

最新非遗项目计划书(实用5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

非遗项目计划书篇一

奶茶店最早起源于台湾的高雄市，一个刚初中毕业的学生，用新鲜的橘子刚摘下来，把果汁挤到瓶子里然后加了些清水又放了些甘蔗水，然后放在冰箱里，拿出来喝很冻，很清凉，当时觉的味道很不错，这个男孩，就试着用不同的果汁调制出了不同的味道，最出名的是他的珍珠奶茶的研发，之后在家人的资助下，开了一家奶茶店，叫珍珠奶茶，也是中国大陆，及亚洲地区最早的奶茶历史起源。

珍珠奶茶是非常大众的饮品，有人计算过，台湾有超过一万家奶茶店，大概2300人就拥有一家。杭州奶茶生意也早已风生水起，高教区、商业街、居民生活区等都有奶茶店扎堆抢滩，饮品业的前景被越来越多人看好。

奶茶店就是一个资金投入低，消费人群广，回收成本快，而且门面非常好找的创业项目，一般除了人工和日常开销外，奶茶店经营管理不用太多的周转金，非常适合小本自主创业。一般一家奶茶店都能在几个月收回成本，最快的两三个月收回成本，但是奶茶店重要的还是靠的是口味，靠的是经营策略，靠的是独特的奶茶文化。

近两年，奶茶在我国大江南北遍地开花，不论城市大小，不论男女老少，消费水平高低，奶茶称谓日常街头的的一个时常显现的亮点，走在繁华的闹市街头，很容易寻找到。手里拿着一杯奶茶，男女青年的身影，口感新鲜、味美。都是现做

现卖，由多种可口的原料配成。随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品的质量越来越高。原材料价格一涨再涨。加上一些商家为保证利润，不断降低原料品质，导致现在奶茶市场一片混乱。奶茶已经成为近一段时间来垃圾食品的代名词，通过我们对消费者的调查了解，真正的原因还是在于奶茶口味的问题。口味不断推陈出新、变化多、形成众多系列，消费者选择广。

现在我们最大的竞争对手就是学校外的奶茶，我们要从价格上与他们竞争。

由于我们不是加盟别人的店，所以一切东西都要自己亲自采购。由于我们做的是小本生意，所以我们要努力寻找物美价廉的货源。具体使用过程中的注意事项：

1、封口盖

封口盖必须与杯口直径大小一致，而且购买时要检查一下封口盖，是否有十字花刀，这样可以给顾客带来方便。我们会一大包的卖，这样可以节约成本。

2、杯子

杯子的价格相差不大，质量却相差不少，而且杯子很重要，一定要多跑几家，认真选购。

3、吸管

选购的时候要注意用料的厚薄。

1、卫生是第一的。你的东西可以不好吃，但是一定要让人放心。

2、一些学生会问我们有关色素、原料、质量等等方面的为题，

我们一定要想好怎样回答。

创业中的挫折是难免的。生意好不免会引起同行的竞争。虽然在短期上，顾客会到他的店里消费，但是顾客是会比较的。他们终究会觉得我们的产品口感要更好些。我们要不断进行创新。

1、日常消耗

开办一家奶茶店是避免不了其他的日常消耗的，如水电费等。在用上电，我们会采取购置技能电灯泡，这样既环保又节约。在用水方面，我们也做到了一水多用。水和电尽可能的做到回收利用。

2、货物进出

所有工作人员必须用有效凭证来到出纳处报销，此外，由出纳管理财务，会计每日一次对账，店长一星期一次查账。

由于主要消费是学生，而现在的学生又比较早熟，因此，店面风格可以比较中性、温馨和浪漫。至于店面内的设计，则选择室内精美壁纸，营造出一种童趣、浪漫、休闲的环境，同样以花草作为主要装点工具。桌椅以红色为主，可以引起顾客的食欲。

非遗项目计划书篇二

小店是一个资金投入低、消费人群广、回收成本快而且门面非常好找的创业项目，一般除了保留3个月左右的店租、人工和日常开销外，奶茶店经营管理不用太多周转资金，非常适合小本自主创业。我们店名为“茶物语”，易记顺口，可以让人很快记住。我们的目标是以一般奶茶店不具有独有的特色吸引顾客而获取大的利润，用一年的时间打响“茶物语”名声，建立品牌效应并积累资金后，通过调查试点后，把运

营扩张到其他市场，获得更大的利益。通过在经营的过程中不断改革，逐步完善，形成口碑，扩大市场占有率，形成连锁“茶物语”奶茶店。

奶茶、咖啡属于大众消费，消费者甚多，主要以青少年学生为主，不管是现在的市场需求还是未来的市场需求都极大，不过奶茶店行业竞争也很激烈，我们必须做出特色才能不被淘汰，才能在行业中脱颖而出。目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创新，例如增加新的口味、使用奇特有趣的杯具，让顾客耳目一新。同时要注重奶茶店的卫生，让顾客一走进奶茶店就有一种干净清新的感觉。

对于产品的定价，我们会根据不同的口味定出不同的价格，一般在3.5元左右，和市场平均价格相同。我们采取产品竞争优势，以产品的质量和特色抢占市场份额。

由于类似的店众多，进入该行业比较困难，而且大多顾客有惯性消费心理，取得行业竞争优势比较困难。所以我们会在开业前期以高质量低价格来取得进入市场的通行证，并且会有促销和特殊活动，具体的会在产品和服务中介绍。

小店主要经营各种咖啡、奶茶，另外，为了满足顾客的消费需求，同时经营双皮奶、刨冰、奶昔，各种果汁及饮料和各种小吃，如各种口味的瓜子和烤翅等。为吸引顾客，小店会通过不断地尝试来研发新类奶茶，新类奶茶会成为本周的推荐饮品，在推出的前两天会特价销售，如果反响好的话会成为小店特色产品。为了不被因模仿而被超越，我们会不断地推出新产品、节日产品和周年产品。如情人节：推出情侣奶茶，光棍节：推出单身奶茶。不断地因特色而吸引顾客，使顾客对小店印象深刻，并逐渐地形成口碑，成为企业的无形的品牌资产。

另外可以通过把调味技术结合调酒工艺要求来操作，这是一种质的飞跃，也是一种艺术享受。奶茶的主要成份有：奶粉、

茶叶、糖、水(及冰)、香料(珍珠奶茶还包括珍珠)。不同的水做的奶茶味道相差很远，你用的是自来水?还是矿泉水?还是山泉水?海水?过滤水?这是完全不同的，山泉水虽然贵，但口感好，产品好才能有回头客。冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。所以，为了企业长远的发展，作业人员有真正的学会奶茶技术。基本要懂得：

- 1、学会品味奶茶；
- 2、原料成份配方；
- 3、调味份量与时间；
- 4、设备的应用与调味火候；
- 5、调味手法；
- 6、奶茶的保存；
- 7、奶茶的包装要求；
- 8、奶茶的变化，包括样变与质变，比如：拉花。

甜甜的奶茶是一种快速消费的休闲饮品，完全是一种可有可无的东西，因此，如果如果选址不好，那就没有人会“不远万里”的跑去专门喝你一杯奶茶，繁华地段是最佳选择。这是毋庸置疑的事情，但繁华地段的高成本却是不得不考虑的。所以要按自己的投资能力和竞争能力进行找选址，要看到现时的铺位情况，也要对以后发展情况作估算。要对铺位消费水平进行评估，低消费的地方不宜大投资；同样的，高消费的地方不宜低投资。还要考虑旁边或是周边有无同行，价格质量怎样，如果找的铺现在没有竞争，以后有无可能出现竞争者等等。特别对于我们这种资金短少投资者，在盈亏平衡测算里会根据数据“对面的铺租不要超过平均最低营业额

的15%”来确定店址。学校周边是很不错的位置，学生多，消费也会多。另外，补充一点，买奶茶的顾客中，女性居多，所以如果是女孩子，尤其是年轻的女孩子多的地方，毫无疑问是好地方。

装修是按照投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。装修的风格要做到大概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大方。特别地，针对年轻人的观念，要设计较有特点，让年轻人喜欢。特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间。这里面也包含水电的布局和水力电力要求。

设备是按产品菜单来采购的。好的高质量的设备就能做出更多的上品质的产品，而且能提高速度和效率。店面设备要和店面水力电力拾配得上，特别是店面小的步行街区，要考虑另找厨房的’配备协调。奶茶的制作一般要用到如下设备：

1、封口机

带有计数器，一般贩卖炊具机械、封口设备的店里有贩卖，每封一下口，计数器都会记一下数，无论电源有没有接通，这是一种机械计数。封口机选购时要注意，找个杯子封一下试试，把温度调到170度左右，按下大约一秒多钟，取出看有没有封住；再稍微用力捏一下，看封得结实不结实，有没有封得不结实的地方，有漏气的小孔。再要注意看封口膜切得是否整齐，有没有没切断，也就是看上下模平不平，齿刀锋不锋利。

2、封口膜

一般贩卖封口机的地方会附带销售，选购时要注意，封口膜不能太厚，太厚了容易封不住，而且插吸管的时候会很难插破，用力过猛，要么把吸管插坏，要么把奶茶掉到地上，要

么一不小心把杯子插破。从用料方面考虑，太厚的一般都不是什么好料，会很脆，一插就会裂一道大口子。

3、冰柜

一般购买双室冰柜，一半冷藏，一半冷冻。

4、杯子

贩卖塑料制品、塑料袋等的店里有卖，贩卖封口机的店里也会附带销售，一般是2000个一箱，不单卖。杯子的价格相差不大，质量却相差不少，而且杯子很重要，一定要多跑几家，认真选购。选购时要首先看料的厚度，太软的不行，用力拿会把奶茶捏出来，不用力又拿不住。最好在家先拿一杯水感受一下，然后买的时候拿在手里感受一下看厚度够不够。还有最重要的一点是：杯沿的结实程度。杯沿要够厚、够结实，关键是用料要均匀，这样盛满奶茶时，用手提杯沿，才不会洒掉。杯子太薄、杯沿太软的杯子，会大大破坏顾客的心情，而且在怀疑杯子质量的同时，一定会怀疑奶茶的质量。

非遗项目计划书篇三

“健康宝宝”奶粉专卖给销售者提供的服务：

(一)首先从店面的布局，要求店面面积为40平方米左右，一边采用冷冻设备。冷冻一些鲜奶，需要保鲜的奶制品。另一边则设货架放置灌装的奶粉。两边相距60~80cm设货架，摆放一些袋装奶粉及盒装液态奶和瓶装液态奶。当然货架不能全部利用，那是为以后扩充做准备。中间则有1.6m左右的空间摆放桌椅为消费者提供休息的场所，并且店内免费为消费者提供茶水。

(二)其次在店外张贴标志“请勿吸烟”因为店内随时有孕妇和宝宝在场，二手吸烟者伤害最大，坚决不能让孕妇和儿童

在店内做二手吸烟者，所以要保证店内有良好的环境和新鲜的空气。

(三) 只要顾客购买了奶粉或液态奶(24瓶装)之后我们需要进行登记，表格的内容包括姓名、宝宝姓名、家庭住址、联系方式、奶粉名称、购买时间、备注。

在顾客购买三天之内我们以电话的方式询问宝宝食用情况，可有不良反应等。这样去关注宝宝的健康，关注每位顾客的利益。在一个月之后我们再次打电话询问，了解宝宝的成长状况、健康状况并且了解奶粉的食用情况，可以提醒家长要正常给宝宝喂奶等。如果是液态奶，了解是每天早上一杯还是早晚各一杯。这样如果他们有什么困难，我们可以给予及时的帮助，在两个半月以后，我们会第三次以电话的方式了解宝宝的成长状况及他们反馈的问题。通过直接与消费者接触，我们更容易了解消费者的心理。另外，通过三次电话的交流会给消费者留下深刻的印象。此外，我们就会记住消费者的姓名，待他们再次光临的时候，我们就能产生熟悉的感觉，这样消费者就会有亲切感。

这就是我们倡导的跟踪服务。不是在消费者发现问题之后才去帮助解决而是主动的及时的了解顾客的需要。及时帮助他们解决困难，这样才是真正的售后服务。

二、市场分析

1、综合环境分析

中国的人口数众多，婴幼儿也很多，并且即将进入计划生育后生育的第二个高峰期，并且随着中国人民生活水平的提高，消费水平也跟着提高。另外，中国有着“再苦不能苦孩子”的习俗。所以对婴幼儿食用奶粉及奶制品不会认为是奢侈这种消极的观念。其次，很多人忙于上班和工作，母乳喂养时间特别短，有的儿童食用奶粉从几个月到好几岁。所以奶粉

的市场容量还将继续扩大。

2、竞争环境分析

目前□xx县只有两家大型超市(xx超市和xx超市)占有70%~80%的市场份额。我们的竞争对手主要是这两家超市。从xx县的地理环境看□xx县县城是xx主要的购物中心，一些重要的商品都会到县城购买，并且离县城最远的乡镇坐车到县城只要13元。所以我们把超市开在商业街，这样便于顾客发现，能够达到直销的效果。

3、竞争状况

由于市场竞争机制引入，商场的竞争也愈演愈烈。随着中国人均消费水平的提高以及奶粉市场竞争的加剧，中国奶粉越来越走向专门化、细分化。但专卖婴幼儿奶粉的还是比较少见的，可以说是一块空白市场。当然，这种新型的经营模式出现，不排除有人模仿从事这种专卖。

4、竞争者划定

作为一种新型的经营模式，奶粉专卖会触及所有商场奶粉销售的利益，以及各种小型的杂货店。与所有卖婴幼儿奶粉的商家都有竞争。但主要竞争者还是大型超市。

5、竞争者战略地位

综合以上分析，“健康宝宝”奶粉专卖采取优质的售后服务，良好的购物环境，用售后服务差异化战略抢占市场份额。

我们通过加强专业队伍的培训，不断提高服务质量，提供更加优越的购物环境等提高公司的知名度。另外我们会不间断的搞一些关于保护宝宝健康的课题。让消费者更多的了解我们公司的。

6、“健康宝宝”奶粉专卖的问题点与机会点

问题点(市场阻碍)

很多大型超市已经在人们心中形成了品牌效应，觉得大型超市的质量信得过，比较安全。所以新的超市进入市场很难打入，短时间内无法提高知名度。

机会点(市场空挡)

虽然超市卖婴幼儿奶粉，但很多业务员并不了解奶粉的构成，不知道奶粉的文化，并且没有专卖婴幼儿奶粉的。另外没有优质的售后服务，商品附加值不高。我们通过增加商品附加值，了解消费者心理，及时解决他们的需要。这就是我们在销售过程中的一大亮点。

三、公司战略及营销策略

(一)公司战略

在公司成立前期，我们以县城为单位，取得一定的市场份额。在最短时间内站稳脚跟之后，向离县城较远的乡镇做大量的宣传，主要以张贴海报和发放传单的形式进行宣传。争取一年能占有全县40%的销售市场，得到消费者认可之后，我们上架儿童日常用品。

中期目标：以奶粉及奶制品为突破口，获得认可之后我们即可上架一些婴幼儿玩具、日常用品(包括奶具、尿不湿、爽身粉、花露水……)及服饰、鞋等。

长期目标：有关婴幼儿的商品，取得全国30%-40%的销售市场。

时机成熟后，我们可以在全省乃至全国范围内招加盟商。在不同的销售领域可以因地制宜，但公司的服务宗旨和销售理

念不能改变。

(二) 营销策略

每年公司有两个活动宣传时期。一个是“六一儿童节”，我们会以各类活动方式吸引更多的消费者。另一个是“三八妇女节”、“母亲节”、“感恩节”其中一个时期(不同地区可以因地制宜。)进行大型文化下乡活动宣传。主题以“关爱母亲、回报母亲”。联系当地文化局，以行政村为单位。比如我们xx县由于受安庆黄梅戏的感染，很多人喜欢看黄梅戏，我们可以请一些业余黄梅戏团到各个村搭台演出。这样大力度宣传之后，我们的市场份额就会逐步扩大，预期可达40%~50%的销售份额。

未来市场的竞争肯定是终端市场的竞争。所以我们从三级市场以下做起，拉近消费者的距离。把握与消费者沟通交流的每个细节，使顾客满意放心是我们服务的最终目标。

1、货源：每种产品的厂家都在每个省市设有销售部，我们可以通过各种方式与他们谈判。降低进价成本，增加进货数量。让他们了解到我们公司以后的发展及发展方向和趋势。让他们意识到如果我们不代理他们的奶粉及奶制品，他们现在的损失是多少，三五年后在全国的损失又是多少。这样我们用最低的成本进到更多的货。最后到他们主动找我们进行合作，甚至到免费提供运费。公司未来的发展趋势是我们与别人谈判的资本。

2、宣传：在开业前期，我们在县城内进行拉横幅、张贴海报、竖立广告牌以及在xx电视台和xx新闻进行宣传。因为xx电视台辐射整个xx县，人们也很关注xx新闻，通过这种宣传可以达到让全县人都知道有这样的超市这种效果。在县城之外的乡镇采用张贴海报和发放传单的方式进行宣传。开业当天，我们会以各类促销活动进行宣传。开业之后我们就会按照我们的服务模式对消费者进行服务。我们最终要达到的就是利

用优质的服务使消费者认可，然后利用他们的口碑进行宣传。因为商业销售中有句话叫“金杯银杯比不上老百姓的口碑”。

3、定价：每个地方都有一定的贫富差距，所以我们会上架高中低三个档次的商品。这样就有高中低三种定价。与其他超市的同样商品，我们会通过价格渗透的方式进行定价，同类商品的定价会稍低于他们的定价。这样可以利用价格的优势战胜其他超市，获得消费者的青睐。

4、促销：我们开业时间会选择在“六一儿童节”，开业当天，我们会有各种不同类型的方式进行促销。运营之后，我们在不同时期也可举办一些活动进行宣传。比如，在春天，我们可以举办“健康宝宝”健身活动，让所有的宝宝参加我们的活动。天气炎热，我们可以赠送小帽子、小雨伞。冬天，我们可以赠送暖手宝等。让消费者感觉到我们天天有礼品，天天有惊喜!这样可以在很大程度上扩大市场份额，提高知名度。

非遗项目计划书篇四

21世纪的今天，创业是大多数人最终选择的，他们不甘于只为别人打工，那么，开奶茶店都需要注意哪些呢，现在就为大家介绍介绍。

商业运作过程中，第一关键要素就是店址选择问题。对此，沃尔玛、肯德鸡等享誉全球的连锁巨头们用其多年的发展经验无数次地证明它的正确性。商业是聚集人气、交流信息、达成交易的活动总称，而这样一切活动的背后都是需要“人”作为推动者和执行者，如何选择能够聚集最佳人气的店址就是商业活动成功的前提条件。因此，对于“商业化”运作经验缺乏的制造企业来说，店址的选址就更加的重要了。

商品管理是店面运营的一项非常重要的工作，其目的在于保证商品在店面的每一个环节都做到科学性和完整性，以实现

销量最大化。

制造企业在商业化过程中形成的专卖价格体系和原有经销价格体系的协调管理将会是制造企业店面运营面临的挑战之一。二者之间既面临重合性，又需要具有特殊性以突出专卖网络的价值。

高效、科学的物流配送体系是连锁商业成功的基本保障，世界第一的商业帝国沃尔玛连续多年来雄踞世界500强企业之首而不倒，其中的一个关键就在于其建立了一套先进的、强大的物流配送体系。对于初涉商业领域的制造企业来说，其物流配送体系并不要求具有如此强大的功能，但必须满足两个基本的目的：

其一、专卖商业网络的正常供给；

其二、与原有配送体系的协调。

导购是企业 and 顾客之间的纽带，是制造企业直接面对顾客的形象代表，他们通过诠释顾客利益，解决顾客疑虑，成功引导销售实现。一批高素质的导购员是店面运营实现持续盈利的关键，但导购学本身是一门很深奥的学问，一批高素质的导购员更是难求。为此，店面运营导购管理的关键在于两个方面：

一是做好导购人员的选拔、培养和科学使用；

二是做到导购技巧的不断更新和完善。

促销是指制造企业通过利用媒体广告、人员推销、公共关系等方式而进行的阶段性造势，并刺激销量、塑造品牌的活动方式。而对这些活动方式的管理就称为促销管理。其主要包括企业层面和店面层面的促销管理，本文在此主要是针对制造企业店面运营的促销管理而言，它对单个店面运营有着聚

集人气、吸引人流、增加销量、对抗竞争对手、提高市场占有率的价值。

店面管理涉及店面运营的所有工作，包括门店商品管理、价格管理、导购管理等环节，其重要性自是不言而喻。而笔者再次提及却并非为了强调上文几个店面管理内容，除此之外，店面管理还涉及太多细致而微不足道的工作和程序，包括店面安全管理、卫生管理、收银管理、服务管理等，实际店面运作中我们容易将这些环节遗漏或者应付过关。

开饮品店，要真正从思想认识到这些情况，正是这些细微工作和程序的长期坚持和积累才能铸就制造企业专卖网络强大的市场竞争力，才有可能形成与现代终端大卖场抗衡的新型渠道。

非遗项目计划书篇五

本地区周边地区共有6所学校(省泰中、泰职院、泰师专、泰州机电、南师大、南理工)，同时，经过我们的调查，学生喜欢喝珍珠奶茶的约占总数的44%，而不喜欢的只有总数的16%，可见奶茶消费量是具有较高潜力的。

进入二十一世纪，复合式休闲美食文化已成为餐饮界主流文化，人们的感性消费支出远远大于理性消费的支出。被认为是时尚引领者的大学生们在这一领域扮演着越来越重要的角色，其市场份额占有率也逐年攀升；作为餐饮界边缘化的一支分流，经营学生专一市场正是立足于对这一信息的准确把握。

作为学生消费群体，她们对口味的追求越来越高，对于事物的新鲜越加敏感，对于品质的要求越来越来，而奶茶的口味自我创新不够，难以达到消费者的各方面的需求，因此奶茶店的生意愈加难做，所以我们所要做的首先是做好消费者的数据调查分析，其次做相应的方法刺激消费。

经调查，学生对于奶茶这一行业主要的要求有两点。一是产品；二是服务。对于某些学生来说，他们热衷于市场现有产品，而有些消费者比较喜欢尝试新产品，但不管是怎样的消费者，他们更看重的是服务质量。根据季节的差异，消费者对奶茶的需求也不尽相同，夏天，人们更喜欢冷饮，冬天更倾向于热饮。