# 最新商业计划书 商业计划书完整版(50篇)

来源：网络 作者：悠然小筑 更新时间：2024-09-15

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。商业计划书 商业计划书完整版篇一一、市场前景广阔随着世界...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

**商业计划书 商业计划书完整版篇一**

一、市场前景广阔

随着世界经济的迅速发展，能源的需求与供应的矛盾日益尖锐。为了缓解汽油长期求大于供的局面，有梁高成研究发明的新型无铅汽油专利技术(01118350.0)，成功实现了能源再生利用的发展方向，利用油田、炼油厂的副产物和半成品等做主要原材料，添加高技术含量的专利复合添加剂，生产出符合国家标准的高清洁无铅汽油。该项目属于资源利用增值和节能项目，是能源发展的方向和国家政策扶持的方向，随着产量的增加将会产生巨大的经济效益和社会效益。

二、装置的组成：本装置主要由储油罐及自动化控制组成。

三、

原材料优势：主要原料轻质油、石脑油等，可以在炼油厂、油田购买，通过汽车、火车运输。原料也可以从国外进口，市场有充足供应。

四、加工方案：原料购买后分别单独贮存，通过化验分析算出比例给定，加上添加剂，调合络合聚核反应后即得不同型号的成品油。

五、投资回收期：年产10万吨，可以实现销售收入6亿元，年利税1.5亿元，投资回收期半年。

六、自主知识产权：该项目技术发明，现已经非常成熟，达产后增加能源供应，缓解国家能源紧张，为国家作出更大的贡献。

七、项目优势：

(1)该项目属于能源的综合利用和节能增值，为国家增加能源供应，缓解能源紧张，是国家政策扶持的方向。

(2)投资少、见效快、利润高，产品为汽油，市场前景好。

(3)技术先进，生产方便，自动化程度高，工艺合理可行。

(4)本项目投产后将会产生巨大的经济效益和社会效益。

八、项目实施计划：本项目分二期建设：第一期需要投资5000万元，达到年生产10万吨的加工能力。第二期需要投资10000万元，达到年产50万吨的加工能力。

九、投资概算：本项目一期为年产10万吨的高清洁无铅汽油装置，装置的储罐及自动化控制系统，初步设计概算投资5000万元。项目二期为年产50万吨的高清洁无铅汽油装置，储存油品的储油罐及生产装置系统有适量增加，主要是增加运输车辆及流动周转资金，概算总投资为10000万元。

**商业计划书 商业计划书完整版篇二**

商业计划书不只是用来申请风险投资的，它同时是为了预测企业的成长率，并指导你作好未来的行动规划，是企业的战略计划书。，它同时是为了预测企业的成长率，并指导你作好未来的行动规划，是企业的战略计划书。

一 认识商业计划书

商业计划书是企业或项目开展融资、寻求合作、指导运营的必备工具，是全面展示企业和项目状况、未来发展潜力、执行策略的书面材料，要求体现项目的竞争能力、市场机会、成长性、发展前景、盈利水平、抗风险能力、回报等。商业计划书是企业融资成功的重要因素之一，也是企业的行动纲领和执行方案，可以使企业有计划地开展商业活动，增加成功的机率。

商业计划书通过介绍公司业务、财务状况、市场分析、管理团队、发展规划等方面的内容，让阅读者了解公司的现实与未来，以及公司如何实现梦想。

商业计划书的战略意义：

1) 正式制定出明确的公司战略方向，商业计划书本身不会给公司创建战略方向，它只是把战略方向记录和描述出来，并展现给阅读商业计划书的人。先有战略方向，然后再有商业计划书。把想法写出来，才可以让它正式化、树立权威性和重要性，当然也更容易跟其他人分享。

2) 公司融资时与潜在的投资人或投资机构沟通。满足投资人的知情权，任何潜在的投资人在给钱之前，都想要了解公司的状况，想要从商业计划书里面知道他们的投资能获得很好的回报，赔钱的概率很低，而一个完美的商业计划书就是一个好广告，让他们确信想你的投资是正确的、值得的。

为什么需要商业计划书：

创业计划书应该包括潜在债权人或投资人作决定所需要的所有信息。

3) 商业计划书中囊括了公司的全部财务信息，包括历史的、当前的和未来预期，这些人最爱看的就是这些数字。

4) 商业计划书中会阐述公司的业务和介绍市场情况，没有这些信息，别指望潜在的债权人或投资人会作出投资决定。

5) 商业计划书中还包括了公司的发展规划、公司战略、债券人和投资人需要据此评估公司成功的可能性。

6) 商业计划书中也会介绍创业者自己和公司的管理团队，你们的背景情况，创业的原因等。

好的商业计划书要有哪些内容。

1) 执行摘要，通常两页纸，6-8个段落

2) 愿景、使命及公司简介

3) 管理团队 包括各自的背景、经验、优势，以及为什么这个团队能够带领公司走向成功

4) 产品及服务：解决了什么问题?有多少，哪些重要的客户，如何进行市场开发?

5) 商业模式：如何赚钱?明确公司在产业链、产业链上的位置;合作伙伴是谁?他们为什么要跟公司合作?什么时候会有收入等。

二 换位思考，以投资人的思路看计划书

投资人在分析：“为什么写，为谁去写”过程中，能够迅速判断出值得阅读的商业计划书。

为什么看你的商业计划书?

(1) 如何赚钱?投资人最想知道的是你如何把别人兜里的钱掏出来，变成你的。

(2) 了解你的过去

(3) 推断你的未来，写商业计划书的时候，必须优先考虑增值，要充分描述你的每个环节是如何配合整体目标来增值的。

投资人看什么?

1) 看你的真实意图

2) 看你说的是不是真实的谎言

3) 看你能解决什么问题

4) 看你的方向是不是非常清晰

5) 看你的团队是不是有脑子

6) 看你会不会花钱

7) 看你的利益思维

8) 看你怎么把别人的钱变成你的

三 自我评估: 你需要怎样的商业计划书

首先要知道自己到底要干什么，能干成什么样，你拥有什么，并且弄明白自己的实际需要是什么。

为什么需要商业计划书

(1) 整理你的思路

(2) 看清你的方向

(3) 建立融资目标

应该让投资人看到什么

(1) 正确的方向和目标

(2) 可靠的团队和管理

(3) 有效的策略和手段

(4) 清晰的财务实践和规划

四 谁来写商业计划书

由最了解项目的人来推动，一定是最了解项目的人，一定是核心创始人之一。

五 商业计划书的写作步骤

1) 热身准备;确定参与人、资料汇集、试写确定风格

2) 写作进行时：找到读者、确定项目宗旨、研讨商业模式、找出项目死结、整理战略方向、分析实际资源需求、确定利益分配原则、列出商业计划书的写作大纲、分工进行商业计划书各环节内容的写作

3) 监督各环节进展

4) 汇集各部分内容

**商业计划书 商业计划书完整版篇三**

公司名称

地址

邮政编码

联系人及职务

电话

传真

网址/电子信箱

第一部分摘要（整个计划的概况，文字在2－3页以内）

一．对公司的简单描述

二．公司的宗旨和目标（市场目标和财务目标）

三．公司目前的股权结构

四．已投入的资金及用途

五．公司目前主要产品或服务介绍

六．生产概况和营销策略

七．主营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）

十二．财务分析

1．财务历史数据（前3－5年销售汇总、利润、成长）

2．财务预计（后3－5年）

3．资产负债情况

第二部分综述

第一章公司介绍

一．公司的宗旨（公司使命的描述）

二．公司介绍资料

三．各部门智能和经营目标

四．公司管理

1．董事会

2．经营团队

3．外部支持（外聘人士/会计事务所/顾问事务所/技术支持/行业协会等）

第二章技术产品

一．技术描述及技术

二．产品状况

1．主要产品目录（分类、名称、规格、型号、价格等）

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

知识产权策略

6．无形资产（商标/知识产权/专利等）

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，扩建后的生产能力

4．原有主要设备及添置设备

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

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

四．目前公司产品市场状况、产品所处市场发展阶段（空白/新开发/高成长/成熟/饱和）、产品排名及品牌

五．市场趋势预测和市场机会

六．行业政策

第四章竞争分析

一．有无行业垄断

二．从市场细分看竞争者市场份额

三．主要竞争对手情况：公司实力、产品情况（种类、价位、特点、包装、营销、市场占有率等）

四．潜在竞争对手情况和市场变化分析

五．公司产品竞争优势

第五章市场营销

一．概述营销计划（区域、方式、渠道、欲估目标

、份额）

二．销售政策的制定（以往/现行/计划）

三．销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四．主要业务关系状况（代销商/经销商/直销商/零售商/加盟者），各级资格认定标准政策（销售量、回款期限、付款方式、应收帐款、货运方式、折扣政策等）

五．销售队伍情况及销售福利分配政策

六．促销和市场渗透（方式及安排、预算）

1．主要促销方式

2．广告/公关策略、媒体评估

七．产品价格方案

1．定价依据和价格结构

2．营销价格变化的因素和对策

八．销售资料统计和销售记录方式，销售周期计算

九．市场开发规划，销售目标（近期、中期），销售预估（3－5年）销售额，占有率及计算依据

第六章投资说明

一．资金需求说明（用量/期限）

二．资金使用计划及进度

三．投资形式（贷款/利率/利率支付条件/转股－普通股、优先股、认股权/对应价格）

四．资本结构

五．回报/偿还计划

六．资本原负债结构说明（每笔债务的时间、条件、抵押、利息等）

七．投资抵押（是否有抵押、抵押品价值及定价依据、定价凭证）

八．投资担保（是否有抵押、担保者财务报告）

九．吸纳投资后股权结构

十．股权成本

十一．投资者介入公司管理之成都说明

十二．报告（定期向投资者提供的报告和资金支出预算）

十三．杂费支付（是否支付中介人手续费）

第七章投资报酬与退出

一．股权上市

二．股权转让

三．股权回购

四．股利

第八章风险分析

一．资源（原材料/供应商）

二．市场不确定性风险

三．研发风险

四．生产不确定性风险

五．成本控制风险

六．竞争风险

七．政策风险

八．财务风险（应收帐款/坏帐）

九．管理风险（含人事、人员流动、关键雇员依赖）

十．破产风险

第九章管理

一．公司组织结构

二．管理制度及劳动合同

三．人事计划（配备、招聘、培训、考核）

四．筹资、福利方案

五．股权分配和认股计划

第十章经营预测

增资后3－5年公司销售数量、销售额、毛利率、成长率、投资报酬率预估及计算依据

第十一章财务分析

一．财务分析说明

二．财务数据预测

1．销售收入明细表

2．成本费用明细表

3．薪金水平明细表

4．固定资产明细表

5．资产负债表

6．利润及利润分配明细表

7．现金流量表

8．财务指标分析

（1）反应财务盈利能力的指标

a.财务内部收益表

b.投资回收表

c.财务净现值

d.投资利润表

e.投资利税表

f.资本金利税表

g.不确定性分析：盈亏平衡分析、敏感性分析、概率分析

（2）反映项目清偿能力的指标

a.资产负债率

b.流动比率

c.速动比率

d.固定资产投资借款偿还期

第三部分附录

一．附件

1．营业执照影本

2．董事会名单及简历

3．主要经营团队名单及简历

4．专业术语说明

5．专利证书/生产许可证/鉴定证书等

6．注册商标

7．企业形象设计/宣传资料（标识设计、说明书、出版物、包装说明等）

8．简报及报道

9．场地租用证明

10．工艺流程图

11．产品市场成长预测图

二．附表

1．主要产品目录

2．主要客户名单

3．主要供货商及经销商名单

4．主要设备清单

5．市场调查表

6．预估分析表

7．各种财务报表及财务估计表

**商业计划书 商业计划书完整版篇四**

项目名称：哈尔滨61玩具出租网店

经营范围：以出租儿童玩具、婴幼儿童车、童床为主。

项目投资：2万元

回收成本期限：二年

店铺地址：哈市报达小区

项目概况：以自家居住房屋为地点，以网络传播为载体，创办一个以全职妈妈和下岗失业人员自谋创业为目的的儿童玩具出租店。

企业宗旨：让孩子开心，让父母省心，让全家放心!

(一)市场需求分析

玩玩具是孩子的天性，我们每个人也都曾拥有过玩具，可以说人们对玩具的需求到什么时候都少不了。玩具是孩子的天使，孩子是父母的心肝宝贝。父母对自己孩子的投入是心甘情愿的，如今老百姓的生活水平越来越高了，市场上各式各样的玩具也就层出不穷了，孩子们的很多玩具玩不了多长时间就会被淘汰，而买一件好玩具少则几百元，多则上千元。但家长们买玩具的速度却总是跟不上孩子们“喜新厌旧”的习性，又不能完全满足孩子对玩具的占有欲望。这昂贵的玩具消费已经成为家庭里一项不菲的开支。如何即满足孩子们的玩具需求，又帮助家长节约这种家庭支出呢?这样促使了儿童玩具出租行业的萌芽和发展。

比如婴幼儿大都需要童车，而中档童车价格大约在300～500元之间，高档一点的在1000元左右，而一部质量较好的童车起码可以用三五年，家庭购买的童车平均使用期为一年左右，不买童车不行，买吧，用完后又很难处理，而且又浪费。相似的用品不仅仅局限于童车，还有童床，学步车，玩具，等等。如果开一间婴幼儿童玩具租赁中心，既给家庭减少费用，又给孩子带来更多的玩具。

(二)目标群体分析

玩具出租主要的目标群体是0～7岁的儿童，由于出租玩具的品种繁多，档次繁多，适合于各种不同层次的家庭孩子。家庭状况一般在小康水平或小康水平以上，对出租玩具的承受能力均没有任何问题。

(三)竞争对手的分析

目前哈市以出租儿童玩具的公司或店铺现无人经营，这是一个新兴的行业，我们应该有一种先入为主的优势，对发展尤其有利。

启动资金大约在2万元左右，具体安排：

(1)办理工商、税务登记等费用：

(2)店铺租金及押金：

(3)装修：

(4)工资：

(5)购买产品及维修保养费用：15000元

(6)网站维护费：100元

(7)其他开支：100元(水费、电费、管理费、工商管理、税费、卫生费及流动资金得等)

总计：20000元左右

资金收入，主要是租金和销售玩具。

押金是按照玩具成本价的10%一个月为周期算，1.5万的10%是每月的收入即1500元，因为分季节性和淡旺季每月基本为1000元，减去其他开支200元，每月800元，即需要两年收回成本。

(一)竞争者的出现，是本店主要的市场风险

当一个项目被发现巨大市场空间时，必会引来竞争者，为了能让企业在市场中生存和壮大，因此在推出玩具出租店时，要实行严格的管理模式(形象设计，宣传资料，营销管理，售后服务)建立自身的品牌。提高服务质量和准确掌握市场行情也是增强竞争力的办法。

(二)玩具对儿童的伤害，是本行业的最大风险

为了避免此类风险，可采取以下三种方法：

(1)进货渠道严格把关，明确与进货商或厂家的责任关系

(2)向小孩和家长详细说明玩具的使用说明;

(3)明确与被租方的责任关系，并签定租赁合同。

(三)对玩具损害程度的鉴定，是处理客户关系的一大风险

必须从日常的经验和生产厂家，逐步完善玩具损害程度的鉴定标准，明细化与客户的责任关系。

(1)根据《中华人民共和国全同法》第233条规定：租赁物品危及承租人的安全或不健康的，即使承租人订立合同时明知该租赁物品质量不合格，承租人仍然可以随时解除合同。

(2)根据《中华人民共和国产品质量法》的相关规定，所租赁或销售的产品一定要符合国家规定，质量合格，并对相应的防范做到应尽的告知义务，以避免不必要的损失。

(3)依法纳税，合法经营。

职员及岗位职能

老板：统筹全盘;

管理店铺及玩具的采购工作;

负责与顾客的各项工作，兼出纳与会计;

员工：负责玩具维修保养工作;送货取货消毒;

(1)本人的工作经验

本人有1年儿童玩具店销售工作经验和5年的市场营销经验。

(2)本人的社会资源

与一批儿童玩具厂和行内人士有良好的关系。

(3)本人教育背景

本人大专毕业，专修市场营销，工作后进修企业管理和市场分析

(4)本人的资金支持

自主创业愿望已久，启动资金已完全到位。

(一)市场营销的基本策略

以自建网站进行网络传播，为哈市儿童玩出租行业建立一个完整成熟的经营模式，以帮助全职妈妈和下岗失业人员创业或再就业为目的。

店内货物定位分三类摆放：

①以婴幼儿类(童车、童床、学步车类)

②儿童玩具类(大制类、遥控类、体育类、学习类、拼装类、音乐类等)

③销售类

(4)展示厅内标识物的放置：放置服务公约、赔偿表、会员登记表和业务介绍说明。

(5)严格执行出租物品专业消毒房方案：为了让顾客知道自己租到的产品是干净的，高品质的，在店内建立消毒房，租赁到期的物品都要经过保养消毒后才能再度使用，消毒药品是经卫生防疫部门推荐的放心品牌。

(6)加大前期的宣传力度：因玩具出租是新事物，店铺又刚开业，所以前期营销的重点是让全市所有0～7儿童家长知道有一个玩具出租店开业了。

(7)媒体的炒作：玩具出租是个新事物，对很多新闻媒体来说很有采访价值，所以开业后，应跟当地的媒体联系，引起媒体兴趣，以达到我们在当地轰动的效应。

(一)社会需求分析

孩子对玩具的喜爱和好奇，以及家长又不能完全满足孩子对玩具的占有欲望，会促进玩具出租行业的发展。

(二)项目规模的可行性分析

小规模的玩具出租店，投资不大，风险较小，利润不大，要长期可持续性发展才会有更大的利润空间。

(三)行业发展趋势分析

随着近期北京、上海等地的玩具出租公司开业并相继火爆，给哈市市场会带来一定的影响。儿童玩具的出租将会迎合哈尔滨市广大市民的消费理念，行业发展趋势看好，只要抓住了机遇，就会成功。

**商业计划书 商业计划书完整版篇五**

一、封面

第一页bp，一句话的形式呈现出来我们是干什么的。我们是air bed&breakfast，这是第一点。

二、痛点

第二点，我们就直接陈述目前这个市场存在的一些需求和痛点。目前我们游客出行住宿的时候存在在的问题：价格方面比较高。我们住的酒店都是统一的标准，很难体验到当地的风土人情，很多房东有很多闲置的房屋，他们怎么样去产生价值。

因为这是双边的需求，所以双边都存在痛点。

三、解决方案

那第三页就告诉大家，我是怎么样解决这个问题的。我通过这个解决方案可以让用户省钱，可以让房东赚钱，然后在旅游的过程当中你又可以体验到当地的风土人情和文化。

四、市场规模

那我们告诉大家这个需求和解决方案之后，要告诉大家的内容是说这个市场的规模到底有多大。我们用两页片子告诉大家，这个市场的规模以及对未来的展望。

五、产品

然后我们再向你详细陈述，我这个产品的形态是什么。我同时，也会告诉你我们是怎样赚钱的，我们的商业模式是怎么样的。我们有未来非常好的商业预期，我也会告诉你说，我对未来的推广方案和计划是什么样的。

六、竞争对手

还有我们在这个市场当中的竞争对手有哪一些？跟他们相比，我们的特点和优势是在哪里？

七、团队

还有包括我们这个团队是由哪些人构成的，他们分别负责哪个模块，他们自己的经验是在哪里？对于我们实现这个项目的价值在哪里？然后我们又说，除了这个运营的数据之外，我们还有一些媒体对我们的报道，用户对我们的反馈。

现在很多企业都想走资本市场，一份商业计划书是第一印象，接下来内容是以一个投资人的视角，告诉大家应该怎么样写一份商业计划书。一般标准的融资分为三个阶段，第一是融资准备阶段（写bp），第二是市场推介阶段（见投资人），第三是尽职调查阶段（投资人给了ts之后对你和你的合作伙伴进行调查了解），今天我们先来梳理一下如何书写一份投资人喜欢的商业计划书（就是传说中的bp）。

商业计划书的几个要点：

首先它也是一句话描述做的事情，对项目的描述。

第二，呈现出目前的目标用户的痛点和问题到底是什么？今天是用什么样的方式来解决这些问题的？有哪些可以提升的地方？然后第三个就是我们是怎么解决这个问题？我们的价值所在。我们给出具体产品的展示以及具体的场景，然后告诉他，为什么我们现在去解决这个问题比较好，以及我们的市场规模是多大。还有我们对于竞争的分析是怎么样，以及我们这个产品是怎么样发展的，产品的路径是怎么样？我们的盈利模式如何，我们的定价，我们的销售和分销是怎么样的。还有最终，我的团队是哪些人来做这件事情的，同时我们会加上一些财务的预期内容。

在这个系列的内容当中，我们的每一节都用了非常短的篇幅告诉你，如何去写一个好的商业计划书，它的内容是什么，它的呈现形式是怎么样的，具体的案例是怎么样的。如果在写商业计划书的过程当中遇到的问题或者困难，也欢迎你和我们进行交流。

希望这个系列的内容能够提供很多有价值的内容给你，能够帮助你写出一个非常出色优秀的商业计划书，能够让你尽快地获得你的融资，能够尽快实现你的创业梦想！

**商业计划书 商业计划书完整版篇六**

拟定名称： 川湘辣菜馆

市场调研：

必须在决定投资前进行详细的市场调查，具体了解目标消费群、竞争对手(包括财务状况、经营现状、员工人数等)、所在商圈状况，以及与餐饮行业相关的法律手续、租赁合同、供应商关系等。

选址条件：

所在商圈必须具备办公中心、商业中心、居住中心三个条件，必须是交通便利、视野宽阔、50米内有停车位置的标准门面。

餐饮特色：

以湘菜和川菜为主菜系，宣扬川湘饮食文化，以“辣“为主色调进行菜色设计，必须有五个以上价格在60元以上的主打菜。 拟定规模： 面积150平方米左右，2开间门面商铺，月租金2万元以内。

拟定人员：

2名厨师，2名助理厨师，4个店面服务员(含领班和收银)，月工资总额控制在1万元以内。

开业准备：

选址和签约、工商税务消防等政府事务、人员招聘和培训、岗位制度的制定、菜点设计和价格设计、装修配套和店内装饰、供应商接触、首批物料备货、网络推广等等。

开业策划：

试营业一周时间择日正式开业，开业庆典连续两周时间，活动期间均可享受活动宣传的优惠;媒体推广策划、户外现场策划、店内布置、促销活动设计等。

投资预算：

房租和押金周转资金8万元，固定资产投资20万元(装修15万元，电器和厨房设备3万元，家具装饰等2万元)，物料周转资金2万元，合计30万元。

经营成本：

房租2万元/月，水电0.2万元/月，人工1万元/月，促销推广平均0.3万元/月(节庆日集中使用，每次5000元左右，全年做5次，其余1.1万元平时使用)，税金0.1万元/月，其他开支0.4万元/月，合计每月成本支出4万元，每年成本支出48万元。

固定资产折旧：

固定资产20万元，预算2年折旧完毕，即平均每月折旧0.834万元，折旧资金可用于周转，但必须预算2年后重新装修。

盈利预算：

预计月营业额12万元，预计65%毛利(内部必须控制75%以上毛利，留足10%空间用于折扣销售)即7.8万元，固定资产折旧0.834万元/月，成本支出4万元/月，净利润为2.966万元。年净利润为35.592万元。

生存分析：

单店盈亏平衡点为每月营业额7.44万元，即平均每天营业额0.248万元，年营业额89.28万元。第一年的年营业额如果低于89.28万元，则不具备生存条件，必须尽快整体商业转卖;第一年的年营业额高于89.28万元，则具备了生存条件，可以设法改善;第一年的年营业额达到144万元则可以迈开步子考虑进一步发展。

利润分配：

年净利润35.592万元的60%用于提升品牌、继续投资开店，即21.3552万元;年净利润的40%用于股东分红，即14.2368万元。

扩张计划：

如果第一年的年营业额达到144万元且净利润中用于继续投资的资金大于20万元，则第二年开3家分店。

撰写商业计划书的注意事项

首先，企业一定要理解商业计划书的写作目的。许多企业肯定会脱口而出的说“就是为了融资”，但这仅仅是答对了一部分。商业计划书的写作本质上是企业对自身经营情况和能力的综合

总结

和展望，是企业全方位战略定位和战术执行能力的体现，为了融资只不过是触发企业写作商业计划书的一个要素而已。

好的企业、善于思考和总结的企业，即使不融资，也会经常按商业计划书的模式和要点来反思自身的经营情况，从而提高企业的综合素质。所以，严肃的商业计划书写作决不是糊弄投资人的，更不是糊弄自己的。而遗憾的是我们往往会看到一些抄袭拼凑、华而不实、胡乱应付而做的材料。 其次，商业计划书的核心内容是介绍企业，而不是介绍具体的项目。这一点尤为重要和突出。很多时候企业在商业计划书中花大篇幅介绍企业要做的一个技术、一个项目或一种业务，而或多或少忽略了对企业的全面介绍。对于投资人而言，要投资的绝不是某一个项目或技术。投资人要投的是一个商业实体，一个有核心团队管理的日常运营的企业。这个企业可以做某一个业务，可以上某一个项目，也可以推出一项新的技术，但这都是在企业这个载体上出现的业务形态，不能代表企业自身。所以一定要注意计划书的出发点：是企业，是企业的整体经营，不是技术或项目。

再次，一定要撰写提纲和概要。特别是概要部分，是整个商业计划书的精华所在，也是打动投资人的关键环节，绝不可粗心马虎，简单糊弄。许多投资人就是在看了商业计划书概要部分之后才决定是否要看全文的。而提纲部分可以帮助撰写人理清思路，明确内容，掌控全局，也是写作过程中重要的行为指导。

另外，对于商业计划书具体的内容部分，切记不要长篇大论、粘贴拼凑，还是要严格按照商业计划书的基本格式和提纲来写作，同时要特别注意说明企业在“做什么”、“谁来做”、“怎么做”等方面的情况。通常所见的商业计划书都过于着重描述企业的技术、产品、市场等等方面，而忽略了几个最基本的问题，即企业是“做什么的”——主营业务是什么;“谁来做”——管理团队如何组成，如何管理;“怎么做”——如何组织生产、销售、运营等等。

还有，对于商业计划书里面的财务和融资部分，许多企业缺乏基本的认知，以为随便拼凑一些数字就可以表明企业有多赚钱，融资金额也越大越好。但对于专业的投资机构而言，可以很容易的发现企业财务数据的漏洞和对资金的需求实情。所以企业切不可随便编造数据，漫天要价。

特别需要注意的是，很多企业在这部分当中常常把项目的投资论证当作企业的投资论证，从而偏离了商业计划书的本意，即企业融资，不是项目融资! 此外，在财务预测中，夸大销售，夸大利润等等现象比比皆是，投资人早有心理准备，会非常仔细地推敲企业提供的每一个数据。对于融资额，许多企业也是随便给个大数，缺乏科学实际的论证和支持。因此，建议企业在这部分一定要实事求是，态度诚恳，这样反而会得到机构投资人的认同和理解，而且还能和企业一起把财务预测和融资事宜商讨清楚。

最后，需要再一次强调商业计划书的写作目的是突出企业的投资价值，而这个目的需要贯彻在商业计划书的每一个部分和言语当中，整个计划书也需要围绕这个中心思想而展开。企业的投资价值简单而言就是企业的成长空间、成长能力以及成长效率。资本市场最关注的就是企业投资价值的增长空间、效率、速度、能力以及风险。所以企业在商业计划书的写作当中，一定要突出自己的生存和发展能力——对市场、产品、竞争、管理、销售、财务等方面的掌控能力和增长能力，最终目的是要有逻辑的体现综合全面的素质和发展态势。

**商业计划书 商业计划书完整版篇七**

第一章：摘要..................................................................................... 3

第二章：公司介绍.............................................................................. 6

一、宗旨(任务).................................................................................. 6

二、公司简介..................................................................................... 6

三、公司战略..................................................................................... 7

1.产品及服务a：................................................................................ 7

2.产品及服务b，等等：...................................................................... 8

3.客户合同的开发、培训及咨询等业务：............................................ 8

四、技术............................................................................................ 8

1、专利技术：................................................................................... 8

2、相关技术的使用情况(技术间的关系)：.......................................... 8

五、价值评估..................................................................................... 9

六、公司管理..................................................................................... 9

1.管理队伍状况.................................................................................. 9

2.外部支持：..................................................................................... 10

3.董事会：........................................................................................ 10

七、组织、协作及对外关系：........................................................... 10

八、知识产权策略............................................................................. 11

九、场地与设施................................................................................ 12

十、风险.......................................................................................... 12

第三章：市场分析............................................................................ 13

一、市场介绍.................................................................................... 13

二、目标市场.................................................................................... 14

三、顾客的购买准则.......................................................................... 15

四、销售策略..................................................................................... 17

五、市场渗透和销售量....................................................................... 17

第四章，竞争性分析........................................................................... 17

一、竞争者......................................................................................... 17

二、竞争策略或消除壁垒.................................................................... 18

1.竞争者[a，b等]............................................................................... 18

第五章;产品与服务............................................................................. 19

一、产品品种规划.............................................................................. 19

二、研究与开发.................................................................................. 20

三、未来产品和服务规划.................................................................... 20

四、生产与储运.................................................................................. 20

五、包装............................................................................................. 21

六、实施阶段...................................................................................... 21

七、服务与支持................................................................................... 21

第六章 市场与销售............................................................................. 22

一、市场计划...................................................................................... 22

二、销售策略...................................................................................... 23

1、实时销售方法................................................................................ 23

2、产品定位....................................................................................... 23

三、销售渠道与伙伴........................................................................... 23

四、销售周期：.................................................................................. 25

五、定价策略..................................................................................... 26

1、产品、服务：................................................................................ 26

2、产品/服务b.................................................................................... 27

六、市场联络;.................................................................................... 27

1、贸易展销会................................................................................... 27

2、广告宣传...................................................................................... 28

3、新闻发布会.................................................................................. 28

4、年度会议/学术讨论会................................................................... 28

5、国际互联网促销........................................................................... 28

6、其它促销因素............................................................................... 28

7、贸易刊物、文章报导.................................................................... 29

8、直接邮寄...................................................................................... 29

七、社会认证.................................................................................... 29

第七章 财务计划............................................................................... 29

一、财务汇总..................................................................................... 29

二、财务年度报表.............................................................................. 30

三、资金需求..................................................................................... 30

四、预计收入报表.............................................................................. 31

五、资产负债预计表：....................................................................... 32

六、现金流量表：.............................................................................. 32

第八章 附录....................................................................................... 32

一、[你公司或项目]的背景与机构设置：............................................ 33

二、市场背景：................................................................................. 33

三、管理层人员简历.......................................................................... 34

五、行业关系..................................................................................... 34

六、竞争对手的文件资料：................................................................ 34

七、公司现状..................................................................................... 34

八、顾客名单..................................................................................... 35

九、新闻剪报与发行物：................................................................... 35

十、市场营销..................................................................................... 35

十一、专门术语................................................................................ 35

第九章 图表...................................................................................... 35

**商业计划书 商业计划书完整版篇八**

项目单位

地 址

电 话

传 真

电子邮件

联 系 人

第一部分 项目的核心技术

（一）核心技术和产品的描述 (主要介绍拟投资的技术和产品的先进性和独特性)

\_\_\_\_\_\_（略）

（二）简述产品的生产制造过程、工艺流程

\_\_\_\_\_\_（略）

（三）技术持有属性（专利、专有技术、配方、品牌、销售网络、许可证、专营权、特许权经营等。)

\_\_\_\_\_\_（略）

（四）核心技术的来源（自主开发、合作开发）

\_\_\_\_\_\_（略）

（五）技术开发的合作对象与方式

\_\_\_\_\_\_（略）

（六）技术鉴定和获奖情况（包括技术鉴定情况、获国际、国家、省、市及有关部门和机构奖励情况）

\_\_\_\_\_\_（略）

（七）公司现有的和正在申请的知识产权（专利、商标、版权等）

\_\_\_\_\_\_（略）

（八）请说明有关知识产权转让或授权许可的协议

\_\_\_\_\_\_（略）

（九）产品毛利润率是多少？纯利润率是多少

\_\_\_\_\_\_（略）

（十）技术和产品的竞争优势

\_\_\_\_\_\_（略）

（十一）公司是否与掌握公司关键技术及其它重要信息的人员签定竞业禁止协议，若有，请说明协议主要内容

\_\_\_\_\_\_（略）

（十二）请说明，公司对知识产权、技术秘密和商业秘密的保护措施

\_\_\_\_\_\_（略）

第二部分 市场潜力和收入模式

（一）目标市场（新技术和产品应用的领域）

\_\_\_\_\_\_（略）

（二）行业情况（行业发展历史及趋势，哪些行业的变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制等）

\_\_\_\_\_\_（略）

（三）市场销售有无行业管制，公司产品进入市场的难度分析

\_\_\_\_\_\_（略）

（四）市场潜力（市场规模、市场前景及增长趋势分析）

\_\_\_\_\_\_（略）

公司在过去3 至 5年的时间里，每年的全行业销售总额：（一定要列明资料来源。）（万元）

列出表格，单位为（万），列出每年的销售收入，销售增长率。

未来3 ~5 年各年全行业销售收入预测：（一定要列明资料来源。）

单位为（万），列出年份，公司销售收入和收入模式

第三部分 主要管理者

列出主要董事会成员名单，可以使用表格。分别列出：序号、职务、姓名、工作、单位等。并根据第个成员单独列出一份表格。

董事长

姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年龄\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_籍贯\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

学历\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_学位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_所学专业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_职称\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

毕业院校\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_户口所在地\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要经历和业绩：（着重描述在本行业内的技术和管理经验和成功事例，与技术发明人及持有人的关系。）

\_\_\_\_（略）

总经理

姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年龄\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_籍贯\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

学历\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_学位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_所学专业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_职称\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

毕业院校\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_户口所在地\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要经历和业绩：（着重描述在本行业内的技术和管理经验和成功事例，与技术发明人及持有人的关系。）

\_\_\_\_（略）

主要技术开发人员（一）

姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年龄\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_籍贯\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

学历\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_学位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_所学专业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_职称\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

毕业院校\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_户口所在地\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要经历和业绩：（着重描述在本行业内的技术水平、经验和成功事例，与技术发明人及持有人的关系。）

\_\_\_\_（略）

主要技术开发人员（二）

姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年龄\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_籍贯\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

学历\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_学位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_所学专业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_职称\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

毕业院校\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_户口所在地\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要经历和业绩：（着重描述在本行业内的技术水平、经验和成功事例，与技术发明人及持有人的关系。）

\_\_\_\_（略）

其他对公司发展负有重要责任的人员（一）

姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年龄\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_籍贯\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

学历\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_学位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_所学专业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

毕业院校\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_户口所在地\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要经历和业绩：（根据公司的需要，来描述不同人员在特定方面的专长，与技术发明人及持有人的关系）

\_\_\_\_（略）

其他对公司发展负有重要责任的人员（二）

姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_性别\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年龄\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_籍贯\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

学历\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_学位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_所学专业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

毕业院校\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_户口所在地\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要经历和业绩：（根据公司的需要，来描述不同人员在特定方面的专长，与技术发明人及持有人的关系。）

\_\_\_\_（略）

公司董事和主要管理人员之间有无亲属关系

\_\_\_\_（略）

请说明公司是否存在关联经营和家族管理问题

\_\_\_\_（略）

请说明公司董事、管理者与关键雇员之间是否有实际

存在或潜在的利益冲突

\_\_\_\_（略）

第四部分 公司基本情况

公司成立时间\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司性质 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

注册资本\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 实际到位资本\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

其中现金到位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 无形资产占股份比例\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%

注册地点\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主营业务为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

公司改革：（说明自公司成立以来主营业务、股权、注册资本等公司基本情形的变动，并说明这些变动的原因。）

\_\_\_\_（略）

目前公司主要股东情况：（列表说明目前股东的名称及其出资情况。）

如：股东名称、出资额、出资形式、股份比例、联系人、联系电话。

目前公司内部部门设置情况：以组织机构图来表示。

公司目前职工情况：

如：员工人数、大学以上文化程度、硕士、博士、研究生等所占的人数和比例。通过表格的形式来展现。

公司经营财务历史：（销售收入、毛利润、纯利润）

（单位：万元）

项 目本年度前1年

销售收入：

毛 利 润：

纯 利 润：

总 资 产：

总 负 债：

净 资 产：

第五部分 竞争对手

公司的竞争优势说明（成本、价格、性能、品牌、销售渠道）

\_\_\_\_（略）

公司产品销售成本的构成及销售价格制订的依据

\_\_\_\_（略）

公司在产品销售价格方面的策略与实施

\_\_\_\_（略）

进货渠道的稳定性、可靠性、质量及进货周期

\_\_\_\_（略）

公司的主要供应商

主要供应商

1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要供应商

2\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

主要供应商

3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本公司与行业内五个主要竞争对手的比较：（主要描述在主要销售市场中的竞争对手。）

竞争对手市场份额竞争优势竞争劣势

本公司

公司在技术与产品开发方面的国内外竞争对手（5家）基本情况

竞争对手（一）

\_\_\_\_（略）

竞争对手（二）

\_\_\_\_（略）

竞争对手（三）

\_\_\_\_（略） 竞争对手（四）

\_\_\_\_（略）

竞争对手（五）

\_\_\_\_（略）

公司为提高竞争力拟采取的措施。

\_\_\_\_（略）

第六部分 融资说明

资金需求量

\_\_\_\_（略）

请说明投入资金的用途

\_\_\_\_（略）

需要几个投资方，各投资方出资额和所占股权比例

\_\_\_\_（略） 投资方可享有哪些监督和管理权力

\_\_\_\_（略）

如果公司没有实现项目发展计划，公司与管理层向投资方承担哪些责任？

\_\_\_\_（略）

投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间

\_\_\_\_（略）

需要对投资方说明的其它情况

\_\_\_\_（略）

第七部分 经营计划

未来三年技术开发重点

\_\_\_\_（略）

融资后第一年研发资金（购置技术开发设备、开发人员工资、试验检测费用、其他研发费用）

\_\_\_\_（略）

公司未来3 ~ 5年在研发资金投入和人员投入计划（万元）

年 份

第1

年第2年第3年第4年第5年

资金投入

人员（个）

公司未来3 ~ 5年的销售收入预测

（万元）

年 份第1年第2年第3年第4年第5年

销售收入

市场份额

融资后各年陆续设立哪些机构，各机构配备多少人员，人员年收入情况。请用图表统计表示出来。

公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制

\_\_\_\_（略）

公司是否考虑员工持股问题，请说明

\_\_\_\_（略）

请提供：

融资后第一年财务预算

未来3 ~ 5年项目现金流量表

未来3 ~ 5年项目损益表

未来3 ~ 5年项目销售计划表

未来3 ~ 5年项目产品成本表

第八部分 风险控制

请详细说明该项目实施过程中可能遇到的风险（包括政策风险、加入wto的风险、技术开发风险、经营管理风险、市场开拓风险、生产风险、财务风险、汇率风险、投资风险、股票风险、对公司关键人员依赖的风险等。以上风险如适用，每项要单独叙述控制和防范手段）

\_\_\_\_（略）

企业应备资料清单

1.营业执照

2.公司章程

3.验资审计

报告

4.税务登记证

5.财务报表（上年度、本年度、本月）

6.专利证书、鉴定报告

7.高新技术企业、高新技术项目证书

8.其它表明企业特点的资料

9.商业计划书

保 密 承 诺

本商业计划书内容涉及本公司商业秘密，仅对有投资意向的投资者公开。本公司要求投资公司项目经理收到本商业计划书时做出以下承诺：

妥善保管本商业计划书，未经本公司同意，不得向第三方公开本商业计划书涉及的本公司的商业秘密。

项目经理签字：

接 收 日 期： \_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**商业计划书 商业计划书完整版篇九**

房地产中介行业是房地产业的重要组成部分，房地产中介贯穿在房地产业经济运行的全过程之中，为房地产业的生产、流通和消费提供了多元化的中介服务。房地产中介在我国既是一个年轻的行业，又是一个蓬勃发展的行业，已显示出强大的生命力和广阔的发展前景。它具有服务性、流动性和灵活性的特点，在房地产业中起着重要作用。

中国古代和近代市场中为房地产买卖双方介绍交易？评定房地产商品质量？价格的居间行商称之为宅行。宅行是中国房地产中介机构的前身，现称房地产中介，房产超市，不动产门市等。史书记载：宅行，清朝年间，宅行主要分布在山西，陕西，河北，天津一代。旧时，人们将宅行从事房产经纪的经纪人称呼为“房牙子”。房牙子是旧时宅行里以说合房产买卖或租赁为职业的人，今称房地产经纪人。

房地产中介是一个方兴未艾的行业，特别是国家将房地产业确定为国民经济的支柱产业，出台一系列系列规范发展房地产业的政策措施，为房地产中介业的发展注入了新的生机和活力。随着城乡居民住房消费的旺盛需求。我国经济的持续、稳定、快速发展和城市化进程的加快。以及全面建设小康社会奋斗目标的确立。这些都是为房地产中介提供了巨大和广阔的发展空间。房地产业是从事房地产综合开发、经营、管理和服务的综合性行业，是一项新兴的独立产业，是城市第三产业的一部分。房地产业是商品经济发展的产物，它随着商品经济的发展和扩大而发展和扩大。在我国，把房地产业作为一个经济部门，开展各种经营活动，建立房地产市场，是从实行经济体制改革之后才开始的。

目录

第一部分摘要

一、房地产中介公司概况描述

二、房地产中介公司的宗旨和目标

三、房地产中介公司目前股权结构

四、已投入的资金及用途

五、房地产中介公司目前主要产品或服务介绍

六、市场概况和营销策略

七、主要业务部门及业绩简介

八、核心经营团队

九、房地产中介公司优势说明

十、目前房地产中介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

1。财务历史数据

2。财务预计

3。资产负债情况

第二部分综述

第一章房地产中介公司介绍

一、房地产中介公司的宗旨

二、房地产中介公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、房地产中介公司管理

1。董事会

2。经营团队

3。外部支持

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

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

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

四、目前房地产中介公司产品市场状况，产品所处市场发展阶段(空白/新开发/高成长/成熟/饱和)产品排名及品牌状况

五、市场趋势预测和市场机会

六、行业政策

第四章竞争分析

一、有无行业垄断

二、从市场细分看竞争者市场份额

三、主要竞争对手情况：房地产中介公司实力、产品情况

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

五、房地产中介公司产品竞争优势

第五章市场营销

一、概述营销计划

二、销售政策的制定

三、销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四、主要业务关系状况

五、销售队伍情况及销售福利分配政策

六、促销和市场渗透

1。主要促销方式

2。广告/公关策略、媒体评估

七、产品价格方案

1。定价依据和价格结构

2。影响价格变化的因素和对策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九、市场开发规划，销售目标

第六章投资说明

一、资金需求说明(用量/期限)

二、资金使用计划及进度

三、投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四、资本结构

五、回报/偿还计划

六、资本原负债结构说明

七、投资抵押

八、投资担保

九、吸纳投资后股权结构

十、股权成本

十一、投资者介入房地产中介公司管理之程度说明

十二、报告

十三、杂费支付

第七章投资报酬与退出

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

第八章风险分析

一、资源风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、成本控制风险

六、竞争风险

七、政策风险

八、财务风险

九、管理风险

十、破产风险

第九章管理

一、房地产中介公司组织结构

二、管理制度及劳动合同

三、人事计划

四、薪资、福利方案

五、股权分配和认股计划

第十章财务分析

一、财务分析说明

二、财务数据预测

1。销售收入明细表

2。成本费用明细表

3。薪金水平明细表

4。固定资产明细表

5。资产负债表

6。利润及利润分配明细表

7。现金流量表

**商业计划书 商业计划书完整版篇十**

一、概述

依次写明地址、电话号码、联系人；

二、公司情况

本段写出公司的概述，从事哪方面的产品生产或服务。

本段文字要力求简练，且通俗易懂，要使读者能基本了解公司的自然情况。

三、公司的历史

1、 首先说明公司创建时间；

2、 介绍公司的主导产品；

3、 说明公司发展的重要“里程碑”。

关于公司成长历史的报告一定要抓住重点和关键。

四、公司的未来

1、 编写连续若干年公司的未来计划；

2、 特别指出公司未来发展的重要“里程碑”。

计划书这段很重要，但其形式可以灵活多样。甚至可以简单地说明。如果想说明贵公司只有闯过一道道的险关，才能达到理想的目标，那么要说明各道险关的具体含义，以便我们确切的了解贵公司。

五、唯一性

如果公司有新产品、新服务或其他的唯一性特点，在本段应注意说明。

六、产品或服务

1、 准确描述产品，以免对产品和生产计划有理解上歧义；

2、 如果有多种产品或服务，应分段说明；

3、 说明产品价格、定价依据和获利水准；

4、 全面分析影响价格的因素，并应对各种情况均能做出尽可能的解释；

5、 说明贵方努力程度对价格水准的影响。

七、用户或产品经销商

1、 详细描述产品的用户，说明谁是最终用户；

2、 为何使用你们的产品；

3、 用户购买你们的产品或服务，是因为产品价格独特，还是考虑其他因素；

4、 用户对你们产品或服务又和改进要求；

5、 要以表格形式，按销售额自高而低的顺序，列出三个经销商的名称、销售额和销售量。

6、 若本公司有意向，请随时准备提供更完整的销售资料。

八、行业或市场

1、 说明产品市场的分布；

2、 总销售额和销售成长率；

3、 类产品或服务的市场总需求量（市场容量）；可列表说明

4、 在说明行业销售时，请注意说明你们面对的是全方位市场还是在有限的行业空间内销售。

九、竞争情况

1、 必须说明所有的竞争产品及相关的制造公司的情况；

2、 要说明各竞争公司的销售额和市场占有率，同时要说明各公司的财力；

3、 必须准确说明你们产品有哪些区别与竞争者产品的特点。

4、 如果没有竞争力，则应描述缺少竞争力的原因；

5、 如果认为将来可能有竞争力，则应指出每个潜在的竞争对手，并指出他们合适可能进入的市场。

十、 市场销售

公司的营销管理和营销渠道的分配，即产品如何离开贵方送到用户手中；

1、 是靠自身强有力的销售力量还是需要中介；

2、 销售产品需何种销售商和中介人；

3、 你们与中间媒介属何种关系；

4、 为销售产品已采用什么销售方案。

十一、生产

1、 描述生产的全部过程，并特殊说明主要生产阶段；

2、 关键在于生产成本，特别要说明计划采用什么措施，把成本控制在理想水准。

十二、生产类型

1、 生产过程是否难度较大；

2、 是否为精密的高科技；

3、 多家生产还是独家生产（需结合科技产业的特点）？

4、 公司需追加多少生产费用？

5、 外构件的比例是多少？

6、 生产过程有哪些关键零件？

7、 该生成过程是属于标准生产工厂还是存在许多困难环节。如果属于复杂的生产过程，还要说明人员技术培训的有关情况。

十三、劳动强度与雇员

1、 说明现有雇员的数量及相关的劳动，在科技行业中尤其表明主要人员任用、管理上有何创新；

2、 是否有工会组织以及不同雇员间的劳动强度之差别；

3、 说明与工会组织签订的协议，与工会的关系；

4、 关键雇员有何措施保证雇佣稳定可靠。

十四、供应情况

1、 说明供应本公司原材料和其他资源有关公司的情况；

2、 完整的主要原材料供应商的明细表。

十五、协作生产商

1、 如果与本公司协作生产商；或有人为本公司完成部分产品加工工作，并将产品投入市场，则应在计划书的这一部分说明几个主要协作生产商的名称、地址和合同金额。

2、 提供一张主要协作生产商的明细表，说明各主要协作生产商的名称、地址、电话号码和合同金额。

十六、设备

1、 详细描述本公司现有或计划购置的主要设备；

2、 说明现存固定资产的基本情况及其价值，3、 说明现存可用于生产的设备总量及价值；

4、 指出设备的先进程度。

十七、资产

1、 说明贵公司自有和合用的当作生产、科研场所的不动产，2、 生产、科研场所占地面积和每平方米的价格。

**商业计划书 商业计划书完整版篇十一**

一、项目介绍

由于资金有限只有5万元，所以我想来想去没有什么更好的项目，时间紧张也没有更好的灵感所以暂就来个传统行业，服装行业。

我的项目是做服装行业，开个女式服装店。

在选定行业之前，我先评估自己的创业资金有多少，5万元。因为，各行业的总投资有高有低，每一种行业都不一样，所以，先评估自己所拥有的资金能够做那些行业，再来做进一步的规划。

选择开服装店的优势是服装行业较为成熟，项目需要的成本较低，容易进入也容易启动。而且自己对服装也有点感兴趣，算是兴趣与事业相结合吧，呵呵。

二、店面的选址

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面。经过调查我发现在闵行莘庄这快商圈不错，闵行区作为上海发展的主要居民居住区之一，莘庄又是闵行的中心，这里交通发达，人流量密集，市场是没问题。而且这里以后还要建一个大型的亚洲商品交易中心，前景广阔。最后我把店面选在了莘庄的水清路上，仅挨店面就有一个公交车站，前面是个大马路，平时无论白天晚上人来人往。而且一百米开外就是地铁站，人流量是可想而知的。

周围又都是老居民区，固定人流量多，地块成熟，消费力旺盛。另外我发现这条街上还有几家为数不多的衣服店，但大都定位居高，价格昂贵，款式单调稀少。平时也很少有人光顾。因为这里虽然居民多但大都是普通老百姓，富人很少，不适合销售高档消费品。这里虽然人流量大但大都为上班一族，消费能力为中低档。我的定位就是中低挡符合市场需求。同时和其他几家店没有冲突，差异性存在。

店面的租金也不高5000元/月，付三压一，（上海都这样）。找好店面之后，接下来就是要与房东签约。而且，这个动作不能太早，必须待前面几项步骤都完成后才能进行。因为，一旦与房东签约之后，就开始支付房租，自然就会有时间压力。所以，我在与房东签约之前，一切能做的筹备工作与书面数据（包括营业证照的办理等，这里我就不在熬述了），都先准备好了。

在与房东签约时，租期最好不要太短，如果只签一年，可能一年后才要开始回收，结果店面却被房东收回去，租期以三至四年为较理想的签约期限。我签的合同是三年，即使将来经营出了问题我也可以转租出去（这里的房租一直在涨）。店面承租下来，需要一段装潢期，所以我向房东情商，租金起算的日期让他扣掉装潢期，以降低租金支出。呵呵，能少烧钱就少烧点，谁让咱只有5万元起步金呢。

三、店面的装潢

租好了店面，下面要装修了。店面装潢关系到一家店的经营风格，及外观的第一印象，因此，装潢厂商的选择十分重要，所找的装潢厂商必须要有相关店面的装潢经验。譬如，开咖啡店就一定要找有咖啡店装潢经验的厂商，开儿童美语就必须找有儿童文教装潢经验的厂商。因为，装潢厂商如果没有同类型店面的装潢经验，到时候所装潢出来的店面，在实务操作上，就未必能完全符合需求。届时，如果再打掉重做，当然就费钱费时。

所以，我在装潢前请装潢公司先画图，包括平面图、立面图、侧面图、所要用的材质、颜色、尺寸大小等，都要事先注明清楚。为便于沟通清楚自己所想要装潢的模样，最好先带装潢厂商到同类型的店去实地观摩，说清楚自己想要装潢的感觉，这样装潢出来的店面，才会比较贴近自己的想法。

我要求的装潢效果如下：

1、门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相

同的衣服挂在不同档次的的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到客户的购买欲！当然本店刚开张简装为宜。

2、灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的！晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的客户的眼球！灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光（也就是平时所看见的白色灯光）店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯（平时看见的射灯之类的黄色光）能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住客户有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的！

店面装潢一共花了5000元，这还是省着点花的，包括我自己做小工，就5万省着点吧。

四、选货及进货的渠道

万事具备只欠东风，下面进入正题，我该讲讲怎么买生财的工具：衣服了，怎么进货选货

1、选货：选样，款式，品牌，数量

选货要掌握当地市场行情：出现哪些新品种?销售趋势如何?社会存量多少?价格涨势如何?购买力状况如何?大体上能心中有数。

品牌以杂牌为主，以外贸货为主。

进货要适销、适量，要编制进货计划，当然在进货过程中也可应变修改。进货时，首先到市场上转一转、看一看、比一比、问一问、算一算、想一想，以后再着手落实进货

少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给客户的选择余地大。进货安排在每个星期的三或四，这样每个星期六店内肯定是有新品到货的，但只上部份新货，一部份留着星期天上！如果进入销售旺季，三四天就补一次货！

象“三八”“五一”“国庆”等几个销售高潮，不要等到差不多时间时再准备货品，提前半个月就可以先开始准备了！要给自己有足够的安排时间才行！

2、进货渠道：

上海七蒲服装批发市场或杭州四季青服装批发市场。新店开张暂时只在七蒲服装批发市场进货。同一城市就近方便，等日后销量上去，在去杭州四季青服装批发市场。

五、人力规划

我计划雇佣三个人，两个小姑娘最好是漂亮mm（不要骂我色，爱美之心人皆有之，漂亮mm容易招揽客户奥），主要负责接待客户，两人轮班倒。另外招一个年龄大点的阿姨和我自己轮班倒收银，我基本上一直要在店里看着的（除了进货或者重要的事，自己创业累点是应该的）。两个小姑娘的工资，800/月+提成，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性。大一点的阿姨也一样，800/月+提成1%，不收银出了问题它要负责。

六、营销策略

一、开幕促销

当一切都就绪之后，就准备择期正式开幕。开幕当天为招徕客户，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

二、衣服的陈列

做女装产品关键要品种多，给客户有足够的挑选余地，这与其它品牌专卖店不同，不是依靠主要几个款的来销售！产品陈列上要突出自己服装的特点，把上衣，裙子，裤子，套装等分开陈列，除了店铺看上去整齐外也给有目的性购买的客户挑选提供方便，如果只想买裙子的，他只需在裙子类挑选，如果买了裙子又想配上衣，直接可以到上衣类去搭配！量多的款可以用模特出样，往往出样的衣服是卖得最快的！橱窗里的出样要经常更换，这不能偷懒！

三、长期发展营销策略

1、原则：每周都要有新货上架，以中档为主，高低档为辅（高档点缀低档适量）2、方针：尽量把其中的每个环节作成标准化，以备日后发展连锁，即模式复制3、服务：训练营业员的基本利益，对客户的服务态度及服务宗旨。无论客户是否买衣服或者买所少钱的衣服都要微笑送客让其满意离开，常此以往才可能有口碑相传的美益度，也才会有回头客。客户的要求在可能实现的前提下尽可能的满足。

4、方法：

（1）初次来店的惊喜

①免费赠送小饰物，小挂件，让其填一份长期客户表（做客户数据库）

（2）增加其下次来店的可能性

①传达每周

都有新货上架的信息

②利用客户数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）或送生日礼物等

③购适量女士手袋告知客户一次购物满400元送一只女士手袋（女士手袋要在店内陈列出来，进货以38元标价300+的那种为宜，给客户物超所值的感觉）或者累积消费600元及以上。（获得奖励之后在从新累积）

（3）满意购物并使其尽可能介绍其他买家来店购买

①告知客户量大或团购可优惠，如：一次购满500元及以上打8折等，或者个人累积消费1000元既获得一张8折的金卡

②介绍新客户，如：每介绍一位新客户并购满200元及以上送推荐人50元购物卷等。（4）不定期打折

①人一定程度上都喜欢贪小便宜，女人就更是如此了。“店铺开张大赚送”、“本店商品八折优惠”，也可以采用买一送一的策略（送的货以滞销货为主，过季货为辅）这些招牌通常能抓住女人的心。

（5）一年中做几次短期促销，售价定为10－30元，非常聚人气！再把店内滞销款低价一起处理！如五一，十一，三八等最佳时间

七、总结

综上所述我用5万元开一个女式服装店，是不是能够成功当然还需实践中去检验了

**商业计划书 商业计划书完整版篇十二**

——信息化新农村网站建设

有人就曾预言：21世纪是科技的时代，谁掌握了高新科技，谁就能够主宰未来。确实如此，随着计算机的广泛普及和信息技术的高速发展，整个社会真正进入了一个全新的时代——it信息化时代。互联网将整个世界连在一起，信息文化也已经渗入到了我们生活的各个领域——学习、生活还有工作。网络不仅给我们的生活带来了便捷，同时还有巨大的商机和挑战。

然而，在中国呢？中国是否也已经真正步入了it时代呢？中国又是否能赶得上这快节奏的发展与变化呢？在我看来：没有，至少现在没有。诚然，中国在信息科技高端领域绝不逊色于其他任何一个国家，甚至在很多领域已经走到了最前沿。可是，中国毕竟是个工农民主社会主义国家，只有当工农都在享用网络带来的便捷的时候，才是中国真正步入信息时代的时候。所以当前，我们应当积极提倡建设信息化新农村让科技信息走入千家万户，让信息文化成为新农村的一种不可替代的新时代文化。

我生于农村，长在农村，对我们当地的农村建设和农业情况有一定的了解，那里还是处于较贫困状态，所以我就仅仅以建设我们家乡的信息化农村为例，谈谈我的创业计划：

一、创业目的

（1）将信息文化传递到农村，为农民提供高效、准确的信息资源，促进信息化新农村建设；

（2）实现自己的创业梦想，挖掘自己的社会价值，用实际行动报答家乡和国家。

二、创业形式

（一）网站建设

网名——信息农村网

通过建设农村自己的网站，提供符合当前农村状况的网络终端设备，一来有效地将农民所需的信息更快、准确的传给他们，另一方面，农民可以通过此站将自己的产品更好的销售出去。

网站板块

（1） 农家新鲜事

（2） 致富之路——致富经（个人致富，发家致富），致富点子…

（3） 市场行情——粮食类（早稻、二季稻、麦子……）

——牲畜肉类（猪肉、牛肉、鸡肉…….）

——水产养殖类（鱼、虾、蟹….）

——蔬菜之乡（白菜、黄瓜、萝卜…….） ——油类（花生油、菜油……..）

——水果类（西瓜、苹果、西红柿……） ——特产类（花生、苕…..）

(4)交易市场——我要买可预购，可征购

——我要卖 提供产品详细资料：名称、报价、库存量、库存时间、新鲜度以及联系人详细地址和联系方式

购买方式：可打电话或通过中间联系人（会设置一个专业的 部门负责）

取货及付款方式：1、网上商议，送货上门，网上支付

具体方式如下

2、自己取货，见货付款

（5）技术宝典——养殖技术、种植技术、防虫妨害技术……

（6）在线交流（可以语音、视频）——与当地农业局合作（专家必须了解当地的情况）

（7）招商引资项目——联系一些大型企业和商家，签订有保障的合同，互利共赢

（二）网站管理

总管理员——（待定）

系统维护管理——我自己

信息内容管理——当地农业部门负责人（或者是更高级） 信息安全管理——当地公安部门负责人（或者是更高级） 交易市场管理——当地工商部门负责人（或者是更高级）

网站更新管理——当地新闻部门负责人（或者是更高级）

(1) 当地农民可以将自己囤积的物品（如粮食、花生、芝麻等）的详细信上传到此网站上的交易市场中

(2) 城市居民或商家可以在网上搜索自己要的物品，可以预购或征购，可以直接联系卖家，亦可以通过中间相关部门

(三)网站宣传

媒体宣传——直接在一些点击量比较多的网页上做广告，广告方式很多，成本低，对于网上销售效果也比较好，便于操作，同时借助报纸、杂志书刊等一些传统方式做小量宣传宣传路线——农村包围城市通过网络面向全球

宣传口号——建设信息新农村，科技信息进万家

（三）创业宗旨——诚信服务、互利共赢

（四）创业理念 ——成功源自于3a：

1、aim（目标）：打造农村版的阿里巴巴

2、attitude（态度）：青春是深沉的意志、宏伟的想象、炽热的感情

3、action（行动）：还犹豫什么呢？

党的十六届五中全会上，书记号召“要使建设社会主义新农村成为惠及广大农民的民心工程”，温总理指示“建立农业信息体系是一项重要而迫切的任务”。当代中国兴盛的历史重任，改变中国的面貌，从发展科技做起，因为科技是第一生产力；而改变中国的根本，还得从农村建设做起，因为农民是社会的根本。

短暂的激情是不值钱的，只有持久的激情才行。激情不能受伤害的。也许在这条创业路上我会遇到很多很多的挫折和困难，今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但是绝大多数人死在明天晚上，见不到后天的太阳。我一定会勇往直前，在挫折与失败中汲取宝贵的经验教训，牢记创业的理念，带着微笑，去迎接第一缕最灿烂的阳光！

**商业计划书 商业计划书完整版篇十三**

北京容大博通投资咨询有限责任公司已设立山东省、河北省、上海市分公司，为各省市投资咨询、立项等提供一站式服务，职能：投资咨询、投资评估、融资咨询、融资评估、规划咨询、管理咨询，协助国家扶植项目报批，编制项目建议书、可行性研究报告、资金申请报告、项目申请报告等综合性咨询服务。

商业计划书，也称作商业策划书。是指为一个商业发展计划而做的书面文件。一般商业策划书都是以投资人或相关利益载体为目标阅读者，从而说服他们进行投资或合作。

商业计划书主要优势：

一、时间和收费优势

商业计划书时间通常需要5—15工作日，收费范围人民币1—10万元，视项目难度而异，客户根据我公司提供的详细资料清单，提供项目基本信息，然后双方达成初步意向后可查看现场，或直接签订合同实施。

（以上仅适用于普通生产型项目，大项目或特殊行业项目，具体价格需根据项目适当调节）

二、业务流程：（process）

三、公司主要骨干技术人员：

商业计划书编写业务，北京总公司

朝阳区：北京市朝阳区东四环南路（小武基桥北）林达海渔广场4号楼701—703；咨询一部：何芳\*\*\*；010—56238859

咨询二部：崔维莲：\*\*\*010—56238860；email：cuiweilian20xx@live。cn；传真010—57926175

四、行车路线朝阳区办公室：

（1）北京东南四环南路53号（小武基桥北），林达海渔广场地面及地下均有停车位

（2）657，740，29，605，974等17条公交线路，东南四环内，北京欢乐谷西对面。

商业计划书编写格式

商业计划书架构

一、执行总结

是商业计划的一到两页的概括。包括：

1、本商业（business）的简单描述

2、机会概述

3、目标市场的描述和预测

4、竞争优势

5、经济状况和盈利能力预测

6、团队概述

7、提供的利益

二、产业背景和公司概述

1、详细的市场描述，主要的竞争对手，市场驱动力

2、公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足一个关键的顾客需求。

3、一定要描述你的进入策略和市场开发策略

三、市场调查和分析

这是表明你对市场了解程度的窗口。一定要阐释以下问题：

1、顾客

2、市场容量和趋势

3、竞争和各自的竞争优势

4、估计的市场份额和销售额

5、市场发展的走势（对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实）

四、公司战略

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题

1、营销计划（定价和分销；广告和提升）

2、规划和开发计划（开发状态和目标；困难和风险）

3、制造和操作计划（操作周期；设备和改进）

五、总体进度安排

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件

1、收入

2、收支平衡点和正现金流

3、市场份额

4、产品开发介绍

5、主要合作伙伴

6、融资

六、关键的风险、问题和假定

1、创业者常常对于公司的假定和将面临的风险不够现实

2、说明你将如何应付风险和问题（紧急计划）

3、在眼光的务实性和对公司的潜力的乐观之间达成仔细的平衡

七、管理团队

1、介绍公司的管理团队。一定要介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景

2、注意管理分工和互补

3、最后，要介绍领导层成员，商业顾问以及主要的投资人和持股情况

八、企业经济状况

介绍公司的财务计划，讨论关键的财务表现驱动因素。一定要讨论如下几个杠杆：

1、毛利和净利

2、盈利能力和持久性

3、固定的、可变的和半可变的成本

4、达到收支平衡所需的月数

5、达到正现金流所需的月数

九、财务预测

1、包括收入报告，平衡报表，前两年为季度报表，前五年为年度报表

2、同一时期的估价现金流分析

3、突出成本控制系统

十、公司能够提供的利益

北京办公室详细位置——朝阳区

北京办公室外景照——朝阳区

山东分公司办公详细位置

山东办公窗口外部实景图

山东办公窗口内部实景图

河北分部办公详细位置

行车路线

朝阳区办公室：

（1）北京东南四环南路53号（小武基桥北），林达海渔广场地面及地下均有停车位

（2）657，740，29，605，974等17条公交线路，东南四环内，北京欢乐谷西对面。

**商业计划书 商业计划书完整版篇十四**

划书、公司历史的介绍、公司基本现状的概述。 概要是商业计划书的门脸，因此在概要中你要激起投资人继续读下去的兴趣。而且你还要告诉投资人为什么你觉得你的公司会成功。虽然概要是商业计划书的开头，但往往是在最后完成的。因为当你把计划书的其他部分写好后，你可以更好地概括。

具体说来概要包括以下内容：

使命宣言：使命宣言是对你公司业务的简要概述，可以用两个字、两句话或一段展现，甚至是一张图片。

公司成立时间

创始人介绍和他们的工作职责

雇员数

业务地点和任何分支机构或子公司

对公司设备的描述

对公司产品或服务的叙述

银行关系和既有投资人信息

公司发展里程碑(如公司成立一年发展壮大一倍或者公司是业内第一家提供某种特定的服务)

如果你刚开始创业，上面有些内容就无法呈献给投资人，那你就把重点集中在你的经验和专业背景上，并且表明你创业的决心。你可以叙述目标市场存在的问题以及解决方案，告诉投资人你的创新之处。保证你的业务是消费者需要的，然后叙述对公司的展望。

也许你会遇到这样的投资人，他要求你的概要以表格的形式呈现，这时候的内容标题要尽量宽泛，换句话说就是要避免细节描述。

市场分析是商业计划书的第二部分，这个部分你要叙述公司所在的行业，你也要展现对市场的调查结果，不过关于市场调查的细节是放在商业计划书的附件里的。

这部分包括以下几个部分：产业概述、目标市场信息、市场调查结果和对竞争对手的评估。

产业概述

包括对原始产业的叙述、目前产业规模和增长速度、产业特性和趋势以及产业主要消费群

确定市场目标

当在确定目标市场时，最大的难题莫过于把市场控制在合理的范围内。很多创业公司都会犯一个错误，那就是认为可以把自己的产品卖给所有人，这样的目标市场定位往往会失败。

市场测试

记住，你只需要把测试的结果写入商业计划书，所以你只需要关注结果。而测试中的细节资料则放在附件中。市场测试包括潜在客户、为现在客户准备的信息和示范、适应目标市场需求的重要性、市场将以何种价位接受你的产品或服务。

投产准备阶段

投产准备阶段是指客户下了一个订单和这个订单被完成这个时间段，所以你在调研这部分内容时，就应该指定你产品或服务的投产准备阶段。

竞争对手分析

在做竞争对手分析时，你需要依据产品线、细分市场、评估对手的优势和弱势来确定你的目标市场对于竞争对手的重要程度，而且还要考虑到诸多阻碍你进入市场的因素。

要确定你所有产品和服务对应的所有竞争对手，知道他们所占的市场份额，并且要预估多久会有新的竞争对手进入是市场。

竞争对手的竞争优势以多种形式呈现，但一般包括以下几点：

满足消费者需求的能力

占有较大的市场份额，在消费者中认知程度高

一个良好的工作记录和声誉

稳健的财务资源，丰厚的后备资源

人才

竞争对手的弱势反过来就是你公司的优势。所以在进军一个领域时要分析竞争对手的弱势，如他们能满足消费者的需求吗?他们没有很强的市场渗透力，他们的工作记录并未达标，他们的资源有限，他们会不会留住优秀人才等等。如果你发现的竞争对手的弱势，要发现这种弱势的原因，这样才可以避免发生相同的错误。

如果你的目标市场竞争激烈，那么你就要准备克服一些障碍，这些障碍包括：

**商业计划书 商业计划书完整版篇十五**

一、网吧广告的市场需求分析

根据调查显示，中国现在大约有80万家(官方数字是72万家左右)营业网吧，每家平均50台电脑共约8000万台，这是一个庞大的广告受众数字。同时，城市的网吧行业在走向行业化，大型化。

统观全局，将来的网吧不再仅仅是传统意义上的上网场所，上网营业收入在一个网吧的利润构成中所占的比重将越来越小，而视频点播、网吧广告、餐饮收入、游戏收入、代销业务贡献的利润会逐步增加，最终使网吧成为一个信息传播的载体，具有强大的广告和销售功能，成为一个增值业务全面并且功能强大的娱乐场所。

网吧广告的特点是以城市中数量众多的网吧为广告发布场所，以各网吧中的电脑作为广告的基本载体，以网吧中娱乐和获取信息的人群作为受众，提供丰富多样的广告发布形式，是一种将网络广告与传统媒体广告良好结合在一起并且具有极高的性价比的新媒介。

我们先来看看网吧作为广告媒介独有的特点：

首先，网吧是人群和信息来源渠道相对集中的地方，它既是网络媒体的承载环境，又是受众聚集的传播空间。无论从媒介的大众传播定义来看，还是从媒介发展历史来看，网吧，都可以不折不扣地算作一种新型的媒介形态。

其次，网吧是一个媒介终端——网吧的集群性很高，聚集了较多的年轻消费者，个性相近、爱好相似，乐于接受新型事物、相互影响力比较强，这是新媒体的受众特征。并且，网吧作为第五媒体，网络已经显示出其在社会生活中的巨大影响力，网吧成为传播信息、发散舆论以及交友、娱乐的重要场所。

显然，网吧不再是一个普通的商业领域，而是一个需要社会控制和行业准入的领域，其实，从某种意义上来说，网吧，不仅是网络媒体的延伸，而是一种可以自成体系的新媒体平台。对封闭的营业场所，人群逗留的时间较长，相对流动快速的户外或卖场，信息传播到达的频次更高、层次更深，这是新媒体的传播特征。

其三，从更全面的角度说，网吧媒体是一种兼具线上和线下的跨媒体。网吧介于传统和互联网之间，通过网吧的媒体资源我们可以实现线上和线下的信息传播和广告宣传。跨媒体应该是横跨平面媒体、立体媒体和网络媒体的三维平台组合。平面媒体包括报纸、杂志、图书、户外广告，立体媒体包括电视、广播和电影，网络媒体包括窄带互联网技术应用和宽频互联网技术应用。

网吧正是兼具平面媒体、立体媒体和网络媒体的三维平台组合。网吧的空间可以承载海报、墙面、桌面、展板等类户外广告的平面媒体；网吧的电脑可以统一承载电影、广播、音乐、游戏等立体媒体，相当于一条崭新的院线；网吧的最直接实现形式则是网络媒体；所以网吧最具有跨媒体性质。

如今，随着网吧规模日益的扩大和经营的正规，企业在网吧里面发布广告的需求越来越大，整合网吧资源也是大势所趋，网吧广告，逐渐成为一个新的媒介平台。

二、网吧广告价值分析

什么是媒体的广告价值？业内普遍采用广告千人成本和读者构成来评价某媒体是否适合投放广告。事实上，影响媒体广告价值的主要是三个部分：读者数量、读者质量、竞争态势。艾瑞市场咨询公司(iresearch)的《第一届艾瑞网民网络习惯及消费行为调查》显示：网络游戏人群以大中城市为主，年龄分布集中在16岁至35岁之间；男性占了绝大多数；网络游戏用户平均每周上网玩游戏的时间为9。66小时，每天玩一款网络游戏的时间为3小时左右。

由此可见，对于网络游戏族群来说，网络游戏已经超过了电视的吸引力。而这个族群，也同时是饮料、运动品牌以及电脑等类型产品的主要目标对象群。通过调查我们也得知，大部分网络游戏玩家均在网吧上网，网吧成为了一个新的广告平台，网吧对于广告行销是否也有着不同的意义？

网吧广告成为新媒介载体目标受众的到达率高度准确，在客户们百般要求广告形式求新求变的今天，网吧广告这样一个新兴的产业，本身所具有的价值体现在哪里？

1、有效打开销售渠道。

根据受众来看，前往网吧上网的人群年龄结构都偏年轻，主要集中在18岁到25岁之间。这个年龄段的人群好奇心强，容易接受新生事物；同时，他们接受的教育程度也比较高，具有大专以上教育背景的达到70%以上；由于大部分人是学生，因此直接收入有限，但间接和潜在的消费能力很强。

由于受众受教育的程度较高，在未来拥有很强的消费能力，同时受众年龄结构年轻，虽然直接收入不高，消费能力却很强，容易进行冲动消费和购买那些新产品；上网频率及时间较稳定，有较为规律的上网频率及上网时间，基本属于忠实受众，能保证广告在该群体中的传播质量；兴趣爱好相近。喜欢网络化的生活和交流方式，追求时尚，热衷各种娱乐活动，喜欢游戏；消费取向集中。以上共有特点，决定了受众群体拥有高度集中的消费取向。

从以上特点可以看出，网吧媒体的受众主要是年轻一代，接受其信息的多为在校学生(大学生居多)和有一定经济收入的白领阶层，其主要特征是消费观和价值观趋于统一，追求时尚，消费能力集中，且具有很强的消费欲望，界定在感性消费，而非理性消费群体范畴。从分析中可以看出，网吧广告可以帮客户们打通销售渠道，直接命中最有可能的潜在用户。

2、网吧广告具有100%的广告有效送达率。

任何想上网的人，必须打开电脑显示屏才能进行网络连接。电脑显示屏是任何网民必须登陆后默认当前界面，任何网民，无论其上网聊天或玩游戏均能100%看到电脑显示屏，而网吧广告的一个核心内容，就是通过电脑显示屏设置广告信息，并通过电脑显示屏将广告内容传递给受众。这种广告方式的有效达到率是100%，并且拥有巨大的受众数量以及固定的受众用户群。

通过对北京、上海、厦门、泉州、成都的网吧进行抽样调查，每台网吧电脑每天的使用人次为4-6人，在节假日和周末还有30%左右的增长。一万台网吧电脑，每天的用户数量即为4万-6万，一个月的累计用户数量为120万-180万人次，也就是说网吧广告的受众为120万-180万人次万台/月，这样的规模是目前任何专业类媒体都无法比拟的。

3、网吧广告是真正意义上全天候媒体。

目前网吧规定营业时间是早8点至晚12点，实际上绝大部分网吧是24小时营业。针对目前经营现状，网吧主管部门计划将在20xx年1月后放开网吧营业时间限制，网吧行业将实现合法的24小时营业。届时网吧媒体将成为名副其实的全天候媒体。

4、更加真实的投放效果评估。

每一个客户投放的网吧都有详细的网吧资料(网吧名称，终端电脑台数等)，客户对于自己投放广告的范围及覆盖人群数量有非常真实和精确的掌控。显示屏广告位的设置方法使得广告的发布也更加直观有效，结合网络技术手段可对广告投放效果进行及时有效的分析评估。

5、网吧广告具有超强的视觉冲击力。

精美宽大幅面的广告画面及详细的文字说明，与目标受众近似零距离的视觉接触，具强烈的冲击力，可充分展示品牌形象和产品特性，给受众留下极其深刻的印象。另外，可以充分利用多媒体、超文本格式文件，设置多种形式让受众对其感兴趣的产品了解更为详细的信息，使消费者能亲身体验产品、服务与品牌。这种以图、文、声、像的形式，传送多感官的信息，让消费者如身临其境般感受到商品或服务，并能在网上预订、交易与结算，将更大大增强网络广告的实效。

超低广告投入千人成本。假设网吧电脑桌面标准价15元/台/月，假设一台电脑平均每天5人使用，在使用过程中每人有4次回到桌面，则客户投放网吧电脑桌面平均每天每人成本=12元/台/月÷30天÷4人÷4次=0。025元。

根据现阶段其他各发媒体的广告报价，我们可以看出网吧广告低廉的价格，客户投放1次电视台30秒广告，基本上等同于连续1个月在广告，可以连续1个月在25000台电脑上投放网吧电脑桌面广告；客户投放1个月网络广告，可以同期连续1个月在20000台电脑上投放网吧电脑桌面广告；客户投放1个月块大型户外广告，可以同在18000台电脑上投放网吧电脑桌面广告。

网吧广告的商业模式分析多网吧，成为网络媒体发布平台，以富有创意而灵活的方式销售内容为网吧带来了新的业务增长机遇。将适合在网吧发布的广告内容以最恰当的方式呈现给受众，并能及时的得到回报，这是任何一个企业或者广告商最为关心的事情，因此，网吧广告最为重要在于其商业模式的正确性和客观性。

现在，在了解网吧广告的价值以后，我们就可以分析一下网吧广告的商业模式：

1、看广告网吧玩家免费上网模式：

网吧经营的一切费用和盈利都是来自广告费。如果将网吧看成是一个新媒体平台，那么该平台提供给受众的娱乐费用将会很低，甚至完全免费。同时，受众在免费娱乐的同时也会接受该平台提供的广告信息，以此来换取免费上网。这就是网吧免费模式，在这个模式中，连锁网吧的数量和统一管理模式成为关键点，全国性的网吧连锁公司，对几万家网吧进行统一的运营与管理，建立一种全新的网吧广告商业模式。

2、网吧和广告商共分利润模式：

网吧连锁机构或者是网吧广告集团可以和网吧广告商分取广告利益。中国大部分游戏运营商和软、硬件商家对非常重视网吧广告，因此可以建立网络广告分帐模式。其核心的理念就是网吧必须集合在一起，控制本省市或者全国的网吧达到一定的规模和数量，并代表网吧群体的集体利益，以量来制定价格。

3、按照媒体价格收取广告费用模式：

网吧广告，目前可利用的形式多种多样，比如电脑显示屏广告、网吧户外广告以及插播广告等，根据不同的广告载体制定出相应的价格体系来收取广告费用。很多网吧广告公司就是采取这样的商业操作模式，按照约定的媒体价格将费用支付给各位网吧业主。其核心在于广告公司对网吧的整合能力。笔者在后面将会将一家广告公司的大致报价展示给网吧业主们，以供参照。

综上所述，网吧广告作为一个探索中的媒介载体可以在用户细分、提升品牌认知度和互动上有相对的优势。在目标用户群的选择上，广告厂商可以根据网吧玩家信息对广告进行选择，并针对地区的不同情况进行投放的细部分类，确保目标受众群选择的准确性。其次，作为一种新的广告操作方式，比较容易引起受众群较高的接收度和互动。在促销活动的灵活运用上，网吧广告也给各个产品带来了更大施展的空间。

附录一：广告形式

广告种类

形式

优势

适合客户

个数

桌面logo

在电脑桌面左边出现的logo，自动排列在桌面原本的我的电脑，我的文档后面。大小和原来的图标一样。方便用户直接点击进入，培养用户的使用习惯。

用户习惯性地把桌面左边的图标当作提供的网络服务，而去使用它。这样长期性的使用能培养出用户的习惯，改变用户的心智模式。

游戏，实用性网站(电子商务，搜索，娱乐，分类信息等)，软件(聊天，杀毒等)，娱乐活动等3个。

**商业计划书 商业计划书完整版篇十六**

一．团队现况

晨曦团队创立于今年十月初，最初成员只有两人，我们关于联盟打折这项服务的最初构想产生于暑假期间，经过近三个月的市场调查、市场分析，我们在国庆节期间正式开始签约加盟商家，目前在市区已有电脑行业加盟商13家，其中笔记本专卖店7家，涉及惠普、戴尔、thinkpad、联想、神舟等几个品牌，台式机组装店6家（太阳城2家，电子时代广场4家）；

mp3、mp4加盟商4家；药店1家、花店2家、蛋糕店1家；目前正在联系步行街部分品牌商家加盟。在学校我们正计划用一种有效的模式来联系一部分餐馆加盟我们。虽然，我们现在的加盟商家还不是很多，涉及领域也并不广泛，但通过和商家的联系，我们觉得这项服务的可行性还是很强的，我们相信最终一定能达到我们预想的效果。

二．项目概况

（1）项目介绍

联盟打折服务就是以“集百卡为一卡”的理念，发行一款设计时尚、新颖并具备一定技术含量的打折卡，取代各个加盟商家各自的贵宾卡、会员卡、打折卡等服务，购卡者凭此卡可在同城的任何一家加盟店享受不同程度的打折服务，从而满足消费者轻松、时尚、优惠尽享的购物需求。

打折，作为一项营销手段一直能很好的吸引消费者，所以众多商家都推出了不同的打折服务，发行五花八门的各类打折卡来吸引消

费者成为其忠实的会员，以至于有些消费者能同时携带几十张不同的会员卡去购物，但是这样繁琐的购物只会让人负重不堪，可是有了这样一张联盟打折卡，就能让消费者在方便携带的同时，还享受无尽的会员优惠从而尽享购物时的轻松愉快、时尚高贵。

（2）该项目的市场总量预估：

仅以学校市场分析：据调查分析，新城区学生除学费和住宿费的人均年消费额约为7000元，假设使用我们的联盟打折卡的同学在我们的加盟商家内买东西的年平均花费金额有20xx元，而我们的打折卡在一年内能占有学生总数50%的份额（新城区三所大学共计约有4万人），即拥有约20000会员，则在加盟商家使用该卡消费的年成交额为20000×20xx=4000万元，根据加盟协议，我们按1%—2%的持卡成交额从商家收取加盟费用，就有约60万的收入，另外售卡费用约为30万，所以我们的年收益额约为90万，除去积分兑礼品支出、促销活动的支出、制卡成本、网站维护、广告宣传、硬件设施设置等各项开支，年预计净利润在50万左右，而且随着会员数量增加、加盟商家增多，收益会持续增长；后期随着社会市场开拓逐渐完善，年利润会更加庞大，年利100万的目标绝对是不久的将来就能够实现的。

三．市场分析

目前联盟打折服务在平顶山还没有兴起，而在国内一些大中城市却早已畅行其道，通过对其他地方联盟打折卡业务的考察，可以证明其市场前景是很广阔的。下面对平顶山市区进行市场分析：

我们根据消费群体的不同，将平顶山市场分为学校市场和社会市场两个方面。

（1） 学校市场

新城区有三所大学，在校学生人数超过4万，但由于交通问题，外出消费人群数量有限，大部分人的基本消费都在校园内，但是学校内商家繁多，竞争激烈，学生消费分散，导致每个商家的利润空间有限，很难再有更多的盈利。

但如果我们能通过打折卡加盟学校的一部分商家，分别涉及餐饮、衣鞋、礼品、体育用品、电子产品、车票、娱乐、旅游等这些和学生平时消费密切相关的项目，并在加盟商店推出除打折外、还享有消费积分换礼品等一系列吸引人的会员优惠活动来吸引同学们只在加盟商家购物，这样一来，就有效缩减竞争范围，让商家和同学都获得了实惠，而我们则通过发行大量的打折卡和收取商家加盟费来获取利益，真正实现三方共赢。

（2）社会市场

与市区消费群体相比，无论是商家数量、产品种类还是消费人群的规模和金额，学生市场都逊色很多，所以如何能够把握住社会市场，加盟一些优秀的市区商家，把握大量的社会消费群体才是打折卡业务的核心。但是市区商家的激烈竞争却也是有目共睹的，而联盟打折卡的最有效功能就是削减竞争的激烈程度。

**商业计划书 商业计划书完整版篇十七**

1摘要内容

计划摘要一般要包括以下内容：公司介绍;主要产品和业务范围;市场概貌;营销策略;销售计划;生产管理计划;管理者及其组织;财务计划;资金需求状况等。

在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的商业计划书。最后，还要介绍一下风险、企业家自己的背景、经历、经验和特长等。企业家的素质对企业的成绩往往起关键性的作用。在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

(1)企业所处的行业，企业经营的性质和范围;

(2)企业主要产品的内容;

(3)企业的市场在哪里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求;

(4)企业的合伙人、投资人是谁;

(5)企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

摘要要尽量简明、生动。特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。如果企业家了解他所做的事情，摘要仅需2页纸就足够了。如果企业家不了解自己正在做什么，摘要就可能要写20页纸以上。因此，有些投资家就依照摘要的长短来“把麦粒从谷壳中挑出来”

2产品介绍

作为一个公司，就应该有他自己的品牌，有了自己的品牌才可能进一步拓展自己的市场，获得最大的利益。在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品(服务)能否帮助顾客节约开支，增加收入。因此，产品介绍是商业计划书中必不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性;主要产品介绍;产品的市场竞争力;产品的研究和开发过程;发展新产品的计划和成本分析;产品的市场前景预测;产品的品牌和专利。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

一般地，产品介绍必须要回答以下问题：

(1)顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处?

(2)企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品?

(3)企业为自己的产品采取了何种保护措施，企业拥有哪些专利、许可证，或与已申请专利的厂家达成了哪些协议?

(4)为什么企业的产品定价可以使企业产生足够的利润，为什么用户会大批量地购买企业的产品?

(5)企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。

产品(服务)介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”，都要努力去兑现。要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。空口许诺，只能得意于一时。如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

3人员组织

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。在商业计划书书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分商业计划书书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图;各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系;公司的股东名单，包括认股权、比例和特权;公司的董事会成员;各位董事的背景资料。

4市场预测

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求?需求程度是否可以给企业带来所期望的利益?新的市场规模有多大?需求发展的未来趋向及其状态如何?影响需求都有哪些因素。其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况??企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些?是否存在有利于本企业产品的市场空档?本企业预计的市场占有率是多少?本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响?等等。在商业计划书书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述;竞争厂商概览;目标顾客和目标市场;本企业产品的市场地位;市场区格和特征等等。

企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。因此，企业应尽量扩大收集信息的范围，重视对环境的预测和采用科学的预测手段和方法。企业家应牢记的是，市场预测不是凭空想象出来，对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

5营销策略

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

(1)消费者的特点;

(2)产品的特性;

(3)企业自身的状况;

(4)市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在商业计划书中，营销策略应包括以下内容：

(1)市场机构和营销渠道的选择;

(2)营销队伍和管理;

(3)促销计划和广告策略;

(4)价格决策。

对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

6制造计划

商业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状;新产品投产计划;技术提升和设备更新的要求;质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，企业家应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何;怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性;设备的引进和安装情况，谁是供应商;生产线的设计与产品组装是怎样的;供货者的前置期和资源的需求量;生产周期标准的制定以及生产作业计划的编制;物料需求计划及其保证措施;质量控制的方法是怎样的;相关的其他问题。

7财务规划

财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制;损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果;资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

财务规划一般要包括以下内容：

(1)商业计划书的条件假设;

(2)预计的资产负债表;预计的损益表;现金收支分析;资金的来源和使用。

一份商业计划书概括地提出了在筹资过程中企业家需做的事情，而财务规划则是对商业计划书的支持和说明。因此，一份好的财务规划对评估企业所需的资金数量，提高企业取得资金的可能性是十分关键的。如果财务规划准备的不好，会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象，降低风险企业的评估价值，同时也会增加企业的经营风险，那么如何制订好财务规划呢?这首先要取决于企业的远景规划??是为一个新市场创造一个新产品，还是进入一个财务信息较多的已有市场。

着眼于一项新技术或创新产品的创业企业不可能参考现有市场的数据、价格和营销方式。因此，它要自己预测所进入市场的成长速度和可能获得纯利，并把它的设想、管理队伍和财务模型推销给投资者。而准备进入一个已有市场的企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。企业可以在获得目标市场的信息的基础上，对企业头一年的销售规模进行规划。

企业的财务规划应保证和商业计划书的假设相一致。事实上，财务规划和企业的生产计划、人力资源计划、营销计划等都是密不可分的。要完成财务规划，必须要明确下列问题：

(1)产品在每一个期间的发出量有多大?

(2)什么时候开始产品线扩张?

(3)每件产品的生产费用是多少?

(4)每件产品的定价是多少?

(5)使用什么分销渠道，所预期的成本和利润是多少?

(6)需要雇佣那几种类型的人?

(7)雇佣何时开始，工资预算是多少?等等。

8商业构架

说明

商业计划书一般包括如下十大部分的内容：

执行总结

是商业计划的一到两页的概括。包括：

1、本项目的简单描述(亦即电梯间陈词)

2、机会概述

3、目标市场的描述和预测

4、竞争优势

5、经济状况和盈利能力预测

6、团队概述

7、提供的利益

产业背景和公司概述

1、详细的市场描述，主要的竞争对手，市场驱动力

2、公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足一个关键的顾客需求。

3、一定要描述你的进入策略和市场开发策略

市场调查和分析

这是表明你对市场了解程度的窗口。一定要阐释以下问题：

1、顾客

2、市场容量和趋势

3、竞争和各自的竞争优势

4、估计的市场份额和销售额

5、市场发展的走势(对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实)

公司战略

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题

1、营销计划(定价和分销;广告和提升)

2、规划和开发计划(开发状态和目标;困难和风险)

3、制造和操作计划(操作周期;设备和改进)

总体进度安排

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件

1、收入

2、收支平衡点和正现金流

3、市场份额

4、产品开发介绍

5、主要合作伙伴

6、融资

关键的风险、问题和假定

1、创业者常常对于公司的假定和将面临的风险不够现实

2、说明你将如何应付风险和问题(紧急计划)

3、在眼光的务实性和对公司的潜力的乐观之间达成仔细的平衡

**商业计划书 商业计划书完整版篇十八**

一、商业计划的内容

完整的商业计划一般包括：执行总结，公司概况，产品或服务、市场分析，竞争分析和营销策略，财务预测，风险分析和附录等九个方面。下面我们对各个部分的内容进行简单的描述。

(一) 执行总结

此项创业计划的行业性质以及相关方向，此项创业计划的创业机会是什么，是如何解决就业困境、开辟大学生自主创业道路的?为什么提出此项计划，填补了那些市场空白。

(二) 公司概况

公司的经营宗旨、经营目标、价值观是什么，它的远景规划如何?一个好的经营价值观可以提升商业计划的价值，因为企业的长期成功归根到底是一种文化和理念的成功。

(三) 产品或服务

此项创业计划将提供给“所谓的消费者”什么，如何向消费者提供价值?此项创业计划的优势是什么?“所谓的消费者”将如何从中受益，是否符合人们的消费需求，给“所谓的消费者”提供的服务方式是什么?

(四) 市场分析

此项创业计划估计拥有多少潜在用户即市场的需求量?发展规模如何，可以占据多大市场份额以及市场领域?如何发现潜在市场和打进潜在市场，是否存在进一步的市场开发战略(即发展前景)，以及业务拓展方向和领域。

(五) 竞争分析

此项创业计划的竞争对手分析，目前大学生就业竞争主要体现在什么方面，此项计划如何缓解就业竞争?是否存在竞争对手，竞争对手是谁;此项计划存在的竞争优势以及竞争劣势是什么，如何更加充分的发挥优势弥补劣势?是否存在替代的创业规划，是否具有阻止其他竞争对手进入的壁垒(如技术，法规)，如何保护你的优势(例：申请专利或者知识产权保护)。

(六) 营销策略及销售

是否存在先进的营销战略(通过广告、邮件、电视台广告推销，或者展销促销等方式)，如何使用销售渠道，是否跟踪进行市场调查?如何降低生产成本，扩大销售量，如何制定销售价格(定价战略)，如何塑造品牌形象来吸引消费。

(七) 财务分析

需要多少资金来实施该项创业计划?资金的来源情况，如何外部的投资者估值自己，是否存在吸引投资者为创业计划投资的优势理由?资金的具体用途?预计资金的盈利及亏损;财务规划以及现金流动情况，制作简易的资产负债表和损益表。

(八) 风险分析

风险系数如何?是自主经营投资,还是向风险投资家争取资金?同消极的就业分配的风险相比，优势劣势何在?是否存在投资风险以及风险投资的推出策略是什么?

(九) 附录

支持上述信息的资料：管理层简历，技术资料、销售手册，产品图纸、媒体对本公司的报道等，以及其他需要介绍说明的地方。

二、商业计划的写作程序

一份良好的商业计划包括附录在内一般20-40页长，过于冗长的商业计划反而会让人失去耐心。整个商业计划的写作是一个循序渐进的过程，可以分成五个阶段完成。

第一阶段：商业计划构想细化，初步提出计划的构想。

第二阶段：市场调查，和行业内的企业和专业人士进行接触，了解整个行业的市场状况，如产品价格、销售渠道、客户分布以及市场发展变化的趋势等因素。可以自行进行一些问卷调查，在必要时也可以求助于市场调查公司。

第三阶段：竞争者调查 确定你的潜在竞争对手并分析本行业的竞争方向。分销问题如何?形成战略伙伴的可能性?谁是你的潜在盟友?准备一份一到两页的竞争者调查小结。

第四阶段：财务分析，包括对公司的价值评估。必须保证所有的可能性都考虑到了。财务分析量化本公司的收入目标和公司战略。要求详细而精确地考虑实现公司所需的资金。

第五阶段：商业计划的撰写与修改，所收集到的信息制定公司未来的发展战略，把相关的信息按照我们上面的结构进行调整，完成整个商业计划的写作。在计划完成以后仍然可以进一步论证计划的可行，并根究信息的积累和市场的变化不断完善整个计划。

**商业计划书 商业计划书完整版篇十九**

一、 项目企业概要

\*投资安排

资金需求数额

（万元）

相应权益

\*企业基本情况

公司名称

法定代表人

电话

传真

e-mail

地址

邮编

企业性质

□国有 □有限责任公司 □股份有限公司 □合伙企业 （ ）其它

企业注册日期

年 月 日

您在寻找第几轮资金

□种子资本 □第一轮 □第二轮 □第三轮

企业的主营产业

\*其它需要着重说明的情况或数据（可以与下文重复，本概要将作为项目摘要由投资人浏览）

二、 业务描述

\*企业的宗旨（200字左右）

\*主要发展战略目标和阶段目标

\*项目技术独特性（请与同类技术比较说明）

三、 产品与服务

\*介绍企业的产品或服务，及对客户的价值

\*同样的产品是否还没有在市场上出现？为什么？

\*利润的来源及持续营利的商业模式

四、 风险

\*企业面临的风险及对策

五、 市场营销

\*介绍企业所针对的市场、营销战略、竞争环境、竞争优势与不足

六、 管理团队

\*列出企业的关键人物（含创建者、董事、经理和主要雇员等）

关键人物之一

姓名

角色

专业职称

任务

专长

主要经历

时 间

单 位

职 务

业 绩

所受教育

时 间

学 校

专 业

学 历

\*企业共有多少全职员工（填数字）

\*企业共有多少兼职员工（填数字）

\*尚未有合适人选的关键职位？

\*管理团队优势与不足之处？

\*人才战略与激励制度？

七、 财务预测

\*完成研发所需投入？

\*达到盈亏平衡所需投入？

\*达到盈亏平衡的时间？

\*拟引入风险投资总额？

\*当前月收入

\*当前月支出

\*投资与收益（如企业已成立请另附已有财务年度的相应财务报表）

（单位万元）

第一年

第二年

第三年

第四年

第五年

年收入

销售成本

运营成本

净收入

实际投资

资本支出

年终现金余额

\*开户银行

\*简述本期风险投资的数额、退出策略、预计回报数额和时间表？

八、 资本结构

迄今为止有多少资金投入贵企业？

您目前正在筹集多少资金？

假如筹集成功，企业可持续经营多少久？

下一轮投资打算筹集多少？

企业可以向投资人提供的权益有

□股权 □可转换债 □普通债权 □不确定

\*目前资本结构表

股东成份

已投入资金

股权比例

\*本期资金到位后的资本结构表

股东成份

投入资金

股权比例

\*请说明你们希望寻求什么样的投资者？（包括投资者对行业的了解，资金上、管理上的支持程度等）

九、 其它

\*请说明为什么投资人应该投贵企业而不是别的企业？

\*您认为企业成功的关键因素是什么？

\*关于企业和产品是否还有其它需要介绍的内容，是否有企业或产品的手册、文章、图片、用户反馈等有关验证资料？

提示：

确信在你的商业计划书中，已尽可能地回答了如下问题：

1、 你的管理队伍拥有什么类型的业务经验﹖

2、你的管理队伍中的成员有成功者吗﹖

3、每位管理成员的动机是什么﹖

4、你的公司和产品如何进入行业﹖

5、在你所处的行业中，成功的关键因素是什么﹖

6、你如何判定行业的全部销售额和成长率﹖

7、对你公司的利润影响最大的行业变化是什么﹖

8、和其他公司相比，你的公司有什么不同﹖

9、为什么你的公司具有很高的成长潜力﹖

10、你的项目为什么能成功﹖

11、你所预期的产品生命周期是什么﹖

12、是什么使你的公司和产品变得独特﹖

13、当你的公司必须和更大的公司竞争时，为什么你的公司会成功﹖

14、你的竞争对手是谁﹖

15、和你竞争对手相比，你具有哪些优势﹖

16、和你的竞争对手相比，你如何在价格、性能、服务和保证方面和他们竞争﹖

17、你的产品有哪些替代品﹖

18、据你估计，你的竞争对手对你的公司会做怎样的反应﹖

19、如果你计划取得市场份额，你将如何行动﹖

20、在你的营销计划中，最关键的因素是什么﹖

21、你的广告计划对产品的销售会是怎样的影响﹖

22、当你的产品／服务成熟以后，你的营销战略将怎样改变﹖

23、你的顾客群体在统计上的特征是什么﹖

24、你认为公司发展的瓶颈在哪里﹖

25、你的供应商是谁﹖他们经营的有多久了﹖

26、你公司劳动力供应来自何处﹖

27、可供投资人选择的退出方式是那些？

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十**

一、公司简介及经营模式

深圳\*\*\*投资实业有限公司是一家具有独立法人资格的民营企业，主要股东及管理者具有多年的房地产投资和酒店管理经验，人力资源充足。20xx年底在深圳市工商局注册成立（注册号：4403011102224，执照号：深宝司字s06048，注册资本1000万元人民币。办公场所：深圳市宝安区龙华镇人民路玉华花园玉粦阁201号），经营范围：投资房地产业；建材、机械电气设备、电子

产品、照相器材、农副产品的购销。

公司秉承“忠诚 敬业 勤奋 勇敢”的企业宗旨，力求倾绵薄之力为深圳的经济发展做出贡献，目前各项工作进展迅速，已取得初步成果，发展前景非常良好。

公司成立以来，在狠抓内部建设的同时，积极拓展深圳房地产及酒店市场。根据深圳市政府下文发展规划，光明、公明将建成一座卫星新城，公司抓住这一难得的商业契机，决定在未来3—5年内，在光明投资开发50万平方米的商住小区，建设一座占地35万平方米的五星级园林式大酒店。 为了拓宽经营渠道，提升经营业绩，降低经营风险，经协商争取，本公司于20xx年9月获得江西龙腾酒业有限公司授权，作为“老表酒”在深圳地区的唯一经销商。

自20xx年9月经销“老表酒”以来，我公司在“老表酒”销售方面取得了成就，具体表现为实现销售收入100万元，毛利30万元市场份额不断扩大，销售量呈快速提高。从预期财务分析来看，我公司可望在20xx年度销售收入500万，毛利124万元，20xx年销售收入达到3000万元，毛利为747万元，20xx年销售收入为4000万元，毛利为996万元。我们之所以能够达到这个目标是因为我们的资金主要用于市场开发，提高品牌的知名度，为“老表酒”打开市场；增设销售网点或其他销售措施。 本公司主要销售下列商品：

现在“老表酒”的销售处在市场开拓及快速扩张的状态下。为实施我们的计划，我们需要总金额为300万元的贷款，用于下列目的：

1、为了建设发展营销网络，建立商品配送中心，扩大仓储能力以适应顾客的需求。

2、增加销售量以促进和改善我们的产品或服务。

3、为了增加分销渠道、区域销售、销售办事处，等等。

由于新订单的大量涌入，需要改善客户的支持与服务系统，以适应增长的需要。

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十一**

（xxx香薰灯）

项 目 名 称 xxx艺术香薰灯系列产品全国独家总代理 项目单位 销售有限公司（暂定名）地址电 话 传 真电子邮件 联 系 人

销售有限公司(暂定名)

20xx.3.09

目 录

第一部分 公司基本情况

第二部分 第三部分 第四部分第五部分第六部分第七部分第八部分 第九部分

公司成员及组织架构

产品/服务

研究与开发

行业及市场情况

营销策略

产品制造

投资说明和财务计划

风险控制

第一部分公司基本情况

1. 计划成立的公司的基本情况：

公司名称销售有限公司(暂定名) 计划成立时间20xx-4-30 （预计）注册资本 100万 注册地点 公司性质为： 有限责任公司

2. 公司主要股东情况：

3.公司经营的业务：

主营产品或服务: 创新型

xxx香薰灯

主营行业： 综合性公司 经营模式: 代理，经销批发

4. 公司设置情况：

5． 销售公司与a阳光公司、东莞工厂的关联关系：

第二部分销售公司成员及组织架构

1． 销售公司团队情况：

初期（13年5月-10月）员工计划设定 4-6人，其中行政财务1 人，其余为销售人员 3 人；全部人员为大专以上文化程度。

3． 组织架构设置：

第三部分产品/服务

●产品描述：(创新型xxx艺术香薰灯)：

●知识产权： 法国专利授权

●产品商标注册情况：无，未申请

●目标客户群：

●公司产品的竞争优势：

创新型xxx艺术香薰灯系列产品拥有美国核心技术，中国市场上目前没有完全同类型的产品。纯天然香薰片经加热后散发天然芳香、安神、驱蚊；浪漫柔和的xxx夜光、方便、安全使用，整体外观艺术观赏性强。

●产品标准：按a阳光公司提供之标准。

●产品的售后服务网络和用户技术支持: 由东莞工厂提供

第四部分研究与开发

公司技术研究及开发依托a阳光公司

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十二**

一、市场环境

需求总量减少，买方市场形成。1997年以后，中国白酒业呈现两大显著特征：一是产销量下降；二是市场竞争进一步加剧，平均价格下降,企业效益出现滑坡。据有关方面统计，我国白酒工业90年代以来的产量分别为：1993年594万吨，1994年653万吨，1995年798万吨，1996年802万吨，1997年708万吨，1998年584万吨，1999年502万吨。从以上数据可以清楚地看出， 1997年前的5年间，全国白酒产量增加了100万吨,我国白酒工业的产量1997年达到高峰,1997年以后全国白酒生产开始出现负增长。

从市场占有率来看，名优白酒仍占绝对优势。据全国商业信息中心对全国大商场的市场检测，20xx年3 月份，白酒市场占有率的排序是：茅台酒为15.2% ，五粮液酒为18.8% ，剑南春酒为 10.4% ，古井贡酒为8.5%，郎酒为5.8%，沪州老窑酒为6.7%，红星二锅头酒为5.4%，泰山特曲酒为5.2%，酒鬼酒为2.7%，全兴大曲酒为2.5%，其他酒为18.8% 。近年来，还涌现出一批物美价廉、深受广大城乡消费者喜欢的大众化优质白酒，除上面提到的红星二锅头酒外，还有黑龙江省的北大荒酒、山东省的景芝白干酒、安徽省的高炉特曲酒和种子玉液酒、江苏省的高沟特液酒、湖北省的石花大曲酒、天津市的特制佳酿酒。这些优质白酒在市场上均占有一定的份额。

从白酒企业结构来看，形成了规模化、集团化的雏形。涌现出一批生产规模大、产品市场覆盖面广、经济效益好的企业和集团公司。据统计，20xx年实现利润在2亿元以上的有∶四川五粮液集团为10.08亿元，湘酒鬼3.82亿元，四川全兴酒厂为3.26亿元，贵州茅台酒厂（集团）有限公司3.01亿元，四川剑南春集团有限责任公司为2.71亿元。

当前，白酒行业的发展存在著一些不可忽视的困难和问题。主要表现在：

一是，我国的白酒市场已趋饱和，市场竞争甚为激烈，许多中小企业产品销售不畅，甚至没有销路，使企业开工不足，甚至停产倒闭，许多职工下岗待业，已成为一些地区和企业的困难之一，必须引起高度重视。

二是，白酒行业遍地设厂的倾向尚未扭转，企业规模小，经济效益差，质量无保证，在某些地区还相当普遍。

三是，白酒的市场管理和监督的力度不够，假冒伪劣白酒，屡打不尽，已成顽症，使一些消费者上当受骗，使某些不法分子暴富，这是极不正常的。

二、行业未来发展趋势

随着外来资本对白酒产业的介入，使得原始、平静的中国白酒行业风声水起、热闹非常。在资本介入的同时，新的营销策略、理念、市场操作手法也被带入了这个利润极高的行业。 这是一次大的行业洗牌，一些水土不服者纷纷下马（娃娃哈、力帆集团、长安集团、健力宝）。究其失败的原因并非是资本实力的不雄厚，而是缺乏对白酒行业的最起码的了解和研究。 我们一直坚信，对消费市场、消费者的准确把握才是操作白酒品牌的最根本条件。我们可以从近几年的一些新锐品牌的迅速崛起，来看出一些端倪。

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十三**

一、环境及市场分析

随着汽车工业的迅猛发展以及汽车消费的迅速普及，汽车终究会成为一种代步工具进入千家万户，就像冰箱、彩电一样成为我们生活的必需品。随着汽车家庭化、大众化，人、车一体化的生活已逐渐成为时尚，不仅爱车养车理念已渐入人心，而且时尚、个性、新奇又成为有车族的追逐目标。

1、竞争分析

汽车售后服务市场，表面上形态各异，百花齐放，非常活跃，但实质良莠不齐，形成品牌的屈指可数，整体上讲目前还处于混乱状态。目前汽车服务行业小店到处都是，没有形成经营规模、店与店之间低价竞争、互相拆台，严重的无序经营影响着这个领域竞争力的形成。中国汽

车后市场的服务企业多属各自为政，一些连锁企业也不够完善和成熟，并且由于自身的限制对整体市场的掌控力不足，没有形成大规模的垄断和全国性品牌。

2、消费者分析

目前的汽车后续服务满足不了车主的高标准要求，众多业内人士已经开始积极地探索行业新的发展之路。取而代之的是：品牌店—品牌美誉度高、店面形象好、经营规范、服务意识强;信誉、质量可靠的汽车美容养护店。因为，随着人们消费观念的转变，消费意识和自我保护意识的不断增强，人们在消费的过程中不仅要满足直接消费的需求，还需要最大限度的满足心理消费的需求。

二、市场定位

美容店的名字：

汽车除了外观美容外，最重要的是能安全正常的行驶，因为开设的一家汽车美容店，如果发展的好的话我们还可以加入汽车检测、修理等业务，所以我们希望除了给来我们这里车友美容汽车外，还可以免费给他们检测汽车的安全系统，如果有问题的话，经过我们的修理后可以安心，平稳的在路上行驶。所以我们为此店起名为“安行汽车美容店”

安行汽车美容店通过对汽车市场服务业的深入分析及总结，并结合汽车市场的现状，从目标客户、品牌、营销、产品、服务、价格、促销等几个大方面进行了纵深审视，提供了有别于传统的大同小异的传统落后营销方式。安行汽车美容店不做大而全、专做小而精，锁定投资少、回报快的汽车美容服务路线。

安行汽车美容店的目标客户群体锁定在在校教职工有车族群体之中和校车队，这一群体具有一定的文化素质及品位，对中国传统文化较为认同，这一群体对服务和产品的精细度和完美度有较高要求，而对价格较不敏感。按价格理论，影响汽车美容服务定价的因素主要有成本、需求和竞争三方面，成本是美容服务价值的基础部分，它决定着美容服务价格的最低界限，如果价格低于成本，便无利可图;市场需求影响顾客对美容服务价值的认识，进而决定美容服务价格的上限，而市场竞争状况则调节价格在上、下限之间不断波动，并最终确定美容服务的市场价格。不过，在研究美容服务成本、市场供求和竞争状况时，必须同服务的基本特征联系起来。

但是随着事业的成长和收入的积累，他们将由功能性消费转为舒适性消费，成为我们的消费主力军。

三、营销目标

有上述的市场分析，初步把此店定于小型汽车美容店，主要针对的目标顾客为校车友队和在教职工，希望经过初期的经营管理后，可以有更好的发展，可以开展更多的业务有更多的顾客，并能在一定时期内盈利。

在短期内，让全校教职工成为本店的常客。在此基础上，提高知名度，利用老顾客拉动新顾客，让北大学城其它汽车拥有者了解并来本店消费。

四、战略及行动方案

(一)市场营销策略

市场营销，是通过确定市场对产品和服务的需要，使企业按照产品和服务的最终消费者的需求来从事研究和发展工作，在盈利的条件下生产并销产品和服务，满足市场的需求市场。市场营销以消费者(顾客)为指向，一切营销活动都要以消费者为出发点，又以消费者为终结点。市场营销的最终目的是要把企业的产品或劳务，通过市场这个中间环节转移到消费者手中。并获得盈利。汽车美容店营销策略主要包括价格策略、服务策略和宣传策略。

1) 价格策略

价格策略主要体现在降价和各种方式的优惠促销。传统的定价策略是根据成本加上毛利率，再兼顾竞争因素进行定价。而在现代买方市场环境下，强调消费者角度，因而都采用由外而内的定价，即首先考虑消费者的心理接受能力，当我们的价格高于某一界限时，则显得曲高和寡，消费者难以接受，而低于某一界限时，则显其不够品位，同样得不到消费者的青睐。考虑完消费者的接受能力之后，再考虑竞争因素，最后才考虑成本因素。因为招聘的大多说员工都是自己学校的学生，低于他们来说也是一个不错的实践机会，他们刚开始比较重视学习和实践能力的培养和练习，故不会要求太高的工资，我们可以利用这一优势以及主要的目标顾客----教职工(工薪阶层)来开出比市场较低的顾客可接受的价格，来吸引客户。

2) 服务策略

由于产品有形部分的属性如品质、性能等方面的差异越来越小，消费者享受服在很大程度上取快于服务无形属性的一面，即企业如何服务顾客。正因为如此，服务营销广受关注，在现代市场营销的地位越来越突出。服务营销要求企业不断改进售前、售中、售后服务，提高服务水平;进行“承诺服务”，让顾客满意;及时传播吸关商品和服务信息，公正、诚恳处理顾客投诉;努力使抱怨用户变成满意用户。服务具有不可贮存性，它只存在于特定的时间、特定的地点，一旦错过这个机遇，就没能办法补救。因此，美容店应特别注意加强服务意识，细致入微，提高服务质量。

(1)提高员工服务意识，倡导人性化服务。员工直接与客户接触，美容店的形象主要是通过员工传递给客户，因此首先要提高一线人员的服务意识，才能提高美容店的整体服务品质。

而提升整体服务品质的有效途径是实施人性化服务。所谓人性化服务就是真诚地关心客户，了解他们的实际需要，使整个服务过程富于“人情味”每一个美容店都应该清醒地认识到：客户的需求是美容店经营的一切出发点和落脚点。提升服务品质能提高客户的满意程度，达到甚至超过客户的期望值，美容店才能发 展、壮大。把亲情与友情融入美容店的服务中去，并不断加以创新，超越客户的期望，使整个服务过程充满“人情味”，把服务他人作为 作的乐趣，发自内心的多一句问候，多一个微笑，使客户感受到亲人般的关爱，朋友般的温暖，美容店就会赢得客户的尊重，用服务的魅力牢牢地吸引客户，使之成为美容店的忠诚客户。

(2)实施服务质量考核与激励机制，树立服务典型，引导员工实现人性化服务。采取物质奖励两手抓的方式变员工的服务意识，变被动为主动，变消极为积极。结合服务质量奖的下发及服务质量标兵，服务质量先进个人、班组等评定，评选各阶段、各级别服务标兵与先进个人，通过物质奖励与精神奖励的方式，树立服务典型，使之增强责任感与荣誉感，形成一个积极向上的氛围，激励先进，鞭策落后。同时在美容店范围内一展向服务典型学习的活动，请服务标兵讲述自已的成长历程、传授服务经验、交流服务技能，从而带动整体服务水平的提高，逐步实现人性化服务。

(3)从细微处入手，完善服务项目。服务无小事，从与客户接触的每个环节都会反映出美容店的服务水平，美容店必须注重服务过程中每一个细节，尽可能达到甚至超越客户的期望。如24h接听客户咨询电话，并做到及时接听;耐心解答客户的咨询;对常见客户点一下头、给予一个微笑、多一声问候;雨雪天及时提醒客户注意等，都能反映出美容店员工对客户的关心程度，对于提高美容店的美誉度至关重要。因此，美容店全体员工都应从细微入手，在服务中融入亲情与友情，养成良好的服务习惯。

3) 宣传策略

汽车美容店对外宣传既是一种公共关系，也是一种有效的营销手段。经验证明，运用好对外宣传，可以起到事半功倍的效果。随着汽车美容行业的逐渐壮大，汽车美容市场的竞争越来越激烈，汽车美容店要在竞争中取胜，不但要有先进的技术，可靠的质量保证，而且还要有高人

(二)用地规划及店面装潢

由于我店的位置定在空地上，占地面积为 60平方米左右，20平方米左右用于办公、接待、物品存放等，40平方米左右用于工人操作的棚式操作间，一次可同时接待2—3两车。因此我们将店面的装潢具体如下：

1、由于面积的限制我们决定把办公室与接待室合并在一起，物品储存单独在一起。15平方米用于办公和接待，5平方米用于物品储存。把办公接待的地方设计为办公在里面，接待放在的离门近的地方，办公与接待可用玻璃隔开。

①办公区里面要有办公桌椅及办公用品，墙上就悬挂各职能人的岗位职责。

②接待室是接待客户和客户休息的场所。由于汽车价值昂贵，车主往往不愿汽车在美容时离开自已的视线。因此，接待室与操作间应用玻璃隔开。这样，既能让车主放心，又能增加操作的透明度，让车主了解自已的汽车是怎样由旧变新的。接待室应设置沙发、茶几及饮水机等接待设放。

物品储存室里面要有货架，用于放洗车用品、汽车美容的相关配置以及其他。

2、我们是棚式的操作间，因此我们主要装潢地面与屋顶即可。

操作间的地面不能太光滑，地板防滑是店内装修的确一个要点。新铺的地板应考虑排水问题，有排水沟的一边可低一点，以便排水。

操作间的屋顶以方格(即铝合金框架加较轻的板材)为宜，并悬挂宣传品牌的彩旗。 此外，我们可以在操作间悬挂我们的“汽车美容项目牌”及“标准收费牌”。

一筹的宣传策略。

五、 总投入预算分析

序号项 目规格、数量预算资金备 注

1厂地装潢费用 3万元主要办公收银区及精品柜

2机器设配 8万元

3办公设配 8100-9200元收银设备整套

4人员工资9个13800元/月

5装饰件采购 2-3万元轮胎及装饰精品等

6流动资金 5万元

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十四**

主题公园是为了满足旅游者多样化休闲娱乐需求和选择而建造的一种具有创意性活动方式的现代旅游场所。它是根据特定的主题创意，主要以文化复制、文化移植、文化陈列以及高新技术等手段、以虚拟环境塑造与园林环境为载体来迎合消费者的好奇心、以主题情节贯穿整个游乐项目的休闲娱乐活动空间。

作为专业从事主题公园设计、规划与策划的单位，经验告诉我们只有根基于六大要素：准确的主题公园设计的选择、恰当的主题公园园址的选择、独特的主题公园创意与主题公园文化内涵、灵活的营销策略、深度的主题公园产品开发，主题公园设计才能独具一格。

主题公园是现代旅游业在旅游资源的开发过程中所孕育产生的新的旅游吸引物，是自然资源和人文资源的一个或多个特定的主题，采用现代化的科学技术和多层次空间活动的设置方式，集诸多娱乐内容、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。

随着主题公园行业竞争的不断加剧，国内优秀的主题公园企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的主题公园品牌迅速崛起，逐渐成为主题公园行业中的翘楚。

【目录】

第一部分摘要

一、主题公园公司概况描述

二、主题公园公司的宗旨和目标

三、主题公园公司目前股权结构

四、已投入的资金及用途

五、主题公园公司目前主要产品或服务介绍

六、市场概况和营销策略

七、主要业务部门及业绩简介

八、核心经营团队

九、主题公园公司优势说明

十、目前主题公园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

1。财务历史数据

2。财务预计

3。资产负债情况

第二部分综述

第一章主题公园公司介绍

一、主题公园公司的宗旨

二、主题公园公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、主题公园公司管理

1。董事会

2。经营团队

3。外部支持

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

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、主题公园产品生产

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

第三章主题公园市场分析

一、主题公园市场规模、市场结构与划分

二、目标市场的设定

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

四、目前主题公园公司产品市场状况，产品所处市场发展阶段(空白/新开发/高成长/成熟/饱和)产品排名及品牌状况

五、市场趋势预测和市场机会

六、行业政策

第四章竞争分析

一、有无行业垄断

二、从市场细分看竞争者市场份额

三、主要竞争对手情况：公司实力、产品情况

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

五、主题公园公司产品竞争优势

第五章主题公园市场营销

一、概述营销计划

二、主题公园销售政策的制定

三、主题公园销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四、主要业务关系状况

五、主题公园销售队伍情况及销售福利分配政策

六、促销和市场渗透

1。主要促销方式

2。广告/公关策略、媒体评估

七、主题公园产品价格方案

1。定价依据和价格结构

2。影响价格变化的因素和对策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九、主题公园市场开发规划，销售目标

第六章投资说明

一、资金需求说明(用量/期限)

二、资金使用计划及进度

三、投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四、资本结构

五、回报/偿还计划

六、资本原负债结构说明

七、投资抵押

八、投资担保

九、吸纳投资后股权结构

十、股权成本

十一、投资者介入公司管理之程度说明

十二、报告

十三、杂费支付

第七章投资报酬与退出

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

第八章风险分析

一、资源风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、成本控制风险

六、竞争风险

七、政策风险

八、财务风险

九、管理风险

十、破产风险

第九章管理

一、主题公园公司组织结构

二、管理制度及劳动合同

三、人事计划

四、薪资、福利方案

五、股权分配和认股计划

第十章财务分析

一、财务分析说明

二、财务数据预测

1。销售收入明细表

2。成本费用明细表

3。薪金水平明细表

4。固定资产明细表

5。资产负债表

6。利润及利润分配明细表

7。现金流量表

8。财务指标分析

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十五**

一、项目名称:

多奇美精品店(明码标价)

二、经营范围

(1)人性化设计

(2)特色经营

(3)简单时尚

包括以下内容:

1.皮包

2.垂饰

3.手镯项链

4.民族娃娃

5.扎染布袋

6.簪

7.手机配件

8.梳状镜

三、开店的目的

以锻炼身体为目的，通过不断提升自己来实现自己的目标。

四、开店理念

优质的服务，精美的产品，优惠的价格，首先考虑的是互利

第五，开店的目的

以客户为中心，以客户满意为宗旨，通过客户满意，最终实现公司经营理念的推广。

六、市场预测

(a)市场需求分析

目前，针对我们开发区的情况，中国软院有70多家企业，8000多人，人口七层以上。过年过节，生日聚会，礼物是必不可少的，尤其是一些女孩子喜欢的漂亮礼物，人们越来越追求时尚。但是我们开发区没有提供这方面的店铺。步行街只有两个摊位经营一些品种不到十几个的小精品，购买其他商品。如果它们打开了，(二)目标群体分析

1.在校学生是一个很大的消费群体，追求时尚，花钱大方。

2.对于在工厂工作的人来说，女生也喜欢一些生活需要的装饰品或者东西。

3.情侣，他们需要特别的礼物，有的需要现实，有的需要惊喜。

(三)竞争对手分析

目前开发区没有精品。它为我们提供了经营精品店的绝佳市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善许多商业缺陷，发展自己的特色，那么我们很有可能成功。

七、立面的尺寸和位置

1.在开发区步行街租两个摊位，长5米，宽3.5米，面积17.5m2

2.帐篷店(收费)用于下午5点到11点开店；

3.货架类似于普通精品店，可以摆放更多的商品，主要是使其轻便，便于收藏；

4.帐篷的颜色和采光以米色为主，保证采光充足，显眼，紧跟潮流，给人一种中高档的感觉；

5.放点音乐，制造气氛，吸引客户。

八、营销策略

1、如何吸引客户，让客户选择你的商品？

2.如何让客户购买你的商品？

3.如何保证你的采购渠道？

(1)选址:外立面开在开发区闹市区。这个小区人很多，附近有几个小区，几百户人家。开发区没有民族特色的精品，需要开发。

(2)目标市场定位:大众可接受的特色精品店。客户群体:上班族+学生+恋人+其他。

(3)店铺布局定位:古典与现代之间的定位，既要保证商品上架一目了然，也要保证给人美感，非常实惠。

(4)商店中的商品分为三类:

(1)专业领域(具有民族特色等。)

②情侣区(时尚实用等。)

③销售类(特价、特别推荐等)

(5)销售模式:采用记分卡。

(6)订单服务模式:根据客户要求，对于不在货架上的商品，打印几份目录，由客户采购订购，在一定时间内交付给客户。

九.成本预算

启动资金约23000元，具体安排如下:

(1)租用2个展位:120元/月

(2)购买帐篷、货架、装修费用:5000元

(3)聘请兼职文员工资(1个月):500元

(4)买三轮车的费用:3000元

(5)购买音响、音箱:500元

(6)首付款:1万元

(7)营运资金:20xx元

(8)其他费用:1000元

合计:22120元左右

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十六**

商业计划书是创业者为了吸引投资者或者商业合作者而编写的描述商业机会的文件。

商业计划书有比较固定的格式，其内容包括：

第一部分是联系方式与保密协议要求;

第二部分是摘要;

第三部分是综述;

第四部分是附录。

一份完善的商业计划书的重点和创业人员在商业计划书写作中经常面对的问题包括以下几个方面：

1、商业计划书执行摘要。

商业计划书是指投资人最先阅读的部分，却是在商业计划书写作中最后完成的部分，要旨在于引起投资人的兴趣，在进一步探究项目详细的渴望。

2、商业计划书产品和服务介绍。

产品和服务介绍主要是对公司现有产品和服务性能、技术特点、典型客户、盈利能力等陈述，以及对未来产品研发计划的介绍。

3、商业计划书市场与竞争分析。

与其他融资方式不同，风险投资者的超额收益更多源于未来的增长，所以，投资者对于项目所处市场未来发展非常重视。

4、商业计划书战略规划与实施计划。

在这一部分内容中，我们要着力举证为了实现战略目标而在人员团队、资金、资源、渠道、合作等各方面所做的配置。

5、商业计划书管理团队介绍

对于管理团队的描述，除了常规介绍整个团队的专业背景、学历水平、年龄分布外，最重要的是核心团队的经历。

6、商业计划书财务预测与融资方案。

任何投资中，影响企业价值评估的财务情况总是投资人最为关心的地方。财务预测时对于商业计划书中的所有定性描述进行量化的一个系统过程。

7、商业计划书风险控制。

风险分析部分的目的是说明各种潜在的风险，向投资人展示针对风险的规避措施。

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十七**

鱼，一种寓意好、营养充足的美食，不管是炒的还是煮的，味道都很棒。酸菜xx鱼以其鲜嫩、清凉爽滑、色泽如玉的独特口感赢得了消费者的青睐。开店所需的所有产品和设施均由总部低价供应，为每位创业者节省了不必要的投资费用，降低了投资成本和风险。

xx腌鱼，全小时上产出，专员监管，全程扶持不松懈，使得创业者的生意成为四季红火。腌鱼xx原料购自越南优质巴沙鱼。与其他种类的肉相比，鱼更安全，没有流行病的危险。鱼不仅营养丰富，而且容易消化。因此，越南无刺巴沙鱼应统一使用，以避免刺痛带来的问题。xx泡鱼的烹饪方法更健康，所有热源都是电磁炉，没有明火，没有油烟等污染，绿色环保，是一种非常健康的吃法。同时很容易实现标准化烹饪和管理。

xx泡鱼，其食材在人们生活中非常常见。新鲜活鱼和各种食材可以让它如此美味。这是一种美味的食物。xx泡鱼的鲜甜椒和半透明的鱼片相得益彰。口感滑嫩、鲜美、醇厚。用酸菜创业xx鱼，不需要厨师，店可以大可以小，利润自然丰厚！如今，随着时代的进步，咸鱼等家常菜的味道也越来越好，市场也日益繁荣。xx泡鱼传承传统泡鱼经典，与时俱进养生，打造新时代时尚营养的泡鱼火锅。启动xx泡鱼，总部会不定期推出新产品和营销计划。创业者可以免费使用，从而聚集人气，扩大市场，增加销量。

对消费者来说，来xx酸辣鱼店，一顿饭能翻5套，不用等好吃的，顾客不输！对于创业者来说，总部会不定期的走访合作店铺，使合作伙伴的经营管理规范化、制度化、合理化，确保成功。

优势

一、品牌优势

知名品牌和行业龙头，让你轻松占领市场。

第二，产品优势

凭借市场上独一无二的优质产品，深受消费者喜爱。不要担心产品销售。

第三，技术优势

r&d团队与时俱进，根据市场情况随时生产新产品，以满足市场需求。

四.培训的优势

强大的技术团队为您带来全方位的培训和现场指导，贯穿整个业务活动。

动词（verb的缩写）操作优点

总部将长期与创业者保持密切的业务联系，为其提供专业实用的咨询服务，并有创业主管随时跟进指导，解除创业者开店后顾之忧。

不及物动词投资优势

无限商机，可观利润，就是创业的代名词。现在创业店很多，比较受欢迎，投资优势明显。

七.运营支持

在公司的统一管理下，我们的创业店铺分享品牌优势，占领市场。这种强大的规模优势将确保所有终端商店在各自的区域内始终处于良好的地位。

八、后勤保障

固定合作物流，保证产品在各创业店铺的流通，货源充足，到货及时。

九.风险保护

所有新店都有免费更换积压商品、安全退出的保护政策，一点都不担心。

流动

1.协同咨询:通过电话、传真、网上留言等方式就协同事宜咨询总部。，并索取相关材料；

2.合作请求:填写部分合作请求，确认相关事宜；

3.实地考察:前往总部实地考察项目，并在总部停止与使团人员的面对面交流。

4.签约:单方面确认调查结果正确，敌对谈判后正式签订合作合同；

5.运营确认:根据选定的合作级别，合作方支付相关费用，确认区域运营权；

6.技能培训:协作者到总部接受技术、管理、运营等方面的培训，并承担考核；

7.店铺装修:总部协助合作方确认商圈和选址，以及店铺装修和布局；

8.业务准备:支付授权书和业务礼品，完善商品配送，安排宣传资料，准备业务；

情况

1.遵守中国法律法规相关规定，具有独立法人资格的公司或自然人；有一定的投资能力和风险意识；

2.具备一定的营销和管理技能；认可公司文化和形式，遵守公司的经营标准；

3.诚实，有团队精神，自愿接受总部的各种培训；有创业的身体和决心；

4.租用或拥有合适的店铺(不少于50平方米)；对风险资本的回报没有巨大的需求。

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十八**

xxx东港汇海海洋生物科技发展有限公司生产的新一代营养调味品已经投放市场，这是一个极具市场空间的商机。这个生意可以从小规模做起，也可以做大，因为家家户户都需要调味品。200块钱可以请人吃一顿正常的饭，喝完没人会记得；200块钱可以买一支新烟，烟消云散，没意思；200块钱连一瓶化妆品都买不到。但这200元是你的风险投资，所以你会从200元开始，走向你意想不到的辉煌。

首先，先了解市场情况

目前我国调味品市场以味精产品为主，更新换代产品也有几十年了，以鸡精产品为主。外国公司纷纷涌入中国，抢占调味品市场。这些产品虽然利润空间不错，但是市场空间很小。在这种情况下，我公司开发了新一代生物技术生产的调味品，属于“营养调味品系列”产品。

它的特点是味道鲜美，营养健康，是未来极具竞争力的产品。这个产品贵吗？不是很贵。我们可以让普通人接受。商业计划书中的产品是我们的最低价产品，10克一包，市场上只卖一美元。它们比普通味精新鲜3。5倍以上，保持了海鲜的独特风味。

只要用一次，就会印象深刻，只好重新找这个产品。家庭可以包饺子，炒菜，凉拌，开汤，火锅，炖豆腐，炖酸菜，泡菜各种咸菜。用量比味精少很多。开一个汤只要1克，三个人包一趟饺子3克。经济实惠，市场广阔。

二、看产品介绍

本品是以优质海虾、蟹、蛤为原料，采用现代高科技生物工程技术提取其营养成分，经现代工艺精制而成的新一代营养调味品。它不仅保持了海鲜原有的纯正美味，而且富含各种蛋白质、氨基酸、多肽物质、各种微量元素和矿物质。本产品不添加防腐剂、香精和色素。

它可以让你享受美味的海鲜，同时获得大量营养，抵抗烹饪中的高温，保持美味持久。它是当今调味品中的精品，特别适合高级酒店和现代家庭。该产品已通过国家相关部门的检验，并具有市场qs准入证书，完全符合国家食品安全要求。正在办理专利申请和国家有关部门推荐的产品。

三、学会操作

首先要给你配最小包装的品酒产品，10克1元1袋。大家都买得起，都想试试。在3—5个月（或更少）内，让身边所有人都知道这个产品，尝一尝，忘记它。你可以去市场，在市场上卖。卖豆腐的时候可以把货分到豆腐房一起卖。

它可以向销售其他相关产品的商家分销商品，实现联合销售。只要能赚钱，就有很多销售方法。直接卖的话，每包3分钱的利润。如果你把商品分发给别人，你应该给他们2分钱的利润。你是小批发，赚的钱会比零售额多。当然也可以做线上销售，开网店，也是一种不错的销售方式。

四、资金使用详情

200元购买的商品：140元（30折，200袋，“虾精”、“蟹精”、“蛤精”三种产品可选）运费：10元购买一个便携音箱；20元打印一张海报（用方言记录，不用天天喊）；30块钱印一张海报（如果要摆摊，一定要有好形象。图片是公司设计的，你自己选。）

五、动词（verb的缩写）不断努力拓展业务

过了三个月的品酒期，很多人在想，有没有大一点的套餐？公司已经为你准备好了，有80克的包装，然后还有300克的包装，未来还需要更大的包装来满足人们的需求。到这个时候，你200元的资金已经成倍增长，可以研究一下该地区的批发代理业务了。到时候，我们会给你更多的利润空间。努力！200元的商业计划书从200元开始，创造你人生的辉煌。也许你将来会成为首富，也许这就是你一生的事业。

**商业计划书 商业计划书完整版篇二十九**

一、公司项目规划

1. 提供独特的公司使命

有效畅通的销售渠道，以提供产品和服务为基础，推动花卉市场的大发展。我们的前线领袖将成为一个可爱的小精灵，给成千上万的家庭送去祝福和幸福，为人类创造最好的生活环境。

2.公司目标

立足大土地，服务湖南，辐射中部。打造一流的网上花店公司。

公司将在一年内在株洲的消费者中建立一定的知名度，努力实现收支平衡。投资期间，仅选择网站主站所在的株洲市天元区作为试点市场。这方面市场容量大，有代表性，试点时间一个半月。当模式成功后，会以asp的形式在分站推广，运营3到6个月后再拓展到其他市场。

二、经营环境和客户分析

1.行业分析

株洲一线花店网站是大学生针对650万大学生推出的垂直网站，所以目标消费者是大学生。除了株洲市天元区的主站，网站还有湖南高校的分站。因此，暂定目标消费群体以湘北大学生为重点，未来将逐步拓展市场。以株洲大学为例，各类学生近万人，8所学校目标消费者近20万人。最新统计显示，全国约有650万大学生，这是一个巨大的市场规模，并考虑到未来学生毕业后仍将成为网站的忠实用户。

2.调查结果分析

我公司以湖南大学生客户分析为主，主要采用问卷调查(问卷见附件1)和个人访谈。这次我们发出了50份问卷，收回了37份。由于时间有限，问卷数量不多，但还是在一定程度上反映了消费者的消费心理和需求。

⑴有明显的好奇心，在创新上有收敛，听同学或朋友介绍产生购买行为

⑵购买行为基本是感性的，但由于自身经济收入的影响，购买行为也是理性的，一般选择，价格较低但浪漫色彩较强的品种；

⑶大学生没有固定的购买模式，购买行为总是很随意

⑷接受和吸收新事物能力强，追求时尚，崇尚个性

⑸影响产品购买的因素有:价格、品种、包装、服务等。

(6)购买行为非常喜庆，一般集中在教师节、情人节、圣诞节和朋友生日

3.目标客户分析

大学生一般不问价格，但从网上订单来看，重点是中档价格。订单的数量倾向于表达一个人的心声，比如大部分订单1(你是我唯一)、3(我爱你)、19(爱情之路长久)、21(最爱)等。在教师节，鲜花通常是根据班级人数订购的。包装一般倾向于要求高档，倾向于向个性化方向发展，对花的品质要求严格，如不掉色现象。

三、经营战略

(a)营销战略分析

1.品牌战略

在网站建设之初，我们非常重视品牌。 在品牌包装上，根据详细的市场调研和大胆的预测，美工们采用动静结合的页面设计方案，精心策划视觉形象和文字字体，力求独特创新

2.战略

玉鸟网上花店在原材料、包装、服务上力求完美，力求给顾客最大的享受和心理满足。兼顾价格路线和质量路线，满足不同层次消费者的需求

3.推广策略

⑴宣传策略

利用学校电台、报纸专栏、宣传栏自由宣传，利用网站本身的信息流优势宣传、突出形象，与各大报纸、地方电台、电视台建立良好关系，采取互利共赢的战略模式

⑴服务

网上花店的服务一定是一流的。对于配送团队成员来说，只要有订单，就必须按照订单要求按时发货，是微笑服务。在售后服务方面，客服部门负责采取以下方式

①打电话感谢或发e-mail友情提醒服务，客户有重大节日时发电子贺卡

②无条件受理客户退货，集中受理客户投诉

③建立带礼品的消费者问卷，掌握消费者需求的第一手信息

④首次订购的客户将收到赠送鲜花的花瓶，享受价格优惠，成为会员后享受会员价格

⑤不定时在线或线下举办会员沙龙，交流信息，交流感受，回答客户最感兴趣的问题

⑥创建客户数据库文件。客户重复下单时，只需输入姓名，客户的其他信息会自动转入系统

4.渠道建设

目前网上花店主要与一流批发商建立业务关系。选择批发商时，一般要考察其经营业绩、信誉、合作态度、交货及时等。要求批发商在同一个城市的不同区域有几个营销网点，方便高校的配送会员现场取花。通常，我们与批发商签订合作协议，就价格和产品质量等问题达成共识

5.实施网上花店战略；

1.市场范围选择 投资期间，仅选择网站主站所在的株洲市天元区作为试点市场。这方面市场容量大，有代表性，试点时间一个半月。该模式成功后，以asp的形式在分站推广。一是在其他已建的7个变电站试运行，运行3-6个月后再向其他市场拓展

2.重点宣传客户。宣传对象主要是在校学生。他们对时尚感兴趣，并倾向于引领潮流。对于逻辑思维较强的工科学生，我们利用早期受众进行传播，达到宣传效果

3.现场推广选择每年的9月8日和9月9日作为重点推广日期，在此之前向学生宿舍发放传单。宣传内容包括

(1)挂统一的彩旗，位于校园主干道上，号码3-5，主题为玉鸟花店网站，校园花店隆重推出；

⑵在校园人流量大的宿舍、食堂门口附近设立宣传台，放置3-5台微电脑，可在线查询订购；放一块宣传板，详细介绍花店的内容，放实物花卉，宣传当天将配送礼品送到现场

⑶请学校电台播放一线花店宣传部拟定的宣传资料，上午一次，中间一次，晚上一次，连续几天

⑷为了营造气氛，安排两位女士带着一线花店网站的彩带，讲解一下，组织抽奖。获胜者可以当场订购20元以下的鲜花，并通过网站

⑸宣传日请向学校相关媒体报道，如湖南晚报、地方电视台等。

四、营销效果预测分析

1.营业额收入

根据调查分析，可以预测重大节假日日销售额将在1000元以上

2.付款方式

根据相关资料，网上支付将达到20%。我们正在积极联系招商银行等金融机构，建立业务合作，推广网上支付

3.订货方式

e-mail下单，直接进入一线花店网站校园花店下单，电话下单。此外，我们重点介绍短信订阅

4.客户特征

更年轻，100%年轻人，以男学生为主；他们信誉高，文化素质高，没有坏账

5.消费特点

60元以下的花最受欢迎

6.信息基础设施

公司网站主要以虚拟主机的形式存在，所以公司暂时不需要信息硬件设施。对于信息软件的开发和网站的建设，公司将通过内部成员中计算机技能较好的学生和招聘该领域具有特殊技能的成员来完成。b2c网站虽然理论上可以做到零库存，但现实中很难做到这一点。

五、运营成本估算

ple

把每一分钱花在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值

2.初始投资

在此期间，资金主要用于外包整体网络服务、产品采购、系统开发维护、前期宣传、物流配送等。估计需要2万左右。从网站成立到网站正常运营大概需要一个月的时间。

3.二期投资

现阶段，我们的服务将扩展到高校和株洲市，服务内容将大大扩展，服务质量将进一步提高。资金来源主要是公司前期利润的积累和引进外资，比如银行信贷。

六、开发计划

1.系统开发计划

根据公司成立初期资金不足和我们开发团队的实际情况，我们决定选择虚拟托管的方式来搭建我们公司的网站。当然，随着业务的拓展和资金的充裕，我们会考虑建立自己的网站。系统成型后，公司将根据预定的系统功能需求，逐步进行实时测试。系统的完成无疑是一个测试、完善、再测试、再完善的过程，直到系统功能达到公司的预期要求。

2.系统逻辑方案

系统逻辑方案是实现电子商城业务目标、策略和方法的总体框架。根据我公司的实际情况，阐述了以下六个模块:系统业务活动流程、系统总体逻辑结构、系统数据分发、信息处理模块和安全控制模块。

七.项目总结

1.主要工作完成情况调查

了解大学生朋友的真实需求，公司从实现目标、运行机制、项目策略等方面做了整体规划。此外，在系统开发方案方面，公司还结合在课堂上学到的电子商务知识，参考了大量关于网站服务的文档，制定了适合公司的网站运营流程和设计流程，以及适合我公司的系统逻辑方案。

最重要的是，针对目前大学生对花卉市场的特殊要求，我们自行设计了一系列服务产品，如短信订花、附送祝福卡、电话发信息等，并制定了合理的价格。同时，我们还成立了一个论坛，不仅满足了青年学生的实际需求，也满足了社会不同年龄消费者的需求。

我相信有一天我会通过自己的努力实现自己的梦想。加油！只要在最后一秒不放弃，绝望就会变成希望。我也相信我的一线花店在未来会传递更多的快乐。

**商业计划书 商业计划书完整版篇三十**

一，大学生创业的可行性分析

(1)大学生就业

在我国高校扩招以来的七年里，大学生和毕业生的数量大幅增加。1998年，高校扩招的前一年，大学生人数为107万。1999年扩招第一年，又招了50万人。20xx年，大学毕业生人数将达到413万。从1998年到20xx年的8年间，招生人数增长了4倍，年均增长22%，大大超过了人口、经济和基础教育的增长速度。

大学生就业难是不争的事实。20xx年，官方公布当年大学生就业率为84%。即使按这个数字计算，当年一毕业就失业的大学生人数也达到了40万。这还不包括那些立志来年考研的专业研究生，户口迁回原挂靠单位的事实，以及大量工作不稳定，无法顺利度过职业生涯前三个月申请期的流浪人员。

(二)、大学生创业分析

吉林省“全民创业促进就业”系列活动“五个一”总体要求和吉林省现状；大学生青年创业行动&现状；《实施方案》的具体安排由共青团组织实施“我省大学生青年创业现状及对策：在学生创业分析等一系列丰富多彩的活动的推动下，大学生掀起了创业的高潮。然而，大学生创业存在许多问题:

(1)单干。在强调团队合作的今天，大学生单独创业的成功率只有2% ~ 3%。团队精神已经成为一种不可或缺的创业品质，(2)心态问题。根据调查，超过70%的学生有创业的愿望，他们的“动手”不到10%的人创业，不做的原因只是单纯的填写不成熟的条件，先创业“风险意识”能够承受风险和失败，还要有责任感，务实精神是必不可少的，做事一定要踏实。

(3)大学生创业优惠政策

1、大中专毕业生从事个体经营，并在工商部门登记注册之日起两年内毕业的，自其在工商部门登记注册之日起3年内免交相关登记费、执照费和管理费；

2.大学毕业生从事个体经营免交的费用包括:个体工商户注册费、个体工商户管理费、集贸市场管理费、经济合同鉴证费、经济合同示范文本费用；税务部门收取的税务登记证工本费；卫生部门收取的行政执法卫生监测费、卫生质量检查费、预防性体检费和卫生许可证费；民政部门收取的民办非企业单位注册费(含证书费)；劳动合同鉴证费和职业资格证书费由劳动保障部门收取。

1.程序被简化了。

所有大学毕业生(毕业后两年内，下同)申请自谋职业或申办私营企业，均可通过各级工商部门的登记大厅“绿色通道”优先登记。除国家禁止的行业和商品外，其经营范围应当公开审批。对于限制类和特殊业务项目，允许其在申请时办理特殊审批手续。申请在科技园区、高新技术园区、经济技术开发区等经济特区设立私营企业的，除必须预先核准的项目外，专项办理，试行为“承诺登记系统”。申请人提交注册申请、验资报告等主要注册材料的，可以先核发营业执照，以便在3个月内按要求完成相关材料。申请设立有限责任公司，以大学毕业生的人力资本、智力成果、工业产权、非专利技术等无形资产作为投资的，允许冲减注册资本的40%。

2.减免各种费用。

除国家限制的行业外，工商部门自批准其经营之日起一年内免收个体工商户登记费(包括登记费、变更登记费和更换费)、个体工商户管理费和各种证照费。那些参加私人协会的人将免交一年的会费。申请高新技术企业(含有限责任公司)的大学毕业生，注册资本最低为10万元。资金确有困难的，允许分期到位；应用程序的名称可以是“高科技”“新技术”“高科技”被批准为行业。大中专毕业生从事社区服务等活动，经居委会报当地工商行政管理部门备案后，一年内免于工商登记注册，免交各种工商管理费。

提醒:据工商行政管理个别部门工作人员介绍，相关政策已经落实。高校毕业生在办理相关自谋职业手续时，除了所需的全部材料外，还应携带就业推荐表、毕业证书等相关材料并申请。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、企业概况

主要经营范围:窗帘加工、销售、安装

企业类型:

制造业、零售业和批发服务业

新兴产业、传统产业等

二、商业计划书作者的个人情况

以往相关经历(包括时间):

20xx——现在从事窗帘加工销售。

学历，相关课程(包括时间):

1、19xx年初中毕业。

2、20xx年7月参加syb创业培训。

三、市场评估

目标客户描述:

1、当地居民。随着经济的发展和人民生活水平的提高，大量农村人口进入县城买房或新建装修房屋，这就需要大量物美价廉的窗帘。

2、地方企事业单位。随着我国旅游业的发展，县城和集镇新建了不同级别的酒店，对窗帘的需求逐年增加。

企业的市场容量或预期市场份额:

资阳县只有两家从事窗帘加工销售的企业，年销售总额约200万元。预计该企业年销售额将在100万元左右，占市场总销售额的50%。

市场容量趋势:

随着20xx年政府鼓励农民进城的政策的实施，下一个10 —20年内，大量农民将逐步进城成为城市居民，住房是农民进城的首要问题。据已经进城的农民统计，约70%的人购买新开发的商品房或二手商品房，约20%的人自建住房，约10%的人通过租房等其他渠道解决住房问题。无论是买房、买房还是租房，都需要一定程度的装修。一般来说，对窗帘的需求会逐渐增加。

竞争对手的主要优势:

1、资金雄厚，产品档次高。

2、团购销售渠道相对稳定。

竞争对手的主要劣势:

1、价格更高。

2、管理模式不灵活。

该企业与竞争对手相比的主要优势:

1、价格更低，目标客户群体更大。

2、地理位置好，服务周到。

该企业与竞争对手相比的主要劣势:

1，知名度不高。

2、资金少，推广不够。

四、销售计划

1、制品

产品或服务主要特征织物窗帘各种布艺窗帘和珠帘

2、价格

产品或服务成本价卖价竞争对手价格织物窗帘24元/米36元/米40元/米窗帘花边8元/米10元/米12元/米导轨15元/米20元/米25元/米珠帘65元/米80元/米100元/米

3、位置

(1)选址细节:

地址面积(平方米)租金或建筑成本资阳县子福路中段金桥市场98120xx元/年

(2)选择此地址的主要原因:

紫府路是进出资阳市的主要道路。该店位于紫府路中段，在大型市场，人流大，交通便利。

(3)销售方式:最终消费者、零售商、批发商

(4)选择这种销售方式的原因:

窗帘虽然属于人们的日常消费品，但平均消费并不是很大；另外窗帘使用寿命长，不方便大量销售。

4、促进

个人销售成本预测广告成本预测公关联系接待单位团购成本预测一万促销印刷小册子和名片成本预测20xx

动词（verb的缩写）企业组织结构

企业将注册为:个体工商户

拟建企业名称:

企业员工(附企业组织机构图和员工岗位说明书):

邮政月薪物主1500元机械师1200元安装工1200元

业主。企业组织结构图:

安装工

员工工作描述:

1、业主:负责采购、接待客户、联系团购单位等。

2、机械师(兼职销售人员):负责窗帘缝制和库存管理。

3、安装人员:负责窗帘安装和售后服务。

企业取得的营业执照和许可证:

类型预计成本(元)个体工商户营业执照120税务登记证80

企业法律责任(保险、员工工资、纳税):

种类预计付款员工工资28800纳税额15000

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

1.公司基本情况(公司名称、成立时间、注册面积、注册资本、主要股东、持股比例、主营业务、近三年销售收入、毛利、净利润、公司所在地、电话、传真、联系人)。)

2、主要管理人员(姓名、性别、年龄、籍贯、学历/学位、研究生院、政治面貌、从业年限、主要经历和经营业绩。)

3.产品/服务说明(产品/服务介绍、产品技术水平、产品的新颖性、先进性和独特性、产品的竞争优势。)

4.r&d(现有技术成果和技术水平、r&d团队的技术水平、竞争力和对外合作、r&d资金已经投入和未来的投资计划、r&d人员的激励机制，请参考业务计划摘要。)

5.行业及市场(行业历史及前景、市场规模及增长趋势、行业竞争对手及我公司竞争优势、未来三年市场销售预测。)

6.营销策略(在价格、促销、建立销售网络等方面采取的策略。，以及其可操作性和有效性，以及对销售人员的激励机制。)

7、产品制造(生产方式、生产设备、质量保证、成本控制。)

8.管理(机构设置、员工持股、劳动合同、知识产权管理、人事计划)。)

9.融资描述(资金需求、用途、使用计划、拟出售股份、投资者权利、退出方式。)

10.财务预测(未来3、5年的`销售收入、利润、资产回报等业务计划汇总，参考工作计划。)

11.风险控制(项目实施中可能存在的风险及采取的控制措施。)

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

近年来，花卉消费越来越繁荣。除了花的外形美观，让人赏心悦目，美化家居外，花还能开发人的想象力，让人与人交流时更含蓄，更有品味。

一.项目背景

随着人们生活水平的不断提高，生活质量不断提高，人们对生活的追求也在不断追求。鲜花已经成为人们生活中不可缺少的装饰品！近年来，花卉消费越来越繁荣。除了花的外形美观，让人赏心悦目，美化家居外，还能开发人的想象力，让人与人交流时更含蓄，更有品味。这样我们建立了一个以送花为市场切入点的网上校园花店，兼顾网站的长期市场占有率和短期资金回报率来抢占市场，满足个人消费的主题，以鲜花为先导带动其他产品，最终形成具有品牌优势的市场

第二，项目规划

1.提供清晰、有效、畅通的销售渠道，以提供产品和服务为基础，促进花卉市场的大发展。我们将是一个可爱的信使，向成千上万的家庭传递祝福和幸福。为人类创造最好的生活环境

2.公司目标

立足大土地，服务天津，辐射中部。打造一流的网上花店公司。公司将在一年内在天津的消费者中建立一定的知名度，努力实现收支平衡。投资期只选择了大学城试点市场。这个地区的市场容量在3000人以上，比较有代表性。试点时间为一个半月。当模型成功后，将以asp的形式在分站中推广。经过3到6个月的运营，它将扩展到其他市场

三、商业环境和客户分析

1.行业分析

该网站是大学生针对650万大学生推出的垂直网站，所以目标消费者是大学生。网站除了主站，还有天津高校的分站。因此，暂定目标消费者将集中在天津大学生，并在未来逐步扩大市场。最新统计显示，中国大学生约有650万人，这是一个巨大的市场规模。考虑到学生毕业后仍然会是网站的忠实客户这一现实，目标市场的容量会相当可观。

2.调查结果分析

我公司以天津大学生客户分析为主，主要采用问卷调查(问卷见附件1)和个别访谈的方式反映消费者的消费心理和需求:

(1)在创新上有明显的好奇心和趋同性，听同学或朋友介绍购买行为；

⑵购买行为基本上是感性的，但由于自身经济收入的影响，其购买行为具有理性色彩，一般选择价格较低但浪漫色彩较强的品种；

⑶大学生没有固定的购买模式，购买行为往往比较随意。

⑷接受和吸收新事物能力强，追求时尚，崇尚个性；

⑸影响产品购买的因素有:价格、品种、包装、服务等。；

【6】购买行为非常喜庆，一般集中在教师节、情人节、圣诞节、朋友生日前后。

3.目标客户分析

大学生一般不问价格，但从网上订单来看，重点是中档价格。订单的数量倾向于表达一个人的心声，比如大部分订单1(你是我唯一)、3(我爱你)、19(爱情之路长久)、21(最爱)等。在教师节，鲜花通常是根据班级人数订购的。包装一般倾向于要求高档，倾向于向个性化方向发展，对花的品质要求严格，如不掉色现象。

四.营销策略分析

1品牌战略

在网站建设之初，我们非常重视品牌。在品牌包装上，艺术家根据详细的市场调查和大胆的预测，采用动态页面和静态页面相结合的设计方案，精心规划视觉图像和文本字体，力求独特创新

2价格策略

网上花店在原材料、包装、服务上力求完美，力求给顾客最大的享受和心理满足。兼顾价格路线和质量路线，满足不同层次消费者的需求。

3.促销策略

(1)宣传策略

利用学校广播电台、报纸专栏、宣传栏进行免费宣传，利用网站本身的信息流优势进行宣传，突出形象，与各大报纸、地方广播电视台建立良好关系，采取互利共赢的战略模式

(2)服务

网上花店的服务一定是一流的。对于配送团队成员来说，只要有订单，就必须按照订单要求按时发货，是微笑服务。

在售后服务方面，客户服务部负责采取以下方式:

(1)打感谢电话或发电子邮件进行友情提醒服务，客户有重大节假日时发电子贺卡。

(2)无条件受理客户退货，集中受理客户投诉

③建立带礼品的消费者问卷，掌握消费者需求的第一手信息

(4)首次订购的客户将收到带花花瓶，并享受优惠价格，成为会员后享受会员价格。

⑤不定时在线或线下举办会员沙龙，交流信息，交流感受，回答客户最感兴趣的问题。

⑥建立客户数据库文件。当客户重复下单时，只需输入姓名，客户的其他信息就会自动转入系统。

4.渠道建设

目前网上花店主要与一流批发商建立业务关系。选择批发商时，一般要考察其经营业绩、信誉、合作态度、交货及时等。要求批发商在同一个城市的不同区域有几个营销网点，方便高校的配送会员现场取花。通常，与批发商签订合作协议，就价格和产品质量等问题达成协议

五、网上花店战略的实施

1.市场范围选择:在投资期内，只选择网站终端作为试点市场。这个地区的市场容量在3000人以上，比较有代表性。试点时间为一个半月。该模式成功后，以asp的形式在分站中推广。先在其他已建的7个变电站试运行，运行3-6个月后再向其他市场拓展。

2.重点推广客户。宣传对象主要是在校学生。他们对时尚感兴趣，并倾向于引领潮流。对于逻辑思维较强的工科学生，我们利用早期受众进行传播，达到宣传效果。

3.现场推广选择每年的9月8日和9月9日作为重点推广日期，在此之前向学生宿舍发放传单。宣传内容包括:

(1)挂统一的彩旗，位于校园主干道上，号码3-5，挂着校园花店隆重推出的主题。

⑵在校园人流量大的宿舍、食堂门口附近设立宣传台，放置3-5台微电脑，可在线查询订购；放一个宣传板详细介绍花店的内容，放实物花，宣传当天送出配送礼物。

⑶请学校广播电台连续几天每天早晚各播一次宣传部拟定的宣传材料。

⑷为了营造气氛，安排两位小姐带着饰带跟花店网站讲解，组织抽奖。获奖者可以当场订购20元以下的鲜花，网站会支付费用。

⑸宣传日请向当地电视台等与学校相关的媒体报道。

六、营销效果预测与分析

1.周转收入

根据调查分析，可以预测重大节假日日销售额在1000元以上。

2.付款方式

根据相关资料，网上支付将达到20%。我们正在积极联系招商银行等金融机构，建立业务合作，推广网上支付

3.订单方法

电子邮件订购，直接进入网站校园花店订购，电话订购。此外，我们重点介绍了在学生中流行的短信订阅

4.客户特征

更年轻，100%年轻人，以男学生为主；他们信誉高，文化素质高，没有坏账

5.消费特征

60元以下的花最受欢迎

6.信息基础设施

公司网站主要以虚拟主机的形式存在，所以公司暂时不需要信息硬件设施。对于信息软件的开发和网站的建设，公司将通过内部成员中计算机技能较好的学生和招聘该领域具有特殊技能的成员来完成。

七.运营成本估算

1原则

把每一分钱花在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值

2.最初投资

期间资金主要用于全网服务外包(虚拟主机)、产品采购、系统开发维护、前期宣传、物流配送等。估计需要2万左右。从网站建立到网站正常运行大约需要一个月的时间

3.二期投资

现阶段，我们的服务将辐射到各大高校和天津市区。服务内容将大大扩展，服务质量将进一步提高。资金的主要来源是公司以前利润的积累和引进外资，如银行信贷

八、系统开发计划

1.系统开发计划

根据公司成立初期资金不足和我们开发团队的实际情况，我们决定选择虚拟托管的方式来搭建我们公司的网站。当然，随着业务的拓展和资金的充裕，我们会考虑建立自己的网站。系统成型后，公司将根据预定的系统功能需求，逐步进行实时测试。系统的完成无疑是一个测试、完善、再测试和完善的过程，直到系统功能达到公司的预期要求

2.系统逻辑方案

系统逻辑方案是实现电子商城业务目标、策略和方法的总体框架。根据我公司的实际情况，阐述了以下六个模块:系统业务活动流程、系统总体逻辑结构、系统数据分发、信息处理模块和安全控制模块

九.项目摘要

1.主要工作完成情况调查

了解大学生朋友的真实需求，公司从实现目标、运行机制、项目策略等方面做了整体规划。此外，在系统开发方案方面，公司还根据国内实际情况参考了大量关于网站服务的文件，制定了适合公司的网站运营流程和设计流程，以及适合我公司的系统逻辑方案

最重要的是，针对目前大学生对花卉市场的特殊要求，我们自行设计了一系列服务产品，如短信订花、附送祝福卡、电话发信息等，并制定了合理的价格。同时，我们还成立了一个论坛，不仅满足了青年学生的实际需求，也满足了社会不同年龄消费者的需求

2.缺点和困难

由于我们企业刚刚开始规划，资金严重短缺。同时，整个计划难免有所欠缺，但我们会尽力充实完善。我们相信，在未来的努力中，这个网站将会得到进一步的完善。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

很多人喜欢吃饺子，尤其是手工饺子。开饺子馆是个不错的选择！

6-8散桌。每张桌子配有四张凳子。一般家具市场100-150，桌椅平均1000元一套。简单的酒吧，当地的家具制造商可以玩。至于档次，没必要太高，300左右，柜台可以玻璃的，150左右。

以上三项在当地二级市场也有。一般都是翻盘卖。物品还不错，价格也不高。建议可以考虑。

餐具:酒店店一般都有，结合你的饺子馆。买一般档次就行，每桌4个座位x8==32。就算所有座位都坐满了，也要玩有钱的。加上厨具一般费用在500元以内。冰柜:冷藏用，新款1500(特殊品牌)，二手400-600，一台绞肉机。用至少两个锅煮饺子。适合不同的馅料。

根据饺子的品种，饺子至少有2个或更多的工人，尤其是当顾客很多的时候。

还应该有烹饪。大多数饺子都有家常菜。所以烹饪的种类不一定多，但一定有。也要有凉菜和饮料，主要是中低档次的。单品不超过6种。第一次不要买太多。一个就行。费用在300元左右。啤酒是季节性的。所以目前一个就行。

包胶子的员工一般都要求熟练。我不需要讲太多细节。

对于原材料，最好保持采购渠道不变。开业前要检查好几个地方，是面粉、蔬菜还是肉制品。保证原材料质量是基础，其次是价格。

开业前可以去其他饺子馆尝尝别人的味道，也是对你开业的一种指导。

至于饺子馆的环境和装修，我觉得不太复杂。毕竟你的店小，只要干净整洁，这是关键。

价格请参考其他饺子馆。毕竟不是钱，是人气。

至于开饺子的费用，这个真的很一般。毕竟同一个餐厅两个人的想法在实际操作中肯定是不一样的，大家说的都是理论价格。其实如果真的开车，你会觉得什么都需要买，只是钱不够。所以，根据自己的实际情况和自己的想法，如何用好自己的钱，开店，吸引客户。让他们成为回头客，这是最重要的。

当然，你想与众不同。你可以在饺子馅上下功夫，尝试做新馅。可以先试试，再推给客户。

开店的大概费用，设施，员工工资，人工周转资金，原材料采购，日常开支等。先15000元肯定够了。

选址原则:

靠近办公楼，避开住宅区

想开好酒店，选址是首先要考虑的重要内容。选对地方是成功的一半！据业内人士介绍，选择人气饺子馆的一般原则应该是靠近商业区、商场、写字楼，尽量不要开在居民区。因为在居民区，人们通常回家自己做饭，很少有人去餐馆吃饺子。在商业区和写字楼，大部分都是白领或者公务员，往往时间短，消费能力强，是大众饺子的主要客户。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、概述

网吧作为一个新兴行业，已经逐渐走向标准化和品牌化。然而，行业限制和高准入门槛使其不再是普通人的投资项目。中小型网吧逐渐退出市场，同行业恶性竞争逐渐缓解。现在的网吧都是以通过合理的投资获取最大的利润为目的来投资经营活动。必须明确几点:

1、网吧不是暴利行业。指望一夜暴富，投资网吧是不现实的。网吧是一个持续、稳定、低风险的投资行业，所以很少听说网吧有亏损。

2、网吧的投资金额和收益是有迹可循的。投资网吧有一个总的原则。通过核算，一个成功的网吧，不到一年就能收回投资，最坏的情况是两年多也不能收回全部投资。网吧的设备可以照常使用3-4年，少数网吧有使用5年以上的设备，也就是三年赚一个网吧。

3、网吧是一个持续投资的行业，规模、连锁、品牌是网吧的发展方向。只有大量成功的网吧投资，你才能成为一名优秀的网吧行业投资者。

二、准备工作

1、确定业务合作关系。

明确投资网吧的产业归属，确定双方的责任和义务。

2、选择合适的营业场所

最新政策是100台机器不低于300平米为准入门槛，房子有多个消防出口，中小学200米内不允许有网吧。(但是，可以用50台以上的机器加入项目)

3、执行相关程序和条件

a、房子的实际使用面积有多大？有物业管理费吗？所有费用的总和，如租金。

b、房子的配套供电和电价？配套电源不足可以申请专线吗？

c、电信光学钎焊线是否到位。

d、网吧手续齐全的来源和费用。

e、请文化部门检查这个地方

f、请消防部门检查消防设施是否合格

4、签订房屋合同

a、首先要确定房子是无抵押的房子

b、必须有合法的产权程序

c、签订合同不得少于5年

本合同一式三份，双方各执一份，营业执照一份交工商。合同附件必须包括产权证书的复印件。

三、网吧开业手续的准备

a、获得消防证书应该不难。

b、取得文化许可证，由兰州市文化局惠亮负责。

c、取得公安网吧检查证，d、办理营业执照、e、申请税务登记证，f、办理其他网吧行业特殊证照，四、网吧改造方案

需要咨询专业装修公司确定具体方案

五、系统设计方案

(略)

六、网吧管理计划

采用成熟的网吧管理模式，追求效益最大化。

七、网吧投资预算和盈利模式

1、总投资:

2、收入统计(以下计数基于最小值)

2、每月固定费用

3、成本回收

八、网吧前景规划

我们要建的网吧不会是传统的网吧。除了网吧的基本功能之外，还要开发新的功能，比如玩游戏、上网。只有引入新的服务，网吧才能成为真正的娱乐、休闲、交流的场所。

投资预算

一、网吧初期投资预算

预算300台大中型网吧，许可

网吧牌照是开网吧的首要条件。具有工商、消防、公安、文化等证照，是合格的网吧。

经营一家正规的网吧，文化、工商、消防四个部门的牌照一定不能少。申请牌照所需的资金数额因地区而异，牌照费用在5万元左右。另外，如果客户找到关系，全套证件下来前后大概要10万左右(这里指的是允许办理单一网吧牌照的情况。另外，如果买别人转让的牌照，价格会太高。)

机器输入

机器单价按5000元计算，300元加两台收款机总共要花302×5000=1510000元。

服务器和交换机等

网吧除了单机，还需要服务器(1)、交换机(13个，24个端口)、路由器(1)。建议不要购买品牌服务器，购买diy的(配置较高的，按7000元计算)，交换机按2600元每台计算(2600×13 = 33800)，布线相关产品(电线、插座、网线、水晶头、路由器、布线管道等约3万元。)

本项目最终预算投资为:7000+33800+30000 = 70800元。具体配件价格根据当地实时情况计算。

4、空调

既然管理部门规定网吧每一个互联网空间都不能少，2平米中，300台机器至少需要750平米的空间，所以至少需要9台空调，总价按4.5万元计算(空间和空调按“最低”计算)。

装饰和桌椅

座位按每套220元(300×220 = 6.6万元)、灯箱广告(1000元)、门窗设施、消防、装修材料、装修施工费用等计算。，按4万元计算。此物品总价为:66000+40000 = 106000元。

以上五项之和为:100000+1510000+70800+45000+106000 = 1831800元。183.18亿是300台机器的预算所需的资金

普通网吧每小时收费1元到3元不等，允许通宵营业(以1.5元每小时收费计算)。由于300台机器不能全天运行，所以在16小时的“有效时间”内，除了夜机，每天计算有200台机器。这样，月收入可以计算如下:1.5元/小时×200台×16小时×30天= 14.4万元。(不含夜机)夜机按每天200台计算，价格7元，月收入为:7元夜包×200台×30天=4xx元。

这样一个月的保守收入是14.4万+4xx = 18.6万。

每个网吧都有不同的其他收费服务，比如刻盘、小食品、饮料等。这个项目太复杂，不方便统计，饮料每天净收入按300元计算，所以每个月300元×30天= 9000元。这个数字可能和实际情况相差很大，所以不计入计算。

每月运营费用约为，租赁费为xx元；水电费用:1万元；宽带网费:2800元；人员工资:xx0元；其他费用(如维修及配件等。):xx元。这样，每月花费4.48万元。

现在月收入减去支出，最终月收入18.6万元-4.48万元= 14.12万元。投入183.18万除以14.12万:183.18万÷14.12万≈ 13。也就是说，整个网吧的成本在一年一个月内就收回来了。

一年是“理想化”的结果。如果网吧所在地区竞争比较激烈，或者运营有些不足，两年内可能无法收回成本。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

a.登记

成员名:名字很重要，有特色的名字能让别人关注你，记住你；什么是特色，这是一个见仁见智的问题。禁忌的是超长的英文名字或者一串没有意义的数字。我们都是中国人。虽然不乏英语好的，但相信大部分淘宝买家英语都不是很好。对我们来说，一串字母，就像一串没有意义的数字，看了n遍可能就不记得了。

密码:这个就不多说了。每个人都应该注意安全。密码最好是英文+数字+符号的无序组合，最好是16位

成为支付宝会员:支付宝=富宝，这是好事，会给你的网上交易带来各种便利，而且还是免费的，免费万岁，注册的时候，查一下(成为支付宝会员)。

b.认证申请

申请认证:一个小动作只需要点几下鼠标，但是需要很长时间耐心等待。最好用数码相机或扫描仪取(扫)身份证。虽然还有传真方式上传身份证，但有时候传真质量很差。很多人尝试过n次发送，但还是模糊不清，无法通过认证。大多数卖家都有数码相机。拍个清晰的图，然后等三个应该不难。

淘宝商业计划书通过认证

购买淘宝商业计划书

认证通过了，但是还不能开店。保留10件待售珍品。

过几天再考虑卖什么，去哪里买货，就可以开始做了。淘宝大学有很多关于货源的精华贴。不懂的可以加倍。体验谈住宅的精华帖也需要看。

如果你没有实体店或者货源不是很好，建议你卖一些时尚的小玩意或者有特色的东西。淘宝上的买家大多是学生和年轻的上班族，年龄在15到35岁之间。找到了商品的定位和受众，就可以开始去淘宝上类似的店铺逛逛，多研究一些高端店铺，看看他们的宝贝，销售情况，特色。最好是认识，宝藏是最好的人。

淘宝商业计划书照片一张

宝宝回来了，该给宝宝拍照了。不建议使用供应商提供的照片。拍真实照片可以让买家感觉真实，反映卖家的意图。淘宝大学有很多关于拍照和修照的帖子，大家可以学习学习。总之可以给宝宝拍一张漂亮的照片，但前提是不要丢失真相，照片太多容易失真，可能会给以后的交易带来麻烦

拍照后可以在照片上放一个淡水印，标明自己的店名(此时还没开店，应该想到店名)。开店后还要放上店铺地址，这是为了防止有人偷你的宝贝图。如果你这样做了，有人会偷你的照片，那么你应该微笑，因为有人正在帮助你的商店免费宣传它。

淘宝商业计划书宝贝名称

有了漂亮的宝宝图，该把宝宝上架了，宝宝名字要好听。想想如果你是买家，想买这个产品，你会用什么关键词来搜索。除了给宝宝起个好听的名字，还要注意常用关键词，这是保证宝宝被搜索到的重要因素。

淘宝商业计划书宝贝描述漂亮的宝贝描述必不可少。我是网页设计师，美工还不错。我对页面是否漂亮有很强的感知能力。看到一些宝宝描述使用了很多字体和颜色，设置了很多不同的字体大小，我很反感。这不仅无组织，而且让人找不到重点。另外，太大太小的字体容易让人产生反感。另外，五颜六色的颜色就像把一个放在锅里。

真正美丽的宝宝是被描述的，被组织的，被关注的。它可能没有太多的颜色，但很容易阅读，也很舒服。

建议在描述宝宝的时候只用一到三种颜色，最好不要超过三种。字体是宋体，最适合阅读。最好只使用一种大小的字体。标题字体可以用颜色突出显示。当描述比较琐碎的时候，可以用表格来标准化，让买家更好的阅读。

除了审美内容，你还需要考虑宝宝描述的内容。如果你有漂亮的文笔，把宝宝描述写得有诱惑力是对的。优秀的销售人员用口才吸引买家，我们也可以用文笔吸引买家，但切记不要不准确，因为会给你带来麻烦。

淘宝商业计划书的定价

价格也是商品卖不卖的重要因素。购物时，大家都会考虑价格因素，为你的产品定一个有竞争力的价格。

当然，价格与货源和购买渠道密切相关。如果你能得到比别人便宜的商品，你就会比别人更有竞争力。

参考类似卖家的店铺，看看他们的价格是怎么定的。这里不推荐价格战。淘宝有人在亏本做生意。不知道目的是什么。既然是做生意，当然赚钱是首要目标。评价赔钱，本末倒置。开网店是为了赚钱，主要目的是为了赚钱，但评价只是诚信的一种体现。

淘宝商业计划运费

除了价格因素，运费也是买家关注的一个关键因素。买家最流行的是尽量使用低邮费，尤其是价值只有几元的商品。如果邮费定得高，会引起买家的反感。

淘宝商业计划书有效期

这里的有效期是指baby发布的有效期。偶尔有人抱怨淘宝有效期太短，只有7天和14天两种选择。也建议淘宝加更长的时间。

那么其实宝宝的剩余时间越短，交易的可能性就越高，因为即将结束的宝宝总会排在搜索的最前面，被浏览的可能性就越大。所以建议你在选择有效期的时候，以7天为第一考虑。相比同类产品14天，你有两次机会排在前面，14天只有一次机会。

淘宝商业计划开店

a.商店名称

上面有10件宝贝，终于可以开店了。店名要好，可以修改。所以，暂时不考虑的话，可以先开一个，想好一个很酷的名字再改。

存储的名称与成员的名称相同。也要有吸引力，吸引人的注意力。最好能看到店铺的名称，这样人们就能明白你的店铺卖的是什么

b.店铺标志、店铺介绍和店铺公告

漂亮的店铺logos，店铺介绍，公告，缺一不可。不要让这些地方空着。做一个漂亮的店铺logo，在公告里写下你的推广说明，在店铺介绍里写下主要物品，然后写一些小文章。买家会感受到你的用心，用心的卖家会让买家放心。

c.头像和签名

论坛是淘宝很好的交流窗口，当然也是宣传的好地方。禁止发布广告。所以我有很多客户是通过论坛找到的，浮动头像和签名缺一不可

论坛头像还是你旺旺名片上的头像。每当陶友和你聊天，他都会看到你的头像。如果头像漂亮，广告效果就达到了

四.运输

宝宝卖了，不要太开心。收到支付宝付款通知后，还有一张运输通行证。无论是平邮还是快递，都要尽可能用省下来的钱，把宝宝安全的运送给买家。淘宝大学有很多关于如何在交通方面省钱的帖子，这里就不写了。

动词（verb的缩写）服务和售后服务

卖宝宝不代表交易结束。有售后服务。对宝宝有信心的卖家，售后服务做的非常好。不管是it技术支持(这个好像只有it产品和电气产品才有，呵呵)还是退换货服务，他们肯定是好卖家。好卖家的回头客很多。不要小看这部分客户。

淘宝商业计划书的id

如果用银行卡开网银，可以买东西。想要卖掉宝宝，必须通过实名认证。现在实名认证不需要通过身份证。你只需要根据淘宝的提示填写你的银行卡的户名和账号。支付宝会在两到三天内给你一定的金额(不到一元)。在淘宝上输入这个金额，就通过了实名认证。这张卡不一定要开通网银，然后才会给你付款。

淘宝创业计划的创业者要好好看看，一步一步认真，创业成功迫在眉睫！

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、主要业务范围:

餐饮服务:快餐及相关产品

各种软饮料

企业类型:

□制造□零售□批发服务业□农业

□新兴产业□传统产业□其他

二、商业计划书作者的个人情况

以往相关经历(包括时间):

1999-20xx大堂经理

20xx-2024年出纳

20xx-2024物业管理

学历，相关课程(包括时间):

1987年高中毕业

20xx年营销技能培训

20xx年财务顾问培训

20xx年syb培训

三.市场评估

目标客户描述:

1.目标客户类型:公司员工、学生和时尚青年

2.目标客户的饮食习惯:方便习惯工作休闲的食客

3.目标客户的性格特点:喜欢轻松的环境，不愿意花更多时间吃饭的人

4.目标客户的口味特点:中西结合的时尚口味更快接受新鲜品种

企业的市场容量或预期市场份额:

餐厅位于辐射半径500米的地理位置，方圆人口密度约0.8平方公里。初步统计为5万人。华源工业园和富康路经济带主要是公司员工。王鼎地和天拓南有20多家网吧，天拓南有几所中学和职业学院。目标客户有较好的员工构成，包括中小企业的经营者、经理和员工、外国人、学生、自由职业者和休闲娱乐者。从他们的生活、工作、收入分析，符合目标客户特点的比例高，各类人员就餐时间水平明确，流量均衡。

企业的市场容量或预期市场份额:

这家餐厅的地理位置是一个新的发展中地区，各种企业和公司的数量不断增加。与此同时，网吧等年轻人集中的场所也在迅速发展，目标客户数量也在稳步增加。

竞争对手的主要优势:

1.已经运营很久了，有固定的客户群。

2.非正规经营带来的低成本。

3.使用低质量原料造成的低成本。

4.不追求规模，以及小批量带来的灵活性。

5.劳动力成本低的优势。

竞争对手的主要劣势:

1、管理不规范，缺乏先进的管理理念和明确的企业发展目标。

2.非标准化和标准化的加工方法使成本相对难以控制。

3.大多数情况下，除了老客户，都是等客户上门，缺乏主动管理和营销。

4.低成本劳动力对应的是相对较低的人员素质。

5.大部分都没有品牌概念。

该企业与竞争对手相比的主要优势:

1.先进的理念和规范的管理。

2.产品和服务的标准化，标准化带来的产品质量稳定，成本可控。

3.更好的营销理念和积极主动的营销手段。

4.创造良好的企业形象和品牌，带来更稳定的客户资源。

5、员工培训，提高素质。

该企业与竞争对手相比的主要劣势:

1、运营时间短，没有足够的资本积累。

2.运营是有创意的，但和竞争对手相比，处于标准化过程中，初期效益可能会低一些。

3.边运营边培训，可以提高员工素质，储备人才，但会增加成本。

4.创业初期，还没有形成稳定的经营局面。

5.因为产品种类多，产品和时间的交叉管理相对复杂。四.销售计划

1.制品

午餐:方便、快捷、营养、卫生、中西合璧的新鲜风味

晚餐:标准服务

2.价格(略)

3.位置

(1)选址细节:

地址:

面积(平方米):

租金或建筑成本:

(2)选择此地址的主要原因:

该地区地理位置优越，周边有花园工业园区和富康路商业带，人口密度理想，目标客户多。同时，靠近蔬菜批发市场和第二冷冻厂，购买非常方便，有利于购买优质原料，降低运输成本。

(3)销售方式(选择一个项目和类型):

将销售或提供产品或服务给:最终消费者□零售商□批发商

(4)选择这种销售方式的原因:

直接面对消费终端，服务成本相对较低，同时可以形成有效的现金流。

4.促进

促销:成本预测

广告:成本预测

公关:成本预测

商业推广:报纸广告、名片:成本预测:500元

动词（verb的缩写）企业组织结构

企业将注册为:

个体工商户□有限责任公司

□个人独资企业□其他

□合伙企业

拟设立企业名称:赛佳快餐店

企业员工(请附上企业组织机构图和员工岗位说明书数量，见附件1):

职位月薪

业主或经理经理1500元

员工厨房负责人1名操作员2800元次；

大堂负责人，1名服务员，2800元次；

业务人员11000元

企业取得的营业执照和许可证:

类型估计成本

企业营业执照200元

税务登记证200元

健康证200元

合计600元

企业法律责任(保险、员工工资、纳税):

类别的估计成本

保险费500元/年

人工费5800元/月

纳税以销售额为基础

不及物动词财务规划(略)

七、企业组织结构图

经理

厨房负责人、大堂负责人、业务人员

接线员，接线员，服务员，服务员

八、员工岗位描述

1.经理:负责企业的决策和全面日常管理，还负责财务管理。

2.厨房负责人:负责厨房的运行管理、卫生监督和工具清洁监督，有权检查业务人员采购的原材料，有义务向经理报告建议，参与厨房的正常运行。

3.厨房操作人员:负责将原材料加工成所需形状，负责厨房的清洁和加工工具的清洁，有义务服从厨房负责人的管理。

4.大堂负责人:负责大堂的日常管理、卫生监督和服务质量监督，有权检查厨房提供的所有成品和半成品，有义务向经理汇报，并参与大堂的正常工作。

5.服务人员:负责为顾客提供合理有效的服务，打扫大堂和清洗餐具，有义务服从大堂领导的管理。

6.业务人员:负责原材料采购、业务推广、设备管理，联系相关部门解决问题，有义务向经理汇报。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、项目背景

各种花诉说千言万语，句句诉说“美好”，尤其是现在。随着人们生活水平的不断提高，生活质量不断提高，人们对生活的追求也在不断追求。鲜花已经成为人们生活中不可缺少的装饰品！近年来，花卉消费越来越繁荣。除了花的外形美观，让人赏心悦目，美化家居外，花还能开发人的想象力，让人与人交流时更含蓄，更有品味。

这样，我们成立了古都开封花店，以送花为市场切入点，兼顾长期市场占有率和短期资金回报率来抢占市场，以个性化消费为主题，以鲜花为先导带动其他产品，最终形成了具有品牌优势的“古都开封花店”市场。很可行。

二、公司项目规划

1.提供独特的.企业使命

有效畅通的销售渠道，以提供产品和服务为基础，推动花卉市场的大发展。我们的开封将成为一个可爱的信使，向成千上万的家庭传递祝福和幸福。为人类创造最好的生存环境！

2.公司目标

立足开封，服务开封，辐射中原。创建一流的花店公司。

公司将在一年内在开封消费者中建立一定的知名度，努力实现收支平衡。在投资期内，只选择网站主站所在的金铭广场作为试点市场。这个地区的市场容量比较大，有代表性，我们先试试。如果成功，我们将扩大市场，开设分支机构。

三、商业环境和客户分析

1.行业分析

我们的花店面向大众，市场广阔。消费对象是普通大众和大学生。如果以后生意好，市场会扩大到周边县区。如果我的目标成功了，目标市场的容量就相当可观了。

2.调查结果分析

我公司将以老年人为重点，主要通过问卷调查和个人访谈的方式进行客户分析。

（1）有明显的好奇心，在创新上有收敛，听同学或朋友介绍产生购买行为。

（2）购买行为基本上是感性的，但由于自身经济收入的影响，购买行为也是理性的，所以一般选择价格较低但浪漫色彩较强的品种。

（3）大学生没有固定的购买模式，购买行为总是很随意。

（4）接受和吸收新事物能力强，追求时尚，崇尚个性。

（5）影响产品购买的因素有：价格、品种、包装、服务等。

（6）购买行为非常喜庆，一般集中在教师节、情人节、清明节、母亲节、圣诞节和朋友生日。

3.目标客户分析

大学生买的时候一般不问价格。在订单数量上，我们倾向于表达自己发自内心的愿望，比如，大部分订单是1（你是我唯一的）、3（我爱你）、19（在爱的路上很久）、21（最爱）等。我们必须尽最大努力以优惠的价格购买鲜花，并给消费者一个满意的市场。

四。商业策略

1.小组成员：

杨主要负责公司事务

陆谦主要负责账目

杨梅主要负责鲜花包装

岗洪波主要负责市场调研和结果分析

2.营销策略分析

2.1品牌战略

花店建设之初，我们非常重视品牌。在品牌包装上，艺术家们根据详细的市场调查和大胆的预测，采用了动态和静态页面相结合的设计方案，精心规划了视觉图像和文本字体，力求独特的创新。

2.2价格策略

花店在原材料、包装、服务上力求完美，力求给顾客最大的享受和心理满足。不仅降低价格路线，而且走质量路线，满足不同层次消费者的需求。

2.3推广策略

（1）宣传策略

利用人工宣传、网络宣传、报纸专栏、宣传栏自由宣传，与各大报纸、地方电台、电视台建立良好关系，采取互利共赢的战略模式。

（2）服务

花店的服务一定是一流的。对于配送团队成员来说，只要有订单，就必须按时按照订单要求发货，是微笑服务。在售后服务方面，客户服务部负责采取以下方式：

①打电话感谢或发邮件友情提醒服务，客户有重大节假日发电子贺卡。

②无条件受理客户退货，集中受理客户投诉。

③建立带礼品的消费者问卷，掌握消费者需求的第一手信息。

（4）首次订购的客户将收到带花花瓶，并享受优惠价格，成为会员后享受会员价格。

⑤与客户交流信息和感受，回答客户最感兴趣的问题。

2.4渠道建设

目前正在联系其他花店进行花店联合服务

3.网上花店策略的实施

1.市场范围选择在投资期内，我们只选择开封金铭广场作为试点市场。这方面的市场容量大，有代表性。我们先试试。如果成功，我们将扩大市场，开设分支机构。

2.注重对客户的宣传，以消费者为主要目标，对花感兴趣。对于大学生来说，很容易引领潮流。我们用这个来扩大知名度。

3.每年选择几天做现场推广，吸引更多客户：

（1）挂统一的彩旗，位于广场主干道上，数量3—5块，挂“古都花店隆重推出”的标题。

⑵做个广播介绍，放个宣传板详细介绍花店的内容，放实体花，宣传日发配送礼物。

（3）宣传当天，联系开封广播报社进行播出。

五、营销效果预测与分析

1.周转收入

根据调查分析，我们可以预测，在重大节假日，日销售额将高于1000元。

2.付款方式

直接交付金额或信用卡

3.订单方法

人力购买，电话订购。此外，我们专注于学生中流行的短信订购。

4.客户特征

比较年轻，50%是年轻人，以男性为主；其他中老年人花钱都是看朋友看病人的方式。他们信誉高，文化素质高，没有坏账。

5.消费特征

60元以下的花最受欢迎。

接受市场建议是符合大众的。

六、运营成本估算

1.原则：

把每一分钱花在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值

2.初始投资：

期间资金主要用于选店装修、产品采购、前期宣传、物流配送等。估计需要3万人民币左右。正常运行需要一个月左右。

3.二期投资

在这个阶段，我们的服务将辐射到城市地区和主要学校。服务内容将大大扩展，服务质量将进一步提高。资金来源主要是公司前期利润的积累和引进外资，比如银行信贷。

七、项目摘要

1.主要工作完成情况调查

了解广大公众和朋友的真实需求，公司从实现目标、运行机制、项目战略等方面进行了统筹规划。另外，在系统开发计划方面，公司也根据国内实际情况参考了大量的销售资料。最重要的是，针对目前花卉市场市民和朋友的特殊要求，我们自行设计了一系列服务产品，如短信订花、附送祝福卡、电话发信息等，并制定了合理的价格。同时我们还设立了论坛，既满足了青年学生的实际需求，又满足了社会不同年龄段消费者的需求！

2.缺点和困难

由于我们企业刚刚开始规划，资金严重短缺。同时，整个计划难免有所欠缺，但我们会尽力充实完善。送一只玫瑰手，会很长久。我们相信，在未来的努力中，这家花店会进一步完善！

这是我创业的目标。希望毕业后能认真做这件事。我坚信努力会有回报。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、选址

1.几大美食街，花园路，于飞路，新华路等。

2.各大区的繁华地段，家乐家三联家电科技城等。

3.所选楼层不得超过三楼(最好是二楼或一楼)

4.几十辆车必须停在选定的场地或其周围(不包括停车场)

5.租金不得超过30元/平方米

二、店铺名称

和顺店家乡快乐餐厅等等

三、餐厅设计

1.整个餐厅体现出一种家和繁华的文化氛围，有绿、黄等颜色，让人耳目一新。

2.客房设备，尤其是卫生间设备(洗手盆、抽水马桶、干手器、卫生纸等。)应为高档。

3.餐椅、桌子、碗、碟子、勺子、筷子架、食品容器、衣服套装、筷子套装、窗帘、桌布、口布、衣服、迎宾桌、水标签等。必须定制，并有餐厅标志。

4.包间应该在15间以上(客人越来越喜欢在包间用餐)，墙壁有专门的传菜孔，房间有内部电话。豪华包间必须配备电视、沙发等设备)。

5.大厅应能容纳25张标准十人桌(并扣除桌子与员工和顾客的距离)。最好有个舞台。地板铺防滑80 cm砖，天花板以暖荧光灯为主光源(省电提高亮度)。

6.卫生间应铺防滑地砖，面积不得太小。将员工厕所与客人厕所分开。

7、厨房频谱防滑地砖，转子必须在10°左右。它包括冷食室、小吃室、洗碗室、仓库和装载室。厨房不得小于250平方米。

8.整个餐厅包括:销售接待区(大桌子、沙发)、酒吧(有足够的空间放饮料)、收银仓(2)、办公室、杂物间、更衣室、配电室、音响控制室等。

9.食谱是特别设计的。我们店里的名菜都是用彩色照片，菜谱的每一页都印着“喝单”。

四.投资成本预算(按20xx平方米计算)

1.装修:130万元

2.厨房设备:30万元

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

背景

一日三餐必不可少，早餐最重要。早餐的质量决定了人一整天的精神状态。所以，我们把目光放在这个重要的领域。除了人们思维的现代化，愿意自己准备早餐的人越来越少，尤其是一些大中型公司的学生和员工。一是因为早上时间短，二是因为准备早餐太麻烦，我们给他们发早餐的计划很有希望。现在，很多人去一些早餐店吃早餐，甚至有些人在路上收拾行李吃饭。而且有时候因为各种原因买不到自己想要的东西。这样，如果我们能根据顾客的口味准备好他们需要的早餐，用一种温暖新鲜的方式送给他们，他们还有理由拒绝吗？这再次表明了我们计划的可行性。目前，我们的服务目标最初是针对公司的学生和员工，这是经过深思熟虑的。这是一个庞大的人群，从而为我们创造了一个巨大的市场。而且学生需要营养的早储，为一天的学习打好基础，公司也希望员工早餐营养均衡，让员工每天精神饱满的见面。因此，对学生和员工实施我们的计划是有根据的，也是完全可行的。

前景

虽然我们的市场还很小，但许多社区居民家里都有家庭主妇准备早餐，然后舒舒服服地吃营养早餐。许多学生早起在食堂吃饭。他们起床晚，根本不吃早餐，但我们公司有信心拓展市场。我们公司的早餐种类很多，包括一些餐厅的特色食品和小吃，一般都不送。

冬天来了，天气变冷了。有些大学生不想早起去食堂吃早餐。我们可以送到你家，早餐质量绝对有保证。许多学生会接受我们的送货上门服务，以确保课堂效率和保护他们的健康。

早餐商业计划书范文早餐商业计划书范文很多公司的白领早上都赶着上班，经常空腹。我们可以与各公司合作，在工作时间前的某个时间为公司员工提供营养和早餐，让员工有足够的精神投入到一天的工作中。提供的早餐种类很多，物美价廉，送到公司，为员工节省时间，不影响早餐质量。我相信许多企业会与我们合作

对手

孙子兵法有一个经典的战略思想:只有认识自己，认识自己，才能打赢每一场战役。商业也是一样，不仅需要了解自己的优势和劣势，还需要了解竞争对手的优势和劣势。

我们的商业计划主要是做早蚕的配送，它的重要服务对象是学生、公司和其他有兴趣点早餐的人。根据市场调查，大多数人选择出去吃早餐或在家做饭。所以我们的竞争对手应该是食堂、早餐店和顾客本身。

首先是食堂。学生习惯在食堂吃饭，食堂经济卫生。所以面对这个竞争对手，要从两个方面入手:食物本身，服务质量和时间。食物方面，一定要便宜漂亮，品种丰富，服务方面，一定要随叫随到。其次，早餐店是我们的竞争对手，也可以成为合作伙伴。我们可以和他们建立合作关系，不仅可以减少竞争压力，还可以丰富我们的食物类型，从而实现双赢。顾客本身又是在家做早餐的人。在家做早餐卫生、经济、个性化，但需要时间和精力。我们的计划可以让他们在早餐上花更少的时间和精力，在早餐的种类上给他们更多的选择。

总之，竞争是一种动力。只要我们处理好与竞争对手的关系，并向他们学习，我们相信我们的计划会有一个美好的未来。

公司名称:早上好早餐配送有限公司

商标:

公司构成

我们早上好早餐供应公司是一家有限责任公司，由八名股东共同出资。

1.名称:早上好早餐供应有限公司

地址:

2.经营范围:负责从专门的早餐店购买早餐，根据消费者的需求配送早餐，配送给消费者，按时配送。

3.公司注册资本:50万元

4.股东名称:邹宪益、史晶晶、戴新禄、5.股东出资方式:实际出资额

6.股东转让出资的条件:经三分之二以上股东同意，可以转让

7.公司组织:董事会:董事长一人

监事会:一名监事

市场部:有两位经理，其余是15名销售人员

人事部:两位经理(其中一位也是主管)

会计部:一个会计，一个出纳

议事规则:董事会和股东大会应当定期召开，董事会应当首先作出初步审议决定，然后提交股东大会审议决定。

9.公司法定代表人:董事长

10.公司解散的原因:

(一)股东会解散决议；

(二)因公司合并或者分立需要解散的；

(三)违反法律、行政法规被责令关闭的。

11清算:成立清算组，制定清算方案，最终终止清算并办理注销登记。

宣传方式:

我们出版了各种海报供阅读。传单的副本也用于在人流密集的地区向各行各业的人分发。我们也可以开通热线电话供您咨询，也可以上网查询我们的网站。并在高校、居住区、办公密集区加大宣传力度。同时，长假来临，寒暑假期间会进行一系列的宣传活动。总之，我们的宣传会到位

总部:

可以选择学校附近或者写字楼、住宅区附近的店面，在人流量进出的显眼地方，让更多的人看到，让他们感兴趣，广泛传播。

移动服务站:

我们会有专门的销售人员来推广我们的服务，就像订购牛奶一样，方便消费者，让他们乐于与我们合作。或者去一些院校向学生宣传，让感兴趣的人加入我们。不吃东西就不要去上课，伤身体。

网站:

通过建立网站，在网上预定，联系想订早餐的人，然后上门服务。服务到位！让接受我们服务的消费者吃我们精心准备的早餐。

宣传也可以通过以下方式进行:信封、名片、公事包、工作证、公章、文件、合同、广告、橱窗展示、纪念品、目录、包装、门面、招牌、卫生桶、毛巾、茶具、送货车、工作服、帽子和徽章

风险评估和预防

我们的计划是评估这里的风险。因为我们的计划利润随着点餐人数的变化而变化，所以存在一定的风险。我们使用报告分析方法来评估计划，直观、客观、准确。

主要评价以下几个方面:公司盈利能力如何，是否稳定；公司的偿债能力如何；公司资本结构是否合理，资金是否充足；库存是否过剩，周转是否顺畅；是否会因应收账款过多而有资金存入结算领域，甚至形成坏账损失；销售能力，是否形成产品积压等。

公司承担的风险包括经营风险和财务风险。公司产品的市场需求越稳定，经营风险越小。我们的计划适合大多数学生、上班族和一些家庭。同时节假日也会有更好的销售。所以需求比较稳定。但是我们的售价没有太大的变化，原材料的采购价格和工人的工资也没有太大的变化，经营的风险也不会太大。

防范经营风险的关键是分析各种因素，避免其对生产经营的`不利影响。首先要指定一个完善的商业计划书，进行综合评估，全面检验商业计划书的可行性，避免受挫的可能。其次，可以通过以下途径不断降低成本:

(1)开发新产品，改进现有产品的设计，利用价值工程增加产品功能成本的比重；

(2)采用先进的设备、技术和材料。

(3)开展作业成本计算、作业成本管理和作业管理。

(4)加强员工培训，提高技术水平，树立成本意识。

防范经营风险，要适度分散经营，分散经营风险。

影响财务风险的主要因素是:负债率水平、投资回报率水平、现金流和资产流动性。

防范财务风险的方法有很多:

(1)足额、按时筹集企业发展所需资金。

(2)合理调动货币资金，严格执行防范金融风险的有关规定；

(3)保持资产的流动性。公司的偿债能力直接取决于其债务资本总额和资产的流动性。公司可以通过增加流动资产占总资产的比例和速动资产占流动资产的比例来保持资产的流动性。

(4)选择最佳资本结构，确定合理的负债规模。

(5)建立风险基金和偿债基金；

(6)获得政府的帮助和支持。

(7)企业家加强自身素质的培养

早餐商业计划模型工作计划公司的生产经营活动是一个连续系统的有机过程，每个经营环节都可能存在一定的风险，一个环节的风险也可能影响到另一个环节。风险普遍存在于公司经营的全过程，甚至总有风险，凡事都有风险。因此，我们的计划会有风险。经过我们的综合分析，风险已经降到了最低点，我们有信心赢得利润。

物资不如粮食。人们以食物为第一要务。中国人有文明世界的饮食文化。食品的规模、品种、布局、结构一般不受干扰。食品行业投资可大可小，容易切入，选择面广。

市场调查报告：

根据我们的问卷调查，90%的人都有吃早餐的习惯，这为我们的计划提供了一个很好的机会。

首先确定我们的消费主体和消费水平。调查显示，70%的早餐消费水平在2-3元，他们不会在早餐上花太多钱。因此，我们的合作伙伴应该寻找中低档次的早餐或小吃店。我们必须为他们提供物美价廉的食物，我们的服务费不应该太高。

第二，送货时间。根据调查，80%的早餐时间在7点左右，所以我们不仅要提前做好准备，还要与合作伙伴做好沟通，从而保证为客户提供新鲜温暖的食物。

再次，早餐的内容也是一个很重要的问题，90%的人仍然选择常见的低价传统食品，如粥、牛奶、馒头、豆浆、混沌、面包、油条、煎饺等。这样，我们就可以确定我们的伴侣，并定期做早餐。当然，剩下的食物可以根据个人喜好来决定。如果有必要，我们会添加其他早餐品种。

调查显示，人们现在更愿意自己或和家人在外面的各种早餐店或小卖部吃早餐，有些人选择在家(国内)度过时间。但是调查显示，有很多学生和上班族很少或没有时间吃早餐。所以他们经常空腹去上课或者开始一天的工作。

有些消费者因为一些原因没有选择点外卖，比如担心外卖费用太高，食物不卫生不新鲜，不能及时拿到早餐。所以首先要让客户对我们有足够的信任，比如提前说明我们的服务质量、保鲜卫生技术、送货率、合理的服务费等。这样这个问题就好克服了，应该不是问题。

最后，虽然35%的回答者不能接受我们的配送方案，20%的不在乎，但是他们还是有一定的购买力的，如果服务质量好的话，是可以接受的。另有45%的受访者可以接受我们的上门服务，表示这种服务非常人性化，有一定的市场潜力。所以我们的可行性还是很大的。只要我们提供符合客户要求的服务，他们就会接受并支持这一计划。

总之，经过市场调查，从数据上可以看出，我们的市场广阔，前景可观。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、项目背景

鲜花已经成为人们生活中不可缺少的装饰品！近年来，花卉消费越来越繁荣。除了花的外形美观，让人赏心悦目，美化家居外，花还能开发人的想象力，让人与人交流时更含蓄，更有品味。

这样，我们建立了一个网上校园花店，以送花为市场切入点，兼顾网站的长期市场占有率和短期资金回报率来抢占市场，以个性化消费为主题，以鲜花为先导带动其他产品，最终形成了具有品牌优势的“geo大学玉鸟花店”市场。很可行。

二、公司项目规划

1.提供清晰、有效、畅通的销售渠道，以提供产品和服务为基础，促进花卉市场的大发展。我们的蓝鸟将成为一个可爱的信使，向成千上万的家庭传递祝福和幸福。为人类创造最好的生活环境

2.公司目标

立足大土地，服务武汉，辐射华中。打造一流的网上花店公司。公司将在一年内在武汉消费者中建立一定的知名度，努力实现收支平衡。在投资期内，只选择网站主站所在的地质大学西校区作为试点市场。这个地区的市场容量在3000人以上，比较有代表性。试点时间为一个半月。当模型成功后，将以asp的形式在分站中推广。经过3到6个月的运营，它将扩展到其他市场

三、商业环境和客户分析

1.行业分析

“地球大学玉鸟花店”网站是大学生针对650万大学生推出的垂直网站，所以目标消费者是大学生。网站除了武汉地质大学主站外，在湖北高校还有子站。因此，暂定目标消费群体以湖北大学生为重点，未来市场将逐步扩大。以中国地质大学为例，各类学生近2万人，8所学校目标消费者近20万人。最新统计显示，全国约有650万大学生，这是一个巨大的市场规模，考虑到未来学生毕业后仍然会对网站变得忠诚。

2.调查结果分析

我公司以武汉大学生客户分析为主，主要采用问卷调查(问卷见附件1)和个人访谈。这次我们发出了50份问卷，收回了37份。由于时间有限，问卷数量不多，但还是在一定程度上反映了广大消费者朋友的消费心理和需求:

(1)在创新上有明显的好奇心和趋同性，听同学或朋友介绍购买行为；

⑵购买行为基本上是感性的，但由于自身经济收入的影响，其购买行为具有理性色彩，一般选择价格较低但浪漫色彩较强的品种；

⑶大学生没有固定的购买模式，购买行为往往比较随意。

(4)接受和吸收新事物能力强，追求时尚，崇尚个性；

⑸影响产品购买的因素有:价格、品种、包装、服务等。；

【6】购买行为非常喜庆，一般集中在教师节、情人节、圣诞节、朋友生日前后。

3.目标客户分析

大学生一般不问价格，但从网上订单来看，重点是中档价格。订单的数量倾向于表达一个人的心声，比如大部分订单1(你是我唯一)、3(我爱你)、19(爱情之路长久)、21(最爱)等。在教师节，鲜花通常是根据班级人数订购的。包装一般倾向于要求高档，倾向于向个性化方向发展，对花的品质要求严格，如不掉色现象。

2.营销策略分析

2.1品牌战略

在网站建设之初，我们非常重视品牌。在品牌包装上，艺术家根据详细的市场调查和大胆的预测，采用动态页面和静态页面相结合的设计方案，精心规划视觉图像和文本字体，力求独特创新

2.2价格策略

玉鸟网上花店在原材料、包装、服务上力求完美，力求给顾客最大的享受和心理满足。兼顾价格路线和质量路线，满足不同层次消费者的需求。

2.3推广策略

(1)宣传策略

利用学校广播电台、报纸专栏、宣传栏进行免费宣传，利用网站本身的信息流优势进行宣传，突出形象，与各大报纸、地方广播电视台建立良好关系，采取互利共赢的战略模式

(2)服务

网上花店的服务一定是一流的。对于配送团队成员来说，只要有订单，就必须按照订单要求按时发货，是微笑服务。

在售后服务方面，客户服务部负责采取以下方式:

(1)打感谢电话或发电子邮件进行友情提醒服务，客户有重大节假日时发电子贺卡。

(2)无条件受理客户退货，集中受理客户投诉

③建立带礼品的消费者问卷，掌握消费者需求的第一手信息

(4)首次订购的客户将收到带花花瓶，并享受优惠价格，成为会员后享受会员价格。

⑤不定时在线或线下举办会员沙龙，交流信息，交流感受，回答客户最感兴趣的问题。

⑥建立客户数据库文件。当客户重复下单时，只需输入姓名，客户的其他信息就会自动转入系统。

2.4渠道建设

目前网上花店主要与一流批发商建立业务关系。选择批发商时，一般要考察其经营业绩、信誉、合作态度、交货及时等。要求批发商在同一个城市的不同区域有几个营销网点，方便高校的配送会员现场取花。通常，与批发商签订合作协议，就价格和产品质量等问题达成协议

四、网上花店策略的实施

1.市场范围选择:投资期间，仅选择主网站所在地中国地质大学西校区作为试点市场。这个地区市场容量3000多人，比较有代表性，试点时间一个半月。该模式成功后，以asp的形式在分站中推广。先在其他已建的7个变电站试运行，运行3-6个月后再向其他市场拓展。

2.重点推广客户。宣传对象主要是在校学生。他们对时尚感兴趣，并倾向于引领潮流。对于逻辑思维较强的工科学生，我们利用早期受众进行传播，达到宣传效果。

3.现场推广选择每年的9月8日和9月9日作为重点推广日期，在此之前向学生宿舍发放传单。宣传内容包括:

(1)挂统一的彩旗，位于校园主干道上，号码3-5，以“玉鸟花店”网址和“校园花店隆重推出”匹配挂为题。

⑵在校园人流量大的宿舍、食堂门口附近设立宣传台，放置3-5台微电脑，可在线查询订购；放一个宣传板详细介绍花店的内容，放实物花，宣传当天送出配送礼物。

⑶要求学校电台播出《玉鸟花店》宣传部门拟定的宣传资料，将分早、中、晚三个时段进行一次，连续几天。

⑷为营造气氛，安排两位女士佩戴“玉鸟花店”网站彩带，讲解，并组织抽奖，中奖者可当场订购20元以下的鲜花，由网站支付。

⑸宣传日请向学校相关媒体报道，如武汉晚报、地方电视台等

5、营销效果预测与分析

1.周转收入

根据调查分析，可以预测重大节假日日销售额在1000元以上。

2.付款方式

根据相关资料，网上支付将达到20%。我们正在积极联系招商银行等金融机构，建立业务合作，推广网上支付

3.订单方法

电子邮件订购，直接访问“玉鸟花店”网站校园花店订购，电话订购。此外，我们重点介绍了在学生中流行的短信订阅

4.客户特征

更年轻，100%年轻人，以男学生为主；他们信誉高，文化素质高，没有坏账

5.消费特征

60元以下的花最受欢迎

6.信息基础设施

公司网站主要以虚拟主机的形式存在，所以公司暂时不需要信息硬件设施。对于信息软件的开发和网站的建设，公司将通过内部成员中计算机技能较好的学生和招聘该领域具有特殊技能的成员来完成。虽然理论上b2c网站可以做到零库存，但现实中很难做到这一点。

不及物动词运营成本估算

1原理

把每一分钱花在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值

2.最初投资

期间资金主要用于全网服务外包(虚拟主机)、产品采购、系统开发维护、前期宣传、物流配送等。估计需要2万左右。从网站建立到网站正常运行大约需要一个月的时间

3.二期投资

现阶段，我们的服务将辐射到高校和武汉市。服务内容将大大扩展，服务质量将进一步提高。资金的主要来源是公司以前利润的积累和引进外资，如银行信贷

七、系统开发计划

1.系统开发计划

根据公司成立初期资金不足和我们开发团队的实际情况，我们决定选择虚拟托管的方式来搭建我们公司的网站。当然，随着业务的拓展和资金的充裕，我们会考虑建立自己的网站。系统成型后，公司将根据预定的系统功能需求，逐步进行实时测试。系统的完成无疑是一个测试、完善、再测试和完善的过程，直到系统功能达到公司的预期要求

2.系统逻辑方案

系统逻辑方案是实现电子商城业务目标、策略和方法的总体框架。根据我公司的实际情况，阐述了以下六个模块:系统业务活动流程、系统总体逻辑结构、系统数据分发、信息处理模块和安全控制模块

八、项目摘要

1.主要工作完成情况调查

了解大学生朋友的真实需求，公司从实现目标、运行机制、项目策略等方面做了整体规划。此外，在系统开发方案方面，公司还结合在课堂上学到的电子商务知识，参考了大量关于网站服务的文档，制定了适合公司的网站运营流程和设计流程，以及适合我公司的系统逻辑方案

最重要的是，针对目前大学生对花卉市场的特殊要求，我们自行设计了一系列服务产品，如短信订花、附送祝福卡、电话发信息等，并制定了合理的价格。同时，我们还成立了一个论坛，不仅满足了青年学生的实际需求，也满足了社会不同年龄消费者的需求

2.缺点和困难

由于我们企业刚刚开始规划，资金严重短缺。同时，整个计划难免有所欠缺，但我们会尽力充实完善。在网站设计和制作方面，由于我们的团队成员对相关知识了解不够，我们在网站设计上有很大的困难。但是通过我们的共同努力和合作，玉鸟花店的网站已经初具规模，给人玫瑰之手，留香长久。我们相信，在未来的努力中，这个网站将会得到进一步的完善。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

1.行动纲要

创意背景和项目介绍

随着社会的发展，人们的生活节奏越来越快。尤其是对于上班族来说，每天吃新鲜的蔬菜水果等农产品已经成为一种奢侈的追求。他们白天辛苦劳作，晚上回家却苦于无处购买新鲜果蔬等农产品；更多的时候，他们没有时间和精力去遥远的市场或超市购买蔬菜、水果和其他农产品。再者，现在食品安全堪忧，市场上的蔬菜水果等农产品质量参差不齐，没有统一的管理和标准。在这样的背景下，经过调查分析，我们团队决定在一些大型社区或小区，开设蔬菜水果等农副产品专卖店。店内蔬菜水果等产品直接从郊区有机农场购买，然后直接销售，省去了中间环节，争取市民吃到安全的菜和便宜的菜。但前提是蔬果店所在的郊区必须能够及时提供新鲜的蔬果等农副产品，提供的产品新鲜无污染。当然干蘑菇等干货没有这个要求，可以找一些工厂合作。

市场描述和利益来源

蔬菜、水果等农产品是人们生活的必需品，所以市场相对稳定、安全。启动资金方面，主要包括店铺租赁装修、产品购买、未来产品持续更新等。前期主要是店面的租赁费用和购买费用，大概需要90-100万:店面租赁50万左右，装修5万左右，宣传5万左右，购买30万左右。刚开始可能商品品种少，只有普通的，但是随着利润的增加，会继续增加。

预计投资运营后，只要选址合适，采购需求大，供应商货源充足，团队管理好，很快就会有利润。收入的主要来源是销售的产品和服务(如送货上门)的差价。预计前期投资成本可以在运营良好的情况下，在半年到一年内收回。目前的经济状况可以保证店铺的正常运营。如果店铺正式运营后不能立即盈利，那就需要。

市场竞争分析

对于这类项目，竞争的主要来源是蔬菜市场和超市。竞争优势是我们比他们方便，产品可靠新鲜，服务更全面。处于不利地位的

是他们的产品比我们的更丰富，有更多的选择和强大的后盾支持运营。所以盈利后要继续扩大店面和经营范围，力求全面优秀。考虑开分店和网店，在一定时间进入超市和菜市场，形成统一局面。让顾客在任何地方都能买到我们的产品。方便的时候可以去菜市场或者超市慢慢选。急的时候可以在家或者网上买自己想要的产品。

团队概述

我们的创业团队由四个人组成。他们是甲、乙、丙和丁..四个人都能吃苦耐劳，细心，提供一定的资金和实力。关于分工，四个人各有各的能力，a和b擅长谈判和管理；c擅长沟通和营销；小心公平。所以根据每个人的能力，安排a和b分别负责供应、物流和业务拓展；负责店铺的维护、销售和售后服务；d负责资金管理，同时协助c，我们会定期开会，保持团队默契，及时了解各种动态。如有分歧，将通过协商解决，必要时引入第三方参与管理

2.行业背景和公司概况

行业背景和市场需求

农副产品是人们日常生活中必不可少的。俗话说“民以食为天”。所以农副产品销售是一个永不凋零的行业。如今，许多农村发展科技农业，城市郊区也发展以农场为基础的多向农业，为我们提供了全面丰富的供应渠道。然而，城市居民每天消费大量的农副产品，对这类产品及相关服务的质量要求越来越高。因此，对于人口密集的城市社区，提供便捷的农副产品尤为重要。很多时候，繁忙的绿色城市的人们想吃一顿丰盛的饭，还要走很长的路去买原材料。现在，我们把新鲜廉价的原料搬到小区门口，这样他们就不会为了一个大葱多走一英里了。

公司概述

公司的经营形式是直销和垄断，并对注册商标进行规范管理。经营范围主要包括蔬菜、水果、粮油、蛋奶、肉类及干货(如粉丝、香菇等)等。涉及的服务包括店内直销、送货上门、高档蔬菜水果订购(如水果礼盒)、生鲜乳制品订购等。门店直销满足客户平时的一般需求；送货上门，满足行动不便或没有时间购物的客户需求；专门定制，满足部分客户的特殊需求；生鲜乳制品的定制为顾客及时饮用新鲜健康的牛奶提供了便利。

市场进入策略

在进入市场之前，我们会选择一个好的地方，进行有针对性的市场调研，然后做好适当的宣传和前期的业务准备，也就是在小区门口搭建一个移动帐篷，试销业务，看看各地的销售业绩。根据销售业绩、居民反应和市场调研结果。正式开业后，我们将通过广告名单和一系列促销活动进行宣传。促销活动主要包括免费赠送会员卡和菜品。并派工作人员到居民家中进行宣传，告诉他们会员卡在某一天购买食物会有折扣，累积的积分可以在一定程度上兑换成现金和蔬菜。其他的促销方式包括买菜送葱蒜等调味蔬菜，送菜上门换点，给父母提供专门的会员卡买菜定时送上门。

当市场稳定后，我们将在现有店面服务的基础上扩展。并扩大店铺范围，增加业务品种，增强优惠力度。适时多开分店和网店。

3.市场研究和分析

市场调研情况

选择调查范围的条件是:1万人以上(约20xx户)城市不同地段，小区大门距离菜市场1000米以上。然后，对在小区长期居住的居民进行了调查。通过调查，我们发现只有2%的居民经常在外面或上班时吃饭，也就是说98%的居民经常在家做饭吃饭；经常担心买菜不方便的居民占75%；对市场上的农产品感到不安的居民占56%；能接受送餐的居民占89%；90%的居民经常去菜市场或路边摊买菜，30%的居民经常去超市卖菜；20%的家庭有孤独的老人或行动不便的人。在“购买蔬菜等农产品时最重要的问题是什么”的调查中，60%的居民选择了“质量”，86%选择了“价格”，85%选择了“方便”，76%选择了“品种”。通过对数据的分析，得出社区居民需要一家能够提供方便、安全、廉价的蔬菜等农产品的便利店。

目标市场概述

主要目标市场客户是普通社区居民、特殊白领、餐厅、行动不变的居民。餐馆和普通社区的居民一般都有每天购买食物的需求；白领阶层特殊、行动不变的居民，每周至少需要购买三次食物。他们对购买的农产品有不同的要求，但总结起来主要是质量好，价格低，购买方便。这是我们店的一般和发展要求。

市场容量大，未来不会萎缩。只会有越来越好的趋势。市场需求在我们的服务范围内，至少占五分之三，也就是说我们可以服务范围内五分之三的居民。另外五分之二被分流到菜市场、超市等地方。这个市场的另一个优势是目前几乎没有这样的店铺，现有的都是家族式的店铺，管理不规范，生意小。

市场份额和销售额

预计市场份额可占服务区域的五分之三。以服务区20xx户为例，我们可以服务其中1300户左右。我们假设每户平均每天消费农产品20元，一共26000元。排除成本等因素，净利润每天6000元左右。市场发展及趋势

任何地方的农产品生产和销售都要根据当地的气候、资源、区位、市场和消费群体来决定。销售者要注意瓜类、蔬菜等农产品旺季和淡季价格差异的客观规律，尽可能积极销售早熟或反季节品种，刻意制造“时间差”，以提前或延迟上市时间，及时卖出好价格的产品。

还有就是要学会怎么分市场卖农产品。比如我们把城市家庭消费分为三类:一是工薪阶层，二是年轻白领和高薪退休人员，三是小康人群。这三个阶层消费的农产品是完全不同的:工薪阶层消费阶层主要消费普通农产品，追求便宜实惠；年轻白领和高薪退休人员消费超过平均水平的农产品，追求产品的营养和外观，更喜欢干净的农民

产品，如大棚种植的反季节农产品；小康阶层的消费要求更高，追求高档、独特、保健、愉悦的功能，如茶树菇、乌骨鸡等农产品。

此外，我们应该品牌化和绿色化我们的产品。品牌的作用不仅表现在产品识别上，更重要的是，它将产品质量和市场信誉传递给消费者，给他们信心和市场影响力，给他们带来一定的精神享受和物质享受。农产品绿色营销战略是随着当前农产品环境污染和民生改善而产生的。目前，消费者越来越关注食品安全，消费无公害农产品和绿色食品已经成为一种趋势。因此，我们应该抓住机遇，发展农产品绿色营销。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、提供的明确的服务范围

1、微笑服务：在与人交往中微笑往往有意想不到的效果。

2、礼品服务：在特别的日子送上精美的一个小礼物，如可爱的小娃娃、小零钱包。

3、会员卡服务：凡是填好资料并承认的会员，在店铺消费均可享受8。8折。

4、情侣会员卡：凡是填好资料并承认的会员，在店铺消费均可享受8折。并可以8折享

受新推出的产品例如情侣鸳鸯饮。

二、延伸服务

可以接受电话订购和网上订购。

三、产品分析

1）产品在同类产品中的档次

①产品的价格认识

价格是经济环境中的一个敏感因素。市场价格对竞争力的下面与负面的影响，并不可小看。顾客购买力有限，对价格十分敏感。基本上价格必须得使得大众都能接受。如果价格要调整，在价格提高的同时，也必须在服务质量方面得到提高。

②产品的外观与形象

以甜美温馨为主题，产品的包装须讲究细致入微。

2）产口的分类与定位

① ② ③ ④蛋糕。供应商：雪贝尔电话及网上订购。蔬果榨汁：水果批发市场，价格便宜品种齐全。其他饮料（如可乐，雪碧，奶茶，咖啡等）面粉，奶油材料

⑤新型巧克力

⑥提供模具，可手工制作符合自己心意的特色巧克力，蛋糕，冰淇淋⑦特色油炸冰淇淋

⑧可与部分小学联系，收取一定费用，提供去学校教小朋友制作蛋糕巧克力⑨每天都推出一种固定的特价产品，并且之前做好宣传，可以保证不是前几天卖剩下的

四、与竞争对手的竞争状况分析

1）在竞争中的地位

像这样的糕点店在南京仙林大学城附近并不多，市场容量很大。并且我们店不单单是销售产品的商店，还提供自己动手，手工制作。这种手工糕点店就是将来的发展趋势，这种经营模式不仅可以吸引女性消费者，还能够吸引想为恋人送上独一无二祝福的情侣们。

2）主要的竞争对手

l竞争对手的优势与劣势

优势：

①服务优势：以提供精致服务以及不断创新产品而闻名（雪贝尔）以品质上佳的蛋糕及卓越的服务打响名号（皇冠玛利奥）②便利优势：都使用柜台式销售

③品牌优势：知名度高

④价格优势：价格适中

⑤拥有仙林地区其他蛋糕店所没有的特色手工制作

劣势：

①环境：单一柜台式销售已渐渐被淘汰，取而代之的将是新型模式的蛋糕店。②成本：前期投入成本会比较大，收回成本可能需要一段时间

五、项目分析

1）店铺的核心

diy手工制作，真诚贴心服务。顾客所需要的正是我们所需要的。

2）店铺地理位置的选择

大成对面，南京银行旁边。

3）店铺的装修及表现风格

以甜美温馨为主要表现风格，以粉色，白色，淡绿色，色系为主，以心形为主要设计图案。

4）服务人员的招聘

服务人员的一言一行关系着店铺的形象。

1，从业人员必须持有“健康证”。

2，找有经验的以及文凭高的优先考虑。3

3，有创新思维的优先考虑。

【费用

l）开业庆典

确定庆典所需传播的信息，安排好庆典花束及加强派发传单人员对周遭地区的宣传。

2）开业预算1。启动资产：60000元2。设备投资：1。房租3000元，押金6000元。

2。门面装修（包括店面装修、灯箱、音响）约10000元。

3。统一服装费约500元，点心师傅两名，服务人员两名，宣传、外送人员（派发传单人员）三人。（由于是合伙经营，所以没有工资，从盈利中获得分成。）

4。机器设备最大的投资：35000元

5。广告媒介费用：２０００元．

6。首期进货款：面粉、奶油、及以上产品定位的原材料以及糕点订购3000元。水电等杂费：700元】

7。蛋糕的制作方法可购买光盘自学，这样可以节省不少成本费用。目前市场上《全套蛋糕制作

教学

光盘》一般17盘含70项目技术共200元/套。

六、广告策略

1）广告的目标

l 、期望的目标

提高认知度，初步建立良好的店铺形象，赢得社会公众的好感，为以后的发展打下基础。

2、根据市场情况可以达到的目标

打开认知度，促进产品销售，顾客来访的增加。

2）广告市场策略

l 、广告主题

以介绍店内精致小点心，冷热饮，手工制作为主，以介绍店铺环境为辅。设计的广告要

能突出和符合店铺形象的。

2、广告创意的途径与内容平面广告宣传册：地点：中高级住宅区，学校内部、门口，商业步行街及商业区等。宣传时间：一个月

方式：派发清单

店内广告：

在店内有充分空间的条件下，张贴部分美食平面广告图片。

七、济效益估算

1、月销售额：21000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21000元。

2、每月支出：14033元房租：，约5000元。

3、货品成本：售价30%左右

4、水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元

5、月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

项目融资业务计划一，项目经营计划的作用体现

写商业计划书的直接目的是找一个战略合作伙伴或者风险投资基金，其内容应该是看重科学反应项目的投资价值。一般来说，项目规模越大，商业计划书的长度越长，如果业务单一，可以简单。一份好的商业计划书的特点是:专注于产品，有竞争力，充分的市场调研，有力的数据描述，行动方针，展示优秀的团队，良好的财务预测，优秀的规划提纲要点。

在申请融资时，商业计划是商业计划的重要组成部分，无论目标是风险投资机构还是任何其他投资或信贷来源。因此，商业计划书应该完整、真诚、诚恳，以事实为依据，结构清晰，通俗易懂。

二、国际标准项目商业计划书是编制的主要格式

(一)项目经营计划总结

商业计划书的摘要是风险投资者首先看到的内容，它是商业计划书的精髓，反映了商业的全貌，是所有计划的核心。它必须让风险投资者感兴趣并渴望获得更多信息。一般控制在两千字左右的长度。主要包括以下内容:

1、公司概况

2、研发

3、产品或服务

4、管理团队和管理组织

5、行业和市场

6、营销策略

7、融资指令

8、财务规划与分析

9、风险因素

10、退出机制

(二)公司概况

介绍了公司过去的历史、现状和未来规划。具体来说，主要包括:公司概况:包括公司名称、地址、联系方式；自然业务；发展史；预测公司的未来发展；公司与众不同的竞争优势或独特性& # 39；s税；

(三)公司的研发

介绍人员和资金的发展计划及目标实现情况，主要包括:

1、研究经费

2、研发；人员情况

3、研发设备

4、产品技术研发及发展趋势

(四)项目产品或服务

企业家必须向风险投资者介绍自己的产品或服务。主要有以下内容:

1、产品的名称、特点和性能用途

2、产品开发过程

3、产品处于生命周期的哪一段

4、产品& # 39；美国的市场前景和竞争力

5、技术改进和产品升级的计划和成本

(五)管理团队

”人& quot是风险投资业中一个非常重要的因素。从某种意义上说，创业成功的风险最终取决于企业是否有强大的管理团队，这一点对公司的全面介绍尤为重要& # 39；的管理团队，包括公司& # 39；公司的管理结构、大股东、董事、关键员工、薪酬、股票期权、劳动协议、奖惩制度和部门构成等情况都必须以清晰的形式展示给你的公司& # 39；s管理团队的战斗力和独特而与众不同的凝聚力和团结的战斗精神。

(六)项目市场及竞争分析

目标市场:主要产品的销售金额、增长率和对产品或服务的总需求，为判断做出充分的依据。目标市场是公司& # 39；s & quot业务箭头& quot将产品交付到目的地，但市场细分是企业的定位，你应该有你所有的目标市场细分，并讨论你想要实现的总销售收入、市场份额和从中获利的大部分。同时估计你的产品，真的有潜力。

风险投资家不会由于简单的数字相信你的计划，你必须对可能的需求和市场的影响，进一步分析战略，这样潜在的投资者可以判断你的公司目标的合理性，他们将承担相应的风险，必须说你如何得出你的结论。

目标市场，应解决以下问题:

1、你的细分市场是什么？

2、你的目标客户群是什么？

3、你5年的生产计划、收入和利润？

4、你有多大的市场？你的目标市场份额是多少？

5、你的营销策略是什么？

行业分析，应该回答以下问题:

1、行业发展水平？

2、现在动态的发展如何？

3、行业总销售额？总收入是多少？发展趋势如何？

4、经济发展对行业的影响程度？

5、政府是如何影响行业的？

6、决定其发展的因素有哪些？

7、竞争的本质是什么？你采取什么策略？

8、进入行业的壁垒是什么？你会如何克服？

竞争分析，回答以下问题:

1、你的主要竞争对手？

2、你的竞争对手占市场份额和市场战略？

3、可能出现什么样的新发展？

4、我们的策略是什么？

5、在竞争中你的发展、市场和地理位置的优势？

6、你能承受，竞争带来的压力？

7、产品的价格、性能、质量在市场竞争中有优势吗？

营销，这是一个风险投资家非常关心的问题，你的市场影响策略应该解决以下问题:

中文翻译

一、项目业务计划功能的体现

编制项目商业计划书的直接目的是寻找战略合作伙伴或风险投资基金，其内容应珍惜科学反应项目的投资价值。一般来说，项目规模越大，商业计划书就越长；如果企业业务单一，可以简洁。好的商业计划书的特点是:注重产品，敢于竞争，做充分的市场调研，讲解有力的信息，展示行动的方针，展示优秀的团队，良好的财务预测，优秀的计划总结等等。

在申请融资时，无论申请对象是风险投资机构还是其他任何投资或信贷来源，商业计划都是至关重要的一部分。因此，商业计划书应该内容完整，意图真诚，以事实为依据，结构清晰，易于理解。

二、国际标准项目商业计划书的主要格式

(一)项目经营计划总结

商业计划书的总结是风险投资家首先要看到的。它凝聚了商业计划书的精髓，反映了商业的全貌，是所有计划书的核心。它必须让风险资本家感兴趣，渴望获得更多信息。长度一般控制在20xx字左右。主要包括以下项目:

1.公司概述

2.研究与开发

3.产品或服务

4.管理团队和管理组织

5.行业和市场

6.市场战略

7.融资描述

8.财务规划和分析

9.危险因素

10.退出机制

(2)公司概况

介绍公司过去的发展历史、现状和未来规划。具体来说，主要包括:公司概况:包括公司名称、地址、联系方式等。；公司的自然经营情况；公司的发展历史；预测公司未来发展；公司独特的竞争优势或独特性；公司的纳税状态

(3)公司的研发

本文介绍了研发投入的人员和资金计划以及要达到的目标，主要包括:

1.研究基金投资

2.r&d人事

3.研发设备

4.技术进步和开发产品的发展趋势

(4)项目产品或服务

企业家必须向风险资本家介绍他们的产品或服务理念。主要包括以下内容:

1.产品的名称、特性和性能

2.产品开发过程

3.产品处于生命周期的哪个阶段

4.产品的市场前景和竞争力如何

5.技术改进和升级计划以及产品成本

(5)管理团队

风险资本家考察企业时:“人”是一个很重要的因素。从某种意义上说，一个风险企业家能否成功创业，最终取决于企业是否有一支强大的管理团队。特别重要的是要全面介绍公司的管理团队，包括:公司的管理机构、大股东、董事、关键员工、薪酬、股票期权、劳动协议、奖惩制度、各部门的组成等。需要展现出贵公司管理团队的战斗力和独特性，以及鲜明的凝聚力和团结拼搏精神。

(6)项目市场和竞争分析

目标市场:主要对产品或服务的销售额、增长率、总需求等做出充分的判断。目标市场是企业的“管理之箭”把产品送到目的地，市场细分是企业的定位。你应该细分你的目标市场，讨论你想从它们那里获得多少总销售收入、市场份额和利润。同时，估计你的产品的真正潜力。

风险资本家不会因为一个简单的数字就相信你的计划。你必须进一步分析可能影响需求、市场和战略的因素，以便潜在投资者能够判断贵公司目标的合理性以及他们将相应承担的风险。你必须说出你是如何得出结论的.。

目标市场的细化应解决以下问题:

1.你的细分市场是什么？

2.你的目标客户群是什么？

3.你的5年生产计划、收入和利润是多少？

4.你的市场有多大？你的目标市场份额是多少？

5.你的营销策略是什么？

行业分析应回答以下问题:

1.行业发展水平如何？

2.目前的发展趋势如何？

3.这个行业的总销量是多少？总收入是多少？发展趋势如何？

4.经济发展对行业有什么影响？

5.政府如何影响行业？

6.是什么因素决定了它的发展？

7.竞争的本质是什么？你采取什么样的策略？

8.进入该行业有哪些障碍？你会如何克服？

竞争分析，回答以下问题:

1、你的主要竞争对手？

2.你的竞争对手的市场份额和战略？

3.可能会出现哪些新的发展？

4.我们的策略是什么？

5.在竞争中，你在发展、市场和地理位置上有什么优势？

6.你能承受竞争带来的压力吗？

7.产品在市场竞争中的价格、性能、质量优势？

营销，这是风险投资家非常关心的问题。你的市场影响力策略应该说明以下问题:

1.营销组织和营销团队

2.营销渠道的选择与营销网络的构建

3.广告策略和促销策略

4.价格策略

5.市场渗透到发展计划中

6.营销突发事件的应急对策

(七)项目生产经营计划

生产经营计划主要阐述企业家新产品的生产经营过程。这一部分很重要，风险投资家应该从这一部分知道如何购买原材料、供应商、劳动力和员工、生产资金、工厂和土地等。内容要详细，细节要清晰。这部分是未来投资谈判中投资项目估值的重要依据，也是风险企业家股权的重要组成部分。

生产经营计划主要包括以下内容:

1、新产品的生产经营计划

2、公司现有的生产技术能力

3.质量控制和质量改进能力

4.现有生产设备或待采购的生产设备

5、现有生产流程

6.生产产品的经济分析和生产过程

(八)项目财务分析和融资需求

财务分析数据是需要你花大量时间精力去编译的部分。风险资本家会期望从你的财务分析中判断你未来经营的财务盈亏，进而判断自己的投资是否能得到预期的理想回报。财务分析包括以下三个方面:

1.过去三年的历史数据和未来三年的发展预测主要提供过去三年的现金流量表、资产负债表、利润表和年度财务总结报告。

2.投资计划:

风险资本的估计金额

风险企业未来融资资本结构如何安排

获得风险投资的抵押和担保条件

投资收入和再投资安排

风险资本家投资后双方股权的比例安排

投资基金收支安排及财务报告编制

投资者参与公司经营管理的程度

3.融资需求

资金需求计划:实现公司发展计划所需的资金数额，资金需求的及时性，资金的使用情况(明确资金的用途并列出)。融资计划:描述公司想要的投资者和股份，以及其他资金来源，如银行贷款。

(9)项目风险因素

详细说明项目实施过程中可能遇到的风险，并提出有效的风险控制和防范措施，包括技术风险、市场风险、管理风险、财务风险和其他不可预见的风险

(十)项目投资者退出模式

股票上市:根据商业计划书分析，分析上市的可能性，说明上市的前提条件

股权转让:投资者可以通过股权转让收回投资

股权回购:根据业务计划分析，公司应向投资者说明股权回购计划的实施情况

利润分红:投资者可以通过公司的利润分红达到收回投资的目的。根据对该经营计划的分析，公司应向投资者说明股权利润分红计划的实施情况

第三，360投资情报研究中心的商业计划专门写特殊服务

360投资信息研究中心撰写的商业计划书，是以专家团队对项目相关信息的科学研究、分析、收集和整理为基础，从专业的角度更深刻、更全面地呈现项目信息。其主要内容包括:经营者理念、市场、客户、比较优势、管理团队、财务预测、风险因素等。商业计划书以数据为基础，从大到小，从宏观到微观分析市场，深刻描述公司(项目)将在市场中争取的地位。在比较优势方面，详细分析了企业自身的实力和竞争对手的战略；在管理团队方面，从背景和经历分析公司(项目)不同岗位每个人的角色；在最关键的财务预测中，报告将全面描述和分析大多数财务假设及其财务影响。

特别说明:一份高质量、高水平的商业计划书，是建立在我们的研究人员和你之间多次深入交流的基础上的。因此，我们强烈建议你来公司面试，或者我们安排一个特别的人在你的地方做实地调查。

1.申请国家专项资金业务计划——国家规范业态，注重产业发展，注重社会影响力；

2.吸引外资的商业计划——规范国际格式，符合外商投资政策，保障外商利益；

3.吸引风险资本的商业计划——规范金融业的业态，规避项目风险，保证回报；

4.友好企业合作商业计划书(360投资信息研究中心最新的企业经营与业务发展战略规划报告(高新技术企业融资专用)——行业标准格式、互惠互利的实施方案和审慎的市场评估；

5.项目评估业务计划——专家全版格式，严格执行计划，收益评估准确。

四.360投资信息研究中心在编制项目国际标准商业计划书方面的独家服务优势

1.专业团队:由行业资深专家、博士、高级工程师、注册会计师、造价工程师、顾问等专业人士组成的项目团队。专家组核心成员具有10年以上实际项目运营经验。投资项目工程关键环节的专业人才，能迅速为你的项目形成知识结构合理的专业服务团队(团队成员有2+3工作经验，即2年企业工厂工作背景+3年投资、生产研究、财务、咨询工作经验)，专业团队集专业、国际、投资策划、财务分析、项目管理、营销人才于一体。360投资信息研究中心专业团队编制的商业计划书、项目申请报告、项目立项报告、项目可行性报告、投资价值分析报告、资金申请报告、商业计划书在同行中处于领先水平，是您成功融资、立项、创业的保障。

2.丰富的案例经验:截至20xx年12月，共完成重大项目近800个(提供的案例展示均有完整的文件和合同，不在网上复制，合同客户可以查看)，实现了为项目方准备项目立项、项目可行性研究、资金申请、土地使用、银行贷款、环境影响评价、设备配置清单申请、上市集资、工商登记等报告的目标。成功率在93%以上。成败案例的积累，让我们的项目运营经验更加丰富。我们很高兴与您分享成功的案例经验，并希望通过研究失败的案例，为您的投资决策做出360度的综合论证和评估。

3.质量保证:可为项目提供国家发改委颁发的工程咨询甲级资质证书，涵盖综合经济、建筑、建材、医药、化工、纺织、化纤、机械、电子、电力、钢铁、通信与信息、石化、农业、轻工、旅游、市政公用、水利工程、生态建设、环境工程等行业。

4.准确的数据库支持:我们拥有系统完整的产业政策、标准和市场数据tz360-数据库，包括:我们连续10年积累了覆盖中国近1000个子行业和36万家企业的数据，并且该数据不断更新。强大的数据库积累是我们能够快速准备掌握您项目所在行业和市场的发展现状和未来发展趋势的有力保证。

5.自主开发的投资分析工具软件:我们拥有自主开发的领先的投资分析评估软件工具，可以对项目的投资估算和融资以及同类项目的收益进行科学的计算和比较，使投资项目的财务分析更加准确，更具指导性。

6.贴心、个性化的全程咨询服务:从你打电话进来的那一刻起，就会有人关注你的项目(无论你是否选择我们)。我们不仅可以为您的项目提供可行性研究报告，还可以为您提供项目相关的注意事项、项目申报流程和技巧，以及我们的项目团队对您项目的客观评价。此外，我们还为您提供独家售后服务，对于您在未来业务运营中遇到的任何问题，我们都可以尽可能为您提供免费的咨询服务。

7.项目推广及融资服务:360投资情报研究中心拥有强大的网络宣传平台，可以为你的项目做有针对性的推广和宣传；我们与国内外许多风险投资和私募股权投资机构建立了良好的合作关系，可以为您的项目融资提供增值服务。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、行业概况

明年它将从象牙塔里出来。由于经济危机的影响，我已经对餐饮业有了一个爱好，打算毕业后开一家蛋糕店。蛋糕店发展前景很大。现在的人生活好，消费水平高，对生活质量的追求高。综合蛋糕店已经成为城市消费的一大趋势。

二、蛋糕店概述

1、我们餐厅属于餐饮服务业，名字叫“玛姬下午茶”，是一家独资企业。它主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋和饮料等甜点。

2、商店将在社区贸易街开业。最开始是一家中档蛋糕店，以后会逐渐发展成安德鲁森、朝阳广场等蛋糕连锁店。

3、店铺需要9、5万元的创业资金。

三、业务目标

因为地理位置在贸易街，客户比较丰富，但是竞争对手也很多，尤其是店铺刚刚开业。要想开拓市场，必须在服务质量和产品质量上下功夫，进一步扩大经营范围，满足消费者的不同需求。短期目标是在贸易街站稳脚跟，一年内收回资金。长期目标是逐步发展成为经济实力雄厚、有一定市场份额的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，成为蛋糕市场的知名品牌。

第四，市场分析

1、客户来源:我们的目标客户是:在商业街购物娱乐的一般消费者，约占50%；学校周围的学生、店员、社区居民，约占50%。游客数量充足，消费水平中低。

2、竞争对手:根据调查结果，我们知道中国有很多品牌蛋糕店。仅福州就有很多连锁蛋糕店，如安德鲁森、朝阳广场、鸿业、安奇等。所以，竞争很大

动词（verb的缩写）商业计划

1、先去周围几家蛋糕店“打探情报”，了解一下不同类型和大小的蛋糕的成本价。了解各种蛋糕店的经营理念和“招数”。

2、筹集了所有的开业资金后，他们开始在各大蛋糕店“挖墙角”。不能明目张胆的挖，要在店里人少的时候偷偷过去和店长商量。还是聘请糕点师傅，开一家糕点师傅很重要，要慎重考虑。

3、已知找到一套固定消费率:“顾客永远得不到最便宜的价格。今天你可以减少几美元，明天可能会有竞争对手与你争夺更低价格的订单。”由此，我体会到了产品市场上的某种竞争策略:“降价促销不是长久之计。只有用最好的材料做最优质的蛋糕，才能吸引顾客，留住顾客”。

4、蛋糕店主要面向大众，价格不会太高，属于中低价。

5、一些广告传单可以以优惠券的形式印刷和分发，以达到广告的效果

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区，设置很多独特的椅子。顾客可以买一些零食，坐在蛋糕店慢慢品尝。蛋糕店的休闲功能进一步加强。7、经过多次调查，由于竞争等方面的需要，许多蛋糕店推出了一些与蛋糕关系不大的零食，以形成新的利润增长点。在品种上，很多店家都采取了一些创新的措施:比如在炎热的夏天，及时推出目前非常流行的冰粥、刨冰，奶茶、果汁等饮料受到顾客的青睐。

8、建立会员卡制度。会员的名字印在卡片上。会员卡的折扣率不高，这样一方面可以给消费者一种尊重感，另一方面也方便服务员称呼消费者。特别是如果消费者和别人在一起，服务员可以当众称呼他(她)为先生和小姐x的话，会有被尊重的感觉。

9、桌子上放一些宣传资料和杂志，里面有关于蛋糕和饮料的知识和故事。一方面可以提升品味，烘托氛围，增加消费者对品牌的好感。

10、无论是从店铺装修，店员形象，还是做蛋糕，都要给顾客一种健康卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家食品卫生法，这是基础。

11、食品行业有特殊的岗位技能要求:员工必须持有“健康证”。

不及物动词财务估算

启动资产:约9、5万元

设备投入:

1、房租五千。

2、门面装修20xx元左右(含店面装修、灯箱)；

3、货架和销售台投资1500元左右；

4、员工;同样的服装需要500元；

5、机器设备投资最大:8万元(含做蛋糕全套用具)；一期进价:面粉、奶油等原料，6000元左右。

月销售:(偶数):21000元。据相关业内人士评估，这样的小蛋糕店运营步入正轨后，月销售额可达2、1万元。

月支出:14033元。房租:最好的地段在人口密集的社区，社区贸易街，以及靠近孩子的地段(比如幼儿园或者游乐场)，5000元左右。

商品成本:30%左右，5000元左右。员工工资:10平米的店需要一个蛋糕师傅和一个服务员，工资合计20xx元。

水电等杂费:设备折旧费700元:按5年计算，月利润:6967元左右。根据这一估计，大约一年就可以收回投资。

五、风险和制约因素分析:

因为蛋糕店不是街上或小区里的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以要花更多的财力和“招数”来吸引顾客。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

昨天，我宣布将发布我的商业计划概要。我会把我所有的智慧和创造力都倾注在这个项目上。打造全新的商业平台。同时也希望对装修设计、知识产权保护、建筑装修、财务管理、网站建设等方面有兴趣的专业人士和我保持联系(直接留言，留下联系方式)。一旦获得天使基金或风险投资，就可以迅速组建创业团队，共同实现创业梦想。如果你是一个真正的人才，你将是我“富贵散人聚”的受益者。同时，我想对我们未来的创业团队说的是，我们真正想实现的是一个崇高的使命，在这个过程中实现自我成长和突破。

xxx旅游商业计划书(摘要)

项目名称:

北京(中国)×××旅游连锁有限公司

使命:

为外出人士提供实惠、独特、舒适的住宿体验。

愿景:

普通中国人旅游住宿，外国人体验。

热爱新旅行体验的人，驴友(国内外都有)，想找便宜住宿的人，自驾游团，家庭团旅行者，商务旅行者，想暂时休息一下的人，旅行社，xxx旅游连锁，通过互联网技术实现无中介直接预订和网上交易。让加盟商专注于服务，×××旅游品牌主专注于品牌建设和营销，住宿者获得廉价、舒适、快捷的服务，加盟商获得稳定、有保障的回报，品牌主创新住宿市场，扩大整个行业的市场规模，构建三方互利的创新商业模式，从而在酒店业创造新的蓝海。

创业目标:

从实施项目研发开始，六年内成为海外知名上市公司

一、项目规划的起源

之所以能规划出这种新型旅游住宿项目的连锁经营模式，是因为策划人自己根据以往经营酒店、宾馆、茶馆、天龙王朝的经验，以及对整个行业的考察，对住宿行业的核心要素进行分析，发现一片无人涉足的住宿市场蓝海，从而创造出一个新的市场，避免了这个行业的红海竞争。如果是蓝海项目，成功的可能性很大。到底是不是蓝海，就看几个关键词了。一是全新的市场空间和全新的商机；第二，创造新的市场需求，没有人会竞争。遇见这两个可以称之为蓝海。如果没有全新的市场空间，没有全新的商机，没有新的市场需求，没有现有市场的竞争，就没有自己的蓝海，失败的可能性很大。但恰恰相反，你找到了符合这两个特点的市场创新，你实际上打开了自己的蓝海。

可以保证xxx旅游连锁项目符合这些特点，所以在大家都很熟悉的传统住宿市场找到了属于自己的蓝海。我觉得每个行业都有这样的蓝海，就是一个新的市场。

许多项目的成功来自失败的教训。对这个项目影响最大的是天龙王朝大酒店，由项目策划人创办并失败。天龙王朝在北京能成功吗？在成都？在上海？广州呢？成功的关键不在于地点。有时候市场决定了企业的价值和收益。但更重要的是，你的商业模式不是为了弥补市场缺口，不是为了在细分市场中找到自己的定位，而是要有创意，去发掘现有的市场空间，甚至去创造新的市场空间。

天龙王朝的意义在于，他完全实现了一个虚构的东西，从而提供了服务业中所有可以总结提炼的东西，以及客户真正需要的是什么样的服务！什么样的产品能产生最大的效益！什么样的管理最简化！什么样的装修最省钱！客户需要什么样的环境！什么样的营销是有效的！服务业成功的本质是什么！为什么市场调研是企业成功的关键？这一切，如果你没有做过，就不会知道天龙王朝有太多的悲剧色彩。因为你没有做完整科学细致的市场调研，就贸然上马，导致定位错误。当你意识到的时候，是无法挽回的，因为这其实成了一个实验。成功只能是侥幸。但它提供了一个完整的商业案例进行分析。失败不是成功之母，但复习会是成功之母。一件事的失败，一定会告诉你什么是你做不到的，什么是你能做的，什么是你能做得更好的。所以因为各种教训，最重要的工作方式就是从市场调研开始产品研发。所以成功几乎可以保证。

二、操作思路

xxx旅游连锁项目运营的思路是通过成立北京住宿创新研究院(重点是住宿市场住宿模式的创新研究)来完成项目的研发，形成完整的商业模式。xxx旅游业提供了创新的商业模式，完成了一个运营系统的设计。招商出资建设具体的运营站点，即具体的酒店，按照统一的营销运营模式进行管理和运营。合伙人主要是有产权的企业和个人，但我们是一个整体。投资者并不拥有品牌和商业模式的全部知识产权，运营管理是统一的特许经营模式。

因为策划者在这个行业里努力了很多年，所以他们知道如何在实践中规避一切风险。这份商业计划书也是经过五年的思考和总结，在北京做了整整半年的市场调查，做出的一份科学详细的市场计划书。这足以发展成为中国独一无二的新旅游创新项目，创造新的市场空间。实施这个商业计划很有可能成功。

三、核心竞争力

住宿行业的蓝海和新的市场空间相对没有竞争力。

1、低成本带来的相对价格优势是市场。

2、规模优势，成本低，利润有保障。

3、凭借其独特的住宿体验和环境优势，成为旅游体验的新标准制定者。

4、授权连锁的特许经营模式促进了整体规模的快速增长，品牌形成了行业标准和最大的先发优势。

5、完善的知识产权和完整的品牌体系输出，让投资者省去了大量的市场调研、装修设计和监管。

人员培训、营销宣传费用、管理、收银、财务运营系统建设费用等直接和间接费用。

6、从事服务行业管理和项目施工团队多年。

xxx旅游连锁项目的蓝海在哪里？

首先，商业环境与传统酒店完全不同。最大限度地利用营业场所，减少低效的公共场所。现在，你对酒店的想象出现在你的脑海中，但这个项目绝不是出现在你脑海中的酒店，因为它是一个独特的环境。不会是刻板的酒店印象。不是怀疑自己的想象力，只是自己没看完之前真的无法完全想象这样的环境。之所以是蓝海，是因为没有了它，世界上还有更震撼、更有创意的东西，也不是策划者想象的那样。

其次，装修设计独特、特别、新颖、奇特。

第三、收益模式最简单，直接达到市场需求的核心要素。最大限度满足客户的真实需求。

第四、管理模式和操作的最大化简化(标准化和程序化)。

第五、简化和规范预约和财务管理系统。

第六、涉及投资、客户和商业模式创始人的双赢商业模式。

第七、核心和关键是保护整个项目的所有知识产权，成为独家商业模式。避免模仿竞争对手。这种保护是全方位的，从所有的装修设计、管理软件平台、工艺设计专利、商标、域名、商号，到所有专利申请原创演出的地方，制造知识产权壁垒，得到法律的有效保护。迫使所有想模仿类似操作的投资者与我们合作，实现最大的双赢。

整个店铺的特点是后期运营和装修成本非常低。作为住宿行业的蓝海项目。它的商业模式和最终消费体验在这个行业是完全不存在的，不是对现有行业的补充，而是住宿行业新的市场边界。为了让旅行的中国人真正住上便宜舒适的住宿(费用是所谓经济型酒店的三分之二)。可以说是享受了新的住宿体验。并能创造新的住宿文化。

项目建立了拥有完整自主知识产权的特许连锁经营模式，包括完善的互联网平台和会员注册制度，从品牌输出、知识产权、ci形象设计、装修设计、监管、运营模式、管理软件、营销、服务培训等方面形成了完整的服务体系。这么说吧，建这么大的项目策划系统，成本1000万。公布帮助施工和自己完成项目可能产生的成本对比，如市场调研、设计、施工监理、培训等费用。对于一个想要完成这样一个单一系统的模仿者来说是100万(因为他不考虑链条，只是单纯的模仿)，我会用50万卖给他这个系统，排除他自己系统的可能性。让他们可以选择加盟的方式，享受整个系统的营销和品牌支持，规避侵权风险，大大增加自己的竞争力，消除失败的可能性。就加盟而言，只要我发展超过20家加盟商，我就可以收回r&d成本。最重要的是，这些加盟商经营的品牌使用和收益分享，会形成长期稳定的收入来源。加盟商越多，成本越低。

其实就是建立一个全新的标准，然后输出品牌和商业模式，由投资者以特许连锁的方式进行运营。最多可以做个示范店。快速完成全国范围内的全行业布局。速度是关键，当然会有模仿者，但是我们有r&d和网络平台的优势，他会有太多的法律风险。像一个已经叫可口可乐的公司，你至少不能叫它可口可乐，所以竞争成本很高。就加盟连锁模式的收益而言，未来是非常可观的。特许费、年度固定会员费、品牌使用费和销售份额。当然，考虑收入是一种逐渐增加的方式。最开始，可能是加盟商获取最大利润的方式。让他们快点看到好处。成功后，逐步建立合理的收益分成。

四、市场空间

这个项目将创造一个数十亿美元的新市场，促进整个行业的繁荣。鉴于自身住宿市场的扩大，游客的增加，人口流动性的加快，这个市场未来将会有一个快速的增长过程。这个项目带来的价值是可以预见的。它可以给出国旅行和出差的人带来最大的好处。同时由于原有的品牌管理和项目，没有风险，盈利预期明显，造就了无数千万富翁(加盟商)。项目成功的基础是帮助加盟商赚到实实在在的钱，消费者获得实实在在的利益。前期为了拓展市场，我们尽最大努力降低加盟商成本，实现利润最大化，在这个过程中逐步完善项目。一旦市场形成，作为品牌和商业模式的拥有者，企业的利润将最大化，新市场的诞生是这个项目令人兴奋的地方。

该项目的建立是基于创造住宿业的蓝色海洋。他的价值创新在于:普通人需要安全、廉价、舒适的住宿；想投资服务业的，没有好的项目、品牌、规范的管理和培训；有项目、品牌、管理经验的人没有风险投资，从而在投资者、客户、商业模式创始人之间实现双赢。这个项目创造了一个全新的行业，建立了一个新的标准。这是一个非常高的商业智能。

五年内，所有中国人都愿意选择并习惯这种住宿。十年后让所有外国游客来中国享受这种体验是我们的梦想。

五、项目研发。

研究所可能的组织形式:

1、装饰设计部

2、工程设计部。水、电、蒸汽、宽带(弱电)和空调系统解决方案。

3、网络服务部。管理软件和收银机系统招标。

4、财会部

5、不分部门。办公室，人力资源，项目培训。

6、知识产权登记管理部。包括项目管理手册。

7、项目部。实施项目过程、监督和管理培训。

通过市场调查完成以下项目:

1、租房是否能产生足够的效益。周边环境、交通流量、交通流量对周转可能产生的影响。

2、确定价格。

3、确定服务项目。收费:住宿、集体活动场地等。自由项:省略。

4、装饰设计相关规定。

5、消防要求对房间布局、房间大小和床的影响。

项目实施:

1、以联合项目组的形式完成具体项目的实施。

2、通过各部门联合市场调研的方式完成市场调研。

市场调研思路:

模拟租赁，各酒店住宿体验，模拟设计(功能区)，成本计算(全部)，各酒店住宿价格调查，价格确定。可以得出结论:

a，哪里开店最好？

b、单店装修费用、设备(消防、水、电、汽、宽带、电视等弱电系统)费用、人员招聘及培训费用、管理软件投标价格。

c、网站建设和营销费用。

d、投资回收期。

e、租房子还是自己买房更划算

不及物动词r&d和管理团队(在建)。

创业过程中培养出来的一批精英，在长期的共事过程中，深受规划师思想的影响，已经形成了自己的企业文化基础。因为天龙王朝的失败，他们分散在各个行业，有的已经自己创业了。只要他们寻求投资，就会在最短的时间内聚集起来。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

美国一位著名的风险投资家曾经说过，“邀请人们投资或加入一家风险企业就像向一位离婚的女性求婚，而不像和一个女孩的初恋。双方各有各的打算，光靠空头承诺是没用的。”对于寻求资本的风险企业来说，商业计划书是企业的电话名片。商业计划书的质量往往决定了投资交易的成败。

那些既不能给投资者足够的信息，又不能让投资者兴奋的商业计划书，只能扔进垃圾箱。为了确保商业计划能够发挥作用，风险企业家应该做到以下几点:

1.专注于产品

在商业计划中，应提供与企业产品或服务相关的所有细节，包括企业进行的所有调查。这些问题包括:产品处于什么样的发展阶段，产品的独特性，企业如何分配产品，谁将使用产品，为什么产品的生产成本是多少，售价是多少，企业开发新的现代产品的计划是什么，这样投资者就会像风险企业家一样对产品感兴趣。在商业计划书中，创业者要尽量用简单的文字描述一切——商品及其属性的定义对创业者来说非常清楚。制定商业计划书的目的不仅仅是为了让投资者相信企业的产品会在世界范围内产生革命性的影响，也是为了让他们相信企业有论据证明这一点。商业计划书中对产品的解释要让投资人觉得:“哦，这个产品多么精彩，多么鼓舞人心啊！”

2.敢于竞争

在商业计划中，风险企业家应该仔细分析竞争对手的情况。竞争对手是谁？他们的产品是如何工作的？竞争对手的产品和自己的产品有什么异同？竞争对手采取的营销策略有哪些？需要明确每个竞争对手的销售额、毛利、收入和市场份额，然后讨论这个企业相对于每个竞争对手的竞争优势。有必要向投资者表明，客户更喜欢这个企业，因为它的产品质量好，交货快。商业计划书要让其读者相信，这家企业不仅是行业内的强劲竞争对手，也是未来确定行业标准的领导者。在商业计划书中，企业家还应明确竞争对手带来的风险以及企业采取的对策。

3.了解市场

商业计划应该为投资者提供对目标市场的深入分析和理解。需要仔细分析经济、地理、职业和心理因素对消费者选择购买其产品行为的影响，以及各种因素所起的作用。商业计划书还应包括一个主要的营销计划，该计划应列出企业打算开展广告、促销和公关活动的领域，并具体说明每项活动的预算和收入。商业计划书还应简要描述企业的销售策略:企业是否使用外部销售代表或内部员工，企业是否使用经销商、分销商或加盟商，企业将提供何种销售培训。另外，商业计划书要特别注意销售的细节。

4.展示你的管理团队

要将一个想法转化为一个成功的风险企业，关键因素是要有一支强大的管理团队。这个团队的成员必须具备较高的专业技术知识、管理能力和多年的工作经验，给投资人这样一种感觉:“你看，这个团队里有谁！如果这个公司是足球队，他们永远进不了世界杯决赛！”经理的职能是计划、组织、控制和指导公司的行动以实现其目标。在商业计划书中，我们首先要描述整个管理团队及其职责，但接下来要介绍每位经理的特殊才能、特点和造诣，详细描述每位经理将对公司做出的贡献。商业计划还应规定管理目标和组织结构图。

5.优秀的节目总结

商业计划书中对计划的总结也很重要。一定要让读者产生兴趣，渴望更多的信息，给读者留下持久的印象。计划的总结将是风险企业家写的最后一部分，但这是投资者首先应该看的。它将从计划中提取最相关的细节，包括对公司内部基本情况、公司的能力和局限性、公司的竞争对手、营销和财务战略以及公司管理团队的简明生动的总结。如果公司是一本书，它就像书的封面。如果做得好，可以吸引投资者。会给风险资本家一个印象，“这家公司会成为行业巨头，我迫不及待地想看完剩下的计划。”

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

由于选择的产品(服务)不同，创业环境的优劣以及创业者能力的差异，很难评价一个创业计划的优劣。目前，创业竞赛的投资者和评委通常使用定量评分系统来评估创业计划之间的差异。

参考以往比赛和专家的经验，为学生评价自己的商业计划书提供以下商业计划书评价指标体系:

1.行动纲要

评价标准:简洁、简洁、有特色。重点包括公司及其产品(服务)的介绍、市场概况、营销策略、生产销售管理计划、财务预测；指出新思想的形成过程和企业发展目标的前景；介绍创业团队的特殊性和优势等。

2.产品(市场)

评价标准:如何满足关键用户的需求；进入战略和市场发展战略；说明其专利权、著作权、政府批准和评估材料等；指出产品(服务)目前是否处于领先地位，能否满足市场需求，能否实现产业化。产品领先市场不太远，不能接受。

3.市场

评价标准:市场容量和趋势、市场竞争态势、市场变化趋势和潜力、目标市场细分和客户描述、市场份额和销售额估算。市场调研分析要严谨科学。

4.竞争

评价标准:包括公司的商业目的、市场定位、总体战略和各阶段目标等。，并分析现有和潜在的竞争对手，行业中的替代竞争和原始竞争。总结公司竞争优势，研究克服竞争对手的解决方案，适当分析主要竞争对手和市场驱动力。

5.营销

评价标准:说明如何保持和增加市场份额，把握企业整体进度，对收入、盈亏平衡点、现金流、市场份额、产品开发、主要合作伙伴、融资等重要事件进行安排，构建顺畅合理的营销渠道和与之对应的新颖有吸引力的推广方式。

6.操作

评价标准:原料供应、工业设备运转安排、人力资源安排等。这部分要求以产品或服务为基础，以生产技术为主线，力求描述准确、合理、容易。

7.组织

评价标准:介绍管理团队每个成员的学历和工作背景、经验、能力和专长。建立营销、财务、行政、生产和技术团队。明确各成员的管理分工和互补性，公司的组织架构，领导成员、业务顾问和主要投资者的持股情况。指出了企业股份比例的划分。

8.金融

评价标准:包括营业收入与费用、现金流、盈亏能力与持久性、固定与变动成本；前两年的月度财务报告和后三年的年度财务报告。数据应基于对经营状况和未来发展的正确估计，并能有效反映公司的财务业绩。

9.综合评价

评价标准:组织明确；表述应避免冗余，力求简洁、清晰、重点突出、条理清晰；专业语言的使用要准确、适度；相关数据科学、真实、详细；计划整体效果不错。

根据上述指标设置相应的权重，如下表所示:

表:商业计划书评价指标的权重值

“挑战杯”中国大学生创业大赛最终答辩评价标准

1.正式声明

评估小组正式声明的标准:

(1)产品(服务)介绍:全面客观地介绍和评价产品(服务)的特点、性质和市场前景。

(2)市场分析:对市场进行了细致的调查，对调查结果进行了严密、科学的分析。

(3)公司战略和营销战略:公司有短期和长期的发展战略和不同时期的营销战略。

(4)团队能力和管理:对公司的团队能力有清晰的认识，掌握和熟悉团队管理的特点，明确公司的运营和组织架构。

(5)企业经济/财务状况:公司不同经营期间的经济/财务状况清晰，经济/财务报表严谨。

(6)财务计划与回报:有完善实用的企业融资计划，计算企业的资本回报率。

(7)关键风险和问题分析:对企业经营中可能遇到的关键风险和问题进行了事先的考虑和分析，并有实质性的对策。

2.回答问题

评估团队回答问题的标准:

(1)正确理解评委提问:准确理解评委提问的要点，回答有针对性而非泛泛。

(2)快速流畅回答:评委提问完毕后快速回答，回答内容连贯清晰。

(3)回答内容准确可信:回答内容基于准确的事实和可信的逻辑推理。

(4)具体方面的充分说明:可以充分说明和解释评委特别提出的方面。

3.总性能

评估团队整体绩效的标准:

(1)整体回复的逻辑清晰:陈述和回答问题的内容整体一致，语言清晰明了。

(2)团队成员的合作与配合:团队成员之间有较好的合作，能够相互协调配合，能够清晰的说明相关领域的问题。

(3)在规定时间内有效回答:在规定时间内回答评委的问题，不得有任何延误。

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

商业计划书不只是用来申请风险投资的，它同时是为了预测企业的成长率，并指导你作好未来的行动规划，是企业的战略计划书。，它同时是为了预测企业的成长率，并指导你作好未来的行动规划，是企业的战略计划书。

一 认识商业计划书

商业计划书是企业或项目开展融资、寻求合作、指导运营的必备工具，是全面展示企业和项目状况、未来发展潜力、执行策略的书面材料，要求体现项目的竞争能力、市场机会、成长性、发展前景、盈利水平、抗风险能力、回报等。商业计划书是企业融资成功的重要因素之一，也是企业的行动纲领和执行方案，可以使企业有计划地开展商业活动，增加成功的机率。

商业计划书通过介绍公司业务、财务状况、市场分析、管理团队、发展规划等方面的内容，让阅读者了解公司的现实与未来，以及公司如何实现梦想。

商业计划书的战略意义：

1) 正式制定出明确的公司战略方向，商业计划书本身不会给公司创建战略方向，它只是把战略方向记录和描述出来，并展现给阅读商业计划书的人。先有战略方向，然后再有商业计划书。把想法写出来，才可以让它正式化、树立权威性和重要性，当然也更容易跟其他人分享。

2) 公司融资时与潜在的投资人或投资机构沟通。满足投资人的知情权，任何潜在的投资人在给钱之前，都想要了解公司的状况，想要从商业计划书里面知道他们的投资能获得很好的回报，赔钱的概率很低，而一个完美的商业计划书就是一个好广告，让他们确信想你的投资是正确的、值得的。

为什么需要商业计划书：

创业计划书应该包括潜在债权人或投资人作决定所需要的所有信息。

3) 商业计划书中囊括了公司的全部财务信息，包括历史的、当前的和未来预期，这些人最爱看的就是这些数字。

4) 商业计划书中会阐述公司的业务和介绍市场情况，没有这些信息，别指望潜在的债权人或投资人会作出投资决定。

5) 商业计划书中还包括了公司的发展规划、公司战略、债券人和投资人需要据此评估公司成功的可能性。

6) 商业计划书中也会介绍创业者自己和公司的管理团队，你们的背景情况，创业的原因等。

好的商业计划书要有哪些内容。

1) 执行摘要，通常两页纸，6-8个段落

2) 愿景、使命及公司简介

3) 管理团队 包括各自的背景、经验、优势，以及为什么这个团队能够带领公司走向成功

4) 产品及服务：解决了什么问题?有多少，哪些重要的客户，如何进行市场开发?

5) 商业模式：如何赚钱?明确公司在产业链、产业链上的位置;合作伙伴是谁?他们为什么要跟公司合作?什么时候会有收入等。

二 换位思考，以投资人的思路看计划书

投资人在分析：“为什么写，为谁去写”过程中，能够迅速判断出值得阅读的商业计划书。

为什么看你的商业计划书?

(1) 如何赚钱?投资人最想知道的是你如何把别人兜里的钱掏出来，变成你的。

(2) 了解你的过去

(3) 推断你的未来，写商业计划书的时候，必须优先考虑增值，要充分描述你的每个环节是如何配合整体目标来增值的。

投资人看什么?

1) 看你的真实意图

2) 看你说的是不是真实的谎言

3) 看你能解决什么问题

4) 看你的方向是不是非常清晰

5) 看你的团队是不是有脑子

6) 看你会不会花钱

7) 看你的利益思维

8) 看你怎么把别人的钱变成你的

三 自我评估: 你需要怎样的商业计划书

首先要知道自己到底要干什么，能干成什么样，你拥有什么，并且弄明白自己的实际需要是什么。

为什么需要商业计划书

(1) 整理你的思路

(2) 看清你的方向

(3) 建立融资目标

应该让投资人看到什么

(1) 正确的方向和目标

(2) 可靠的团队和管理

(3) 有效的策略和手段

(4) 清晰的财务实践和规划

四 谁来写商业计划书

由最了解项目的人来推动，一定是最了解项目的人，一定是核心创始人之一。

五 商业计划书的写作步骤

1) 热身准备;确定参与人、资料汇集、试写确定风格

2) 写作进行时：找到读者、确定项目宗旨、研讨商业模式、找出项目死结、整理战略方向、分析实际资源需求、确定利益分配原则、列出商业计划书的写作大纲、分工进行商业计划书各环节内容的写作

3) 监督各环节进展

4) 汇集各部分内容

**商业计划书 商业计划书完整版篇**

一、项目介绍

㈠项目背景

xx茶20xx年生于台北市大安区。xtea本着用心做好每一杯茶，让每一位顾客都感到更健康、更美味的理念，短短五年时间，从台大商圈的小泡茶店发展成为台湾省内拥有近200家门店的精品时尚茶连锁公司。赞叹mainland china悠久的茶文化，深切感受到mainland china饮料市场虽有百家争鸣，但x茶20xx年落户大陆市场，旨在加盟连锁提供优秀的茶艺服务，让更多的中国籍人士从加盟店体验高品质的台湾省茶文化。正是在这种背景下，边肖写下了这份商业计划书，希望对企业家有所帮助。

(2)项目介绍

“品牌是质量的保证”。虽然有人说不迷信品牌，但心里还是认同这种说法的。开品牌茶叶店会让消费者更放心。xx茶始终坚持品质和健康！实现健康饮品第一品牌！为消费者带来最健康的产品是xx的追求。

(3)市场前景

现在卖的奶茶，是年轻人和城市白领最爱喝的饮料之一。喝奶茶已经成为一种时尚趋势。而且随着奶茶的普及，他们对奶茶的需求会更大，奶茶市场也会更广阔。而且奶茶一年四季都可以做，市场波动小，收入有保障。

xx茶叶的目标消费者是年轻人和城市白领，适合奶茶的主流消费者。它的细分市场是中端市场，这突出了质量。随着人们生活水平的提高，他们对质量的要求越来越高。劣质奶茶必然会被淘汰，奶茶趋于高品质是必然趋势。

二、行业分析

(一)行业现状

奶茶所属的饮料行业不断发展，各种产品层出不穷。奶茶因其种类繁多、口味多样而发展迅速。随着台湾省泡茶的出现，奶茶迅速风靡全国，各种奶茶店如雨后春笋般出现在城市的大街小巷。经过十多年的演变和发展，消费者对奶茶的消费越来越理性，越来越注重奶茶的品质。这使得奶茶店发展放缓，投资者对奶茶的品质更加挑剔。

茶馆的快速发展也意味着奶茶的激烈竞争。奶茶也在向两个相反的方向发展:一是中低端奶茶店为了争取更多的客户，低价销售，打价格战；另一种是优质优价、环境好的高档茶店。两者都有自己的消费群体，但奶茶的消费者更多的是中产阶级。所以价格适中，质量有保证的茶店会更受消费者青睐。

(二)swot分析

1.优势分析

(1)奶茶出售，立即消费。而且茶店的大部分产品既可以做冷饮也可以做热饮，一年四季都有市场。

(2)奶茶一般分为主料、辅料和添加剂三个方面。主要有红豆、花生、珍珠、葡萄干等。所以，一边喝奶茶，一边有“吃”的快感。其他饮料提供的添加剂比较单一，无法与奶茶相比。

(3)门面可大可小，一次性投资小，风险低，投资回报期短，回报率高。

(4)开茶叶店技术门槛低，操作简单。培训几天就能操作，操作人员少，一般三个左右。

(5)xx奶茶有10多个系列100多种特色产品，产品种类繁多，选择性强。xx奶茶包括奶茶、果汁、茶饮料、沙冰、咖啡系列。

(6)xx奶茶有品牌和质量保证，坚持“零奶精零果粉”的产品开发原则。

2.弱点:弱点分析

(1)奶茶店技术门槛低，有利也有弊。因为资金和技术门槛低，能开茶叶店的人很多。奶茶市场很容易达到饱和，竞争以价格竞争为主。

(2)奶茶附加值低，挖掘不出值得回味的内涵。

(3)茶店的生意很大程度上取决于店铺的位置。买奶茶的消费者一般都符合就近原则，不会为了一杯奶茶走远。

(4)店铺产品的质量直接取决于他使用的原材料的质量。而且原料来源透明，成功的店铺很容易被别人抄袭，店铺很难长期经营。

(5)由于媒体的宣传，消费者对奶茶的认知存在误区，认为奶茶是“有风味有糖分的色素水”。

(6)没有研发原材料的能力，只能被动的接受厂家提供的原材料，所以我们的产品并不是独一无二的。

3.机会:机会分析

随着xx奶茶的不断推广，x奶茶强调“零奶精零果粉”，在部分消费者心中形成了深刻的印象，并作为衡量奶茶的质量标准。所以xx奶茶加盟商只要在开店过程中不遗余力的宣传和强调这个概念，让它深入人心，消费者就会把它作为评价奶茶的质量标准。其他品牌做不到这一点，自然会选择xx奶茶。“零奶精零果粉”是xx奶茶的usp，也就是独特的消费命题。

4.威胁:威胁分析

(1)茶店质量参差不齐，中低档茶店价格相对较低，对部分消费者有吸引力。

(2)奶茶是替代产品，消费者可以选择其他饮料代替奶茶。所以开xx茶店不仅要和其他奶茶竞争，还要和其他种类的饮料竞争。

三、产品介绍

xx奶茶开发了冷、暖、热等10多个系列100多个产品，常年有市场。而且，x奶茶每个季节都会推出新品，这是这个季节的主旋律，保证了产品的升级换代。xx奶茶菜单可根据当地实际情况和销售情况自由调整。

第四，店铺位置

店铺的位置除了大学附近，还可以关注区域经济、收入水平、规划、人口素质等发展趋势。，注重客流的质与量、购买力和店铺本身的质量，选择成本低、增值潜力大的店铺。具体参考如下:

1.区域商店位置选择

商业区的商场/超市/步行街

2、餐饮区风味美食街

娱乐区游乐场/大型娱乐广场/旅游度假区

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找