# 2024年商业策划书(通用17篇)

作者：心灵驿站 更新时间：2024-04-01

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。商业策划书篇一商业策划*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**商业策划书篇一**

商业策划是现代企业发展中不可或缺的一部分。通过对市场环境和竞争对手的深入研究，制定出适合企业发展的策略，并且通过一系列的营销活动实施策略，达到企业的营销目标。在实施商业策划的过程中，我积累了一些心得体会，下面将从不同的角度进行阐述。

首先，市场调研是商业策划的基础。通过对市场环境和竞争对手的调研，企业能够深入了解消费者的需求和竞争对手的优势。例如，在我所在的企业中，我们经常通过问卷调查、深入访谈以及社交媒体分析等方式收集消费者的反馈和市场信息。通过这些调研，我们能够了解到消费者对于产品特点、价格、品牌认知等方面的看法，从而指导我们在制定产品和市场推广策略时做出合理的决策。

其次，商业策划需要有明确的目标和战略。一切的策划都应该有一个明确的目标，只有这样，才能制定出相应的战略。例如，我们在推广一个新产品时，首先要确定推广的目标，是提高品牌知名度还是增加销量，再根据目标来制定相应的战略，比如通过线上营销、线下推广或者特价促销等手段。只有明确了目标和战略，才能在推广过程中有所行动，并且能够根据实际情况进行调整。

第三，商业策划需要注重市场营销的四个P。即产品（Product）、价格（Price）、渠道（Place）和促销（Promotion）。这是营销管理中的经典理论，也是商业策划中不可或缺的部分。产品决定了市场需求，价格决定了市场的竞争力，渠道决定了产品的销售方式，促销决定了产品在市场上的推广力度。在商业策划中，需要对这四个P进行综合考量，制定相应的策略。比如，当我们推广一款价格上要相对较高的产品时，可以通过强调产品的高品质和独特性，以及更加个性化的宣传手法，来吸引潜在消费者的关注。

第四，商业策划需要注重团队协作。在商业策划中，无论是市场调研、战略制定、还是营销活动的实施，都需要团队的密切协作。每个人都应该明确自己的责任和任务，同时也要能够与其他人保持良好的沟通和合作。例如，在我所在的企业中，我们常常通过团队会议和小组讨论的形式，共同商量解决问题，在策划和执行过程中互相支持和帮助，形成了一个高效的团队合作模式。

最后，商业策划需要不断总结和反思。策划过程中的成功或失败都应该引起我们的重视，并且进行及时的总结和反思。通过总结和反思，我们能够发现问题所在，从而在今后的策划中避免类似的错误。同时，也能够发现一些有效的方法和经验，进一步提升自己的能力。例如，我在策划一次促销活动时，由于时间安排不当导致活动过程中人流量过大，造成了一些混乱。通过总结和反思，我改进了活动的组织形式，并加强了对人流量的控制，下一次的活动效果得到了极大的提升。

总而言之，商业策划是企业发展中非常重要的一部分，通过市场调研、明确目标和战略、注重四个P、团队协作以及总结和反思，可以取得较好的策划效果。

**商业策划书篇二**

2.能独立完成项目各类设计稿、新闻稿的文案创作

3.完成项目的销售包装工作，以及各类营销活动及媒介活动的策划与执行工作

4.与发展商以及相关合作单位的日常沟通

5.跟踪市场和客户动态，检讨项目营销策略，及时提出调整建议和方案

6.负责完成接案报告的制作

7.参与销售案场的管理。

**商业策划书篇三**

近年来，随着各种先进技术在电网中的广泛应用，智能化已经成为电网发展的必然趋势，发展智能电网已在世界范围内形成共识。

所谓智能电网，就是将先进的传感测量技术、信息通信技术、分析决策技术、自动控制技术和能源电力技术相结合，并与电网基础设施高度集成而形成的新型现代化电网。

作为智能电网构建中的关键设备之一--断路器，在整个智能电网发展中起着非常重要的作用。因此，华经纵横认为，智能电网断路器项目的市场前景十分广阔。

【目录】

第一部分摘要

一.公司概况描述

二.公司的宗旨和目标

三.公司目前股权结构

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.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.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

第一章公司介绍

一.公司的宗旨

二.公司简介资料

三.各部门职能和经营目标

四.公司管理

1.董事会

2.经营团队

3.外部支持

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

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.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.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

**商业策划书篇四**

进入21世纪的中国，经济快速发展，居民消费水平逐步提高，消费心理和消费习惯逐渐改变，人们消费逐渐由单纯物质消费，转向以服务消费为主的时期。

旅游业作为“无烟工业”，随着中国人均生活水平的提高，旅游收入和旅游人数都保持了25%的年增长率。发达国家的经验表明，在人均gdp1000美元，即达到小康水平，旅游的大众化，普通化即开始迅猛发展。根据最新的统计数据显示，中国人均gdp已经超过1000美元，即旅游热潮即将兴起。

国家旅游局在中国旅游业发展的“十五”规划中，到xx年，国内旅游人数将达到11亿人次，旅游收入500亿元。旅游业总体产出为7500亿元，相当于全国gdp的5.8%。

而在同时，国内旅游业发展并不成熟，形式单一，主要是游山玩水，旅游市场没有针对性，缺乏特色服务和创新服务，让许多本来有出游打算的消费者因为对旅行社的服务不满意而不出游，浪费了旅游资源和消费资源，同时消费者无法得到满足。

现代社会的日趋发展和进步，对人的素质的要求也日益提高，当前和会就业压力很大，大学生就业问题日益突出，而怎样提高大学生素质，拓展大学生思维，解决大学生就业问题，目前已经成为社会关注的一个热点和焦点问题。

大学是人一生中十分重要的转折点，这个时期的成长如何，直接影响进入社会，甚至整个人生的发展历程。当前社会对大学生要求压力日益增大，大学生如何应对挑战，提高素质，这成为目前在校的1700万大学生迫在眉睫的事情。

另一方面，作为站在时代潮头的大学生，消费观念开放，思维先进，对于参与社会，享受自然和生活的热情也日趋高涨，大学生在这方面的消费需求也日益增强。

“读万卷书，行万里路”，古人游学给我们留下了深刻的印象，大学生现在也应该行万里路，在实践中锻炼自己，享受生活，感悟人生。为此，我们公司正对这一情况，推出特色旅行服务。我们并不是传统的观光旅游，而是旅行。是在旅游享受生活和自然的同时，通过发挥自己的能力，低费用获得自身素质，思维，感悟的提升。给大学生的前途发展打下基础，为人生留下美好的回忆。

我们公司将通过一系列的服务和活动，并于教育部门联合，为大学生提供旅行服务，为大学生的生活提供一个更加丰富的平台，让大学生能在以后的生活中终身受益。

公司的业务主要针对各大高校有消费能力的大学生而开展的。并根据大学生的实际消费能力进设计和客源开发。本着“特色服务，以人为本”、“创造终身价值” 的理念，汇集管理、财务、营销等各方面的人才，充分发挥潜力，提供最优秀的服务，获取收益。公司的短期目标是在一个地区开展服务，并成为领导企业。长期目标是开发全国市场，构筑全国服务网络，成为大学生旅行服务的首选服务。成为倡导大学生生活文化，促进大学生自身发展和交流的大型平台。

**商业策划书篇五**

顾名思义，商业策划，就是在商业活动中通过与生产、管理、战略等的紧密协调，运用广告、促销、公关、新闻等手段，综合实施运行，使商业活动达到较好的效果。商业策划是一门以预测和定位为基础的学问。如果一个公司能够预测到未来将出现的市场，那么它就可以通过生产或提供这些市场所需要的产品或服务，取得商业上的成功。商业策划是一种高智力的活动，运用到商业上，往往能起到点石成金的功效，不但给策划对象带来利益，而且能够为自己带来利益。

商业策划书，也称作商业计划书，是指为一个商业发展计划而做的书面文件。它的目的很简单，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。一份好的商业计划书，要使人读后，对下列问题非常清楚：

1、公司的商业机会;

2、创立公司，把握这一机会的进程;

3、所需要的\'资源;

4、风险和预期回报;

5、对你采取的行动的建议。

**商业策划书篇六**

的继续招租、出租产生了不利影响，而且对三期二、三组团店铺的销售带来了潜在威胁。因此，我们必须采取有效手段，炒热荷兰水乡一期二期的商街气氛，大力提升其商业价值，增强业主和商户的投资信心，并以此拉动荷兰水乡三期的店铺出售。特此，本案将主要对荷兰水乡一期二期及未来商街如何突破商业现状和形成旺盛人气而进行策划。

背景分析。

荷兰水乡一期商街位于新开河之畔，处于新老城区的交接处，位于城市中心东部入口，与繁华的市中心还有2公里距离。这样具有“窗口型”市口的商业街，当前缘何一时难“热”?在我们拿出策划方案之前，首先必须对此进行研究分析，以便找准“病灶”对症下药。据考察和分析，荷兰水乡一期商业步行街主要存在“先天”与“后天”两方面原因。

属于居住大好环境。社区是以住宅为住，商业为辅，由于1公里处已引进大型国际百货吉之岛，正处于城建阶段，达到一定成熟期还需要待开业验证，商家处于观望较多，同时由于距离原因，吉之岛对荷兰水乡商家的影响并不大，大的影响在于东江夜游环绕荷兰水乡而过。再加当初购买房屋的业主主要考虑以投资为多主,造成后期入住率低,本身社区无法达足够人流,又没有一个主力店聚集人流、吸纳大型活动的功能,商街自然冷落。

功能,因为一般中型的餐饮功能需达到面积150-200平方.而二期有餐饮功能的店铺面积大约都在50平方左右,只能做一些早餐和小吃类.从商业功能设计上看还不够完善。

4、商业街要吸引广大市民聚集到这里，还需要有浓郁的“广场文化”，例如需要有体现人文关怀的指引牌、休闲椅、售报亭、公用电话亭、垃圾筒、商品广告牌、露天茶座等。目前，由于上述设施没有配套，商业街的“磁场效应”不佳，所以商街难“热”。

围。商户进来,是需要物业去关心和护持,而不是进来了就只收物业管理其他不管,而必须考虑到进来了如何使他们生意做起来，能鼓励内部就内部消费.二、商街定位。

定位至关重要，针对其所处的地理位置和商业环境，根据城市消费群体的消费趋势和消费偏好，我们作如下战略定位：

1、街名:荷兰风情商业街或灯饰装饰一条街？

2、概念：荷兰风情商业街是未来“东江夜游”旅游观光区的门户，汇聚整个粤东地区特色产品的商业街，以及都市丽人寻梦的商业街。 灯饰装饰一条街是联合百安居，打造家居专业市场配套街，这可作为副主题规划，消化掉部分内街的出租。

3、商业门类：购物、休闲、餐饮、美容、娱乐

4、商品：主营餐饮、酒吧街，粤东地区特色产品兼休闲食品、工艺品等；-

家居灯市行业集中购物点。

5、顾客定位：国内外的旅游观光者，商务餐会，年轻一族泡酒吧集中点。另一类是安置新家后购买家居灯饰集中点。

6、经营理念：

分两步走：

第一步先引进社区配套带动人流带动入住率。

第二步：在引进社区配套完整的情况同时，站在城市经营的高度来打造，打造一条闻名惠州另有情调的商业街。

场的税收优惠政策，同时在工商管理费的收取上适当减免。第五，开发商-

及整个公司的品牌文化。

牌传播，同时提高社区人流，为业主提供入住的生活配套方便，进一步提高业主入住率及带动产品的销售率。

程少正

2014-3-1

----

**商业策划书篇七**

编制人：

编制单位：

编制日期：

公司基本情况是一个项目计划书最基础的部分，是构成项目计划书的首要部分。

公司基本情况反映了一个公司的全貌，让制作者能够有条理的对自己的公司当前状况进行一个概览。包括了公司的名称、成立时间地点三要素，同时更为重要的是将公司运营组织架构进行梳理，包括主要管理者的情况以及主要业务情况介绍。

1.1 公司名称：

（公司名称）

1.2 成立时间

（公司成立时间）

1.3 注册地点

（公司注册地点，如还没有固定办公场所，可以不填）

1.4 组织架构

（公司组织架构）

1.5 主要业务

（目前公司主要业务介绍，包括业务业务概述，业务内容，涉及到的产品以及部门）

1.6 目前员工人数与学历架构

（目前员工人数及各级部门的人员学历水平架构）

1.7 主要负责人介绍

（公司总经理、副总经理、总监、各部门主要负责人介绍，包括工作背景、学历背景、资质、专业方向及经营理念）

公司产品线指的是目前公司主要业务中为客户提供的全部产品及服务，包括产品与服务的名称、性质、特点；同时在产品线介绍中，需要对目前公司所经营的产品及服务进行竞争力模型分析，包括差异模型和发展模型。对公司产品线的梳理可以清晰认识到公司产品与服务的市场定位以及差异化优势，充分了解公司产品特征，凝聚产品与服务的核心竞争力。

2.1 产品与服务描述

（包括产品与服务的名称、性质、特点）

2.2 产品与服务竞争优势

（对目前公司所经营的产品及服务进行竞争力模型分析）

应用统计学、计量经济学等分析工具对公司所处行业的运行状况、产品生产、销售、消费、技术、行业竞争力、市场竞争格局、行业政策等行业要素进行深入的分析，从而发现行业运行的内在经济规律，进而进一步预测未来行业发展的趋势。行业分析是介于宏观经济与微观经济分析之间的中观层次的分析，是发现和掌握行业运行规律的必经之路，是行业内企业发展的大脑，对指导行业内企业的经营规划和发展具有决定性的意义。

市场分析是对市场规模、性质、特点、市场容量及吸引范围等调查资料所进行的经济分析，主要目的是研究公司所经营的市场的现有市场体量，潜在市场体量，对公司的规模和状况进行分析，判断市场地位和发展潜力，对市场占有率进行预测和分析。通过市场分析，可以更好地认识市场的供应和需求的比例关系，采取正确的经营战略，满足市场需要，提高企业经营活动的经济效益。

3.1 行业状况 （当前行业历史、现状和未来发展趋势，总结当前行业特点和发展方向）

3.2 主要竞争对手

（公司所处区域内行业前三甲的同业对手情况详析介绍和分析）

3.3 市场前景

（公司所处的行业市场前景展望，利用政策和市场数据进行印证）

3.4 目标市场现状分析

（公司所处的区域现有市场体量，潜在的市场体量，对公司目前的规模和状况进行分析，判断市场地位和发展潜力，对市场占有率进行预测和分析）

3.5 市场壁垒

（公司进入市场在经营中所遇到的所有障碍和起抑制作用的因素进行总结分析）

3.6 公司经营发展swot分析

（以公司所处的行业地位和区域市场地位进行客观评价，利用swot分析方法进行客观分析）

客户分析就是根据各种关于客户的信息和数据来了解客户需要，分析客户特征，评估客户价值，从而为能从客户角度出发，制订相应的有针对性的营销策略与资源配置计划。包括客户的特点、客户的分类、客户构成结构、客户需求、客户交易习惯等各个方面。

4.1 目标客户分类及特点

（分析目标客户特征，评估客户价值，包括客户的特点、客户的分类、客户构成结构、客户交易习惯等）

4.2 目标客户需求分析

（利用历史数据和经验总结目标客户的显性需求点和潜在需求点，对其需求点进行分类，总结共性的特点，并提供需求满足方案）

利用上述四个模块的总结与分析，制定公司年度的发展计划，该发展计划必须紧紧围绕公司总体战略发展计划来制定，计划制订时必须注意到：具体的措施、定量的目标和综合平衡。计划在制定的同时要从人力资源发展规划、市场拓展、财务数据表现这三个方面进行有效的区分和结合。公司发展规划更多的是一个目标管理，运用之前分析的数据和结果进行合理的自我定位和目标定位，同时合理分配资源，将公司发展计划中的结果和过程数据化、时间化、行为化，并将各个部门发展与总体计划有效结合。

公司发展规划是该计划书的最核心的部分，是所有分析的最终数据呈现。

5.1 公司发展总体规划（年度）

（公司发展总

体计划围绕公司总体战略发展计划来制定，包括企业规模、市场地位、行业地位、销售与市场等与公司价值相关的指向性目标和发展流程，计划制订时必须注意到：具体的措施、定量的目标和综合平衡，将人力、财力、管理各个方面有效结合，进行总括性的计划设计）

5.2 人力资源方面

（公司人力资源发展计划，包括人力资源构建的方法和流程）

**商业策划书篇八**

如按20xx年5月1日开业计划，按一般同规模的商业项目，至少应提前8个月进行招商，商业街因种种原因，现距开业之日仅剩下6个月时间，因此招商时间建议最迟11月初开始启动。

因整个招商需和销售配合，建议在营销中心附近开展招商工作

1、在营销中心后、交警岗亭旁建造一间约80平米的招商办公室。建议在11月底建成，前期暂时在营销中心内办公。

2、在项目现场附近租赁一套写字楼或公寓作为招商办公室，并同时在营销中心内设立招商咨询点，双边配合进行。

1、保证在20xx年3月底前项目整体招商完成80%；20xx年5月1日项目开业前整体招商完成90%，以保障项目能如期顺利开业。距明年项目开业只剩下半年时间（20xx年11月1日—20xx年4月30日），除去春节一个月的时间，实际剩下的时间只有5个月，因此对完成90%的招商计划有一定的难度和压力，但由于前期积累了一定客户资源，加之对项目比较了解，通过后期的招商更进工作和招商广告的配合，对完成这个任务有一定的信心。

2、在招商过程中确保按既定的功能分区进行招商，以保障整个商业街商业经营井然有序。由于整个招商滞后于销售，且在前期的定位中将商业街定位于自营性商业街，因此要保证功能分区具体到每一个铺位，难度势必很大，因此按功能分区进行招商只能是保障每个区经营的商品性质大体一致，如经营服装的区也可以经营皮具、化装品之类，而不能经营小吃、电玩等。

3、在招商工作中确保业主第一年的投资回报达到8%以上，以稳定业主的投资信心。根据我司对项目周边商铺租赁价格的调查分析和商业行业基准收益率，我司测算保证业主第一年的投资回报达到8%以上问题不大，较高的投资回报对增强投资者信心和保障商业街的永续经营至关重要。

4、确保整个商业街形象统一和经营稳定。对1－4区将按现行功能分区进行零散招商，对5－6区采取统一招商，来保证整个商业街整体定位符合东塘商圈需求，来保证商业街长远经营稳定。

1、投资业主风险分析

商铺不能及时租赁出去；

商铺租赁的价格比较低；

商铺升值潜力有限，不能转手或难于转手。

2、自营业主（租赁户）风险分析

由于招商工作的疏漏，导致商业街内经营无序、鱼龙混杂；

没有统一的物管或物业管理费用比较高；

生意不是很理想或经营惨淡；

开发商卖完后走人。

3、开发商风险分析

投入大量招商推广费用后，招商效果不明显或收效甚微；

开发商自己没有专业的招商人员，需聘请专业的招商公司，费用开支加大；

5-6区“只租不卖”或“先租后卖”，若招商不理想，今后的经营或销售会很困难；

项目不能如期开业，业主闹事；

项目日后经营不是很理想或经营惨淡，则不利于开发商的品牌树立。

项目不能获得稳定的投资回报，业主闹事；

问题一：招商时间紧迫、任务量较大

如前面所述，项目的整个招商时间只剩下约5个月左右的时间，总共有约20000m2、800多个铺位需要招商，因此时间非常紧迫，任务巨大。

规避方法：尽快确定整体招商执行方案，引入专业的招商机构开始工作，并组织专门的部门监督管理。

规避方法：建议提前召开临时业主大会，成立临时业主委员会，协助开发商做好业主方面的种种工作，以保证项目能如期开业。

问题三：引入大型租赁户后，可能导致租金达不到8%，业主不同意

引入大型主力店、知名品牌客户，由于面积较大，其租金相对会降低，但引入大型租赁户一次性可以租赁较大面积，另外大型品牌的进驻会形成示范效用，吸引中小客户进驻，从而缩短整个招商周期，保证如期开业。

规避方法：开发商适当的给予一定租金补贴。

问题四：自营铺位与大客户租赁铺位重叠

规避方法：

1、谈大型包租客的同时，尽量给投资业主商铺面积占比比较多的商铺群给其选择；

2、对大型包租客包租商铺中的自营业主，可帮其调整到位置相对较好的委托出租商铺中经营，期间发生的租金差额可酌情给予补偿。

问题五：20xx年5月1日前招商任务完不成90%，影响开业

规避方法：在目前的形式下，必须对招商工作进行科学、合理的评估，认真分析招商工作中的问题和困难，正确预见并确定项目的开业时间。或者届时制定相关的广告宣传活动，如大学生免费创业90天、自营业主经营比赛等活动，由开发商免费提供开业时适量未租出商铺，保证开业率达90％以上。

商业街共有商铺864个，现阶段已售商铺288个(截止20xx年10月23日)，但真正意义上的整体招商仍未规划和启动，如按以前招商设想：1-4区招散户，5-6区统一招商，如按20xx年5月1日开业计划，招商率达9%以上将有较大困难。

1、时间已来不及。从11月初开始计算，到明年4月底，仅仅剩下个6个月的时间，之间还有春节将延误一个月时间，加上招商组织必须进一步扩大，具体方案的确定，人员的招聘或磨合，招商广告的策划等等，至少将需要15-20天时间。也就是说四个月的时间要招满864×90%（开业率）×（1-20%自营客户）=622个商铺，平均每月要招出138户，每天要招出138÷30=4.6户，将非常困难，以往长沙市任何地方都没有类似速度，所以从时间上来来说已远远不够。

2、严格按功能分区招商，那么三、四区的招商将有非常大的困难。

按目前功能分区，三区做男士用品、动动休闲产品，四区做儿童用品、文化用品，要招商有相当大的困难，作为地下商业街，大品牌或有名品牌的选择性不大，根据以往招商了解，男士服饰、儿童用品的客户资源比起女装类产品要少很大一部分比例，招商有很大一部分难度，加上相比一、二区位置，三、四区缺乏优势，如三、四区按目前功能分区经营，将有很大困难。

3、一般商业项目，如考虑到以后的商业街形象和稳定，招商工作都会策划先行。及工程开始动工时就有功能定位设想，然后根据策划要求进行施工和招商，一般启动时间略早于销售或与销售同步，就目前商业街来说，因招商启动时间较晚，没有事先策划，加上已有288个商铺的自主权掌握在一大群业主手中，招商过程中可能出现的困难或工作的不可操作性，将随时影响招商工作的效果，影响商业街的整体形象和开业时间，如盲目启动，到时将进退两难。

针对以上种种情况分析，如果要保证20xx年5月商业街整体90%以上开业，且功能分区不混乱，经营类别的包括购物、休闲、娱乐、餐饮等要素，建议目前启动招商时，采取以下办法：

1、在目前销售的1-4区中1-3区招租散户；

2、4-6区统一招租大型商业项目（目前销售的只有4区）

文档为doc格式

-->

-->[\_TAG\_h3]商业策划书篇九

包括：

1、本商业(business)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

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

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)

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)

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

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

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

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

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、假定公司能够提供的利益这是你的“卖点“，包括

1、总体的资金需求

2、在这一轮融资中你需要的是哪一级

3、你如何使用这些资金

4、投资人可以得到的回报

5、你还可以讨论可能的投资人退出策略 当你在写商业计划的时候，应该达到下列目标：

1、力求表述清楚简洁。

2、关注市场，用事实说话，因此需展示市场调查和市场容量。

3、解释潜在顾客为什么会掏钱买你的产品或服务。

4、站在顾客的角度考虑问题，提出引导他们进入你的销售体系的策略。

5、在头脑中要形成一个相对比较成熟的投资退出策略。

6、充分说明为什么你和你的团队最合适作这件事。

7、请你的读者做出反溃 当你做商业计划并向投资者提交时，必须避免下列问题：

1、对产品/服务的前景过分乐观，令人产生不信任感。

2、数据没有说服力，比如拿出一些与产业标准相去甚远的数据。

3、导向是产品或服务，而不是市场

4、对竞争没有清醒的认识，忽视竞争威胁。

5、选择进入的是一个拥塞的市场，企图后来居上。

6、商业计划显得非常不专业，比如缺乏应有的数据、过分简单或冗长。

7、不是仔细寻求最有可能的投资者，而是滥发材料。

**商业策划书篇十**

2、创立公司，把握这一机会的进程 ；

3、所需要的资源；

4、风险和预期回报；

5、对你采取的行动的建议。

商业计划不是学术论文，它可能面对的是非技术背景但对计划有兴趣的人，比如可能的团队成员，可能的投资人和合作伙伴，供应商，顾客，政策机构等，因此，一份好的商业计划书，应该写得让人明白，避免使用过多的专业词汇，聚焦于特定的策略、目标、计划和行动。商业计划的篇幅要适当，太短，容易让人不相信项目的成功；太长，则会被认为太罗嗦，表达不清楚。适合的篇幅一般为20-40页长（包括附录在内）。

从总体来看，写商业策划的原则是：简明扼要；条理清晰；内容完整；语言通畅易懂；意思表述精确。商业计划书一般包括如下10大部分的内容：

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（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

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1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

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）

阐释公司如何进行竞争，它包括3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）

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

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

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

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

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

这是你的“卖点”，包括

1、总体的资金需求

2、在这一轮融资中你需要的是哪一级

3、你如何使用这些资金

4、投资人可以得到的回报

5、你还可以讨论可能的投资人退出策略

当你在写商业计划的时候，应该达到下列目标：

1、力求表述清楚简洁。

2、关注市场，用事实说话，因此需展示市场调查和市场容量。

3、解释潜在顾客为什么会掏钱买你的产品或服务。

4、站在顾客的角度考虑问题，提出引导他们进入你的销售体系的策略。

5、在头脑中要形成1个相对比较成熟的投资退出策略。

6、充分说明为什么你和你的团队最合适作这件事。

7、请你的读者做出反馈。

当你做商业计划并向投资者提交时，必须避免下列问题：

1、对产品/服务的前景过分乐观，令人产生不信任感。

2、数据没有说服力，比如拿出一些与产业标准相去甚远的数据。

3、导向是产品或服务，而不是市场。

4、对竞争没有清醒的认识，忽视竞争威胁。

5、选择进入的是1个拥塞的市场，企图后来居上。

6、商业计划显得非常不专业，比如缺乏应有的数据、过分简单或冗长。

7、不是仔细寻求最有可能的投资者，而是滥发材料。

**商业策划书篇十一**

为了向中国共产党第十八次全国代表大会献礼北京新秀瞬间文化传媒有限公司、投资方与杭州炳极文化传播有限公司共同拍摄数字高清电影《千里渡江第一船》。

该片拍摄标准：数字高清（争取转35毫米胶片彩色加宽样式）

制播长度：全片90分钟

本片讲述了一个许慧丽、郝建军夫妇领养灾区孤儿雯雯，党政领导和父老乡亲一起关爱雯雯，最终帮雯雯打开心扉、重建信心、走出心理阴影，融入到新家庭、新集体中的故事，以小爱诠释大爱，表达了全国人民面对灾难众志成城、万众一心的凝聚力，充分体现了华夏儿女不屈不挠、勇往直前的民族精神和中华人民共和国祖国大家庭的温暖。

片名：《同一个家》暂定

国别：中国

类型：儿童/教育/爱心

规格：数字高清

长度：90分钟

对白语言：中文

发行范围：全球

联合出品：北京新秀瞬间文化传媒有限公司

投资方

郝雯雯——女，9岁，舟曲山洪泥石流灾害中的孤儿，实验小学三年级二班的学生，美丽，恬静，擅长唱歌，由于失去双亲而变得孤僻、抑郁、不愿与人交流。

许慧丽——女，35岁左右，某公司老总，雯雯的养母，优雅、端庄、富有爱心

郝建军——男，40岁左右，市教育委员会委员，雯雯的养父，举止大方、文质彬彬，真诚、善良，有爱心。

郝明明——男，12岁，许慧丽夫妇的儿子，实验小学五年级四班的学生，聪明、机灵，品学兼优，擅长钢琴。

爷爷——60岁左右，退休干部，正气、硬朗，关爱下一代。

奶奶——60岁左右，退休工人，和蔼、慈祥，关爱下一代。

林老师——女，28岁左右，实验小学三年级二班的班主任，温柔美丽、和蔼可亲，对自己的学生关爱有加，尽心尽责。

李嘉穆——男，10岁，实验小学三年二班学生，孟雯雯的同桌，家境优越、成绩一般，调皮捣蛋，擅长街舞、滑板。

郭毅凯——男，10岁，实验小学三年二班学生，李嘉穆的死党，成绩一般，调皮、捣蛋，擅长街舞、溜冰。

陈 晨——男，9岁，实验小学三年二班学生，李嘉穆的死党，擅长街舞、骑独轮车，学习成绩优秀。

戴小卓——男，10岁，实验小学三年二班学生，李嘉穆的死党，擅长街舞、跑步，学习成绩优秀，总是一副学者姿态。

张静仪——女，9岁，实验小学三年二班班长，热情、开朗乐于助人，学习成绩优秀。 马 瑞——女，10岁，实验小学三年二班学生，比同龄孩子长得高大，爱打报不平。 刘思奇——男，10至12岁，实验小学三年二班学生，小胖子，爱吃零食，经常迟到。

市委领导——男，45岁左右，绅士、儒雅，严肃、认真，鞠躬尽瘁。崔老师——30岁左右，实验小学五年级四班班主任，认真负责。

杨老师——25岁左右，舞蹈教练，年轻、漂亮身材修长。

郝建军、许慧丽夫妇领养了一名在舟曲特大山洪泥石流灾害中失去父母的孤儿——9岁的雯雯，面对陌生的环境和失去亲人的打击，雯雯恐惧、抑郁的心理阴影挥之不去，始终不愿说话，也从不开口叫郝建军和许慧丽爸爸妈妈。为了让雯雯尽快从灾难的阴影中走出，许慧丽夫妇想尽办法关心、疼爱雯雯让雯雯开心，没想到却引起了12岁儿子明明的不满，明明觉得自从家里来了个新妹妹，爸爸妈妈就忽略了自己，本来星期天约好带自己去海底世界的，可是爸爸妈妈却带着妹妹到商场买衣服，把自己一个人丢在家里。于是明明等雯雯晚上回来，趁爸妈不在时，跟雯雯约法三章，不许雯雯进他的房间、不许碰他的东西尤其是家里的钢琴、不许跟爸妈告他的黑状。

星期一，实验小学学校门口，许慧丽和林老师边走边聊，交代林老师，因为怕雯雯伤心，让林老师不要在同学们面前提雯雯是灾区孤儿的事。三年级二班教室里里，学生们乱作一团。上课铃响了，温柔和蔼的班主任林老师带着焕然一新的雯雯走进教室，教室里同学们一片唏嘘声，感叹雯雯的美丽、漂亮。林老师向全班同学介绍了新同学雯雯的到来，并要求大家关心帮助雯雯。雯雯被安排和李嘉穆同桌，李嘉穆在班里不仅调皮捣蛋而且成绩优秀。因为雯雯的漂亮，李嘉穆误以为雯雯的少言寡语是傲慢、是无视自己，李嘉穆心里很不是滋味，于是伙同自己的死党戴小卓、陈晨和郭毅凯故意找茬刁难雯雯，雯雯却对他们的举动无动于衷，这种有力无处使的感觉，让李嘉穆等人更加觉得雯雯自命清高。

考试了，雯雯的成绩很差，李嘉穆等人总算抓住了打击雯雯的把柄，在班里嘲笑雯雯是“蛋白质”(笨蛋、白痴、神经质)，说雯雯拉班里的后腿，给三二班丢人，雯雯终于忍不住哭着跑出了教室。

班长张静仪和人高马大喜欢打抱不平的马瑞，训了李嘉穆四人一顿追了出去，只见雯雯已经跑出了校门。

马路上，雯雯疯狂地奔跑，泪水不住地从脸上滑落，李嘉穆四人的嘲笑，明明的约法三章，泥石流中坍塌的房屋、死去的爸妈，不停地在脑海里闪现。

学校门口挤满了接孩子回家的家长们。许慧丽站在一辆轿车旁，明明跑过来打开门坐进车里，眼看学校的学生都快走完了，却不始终见雯雯的踪影，许慧丽便到办公室里问林老师，正好碰到张静仪和马瑞在跟林老师说李嘉穆四人欺负雯雯的事。得知雯雯已经跑出学校，许慧丽让司机先把张静仪、马瑞和明明送回家，自己和林老师一起去找雯雯。

天黑了，许慧丽和林老师找遍了学校附近的大街小巷，始终不见雯雯的踪影，打电话到家里问明明，明明说雯雯没回家。市教委办公室里，市委领导正在传达关于关心爱护灾区儿童的文件报告，郝建军的手机响了起来，许慧丽焦急地告诉郝建军雯雯不见了。

天上下起了雨，郝建军开着车，带着许慧丽和林老师在大街上四处寻找。雨越下越大，许慧丽急哭了，忙乱之中，郝建军突然想到去警察局看监控。在公安干警的帮助下，郝建军、许慧丽、林老师获知了雯雯的下落，在市街心公园小树林漆黑的一个角落里，被雨淋的浑身湿透的雯雯蜷缩着身体晕了过去。许慧丽哭着把雯雯抱上车，和郝文君、林老师一起把雯雯送到了医院，医生告许慧丽三人，雯雯是下雨受凉发高烧，送来的及时，没什么大问题。等医生把雯雯安顿好后，林老师和许慧丽谈心，想通过参加活动的方式，让雯雯打开心扉，许慧丽告诉林老师雯雯歌唱得很好。林老师因为第二天还要上课，先回家了。病房里，许慧丽和郝建军一直守在雯雯的床边。

天亮了，雨停了，挂着水的雯雯脸色红润了起来，护士量了量雯雯的体温告诉许慧丽夫妇雯雯已经没事了。许慧丽刚想松一口气，却接到了明明的班主任崔老师的电话，说明明没到学校上课。许慧丽夫妇这才想起儿子明明，他们赶紧往家里打电话，却没人接听，郝建军想了想给明明的爷爷奶奶家打了个电话，电话里奶奶责备郝建军不该把明明一个人丢在家里，并告诉郝建军明明在他那里，让郝建军过去接明明。

爷爷家的书房里，爷爷和郝建军促膝长谈，身为退休老干部的爷爷，告诉郝建军，要关爱孩子只满足孩子物质上的需求是远远不够的，更重要的是注重孩子的心理健康，要知道他们的感受，不能因为雯雯而忽略了明明，使明明产生抵触情绪，这样反而不利于雯雯融入到大家庭里。爷爷还奉劝郝建军，最好把雯雯是孤儿的真相告诉明明，启发明明的爱心，真正接纳雯雯，让他们成为好兄妹。

爷爷奶奶送郝建军和明明走出家门，郝建军牵着明明的手走到车跟前，父子俩回头跟爷

爷奶奶挥了挥手，坐进车里，车子开走了。郝建军把明明送到学校后，车子调了个头，重新朝医院的方向开去。

医院的病房里，雯雯微微睁开眼睛，看到郝建军和许慧丽正打开笔记本在网上查《关于灾区孤儿学生心理健康探究》、《如何正确关心孩子》的资料，看完后许慧丽拿起手机走到走廊里拨通了林老师的电话，她告诉林老师，不再介意告诉班里的同学雯雯是灾区孤儿的真相，希望老师和同学们一起帮助雯雯打开心扉、走出心理阴影、融入到集体中来。雯雯躺在床上听得真真切切。

三年级二班的教室里，林老师给同学们讲了雯雯的故事，李嘉穆、戴小卓、陈晨、郭毅凯惭愧地低下了头，纷纷站起来向老师认错。最后，李嘉穆提议，三二班全班同学们一起去医院看望雯雯。

医院病房里，许慧丽在喂雯雯喝汤，雯雯看着许慧丽乖乖地一口一口地喝汤。病房的门被推开了，林老师和三二班的孩子们笑容满面地走进来。李嘉穆、戴小卓、陈晨、郭毅凯纷纷向雯雯道歉，并给雯雯带来了好吃的、好玩的、和好看的书，他们给雯雯讲笑话做鬼脸，雯雯被逗笑了。另外郝建军又告诉大家了一个好消息：元旦临近，市文化教育宣传部决定以每个区选派一个学校为单位，举办一次“少儿才艺表演大奖赛”，获得第一名的节目可以参加市里庆元旦晚会的现场演出，大家一致推荐雯雯唱歌，李嘉穆、戴小卓、陈晨、郭毅凯伴舞，病房里热闹非凡。

实验中心小学的礼堂里，学校才艺表演比赛到了决赛的环节，最终进行决赛的节目是五年级四班的由郝明明主演的小品《送别》和三年级二班的由郝雯雯演唱的歌曲《同一个家》。两个节目的精彩程度旗鼓相当，难分彼此，就在双方双方僵持不下的时候，郝明明把机会让给了雯雯，并愿意为雯雯钢琴伴奏。

舞蹈教室里身材修长的舞蹈老师杨老师给雯雯和孩子们排练舞蹈，镜头时空转换家里明明弹着钢琴，雯雯在唱着歌。

市“少儿才艺表演大奖赛”，的舞台上，雯雯、明明、李嘉穆、戴小卓、陈晨、郭毅凯配合的天衣无缝，雯雯的歌声打动了在场的每一位观众，台下响起了雷鸣般的掌声。市委领导给雯雯颁发奖杯，雯雯拿着麦克手捧奖杯，发表了一番感人至深的获奖感言。许慧丽、郝文君、林老师、同学们手捧鲜花冲上舞台，舞台上一片欢呼。雯雯流着泪对分别对郝建军、许慧丽、爷爷、奶奶、明明、林老师、孩子们以及市委领导们说：“爸爸、妈妈、爷爷、奶奶、哥哥、老师、同学们，市委叔叔们我爱你们，谢谢，谢谢，谢谢你们！跑下舞台。”

夕阳无限美，雯雯跑到河边，朝着家乡的方向大喊：“爸爸——妈妈——我有家了——”

总顾问: 杜玉波： 教育部副部长、党组副书记（或其他副部长）

出品人:投资方

王鹤然北京新秀瞬间文化传媒有限公司董事长

总制片人/总导演:王立君著名电影人

编 剧: 张艺龙 薛茗兮著名电影人

总监制: 王鹤然北京新秀瞬间文化传媒有限公司董事长

投资方代表

开创中国主旋律电影盈利能力和作品质量共赢的先河。

200万的投资

1年半左右的周期

在排除不可抗拒因素的情况下，该剧操作大致时间：

1、20xx年6月，立项、报审，落实合作协议及事项,同时开始宣传造势。

【若签约时间延后，则下面时间顺延。】

2、20xx年7月底至8月初落实主要演职人员，新闻发布会（人民大会堂）。

3、20xx年8月3日，开机。

4、20xx年8月18杀青，进入后期制作。

5、20xx年国庆节前后，前完成后期制作，送审，争取早日国内外热播。

（首先返还投资款，盈余部分投资方占1/2，其他各方占1/2）

中国电影市场发展过程——中国电影市场经历了20世纪70年代、80年代和90年代初的辉煌期，1992－20xx年的危机期，目前刚刚进入复兴期。

**商业策划书篇十二**

【项目名称】

代售：所谓代售就是近几年新兴起的经营模式。之所以受欢迎是因为随着人们生活水平的提高，消费能力的增长，闲置物品越来越多，如何处理掉这些闲置品，如今已成为一个棘手的问题。针对生活中的一些需要，本团队推出两种营销方案来进行闲置品的代售。

方案一：寄卖业务。寄卖形式是近几年新兴起的经营模式之一，即以寄放委托销售为模式的店铺。寄卖是物品所有者委托寄卖行代为销售的一种营销模式，双方签订相关服务协议，根据协议，寄卖行没有物品的所有权，只有物品在寄卖期间的管理权，即物品的所有权没有发生转移。寄卖行也只是在物品售出后，从中收取一定数额的服务费用，不买断、不现场放款。其最大的特色是(资源再利用)环保。大学生在校不知不觉会积下很多闲置品，由于寝室的存放空间有限，很多闲置品大学生不知道该怎么处理，扔掉又感到可惜。特别是大三的毕业生离校，会有很多物品不能带走。据了解和实际调查很多学生都苦于没有途径出售自己的闲置品。寄卖可以为大学生解决这样的烦恼。我们可以为有闲置物品的同学提供销售平台。最关键的是社会资源得到了循环再利用，既环保又经济，形成个多方共赢的局面，也响应了我们的基本国策。虽然近几年许多大学城都开起了类似成本低，能为大学生提供销售平台的店铺，但是随着时间的发展，许多店里出现商品不能及时更新、商品没新意等问题，针对此类问题，我们寄售店特意设置了一块“牢骚板”（特色版块会提到），顾客若是对我店里的商品有任何的意见都可以写在“牢骚板”上，让我们能及时看到店里需要改善的方面并且去完善。寄售店的经营模式所具有的最大优势就是投资小又环保，并能够节约时间和过多的精力投入。卖家只需要拿出少量的手续费，我们便可提供安全、轻松的销售与管理。寄售店最重要的意义在于我们向广大大学生推广环保，并希望能将环保的意识一直传递下去。

物，让买家挑选中意商品。每一件商品入店我方都会详细的记录商品的信息，根据货主提供商品的价钱来标价。每卖出一件商品我方也同样会记录好商品出售的时间和价钱，决不会出现随意提高价钱自己从中获利或是顾客来咨询商品的信息时，我方店员态度不端等问题。我方坚决采用“全心全意为顾客”的本质，脚踏实地的营业。代销最大的特色是可以为广大学生群体提供一个很好的创业平台。他们无需亲自销售商品，由店主负责管理，只需适量的租金，就可以轻松圆“老板梦”，成就年轻人创业的试金石，为他们以后的创业打下基础。

寄售与代销的区别是代销依靠租金收费，做的成功的话营业收入基本上是稳定的。而寄售店主要是靠佣金创收。两者主要区别类似与计件工资与计时工资的区别。另外概念不一样，代销本质上仍然是b2c模式，只不过是将大商家变小商家。而寄售店是c2c模式，真正意义上的个人对个人。为了吸引顾客的眼球。根据需求，我们会将店面装修成各个大小不一形状的格子，方便男女生不同的需求或大物品的寄卖。我们会定期检查店里的商品，若是发现一些销量差和质量有问题的商品会采取对此类商品的措施。凡是大家想出售的闲置品、手工品都可以放到我店，我店会为大家提供放心的管理方式。每一件商品入店，我们都会用心去管理和销售。或许，今天这里的创意，明天就是时尚的潮流，社会资源再利用的方向。

第二部分 产品/服务

本店的产品大多引自学生，而我们主要为他（她）们提供场地和销售管理。目前寄售和代销行业正风靡在各大院校，主要为大多数人提供了处理闲置物品和创业的平台。

目标市场：本店对市场做了比较详细的市场问卷调查，最终把服务目标定位在全校师生及其他人群,解决各年级、专业、自用、学习的需求问题。

1. 产品/服务标准：商品入本店严格执行安全标准，本店先检查物品的新旧程度是否有破损以及它的质量，物品的质量一定要有保障，新旧程度一定要在七成新以上。前期上岗人员是团队内部人员，作为团队内部人员通晓本项目精髓，能够真正把握项目实质。项目成型扩容后可能会招聘新员工，所有新员工上岗前必须经过团队内部人员的培训深刻明白本店以真诚、诚信、贴心、细心的服务标准，通过考核后方能上岗执业。提供周到、细心、真诚、诚信的服务，全心全意为顾客着想是本店的服务标准。

2.产品/服务的竞争优势：

1) 商品多，款式新颖

2) 低价格，高利润

本店提倡环保和低碳生活，主要出售的商品来自于大学生的各类闲置品和各类精美的手工品，所以本店的商品必定是物美价廉。从中获取的利润主要是来自寄售商品出售后5%提成和代销的租金费用，尽管看似是小利润，但是长此以往，随着客流量的增加和顾客的需求，本店将适当提高提成百分比，利润是会有大幅度提升的空间。

3) 投资小，节约时间

本店的经营模式并不是很复杂，卖家只需付少量的租金或手续费，我方会有专职人员代为经营管理。这样既帮助了想开店却缺乏资金的学生群体的创业者们，又节约了大学生的时间。投资小、节约时间的创业模式是最适合学生群体。

4) 好的营销策略和人际关系

好的营销策略才能保证来源不断的客流量，本店会在营销策略上加工（具体见营销策略）充分满足顾客的需求和好奇心。并且，本店还会加强与顾客的交流，通过交流既保证了顾客的近段时间需求又让顾客对本店留下了深刻且良好的印象。本店决不会出现顾客投诉店员态度等的问题，因为本店坚决采用“全心全意为顾客”的本质，绝对以良好的态度和微笑的面容来面对顾客。所以，好的营销策略和人际关系的处理会是本店在校园店铺中能稳扎的原因之一。

5) 良好的售后服务

现在很多类似营销的店中大部分出现客源量无故的消失，这是由于没有经常与顾客做交流。良好的售后服务很重要，以下是本店针对售后做出的相应服务。

a) 如有需要可提供精美的礼品包装，会有专人负责包装。

b) 定期和重点的客户进行沟通，以方便本店有需完善的地方。

3. 产品的网络服务：我们将在校园网络、淘宝网和商务平台上发布各类商品信息，让顾客做到不出门就能了解本店的商品和价格，满足和方便了大多数人的需求。

4. 高标准操作流程：制定标准化作业流程（需要制定服务的流程），具体分卖方寄售和代销的流程，买方购物流程，内部员工业务工作流程。一切工作制度化，按流程展业。

5. 业务方案：

业务一：寄售

款交与卖方，并从中抽取5%的提成作为我们的利润，寄卖期为两周14天,假如在寄卖期内的第10天该物品没有卖出,我们通知卖方，并根据客户要求重新议价。如果在第14天没有出售的话，该物品就视为销量差的商品被下架，如果卖主有意出售该该物品的话，就需要再降低价格重新提交手续费。

业务二：转手销售

为学生投资者提供店内的小格子作为销售场地,由我们代为经营、销售投资者提供的产品而我们只是根据不同大小的格子的收取租金。

总的来说这些闲适的经营模式并不是很复杂，卖家只需支付少量的租金或手续费，我方会有专职人员代为经营管理。

业务四：以物换物

当遇到本店暂时没有的商品时，本店将登记下此类顾客和所求物品的详细信息，然后总结这些商品的种类和客户的共同需求点，根据这些需求点发布或者出售求购信息。如果顾客需要，我们也会代理物物交换。另外，在保证小盈利的基础上，我们也可以利用交易会活动进行扩大影响和提高知名度。

**商业策划书篇十三**

从流程来看，完成每一份完整商业计划书的背后，都有一个对接团队为创业者进行服务。团队结构通常是网络 / 地面销售 1 名 + 咨询顾问 1 名 + 行业研究人员 1 名 + 咨询主管 1 名 + 技术人员 1 名 + 后期服务 1 名。

标准配置的团队人数通常为 6 名，由于团队中的成员可能需要同时进行几个订单，那么为了保证进度，这些岗位的团队成员就需要钢筋铁骨，没有事假、病假。

正常八小时工作制也已显然不能满足高强度的工作需求，加班加点再稀松平常不过，节日、假日更是与休息无缘，最为相熟的不是家门口的路灯，而是凌晨三点公司窗外的月亮 。

时间紧迫时，刚做完调研才下飞机的团队成员，甚至不能得到很好的休息，便要直奔公司，进行下一步的分析工作与沟通交流。

按照管理咨询业界平均水平计算，以15天为一个制作周期，团队成员每完成一份商业计划书，所应该得到的酬劳标准，如下所示：

有了团队，才有了提供商业计划书服务的前提条件。无论是网络销售还是地面销售，咨询主管还是咨询顾问，都需要与创业者直接沟通。

因此“沟通”显得尤为重要，团队需要用最专业、最平和、最耐心的态度去对待每一位创业者。想尽一切办法，尽最大可能满足创业者需求。

当双方意见出现分歧时，也始终保持专业与微笑，或解释或说服。可以说为了完成订单，耗费最多的除了键盘、手指，就是嘴皮和脑细胞了。

一份商业计划书以平均15天为制作周期的话，团队全体成员平均需要与创业者进行的沟通高达970分钟，而他们花在与家人朋友沟通上的时间，却只有不到560分钟。

并非所有的创业者都对自身项目有较为完备成熟的构想，很多创业者只是具有一个大致方向，对融资的需求也并不符合自身实际条件，对风险的预估更是太过理想化。

因此团队需要通过电话、视频或者当面会议的形式，与创业者进行有效率、有实质内容的沟通，从中明确产品核心定位，厘清创业者各项需求，将创业者的项目构想进行细化，并提出后续计划的方向。

从项目分析、市场分析、战略分析、风险分析、财务分析等多维度，逐一分解，面面俱到。如何开展工作、设想是否完善、实际情况是否支持等等，都需要进行预想。

兵法有云：“知己知彼，方能百战百胜”，因此团队还要对竞品进行详细且严密的分析。实地的市场调研不仅能够快速收集市场信息，同时能够对市场趋势有一定预判。

由于订单分布于全国各地，因此团队还需要经常出差，利用实地调研、数据整合及分析等手段，得出项目所面临的痛点、问题、风险等，并提出切实可行的解决方案。

有时，团队还需要购买部分市面上已有的行业前景及市场分析相关调研报告，以此作为计划书中的部分数据及理论基础，而市面上此类报告的平均价格为 10000 元以上，而质量较高的报告通常要到10多万。

数据库的使用权限购买则更为高昂，少则几十万，多则上百万，价格不菲的同时，数据时效性也有一定限制。因此，每份商业计划书的使用费用则从几千到上万不等。

以市场上飞机商务舱票价及高端酒店标准间价格的平均水平计算，团队成员 2 人，出差两天，预计所需的差旅费用为 14000 元。

在整个过程中，团队成员需要根据不断更新的调研数据、最新政策、市场动向等多方因素，不断调整计划书的具体内容。完成订单之后，团队成员还需要在一定时间范围内进行售后修改服务。

根据创业者需求，团队有时还需制作路演所需的 ppt，或者动画演示，而这些就需要技术人员进行专业性制作而价格则高低起伏，起码都是万元起步。

仅从以上几点来看，粗略计算，不难发现，即使以只算人工酬劳的最低标准来看，

倘若需要出差、使用数据库或付费调研报告、黄金地段的办公租金、高配置的办公生活条件，

**商业策划书篇十四**

那些既不能给投资者以充分的信息也不能使投资者激动起来的商业计划书，其最终结果只能是被扔进垃圾箱里。为了确保商业计划书能“击中目标”，风险企业家应做到以下几点：

在商业策划书中，应提供所有与企业的产品或服务有关的细节，包括企业所实施的所有调查。这些问题包括：产品正处于什么样的发展阶段？它的独特性怎样？企业分销产品的方法是什么？谁会使用企业的产品，为什么？产品的生产成本是多少，售价是多少？企业发展新的现代化产品的计划是什么？把出资者拉到企业的产品或服务中来，这样出资者就会和风险企业家一样对产品有兴趣。在商业计划书中，企业家应尽量用简单的词语来描述每件事？商品及其属性的定义对企业家来说是非常明确的，但其他人却不一定清楚它们的含义。制订商业计划书的目的不仅是要出资者相信企业的产品会在世界上产生革命性的影响，同时也要使他们相信企业有证明它的论据。商业计划书对产品的阐述，要让出资者感到：“噢，这种产品是多么美妙、多么令人鼓舞啊！”

在商业计划书中，风险企业家应细致分析竞争对手的情况。竞争对手都是谁？他们的产品是如何工作的？竞争对手的产品与本企业的产品相比，有哪些相同点和不同点？竞争对手所采用的营销策略是什么？要明确每个竞争者的销售额，毛利润、收入以及市场份额，然后再讨论本企业相对于每个竞争者所具有的竞争优势，要向投资者展示，顾客偏爱本企业的原因是：本企业的产品质量好，送货迅速，定位适中，价格合适等等，商业计划书要使它的读者相信，本企业不仅是行业中的有力竞争者，而且将来还会是确定行业标准的领先者。在商业计划书中，企业家还应阐明竞争者给本企业带来的风险以及本企业所采取的对策。

商业策划书要给投资者提供企业对目标市场的深入分析和理解。要细致分析经济、地理、职业以及心理等因素对消费者选择购买本企业产品这一行为的影响，以及各个因素所起的作用。商业计划书中还应包括一个主要的营销计划，计划中应列出本企业打算开展广告、促销以及公共关系活动的地区，明确每一项活动的预算和收益。商业策划书中还应简述一下企业的销售战略：企业是使用外面的销售代表还是使用内部职员？企业是使用转卖商、分销商还是特许商？企业将提供何种类型的销售培训？此外，商业计划书还应特别关注一下销售中的细节问题。

企业的行动计划应该是无解可击的。商业计划书中应该明确下列问题：企业如何把产品推向市场？如何设计生产线，如何组装产品？企业生产需要哪些原料？企业拥有那些生产资源，还需要什么生产资源？生产和设备的成本是多少？企业是买设备还是租设备？解释与产品组装，储存以及发送有关的固定成本和变动成本的情况。

把一个思想转化为一个成功的风险企业，其关键的因素就是要有一支强有力的管理队伍。这支队伍的成员必须有较高的专业技术知识、管理才能和多年工作经验，要给投资者这样一种感觉：“看，这支队伍里都有谁！如果这个公司是一支足球队的话，他们就会一直杀入世界杯决赛！”管理者的职能就是计划，组织，控制和指导公司实现目标的行动。在商业计划书中，应首先描述一下整个管理队伍及其职责，然而再分别介绍每位管理人员的特殊才能、特点和造诣，细致描述每个管理者将对公司所做的贡献。商业计划书中还应明确管理目标以及组织机构图。

商业策划书中的计划摘要也十分重要。它必须能让读者有兴趣并渴望得到更多的信息，它将给读者留下长久的印象。计划摘要将是风险企业家所写的最后一部分内容，但却是出资者首先要看的内容，它将从计划中摘录出与筹集资金最相干的细节：包括对公司内部的基本情况，公司的能力以及局限性，公司的竞争对手，营销和财务战略，公司的管理队伍等情况的简明而生动的概括。如果公司是一本书，它就象是这本书的封面，做得好就可以把投资者吸引住。它会风险投资家有这样的印象：“这个公司将会成为行业中的巨人，我已等不及要去读计划的其余部分了。”

计划摘要列在商业策划书的最前面，它是浓缩了的商业计划书的精华。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。

计划摘要一般要有包括以下内容：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）企业的市场在那里，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”

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，风险企业的产品、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？

（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。

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。

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。

风险企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。风险企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。因此，风险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。风险企业家应牢记的是，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。

（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。

（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。

商业策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，风险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。

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。

（1）商业策划书的条件假设；

（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。

可以这样说，一份商业策划书概括地提出了在筹资过程中风险企业家需做的事情，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风险企业所需的资金数量，提高风险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？这首先要取决于风险企业的远景规划？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风险企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。风险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。

（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。

在商业策划书写完之后，风险企业家最好再对计划书检查一遍，看一下该计划书是否能准确回答投资者的疑问，争取投资者对本企业的信心。通常，可以从以下几个方面对计划书加以检查：

1、你的商业策划书是否显示出你具有管理公司的经验。如果你自己缺乏能力去管理公司，那么一定要明确地说明，你已经雇了一位经营大师来管理你的公司。

2、你的商业策划书是否显示了你有能力偿还借款。要保证给预期的投资者提供一份完整的比率分析。

3、你的商业策划书是否显示出你已进行过完整的市场分析。要让投资者坚信你在计划书中阐明的产品需求量是确实的。

4、你的商业计划书书是否容易被投资者所领会。商业计划书书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。此外，还应保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

5、你的商业策划书中是否有计划摘要并放在了最前面，计划摘要相当于公司商业计划书书的封面，投资者首先会看它。为了保持投资者的兴趣，计划摘要应写的引人入胜。

6、你的商业策划书是否在文法上全部正确。如果你不能保证，那么最好请人帮你检查一下。计划书的拼写错误和排印错误能很快就使企业家的机会丧失。

7、你的商业策划书能否打消投资者对产品/服务的疑虑。如果需要，你可以准备一件产品模型。

**商业策划书篇十五**

赣县季布镇

目前国家重视农业、农村、农民，农业政策好。就其本身而言，是农村户籍，有自己的领域

地处浅丘地带，傍河而建。土壤肥沃，年降水量均匀，水源清洁，适合灌溉。田地多，租金低。全国市场大，供大于求。

泥鳅前期以养殖为主。当泥鳅养殖技术达到较高水平并有稳定的市场后，养殖规模扩大，具体亩数由当时的财政和土地政策决定。然后打造泥鳅养殖的品牌。在成熟期打造副业和产业链。求更高的平台。

以科学思维发展，以生态农业为优势，以绿色农业为导向。不断创新进取，打造自己的品牌。机械化作业程度提高，灌溉机械化，育苗科学化。

土壤测量、肥力、ph值。水要无污染，水要方便，有办法育苗。品种选择。收集、清理(清水、计划井水)和打捞。

第一阶段:在专业场所学习技术，在家附近稻田养殖泥鳅，要求保本，寻找市场，进出口渠道，进行市场调查。投资10万元(土地租赁、材料、农田建设、麦苗、人工、运输费用)

第二阶段:时机成熟的时候，两年。建立养鱼场、海龟养殖场等水产品。开发水田剩余经济价值。

第三阶段:发展农家乐

第一，1、选址和规划。

2、挖池塘。

3、做隔离。

其次，1、选择种子，安排买苗的`品种、方式和时间。

2、工地。购买设备。温度计，湿度计。

3、打井

4、食物。

投资预算:10万

固定人员2人，员工需要根据情况安排:聘请临时人员。

赣州市为主批发市场，赣州菜市场和酒店(特产)，周边其他城市为辅。合伙人负责零售，我负责批发发货。当我们形成一个规模，产品就可以进一步销售。

小型货车和三轮车

把握品牌和质量。

销售总结下，品牌的作用很重要。销售一定要注意信用，不能缺钱。只能多给，不能少给。

宣传方面，我们属于大学生创业。而且我们和电视台报纸有关系，可以给我们免费宣传。

水产养殖风险高，所以我们把水产养殖和副业结合起来。达到生态平衡。

我们是大学生创业。既然我们选择了农业，我们就必须用现代理念来建立和经营农业。一定要胸怀宽广，眼光长远。而我们的目标不仅仅是为个人致富，更要在致富的同时尽最大努力促进村民的富裕，一定要有大家富起来就真的富起来的思想。选择农业、农村、农民，不仅仅是因为我需要在农业方面创业，更是因为我是一个农民的儿子，对农业、农村、农民有着深厚的感情。

**商业策划书篇十六**

以下关于商业策划书的格式和范文内容由本站为您提供，欢迎阅读与借鉴。

商业策划书格式

商业策划书的目的很简单，它就是创业者手中的武器，是提供给投资者和一切对创业者的项目感兴趣的人，向他们展现创业的潜力和价值，说服他们对项目进行投资和支持。因此，一份好的商业计划书，要使人读后，对下列问题非常清楚： 1、公司的商业机会; 2、创立公司，把握这一机会的进程 ; 3、所需要的资源; 4、风险和预期回报; 5、对你采取的行动的建议。

商业计划不是学术论文，它可能面对的是非技术背景但对计划有兴趣的人，比如可能的团队成员，可能的投资人和合作伙伴，供应商，顾客，政策机构等，因此，一份好的商业计划书，应该写得让人明白，避免使用过多的专业词汇，聚焦于特定的策略、目标、计划和行动。商业计划的篇幅要适当，太短，容易让人不相信项目的成功;太长，则会被认为太罗嗦，表达不清楚。适合的篇幅一般为20-40页长(包括附录在内)。

从总体来看，写商业策划的原则是：简明扼要;条理清晰;内容完整;语言通畅易懂;意思表述精确。商业计划书一般包括如下十大部分的内容：

一、执行总结

二、产业背景和公司概述

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

六、关键的风险、问题和假定

七、管理团队

八、企业经济状况

九、财务预测

十、假定公司能够提供的利益

当你在写商业计划的时候，应该达到下列目标： 1、力求表述清楚简洁。 2、关注市场，用事实说话，因此需展示市场调查和市场容量。3、解释潜在顾客为什么会掏钱买你的产品或服务。 4、站在顾客的角度考虑问题，提出引导他们进入你的销售体系的策略。 5、在头脑中要形成一个相对比较成熟的投资退出策略。 6、充分说明为什么你和你的团队最合适作这件事。 7、请你的读者做出反馈。

当你做商业计划并向投资者提交时，必须避免下列问题： 1、对产品/服务的前景过分乐观，令人产生不信任感。2、数据没有说服力，比如拿出一些与产业标准相去甚远的数据。3、导向是产品或服务，而不是市场。 4、对竞争没有清醒的认识，忽视竞争威胁。 5、选择进入的是一个拥塞的市场，企图后来居上。6、商业计划显得非常不专业，比如缺乏应有的数据、过分简单或冗长。7、不是仔细寻求最有可能的投资者，而是滥发材料。

商业策划书范文(一)：

-->[\_TAG\_h3]商业策划书篇十七

伴随着经济的发展，激烈的竞争是不可避免的，“烦躁”、“郁闷”成了人们经常挂在嘴边的话语；与此同时，现如今的孩子们缺少动手实践的机会；另外，“求异”的心理在大众尤其是年轻的大学生群体占有不可或缺的地位。制作一个独一无二的蛋糕、糖果等食品，拥有一次非同寻常的亲自动手的过程，在小资、孩子、大学生们的群体中拥有巨大的潜力！因此，为了缓解激烈竞争的压力，给孩子一个自己动手的条件，给年轻人一个独一无二的享受，我的“diy食品连锁店”应运而生。考虑到我大学生资金短缺的事实，决定打造个从小到大的产业，从简单的“diy蛋糕店”做起，打响自己的品牌，逐步扩大自己的产业，形成diy食品连锁一条龙。打造都市避风塘！

1、项目名称：diy蛋糕店——diy食品连锁店

2、项目宗旨：打造都市避风塘，引领年轻时尚！

3、项目宣言：我的蛋糕，我的young！

4、店面名称：

i cake——diy蛋糕店

注释：、i ——我，i cake——我的蛋糕，就是diy蛋糕，自己动手制作，世上独一无二的蛋糕！

i与“爱”谐音，就是喜欢蛋糕，喜欢我的蛋糕店！

5、店面主题曲：

《甜甜的》——周杰伦

主要歌词：我轻轻的尝一口 你说的爱我

每天会在店里播放一定的时间。

6、宣传口号：

我的蛋糕，我的young！

注释：young有两个层面的意义，一方面，是我面向年轻群体的体现，另一方面，young与“样”同音，即diy自己制作蛋糕，就有自己想要的样子！

1、由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是我的店刚开业， 想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的著名品牌。

2、店面地址：

选择学校附近，靠近年轻人聚集区，且交通便利的地方。（因为此项目主要的面对的对象就是年轻的群体，大家都会以简便优先的原则，且，学校因为其生源的不断更新性，致使能保证客源的持久性，所以选择学校附近的地段）。

1、客源：我的店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%；四周学校的大学生、商店工作职员、小区居民，约占50%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅淮安连锁蛋糕店就有很多如85℃，万千，面包新语等等。因此竞争是很大的。

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

首先，大家对diy的态度还是很友好的，数据表明有大于80%的人选择了愿意来，尤其是年轻的一代，都希望有自己独特的东西。所以，本人就抓住人们的这种心理下手，必然会有良好的效果。

第三，本人自己就是一个大学生，从校园中出来，本人很了解现在的大学生想要什么，不想要什么。能和顾客有个很好的心灵的沟通与交流吧是成功的关键。因此，这势必会成为本人良好的资源！

第四，通过本人自己的预算，以及成功的案例，开一家diy蛋糕店的成本在10万元以内，这对于本人没有什么资金来源的大学生来讲，有很大的可行性，以及低风险性。

第五，本人走访了很多的做diy生意商家，大家普遍用“前景无限”这个词来形容，足以见这个产业的发展潜力。

与此同时，本人也发现了很多的风险，但是本人同样找到了解决的方法。

首先，自己制作蛋糕确实是一件费时费力的事情，很多人都因为没有时间久不会光顾，因此，本人改进了技术，同时增加了优雅舒心的氛围，让大家烦躁的心能够暂时平静下来。

其次，蛋糕本身就是有奢侈色彩的代名词，所以，很多人选择了只来一次。因此，本人就需要一个不断更新的生源，所以，本人把店建在了学校附近，每年都有新生的到来，也就意味着每年都有新的顾客光临本人的diy蛋糕店！生意不断！

综上所述，不难看出，diy蛋糕店的情景还是非常可观的，只要本人有想法，有信息，就一定可以实现的！

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com