



书

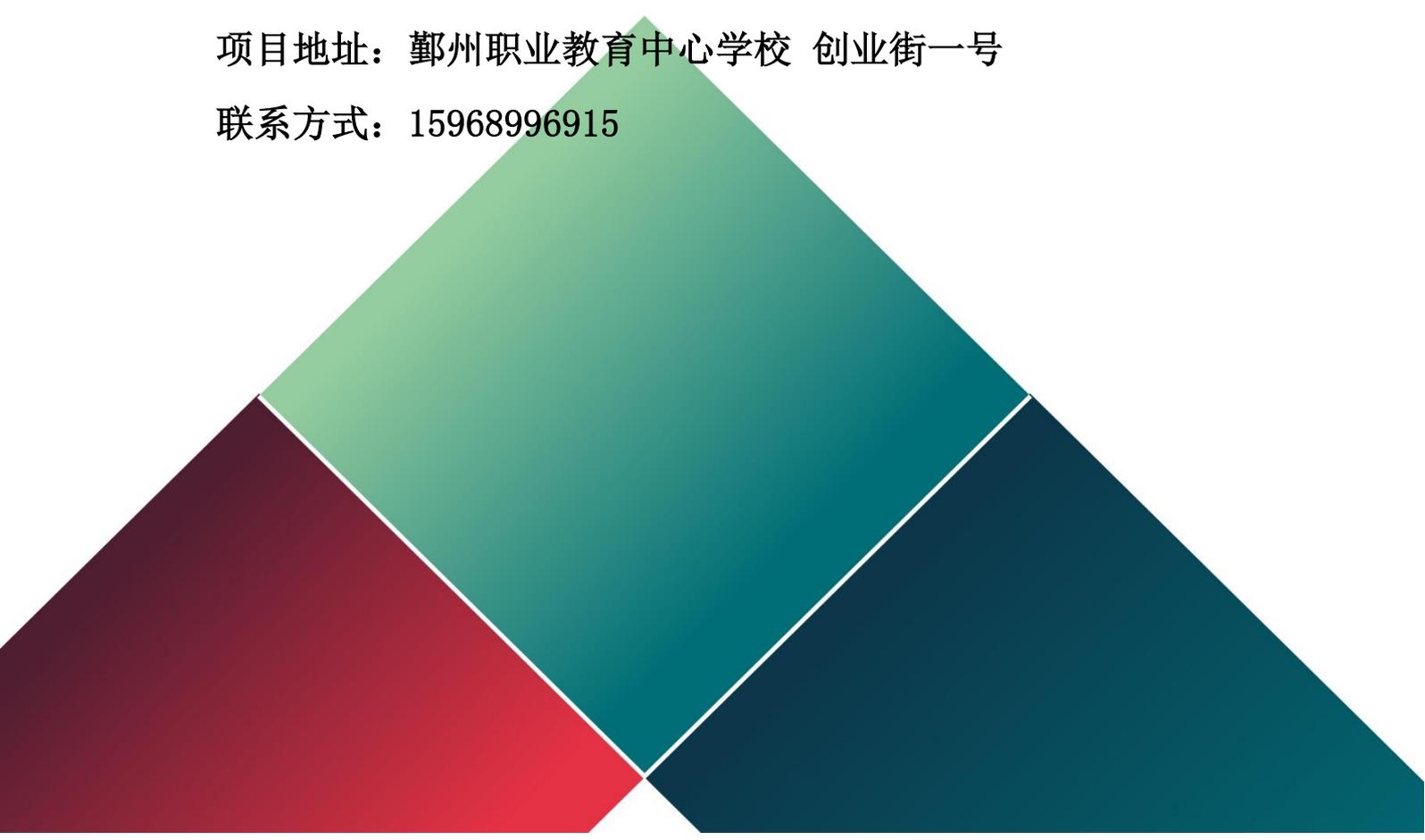
韵

阁

项目名称：书韵阁

项目地址：鄞州职业教育中心学校 创业街一号

联系方式：15968996915



目录

第一部分 项目概要

1. 创业背景.....	01
2. 创业项目简介.....	01
3. 创业团队介绍.....	01

第二部分 书韵阁的产品和服务

1. 市场分析.....	02
2. 书吧 SWOT 分析.....	02
3. 产品与服务	03

第三部分 创意坊的营销策略

1. 营销环境状况分析.....	04
2. 制定营销策略.....	05

第四部分 创意坊的财务分析

1. 书吧的前期投入.....	06
2. 书吧的盈利预期.....	06

第五部分 书吧的发展规划

1. 预期风险与对策.....	07
2. 近期发展和远景规划.....	07

第一部分 项目概要

1. 创业背景

话说：“知识就是财富。”如今，书籍依然是我们只会海洋的厚积薄发的力量源泉。美丽的校园中，行走的学生，思维的个体，需要书籍的浸润。于是，我们萌发了在校园开一个书吧的想法。让同学们有个舒适的看书环境，增加我校的文化氛围，更能方便同学读书获取精神食粮。

2. 创业项目简介

休闲书店，整洁、明亮，具有时尚气息和文化氛围。让同学们的视觉和听觉获得超值享受。根据不同的节日和主题设置主题书架，有意识地将与某一主题相关的图书整合到一起的销售方式。休闲书吧集图书馆、书店、奶茶吧的优点于一身，可以让同学们在舒缓的音乐中，缓解学习的疲劳和压力，放松身心，同时也是个交流聚会的好去处

3. 创业团队介绍

用思维构筑梦想，用行动点亮希望！我们的创业团队由五位小伙伴组成，我们各有所长，都喜欢看书阅读！团队成员已多次参加校内外各种创新创业实践活动，具有一定的实践经验和人脉关系。当然，我们在创业经验方面略显不足，但相信通过我们的努力，定能创造无限可能！

姓名：卢凯
职务：店长
作用：对于书吧的管理及人员的安排
特长：拥有良好的管理能力和职场经验

姓名：周启栋
职务：销售部长
作用：书吧的产品营销
特长：拥有良好的人际沟通和销售能力

姓名：张润雨
职务：进货部长
作用：书吧的进货管理
特长：做事仔细、周到

姓名：杨路瑶
职务：财务后勤部长
作用：店内财务管理及后期保障
特长：拥有良好的财务管理能力以及分析成本的能力

姓名：陈诚
职务：策划部长
作用：店内活动策划及创意管理
特长：拥有良好的策划能力及逻辑思维能力。善于发现商机

第二部分 产品和服务

1. 市场调查

随着现代社会文明的不断发展以及人们文化素质与物质生活水平的提高,再加上人们收入水平的提高,人们对于精神上的要求也越来越高,对知识需求也持续升温。

我校学生数量群在不断扩大,同学们对书籍的需求也随之增长,必将造就一个巨大的图书消费市场,而现有的社会环境和校园图书馆环境并不能完全满足学生对于图书各方面的需求。根据我们的市场调查,发现 90%以上的同学们愿意在校购买相关书籍,有 80%的同学们愿意在安谧的环境下阅读书籍,而有 90%以上的同学们想要在休闲的环境下与朋友进行聊天交流。

因此,我们的休闲书吧便应运而生。同学们在舒缓的音乐中,缓解学习的压力,放松身心,同时也是交流、聚会的好地方。

2. 书吧 SWOT 分析

S—优势分析

(1) **成员优势:** 作为中职生中的佼佼者,我们具有较强的动手能力,这些是其他创业者所无法比拟的优势。同时我们拥有校内具有创新意识和创新能力的同学是我们书韵阁的得力助手。

(2) **成本优势:** 早期的资金需求比较少,于初次创业的中职生来说,不至于刚创业就背上巨大的资金压力。休闲书店实行多元化经营策略,较竞争对手有差异化优势。休闲书店将常年推出各种各样的促销活动,具有宣传优势。

(3) **地理优势:** 书吧坐落于鄞州职业教育中心学校创业园区内,可谓“天时、地利、人和”。学校创业园区的店面租金便宜,为学生创业节省了大量成本。我校处于鄞州高教园区中央,交通便利,内有 8 万学子,园区毗邻的南部商务区,更是浙东商业的航母,集聚了 7 万白领。

W—劣势分析

(1) **获利周期长:** 虽然书韵阁前期投入的资金不多,但是利润也不高,需要经营一段时间才可盈利。

(2) **管理经验少:** 因书韵阁的成员缺乏创业经验,故管理者的经验需要在实践中不断地积累,创意坊的管理方式需要不断地完善。

O—机会分析

(1) **舆论导向**：全民文化意识不断增强，越来越多的人加入到“文化消费”的行动中，在校的师生更是书籍消费的先行者和主力军。

(2) **市场空白**：本校融创园的店铺涉及师生的方方面面，但唯独没有书店。

T—威胁分析

(1) **同行模仿**：本书吧的理念容易被同行业者模仿，特别是那些有更多空余时间的大学生创业者，他们将是我们的强有力的竞争对手。

(2) **电脑的普及，互联网的发展**对休闲书店的经营业将产生一定的冲击，特别是网上书店的产生。

综上所述，此创业项目的优势和机会都明显大于劣势和威胁。宣传纸质阅读的优点，举办各种活动，凝聚会员向心力，多元化发展，分散风险。

3. 产品和服务

(1) 我们所提供的产品

1) **核心产品**：书籍，书店提供高质量，高品位，正版书籍。图书结构（畅销书，常销书，适销书）要合理搭配，对于滞销书的处理妥当，如采取降价销售，随书赠送等营销手段。

2) **相关产品**：设咖啡茶座，为读者提供阅读休闲的场所；经营文化用品和手工艺品；

(2) 我们所提供的服务

1) **人性化服务**：承诺为顾客提供一个整洁，优雅的购书阅读环境，创造符合气氛的室内音乐背景，让顾客的视觉和听觉获得超值享受。

2) **实行会员制度**，会员在书吧看书免费并提供免费饮水，所有消费享受 8 折优惠。

3) 书吧将定期和不定期的举办一些演讲会，交流会，座谈会，文化沙龙等互动交流活动。

4) 为中职生社团提供活动基地，增进同学之间的感情，丰富课余生活，提供给所有朋友展现自己才华的舞台。

第三部分 制定营销策略

1. 营销环境状况分析

随着社会经济的迅速发展和国民财富的增长，人们致力于提高自身生活素质与修养，追求更加丰富、更高层次的艺术审美享受；其次，知识经济时代是个竞争空前激烈的时代，人们往往要通过各种各样的方式进行“自我充电”、“自我教育”，“终身学习”的概念已深入人心，并日益渗透到每个人的工作、生活之中。

作为蕴藏着丰富文化资源的所在，书吧正是利用了它得天独厚的优势，在时代和都市的发展转变中扬起“文化休闲”的大旗，开发出具有自身特色的经营服务项目。它们在取得良好经济效益的同时，也实现了社会效益的良性循环。因此，音乐休闲书店拥有广泛的消费人群和广阔的市场前景，可以满足广大消费者的精神文化需求。

2. 制定营销策略

我们的书吧首先将主要以实体店面的形式提供服务，初期可先在校内、腾讯QQ等同学们经常光顾的网络媒介上申请账号，让讯息更广泛、更灵通。

书吧发展到一定阶段后，会同步开淘宝书吧，提供网上图书交易的平台，通过学校的主页面及百度搜索可直接链接到淘宝页面上，为同学们在线提供更加快捷、准确、高效、时尚的交易平台。

等到第一家书吧成功营运一年后，为了满足更多人的需要，会考虑校内外加盟、代理的方式，开设连锁加盟书吧，扩大市场份额。

后期我们将采取书吧实体店面与网络相结合的经营模式是一种全新的模式，积极地采取营销方案以占领市场。具体营销策划如：

(1) 宣传方式

①针对校园主要采取校园代理宣传活动，即在书店初期展开一周一次的宣传活动，逐渐将宣传周期扩大。

②而对于非学生类人群的宣传，我们采取在小区的宣传栏上粘贴广告以及发放传单的方式，让更多的市民熟悉我们的书吧。

③利用网络工具，招聘校园兼职制作书吧的网页，进行网上宣传，充分利用网络的信息化、高效化、无边界化。

④我们还将通过将一些旧书无偿捐助给慈善机构来让社会更多的人认识到我们书吧，引起人们更多的关注。

(2) 促销

一般来说，每个学期的开始和结束是学生的购书高潮，还有节假日也是购书送礼的高峰期。在这样的时期，我们采取大规模的促销活动。高峰期的促销方式不以价格战为主，因为这是书吧盈利的高峰期，我们针对学生购书以赠送个性书签，而对于送礼购书则给予免费包装的形式。书签和包装纸的成本较低，也比较贴切购书者的心境。而在非购书高潮期间则以适时的价格优惠为主，刺激消费。

(3) 分送

我们的店面的选址将处于融创园，所以基本上我们不采取送货上门的方式。针对数量较多的买者，我们将会派送一名店员在当天比较空闲的时间段（比如上午）将书本送到目的地。

(4) 服务

休闲书店为消费者提供了一个可以放松的环境，书店的服务内容方便了顾客的需求，并且及时征求顾客的意见，为消费者提供了良好的看书、休闲的环境。在一个优雅、整洁的读书购书环境中，同学们可以得到心灵的享受。

书吧提供新书推荐表，为读者提供畅销书排行榜。书吧增添温馨的书店配件，使书店展现出家的感觉，让顾客感到身心放松。另外，书吧还会定期举办讲座、读书交流会，丰富同学们的文化知识。

书吧为同学们提供一个互相交流的平台，可进行沙龙活动、社团活动、兴趣交流等。

(5) 预期营运模式

学校书吧由于考虑采取小规模经营和成本问题，再加上书城本身的经营时间，一般分为淡、旺季。

销售旺季一般在开学时，在校生买书需求上升；而收购书籍一般在学期末，那时大四的学生会把自己的书以满意的价格卖给本书城。在旺季，书城会有两名销售人员在店内经营，而平时为了节省成本，实行早晚两班倒：店内只需一名销售人员。每天在营业完毕后都会相应做当天收售分析与核算，及时了解目标顾客的需求。根据版本和市场需求来重新摆放书籍，将大部分目标顾客所需的书籍近期大量收购，以差价售出，以求得近期盈利，形成良性循环！

第四部分 财务分析

1. 财务汇总

来源	金额	合计
家庭资助	2000/人	10000元
		10000元

2. 投入费用预测（书吧开设在学校融创园）

(1) 店铺租金及水电费：0 (2) 店面装修：0 (3) 办公家具和设备

设备	价格
书架、书桌	2500元
收银机、收银机	250元
电脑1台	2000元
宣传费用	1000元
其他费用	500元
合计	6200元

(4) 进货：3000元（主要是书）

3. 月度收入预测

月份	预计月收入	预计月成本	预计税前利润	预计分析
九月	1378	7720	-6342	开业期间，各方面有待完善。
十月	2062	2760	-7040	国庆中秋长假，销售较好。
十一月	1960	1829	-6909	通过公众点赞，互动率提高
十二月	3644	2490	-5755	配合圣诞节主题活动
一月	5660	2676	-2771	迎新年，促销优惠
二月	680	800	-2891	假期来临客流量减少
三月	6112	2654	567	开学季，书吧回到营业状态
四月	6400	3128	3839	通过网络吸引新客户
五月	3726	1672	5893	大部分员工面临会考
六月	5289	3287	7895	书吧管理日趋成熟
七月	2851	1684	9062	学生放暑假
八月	2371	730	10703	学生放暑假

第五部分 风险分析及发展规划

1. 风险分析

任何经营都有一定的风险，毋庸置疑，如何正视风险的存在、防范规避风险显得尤其重要。书吧经营的风险相对比较小。我们的风险主要来自自身的经营管理，如何降低成本，开拓市场，吸引读者等方面。所以我们的书吧就不用担心昂贵的购书费了，可以采取分期付款的方式。我们的主要是竞争对手是校内外的大学书店、网上书店，以及咖啡厅、歌吧等娱乐场所。

对策：对最主要的竞争者，构成最大的威胁，我们采取市场跟随者的战略，待时机成熟可采用市场挑战者战略。具体策略如下：

- (1) 主打我们的校园书籍，充分利用我们学校的优势和书籍的价格优势，进行有效的宣传，打出我们的信誉和品牌来。
- (2) 新书在市场区域和经营种类上与别的书店形成差异。
- (3) 加强特色化、个性化服务，留住读者。
- (4) 提高新书上架与读者订书到位的速度。
- (5) 有针对性的图书种类分类，进行全面人性化的服务。
- (6) 结合供应茶水、咖啡等辅业，营造良好的读书氛围。
- (7) 不断地跟踪图书市场，结合读者关心的问题及时对书籍的结构进行适当调整，最大限度的满足顾客的需要。

2. 发展计划

短期目标（1-2年）	长期目标（3-5年）
扩大书吧的名气，有固定的消费人群，固定的销售渠道。通过各种渠道扩大市场，豁达消费人群。	立足高教园区，形成市场辐射，在小区、商务区开设分店。持续提升书吧的知名度，在地区内有一定的知名度。

我们的成长源于社会，自然要回报社会。在未来的发展过程中，我们书吧将取得的利润一部分捐给学校的“李栋爱心基金”，为公益事业奉献一份小小的力量。



创业道路虽然艰辛，但充满了成就感。

希望自己以及团队在今后的创业道路上能够再接再厉，
勇攀高峰。

希望我们团队的创业道路能给想创业的人们以一种借
鉴。