# 优秀电动车商业创业计划书（通用21篇）

作者：青春岁月 更新时间：2024-04-02

*在创业过程中，制定一个完善的创业计划对于成功至关重要。创业计划范文中的成功案例，可以帮助我们更好地把握市场趋势和机遇，找到创业的突破口和发展方向。电动车商业计划书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*

在创业过程中，制定一个完善的创业计划对于成功至关重要。创业计划范文中的成功案例，可以帮助我们更好地把握市场趋势和机遇，找到创业的突破口和发展方向。

**电动车商业计划书**

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6月通过了国家生产许可证的验收;被省质量监督局抽查测定为合格产品。20\*\*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。

二、市场分析。

(一)品牌定位。

(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。

20\*\*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。

因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

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。

三、市场推广。

(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：

略

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。

四、管理目标。

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。

五、回报分析。

按4年预期目标计算：

年销售额：0万元。

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%=2000万元。

利润：20000万元×20%=4000万元。

六、stow分析。

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。

**电动车创业准备计划书**

创业计划。

书的编写一般是按照相对标准的文本格式进行，是全面介绍公司或项目发展前景，阐述产品、市场、竞争、风险及投资收益和融资要求的书面材料。以下是本站小编为大家整理的关于电动车。

创业准备。

计划书，给大家作为参考，欢迎阅读!

一、公司简介。

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2000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2002年6月通过了国家生产许可证的验收;被省质量监督局2002年度抽查测定为合格产品。2003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。

二、市场分析。

(一)品牌定位。

(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。

2003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。

因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

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。

三、市场推广。

(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。

200350家。

2004100家10000万。

2005200家15000万。

2006350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2006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。

四、管理目标。

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。

五、回报分析。

按4年预期目标计算：

年销售额：20000万元。

产品成本：20000万元&times;50%=10000万元。

税收：20000万元&times;10%=2000万元。

利润：20000万元&times;20%=4000万元。

六、stow分析。

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。

目录。

前言：

经过15年的快速发展，我国成为全球电动自行车的制造和消费大国。中国电动车从1995年起步，到2005年高速发展，再到2010年成为中国老百姓最主要的出行交通工具。电动车的需求旺盛，据全国各大城市的市民需求调查，高达76%的市民有将电动车作为代步交通工具需求，他们说：“汽车太贵买不起，自行车太累不想骑，公交车人太多不想挤，摩托车太危险又被许多城市禁止，而电动车最适合我们。”尽管面对2009年全球金融危机，电动车产业仍然表现出强劲的增长势头。巨大的商业机会吸引了大批的资本进入该行业，从而形成品牌复杂，价格战激烈等尴尬局面。面对风云突变的市场，至今2016经济市场广阔丰富，未来的取胜之路更加光明，何尝不来产业一起创新。

一、投资依据(产业背景及现状)要投身电动车行业，就要对行业的发展背景及现状有深入的了解，下面对电动车行业背景及现状作描述和分析。

1.产业背景。

电动车是个方兴未艾，大有可为的产业。在经历了20世纪80年代和90年代初期的两次起落后，在第三个发展阶段，我国轻型电动车产业发展势头迅猛，显示了新兴产业的旺盛生命力。

机。

2013年之前，全球新能源汽车发展较缓慢，一方面由于新能源汽车开发成本居高不下，相关车企大多亏损，另一方面也没有代表性车型吸引消费者;2013年初开始，特斯拉成为新能源汽车领域最大亮点，也迎来了新能源汽车发展的转折点。

零部件企业没有变化;下游新增了充电设施建设与电池回收等环节。其中，上游锂电池产业链最长，对新能源汽车发展也至关重要，可以说锂电池产业链的任何一项技术突破都将有助于带动新能源汽车发展。

在激烈的市场竞争下，我国电动车显示出了对高新技术具有极强的吸呐能力，不仅技术创新的速度明显快于其他领域的发展特征，如：与早期产品相比，蓄电池的寿命和容量提高了35%，电机从单一的有刷有齿电机发展成为无刷无齿高效电机，寿命提高了5倍，效率提高了40%，整车爬坡和载重能力提高了3.5倍。目前国内一些企业拥有自主知识产权的核心技术已经处于国际领先水平，一些内资企业开始凭借一些技术优势，以技术入股的方式和外资联合办厂，在技术创新的带动下，产品更新换代速度不断加快，新一代的轻型电动车如电动踏板车已经占到了全部产量的70%---80%，成为我国轻型电动车市场的主力。

2.产业现状美国仍然是最大的新能源轿车销售国，其在售的新能源汽车以中高端车型为主。日本仍然以混合动力为主要技术路线，是世界上最大的混合动力轿车销售市场。欧洲插电式混合动力轿车热潮迅速兴起，大众、宝马、奔驰、沃尔沃纷纷推出各自的量产插电式混合动力车型，2015年欧洲的插电式混合动力汽车进入快速增长期。

中国也不甘落后，也已成为全球最大的电动车生产基地，整车生产厂家有一千多家，配套厂家有二千多家，直接从业人员达到50万左右，已形成全球最大规模的电动车配套体系，并在浙江，江苏和天津等地初步形成产业集群，在服务方面，许多生产企业已在全国构建了比较完善的服务网络，规模化，规范化的运输，销售，维修等服务体系初步形成。可以说，我国电动车在世界上已经率先达到产业化推广程度。电动车产业在短短几年时间里异军突起，逐步发展成为一个新兴的产业，成为目前我国最具竞争力的产业之一，其根本原因在于产品价格，使用费用，行使距离，安全性等方面，符合我国现阶段城乡居民的客观需要，能够充分满足城乡居民生产生活方面的消费需求。

锂电池发展迅速，电动车产业腾飞带动需求。2014年美国纯电动车销量同比增长超30%。

我国新能源轿车技术产业化水平居世界第二位，并且进入快速发展阶段。与国际新能源汽车技术相比，我国技术研发虽然起步不晚、速度不慢，但基础较弱，与国际领先水平相比仍有较大差距。我国作为一个开放的汽车市场，技术竞争压力越来越大。

2011至2014年国内新能源汽车销量呈现加速增长态势，其中2014年增长显著，纯电动车和插电式混合动力车合计7.5万辆。

二、产品的分析及问题。

分析：

1.品牌定位争做电动车行业的领导品牌。

2产品优势方便、环保、低噪音、高效率、驱动力巨大、无火花换向。

3产品的风险a.价格仍是导致电动车市场最不稳定的因素。

问题：1.行业高度分散，市场集中度低。

由于多数厂家没有自己的研发部门和核心技术，只有靠跟风和模仿，因此只要市场上一有某款新款出现，立马会出现一大批效仿者，可以说目前市场上销售的电动车无论品种、款式和性能都相差无几。由于普遍缺乏个性，电动车品牌给人予“千车一面”的感觉。这无形中加剧了市场的混乱，也增加的消费者的挑选购买难度。

3.营销观念落后，坐商式营销。

电动车厂商很多都有经营摩托车和自行车的背景，与其它行业相比，这两个行业无疑是市场化程度较低的，尽管电动车在产品开发理念和功能设计都有进步，但是营销理念和手法和自行车时代差不多，基本停留在产品功能导向。

提供的仅仅是冷冰冰的产品和单一的使用功能。市场运作粗放，产品售出即止，缺乏与消费者深入的沟通。事实上，消费者期待的并不是厂家提供的一个代步工具这么简单。

1.公司经营宗旨和目标宗旨：积极参与新能源的推广和大力宣传，减少城市汽车车流量以构建资源节约型与绿色环境友好型社会而努力。目标：三年内将苏州(待定)打造成一个成功的样板市场，然后以此为契机选择合适的机会向周边县、市乃至省外扩张。

2.公司简介公司名称：松速电动车业有限公司。

业务范围：进行电动车的销售与维修服务，预计店铺面积100平方米，计划月销售能力在100台以上。

3.公司管理企业的好坏关键在于管理，我们将在公司的各个方面进行科学的管理。a.管理思想科学管理的前提是确定和贯彻先进的管理思想，我们将采取以人为本，重视团队合作精神，重视个人发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得公司的整体发展，实现1+1大于2的效果。

b.管理队伍。

投资是一项经营人才的业务，在管理过程中我们将与员工一道。

总结。

工作中的经验，并努力学习新的知识，打造一个学习型的团队。并欢迎一切有至于谋求本公司发展的人才加入本公司。

c.股东投资人和经营人将自然成为本公司的股东，在经营过程中如有本公司的需要，还将邀请其它人的加入，成为本公司的股东。

d.协作及对外关系企业是一个社会性单位，企业要想生存和发展，就要面对和处理好各种社会关系。随着公司的发展，我们将与本公司相关的企业建立合作伙伴关系。例如：与供应商建立战略伙伴关系，与相关公司建立联合营销协议(商家联盟)，与可能的公司建立合作发展关系，与供应商建立委托加工关系(oem)以上这些都是为了保证公司的发展，使我们的产品和服务得以实施。

e.场地。

在电动车，摩托车，自行车店铺比较集中的路段租赁不小于100平米的店铺，要求门口要有较大的空间，店面外围视线良好。另外还需要租赁一定面积的仓库。

四.江苏发展趋势。

低成本，摒弃效率低、污染重的铅酸电池。同时，电动自行车生产企业和电池厂商签订废旧电池回收协议、防止电池的二次污染。五是将电动车列入“家电下乡”名录，给予电动车产业更大发展空间和更强发展活力。江苏省电动车发展现状目前，全国已基本形成天津、江苏和浙江三大主要电动车生产板块，上海和山东正成为电动车生产格局中重要的增长极。在江苏板块中，无锡、苏州、常州是3个电动车生产比较集中的地区，无锡更是江苏板块的代表，逐步形成了以锡山为代表的电动车产业聚集区。这些企业充分协作、专业化分工达到了非常细致的程度。作为传统摩托车产业发展最早的基地之一，无锡在豪华电动车生产方面具有很强的优势和很好的基础。从2005年开始，不少摩托车企业开始尝试进入电动车行业，并利用自身的品牌优势、雄厚的技术力量和研发能力、原有成熟的销售渠道，给电动自行车行业注入了新的活力。

中国民众最忧虑电动车的电池安全性与便利性，而对弱点能够理解接受，同时，他们对电动车商业化持谨慎乐观的理性态度，掀起了已喧嚣多年的新能源汽车热。而今年将火力集中在电动车上，政府、企业、媒体各司其职的推动让人觉得似乎电动车已经不再遥远。

2.它符合年轻人对速度的要求。

3.力气较大，能满足载人、载货的要求五、电动车的消费人群分析。

1.营销策略。

品牌定位：中高档。

目标市场：国内二级、三级。六、市场推广。

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

2.推广预测。

七、财务预算。

一、投资估算前期：

总资产：1000000元。

店面及仓库租赁：150000元/年装修：50000元/年采购：200000元员工工资：300000元/年后期：

产品研发：1000000元。

实验室租赁：20000元/年购买研发设备：300000元/年。

二、资金来源1.贷款。

三、预期收入。

2010年2月15日，国务院办公厅发出通知，高校。

毕业。

生创业可享受4项优惠政策，包括免收行政事业性收费、提供小额担保贷款、享受职业培训补贴、享受更多公共服务等。对大学生创业初期资金难的问题，国务院的通知明确要求，在当地公共就业服务机构登记失业的自主创业高校毕业生，自筹资金不足的，可申请不超过5万元的小额担保贷款;对合伙经营和组织起来就业的，可按规定适当扩大贷款规模;从事当地政府规定微利项目的，可按规定享受贴息扶持。

除了国家贴息小额贷款政策，目前全国多个省市都公布或已实施了针对大学生创业的政策。

措施。

日前上海市工商局出台了《关于鼓励创业促进就业的若干意见》，其中第一条尤为引人瞩目：毕业两年内的高校毕业生，投资设立注册资本50万元以下的有限责任公司，可“零首付”注册，自公司成立之日起两年内缴足注册资本在杭州，2008年底就颁布了《关于鼓励和扶持大学生在杭自主创业的若干意见》，将大学生。

创业项目。

申请无偿创业资助的金额从原来的最高10万元提高到20万元，还在税费方面给予很多优惠。大学生创业具体优惠政策：

一、大学毕业生在毕业后两年内自主创业，到创业实体所在地的工商部门办理营业执照，注册资金(本)在50万元以下的，允许分期到位，首期到位资金不低于注册资本的10%(出资额不低于3万元)，1年内实缴注册资本追加到50%以上，余款可在3年内分期到位。

二、大学毕业生新办咨询业、信息业、技术服务业的企业或经营单位，经税务部门批准，免征企业所得税两年;新办从事交通运输、邮电通讯的企业或经营单位，经税务部门批准，第一年免征企业所得税，第二年减半征收企业所得税;新办从事公用事业、商业、物资业、对外贸易业、旅游业、物流业、仓储业、居民服务业、饮食业、

教育。

文化。

事业、卫生事业的企业或经营单位，经税务部门批准，免征企业所得税一年。

三、各国有商业银行、股份制银行、城市商业银行和有条件的城市信用社要为自主创业的毕业生提供小额贷款，并简化程序，提供开户和结算便利，贷款额度在2万元左右。贷款期限最长为两年，到期确定需延长的，可申请延期一次。贷款利息按照中国人民银行公布的贷款利率确定，担保最高限额为担保基金的5倍，期限与贷款期限相同。

四、政府人事行政部门所属的人才中介服务机构，免费为自主创业毕业生保管人事档案(包括代办社保、职称、档案工资等有关手续)2年;提供免费查询人才、劳动力供求信息，免费发布招聘广告等服务。

附录2：

2003年5月，国务院办公厅在《关于做好2003年普通高等学校毕业生就业工作的通知》(国办发[2003]49号)中规定：“鼓励高校毕业生自主创业和灵活就业。凡高校毕业生从事个体经营的，除国家限制的行业外，自工商部门批准其经营之日起1年内免交登记类和管理类的各项行政事业性收费。有条件的地区由地方政府确定，在现有渠道中为高校毕业生提供创业小额贷款和担保。”2003年6月，财政部、国家发展和改革委员会联合下发《关于切实落实2003年普通高等学校毕业生从事个体经营有关收费优惠政策的通知》(财综[2003]48号)，为切实落实国办发[2003]49号文件精神，鼓励高校毕业生自主创业和灵活就业，提出了六项有利于高校毕业生自主创业的政策规定。2003年6月，劳动与社会保障部在《关于贯彻落实国务院办公厅关于做好2003年普通高等学校毕业生就业工作的通知若干问题的意见》(劳社部发[2003]14号)文件中，明确规定：“各地劳动保障部门要认真总结近几年来开展创业培训工作的经验，积极组织面向高校毕业生的创业培训，并与就业指导、咨询服务、后续扶持有机结合起来。充分利用各级劳动保障部门远程创业培训网络和创业培训的项目，集中开发一批适合高校毕业生的创业项目库，搜集一批创业信息，为高校毕业生创业提供帮助。”

2003年6月，国家工商行政管理局在《关于2003年普通高等学校毕业生从事个体经营有关收费优惠政策的通知》(工商个字[2003]第76号)文件中，就高校毕业生从事个体经营、灵活就业和自主创业，制定了一系列有关收费优惠政策，促进高校毕业生自谋职业、自主创业。

2003年6月，共青团中央、教育部、财政部、人事部联合下发《关于实施大学生志愿服务西部计划的通知》(中青联发[2003]26号)，为鼓励大学毕业生到西部地区工作和创业制订一系列优惠政策，以多种形式引导毕业生到西部地区工作，满足西部开发对人才的需求。文件中规定了激励表彰和经费保障政策，并鼓励大学毕业生自主创业。

2003年9月，国家发展和改革委员会下发《关于鼓励中小企业聘用高校毕业生搞好就业工作的通知》(发改企业[2003]1209号)，鼓励高校毕业生自主创业。明确规定各有关部门要加强对高校毕业生自主创业的辅导，开展多渠道、多层次的创业培训活动，帮助他们树立主动创业的精神，掌握企业经营与。

管理知识。

提高捕捉商机的本领和处理问题的能力。

。

**创业商业计划书**

xxx公司(或xxx项目)。

年月。

(公司资料)。

地址。

邮政编码。

联系人及职务。

电话。

传真。

网址/电子邮箱。

报告目录。

第一部分摘要。

(整个计划的概括)(文字在2-3页以内)。

一、公司简单描述。

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(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。

**创业商业计划书**

近几年，随着人们生活水平的提高和对精神文化生活的追求，户外运动逐渐表现出它独特的市场前景和巨大的经济价值。户外运动在国内渐渐成为运动时尚，其中也孕育着无限的商机。但只有善于捕捉机会敢于创新的人，才能够有所收获。于是，开个户外用品店成了一种可行的个人创业计划。

户外用品店创业优势包括。

1．市场空间较大：我国旅游人数正以每年26％的速度增长，而其中增长最快的就是20”40岁年龄段的，同时旅游用品市场需求则每年增长17％。并且中国的相关产业还处于兴起阶段，市场发展空间相对较大。

2．投资收益看好：据了解，专业装备是目前户外运动的主要开销之一，有些登山发烧友的装备在万元以上，即使是中低挡的装备也要20xx多元。此外，户外旅游用品的易耗性较大，顾客多次购买的需求较强。因此，户外旅游用品的利润相对较高，而投资却不大。

3．入行门槛不高：开户外旅游用品店，对创业者没有太大的专业要求，而对于有较高学历的大学生来说，更是得心应手。户外旅游用品店的顾客大都多是年轻人，因此选在大中专院校附近可近水楼台先得月。在广告宣传上也很省力，自助游特别是野外生存体验，是时下都市年轻人追求的一种时尚，虽然在我国才刚刚兴起，但人气剧增。因此，开家户外旅游用品店，正是迎合了这部分年轻人的消费潮流，只要商品有特色，活动够生动，就能吸引顾客，而无需投入太多的广告费用。

户外运动热起来的原因，据我分析可能会有以下几点：

1.随着人们生活水平的提高，人们越来越重视自己的健康情况。参加户外活动，锻炼了身体对自己的健康有好处。

2.都市生活节奏让很多白领感到身心疲惫，到大自然中去无疑是种非常好的放松和调理的方式。

3．对于目前社会来说，户外还算一种新鲜的动动，能让人们尤其是白领阶层的人会体会到尝鲜的感觉。而户外这两个字，本身就具有很大的吸引力，这正是具有一定文化阶层的人所喜欢追求的东西。

4.参加难度比较大的户外活动也是人生的一种丰富，也是对自己耐力和意志力的考验。

5.参加户外活动可以让人真正的回到大自然中去，得到真正的放松。

缘由此，现在玩户外的人越来越多了，所以户外用品的市场一路高涨。但目前户外用品店的增涨还远远不能满足市场的涨幅。目前在我国，户外用品店大多集中在少数的几个大城市，一般中小型城市几乎很少甚至没有专业的户外用品店，根本无法满足社会巨大的需求和供应短缺的矛盾。

销售一件东西必须了解他的顾客是谁才行。经过对其他同行户外用品店的顾客调查情况看，光顾户外用品商店的，一般是专业人士或白领，尤其是外贸公司和it行业的职工，年龄在20岁到40岁之间，月收入在两三千元以上的人群。户外作为一门新兴的运动，而且玩起来相对于其他运动算是高消费。所以只有中高收入而且有一定文化的人群才会愿意消费。

所谓的专业人士一般都有很丰富的户外运动经验，对装备要求较高，尤其是追求某些细节方面，如果能留得住这些顾客，虽然在他们身上不可能赚太多，但他们往往带来些潜在的市场价值。而普通消费者大多数为有文化有知识有一定经济基础的青年人。这些人里面有的是准专业，有的纯粹是一时兴起瞎玩，有的人喜欢烧装备，有的人来带着其他目的。不过，这些人里面赚钱还是相当容易的，尤其是那些烧客们。要求店长能准确揣摩出这些人的心思，逢时逢利地介绍商品，掌握了这些东西，开店也就算是成功了一半了。

通过以上阐述我们知道了开个户外用品店的可操作性，那么接下来具体说到开店我们要买一些什么产品呢？户外用品包括很多种类，有包类、户外服装、鞋袜类、帐篷、野外照明、野外伙食、水具、登山攀岩、防护药品、工具、书刊等。根据户外用品的耐用程度来安排产品结构，如旅行包和帐篷等可长期的使用，在进货时就要注意数量不宜过大，应在品牌和式样上追求多样化。从大的方面来讲，由于包类和野外睡眠产品是户外运动很重要的大件用品，因此顾客在选购这样的一些东西时要进行仔细的对比和选择。包类和睡眠产品属大件，价格也高，也是商家大的利润点。在开设户外用品店时，要确立好主打产品。

因此对于个人来讲在知识水平工资收入较高的人群聚集地开一个户外用品连锁店，店面主要代理经营国外品牌户外运动所有用品，同时兼顾经营些其他品牌和外贸的东西。如此可以较好的获的一个市场投资先机，从小做大，在某个地段发展店面，合理经营与管理，随着效益的扩大，就扩大经营面积，开展连锁业务，在一座城市甚至全省、全国经营成一个大的户外用品连锁品牌，最终实现创业的最初目的。

**创业商业计划书**

一、项目名称：

二、项目背景：

根据\*\*区城市建设总体规划，\*\*处原\*\*苗圃需要异地搬迁。按照建设部《城市规划建设指标》和《河北省城市绿化管理条例》的规定，城市苗圃用地不得少于建成区面积的2%，苗木自给率80%以上。因此，我区还需要新建面积不少于210亩的城市绿化专用苗圃。

目前我市已经确定了创建国家级生态园林城市，如果新苗圃不能及时完成建设，我区将消耗大量资金到市内、外其它苗木生产基础地购买苗木，这对我区的城市绿化建设极为不利，对完成市委市政府提出创建国家级生态园林城市的.目标也会产生严重的消极影响，因此苗圃建设势在必行。

三、项目建设条件。

\*\*苗圃位于贯通\*\*市区和\*\*区的必经之路dd\*\*大道北侧，南侧正对\*\*公园，东侧与\*\*区行政中心隔河相望，距著名的\*\*景区1。5公里，西侧是\*\*生产基地，地理位置优越，交通便捷。\*\*苗圃地势平坦，土层肥厚、水源充足，适合各类苗木繁育，符合苗圃建设的立地条件。建成后可满足我区城市绿化建设苗木供应的要求，将为我市创建国家级生态园林城市打下坚实基础。另外，\*\*苗圃处于城市区西部农村，地价较为便宜，可节省大量建设成本，具有较强自行性。

四、项目建设规模和内容。

\*\*苗圃建设总占地预计210亩，其中苗木生产用地150亩，花卉生产用地35亩，温室、组培室等设施用地15亩，管理用房、仓库及道路等其它用地10亩。苗圃建成后将以发展特色乡土苗木，引种外地名优苗木和培育时令花卉为主，保障城市绿化美化苗木供给的同时，还将进行苗木科研工作，推广科研成果，提高我区整体苗木生产水平。

苗圃建设主要进行土地平整、围墙、管理房仓库及操作房、()道路大型日光温室、组培室、生产供电、供水设施等基础设施建设。另外还将引进运输车2辆，园林机械、工具等，使新苗圃实现苗木生产现代化，提高苗圃生产效率降低生产成本。再有，苗圃还需引进苗木30万株，确保苗圃当年就可以实现苗木生产供应和销售，尽快投入正常运营。

五、项目投资估算及资金来源渠道。

（一）项目投资估算。

1、苗圃征用地费用按每亩2万元计算共计约210亩×2万元=420万元。

2、苗圃基础设施建设费用估算约为300万元。

3、苗圃苗木引进和新增园林机械按市场价估算为200万元。

三项合计，该项目投资估算为920万元。

**电动车商业计划书**

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。

专题推荐：

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

县级、地级市（25—35岁的女性为主要目标消费群）

（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。

因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

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。

**创业商业计划书**

二、项目背景。

根据\*\*区城市建设总体规划，\*\*处原\*\*苗圃需要异地搬迁。按照建设部《城市规划建设指标》和《河北省城市绿化管理条例》的规定，城市苗圃用地不得少于建成区面积的2%，苗木自给率80%以上。因此，我区还需要新建面积不少于210亩的城市绿化专用苗圃。

目前我市已经确定了创建国家级生态园林城市，如果新苗圃不能及时完成建设，我区将消耗大量资金到市内、外其它苗木生产基础地购买苗木，这对我区的城市绿化建设极为不利，对完成市委市政府提出创建国家级生态园林城市的目标也会产生严重的消极影响，因此苗圃建设势在必行。

三、项目建设条件。

\*\*苗圃位于贯通\*\*市区和\*\*区的必经之路——\*\*大道北侧，南侧正对\*\*公园，东侧与\*\*区行政中心隔河相望，距著名的\*\*景区1。5公里，西侧是\*\*生产基地，地理位置优越，交通便捷。\*\*苗圃地势平坦，土层肥厚、水源充足，适合各类苗木繁育，符合苗圃建设的立地条件。建成后可满足我区城市绿化建设苗木供应的要求，将为我市创建国家级生态园林城市打下坚实基础。另外，\*\*苗圃处于城市区西部农村，地价较为便宜，可节省大量建设成本，具有较强自行性。

四、项目建设规模和内容。

保障城市绿化美化苗木供给的同时，还将进行苗木科研工作，推广科研成果，提高我区整体苗木生产水平。

苗圃建设主要进行土地平整、围墙、管理房仓库及操作房、道路大型日光温室、组培室、生产供电、供水设施等基础设施建设。另外还将引进运输车2辆，园林机械、工具等，使新苗圃实现苗木生产现代化，提高苗圃生产效率降低生产成本。再有，苗圃还需引进苗木30万株，确保苗圃当年就可以实现苗木生产供应和销售，尽快投入正常运营。

五、项目投资估算及资金来源渠道。

（一）项目投资估算。

1、苗圃征用地费用按每亩2万元计算共计约210亩×2万元=420万元。

2、苗圃基础设施建设费用估算约为300万元。

3、苗圃苗木引进和新增园林机械按市场价估算为200万元。

三项合计，该项目投资估算为920万元。

（二）资金来源渠道。

政府拨款投资。

六、项目性质与特点。

本项目为苗木产业化项目，绿化环保是其特点，以人工方式培植苗木，不会产生废水、废气、废渣等排放物，而且苗圃投入生产后因其有大量的树木有利改善周边生态环境，苗圃苗木生产主要是为城市绿化供应优质苗木有较强的公益性。另外苗圃还担负着苗木生产新技术的研究推广工作，所以也是政府在育苗业进行科普工作的重要基地。

七、项目可行性分析。

（一）经济效益。

1、利润核算。

随着我国经济的快速发展，城市建设日新月异，绿化育苗业也得到了蓬勃的发展。就我区来说城市新区建设的双向带动，城市绿化将面临千载难逢的契机，保证苗木供应也成为我区城市绿化建设的重要内容。按照往年原苗圃经营情况，除正常供应城区绿化用苗外，对外销售苗木及花卉的销售额可在150万元左右，除去正常开支，净利润可达40万元。

2、缓解城市绿化管理经费不足的问题。

近年来随着我区城市建设的快速发展，绿化面积随之不断扩大，由于经费用不足，管理太少，造成绿化管理不到位，绿化成果没有得到较好的保护。通过利用苗圃经营收入，可以部分弥补城市绿化管理养护资金不足问题，减少财政压力，从而推动我区城市绿化建设全面发展。

（二）社会效益。

样在所有原苗圃职工全部能够安置的情况下，根据苗圃苗木生产的需要还可以吸纳一些大专院校毕业生和农村剩余劳动力。

还有\*\*苗圃建成后因其作为国有苗圃还有推广苗木生产新技术的重要任务，对提高我区的育苗业的整体水平、农村产业结构调整、提高我区的经济增长、增加农民收入起到了重要推动作用。

综上所述，此项目的建设势必会给我区带来良好的生态效益和社会效益。

八、结论。

从城市绿化规划规定的要求和满足城市建设的需要以及市场的客观供求关系看，此项目既是生态环保项目又是社会公益项目，还具有可观的经济效益。因此，该项目具有可行性。

**电动车商业计划书**

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。

专题推荐：

商业计划书,创业计划书大全

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。

二、市场分析

(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

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。

因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

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。

**创业商业计划书**

我很喜欢《创业学》这门课程^-^，创业学的知识，让我们毕业后进入社会创造自己的商业价值起到了巨大的作用。《创业学》作为一门学科进入中国的大学学府虽然只有短短几年时间，但是对中国的大学生而言确实意义远大，总的来说，《创业学》已经形成了一套完整的体系思想观念，引导我们90后大学生走向商业经理的前端。

一、首先，我先来介绍下创业学的各种基础概念。

《创业学》的创业一词源自于17世界一法语单词，起初是一个创业者用来描述敢于承担较大的商业项目，但是后来呢，创业这一词语变成了指那些开创了新的生意方法的商人，创业两字从字面上理解，我们不难发现，创就是创造，创新，创立；而业就是事业，家业，这两个字组合起来就产生了创业，不然，从英语角度讲“estabilishabusiness”，这是个一个动宾词组，所谓动宾动宾就是要有动才有好的结果。一位犹太商人说：“如果你不行动，赚钱的头脑有什么用？”

代表性的观点都认为，创业是一个开创事业和累积财富的过程，认为创业活动具有开阔性、自主性和功利性等基本特征。开阔性是创业对于创业者来说是一项前所未有的事业，虽然创业者可以借鉴、模仿学习前人的经验和方法，但是呢，咱们必须得从头做起，这才符合创业精神，自主性创业是一项独立自主的行为。而创业又是创造财富、累积财富的过程，这就决定了创业充满了功利性。

这种观点认为，创业需要一个承担创业的实体，通常这个实体就是企业，创业是创业者依靠自己的想法及努力工作开创一个新的企业，包括新公司的成立以及提供新产品或服务，以实现创业者的理想。

三、创业的过程。

这个创业过程，是一个漫长的过程，对于才毕业的我们来讲，我们要做好这一部非常的难，但是呢，任何事情只要咱们认真的去学习，然后心无旁骛的去做，就会成功。首先我们得了解下创业企业的生命周期理论：企业的生命周期理论是从20世界60年代逐步发展起来的一种管理理论，它以研究企业成长阶段模型为核心内容。国外许多学者从不同视角对企业生命周期进行了考察和研究，不同观点之间存在的差异较大，划分的阶段数、划分依据以及所用术语都有所不同。划分阶段从三个到十个阶段不等，划分的依据则主要依据企业年龄、规模、成长速度、关键管理问题等。国内一般以企业年龄、规模、成长速度等因素为划分依据，将企业的生命周期划分为创业期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。创业期：在初创期阶段，企业人员少，规模小，管理制度不健全，缺乏必要的资金，市场占有率小，市场形象还没有树立起来，这时候如果想在市场上占有一席之地，主要应采取创新策略。创新有两层含义：一层是管理创新，管理创新包括管理思路创新、管理组织创新、管理模式创新、管理制度创新等，另一层含义是技术创新，技术创新战略主要有自主创新、模仿创新、合作创新三种模式。

成长期：当产品逐渐得到市场认可，销售规模快速增加，企业可依赖其创新产品或技术在市场上能立足生存，进入成长期。成长期可选择的竞争策略主要有产品差异化策略、“小而专、小而精”策略、优势互补联合竞争策略、寻找市场空白策略等等。

成熟期：当企业具有一定的市场占有率和知名度，销售规模达到一定水平，企业利润比较稳定，初步完成资本原始积累时，企业就进入了成熟期。成熟期的战略重点在于聚集资源，扩大市场，增加业务范围，所以这一时期应主要采用扩张策略。

衰退期：企业经过成熟期之后有三种方向：一是继续发展壮大，成为一个大型企业；二是暂时维持现有规模，保持稳定；三是进入衰退期。衰退期的主要特征是企业规模过大，管理层次、幅度增多，组织成本上升，官僚化现象出现，这时一般来讲会出现创新意识减弱，企业决策效率降低，人才开始外流等问题，直到后期出现人心涣散，无法正常经营而倒闭。衰退期的主要发展战略应该是收割转型策略，主要有三种，即局部领导策略，收割策略与迅速转型策略。

创业是一个经济范畴，主要是指为了创建新企业而进行的、以创造价值为目的、以创新方式将各种经济要素综合起来的一种有目的的经济活动。简言之，创业就是创建一个新企业的过程。新企业的创办主要对应生命周期中的第一阶段——“创业期”。

以上介绍完了创业学商业计划的各种基础知识，下面，我将介绍自己的毕业商业计划！我的商业计划是开淘宝书店。

（一）背景介绍。

在现今社会坚定不移地坚持可持续发展的战略路线时，资源的循环使用成为我们充分利用有限资源的最佳途径之一。如今，书籍已然是我们智慧海洋的厚积薄发的力量源泉。

近年来，大学生的学费问题已成为很多社会、学校及相关媒体关注的焦点，作为新时代的大学生，我们不仅应该知道怎么赚钱，更应该先懂得怎样省钱。据不完全统计，我国高等院校学生每学期的购买各类教辅用书及其他类书籍的费用一般在一千元钱左右，而这些书籍中的大部分都是可以循环使用的.在国“used”。因此，二手书籍、杂志的流通使用将成为大学生解决高额书费问题的全新切入点。于此同时，淘宝书店这个行业在这个特殊时期的特殊环境下应运而生。

（二）书店介绍。

作为一家处于创始初级阶段的公司,淘宝书店其命名含义颇多，也是非常重要的东西。首先通过在淘宝网上实名注册，填写好建店信息，就可以开始网上销售东西.它是第一媒介，大部分人能够通过它了解公司的重要运作方向。同时，也是第一心灵窗户，人们能够在一眼看到的时候，主动去选择购书的方向，或者不选择。当然，他的主要含义以及功能是希望帮助同学们能在众多的二手书籍中找到自己的意中书，找到心中向往的那个宝贝。然后，高兴的捧回家。

（三）宗旨。

每一个公司在建立之初，都会立下一个经营宗旨。这样，才能够确保公司朝着这一方向正常运作，才不以至于经营得一败涂地。而我们将本着把书籍高效率的回收再利用，让有价值的书籍在大家的手上“玩转”起来的宗旨，让更多更好的书在人们手中去实现价其值，而不是长久的停滞在一个人手中，失去其应有的价值。

（四）战略目标。

我们将凭借网络这一有效的媒介，不论在网上做好自己的宣传工作，员工也应通过其他途径沟通于网上注册用户，让更多人知道网上购物的方便，我相信过不了多久我们的客户群体会有相当的数量，当然，在网络有效利用的同时，不断的挖掘现实生活中的广大群体，真正的建立现实与网络相结合的二手书交易平台。于此同时，我们也将力打品牌效应，提高我们在网络和现实生活中信用度，让更多的群体能够认识到我们诚信与高效率的工作成果，进而达到高校同行业领先水平。

（五）营销策略。

二手书店实体店面与网络相结合的经营模式是一种全新的模式，需要我们积极地采取营销方案以占领市场。我们将充分发挥自己的优势、充分利用本校的特点和优势，通过制定有效的激励和评价机制来吸引客户、并扩建我们的经营范围。同时通过提供优秀的业务来吸引更多的用户，并且在给员工的待遇上，多给他们好的条件，例如奖金的增加、给员工相关的关心等等，激励他们的积极性，这样他们就能很好的服务于书店，这无疑有利于公司今后的发展.

我需要通过对市场的具体分析，做出正确的销售计划:。

1、我打算从最初的一两年把大部分精力投放于学校二手书籍的收购与专卖。一部分是因为学校的书籍比较多，资源比较丰富，主要偏向于教科书和参考书等；另一部分是因为学校书籍重复使用比较多，客源比较多，主要偏向高年级书籍向低年级书籍的转卖。这样，最开始的两年里，不会存在货少客少，资金周转不灵的状况，大部分的资金是可以回收的，也不会存在大量亏本，入不敷出的现象，大大减少了公司最初成立运营不周的风险。最重要的是，在保本分红后还可以储备一些资金，为下年的开发做准备，确保公司明年的运营。

2、在后来的三四年里，我们在稳住学校这一块的基础上，大胆的开发外源。我们将分一部分人力与物力投放于现实生活中的成年人上，有些人不存在藏书的爱好，买书也图一时的方便，但在看完书以后，书在他手上将无用武之地了。于是，我们将收购社会上闲散的书籍，转卖给一部分人，以低成本高价售出来获得中间费用。

3、无可怀疑，网络是一个非常好的传播工具.我们将充分利用这一帮手,首先,在网上做好宣传工作;其次,做好销售工作和售后服务工作.这样，我们将在不断积累中，树立良好的信誉，相信将有不断的客源。

（七）财务预测。

在本店创立初期，我们主要的目标是推广商业模式、吸引用户，并以不赢利为主要的目的。然而，就我们的商业模式而言，达到赢利的目的非常清晰，因此进入成熟期以后，我们将在广大的学生中间处在一种不可或缺的地位，我们的资金也将渐进回笼。

以此为基础，我们将进行积极的财务预算和规划，从而提高二手书店的综合获利和收益能力，从而为本书店和团队成员获取尽可能大的利润。

（八）融资计划。

为实施我们的计划，经过我们的财务分析、市场调查之后，我们基本需要10万元的资金，为此我们拟定几个融资计划。这些资金将被用于门户、书籍采购投入、人员招聘、市场开拓以及补充流动资金等。计划在一年后本金基本可以回笼。利用多种渠道集资，寻找合作伙伴，互帮互助是我们的融资宗旨。

（九）创业团队介绍。

在共同的信念的基础上，组成一支优势互补的团队，团队的核心成员为同学和创业合作伙伴。我们预计团队雏形在二零一四年形成，团队的人员将拥有个人的专业知识和工商管理的能力，同是每个人身上要随时体现着激情、创新、勤奋和合作的品质。第二章经营与服务在创始阶段，我店经营初期是以一个个体经营商，后期我们将陆续拓展经营范围、服务群体从而发展成为连锁经营模式、股份有限公司。

我们的书籍主要来自大学生用过的教材、辅导书、工具书、光盘等。以合理的价格方式分门别类进行收购。例如，教科书可以按重量、按学科进行收购，然后以合理的价位打折出售给消费群体。淘宝书店同时在提供网上图书交易的平台.同时，在校内、腾讯等其他点击率高、同学们经常光顾的网络媒介上申请账号，让信息更广泛、更灵通。

另外，本店将定期开展系列读书活动。同学们可以通过进行义捐等形式为本店提供书籍，我们会定期向希望工程捐赠。淘宝书店是大学生自己的书店。鉴于此，本店的书籍将免费供给本校贫困学生使用。

市场分析。

通过我们的调查发现：调查结果显示，我校每学期只有约10％的同学会把一部分有用且轻便的书籍带回家，而只有不到1％的同学会把所有的书籍都带回家。而同学们处理用过书籍最常见的方法就是当废纸卖掉，很可惜。而随着新学期的开始，一届又一届的新生使用相同的教材，不断地购买内容相同的参考书，复习资料等，花费了同学们很多不必要的开支。鉴于此，淘宝书店可以抓住这一供给和需求相平衡的机会，把握这一商机，通过淘宝书店作为中转媒介，让供求与需要完美衔接，为同学们提供易书的平台。

在调查过程中我们惊喜的发现，我校周边仍没有任何二手书店。因此，我们书店运营后将很有竞争力，尚待挖掘的市场巨大。

选址分析。

（一）书店更是一种交流，我们相信书店只有出众，才能吸引顾客。这将是我们为之不断奋斗的目标。

（二）风险分析。

第二、正式运作前的调查；在书店运营前我们可以对身边的朋友做个调查，例如问他们在网上买书的消费情况、还有网上购物人数等.最后制作表格.每隔一段时间反馈给书店。第三、正式运作前的试验；在开始投入资金运作前，我们可以先进行简单的试验，通过相关软件验证可行性。

第四、积极准备，根据实际情况作适当的调整和改变。一个公司的经营初期是面临很多困难的，资金周转、客源少等.一个书店亦更是如此，我们或许面临一个月也没几个顾客购买的窘境，因此做出相应的准备而调整就是必不可缺的了。风险之二：团队培养过程中，学业与赚钱的兼顾。

当热，对于我们开网店可能会因为时间分配而学习，大学期间学业是最重要的，我们必须安排合理.同时开网店也能够给我们增加社会经验、赚钱.因此我们为了兼顾两个，就是我们可以细致的运营，每个产品都要精作。力求比别人更好那么一点，最终就有机会超越别人。风险之三：新书的冲击。在我店主打的二手书销售上，难免会因为新书的上市而影响自己的销售.所以这也是一个风险.对此，首先我们可以采取对书店文化的深入建设，让学生、网上客户时刻不忘，有了文化的底蕴，相信会有很多客户前来光临。其次，合理的薪酬体系，相对完善的人力资源管理体系也是很重要的，虽然网上书店的员工不多，不过也需要完善的一套人员管理体系.第三，建立重要岗位和高层管理者的股票期权制度。这是让人为你服务的重要条件，他们的积极性提高了，对工作更加负责、认真，还何惧新书上市所带来的冲击.作为这个最近几年开始萌芽的行业，我们的10万元资金启动虽然不是很多，不过对于这样的书店的信誉度还是有很大的作用的，一些人浏览了我们的书籍之后再看书店的信誉度很低，觉得很可能发货很慢、书的质量不好等原因，因此我们可能在开始一个月也是呈现负增长的状态，我认为自己开始以不盈利为目的，慢慢打开市场，寻找客户的喜好，逐渐恢复正常。

财务分析。

（一）预算投资费用。

1、第一部分启动前期费。

先在淘宝网上实名注册，填写好建店信息，然后开始适经营书店。然后，需要买书的资金、广告费等，预估1.2万元。

2、第二部分其他费用。

在书店经营之初，需要一些广告宣传费、员工培训费、服务费试生产损失费，合计大概要1.3万元。

3、第三部分投资费用。

为稳定书店的发展，在书店起步之时，做一些必要的投资，保障公书店的基本权益，同时增加收益，促进书店的长远的发展。在这部分，预计投入5000元，在书店经营上了轨道后,再逐渐增加投资的数量。

4、第四部分预备费。

为预防书店在经营中，有资金短缺或市场情况的变动,对书店的正常运营造成不必要的风险。为书店储备一定的预备金，金额按书店经营的成果，不断增加。一般的常规预备金需要1万元，价差预备金5000元。

（二）新增关键费用。

随着书店的发展，在现经营的规模下，不断的拓展业务。预计投资大概要2.5万元，用于初期的规模扩大。在其他投资有见成效的基础上，再经一步投资，投资的比例占总资产的10%。

**创业商业计划书**

商业计划书，它首先必须是真实情况的反映，一份好的商业计划书是对自己或企业未来计划的真实反映，而不是编出来表面上的美景去忽悠投资商。

基于这样的总体论调，商业计划书就应该是一本论证，证明“值得投资”这一论点。“商业计划书就是在讲?故事?，其目的是来说服投资者，我的计划是可行的，我的项目是值得投资的。所以商业计划书一定要用大量的论据来说明?值得投资?这个轮点”。“如何退出是投资者最关心的问题。”很多人只想到了如何拿到投资人的钱，而没有想到投资人应该怎么退出，以及创业者如何在企业运营过程中去保障投资者的利益。这一点想到了，商业计划书将的到更高的分。

商业保密问题也是在撰写商业计划书中需要考虑的问题，这涉及到自己的商业构想不被风投机构克隆到其他领域。然后尽量将商业计划书写的简单明了，这样可以更多的保护你的商业机密。当然计划书上的保密声明也是必要的。

很多创业者认为一旦商业计划书写好后，就不需要改变了，而不然，商业计划书三个月前的于三个月后的，肯定是不一样的。因为市场与环境随时在变化，创业者的想法也在变，而创业者跟投资人谈完以后所知道的缺点与不足也在促使着计划书要修改，所以商业计划书也是一个动态的东西，处在变化当中，需要些新的元素，这样的商业计划书更能得到投资者的待续关注，让创业者的计划书“动”起来很重要。

最终的商业计划书并却不是最重要的，“树挪死，人挪活，商业计划书只是一份创业者思考的载体，只有团队才是计划书的灵魂，所以很多时候，投了计划书并不是说明融资的事情就差不多了，沟通与不断的谈判才是你融到资的最可靠保证。”

一份完整的计划书，需要明确的说清楚6个方面的问题，主要包括：企业的现状或简历、商业模式、市场规模与策略、竞争与壁垒、团队和融资财务计划。这6个方面的问题是计划书里必须有的内容。

**创业商业计划书**

商业计划是创业者吸引投资家的创业资本的一份报告性文件。事实上，创业计划对于任何形式出资的创业者都是需要的，因为创业并不是只凭热情的冲动，而是理性的行为。因此，在创业前做一个较为完善的计划是有非常有意义的：

(1)作用项目整体运作的行动规划。

商业计划书的过程可以帮助项目方理清思路，发现许多原来没有考虑到的问题。对于创业者来讲，预先准备好地图或找到向导，创业的旅程将会安全顺利得多。虽然创业的实际执行情况一般都会与当初的计划有很大的出入，但是有一个深思熟虑的企划方案和目标将大大增加创业成功的机率。

(2)用来吸引投资者，帮助投资机构更好地了解企业。

据统计，只有百分之五的商业计划书能够真正吸引创业投资公司的注意力，更少的商业计划书最终导致融资成功。一份精心准备的商业计划书不但可以使你的企业在在众多融资申请中脱颖而出，而且可以令你在向投资商讲述你们的项目时显得更自信和更有条理。

编制要点。

那些不能给风险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起作用，商业计划书应包含以下要素：

项目方所提供的产品或服务能够满足潜在的市场需求;。

介绍主要创业者的经历和成就，以及他们拥有的资源;。

要如实地说明项目目前存在哪些风险和变数，以及相应的对策;。

同时还要注意商业计划书的编制长度，尽量不要冗长。

**创业商业计划书**

概述是投资者看到的第一个部分。

它给予投资者对你和你的计划书的最初的印象，因此应该打印得正确无误，表述地清楚明白。

第二部分：业务及前景。

这部分论及大量有助于投资者了解你的业务的关键话题。

每一处都很重要，但总贯全局还要有一个综合概要，如果不是明确精细的话，尝试去展示你的业务是怎样的独特。

向读者展示是什么使你的业务在世界上的业务中有独到之处。

阅读这一章节时，投资者将尽力确定这个产业“成功的关键”。

换句话说，他将尽力证明这两三件事是在你的业务情况下必须及时做好以达成功的。

注意编号体系有一个单独的数字作为标题而副标题含有小数，比如2.01。

2.01概要。

开始的一段以这样的句子起头，“公司的注册地址为……”并列出公司办公地址、电话号码和需要接触的个人。

2.02业务的实质。

在这一部分要给出你所从事的业务的纲要。

举个例子，你可以说，“我公司设计、生产、销售、维修微机基础软件，这些软件控制用于监看门诊病人的医疗诊断设备”。

用一个精练的句子阐述你公司是干什么的，这也许是最好的开头。

接下来，你要以概括的语句来描述你的产品或是服务。

你需要用尽可能少的话来让投资者了解你的产品或服务。

2.03业务的历史。

你在这部分要说出公司何时组成，特别要说清楚第一件产品或服务始于何时，以及公司经历过的最重要的里程碑式的事情。

报告的业务历史部分必须短小精要。

如果报告多于一页，或者最多，达到两页，你已经说了太多的历史了。

要是公司有个特别精彩的经历，那也许可以作为一个特别的理由来囊括大段的历史，但无论如何都要简洁。

2.04业务的前景。

说清楚公司的年次发展计划并指出其中的分界线。

实际上，投资者需要了解你如何在五年内从现在所处的状况发展到你想要达到的状况。

尽管计划书的这一部分必须要简洁，但在格式上有相当大的自由度。

你可以简单地说明在接下来的五年里你打算继续生产你们的两种基本产品，到第三年的时候你将引入另一个类似的产品。

依照这样的办法，你的业务的前景将会简洁而又切中要害。

另外，如果你预料在达到稳定点前要经历许多变化，你应该指出会发生哪些变化。

投资者需要准确地了解公司要获得成功必须做些什么。

2.05独特之处。

给投资者的每份商业计划书都应该有一些独特之处。

管理层独特?产品或服务独特?生产过程独特?有独特的金融基础?所有的这些都可以囊括在内。

重要的是要有一些东西使你的公司在和别的对投资者来说同样可得的投资机会的对比中凸现出来。

投资者们不喜欢投资于“人云亦云”的公司。

他们想要有独特的商业地位的公司。

在一个像这样的单独的章节中，或是在整篇商业计划的各章节中，你要着重强调你公司的独特之处。

如果你的业务里有一个新产品，一个生产的专利，或是别的特别不寻常的方面，那么应该像这样在单独一章里列出。

除了要包括这部分之外，企业主还应在商业计划书中间歇地突出公司。

2.06产品或服务。

在这部分你要精确的描述你的产品或服务，要求是不给读者对于你所生产的或是计划生产的东西留下疑问。

如果你有好几种产品或服务，用单独的段落来叙述其中的每一种。

你应叙述产品的价格，价格如何确定以及毛利数目。

企业主容易轻率地对待产品的定价。

花足够的时间来考虑所有影响产品定价的因素，确信你能够用坦率而有逻辑的话来解释定价背后的道理。

是因为竞争迫使价格趋向于那个方向吗?价格定得高是因为你能侥幸成功吗?你必须准备回答这些问题。

2.07产品的消费者或购买者。

详尽地叙述产品的消费者:哪些人使用它们,用它们来干什么,为什么要用你的产品或服务。

他们购买你的产品是否只是因为价格,还出于其它什么考虑吗?对消费者而言你的产品或服务满足了哪方面的需要?在这部分里你还要列出你的产品的最大的三个主顾,以及价值和他们各自购买的数量。

这可以用分栏的形式来做，第一栏是公司，第二栏是价值，第三栏是购买的数量。

如果投资者对你的公司感兴趣，你就给他开一张客户清单。

在你和投资者接触的开始阶段，计划书的这一部分会给他一个关于你的业务的印象。

2.08行业或市场。

在这里你要描述产品的总的市场情况:总的市场价值,成长的速度,对产品或服务的总的需求。

市场规模的前景预测是必要的。

你可以用这样的表格的形式：

表4-1：销售预测表。

年份产业销售额%增长率。

第一年实际值100，000，000--。

去年实际值120，000，00020。

今年计划值150，000，00025。

明年计划值200，000，00033。

后年计划值280，000，00040。

说明产业销售额时，绝对不要把整个市场的数额都说成是你的，而实际上，你的产品只是此行业中的一小部分。

典型的例子是打算生产计算机磁盘驱动器的公司。

在它的商业计划书中，它把整个计算机磁盘驱动器市场列为它的市场。

实际上，它打算生产的计算机磁盘只和一个厂商相匹配。

那个厂商只占10%的市场份额。

投资者急于了解行业销售的细节和你的产品在此行业中的深入程度。

在这个地方你要做个行家才行。

2.09竞争。

这里你要说出所有竞争的产品和生产它们的各家公司。

特别要注意它们销售的货币价值，它们所占有的市场份额，对手的经济实力。

你还要准确说出你的产品和他们的产品不同在哪里。

如果没有人和你竞争，那么说出为什么没有竞争。

没有竞争的原因之一可能是你的专利权。

要是你觉得将来可能会有竞争，你应指出每个可能的竞争者以及他们何时会进入。

大部分企业主对他们的竞争了解得不够。

如果你不清楚你所面临的竞争，投资者不会相信你的分析。

要知道绝大多数投资者都认为每一种产品都存在一些竞争。

2.10销售。

这部分要包含市场销售过程和销售渠道的信息。

那也就是说，产品是如何离开工厂并到达最后的使用者手中的?是使用直接销售人员还是使用经销商?销售你的产品要涉及到哪些经纪人或中间人?你和这些中间人的关系是怎样的?你要描述你为销售产品所作的特别的安排。

解说你的产品的销售时，你得一步一步地来，他们才好明白销售的过程。

2.11生产。

这儿你要述说生产过程的所有步骤和所有对生产有影响的东西。

在这里关键一点是生产费用。

销售时的这笔费用，是怎样一步一步得来的?

2.12生产特征。

这部分应着重于生产特征。

生产过程是困难还是高度发达?有许多部件还是只有一些?公司实际上给产品增加了多少价值?部件花了多少钱?对生产过程而言什么部件是至关紧要的?投资者需要测定生产过程的困难。

2.14供应商。

这部分描述了供应你公司原料或其它必需品的公司。

在计划书的这个地方，你要列出三四个最大的供应商及他们所供应的东西。

你要用分栏的形式来做，第一栏列出供应商，第二栏列出供应的总价值，第三栏列出所供的物品。

接下来，你要向投资者开列一张主要部件供应商的清单。

投资者会用清单联络供应商加以验证。

2.15转包商。

在你的产品走向市场的过程中，如果转包商或别的什么人做了部分工作，列出他们并说明和他们的关系。

这部分里你要列出几个签约转包商和工作的货币价值。

然后你要向转包商提供转包商的清单，包括名称，地址，电话号码及数量，使投资者能和这些转包商进行接触。

2.16设备。

详细地说一下你已经购买或打算购买的设备。

概述一下固定资产和它们的转售价值。

描述用现有设备你能生产的产品数量和货币价值。

确认获得机器的时间。

这里投资者要了解你的设备是否难以买到。

如果真是如此且你的生产容量已满，公司就必须等上一段漫长的时间来获得多余的设备以提高产量。

投资者需要知道设备是否是复杂的并且需要特殊的技巧来操作。

如果是这样，你就需要特别的工作人员来操作机器。

问题是，“找一个特殊的雇员来操作机器有多大难度?”最后，如果机器是专用于一个目的的，将难以出手。

因此，其抵押价值大打折扣。

所有这些对于投资者来说都是很重要的。

2.17所有物及设施。

描述公司拥有的房产，或公司所有的办公室和工厂的租约。

说明你已有的和打算买的设备;详细地说明固定资产的情况。

这里投资者想要知道厂房对于公司的发展来说是足够的。

2.18专利和商标。

你要说清楚公司持有或打算申请的专利或商标。

你可说一下被授予专利的原因以突出产品的独特。

在这里你要向投资者提供专利证书的副本，让他看一下来测定你的专利或商标为何独特。

在商业计划书里最好不要放商标的副本，除非这对说明其独特性很关键。

2.19研究开发。

在这里你要指出花在研究开发上的开销，过去已经支出的以及将来你打算支出的。

你应准确说明你打算研究开发些什么。

莫名其妙地对企业主判断失误，投资于一个已不可能开发出什么产品的研究员，而不是需要开发产品的企业主，这对于投资者来说是件相当可怕的事情。

开发性的企业主花费几百万元来研究开发出已有产品的新的变种。

投资者需要这样的企业主，他能把这种改变注入一个销售和生产型公司以尽量地赚钱。

2.20诉讼。

说明现阶段牵涉到公司的诉讼，包括别人向公司提起的诉讼和公司向别人提起的诉讼。

一定要说明可能发生的诉讼。

2.21政府法规。

说明管理公司的政府机构以及公司和它的关系。

在这个部分你要说明你打算怎样来遵守由各类管理机构制定的规章。

2.22利益冲突。

说明潜在的利益冲突，比如一个董事同时又是你的供应物品的所有者，或者是从事类似业务的公司的董事或所有者。

说明和公司管理层人员进行的交易，在这些交易中，管理层向公司推销了一些东西，价格也许是合理的，也许是不合理的。

如果你不揭示利益冲突而且投资者发现了这一点，你会立刻失去信用。

2.23定单。

这一部分你应指出公司尚未完成的定单数量。

列出所要求的东西和数量。

列出最大的三四个主顾和他们的定单，可以让投资者对定单有更好的了解。

用分栏的格式来做。

第一栏列出定货公司的名称，第二栏列出定单的价值，第三栏列出订购的数量。

2.24保险。

列出公司已买的保险和将要买的保险，包括，火灾险、伤亡险、产品责任险、水灾险、关键职员的人寿险，等等。

不过，只需列出对公司运营有重要影响的保险，而不是健康险或类似的东西。

2.25税收。

说明对公司征收的特别的税收。

如果你已经在做这项业务，说明未付的税款，如工资税，收入税。

2.26公司结构。

这部分里你要说明公司是股份公司还是合伙公司。

说明公司是否为独立法人，从何处得到授权经营业务以及所使用的商标名称。

要说明它是否有子公司。

如果情况比较复杂，母公司拥有部分或全部的子公司，你应使用框图，说明个别的法人，在它们之间划上线并标明百分比。

2.27出版物和同业公会。

在信息方面，投资者会对你的行业的同业公会感兴趣。

他想知道哪些商业杂志和商业报刊比较好，他可以利用以前的报刊来更多的了解你的业务。

2.28公用事业。

水、电等不可缺少的资源的可得性。

通讯设备的可得性。

通向工厂和办公室的道路和其它设施。

第三部分：经营管理。

这部分你要说明管理人员、董事和其他对业务运营有重要影响的人。

通常，在一个非常小的机构里核心人物不超过三个，稍大一点不超过六个。

3.01董事和高级职员。

列出所有高级职员、董事和核心职员。

应包括每个人的完整的姓名、他或她的职位和年龄。

3.02关键雇员。

这部分里你要证实三四个属于是关键雇员的人员，给出他们背景和工作的简历。

证明这些关键雇员勇于进取是很重要的。

用勇于进取者有点心理学著作文体的味道，但对于企业主而言，则不是那么回事。

有人认为勇于进取者天生如此，尽管别的人认为勇于进取者的品质是可以学习的。

在你所处的情形中，这方面则很简单。

你必须向投资者表明你就是个勇于进取者，否则你将拿不到钱。

进一步来说，你在你的行业里赚的越多，就越能激发投资者去投资于你的公司。

3.03管理层忠诚度。

从书面上难以判断你的忠诚度。

但像下面这样的真实的表述将受到欢迎。

公司没有任何一名管理人员、董事或主要投资者曾被逮捕、宣判有罪或被控有重大罪行;进而，没有人曾经破产过或和任何破产业务有关联。

个人信用报告要证明所有个人有良好的信用记录且无大额未偿债务。

3.04薪水。

这部分你要列出所有从公司支取薪水的核心雇员、董事或官员。

你应用表格形式列出每个人的姓名、职位、领取或将要领取的薪水。

在薪水一项里，你要把所有费用都列进去，董事费、顾问费、佣金、津贴、薪水等等—换句话说，公司总的报酬支出。

3.05股票购买权。

你应给所有股票购买权做一个列表。

除了每个人的姓名之外，还应指出已经享有的股票数目、平均的预购价格、自授予购买权以来已购买的数额以及尚余的数额。

公司的购买权尚未偿付，应说明原因。

3.06股票购买权计划。

这部分要说明公司已有的总的股票购买权计划，里面有多少购买权或是在以后某日将会有多少购买权。

3.07主要股东。

在这部分用表格列出每个人的姓名、直接拥有或只有使用权的股票数额、股票购买权份额、在所有未行使购买权中的比例以及购买权行使之后的股权比例。

同时说明购买股权的价格。

3.08雇佣协议。

详细列出公司和雇员的雇佣协议并特别注明和每个雇员签定的是什么协议。

如果你有订立雇佣合同的合理解释，把它写入这一部分。

3.09利益冲突。

这部分被一再列出以确保所有违背公众利益的交易得到了充分的披露。

这一节你应揭示管理层和公司进行的交易。

例如，一位董事也许向公司提供过服务，作为回报，这位董事拿到了公司的股票或股票购买权。

3.10顾问、会计师、律师、银行家及其他。

这部分你要说明顾问的名称，会计师、律师和银行家以及他们的电话号码。

如果支付给他们任何专门费用，或公司每月支付聘用费用，在这一部分加以说明。

第四部分：筹资说明。

在这部分说明你想采用的筹资类型和相关条款。

4.01拟用筹资。

首先你要说明你想卖给投资者的普通股、优先股或是可转换债券。

要提供足够的细节使你要卖的东西不至于让人产生疑问。

如果是可转换债券，解释一下条款。

是五年期还是十年期的?是否有一段只支付利息的时期?你给的利率是多少?利率是固定的还是浮动的?可以转换成普通股或优先股吗?这些条款都要有。

如果你还未决定用何种结构，在这部分注明这重要的一点。

律师365。

如在以上任一条件下提供股票购买权，你要考虑当投资者购买你公司的股票购买权时他会出的价钱。

要考虑投资者会支付多少钱来把购买权转换为普通股或优先股。

购买权将转换成多少股票?购买权何时终止?五年?十年?你要说清楚所有这些有关股票购买权的事情。

如果筹资类型或筹资条款是可变通的，在这儿说明你的协商意愿。

4.02资本结构。

这里你要说明普通股、优先股和未付长期债务，以使投资者能了解公司的大致资本结构。

表4-2：资本结构分布表。

筹资前筹资后。

长期债务100，000——。

长期风险资本500，000。

可转换债务——。

优先股————。

普通股100，000100，000。

4.03筹资抵押。

很明显，如果涉及普通股，无须抵押。

如果是附属信用债务，列出优先于它的债务。

说明这笔债务的抵押物。

4.04担保。

在这里指出给投资者投资作担保的个人或公司。

如果存在个人担保，你要提供担保人的个人财务报表。

4.05条件。

说明筹资条件。

4.06报表。

说明你打算向投资者提供的关于筹资的报表。

例如，你要提供每月盈亏表、资产负债表和年度审计表吗?

4.07使用进程。

说明你打算把钱用在何处。

不要使用不合规定的名称“经营资本”，但要说明如何使用资金。

尽量详细一些。

4.08所有权。

这一章说明尚未支付给每个股东的股票数额和一旦筹资成立投资者将拥有的股票数目。

说明所有权支付额/将支付额，以及各股东对公司所有权的百分比。

如果发起股东收到或将要收到的是股票而不是现金，给出具体细节，例如是拿什么股票作为回报的，也就是说，是土地、建筑物，还是设备、发起股等，还有，给出资产现在的市值。

表4-3：资产市值表。

筹资前筹资后百分比支付价格。

现有股东800，000800，0008050，000。

投资者200，00020200，000。

4.09资本稀释。

这里你要说明就帐面值而言新投资者的稀释程度。

4.10支付的费用。

在这里你应说明你是否要支付什么咨询费用，是否要支付终止投资的法律费用。

4.11投资者加入。

投资者想拥有参加董事会议的权利并成为董事会的成员。

投资者会要求一到两个位置(投资者控股的除外)。

你也许会让投资者更为活跃地加入。

这部分中你说明你寻求的投资者加入量或是想要从投资者那里得到的数量。

风险资本机构可能有其它机会向你的较小的公司提供服务。

你也许希望在这一章对此加以阐述。

例如，你会需要风险资本机构在金融领域向你提供帮助并为此服务而支付酬金。

你会需要一种特别的筹资类型。

为了私下转销你要向投资者支付酬金，如，转销额的百分之二。

一般来说，这部分解决你期望的投资者将来提供服务时的加入类型。

第五部分：风险因素。

这一章节中你要说明公司投资于你的公司的最主要的风险。

这部分要说清楚所有缺点。

不提供积极的意见，除了在每段的结尾处。

你所要考虑的一些地方是如下这样的：

5.01有限的经营历史。

如果公司是新成立或最近成立的，缺少经营历史将是个特别值得讨论的地方。

5.02有限的资源。

公司也许会，也许不会，拥有足够的资源来为延长期持续的生产，如果事情并非如计划那样发展。

说明这是个潜在风险。

5.03有限的管理经验。

如果这个行业的管理是幼稚的或是全新的，你要说明管理的经验水平。

5.04市场不确定性。

你要说明和销售有关的现存的市场不确定性。

5.05生产不确定性。

这里你要说明任何可能存在的生产不确定性。

也许一种模型从来不能在生产装配线上做出来，因此对于是否能生产有一定的不确定性。

5.06清算。

这里你要列出你的公司的清算分析。

那也就是说，万一公司陷入困境不得不被清算，拍卖股票能值多少钱?

5.07对核心管理人员的依赖。

5.08什么可能发生错误?

这里投资者想你为他考虑,尽量把业务看作是投资。

他希望你能提出这个问题，“什么可能会发生错误?”用来回答的相关问题是，“投资者如何会失去他的钱?”换句话说，投资者希望你用你自己的客观的分析技巧来分析你的业务状况。

他希望你能指出来，你必须说明你会如何去解决。

5.09其它条款。

你要说明这样的条款，如你的估计的财政储备，股票缺少公开市场，经济控制或其它政府法规，非投资者股东对公司的控制以及无红利等。

如果它们很重要的话你应加以说明，不要等到投资者来提出这些问题。

第六部分：投资回报和退出。

这部分里你要说明风险资本投资者最终是如何在公司拿到他投资所带来的回报。

记住，投资者想拿到全部的钱而不对你的公司作任何投资。

一般来说有三个可以接受的办法给投资者提供流动性。

你应考虑全部这三个方法，但也应指出对你的投资者来说可能是最好的那种方法。

6.01公众股份。

第一个可能性是公众股份;那也就是说，公司通过向公众发行股票而变得公开化。

投资者拥有的部分股份或全部股份可以在公开市场上销售。

6.02销售。

第二，公司可以卖给一个大公司通常是个大的集团企业。

这种情况下，你要真实地说明你认为会对收购你的公司感兴趣的大集团企业或大公司。

6.03回购。

6.04投资回报。

投资回报(roi)对投资者来说是很重要的。

你要说明如果他按你的要求投资所能期望的回报。

例如，你可以说，“如果一个投资者以300，000购买公司30%的股份，四年后公司上市且有300万的税前收益，三百万乘以我们这个行业的价格收益乘数8就是两千四百万，这就是公司的价值。

取其中的30%你就得到720万，而你的投资不过30万。

假定这30%的股份在四年后售出，不打折扣的投资回报是拿30万和四年去除720万，那也就是每年每分钱四百元的投资回报。

第七部分：营运及预测分析。

这里你要列出自己对于公司以前营运历史以及对将来预测的分析。

7.01综述。

这一章节中你要根据你公司的金融数据列出一些总的盈亏信息。

例如，最近三年和将来三年，列出净收入、销售成本、营业开支、利息支出和利润。

预测一下以后的情况并给出历史资料，让人对于公司已处的状况和将来的情况一目了然。

例如：

表4-4：财务预测总表。

前年实际值去年实际值今年预测值明年预测值后年预测值。

净收入1004001000400010000。

销售成本10020050025006500。

营业开支100100200400800。

利息支出100100100200300。

净收入(200)--2009002400。

流动资产204040014004300。

机器，设备10040060010001000。

土地和建筑物----------。

其它资产1010101010。

流动负债202401004001000。

长期债务100400400600--。

净资产10(190)51014104310。

7.02比率分析。

这部分中列出净收入、销售成本、营业开支、利息支出和净利润并计算它们的百分比。

也就是说，拿净销售额作为100%，然后计算销售成本占销售额的百分比，以此类推。

把这些百分数分栏列出，便于察看百分比。

例如：

表4-5：财务比例预测表。

百分比前年实际值去年实际值今年预测值明年预测值后年预测值。

净收入100100100100100。

销售成本10050506365。

营业开支--2520108。

利息支出--251043。

净利润----202424。

7.03营运成绩。

这一章你应详细叙述营运成绩和预测。

为什么成绩上升或下降了?说出它们将来会上升的理由。

说明为什么百分比可能变化并叙说重大事件，像哪一年开发出了新产品或是将来你会支出大量费用用于研究开发。

换句话说，你要解释前一章节列出的数字，应说明你打算在计划书的下一章节中叙述的附加的金融和预测。

7.04金融条件。

这一章你应详细叙述现在的资产负债表。

说明公司的流动性。

说明特定项目如应收帐款、应付帐款等为何有重大增加。

7.05或有负债。

说明公司的或有负债像未备基金的养老金计划或是因一个公司坚称它以前的雇员现在为你工作带去了它的机密而引起的诉讼案。

第八部分：财务报表。

这并非完全是一个支持性数据的集成。

它应完全由财务报表组成。

如果你的报表没有得到独立审计师的证明，它们应交由独立的审计公司审查。

你应有合并了的资产负债表，合并了的利润报表，合并了的股东持股报表，合并了的财务状况变动表。

你还应给财务报表添上合适的注释。

这部分应包括最近几年的财务报表，以及目前的财务报表。

它们可以由会计师事务所来审计，也可以不通过他们审计。

这些应该被作为展示#1-财务报表附加上并且你的商业计划书应提到这些。

不管你是干什么的，都不要提交没有目前的财务报表的商业计划书。

太多的商业计划书带着旧的(六个月或更久以前)的财务报表交上去。

你若想证明自己经营较稳定的业务，就应提交目前的财务报表。

有些商业计划书列出的财务报表是一年前的。

叫人如何凭已成为历史的财务报表决定对公司投资?一些企业主还没有意识到这样的事实即财务报表在管理业务上的高度重要性。

不用说，这样的企业主的得不到风险资本公司的垂青。

第九部分：财务规划。

这部分应由对以后五年的年度财务规划组成，还要有一个具体的接下来十二个月的月度现金流量表。

任何人看一下表的情况，就能准确地断定现金流动状况。

现金流量表应能把财务方面的流入表现为现金流入。

这些表应附加在商业计划书上并标作展示#2-财务规划和展示#5-现金流动。

附录展示了一个代表性的格式，你可以用于规划和现金流动。

发起人退股，以及应由公司承担的费用像薪水、车费、招待费用等等，都应给出完整的细节。

第十部分：产品宣传资料、小册子、报道和图片。

你应把产品图片和有关公司的宣传资料都放进去，它们可以展示你的产品或服务。

商业计划书的书面表述是必要的，但图片同样有助于推销你的计划书。

一篇关于行业或和你的产品相竞争的产品的概要性的报道是十分有用的附录。

第十一部分：附录。

写作商业计划书不要忘记了附录的特殊作用，实际上，一组高质量的附录对于融资的成功常常具有特别重要的意义，有时候可以起到关键的作用。

有用的附录包括：企业的组织结构图示、损益预测表、现金流量预测表、资产负债预测表。

通常为人们采用的附录主要有以下几种：

1、主要经理人员的个人简历。

2、详尽的预测表格。

3、报纸杂志对本公司或个人、或有关事项的报道剪辑。

4、公司简介和项目说明书。

5、市场调查资料。

6、项目选址的地图。

7、行业专家的报告。

8、按顾客分类的销售资料(例如主体客户分析)。

9、产品成本资料。

10、财产估价证书和租约的细节资料。

11、专利的具体情况和技术规格。

12、已经审计过的财务报告。

财务状况的预测表在商业计划书占有重要的地位，一份合理而有吸引力的财务预测往往能够成为说服投资者的有力工具。

下面给出标准的几种财务状况预测表的范式，供写作商业计划书时参考。

表4-6：损益预测表。

第一年第二年第三年第四年第五年。

总收入。

减去：流转税等。

净收入。

减去：销售成本。

毛利润。

减去：间接成本。

工资支出。

外部人士酬劳费用(如专家咨询费等)。

办公用品。

修理和维护费用。

广告费用。

差旅费用。

会计和法律费用。

租金。

电话费。

其他事业收费。

保险费。

利息。

折旧。

其他成本。

总成本。

净利润。

表4-7：现金流量预测表。

第1年第1月第1年第2月第1年第3-12月第2年第3年第4年第5年。

1.现有现金(起始月)。

2.现金流入。

销售收入现金。

从应收帐款帐户收入现金。

贷款或其他现金注入。

3.总现金收入。

4.总可用现金。

5.现金付出。

采购。

总工资(扣除提留)。

税费等支出。

外部人士酬劳费用支出。

办公用品支出。

修理和维护费用支出。

广告费用支出。

汽车、递送和差旅费用支出。

会计和法律费用支出。

租金支出。

电话费用支出。

其他公用事业费用支出。

保险费支出。

税收支出。

利息支出。

其他支出。

零星支出。

6.总现金付出。

7.现金头寸。

重要经营数据(非现金流信息)。

a.销售总额。

b.应收帐款。

c.坏账。

d.存货。

e.应付帐款。

f.折旧。

表4-8：资产负债预测表。

第1年第2年第3年第4年第5年。

流动资产。

现金。

应收销售帐款。

其他应收帐款。

短期投资。

存款。

预付款。

关联公司未来帐户。

存货。

其他流动资产。

流动资产总计。

固定资产。

长期投资。

不动产。

工程物资。

设备。

机动车辆。

无形资产。

其他固定资产。

固定资产总计。

资产总计。

流动负债。

银行透支。

其他短期贷款。

应付采购帐款。

一年内到期的长期负债。

应付税款。

应付股息。

往来帐户。

其他应付帐款。

流动负债总计。

长期负债。

长期借款。

递延税款。

其他长期负债。

长期负债总计。

负债总计。

净资产。

法定股本(总股份数和面值)。

股东权益。

股本。

股份溢价。

留存收益(亏损)。

资产再评估准备。

一般储备。

股东权益总计。

你不必把列出的每样东西都放进去。

你必须列入商业计划书的是有关你业务的重要的和关键的因素。

如果只有两个关键雇员，你就不必列出最关键的十个人。

如果你从事服务业，就不必叙述生产问题。

你的计划书不必叙述业务中那些微不足道的细节。

应把那些不仅投资者也包括你在投资于此项业务前想要了解该业务的方面列入。

当你开始写商业计划书时，你应具体的考虑到以上所有这些方面。

那表示你会有一个巨大的计划书草稿。

一旦你完成了草稿，你应除去那些不能增加计划书重要性的部分。

商业计划书的主要目标是列出业务的主要方面，避免或者是仅仅触及业务的不重要的方面。

**商业创业计划书**

在你融资约见投资人前，很多投资人都会说：“把你们的bp发过来看下。”这里提到的bp，指的就是商业计划书(businessplan)。

商业计划书，书面的意思是公司、企业或者项目单位根据一定的格式和内容要求而编辑整理的一个向受众展示公司和项目目前状况、未来发展潜力的书面材料。

事情只有想得清，才能做得清，一份经过琢磨的商业计划书，不仅仅是对投资人的尊重，更是对自我创业初衷的肯定。商业计划书更利于交流，能够让投资人对你的项目有一定的了解，使后续的交流更高效。

一般来讲，商业计划书需要包含以下几点内容：

描述项目定位，用尽量简洁的话介绍我们是谁。

描述项目所处行业规模及增速，阐述行业痛点，行业痛点不仅仅是罗列问题，更需要表现我们如何解决问题，点明我们在行业中的切入点。

找出项目的竞争对手，这里对竞争对手要有准确的定位，要对竞争对手有深刻的了解，简要点出它们的优缺点，并罗列我们自身项目的优点。通过对比，使自身项目更清晰。

介绍产品形态及核心功能。

主要展示自己的核心商业模式和盈利模式，最好能用逻辑或思维图展示。

主要列一些项目运营数据，像电商类项目，主要列下交易量、用户数、复购率等等。

列了近一年的目标，最好也写一下如何实现目标的一些规划。

介绍团队中最主要的几个成员，写下他们的从业经验。

写明需要的资金和大致的资金用途。

彼得蒂尔在从零到一里也写道，他会在面试应聘者的时候问这么一个问题：“在什么重要问题上你与其他人有不同的看法?”只有在行业中有自己独特的思考，才有可能完成从零到一，在商业计划书中，需要把这点解释清楚，同时，讲明白你们与之相匹配的能力。

在写商业计划书的时候，有以下几个要点：

很多人写商业计划书都是从网上搜一个标准的模板，改几个数据就发给投资人了，但是这种行为是非常不正确的，一是对别人的不尊重，二是一个好的故事必须有它自己独特的叙述思路和呈现方法，不同公司有不同的特点，因此一味的套用并不可取。

商业计划书尽量控制在二十页以内，切记使用描述性的语言，只要把关键词写出来即可。

投资人非常关注数字和图表，尽量把运营数据写出来，以图表的形式展现，商业模式和盈利模式部分，也尽量流程图或逻辑图展示。

很多商业计划书上会写目前市场有多少多少用户，如果每个人都装我们的app，我们就有多少用户等等，或者预计明年收入100万，后年1000万，第三年上市等等，这些都是没有依据和逻辑的，毫无意义。

创始人在整理商业计划的过程，也是一个自己复盘和自我认知的过程。它能强迫你检查关于公司运作的构思是否真的行得通，能让你去认真研究竞争对手，知己知彼，能让你对行业有一个更清晰的认知，无论是行业规模还是公司所处产业链定位及上下游、供应链关系。商业计划书，也能使自己对公司有一定期限的目标，对照判断公司发展是否处于正确的节奏。

总而言之，一份经过思考，仔细琢磨出来的商业计划书，不仅能够完善创业想法，还能帮你跟投资人之间初步建立起联系和交流。商业计划书，值得创业公司的重视。

**商业创业计划书**

在现今社会坚定不移地坚持可持续发展的战略路线时，资源的循环使用成为我们充分利用有限资源的最佳途径之一。如今，书籍已然是我们智慧海洋的厚积薄发的力量源泉。

近年来，大学生的学费问题已成为很多社会、学校及相关媒体关注的焦点，作为新时代的大学生，我们不仅应该知道怎么赚钱，更应该先懂得怎样省钱。据不完全统计，我国高等院校学生每学期的购买各类教辅用书及其他类书籍的费用一般在一千元钱左右，而这些书籍中的大部分都是可以循环使用的，在国“used”。因此，二手书籍、杂志的流通使用将成为大学生解决高额书费问题的全新切入点。于此同时，淘宝书店这个行业在这个特殊时期的特殊环境下应运而生。

作为一家处于创始初级阶段的公司，淘宝书店其命名含义颇多，也是非常重要的东西。首先通过在淘宝网上实名注册，填写好建店信息，就可以开始网上销售东西。它是第一媒介，大部分人能够通过它了解公司的重要运作方向。同时，也是第一心灵窗户，人们能够在一眼看到的时候，主动去选择购书的方向，或者不选择。当然，他的主要含义以及功能是希望帮助同学们能在众多的二手书籍中找到自己的意中书，找到心中向往的那个宝贝。然后，高兴的捧回家。

每一个公司在建立之初，都会立下一个经营宗旨。这样，才能够确保公司朝着这一方向正常运作，才不以至于经营得一败涂地。而我们将本着把书籍高效率的回收再利用，让有价值的书籍在大家的手上“玩转”起来的宗旨，让更多更好的书在人们手中去实现价其值，而不是长久的停滞在一个人手中，失去其应有的价值。

我们将凭借网络这一有效的媒介，不论在网上做好自己的宣传工作，员工也应通过其他途径沟通于网上注册用户，让更多人知道网上购物的方便，我相信过不了多久我们的客户群体会有相当的数量，当然，在网络有效利用的同时，不断的挖掘现实生活中的广大群体，真正的建立现实与网络相结合的二手书交易平台。于此同时，我们也将力打品牌效应，提高我们在网络和现实生活中信用度，让更多的群体能够认识到我们诚信与高效率的工作成果，进而达到高校同行业领先水平。

二手书店实体店面与网络相结合的经营模式是一种全新的模式，需要我们积极地采取营销方案以占领市场。我们将充分发挥自己的优势、充分利用本校的特点和优势，通过制定有效的激励和评价机制来吸引客户、并扩建我们的经营范围。同时通过提供优秀的业务来吸引更多的用户，并且在给员工的待遇上，多给他们好的条件，例如奖金的增加、给员工相关的关心等等，激励他们的积极性，这样他们就能很好的服务于书店，这无疑有利于公司今后的发展.

我需要通过对市场的具体分析，做出正确的销售计划:。

1、我打算从最初的一两年把大部分精力投放于学校二手书籍的收购与专卖。一部分是因为学校的书籍比较多，资源比较丰富，主要偏向于教科书和参考书等；另一部分是因为学校书籍重复使用比较多，客源比较多，主要偏向高年级书籍向低年级书籍的转卖。这样，最开始的两年里，不会存在货少客少，资金周转不灵的状况，大部分的资金是可以回收的，也不会存在大量亏本，入不敷出的现象，大大减少了公司最初成立运营不周的风险。最重要的是，在保本分红后还可以储备一些资金，为下年的开发做准备，确保公司明年的运营。

2、在后来的三四年里，我们在稳住学校这一块的基础上，大胆的开发外源。我们将分一部分人力与物力投放于现实生活中的成年人上，有些人不存在藏书的爱好，买书也图一时的方便，但在看完书以后，书在他手上将无用武之地了。于是，我们将收购社会上闲散的书籍，转卖给一部分人，以低成本高价售出来获得中间费用。

3、无可怀疑，网络是一个非常好的传播工具。我们将充分利用这一帮手，首先，在网上做好宣传工作；其次，做好销售工作和售后服务工作.这样，我们将在不断积累中，树立良好的信誉，相信将有不断的客源。

在本店创立初期，我们主要的目标是推广商业模式、吸引用户，并以不赢利为主要的目的。然而，就我们的商业模式而言，达到赢利的目的非常清晰，因此进入成熟期以后，我们将在广大的学生中间处在一种不可或缺的地位，我们的资金也将渐进回笼。

以此为基础，我们将进行积极的财务预算和规划，从而提高二手书店的综合获利和收益能力，从而为本书店和团队成员获取尽可能大的利润。

为实施我们的计划，经过我们的财务分析、市场调查之后，我们基本需要10万元的资金，为此我们拟定几个融资计划。这些资金将被用于门户、书籍采购投入、人员招聘、市场开拓以及补充流动资金等。计划在一年后本金基本可以回笼。利用多种渠道集资，寻找合作伙伴，互帮互助是我们的融资宗旨。

在共同的信念的基础上，组成一支优势互补的团队，团队的核心成员为同学和创业合作伙伴。我们预计团队雏形在二零一四年形成，团队的人员将拥有个人的专业知识和工商管理的能力，同是每个人身上要随时体现着激情、创新、勤奋和合作的品质。第二章经营与服务在创始阶段，我店经营初期是以一个个体经营商，后期我们将陆续拓展经营范围、服务群体从而发展成为连锁经营模式、股份有限公司。

我们的书籍主要来自大学生用过的教材、辅导书、工具书、光盘等。以合理的价格方式分门别类进行收购。例如，教科书可以按重量、按学科进行收购，然后以合理的价位打折出售给消费群体。淘宝书店同时在提供网上图书交易的平台.同时，在校内、腾讯等其他点击率高、同学们经常光顾的网络媒介上申请账号，让信息更广泛、更灵通。

另外，本店将定期开展系列读书活动。同学们可以通过进行义捐等形式为本店提供书籍，我们会定期向希望工程捐赠。淘宝书店是大学生自己的书店。鉴于此，本店的书籍将免费供给本校贫困学生使用。

通过我们的调查发现：调查结果显示，我校每学期只有约10％的同学会把一部分有用且轻便的书籍带回家，而只有不到1％的同学会把所有的书籍都带回家。而同学们处理用过书籍最常见的方法就是当废纸卖掉，很可惜。而随着新学期的开始，一届又一届的新生使用相同的教材，不断地购买内容相同的参考书，复习资料等，花费了同学们很多不必要的开支。鉴于此，淘宝书店可以抓住这一供给和需求相平衡的机会，把握这一商机，通过淘宝书店作为中转媒介，让供求与需要完美衔接，为同学们提供易书的平台。

在调查过程中我们惊喜的发现，我校周边仍没有任何二手书店。因此，我们书店运营后将很有竞争力，尚待挖掘的市场巨大。

（一）书店更是一种交流，我们相信书店只有出众，才能吸引顾客。这将是我们为之不断奋斗的目标。

（二）风险分析。

书店想要成功经营，就必须有自己的独特的经营模式。低价、优惠、实惠是我们的价格宗旨。对于书店来讲，物美价廉永远会让人大跌眼镜，蜂拥而至。人性化的服务、给特定的顾客提供了他们在其他书店享受不到的服务，例如我们可以开展有奖竞猜活动，也将是一种比较有效的方式之一。书店存在的意义不仅是买书。实际上，买书看的人，不光是要买书，更重要的是一种氛围，一种交流。比如书店能给顾客提供独到的推荐，比如买书者能在书店和老板，和同样志趣但并非同样专业的同学交流一些心得，亦不为一种校园情趣。

风险之一：我们开始创业于网上书店这一新的行业，或许这在现在社会还不是那么好，这种新的商业模式还不能完全被接受。需要有新的商业模式经营。一是国内没有太好的发展，我们经验不足；二是它的利润不是很高，这种商业模式很少见。因此我们必须要有思想准备，开一个月也没什么顾客。要有相应的办法应对。

第二、正式运作前的调查；在书店运营前我们可以对身边的朋友做个调查，例如问他们在网上买书的消费情况、还有网上购物人数等.最后制作表格。每隔一段时间反馈给书店。

第三、正式运作前的试验；在开始投入资金运作前，我们可以先进行简单的试验，通过相关软件验证可行性。

第四、积极准备，根据实际情况作适当的调整和改变。一个公司的经营初期是面临很多困难的，资金周转、客源少等.一个书店亦更是如此，我们或许面临一个月也没几个顾客购买的窘境，因此做出相应的准备而调整就是必不可缺的了。

风险之二：团队培养过程中，学业与赚钱的兼顾。

当热，对于我们开网店可能会因为时间分配而学习，大学期间学业是最重要的，我们必须安排合理.同时开网店也能够给我们增加社会经验、赚钱。因此我们为了兼顾两个，就是我们可以细致的运营，每个产品都要精作。力求比别人更好那么一点，最终就有机会超越别人。

风险之三：新书的冲击。在我店主打的二手书销售上，难免会因为新书的上市而影响自己的销售。所以这也是一个风险.对此，首先我们可以采取对书店文化的深入建设，让学生、网上客户时刻不忘，有了文化的底蕴，相信会有很多客户前来光临。其次，合理的薪酬体系，相对完善的人力资源管理体系也是很重要的，虽然网上书店的员工不多，不过也需要完善的一套人员管理体系。第三，建立重要岗位和高层管理者的股票期权制度。这是让人为你服务的重要条件，他们的积极性提高了，对工作更加负责、认真，还何惧新书上市所带来的冲击。作为这个最近几年开始萌芽的行业，我们的10万元资金启动虽然不是很多，不过对于这样的书店的信誉度还是有很大的作用的，一些人浏览了我们的书籍之后再看书店的信誉度很低，觉得很可能发货很慢、书的质量不好等原因，因此我们可能在开始一个月也是呈现负增长的状态，我认为自己开始以不盈利为目的，慢慢打开市场，寻找客户的喜好，逐渐恢复正常。

**商业创业计划书**

项目单位:。

项目负责人:。

说明:本创业计划书为商业机密，所有权属于\*\*\*\*\*公司，所涉及的内容和资料只限于已签署投资(合作)意向书的投资者使用，收到本计划后，收件方应立刻确认，并遵守以下约定:。

1.在未取得\*\*\*\*公司的书面许可前，收件人不得将本计划书的内容复制，泄露或散布.

2.收件人若无意投资或合作本计划所述项目，应尽快将本计划书完整退回.

三.目录:1.计划摘要.2.企业介绍.3.产品/服务介绍.4.创业团队.5.市场预测.

6.制造计划.7.营销策略.8.财务规划.9.风险评估.10.发展目标.

1.企业宗旨:。

2.企业的基本情况:。

a.a.企业名称;b.成立时间;c.注册地点;d.经营场所;e.企业的法律形式:有限责任公司;f.公司法人代表;g.注册资本;h.主要股东:i.股份比例.

b.企业的发展方向和发展战略。

3.企业的发展阶段:介绍说明企业发展的不同时期，a.初创时期，发展早期，稳定发展期，扩张时期的情况.b.可能出现的企业兼并，企业重组情况，企业产品的市场占有情况.

1.产品/服务的概况:产品/服务的概念，性能，特性，用途及其先进性，创新性和独特性.

2.产品/服务的竞争力和市场前景:说明企业的产品/服务与同类产品/服务相比的优缺点，消费者选择使用这种产品/服务的可能性及原因，这种产品与服务的市场空间大小.

5.产品的品牌和专利:企业为保护自己的产品采取了何种保护措施;产品拥有哪些专利，许可证或者与已申请专利的厂家签订了哪些协议.

1.介绍创业团队的基本情况。

2.介绍创业团队成员尤其是创业核心成员的特长和有关教育，工作背景以及主要投资人和以上人员的持股情况.

3.目标顾客和目标市场的详细准确的情况。

1.产品制造方式:说明企业是自己设厂(自建厂房，购买厂房，租用厂房，厂房总面积和生产面积，厂房所在地的交通运输，通讯条件)还是通过委托加工或其他方生产产品.

3.产品的工艺和质量:a.产品的生产制造过程，采用何种工艺，工艺流程如何，各工艺流程的质量控制计划和指标计划.b.主要原材料，设备部件，关键零配件等生产必需品的供货渠道的稳定性，可靠性，质量如何.c.正常生产条件下，产品的正品率，次品率可控制在何种范围，如何保证新产品进入规模生产时的稳定性和可靠性.

1.了解产品/服务市场以及销售方式和竞争条件。

2.说明市场机构和营销渠道的选择。

3.营销队伍的组建，构成和管理。

4.建立稳定销售网的的策略。

5.制定促销计划和广告策略.

6.价格决策和策略。

1.创业计划书的条件假设(财务规划与企业的生产计划，人力资源计划，营销计划密不可分)。

2.现金流量表，资产负债表，损益表。

4.现金收支分析，资金来源和使用。

1.政策风险:国家政策的调整和变化导致产品发展和产业格局的变化有可能给企业带来的政策性风险.

2.不可预见的风险:一些不可预见的事件(战争，动乱，天灾，大规模流行疾病)也可能导致企业的经营，发展面临风险.

3.市场风险:国际和国内市场环境的改变，行业竞争的加剧等市场环境的变化也会给企业带来经营，发展的风险.

4.经营管理风险:经营项目在运营过程中由于决策失误，开发项目失败，客户合作项目流产，工作管理的失误，工作运营成本增加.

5.财务风险:企业的经营过程中出现投资资金不到位，资金周转困难，财务管理出现漏洞以及陷入\"三角债\"困境，都会使企业发展举步维艰.

1.企业发展分为几个阶段，每个阶段的重点工作是什么?

2.企业的短，中，长期发展计划是什么?

**商业创业计划书**

一、微电影公司的.宗旨。

二、微电影公司简介资料。

三、各部门职能和经营目标。

四、微电影公司管理：1.董事会2.经营团队3.外部支持。

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、微电影产品生产。

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。

一、微电影市场规模、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。

一、从市场细分看竞争者市场份额。

二、主要竞争对手情况：公司实力、产品情况。

三、潜在竞争对手情况和市场变化分析。

四、微电影公司产品竞争优势。

一、微电影销售渠道、方式、行销环节和售后服务。

二、主要业务关系状况。

三、微电影销售队伍情况及销售福利分配政策。

四、促销和市场渗透。

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。

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。

**商业创业计划书**

项目背景。

二、创业构思。

项目介绍、项目经营、项目优势。

三、团队介绍。

团队成员的优势。

四、市场分析。

市场调查与行业前景分析、竞争分析、弱势分析。

五、组织与场地分析。

六、营销计划。

营销计划与营销策略、具体操作流程、健身方案123。

七、经费预算。

经费预算表、经费的筹措。

八、附录。

资产负债表、利润表。

1、项目背景。

这几年的研究调查表明，大学生体质健康状况不容乐观，例如体质下降，容易生病等。这不仅影响了大学生当前的学习，而且也对他们未来所从事的事业产生了不可忽视的影响。尤其是这几年nba、英超等体育活动的风靡，激发了大学生在竞技场上一展风采的愿望。当下大学生希望通过体育锻炼来增强体质。然而，学校提供的锻炼设施较为陈旧，且目前市场上健身房的收费标准往往超出了大学生的承受能力，因此，开办一间针对大学生的健身房具有明朗的前景。

结合福州高校学生健身房匮乏的现状，拟选取大学城作为创业的起点，凭借大学城庞大的学生群体及在体能教育方面的优势，可以预见我们拥有庞大的市场空间和发展空间。

二、创业构想。

1、项目介绍。

我们计划成立一间健身房，以大学城为中心，顾客以附近大学的大学生为主，以及附近周围的社会上的顾客。项目前期打算先租赁一间大仓库，地点选在地价相对较低的地段。相关配套设施有：跑步机5台、五人综合训练器1台、坐式蹬腿训练器1台、坐式胸肌推举训练器1台、下斜举重床1台、臂力训练器2台、乒乓球台、桌球台、桌游设备等。

2、项目的经营。

形势分析：前期因为设施有限，并且知名度不高，顾客对我们的认知度不高。

相应对策：我们必须先把握住每个进来的顾客，前期我们打算为每个来光顾的顾客量身定制健身方案，争取每个顾客都有专门的教练手把手的指导与训练。在顾客中留下好的口碑、好的形象，通过顾客的口碑相传，打开我们在大学城的市场，使我们能够站稳脚跟。后期发展壮大之后，首先进行面积上的扩展，设备的更新和新设备的引进，专业教练的人员数量增加。并且有可能发展成为全国唯一一家针对大学生的专业健身连锁店。

3、项目优势。

大学城附近没有一个设备齐全、价格适合大学生的健身房。并且即使有也没有一个主要针对大学生人群的专业化的健身团队。现代社会对良好身体素质的需要，要求我们迫切改变自己，提高自己的身体素质。初中高中我们迫于学业压力锻炼的机会和时间都很少，大学的时间是很充足的并且我们处于一个从学校走向社会的转折。有一个良好的体魄对于我们走向社会、走向职场都有很大的帮助。现在很多的职业面试都是先看外表。俗话也有说：好的身体是革命的本钱。所以，加强锻炼，增强身体素质是现代大学生的需求。这是一个正在增长的新兴社会需求。

4、团队优势。

我们团队自己拥有有体育专业的学生、专业化的健身知识，优良的管理和营销策略以及对于事业的热忱。

四、市场分析。

1、市场调查与行业分析。

大学生，一群永远走在时尚和思潮前面的人，随着我国经济的发展，健身这个及健康又时尚的行业越来越流行了，大学生自然不会落后。

目前的高校学生以80后期和90后出生的人群为主。这个群体是伴随着我国经济快速成长起来的，而互联网是他们日常生活的一部分。因此这个人群的特点是思想开放、容易接收新事物，敢于尝试新事物。对这样的一个群体而言，高校之内的传统健身项目显然不能满足他们的基本的要求。而目前单在福州市的高校众多，因此开拓这片高校健身市场具有重大的意义。经过调查发现，福州大学生平均月消费是750元左右，但是办理一张力美健健身年卡最少需要3000元左右。对于一名普通的在校大学生，是不可能承受如此高额的健身消费的，无疑福州的大学生想获得适合自己的健身锻炼只是一种奢侈的幻想。为此，我们针对性地开设了这个健身房。

结合大学城远离市区的地理位置和城内庞大的消费群体，因此此选址开设健身房即能吸引较多的大学生，而且竞争压力相对较小。由于大部分高校学生有群体式消费的习惯，他们锻炼的时间比较集中，加上学习和社团的任务与压力都比较大，他们需要更多的体育活动来减压。而我们拥有比较专业的体能教练，能对不同的学生针对开设一套比较完善、符合他们需要的健身方案。

目前大部分学校的健身方式比较单一、内容较为枯燥。部分同学急切关心自己的锻炼成效、拥有较强的表现欲望，他们希望通过体育锻炼能获得更多的成功体验。拟根据顾客的要求，设定最适合他们的健身方式。

男生市场：在师大和福大的宿舍附近的商业区开设以主要锻炼大腿、胸腹、手臂等肌肉为主的健身项目。

女生市场：当男生市场的运作趋于稳定的时候，我们将在福大、师大外附近开设瑜伽、普拉提、舍宾等健身项目。

大学生心里分析：

站在消费者的立场上想，无非就是“物美价廉”几个字，但对大学生来说这几个字就更显重要了，毕竟大学生没有稳定的经济来源。首先，在心里面有一个预算，在这个预算的基础上进行筛选，要确定这个健身房的价格不会很高，要符合自己的能力。有的健身房有专门针对学生的套餐，看看适不适合自己。问问周围的同学有没有已经是或以前是健身房会员的，少走弯路，他们给你的意见要重视，大多是他们以前没有注意而有很重要的。考虑交通是否便利，大多大学生在周六周日去健身，那样的话会不会堵车，多长时间到这都是很重要的，别让时间都消耗在公共汽车上。在确定价钱可以接受，交通便利，同时口碑有好的情况下，就可以和健身房的会籍顾问交流了。

那么针对于目前大学生的这种消费心态，我们应该制定相应的营销方案。

健身房角度分析：现在去健身的大学生越来越多，虽然针对大学生的年卡和套餐会相对比较便宜，但薄利多销，还是一块很大的蛋糕。那么要怎么做才会分到尽可能多的蛋糕呢？一般的大学生都会先被价格所吸引，如浩沙健身房年卡促销399元一年的时候，很多人都会停下来看一看。然后呢一定要有一个比较有专业素养和经验的会籍顾问。还有就是主动出击，一般情况下就是让会籍顾问通过发放传单，吸引那些想要健身的大学生的注意力。然后就是让他们通过体验、试课。此时需要会籍顾问本身对顾客非常很了解，就会让学生觉得不会被骗，这是学生最怕的，先打消他们的后顾之忧。而一般的价格战都应该在问清学生的具体需求之后再展开，将有兴趣的学生带到健身房进行体验，体验他感兴趣的方面，例如：团体操课可以让她学到想学的东西，锻炼团队意识，享受健身；动感单车锻炼你的心肺功能和对减肥有很好的帮助；器械可以锻炼你的肌肉和肌肉力量，有很好的塑形效果。尽最大的可能让他觉得这个健身房的设施和教练以及课程安排能够满足需要，而且非常适合自己，在她的兴趣得到满足之后，其他的东西只需要简单介绍即可，记住抓住重点。而价格则是在所有的东西介绍完之后再谈，否则会让学生感觉你不是在介绍服务而是在骗钱，很难成功。最后是一条黄金原则，永远为顾客考虑，除了硬件，服务态度决定一切。

以后会有越来越多的大学生走进健身房，针对大学生的健身服务也一定会越来越完善。相信最后一定将是一个学生和健身房的双赢的局面。

2、福州大学城地区目前大学的分布情况：区域内至少有六七所大学，也就是说我们的市场可以是很广泛的，不会局限在一所大学附近。

3、竞争分析。

因为我们的健身房的营运成本比较低，所以我们的设备器材也会相对较薄落。同比之下许多大型的健身房拥有相对较大的健身房，器材齐全，有稳定的客源，有稳定的收入。可以说是财大气粗。如果当他们发现大学生这块肥肉的话，我们要与他们竞争是非常困难的。

另外，假设我们正常的经营下来了。不排除有新的竞争者加入。例如，和我们类似的健身机构，专门针对大学生的健身俱乐部。因为我们没有专利，而这个行业的门槛相对较低，不能垄断经营。

4、弱势分析。

并且想要在众多的大学之中生存下来，是非常困难的。我们的前期投入什么时候能够回笼，是关键的问题。如果资金缺口很大，则健身房很可能无法正常经营下去。

五、组织与场地分析。

1、组织结构：营销中心、财务部、、片区办、拓展部、市场部、门店。

2、场地选取。

选择租金价格相对较低且大学集中分布的地区，正适合我们健身房的选址。

3、参考选址类型。

（一）商圈的设定。

（1）徒步为主的商圈。

徒步为主的商圈，例如商业区、住宅区等，以店为中心，半径约五百米，以走得到且快速方便为主。

（2）车辆动线为主体的。

例如交叉路口附近及郊外主干路上，此种商圈大多设置于郊外或下班路线上，有方便的停车空间及良好的视觉效果，可满足流动车辆所需的商品。

（二）商圈以区域大小分类。

以区域的大小加以分类，则有下列几种型态。

1、邻近中心型。

其商圈的设定大约在半径二百米到五百米左右，即徒步商圈，此类型商圈分布在每个地区人口较密集的地方或商业集中地。

2、地区中心型。

其商圈的设定一般在半径1千米，人们称之为生活商圈。

3、大地区中心型。

此为地区中心更广的商圈。

4、副都市型。

通常指公共汽车路线集结的地方，可以转换车，而形成交通集会地。

5、都市型。

商圈可涵盖的范围，可能是整个都市的四周，其交通流或人潮流的层面，可能来自四面八方。

（三）具体选址要求：

场地的租赁价格相对较便宜、场所面积比较大。要位于以大学为中心的圆内，尽量找几个圆的交集。这样店面的辐射范围会比较大。

要有大学生经常经过的地方。经常能与大学生面对面的交流与沟通。了解大学生的消费导向是什么，以及消费的额度是多少。

（四）目标消费群定位。

（1）根据公司的经营战略的思想和理念。

a类顾客：是属于刚来的新生。目标年龄一般在17~18岁之间。

b类顾客：一般是属于在大学已经有一两年的目标群体。年龄一般在20~22之间。

c类顾客：一般是快走向社会的消费群体。年龄一般在22岁以上。

（2）按照族群类别划分：

b类顾客：一类是习惯快节奏生活的人。

（五）经营面积定位。

根据公司的经营思想和未来竞争的需求及具备抗风险的能力，公司将现在和未来将要开设的门店定义为3个类别，按照面积划分：

a类店：400~600㎡；（适用于筹备期）。

b类店：800~1000㎡（适用于发展中期）。

c类店：上下层的模式，每层约800㎡（适用于发展后期）。

（六）装修标准定位。

为了体现公司统一的店面形象和装修风格，公司将按照如下标准进行门店装修：

a、落地玻璃；

b、空调、风扇、排气扇、上下水道；

c、防潮地板砖；给必要的地方装上海绵垫。

d、卫生间：两蹲一站（male）、洗手盆、墙体全砖、防潮地板；

e、店招牌（logo）用亚克力透明胶片，内打灯制作；

随着我们品牌的不断做大做强，我们的店面装修会采用更好的装修设计和装饰材料。

六、营销策划。

1、营销计划与营销策略。

营销方式：

采用时间卡制优惠方式，顾客介绍吸引更多顾客，换取会员卡的方式，开设不同人群共同健身的锻炼新模式，通过桌游等游戏缓解等待健身的压力，适当开设男女混合锻炼项目、增设户外活动，每个星期锻炼结束回馈锻炼效果、提供锻炼意见，举办“大学城先生”活动。

营销策略：走价格优势路线、专业化的咨询团队、量身打造健身计划、以顾客为主、目前唯一一家专业化的针对大学生的健身房。

2、具体操作流程。

我们的核心理念：连卓越都不够好！

服务理念：做好每一件小事，力求为客户带来更多喜悦！有针对性才有挑战性。围绕以上的理念，我们的团队制作出了如下具体营销模式：

（1）我们店面开张前，主要以发宣传单的形式，面向周围的大学宣传。宣传的内容包括：我们是以月卡、年卡的形式，价格低，服务专业，有专业的健身教练，目前唯一一家专门针对大学生健身的健身房。开张当天前十名顾客可以获得我们的免费一个月的体验卡。

（2）因为刚开始可能顾客不多。所以我们针对前来的每个顾客，为其量身定制最适合的健身方案。我们的教练会随时征求顾客的意见，并给予建议、指导。

（3）等我们的第一批顾客的健身方案完成后，我相信。这些顾客会是我们打响品牌，宣传的最好证据。所以，我们的宣传页将转入以顾客口碑为主的宣传阶段。

（4）当然，我们针对每个顾客的需求，给予不同方案的锻炼计划：

定价方案：月卡：120元/月，（包月）。

次卡80元/次，（一次性，适合周末）。

日卡20元，（一天）。

学期卡450元/学期（包学期）。

（5）销售周期：分3个周期。

旺季：刚开学前后，推出购买季度卡、月卡优惠，吸引学生购买。

假期：开设假期训练班、夏令营吸引临近的客源。

3、健身方案123。

这个版块是我们针对不同的顾客类型做出的具体的健身方案。以下是按照男女性别指定的方案：

男性展示自己身体的时候，最好的地方应该是胸肌、臂肌、腹肌等身体部位。所以，我们对于男性大学生主要以力量型的健身方式让你的整个身体充实起来。

而相对于女性来说，我们则侧重于女性的柔韧性的训练，加以必要的力量锻炼。所以我们对于女性的大学生主要以瑜伽，团体操，搏击操等做为主要的训练方式。

以下是按照锻炼的时间习惯制定的方案：

方案1、（晚上运动型）。

时间一般在晚上8点到10点。晚上的运动时间不宜过长。所以一般安排两个小时左右。一般可以用跑步机跑步半小时，然后开始开始活动臂肌、胸肌、腹肌、腿部肌肉的运动锻炼。晚上的肌肉容易松弛，所以对于肌肉的锻炼要适当，不宜过久。

方案2、（白天运动型）。

白天运动是一个比较正常的运动时间，特别是早上和傍晚这两个时间段，那么我们可以按照每个人的基本要求进行不同的训练。

方案3、（周末运动型）。

周末是很多人都会选择的运动时间，因此，我们对于周末这种人数比较多的时候我们准备增加团体运动的场次。

七、经费预算。

1、经费预算表。

数量单价合计。

跑步机5350017500。

五人综合训练器11300013000。

坐式蹬腿训练器150005000。

坐式胸肌推举训练器160006000。

下斜举重床165006500。

臂力训练器260001200。

其他设施（乒乓球台等）若干30000。

其他费用（租金等）220000。

合计300000。

注：其他费用为场地的租赁费用以及装修的费用等。

2、经费的筹措。

以家庭借款的方式凑集资金为主、向银行贷款为辅的原则，多人集资平分收入。

八、附录。

1、资产负债明细表。

资产。

合计（元）。

跑步机17500。

五人综合训练器13000坐式蹬腿训练器5000。

坐式胸肌推举训练器6000下斜举重床6500。

臂力训练器1200其他设施（乒乓球台等）30000合计79200负债合计（元）。

银行欠款80000。

其他欠款140000。

合伙人出资80000。

合计300000。

2、利润表（经营初期）。

编制单位：第五健身房201＊年度单位：元。

项目本期金额。

一、营业收入222300。

减：营业成本60000。

销售费用1500（宣传费用）。

管理费用5000。

财务费用5280（银行借款利息）。

二、营业利润150520。

加：营业外收入20xx。

减：营业外支出1500。

三、利润总额151020。

减：所得税费用48825。

四、净利润102195。

财务费用为银行借款的利息费用。

年利率6.65%，80000\*6.65%。

3、盈亏收支情况表。

时间具体内容收支情况。

前期（1-3年）净利润用于偿还贷款和解款亏损。

发展（3-4年）净利润持续增长，借款与贷款还清平衡。

**商业创业计划书**

据专家预计，我国女性用品消费率正按每年19%的年增长率递增，特别是在校学生，随着社会的发展对饰品的需求越来越高，可期待的巨大市场空间和可怜的市场占有率形成了鲜明的对比。就目前而言，可供消费者满意的产品并不多，市场中的产品和店面形式也参差不齐、良莠不分。所以说饰品行业的市场发展空间是很大的。

特别饰品店起源于xx，流行于xx，意为风格独特、更具专业化、创意鲜明的饰品店铺。在店铺漫天飞的今天，特别是店铺的灵魂，是店铺的生命。由于学生对饰品的需求相对比较大，我们将会以出售学生饰品为主，提供各种各样饰品以满足学生的要求，以玩具和各种家居装饰品为辅，提供各种玩具及有特别的装饰品。

中国是一个人口众多的国家，随着中国经济的发展，人们对生活的要求也越来越高，特别是小孩对各种新奇的玩具及饰品。中小学生对饰品的要求不再是好看，简单，便宜，更要求新颖。女孩都是爱漂亮的，大多数女孩都留着飘逸的长发，头花成了她们必需的饰品，大方美观自然成了他们对饰品的最低要求。说到玩具，每个小孩都有，大学生中大多数女孩都喜欢玩具，经过调查，很多女生花费在饰品上的金钱是她们总花费的30%~40%，这是个很好的市场。但由于饰品店很多，所以竞争也很大，所以我们必须提供最新奇的饰品，最具特别的饰品，和最好的服务才能在这个市场中的到发展，因此，我们提供学习自己做各种各样饰品的机会，让她们不仅饱眼福还能亲身体验做饰品，体验其中的喜悦！

网上开店，好处多多，最主要的有以下几个突出的优势：

（1）从启动资金来看，传统的地面开店，门面租金加装修费，还有首批进货资金，少说也需要几万元的启动资金。而网上开店所需的启动资金却少的多，按照我们的计划，你只要有一台可以上网的电脑和你的勤奋（是用来管理你自己的网站）您就可开店营业！网上商店比同等规模的地面商店要低的多，在网上，您不用为增加营业面积而增加租金，也不用为延长营业时间而增加额外的费用。

（2）从流动资金来看，传统商店的进货资金少则几千元，多则数万元，而网上商店则不需要压资金，您完全可以在有了定单的情况下再去进货。

1、公司经营宗旨及目标。

本公司坚持诚信为本，顾客利益至上的经营宗旨。我们会时刻关注顾客需求，以公司网站为平台，留意客户反馈信息，为客户提供各种咨询服务。并以市场为导向，加快产品更新速度，从而保证我们的饰品的优质与时尚，满足人们追求特别、简洁、潮流的欲望。靠薄利多销，走经营流水，凭品质和设计，赚客户认可度，这就是我们的经营之道。相信依靠公司成员的努力，我们的产品会赢的良好的信誉，在获的丰厚利润的同时，也帮顾客创造出温馨舒适的家居气氛。实现公司与客户的双赢，这便是我们的目标！

2、公司简介。

（1）公司名称：霓裳饰品。

（2）业务范围：各种头花，玩具，及家居饰品，如各式壁挂、花瓶、布质靠垫、陶瓷画、陶瓷花瓶、小地毯、电器套等。

3、公司管理。

（1）管理思想：以质量管理理论为指导，要求人员和产品必须不断完善、学习、成长，同时对经营过程彻底进行再思考和再设计，以便在业绩衡量标准上取的重大突破，完成企业再造。公司采取网络化层级管理体制，稳定和变化统一，一元化和多元化统一。

（2）管理队伍：以总经理为管理中枢，下设产品服务总监，市场营销总监、网站技术主管，财务主管，饰品设计师等。

（3）管理决策：以总经理为核心召开公司会议，各部门主管参加，共同讨论公司相关事务。涉及公司战略方向选择以及不同工作单元自主性劳动的范围与边界确定等问题，总经理拥有最高决策权。公司管理在强调统一指挥和一定程度集权的同时，也注重分权。工作单元内的一线人员，也就是各部门主管，有权在公司战略参数的范围内自主地处理可能出现的紧急情况。

根据社会的发展，由于现今每个家庭大都只有一个小孩，理所当然这个小孩会的到大家的宠爱，家长之间也就因宠爱小孩而出现竞争，给小孩的各种玩具当然也会追求创新，所以本公司会推出最新玩具以求满足家长们的要求。对能够自己支配金钱的学生来说，购买精美的饰品对他们来说也是一种竞争，性价比比较高更能体现她们的追求，因此本公司将会有极大的市场。

现今大多数精品店都是门面店，为了赚取店面房租，很多店都会以抬高产品价格已达到获取利润，而本公司会将所有商品明码标价，由于本公司是网上店铺，所以没有店面费，商品的价格理所当然比市场上的价格要低，顾客通过在网上比较价格就可以决定是否值的在网上购买，这便是本公司与其他市场店铺在竞争方面所占的优势！

从网络发展看，现今大多数家庭都有电脑，网上购物比去市场购物要方便的多，市场购物不但要考虑是否拥挤外，还要担心是否会遇到小偷，使的根本就不能全身心的去挑选自己喜欢的物品，而本公司是网上购物公司，不会出现市场拥挤的现象，也不会担心自己的钱包。除此之外，本公司是货到才付款，只有顾客满意本公司的产品后才付款，使的顾客能够更放心在本公司选购产品，而不必担心会被欺骗。

诚信，时尚，忠诚，精美。——霓裳饰品的品牌内涵。

根据市场分析，市场竞争及公司经营目标，本公司确定了自己的品牌营销战略，主要分为三个阶段，第一阶段，用一年的时间在网上树立自己的品牌形象。这个阶段主要是以“精美，美观，大方”为主题进行宣传和策划，打造全新的企业形象，让广大消费者了解我们的品牌，关注我们的品牌，爱上我们的品牌。第二阶段是在宣传阶段树立品牌的诚信度，在品牌的信任度基础上增加品牌内涵，强化品牌想象，将“诚信，时尚，忠诚，精美”的理念注入到品牌中。第三阶段将我们的品牌时尚化，让人们更加了解我们的品牌，信任我们的品牌，继而设立一个免费体验的基站，我们将聘请专门的设计师来教爱好饰品设计的消费者，让顾客在饱眼福的同时“饱”手福。

同时霓裳饰品店制定了较为详细的市场销售策略，分三个阶段。

第一，公司形象建立期，及产品引入期：以网络为工具，大力宣传公司产品的形象；

第二，公司形象成长期，及产品成长期：通过网络宣传为主，媒体广告为辅进行宣传；

第三，公司形象成熟期，及产品成熟期：通过前两个阶段，公司的形象在人们心中及基本已经建立，人们对产品也相对比较了解，在这种情形下，利用广泛的关系营销网络宣传，以扩大品牌知名度和影响力及强大的品牌效应。

公司将根据不同的阶段，采取不同的营销手段进行广泛宣传，此外，公司坚持不懈地走品牌化的道路，一次树立品牌策略，强化品牌策略和延伸品牌策略。其中树立品牌策略是关键阶段，公司在完成企业形象设计后将逐步通过各种宣传活动建立品牌的良好形象。

知难而进，稳中求进，坚持不懈。——霓裳饰品的经营态度。

市场经济必然是风险与收益并存的，霓裳饰品要做的是科学规避风险，制定正确的对策。

我们认为主要存在如下风险：

第一，市场风险，主要是我们的产品和服务能不能被市场接受的问题。通过严谨的市场调研和科学的数据分析可以帮助我们降低这种风险，但主要还是要依赖与我们对于市场变化的敏感性和市场机会的把握，细化市场和准确的产品定位是关键。

第二，管理风险，主要是决策的失误和企业规模扩大以后带来的管理问题。这种风险的对策主要是决策层必须密切关注行业动态，增强企业的执行力，使用合适的管理细听和模式，将人力资源转化为企业的战略部门。

第三，财务风险，虽本公司没事门面租金，但仍然存在财务风险，主要是筹资方式不当可能暗含杀机，化解此类风险必须注意筹资时选择的负债额度。

第四。网络风险，本公司是建立在网络的基础上的，而如今网络黑客有比较多，网络系统被攻击的可能性很大，一旦网络系统被攻击，我们的企业将会出现瘫痪状态，解决此类风险的策略是注意维护网络系统，定期对网络系统进行检查，并修复，以保证网络系统的正常运行，以达到对消费者的诚信，赢取消费者的信任。

本着对顾客负责的态度，我们公正客观第分析了可能存在的风险，并提出了相关的解决方案，“知难而进，稳中求进，坚持不懈”是霓裳饰品面对风险的态度。

**商业创业计划书**

在你融资约见投资人前，很多投资人都会说：“把你们的bp发过来看下。”这里提到的bp，指的就是商业计划书(businessplan)。

商业计划书，书面的意思是公司、企业或者项目单位根据一定的格式和内容要求而编辑整理的一个向受众展示公司和项目目前状况、未来发展潜力的书面材料。

事情只有想得清，才能做得清，一份经过琢磨的商业计划书，不仅仅是对投资人的尊重，更是对自我创业初衷的肯定。商业计划书更利于交流，能够让投资人对你的项目有一定的了解，使后续的交流更高效。

一般来讲，商业计划书需要包含以下几点内容：

描述项目定位，用尽量简洁的话介绍我们是谁。

描述项目所处行业规模及增速，阐述行业痛点，行业痛点不仅仅是罗列问题，更需要表现我们如何解决问题，点明我们在行业中的切入点。

找出项目的竞争对手，这里对竞争对手要有准确的定位，要对竞争对手有深刻的了解，简要点出它们的优缺点，并罗列我们自身项目的优点。通过对比，使自身项目更清晰。

介绍产品形态及核心功能。

主要展示自己的核心商业模式和盈利模式，最好能用逻辑或思维图展示。

主要列一些项目运营数据，像电商类项目，主要列下交易量、用户数、复购率等等。

列了近一年的目标，最好也写一下如何实现目标的一些规划。

介绍团队中最主要的几个成员，写下他们的从业经验。

写明需要的资金和大致的资金用途。

彼得蒂尔在从零到一里也写道，他会在面试应聘者的时候问这么一个问题：“在什么重要问题上你与其他人有不同的看法?”只有在行业中有自己独特的思考，才有可能完成从零到一，在商业计划书中，需要把这点解释清楚，同时，讲明白你们与之相匹配的能力。

在写商业计划书的时候，有以下几个要点：

很多人写商业计划书都是从网上搜一个标准的模板，改几个数据就发给投资人了，但是这种行为是非常不正确的，一是对别人的不尊重，二是一个好的故事必须有它自己独特的叙述思路和呈现方法，不同公司有不同的特点，因此一味的套用并不可取。

商业计划书尽量控制在二十页以内，切记使用描述性的语言，只要把关键词写出来即可。

投资人非常关注数字和图表，尽量把运营数据写出来，以图表的形式展现，商业模式和盈利模式部分，也尽量流程图或逻辑图展示。

很多商业计划书上会写目前市场有多少多少用户，如果每个人都装我们的app，我们就有多少用户等等，或者预计明年收入100万，后年1000万，第三年上市等等，这些都是没有依据和逻辑的，毫无意义。

创始人在整理商业计划的过程，也是一个自己复盘和自我认知的过程。它能强迫你检查关于公司运作的构思是否真的行得通，能让你去认真研究竞争对手，知己知彼，能让你对行业有一个更清晰的认知，无论是行业规模还是公司所处产业链定位及上下游、供应链关系。商业计划书，也能使自己对公司有一定期限的目标，对照判断公司发展是否处于正确的节奏。

总而言之，一份经过思考，仔细琢磨出来的商业计划书，不仅能够完善创业想法，还能帮你跟投资人之间初步建立起联系和交流。商业计划书，值得创业公司的重视。

**创业商业计划书**

计划总结列在商业计划的最前面，是浓缩商业计划的精髓。方案总结涵盖了方案的要点，以便一目了然，让读者在最短的时间内对方案进行回顾和判断。

计划总结一般应包括以下内容:公司简介；主要产品和经营范围；市场概况；营销策略；销售计划；生产管理计划；管理者及其组织；财务规划；资金需求等。

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，企业的目标和发展战略。其次要说明企业的现状、过往背景、经营范围。在这一部分，我们应该对企业的过去情况进行客观的评价，不要避免错误。中肯的分析往往赢得信任，这使得人们很容易同意商业计划。最后还要介绍一下创业者的背景、经历、经历、特长。企业家的素质往往对企业的成就起着关键作用。在这里，创业者要尽量突出自己的优势，表达自己强烈的进取精神，给投资人留下好印象。

在方案总结中，企业还必须回答以下问题:(1)企业所在的行业，经营的性质和范围；(二)企业主要产品的内容；(3)企业的市场在哪里，企业的客户是谁，他们有什么需求；(四)企业的合伙人和投资者是谁；(5)企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有什么影响。

摘要要尽量简洁生动。特别是要详细说明自己企业的差异和成功的市场因素。如果创业者知道自己做了什么，摘要只需要两页。如果创业者不知道自己在做什么，总结可能需要写20页以上。因此，一些投资者根据摘要的长度“从谷壳中挑出麦粒”

投资者在评价投资项目时，最关心的是风险企业的产品、技术或服务是否以及在多大程度上能够解决现实生活中的问题，或者风险企业的产品(服务)是否能够帮助客户节约资金、增加收入。因此，产品介绍是商业计划必不可少的一部分。一般来说，产品介绍应包括以下内容:产品的概念、性能和特点；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研发过程；开发新产品的计划和成本分析；产品市场前景预测；产品的品牌和专利。

在产品(服务)介绍部分，创业者要对产品(服务)做详细的描述，描述要准确易懂，让非专业投资者也能看懂。一般产品介绍都要附有产品原型、照片或者其他介绍。一般来说，产品介绍必须回答以下几个问题:(1)客户希望企业的产品解决什么问题，客户能从企业的产品中获得什么利益？(2)企业的产品与竞争对手的产品相比有何优劣，客户为什么选择企业的产品？(3)企业对其产品采取了哪些保护措施，企业拥有哪些专利和许可证，或者与申请专利的厂商达成了哪些协议？(4)为什么产品的定价能让企业产生足够的利润，为什么用户大量购买企业的产品？(5)如何提高产品的质量和性能，企业有什么开发新产品的计划等。产品(服务)介绍的内容比较具体，写起来相对容易。虽然赞美自己的产品是营销所必须的，但要注意的是，企业做出的每一个承诺都是一笔“债”，要尽一切努力去兑现。请记住，企业家和投资者建立长期的合作伙伴关系。空洞的承诺只能满足于当下。企业不履行承诺，不偿还债务，企业的声誉就会大受损害，这是真正的企业家所不屑的。

有了产品，创业者的第二步就是组建一个战斗型的管理团队。企业管理的好坏直接决定了企业风险的大小。高素质的管理者和良好的组织结构是管理好企业的重要保证。因此，风险资本家会特别重视对管理团队的评价。

企业的管理者应该是互补的，有团队精神。一个企业必须有专门负责产品设计开发、市场营销、生产运营管理、企业财务管理等方面的人才。在商业计划书中，需要明确主要管理人员，介绍他们的能力，他们在企业中的职责和责任，以及他们过去详细的经历和背景。此外，在商业计划书的这一部分，应简要介绍公司结构，包括:公司的组织结构图；各部门的职能和职责；各部门负责人及关键成员；公司的薪酬制度；公司股东名单，包括股票期权、比例和特权；公司董事会成员；董事背景资料。

当一个企业想要开发一个新产品或拓展到一个新的市场时，首先必须进行市场预测。如果预测结果不乐观，或者预测的可信度值得怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这是大多数风险投资家无法接受的。市场预测首先要预测需求:市场上对这种产品有需求吗？需求的程度能给企业带来预期的效益吗？新市场有多大？需求发展的未来趋势和现状如何？影响需求的因素有哪些？其次，市场预测还应该包括对市场竞争态势的分析——企业面临的竞争格局:市场上主要竞争对手有哪些？是否存在有利于企业产品的市场缺口？这个企业的预期市场份额是多少？企业进入市场，竞争对手会有什么反应，这些反应会对企业产生什么影响？等等。

在商业计划书中，市场预测应包括以下内容:对当前市场情况的总结；竞争对手概述；目标客户和目标市场；企业产品的市场地位；细分市场和特点，等等。风险企业的市场预测应建立在严格科学的市场调查基础上。风险企业面临的市场，本来就更多变，更难以捉摸。因此，风险企业应努力扩大信息收集范围，重视环境预测，采用科学的预测手段和方法。创业者要记住，市场预测不是凭空想象出来的，对市场的错误认识是企业经营失败的最重要原因之一。

营销是企业管理中最具挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有:。

(1)消费者的特点；

(2)产品特性；

(3)企业本身的状况；

(4)市场环境因素。

最终影响营销策略的是营销成本和营销效益。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)营销团队和管理；

(3)推广计划和广告策略；

(4)价格决策。

对于初创企业来说，由于产品和企业知名度低，很难进入其他企业稳定的销售渠道。因此，企业不得不暂时采用高成本、低效率的营销策略，如上门销售、大规模商品广告、向批发商和零售商盈利，或者交给任何愿意经销销售的企业。对于发展中的企业来说，一方面可以利用原有的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道来适应企业的发展。

经营计划中的制造计划应包括以下内容:产品制造和技术装备的现状；新产品发布计划；技术升级和设备更新要求；质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增加企业在投资前的评估价值，企业家应该尽最大努力使制造计划更加详细和可靠。一般来说，制造计划应回答以下问题:企业制造所需的厂房和设备的情况如何；新产品进入规模化生产时如何保证其稳定性和可靠性；设备引进安装，供应商是谁；生产线和产品组装的设计是怎样的？供应商的提前期和资源需求；制定生产周期标准，编制生产作业计划；物资需求计划及其保障措施；质量控制的方法是什么？其他相关问题。

财务规划需要更多的精力去做具体的分析，包括现金流量表、资产负债表、利润表的编制。流动性是企业的生命线，所以企业在启动或扩张时，需要提前有一个周密的计划，在过程中有严格的控制。利润表反映企业的盈利情况，是企业经过一段时间经营后的经营成果；资产负债表反映了企业在某一时刻的状况。投资者可以使用从资产负债表中的数据获得的比率指数来衡量企业的经营状况和可能的投资回报。

财务规划一般包括以下内容:(1)经营计划的条件假设；(2)预计资产负债表；预计损益表；现金收支分析；资金来源和使用。

可以说，一份商业计划书概括了创业者在融资过程中需要做的事情，而财务规划则是商业计划书的支撑和解释。因此，一个好的财务计划对于评估风险企业所需的资金量和提高风险企业获得资金的可能性至关重要。如果财务规划没有做好，会给投资者留下企业管理者经验不足的印象，降低风险企业的评估价值，同时增加企业的经营风险。那么如何做好理财规划呢？这取决于风险企业的长期计划——是为新市场创造新产品，还是进入一个有更多财务信息的现有市场。

专注于新技术或创新产品的创业企业不能参考现有市场的数据、价格和营销方法。因此，它需要预测市场的增长率和可能的净利润，并向投资者出售其理念、管理团队和财务模型。而准备进入现有市场的风险企业，很容易就能说明整个市场的规模和改善方法。风险企业在获得目标市场信息的基础上，可以规划企业第一年的销售规模。

企业的财务规划应该与商业计划的假设相一致。事实上，财务规划与生产规划、人力资源规划和营销规划密切相关。为了完成财务规划，必须明确以下几个问题:(1)每期发行多少产品？(2)什么时候开始产品线扩张？(3)每种产品的生产成本是多少？(4)每个产品的价格是多少？(5)使用什么分销渠道，预期成本和利润如何？(6)需要雇佣什么类型的人？(7)什么时候开始就业，工资预算是多少？等等。

**商业创业计划书**

(2)创办企业所需多少资金?为什么要这么多的钱?为什么投资人值得为此注入资金?对已建的风险企业来说，创业计划书可以为企业的发展定下比较具体的方向和重点，从而使员工了解企业的经营目标，并激励他们为共同的目标而努力。更重要的是，它可以使企业的出资者以及供应商、销售商等了解企业的经营状况和经营目标，说服出资者(原有的或新来的)为企业的进一步发展提供资金。

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创业计划书，其最终结果只能是被扔进垃圾箱里。为了确保创业计划书能“击中目标”，创业者应做到以下几点：

1.关注产品

在创业计划书中，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，这样出资者就会和创业者一样对产品有兴趣。在创业计划书中，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。制订创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。创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!”

2.敢于竞争

在创业计划书中，创业者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，创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。在创业计划书中，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。

3.了解市场

创业计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。创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。创业计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，创业计划书还应特别关注一下销售中的细节问题。

4.表明行动的方针

企业的行动计划应该是无解可击的。创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。

5.展示你的管理队伍

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。在创业计划书中，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。创业计划书中还应明确管理目标以及组织机构图。

6.出色的计划摘要

创业计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。计划摘要将是创业者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。”

1.计划摘要

计划摘要列在创业计划书的最前面，它是浓缩了的创业计划书的精华。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创业计划书。最后，还要介绍一下创业者自己的背景、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”

2.产品(服务)介绍

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，产品介绍是创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.人员及组织结构

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。在创业计划书中，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，在这部分创业计划书中，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。

在创业计划书中，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。创业者应牢记的是，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。在创业计划书中，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

创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，创业者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)创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。

可以这样说，一份创业计划书概括地提出了在筹资过程中创业者需做的事情，而财务规划则是对创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创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。

在创业计划书写完之后，创业者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.你的创业计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.你的创业计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.你的创业计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.你的创业计划书是否容易被投资者所领会。创业计划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.你的创业计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创业计划书的封面，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.你的创业计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.你的创业计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。创业计划书中的各个方面都会对筹资的成功与否有影响。因此，如果你对你的创业计划书缺乏成功的信心，那么最好去查阅一下计划书编写指南或向专门的顾问请教。

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