# 最新创业计划书论文1500 创业计划书论文(四篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-06-18

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。创业计划书论文1500 创业计划书论文篇一第一就是事业本体...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**创业计划书论文1500 创业计划书论文篇一**

第一就是事业本体的部分，就是事业的主要内容。计划完本体的部分后，再来就是财务相关的数据，比如说预测会有多少的营业额，成本如何、利润如何，为此未来还需要多少的资金周转等等。第三：补充文件。比如说有没有专利证明、有没有专业的执照或证书，或者是意向书、推荐函。

通常一本计划书这样写下来有一百多页，所以在前面需要写份摘要，摘要只要一页就好。接下来是创业计划书的章节，分成十大章。

第一章：事业描述，就是的事业到底是什么。必须描述所要进入的是什么行业？是买卖业、制造业还是服务业？卖什么产品？还是提供什么服务？谁是主要的客户？还有进入产业目前的生命周期是处于萌芽、成长、成熟还是衰退阶段？再来要进入事业的状况是新创的？还是加入或承接既有的？那么是要用独资的方式呢还是合伙或公司的型态？为何能获利、成长？打算何时开业？要不要配合节庆？营业时间有多长？是否有季节性？

第二章：产品/服务。的产品和服务到底是什么，或者是两者都有。有什么特色？的产品之特色能带给客户什么利益？还有的东西跟竞争者有什么差异？如果的产品或服务是创新、独特的，如何使人想买？还有如果的产品服务并不特别，为什么别人要买？

第三章：市场。就是的东西要卖给谁，先界定目标市场在哪里，就像刚刚提的：客户是几岁到几岁的年龄层？是在既有的市场去服务既有的客户呢？还是在既有市场去开发新客户呢？还是在新市场去服务既有客户？或是在新市场去开发新客户？不同的市场、不同的客户都有不同的营销方式。什么叫市场营销？就是要先找到的客户是谁，找出客户后想办法，让客户从口袋把钱拿出来买的东西。销售时要知道真正的客户在哪里？产品对客户有什么样的利益？要用哪种营销方式？通路是直销还是要找经销商？还有怎样去定位、上市、促销，这些都跟市场规模多大、想要有的市场占有率和每年成长的潜力有关。当市场成长时，市场占率会上升或下降？市场是否竞争激烈？若不是，为何？再来怎么定价，预算要怎么做？要采取什么样的策略？等等。

第四章：地点。一般公司对地点的选择可能影响不那么大，但是如果要开店，店面地点的选择就很重要，要不然为什么麦当劳要开在街口转角。通常一个不好的地点绝对会让关门大吉，好的地点会让利润多一点。

第五章：竞争。在下列三种时候要做竞争分析，留意跟竞争者的关系。1.当要创业或要进入一个新市场时，当然要先做竞争分析。2.竞争有时是来自直接的竞争者，有时是来自其它的行业，所以当一个新竞争者进入在经营的市场时要做竞争分析。3.随时随地做竞争分析，这样最好最省力，可以从这五个方向去想：谁是最接近的五大竞争者？他们的业务如何？他们与业务相似的程度？从他们那里学到什么？如何做得比他们好？

第六章：管理。要建立自己的管理专业及相关背景，清楚自己的弱势，创业团队之间如何互补？创业团队之间的强弱势，彼此间职务及责任如何分工？职责是否界定明确？除了团队本身是否有其它资源可分配和取得？中小企业98%的失败来自于管理的缺失，其中45%是因为管理缺乏竞争力，目前还没有明确的解决之道。另外，20%是因为公司内部专业不均衡，这要加强自己的专业。还有18%是缺乏管理经验，要找互补性的事业伙伴来弥补。另外还有9%是没有相关产业的经验、3%是经营者掉以轻心、2%被人家诈欺背信，最后1%是来自天然或人为的灾难。中小企业其它2%的失败就不是以上的因素。

第七章：人事。要考虑现在、半年内、未来三年内之人事需求是什么？还需要引进哪些专业技术？有专业技术的人在那里？可否引入？是需要全职还是非全职的人力？薪水是算月薪或时薪？所提供之福利有那些？是不是有加班费？有没有排教育训练？这些人事成本会是多少？

第八章：财务需求与运用。筹资/融资款项要如何运用呢？是要拿来营运周转？还是添购设备、备料进货或是技术开发…？要何时动用？还有供货商、规格、品牌、价格、数量、运费、税金…等需求如何计算？筹融资款对专业的获利有何贡献？未来3年的损益表、资产负债表和现金流量表预估了吗？第1年报表要以每月为基础，第2、3年则以每年为基础。

第九章：风险。经营企业一定会有风险，平时就要注意。风险不是说有人竞争就是风险，风险可能是：当初选的地点旁有捷运，可是后来捷运不经过。还有进出口会有汇兑的风险、餐厅有火灾的风险。另外还要注意当风险来时如何应对？

第十章：成长与发展。在创业计划书中要想：下一步要怎么样，三年后要怎么样，五年以后要怎么样，这个计划是要能永续经营的，所以在规划时要能够做到深耕化、多元化和全球化。

**创业计划书论文1500 创业计划书论文篇二**

一、市场分析

1.1 网络游戏的定义及分类

“网络游戏”也就是人们一般所指的“在线游戏”，是通过互联网进行、可以多人同时参与的电脑游戏，通过人与人之间的互动达到交流、娱乐和休闲的目的。这里我们将网络游戏分为角色扮演类大型网络游戏和休闲游戏(本游戏)。

休闲娱乐游戏(casual / lobby game)--本游戏，包括大中型休闲网络游戏和游戏平台上的游戏。休闲游戏的特点在于回合制、阶段性，玩一盘所耗费的时间一般不会超过10分钟。通过玩休闲游戏这种娱乐方式，玩家通常可以得到放松、休息。休闲游戏中的游戏平台是通过集成众多流行游戏，也构筑一个有基本健全的平台社会体制和经济系统的世界，让玩家扮演特定角色进行对抗博弈。本游戏打破传统游戏虚拟化的特点，产品以区域着手，以地区玩家娱乐和游戏习惯为背景，把地区玩家的生活和娱乐网络化。

1.2 网络游戏产业数据分析报告

网络游戏这个自1998年开始出现在人们视野中的新名词，经过5年寂寞发展的时间后，在2024年随着陈天桥的财富故事成为冲击财富榜首的热门；此后几年，大量的精英人才和资本迅速进入这个新兴产业，至今国内已有7家游戏公司上市，均创造了骄人的业绩；一组组惊人的财报数据，使网络游戏毫无争议的成为财富增长最快、最暴利的新兴产业。

中国经济持续高速增长，人均收入和个人支付能力持续提高，经济水平的提高刺激了人们对娱乐业务的需求，尤其是对宽带娱乐业务的需求不断高涨；另一方面，随着人口流动性的增大，用户需要更多的娱乐产品从不同的时间、空间上提供娱乐服务，用户对网游产品的需求日益增多。与此同时，网络游戏场上推出的产品数量增多，促使更多的互联网用户转化为网络游戏用户。从年龄层面来看，截至2024年第三季度，中国网络游戏用户群已经从原来的18-22岁的高密度集中转化到了18-55岁为主的相对年龄层分散的局面，游戏人群年龄层将会不断扩大，用户的付费能力进一步提升，用户对网游产品的需求类型日益增多，从而促进了整个网络游戏市场的快速发展。

1.3 网络游戏盈利的本质

所谓游戏的本质就是通过虚拟情境，构建了一个虚拟(本游戏在设计时，通过点对点音视频，使其更真实化)的社会，将现实社会中人吸引到这个社会中来，游戏公司通过发行游戏社会中流通的虚拟货币(q币、u币、等等游戏币)来分配游戏社会资源和建立游戏社会秩序，以虚拟货币换取玩家的真金白银，从而拥有了货币发行权。通过虚拟货币换取玩家的绝对货币；再制定游戏规则、推出服务产品来消耗掉用户持有的虚拟货币，从而最终实现了对用户财富的攫取，这就是网络游戏公司的盈利本质。本游戏运普遍采用的消耗手段是比赛、竞技、虚拟装备、金融贬值、收取正常的转账服务费、根据07年税务制度提取喜金以及扣水为主的 20多种消耗方式。例如目前的腾讯、联众、中国游戏中心等休闲游戏平台均在采用这种模式盈利；当然，这些平台也经常打点擦边球，以赚取暴利。游戏对战平台则是通过提供多种游戏的联机比赛服务，构建了一个对战比赛的社会环境，也同样通过对比赛输赢结果进行分配消耗玩家持有的虚拟货币。

二、游戏平台的机会与前景

2.1 游戏平台的分类与发展

游戏平台是越来越为人所熟悉和喜爱的网上休闲娱乐场所，也是国家大力支持和推动的电子竞技这项新兴体育项目的载体。休闲游戏将成为未来网络游戏的重点发展领域，也是目前玩家人数最多的游戏，知名的qq游戏平台同时在线人数高达500多万人。大量的用户流导致网速远远不能满足玩家的要求。

2.2 国内主要游戏平台的定位与运营模式的分析

国内主要的游戏平台有：联众游戏、中国游戏中心、腾讯游戏平台、本游戏平台。下面将分别就产品特征、盈利模式、运营特点、推广、前景分别进行分析比较。

本游戏平台通常都有两种用户群体，一种是免费玩的，主要用来吸引人气，这就是我们看起来的免费，而实际上免费玩家至少在为他们的广告收入作贡献。另一种是直接表现收费的，这种主要是由免费玩家中产生的，通过公司的刺激手段刺激后转成付费的用户。在游戏平台上的付费用户可以有多种权限进行娱乐，参与比赛通过输赢满足自己小赌的心理(这也是很多玩家的癖好吧)或通过音视频互动使其游戏根据有真实感、节奏感、舒适感、……并在参与游戏或比赛的过程中去赚取平台流通的虚拟货币作为自己的一笔收入。同时，游戏平台运营者获取了游戏玩家每一局的固定的服务费用。像联众每天同时在线的人数达到几十万，每天贡献给联众的抽成收入就达百万之多。

因此目前的市场格局是：腾讯，已有既得利益和固定运营模式的情况下，无法对区域市场精耕细作，而对具有五千历史大中华民族来说，很多地方都有自己的历史文化和娱乐生活，这也是他们需要在生活和娱乐中需要具体网络化，这块市场现在正处于高速成长阶段，在全国没有特别有影响力的品牌。从宏观环境来看，中国的城市化进程的加快，也需要区域性的娱乐。地方市场的划分主要是以城市为单位，这和中国城市化进程加快，中小城市经济发展加速是同步的，另外地方经济的发展，也已经带动地方区域性媒体以及区域性娱乐成为新的潮流。

本游戏可以通过将当地网吧、学校、地方超级玩家捆绑形成利益共同体，从而，控制区域市场渠道，成为区域电子竞技垄断平台；我们通过为其提供技术支持，提供虚拟货币流通。

2.3平台区域运营的优势

游戏平台区域运营具有很多得天独厚的条件和优势，这是能够有力阻击外来竞争，整合并垄断本土市场资源的优势运营策略。

下面就区域运营优势的各个方面进行分别详解：

2.3.1 产品：游戏平台定位于比赛、竞技、ktv以及其他游戏达成的综合性本土特色游戏平台门户。

平台既提供了大量的具有广泛玩家基础的高质量水准的棋类、麻将类、牌类、博彩类、休闲类游戏，例如：重庆火锅、四川血战到底、重庆麻将、华人麻将、麻将、中国象棋、四国军棋、围棋、五子棋、神州七号、老虎机、疯狂斗地主、欢乐斗地主、重庆斗地主、四人斗地主两副牌、视频斗地主、两人斗地主、皇嘉斗地、武汉斗地主、三张牌(扎金花)、升级(拖拉机)、百变双扣、疯狂双扣、跑得快、锄大地、拱猪、三打一、疯狂挖坑、炒地皮、梭哈、掼蛋、憋七、黑挖、四冲、21点、十三水、保皇、五十k扑克等游戏共计40多款；最突出的价值在于，提供地方性本土特色，以本土游戏规则、游戏场景、本土语言、本土比赛活动奖励、本土客服和运营的特色价值服务用户。这些游戏在国内外都拥有大量的玩家基础，平台通过地城域网内架设了联机服务器，通过平台为当地用户提供联机服务，使其获得最具速度优势的平台服务，从而集中和吸引大量玩家登陆平台，为平台创造巨大的财富和机遇。

通过打造一个具有地缘和文化特色优势的游戏平台门户；使平台在特定用户群内形成品牌价值，成为一个具备自身运营盈利能力、局域市场垄断和广告价值同在的优势平台。

通过对产品的努力打造，平台将成为集成全国各地本土规则的类游戏、同时支持竞技和类电子竞技游戏比赛、集成众多网游推广、拥有本地线下运营体系支撑的大型综合性游戏平台。

2.3.2 内容：平台内容包括游戏普通场(免费)、竞技场(收服务费)、豆豆场(收小额喜金)、防作弊场(收喜金)、快速场(收服务费)、vip超级玩家(收费)。游戏让用户足不出户玩到最专业的本地游戏。游戏实现了休闲游戏+娱乐ktv相结合。

普通场：针对所有玩家。

竞技场：由运营商制定规则，不定期的开展各项游戏的竞技大赛，以推广游戏和吸取专业游戏高手为出发点。要合乎条件的玩家才能参与(比如：游戏币大于>=5000)。

举办赛事规则可以参照如下：

1、闯关赛

平台上的闯关赛运营规则可以参照联众电脑技术有限责任公司在2024年8月份开展的“疯狂十三关”策划案。

2、争霸赛

平台上争霸赛的运营模式参照广东“鸡神争霸赛”。

3、公开赛

可以选取两个著名选手或是两个团队参加比赛，由运营商或是裁判发起，选手参赛不付费，但是比赛可以开展竞猜押注，增加趣味性。

4、个人赛

由运营商设定固定金额的游戏豆作为成为vip玩家的标准，vip玩家可以自己开设比赛房间。运营商按照平台设定的固定比例扣除玩家双方的服务费用。

豆豆场：是训练场，要有一定u币才能参与。

防作弊场：是高手对战场，要有一定u币才能参与。

快速场：也称直通区。会员可以参与。

vip超级玩家：超级玩家才有此权限。

三、平台运营赢利模式和操作

3.1平台运营赢利分析

平台支持的主要是电子竞技类游戏，这些游戏普及度高，对战性强，很适合打比赛和对战。而在比赛中引入奖励机制，设定大奖，这样对于游戏玩家来说，就具有很大的挑战及刺激，吸引他们购买u币参加比赛；另外平台设定有对战、竞猜、下注等功能，来满足玩家需求，刺激玩家向更高目标挑战，具有更加吸引人的趣味性。

运营商在当地有虚拟货币的发行权，玩家需要拿法定货币去运营商处购买u币并兑换成游戏豆进行比赛或竞猜，而不论输赢运营商都会扣除玩家固定比例的服务费用。

其核心理论就是：用虚拟货币换取真实货币；通过游戏的趣味性和比赛的刺激性吸引玩家进行比赛和对战，并由运营商制定消耗规则消耗掉玩家的虚拟货币，最终实现赚钱的目的。

3.2平台运营盈利模式

引入赞助

目前很多知名企业都作为过电子竞技大赛的赞助商，联想、三星、英特尔、hp等，运营商在运营赛事时也可以找相关企业赞助，既为企业的产品或品牌扩大了在当地的影响又推出了自己的平台，玩家也获得了实惠，实现了多方互赢的局面。

渠道推广

因为占有局域市场的宣传优势，运营商可以和各大游戏厂商合作，将其产品集成到平台上，为其提供本地推广服务，作为一个成功的运营商可以在条件具备的时候走在前面。广告和本地推广服务将成为不可忽视的盈利点。

未来前景

各地运营商体系建立并成熟后，就形成了一个中国最完善最全面的电子竞技与游戏地推、运营服务体系，可以更好的帮助游戏厂商做游戏渠道推广；可以组建全国电子竞技大赛。平台本身的运营也将持续不断地提供丰厚的收入。

3.3盈利分析案例

3.3.1案例数据

选中等二级地区城市福建泉州为例

福建泉州05年初有关数据显示：地区总人口700万人(城区人口85万，其他为所辖县市及农村人口)，有执照网吧300家，黑网吧超过1200 多家，网吧总量布局比例范围为每家不到5000人1家网吧；这个数据符合现实中绝大多数城市的网吧人口比例。此案例中只计算了来自网吧分销渠道的营业额，没有计算其他入网方式接入的实际有效大量用户大约90万；所以实际操作中将还有非常巨大的利润空间。

3.3.2 投资需求

平台系统：一套15万元(平台价格根据各地区均有所不同，分别为10-20万)

办公场所：40平方，每年2万元

办公设备：电脑两台8000元，电话两部加办公桌椅5000元人员：财务1人，网管1人，业务处理1人，销售10人，人均1000元，共13000元/月

平台托管：每年4000-8000不等。

其他：2024元

总投资合计：固定投资19万元，人工费用13000元/月

3.3.3 收益分析

收益项目包括：vip会员、渠道销售、服务费、商业扣水、喜金，道具等其他五个主要方面

1、vip会员：(基本盈利能力)

以共发展3000个vip会员，每个vip会员每月会费20元，总共会费收入：3000×20×12=720000元，柒拾贰万元/每年。

2、渠道收入：(有市场渠道方向的运营商可以开发此方向的市场，不计为盈利能力)

运营商与某企业、网吧、娱乐城等等可以实施渠道销售，运营商可以与相关单位形成渠道销售，也就是运营商可以在平台上给某网吧或娱乐城开设固有的运营雅间，并从中收取渠道费、部分服务费和商业水收等等，假如该区有10个娱乐城与该平台形成运营合作关系，渠道费用每个娱乐城1000元/月房间，共开设20间，则每年渠道费：10×12×1000×20=2400000元；该区有10个网吧与该平台形成运营合作关系，渠道费用每个娱乐城500元/月房间，共开设40间，则每年渠道费：10×12×500×40=2400000元；

不确定估计共计480万元，此项能带来的实际收入能达到多少，还是取决于运营商的投资利用效果。

3、各种比赛收入：(不计算为其盈利能力)

各种比赛收入不是很好界定，根据比赛不同，收入差距是很大的。既使一年只举办一场斗地主或者任何游戏的闯关赛，也可获得数以百万或千万的利润收入，因无法准确预算将举办几场等情况，所以这种最暴利的收入，在这里也将不计算为其盈利能力。

4、其他收入：(基本盈利能力)

其他收入包括游戏的抽成，扣水、喜金、服务费以及广告、冠名、游戏房间出租、甚至虚拟货币发行，道具等在内的各种名目繁多的游戏币消耗方式的应用。对于这些收入模式不再进行详细分析，运营商自行选择应用。目前主要的运营商基本都是通过各种游戏币消耗的方式将游戏中流通的货币消化掉的；如果运营商也充分采用了这种模式，那么至少每年平台中流转的这笔总额超过5400万的资金将全部成为运营商的收入。

3.3.4 收入汇总

收入总计：

vip会员收入：720000元

网吧渠道收入：4800000元

各种比赛收入： x

其他收入： x

盈利总计：

利润收入为：720000+4800000+x=5520000+x元，大于 伍佰伍拾贰万元/年

可控流动资金为：720000+54000000+500000+x=55220000+x元，大于伍仟伍佰贰拾贰万元/年

汇总表：

成本项目金额利润项目金额

平台系统150000元vip会员720000元

办公场所20000元网吧渠道净收入4800000元

办公设备13000元商业比赛收入x元

人员13000元抽成，扣水，喜金x元

平台托管8000元服务费，广告，道具等x元

其他2024元房间出租200000元

合计19万固定投入

1.3万流动投入/年净利润1152万元 / 年

可控流动资金5522万元 / 年

3.4项目运营操作内容

3.4.1运营商经营主体身份

现有的信息技术有限公司、科技发展有限公司、网络文化传播公司等都可以以商业促销活动的名义直接从事这个项目。

对于现在没有法人实体的个人，如果要从事这个项目，可以挂靠某个现有的公司实体或者组建一个公司。

3.4.2 硬件配备要求及技术支持说明

1、服务器配置要求：

需达到一定性能要求基础之上，追求服务器稳定，因此服务器最好选用品牌服务器，因为它可以保障硬件的售后服务。

2、服务器托管要求：

服务器最好托管到当地的主流机房里(网通或电信)，因为那里有防火墙措施、不间断电源、防静电的环境；基本上全国各城市的机房托管费用1u在4000-8000元之间。

3、合作后的技术支持：

为了让您能快速长期稳定运营游戏平台系统，我们特制定以下的技术支持办法：

1、 只要您在应用我们的系统，无论何时我们都提供一条龙技术全程服务，我们将全面保障整个运营过程；

2、 我们将派专人架设好游戏服务器端及相关的网站，做好运营相关的服务器安全，并帮助调通各种支付系统，培训专门的游戏管理维护人员；

3、 无论多少年的合作期内，我方将始终免费提供游戏升级支持和免费添加赠送新游戏；

4、 如遇到突发事件，我方将在第一时间里内给予响应。在接到故障通知后，我方技术人员将在您授权前提下，尽心尽力的协助您予以处理；

5、 合作期的任何时间内，我们都将提供免费的游戏管理操作培训及游戏运营推广培训，培训方式为：

(1)、可以派专员到我处进行培训；

(2)、我方远程操作示范；

(3)、提供全套市场推广运营指导材料，协助制定运营推广和活动策划方案；

(4)、要求我方派技术人员到购买方进行实地培训(所有差旅费用由您支付)。

4、合作后运营支持：

协助运营商根据当地市场情况、预算、运营商资源，进行赛事策划、组织及培训。

3.4.3 整合渠道营销

运营商在本地市场推广平台的时候，可以整合一系列可以利用的资源，形成一个简略高效的营销团体。本地营销伙伴选择可以通过以下四类目标着手：

1、 网吧渠道：

当前的网吧经营者，这将是主要渠道。网吧具备了平台服务的所有条件，比如：游戏玩家、上网环境、付费环境、比赛环境、推广环境、组织条件等；具备最理想的渠道特征；首选之。

2、 媒体渠道：

媒体影响并掌握、引导部分受众的注意力，所以选择发展媒体渠道也是关键策略。目前主要适合的媒体渠道分为报纸和网络两种。报纸媒体多选择当地流行的小报，主要进行广告、软文投放、电子竞技专栏合作、比赛赛况发布等。网络媒体选择当地地方性综合门户、资讯门户、论坛等站点，合作成为其频道运营商或开辟专栏、组织联赛、赛况发布、投放广告、提供终端下载等。这类渠道需要重视，是提高知名度和吸引人气的很好措施，但要注意负面宣传影响。

3、 娱乐场所渠道：

传统的娱乐场所拥有大量潜在玩家和对比赛结果感兴趣的人群，发展娱乐场所成为渠道可以有效扩大用户数量，尤其对针对比赛输赢进行小量投注娱乐的活动更能够吸引传统棋牌室等娱乐场所的人群关注。娱乐场所的渠道合作，相当于对娱乐场所和平台的用户和服务进行了等价互换，平台的比赛活动以及服务特点可以成为某些特殊娱乐场所的经营项目，对合作双方都有很大的价值。

4、 经纪人渠道：

经纪人手中掌握大量的用户资源，可以通过组织比赛为平台聚集人气；经纪人多为在本地或本范围之内拥有强大人脉资源的人员，比如网吧老板、棋牌室老板、赌场老板、活跃的有影响力的游戏爱好者等。一旦建立了庞大的经纪人渠道组织，平台上将会出现活跃的比赛盛况；平台的人气和利润会达到理想状态。这方面也将是运营商在操作过程中应该予以重点关注的地方。

渠道开发的核心原则：建立双赢的合作机制；充分发掘利用各自的优势资源；以现实利益为驱动，以长期利益为秩序；明确的责权利规则。

3.5产品价格体系

3.5.1合作商价格体系说明

1、平台系统购买选择范围：

包含项：城市级别、价格、产品分级、价格选择范围、城市分级目录(附表)

城市级别入门级

5万元普及级

10万元标准级

15万元增强级

20万元备注

省会级城市√√

“√”为可选择购买项

一级地区市辖区√√

二级地区市辖区√√√

县市级城市√√√

县级城市√√√√

特殊城市100万起、议价(支持在线100000人以上)

(附表)城市分级目录：

级别说明

省会级城市包含部分省会城市

一级地区市辖区厦门、泉州、珠海、汕头、东莞、中山、佛山、湛江、茂名、株洲、常州、无锡、苏州、大连、大同、宁波、温州、金华、青岛、烟台、潍坊、廊坊

二级地区市辖区除一级名单以外的所有地区级城市辖区

县市级城市所有县级市

县级城市部分县

特殊城市北京、上海、天津、重庆、深圳、广州、杭州

2、产品价格、配置与功能说明对照表：

产品级别价格配置与功能

增强级20万元运营商自备8-10服务器，同时在线人数需支持50000人以上

标准级15万元运营商自备6-8服务器，同时在线人数需支持30000人

普及级12万元运营商自备3-6服务器，同时在线人数需支持20000人

入门级8万元运营商自备1-3服务器，同时在线人数需支持10000人

备注1、“点”，可以理解为“人数”，通常每个点代表一个人

2、服务器、防火墙等安全设备、硬件和软件，用户自己配备

价格附件说明：(选件、升级、服务)

项目价格说明

人数支持升级议价运营商自备升级硬件，软件服务费用根据实际情况双方商议。

棋牌游戏定制升级议价原则上游戏升级只收成本费，根据每个游戏的开发成本与升级量进行分摊定价。

平台基本功能升级标准功能升级免费。

如需要定制开发个性拓展功能，根据工作量收取成本费用。

棋牌游戏添加升级标准推出的棋牌类游戏，免费添加升级。

系统授权(价格表)系统使用授权第一年价格包含在产品价格中，第二年起在现有价格的基础上上涨20%。

服务远程指导免费。

远程协助系统检查操作免费。

远程培训免费。

如需上门服务，服务费收费标准为300元/日，来回差旅食宿费用户承担。

旅费标准：800公里以内火车硬卧，800公里以上飞机经济舱。

食宿标准：三星级酒店。

时间标准：48小时起，每超过12小时少于24小时按一天计算；计时以人员到达双方目的城市时间计算。

第三方软件用户自行配备；本产品价格中不包含任何第三方公司提供的软件产品，系统集成初级，为方便用户掌握，本公司将安装需要的相关第三方软件产品用于演示，不作为正式发布；请用户正式运行时换装相关版权软件。

3.5.2运营商价格体系说明

通用基础级平台

系统特色：类似腾讯qq游戏平台，平台包括对战类竞技游戏和棋牌类游戏两大产品模块。含普通场、比赛场、游戏豆场和黄金游戏豆场，游戏运营用的广告、交易、聊天，道具，人物头像等丰富齐全；系统采用c++开发，单台至强1.6/2g内存服务器支持5000人同时在线，分布式部署，技术上支持无限人数在线。

售价及说明：标准基础售价3-5万元，视城市不同有所区别，仅限于县(3万)或者县级市(5万)非唯一性购买。

平台类别费用类别开发周期(周)价格(元)

标准基础部分

1. 现有麻将类、棋类和牌类游戏平台模块四川血战到底、重庆麻将、华人麻将、麻将、中国象棋、四国军棋、围棋、五子棋、疯狂斗地主、欢乐斗地主、重庆斗地主、四人斗地主两副牌、视频斗地主、两人斗地主、皇嘉斗地、武汉斗地主、癞子斗地主、升级(拖拉机)、百变双扣、疯狂双扣、跑得快、锄大地、拱猪、三打一、疯狂挖坑、炒地皮、掼蛋、憋七、黑挖、四冲、炒地皮、21点、十三水、保皇、五十k等无标准配置

4. 上线后半年的技术支持服务技术支持、管理人员培训费使用培训1周(远程在线)标准配置

个性定制部分1. 博彩牌类游戏购买费用梭哈、扎金花、老虎机无8000/款

2. 闯关比赛功能购买费用大部分棋牌麻将类游戏开发2周，测试调试2周20000/款

3. 现有游戏界面重新设计及调整设计费、开发费、测试费2周/款游戏2024/款

4. 游戏大厅重新设计设计费(不含结构改变)2周4000/套

5. 特色牌类游戏开发开发费、测试费开发3周，测试调试1周5000-12000/款

6. 特色麻将开发开发费、测试费开发3周，测试调试2周8000-15000/款

7. 特种休闲类游戏开发开发费、测试费、设计费根据需求另议根据需求另议

8. 网站设计修改设计费，开发费3周5000/个

9. 现有平台功能调整开发、测试调试费用(非内核改动)5个工作日改动，3天测试调试2024/功能

10. 现有平台内核调整开发、测试调试费用(内核改动)根据需求另议2万/次，复杂度越高，费用越高

11. 支付平台调通支付平台调通及测试1周免费

12. 后期的技术支持服务售后服务费20000/年起

13. 客户委托我方管理客户无人管理平台，我方派专员协助客户管理游戏平台服务费5000/月

3.6区域保护政策

针对纳入战略合作体系的合作客户，承诺在其合作期间，其合作城市内只发展一家运营商。

对于金合作客户的区域保护，在以下几种情况出现的时候，我们可以发展新的运营商：

1、 运营商放弃本地运营的情况下；

2、 运营商承认不能进行继续运营的情况下；

3、 运营商出现严重破坏产业形象的非法、诈骗等行为时。

四、合作商和运营商的资格要求

们需要组建的是精英团队联盟，寻求各县、市、地、省会的核心运营商，要求如下：

◆须对事业有深入的认识，并相信自己有能力做好；

◆将电子竞技、网络游戏事业作为重点发展目标；

◆了解产业现状，认同产业发展趋势；

◆具备相当出色的市场运作能力和果断决策能力；

◆具备独立的法人资格；

◆具备良好的社会关系。

**创业计划书论文1500 创业计划书论文篇三**

一、活动主题：自强不息 自主创业

二、活动目的：

通过举办大学生创业一条街，努力拓展大学生就业、创业的视野，增强大学生创业意识和风险意识，为我校大学生打造一个创业实践成长平台，提升大学生就业、创业综合素质及能力，营造校园创业氛围。

三、策划主办单位：广西师范大学学生会

赞助单位：

四、活动时间：

（1）育才校区：xx年4月16日下午（周六）——xx年4月17日（周日）

（2）雁山校区：xx年4月22日（周五）——xx年4月24日（周日）

五、活动地点：

（1）育才校区：图书馆—大学书店校园主干道

（2）雁山校区：校园主干道

六、活动形式：

1、大学生创业街：

（1）分别于育才、雁山校区设立50—60个学生摊位，鼓励广大学生创业，学生在活动中拥有自主摊位，自主经营商品（在学校允许范围之内），自负盈亏。

（2）报名时间：育才xx年4月7日——xx年4月13日

雁山 xx年3月16日——xx年4月20日

（3）申请摊位须交纳100元保证金并签订协议书。

（4）经审核通过的学生，由校学生颁发经营许可证，执证营业。

（5）每个摊位提供两张桌子、两张椅子、一个雨棚。

（6）学生摊位的摊位费统一价位80元，具体位置抽签决定，抽签时间为4月15日下午5:00—8:00于校学生会办公室。

2、商家展卖：

（1）分别于育才、雁山校区设立10—20个商家摊位，由校学生会实践部及各学院实践部（外联部）组织商家进驻校园进行展卖。

（2）报名时间：育才xx年4月7日——xx年4月15日

雁山xx年3月16日——xx年4月20日

（3）申请摊位须交纳100元保证金并签订协议书。

（4）经审核通过的商家，由校学生颁发经营许可证，执证营业。

（5）每个摊位提供两张桌子、两张椅子、一个雨棚。

（6）商家摊位划分好具体区域并标志摊位号，摊位费按摊位号的不同具体商谈价格。

3、跳蚤市场：

（1）分别于育才、雁山两个校区划设二手市场专门区域，通过二手交易，达到资源的循环再利用，倡导同学们节约意识，树立正确的发展观、价值观。

（2）雁山校区由青年志愿者协会具体承办。

（3）报名时间：育才xx年4月7日——xx年4月13日

雁山xx年3月16日——xx年4月20日

（4）二手市场区域内的摊位不收取摊位费，但建议每个摊位捐出10元钱作为广西师范大学学生会“美丽音符”公益活动的公益基金

（5）每个摊位须交纳100元保证金并签订协议书，保证在二手市场区内摊位所摆设及售出商品须全部是二手货，严禁摆设及销售全新商品。如发现违反规定，将没收其保证金。

（6）活动期间安排人员负责监督及秩序维护。

（7）摊位的具体位置抽签决定，抽签时间待定，抽签地点为校学生会办公室。

4、趣味抽奖

（1）活动时间：4月16日晚19:00——22:00

（2）活动地点：育才校区图书馆前

雁山校区孔子广场

（3）活动形式：

1)设置服务宣传点：

a.利用展板收集同学们对本次活动的看法，同时起到宣传的目的，增加人气。b.作为本次活动的咨询点，为同学们提供相应的服务。

**创业计划书论文1500 创业计划书论文篇四**

创业团队名称：第一范文网创业团队

创业时间：20xx年3月-5月

目 录

前言

一、团队概述

1)团队简介

2)经营项目

二、产品与服务

1)产品描述

2)产品swot分析

3)销售方式

三、市场分析

1)目标消费群

2)市场环境分析

四、市场销售战略

1)销售策略分阶段目标

2)营销原则

五、管理团队

1)团队的构成

2)管理规划

六、财务

1)资金筹集方式

2)财务历史数据

3)财务预算

4)现有资产分析

5)财务走势

6)财务总结

七、机会与风险

1) 机会

2)威胁

3)应对之策

前 言

如今社会上越来越频繁地出现“80后”、“创业”、“新新人类占领市场”等名词，很多大学生认为“创业”本身就是一种职业，在就业高峰，给自己一片更广阔的天地。很多人还认为在今后的社会中，自主创业的人会越来越多，甚至成为就业的主流，成为大学生毕业后就业的首选。而我们认为实现自我价值是证明自己的最好途径。大跃进创业团队不愿意庸庸碌碌，选择自主创业是为了通过这一途径来证明自己的能力。作为在校大学生，我们明白创业有艰辛，收获大于收益。这种成功是属于自己的，就算失败也不会感到遗憾。

法国人有句话说：每个人都应该有一双好鞋，因为这双鞋，会带你到最美好的地方去。踩着那些美丽的、优雅的、舒适的鞋子，整个人的精神也会不一样。是的，这也是我团队致力的目标。

拖鞋作为老百姓生活的必备品，不像保健品或概念性产品，它一百年也不会消失或者被淘汰 。中国平均每人年消费1.5双，而且很多家庭都要备有客用拖鞋，那么按每双10元来计算，整个的中国市场大约有200亿元的市场规模。

而就我们民政学院来讲是一块不小的蛋糕，全校有17000余人，其中女生占70%的比例，大跃进团队成立于次背景下，主要是针对拖鞋类销售与管理，实现从生产者到消费者之间的空隙部分。本团队秉承顾客第一、服务至上的经营理念，主动把消费者放到业务的顶端，坚持不懈地为客户提供满意的商品与周到的服务。

一、团队概述

1)团队简介

大跃进创业团队成立于20xx年3月17日，在经过一个星期的市场考察和分析后选择凉拖鞋作为创业项目，销售男女时尚凉拖鞋。我们是一支具有敏锐的市场洞察力的专业队伍，拥有饱满的激情和积极向上的活力。团队成员结合各自的优势发挥所长，相互弥补、学习、提高，体现团队最大的力量将凉拖鞋事业做大做强。

2)经营项目

各类男女时尚凉拖鞋

二、产品与服务

1)产品描述

拖鞋让人享受一种闲遐的心情，轻松的生活。慢下匆匆的脚步，忘记紧张的生活节奏，缓缓走着，用心体会人生。

我们的拖鞋以时尚、舒适、健康、为主要元素，为顾客提供物美价优的产品，靓丽一夏。

2)产品swot分析

优势：时尚，满足大学生个性化的追求；价格合理，明码标价

劣势：产品进价价格较高，且渠道不稳定；种类不齐全

机会：夏季的来临，凉拖鞋市场需求量大

威胁：受行业竞争，凉拖鞋款式越来越多，冲击力大

3)销售方式

a.以实训超市实体店销售为主

b.以摆摊形式为辅

三、市场分析

1)目标消费群

针对民政学院内学生及老师中18-25岁追求个性、讲求时尚的新潮一族为主要目标客户；校外居民为二级客户。其中特为一区女生为重点目标顾客。

2)市场环境分析

大学校园市场是一个人流量高度集中和稳定的市场，据调查在民政学院以及周边市场上，销售拖鞋的商店主要是精品店、超市、鞋店，据实地调查统计卖鞋的此类商店有22家，竞争相对激烈，产品种类繁多，主要以中低档位主。

大跃进团队销售主要区域是在一区寝室，我们了解到一区3000左右的女生，为8-12人为一个寝室单位，消费人群大且集中，消费行为易受寝室成员影响，能形成口口相传的效应带动销售。

消费能力方面也以中低水平为主，对价格相对较为敏感。观察了主要目标顾客的消费行为后制定了我们的营销策略，产品选择上要求是舒适，时尚，符合他们追究时尚、美观的需求，价格定位区间在12-15元之内。

销售策略上以实训超市为主要的销售网点，平时晚上在一区门口摆摊展销，更加方便目标顾客的就近购买意图。在如此激烈的是市场上我们大跃进走的是精准营销方式，特针对一群目标顾客实施专业化的销售，充分满足消费者。

四、市场营销战略

1)销售策略分阶段目标

我们把公司的营销计划分为以下三个阶段。每个阶段都有不同的目标，针对这些目标，我们将采取不同的具体性的操作手段。

a.告知阶段

以实训超市春季促销为契机，进行产品的市场宣传和推广，打造本公司的知名度。

b.启动阶段

在民政学院一区寝室门口进行连续性的产品展销，培养顾客对本团队产品的认知度，促进产品的销售。

c.促进阶段

¨ 一系列的优惠活动，如：“有买有送”凡购买拖鞋一双则赠送精美礼品一份；

¨ “好事成双”凡一次性购买两双即可享受第二双8.8折优惠

2)营销原则

a.营销理念：优质服务原则

我们团队信奉优质的服务是团队在竞争激烈的市场中立于不败之地，脱颖而出的法宝。用微笑迎接每一位顾客，用真诚打动每一位消费者是我们的经营原则。

“三心”——用心、细心、耐心

销售前用心的观察每一位顾客，揣摩他们的心理；

销售中细心的发现顾客需要，满足顾客要求；

销售后耐心的告诉顾客注意事项及保养措施。

b.营销特色：差异化营销

作为学生的我们贴近学生市场，理所当然更能够了解学生的消费需求和消费心理。所以我们的营销特色就是独特的产品和服务来满足每一位顾客的不同需求；以站在消费者的角度去进行每一次的选购产品，价格的制定，销售的方式。

因为这次创业不以盈利为主要目的，重点是通过这次创业的实践来了解创业过程的每一个阶段。选择进入合适的市场，如何进货，向消费者推销技巧等等。学习是我们最终的目的，盈利只是起到一个推动作用，所以我们团队推崇“学习营销”为思想指导和行动理念。而这也为我们整个营销区别于其他的商店经营，展开了差异化营销，从而创立独特理念，吸引和稳定我们的顾客。

五、管理团队

1)团队的构成，

团队是自由组成的一个共同体，该共同体合理利用每一个成员的知识和技能协同工作，解决问题，达到共同的目标。众志成城，力量大，成果也大。

团队的构成，具有非凡的意义。选择合适的人群，合适的职务安排将是以后工作有效开展的重要因素之一。经过数次严谨的选择，我们的团队已初步成型：

a.团队人数：六人

b.成员结构：管理——张（协调者）

销售——张 李（创新者\\推进者）

财务——李（监督者）

采购——罗 苏（实干者\\信息者）

c.团队成员要求：大局意识、熟悉创业计划的全过程、无私的精神、大度、有激情、团队精神、应变能力等。

2)管理规划

团队不同于工作团体，因为团队既要求对个人负责，也要求相互负责。团队通过其成员的共同努力创造出一个个工作成果，这就使得业绩水平能够大于所有团队成员个人最佳业绩的总合。因此要想有个好的发展就必须要有很好的预见性，做好管理规划。

a.借用第克泰特法，在这里引申为“专用时间”。团队每位成员根据课表选定自己的工作时间，除去上课外，其他剩余的时间全身心投入到团队所选项目中，尽量不做与项目无关的任何事情。

b.信息分享:在团队项目进行的过程中，每个人都会有相应的实践收获，我们制定特定的时间进行信息分享，包括一段时间内的销售业绩、个人心得等对团队发展有利的信息。

c.分工与合作并存：首先团队成员根据自己职责做好团队分内工作；其次在队友遇到困难时，团队成员要积极主动帮助队友，并按时按量完成团队任务。

d.会议要求：

——会前团队各成员都不许做好相应的准备，不开无目的、无意义或议题不明确的“糊涂会”

——联系实际，解决问题，不开传声简式的“本本会”

——权衡轻重缓急，抓住重点，不开“扯皮会”

——讲究实效，不开一报告、二补充、三强调、四表态、五总结式的“八股会”

——不开七时开会、八迟到、九时领导做报告的“迟到会”

e.激励政策：团队项目实施过程中，根据团队成员为团队作出的贡献大小及影响程度给予相应的奖励

f.在团队项目正式启动时，将根据所犯错误的严重程度和造成的损失及影响，给予相应处罚。

六、财务管理

凉鞋是一种季节性很强的产品，且受今年气候影响，气温一直很凉，影响了凉鞋的销量，鉴于此，我们坚持保守的财务政策，努力使财务风险降低到最低水平。为了实现企业利益最大化，我们尽量降低成本，在人员消费上，压缩每一分钱，绝不盲目开销；在鞋的利润控制上，绝不比别人卖的贵，以优惠的价格和优质的服务吸引消费者，走薄利多销的销售路线，一方面可以增加我们的营业额，另一方面也可以加强我们的人脉关系，在销售的过程中积累人脉也是我们的一种收获。

七、机会与风险

1)机会

a.随着夏天的到来，气温的升高，越来越多的人在非正式场合选择穿拖鞋，既方便又舒适。

b.拖鞋是夏天大家必备的物品，几乎每个人在夏天都会拥有一双甚至几双拖鞋，它同时也是人们夏天洗澡时必备的物品。

c.拖鞋的价格相对于其它鞋子要便宜许多，因此，很多人更换拖鞋的频率较其它鞋要频繁，尤其有新款出来时。

d.随着新的夏天的到来，许多人原来旧的拖鞋已过时或找不到了，会促使他重新购买拖鞋。

e.我们的位置靠近紧邻一区女生宿舍，不下雨时还可以到宿舍大门口摆摊，可以更方便顾客选购。

f.可以有效利用认识的人，进行广泛宣传。

2)威胁

a.学校内外各类便利店很多，这些便利店中有各种款式跟价格的拖鞋出售。

b.由于我们自身的资金限制，使我们每次的进货量跟所进拖鞋的款式不够丰富。

c.由于今年雨水较多，气温回升也不是很明显，导致我们能在室外摆摊的时间不多。

d.由于这学期学习任务较重，各成员的课余可支配时间也不尽相同，使在室外摆摊的时间不够稳定。

3)应对之策

a.我们无法做到与便利店的款式多样。但我们可以在服务上胜过他们，我们可以提供更多更好的售前、售中、售后服务，以优质的服务打动顾客，争取更多的回头客。各成员加强在销售技巧方面的学习，提高成交率。

b.在我们所买的拖鞋款式不够丰富的情况下，我们可以使我们的产品在质量上胜过其它地方所销售的拖鞋。因此需要进货时在拖鞋的质量上把好关。

c.对于今年雨水较多，影响室外摆摊的问题，我们只有尽量在天气条件较好的情况下多到室外摆摊，从而使因天气原因引起的损失达到最小。

d.尽量把各成员的课余空闲时间集中起来，合理分配，达到提高在室外摆摊的频率。

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