# 如何写好商业计划书

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-08-23

*第一篇：如何写好商业计划书如何写好商业计划书按照古来兵法“兵马未动，粮草先行”，商业计划书就是现在草根创业者们举兵而起的粮草。土豪或者有干爸爸的孩子们可能用不上，人家不缺资源，可以随时为自己的下一步失误买单。刘欢都替他们想好退路了：大不了...*

**第一篇：如何写好商业计划书**

如何写好商业计划书

按照古来兵法“兵马未动，粮草先行”，商业计划书就是现在草根创业者们举兵而起的粮草。土豪或者有干爸爸的孩子们可能用不上，人家不缺资源，可以随时为自己的下一步失误买单。刘欢都替他们想好退路了：大不了重头再来。我为什么要说草根创业者呢？因为绝大多数人要融资，要找人筹钱，而商业计划书就是你筹钱融资的敲门砖开门锁。能不能入有钱人法眼就靠他了。

堂主刚刚入行，也说不出金玉良言，全凭直觉瞎写。看完便可以忘记。所以对您造成什么误导，那可对不起您，这并不是我本意。

先从商业计划书的命名开始，我原来写商业计划书的时候，常常对于文档或是ppT的命名就是“商业计划书”，现在才知道，这真的愧对自己的智慧。投资经理一天少说也得看5个项目吧，存为文档，然后哪个是您的计划书，心中稍觉尴尬，所以请将项目名称写上去，成为XX项目商业计划书。

商业计划书的形式最好是ppT配上pDF作为辅助，ppT一篇显示的字符相对较少，还有些花边图案，阅读体验好。要是密密麻麻的字读下来，真是头大，一头大没了重点，没了概念。所以用ppT将你想阐释的重点涵盖进去。要是需要做什么解释的配上pDF作为说明，要是投资人有兴趣他会详细了解的。

商业计划书的内容，现在网络上有各种版本，都非常具体。堂主按照自己的思维逻辑写出来。

概括起来讲无非就是：拥有什么资源花什么代价搞出什么产品跟谁一起解决哪一用户群体的哪种需求，获得价值回馈。所以你看是先有产品解决别人的需求，才是赚钱。

我们从下面这张商业模式画布看一下主要的内容(内容不细讲，想了解，可回复微信《商业模式新生代》，我抽一位寄给你)：

Key parters 重要的合作伙伴Key activities 重要业务Value propositions 价值主张Customer relationships 客户关系管理Customer segments 客户细分Key resources 重要资源Channels 渠道通路Cost structure成本结构Revenue streams收入模式

基于人的逻辑，堂主的思路是这样的：

一、一句话描述你要干什么或者你的产品。至于怎么干，通过什么方式去干，先放一放。很多计划书从头看到尾都不知道干什么，这是很危险的，你描绘不清楚你要干什么，说明你自己都不清楚干什么，别人怎么知道你要干什么呢？所以这会直接被pASS掉。

二、行业背景和前景，行业困惑，由于困惑才能显出你干的事情有价值。分析你干的事情的产业链，真心是希望你跳出自己这个思维圈子来看看，你这个行业上下游产业链都在干什么怎么赢利，你要怎么切入，定位于什么身份。即使是颠覆原来的，你也要搞清楚原来是怎么搞的对吧？

三、从解决问题的角度介绍产品，逐渐表明自己的产品，关于解决问题的路径，堂主认为最优的一定是解决问题的切入点和落脚点。不要一上来就谈模式。您认为是产品重要还是模式重要？模式的根基在于产品，所以产品切入市场的落脚点就显得至关重要。这个时候看项目的人就会评估你的项目说，看你能不能撬开这块前景的市场。

四、然后就可以按照锤子手机罗永浩的样子来显摆自恋精神了，利用必杀技秒杀市场竞争对手，并将一切有可能成为竞争对手的潜在对手要有风险控制措施，专业术语叫核心竞争力。

五、好了，你的产品完胜了、无敌了、屌爆了。面临的问题是怎么推广，你还要忽悠哪个小伙伴建立战略合作关系，互惠互利，想清楚你要用他什么资源，权责分明。顺带提一句现在互联网思维很火很强大，简直功不可破，很多人一上来就讲用互联网思维战胜时间一切对手，我劝你趁早歇了吧。互联网思维永远只是一个通道，不论是粉丝经济还是价值共享，最终的还是靠你的产品。现在用户又不是傻子，你鼓吹得再好，产品再文艺再清新再与众不同，不靠谱还是没有回头客的。人家买第一次就当看戏打赏戏子了。

六、看到这，产品和市场完备了。那到底你们是怎样一群人在做啊，团队组成是怎么样的，职责和股权分配是怎么样的。有没有能力将产品开发出来，有没有能力推广，有没有破釜沉舟干掉秦军称霸武林的架势。

七、这个时候其实快让投资人爱上你了，但是你要是只是概念阶段，只是想法，没有实际的动作和投入，哪怕有demo都好，否则你可是浇了一大盆冷水给投资人。有详细的开发计划，产品上市计划，以及市场目标用钱计划，一步一步的妥妥的走，妥妥的烧钱进账，给愿景摊张别太离谱的大饼，反正真假无从考证，但是人家一看，还是新生爱慕的。

八、投资人这时候想：干这件事情，您需要多少钱啊，怎么用这笔钱啊。你想出让多少股份啊。投进去的钱什么时间用什么方式退出啊。这里有一个对于早期项目的世界大难题：估值。改天我单独在写估值这个王八蛋，害得我也不知道怎么估值。

九、最后就是你在一路前进的道路上遇到哪些问题和风险控制，然后你要怎么遇神杀神遇佛杀佛的故事。

堂主要是看完一个项目，有这些方面的内容，我就觉得很舒服。我不要脸的认为是perfect。只要是你针对市场找准了方向，细化了产品，我相信投资人会找到你的。

声明：个人愚见，欢迎批评指正和探讨，看过忘了即可，对您造成的误导，本人概不负责，哼，误导您了，有本事您又能干嘛呢?

**第二篇：什么是好的商业计划书**

什么是好的商业计划书

一句话，最符合特定投资者需求的商业计划书就是好的计划书，因此撰写符合“投资者关心什么样的项目”要求的就是唯一标准。

具体来讲：

1、形式上：装订美观大方，字体合适，图案清晰，不要错误错字连篇，那将极大影响投资者对你项目的评价，毕竟，投资者到目前为止，还只能通过这篇商业计划书来了解你的项目和你的为人。

2、内容上：一般来讲，商业计划书的内容格式都有一定之规，大同小异，但几个重点方面还是要多加斟酌：

----产品独特之处，特别是该项目的进入壁垒；

----市场分析，一定要给投资者清晰的目标顾客概念，潜力分析要有理有据；

----赢利模式，一句话，客户为何必须购买你的产品，收入怎么到达你的公司，增长潜力有多大；

----近期和中期资金使用计划（现金流）；

----公司战略与产品竞争策略，这也是投资者关心的焦点问题；

----营销模式有效吗？

以上是一份商业计划书是否能打动投资者的关键问题，商业计划书的优劣高低就分出来了。

商业计划书主要内容示例

10万亩华夏冬枣基地建设项目

商业计划书

第1篇 项目背景

第2篇 公司基本情况

2.1 公司概况

2.2 公司股权结构

2.3 公司管理架构

2.4 公司法人简介

2.5 公司当前资产负债情况

2.6 公司历史及当前经营情况

2.6.1 公司当前生产经营情况

2.6.2 公司前三年经营业绩

2.7 企业主要竞争资源

2.7.1 得天独厚的种植条件

2.7.2 优质的产品品质

2.7.3 丰富的种植技术和经验

2.7.4 政府大力的支持

2.7.5 公司长期积累的产品市场渠道和优质客户

2.7.6 已经形成的育苗、生产、加工基础大大降低了该项目的风险

第3篇 项目产品、技术及工程建设

3.1 项目主要产品及规模目标

3.2 主要产品质量指标表

3.3 本项目主要产品之特点描述

3.4 冬枣之生产工艺流程

3.5 冬枣栽培技术及丰产措施

3.5.1 栽培技术

3.5.2 丰产措施

3.5.3 病虫防治

3.6 所采用技术的先进性、可靠性和经济性

第4篇 行业及市场分析

4.1 冬枣行业概述

4.2 冬枣市场供求分析

4.2.1 需求分析

4.2.2 供应分析

4.2.3 市场预测

4.3 行业存在的问题及机会所在4.3.1 我国对鲜枣的开发利用为初级阶段

4.3.2 中国鲜枣是高档名贵果品的属性

4.3.3 鲜枣的国内、国际市场急待开发

第5篇 产品营销策略与营销计划

5.1 产品营销策略

5.2 精细化战略规划

5.2.1 完善企业标准、推动行业标准的建立

5.2.2 精细化品牌运作

5.2.3 精细化渠道运作

5.3 精细化整合传播

第6篇 项目建设计划

6.1 项目建设主要内容

6.1.1 基地建设规模与建设的目标

6.1.2 基地建设内容

6.1.3 基地建设布局与进度安排

第7篇 项目财务分析

7.1 项目建设完成后主要财务报表（见财务附表）

第8篇 融资与退出

8.1 本项目拟采用的融资方式、风险分析及相应的退出方式可行性

8.1.1 融资方案

8.2 投资退出方案

8.2.1 股权融资退出方案

8.2.2 债权融资退出方式

第9篇 结论

附件目录

商业计划书写作纲要

部分 目的 长度(页数)

1.0 业务要点整个业务计划的简要总结 1-2

2.0 公司描述 2.1 背景/历史 2.2 资本结构/股东名单 2.3 期权协议（如果适用）

背景资料，包括资本结构。1-2

3.0 产品 / 服务公司的3.1 描述 3.2 技术 3.3 消费者可得到的好处

公司将向消费者提供什么? 与消费者目前所使用/所拥有的产品/服务相比，消费者将从公司的产品 /服务中如何受益? 1-3

4.0 市场分析 4.1 规模 4.2 区域聚焦 4.3 发展 4.4 消费者概况 4.5 市场开拓战略公司

有多少潜在用户? 其增长率是多少? 公司计划占有该市场的多大份额 ? 公司如何发现潜在市场、如何打进潜在市场? 1-2

5.0 竞争分析

5.1 现有竞争 5.2 替换产品 / 服务 5.3 SWOT(强势/弱势/机会/威胁分析)5.4 竞争优势 5.5

进入壁垒

公司的竞争对手是谁? 公司比竞争对手强/弱的地方是什么 ?是否具有能阻止其他人进入的壁垒(例如技术/法规)? 1-2

6.0 业务计划的实施 6.1 战略 6.2 联盟 6.3 实施时间表和预算业务计划将如何实施? 公

司的实施战略是什么? 1-3

7.0 管理团队 7.1 创始人和主要成员的简要介绍公司的主要员工是谁? 他们拥有何种经

验、业绩记录和技能? 1-2

(半页/人)

8.0 资金需求 8.1 需求量 8.2 估值和理由 8.3 资金用途公司需要多少资金来实施该业

务计划? 公司如何向外部投资者估值自己? 预计 “资金消耗率”(或每月支出)是多少? 1-2

9.0 财务分析 9.1 预计收益和损失 9.2 现金流动公司财务规划

商业计划书释义

商业计划书（Business Plan）是一份全方位的项目计划，其主要意图是递交给投资人，以便于他们能对企业或项目做出评判，从而使企业获得融资。商业计划书有相对固定的格式，它几乎包括反映投资者所有有兴趣的内容，从企业成长经历、管理团队、股权结构、产品服

务、市场、营销、组织人事、财务、运营到融资方案。只有内容详实、数据丰富、体系完整、装订精致的商业计划书才能吸引西方投资者，让他们看懂你的项目商业运作计划，才能使你的融资需要成为现实，商业计划书的质量对你的项目融资至关重要。

广义上的商业计划书不单单只是企业项目融资所需要的文件，也是企业管理所需要的行

动纲领，商业计划可以使你有计划地开展商业活动，增加成功的机率。特别是对于创业者来

说，是不可缺少的。中财金源经济研究院针对企业商业计划开展的市场式战略管理咨询项目

就是把“市场”的概念放进“战略管理”中，强调对市场环境，特别是竞争者和客户的深层

次理解，认为市场、经营环境和技术是不断变化的。市场式战略管理咨询从企业的产品、营

销、市场以及企业内部人员、制度、管理、财务等各个方面进行分析，帮助企业建立一个连

续、现时的信息收集、分析和决策的市场式管理战略体系。采用市场式战略管理咨询项目产

生的商业计划书既是一份优秀的融资材料，也是企业市场式战略管理计划书。

中国企业的融资项目要获得海外投资者的青睐，良好的融资策划和财务包装，是企业融

资过程中必不可少的环节，其中最重要的是应做好符合国际惯例的高质量的Business Plan

（商业计划书）。目前中国企业在国际上融资成功率不高，不是项目本身不好也不是项目投

资回报不高，而是在于首先让投资商失望的是项目方商业计划书的草率与策划能力。

商业计划书的起草与创业本身一样是一个复杂和系统的任务，不但要对行业进行充分的研究，而且还要有很好的文字功底。对于一个发展中的企业，专业的商业计划书既是寻找投

资的必备材料，也是企业对自身的现状及未来发展战略全面思索和重新定位的过程。我研究

院专业人员将根据企业提供的公司背景资料等，协助企业进行市场调研和分析、商业模式设

计、战略规划、财务预测、融资方案设计，不仅仅帮助企业写作商业计划书，而更重要的是

充分挖掘科技资源，加速技术、人才与资本的有机融合，推动科技成果的转化进程，促进科技与经济的市场结合，加快高新技术产业和风险投资的发展，并使我们写作的计划书不但帮助企业成功地进行融资而且对企业的管理决策也发挥重大作用。

优秀的商业计划书不仅仅是融资文件也是战略计划书

商业计划书撰写

融资使用的商业计划书撰写项目：中财金源经济研究院以符合国际投资商的思维与要求，按照我院市场式战略管理咨询项目的程序，采用美国Palo Alto Software, Inc公司Business Plan Pro?软件中的标准国际格式，从企业的产品、营销、市场、财务以及企业内部人员、制度、管理等各个方面进行分析，帮助企业撰写商业计划书，包括公司介绍、产品和服务、市场分析、竞争分析、风险分析、核心团队、财务计划、投资需求及退出等内容。客户可以选择中文版、英语版或者演示版。

中国企业的融资项目要获得海外投资者的青睐，首先应做好符合国际惯例的高质量的Business Plan（商业计划书）。目前中国企业在国际上融资成功率不高，不是项目本身不好也不是项目投资回报不高，而是在于：首先让投资商失望的是项目方对商业计划的草率与策划能力，更何谈今后的项目管理运作能力呢?

内部管理使用的商业计划书撰写项目：中财金源经济研究院将“市场”的概念放进“战略管理”中，借助自己开发的财务模型工具(Financial Modeling Tool)按照规定的程序对企业实施市场式战略管理咨询，强调对市场环境，特别是竞争者和企业的深层次理解。从企业的产品、营销、市场、财务以及企业内部人员、制度、管理等各个方面进行分析，帮助企业建立一个连续、现时的信息收集、分析和决策的市场式管理战略体系，在此基础上，我们将为企业撰写内部管理使用的商业计划书，这是专门为企业持续增长或者重新焕发生机而设计的赢利战略方案。客户企业通过实施我们出具的内部管理使用的商业计划书，将有助于提高企业的经营效率，增强企业的盈利能力，从而给企业带来可持续性的竞争优势和高额利润回报。

国内投资融资或政府资助项目申请的商业计划、可行性研究报告编制项目：采用投资合作方或出资方（如：国家科技部的科技型中小企业创新基金项目、农业科技成果转化资金项目、国家级火炬计划项目；国家商业部的外资发展基金、中小企业国际市场开拓资金项目计划；国家财政部的利用高新技术更新改造项目贴息基金、国家重点新产品补助；国家计划发展委员会的产业技术进步资金资助计划、节能产品贴息项目计划；国家信息产业部的电子信息产业发展基金；各级地方政府的科技创新基金项目等）要求的格式内容进行编制。企业通过我院编制的规范化的项目文件，将极大地增加获取资金的概率，并且我们也可以帮助客户向有关部门进行项目推荐。

撰写流程

商业计划书（Business Plan）撰写流程:基本上按照中财金源经济研究院市场式战略管理咨询（Strategic Market Management）的项目流程来进行的，但在时间上可以缩短为15-30个工作日，具体将视项目方提供资料的及时性与完整性而定。

项目方提供给我们的的基础数据与资料一般为：(1)必须提供的数据资料：财务预算基

本数据与股东、管理团队资料；公司经营历史与主营业务；产品性能与技术基础资料介绍；

(2)扼要提供的参考资料为：市场行业资料；项目建设实施计划；行销方法与策略；项目的融资计划和退出方案；项目在原料、生产、销售渠道、技术、设备、资金、人员、环境、政策及合作伙伴等方面可以利用的重要支撑条件，比如项目可行性研究报告等。

我们在为项目方撰写商业计划书、项目可行性研究报告时，将具体对项目方提出资料清单，协助项目方完成资料数据的收集和提供。

市场式战略管理计划书咨询和撰写流程:严格按照中财金源经济研究院市场式战略管理咨询（Strategic Market Management）的项目流程来进行的，由于这是涉及到企业未来发展的重大战略问题，我们的咨询专家将与企业进行双向沟通交流，使我们的咨询效果达到最佳。

**第三篇：商业计划书**

商业计划书格式样例

[公司或项目名称

商业计划书

主联系人

职务

电话号码

传真号

电子邮件

地址

邮政编码

保密须知

本商业计划书属商业机密，所有权属于公司或项目名称。其所涉及的内容和资料只限于投资有限公司的投资者使用。收到本计划书后，应在7个工作日内予以回复确认立项与否，并遵守以下的规定。

1、若不希望涉足本计划书所述项目，请按上述地址尽快将本计划书完整退回。

2、在没有取得公司或项目名称的许可，不得将本计划书全部或部分地传递给他人；

3、应该象对待贵公司的机密资料一样的态度对等本计划书所提供的所有机密资料。本商业计划书所涉及项目投资与管理内容均可具体协商。

申请人 /公司（签章）：

项目负责人签字：

申请日期：

一、摘要

二、公司介绍

1、公司历史沿革

2、公司宗旨

3、组织及管理（公司位置、组织结构、人员构成和管理模式）

4、公司历史业绩

5、公司的外部公共关系

三、管理团队

1、管理团队：主要管理人员（总经理、销售、生产、研发、财务等重要部门领导）的资料，包括：姓名，职位，性别，学历，以往业绩，毕业院校，所持有公司股份或期权等重要资料；

2、管理体制和激励机制：公司组织结构、经营决策程序、运行管理机制、员工激励制度；

3、外部支持（顾问关系）：公司聘请的法律顾问、投资顾问、会计师事务所等中介机构的名称；

4、股份分配在贵公司的股本中重要股东的情况，列表说明重要股东的名称、持股量、股份单价、占总股份的比例等资料。若有自然人、持股会为股东，要详细介绍其背景。

5、董事会：简略概括一下你的董事会的背景、组成和董事会成员的简历。

四、产品和服务

该部分主要介绍风险项目下的核心产品，内容包括

1、公司目前所有产品清单及其适用领域，简要介绍主导产品；

2、风险项目的简要介绍，包括：项目名称、产品方案；产品应用领域；

3、产品前期开发研究进展情况和现实物质基础，包括：

产品开发处于何种阶段；

产品的创新之处，在国内外领先程度（提供相关证明材料）；

开发和研究的设备、条件；

生产线建设程度；

4、产品的市场优势，包括：

专利技术

产品上市的周期；

产品自身的影响力或依托单位的品牌形象等；

5、该产品是否申请过国家有关基金资助？有无最后验收、鉴定的结论、评奖等。

6、就风险项目而言，详细介绍有关开发资源与条件情况，包括：产品开发能力的保障，包括 1）资金筹措2）开发队伍：技术专家、协作开发人员3）设备场地4）政府许可5）外协外委单位6）外部技术专家等资源；

7、资金筹措到位后，对于上述资源的满足程度。

五、技术来源

该部分详细描述风险项目产品所依赖的关键技术、相关技术的情况。

1、贵公司近年来主要研究的技术领域和相关的技术成果；

2、风险项目产品开发、生产业务流程图，要具体画出从原材料到中间试验、到规模生产各阶段的工作流程和业务内容；

3、简要介绍产品开发、生产所采用的共性技术、专有技术及（Know-how）的相关名称，标明上述技术中的关键技术（即限制其他竞争者的技术 “瓶颈”）；

4、具体描述现实的、潜在的国内外竞争单位（科研机构、生产商）的名称，及其产品（或类似功能产品）开发工艺路线、技术状况；贵公司与竞争单位的技术、工艺的判别以及创新之处和显著优点、领先程度与存在的差距（要有相关文献资料支持），导致的产品功效的差异；

5、专利技术专利技术的获得情况、专利技术保护范围和相关证明文件； 与国内外其他类似专利技术的关系，尤其是否可能造成侵权行为；

6、相关技术的使用情况技术间的关系）： 若应用的其他非专利技术存在技术共享、协议或授权使用情况，特别列出相关单位和其他共享者的确认使用文件；

7、风险项目的技术团队情况介绍，包括技术负责人、关键技术骨干的学历、专业、工作背景等情况。

六、市场分析

1、整个行业的市场需求状况是什么？

2、产品特定的细分市场，包括回答以下问题：

你有哪些类型的顾客？

现在及将来有多少顾客？

这些顾客都分布在什么地方？

产品使顾客接收有何障碍？顾客的购买（使用）标准是什么？

你计划采取什么策略使顾客使用、购买你的产品？

3、市场的定位以及产品的价格

4、销售渠道、销售战略和市场计划

七、竞争分析

1、国内主要竞争对手情况分析，包括：

对手的名称，地域分布；

其目前开发的同类功能产品所处的研发阶段，或产品在市场上的销售情况；

其未来可能对本项目产品造成的威胁分析。

2、国外主要竞争对手产品开发民政部或销售情况，与其相比贵公司的优势或劣势，包括：

技术创新性，专利权，工艺水平及领先程度；

产品价格及生产成本；

财务方面；

规模大小及营业额；

市场促销策略

八、财务与成本分析

1、中小企业融资需求（含权益资本和债务需要）

2、资金使用计划

3、预计未来三年产品销量、损益表和资产负债表，并提供预测依据。

九、战略分析

1、公司战略的拟订

2、公司战略的具体实施步骤

十、公司的核心竞争力

十一、风险分析

1、技术

2、市场

3、政策

4、管理体制

5、其他

十二、附件

1、公司客户名单（目前和正在接洽）

2、有关媒体对于产品的介绍、宣传等资料等等，公司需要。

**第四篇：商业计划书（推荐）**

芳草集眼霜 商业计划书

开店名称 ：威浪洗鞋

开店地址：南宁市邕宁区蒲庙镇

融资负责人姓名：饶松

职务：创始人

电话 ：\*\*\*

E-mail ：383017638@qq.com 网站：芳草集眼霜迷尚bb霜

1．关于产品

产品：产品在我选择地区正处于一个新兴的行业，一个雏形发展阶段，它的目前所提供的产品服务：机器洗鞋、干洗运动鞋、休闲鞋清洗、旅游鞋清洗、布鞋清洗、磨沙皮鞋干洗及皮鞋干洗、皮靴干洗、鞋类杀菌除臭、鞋类护理等并上门服务。产品的独特性在于与百姓生活息息相关。只要有人穿鞋就有市场需求，同时洗鞋和洗衣服一样，洗鞋洗习惯了就会上瘾，自己洗很麻烦，洗不干净，很难干，拿出去太阳晒容易发黄及脱胶。在我们这里洗鞋店里洗鞋可以洗得十分干净，而且可以杀菌、除臭、定型、加香，涣然一新新感觉，持久保靓一星期。只有有鞋的人都有市场需求，都会使用企业的产品，我们的主要定位是上班族和学生。产品的生产成本是0.5，售价是3元。

服务的特点是：30分钟内上门收鞋，如果不及时到达就免费为他服务，让客户有上帝的感觉。

2．敢于竞争

竞争对手明确是洗鞋店的有一家金碧洗鞋店，他们宣传不到位，影响力小，没能上门服务。他们对产品是不主动找销路，是一种产品观念，而我要做到市场营销观念。并且价格高，他们的定价在一双5元。不能让学生和普通市民所接受。竞争对手所采用的营销策略是渠道策略，并且所占市场份额不大。

竞争对手的产品与我们的产品相比，我们的优势在于：我们在服务上更富有激情，用现在化理念对抗传统的生意模式。我们还从不同的角度切入市场，而我的竞争对手则固守常规，我们就会大占优势，我们的业绩和成果数字将证明这一点。

和竞争对手相比顾客会偏爱本我们的原因是：我们的产品质量好，送货迅速，定位适中，价格合适，有特殊卖点，就是上门收鞋，试业期间洗鞋效果不满意不收费，用此来迅速增大市场份额，我们在刚刚开业期间将挨家挨户的宣传，用最小的成本做最大的宣传。

3．了解市场

全镇大概有8.5万人，我们将进入那种行业因为市场有这个需求，并且供小于求。其中所在地有4个高中（邕宁高中，南宁市41中南宁市42中，南宁市43中），一个职高，4个初中（城关中学，蒲庙中学，民族中学，朝阳中学），2个小学（一小，二小），武警学校，接近一万五名学生，还有大概六个政府单位，及一些民营企业单位。每人最低有3双鞋，假如每人每月最低消费3元，这镇上大概有8.5万人，所以这里市场巨大，又因为它是服务行业的朝阳行业，市场前景广阔，与百姓生活息息相关。只要有人穿鞋就有市场需求，同时洗鞋和洗衣服一样，洗鞋洗习惯了就会上瘾，自己洗很麻烦，洗不干净，很难干，拿出去太阳晒容易发黄及脱胶。在我们这里洗鞋店里洗鞋可以洗得十分干净，而且可以杀菌、除臭、定型、加香，涣然一新新感觉，持久保靓一星期。

5.我们的宣传措施是：对单位采取挨家挨户的敲门宣传，在周末进行定点宣传，广开人脉，用免费的人脉朋友进行帮助，降低广告成本的同时做到最大的宣传、促销买3送一以快速的占领市场份额成为老大。我们还采取风险转移方法，使客户尽快的接受这个新兴行业。我们打算和超市进行合作。我们的销售战略：采取客户为先的策略，也许首次的交易量较小，但是我交了一位新朋友，一个下次还会记得我的新朋友，毫无疑问他下次会向他的朋友介绍给我做生意。我们采取转逆风险，和独特卖点，这样能以最快的速度战胜对手，并占领市场份额和令消费者接受新兴产品。我们将对员工进行宣传和基本知识的讲解。

6．主要行动的方针：我们将利用风险转移和独特卖点，全面宣传把产品推向市场。需投资两万

7．展示你的管理队伍

饶松是主要的负责人，另外还有两名协助人员，一名是李嘉良，性别男，高中时间担任班长，责任心强，办事能力好。另一名是梁海燕，性别女，此人勤劳，诚实，富有责任心。团队能力强，便于调动，富有激情。我相信在这一个新兴的行业中我们能风雨无阻。其他资源：人脉，认识老师和一些单位的职工，还有对区域的了解。

8．加盟公司的简介 ：

9．财务计划

16800加盟盟，五百车费去公司签约，三百元宣传单，一千元店面租金，850元招工，500元促销活动。

盈亏平衡分析：8000回本，定价3元，我们一双鞋的纯盈利是2.5元，我们打算积少成多。只要占领大量是市场份额就会有不可估计的盈利。我们预估我们的第一笔投资将用于2024年1月，收支平衡于2024年3月。我们将于2024年3月盈利，赢利点时的价格是3元。

此行业处于发展期，我们期望完成 20万的销售额，在3个月完成 两万 的税前利润。

如果资金充足我们将1.增大促销范围，2.制造或补充设备满足增长的市场需求，3.增加零售点或采用其他方法完善分销渠道，4.增强服务能力

10.风险与机会

风险:1.是我的客户对此行业不够了解，有潜在的需求。只在我们推出逆转风险，那么潜在的客户就会迅速的变成眼前客户。2是定价风险。

我们感到我们能克服这些风险因为如果我们能提出独特卖点和逆转风险，有创业的决心。遇到困难还可联系总公司

机会：我们面前的商业机会对我们非常有意义，如果我们能做到有足够的资金投资，就能快速的占领市场 我们就有机会将在一个月内将市场上的局部优势，变为整个行业的巨大优势。掌握市场发展趋势和需求，赋予创新精神和于众不同的经营。

11.市场定位：我们把市场定位为上班族和高中、初中学生。我们将把我们的产品定位为[低价/高质/物美价廉]，这些将是我的竞争对手当前所不能企及得。

12.我们的价格依据：是市场。我们达到这个价格是根据市场上的价格及成本。我们每月，每季，每年都观察我们的价格，以保证不丧失市场上的潜在价值。

备注：

转逆风险：我们提供客户完整的保证。所谓完整的“保证”指的是你完全消除了客户所要承担的风险，提供出没有风险的保证以吸引他们在我店里购买，而不是在我的竞争对手处购买。如果能在毫无风险的状态下做事情，许多的人都会抱着不妨一试的心态，如果我的产品和服务正如我所言，客户一旦开始尝试，就会一用再用，不断地向我重复购买。当我使用逆转风险时，基本上我就是告诉客

户，他们再也不会做出错误的、不好的、危险的决定，这是一个很强的述求点，会让任何原来有防备的客户卸下武装。

独特卖点是：第一次不满意不收费，30分钟上门收鞋，超过时间免费服务。

**第五篇：商业计划书**

某某某.com商业计划书



商务计划书



目 录





某某某项 目 概 述



某某某市 场 背 景





一、国际市场





二、国内市场





三、国内市场与国际市场的结晶——某某某应运而生

某某某项 目 介 绍 10





一、项目切入点 10





二、经营人员和指导思想 11





三、目标和目标简述 11





四、项目优势 12





五、竞争对手 13





六、竞争优势 3



某某某发 展 计 划 15





一、用户分析 15





二、市场开发战略 18





三、市场开发计划 4



Ｃhinanet114效 益 分 析





一、基础建设阶段（三个月）





二、中期发展阶段（九个月）





三、稳固发展阶段（一年）2



某某某投 资 分 析





一、小规模投资





二、风险投资



结 论







某某某项 目 概 述



互联网络将超越传统的产业（如房地产、石油、制造业等），而成为二十一世纪经济最高的增长点。全球150多个国家的45000个计算机网络和7000多万用户组成了一个庞大的互联网市场。据美国国际数据公司统计，98年网络商务交易额为500亿美元，2024年可望达到3000亿美元；因特网服务业的收入正以每年60%的速度增长，到2024年可达到780亿美元。在中国，截止99年6月30日，Internet用户为400万，而98年12月31日前为210万，仅仅半年时间就增长了91%！预计2024年可达500万【资料来源：中国互联网络中心（CNNIC），国家统计局】。互联网的迅速发展，使得连微软、联想、长虹这样的大企业也都把互联网作为新的产业重点。



互联网的飞速发展同时也带来了信息基础设施不健全、信息服务不完善等问题，据CNNIC调查，中文用户普遍感到不满意的地方有：高质量的中文信息少、信息搜索不主动、查询界面不人性化、信息使用不便、缺乏好的生活服务等。现有的中文站点如Yahoo中文、Sohu、网易等并没有很好地解决这些问题，这为某某某的出现提供了巨大的服务和市场空间。



某某某是###公司正在创建中的Internet中文门户，它是一个集搜索引擎、信息服务和网络应用服务于一体的中文站点。与目前现有的中文站点所不同的是，某某某集信息搜索、信息服务和网络应用于一体，是第一个提供实景搜索的网络平台，它改变了传统的网络界面，这个进步就如windows操作系统相对于Dos系统界面的进步。



某某某近期的主要目标是建立网站和数据库，提供Internet上的信息、生活服务、网上营销，树立网络114品牌市场，吸引用户访问，通过广告及多样化边际服务获得利润，积累资本，同时发展注册客户和吸引上网客户（吸引原始上市股东投资），争取一年内在香港“创业板”或美国“Nasdaq”上市融资（前期工作已开展,其它资料阐述）。同时，我们将采取投入资金和置换媒体的方式，全方位的建立114品牌价值，全力培养建立网络服务的战略优势地位。

某某某的长期目标是在中国乃至世界范围内，成为最有影响力、访问率最高的多元化网络服务站点，并以此为依托，建立起一个涉足众多行业的国际化信息产业集团。



某某某是一个具有很高回报率的投资机会，制胜的关键在于要迅速进入市场，并将超前的思维理念、多维市场、高新技术、人性管理、品牌战略等诸方面的因素完美结合在一起，通过特色服务尽快提高站点的访问率，占领制高点，取得竞争优势。



在拥有创业股东和原始上市股东双阶段资金支持下，某某某项目可望一年内在香港“创业板”或美国Nasdaq“二板市场”上市，根据网络股的市场概念，上市市赢率可望达到现值的20--30倍，同时项目两年的赢利可达5900万人民币。

为了确保迅速进入市场并取得市场领先地位，我们需要初期的融资以进入市场，公司可望在一年内盈利。





















某某某市 场 背 景



无论二十一世纪是否是第三次浪潮的兴盛时代，IT（信息技术）至少在目前以及在思维、数据采集、日常工作与社会生活等方面改造着人们的传统方式。在这场变革之中，Internet无疑扮演着核心的角色，不管地域远近，企业大小。如果说工业革命是人类手臂的延伸，那么电脑与Internet则充当着人类大脑的加速器。



纵观计算机的发展历史，我们不难发现这是一部从孤立到互联的历史。网络的出现使人们摆脱了资源不能共享的桎梏，社会的发展、信息大潮的冲击使得人们对更大地区范围内的信息共享需求更为迫切。因此，网络必将得到更加飞速地发展，并成为信息高速公路中信息传输极为重要的部分。以下我们从国际、国内市场分析某某某诞生的市场背景：









一、国际市场





Internet经历了数十年来社会环境变迁和技术发展的考验，在技术和社会效益方面都显示出它强大的生命力。九十年代后，Internet的商业化趋势逐渐增强，许多企业部门纷纷入网，网上各类商品信息和广告逐渐增多。从一些统计数字可以看到Internet发展规模之大和增长速度之快，Internet本身的商业化趋势亦可见一般。



1.用户数量和联接的网络数量



Internet作为全球最大的计算机互联网络，其发展是呈爆炸性的。迄今为止，全世界已有150多个国家、45000个计算机网络连接到Internet，用户数量已达7000多万个。目前，每天都有上亿人次在互联网络上阅读和交换信息，Internet成为了连接全球各个角落的信息高速路。



2.业务量与服务业收入



从业务量增长来看，1981～1989年间平均年增长率为140%，90年后平均增长率为100%，网中传送的商业信息日益丰富。另据美国国据数据公司分析说，1998年全球因特网服务业的收入已达78亿美元，比1997年增长了71%，这家公司还预测，今后5年内，全球因特网服务业的收入将以每年60%的速度增长，到2024年可望达到780亿美元。





3.用户分类



Internet系统过去可以认为属于非营利性的网络系统，网上大量的电子邮件和文件转送对于用户来说费率很低甚至是免费的。进入９０年代后，随着政府经济支持的减少，Internet的商业化趋势增强，许多企业纷纷连接到Internet。从用户分类来看，连接的主机中商业部分增长最快，从1992年10月的37.4%上升到1994年10月的44.8%，而非商业用户（科研、教育、政府、军事）比例则从62..6%减至55.2％。最近，一些提供商业性在线服务的经营者纷纷加入

Internet，可见在浩如烟海的Internet网络中，商业用户将成为未来的主导。

此外，Internet的商业化趋势还表现在各类商品信息和广告逐渐增多。在将来，这个全球最大的、无形的、牵动的人最多的计算机网络，必以巨大的力量，包括丰富多采的商业化行为，影响着信息时代人们的生产和生活。加入Internet就意味着掌握了巨大的市场。









二、国内市场





互联网络在国际上蓬勃发展的同时，中国的互联网络也有很大的进展。从网上信息浏览到IP电话，Internet正在从社会发展的各个方面影响和改变着

中国人民的生活方式，由此而来的新思维、新文化冲击着每个人。但同时，也为政府和企业界带来了一个挑战性的课题。中国的Internet 属于“舶来品”，它的发展有其特殊性：由于Internet在中国没有孕育、发生、发育乃至成熟的完整过程，很多Internet的固有特征在中国找不出本土化痕迹。同时，缺乏有效统一的管理，条块分割、自成一体、缺少合体精神，这些都成为了中国Internet商业化道路上的障碍。因此，从中国的国情出发，现阶段值得培养和开拓的市场主要分布于教育、广告、出版、贸易、旅游业和家庭应用。在我国，Internet市场潜力将是巨大的，中国网络市场对特殊的人群和地区、特殊的应用和有目的的培育市场是极有战略意义的，这主要是表现在以下方面：



1.个人计算机迅速普及



1993年～94年全国PC销量分别为45和70万台，95年100万台，而到了97年则上升为320万台。PC机的使用领域越来越广泛，向家庭普及的势头很明显。在很多大城市中，不少家庭将PC机视为下一步选购的家用电器，预计到2024年，国内微机的总销量将超过1000万台，其中家用电脑的销售比例将达到50％以上，可见个人电脑市场是巨大的。如果条件允许，联网的需求就会上升。如此庞大的PC市场将会带来网络设备和网络服务的繁荣。



2.Internet联网用户将持续增长



根据CNNIC（中国互联网络信息中心）1999年1月15日发布的最新的《中国Internet发展状况统计报告》中称：截止到1998年12月31日止，我国上网计算机数有74.7万台，上网用户达到210万，CN下注册的域名总数为18396个，WWW站点数量为5300个，国际线路总带宽是143M256K。在未来的几年里，联网用户的数量还将迅猛增长，平均年增长率可达到220%。



3.网上服务是多元化发展



在中国，网上服务不仅仅是简单的Internet接入，未来的网上服务经过一段时间发展和完善将呈多元化方向发展，视音频点播、电视会议、电子商务、证券交易、网络电话等信息服务将占领整个中国网络市场。



4.信息基础设施中宽带网的产业化改造



未来几年，Internet将会像电视一样普及，上网方式也将多种多样，利用有线电视网络跑Internet快车，已成为人们越来越关注的话题。目前，世界各国均十分关注如何充分利用有线电视网的宽带资源，以及在双向交互式改造的基础上新增的数据

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