# 创业计划书写作指南（精选五篇）

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-08-27

*第一篇：创业计划书写作指南创业计划书写作指南创业计划大赛要求参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出并围绕一个具有市场前景的产品、技术、概念产品或服务，完成一份深入、具体、完整的创业计划，以描述公司的创业机会，阐述创立公司、把握这一机会的进程，...*

**第一篇：创业计划书写作指南**

创业计划书写作指南

创业计划大赛要求参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出并围绕一个具有市场前景的产品、技术、概念产品或服务，完成一份深入、具体、完整的创业计划，以描述公司的创业机会，阐述创立公司、把握这一机会的进程，说明所需要的资源，揭示风险和预期回报，并提出行动建议。创业计划聚焦于特定的策略、目标、计划和行动，对于一个非技术背景的有兴趣的人士应清晰易懂。创业计划可能的读者包括：希望吸纳进入团队的对象，可能的投资人、合作伙伴、供应商、顾客、政策机构等。

 创业计划书的组成部分（顺序和内容仅供参考）

创业计划一般包括：执行总结，产业背景，市场调查和分析，公司战略，营销策略，经营管理，管理团队，融资与资金运营计划，财务分析与预测，关键的风险和问题等十个方面。

1.执行总结

是创业计划一到两页的概括，包括以下方面：













2.公司及提供的产品、技术、概念产品或服务的概述 面临的市场机会和目标市场定位与预测 市场环境和竞争优势 经济状况和盈利能力预测 团队概述 所需资源，提供的利益等 产业背景



 本创业计划的产业背景和市场竞争环境 详细的产品、技术、概念产品或服务说明，以及如何满足关键的顾客需求

3.市场调查和分析









 目标市场的定位与分析 市场容量估算和趋势预测 竞争分析和竞争优势 估计的市场份额和销售额 市场发展的趋势等

4.公司战略

阐释公司的发展战略，分阶段制定公司的发展计划与目标，包括：



 商业模式 总体进度安排、分阶段制定公司的发展计划与市场目标



5.主要的合作伙伴与竞争对手等 营销策略

制定有效的营销策略，确保产品顺利进入市场，并保持和提高市场占有率，包括：







 定义产品、技术、概念产品或服务面对的顾客群，所提供的核心价值、附加利益等 制定符合本项目市场特点的价格策略 构建通畅合理的营销渠道 提出新颖而富于吸引力的推广策略

6.经营管理





 生产工艺/服务流程 设备购置和改建、人员配备、生产周期 产品/服务质量控制与管理

7.管理团队





 公司的管理团队，组织架构以及团队能力 各成员与管理公司有关的教育和工作背景，团队成员的分工和互补 领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况

8.融资与资金运营计划









 资金需求和来源 融资计划 股本结构与规模 资金运营计划 退出策略（方式、时间）

9.财务分析与预测





 关键的财务假设 会计报表（包括资产负债表、收益表、现金流量表，前两年为季报、前五年为年报）财务分析（IRR、NPV、投资回收期、敏感性分析等）

10.关键的风险和问题

可能的技术、市场、财务等方面的风险和问题、相应的规避计划等。

 创业计划书写作的注意点

一份成功的创业计划应该：









 展示市场调查和市场容量 了解顾客的需要并引导顾客 解释他们为什么会掏钱买你的产品/服务 制定一个适宜的投资退出策略 解释为什么你最合适做这件事

一份成功的创业计划不应该：











 过分乐观 拿出一些与产业标准相去甚远的数据 只专注于产品 忽视竞争威胁 进入一个拥塞的市场 创业计划大赛不同阶段对作品的要求

（一）初赛阶段

初赛时提交一份创业计划大纲；理想篇幅为3—4页A4纸。

一、基本部分

1． 机会

1）、描述创业机会

瞄准清晰的市场需求、瞄准具体的目标顾客（群）。

2）、描述产品、技术、概念产品或服务

使用类比，给出例子、解释怎样满足顾客的需求。

3）、描述市场中的竞争

竞争者是谁，他们的产品是什么？

您的竞争优势是什么？如何保持这些优势？

2． 策略

1）、策略+目标市场=创业模型

2）、谁是顾客？

3）、怎样盈利？

4）、怎样把产品送到顾客的手中？

3． 怎么做

1）、描述盈利潜力、预期收入、盈利能力、回收策略。

2）、描述管理团队，其经验和不足。

3）、行动计划。

二、可选部分：产品、技术、概念产品或服务的命名

命名时应考虑的因素：直观、时髦用语、暗示创业模型、有说服力、能吸引顾客的注意力。

三、注意：

（1）以顾客为中心描述这一讨论的框架

例如您的产品、技术、概念产品或服务是一个正在出现的发展潮流的一部分。在此过程中目前尚未解决的问题有哪些？本项目是否面对特定的大型应用？这个风险事业是一种解决方案吗？提供的最终产品或服务对顾客需求的特殊之处在哪里？本项目已经获得的初步成果等。

（2）使用图表来说明概念，清晰简洁的书面材料，直截了当。

四、其他

也可参考《第二届大学生创业计划大赛作品大纲评审细则》

★作品大纲的格式要求:

作品大纲的文档格式要求为：A4幅面，以作品名称作标题（小二号楷体），不得出现作者名和系部班级名称，正文宋体小四号字，1.5倍行距，页边距上2cm下2cm左3右3cm。

作品大纲的装订要求：订书机装订，两枚订书针位于页面左侧，各距离页面顶端与底端的10厘米处。

（二）复赛阶段

复赛时提供一份完整的创业计划，一般包括附录在内约为20—40页A4纸。创作时应注意以下问题：

1.明确你的顾客群

1）、把注意力集中到一个清晰的市场，并与潜在的顾客建立联系。

2）、了解并细分你的目标顾客（群）。

3）、明确所提供的产品、技术、概念产品或服务对于不同的细分目标客户的价值所在。

4）、顾客在什么情况下会购买，购买决策者是谁？所愿意接受的价格范围？

5）、所面对的市场类型：是集团市场还是消费品市场？该目标市场的特征是什么？如何利用？

2.创业模型

你打算通过什么方式获取利润？

3.描述你的产品或服务

准确定义你的产品、技术、概念产品或服务，所提供给顾客的核心价值、附加价值。

4.分析市场状况和竞争对手

1）、市场大环境如何？本产业的发展趋势怎样？本项目在这一产业链中处于什么样的位置？如何利用有关资源？

2）、弄清楚谁是你的直接的、真正的竞争对手、竞争产品；你是什么产品的替代品？谁是你的替代品？划出你的竞争空间。

3）、找到你的合作伙伴，扫清本项目进入市场的障碍。

4）、明确你的竞争优势和劣势，提出保持优势的方法和克服劣势的途径。

5.制定合理的营销策略

1）、在市场调查的基础上，根据市场特征和竞争状况，制定合理的、富有弹性的价格策略，能根据市场的竞争与变化趋势灵活做出反应，以适应市场的发展。

2）、如何把你的产品送到顾客手中？谁可作为你和顾客之间的桥梁？代理商、经销商还是自己完成这一任务？

3）、根据市场状况搭建你的销售渠道，确保使你的产品能够通畅的到达顾客手中。

4）、推广手段的灵活运用：灵活运用价格杠杆，顾客消费心理和广告/公关等手段，促进产品的销售，从配合公司发展战略的角度，合理的促进或控制市场进度。

6.保护你的优势

1）、考虑到你所面临的风险。

2）、合理利用技术壁垒、非技术壁垒保护你的优势：如申请国内/国际专利保护、树立品牌形象、培养顾客忠诚度与美誉度等；

3）、根据公司发展的需要尽可能的占领市场份额。

7.建立社会关系网络

1）、与权威人士建立联系

2）、结交有关方面的朋友

3）、寻找可靠的顾问

4）、在技术和创业技能方面寻求平衡

8.融资与财务

1）、具体的融资计划：需要多少资金，从哪里获得，如何运用，股权分配方案等。

2）、适合本项目的风险资金退出策略：适宜的方式和时间等。

3、关键的财务假设和依据，假设的范围和基础应该科学合理。

4）、根据财务报表进行动态和静态的财务分析，客观展示盈利能力和前景。

9.量化

1）、量化你的创业计划

2）、给出数据并说明其得出的依据或来源，用数据说话，证明你的创业计划的可行性；

3）、自上而下，给出目标市场容量和可能的市场占有率等；

4）、自下而上，说明本项目给予顾客的价值和顾客愿意为了获取这一价值所付出的代价等；

5）、盈利预测和有关经济指标

6）、价值链构成10、其他

也可参考《第二届大学生创业计划大赛作品书面评审细则》

★作品的书面格式要求

作品一律采用A4幅面，不得出现作者名和系部班级名称。主标题用小二号楷体，小标题用四号黑体，正文用五号宋体，例证加斜体。行距1.5倍行距，页边距上2cm下2cm左3cm右3cm。

作品的装订要求：订书机装订，两枚订书针位于页面左侧，各距离页面顶端与底端的10厘米处。

(三)决赛阶段

在复赛作品的基础上进一步完善、提高，形成决赛作品，并准备参加答辩。

**第二篇：创业计划书写作指南**

创作指南

创业计划书写作指南

（来源于深圳职业技术学院第四届“挑战杯”大学生创业计划大赛创业计划书写作指南）

关于创业计划

一、创业计划

(商业计划，Business Plan)它首先是一种吸引投资的工具，同时也是确定目标和制定计划的很好的参考资料，是一个企业管理和操作的行为指南。

二、创业计划竞赛

参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出一个具有市场前景的产品或服务，围绕这一产品或服务，完成一份完整、具体、深入的创业计划，以描述公司的创业机会，阐述创立公司、把握这一机会的进程，说明所需要的资源、提示风险和预期回报，并提出行动建议。创业计划聚焦于特定的策略、目标、计划和行动，三、创业计划可能的读者包括：

希望吸纳进入团队的对象、可能的投资人、合作伙伴、供应商、顾客和政策机构。

四、创业计划竞赛的教育功能

创业计划竞赛的参赛者，在完成创业计划书的过程中，通过竞赛提供的系统培训以及学习、交流，全面地接受创业者所应具备的知识和智能体系；通过比赛，可以结识未来创业的合作伙伴；可以结识风险投资家、商界和法律界人士，并可以与媒体建立良好的联系；可以培养沟通能力、说服能力、组织能力，增强创业的勇气、信心和能力。

第一部分创 作 指 南

创业计划大赛要求参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出一个具有市场前景的技术、产品或服务，围绕这一技术、产品或服务，完成一份完整、具体、深入的创业计划，以描述公司的创业机会，阐述创立公司、把握这一机会的进程，说明所需要的资源、提示风险和预期回报，并提出行动建议。创业计划聚焦于特定的策略、目标、计划和行动，对于一个非技术背景的有兴趣的人士应清晰易读。创业计划可能的读者包括：希望吸纳进入团队的对象、可能的投资人、合作伙伴、供应商、顾客和政策机构。

创业计划书的写法和一般组成部分

创业计划一般包括：摘要，创业组织概述，产品与服务，市场分析，经营策略，管理队伍，路线研究，财务分析，机会和风险，资本需求等方面。

一、摘要

是创业计划的一到两页的概括。简洁提出创业计划的设计和总体计划，要求有一定的吸引力和简洁的语言。使人能够最快地了解计划书的主要内容。

二、创业组织概述

宗旨

名称、结构

目标

经营策略

产品的价值

需要设施

三、产品与服务

A.描述产品/服务的优势：产品/服务的功能、价值、应用领域、服务方式。

B.技术描述：独有技术简介；技术发展环境。

C．产品的研究与开发过程及完善计划

D.产品/服务的前景

四、市场分析

市场需求预测

市场容纳能力

竞争优势

市场发展的走势及应对策略

五、经营策略

营销计划：前期广告计划，市场供求应对

规划和开发计划：开发状态和目标

制造和操作计划：后台完善操作，所用设备和改进

六、管理队伍

介绍管理队伍的构成管理队伍的能力和经验

大致管理计划

七、路线研究

创业前期资金技术来源

创业资金使用及技术完善过程及时间表

资金流动及发展计划

创业组织的发展步骤

八、财务分析

前期项目资金预算

收入预测

收入的分配及利用

财务制度的完善计划

九、机会和风险

对于机会的预测和把握

对于可预测风险的应对

十、资本需求

对于项目的预算

对于项目的额外预测花销

第二部分创业计划书包含项目的说明（摘录供参考例）

一、概要

概要作为商业计划的第一部分，是对整个商业计划的浓缩，是整个商业计划的精髓所在。商业计划概要应简洁、清楚地介绍你的商业项目（产品或服务）的机会、商业价值、目标市场的描述和预测、竞争优势、核心的管理手段和资金需求、盈利能力预测、团队概述、预期投资人得到的回报等。

二、创业组织概述

此处要对创业组织做出介绍，重点是创业组织的理念和战略目标。作者应明确回答下列问题：

1、创业组织的业务是什么？想取得一个怎样的市场和产品/服务领域？

2、创业组织成立的背景如何？新生的公司将是一个什么性质的合法实体？

3、公司的第一步（下一步）要做的工作是什么？

在这部分，重点工作是给公司定位。即：战略是什么；关键的制胜因素是什么；什么是公司重要的里程碑。给风险投资家一个清晰的远景规划，使他们知道你打算和正在干什么。描述应该生动，但不能太长。

三、产品与服务

商业计划中的产品或服务必须具有创新性，所以计划书中一定要在某些细节上做出比较详细的解释。向风险投资家介绍它的优点、价值，把它与竞争对象进行比较，讨论它的发展步骤，并列出初步开发它所需要的条件。只有当一个新的产品/服务优于市场上已有的产品/服务时，它才可能受到顾客的青睐。清楚的解释产品/服务能完成的功能，从而使顾客能够认清它的功能价值。如果市场上存在替代性产品/服务，还应该解释它还具有哪些额外价值。

风险投资家往往很重视自己投资的风险，所以在认真完成产品/服务功能的描述之后，做出一个样品，对证明产品/服务的可实现性无疑是很有意义的。

有必要对公司独立拥有的技术、技术发展的内外部环境和软硬件环境做出简要介绍。

也可以对研究与开发的基础和方向以及将来的产品/服务做出预测。

四、市场分析

公司价值的巨大增长只有在市场潜力同等巨大时才能取得。对公司将要进入的行业和市场进行分析，可以估计出产品/服务真正具有的潜力。所以商业计划书中必须对可能影响需求和市场策略的因素进行进一步分析，以使潜在的投资者们能够判断公司目标的合理性以及他们将相应承担的风险。

这里有许多可以利用的信息资源：报纸、期刊、市场研究、专论、行业向导、贸易团体和政府机构公开的信息等等。当然，还可以向专家请教。

五、经营策略

商业计划中一项重要的内容就是阐述公司的销售和竞争策略。

所谓销售策略，即公司产品/服务投放市场的理念。比如：公司计划怎样在市场上销售产品/服务以实现公司设定的市场目标？为了实现这个任务和完成这个目标，应当怎样尽可能清楚而完整地介绍产品/服务投放到市场的策略，以及公司的整个市场理念和投放计划等。

所谓竞争策略，是指企业如何对付竞争对手以争取更大的销售收入，实现企业的经营目标的行动准则和方式。企业要在市场竞争中处于不败之地，必须根据企业的具体情况制定适合本企业的竞争策略。要制定企业的竞争策略，必须首先明确企业的竞争环境和竞争形势。企业的竞争策略从总体上可以分为三种类型：低成本策略、产品差异化策略、专营化策略，它们分别与企业的产品生产、产品开发和产品销售相关联。一般涉及如下问题：

1、营销计划：选择目标市场；制定产品决策（调整和计划合理的产品数量以适应各个市场的现实和潜在需求，调整和改进产品的式样、品质、功能、包装，开发新产品，优化产品组合，确定产品的品牌和商标、包装策略）；制定价格决策（确定企业的定价目标、定价方法、定价策略，制定产品的价格和价格调整方法）；制定销售渠道策略，选择适当的销售渠道；制定销售促进决策（人员推销、广告、宣传、公共关系、营业推广、组织售前售中售后服务等）。

2、规划和开发计划：产品/服务开发的规划目标、当前所处的状态以及开发计划，可能遇到的困难和风险预测。

3、制造和操作计划：产品/服务使用寿命、生产周期和生产组织，设备条件、技改的必要性和可能性。

六、管理队伍

管理部分一般是风险投资家在阅读概要部分后首先要关注的内容，他们急于知道管理队伍是否有能力和经验管理好公司的日常运作，所以有必要写一个相当简短甚至可以是粗略的管理计划。

介绍管理队伍时需要注意的是：

1、创业者有相关背景的经验和以前成功的经验比很高的学历更有说服力；

2、计划书中对管理人员的奖惩制度进行说明，可以使风险投资家更相信公司的管理队伍会以充分的热情来实现预定的目标；

3、公司主要领导成员的持股情况也有必要给予介绍。

七、路线研究

在商业计划书中，要就企业发展战略中的一些关键指标或重要问题的决策及早做出系统的策划。画一个“图”显示公司将要面临的决策点，包括可能采取的替代方案等等。

系统而深刻的路线研究将使公司具有充分的灵活性，即使在面临压力时也能应付自如。

八、财务分析

财务分析的目的是为了显示公司的财务健康状况。商业计划书中应该把前面几个部分收集的数据整理成一个5年计划。这个计划包括以下三个部分：资金预算、收入预测和项目的资产负债表。项目的现金流量是一个非常重要的信息，因为它展现了计划执行中的资本需求数量。对于资本的评价，可以从收入和利润的预测开始，然后建立相应的资产负债表。在这之前，必须仔细考虑预期的人力资源和资本花费等方面的问题。

1、资金预算

现金流量计划是必须做的，它可以让风险投资家确信公司不会破产和面临金融崩溃，所以商业计划书中必须计划出所有可能支付的时间和金额。为了让公司现金流量计划更加准确，应该做出第一年的每月计划，第二年的季度计划，第三年的半年计划，第四年、第五年的计划。

2、收入预测

风险投资家需要知道他们在每年年底的预期收入。按照商业计划所预测的标准收入线做出的五年的收入预测，会提供给他们一些重要信息。计算每一年的总收入和总支出从而得到净利润和损失，以每年的实际交付为基础制做收益表。

3、项目的资产负债表

风险投资家也会对项目资产负债表感兴趣，因为他们想知道资产的预期增长情况。资产的类型和价值放在资产负债表的资产方，而负债和收入则放在另一边。和收益表一样，要用标准的帐户格式。资产负债表也应该以每年的实际交付为基础计算。

如果缺乏财务预测方面的经验，可以向有关专业人士请教，也可以考虑把具有这种技巧的人士加入到你的团队里来。

九、机会和风险

机会与风险总是相伴而生的。对于一个新创的企业，其未来所面临的情况总是未知的，这也正是创业的魅力所在。对于缺乏社会经验和必要的工作经历而又要尝试创业的学生来讲，涉及以下问题：

1、公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险？

2、公司准备怎样应付这些风险？

3、公司还有一些什么样的附加机会？

4、如何在资本基础上进行扩展？

5、在最好和最坏情形下，公司未来5年计划表现如何？

如果可能的话，对公司一些关键性参数作最好和最坏的设定，估计出最好的机会和最大的风险，以便风险投资家更容易估计公司的可行性和他相应的投资安全性，这样获得风险投资的可能性就更大些。

十、资本需求

现金流量表可以反映出公司资金需求的时间和数量，但却不能反映出它的真正用途。一般来说，公司应该给愿意或能够出借或投资的人每一项具体的资本需求，说明它是用于研究、生产启动投资还是现金存留，等等。

简单地说，资本是一个企业运行的燃料，企业要想获得多达程度的发展，就必须添加多少燃料。大多数初创企业的失败，不是由于缺乏一般意义上的管理技巧或是产品，而是由于缺乏足够的资金。资金来源的渠道包括：

⑴个人；

⑵亲属和朋友；

⑶非正式的私人投资者；

⑷产品/服务的供应商；

⑸银行；

⑹政府；

⑺投机资本；

⑻风险投资基金；

⑼首次公开上市；

⑽部分附属公司的上市。

对于新创公司来说，利用⑴、⑵、⑶、⑻所述的渠道更现实些。

十一、应该和不应该的注意点

应该：清楚，简洁；展示市场调查和市场容量；确定顾客的需求并引导顾客的需求；解释他们为什么会掏钱买你的产品/服务；在头脑中要由一个投资退出策略；解释为什么你最合适作这件事；请读者做出反馈。

不应该：过分乐观；拿出一些与产业标准相去甚远的数据；仅面向产品；忽视竞争威胁；进入一个拥塞的市场；交一份不专业的创业计划；滥发计划，盲目寻找投资人。

**第三篇：创业计划书写作指南**

附件4：

创业计划书写作指南

创业计划大赛预赛阶段要求参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出并围绕一个具有市场前景的产品、服务，提交一份创业计划大纲。创业计划大纲基于具体的产品、服务，着眼于特定的市场、竞争、营销、运作、管理、财务等策略方案，描述公司的创业机会，阐述把握这一机会创立公司的过程并说明所需资源。创业计划大纲应条理清晰、重点突出、力求简洁，相关数据科学、真实准确，对于一个非技术背景的人士应清晰易懂。

创业计划一般包括：执行总结、产业背景和公司概述、市场调查和分析、公司战略、总体进度安排、关键的风险、问题和假定、管理团队、企业经济状况、风险预测、假定公司能够提供的利益等十个方面。

计划书评审中的基本比重参考如下：

创业机会描述

要求：清晰的产业背景和市场竞争环境：市场机会和有效的市场需求、所面对的目标顾客（群）等。

产品、服务概述

要求：准确定义所提供的产品、技术、概念产品或服务，针对解决的问题，如何满足市场需求；本项目所具有的独创性、领先性、实现产业化的途径等。

市场描述

要求：在市场调查的基础上，分析面对的市场现状，发展趋势、潜力，竞争状况，包括竞争分析，目标市场定位，市场容量估算，预计的市场份额，趋势预测等。

公司战略

要求：公司的商业模式、发展战略等。结合竞争优势确立分阶段目标，公司的研发方向和产品线扩张策略，主要的合作伙伴与竞争对手等。

营销策略

要求：根据本项目的特点，制定合适的市场营销策略，包括定义产品、技术、概念产品或服务，制定恰当的价格、渠道、推广策略等，确保顺利进入市场，并保持和提高市场占有率。

融资与财务

要求：股本结构和规模，资金来源与运用，盈利模式、盈利能力分析，风险投资退出策略（方式、时间）等。

关键风险和问题

要求：客观阐述本项目面临的技术、市场、财务等关键风险问题，提出合理可行的规避计划。

管理团队

要求：介绍团队各成员与管理公司有关的教育和工作背景，成员的分工和互补，公司的组织构架以及领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。

文字表述

要求：条理清晰，重点突出，语言简练。

另外，好的计划书有如下特点：1.计划完整、清楚、简洁，包含上述各个方面的阐述，同时突出项目的重点；2.方案可行；3.技术含量高或具备创新性；4.效益评价好；5.资金筹措方案合理；6.市场前景广阔。展示市场调查和市场容量，了解顾客的需要，解释顾客为什么会掏钱买你的产品／服务。

应该避免以下情况：过分乐观，忽视竞争威胁；拿出一些过于宏观、与产业标准相去甚远的数据；进入一个拥塞的市场等。

**第四篇：创业计划书写作指南**

创业计划书写作指南

目标：指明计划的投资价值所在。解释是什么（What），为什么（Why）和怎么样（How）。参赛项目可以是一项发明创造，技术专利，也可以是一项可能研发实现的概念产品或服务。具体来源：参赛小组成员参与的发明创造或专利技术；经授权的发明创造或专利技术（此种情况下，参赛小组须向组委会提交具有法律效力的发明创造或专利技术所有人的书面授权许可，以引用其产品）；可能研发实现的概念产品或服务。

1、核心内容

产品（或服务）的独特性 详尽的市场分析和竞争分析 现实的财务预测 明确的投资回收方式 精干的管理队伍

2、写作框架

概述：公司的业务和目标及其他 产品或服务：用途、好处

竞争优势所在

专利权、著作权、政府批文、鉴定材料等

市场：市场状况、变化趋势及潜力

调研数据

细分目标市场及客户描述

竞争：现有和潜在的竞争者分析

竞争优势和战胜对手的方法 如何保持并提高市场占有率

运作：原材料、工艺、人力安排等

组成营销、财务和行政、生产、技术 财务预测：营业收入和费用、现金流量

前两年月报、后三年年报

附录：支持上述信息的材料

3、思考方法

（1）收入成本法（适用于利润的预测和变动分析）

利润=收入-成本 收入=价格\*销售量 成本=固定成本+可变成本

（2）市场营销4Ps（适用于销售状况的预测和变动分析） Product：产品  Price：价格

Promotion：促销 Placement：分销策略（3）波特五大竞争作用力

（适用于分析是否应当进入某个市场或产品领域，以及是否具有长期的竞争力）

供应商议价能力 购买者议价能力 潜在竞争者 替代品竞争 行业内原有竞争

（4）内部因素和外部因素（适用于分析各类经营问题）外部因素：市场（趋势、细分市场、替代品）

客户（需求、品牌忠诚度、价格敏感度） 竞争对手（数量、市场份额、优势） 内部因素：营运（生产效率、成本因素） 财务（利润率、资金利用效率、现金管理） 产品（竞争优势、差异性）

（5）3Cs综合法（适用于分析各类经营问题）

Company公司

市场营销、生产运营、财务管理、战略规划 Competition竞争

行业竞争态波特五大作用力、竞争定位价格、质量 Customers客户

市场细分、容量、增长、变化趋势、价格敏感度

创业计划书基本要求

创业计划竞赛要求参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出一个具有市场前景的产品/服务，围绕这一产品/服务，完成一份完整、具体、深入、可行性、操作性俱佳的创业计划。创业计划基于具体的产品/服务，着眼于特定的市场、竞争、经营、运作、管理、财务等策略方案，描述公司的创业机会，阐述把握这一机会创立公司的过程并说明所需资源。

1.概述

要求：简明、扼要、具有鲜明的特色。重点包括对公司及产品/服务的介绍、市场概貌、经营策略、生产销售管理计划、财务预测；指出新思想的形成过程和对企业发展目标的展望；介绍创业团队的特殊性和优势等。

2．产品/服务

要求：如何满足关键用户需要；进入策略和市场开发策略；说明其专利权，著作权，政府批文，鉴定材料等；指出产品/服务目前的技术水平是否处于领先地位，是否适应市场的需求，能否实现产业化。

3．市场

要求：市场容量与趋势、市场竞争状况、市场变化趋势及潜力，细分目标市场及客户描述，估计市场份额和销售额。市场调查和分析应当严密科学。 4．竞争

要求：包括公司的商业目的、市场定位、全盘战略及阶段的目标等，同时要有对现有和潜在的竞争者的分析，替代品竞争，行业内原有竞争的分析。总结本公司的竞争优势并研究战胜对手的方案，并对主要的竞争对手和市场驱动力进行适当分析。

5．营销

要求：阐述如何保持并提高市场占有率，把握企业的总体进度，对收入、盈亏平衡点、现金流量、市场份额、产品开发、主要合作伙伴和融资等重要事件有所安排，构建一条畅通合理的营销渠道和与之相应的新颖而富于吸引力的促销方式。

6．经营

要求：原材料的供应情况，工艺设备的运行安排，人力资源的安排等。这部分要求产品或服务为依据，以生产工艺为主线，力求描述准确、合理、可操作性强。

7．组织

要求：介绍管理团队中各成员有关的教育和工作背景、经验、能力、专长。组建营销、财务、行政、生产、技术团队。明确各成员之间的管理分工和互补情况，公司组织结构情况，领导层成员，创业顾问及主要投资人的持股情况。指出企业股权比例的划分。

8．财务

要求：包含营业收入和费用、现金流量、盈利能力和持久性、固定和变动成本；前两年财务月报，后三年财务年报。数据应基于对经营状况和未来发展的正确估计，并能有效反映出公司的财务绩效。

9．表述

要求：条理清晰；表述应避免冗长，力求简洁、清晰、重点突出、条理明；专业语言的运用要准确和适度；相关数据科学、诚信、详实。

**第五篇：创业计划书写作指南**

创业计划书写作指南

目标：指明计划的投资价值所在。解释是什么（What），为什么（Why）和怎么样（How）。

一、核心内容

产品（或服务）的独特性 详尽的市场分析和竞争分析 现实的财务预测 明确的投资回收方式 精干的管理队伍

二、写作框架

概述：公司的业务和目标及其他 产品或服务：用途、好处 竞争优势所在

专利权、著作权、政府批文、鉴定材料等

市场：市场状况、变化趋势及潜力调研数据细分目标市场及客户描述 竞争：现有的潜在的竞争者分析

竞争优势和战胜对手的方法营销：针对每个细分市场的营销计划 如何保持并提高市场占有率 动作：原材料、工艺、人力安排等 管理层：每个人的经验、能力和专长 组成营销、财务、行政、生产、技术团队 财务预测：营业收入和费用、现金流量 前两年月报、后三年年报 附录：支持上述信息的材料

三、思考方法

1、收入成本法（适用于利润的预测和变动分析）利润=收入-成本 收入价格\*销售量 成本=固定成本+可变成本

2、市场营销4Ps（适用于销售状况的预测和变动分析）Product：产品 Price：价格 Promotion：促销 Placement：分销策略

3、波特五大竞争作用力

（适用于分析是否应当进入某个市场或产品领域，以及是否具有长期的竞争力）供应商议价能力 购买者议价能力 潜在竞争者 替代品竞争 行业内原有竞争

4、内部因素和外部因素（适用于分析各类经营问题）

外部因素：市场（趋势、细分市场、替代品）客户（需求、品牌忠诚度、价格敏感度）竞争对手（数量、市场份额、优势）内部因素：营运（生产效率、成本因素）财务（利润率、资金利用效率、现金管理）产品（竞争优势、差异性）5、3Cs综合法

（适用于分析各类经营问题）Company公司

市场营销、生产运营、财务管理、战略规划 Competition竞争

行业竞争态波特五大作用力、竞争定位价格、质量 Customers客户

市场细分、容量、增长、变化趋势、价格敏感度

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找