

# 2023年创业计划书利润分析(实用8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。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

## 创业计划书利润分析篇一

创业计划书是大学生创业过程中最重要的一步，它不仅要求创业者对市场进行全面的调研和分析，还需要制定具体的经营策略和目标规划。经过几个月的学习和实践，我深切感受到了创业计划书的重要性以及对我个人能力的提升。在这篇文章中，我将分享一下我在撰写创业计划书过程中的心得体会。

### 第二段：详细的规划

创业计划书是一份全面系统的商业计划，它需要清晰地描述公司的使命、目标、产品、市场定位、竞争策略以及财务预测等多个方面。在撰写创业计划书过程中，我逐渐学会如何系统地整理和呈现信息，通过一步一步地思考，明确自己的目标和计划。同时，我也需要对市场进行深入的调研和分析，了解潜在客户的需求以及竞争对手的情况。通过不断地收集信息和整理数据，我成功地编写了一份全面且有逻辑性的创业计划书。

### 第三段：团队协作

创业计划书的撰写过程需要与团队成员密切合作。在我的团队中，我们每个人负责不同的部分，如市场调研、产品研发、财务预测等。通过合理分工和密切协作，我们在创业计划书的撰写上得到了很好的成效。每个人都贡献了自己的智慧和专业知识，共同完成了一份令人满意的创业计划书。通过与

团队成员的合作，我不仅学到了团队合作的重要性，还感受到了团队协作所带来的互补和协同效应。

#### 第四段：挑战与成长

在整个创业计划书的撰写过程中，我面临了许多挑战。首先，是信息和数据的获取问题。我不仅需要收集大量的市场数据和竞争情报，还需要对这些数据进行分析和整理。其次，是统筹各个部分内容的问题。创业计划书需要全面而具体的描述各个方面，如市场、产品、运营等，而这些内容往往相互关联。最后，是表达和写作能力的提升问题。创业计划书的撰写需要清晰准确的语言表达能力，这对于我来说是一次很好的锻炼和提高机会。

通过面对这些挑战，我逐渐克服了困难，提高了自己的沟通和组织能力。我学会了如何更好地收集和分析信息，如何把握创业计划书的整体框架，以及如何用简洁明了的语言表达自己的想法。这些都是我在撰写创业计划书过程中得到的宝贵经验。

#### 第五段：总结

创业计划书不仅是一份重要的商业计划，更是每个创业者对自己创业梦想的认真思考和规划。在撰写创业计划书的过程中，我不仅提高了自己的组织和表达能力，还学到了团队协作和解决问题的能力。这些经验将对我未来的创业道路产生积极的影响。总而言之，撰写创业计划书是一次很好的学习和成长机会，也是我创业之路的重要里程碑。

## 创业计划书利润分析篇二

近年来，我国饭店发展迅速，餐饮品种丰富，店铺数量迅速增加，各种类型的饭店、酒店层出不穷，行业竞争日趋激烈。与此同时，洋快餐登陆对我国饭店也提出了严峻挑战。随着

洋快餐的大举进军，一种新的餐饮经营模式连锁经营逐步受到广大从业者的关注。连锁经营改变了传统的小生产经营方式，有效降低经营成本，扩大市场占有率，给企业带来了巨大的规模效益。国内有识之士已开始利用连锁这一有效手段发展生产经营，如北京全聚德烤鸭集团、东安饮食集团、天津狗不理集团、大连渤海饭店集团等都走在国内饭店连锁经营的前列，对行业的规模发展起到了推动作用。但总的来说，我国连锁经营，尤其是饭店连锁经营还处于初级阶段。大力发展连锁经营是饭店提高经济效益的有效途径和必由之路。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平方米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以小吃为主打特色。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则以健康的菜色为主。本饭店采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本饭店装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

### 饭店初期(1-3月)

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品，市场策略为通过积极有效的营销策略，挤占中式餐饮及保健食品的市场份额；树立绿色食品的良好品牌形象，提升知名度、美誉度；收回初期投资，积极进行市场推广。

### 饭店中期(1年)

巩固、扩展已有的市场份额，进一步健全饭店的经营管理体制，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。

## 饭店长期(2年)

届时，饭店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，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大饭店的辐射范围和影响力。

1、本饭店开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体等形式的简单广告即可。

2、本饭店采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本饭店还根据不同的节日而设定富有特色的情侣套餐，这也将成为本店的一大特色。3、有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。饭店在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上(包括三份)的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4、饭店使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

5、暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

6、市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名，厨师1名，服务生2名。经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。本企划就是根据这一点，为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。优势与劣势：

优势分析：本饭店经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。另外，本饭店采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。简洁舒适的装修将是饭店的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。另外本饭店提供的是绿色，健康的食品。也是符合社会绿色生态的观念，比较适合注重健康的大学生。此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

劣势分析：由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而作为一个学生这个客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。威胁分析：饭店的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

## 五、促销和市场渗透促销策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

1. 据计算可初步得出饭店开业启动资金约需100000元(其中包括场地租赁费用，餐饮卫生许可等证件的申领费用，场地装修费用，厨房用具购置费用，基本设施及其他费用等)。

2. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

### 3. 每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约1000元，收益率40%，由此可计算出投资回收期约为8个月。

有形化营销策略：

由于本饭店的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的承诺营销进行产品宣传。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、倡导天然产品的经营宗旨与理念。技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本饭店在避免普通饭店的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本饭店能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本饭店将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺□□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。

2、将顾客满意进行到底。树立顾客满意自己才满意的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

本饭店的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本饭店是以保健为主的饭店，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。根据饭店企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的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、绿色为核心的品牌特征，饭店通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费来实现营销目标。作为一个饭店开展绿色营销，我们有着天然的优势，本饭店

将严格贯彻绿色饭店的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅又不失时尚的就餐环境，通过对饭店设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康绿色的理念。

推广保健知识、宣传绿色文化：

本饭店将在营销过程中，围绕21世纪的餐饮主题养生、健美、绿色三个具有社会意义的知识点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而引导顾客的消费取向。通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮知识宣传出去，同时注重借此机会加大对绿色产品的宣传介绍。推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬传统文化中的养生文化。对产品、饭店、服务进行文化包装，传播饮食文化。从而获得进一步的发展机遇与条件。

本饭店的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮产品、保健品的价格因素，本饭店的产品定价将处于同类产品的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-10元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

店名：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名应有格调，意味悠长。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。



## 店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。

**灯饰和灯光：**灯饰是饭店厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增饭店的美感。灯光是烘托饭店气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出饭店宜人的气氛。同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

**墙面装饰和窗帘：**按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示饭店的格调，贴近消费者感官享受。

**桌位：**桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

**工艺品摆放：**工艺品的选择应该贴近饭店气氛和消费者偏好，烘托出饭店的品位。

**餐具：**干净，整洁，应该体现咖啡厅特色或者形象

**背景音乐：**以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

提倡绿色、健康的餐饮文化，提供健康有机的菜色，为本店在市场上站住脚提供了一大助力。通过稳中求进的经营理念使本店在以后的发展提供了一定的经济，人际，市场的基础，为以后开分店打下一定的基础。

# 创业计划书利润分析篇三

## 一. 公司概况描述

xxxx集团有限公司是一家外资企业，于20xx年在杭州成立，以人性化的产品不断创造完美的品质空间。集团公司总投资2.6亿美元，占地20xx余亩，厂房面积45万平方米，员工0.5万余人，年生产规模约2500万平方米，产品深受消费者的青睐。企业拥有世界一流的生产线，包括意大利宽体进口窑炉、高能压机[rotocolor][rollfeed]和意大利kerajet数码喷印等代表世界领先技术的生产设备和工艺技术，依据完善的iso9001质量管理体系[iso14001环境管理体系]及iso10012.1计量检测体系，保证每一块磁砖的卓越品质。

## 二. 公司的宗旨和目标

旨在成为“全球最优秀的装饰用品供应商”我们创造的每一款前所未有的产品，能为满足人们对高品质生活的追求和创造更美好的人居环境做出更大的贡献！

## 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

公司旗下拥有完全玻化抛光砖、亚光砖、欧式复古砖、微晶玻璃陶瓷复合板、陶质釉面墙地砖、瓷质釉面墙地砖及其各种装饰配件等系列产品，并演绎出多种全新的产品理念。

## 六. 市场概况和营销策略

近年来世界房地产业发展迅速，使得世界瓷砖的生产和消费都获得了较大的发展，由于中国瓷砖产品花色品种多、数量

大、质量好、高中低档产品齐全、选择余地大且价格适宜，世界许多国家和地区非常青睐中国瓷砖产品，中国瓷砖在国际市场中的比重日益扩大。

中国近年来房地产业的空前发展，紧紧围绕着房产伴生的建筑墙、地瓷砖市场需求巨大。随着中国陶瓷生产工艺和技术迅猛发展，瓷砖市场个性化产品突出，产品发展开始趋向高端。现在中国瓷砖企业在瞄准高端市场，强调调整产品结构和提高产品附加值的同 时，还兼顾行业的整体利益，通过努力提高产品技术含量、加大自主创新、培育自主品牌等措施，实现可持续发展。

20xx年1-10月，中国进口未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品数量为365,344.00平方米/千克，用汇11,376,582.00美元□20xx年1-10月，中国出口未上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品数量为233,570,874.00平方米/千克，创汇金额为1,189,142,715.00美元。

20xx年1-10月，中国进口上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品数量为2,191,984.00平方米/千克，用汇30,841,875.00美元□20xx年1-10月，中国出口上釉陶瓷贴面砖、铺面砖、马赛克及类似品数量为337,935,945.00平方米/千克，创汇金额为1,104,764,175.00美元。

随着个人收入和欣赏品位的提高，中高端瓷砖产品需求不断扩大。另外，随着基础设施改造、居民住房建设的投资也日益增加，伴随gdp的稳步增长，普通民众的收入也不断增加，且开始讲究装饰住房，瓷砖等建材商品需求日益上升，未来瓷砖市场前景广阔。

在全球金融危机的笼罩下，国内各行业普遍受到影响，但我国总共5万亿元的基础建设投资计划对于建筑建材行业在较长一段时间内将极大的推动作用，特别是对于建材行业拉动十分明显，市场对于该板块不可能只是短期炒作，因此在市场

出现新的热点前，该板块仍旧十分值得关注。从行业前景来看，建材板块在此次此次金融危机拥有较大的优势。目前建材行业景气度持续，未来行业集中度有望提高。由于我国目前固定资产投资依然保持高位运行——虽然投资增速回落较快的可能是房地产投资和工业投资，但是基础设施建设投资对水泥等建材需求的拉动依然很明显。

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

第一章 公司介绍

一. 公司的宗旨

旨在成为“全球最优秀的装饰用品供应商”

我们创造的每一款前所未有的产品，能为满足人们对高品质生活的追求和创造更美好的人居环境做出更大的贡献！

二. 公司简介资料

xxxx集团有限公司是一家外资企业，于20xx年在杭州成立，以人性化的产品不断创造完美的品质空间。集团公司总投资2.6亿美元，占地20xx余亩，厂房面积45万平方米，员

工0.5万余人，年生产规模约2500万平方米，产品深受消费者的青睐。企业拥有世界一流的生产线，包括意大利宽体进口窑炉、高能压机[rotocolor][rollfeed]和意大利kerajet数码喷印等代表世界领先技术的生产设备和工艺技术，依据完善的iso9001质量管理体系[iso14001环境管理体系及iso10012.1计量检测体系，保证每一块磁砖的卓越品质。

### 三. 各部门职能和经营目标

### 四. 公司管理

项目的建设主体是郑州微晶复合材料有限公司，公司实现董事长负责制，下设市场部、研发部、客服部、工程部、生产部等，由各部门部长具体负责。

其中采购部主要负责原材料采购，订单管理与货物跟踪；

企管部负责企业制度制定与人力资源管理；

工程部负责工程项目招投标、方案设计与施工；

市场部负责产品推广、客户开拓与区域管理；

客服部主要进行售后服务与技术支持；

生产部主要进行产品开发与质量检验；

研发部主要负责软硬件产品设计、技术攻关与产品定型，研发部下设硬件室、运动控制室、嵌入式开发室与软件室；技术中心主要承担技术预研、成果转化以及被省市各级政府认定的技术平台的管理。

## 第二章 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

公司旗下拥有完全玻化抛光砖、亚光砖、欧式复古砖、微晶玻璃陶瓷复合板、陶质釉面墙地砖、瓷质釉面墙地砖及其各种装饰配件等系列产品，并演绎出多种全新的产品理念。

### 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. 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 市场分析

## 一. 市场规模、市场结构与划分

## 二. 目标市场的设定

按照瓷砖吸水率大小来区分，主要分为瓷质砖、炻瓷砖、细炻砖、炻质砖、陶质砖五大类；按用途来分，分为内墙砖、外墙砖、地砖；按照材质划分，瓷砖又可分为釉面砖、通体砖、抛光砖、玻化砖、马赛克等。

随着制作工艺的逐步提高，瓷砖表面的花色、图案、质感也有了丰富的变化，能够给家居设计出不同的风格，满足消费者的个性需求。在色彩上，瓷砖以白色、米色、淡黄色等色泽为主，这种浅色调有利于扩大视野的空间，达到干净整洁的装饰效果。此外，浅蓝、苹果绿、黄色等色彩明快的瓷砖可以起到随时调节心情的作用；黑色、红色、仿石材色等深色瓷砖能够带给人尊贵奢华的感觉。

釉面砖是装修中常见的砖种，由于其色彩图案丰富，防污能力强，因此被广泛应用于墙面和地面装修。根据不同光泽，釉面砖又分为光面釉面砖和哑光釉面砖。根据不同原材料，釉面砖又分为陶质釉面砖和瓷质釉面砖。陶质釉面砖由陶土烧制而成，吸水率较高，强度相对较低，主要特征是背面为红色。瓷质釉面砖由瓷土烧制而成，吸水率较低，强度相对较高，主要特征是背面为灰白色。

近几年，马赛克是活跃在家居装修中的“骨干力量”，一般由数十个小块砖组成，而且具有耐酸碱、不渗水、不易破碎、组合性强、色彩多变等优点。虽然马赛克的体积是各种瓷砖中最小的，但它却具有百变功能。设计者可以通过马赛克的组合拼接成不同图案。例如在一个平面上，不仅可以拼接出抽象的图案、同色系图案、深浅跳跃或过渡明显的图案、也能与其他装饰材料搭配起到点缀作用。

与釉面砖、马赛克相比，高端瓷砖已成为高档场所装饰材料

中的“佼佼者”。例如流光玉运用高新数字布料系统技术，结合复合工艺，以水晶般的光泽达到华丽尊贵的效果。此外，大理石瓷砖在纹理、色彩、质感、手感以及视觉效果上能达到天然大理石的效果，而且装饰效果优于天然石材。

在全球各行业都在倡导低碳环保的今天，瓷砖也不例外。越来越多的消费者都在关心其购买的瓷砖产品是否达到环保标准，辐射程度是否超标等。据了解，目前某品牌推出的负离子印象砖，在釉层和坯层的基础上增加了一层单极性矿物电气石超细微粉和复合稀土元素构成的负离子层，使每平方米印象砖量的负离子释放相当于15平方米森林的释放量。

目前，新混合主义、新环保主义、新仿石材主义、新立体主义成为瓷砖行业的四大流行趋势。业内资深人士认为，这四大趋势将成为未来瓷砖市场的主流趋势。

### 三. 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

辽宁大连、河南洛阳两地，农村对地砖和墙砖的使用都很普遍；而内蒙的赤峰、甘肃天水大量使用地砖，外墙砖的使用却很少；贵州安顺则基本只使用外墙砖，地砖的使用很少。这些地方的消费需求、消费习惯也基本反映了其周边地区的情况。从产地来看，以中低档产品为主的产地是这些农村市场陶瓷产品的货源。这些市场对卫浴的需求很少，意识有待引导和提高。

#### 辽宁大连：室内外都使用瓷砖

大连收入水平不高，但是消费不低，农村装修的意识很高，陶瓷产品使用普遍。乘车从大连市内到农村，沿途都是贴满瓷砖的瓦房与二层小洋楼。

大连金州陶瓷城地处城乡结合部，与大连其他建材市场如金



三角建材市场等相比售价都低一些，对周边农村消费者具有极大的吸引力□600x600mm抛光砖价格为15元左右。

大连农村的装修使用瓷砖比较多。老式的农村瓦房，外墙以石头为主，因此不便贴瓷片；新式的农村瓦房，外墙以红砖为主，因东北气候比较寒冷，所以外墙一般会有一层水泥，而水泥外则习惯贴上瓷片。上世纪九十年代末期，外墙流行贴马赛克，市内、农村均如此；如今流行贴小规格的瓷片，而以白色为主。外墙腰线以枣红色较多见。

购买楼房的乡镇居民，也都有装修后入住的习惯。新式楼房外墙也贴小规格瓷片，花色多以暖色调为主。室内装修，厨房、卫生间的地面、墙面，都使用瓷砖、瓷片铺设，便于清洁打扫。

点评：现在的大连农村，一般手中有余钱的农民，都会对自家的房屋进行装修。室内瓷砖、瓷片有便于清洁的特点，因此很受消费者欢迎。东北的冬天比较寒冷，农村有经济条件的人家，室内也辟出房间装修为卫生间，均使用陶瓷产品装修。

内蒙赤峰：消费意识较强

20xx年9月，记者回到阔别三年的故乡——内蒙古赤峰市。可能是由于自己所处行业的缘故，一下火车，蒙娜丽莎陶瓷、阿波罗卫浴等广东知名品牌的大型广告牌就吸引了我的眼球。而这在三年前，是绝对没有的。

重走我出生的小镇，我惊奇地发现，这里已经发生了很多让我难以想象的变化。几年前很多人家盖房用来铺地的是价格偏宜的磨石块，而今，这种东西似乎都很难看到了，取而代之的是甚至能照出人影像的平整光亮的瓷砖。

看到我诧异的表情，亲戚们告诉我，现在农村也富裕了，农

村人也想享受在城市楼房中所享受的生活，新房盖起来后，也开始大张旗鼓地装修，甚至有些人都用起了外墙砖，而这在以前，可是想都不敢想的事情。

正好沿街就有一个建材市场，出于职业习惯，我走了进去。映入我眼帘最多的仍是唐山品牌，其中夹杂着少数的几个佛山品牌。市场内一经营地板砖的老板告诉我，由于赤峰离唐山较近，所以他们几乎都是在唐山进货，最关键的是唐山的产品价格偏宜。一块600x600mm的瓷砖也就卖上6、7块钱，规格小的瓷片只要几毛钱一块。一个座便器也就几十元钱就可以买下。“现在人们都能消费得起，花不了多少钱就可以把房子打扮得漂漂亮亮。”“但如果太贵，可就没人买喽！”

满怀感慨地走出建材市场，我突然想起家里买的第一个浴缸。时间是20xx年，那年爸爸托朋友在唐山捎回一个当时看来很时兴的漂亮浴缸，加上一个洗脸池和一个洗菜池，也就才200元。爸爸告诉我，即使现在，款式更好、功能更多一点的浴缸，从唐山买回来也不过几百块钱。

点评：内蒙古农村消费意识普遍比较高，但是受经济发展不平衡影响，农村贫富两极分化严重，使用情况不尽相同。由于距离唐山很近，而且本地也有一些建陶出产，因此价格便宜。

### 河南洛阳：本地产品就地销售

作为中部地区工业较发达的城市，洛阳地区的情况按地域分为两种，一种是洛阳市周边偃师、伊川等县，在洛阳经济的辐射下，紧邻市区的农村经济状况普遍较好。随着新农村建设的推进，个别村镇新房建设率在3成以上。新房中使用的陶瓷产品除部分卫浴产品以外，还有一部分内墙砖和外墙砖。而比较偏远的栾川等山区县，其瓷砖销量很有限。

据了解，当地农村使用的卫浴产品(包括浴盆、洗手盆、蹲便

器等)均来自新安县等一些本地陶瓷企业,这些企业的产品以低端市场为主。而瓷片和地砖则以从洛阳市区直接购买为主,各种品牌都有,产品种类很杂,当地产品仍占主要销量。

记者在调查中了解到,在洛阳郊区的安乐窝等地,村民消费水平很高,当地村民对建陶产品的需求量很大,加之最近几年新房建设步伐加快,内外墙砖销量很大,而且一些广东砖等高端产品在本地也有使用。而在周边一般农村,消费者对建陶产品的接受度也大大提高。但整体销量和售价则较低。据了解当地用砖来自河南鹤壁等地,以600x600mm抛光砖为例,价格在9-12元之间,有的县级经销商的价格更低。

点评:河南市场总量很大,但消费层次差别也很大。佛山的东鹏等品牌在当地也有消费,但量不大。占据农村市场的主要是河南鹤壁、新安等地的产品,消费者对品牌的认知度较低,除知道本地几个低档品牌以外,广东砖的美誉度最高。

贵州安顺:地砖较少使用

从贵阳出发,车辆经过贵阳的清镇市进入安顺市时,沿途经过不少村庄,能看到村庄里不时掠过一幢外墙贴满白色瓷砖的房屋。而且这样的景象在全省很普遍。

贵州是不发达省份,省内不同区域,甚至是一个县的不同乡镇,经济发展的程度差别都很大,这直接反映到村民住房的装修上。以处于全省中等水平的安顺市平坝县为例,该县20xx年城镇居民可支配收入12965元,农村居民人均纯收入4371元,县城一手房价格为1200元/平方米左右。

该县全县的陶瓷经销商都分布在县城内,约有3-5家,产品多为低档外墙砖、抛光砖、釉面砖等。600x600mm抛光砖的零售价格每块在18元左右,产品多来自四川等地,有部分打着广东产品的旗号,据悉也多是四川的产品。

本地农村村民对使用瓷砖装修的观念很普遍，一般修建新房时都会购买瓷砖进行装修。这里的农村装修新房一般都只贴外墙砖，很少有人铺地砖。室内地板基本以水泥地为主，内墙也很少贴砖。窗台、灶台等偶尔会贴一些瓷砖，基本是使用外墙砖，或者搭配用一些腰线或花片。本地农村自建房绝大部分不会找工程公司，都是请村里的村民修建的，因此包括瓷砖在内的建筑材料都是自购。本地农村对蹲便器的使用不普及，坐便器更不见踪影，这主要为积肥的考虑。其它如洗手缸等都很少见。

## 创业计划书利润分析篇四

在中国，人们越来越爱喝咖啡。随之而来的；咖啡文化充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室或各种社交场合，人们都在品着咖啡。咖啡逐渐与时尚、现代生活联系在一齐。遍布各地的咖啡屋成为人们交谈、听音乐、休息的好地方，咖啡丰富着我们的生活，也缩短了你我之间的距离，咖啡逐渐发展为一种文化。随着咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知，咖啡正在被越来越多的中国人所理解。

咖啡店由西安外事学院在校学生自主创办，在学校正门右边街道一个显眼的位置，那里虽然装修简单，但个性有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上面横七竖八地摆满了各种书籍。吧台坐落在正中央，吧台后面的墙上挂着一个木质的酒架，码放着各式各样咖啡豆，北面除了大门外，余下的部分全部是明亮的玻璃飘窗，窗台很低，上面落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌能够坐4-6人。但是，那里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样简单自由。

目前大学校园的这片市场还是空白，竞争压力小。而且前期投资也不是很高，此刻国家鼓励大学生毕业后自主创业，有一系列的优惠政策以及贷款支持。再者大学生往往对未来充满期望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及；初生牛犊

不怕虎的精神，而这些都是一个创业者就应具备的素质。大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的技术优势，现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业的最大好处在于能提高自己的潜力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是透过成功创业，能够实现自己的理想，证明自己的价值。

## 1、咖啡店店面费用

咖啡店店面是租赁建筑物。与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议资料包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短。预算10-15平米店面，启动费用大约在9-12万元。

## 2、装修设计费用

## 3、装修、装饰费用

具体费用包括以下几种。

(1)外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装饰费用。

(2)店内装修费用。包括天花板、油漆、装饰费用，木工、等费用。

(3)其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用也应计算在内。

整体预算按标准装修费用为360元/平米，装修费用共 $360 \times 15 = 5400$ 元。

#### 4、设备设施购买费用

具体设备主要有以下种类。

(1)沙发、桌、椅、货架。共计2250元

(2)音响系统。共计450

(3)吧台所用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备、加工保温设备。共计600

(4)产品制造使用所需的吧台、咖啡杯、冲茶器、各种小碟等。共计300

净水机，采用美的品牌，这种净水器每一天能生产12l纯净水，每一天销售咖啡及其他饮料100至200杯，价格大约在人民币1200元上下。

咖啡机，咖啡机选取的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价此刻就应在人民币350元左右，加上另外的附件也不会超过1200元。

磨豆机，价格在330—480元之间。

冰砂机，价格大约是400元一台，有点要说明的是，最好是买两台，不然夏天也许会不够用。

制冰机，从制冰量上来说，一般是要留有富余。款制冰机每一天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以能够用很多年，这么算来也是比较合算的。

#### 5、首次备货费用

#### 6、开业费用

开业费用主要包括以下几种。

(1) 营业执照办理费、登记费、保险费;预计3000元

(2) 营销广告费用;预计450元

## 7、周转金

共计:

### 1、营业额计划

### 2、采购计划

依据拟订的商品计划，实际展开采购作业时，为使采购资金得到有效运用以及商品构成达成平衡，务必针对设定的商品资料排定采购计划。透过营业额计划、商品计划与采购计划的确立，我们不难了解，一家咖啡店为了营业目标的达成，同时有效地完成商品构成与灵活地运用采购资金，各项基本的计划是不可或缺的。当一家咖啡店设定了营业计划、商品计划及采购计划之后，即可依照设定的采购金额进行商品的采购。经过进货手续检验、标价之后，即可写在菜单上。之后务必思考的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

### 3、人员计划

为了到达设定的经营目标，经营者务必对人员的任用与工作的分派有一个明确的计划。有效利用人力资源，开展人员培训，都是我们务必思考的。

### 4、经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常能够将咖啡店经营经费分为人事类费用(薪资、伙食费、奖金等)、设备类费用(修缮费、折旧、租金等)、维持类费用(水电费、消耗品费、

事务费、杂费等)和营业类费用(广告宣传费、包装费、营业税等)。还能够依其性质划分成固定费用与变动费用。我们要针对过去的实际业绩设定可能增加的经费幅度。

## 5、财务计划

财务计划中的损益计划最能反映全店的经营成果。咖啡店经营者在营运资金的收支上要进行控制，以便做到经营资金合理的调派与运用。

总之，以上所列的六项基本计划(营业额、商品采购、销售促进、人员、经费、财务)是咖啡店管理不可或缺的。当然，有一些咖啡店为求管理上更深入，也能够配合工作实际需要制订一些其他辅助性计划。

20xx-20xx年中国咖啡市场经历了高速增长阶段，在此期间咖啡市场总体销售的复合增长率到达了17%;高速增长的市场为咖啡生产企业带来了广阔的市场空间，国外咖啡生产企业如雀巢、卡夫、ucc等企业纷纷加大了在中国的投资力度，为争取未来中国咖啡市场的领先地位打下了良好的基础。

咖啡饮料主要是指速溶咖啡和灌装即饮咖啡两大类咖啡饮品;在速溶咖啡方面20xx-20xx年间中国速溶咖啡市场规模年均增长率到达16%，显示出还处于成长阶段的中国速溶咖啡市场的高增长性和投资空间;在灌装即饮咖啡方面20xx-20xx年间中国灌装即饮咖啡市场年均增长率也同样到达15%;未来几年，中国咖啡饮料的前景仍将被看好。

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被几个集团垄断。但由于几个集团的咖啡店并没有个性主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有思考到其他饮品店的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能到达年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据证明，中国的咖



啡消费量正逐年上升，而有望成为世界重要的咖啡消费国。

## 1、同行业竞争分析

知己知彼，百战百胜。咖啡店经营者应随时关注竞争者的经营动态及其产品构成状况，并进行深入的比较与分析，借以占据经营上的有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。

咖啡店经营者绝不能忽视市场情报，必须要随时掌握最新的相关资料与信息。针对咖啡店地址的特点与顾客特征，不断地提高产品与服务的质量，提高顾客来店的频率，进而提高咖啡店的业绩。

## 2、销售促进计划

咖啡店基本的特点是定点营业。但是目前市场竞争日益激烈，为使业绩得到有力发展，咖啡店已经不能被动地等顾客上门光顾，而是务必主动地吸引顾客来店。因此销售促进活动的实施与宣传效果的诉求，同样不可或缺。一般，小型咖啡店无法比照大型咖啡店投入巨额的广告促销费用，所以要做到：花小钱做大广告。海报、传单、邮寄信函等促销手段都能够使用。

## 3、日常运营计划

如何拟订经营计划对咖啡店来说，在整个营运过程中最关切的问题，可能就是每一天的营业额了。每家咖啡店往往都定有营业目标，更详细者甚至还定了区位、商品的目标，以作为衡量每一天营业状况的基准。

在拟订日常运营计划时，必须要依据设定的经营方针和营业额的预测、目标库存量的推算、损耗额的预估、采购预定额的估算，以及预定毛利的推算等，完成整体的运营计划。由

于整个计划过程务必以数据为依据，所以数据库资料的建立，是进行销售计划拟订时必备的条件。即使是小型的咖啡屋也应以数据为基础，这样才有客观的衡量标准，而不是单凭印象、感觉和观察等。

咖啡店目标消费群体多是大学生为主，选址在商业区、大学校区与路口交汇处，房租价格适中，装修要求较高，以致整体投资成本加大。大学生创业最重要的是心态，准确定位的基础上要对发展前景有信心，不能着急，盲目调整经营策略。经营咖啡店是个完美的愿望，但要有充足的心理准备，才能一步步走向成功，因此要想有一个简单的心态。

## 创业计划书利润分析篇五

创业计划书实训是许多创业者和学生必须经历的一个重要阶段。在这个过程中，大家需要将自己的创业构想用文本的形式展现出来，着重考虑商业模式、市场策略、财务管理和人力资源等方面的具体细节，评估风险和机遇，并进行自我审查和反思。在今天的文章中，我将分享我个人对于这个过程的看法和心得体会，希望能对未来的创业者有所帮助。

### 第二段：创业计划书实训的必要性

在我看来，创业计划书实训是一项必要的任务，因为它能够为未来的创业之路进行了准备。通过写计划书，我们不能只熟悉我们想要实现的创意，而且可以研究和思考可能会出现的情况和需要解决的问题。这可以帮助我们在面临真正的企业运营时更加从容和自信，明确清晰的知道如何面对各种挑战和机遇。

### 第三段：创业计划书实训中的困难和挑战

在创业计划书实训中，我经历了许多困难和挑战。其中最明显的是我在制定公司财务预算时遇到的困难。因为我缺乏相

关的知识和经验，我不知道如何准确地制定资金预算，并且面临着很多不确定因素。然而，我并没有退缩，我一遍遍地阅读了和研究了各种相关资料，和指导老师讨论，最终我顺利完成了财务部分的计划书，并且学到了许多课堂上没有教到的实战经验。

#### 第四段：创业计划书实训中的收获和成就感

尽管我在实训中遇到了很多困难，但是我最大的收获就是能够深入了解企业运作的方方面面，并学习到如何制定一份完善的创业计划书。其次，我从实训中获得了极大的成就感。当我完成一份部分计划书时，我感到非常兴奋，我感到自己能够掌握一些企业主导权和能力，并且为自己的未来创业之路做好了准备。

#### 第五段：结论

总之，创业计划书实训是一个复杂而又必要的过程，对于创业者和学生都有很大的推动作用。通过制定和实践计划书，我们可以熟悉实际的市场需求和制定区别于别人的商业模式，在创业之路上对未来做好充分准备。在完成实训的过程中，我们可能经历了许多挑战和失败，但是只要坚持不懈，努力克服难关，总能够获得巨大的收获、收获成功的成就感。所以，我们在后续的创业之路中，只需要在困难和挫折中奋斗，立足于自身的创新和创造，坚持不懈，一定能够实现自己的梦想。

## 创业计划书利润分析篇六

创业是现代社会追求自我价值的一种方式，而创业计划书作为创业路上的指南，是创业者为实现创业目标所编写的一份文件。在撰写创业计划书的过程中，我有幸认识了一些成功的创业者，并从他们身上学到了很多宝贵的经验。下面我将分享一下我在撰写创业计划书过程中的心得体会。

## 二、贯彻创新思维

在撰写创业计划书之前，我们应该贯彻创新思维，要有勇于创新意识和能力。创新是创业的灵魂，也是带来持续竞争力的关键。在思考创业计划书的各项要素时，我们要敢于颠覆常规，尝试新的理念和方法。只有不断创新，我们才能在市场竞争中脱颖而出。

## 三、合理规划经营方案

在撰写创业计划书时，我们要认真研究市场，了解消费者的需求和竞争对手的情况，从而制定出合理的经营方案。经营方案应该包括产品定位、市场定位、渠道运营、市场推广等方面的规划。通过可行性分析和风险评估，我们可以预见到潜在的问题和挑战，并提前采取应对措施，保证创业项目的顺利进行。

## 四、注重团队建设

一个成功的创业计划书需要一个强大的团队来执行。在撰写创业计划书的过程中，我们要注重团队的建设，找到适合自己项目需求的合作伙伴。团队的选择要考虑成员的能力搭配和个人素质，要有相互信任、相互协作的意识，以便团队能够高效地实现创业目标。同时，对团队成员才能进行培养和激励，提高工作效率和质量。

## 五、持续学习与调整

在创业过程中，我们不能停止学习和调整。创业计划书只是一个起点，面临的市场环境和竞争状况是不断变化的。我们要紧跟市场动态，不断学习新知识，提高自己的专业素养。同时，我们要密切监控创业过程中的各项指标，及时调整经营策略和方案。只有不断学习和调整，我们才能在竞争中立于不败之地。

综上所述，撰写创业计划书需要我们贯彻创新思维，不断寻求新的机会和突破口。要合理规划经营方案，确保项目能够持续稳定的运营。同时，注重团队建设，共同努力实现创业目标。最后，持续学习和调整，保持对市场的敏感度和竞争力。只有在这些方面做得好，我们才能成功地实现自己的创业梦想。

## 创业计划书利润分析篇七

近年来，创业潮席卷全球，越来越多的人加入到创业的队伍中，希望通过自己的努力实现梦想。为了能够在创业过程中更有条理地规划和组织自己的创业项目，创业计划书成为了必不可少的工具。在撰写自己的创业计划书时，我深深地体会到了它的重要性和作用。

首先，创业计划书是创业者思考的过程。在撰写计划书的过程中，创业者不仅需要明确自己的创业方向和目标，还需要对市场形势和竞争环境进行详细的分析和研究。这个过程迫使创业者深入思考，并且从各个角度审视自己的创业项目。通过不断地盘点和总结，创业者可以更加清晰地认识到自身的优势和劣势，从而更加明确地制定出切实可行的策略和计划。

其次，创业计划书是语言表达的过程。在撰写计划书的过程中，创业者需要将自己的创意和想法用文字来表达出来，这就要求创业者具备一定的文字写作能力。在文字的选择和篇章的组织中，创业者需要尽可能地准确地表达自己的意思，并且能够将自己的创业项目形象地呈现给读者。通过不断地修改和完善，创业者可以提升自己的表达能力，更好地向他人传递自己的创业理念。

再次，创业计划书是细节思考的过程。在计划书中，创业者需要详细地列出自己的项目内容和执行步骤，并且对各个环节进行具体的规划。这就要求创业者对自己的项目有深入的了

解，并且能够从细节的角度思考。在撰写计划书的过程中，创业者需要考虑到可能遇到的各种困难和问题，并提前做好相应的解决方案。通过对细节的深入思考，创业者可以提高自己的项目实施能力，减少风险和损失。

最后，创业计划书是回顾总结的过程。在完成计划书后，创业者可以回顾整个撰写过程，对自己的思考和行动进行总结。创业者可以评估自己在撰写计划书时的不足和问题，并找到改进的办法。同时，在与他人沟通交流的过程中，创业者可以听取他人的意见和建议，从中得到启发和帮助。通过反思和总结，创业者可以不断地完善自己的创业计划，提高自己的创业能力。

总结而言，创业计划书对于创业者来说具有重要的意义和价值。它不仅是思考的过程，也是语言表达的过程，更是细节思考和回顾总结的过程。通过撰写和完善创业计划书，创业者可以更好地规划和组织自己的创业项目，提高项目实施的能力，从而在创业的道路上取得更大的成功。

## 创业计划书利润分析篇八

明年就要从象牙塔里出来了，因为经济危机的影响已经自己对于餐饮业的兴趣打算毕业后开一家蛋糕店，蛋糕店有很大的发展前景，今下人们的生活好了，消费水平高了，对于生活品质的追求也就高了，综合性的蛋糕店已经成为城市消费的一大潮流。

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“\_\_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、本店打算开在社区商业街，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、向阳坊、那样的蛋糕连锁店。

### 3、本店需创业资金\_万元。

1、由于地理位置处于商业街，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。短期目标是在商业街站稳脚跟，1年收回成本。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，并成蛋糕市场的知名品牌。

1、客源：本店的目标顾客有：到商业街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，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、向阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的。

1、先是到附近几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的成本价。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，偷偷跑过去和店里师傅商量。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。特别是如果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。内容来自徐州便民网真诚为你服务。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业人员必须持有“健康证”。

启动资产：大约需\_\_万元

设备投资：



房租\_元。

1、门面装修约\_\_元（包括店面装修和灯箱）

2、货架和卖台投入约\_元

3、员工（\_名）统一服装需\_元

4、机器设备最大的投资：\_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\_元。

月销售额（平均）：\_元。据有关内行人士评估，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\_元。

每月支出：\_元。房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区商业街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场附近），约\_元。

货品成本：30%左右，约\_元。人员工资：\_平方米的小店需要蛋糕师傅\_名，服务员\_名，工资共计\_元。

水电等杂费：\_元设备折旧费：按\_年计算，每月\_元月利润：\_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

因为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。