

最新蛋糕咖啡店策划书 做蛋糕活动策划书 (汇总7篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

蛋糕咖啡店策划书篇一

在三八节来临之即，为了感谢所有辛勤的妈妈，表达对妈妈节日的祝福，希望幼儿园特别组织了此次“庆三八亲子diy蛋糕制作”活动。望通过此次活动能让孩子们享受自己动手做蛋糕的喜悦，并拉近家长和孩子之间的距离和情感，并更好地促进孩子们健康快乐地成长。

3月5日下午13:40—15:00

全园爸爸和小朋友

幼儿园操场

- 1、主持人开场。
 - 2、园长妈妈温馨祝福。
 - 3、全体爸爸和小朋友、老师共同演唱“世上只有妈妈好”。
 - 4、喜盈门蛋糕师现场演示蛋糕制作。
 - 5、爸爸和小朋友们合作现场制作蛋糕。
- 1、要求每个孩子的爸爸参加，和孩子一起制作蛋糕送给妈妈。

2、保持活动场地的干净整洁，不抽烟，蛋糕制作时奶油尽量不涂抹到桌面、地面处，活动结束后清理班级场地的卫生。

3、因涉及的人数多，每个家长现场要照看好自己的孩子，注意孩子的安全。

4、为避免交通堵塞，请参加活动的家长机动车按规定停放，非机动车有序停放到幼儿园周围。

蛋糕咖啡店策划书篇二

1. 主要经营范围

以西式蛋糕、手工饼干、中西点、冷饮等为主营产品，集生产、销售、配送、服务于一体。并专门开辟了休闲区域，设置很多造型别致的座椅，为顾客提供优美音乐及时尚书籍。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。在价格定位上遵循薄利多销，以“高雅的环境，优质的服务”赢取利润回报。

2. 经营宗旨

甜美、健康、时尚。为朋友聚会，聊天，饮食，休闲，娱乐提供一个高雅，温馨，舒适，安全的场所。

3. 经营方式

店内选购：顾客在货价上自行选购完毕到卖台买单。

店内品尝：顾客在卖台点单，由服务员将蛋糕、饮料送到顾客坐的地方，食毕买单。

送货上门：与附近写字楼洽谈，与他们签定长期配送服务。一般为下午茶时间。

1. 产品

糕点类：主营西式蛋糕、手工饼干、中西甜点、面包等(均为店内自行生产) 饮品类：主营咖啡、茶品、杯装可乐、牛奶、各色鲜榨果汁，奶茶等; 副食类：特色爆米花，瓜子，花生，豌豆等; 免费类：杂志，报纸，大厅提供优美音乐。

2. 选址分析

本店应设置在社区及写字楼附近。因为固定消费群体，消费相对稳定，上下班时间人流量大，所以本店设在xxx大厦附近。

3. 店面布置

店堂做到清洁光亮，窗明几净。渗透好甜美、健康、时尚的企业文化。根据不同甜品品种，使用各类特制碗碟个人经营蛋糕店创业计划书个人经营蛋糕店创业计划书。碗碟高雅脱俗，使顾客一看餐具就产生舒心感觉。本店不像大多数蛋糕房那样，将操作间展示在窗口，而是在店铺的落地窗前加了一套很有小资情调的桌椅，让人远远看去更像是一个精致的咖啡小店。店面内为了显出明亮和精致，装修时在灯具购买上下了不少的功夫，店铺的墙壁上则挂上了一些国饰。操作间设在店铺最里端，同样采用了大量的灯光，以使得操作间显得清爽、干净而明亮。

1. 目标顾客描述

由于本店生产的`糕点既包括一般的蛋糕也包括精致糕点，所以目标顾客为喜爱蛋糕甜品的各类人士，包括时尚男女和为家庭购买的人。

2. 市场介绍

虽然周围有一些超市和副食店、菜市场，但是蛋糕和面包的

销售却很少。如果不单纯做蛋糕，而是加入一些新鲜烤制的面包，说不定能够吸引上班族购买面包当作早餐，这样可以扩大自己店的影响力。并且社区的居民是固定的消费群。

3. 竞争对手的主要优势

经营多年，市场占有率大；附近居民区多，消费群稳定；口感优良。

4. 竞争的对手主要劣势

产品较单一，地处较偏僻，无法吸引新顾客群不提供在店内品尝及配送服务。

5. 本企业相对于竞争对手的主要优势

店面时尚，产品丰富，易吸引时尚青年；店堂内有桌椅及优美音乐，为顾客提供了完善的就餐环境。拥有新鲜的经营方式——配送服务，为附近写字楼提供了方便。

6. 本企业相对于竞争对手的主要劣势

新开张没有稳定顾客群，附近居民接受需要一段时间；店面租金较贵。

1. 节日活动

在新年、端午节、中秋节及西方的圣诞节，情人节等重大节日，在店外组织露天主题活动，旨在增强消费者对本店产品的印象。活动通过分发快递活页广告、进行产品知识问题竞答、组织小型演出等方式，给予参与者相应奖励。奖品包括印有小礼物、优惠券及最新产品品尝券。

2. 促销手段

店堂设置许愿树两棵，消费即可得到许愿卡。可在许愿树上挂上写好的许愿卡，每个月的第一个星期天店员将收集许愿卡，以抽奖的方式挑出实现过程花费在300元以下的愿望，帮助顾客实现。

店内常备各种小礼物，如卡通造型汽球、卡片等。一次性消费满60元的顾客可获赠卡通小卡片一张，积满一套三张可获赠6寸冰淇淋蛋糕一块。凭借上乘的品质加上灵活的促销手段来赢得稳定的顾客群。

3. 会员制

凡一次性在本店消费满80元的顾客可申请会员卡一张，持卡者可永久享受购买店内除新品和特价品以外的任一商品8.8折优惠。

4. 传媒广告

考虑电视广告或印刷媒体等传媒方式，做为最切实可行的宣传渠道，调查证实高品质甜品通过精美的电视广告或印刷媒体能树立良好的品牌形象。另特别会在下班回家时，下发宣传单，设点宣传并接受咨询个人经营蛋糕店创业计划书工作计划。

1. 人事

本店每个员工必须是专业的，包括点餐收银人员、店堂清洁人员和制作人员在内的每个人必须进行严格培训，确保正常工作时的规范操作。管理人员设置人事管理和企业管理人员各1名，要求本科以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力；蛋糕加工制作人员设置2名，要求大专以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力；点餐收银和店堂清洁人员若干，严格培训后上岗。所有员工须办理健康证。

2. 管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。重视个人的发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得餐厅的整体发展，实现1+12的效果。

3. 管理理念

(1) 尊重餐饮业人员的独立人格

(2) 下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务。

(3) 互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

(4) 营造集体氛围：既要上下属感受到甜品店纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

(5) 公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

4. 管理队伍

投资是一项经营人才的业务。我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本甜品店发展的人才加入蛋糕店。

蛋糕咖啡店策划书篇三

时间一溜烟儿的走了，工作已经告一段落了，又迎来了一个全新的起点和新的目标，需要认真地为此写一份策划书。相信许多人会觉得策划书很难写吧，下面是小编帮大家整理的

蛋糕店拉赞助策划书范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

暂定bread life蛋糕店

1、好利来

全国性强势品牌 济南市场大约6家 生产蛋糕、面点、西点、月饼

广告语：爱就在你身边

情感模式诉求典范。

2、稻香园

全国性强势品牌 济南市场大约6家 生产蛋糕、西点、面包、中点、月饼的综合性连锁食品店。

广告语：香飘家园，生活美满。人缘，情缘，稻香园。

3□a里

济南当地强势品牌 济南市场大约7家 生产蛋糕、面点、西点、月饼

广告语

4、大三元

发展中的连锁性品牌 济南市场大约3家 主要做月饼

广告语：“月圆、情缘、团圆”相聚大三元

另外在济南市上还有皇家、古德、花旗食品、康利来、金百利西饼店、大金元蛋糕店、麦香村蛋糕店、金苹果蛋糕世界、

红喜玛蛋糕店、新加坡面食店等。其中也不乏一些知名企业。

好利来和稻香园主要面对的是中端收入水平的人们，a里则是一个面向中高端的面包店，大三元面向的是中低端的消费者。

中高端糕点店，主营蛋糕、西点、月饼。

定位中高端休闲糕点市场

1. 20—30岁之间，有一定的经济收入，接受过较高学历教育
2. 消费习性：更注重消费享受
3. 生活形态：追求 新颖、个性化、时尚

面包店的选址。有一定的特殊性，最好是以下一些地区：

- 1、特定区域内的商业中心。
- 2、人流量大的购物集中场所。
- 3、交通枢纽，人员流动量大。
- 4、靠近年轻一族上班，购物，娱乐的地方

在产品宣传阶段主要分为三步进行

第一阶段：品牌宣扬阶段

目的：

- 1)、告知“bread life”即将进入济南市场
- 2)、对产品定位进行宣扬，与其他糕点店形成区位隔断优势

3) 、让消费者了解bread life

以《齐鲁晚报—济南版》进行广告投放，既具有针对性又相对便宜，制作第一期宣传单，主要宣传品牌等，告知受众“bread life”的定位，产品，特色等。

在有了第一阶段的宣扬的基础上，此时的受众对我们的品牌“bread life”已经有了一定的认识，在第二阶段中我们主要做的是对我们产品加工，产品特色，包括我们产品包装上的优势。

第二阶段：产品加工安全性，特色，包装的特色，作为休闲糕点的特点的宣扬

目的：使消费者进一步了解我们的店铺，了解我们的产品，并对我们的产品放心

内容：

- 1) 、在产品家工，制作，材料上有什么特色
- 2) 、我们设备的.专业性，人员的专业性
- 3) 、将材料安全性，制作的安全性单独作为一体进行宣传。
- 4) 、在作为休闲糕点上有什么样的特色

2第二期宣传册已经制作出来，重点介绍糕点在原材料的选择，烘焙的过程中我们对食品安全性的控制，使读者明白我们的产品是100%放心的；在休闲糕点包装上我们有什么样的特色，让消费者敢于尝试，喜欢上我们的产品。

第三个阶段：开业促销宣传。有了品牌的铺垫、又有了系统全面的店铺专业性介绍，剩下就是临门一脚的射球了，而这

一脚的准确与偏颇将决定着整个营销战役的成败。所以我们把这临门一脚更作为一个重点进行策划。

举办现场咨询会，对客户提出的关于烘焙方面的问题进行解答，以及是消费者明白怎样选购上好的面包，如何正确的和面包搭配营养。并在现场让顾客免费品尝。

在开业店周围进行打折券发放，以吸引更多的消费群体

在购物满xx元就可以享受更高的折扣

a□选择离开业店面较近的几条街，在公交站牌，出租车站牌，街灯等主要位置发布大面积广告，一定要达到轰动的效果。

b□继续在《齐鲁晚报—济南版》发布广告，对店面开业，打折发放进行详尽报道

c□第三期宣传单印制出来，重点介绍产品特色，口味，环境及礼品糕点的特色，并在开业店周围进行发放，可以同打折券一同发放。

蛋糕咖啡店策划书篇四

一、活动背景：

1. 新店开业，没有品牌基础
2. 复合式店面，烘焙、裱花、简餐、茶座
3. 地址处在地级市二类商圈内
4. 店铺面积较大，门头宽，预期销售额5000元----7000元/天

二、市场背景：

1. 消费者消费能力一般
2. 商圈内没有类似的复合店
3. 其它烘焙连锁店情况不明

三、活动目的：

- 1、建立###在消费者心中的品牌形象；
- 2、帮助消费者快速接受复合式店面，让消费者快速了解所有的服务内容；
- 3、拉升业绩到一定水平，检验整体产能、管理、服务水平和漏洞
- 4、了解消费者偏好和消费习惯，便于开店后的调整

四、活动对象：

- 1、中高层次收入家庭的家庭主妇、儿童、学生；
- 2、年轻类似白领、职员、商务人士

五、活动主题

超级美食、开业有礼

蛋糕——送给最重要的人(蛋糕和月饼的宣传广告语，可以用在包装盒上)

六、活动方式

1. 宣传——品牌形象建立过程中不可替代的做法

3. 会员卡或优惠券——抓住高端客户

七、活动时间和地点

20xx年x月x日

截止到x月x日(持续3天)

地点：###店

八、宣传

a□横幅5——10条

一、“超级美食、开业有礼——###休闲饼店登陆新余”5条

二、“###蛋糕——送给最重要的人”3条

三、“用舌尖去阅读###的时尚魅力”2条

将“一”悬挂在新余靠近店面的主干道上;将“二”与“一”配合悬挂2条，省一条在店堂门口周围悬挂;将“三”与“一”配合悬挂1条，省一条在店堂门口周围悬挂 以上条幅提前一天悬挂，共悬挂3天，开业后1天去掉。

b□促销宣传单张2000份

目的1：争取在周围1000米商圈内迅速传递开张信息，迅速让商圈内潜在客户，了

解本店是个什么店?有哪些服务?适合什么人?

目的2：促销手段，让顾客接触到我们的服务和产品。

c□提前1天，在新店的橱窗上张贴主推产品海报。

e□路演：请电声乐队或军乐队，在店铺门口上下午各两个小时的演出。

g□包下当地电视台点歌台频道每天1小时持续三天，在下午3—4点(时间选择也可以根据本频道的收视黄金时段确认)，给生日人点歌，文字信息事先准备好，歌曲目录要认真选择。

h□制做200张会员卡，折扣定为88折为宜。

以上活动需要当地政府职能部门支持，所以要预先准备。

九、现场促销

1. 找一款现烤产品：蛋挞或者肉松沙律包最合适，作较大力度促销，作pop推广海报，牺牲这个产品的较大部分利润，吸引顾客进店，提升人气。

2. 促销宣传单张的使用和回收

3. 答题卷的发放和使用回收

4. 茶水饮料部分的折扣促销

5. 会员卡发放

前期准备：

1) 路演人员寻找签合同3天前预约好，横幅、路演职能部门审批提前2周操作。

2) 印刷品提前10天准备，开业前3天全部到位

3) 提前4天确定产品出样，3天开始小批量试制产品，测试设备、准备物料模具；提前2天开始制作产品，囤积中长线产品量要是正常每天销售量的3倍。现场制作产品要囤积5天的原料。

4) 提前两天或三天对促销活动和服​​务常识、服务流程、礼仪、收银培训；

5) 提前3天采购部采购大量的拉花、气球、小饰物等小物件装饰店面；

6) 店面的收银员、工人、裱花师提前3天培训，店长要做好突发事件的准备；

8) 提前1天卫生全面清理，有店长负责；

9) 裱花工与生产工人必须熟悉现场操作，技术熟练。并且严格遵守现场卫生管理制度；

10) 开业时间最好定在星期五

十、中期操作

开业前准备：

(一)、开业前2天，

1、营业员散发宣传促销单张

2、开始卫生扫除工作，物品准备清点完毕

3、内部装饰件悬挂摆放完毕

4、裱花、现烤、收银、服务员培训

(二)、开业前1天

1、卫生扫除

2、继续发宣传单张

3、张贴海报、悬挂横幅

4、布置展柜内样品

5、开始上货：冻点、吐司、酥点、中点、盒装礼品等

6、确认路演人员到位情况、确认电台点歌

7、确认物料准备情况

8、准备制作现场品尝用大蛋糕

(三)、开业当天

1. 人员安排好定点定岗

2. 店长内外协调

3. 发放会员卡

突发事件的发生与处理：

现场突然出现物品短缺；

顾客误解促销活动内容；

顾客的投诉；

现烤产品的质量问題；

现烤产品供应不足；

现场秩序的维护；

销售高峰期店面顾客过多，顾客、店面财务的安全问题 以上问题均有店长负责处理。

一、活动背景：

1. 新店开业，没有品牌基础

2. 地址处在地级市二类商圈内

3. 店铺面积较大，门头宽，预期销售额5000元----7000元/天

4. 店内服务项目包括自主diy

市场背景：

1. 消费者消费能力高，且以年轻人居多，对于糕点的接受程度高。

2. 商圈内没有类似的复合店

3. 西方文化越来越受人们所喜爱， 食品文化的进一步交流。

二、活动目的：

1、建立ihome在消费者心中的品牌形象；

2、帮助消费者快速diy式店面，让消费者快速了解所有的服务内容；

3、拉升业绩到一定水平，检验整体产能、管理、服务水平和漏洞

4、了解消费者偏好和消费习惯，便于开店后的调整

三、活动对象：

1、三峡大学的大学生；

2、东山花园邻近小区居民

四、活动主题

超级美食、开业有礼

ihome蛋糕——爱家的选择（蛋糕和月饼的宣传广告语，可以用在包装盒上）

五、活动方式

1. 宣传——品牌形象建立过程中不可替代的做法

3. 会员卡或优惠券——抓住高端客户

六、活动时间和地点

2011年x月x日

截止到x月x日（持续3天）

地点□ihome店

七、宣传方式

a□横幅5——10条

一、“超级美食、开业有礼——ihome休闲饼店登陆城东大道” 5条

二、“ihome蛋糕——爱家的选择” 3条

三、“用舌尖去阅读ihome的时尚魅力” 2条

将“一”悬挂在城东大道靠近店面的主干道上；将“二”与“一”配合悬挂 1

以上条幅提前一天悬挂，共悬挂3天，开业后1天去掉。

b□促销宣传单张20000份

至少提前2天让店面营业员在新店附近，少量派发，主要针对周围的小区、周围小店铺、三峡大学和八中学生。

目的1：争取在周围1000米商圈内迅速传递开张信息，迅速让商圈内潜在客户，了解本店是个什么店？有哪些服务？适合什么人？目的2：促销手段，让顾客接触到我们的服务和产品。

c□提前1天，在新店的橱窗上张贴主推产品海报。

e□路演：请电声乐队或军乐队，在店铺门口上下午各两个小时的演出。

g□包下当地电视台点歌台频道每天1小时持续三天，在下午3—4点（时间选择也可以根据本频道的收视黄金时段确认），给生日人点歌，文字信息事先准备好，歌曲目录要认真选择。

h□制作200张会员卡，折扣定为88折为宜。

八、现场促销

1. 找一款现烤产品：蛋挞或者肉松沙律包最合适，作较大力度促销，作pop推广海报，牺牲这个产品的较大部分利润，吸引顾客进店，提升人气。

2. 现场蛋糕制作

项目方式：比赛

规则： 1. 每2-3人组成小组，以小组为参赛单位。

2. 每个参赛小组在2小时内完成蛋糕制作。

3. 比赛过程中允许要求蛋糕师指导以及其他组别人员协助。

4. 比赛通过无记名投票（所以制作者以及店内工作人员都比参与），选出一名优胜者

参考人员安排： 1. 每3组由一个人员负责指导蛋糕制作（个人建议如果人员不足的话，不要在此处过度降低要求，因为这是一个客户体验的过程，是蛋糕制作者对本公司的最直接体验，对于制作者的印象是很重要的环节，可用采取其他分店人员临时调整的'办法）

2. 活动主持人一名

3. 吃蛋糕比赛

比赛时间：在人流量最多的时候，具体就是上午11点到12点
2

，下午4点到5点各举行一场。

比赛方式：主持人现场选取5至8名选手，每位选手分一定大

小的蛋糕，看哪一个选手先吃完，每轮选取2名优胜者，奖励本店会员卡一张。

4促销宣传单张的使用和回收

5答题卷的发放和使用回收

6茶水饮料部分的折扣促销

7会员卡发放

九 前期准备：

1) 路演人员寻找签合同3天前预约好，横幅、路演职能部门审批提前2周操作。

2) 印刷品提前10天准备，开业前3天全部到位

3) 提前4天确定产品出样，3天开始小批量试制产品，测试设备、准备物料模具；提前2天开始制作产品，囤积中长线产品量要是正常每天销售量的3倍。现场制作产品要囤积5天的原料。

4) 提前两天或三天对促销活动和常识、服务流程、礼仪、收银培训；

5) 提前3天采购部采购大量的拉花、气球、小饰物等小物件装饰店面；

6) 店面的收银员、工人、裱花师提前3天培训，店长要做好突发事件的准备；

8) 提前1天卫生全面清理，有店长负责；

9) 裱花工与生产工人必须熟悉现场操作，技术熟练。并且严

格遵守现场卫生管理制度；

10) 开业时间最好定在星期五

十 开业前准备：

一、开业前2天，

1、营业员散发宣传促销单张

2、开始卫生扫除工作，物品准备清点完毕

3、内部装饰件悬挂摆放完毕

4、裱花、现烤、收银、服务员培训

二、开业前1天

1、卫生扫除

2、继续发宣传单张

3、张贴海报、悬挂横幅

4、布置展柜内样品

5、开始上货：冻点、吐司、酥点、中点、盒装礼品等

6、确认 路演人员到位情况、确认电台点歌

7、确认物料准备情况

8、准备制作现场品尝用大蛋糕

三、开业当天

1. 人员安排好定点定岗
2. 店长内外协调
3. 发放会员卡

十一 突发事件的发生与处理

现场突然出现物品短缺；就近添补物品

顾客误解促销活动内容；向顾客耐心讲解，宣传此次促销内容
顾客的投诉；安排员工负责接待不满意的顾客，听取意见，并作出记录，能够解决的马上实施，不能的向店长报告，并为顾客作出郑重承诺。

现烤产品的质量问题的；向顾客解释其原因，并立即免费更换。
现烤产品供应不足；向顾客道歉，并增派人手满足供应（可提前寻找2-3人的兼职人员等候待命）

现场秩序的维护；对于店内的各关键要道实行专人负责，定点到人，实行个人负责制。

蛋糕咖啡店策划书篇五

目录

一. 气氛策划

二. 活动策划

三. 宣传策划

四. 开业仪式策划

一. 气氛策划

人气垫场，需要8人在店内有计划正常流动。

开业前一周分时间段与不同店内位置内部人员分布购买，流动，品尝。

主要目的：营造店内一直有顾客在消费的视觉引导效果。带动店外流动人员的进店思想。

具体实施：排出人员班表与具体位置，（详见附表），明确人员在不同时间段，在指定位置的消费与浏览。并每隔半小时进出店。垫场人员每时间段消费平均给予50元的消费权限，（根据现场情况可调整）。要求要有消费记录。每日每班给予每人50元的劳务费。

二. 活动策划

开业当天制作一个大型蛋糕，给予进店人员平均一块的分尝。（需留影照相）

当日消费折扣与产品的指定（与李部长商定）

当日进店购物送大商店全年每月的特价产品消费单一份或生日小蛋糕一份（需定制大蛋糕一份）（需设计与确定内容）店口发放品尝小样。

三. 宣传策划

店内宣传

店内pop的设计与摆放位置（设计与确定内容）

店内的挂旗的设计与摆放（设计与确定内容）

店内的活动单的内容发放(数量与发放人员)

店外宣传

店外的人行街广告牌（设计与洽谈）

店外的宣传单发放(数量与发放人员)

网络推广。主要是发布团购，发布开业当天的一款、或多款的特惠产品，多网络发布，可持续一星期。

四. 开业仪式策划

是否需要步行街的开业仪式（需与李部长，郑总，大商确定）

是否需要剪彩仪式（需与李部长，郑总，大商确定）

是否需要开业演出活动（需与李部长，郑总，大商确定）

蛋糕咖啡店策划书篇六

一、 活动背景：

真心回报

5.1黄金周优惠大酬宾

二、 活动目的、意义和目标：

活动的目的就是为了庆祝5.1劳动节回报新老客户

活动的意义在拉近与顾客间的距离

活动目标就是让店的销售上去

三、 资源需要：

已有资源：

需要资源：

四、活动开展：

会场布置：

设嘉宾座：

广告制作：

主持：

领导讲话：

会场服务：

秩序维持：

衣着：

指挥中心：

五、活动中应注意的问题及细节：

本次活动中要注意的细节

第一、

第二、

第三、

第四、