

校园快递

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/16782913816453.html>

范文网，为你加油喝彩！

专业沙发-婚礼请帖



书山有路勤为径，
学海无涯苦作舟。

——
韩愈

2023年3月9日发(作者：宜州区)

大学生校园快递商业计划书

大学生校园快递商业计划书范文（通用6篇）

时间过得太快，让人猝不及防，我们的工作同时也在不断更新迭

代中，该为接下来的学习制定一个计划了。那么你真正懂得怎么写好

计划吗？下面是小编为大家整理的大学生校园快递商业计划书范文

（通用6篇），欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

大学生校园快递商业计划书1

一、项目简介

背景：

我国近些年物流业发展迅速，形成了一些著名的有实力的物流公

司，如中铁快运，中远集团，中外运集团和中储集团等。著名生产性

企业海尔开始介入物流行业。专业化的第三方物流公司发展迅速，物

流配送社会化，专业化日益明显。

据统计，全国有超过750万户小微物流公司，3000多万在册货车

司机，但是依据交通部运输司数据显示，车辆有效利用率不足50%，

我国物流效率明显低于其他国家。

沿海大城市群的区域性物流圈格局正在形成，北京，深圳，广州，

上海等地区都在勾画区域性物流圈。深圳市规划建设了以国际物流为

导向的六大物流园区。广州市正在启动建设四大物流中心。上海市把

物流作为产业替代、结构升级的新兴产业，正建设集国际、区域和市

域三个层面并举的综合物流基地。北京市把物流业发展作为提升北京

经济辐射聚集能力的重点战略。

前景：

我国政策正在大力扶持物流企业，毕竟物流企业能不断提高我国

的经济发展水平。从近年来我国发布的一系列物流政策来看，对物流

行业已经越来越关注：明确对物流企业实施帮扶，为其施行相关的政

策，从布局、业务、运输以及设施设备技术等方面加大支持。物流业

在近年来受到了极大关注，整个行业将迎来春天。

二、公司简介

公司成立将作为第三方物流公司，致力于整合地区的物流资源，

使地方的有利条件充分发挥，形成局部完整的物流系统。

目前所选的地区为XXX市到全国。为城镇间的物流配送，雇佣3-4名工人，一间仓库。

三、服务形式

服务形式：主要业务包含物流的基本业务即运输、保管（即仓储）、代加工、包装及配送。

服务优势：综合利用资源，减少资源浪费，取代“各自为战”的现有局面。

四、市场定位

1、物流市场的宏观分析

自改革开放以来，中国的经济有了飞速的发展，直接推动了物流行业的崛起，而目前最受欢迎的物流方式还是汽运，由于其方便快捷，在物流的行业中占据了主流地位。

城市的发展最为迅速，城市间的物流行业发展规模大，经济利益广阔。

全国的交通的改善为物流行业提供了不可或缺有利因素。

乡镇的发展较慢，目前物公司并无太多涉足，只有部分小型的公

司在这个部分运作。可以说是前景广阔。

五、公司组织与人力资源

公司成立之初采用树型结构与横向工作相结合，建立完善的部门，

依靠项目经理与各个部门通力合作，完成我们的服务。各级管理人员

形成一个团队，明确职责，各尽其能。建立有效的激励机制，为员工

建立良好的工作环境。

我们相信“我为人人”的服务理念，物流的服务从实质上将依然

是为人服务。充分利用乡镇的人力资源优势，利用较廉价的劳动力。

物流的本质是需求，只要有人的地方就有需求，物流行业市场前景广

阔，不管是物流管理者还是货运司机，抑或是搬运工等等，物流行业

发展前景可大可小，可宽可窄，作为一名物流人，只要方向正确，只

要有向前的决心，就不愁无发展前景。

六、对于物流管理

整体来讲，物流管理包括三个方面的内容：

(1) 对物流活动诸要素的管理，包括运输、储存等环节的管理；

(2) 对物流系统诸要素的管理，即对其中人、财、物、设备、方法和信息等六大要素的管理；

(3) 对物流活动中具体职能的管理，主要包括物流计划、质量、技术、经济等职能的管理等。互联网的冲击给物流行业带来了机遇也带来了挑战，智慧物流理念、“互联网+物流”模式等等纷纷出现在物流视野中，其核心的观念是整合、智能。

七、风险分析及对策

我们已经认识到，机遇与挑战并存。我们将全面分析公司所面临的风险，制定行之有效之对策，使公司走上可持续发展的道路，充分考虑市场准入及退出的细则，保证投资商得到应有的收益。

八、财务分析

(1) 公司将享受XXX市特殊的三年免税政策。

(2) 公司总投资20万，前三年平均资产回报率达到68%，四年内将收回全部投资。

(3) 我们将根据市场的变化及周边地区客户的情况，及时调整财

务指标，制定切合实际的预算方案。

(4) 建立财务审核及监督体系，确保资产的不流失，实现财务系

统电算化，完善基本财务制度。

大学生校园快递商业计划书2

一、创业背景

我国经济飞速发展的今天，市场日趋完善，商品日渐丰富，不论

是生产性企业，还是商业，只要把握好了物流这一环节就等于掌握了

通向全身的命脉。物流竞争激烈，电子信息时代，信息发达，各地的

市场的竞争就是时间的竞争，是时间要求我们以先进的技术和最快的

速度完成我们客户所需要的服务。依靠先进的技术去获取广阔的市场。

整个长江沿岸经济发展为物流的发展提供一个广阔的空间，我们

正是抓住了九江处于中心地区，交通枢纽城市，良好的交通业基础和

地理环境为依靠，优惠的创业政策为后盾，使我们的创业有了以很好

的平台。

二、公司的创立

利达物流公司致力于整合地区物流资源，公司设在交通枢纽城市-

九江，是面向周边地区的地区性物流公司，主要业务：包含物流的基

本业务物流网络技术服务，咨询，公司物流策划，并积极发展电子商

务物流，并承担运输、保管（即仓储）、代加工、包装及配送等业务。

三、公司的发展规划

第一年，公司成立，物流技术网络信息平台的建设，办公场所，

完成业务流程设计，建立仓储，在九江地区建成最初的业务关系网络，

并试着向周边地区发展。

第二年开始，将与周边地区公司合作，共建区域性物流网络。建

成全国领先的物流网络管理技术，积极开发先进的促进物流发展的

网络技术，逐步与国内外的企业联系业务，成为其在长江沿岸地区的

物流服务提供商。

第三年的发展，我们将与各地的大型物流企业和厂商合作，进一

步促进全国各地与地区的贸易物流。我们对于不同类的物流企业和厂

商将根据顾客的要求设计不同的物流方案，以客户为中心，切实为客

户提供最优质的物流服务。做到先进、高校、费低廉、合理，更大程

度上实现物流全程的合理化。从而为客户减少物流总成本。并积极发
仓储和配送业务当，发展到一定时期，我们可以利用设在各地的物流
中心为当地企业、零售店提供配送、代加工、包装等业务。我们的仓
库将用最经济的办法实现储存的功能即储存合理化。公司业务范围将
覆盖长江沿岸地区。

长期计划，将公司发展为长江沿岸地区最具实力的，业务覆盖全
国，涉及海外业务，技术先进，设施齐备的物流公司。

四、公司的组成及管理

公司创建人员学生，计算机技术人员，社会物流管理人员，我们
将聘请佳吉物流的高级顾问李小林为公司物流网络技术顾问，并且与
从事物流多年的吉吉物流公司的CEO胡发云进行合作。

公司将招聘一些物流技术人员，有电子商务平台开发经验的计算
机人员和有相关工作经验的人员，来组建最初的公司。

我们将以技术诚信为本，本着“发展靠技术，合作靠真诚”的服
务理念，创造人性化服务的物流企业，以提高员工素质，增强团队理

念为企业生存之根本，创造一流的服务，一流的企业。

五、公司的服务理念

服务宗旨是：更实用，更高效，更完善，一流服务。我们的目标

是将公司建设成为，以九江市为中心方圆1500公里范围内综合性大物

流公司。公司经营范围物流技术服务、物流质询，电子商务物流，国

内外物流中介，运输服务、包装物流的综合性物流公司。

六、发展模式

发展模式我们在这些地区最先建立自己的工作室，主要以先进的

物流网络技术服务物流公司为主，等企业发展起来再进一步建设、租

赁、收购、兼并等方式取得部分仓库的经营权，通过增设新设施，改

造原有设施等方式，使这些原始仓库变成我们设施完善的配送中心，

形成综合性的物流公司。通过对客户的企业的发展矛盾，与技术的瓶

颈的了解，制定合理先进的优物流配送线路，提高物流配送效率，完

善企业资源策划，以满足我们各类客户的服务要求。

大学生校园快递商业计划书3

随着社会的发展，人们生活节奏的不断提高，大家对快递服务的

要求也越来越高，作为大学生的我们，在网购市场风起云涌的年代，

快递服务在大学校园也迅速流行。在我们咸宁学院，快递服务业却处在两难的境地，存在一定程度的市场空缺，需要我们建立校园快递服务平台进行填补。同时在社会主流都在追求快速生活时，总有不少年轻人颠覆了传统意义上的“快递”概念，“慢递”作为一种全新的邮递概念正逐渐被越来越多的人接受。所以，我们计划打造一家以校园快递业务为主，以RomanticMail（咸宁慢递业务）为特色的速度“弟”工作室。

一、项目介绍及分析

（一）校园快递业务

1、业务介绍

（1）在固定时间内（如中午12：00-14：00和下午17：00-19：00）由各快递公司业务员准时将最新一批的快件送到我们工作室，我们安排专人签收，再按东西区、楼栋整理分类完毕后在当天中午或下午有我们安排人员将所有快件派送到收件人寝室

(2) 学校师生将需发送的快件送到我们工作室(我们也可上门取件)，我们会在当天中午或下午由快递公司派送员统一取件，既方便了快递公司，也方便了师生，大大提高了工作效率。

2、市场分析

目前在我校承接校园快递业务的主流公司有：申通、圆通、宅急送、中国邮政EMS、武汉特能。申通、圆通、宅急送主要以受理环节以发件人电话预约，业务员取件为主要方式；而中国邮政EMS的快递受理主要是发件客户自行到学校收发室办理。收件客户签收环节，中国邮政EMS、申通、圆通、宅急送派送员通过电话联系收件人约定好取件地址。

通过很长时间的调查我们发现我校快递市场存在一些漏洞，具体如下：

(1) 快件签收的安全性，由于领取快件时不需要出具任何身份证明，不少同学反映，随便一个同学都可以冒充收件人将快件领走，快递公司至今仍未出台相关的预防方法，可见快件安全性不强。

(2) 派送员与收件人约定的地点一般都是露天的，时常会碰到打

雷下雨、烈日炎炎等恶劣天气，给他们工作带来很大的不便。

(3) 时间问题：有时候派送员暂时无法联系到收件人或者收件人

因有事不能取件，那么会给派送员带来工作不便，并且派送员在等待

收件人一个个取件的过程中也浪费很多时间和精力，效率不高。

所以学校快递业务处在两难的境地，有许多需要完善的地方。

3、可行性分析

(1) 宏观环境分析：当前我校快递公司派送员的任务繁重琐碎并

且很多师生对于他们的服务很不放心，不满意。因而建立沟通双方的

桥梁势在必得。

(2) 产品及服务分析：我们立足于咸宁学院，提供优质的快递派

送和取件服务，保证你的快递以最快的速度送达到收件人寝室，同时

作为各快递的咸宁学院办事处，处理师生的快递取件业务，可上门取

件。

(3) 行业竞争与状况分析：据调查本行业暂无竞争对手，可以开

拓市场。

(4) 消费市场及购买力行为分析：各快递公司派送员为了工作的

方便愿意和我们合作，并支付我们一定报酬；学校师生为了快件的安

全和便利，同样会支持我们，并支付一定报酬

(二) RomanticMail (咸宁慢递业务)

1、项目介绍：“慢递”概念最早源于美国，一开始只负责投递信

件，形成市场后，商家的业务也逐渐向物品扩展。在国内也是近期开

始流行，受到青少年和广大白领阶层的热捧。慢递是一种普通邮局一

样的信件投递业务，但不同的是慢递时间由寄信人自己决定，可以是

几个月后、一年几年后，也可以是十年后、甚至更长时间，慢递是一

种类似行为艺术的方式，提醒人们在快速发展的现代社会去关注自己

的当下。比如，给5年后的自己写信，寄递内心的目标与希望；给未

来的孩子写信，分享父母相识、相知的历程；给3年后毕业的朋友写

信，重温学生时代的美好回忆我们相信这项“把今天寄给未来”的慢

递服务必将在咸宁引领新的时尚潮流，我们计划加盟北京熊猫慢递邮

局，在细分寄递业务的基础上掘金邮递市场。

2、市场分析：年轻人群是最朝气蓬勃的一个群体，我们的感情正

处于一个兴奋期，对新鲜事物的好奇，也有对现状的不满，有盲目自满与自我陶醉，也有对未来的憧憬这样的一种状态必定有着一定的心理压力，我们需要一个可以排解心理压力的位置，从某种程度上引导忙碌的都市人重新关注“时间”的意义。RomanticMail就能给出这样一个机会。并不高的费用，外加新颖的方法，必定能吸引很多大学生和咸宁白领阶层。并且慢递市场在咸宁暂未开发，受武汉慢递业务的影响，在咸宁有着很大的潜在价值。

3、可行性分析

（1）宏观环境分析

随着现在大学生的物质生活质量的提高，在精神生活质量却没有与之相同的提高进度，RomanticMail契合了都市人的心理需求，人们寄信的动机可能不尽相同，有人为了祝福，有人为了宣泄。很多在生活中不便直接表达的情绪，通过拉长收信时间，可以有效缓解寄信人的尴尬和焦虑感，帮助减压。此外，如果将生命视为一趟旅程，那么每一天都值得享受。当你选择让亲友或自己等待一封未来将至的信，

其实就是在有意识地放慢脚步，感受时间的传递与寄托，

Romanticmail就是这样一项提高精神生活质量为目的的一项业务，此

外，送礼物已经是很常见的事情了，如果妈妈的生日上学期间，又想

给妈妈送一个礼物，Romanticmail可以帮助你，按时的送出这份礼物。

（2）产品及服务分析

我们主要以定时信件、定时送礼物、定时发贺卡为主，另外销售

一些小礼品，贺卡等等，为达到能中远距离的递送，我们将通过我们

搭建的平台很好的与快递公司取得联系，并与之合作。我们会定期举

行心理交流会，同时也举办类似于“把今天寄给未来”的公益活动（3）

行业竞争与状况分析精神产业无疑是低成本的，而且在精神产业这方

面学校内绝对是无人问津，在学生好奇心的驱使下Romanticmail在

学校内定能掀起一波热潮，Romanticmail的Romantic气息能吸引大

量情侣，让我们为之提供服务。

（4）消费市场及购买力行为分析

Romanticmail帮客户保存信件的收费标准是这样的，一年为25

元，两年为30元，每增加一年，费用增加5元。我们是在用今天的钱

来做将来的事。我们并没有想在邮费上赚到什么钱，这些费用对于大学生和白领阶层能接受。

二、经营战略

1、团队精神：诚实敬业，团结，奋斗

2、经营理念：以最快的速度送快件

以最负责的态度邮递慢件

以最诚信的心态构建共赢

3、战略目标：用一个月时间与各快递公司协商，进行免费配送和

收件，在零误差的基础上建立长久合作联盟，实现双赢，用一年的时

间尝试不同的经营方法和经营理念，结合本校特点，探索适合自己的

发展道路。用两年的时间巩固自己的店面基础，制定出一条适合本地

区经济发展的战略并住自己的特色，用三年的时间做成本地足有一定

规模和一定竞争实力的速度“弟”服务俱乐部，打造成咸宁学院首家

心理交流平台

4、竞争策略：本着人无我有，人有我优的原则。诚信经营，热忱

服务5、营销策略a、通过宣传单等平面媒体向全校师生宣传我们的特

色服务b、通过bbs等立体媒体介绍我们的优质服务c、开展优惠活动

6、核心竞争力分析

a、我们团队的成员都是网购发烧友，对快递业务很了解

b、多次与各快递公司派送员商讨过，他们有意向与我们合作

三、初期运作

(1) 工作室选址：西区宿舍楼下

(2) 店面设计：装修的没有必要太追求豪华，简约，简单，大方，

有自己的独特风格，以暖色调为主，以心愿墙为特色

(3) 工作准备：

a、与各快递公司友好协商后签订合作合作

b、办理合法的营业执照和行业准入证

c、准备流动资金

d、团队保持目标一致

四、财务预算

(1) 资本结构：采用股份制合作方式

(2) 销售预算：开业两个月后基本维持正常水平，六个月可收回

成本

(3) 前期投入：开一家一家以校园快递业务为主，以

RomanticMail（校园慢递业务）为特色的速度“弟”工作室前期投入

包括前期房租、装修、首批存货等内容。工作室店面大概在60平方米。

店里装修相对简单，估计2万元左右即可，首批存货加上其他一些用

度，估算在5万元左右。

五、SWOT分析

(1) S（优势）我们很好的契合了学校快递公司与师生之间的中

间点，提供轻松、安全、高效的快递服务；同时，我们率先提出新的

慢递业务，集新颖、时尚、感情于一体

(2) W（劣势）

潜在的竞争对手很多，快递服务业利润薄，吸引大批量的慢递客

户难度大

(3) O（机会）

学校的网购市场很大，快递市场也随之兴起，故发展校园快递服

务业是必然趋势；随着武汉慢递业试营成功，在咸宁打开年轻人喜欢

的慢递市场也是必需的

（4）T（成本）

除装修的固定费用外，需要的成本不多

六、管理结构

1、核心成员如下：

2、组织形态及主要责任：店长，店面法人代表。负责店面运行管

理

副店长，负责校园快递业务的执行与发展

负责宣传及公关工作

负责满慢递业务的执行与拓展

张帅，负责财务管理

根据实际运营情况，由徐冀决定需要聘请若干名兼职人员

七、风险管理

（一）风险分析：

1、校园快递服务是新兴得服务行业，必须建立在高度信任的基础

上才能成功运作，怎样做大批量的快件收发业务的确值得思考，虽然

咸宁学院这块市场还是空白，但有很多潜在对手，他们有可能后来居

上。

2、慢递业务具体应该由哪个部门监管也是未知数。

3、慢递更需要人力和物力对邮寄物品进行保管，需要大量成本。

大学生校园快递商业计划书4

一、项目描述

1、市场背景

今天的中国经济快速发展，市场日趋完善，只要把握好了物流这

一环节就等于掌握了通向全身的命脉。电子信息时代，信息发达，各

地的市场的竞争就是时间的竞争，是时间要求我们以最快的速度完成

我们客户所需要的服务。整个湖南省的经济发展为物流的发展提供一

个广阔的空间，使我们的创业有了以很好的平台。我们将目标选定在

一个具有开发潜力市场——湖南地区，选择一个具有良好的基础设施

的城市——岳阳，依靠当地优惠的政策，一切从零开始，凭借我们的能力，依靠我们自己的技术去发展该地区的物流产业，进而联合国内市场，进军国际市场。

2、公司介绍

名称：信息物流有限责任公司

服务宗旨：更便捷，更安全，更准时的物流服务。

公司将是该地区的一家现代化综合服务型的专业第三方物流公司。

公司致力于整合地区的物流资源优势，使地方的有利条件充分发挥，形成完备的物流系统，为地方的经济建设提供可靠的保障以及有力的支持。公司将在一到三年内对湖南地区性的物力资源进行整合，形成以湖南省内各市（长沙、株洲、湘潭、衡阳、郴州、永州、怀化、常德、益阳、张家界等）交界处的服务一流、设备完备、技术先进、管理到位的地区性的物流公司。

二、公司经营与管理

1、经营范围:以湖南省各地区为主要经营地区。

2、核心服务:通过免费客服电话、网络、传真等快捷方式进行一

站式、直

销式的第三方物流服务。主要业务包含物流的基本业务即运输、

保管（即仓储）、代加工、包装及配送。

3、服务优势：综合利用资源，减少资源浪费，取代“各自为战”

的现有局面。

4、经营理念：以诚为本、以信为誉的原则，业务处理快速、送货

及时、到达准确、服务热情，从战略的高度去规划和经营物流，满足

客户及市场的需要，引导市场潮流，用电子信息业去改造物流业。

5、经营模式：物流的成本已经不再是客户选择物流服务的唯一标

准，我们更多的是注重物流服务的质量。

三、时间目标

短期目标

第一年，公司成立，建立仓储、办公场所，完成业务流程设计，

信息平台的建设，在岳阳地区建成最初的业务关系网络，并试着向周

边地区发展。

中期目标

第二年开始，将与周边地区公司合作，共建区域性物流网络。逐

步与国内外的企业联系业务，成为其在湖南省地区的物流服务提供商。

长期目标

长期计划，将公司发展为湖南地区最具实力的，业务覆盖全国，

涉及海外业务，技术设施齐备的物流公司。

四、财务计划

（一）融资计划

项目所需资金可分为两个部分：项目初期的启动资金和后期的扩

展资金。

1、项目初期的启动资金

进行融资分三种方式：合伙人入股、租赁融资、银行贷款

1) 合伙人入股

由项目的创立人共同出资，按照出资的额度不同享有不同的权利

和义务。这是最简便的筹资方式，同时因企业最初的经营者由项目创

立人构成，组织合伙公司可以最大限度的激发经营者的责任感和事业

心。

2) 租赁融资

公司所需的仓库、集装箱通过租赁的方式获取，每年支付一定的

租金。由于企业处于初创阶段，公司的资金有限，可以通过租赁的方

式能够降低公司的成本。

3) 银行贷款

通过付出一定的利息获得项目启动所需的资金。

2、项目中期的扩展资金：

1) 通过四年规范的经营和良好的业绩公司进行上市，通过股票进

行二次融资，为公司的规模扩张提供保障。

2) 通过四年规范的经营和良好的业绩吸引国际基金的投资。

五、风险控制

(一) 财务风险

1、资金的不足

解决措施：加强对财务的管理，加强与合作伙伴的合作关系，争

取创业优惠政策，同时吸引更多的会员和投资者的加入。

2、盈利的不足

解决措施：建立风险储蓄金，减少前期固定资产支出；转变策略，

在营销方面，服务方面努力创新，在保证原有顾客群的基础上争取争

取的顾客，增加更多的选择方案，争取更多的市场。

（二）市场风险

1、顾客数量的不足，顾客流失

解决措施：加大宣传力度，提高服务质量；稳定、增加核心顾客

数量，并且推出相应的优惠措施。

2、宣传效果不明显

解决措施：做好前期市场调研，整合营销传播，利用网络的优势

将宣传的力度扩大。

（三）管理风险

1、市场经验不足，有可能出现管理漏洞，造成资金流失

解决措施：聘请专家作为我们的营销，管理顾问，提高管理和销

售人员的专业素养和市场经验。

2、员工的素质能力不足，会出现很多的漏洞

解决措施：首先从培训人员身上查找原因，提高培训能力，加大

培训力度。其次，可以提出一些政策加强员工的积极性。

（四）法律风险

依法经营是本公司所有工作人员必须遵循的制度。咨询法律顾问

有关企业成立的相关法律事项，严格按照法律程序成立和经营。当公

司经营到一定规模进行增资扩股时，交由法律顾问进行评估。

公司聘请法律顾问就经营方面所发现的法律问题，财务规章建设

等进行咨询。企业的组建包括文件的起草和法律手续的办理及跨省开

办工商企业组织的条件，提供产权咨询意见和代办手续等；向金融机

构借贷、发行债券筹措资金，不动产租赁、抵押等事项进行法律咨询。

企业严格按照《公司法》、《税法》要求依法纳税，决不偷税，漏税，

逃税、骗税。

大学生校园快递商业计划书5

一、企业概况

主要经营范围：普通的货物运输

企业类型：运输业

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）：

20xx-20xx年在货运部做运输

20xx-20xx年自己经营奥铃牌平板车在有限公司运输加气砌块。

相关懂得教育背景，所学习的相关课程（包括时间）：20xx-

20xx年在中学上高中

20xx-20xx年到服兵役

20xx-20xx年在学习运输管理

三、市场评估

目前本车挂靠在宝鸡建材有限公司，该公司注册资金3200万元，

主要生产混凝土加气砌块，此企业是国家重点扶持企业，具有重量轻，

加气混凝土砌块一般重量500-700千克/立方米，只相当于粘土砖和灰

砂砖的1/4-1/3，普通混凝土的1/5，加气混凝土砌块是混凝土中较轻

的一种，适用于高层建筑的填充墙和低层建筑的承重墙。使用这种材

料，可以使整个建筑的自重比普通砖混结构建筑的自重降低40%以上。

由于建筑自重减轻，地震破坏力小，所以大大提高建筑物的抗震能力。

保温隔热性能好，抗压强度。抗震性能好，加工性能好，隔音性能好，

适应性强。该公司产品销往宝鸡各县区及周边县区。该公司目前市场

前景广阔，目前正在大量招车。本车载货量为15立方，平均每天能跑

3-4趟，月毛收入25000元，除去油费，日常维护费用等开支，纯利

润一般达到9000-13000元。

四、市场营销计划

本车所挂靠的宝鸡建材有限公司市场前景广阔，是国家扶持企业，

所以货运业务充足并稳定。而且现已与周边多家厂家有业务合同

五、企业组织机构

企业已登记注册成个体工商户，企业名称为：普通货物运输业。

注册证号为。

六、固定资产

中型货车，陕价值12万元

七、流动资金

现金万元

八、销售收入预测

1-6月的运输毛收入150000元，纯利润为54000元-78000元。

九、申请及还贷计划

首先我感谢政府、感谢国家给予我们这么好的机会学习，在这次

SYB创业培训中让我学到了很多生活中学不到的经验和知识，听到了

每一位老师和成功企业家亲身经历的故事，让我得到了很大的启发，

正确认识到了自己的路该如何走，如何做好、做大自己的事，如何做

一个成功的好老板。

为了扩大经营规模，响应党的优惠政策，我打算贷款8万元来扩

大经营范围和规模。在政府创业资金的扶持下，通过合理的手段和整

体规划，我保证在两年之内归还贷款。望予以支持和帮助。

大学生校园快递商业计划书6

第一章：物流业发展概况和管理现状

一、物流业发展概况和管理现状

随着经济全球化和我国日益融入世界贸易组织（WTO）体系，被称为“第三利润”的物流业已经成为我国国民经济的重要产业和新的经济增长点，并将在未来国民经济发展中发挥重要作用。那么，作为经济发展的加速器，物流业在我国的发展是如何？

二、我国物流业和物流企业的发展概况

我国物流业发展概况：我国第三方物流在起步的几年内，获得了较快的发展，具体表现在以下3个方面：

- 1、稳步、快速发展
- 2、物流能力明显增强
- 3、竞争程度加剧

三、我国物流企业的发展现状

- 1、整体发展速度较快
- 2、现代物流观念薄弱
- 3、竞争能力不足
- 4、信息化、标准化程度不高

四、我国物流企业管理存在的问题

- 1、管理水平较低
- 2、管理手段落后在先进信息技术的应用
- 3、专业化人才匮乏

五、长三角物流发展现状：

目前，中远、中海、中外运、中储和中集等物流集团都已经在长三角建立了自己的根据地，联合包裹（UPS）、马士基、联邦快递（FedEx）、日本通用株式会社、佐川急便和荷兰天地快运（TNT）等国际物流巨头也先后进驻上海、南京、杭州、苏州和宁波等城市，积极促进了该地区物流业的发展。

在长三角地区，已建成和在规划中的物流园区有60多个，几乎是珠三角园区规划的2倍，占全国目前规划建设中的物流园区的1/5。有数据显示，该地区仅国务院批准的一类口岸就有35个，其中包括19个沿海港口、10个内河港口、5个航空港和1个国际临时铁路口岸。

对于被全球称之为“朝阳产业”的现代物流业来说，长江三角洲无疑将成为其发展壮大的沃土。而随着梅山保税港区的启动建设，杭州湾

跨海大桥和苏通大桥的相继通车，长三角物流发展更是迎来了新机遇。

第二章：公司概况

一、经营计划商业模式

物流业成为我国经济发展的一个新的经济增长点，发展物流事业

既符合国情又具有广阔市场。物流作为一个产业在社会发展中起到重

要作用，物流不仅包括实体操作方面的设施，而且也包括提供物流软

件，物流系统，物流方案，物流设备，第三方物流，供应链管理等，

与此同时大家是在不同的层面上进行竞争。建立初期的经营模式主要

是以仓库租凭为主，按照公司目前设想，想以此基地打造真正的第三

方综合性物流服务知名企业。公司经营宗旨应建立物流与供应链管理

的电子化商务管理平台，网络必须与业务同行。以此打造全国物流网

络，构织连接物流上下游交易平台，在此基础上努力打造和提供第四

方物流服务。于是公司在原有的投资资金总额的基础上进行增资，将

增资资金分期实施，计划一期增资额款：1500万元，二期及后期将根

据实际运营情况投入资金，总资本超过3500万元。

1、增资资金投入的资金主要用于：

- 1) 建立物流与供应链管理的电子商务管理平台；
- 2) 建立全国物流网络（随着业务发展而定）；
- 3) 开展仓单抵押业务；
- 4) 用于广告宣传的费用；
- 5) 组织机构建设的费用；

2、服务经营范围

- 1) 港、澳、台精品专线；
- 2) 国际EMSUPS DHL 专线；
- 3) 国内特快专递，门到门服务；
- 4) 开展签单返还特色服务；
- 5) 省际铁路、公路物流；
- 6) 同城商务快递，限时精品服务；

3、主要服务对象

- 1) 生产型企业
- 2) 批发型企业

3) 零售型企业

4) 贸易型企业

5) 物流提供商

4、公司的产品和服务

公司以网上物流订单生成为特色，这在目前的物流市场上是不多

见的，公司发展计划需首先进入高级客户的销售市场，形成品牌效益，

同进加大宣传力度，以品牌产品形式快速进入物流市场。将物流需求

方及供应方组织起来造就物流与供应链管理的电子化商务管理，最终

形成商品交易的支持性物流管理平台。

5、市场定位（目标市场）

公司首先把市场定位在网上、媒体等物流销售，形成物流订单，

随着网络交易的日益普及，客户在网上寻找物流公司并想在其网上询

价交易已成为可能，他们所要求的运输服务一定是要快速的、安全的、

且有信誉保证的，其中零担占很大部份，属小批量，配货工作量大并

对配送的要求很高，我们以网上订单生成，并快速反应来吸引客户，

为其进行信息管理、运输、仓储、配送、包装加工等综

合物流服务，快速渗透物流销售市场、形成物流、咨询、供应链

管理解决方案综合服务集成商。

6、市场竞争

目前虽然快递市场竞争十分激烈，但是我们的思路是超前的，有

崭新的经营模式和选择性的市场定位，借助我们的网络信息管理系统，

公司的服务应严格按照客户需求、标准化、流程化管理体系进行运作，

服务将会是一流的，这是公司的竞争优势，同时公司的服务可以快速

地进入快递市场，并迅速地形成行业品牌，整合并占领社会速递市场，

公司的发展前景一定会广阔。

7、经营管理

除现有股东外和现有的物流专业人才外，公司还需要进行融资和

招聘一些专业的网上物流销售人员，将整个物流操作的流程进行制度

化管理，使每一环节都有章有循，每一步骤都可控可测，并且建成一

支专业化很强的销售管理团队。

8、资金需求量、投向及返还方式

现在公司处于开创阶段，为实施公司发展计划，公司准备增资30

万元的资金支持，这笔资金用于下列目的：

- 1) 建立网上物流订单生成系统；
- 2) 配送网点的建设、配送设备的购买；
- 3) 市场宣传和业务推广费用；
- 4) 省内发展或者自营网点方面的办点费用；
- 5) 由于新订单的增长型涌入和我公司服务覆盖面的扩大，需要改
- 善客户的支持与服务系统，以适应增长的需要；
- 6) 为提高公司的竞争优势，加大物流系统方面的投入；公司采用：

利润分红、二次融资、出卖公司或者股权置换等方法，在二年之内偿还公司增资款。

9、公司经营宗旨

为实现公司制定的发展战略目标，物流与供应链管理的电子化商

务管理平台需要：

- 1) 合法的经营执照；

2) 必要的办公场所、设备、运输与配送车辆；

3) 健全的组织机构；

4) 资金支持；

5) 市场宣传；

6) 物流与供应链管理的电子商务管理平台；

二、公司战略

随着经济发展不断增长及竞争的日益激烈，企业对物流高级化的

需求也会越来越大，在大家都在注重以Internet媒体做宣传的同时，

也在想如何把它作为一种商业模式，目前以此做销售的电子商务网站

举不胜数，但都是微利，这是因为他们在做实物商品，而忽视的物流

成本，我们并不出售实物，是出售服务，不会产生大量的实物资金占

压问题。公司应预计在：6月时间内，投入：1000万元进行综合协同

打造，以便快速形成行业内著名品牌。

公司目标客户是：生产型企业、批发型企业、贸易企业、零售型

企业及个人消费者等客群。

三、经营原则

- 1、费用低
- 2、速度快
- 3、安全准确
- 4、运营网络化
- 5、示范效应
- 6、品牌效应

四、物流技术

公司需要拥有自己的物流系统及开发技术能力，凭此作为行业操作标准和对外服务承诺的依据。同时公司也需要对物流各流程整体控制的管理信息系统，凭此作为整合第三方物流市场的手段工具。

五、公司管理

- 1、筹建物流管理队伍：在华中基地原有的基础上，投资是一项经营人才的业务，我认为要以最快的速度组建一支在物流领域具有专业知识的人才队伍，对于公司所需人才务必要由从事过社会性物流，企业内部物流，物流的高级化操作，物流理论研究，物流的资本运作，

有着丰富的实际经验。

2、股份分配：投资方与经营者享有不同的比例分配，同时对公司

每一名正式员工都应有按不同的职务分配相应的股份。

3、组织、协作及对外关系

4、联合运营

在经营上公司并不是独立运作，需要与各社会物流公司有着广泛

深入的联系，将在“物流与供应链信息管理平台”下由供应商进行运

输与配送。统一使用标识，相互促进，协调发展。

5、第三方协议

我认为同为数众多的物流供应商建立战略伙伴关系，填补实体方

面的空白，因为任何一个物流公司要想在物流领域完全自己操作是不

太可能的，换句话说是在技术、组织与资金上是不经济的，与他们签

定合作协议，并且向公司提供优惠的价格。

六、场地与设施

将操作地设在大型的货物分散地和批发基地，销售网点在和城区

及经济开发区，并随业务发展程度不断进行扩建，在初期准备以现有

或者重新寻找场地做为货物分散中心，随着公司的业务发展持续物流销售网点，货物分散中心及销售网点需要仓库、装卸及包装设备，销售网点需要市内配送车辆。（最重要的一个环节是物流网络随着业务发展而建设）。

1、办公设备项目：电脑数量：10台

2、场地设备：货物配送中心：4个点

3、销售网点：6个点

4、配送车辆：1.5吨车型3辆；3吨车2辆；5T车型4辆；集装箱1辆；其它车辆5辆

5、工作人员：司机：15人

6、营业员：30人

7、管理人员5人

七、风险管理

公司的风险来自：管理团队建设、物流网络建设、系统平台的开

发及应用效果，现有的员工对此业务操作模式的熟练程度，客户资源

数量，以及市场的某些不确定因素，设备采购及人员招聘上的某些不确定因素等。

第三章：市场分析

一、市场优势分析

1、物流产业的发展将成为中国经济发展的一个重要的产业部门和新的经济增长点

2、物流产业发展将促进国民经济各产业部门的健康发展

二、市场劣势分析

1、第三方物流市场需求不足，物流与供应链的服务水平有待提高

2、物流管理不统一，阻碍了全国性综合物流体系的建立

3、物流研究相对落后和物流专业人才短缺

三、未来产品和服务规划

公司未来的发展目标是该行业的标准，做到该行业标准制定的企

业，特许联盟的品牌单位，最终将逐步脱离实际物流操作，而是该行

业标准的制定企业，将提供物流相关服务，如车辆采买、加油、在储

代销、仓单质押性质的信贷等业务。

四、企业形象包装

企业形象对客户来说尤为重量，我们的企业形象要独特，并在客户的心目中建立理想的形象。初期公司的人员素质十分重要，因为公司的发展方向并不是实际的仓储运输，而是物流与供应链的系统整合，所以公司务必要建设企业独特的品牌效应。

五、服务与支持

公司建立针对客户的服务维护系统，向所有客户提供系统服务，这个服务体系将保证公司销售及运作的顺利完成，并使客户满意，利用系统及时反馈和调节公司的服务策略，以快速解答客户问题，采用电子方式进行服务与支持，这样可以有效地节约时间，这些服务主要使用电子邮件和自动电子邮件确认服务等。

六、营运特点

1、关系契约化

通过合同等形式规范物流经营者与公司的业务关系，以契约或合同来管理提

供者的物流服务活动及其过程，以合同的形式来明确各物流联盟

参加者与我们之间权责利的相互关系。

2、服务个性化

不同的物流消费者存在不同的物流服务需求，根据不同物流消费

者在企业形象、业务流程、产品特征、顾客需求特征、竞争需要等方

面的不同要求提供针对性强的个性化物流服务和增值服务。

3、功能专业化

公司所提供的是专业的物流服务，从物流设计、物流操作过程、

物流技术工具、物流设施到物流管理必须体现专门化和专业水平，这

既是物流消费者的需要，也是公司自身发展的基本要求。

4、管理系统化

这是满足运行和发展的基本要求，促进物流管理的科学化，提高

物流效率和物流效益，公司要具备技术上的先进性和经济上的节约性，

现代物流服务的核心目标是在物流全过程中以最低的综合成本满足顾

客需求；做为物流企业来讲，其所追求的最高境界应该体现为物流企

业对于其所面对的可控制资源与可利用资源最大限度上的合理化开发

与利用。发展物流服务业务，可以不需要拥有多少设施和装备，更多的是进行策划、组织和管理。选择具有一定规模的生产或加工企业（客户），针对现有物流管理提出各种可选择性方案，并说服客户由本企业来进行全部或部分的物流管理工作，这就要求公司要有一个能够具备整合力度的系统，这个系统一定要及时性，局域网肯定不行，公司要对员工要进行培训和在相关设备、教育的投入。

5、建立物流电子信息系统

现在物流最大的阻碍是物流信息的管理，在物流服务的过程中，要实现了信息实时共享，如果一个物流企业自身解决不了物流信息的传递问题，那它始终达不到物流高级化，这也是物流作业企业要规模经营，网络化运作，信息沟通的必要手段，通过信息传递的及时，减少物品在物流环节中不必要的停滞，加快物品流通速度。我们要办成属于物流行业，但又有别于纯物流行业同时也不是信息咨询业的企业。

七、市场运营计划

公司应综合考虑网络直销和建立销售队伍来促进销售，与此同时，

公司将致力于以建立华中局部网络为主，覆盖周边城市其他的物流网

络。具体实施步骤下：

1、实行市场渗透，在充分调查各环节之后进入物流市场；

2、注意具体的销售渠道，前期把大型商超和大型制造业、产业园

作为公司的重点开发对象；同时注意发展合作伙伴关系，寻找同行业

其它企业合作的可能性；

3、实行定价策略

公司经营的是物流交易的电子化平台，打造物流高级化操作模式。

适应公司的消费群体无论是单位还是个人都是高档次的消费者，物流

的成本在电子行业中的

占的成本比重是很低的，他们最注重是应该是物流质量，对于非

经营性的个人来说，他如果让公司上门提送货、要的是有一定市场知

名度的放心公司。公司最终定价的原则是根据：供需情况、成本、毛

利目标、市场价格形势和公认价格等综合得出。公司将按月、季度、

年度来审查价格，以保证基本利润不受损失。

4、市场推广

利用自身的各种资源来发现不同的宣传方式，使用各种各样的方法来获取免费广告宣传和促销效果。为保证公司产品的成功出台，需要扩大促销力度，需要特别有能力的专业化程度高的顾问、广告代理商或公共关系公司，计划在主要贸易杂志上发布广告性质的软性文章，制定综合性的广告宣传内容和推广计划。

5、社会认证

社会对我公司的评价是一种重要的销售工具，它可增进我公司的社会认可度，缩短推广周期，可找一些行业分析家、主要顾问、大学为我们的服务进行公开的支持性评论，或我公司进行国际化的质量标准认证。

更多 在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发