

创业计划书便利店市场容量或变化趋势(大全5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

创业计划书便利店市场容量或变化趋势篇一

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。下面是一份校园便利店的创业计划书，欢迎阅读！

学校附近主要以学生为主，其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费，和主要消费类型决定商店的规模和经营方向。经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。商店的设计及选址：以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，

从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查，各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮食类产品消耗能力较强，学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此，为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

(1)符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快。

(2)为消费者提供方便——就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置。

经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜；到工商部门进行相关的注册；确立商店地址进行装修设计；商店经营、管理人员的确立与培训；配货供应体系的明确。

组织结构：

店长1名：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。

会计1名：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员2名：负责收银及送货工作。

理货员6名：负责商店布置、理货工作。期中有2名导购，2名送货、2名理货保管员。

(1) 固定设施

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

(2) 经营设备

电脑——一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件——与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理(如果是自己开单店侧不需要联网)

收银台——收银台兼管理人员工作台

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加

商品结构：主要为食品，重点做熟食、饮料、饼干、方便面等。这些是大学生平时消耗量最大，最可能到便利店购买，且循环购买的商品。熟食是校园便利店自产，利润较高且销量较大。注意不同季节的食物搭配，并且及时调整淡季的食物供应量。其次，日常消费品和药品。这些商品学生一般到超市购买，校园便利店经营这些商品主要是为了满足大学生紧急需求。再次，报纸、杂志、文具等，贴近校园文化氛围。校园便利店完全可以取代报刊亭的职能。

品牌选择方面：应充分考虑大学生群体中的个体差异，搭配进货。个体差异有：消费能力差异：学生因家庭经济条件不同，在购买能力上也显示出差异。校园便利店应为同一品种产品配置两种以上品牌，满足追求高档和追求平价两种消费层次学生的需求。

创业计划书便利店市场容量或变化趋势篇二

1、 项目描述

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

校园便利店瞄准的是大学生（及部分教职员工）的现实购买力，作为校园营销的一级市场，同在校大学生有着直接的接触和联系。应该结合便利店优势、大学生消费特点和校园传播模式，选择适合的营销方式，提供令人满意的商品和服务，最大限度地实现利润收入。

2、 产品与服务

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等商品。 它具有以下经营特点：

距离的便利性：便利店与超市相比，在距离上更靠近消费者，一般情况下，步行5至10分钟即可到达。

时间的便利性：大超市营业时间一般是8：00至23：00，便利店却是“anytime”式，即24小时营业，一周7天开放，可在任何时刻都能及时满足顾客需求，有时甚至打个电话即可。

商品的便利性：便利店经营面积一般在50至200平方米左右，在有限的空间内要满足目标顾客的各种需求，商品的配置应采用广、窄、浅组合，即品种多，一般20xx至3000种，但可选性少，单品可能只有一两个畅销品牌，同时同一商品库存量少，以争取更大的陈列空间。

拿取的便利性：商品陈列布局上力求考虑目标顾客如老人、小孩拿取方便，且商店陈设一目了然。

交易的便利性：由于采用超市类的电子收款机，员工操作熟练，不会出现排队等候现象，使顾客购物时间缩短，一般顾客平均逗留时间5分钟左右。

3、 行业及市场

便利店发展前景良好，一年回本，未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

4、 营销策略

便利店促销的目标受众是便利店的常客(约占40%)。适当的促销有助于增加商品高流转率，增加人气，提高销量，锻造品牌，获取忠诚度，既拉拢低频消费者，又可以稳定高频消费者。

销售人员方面，要求善于与客户交流，善于劝说，善于处理各种矛盾，具有审美能力。校园便利店在挑选销售人员时应选择30岁以下，有活力、形象较时尚、反应灵敏、态度良好的销售人员。校园便利店可以参加学校勤工俭学计划，雇佣

在校学生营业高峰期做兼职销售人员，即可以提高美誉度，又保证了销售人员更好地贴近目标消费群体。

促销商品方面，进行深入详细的调研工作，确定无利、低盈利、高盈利商品。对高盈利商品应大力推广；而对销售量大的受欢迎商品，可适当调低价格，在市场上拥有竞争优势并树立价格便宜的良好形象；对于无利商品依然要经营，充分为有需求的消费者提供便利。

促销时机：抓住市场供求曲线。分析销售旺季与淡季，灵活应变地进行促销活动。

促销力度：促销力度一定要看得见摸得着，如果是积分的话时间不宜过长，学生群体消费较没有等待耐心。必须给他们不断的惊喜，才能保持他们的满意度和忠诚度。

促销具体方式：除了传统的优惠券、买即送抽奖、积分、赠品等形式，校园便利店还可紧追大学生潮流，例如在假期来临时尝试返火车票或机票，情人节期间送玫瑰花，愚人节期间送整人玩具等。面对求新求变的大学生群体，校园便利店在做促销时要注意常常变换方法、内容。

促销反馈：对每次的促销结果进行认真检查、核对，并通过分析促销期间的销售情况来总结经验教训。

5、 财务预测（未来12个月）

营业效益

预计营业额600——1000元/日

月计营业额24000元

营业利润 $24000 \times 20\%$ 利润率=4800元

营业外收入300元/月

合计效益4800+500=5100元

年收益=3100/月12月=37200/年

6、 风险控制

学校的教学区不是生活区，与公寓区较远，在商品供应上只能针对性的提供以饮食类为主，文具类为辅的商品格局。

第二章 综述

一、项目描述

1、项目背景

学校附近主要以学生为主,其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费,和主要消费类型决定商店的规模和经营方向。经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

商店的设计及选址:以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。教育部对于各高校的管理制度中,不允许高校在教学区域开设盈利性场所,但是允许市场营销等相关经济类专业在校园内开设与专业相关的实训基地,期中就包含:可以在校内开设综合商店。

近年来,由于大型卖场的数量不断增加,中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后,加上经营成本居高不下,导致生存空间越来越小,从而引发了业态的变革,从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查，各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮食类产品消耗能力较强，学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此，为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

2、项目宗旨

3、项目介绍

经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

4、管理队伍

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜；

到工商部门进行相关的注册；

确立商店地址进行装修设计；

商店经营、管理人员的确立与培训；

配货供应体系的明确。

综合商店组织结构

店长1名（袁晴）：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。会计1名（朱炎霞）：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员2名（曹丽娟、徐云艳）：负责收银及送货工作。

理货员6名（刘超、秦兵兵、吴晟涛、赵后利、李正泽、孙冉）：负责商店布置、理货工作。期中有2名导购，2名送货、2名理货保管员。

5、 配套设施

天花-便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面-便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌-便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面-为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

照明-白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持10—15平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

电脑-一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件-与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架-以平方数计，每4—4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜-因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

创业计划书便利店市场容量或变化趋势篇三

要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的标识。

为大众提供便利购物条件

为消费者提供优质的服务

为消费者提供适合的商品

（二）投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只

需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主（食品的销售占50-60%），要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑——一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件——与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架——以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜——因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

（三）经营理念

创业计划书便利店市场容量或变化趋势篇四

系别班级：

学号：

1、选址方面：食堂楼下，面对全院学生，食堂是学生流量较大的地方。

2、行业类型：零售。

3、校园市场环境：校园经济市场有很广的发展空间，消费者相对于外部市场竞争小，个体经营单纯，投资小资金流动快，服务广大教师和在校生，更多地吸引学生眼球，营销途径多样化。

1、人员制度

店长,负责综合协调支配各个员工工作,督促员工工作,接受配合学校卫生等检查。

服务员,要有灵活的头脑,牢记超市内各个商品的价格、位置,服从店长的指挥,并配合店长的工作。

保洁员,清理超市和门口的卫生,随时接受检查,做到卫生整洁,给客人留下好印象;并帮助服务员留心超市货架内食品的保质期,超过保质期的及时处理,即将到保质期的及时提醒服务员。

进货员,勤恳诚实,要求会开车,了解店内商品的流量,配合服务员做

到店内商品充足,无断货、缺货现象,对保质期短的食品,如水果、面包等,做到每日进货,确保食品的新鲜。

2、管理团队

尊重服务业人员的人格;互相监督,管理者监督员工的工作,员工也可以向上级提出意见,共同改进;营造和谐的团队,既要让员工感受到团队合作的精神,也要有严明的纪律约束员工行为;公平对待,一视同仁,各司其职,发挥才干。

决不能忽视学生群体的情报,一定要掌握第一手资料,虽然学生群体的消费能力较低,但群体数量大,产生的利益也是很大的;而且要不断推出新产品吸引消费群体,及时促销赢得消费者好感,提高服务质量,让学生买的开心放心。

随着生活水平的不断提高,追求环保,健康的消费已成为一种生活时尚,所以我打算要销售一些绿色的产品,以保证学生的身心健康,顾客至上,这是我们的宗旨。

1、价格粗略

本着薄利多销的原则，价格不宜过高，否则会失去部分消费者，当然也不能过低，价格要与市场基本一致。

根据消费心理，把同类商品有意识的放在一起，但要排出价格档次，让消费者在比较价格中选择自己习惯的消费水平，还要把一些新的商品放在与眼光水平的货架上，易于被消费者发现。

2、促销策略

每周推出一款促销产品，既能吸引更多的消费者还能在消费群体中产生好的反响，等同于做了一些免费广告。

对于一些在保质期内，即将超期的产品，及时促销，促销不成及时处理，确保食品的卫生安全，要做好质量保证。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过是顾客满意，最终达到本超市的经营理念的推广。

开店前，一定要做好宣传工作，发放问卷，根据消费者需求，完善产品种。

推出会员卡，吸引顾客，多买多送。

每日收入严格清点，每日核对入账。

店内的所有物品及固定资产，不得随意破坏或带走。

每月结算后，一部分作为将近发放员工，一边提高员工工作积极性。

对于账目，要做到事无巨细一律入账，这样店内盈亏一目了然。

1、内部管理风险

超市是一个服务类行业，严格的质量把关才能赢得消费者的信赖，超市的管理层基本由店主一人构成，公司内部人员结构简单，管理比较松懈，健全管理体制与模式，是十分必要的。

2、原料资金风险

虽然每日的食品流量较大，但是还存在一部分商品滞销的问题，这样就产生了资金流动不好，滞销问题严重的超出保质期又会是一个不小的损失，所以要认清市场对各个商品的需求量，这样有利于超市的长期发展。而且，在食品的选择上要有一定专业的眼光，这样才能采购到新鲜，无污染的绿色食品。

创业计划书便利店市场容量或变化趋势篇五

开源节流是每个公司都做的事情，前面我讲的是一些开源的想法，但节流同样重要，在全球恶劣的经济环境下，“省钱就是挣钱”更是成为每个经营者的口头禅了。超市是一个高销售额，低毛利率的经营业态，所以其流程的规范及成本的控制也是很重要的，如果流程走不好，那无形中就会造成损耗，增加经营成本，降低本来就少的利润额。如收货流程，应严格按照验货标准收货，临期及过期商品坚决拒收；各部组应定期查看商品保质期，临期或滞销、破损商品及时进行退货处理便利店投资的创业计划书文章便利店投。关注畅销品，过季品、高库存品、滞销品等的库存量，杜绝供应商结账周期小于商品周转期的现象出现。

员工素质队伍建设也是一个很重要的内容，好的企业只有一套完善的制度是不够的，还需要很好的执行和监督。各经理、主管对员工的日常工作应不定期的进行监督和检查，并针对性的进行业务指导。如理货员的一日规范内容，商品补货、卫生整理、价签更换等。防损员对其工作内容的了解，对卖场内是否定时巡查，验货口、验票口有没有按照规定检查，

发现可疑顾客后如何处置。

以上是我个人的一些想法，希望通过这三个方面的调整及规范，来提升整个卖场的人气，提高销售额，当然所表述的只是一个大致的轮廓，并没有展开进行细致性的叙述，因为每个规范、每个流程都可以引申出好多的东西，具体的实施细节还需要在实际工作中拿出切实可行的方案。

第二部分：工作计划及时间安排

在调整时间上，我计划分为三个阶段。第一阶段：调整预热期；第二阶段：局部调整期；第三阶段：整体收尾期。具体时间安排如下：

第一阶段：调整预热期。时间安排：4月下旬——5月下旬。

工作安排：首先选择一些应季性特价品，在4月底进行一次3——5天的促销活动，并与分店开业结合在一起进行同步宣传。同时准备五一的大型促销活动，五一促销活动7天，重点是夏季用品，如防晒护肤品，户外游玩用品，夏季饮料，空气清新剂等。并在五一活动期间穿插有文艺演出，来拉升人气，烘托现场气氛，以及增加买赠活动、抽奖活动等，分店同步进行促销活动。活动结束后，进行本次活动结果分析，为下次活动提供参考数据。然后对周边市场进行价格市调，根据市调分析结果调整部分商品价格，让其更具价格优势，市调分析结果也为下步商品结构调整打下良好基础。

第二阶段：局部调整期。时间安排：5月下旬——7月中旬

工作安排：此为重要阶段，根据卖场内出现的问题，分块、分组的进行调整。首先是现场软布置上，卖场导示部分、装饰部分、场内广告部分，结合前期装修，在减少各种费用开支的情况下，进行整体规划，统一设计。

第二是卖场硬布局上，首先调整生鲜区，增加现场加工部分，主食厨房，增加半成品，如凉菜、净菜、糕点等，让附近居民就近、方便、快捷、卫生的购买到所需的食物。结合当地市场情况，调整南北干货的面积，因为南北干货在销售中也是一个利润较大的部分。在卖场外增加顾客休闲区，如小吃、茶座、儿童游乐园等。因为我们的购物中心处在步行街中，增加此类项目，可以让逛街的顾客走累了，在此休息，既增加了整体人气，还能带来良好的收益便利店投资的创业计划书工作计划。

其次是食品、洗化区，百货区，结合公司自有代理品牌，同时引进大品牌、知名品牌，在陈列位置、陈列量上进行倾斜。加大场内广告投放，场外广告宣传等。能要求厂家上促销的就上，能向厂家要支持的就要，压低采购成本，降低商品零售价，增加价格竞争力。

在本阶段，招商工作也是重点，要及时引进新品牌、知名品牌，在合作方式上可灵活些，原则上是少花钱，多做事，做实事，最终实现双方共赢。

第三阶段：整体收尾期。时间安排：7月中旬—8月中旬

工作安排：对前期的一些工作，进行检查和验收，看哪块还存在不足，哪里考虑的还不细致，做些补充工作。同时根据9月到12月的促销计划书，做好商品库存储备工作，准备迎接即将到来的销售旺季，为完成全年销售计划做好战斗的准备。

这三个阶段预计时间为3个月，在调整的过程中，在节假日结合分店定期的做一些促销活动，同时结合厂家不定期的做一些场外或场内促销活动。

调整总体原则：在不影响正常营业的前提下，进行调整，花最少的钱，做最大的事，一切以提高卖场形象，提升销售额为中心。通过丰富的商品配置、合理的价格定位、舒适的购

物环境、完善的服务品质，把**购物中心塑造成一个老百姓心目中快乐的购物家园。