# 企业计划书 如何撰写企业计划书(10篇)

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-10-08

*计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？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。企业计划书如何撰写企业计划书篇一天...*

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？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。

**企业计划书如何撰写企业计划书篇一**

天津桓博科技发展有限公司成立于20xx年12月，位于天津市南开区高新技术产业园区的中心地带(白堤路)。是一家集计算机专业应用软件的培训、安装、批发、零售、技术服务于一体的知识密集型企业。员工队伍业务全面、经验丰富、敬业爱岗、素质优良，其中：专业技术人员20人，全部是大专以上学历，能够以最合理的价格为客户提供最专业的技术服务。

公司是北京用友集团天津地区小型管理软件授权营销服务商，并且连续两年获得用友软件在天津地区的产品a级代理销售及服务授权资格。而且销售额连续两年名列前两位，获得用友集团的表扬和鼓励。

公司内部管理制度合理适宜。外部社会关系广泛良好。经过不断地改进和完善，已基本形成了一套比较科学有效的管理运作体系。

为适应业务发展的需要，壮大经营规模，进一步增强核心竞争力，公司决定启动以“追求客户全面满意，扩大市场占有份额”为主旨的二次创业。

我们相信，通过努力，在以北京用友集团为后盾，桓博公司将成为更具综合实力的企业，也将为加速提高天津地区企业信息化技术应用水平，做出更大贡献。

公司不仅注重短期目标，更加重视长期发展。公司将秉承“重诚信，竭精心，尽全力，为客户着想，让客户满意”服务理念，在日常业务中不断丰富公司品牌内涵，努力拓宽渠道，扩大市场知名度及美誉度，激活市场，带动人气，力求在天津大部分地区实现销售增长，成为天津地区财务软件的最大代理服务商。

1.目标市场：创业前期(两年内)目标主要集中在天津及周围区县的小型企业，个体经营和一般事业单位，在后期(两年后)逐步进入天津的大型企事业单位，占领这部分增值潜力最大的市场。

2.企业定位：“精细管理、卓越理财”为客户提供更及时、更准确、更全面的、更周到的服务，推动软件信息化的普及。

3.使用价格：参考报价

4.营销队伍：在创业初期，为了降低企业的运营成本，大部分的宣传工作都由本公司的成员承担;在企业不断发展过程中，再适时招纳一定数量新成员(15名左右)专门从事企业营销策划的工作。

5.服务支持：使顾客能迅速、方便的得到准确、完善的相关服务和技术支持。

6.广告宣传：开展有计划。有目的的广告活动。在初期(两年内)主要面向小型的企事业单位，提供尽可能多的免费培训和知识讲座，专门针对会计人员的业务应用环节，逐渐“渗透”的方式进入企业;从第三年开始，我们将集中一部分优势力量对企业中的广大财务人员展开新一轮软件的宣传、促销和培训攻势。广告中突出宣传我公司“专业化”、“人性化”等鲜明特点，并且保证初期的广告投入预算，迅速提升知名度，预计20xx年广告费10万元。

7.推广计划：20xx年下半年开始投入5万元建立自己的网站，并且丰富网站内容，建立会员机制，提供在线技术支持和交流论坛;注册3721网络实名和网站推广，在各大传媒中广告投入，吸引用户注册我们的会员，并且给予会员金额上的优惠和赠送礼品，以此扩大我们的客户群体。

用友公司是中国最大的管理软件、erp软件、财务软件供应商，是中国最大的独立软件供应商。在中国erp软件市场，拥有公司是市场份额最大、产品线最丰富、成功应用最多、服务网落最大、交付能力最强的领导厂商。

(1)软件产品介绍

1：用友财务通由于信息计算在财务领域的广泛应用，会计将由核算型向核算管理型转移;财务工作将进一步参与单位的经营管理，在控制、决策、分析和考评等方面发挥重大的作用。用友财务通正是基于这种环境，以“精细核算，卓越理财”为核心应用理论，面向中小企业及组织的财务应用，提供企业投资融资决策，从而帮助企业全面实现电算化管理。本产品主要包括财务处理、工资管理、固定资产管理、报表、财务分析以及存货管理六大系统。其中，财务处理又细分为总帐、应收应付、项目管理、现金管理等四大模块。用友财务通提供数据接口，可实现向u8管理软件的平滑过渡，满足企业业务发展的需要。

2：商贸通本系统通过预置多种会计制度模板、多种业务类型，全面满足各类小型商贸企业进销存及财务核算需求，为企业提供多种灵活的业务处理方法，准确及时汇总财务数据，出具多角度业务分析报表，规范业务流程，加速资金周转，降低运营成本，提高企业盈利能力及市场竞争力，帮助小型商贸企业高速发展!

3：用友u8系列/用友erp/u8产品介绍用友erp—u8企业应用套件是在全面总结、分析、提炼中国中小企业业务运作与管理特性的基础上，针对中小企业不同管理层次、不同管理与信息化成熟度、不同应用与行业特性的信息化需求而设计。他具备五大产品特性。

1.企业全面应用

2.按需部署

3.高度整合

4.快速见效

5.低成本

3：用友商用表单及耗材：

用友表单与用友软件全线配套，具有丰富的产品线，主要包括：会计帐簿;业务表单(寻报价单、送收货单、收付款单);综合表单(工资单、固定资产卡片、出入库单)等以及配套装订用品。用友表单支持针式打印机、激光打印机、喷墨打印机等多种打印设备。

(2)软件优点说明：

2.技术特点：

(一)严密的安全技术

3.应用特点：

全面支持小企业会计制度，满足更多小企业管理需求。!a.业务流程自由选择，企业灵活选择自己的业务处理流程。b.报表统计与分析角色化，按应用角色多角度进行业务分析。c.灵活自定义各种基础档案业务属性、各种业务报表及单据格式。d.财务业务一体化管理，更加全面掌控企业物流，资金流，信息流。e.规范企业管理，有效控制企业财务经营风险。f.丰富快捷的财务，业务等分析处理，快速支持企业决策。g.完善的资金管理，提供从日记帐到银行对帐单、支票登记簿、费用报销等一套出纳业务。

(3)产品服务对象

1.财务通：基础版：面向小型企业，小型诊所社区医院、小规模学校等以及兼职会计人员或小型代理记帐公司(5套帐以内)标准版及网络版：面向以财务核算为核心进行全面经营管理的小企业(主要为小型工业企业)以及规模较大的代理记帐公司等。

u8面向大中型企业或集团应用的一体化解决方案，用友erp—u8企业应用套件是在全面总结、分析、提炼中国中小企业业务运作与管理特性的基础上，针对中小企业不同管理层次、不同管理与信息化成熟度、不同应用与行业特性的信息化需求而设计。将成功的管理经验与业务实践应用产品化，把管理要素合理预置在软件中，让更多的企业通过应用和实施用友erp—u8企业应用套件来实现先进、成熟管理的应用价值。

3.授权资格等级用友软件时第一个通过国家财政部审批的财务信息化软件开发商。

1.收入来源：桓博公司的收入来源主要为软件销售、升级和软件售后服务费(包括用友软件配套耗材)三个部分，并根据行业的平均标准和公司的成本预算制定相应的收费标准。

其中收入主要以软件销售收入为主，软件升级和服务费及配套耗材销售收入为辅。年均软件销售额超过80万元，服务费收入超过15万元，用友配套耗材销售收入超过10万元，计算机硬件及网络工程实施收入10万元。

(1)、市场评估：计世资讯(ccw research)的研究表明，20xx年上半年，中国通用型管理软件市场规模为22.7亿元，增长率32%;同期，erp规模达到11.9亿元，增长率为29%。有关资料显示，截至到20xx年底，天津地区共有各类企业和组织近10万家，其中以应用软件进行相关管理的只有20xx家左右，仅占0.5%。市场发展潜力十分可观。

(一)中小企业erp需求旺盛20xx年，中国中小企业erp市场销售额已经占到erp市场销售额的68.2%，中小企业市场同比增长速度达到24.1%大幅超过了大型企业市场18.7%的增长速度。20xx年中小企业将会延续20xx年的快速增长态势，增长速度仍将超出大型企业市场的增长速度，继续成为拉动erp市场增长的主导力量。

(二)中小企业用户erp选型慎重

通过调查研究表明，中小企业用户在erp选型时更加慎重，选型时考虑的因素不再仅仅是厂商品牌、产品价格、功能模块是否全面等表现因素，而是会更加关注产品的可用行，产品是否真正适合企业业务和发展，是否真正能够满足企业现阶段和未来的潜在需求，给企业带来工作效率的提高和销售业绩的提升。

(2)主要竞争对手分析目前我们遇到的竞争对手主要有同行业的厂商，其他竞争对手虽然也有和用有软件争夺市场的能力，他们有和用友功能模块大致相同的产品投放市场，但是产品相对单一，配置也不如用友灵活。从长远的目光来看他们所占据市场份额还不足以威胁到用友软件的发展和生存。相反的，这部分市场份额对用友来说也是利润的增长点，而且中小企业占了国内企业的绝大部分。用友软件公司也注意到了这方面软件的需求，先后推出了系列产品，是所有软件厂商中唯一产品线最丰富，适用面最广泛，按需配置最灵活的管理软件开发商。

(3)销售策略：

帮助客户做到4个充分

充分了解需求;充分培训练习;充分反馈问题;充分总结经验;

利用各种方式，向目标客户传递以下理性诉求：

1.实时化-企业在经营中，必须掌握立即、快速的原则，新品上市快，客户服务要快，决策速度要快，企业应变速度要快。

3.创利化-经营无非时为了活力及贡献社会责任，因此就必须不断创造利益，就要在重视有利益的销售的同时，努力提高效率，降低成本。达到提升竞争力的目的。

(4)价格政策

完全按照用友公司的政策规定执行。报价(略)

(5)销售方式

为了使本公司的产品一最快的速度，最全面的被目标客户企业家了解并接受，拟采取以区域集中推介会、社会关系介绍、销售人员上门联系3种直销形式为主，向下级代理商批发为辅的销售方式。公司还将重视做好现有客户的售后服务工作，力争在赢得美誉的基础上，将客户的关系渠道发展成为公司拓宽市场的销售通道。

**企业计划书如何撰写企业计划书篇二**

时间：(待定)

长城汽车公司古城香业形式：参观公司生产流水线，聆听相关讲解，达到了解企业生产，销售，市场竞争等等目的(具体形式可有商家提供)

主办：河北大学公司模拟协会

1、宗旨：

弘扬校园精神文明，宣传企业优秀文化，丰富大学生课余生活，增加学生创业本领。

2、活动流程

a、在活动前半个月做好宣传工作，在参观前和贵公司共同协商制定一份市场调查表，然后在学校设立一个发放点，参观人员可以从调查表反馈中产生。

b、活动当天8：30在校门口集合坐车去贵公司，大概9：30到达。

请贵公司派出一名工作人员为我们作企业文化的介绍，然后带领同学去参观生产流水线，在参观的过程中工作人员应为同学作适当的讲解并回答同学所提出的问题，涉及到商业秘密的可以不作回答，参观时间大体定为1个小时，具体参观时间也可由贵公司自定。

10：30—11：30为同学讨论时间，通过参观后可以为贵公司的生产或营销或产品等提出一些意见或想法，仅供贵公司参考。

c、11：30—12：30返校。

在之后的一个星期内，本协会将会为公司作跟踪性调查，反馈同学的参观体会，并设立一定的奖项，积极调动同学为公司提出建议或设想。

1、强大的市场效应河北大学被誉是河北第一高校，是全国知名高校，有着深远的影响力和较高的知名度。

尤其在华北地区，河大更是莘莘学子最向往的高校之一。

保定地区内云集着众多知名大学，有华北电力大学、河北农业大学、保定学院、保定师专等多所具有影响力的学校。

近年来，通过联合办校，网站连接及学生社团活动等，区内各高校之间的交流空前频繁，其相互联系日益紧密，选择区内作宣传，能达到投资少而收益倍增的理想效果。

河大有六万多名在校学生，来自五湖四海，必将走向四面八方，商家在学校的知名度提高后，学生又无形中成为一个重要的媒体，通过对外界的交流和宣传，又能将商家的知名度在校外领域，在河大校园推广商家的品牌，能在华北地区甚至全国范围内起到很好的市场影响。

同时，广大的学生又构成商家潜在的消费者，为企业扩大其市场份额能起到重要的推动力作用。

2、极高的性价比同电视、报刊、杂志传媒相比，在学校宣传有更高的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。

3、专业的宣传效果本次活河北大学公司模拟协会动由承办。

河北大学公司模拟协会，部员众多，经验丰富，有敢于拼搏的社员，敢于进取有魄力的领导者，以协会的操办力量，我们必将为你打造一百分满意。

我们诚挚地希望能同贵公司合作，在同学更多了解企业的同时，我们会大力弘扬贵公司的企业文化，为贵公司的未来发展将带来推动力。

商家还可以同本协会建立一个长期友好的合作关系，如每年搞一次活动，将会使商家在校园内外的知名度不断加深，具有长远利益。

1、宣传理念定位

a、在考虑活动性质的前提下，进行形式多样，多渠道，全方位的宣传。

b、集中有效资源及合理时间，以达到最强有力的宣传效果。

2、宣传范围河北大学

3、宣传内容

(1)活动宣传调查表用调查表作调查和宣传，可得到企业所需的第一手资料，并能起到极大的宣传效果。

(2)传单价格低、便利、|时间短以及效应快是传单的优势所在，同时是众多商家垂青的原因。

传单可以在一块区域内使人手一份，是理想的宣传手段。

我们将在中午用餐时间在各大饭堂门口进行集中派发，还可以到学生宿舍逐个派发，以扩大宣传效应。

(3)企业宣传单企业宣传单是企业文化介绍的载体，在派发传单的时候，我们可以一同派发企业宣传单，这样能让所有学生更加详细地了解企业文化。

(4)海报海报由于其灵活性可以张贴到华工的各个宣传栏内，并可以重复张贴，能起到突出作用。

(5)活动宣传礼品根据以往的经验，派发礼品可以吸引大量学生，使场面火爆，极大增强宣传效果，礼品形式由公司决定。

(6)广播宣传广播台是学校中最重要的媒体，其广播宣传覆盖我校90%以上，我们将分三个时段在校园循环对企业和活动进行广播，为企业和活动制造声势，也易将产品和活动推广到校内的每一个角落。

(8)网络宣传河大的红旗网是华北地区最大，全国有名的大学生网站，每天有不下数千的点击率。

协会有自己的网络资源部，可为贵公司提供必需的技术支持。

借助网络的力量，公司形象大幅度推广，不仅使华工校园内对公司产品无人不知，而且推广到整个华北网路的世界!

(8)总结性宣传

b、广播台对活动总结性宣传一次。

(1000份0.6元/份)

60元a4黑白字体单面宣传海报(300份)

a0彩色底纸黑白字体单面注：或者4色a3铜板印刷(建议公司设计提供)

广播宣传200元学校广播宣传(广播一周，两次/天)

网络宣传在红旗网站上宣传工作人员所需用品100元用餐、饮水，车费奖品(观后感)由商家提供参观用车公交车具体费用由所提供的参观人数决定活动调查表(1000份0.6元/份)

60元a4黑白字体单面不可估计费用50元合计六、可行性分析

1、活动评估

(1)同电视、报刊相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。

(2)有非常强的针对性。

高校学生作为现代青年都喜欢追求能展示个性，表现自我的才能，且有素质高、思维活跃的特点。

若是商家在这种刺激强烈的活动中进行宣传，效果是可想而知的。

(3)河大是全国著名的高校之一，在校师生有六万多，很多学生将成为社会各界精英，若贵公司产品能在河大被广大师生认可，必将产生持久的品牌效应。

(4)便捷的活动申请。

商家在高校内搞宣传活动，必须经过一系列的申请，而通过与我们协合作，贵公司可以方便快捷地获得校方批准，并且得到我们协会的大力协作。

2、活动组织的可行性

(1)河大20xx届学生与20xx届新生是历届最多的一届，参加了若干校内活动，他们积极寻求新的方式，把目标转向校外，此次活动新颖，届时同学们表现一定十分活跃，对此次活动定会大力支持。

(2)本活动在开学11月份举行，同学们的生活已经稳定下来，正处于精力旺盛，时间充足的时期，同学们到处寻求新的尝试，大家都需要一个新颖的给人豁然开朗的感觉，活动效果空前。

本次活动将展开强劲的宣传攻势，运用多种最新的通讯和网络技术手段，充分发挥河大学生是河北最优秀的一群的优势，成功地满足广播、因特网媒体报道和设备上的要求，并在以传统的传单、海报大版作为宣传基础手段，在后期(参观后)宣传中还将会添加图片展。

本协会新颖的办社主题，以优秀的社员素质，雄厚的力量，我们必将为你打造百分满意，我们诚挚地希望能与贵公司合作，在成就校园中自由创新的学术气氛的同时能大力弘扬企业文化，为贵公司的发展增添新动力。

**企业计划书如何撰写企业计划书篇三**

1.1总体背景描述

1、三大养殖带已形成，规模经济有待提高

近几年在改革开放大潮推动下，牛及牛产业产品异军突起，不断从国外引进牛羊优良品种，使中国肉牛生产出现规模不断扩大，技术含量逐年提高，在中国形成了华 南、华中和东北三大肉牛养殖带，肉牛的集约化，密集型组织形成逐步完善但目前很多的还是以千家万户为主的小规模群体生产方式经营，而大规模产出化组织形式尚 未 形成，很难与国际大市场对接。

2、首例美国疯牛病出现，美国牛肉遭封杀！！！

首例美国疯牛病的出现，引起各国牛肉供应商和采购商的热切关注。不少牛肉产业界人士认为这必将给非疫区的业者更多机会。美国牛肉是我国最主要的进口牛肉， 广东省则是全国最大的牛肉进口地。据海关最新统计，2024年1月11月，广东进口牛肉类产品的也在2万吨左右。而这些美国牛肉已在去年12月25日被禁止进入中国等市 场 。市场人士分析，美国牛及其制品遭到封杀可能使期丢失巨大的国内外市场。如今，按照程序，美国牛肉将和欧洲、加拿大、日本牛肉一起被阻隔在很多国家门外， 直到 这些国家疫区警告解除为止。美国牛肉退出后，其他牛肉供应国的产品将很快填补其退出的市场，如美国后面的加拿大、澳大利亚、新西兰等，同时中国国内也必 将加大 力度，以解决内需。

3、澳大利亚后来居上，日韩苦寻代替国家

的牛及制品一很好的市场机遇。澳大利亚业界都希望中澳双方能尽快达成协议，让澳更多的牛制品进入中国， 为中 国牛肉制品带来更多的好东西。

美国牛肉在日本进口市场上占有份额接近80%，在韩国进口市场上今年前11个月份额达68.2%,在韩整个牛肉市场上占份额44%。日本和韩国在新年前有\"送新会\"和\"忘 年会\"的聚餐传统习惯，烧烤牛肉是必备的主菜，因此在新年前后市场上牛肉的消费量一般比平时增加15%-20%。目前，日本和韩国的商场和餐馆已停止供应美国产牛肉 ，使市场上供货量减少，价格已开始上涨。韩国农林部分析认为，中止自美国进口牛肉，使得市场供货量大幅下降，因此牛肉的价格将会大幅上涨，现在韩国国产牛肉的 价格比进口货已贵3倍左右，因为消费者对进口牛肉仍持怀疑态度。日本、韩国等亚洲牛肉进口国家和地区都在寻求牛肉进口的替代市场，但短期内存在很大困难。韩国 现在又遇上了禽流感疫情，使肉类供货市场规模进一步缩小。韩国有关部门表示，在一时找不到能替代这一进口市场的情况下，只有扩大羊肉的进口量，但这也是相当 困 难的。

4、国内牛商要抓住机遇趁机而上

由于加拿大和美国的牛制品进口大约占到我国同类产品的9成，因此加拿大和美国的牛产品被封锁必将给国内牛羊饲养商和销售商带来很多机会。

从权威统计看，我国正成为牛羊肉消费大国，预计到2024年，国内市场牛羊肉需求总量将达990万吨（其中70%多为牛肉），比2024年有150万吨的增长空间。

另外我国既是牛肉的消费大国，也是牛肉生产大国。目前我国牛肉产量居世界第3位，国内牛肉商应把握好这个机会，开拓国际市场。

1.2公司

青岛市某养殖公司属股份制集体企业，成立与1997年5月，为政府综合高效农业示范园区。现主要从事良种牛、猪和淡水鱼养殖业务，某本着\"以人为本，诚信共 荣\" 的理念积极开拓发展，立志短期内做成为山东最强的肉类加工企业。

某发展目标：只要在合理且足够的资金支持下，扩大产业规模，某人会用实力证明我们将会成为一家具有国际竞力的知名肉类食品加工企业。

1.3肉牛饲养与加工

1、肉牛饲养规模拟定年出栏2万头，主要购进适龄架子牛，进行短期育肥。除满足客户需求外，同时屠宰深加工。

2、肉牛品种：主要以西门塔尔、利木赞，德国黄牛等杂交二代以上的改良牛，选择健康无病，牛龄15个月左右的育成牛。

1.4市场与竞争

1、市场分析

（1）现今国际市场对牛及制品需求巨大，特别是中国相临的日、韩、新加坡等亚洲国家更是积极寻求新的市场以代替老牌的美澳垄断格式，同时解决因近期疫病所 带来的国内牛制品不足的问题。而中国作为一个牛肉产出大国，必然会成为这些老邻居的首选对象。

（2）国内虽肉类养殖加工企业颇多，但多数还是属于小规模小产出的自然人企业，效率低下，很难满足国内与国际上牛肉需求。但国内很多的大型肉食品企业对肉 源的需求很大，处于成本的考虑，他们又不愿意自己来花费巨资建设养殖基地。因此迫切需要有势力雄厚的稳定的供货商来提供给他们足够的肉源。

（3）据我们准确的市场调查，我们得出结果：青岛地区没有一家成规模的大型肉牛养殖和加工企业，基本都不具有接受国际大型订单的势力。因此有关政府部门一 直在大力提倡与支持以建成青岛地区乃至全国内具有影响力的肉类养殖和深加工于一体的大型基地企业。

2、竞争优势

（1）重要性：某公司一直是青岛胶州市政府大力扶持企业，是青岛的菜蓝子工程企业。是整个胶州市最大的最具规模的大型养殖基地。完全具有承接大批量养殖 的 潜力。

（2）便捷性：同时我们与新加坡、韩国和日本客商都密切的业务往来，可以准确的获得新日韩等国家的肉制品市场信息并获得大型订单。

（3）优时性：现今国内国际市场牛肉一路上涨，更有权威人士的有力分析中国将会成为潜力巨大的牛肉产出大国。

（4）地利性：某公司位于经济发达、地理位置优越，气候宜人的胶州湾西北岸的胶东镇工业园南侧，公司占地574亩，向东0.7km为大沽河，向南1km为胶济铁路， 距胶州市区10km，距青岛市区50km，海港码头40km，空港25km，距胶济铁路青岛西站3km，与胶州市境内的204国道，济青岛高速公路和胶州湾高速公路、同三高速公路青 岛西站均有公路相通。

（5）双赢性：某公司紧靠乡镇，与乡镇的私人养殖户都保持紧密合作关系，一旦资金充裕，我们会采取肉牛养殖以公司带基地，基地带农户，农户为分散的饲养 办 法，后期收购上来进行短期育肥，批量出栏集中屠宰的生产方式，搞好企业加工对接工作，坚持可持续稳定发展的原则，从而成为具有强劲竞争力的经济实体。

3、竞争策略

1.5市场营销

为了能更有效的快速的进入国内外市场，并获得长久的发展，我公司将上述发展战略为核心，从树立鲜明的产品形象，建立密集广阔的市场营销网络，严格控制生产 成本与产品质量，持续的科研技术发展等五个方面系统规划品牌竞争策略。

我们从五方面开拓我们的市场：

（2）某公司主要以日、韩、新为主要的货品销往地，我们与在青岛地区信誉极佳的外商签立订单，按订单数额生产销售货品，从而防止太多的过量生产，增加不 必 要的各方面费用。

（3）其次我们还会与国内的肉类知名企业加大联系，成为他们的主要供应商，贯彻好前向一体化的战略。

（4）某公司会与有关的科研技术单位建立长期的\"合作伙伴\"关系，相互支持，吸纳他们新的科研成果来培育更棒的良种产品。

（5）某公司会先从推行\"品牌本地化\"原则开始，一步一脚印，稳扎稳打，使自己壮大为青岛地区真正的知名肉类品牌后，再把自己的品牌推向国际市场。

1.6公司组织与人力资源

总经理-全面负责公司的经营管理和人力资源；

生产部经理-主要负责生产和技术管理；

储运部经理-主要负责饲料，成品的运输及饲料加工；

市场营销部经理-主要负责市场营销与销售。

财务部经理-主要负责公司有关财务。

（2）本项目高级管理人员，工程人员均聘请有一定的学术水平，专业技术职称和实践工作经验的专业人员担任，生产工人从劳动力市场公开招聘。

**企业计划书如何撰写企业计划书篇四**

仓库的设施，需根据所存储的产品类型来确定，一般有堆垛式设计，立体货架设计，或者堆垛式与立体式结合的设计类型。一般对于附加值较高、仓储要求较高的产品，应使用立体货架设计仓库。同时，还需确定仓储对象的包装参数、所需仓库设施参数，包括托盘参数、货架参数、叉车参数以及仓库面积等。

2. 仓库规划

托盘为单面使用四向进又，托盘载重能力为500 kg，托盘尺寸为1 400 mm ×1 100 mm，托盘厚度为130 mm。因货物高度达1．5 m，高度较高，为保证堆码及存放安全，每托盘内的货物仅按一层码放，每层可码放6箱货物。

3. 货架参数

货架采用横梁式货架。货架外围尺寸为长2 900

mm、宽1 1o0 mm、高3 400 mm。

货格高度为1 550+130=1 680 mm，货架分为上下

两层，共两个货格；每货格码放两个托盘，具体尺寸为2800mm×1100mm.码放货物以后的实际高度为1 680×2=3 360mm，小于货架高度。货架采用横梁组合式。货架的整体形位尺寸完全按照自动立体仓库的要求设计，满足立体库设备长期自动运行的需求。每个货架每单位货格可以码放两个托盘，每托盘码放6箱货物，每货架分上下两层，即两个货格，则每货架可以码放货物24箱，共需2 123／24=88．46=89个货架，分10排码放，5巷道，每排89／10=9个货架，因此一个货架区域总长度为9×2 900(货架外围尺寸)=26100mm=26.1 m 。

4. 巷道设计

仓库巷道宽度设计需要考虑托盘尺寸、货物单元尺寸、搬运车辆型号及其转弯半径的大小等参数。同时，也与货物堆存方式及车辆通行方式有关。根据货物的周转量大小，通道按单向和双向运行原则设计。若采用小型叉车搬运，一般单向设计为2．4～3．0 m，双向5～6 m。

5.叉车参数

普通叉车标准作业高度一般在3 m，因此在设计货架高度的时候，要考虑叉车作业高度等主要技术参数。一般额定起升质量5 000kg，最小转弯半径为3 400 mm，最小直角通道宽度为3 000 mm。

2．3 库房整体布局

**企业计划书如何撰写企业计划书篇五**

经营关键词：创业、融合、圈子

打造两个平台：

一个创业平台：以为行业培养专业人才为出发点，集项目开发、项目落地、运营管理于一体，为所有投资者提供创业机会，同时更是为公司自身培养储备人才。

一个社交平台：剩男剩女聚会、小资休闲交际、行业人脉拓展、人才资源整合。比如建立互联网圈，融资圈，财务圈等，如有创业者需要资金，项目，需要找到志同道合的人，需要人脉，能力提升等，我们将为其专门开一个资源整合的交流会，协助其实现创意或项目落地。

1、川南坝子拥有最先进的时下最流行的自选模式火锅，为客户打造更适合自己，更自主的时尚餐饮。自选式火锅，中央厨房提供火锅配送，将火锅为顾客送上门。若能集众人之力，众人之财，川南坝子绝好的源头资源定能惠及众人。这是众筹的初衷！

2、朋友圈就有很多的人想开餐馆、咖啡馆、甜品店等休闲商务餐饮，因为只要在稍微好点的地理位置，都是需求旺盛，人气满满。而对一个初创业者而言，很难有足够的资金或者资源或者时间来独立运作一个餐饮项目，要是不懂行的朋友就更是难上加难了。所以只有我们众人联合起来，才能汇聚足够的金钱和时间，汇聚足够的人气与资源，才能有一个属于我们自己的餐饮项目。并且，未来我们将提供一条龙的就业和创业培训。

3、在火锅店投资额固定的情况下，股东越多，融资的金额就越大，投入的就可以越大，火锅店就可以打造的越好，后备资金就可以预留更多，宣传、各种活动费用就可以更充足，自然经营风险就可以越小，创业的成功率就越高。

4、股东越多，潜在的消费群体就越大。各行各业的股东，可以带动各行各业的同事朋友前来消费，那么，火锅店客源自然更好更多。股东越多，带来的客源，就越可以保证我们火锅店在前期不会出现入不敷出的情况。

如果你是富有梦想而缺资金或缺项目或缺人脉的创业者：

1、模式：川南坝子火锅是众筹模式，就是很多人一起经营时尚火锅，这个模式会教会大家合作抱团的思想，共同实现大家的梦想。

2、就业或创业的层面：本平台刚启动就会三个模式同时进行，人才培训与创业、产品展示与体验、资源整合与落地。完全满足从学习培训、就业、创业的需求。力争一年内在兰州打造相同的店。以众筹及期权模式，吸纳投资人，吸引餐饮管理方面的人才，快速复制。

拥有平台所有的资源，让自己赚到钱，实现自己的梦想。

一、股东层面：

针对所有创业投资者，1万元起步认购，即1万元/1股，第一轮只招募个人； 董事会成员必须万起步投资。

二、会员层面：

1、500元：面值800元的会员储值银卡，免费参加圈子活动3次，川南坝子火锅各店消费全单9折。

2、1000元：面值1800元的会员储值金卡，免费参加圈子活动5次，川南坝子火锅各店消费全单8折。

3、20xx元：面值4000元的会员储值钻石卡，免费参加圈子活动5次，川南坝子火锅各店消费全单7折。

1、川南坝子火锅采用公司化运营，公司结构如下

股东会：公司最高权力机构为全体股东大会，股东会由全体股东组成，表决时按照股权数计算票数。股东大会有权选举董事会、否决董事会决议、改选董事会。

董事会：董事会成员将主要考虑入股数参考股东资源确定。进行人事行政、网络推广、日常运营、技术监管等岗位分工（财务实行请会计师代管的办法）,岗位权责及分工界线另行规定。店址签约之日起半个月内召开股东大会。

一、 公司实行股份制，由董事会、监事会和职业经理人（即店长）构成；

三、 董事会负责战略决策，经理负责日常管理和运营，董事会、店员不得兼任监事会。

股份的，由公司负责原价回购并转让新老股东。无法转让的，作消股处理。

1、股东（除主营业者）放弃对于火锅店的经营管理、投票等权利。但您可以提供自有的资源参与到建设当中，比如说提供合格的安全食材、设计装修等，也可以提供开分店的信息。总之，权利不大、责任不小，大家服务大家。

2、股东具有知情权、监督权、建议权。股东每月会收到营业报告，并可提出个人意见作为参考。股东如发现任何人（股东、主营业者、员工）有：收取回扣、贪等损公肥私行为，应即时告知全部股东，查实事情。如事情属实，则取消涉事人员职位；如是员工，则解除合同；如是股东，则取消股东资格，按原投资额退还本金；如是主营业者，则取消股东资格的同时，送交司法机关处理。同时对涉事人员处以其收取好处金额的10倍罚款。

3、股东在川南坝子火锅店以及其他各分店消费，都可以全单打折至7折。

一）、参股计划及规则：

1、募股规模：总股数为股，发起人占有%，法人占有股即 %，募集股数股万元，最终股数从正式营业日确认。募集完成后，资金实行封闭式运作。经营正常的情况下不得进行增资扩股。如要扩大规模和影响，可通过开分店的方式实施。分店属独立法人。

2、参股限制：一、每股人民币元，每个股东最低持股数为股，一股一票，单个股东最高持股数为股，代人持股总数不得超过股，并需与公司签署三方协议。

3、股东可同时在分店参股，规则与此相同。

二）、股权转让：

1、股东的身份可以转让，但应以股东、候选参股者、其他人员的顺序转让。或者由公司回购股权，在内部会议上挂牌销售，价格自行协商。

2、召开第一次股东大会并签署股东协议成为正式股东之后，任何人一年内不可撤资。一年后退股，经决策委员会同意后，现金支付。

三）、股权收益：

1、在收回固定投资之前公司不进行股东分红。

2、股东在本店消费享受7折（不记名认证、可转借），不享受工资福利（优惠幅度可议）优惠，与普通客户的优惠活动不相抵。

3、分红总额按纯利润的50%确定。

4、分红按股份数平均分配。

5、分红时间，从固定投资收回之日（具体计算方法由董事会起草方案，股东大会五分之三以上人数通过）起，每半年进行一次；投资满一年后按实际经营情况每三月或每月进行一次分红。

6、股东有申请分红的权利，也可由监事会代为提出，董事会决定后实施。

1.召集股东会；执行股东会决议并向股东会报告工作；

2.决定公司经营计划和投资方案；

3.决定公司内部管理机构设置；

4.批准公司基本管理制度；

5.听取店长的工作报告并做出决议；

6.制订公司年度财务预、决算方案和利润分配方案、弥补亏损方案；

8.聘任或解聘公司店长、职员，并决定其奖惩。

董事会的职权也受到三个方面的限制：

2.董事会不得超出股东大会授予他们的权限范围行事；

3.股东大会的决议如果与董事会的决议发生冲突，应以股东大会的决议为准。

2．对董事、店长执行公司职务和执行法规、公司章程的行为进行监督；

3．当董事和店长行为损害公司利益时，要求董事和店长予以纠正；

5．提议召开临时股东大会；

6．代表公司与董事交涉或对董事起诉；

7．公司章程规定的其他职权；

8．监事会主席或监事代表列席董事会会议；

8．监事不得兼任董事、店长及其他管理职务

9．负责对公司重大事项及方案的检查、监督。

**企业计划书如何撰写企业计划书篇六**

\*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）

\*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）

\*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

\*企业面临的风险及对策

\*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

\*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？

\*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？

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）

\*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？

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﹖

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？

**企业计划书如何撰写企业计划书篇七**

日 期： 20×× 年 1 月 11日

\*\*年\*\*月——\*\*年\*\*月期间的创业经历；

学历文化层次（读过什么高中、大学），参加过什么种类的培训活动（管理培训、营销培训、生产培训等），20××年3月参加了重庆工商大学第四期微企创业培训。

基本情况：

配置质检员（采购员、供销员）；严控进货渠道、质量；严格按照国家质量体系标准，通过国家3c认证等。

目标客户描述：（p2）

你怎么知道某地区对你计划创办的企业产品有需求，谁将是这个企业的顾客（什么年龄段的人、什么人群…….是我的顾客）。 市场现状及发展趋势：（p2）

产品的价格、质量、销售、员工、地段、未来前景 自身优势分析：

经历、技术、人员、资金、地段、销售渠道、后续支持、发展前景……..

直到门牌号 选择该地址的主要原因：

人员推销：派推销员（业务员）上门服务、上门宣传，活动现场促销，公众人物促销。

广告投放：发传单、发短信、广告牌、广播、灯箱等

价格策略：采用成本加价法和竞争比较法来定价。开业初期，进行打折（赠送礼品、买一送一、送金卡等）。经营正常后，利用多种定价策略积极促销活动。

企业人员的组成：

按照劳动合同法，给员工办理社保（五险）。 七、固定资产情况

办公及生产服务工具和设备（p34）：

**企业计划书如何撰写企业计划书篇八**

由于中国人均收入增加及生活节奏的加快，作为继大卖场及超市之后出现的又一新兴的零售业经营方式，便利店必将大有作为，它也将成为未来中国极具在发展前景的零售业态。

本便利店是由三人合伙投资的一家小型便利店。店名为xx，故我们的宗旨是“让消费者快乐的购物”。本店理念是“为大众提供便利购物条件，为消费者提供适合的商品，为消费者提供优质的服务”，为消费者创造高品质的便利生活。xx是一家简便快捷的日常便利店，店面简单大方，店内干净整洁，商品摆置整齐及一目了然，营造自在舒适的购物环境，给人以怡然自得，身于居家的氛围。

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目，经营理念的落后，经营管理不当，经营服务不佳，存空间愈来愈小，从而引发了业态的变化，从而产生了居于超市和小型杂货店铺另外一种业态—便利店。便利店的经营紧紧抓住大型卖场的市场的空白点，以方便消费者为前提。在当今，人们生活及居住房所集中于大面积的地方，也就所谓的居民区，离大型超市等商业购物中心有一定的距离。同时随着人们经济收入水平的提高和生活节奏的加快，人们的时间变得愈来愈宝贵，而人们在日常生活需要的应急性商品或单买商品，此时的便利店这这方面起到了快捷，高效的作用，给消费者带来了满足。

2. 商品种类

主要经营快速消费食品（零食饮料等）、日用百货、报纸杂志、日配和水果等。在商品结构中，食品占比率45%，日用百货30%，其他的占25%。

3.店铺装潢

店面外观的颜色为白色和淡绿色，给人以其商品具备安全和信任的感觉，店内墙壁和天花板采用反光性，衬托性较强的纯白色，给人造成较大空间的视觉偏差。

4.店铺选址

店址位于居民区人群出入方便集中的地方或各社区流动人口较多的地方，以便消费者的快速购买和及时需求，以此来赢得消费者。

1. 机会（opportunity）

a. 居民社区市场潜力大

目前，便利店在大城市的发展速度比较快，地点集中，特别是在一些繁华地带，甚至出现了一家紧挨一家的现象，竞争激烈。而在是居民生活区中，便利店很少出现或只有一家。居民社区发展有以下两点：（1）随着收入和生活水平的提高，生活节奏的加快，这为便利店在居民社区的经营提供了一个良好的外部环境；（2）便利店在居民社区发展空间大，甚至可以弥补此种零售业态在当地经营的空白。

b.相对有利的经济环境

因为便利店行业经营风险小，进入门槛低，是实现投资避险的上佳选择，这对于我们新办便利店和新进便利店行业的一个好的学习机会和锻炼。

2. 威胁（threaten）

a.同类行业竞争，减少便利店生存空间

相对品牌连锁便利店，在人们心中已经有一定的信任地位，加上在当地经营时间较长，已树立统一良好的店铺形象，经营模式有序统一，经营策略成熟鲜明，吸引了一定量顾客的光顾，并成为此家的忠实和顾客。而我们是新进便利店，要在吸引顾客的关顾需要做出很大的努力以及一定的时间。

b.消费需求的多样化趋势

随着我国经济的不断发展，人民购买能力也不断增强，人们的需求日愈多种多样；同时交通设施和交通工具的方便，而我们便利店经营的主要商品往往集中在食品和其他基本的生活必须品方面。消费在需要不止购买食品时，需要购买大量各类商品时，往往是不会选择到便利店购物。这表明，在一定程度上会造成购买力的分流。给便利店的经营带来不利影响。

3.劣势（weakness）

a.缺乏自有品牌意识

我们的便利店是独自出资开发的，对于人民来说，完全陌生和没有知名度，不能及时产生信赖。

b.缺乏工作经验

由于我们都是第一次投资经营生意，只能依靠一些理论和客观学习别人的经验，却没有经营开店的经验。很多东西只能一边经营一边学习，缺乏管理经验，工作流程也比较模糊，很多问题也不能及时正确的处理，这是我们很大的劣势，可能会给我们带来风险。

4.优势（strength）

a.经营壁垒较低

经营成本较低，经营管理模式也不像大企业那么大型及规范，没有像连锁制式化的约束。我们能独立自主管理。

b.直接与消费者接触，快捷的市场反应优势。

在面前为止，很少有便利店有提供为消费者上门送货。在这情况，我们可以为消费者送货，为顾客提供方便和节约时间，从而得到顾客的喜欢，尽我们的努力，让顾客得到最大的满意。

1.产品策略

a.商品陈列和空间利用

在商品的陈列方面，有些便利店存在某些商品的陈列面积过大的现象。由于我们便利店的空间有限，不能浪费陈列的空间，而是要对于做到很好的利用，上架的商品可以达到2500-3000种，满足消费者 更多需要和选择。同时商品陈列清晰和同类商品归类摆放在一起，让顾客一目了然和容易挑选商品。

b.进货特色商品

采购一些有特色的商品，与其他同类型的便利店形成差别。我们选择一些优质的`，也就是口味好吃的食品，以此吸引消费者。还可以根据消费者提供的意见和指点需要的商品，采购入其商品。

2.价格策略

因为其吸引顾客的不是价格而是可以应急的服务。此外，如果提供便利店特色品牌的产品，在商品成本上会具有一定的优势，同时也可提高便利店的影响力。

3.分销渠道策略

我们提供便民服务，根据消费者的需要，我们可以亲自外送消费者所要购买的商品。

4.促销渠道

a.特色商品优惠

对于家庭日常必需用品，需求弹性很小，这类商品如被选做特价商品进行促销是起不到好效果的。因此，我们选择特色商品和有创意的用品作为我们的促销商品，做到每日一种商品降价优惠，让消费者有所期待。

b.发送传单

由于我们的便利店是小投资生意，同时也是选址在居民社区，在促销策略中，我们不用也不必做电视广告， 我们利用经济型小成本制作传单，发送传单。

c.购满赠物

如果顾客买到58元以上，我们可以送给顾客我们店形象的环保购物袋，购物袋一面是我们店的logo，另一面写着我们的宣传语“xx，做你的好邻居”。让宣传语拉近我们便利店与消费者的距离，让消费者有亲切感，同时达到宣传的作用。

d.植入广告

根据人们的日常视觉行为习惯，在上楼梯的时候都会看楼梯楼层指示牌。我们会与居民楼管理人员联系和协商洽谈，我们可以提供楼层指示牌，同时在楼层指示牌中的层数下写着我们的宣传语。我们也会在电梯里的墙壁上用小面积塑料牌以文字的形式写上我们的宣传语。

六.投资分析

1.总共创业资金投入：19万元。由来是我们获得的10万元的创业资金加上我们三人计划各出3万元投资预算。

2.总投入分配：

3.营业效益：

4.收益分析：

**企业计划书如何撰写企业计划书篇九**

火爆江城的美食一绝----—奇香牛骨肉和其系列的牛肉火锅、牛肉粉面，在武汉已形成多条美食街和无数个小吃摊点。在湖北迅速发展，大大冲击了汉味传统小吃热干面，在有取代之势。南北东西对这一风味小吃，由接受到欢迎，势将形成气候，更有蔓延全国之势。

大受欢迎的奇香牛骨肉系列，在其烹制过程中加入了近30种草药、调料，将骨汁、骨油、骨膜、骨肉的美味烹调至最佳状态，使其味道鲜美，营养丰富。让人吃了还想吃，真是回味深长，留恋往返，专家评说，其丰富的微量元素、钙及高营养万分，是美容美体的保健佳品。保证早餐营养，提高生活质量，也正是当代人们的追求。在本地传统小吃中增加这一独具风味的品种，定会格外受宠。国人的一日三餐，吃客少不了。所以每一家都会赚钱。这是其迅速发展的重要原因之一。

另一个重要原因是投资少，技术好掌握，易保密。下岗职工、离退休职工和农民均可以开此店。几千元投资不是问题。技术的关键在汤料，近三十种配料可缝制在一个纱布袋里，用完后可以回收，便于老板控制，便于保密。

1、 技术投资300元(函授298元)

2、 设备投资：a：桌椅10套即20个椅子，10个小桌，计1000元;b：豪华火锅5个计250元;c：炊具300元;d：餐具300元;广告牌150元。合计为20xx元。

3、 租房子：20平方米门面房，月租金1000元(县城为500元)按季度付租金需3000元。

4、 周转金：700元。

以上投资概算总共为6000元。

1、 牛骨肉：以每天销售80斤计，(含买回家的，在店里吃的和超市销的)，其综合成本(含水煤电房租)300元左右，其收入600元，利润为300元。

2、 牛肉火锅：以每天20个火锅(含水量牛肉、羊肉、驴肉火锅)每锅20元-40元，其最低收入为400元，成本为280元，利润为120元。

3、 牛肉粉面：按每天卖200碗(荤素各办)每碗2.5元和1元计，收入为350元，成本为150元，利润为150元。

4、 员工的工资：按4人(1000元+400\*3=2200元/月，75元/天)

5、 各种税费25元/日。

以上三项的利润为570元，减去100元支出，日净利润为470元。年利在10万元以上。

1、 三个项目一起做，早餐用牛骨头汤做肉粉面，中晚餐在做牛骨肉的同时，可增加牛肉、羊肉、驴肉火锅。

2、 保证质量、药料、调料不能少，肉要好。

3、 给足份量，粉面不能少，配料(辣椒油、香菜等等)不能少，牛肉牛杂更不能少，确保长久不衰。(成本是按足料计算的)。

4、 优质服务，对待你的吃客，要礼貌、客气、宽容。

5、 延长服务时间，城市里可以24小时营业。

6、 对于老客户、大客户可以赠送小纪念品。

**企业计划书如何撰写企业计划书篇十**

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。

a公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等a系列产品的企业。

本公司创建于20xx年7月份，目前，拥有生产流水线两条，固定资产800万元，员工120多人，其中高级管理人员10人，中层管理人员15人。并在20xx年6月通过了国家生产许可证的验收;被省质量监督局20xx年度抽查测定为合格产品。20xx年3月通过北京中大华远认证中心的iso9001质量体系认证。

本公司在电动车行业的产销量名列前茅，成功地在浙江县市级市场上网络遍布率达80%;并渗透了福建省、江西省、安徽省、重庆市、广西省等省市市场;并通过了浙江省、江苏省、上海市、山东省等新产品鉴定，并在以上各省份公安厅上了目录。

本公司将以打造a品牌为企业目标，发展多元化经营，加快网络建设;开展网络服务和电子商务，努力将本公司建设成为集研制、开发、生产、销售、信息网络、科技服务于一体的区域性乃至全国性的电动车企业。

(一)品牌定位

争做电动车行业的领导品牌

(二)目标市场

(三)市场前景

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。

而随着高新技术产业的迅猛发展，加快了信息的传递速度，使国内电动车市场前进的步伐在不断加快。电动自行车作为一个新兴的产物，它的诞生来自于自然资源的日渐减少、城市环境的日渐恶劣、人们生活需求日需提高的情况下，故电动自行车的出现使之成为人们为之风靡的产品。这不仅是国内市场，国外市场亦是;公司的网站以及公司注册在阿里巴巴的网站，外商的访问率居高不下，良好的市场前景为电动车行业带来前所未有的机遇和挑战。

目前，公司引用人才，布好棋局，提炼公司核心价值，提高自身的竞争力。在产品质量管理、新产品开发、营销策略制定等都充分地体现公司“做大、做强”的定位需求，故公司并驾国内销售、国际贸易两条轨道，把a公司在电动车行业耸立起来。

(四)产品优势

低噪音、高效率、驱动力矩大、无火花换向

(五)市场现状

20xx年的浙江电动车市场，由于绿源、小飞哥、欧豹、以人等国产厂家控制了近70%的市场，因而整个市场运行大体平稳，但里面同样潜伏着引起市场动荡的因素。

1、价格仍是导致电动车市场最不稳定的因素。尽管电动车前四大品牌控制着绝大部分市场，但部分区域品牌想扩大市场份额，往往用低价策略来扰乱市场，另外，即使在几个大品牌之间，在市场的压力下，也在暗中较劲，其中小裟电动车几大品牌降幅，这些都是可能引致电动车价格战的不确定因素。

2、电动车行业对比摩托车来说，技术含量相对较低，电动车企业之间的竞争更多地体现在成本上，但随着几大品牌的规模已经形成，成本优势相差无几，因此电动车行业技术升级之战不可避，节能技术、绿色技术、数字化技术等等技术革新将引发新的竞争。

3、从整体上来看，目前电动车市场仍处于供大于求的状况，竞争渐趋于白热化，加之电动车电机、电池的不稳定，许多老企业面临着生产设备和技术更新的难题。激烈的竞争将厂家面临多重压力，市场份额向大品牌集中，小品牌的市场份额也正在大幅下降，部分企业甚至已处在挣扎线上。

4、从市场需求情况看，电动车消费的档次将逐步拉开，一些整体品质卓越的高品位电动车将成为市场消费的主流，技术含量高的精品电动车因具有绝对的换代优势而受到欢迎。

5、由于农村普及速度加快，一些低价位电动车的需求重心由城镇居民家庭向城郊农村地区延伸，需求总量呈稳步上升之势，产销状况趋势向好，生产处于良性循环的合理区域内。加之最近处于“非典”时期，更为电动车市场带来前所未有的机遇和挑战。 6、地区性品牌借助地缘资源在当地拥有相当的市场占有率。

1、技术竞争必将升级。随着电动车行业第二轮高速发展期的来临，国内电动车市场的格局将面临着重新洗牌，新老两大阵营之间的对抗将围绕如何赢得电动车换代市场来进行。

2、电动车企业的营销管理能力将接受严峻考验。绿源及其他新进入者，营销管理规范、系统运作，市场控制力强、市场策划一流、手法稳健，a电动车将如何应对，如何强化自我的营销能力，将成为对a电动车的最大考验。

(六)融资计划

公司计划以借贷形式，一次性借贷100万美元，用于新品开发、设计、市场推广、广告投入及扩大生产规模。

其中20万美元，用于市场推广及广告费用;80万美元用于其他营运活动。

公司计划以两年收回运营资本

(一)营销策略

品牌定位：中高档。

目标市场：国内二级、三级。

渠道策略：特许经营、专卖连锁

产品策略：在建立行业品牌形象后，向相关联的领域拓展，营造属于a品牌的形态意识。

(二)推广预测：

年份 终端网络 销售额

20xx 50家

20xx 100家 10000万

20xx 200家 15000万

20xx 350家 20000万

在销售额达到10000万时，计划扩大生产规模(土地征用，厂房建设及设备投资)，达到年产a电动车10万量的目标，满足2亿元的年销售额的需求。

通过一系列运作，于20xx年完成2亿元销售额，发展终端网络350家，年生产a电动车10万量。a品牌在中国的二级、三级城市的一类商场或街面拥有专柜或专卖店，并扩展到经济发达的一级城市。a品牌成为中国电动车行业的领导品牌，消费者对a电动车的首选品牌。

a营销管理工程，以 责任清楚、机构合理、规范运作、提高效率、赏罚分明为目标，通过组织架构的设定和业务流程的重新梳理，将a公司建设成为以客户为中心、以市场为导向的现代营销型公司，使其不但能够出色完成公司下达的营销任务，而且能够在竞争越来越激烈的市场中引领整个a公司稳健发展、更加壮大。

通过明确相关岗位工作流程及相关岗位的岗位功能，界定相关岗位的岗位责任，相关岗位工作制度，绩效评估、激励考核及奖罚制度(包括各岗位的奖罚制度)， 派出机构的管理，建立各类规范化表格(如：销售日报表、业务人员工作计划表、绩效考核表等)，及营销服务体系(服务的流程、规范、制度、政策、特色)等工作。

按4年预期目标计算：

年销售额：20000万元

产品成本：20000万元 ×50%=10000万元

市场推广、广告营销费用：20000万元×20%=4000万元

税 收：20000万元×10%=20xx万元

利 润：20000万元×20%=4000万元

优势方面，a已有相关产品生产及销售经验，在统一经营上领先一步。有利于树立企业的整体形象，提高产品及服务质量。

a主要劣势，是没有形成一个以市场为导向、以顾客为中心的组织体系，a内部没有形成统一的价值观，而且在新品开发、设计、工艺质量方面，条件不够成熟。

同时，主要竞争对手的市场意识在增强，渐渐都开始注重品牌和服务，机制灵活，对市场变化反应迅速，对a形成较大威胁，加之行业跟随者及其它品牌的进入将分享a品牌的市场份额，使a品牌渐渐失去行业绝对领导品牌的优势。

a系列产品虽说市场潜力很大，但需主推a电动车，其它产品自然销售。只有当产品向专、新开发，渠道和服务向深、广发展，才能使a品牌真正强大起来。

通过对市场的分析，我们发现，电动车行业在国内外市场上是属于新兴的产物。这反而给a提供了很好的机会。只要及时调整企业战略，充分利用资源，进行合理整合，a品牌是可以在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

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