

母婴用品卖场的销售仍采用传统的坐店销售模式，传统方式接待顾客。单调、滞后的销售方式造成市场终端呆板，产品滞销。由于母婴消费品群体的特殊性，该行业需要社区递送服务、人性化服务、便利式营销、亲情式营销等主动销售方式。只有新兴的模式才能为该行业注入新鲜的血液。

三、母婴店创业计划书之市场前景分析

市场区格正在创建之中，事业机会前景广阔。

目前，孕婴用品及孕婴幼等相关人群的服务业在中国的出现距今仅仅只有数年的时间，市场尚处在启蒙阶段，虽然行业竞争逐渐增多，但市场区格仍处在创建整理之中，服务内容单一的高档品牌店及低档的“杂货铺”型店居多，所以发展“一站式”社区高档的婴幼儿服务机构事业前景广阔。

随着互联网的发展，各种网上商城，母婴社区，网店运营而生，既调查，专业的母婴商城圣少，但随着电子商务的市场的成熟，越来越多投资商瞄准了这市场。

孕婴服务是永远的朝阳产业，具有无限广阔的市场“钱景”。最有经济头脑的犹太人就以“赚女人和孩子的钱”为至高准则。现代生活对多功能、多样化、高技术含量的产品和完善、人性化的售后服务、专业指导的渴求与日俱增。计生政策的

实施与老龄化的社会现状，使得孕妇、婴幼儿既是年轻夫妇关注的焦点，又是老一辈人疼爱的核心。孩子是父母的希望，民族的未来，“望子成龙，望女成凤”是天下父母的普遍心态，尤其是目前“6+1”（父母+爷爷奶奶+外公外婆共同抚养一个婴儿）的养育模式，使母婴市场具备了巨大的市场潜力。当前的“小皇帝”、“小太阳”现象都说明，孕妇、婴幼儿是两代家庭消费的重点。

这两项增长率对市场的影响不可小觑。

自2006年开始，中国进入了第四次的人口生育高峰，每年新增宝宝数量在2000万左右，高峰期将会持续到2015年。80后是人口生育的主力军，他们大多都是独生子女，现如今也逐渐开始进入为人父为人母的年代了。粉嫩嘟嘟的小婴儿是父母心头的最爱。“以前养小孩大都是‘放养’，而现在养一个孩子真是太精细、太不容易了。”我们常常能听到周围有不少人这么感慨。“婴儿潮”为中国经济的发展提供了强大的动力，且在最近前后十年来国内婴儿用品都会有一个稳定且数量不断增长的目标消费群，因此也带动了婴儿用品产业的蓬勃发展。

小型投资加盟在选择妇婴用品加盟店创业之前，对于投资资金一定是要有所了解的，下面，关于妇婴用品加盟店创业投入费用就来分析一下。

开妇婴用品加盟店首先你要去工商局注册，这个在2000内（加你开销），在这之前你要在银行开户，存入至少3万元，再去找验资公司验资（1000以内），这个钱以后可以用。完了拿验资报告去工商局办理注册登记。

小型投资加盟房租自己算，铺货得5-6万，周转资金2万，当然，这只是大概的估计，还要看你具体开店面积，另外还要看你是不是加盟，妇婴用品加盟店创业还需要加盟费或者押金。加盟店：一、现在的家庭大都是一个孩子，随着老龄化

的到来，一个孩子就有四个老人疼爱，再加上亲生父母，真的是生在了蜜罐里。老人孩子一个劲的想让世上所有的好东西都给自己的孩子。于是，买婴幼儿产品的时候，为孩子买的用品皆为上上品，更别提孩子父母买的东西了。老人只知道买贵的，而新妈新爸则是既买贵的又买品牌的。而个体母婴用品店往往只进一些便宜的没有质量保证的产品，因此，满足不了新生代婴幼儿的家庭需求。而加盟店则是品牌与质量皆为口碑产品。在品牌上个体店就已经失去了竞争优势。

二、母婴用品加盟店更显档次：面子问题是很多年轻夫妇看重的东西，在个体店和加盟专卖店面前，更多的顾客会选择进加盟店。因为加盟店的装修看上去既有品位又有档次，装修上也是很独特，进店会给人一种如沐春风的感觉。并且，加盟店的员工着装统一，都是通过培训而来的，为顾客讲解产品知识时会更加的专业。而个体店则是凭着自己的三寸不烂之舌来说动顾客的，真正的懂得产品知识的店家并不多，这样的店面又怎么能够吸引顾客呢？母婴用品加盟店实体店的一个好处就是见效快，客户看到实实在在的商品在那里，开实体店的一个重要问题是店址的选择，繁华地段客流量大，但租金高，租金低的地方客流量小带不了多少生意，开在生活区附近提高定位可能有难度。

开母婴用品加盟店一个店面最少面积不能少于30平米，低于30平米的店面是很容易出现竞争对手。

创新创业项目需求计划方案篇二

diy&love 好吃屋

组员：杨琦、范智勇、王泽龙、陈辰、陈沛霖

策

划

书

二零一三年六月十日

diy&love 好吃屋创业计划书

(1) 经营目标

(2) 经营宗旨

1、质量宗旨：要求产品各项指标均高于国家标准，按国际一流质量组织生产。主要产品指标实测值均优于发达国家平均水平，要求产品质量让所有消费者放心。

2、服务宗旨：用户永远是对的。认定用户是衣食父母，承诺对用户真诚到永远。做到服务要真实地介绍产品的特性和功能，通过耐心地讲解和演示，为消费者答疑解惑，尽量使用户心中有数，使用户在购买中进行比较与选择，同时为用户提供个性设计服务。

(一) 行业前景

diy&love 好吃屋创业计划书

来越多的人在送礼物之前会愁眉不展，如何送出有意义的又在自己的经济能力范围之内的礼物让不少人犯难。我们致力于推出一系列的温馨人性化的产品来解决年轻人的难题。并且目前国内外甜品的不断发展的情况下，甜品在人们生活中的影响越来越大，甜品以其独特的造型和特别的含义吸引了不少年轻人的需求，年轻人对它的需求量呈现逐年上升的趋势。

(二) 消费趋势

- 1、价格竞争激烈：大众化价格，中低档消费为主
- 2、健康低脂需求：崇尚健康理念，美味的同时注意健康需求，低脂摄入，均衡营养
- 3、品牌质量强化：消费者选购品牌更加合理，优秀的品牌是甜品品质的保证

（三）宏观环境分析

1、 社会文化因素

diy&love 好吃屋创业计划书

程中的互送礼物也越来越平凡，在同学们每天筹划着送什么礼物给对方的同时，我们提供的这种富有特色的和浓厚人性化的服务及产品就解决了大多数同学的问题。

（2） 受教育水平：我们的项目主要是以瑶湖高校为依托，江西师范大学瑶湖校区的学生为一本和二本专业专业的学生，而周边的高校大多数都为本科院校，针对的消费群体受教育水平比较高，从而导致他们在消费选择上范围比较广泛，且善于接受新鲜事物及产品，特别是对一些创新富有特色的产品特别关注，因此我们的项目能够很快的被他们接受。

（3） 生活观念：当代大学生的生活观念随着时代的发展变得越来越多样化，那些大众化的普通的产品已经不能满足他们的个性化需求，他们越来越追求品质和特色，因此他们会愿意花一部分的钱用于这种人性化的情感消费，那么我们在定价上就可以适当的提高一点价格，以获得更高额的利润。

（4） 文化传统：中国一直以来是一个注重礼节的民族，尤其是在儒家思想的影响下，尊奉“中庸之道”，崇尚礼尚往来，重视亲情，友情。有句话叫做“礼轻情意重”，我们中

国人在送礼物的过程中不在于礼物有多贵，而在于真情实意，因此我们的diy产品既能满足情侣之间的需要，通过送一些diy巧克力、蛋糕等营造了一种浪漫的氛围，同时师生之间，朋友闺蜜之间亦可以通过这个过程传达自己的感情，也使得自己的生活更加的丰富，惊喜连连。

diy&love 好吃屋创业计划书

2、 经济因素

(1) 产品种类丰富的现状：这个世纪以来，中国经济迅速发展，外国的各种产品迅速的涌入中国的市场，一些进口巧克力，进口果冻，日韩料理等的迅速发展，年轻人也逐渐被这些新潮产品所吸引，巧克力、果冻、慕斯蛋糕，提拉米苏等成为了广大年轻消费者钟爱的食品，同时，在产品丰富的同时，人们越来越追求属于自己的diy产品，因此，在师大校园附近开一家既有巧克力、蛋糕、果冻、寿司等于一体的实体店再给消费者提供一个diy产品的服务，一定能够顺应时代发展的潮流，即抓住了消费者的味蕾，又给消费者带来了不一样的感受。同时，我们的产品和服务也弥补了校园里面在这一块的空白，丰富了广大学生群体消费选择的种类。

3、 科技因素

diy&love 好吃屋创业计划书

数码相机，在加上后期视频剪辑的电脑就可以进行了，那么也就意味着我们在这一块上能够获得可观的利润。另外，也正因为科技的不断发展，在现在笔记本和u盘不断普及的情况下，也为我们dv拍摄服务的进行提供了可行性。

(2) 技术的广泛应用和发展也使我们面临着威胁：笔记本电脑和数码照相机的普及，让我们提供的服务不具有竞争性。特别是现在大学生学习能力特别强，有不少的同学已经学会

了视频剪辑的程序，这就对我们的服务会造成一些威胁。

（四）市场定位

我们致力于打造以“健康、实惠和充满爱”的品牌形象，将其细分出健康美味和diy产品两个种类，分别赋予其不同的产品特性，目前主要定位于高校年轻大学生群体，瞄准年轻人中端市场，以大众化消费为主，以年轻、市场、甜美的品牌形象注入diy的爱的活力，进一步开拓市场。

（一）市场介绍

diy是英文do it yourself的缩写，又译为自己动手做。简言之，就是“亲力亲为”。更通俗一点说法：靠自己！

diy&love 好吃屋创业计划书

市场资源十分丰富。

（二）市场调查分析

本次调查共发出100份调查问卷，回收78份有效问卷，其中女生共48人，男生共30人，通过网上查找的数据，本校男女比例约为7：3（非官方数据）。可见在师范大学女生在数量上占优势。

调查中我们得出了数据，愿意给亲人朋友精心准备礼物的有71人，

diy&love 好吃屋创业计划书

通过调查问卷我们得出给亲人朋友精心准备了礼物的有46人，没有的有32人。这一题与上一题愿意精心给亲人朋友准备礼物的绝大多数人有略微偏差及出入。这表明虽然大家希望能

送出精心准备的礼物却有些人不曾送出精心准备的礼物是心有余而力不足，有这个心而苦于没有这样的市场。所以我们的diy&love好吃屋的市场潜力是很大的而且是很有前景的。

5. 关于是否会考虑送出diy礼物

diy&love 好吃屋创业计划书

创意diy□

6. 关于购买蛋糕甜点的目的

各选项中“生日庆典”占了大多数。在大学里，帮室友过生日、帮社员过生日等，已经成了一种文化，大学校园里学生众多，几乎每天都有人过生日，所以diy蛋糕店若在大学里设立，消费人群可以保证。

7. 关于对市面上蛋糕是否满意

该题为多选题，其中“外形精致”与“有创意diy”占大多数。一个人的想法有限，每个蛋糕店的糕点师傅的创意是有限的，学校里的蛋糕形式单一，不是圆的就是方的，想要更漂亮的，更有创意的，靠自己的脑袋，任意发挥想象，想怎么有创意就怎么做，这也只有diy可以实现。

9. 关于有没有兴趣自己diy蛋糕甜点等

创新创业项目需求计划方案篇三

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。

3. 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

广告招收员，以及1名总管理者。

创新创业项目需求计划方案篇四

在社会发展不断提速的今天，需要使用创业计划书的情况越来越多，创业计划书提供了企业的现状和未来发展的方向，也为企业提供了良好的效益评价体系和管理监控指标。创业

计划书到底怎么拟定才合适呢？以下是小编为大家整理的会计创新创业项目计划书，仅供参考，希望能够帮助到大家。

1.1项目简介

裕豪会计服务有限公司是一家从事记账、工商年检、税务等其他业务“外包”等代办业务的公司。重庆大学城现有众多创意产业it行业上下游相关微型、中小型企业日益增长，而且越来越多处于创业期的中小企业，逐渐关注核心业务，而更愿意将这些业务交给专业机构代办。因此，会计服务公司在重庆大学城有较大的发展空间。

1.2服务简介

项目产品与服务：注册验资、代理记账、工商变更和年检、财务咨询、税收筹划、社保和公积金代办、会计培训、会计资料销售等；市场及收入来源：大学城中小企业、会计培训业务、会计人员继续教育等。

1.3市场分析

大学城中小企业的增长为会计服务公司的成立与发展带来了广阔空间。就重庆大学城而言，众多创意产业it行业上下游相关微型、中小型企业日益增长，而且越来越多处于创业期的中小企业，逐渐关注核心业务，而更愿意将记账、工商年检、税务等其他业务“外包”给专业机构代办，因此，会计服务公司在重庆大学城有较大的发展空间。

1.4营销策略

- 1、在企业成立初期，加大企业服务类型的宣传力度，让更多的人了解我们的企业，并且对我们产生信心。

2、了解公司所在地的人群需求，从而让我们的服务能根据具体情况满足更多的人群需求，扩宽我们的客服面积，以增加我们的收入渠道。

3、注重服务的质量，让更多的人信赖我们，以达到长期合作的目的。这样有利于公司的长期发展。

1.5管理策略

1、对各个工作人员进行分工合作，各做各的事，提高工作效率，同时也确保企业健康的运营。

2、公司以“全心全意满足顾客需求”作为服务的宗旨。

3、对员工进行培训，使其对公司有一个全面的了解，便于今后工作更好的进行。

4、加强员工的集体感与团体意思，这样有利于公司更好更快的发展。

1.6风险分析和管理

1、大学城毕竟是以学校为主，企业相对较少，有可能代账业务不景气。

2、会计培训有可能各高校自己搞校内培训，培训业务收入减少。

3、从事会计人员继续教育需要上级有关部门审批，有可能不能获批。

2.1项目计划简介

裕豪会计服务有限公司是一家从事记账、工商年检、税务等其他业务“外包”等代办业务的公司。重庆大学城现有众多

创意产业it行业上下游相关微型、中小型企业日益增长，而且越来越多处于创业期的中小企业，逐渐关注核心业务，而更愿意将这些业务交给专业机构代办。为更好地满足各中小企业的需要，而开办的一家会计服务公司。

2.2服务内容与服务模式

服务内容：裕豪会计服务有限公司是一家从事注册验资、代理记账、工商变更和年检、财务咨询、税收筹划、社保和公积金代办、会计培训、会计资料销售等的会计服务公司。

服务模式：根据服务项目各自不同的特点所采取不同的服务模式各种形式的服务以满足不同人群的.不同需求，从而达到扩大服务面积，增强自身利润的作用。

2.3技术介绍

我们将以最节约成本的方式来请专业的人员进行工作。由于我校有学习会计专业的学生，因此我们可以利用这些资源，节约成本，还可以请系上资深的专业老师做我们的顾问，解决我们在工作中遇到的问题。

我们还可以利用网络，与同行业的有经验的人士进行交流。

2.4服务优势

1、大学城中小企业的增长为会计服务公司的成立与发展带来了广阔空间。

2、会计培训业务为会计服务公司的成立与发展增添了新的利润点。

在我们公司开始初期，注册资金为200万元，由合作伙伴江西日报、团队出资和其他企业入股组成。其中风险出资按各自

出资的百分比计算。

在公司发展的第二阶段，子公司的建立及合作伙伴的变动，为此我们的股本结构也会发生相应的变化。

我们采用的资产折旧率为5%，银行利率为10%，而我们的无形资产来源于企业的品牌效应和市场推广等。

利用的计算公式有：

资产总额=流动资产总额+固定资产总额+无形资产。

创新创业项目需求计划方案篇五

一、摘要：

在不少人心中，开花店是个不错的创业项目。一方面，每天工作在充满鲜花的环境里，心情很愉悦；另一方面，现在人们的生活水平不断提高了，人们的消费水平也不在仅仅局限于物质上的消费，对于精神上的消费需求也在不断提提高。花可以调节室内的空气和湿度，对人的身体健康有益。可以用来观赏，陶冶人的性情，平和人的心情。可以审美，引发人的情感。如人们常常把花比作女人，把莲花作为纯洁、高尚的象征。逢年过节、探亲访友，鲜花已是人们比较青睐的礼物，大家的日子越来越好了，买花的人自然会越来越多，开花店的前景也一定不错。

从做生意的角度讲，花店应该算是典型的小本经营。一间面积不需很大的屋子，简单的装修即可，四面白墙也能显出鲜花的美丽。小花店就可以开张了。现在不少下岗的人都寻思着做点小买卖，开花店的成本正是他们所能承受的。我看到过一份花艺学校的学员调查，百余名学员几乎有95%以上的人都打算开花店。再加上现有的花店，竞争的激烈程度可想而

知。

但是，开花店并不是想象中那么容易，毕竟花是鲜活的东西，花店是一个充满风险的行业。花从一买进时就要有损耗，如果生意不好，只能眼睁睁地看着花变枯变烂。有些高档花卉更不能多进，若卖不掉损失可就太大了，可如果没有高档花卉出售，可能会失去利润较高的定单，这又不得不让人费上一番脑筋。

从人类历史发展角度来看，当人们的物质生活得到满足后，对精神生活需求就会非常强烈，有人曾说过在中国“花如手机一样普及的时代即将到来，抓住每一个重大节日，如春节、情人节、圣诞节、母亲节、教师节。同时开发七夕情人节、秘书节、护士节、父亲节、记者节等有潜力的节日，扩大潜在消费人群，激发市场潜能，加强市场宣传力度。花店是美丽幽雅的场所，花艺是花店的灵魂。美丽的花儿为人们传播着各种各样的情感，千姿百态的花儿述说着千言万语，每一句都述说着美好，特别是现在。随着人们的生活水平不断地进步，生活质量不断地提高和对生活的追求。鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀。花卉消费近些年来呈越来越旺的趋势，除了花卉本身所具俏丽姿容，让人们赏心悦目，美化家居等功效外，它还可以开发人们的想象力，使人们在相互交流时更含蓄，更有品位。

二、花店情况：

名称：让我听到你的声音

广告语：敞开心扉，让我听见你的声音

地点：玉溪市南北大街北段

经营理念：花店本着以诚为本，服务至上的经营原则，真诚服务于消费者。树立竞争意识、市场意识、讲信誉、讲品牌。

传递人间的真情，让爱洒满人间。

目标：有效的打通销售渠道，以提供产品服务为根本，促进鲜花市场的大发展。给客户提供一个表达自己祝福的平台，把祝福和爱送到千家万户。带给顾客美好与幸福!尽可能的提高花店的知名度和美誉度，建立属于自己的一套完整体系，最终推向全市，全国，甚至全世界，做大做强。

三、行业分析：

市场前景广大：随着人们生活水平的不断提高，人们对生活质量的要求也不断提高。

行业转型：改善工作作风的八项规定大型花卉订单减少，花卉行业逐步向小型花卉、家庭花卉的方向发展。

抓住机遇：市场上多数出售小型花卉、家庭花卉盆栽，很少有出售diy花卉盆栽的店。

四、花店定位：

选址定位：南北大街

创新创业项目需求计划方案篇六

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、公司概况

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20__年5月—20__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和用户技术支持。

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

创新创业项目需求计划方案篇七

随着社会的发展，人们生活节奏的不断提高，大家对快递服务的要求也越来越高。

作为大学生的我们，在网购市场风起云涌的年代，快递服务在大学校园也迅速流行。在我们广西大学行健文理学院，快递服务业却处在两难的境地，存在一定程度的市场空缺，需要我们建立校园快递服务平台进行填补。同时在社会主流都在追求快速生活时，总有不少年轻人颠覆了传统意义上的“快递”概念，“慢递”作为一种全新的邮递概念正逐渐被越来越多的人接受。所以，我们计划打造一家以校园快递业务为主，以romantic mail为特色的速度“弟”工作室。

(一) 校园快递业务

1、业务介绍

(1) 在固定时间内(如中午12:00-14:00和下午17:00-19:00)由各快递公司业务员准时将最新一批的快件送到我们工作室,我们安排专人签收,再按东西区、楼栋整理分类完毕后在当天中午或下午有我们安排人员将所有快件派送到收件人寝室。

(2) 学校师生将需发送的快件送到我们工作室(我们也可上门取件),我们会在当天中午或下午由快递公司派送员统一取件,既方便了快递公司,也方便了师生,大大提高了工作效率。

2、市场分析

目前在我校承接校园快递业务的主流公司有:申通、圆通、宅急送、中国邮政ems。申通、圆通、宅急送主要以受理环节以发件人电话预约,业务员取件为主要方式;而中国邮政ems的快递受理主要是发件客户自行到学校收发室办理。收件客户签收环节,中国邮政ems、申通、圆通、宅急送派送员通过电话联系收件人约定好取件地址。

通过很长时间的调查我们发现我校快递市场存在一些漏洞,具体如下:

(1) 快件签收的安全性,由于领取快件时不需要出具任何身份证明,不少同学反映,随便一个同学都可以冒充收件人将快件领走,快递公司至今仍未出台相关的预防方法,可见快件安全性不强。

(2) 派送员与收件人约定的地点一般都是露天的,时常会碰到打雷下雨、烈日炎炎等恶劣天气,给他们工作带来很大的不便。

(3)时间问题：有时候派送员暂时无法联系到收件人或者收件人因有事不能取件，那么会给派送员带来工作不便，并且派送员在等待收件人一个个取件的过程中也浪费很多时间和精力，效率不高。

所以学校快递业务处在两难的境地，有许多需要完善的地方。

3、可行性分析

(1)宏观环境分析当前我校快递公司派送员的任务繁重琐碎并且很多师生对于他们的服务很不放心，不满意。因而建立沟通双方的桥梁势在必得。

(2)产品及服务分析

我们立足于广西大学行健文理学院，提供优质的快递派送和取件服务，保证你的快递以最快的速度送达到收件人寝室，同时作为各快递的广西大学行健文理学院办事处，处理师生的快递取件业务，可上门取件。

(3)行业竞争与状况分析

据调查本行业暂无竞争对手，可以开拓市场。

(4)消费市场及购买力行为分析各快递公司派送员为了工作的方便愿意和我们合作，并支付我们一定报酬；学校师生为了快件的安全和便利，同样会支持我们，并支付一定报酬。

(二)romantic mail

1、项目介绍“慢递”概念最早源于美国，一开始只负责投递信件，形成市场后，商家的业务也逐渐向物品扩展。在国内也是近期开始流行，受到青少年和广大白领阶层的热捧。慢递是一种普通邮局一样的信件投递业务，但不同的是慢递时

间由寄信人自己决定，可以是几个月后、一年几年后，也可以是十年后、甚至更长时间，慢递是一种类似行为艺术的方式，提醒人们在快速发展的现代社会去关注自己的当下。比如，给5年后的自己写信，寄递内心的目标与希望；给未来的孩子写信，分享父母相识、相知的历程；给3年后毕业的朋友写信，重温学生时代的美好回忆我们相信这项“把今天寄给未来”的慢递服务必将在广西大学行健文理学院引领新的时尚潮流，我们计划加盟北京熊猫慢递邮局，在细分寄递业务的基础上掘金邮递市场。

2、市场分析

年轻人群是最朝气蓬勃的一个群体，我们的感情正处于一个兴奋期，对新鲜事物的好奇，也有对现状的不满，有盲目自满与自我陶醉，也有对未来的憧憬这样的一种状态必定有着一定的心理压力，我们需要一个可以排解心理压力的位置，从某种程度上引导忙碌的都市人重新关注“时间”的意义。romantic mail就能给出这样一个机会。并不高的费用，外加新颖的方法，必定能吸引很多大学生和广西大学行健文理学院白领阶层。并且慢递市场在广西大学行健文理学院暂未开发，受武汉慢递业务的影响，在广西大学行健文理学院有着很大的潜在价值。

3、可行性分析

(1) 宏观环境分析

随着现在大学生的物质生活质量的提高，在精神生活质量却没有与之相同的提高进度。romantic mail契合了都市人的心理需求，人们寄信的动机可能不尽相同，有人为了祝福，有人为了宣泄。很多在生活中不便直接表达的情绪，通过拉长收信时间，可以有效缓解寄信人的尴尬和焦虑感，帮助减压。此外，如果将生命视为一趟旅程，那么每一天都值得享受。当你选择让亲友或自己等待一封未来将至的信，其实就是在

有意识地放慢脚步，感受时间的传递与寄托。romanticmail就是这样一项提高精神生活质量为目的的一项业务，此外，送礼物已经是很常见的事情了，如果妈妈的生日上学期间，又想给妈妈送一个礼物。romanticmail可以帮助你，按时的送出这份礼物。

(2) 产品及服务分析

公司取得联系，并与之合作。我们会定期举行心理交流会，同时也举办类似于“把今天寄给未来”的公益活动。

(3) 行业竞争与状况分析

精神产业无疑是低成本的，而且在精神产业这方面学校内绝对是无人问津，在学生好奇心的驱使下romanticmail在学校内定能掀起一波热潮。romanticmail的romantic气息能吸引大量情侣，让我们为之提供服务。

(4) 消费市场及购买力行为分析

romanticmail帮客户保存信件的收费标准是这样的，一年为25元，两年为30元，每增加一年，费用增加5元。我们是在用今天的钱来做将来的事。我们并没有想在邮费上赚到什么钱，这些费用对于大学生和白领阶层能接受。

1、团队精神：诚实，敬业，团结，奋斗。

2、经营理念：以最快的速度送快件、以最负责的态度邮递慢件、以最诚信的心态构建共赢。

3、战略目标：用一个月时间与各快递公司协商，进行免费配送和收件，在零误差的基础上建立长久合作联盟，实现双赢，用一年的时间尝试不同的经营方法和经营理念，结合本校特点，探索适合自己的发展道路。用两年的时间巩固自己的店

面基础，制定出一条适合本地区经济发展的战略并住自己的特色，用三年的时间做成本地足有一定规模和一定竞争实力的速度“弟”服务俱乐部，打造成广西大学行健文理学院首家心理交流平台。

4、竞争策略：本着人无我有，人有我优的原则。诚信经营，热忱服务。

5、营销策略

a.通过宣传单等平面媒体向全校师生宣传我们的特色服务。

b.通过学校贴吧、微博、微信公众号进行宣传。

c.开展优惠活动。

6、核心竞争力分析

a.我们团队的成员都是网购发烧友，对快递业务很了解。

b.多次与各快递公司派送员商讨过，他们有意向与我们合作。

(1)工作室选址：广西大学行健文理学院活动中心店面。

(2)工作室设计：装修的没有必要太追求豪华，简约，简单，大方，有自己的独特风格，以暖色调为主，以心愿墙为特色。

(3)工作准备：

a.与各快递公司友好协商后签订合作合作。

b.办理合法的营业执照和行业准入证。

c.准备流动资金。

d.团队保持目标一致。

(1)资本结构：采用股份制合作方式。

(2)销售预算：开业两个月后基本维持正常水平，六个月可收回成本。

(3)前期投入：开一家一家以校园快递业务为主，以romantic mail(校园慢递业务)为特色的速度”弟”工作室前期投入包括前期房租、装修、首批存货等内容。工作室店面大概在60平方米。店里装修相对简单，估计2万元左右即可，首批存货加上其他一些用度，估算在5万元左右。

(1)

我们很好的契合了学校快递公司与师生之间的中间点，提供轻松、安全、高效的快递服务；同时，我们率先提出新的慢递业务，集新颖、时尚、感情于一体。

(2)w(劣势)

潜在的竞争对手很多，快递服务业利润薄，吸引大批量的慢递客户难度大。

(3)o(机会)

学校的网购市场很大，快递市场也随之兴起，故发展校园快递服务业是必然趋势；随着武汉慢递业试营成功，在广西大学行健文理学院打开年轻人喜欢的慢递市场也是必需的。

(4)t(成本)

除装修的固定费用外，需要的成本不多。

1、核心成员如下：高思恩

根据实际运营情况，由高思恩决定需要聘请若干名兼职人员。

(一)风险分析：

1、校园快递服务是新兴得服务行业，必须建立在高度信任的基础上才能成功运作，怎样做大批量的快件收发业务的确值得思考，虽然广西大学行健文理学院这块市场还是空白，但有很多潜在对手，他们有可能后来居上。

2、慢递业务具体应该由哪个部门监管也是未知数。

3、慢递更需要人力和物力对邮寄物品进行保管，需要大量成本。

(二)风险预防：

1、建立关系网：有着巨大的人际网，才能找到更多的目标客户，也能增加客户对我们的信心。

2、优质的服务：有了优质的服务，我们才能一步步打造我们的口碑，建立我们的群众基础。