

最新节约粮食广播稿(实用5篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。我们该怎么拟定计划呢？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。

创业企业计划书篇一

介绍公司的管理团队，其中要注意介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景(注意管理分工和互补);介绍领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。

8. 财务计划

介绍公司的财务计划(如财务年度报表、资金需求、预计收入报表、资产负债预计表、现金流量表);并讨论关键的财务表现驱动因素。

一定要讨论如下几个杠杆:

——毛利和净利

——盈利能力和持久性

——固定的、可变的和半可变的成本

——达到收支平衡所需的月数

——达到正现金流所需的月数

9. 假定公司能够提供的利益

这是创业计划的“卖点”，包括

——总体的资金需求

——在这一轮融资中需要的是哪一级

——如何使用这些资金

——投资人可以得到的回报，还可以讨论可能的投资人退出策略

创业企业计划书篇二

主要经营范围：

专门烧一些素菜方面的烧烤，也会有一些卤味，但还是以素菜为主。当然各种烧烤主要是既可以拿来当下饭菜又可以当零食吃的。

以往的相关经验（包括时间）：

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：位、产品、价格、促销、渠道）商品学[]20xx年10月在浙江商业职业技术学院参加syb创业培训班学习，09年9月-09年11月学习经济学基础，10年9月-10年11月学习（战略管理、消费心理学、采购管理实务、配送实务、基础会计）

目标顾客描述：主要顾客是一些喜欢吃烧烤但又怕油腻的消费者，以及喜欢吃烧烤的顾客。爱吃烧烤的年青人和青少年。

市场容量或本企业预计市场占有率：

经过仔细调查，经过仔细调查，在杭州的烧烤店一般都是以卤味为主的，很少有以素菜为主的烧烤店，虽然有些小摊子会有这种类型的烧烤，但是那种摊子一般来说看上去都不会很干净，会让人不敢去吃。所以它的市场容量还不是很大，

顾客的估计每月在3至4万人次，预计我的市场占有率会达到15%。

市场容量的变化趋势：

随着经济的发展，人们会越来越忙碌，城市的人们会更加喜欢便利的食品，消费者对卫生的要求也将会越来越高，他们会更注意饮食卫生，街头小贩的数量会相对的减少，消费者的人数在可预见的将来会持续增长。

竞争对手的主要优势：

1. 成立的时间早，经验丰富
2. 有一定的规模和熟客
3. 科研能力强

竞争对手的主要劣势：

1. 对于市场反应缓慢
2. 对顾客的消费倾向没有一定的了解
3. 员工稳定性低

本企业相对于竞争对手的主要优势：

1. 小而灵活
2. 产品的品种多
3. 有独特的制作工艺和调料

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

- 1、刚成立顾客对该食品还没有一定的了解，会产生怀疑的态度
- 2、经验欠缺
- 3、规模小

创业企业计划书篇三

中山青年创业梦工场

xxxx年5月4日至6月7日

(一) 参赛形式：大赛以创业计划小组(团队)形式参赛。大赛要求参赛者自行组成学科优势互补、专业配备科学、人员结构合理的创业设计小组，(提倡自行组成跨专业、跨班级)以小组的形式参赛。每个参赛团队3—6人。每小组内需要有一个小组长，进入决赛后，小组必须邀请一名老师做指导。

(二) 参赛备注：

- 1、团队必须保证拥有参赛项目所涉及的有关专利授权，若因此产生纠纷，大赛组委会不承担任何法律责任。
- 2、为了配合活动宣传，进入决赛的团队必须接受合作媒体的有关宣传及报道。
- 3、参赛团队必须参与相关的创业培训并按要求提交相应的资料。
- 4、初赛后期需进行项目实践、项目试验才能继续参与总决赛评选。

各参赛选手组建好团队，起好团队名称及口号，于5月18日前

填写报名表格(电子版表格在下载)，并通过电子邮件的方式将参赛报名表发送至报名邮箱：

联系人：

联系人：李宝婷 、林晨晨

邮箱：

(一)报名：5月18日前

本次大赛报名截止时间5月18日，报名必须完整提交参赛报名表。

(二)初赛：5月23日

初赛举办地址为：电子科技大学中山学院，以演讲展示的形式进行，创业团队在限时3分钟介绍创业方案，由组委会组建中山市青年创业协会企业家代表针对创业计划书提问与提出建议2分钟，按排名选定最后10支队伍晋级决赛。

(三)决赛培训：5月29日

培训地址为：中山职业技术学院，针对进入决赛的队伍，开展初创管理课程，邀请高级导师指引解难，深入帮助创业青年，在决赛前作最后冲刺把关。

(四)项目实践评估：6月5日

针对进入决赛队伍，进行项目实践评估，晋级决赛的团队必须落地开展参赛项目才能继续参与总决赛。期间，大赛创业导师团队将亲自实地考察各团队项目实践状况，望能直接地、有效地、专注地为参赛团队进行指引辅助。

(五)决赛：6月7日

决赛举办地址为：高层次人才俱乐部，以演讲答辩的形式进行，选手展示项目8分钟加上导师点评5分钟，由组委会组建中山市青年创业协会创业导师和知名企业家组成评审队伍，将根据创业项目的市场机会、商业模式、营销策略、团队管理、财务分析的综合质量最终决出名次，并进行颁奖仪式，将邀请相关领导出席。

创业企业计划书篇四

重庆装饰市场自xx年代初步形成□xx年代采纳吐新□xx年—xx年逐渐进入战国时代。行业主管部门行政干预能力差，进入门槛低，外来公司及游击队的冲击，种种原因导致竞争手段的利剑是价格战。盲目进入者众多，而且很多进入者多为行业内的一些设计师、策划师、工程部人员，所以他们只具备了设计，并不具备施工能力。在这样的大前提下，重庆装修市场的大洗牌时代已经来临。

纵观重庆高、中、低三大板块的家装市场，呈金字塔状排列。争夺中、低端客户的家装公司占重庆装修公司的85%以上，主要竞争手法集中在打拼价格及广告上。

施工质量普遍不好，客户投诉比较高，但是由于他们价格低仍能吸引到大部分工薪族。高端客户市场在塔尖，服务对象主要是企业主、公务员、金领、白领等人士。

现一般装饰公司组织结构简单，人员精干，但资深的人才也带给他们高成本，价格和利润相对都比较低。而一些大公司则大量投入广告来吸引客户，成本定是居高不下，所谓高端现在重庆仅有：天古、九鼎、博美组、华发等为数不多的高端设计公司。而纯粹的高端装修公司品牌则更少。现重庆的高端市场呈现增长形势，据保守估计今年高端市场有5000户。大概有：高山流水南湖郡、保利、长青湖等一些高端楼盘。而还有更多的开发商进入这一市场开发高端楼盘。高端市场前景好，进入时期好。而纯粹的高端装饰公司则要耐得住求

强、不求大的'寂寞。

1、目标客户锁定

(1) 主要装修价在400/m²(不含主材)以上的客户为主(家装)。

(2) 其次，以商业空间为主，公装为辅。

(3) 业务拓展渠道：园林设计及施工，建材代理。

2、高端消费者需求分析

(1) 个性化、新颖的设计(重设计客户)

(2) 合理的价位

(3) 优质的做工及用材

(4) 贴心的服务

(5) 品牌的身份(品牌的标识及内涵，具有文化内涵)

(6) 环保和智能(使用功能上推崇享受主义)

1、场地选择

解放碑商圈或江北商圈，面积约为100m²左右的高档写字楼，租金为50—80元/m²左右。

2、资金安排

(1) 场地租金：5000元—8000元/月

预付3个月：1.5万—2.4万左右

(2) 装修费预估：2万—3万

其中有些材料可拿到商家赞助

(3) 设备：电脑4台，打印机1台

传真机1台，饮水机1台

约1.5万—2万

(4) 办公家具(可约厂家赞助)：

预估：6000元

(5) 注册执照及资质费用

约2.4万

(6) 看房车一部(暂不计)

(7) 预估三个月分险应急金：

预估：4万

(8) 日常办公费用：

约5000元(3个月)

合计：11万—13.2万

3、投资比例分配及股权

公司注册资本为50万，实际现金投入：法人投资20万，占股51%，杨敏投资2万现金加技术股约占20%，旷洪投资2万现金加技术股约占20%(其中以设备：电脑两台□a4打印机一台，

入股作价为4000元)，设计师占股9%。

每年留5%作为公积金，留5%作为公益金。

公积金和公益金扣到投资金额一半时就不再扣。

4、投资回报分析

(1) 目标业绩

家装：90万(季度)初期——成熟期150万

公装：1000万/年初期——成熟期

(2) 毛利润指标分析

家装：按毛利35%计算

初期31.5万元/季

公装：按毛利25%计算

初期250万/年

(3) 投资回收期限

保守估计：6个月以内

5、分红方式：

采用年终分红

6、组织结构图

7、薪酬体系(初期)：

(1) 薪资:

总经理: 3500元/月—4000元/月

副总: 3000元/月—3500元/月

首席设计师: 2500元/月—3000元/月

设计助理: 800元/月

行政助理: 800元/月—1000元/月

工程经理: 1200元/月—1500元/月

出纳: 800元/月

会计: 300元/月—400元/月(兼职)

业务员: $800\text{元/月} \times 2 = 1600\text{元/月}$

合计: 1.40万元/月—1.48万元/月

(2) 提成及奖励方法

a□ 总经理提公司总业绩的1%作为奖励

b□ 副总提公司总业绩的1%作为奖励

c□ 首席设计师提总业绩的0.5%作为奖励

d□ 设计师助理提绘图工程0.5%作为奖励

e□ 市场部: 家装: 3% 公装: 1%

8、财务监管流程

公司原则上500元以下的自己审批权归总经理，1000元以下归副总。

5000元以上需经理董事会半数以上同意。

财务报表每月一次，报经董事会审核。

股东可随时查阅财务状况。

9、营销费用：(含广告费+参展费+资料费)

(1)初期：2万—3万

(2)每月：1万

10、公司命名为：

重庆大装饰工程有限公司

11、企业口号

创造无限价值，领略大家风范

12、各部分人员职权安排

(1)总经理

主要负责公司全面管理和工程质量的监管，公司的运行方向，大体方针政策。

(2)副总

负责业务拓展，管理市场部、设计部和材料的谈判，制定营销计划。

(3) 首席设计师

负责设计部的设计和管理

(4) 行政助理

负责公司文件打印、办公室卫生和电话营销工作。

(5) 市场部人员

负责前期接触客户并把客户带到公司，公司前期人员搭配要精干，为节约成本，有些人员初期暂不考虑。

创业企业计划书篇五

创业计划书的起草与创业本身一样是一个复杂的系统工程，不但要对行业、市场进行充分的研究，而且还要有很好的文字功底。对于一个发展中的企业，专业的创业计划书既是寻找投资的必备材料，也是企业对自身的现状及未来发展战略全面思索和重新定位的过程。

一、蛋糕店概况

1. 本店发属于餐饮服务行业，名称为“麦琪下午茶”，是个人独资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2. 本店打算开在社区贸易街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像安德鲁森、朝阳坊、那样的蛋糕连锁店。

3. 本店需创业资金9.5万元。

二、经营目标

1. 由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的着名品牌。

三、市场分析

1. 客源：本店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%；四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占50%。客源数目充足，消费水平中低档。

2. 竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如安德鲁森、朝阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的。

四、经营计划

1. 先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2. 开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3. 据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4. 蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。
5. 可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果
6. 蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。
7. 经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。
8. 建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9.5折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他(她)为*先生、小姐，他们会觉得很受尊重。
9. 在桌上放一些宣传品、杂志，内容是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。
10. 无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。
11. 食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

五、财务估算

启动资产：大约需9.5万元

设备投资：1. 房租5000元。2. 门面装修约2000元(包括店面装修和灯箱)3. 货架和卖台投进约1500元4. 员工(2名)同一服装需500元5. 机器设备最大的投资：8万元(包括制作蛋糕的全套用具)首期进货款：面粉、奶油等原材料，约6000元。

月销售额(均匀)：21000元。占有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达21000元。

每月支出：14033元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场四周)，约5000元。

货品本钱：30%左右，约5000元。职员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计2000元。

水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

六、风险及制约因素分析：

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更大的财力物力和“花招”来招揽顾客。

一、 概要

咖啡屋也是必不可少的娱乐场所，在幽雅的气氛之中，喝着香浓浓的咖啡，体会着浪漫的大学生活，和同学们交流感情。大学生们常说一杯咖啡可以和反目成仇的人交个最好的朋友，也可以追到一个自己仰慕已久的女朋友。如果再在咖啡屋中放上各种书籍，组织成一间咖啡，相信效果更好。为了让大家有这样的一个地方。所以，咖啡孕育而生。

咖啡锁定的顾客主要有两类一是学校的学生，二是白领阶层。在校的学生光临原因主要有两个，一是文化上的需要，二是环境。学校里的校园固然是好，但是它的硬件设施条件是有限的不能满足大多数同学的需要。

例如：到了冬天的话，在室外冰天雪地的怎么会受得了，室内的空间是有限的。是有限的。白领阶层，他们的收入高，但是他们所面临的竞争与压力也相应的大一些，他们急切需要一个舒适的休闲环境来缓解工作上的压力。有一项调查显示，21%的'在校大学十喜欢光临，20~30岁之间的上班族有46%的人喜欢到休闲。

二、 产品和服务

我们是一个休闲的场所，主要目的是放松 休闲 所以我们的咖啡除了书以外，在食品上的要求是蛮简单的，像一些西式的甜点 奶茶 低酒精的饮品等。

我们的服务宗旨是：顾客是朋友，他是来休闲不是来消费的微笑式服务。

三、 咖啡竞争分析

一 、新知图书城 里面有许多各式各样的书籍，这是它的一个优势(这个我是比不了的，这是人家的主营业务)，里面弄了个，顾客可以把喜欢的书拿到里面看，收费每人两元。但是他的环境却是很差的，人员杂环境喧嚣。

如果需要其他的消费则需要当令付费。一算下来花费还是蛮高的。而我们不仅环境优雅，还可以对顾客提供一些新鲜的食物在看书时一边享受美食一边获取知识。

在书籍方面也不会比他们专业的差，在书籍的方面我们三个特点“新、特、奇”，部分的书籍将是市场难得一见的，

争取让顾客一次就爱上我们的书籍和休闲环境。

二、图书馆 图书馆在一定的程度上也是我们的竞争对手。图书馆的优势在于书籍种类全数目多。但是图书馆侧重的是知识性而侧重的是休闲性，图书馆的开放时间有一定的限制而服务时间能够随顾客的要求而做出灵活的改动。图书馆的服务单一而我们的服务人性化。

三、，其实这些书籍很单一不是武侠就是言情，书籍的知识含量低。而我们的书籍都是和生活相关对我们自身修养、品行等有关的知识理论性的，而且我们还会根据顾客的需求购进，也可以帮他们代购一些他们想要的书籍。

四、在昭通市内有几家咖啡吧是做的不错的，像：同志咖啡。环境好，但是它们的消费都是很高的。里面没有书籍只有杂志。而在我们的咖啡里，除了享受香浓的咖啡，阅读自己喜欢的书籍外，您还可以免费上网。消费合理。绝对的休闲生活。

当然，除了以上这些还是存在一些潜在的竞争者，但是目前在昭通还没有遇见。我相信我们能够依靠优质周到的服务、优雅的休闲环境来保持我们的顾客数目，从而保证咖啡发展壮大。

四. 经营战略

市场定位：提供免费书籍，并提供普通工薪层可以消费得起的茶和咖啡等饮料

社会价值：为喜欢读书的朋友提供一个安静舒适的环境，也为休闲的人提供一个好去处。

店铺选址：我把地址选在朱提步行街上，不仅因为这里人流量大、交通便利，而且周边的学校和办公单位也有许多，例

如：昭通师专、卫校、电视台、环卫局等。这些可以充分的保证客源。

店内设备：硬件设备，包括电话两部(一部店内专用，另外一边提供给顾客使用)，电脑三台(置于店内方便顾客查询资料、休闲娱乐、办公用)，收银机一台(用于结账)，书架桌椅茶几沙发工艺品等(用于营造舒适的休闲环境)，一批刷卡或者投币的配置耳机的音乐播放器，书籍和音乐cd带与书商联系制定。制作食品的设备等。

短期目标：在以后经营的过程中发现不足处及时改正，把我们的经营方式更完善。让周边学校的学生知道有我这样一个店，可以提供优质服务的休闲场所。

长期目标：短期目标实现后，就要进一步的提高我们店铺的整体形象，争取能在更短的时间里结合各方面的外在条件，把我们店铺越弄越大。让它的条件服务更优质。

战略优势：咖啡是一个新兴的产业，在许多方面还存在着这样或那样的问题。但是我们要有信心去做大做强它。目前在昭通还没有这样的店铺，所以，这是我的一大优势，我有的别人没有，别人没有的东西我有。

五、营销管理

营业时间：下午2：00到晚上12：00

招牌食品：根据本地人的喜好和口味，制作几款特殊的饮品和食品。例如：卡布奇诺\冰激凌奶茶\新鲜果汁等。

产品定位：新鲜食品，健康。

定价策略：学生消费模式。因为我的客源主要是学生和白领阶层的，其中学生还是主要客源，所以在价格方面会比较优

惠。消费是按人计费，每杯咖啡15元。

经营策略：1、凡第一次消费的客人+10元发放贵宾卡，贵宾卡享受最低消费10元，单点8折的优惠。2、店内咖啡免费续杯。3、生日到店内来的客人送神秘礼品一份。4、节假日party享受5折。

增值项目：1. 亲身体验浪漫咖啡制作，品尝亲饮。2. 根据社会关注的热点话题，定期邀请相关的学者和专家来店内举办沙龙。3. 消费20元以上者，可免费提供上网。4. 为顾客代订购杂志书籍。

广告策略：刚开业的时候电台和报纸宣传是必不可少的，但店铺以后的发展宣传就要靠自己的实力。还可以以店名组织一些活动增强知名度。学校内的活动是主要部分。

六、投资预算

投资预算：初期投资15万。电脑1.2万，收银机2800元，装修费2.5万，食品设备费用1.5万，店铺内物品费用大概2万，书籍费和音乐架的费用大概6万，还有其他的零星费用等。

七、风险规避及策略

做任何的事都是有风险的，尤其是对于这样的一个新兴行业。风险更是不小。刚开始时，店铺是不打算盈利的，起码半年内是不会有这么大的声色的，在这半年的时间内目标是达到收支平衡，一年后开始取得真正的利润。如果真的不行的话，在利用店铺已有物资的基础上开发一些新的产品出来。

八、远景规划

把我的咖啡做成昭通市里牌子响当当的休闲场所，建立起属于自己店铺的风格。