# 公司成立策划（最终定稿）

来源：网络 作者：明月清风 更新时间：2024-09-14

*第一篇：公司成立策划一个新公司的成立首先要有一个前期目标的设定和对公司的一个正确的定位，另外还有规章制度等等等等一些举措，那么怎么样让人一目了然呢，没错就是策划书了，策划书不仅仅可以让看得人更直观的了解的公司的各个方面，同时也能从中找出不...*

**第一篇：公司成立策划**

一个新公司的成立首先要有一个前期目标的设定和对公司的一个正确的定位，另外还有规章制度等等等等一些举措，那么怎么样让人一目了然呢，没错就是策划书了，策划书不仅仅可以让看得人更直观的了解的公司的各个方面，同时也能从中找出不足借以改正。说到这里我想大家都会想知道公司成立的策划书具体要写些什么，有些什么样的注意事项呢，话不多说，下面是小编给大家整理的公司成立策划范文，希望大家喜欢!

公司成立策划范文1

第一章 前言

一、公司宗旨：

让更多的人能够享受生活。

二、创新做法：

业务上创新和经营手法上的创新。

三、合作方式：

首先我是准备在当地与其它的大中型广告公司进行合作，共同受益，共同承担风险;其次，将与对广告业有兴趣的职业学校签订中长期人才推荐合同，既可为在校学生提供实习的场所，又可为公司储备技术型人才。

第二章 公司描述

一、公司名称

拟定为“\_\_\_\_\_\_\_”

二、公司性质

集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的媒介性合资广告公司。

三、公司宗旨

让客户以最具性价比的价格来达到最佳的传播效果。

四、公司目标

让更多的人低成本地享受生活。

五、创业理念

通过有效的资本运作，实行各种方式联合或兼并其它小公司，在当地形成强有力的广告集团。从最初吸引小客户做起，以精益求精的服务态度与客户建立良好的长期的合作伙伴关系，逐步扩大自己的经验和名气，一点一点划分属于我们的势力范围。

我们将努力在每一个细节之中，都融入一丝不苟的敬业精神，为我们的每一个客户提供专业化，科学化的服务。

六、公司服务

1、专业化的广告服务

——为我们的客户提供详细准确的行业咨询，包括数据调查资料和分析结论，从而使得客户的投资更合理、科学。

——成立内部的研究机构，逐渐开创自己的理论框架和知识体系，丰富自身文化内涵。

——与媒体建立战略伙伴关系，代理或完全买断某些媒介的部分广告版面和时间，由我们单方面对广告主进行广告媒介的推销和贩卖。

2、个性化的业务服务

——努力创立成洋河新城第一家含有婚礼策划和营造婚礼气氛业务的公司。——为客户出租宣传、庆典等活动中必须的大型升空气球、充气拱门、卡通人等宣传造势工具。

——代理联系举行活动所需的礼仪小姐。——为客户提供准确、科学的市场调查。第三章 市场分析

一、市场前景

中国的广告业近年一直保持着顽强的发展态势。2024年中国广告经营额达2024.0322亿元，比2024年增长141.4708亿元，增长率为7.45%。2024年中国广告市场总投放同比增长13.5%，突破5000亿元大关至5075.18亿元。2024年，中国经济开始回暖，企稳向好的基础逐渐稳固，这一势头带动了广告业的复苏。经历了国际金融危机的“寒冬”，中国广告业不仅挺过来了，而且迎来了发展黄金期。2024年，中国的广告开支为226.06亿美元。随着内需的拉动，中国将有机会从全球工厂转变为全球市场。面对空前广阔的市场，中国广告业也将迎来自身发展的春天。预计十二五期间，我国经济将继续稳健增长。鉴于此，广告市场前景依然十分乐观。

洋河作为宿迁城市的副中心、经济增长极、中国酒都、旅游新城，正处于大开发、大建设时期，同时洋河的文化需求层次高，地方经济实力强，都为洋河新城的广告业的发展提供了广阔的市场前景。

二、目标市场

1、学校活动的宣传。校内各类活动、比赛、检查宣传;2、洋河新城境内店面广告招牌制作(政府要示统一更换而且更换速度要快);3、机关、企业、单位、房地产开发等庆典活动。

三、目标客户

目标客户初期主要定位中小学以及洋河新城区内各企业、商铺、经营生产门面业主。

四、建设进度

益众广告传媒公司由筹建，准备到实施预计将花费三个月的时间。其中第一、二个月将与宿迁部分广告公司进行联系及商务谈判，建立初步的合作人关系，从第二个月开始，我们将用两个月的时间，同时从硬件和软件两个方面建设公司，到最后一个月，在完善公司建设的同时，将联络宿迁的商务网站与一些广告装潢公司，以及目标顾客群相对集中的广告装潢门面，争取与他们建立商业伙伴关系。五、市场发展战略

创业初期阶段(第一年)

1、我们初期阶段的发展模式可以考虑——

方案一：与宿迁一些广告装潢公司联系，谋求建立广告联合体。这是因为自身都存在规模小，孤立发展的特点，有的公司具有媒体裁代理优势，有的具备客户资源，有的具备区域优势。我们通过资本运作，实行横向联合，整合资源，优势互补，降低成本，风险共担。集团化是中国广告业进一步发展的必然选择。这也对我们公司初期的发展有相当大的帮助。

方案二：如果联合不成功，我们初期只能立足洋河镇区，抢占附近各类广告业务，我们以设计制作各类广告招牌为主，辅之进行一些有一定规模和影响的公关策划活动，一步一步打响名气。拓展长线业务，珍视客户关系，让今天的广告客户成为明天益众广告传媒公司的义务宣传员。

2、联络各商铺，门面业主，向其宣传介绍益众广告传媒公司。3、寻找广告制作耗材供应商，确保进货渠道的服务与质量。创业发展分阶段(第二、三年)

益众广告传媒公司在初期运营中积累了经验，在洋河市场具有了一定的影响力，被更多的客户认可，同时公司人员的技术水平、制作设备也上了一个台阶，这时的目标就是进一步树立益众广告传媒公司的品牌形象。

1、在洋河新城主要街道捐赠数以万计的户外广告，其中一些广告牌用于向公众输送公共服务信息，对社会有所贡献。另一部分可以用于广告出租，获取收益。

2、初步建立一个稳定的客户群，能够在洋河主流媒体做广告宣传，影响力开始向整个宿迁市覆盖。

第四章 公司经营

一、公司业务

初期的业务内容大体分为：

1、市场服务：市场调查、客户服务;

2、设计制作：广告平面设计、商铺招牌制作、广告喷绘、产品包装设计、展示制作;

3、企业咨询：为客户提供广告策划、公关活动策划;4、广告摄影：产品摄影、工业摄影、科技摄影等;

5、客户出租：庆典活动中必须的大型升空气球、充气拱门、卡通人等宣传造势工具。

成熟期后的业务还包括：

1、推出数字广告业务，发展互联网广告;

2、大力推广和发展户外广告，引进高新技术的广告制作项目;3、婚礼策划和营造婚礼气氛。二、经营策略

1、维持经营效率，致力于管理上的改良、业务系统的整合、强调综合绩效。2、加强公司形象，提高知名度，吸引客户，增强市场竞争力，让消费者对公司产生认同感。

3、在区域内产生较高的竞争地位，奠定获利的基础，再求经营范围的扩大。4、善于从投资设备中挖掘隐藏的利润增长点。

三、成本核算资金、人力、场地三个环节中任何一个环节出现问题都直接影响公司的发展。投入资金为180000元，人员经过竞争选拔6-10人，场地面积50平方左右。四、经营障碍

1、作为新兴的广告公司，处于资金投入期和市场开拓起步期，是获得利润十分困难的主要原因。

2、公司整体实力需要进一步提升。3、知名度不高。

第五章 公司管理

一、公司管理

由于益众广告传媒公司属于知识比资本更重要的智力行业，它的建立与发展需要合理调动每个人的各方面优势资源。

管理部——公司内部管理、进度调配、公司发展规划。

技术部——广告平面设计、商铺招牌制作、喷绘和包装设计。市场部——对外宣传、形象策划、市场调查和分析研究。

信息部——外围信息获取、组织资源、业务咨询、远程传播等。财务部——财政的收支、规划和建立财务系统。培训部——内?a href=\'//www.feisuxs/yangsheng/kesou/\' target=\'\_blank\'>咳嗽钡募际跻滴衽嘌怠?摄影部——对外广告摄影等。

人力资源部——完善人事制度、培训内部人员。

二、人力资源

在职业学校的学生中选拔和招聘有经验的技术人员，保证人力资源的素质。三、风险分析 1、外部风险

有限的资金资源和设备价格的不确定性。2、市场风险

——市场的具大风险

由于个性化消费正在取代大众消费成为市场主流。对广告业来说，更难做了，对企业来说，广告在企业和消费者沟通方面的作用降低了。另外，广告的模式和设计也日新月异，广告牌的底材也千变万化。

——市场的不确定性

目标客户在短期内信任并接受益众广告传媒公司为之服务比较困难。——寻求与其他公司合作的不确定性 3、合理性与可实现性

广告业是一个社会效益和经济效益都非常高的企业，而洋河的广告业发展的并不规范，竞争程度较低。

第六章 财务分析

一、资金来源

公司投资和员工融资。

员工融资可提高主人翁地位和意识，与公司共进退、共荣辱。

二、方案及回报

1、内部收益率40%，投资回报期2年。

2、投资方不参与公司建设、管理和运作，融资方以固定资产为担保。投资回报方式：按商业银行同期贷款利率上浮10%，两年内还本付息，每年还本付息50%。

三、计划费用

固定投资(单位：元)广告喷绘机 90000 雕刻机 15000 刻字机 5000 条幅机 4500照相机 4000 扫描仪 400

打印机1+1 5000 复印机 4000

电脑2+3台 15000 公司装修费用 5000 对外宣传 2024 日常经费 40000 合计189900

每月开销(单位：元)工资 2024-3000 电费、电话费 800 设备维护 500 业务经费 500 合计3800-4800

四、公司收入 1、广告喷绘收入

按目前市场价计算，毛利润可达7.5元左右每平方。按照起步阶段最小业务量每月喷600平方，可得4500元(一般小广告公司每月可喷1000平方左右)。

2、出租广告庆典气模产品

礼炮 20-30元/炮(炮弹成本5-10元)彩虹拱门 300元/天(成本300-700元)气模 200元/天(成本300元)3、招牌、灯箱、路牌广告设计费用

以LED灯箱为例，LED光源，亚克力(或需烤漆)或者钢板(或需烤漆)双面胶，400-800元/平方。如果是像99药品超市样式的普通牌匾(6.5m\_2.5m)，根据材质不同，价格在1000-2024之间。

4、提供打字、复印、图像扫描等业务 5、平面设计 第七章 创业团队

一、项目建议人等对所述广告传媒有深入研究并坚持了较为深入的业务咨询。

二、创业计划表述

这份公司的创业计划大致描述了创业者的经营理念。今后，我们的一切决策将来自高层之间的互相启发。我们正在进行公司的前期准备工作，我们将进行技术和管理方面的储备。

公司成立策划范文2

“牵手与你相伴一生的人，留住爱情最真的一刻。”在每个人心目中，步入婚礼殿堂的那一天，是一生中最隆重的日子，婚礼的意义在于为一对相亲相爱的男女从此拉开了婚姻时候的序幕。拥有一个完美、神圣、喜庆、个性的特色婚礼是即将步入婚姻的准新人的共同心愿。随着我国国民经济的快速增长，城乡居民生活水平的日益提高，人民群众对生活质量的不断提好，以及人们对现代社会时尚的追求，使得大众生活中婚庆习俗在不断产生变化，从而诞生了有一定规模并符合我国国情的婚庆市场，各类婚庆公司也由此诞生，这一市场不断完善和扩大，必定使中国婚庆文化走向更更个性化和时尚化，这已成为当今社会的又一流行趋势。

目录

第一部分、计划摘要

第二部分、公司基本概况

(一)公司基本情况

(二)公司主要服务内容和范围

(三)公司核心价值观

(四)经营理念

(五)公司宗旨

(六)经营口号

(七)经营范围

(八)公司结构

第三部分、项目背景

(一)婚庆行业的历史

(二)婚庆行业的背景

(三)婚庆行业的现状

(四)我国婚庆行业发展前景

第四部分、市场分析

(一)市场特征

(二)市场细分

(三)需求分析

(四)环境影响

第五部分、公司经营战略

(一)总体战略

(二)发展战略

第六部分、公司管理

(一)公司核心成员

(二)公司创新机制

(三)运营管理

第七部分、财务分析

(一)财务假设

(二)股本结构

(三)固定资产表

(四)公司财务报表

(五)公司盈利能力分析

(六)偿债能力分析

(七)运营能力分析

第八部分、机会与风险

(一)机遇分析

(二)风险预测

婚庆公司创业计划书

一、计划摘要

这是一个领导婚礼时尚的公司，整体策划婚礼的专业机构，体验个性婚典，展现你的个性与品味。价格固然重要，服务才是根本，而公司的规模与实力更是前提保证，只要将您的需求及预算告知，我们都可以为你度身设计。因为，我们提供的不仅仅是专业服务，更是一种格调。我们为每对新人策划不同风格个性鲜明时尚潮流的各形式婚庆!缔造浪漫一生，尽在三步曲——欣赏、喜欢、爱。本公司将为您谱写人生最为华丽的乐章!

二、公司基本概况

本婚庆公司是一所有限责任公司，位于廊坊市，组织合理，规划完善，服务到位。在企业新建立时期，打造良好企业形象，进而逐步扩大规模。建立公司网站加大宣传。在企业成长发展时期，以品牌经营，规模发展为主线，创造美好发展前景。在企业稳定成熟时期，注重文化时尚，引领行业潮流。在发展的过程中，我们会坚持顾客至上、一切为了你们的幸福的服务宗旨。您的满意，就是我们最大的快乐。这是一个年轻的团队，是它的热情使生活更加美好。庞大的人口数量是我们的商机，人们对生活质量要求的日益提高是我们发展的动力。但风险是肯定的，对可预估的风险我们一定会做好防范措施，提高危机管理意识。我们利用各种渠道筹集资金，举办最让人回味无穷的婚礼。发掘潜在的巨大市场。

(一)基本情况

1、公司名称：某某婚庆公司

2、注册资本：10万

(二)主要服务内容和范围

1、创意婚礼规划设计

我们将提供最具创意的中西式婚礼。例如，在这里您可以体验一回做公主，让您的白马王子骑着白马来迎娶或者您也可以做一回格格，八台大轿、敲锣打鼓，也可以有婚纱有教堂有上帝有跑车，风风光光的出嫁。

婚礼现场，我们可根据新人的要求来寻找你们想要的场地，可以是无际原野、宽阔的草坪、神圣的教堂、有格调的酒店(咖啡店)或者视野开阔的山顶等等。我们的目标是：只有您想不到的，没有我们做不到的;你们所要求的，我们努力做到最漂亮的。

婚礼的开场，我们也可以根据新人的要求来设计，但我公司在掌握你们相知相许的全过程中，为新人们寻找他们最意想不到的效果。开场也许是你们一见钟情的场景，也许会再现他向你求婚的瞬间，我们可以把你们彼此的成长历程拍成MV，你们一起牵手走入婚礼的殿堂，欣赏彼此童年的纯真，看着心中的那个他(她)一点一点成熟，一步一步走入自己的生活。

2、婚礼现场配乐

我们公司推荐，传统婚礼音乐：《爱情一百年》、《幸福万年长》、《你是幸福的我是快乐的》、《牵手》;西式婚礼音乐：《梦中的婚礼》、《爱的旋律》、《FORTHE FIRST TIME》、《I DO》、《LOVE WILL KEEP US ALIVE》、《MYLOVE》;浪漫婚礼音乐：《最浪漫的事》、《明天我要嫁给你》、《月亮代表我的心》、《约定》、《我愿意》、《天使》、《幸福纪念日》、《爱你一万年》;时尚婚礼音乐：《你是我的老婆》、《老婆老婆我爱你》、《小手拉大手》、《中意他》、《小夫妻》、《恋着多喜欢》、《就是爱你》、《给你幸福》、《LOVEIS EVERYTHING》等等。让婚礼现场达到最高潮，只要听到想到看到，脑海里浮现的第一个人，是你的他(她)。

3、婚庆迎亲送亲车队

我们公司有最专业的车队，有别克(黑)车队，奥迪A8车队，皇冠车队，法拉利(红)跑车车队，超长林肯，宾利车队。除此之外，我们公司尽量满足你们对车队的要求，例如创意的脚踏车、山地车、花轿等等，只要是您的要求，我们定将把迎亲对做到您满意。

4、结婚入影

我们公司有最专业的摄影师，将全程拍摄记录您的婚礼，洁白的婚纱，长长的迎亲车队，简短却发自肺腑的一句“我愿意”，戒指带入无名指的时刻，互拥深吻的热泪，亲戚朋友真心的祝福……同时，我们将抓拍婚礼上的感动瞬间，并将其做成影集赠送于您，让您回味无穷。

5、创意喜帖

我们有毕业于著名大学设计专业的专业设计师，为您设计最别致的喜帖。我们的喜帖大致分为六个种类：

简约型——大红色卡烫印金色字，喜庆而不失大方

卡漫型——彩色印刷，以漫画的手法表现新郎新娘的面貌，以此来记录二人相识相知相恋的永恒

写真型——把准新人的婚纱照或者照片印在喜帖上

豪华型——纯金或银色的喜帖，添加不少豪华的感觉，金银代表彼此纯洁的相知相惜的日子

个性型——充满个性的喜帖，可立体可抽象，形状千奇百怪，让你的婚礼难忘到一张小小的喜帖

西欧型——在喜帖上印有英文的字句，充满西方的情调，充分表现出浪漫的感觉

婚礼小礼物：婚礼纪念相册、创意式喜糖、情侣毛巾筷子、心形蜡烛、蜜月旅行券、婚庆蛋糕、陶瓷娃娃等等

6、婚礼礼服设计

专业的礼服设计师为您设计专属于您的风格，秀出您的独特魅力与风采。简约、时尚、大方、优雅、婉约、高贵、喜庆、复古、可爱等任何一种风格我们来设计，您来选。使您成为浪漫优雅的希腊女神或圣洁美丽的童话公主。除此之外，我们将提供各种豪华配置，珠宝的点缀，明媚的水钻在黄金亮丽的映衬下彰显出独特的高贵与典雅。让您的婚礼极尽完美。

7、乐团/司仪/摄影师/礼仪派遣

我公司有专业的摄影师、丰富经验的司仪、乐团以及礼仪服务人员，我公司可根据顾客的需求排派遣专业人员现场拍摄等。热热闹闹的锣鼓队，不同风格的专业司仪，您选择您喜欢!

8、婚礼版式分类

我公司可根据您的要求分为：中式豪华版、西式奢华版、中西结合简约版、欧美婉约版、东方温馨版等等版式，供您选择，各种配置任您挑选，也可自行搭配。

副标题#e(三)公司核心价值观

先卖商誉，后卖商品 按时保质，货真价实

全员营销，全程服务 高效行动，创造感动

(四)经营理念

没有永远的特色，只有无限的创意

(五)公司宗旨

一切为了您的幸福

(六)经营口号

牵手一生 与你相伴

(七)经营范围：

婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织

(八)公司结构

(1)策划部：负责根据两位新人的要求策划婚礼，包括挑选现场、布置婚礼现场、婚礼进程等。策划部成员中，有擅长策划文化艺术活动者，有专攻策划企业形象和策划新人、婚礼形象。是一支具有操作媒体互动、立体交叉、实施全案策划的高智商团队。策划部有精英八个人，实习生若干。

(2)组织部：加强各部的联系，对各部组织的总规划进行指导和评估，并配合其他部完成本公司或婚礼其他事务。组织部精干者八个人。

(3)公关部：负责本公司大型活动的公关接待工作，为本公司进行宣传，并寻求商家合作，为公司打造良好的商业环境。公关部人员形象气质俱佳，有良好的语言表达能力，善于沟通交流。公关部有精英六个人。

(4)人事部：负责制定公司人事管理制度，提出并实施合理化意见和建议，负责合理配置公司人员总量。负责人事考核考察调动工作，制定劳动人事统计工作制度，负责做好公司员工劳动纪律管理工作。负责编制培训大纲，抓好员工培训工作。人事部成员六人。

(5)财务部：在本公司一定的整体目标下关于资产的购置，资本的融通和经营中现金流量，以及利润分配的管理。财务部由财务总监、财务部经理、审计主管、会计、助理会计、出纳员等组成。财务部常务人员六人。

(6)行政部：负责贯彻公司领导指示，根据领导意图和公司发展战略，负责起草公司年度计划，负责公司日常行政事务管理，组织安排公司办公会议，负责公司来往信函，收发登记传阅、批示等工作。负责公司和法律事务，负责前台接待、客人来访迎送等接待工作。以及公司办公设施的管理，做好后勤保障工作，组织安排各种文化活动和旅游活动。行政部下设十人。

(7)后勤部：是以后勤保障为主要的工作部门，为其他各部门职能能够顺利实现提供物质服务，做好公司保洁工作以及婚礼现场的美化工作。后勤部下设六人。

(8)活动部：主要有司仪队、礼仪服务队、乐团、婚礼摄像等，主要负责婚礼现场各个工作。基本人员五十人。

三、项目背景

(一)婚庆行业的历史

婚庆行业作为一个古老行业，有着非常深厚的文化底蕴与内涵，婚庆行业作为一个新兴的文化产业，更有着广阔的发展潜力与空间，充满了无限的商机与活力，日益引起社会各界的广泛关注与认同。

婚庆产业集中体现了一个国家、一个名族、一个区域的既传统又现代的婚俗文化特征。而婚俗文化特征中既有传统文化的积淀，又不可避免地受到外来的各个层面的文化的影响。因此婚庆活动过程无不反映出某种特定的文化概念。

(二)婚庆行业的背景

从1898年全国第一件洋白沙引入上海，到一时的白婚纱的流行，从以红色吉祥色为主的中式婚礼到几天的中西合璧仪式，甚至更多的个性化婚礼的迈沿。如烛光婚礼，别墅草坪婚礼，教堂婚礼，游轮婚礼乃至潜水婚礼、冰雪混、热气球婚礼，无一不显示着当今青年人的文化气息，在婚礼创新方面追求个性和时尚。正因为婚礼消费的特殊性，便带来了更多的商机。

如今，各种奇异的婚典形式频繁地见于给类媒体，同时也被越来越多的年轻人所接收和认可。喜结良缘无疑是人生的一大喜事，但操办婚典却令人头痛。要把喜事办的隆重热闹而又体面省钱，自然少不了东奔西跑，随之专门提供婚庆服务的婚庆公司应运而生。

自上世纪90年代起，化妆、司仪、摄影摄像、场景布置等婚礼服务正逐渐形成，走向成熟，大大小小的婚庆公司如雨后春笋般茁壮成长，从10家左右增长到现在的100多家公司，从事婚庆这一行业的人员也越来越多。如何建立良好的竞争环境，加强行业自律，提倡在竞争中完善竞争法则，反对各种形式的不正当竞争，在市场竞争中球的这个行业的健康和持续发展，成为这一行业亟待解决得首要问题。

(三)婚庆行业的现状

随着婚庆市场的快速发展，现已经形成了“五一”“十一”两个大的婚庆市场消费旺季，各地的婚纱摄影、婚礼服务、婚宴场所、蜜月旅游等企业早在每年的2、3月份和7、8月份就开始为这两大结婚旺季策划筹备。

(1)产业链逐步形成我国结婚产业在婚礼服务、婚纱摄影、婚纱礼服生产、婚宴服务四大行业龙头企业带动下，76个关联行业相互连接，逐步形成了以结婚消费产品和服务为核心的行业集群。婚庆消费市场的婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务、婚宴、珠宝首饰等行业的发展日趋成熟，并与新婚消费的其他行业如家电、家具、床上用品、室内装修、房地产、汽车、银行保险等40多个关联行业，逐步形成令人瞩目的婚庆产业链，充满了巨大潜在商机。

(2)总量规模

各地的婚纱摄影、婚礼服务、婚宴场所、蜜月旅游等企业早在每年的2、3月份和7、8月份就开始为这两大结婚旺季策划筹备。各种婚纱摄影、婚礼服务的企业数量持续增加，市场供给总量有所扩大。依据中国婚博会对相关行业专家的调研，全国婚纱影楼平均每年以10%的速度增加，影楼婚纱销量每年至少以20%的速度递增。

(3)企业规模

中国结婚产业的主要行业企业的规模较小，从业经营者水平参差不齐，从从业平均人数来看，全国各城市的婚庆企业的平均从业人员均很少，婚礼策划企业平均每家从业人员10人左右，婚纱摄影企业平均每家40-60人，一些婚庆公司甚至只有一间办公室四处到处联系分项服务。尽管婚纱礼服生产企业具有大中型企业，但除中国潮州、厦门等大型生产基地外，手工定制和家庭作坊式的小型企业还是占大多数。为了对行业从业人员进行规范，提升从业者的专业素质，2024年4月底，中国社会工作协会婚庆行业委员会出台一项政策：从2024年开始在国内婚庆行业推行婚庆策划人、主持人持证上岗制度。中国社会工作协会婚庆行业委员会出台一项政策，规定2024年五一前夕开始在国内婚庆行业推行婚庆策划人、主持人持证上岗制度。

(4)区域市场结构

婚庆行业消费的区域性特点非常明确，婚庆产业的区域性特点也很明确，在全国各地区都有自己知名的婚庆策划公司、婚纱摄影公司，在当地市场已经形成了一定的知名度和良好的口碑。区域分布上，结婚产业各行业的企业产品销售和服务区域性很强，很少出现跨地区经营的大型连锁企业。服务企业主要集中在北京、上海等相对发达城市，生产企业主要集中在沿海及发达的大中城市，在小城市的分布较少。

(5)地域性的行业品牌正在形成由于结婚产业是一个新兴的服务行业，除原来相关行业的迁移品牌外，真正全国性结婚产业品牌各地尚未形成，但一批在当地市场份额大、具有竞争优势的行业领先企业，正在逐渐形成行业品牌，优势企业主导的行业整合将提升市场集中度和行业整体盈利水平。近年来在北京、上海、广洲、深圳等新婚消费能力很强的地区，已经出现了连锁经营的服务企业，这涉及到婚纱礼服、婚纱摄影、婚礼服务等方面。例如色色摄影、金夫人摄影等知名影楼早就实现了全国连锁、本地分区布点的格局。

四、市场分析

(一)市场特征

婚庆公司是指能够承接婚礼策划实施的专业机构，主要的目标消费者是初涉爱河的未婚男女。目前，婚庆公司逐步发展为集喜庆文化研究与传播、传媒建设、喜庆用品开发及连锁经营于一体的大型企业集团。

婚庆行业属于服务行业，被服务过程属个人行为，口碑宣传是最有效的宣传方式。我们公司首先根据自己的生活要求选择开设的业务，同时会受地方习俗、宗教信仰、地域差异等因素的影响。

婚庆公司属服务类，服务类管理机构制定的政策法规会对其发展产生重要影响。开设婚庆公司的证件主要是《企业法人营业执照》、《税务登记证》、《组织机构统一代码证》、《验资报告》等。

(二)市场细分

我公司根据市场需求的多样性和差异性，建立特色的市场细分以便选择确定自己的目标市场。

(1)将婚庆文化、爱情和婚姻价值观等文化内涵的传播作为品牌的营销方向。

据了解，目前市场上大部分婚宴酒在推广过程中，仍然着重强调两个方面的工作;一是，保证渠道各环节经销商有较高的利润保障，有推广的积极性;二是，开展各种超强力度的消费者促销，吸引消费者购买欲望(如送饮料、红酒和婚庆礼包等)。虽然它们也会在三婚渠道跟风做一些工作，但由于产品本身缺乏品牌内涵与差异化，仅仅是抓新人资料，实质上仍然是卖产品。这种推广行为根本不顾产品本身的形象塑造与品牌价值体现，最终造成品牌的昙花一现。而这种现象却也显示出了婚宴酒在促销力度上的竞争有多么激烈了。为了在竞争中立于不败之地，我们公司开始在营销定位上摈弃传统的卖产品和形文化策略，转而将婚庆文化、爱情和婚姻价值观等文化内涵的传播作为品牌的营销方向。

(2)适时适地的推出特色服务，吸引各类被服务人群

对于特殊的日子，例如五一、十一等结婚高峰期，同时也可以根据不同地域的人群，我公司推出极具诱惑力的婚庆服务，除了传统的特色酒店婚礼、户外草坪婚礼，还包括庄园婚礼、海外蜜月度假婚礼的特色服务，让消费者有更多的选择。为了开拓更广阔的市场我公司的特色服务还包括周年庆典活动，例如，金婚、银婚、钻石婚的纪念活动，让老人也能体验新时代的浪漫。总之，做到适时适地的改变自己的方案和业务，去满足更多需求的顾客。

(三)需求分析

随着我国国民经济的快速增长，城乡居民生活水平的日益提高，人民群众对生活质素的不断提高，以及人们对现代社会时尚追求，使得大众生活中婚庆习俗在不断产生变化，从而诞生了有一定规模符合我国国情的婚庆市场，通过这一市场不断完善和扩大，必定使中国婚庆文化走向更个性化和时尚化，这已成为当今社会的又一流行趋势。

(1)新婚消费需求现状

全国结婚产业调查统计中心2024年3月发布的《中国结婚产业发展调查报告》显示，我国最近5年来平均每年全国有811.36万对新人登记结婚，其中仅城镇新人在婚礼上的消费就达4183亿元人民币。目前全国每年结婚新人近1000万对，仅北京市2024年就有17万对新人注册结婚。新婚人群愿意把积蓄的31%用于婚庆有关的消费。由于受2024年盲年观念影响，2024年结婚数量下降，2024年受“07猪宝宝”观念影响，结婚数量大幅增加至946万对，增幅为14.8%，其中北京从05年的9.7万对增长到17.1万对，上海从10.5万对15.8万对。

在新婚消费方面，88.4%的新人需要拍摄婚纱照;49.14%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼;78.74%的新人准备到酒楼举办婚宴;36.83%的新人要为新娘购买婚纱;67.66%的新人安排蜜月旅游。在结婚人群保持稳定的基础上，目前婚庆消费总额还在不断增长。婚庆这一朝阳产业已显示出巨大的发展前景。婚庆消费总额的不断增长，为从事婚庆产业的上下游企业带来了巨大商机。

(2)新婚消费结构

统计显示，全国每对新人消费结构为：影楼婚纱照3526元，结婚珠宝首饰5659元，婚纱礼服2024元，婚庆礼仪7464元，喜宴水平(不含酒水)1030元/桌，新居装修5.6289万元，蜜月旅游9304元，家用电器16533元，家具17263元;则这些新婚消费已达138646元。数据加权统计表明，如果不算购买新居和家用轿车的话，我国城镇居民的新婚消费主要是新居装修(44.75%)、新居用品(含电器和家具，26.86%)及婚庆宴请(12.89%)，占总消费的84.50%，其中新居装修和新居用品属于长期受益性消费。其它消费项目中，蜜月旅游、珠宝首饰、婚礼庆典、婚纱摄影、婚纱礼服等真正结婚消费不足15.5%，仅1.9480万元，与国外消费的比例仍属较小，增长空间较大，而且其中珠宝首饰仍可属于保值性投入。

在结婚消费项目选择上，2024-2024年新人对仅结婚才需要的主要服务和产品选择中，其首选为婚纱摄影(85.6%的新人需要拍摄婚纱照);其次为婚宴服务(78.74%的新人准备到酒楼举办婚宴);然后依次为婚礼服务、蜜月旅游和购买婚纱，即56.2%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼;46.4%的新人将安排蜜月旅游;36.6%的新人要为新娘购买婚纱。

新人结婚典礼选择项目

婚庆项目 占比(%)

需要拍摄婚纱照 88.4

计划请婚庆公司策划婚礼 49.1

酒楼举办婚宴 78.7

新娘购买婚纱 36.8

蜜月旅游 67.7

(四)我国婚庆行业发展前景

(1)走在时尚的前沿：当今社会的人们追求流行与时尚，这将极大的促进庆典行业的发展，使这个行业走上可持续发展的道路;

(2)服务范围广：虽然不是日杂销售，但是无论什么样的人群，一生中总是会接触到几次庆典活动，因此庆典并非是为特殊人群设计的，而是大众行业;

(3)历史与创新：庆典行业即使一个古老的行业，又充满了新颖时尚的生命力。古老是因为从人类存在以来就有着各种不同形式的庆典;而新颖时尚则是指庆典的形式和庆典行业的经营模式。由于行业的特殊性，需要我们既要保持古老的传统又要不断创新，因此庆典行业有着极大的提升空间。

(4)庆典行业向多元化发展：多种文化元素融合，使庆典的形式和内容更加丰富;个性化、多元化成为都市人群的新潮流;

(5)婚庆产品的丰富：随着社会的发展，人们对庆典的质量也越来越高了，高科技技术、数码产品也逐渐广泛运用到庆典行业中。

据国家宏观调查的资料表明，农村每对新人结婚费用在2-10万元，城市大约在8-25万元。其中光婚礼消费就占全部费用的1/5-1/6。从最初结婚时简单地照一张二人合影，亲朋好友吃顿婚宴，到现在照成套的婚纱照，参加专业婚庆公司组织的庆典，可见国人婚庆观念已经有了很大的变化。而且半数以上的新人将吉日选在“五一”“十一”、元旦、春节期间，这必然形成结婚高峰期。结婚人数增多，促使了婚庆生意的日益火爆。如果我们牵手一生婚庆公司能够提供优质的服务，定会分得婚庆市场的一块蛋糕。

(3)结婚消费需求的发展趋势

尽管全国许多机构都先后对结婚消费进行过调查，但缺乏全国性的连续调查和报道。为此，这方面的数据零星、不系统。我们力求从宏观上加以描述。

1.结婚消费项目增加，62.9%的新人表示要举行婚庆，婚庆的档次也有较大提升，婚礼现场的灯光、音乐、司仪等标准也节节攀升婚车档次一溜排的宝马、凯迪拉克等高档婚车在大街上也能看见;对婚宴气氛和质量提出更高的要求

2.结婚消费范围不断扩大，新娘婚纱从以往租用型，变成了挑新款买回家，婚礼现场的灯光、音乐、司仪等标准也节节攀升

3.现代人的婚礼正由“物质型”向“精神型”转变，新郎新娘越来越多地关注文化层面，更加追求时尚、健康、文明，个性化、时尚化越来越强化

4.结婚年龄愈来愈大，结婚人数将逐渐下降，在2024年迎来一个新高峰;婚纱照整体市场规模略有扩大，但增长的原因主要是因为新婚夫妇数量上的增加。

5.我国的新婚消费集中在节假日，传统观念对结婚择日仍有影响

6.经济发展较快的城市里，婚礼出现了新的变化，婚礼的形式、内容、地点变得多样化、个性化;

7.婚庆从“攀比风”、“炫耀风”到流行“婚事应该从简”的观念，目前随着社会经济的发展，又转换成在经济承担能力之内的婚庆行为，得到认可。

(四)环境影响

作为一个朝阳产业，目前我国每年有约1000万对新人喜结良缘，新婚人群愿意把积蓄的31%用于婚庆有关的消费!全国每年因婚礼当日而产生的消费接近3000亿元!政府对于婚庆行业的支持力度也在不断加大，但同时由于婚庆行业处于起步阶段，没有行业规范，其中部分婚庆公司不正当竞争，蒙骗顾客，使得顾客对整体信任度下降。

政府与2024年12月份发布了关于婚庆的国家新出台了法律~首部《婚姻庆典服务》国家标准，该标准对婚庆服务的服务内容、婚礼仪式开始时间和举行地点、服务项目、服务费用、双方主要权利义务、双方违约责任等十多项条款进行约定。后面国家也会陆续颁布更多关于婚庆行业的法律规范。此举也会对婚庆市场的规范性起到推动作用。让婚庆行业走上正规化，标准化的道路。

五、公司经营战略

(一)总体市场营销计划

(1)在企业新建立时期，加大宣传力度，全力做好公关工作，提高企业知名度，为打造良好的企业形象奠定坚实的基础。创建公司网站，以更好地宣传。

(2)在企业成长发展时期，致力企业的业务扩展与品牌的建立，吸引投资以扩大企业规模，吸引优秀人才的加入，为企业创造良好的发展前景。

(3)在企业稳定成熟时期，进行人文化管理，注重企业文化的培养，保持特色，探索竞争优势，做行业的领导者。

(二)发展战略

(1)市场饱和策略：在一定的时间和地域内快速布局，达到门店量最大化，使市场迅速饱和，不给对手留有任何机会。

(2)人才策略：商业的竞争从某种程度上讲就是人才的竞争，重视人才，尊重人才。公司里的每一位员工都是我们的合作伙伴，我们公司是一个大团队的人为了实现共同的杰出目标而组成的，每个人都要受到尊重和尊严的待遇。

(3)服务质量满意度评估策略：为了更好地完善我们的服务，为了让我们的新人感受到更多的甜蜜与幸福。在每次举办婚礼后我们都要对顾客进行满意度的测评。以便我们更好地为您服务。

(4)信誉品牌策略：在我公司开展前期，坚持将品牌战略到底，坚持公司经营理念以及公司信誉，坚持顾客为先，尽最大怒路满足顾客需求，因为我们一次的努力换来他们一声甜蜜的回忆。

六、公司管理

(一)公司核心成员：某某、某某、某某等

(二)公司创新机制

本公司着眼发展以下几个方面的创新：

(1)观念创新

创新是一公司成功的灵魂，是公司可持续发展的不竭动力。公司的发展是需要以不断的创新与变革来维护的，要想生存就不能停止创新，停止折腾。而一切的创新都源于人的思想观念的创新，所以观念的创新更处于公司创新的先行地位。公司只有观念创新了，公司才能得到长足的发展。

(2)文化创新

根据公司本身的性质和特点形成公司共同价值观的企业文化，并不断创新和发展。组织员工进行公司文化发展大讨论，激发员工对公司文化的新认识。

(3)服务创新

通过对各类信息的整合，向顾客提供全方位，立体式的服务，同时建立起公司独特的服务方式，让顾客感到我们的专业化，综合化。树立起一切为了顾客，为了一切顾客，为了顾客的一切的服务观念。

(三)运营管理

公司的主营业务有婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织。各项服务的提供方式如下：

(1)婚礼主持：婚礼主持方面我们采用两步走战略，在公司创业初期，与其他司仪培训中心，在市场上寻找一些较有名气的，经验丰富的婚礼主持达成合作意向。公司一旦接到婚庆业务就立即联系婚礼主持人，确定时间地点，价格一般为1000至2024不等。在公司发展中后期，讲会由我们公司自己成立门婚礼主持培训中心，培训出自己公司的签约主持人。我们会邀请语言，礼仪方，主持方面的专家作为主讲人。

(2)摄影摄像、婚纱化妆：这两方面，我们将依托资源，自己招聘摄影及化妆方面的员工，并安排人员对他们进行培训，我们也将通过与职业学校的联合办学，吸纳化妆方面的优秀学生做重点培养，合格者直接加入公司。

(3)场地布置：为节省成本，我们在淡季采用公司员工轮流负责场地布置，此项工作技术含量不高，短暂培训后即可上岗操作。在旺季及节假日，我们将会在高校招聘临时兼职的大学生，由两位左右的公司员工带领六名左右的大学生成为一个场地布置小组。对部分优秀的大学生，建立长期合作关系，一旦公司需要人手则优先录用他们。

(4)婚车租赁、鲜花乐队：这两方面我们不自设部门，我们将会使用与其他婚庆公司长期合作的租赁公司及鲜花店，因为这些公司与我行业关系良好，价格相对合理，并比市场价略低，公司向汽车租赁公司下订单后，汽车租赁公司直接将车开到鲜花公司进行汽车的装饰，之后再按公司要求开到指定地点。

(5)婚宴组织：目前婚庆公司的服务中并不包含婚宴的预定，这就需要新人与酒店进行磋商，但目前很多酒店为了多获得利润，往往在酒席中缺斤短两，或采用质次的原材料，蒙骗消费者。所以我们公司将会对有需求的顾客提供婚宴咨询服务，同时也会安排资深婚宴顾问陪同顾客前去预定酒席，以免上当受骗。

七、财务分析

(一)财务假设

本公司设在河北省廊坊市。廊坊市政府鼓励大学生进行创业，对大学生创业有许多优惠政策。

(二)股本结构

资金投入图和股本结构图

股本 资金数量 所占比例

某某 2.5万 25%

某某 2.5万 25%

某某 2.5万 25%

某某 2.5万 25%

(三)固定资产表

项目 单价 数量 总计

电脑 4000元 1台 4000元

沙发 800元 2套 1600元

办公桌椅 300元 4套 1200元

电话 100元 2台 200元

服装、工作牌 200元 4份 800元

其他 3000元 3000元

总计 10800元

(四)公司财务报表

(1)利润表

利润表

编制单位: 某某婚庆公司 2024年2月

单单位：元

项目 行次 本月数 本年累计数

一、主营业务收入 1 80933 80933

减：主营业务成本 4 55113 55113

营业税金及附加 5 0 0

二、主营业务利润(亏损以“—”号填列)10 25820 25820

加：其他业务利润(亏损以“—”号填列 11 0 0

减：销售费用 14 250 250

财务费用 15 0 0

管理费用 16 3500 3500

三、营业利润(亏损以“—”号填列)18 22070 22070

加：投资收益(亏损以“—”号填列)19 0 0

营业外收入 23 0 0

减：营业外支出 25 0 0

四、利润总额(亏损以“—”号填列)27 22070 22070

减：所得税 28 0 22070

五、净利润(亏损以“—”号填列)30 22070 22070

补充资料：

当期分配给投资者的利润

(2)资产负债表

资产负债表

会小企01表

编制单位：某某婚庆公司 2024年11月 单位：元

资产 行次 月初数 月末数 负债及所有者益(或股东权益)行次 月初数 月末数

流动资产: 流动负债:

货币资金 746500 823683 短期借款

交易性金融资产 交易性金融负债

应收票据 应付票据

应收账款 应付账款

预付账款 预收账款

应收利息 应付职工薪酬

应收股利 应交税费

其他应收款 应付利息

存货 200000 144887 应付股利

其中：消耗性生产物资 其他应付款

一年内到期的非流动资产 一年内到期的非流动负债

其他流动资产 其他流动负债

流动资产合计 946500 968570 流动负债合计 0 0

非流动资产： 非流动负债:

可供出售金融资产 长期借款

持有至到期投资 长期债券

长期应收款 长期应付款

投资性房地产 专项应付款

长期股权投资 预计负债

固定资产 53500 53500 递延所得税负债

在建工程 其他非流动负债

工程物资 非流动负债合计 0 0

固定资产清理 负债合计 0 0

生产性生物资产 所有者权益(股东权益)：

油气资产 实收资本(或股本)1000000 1000000

无形资产 资本公积

开发支出 减：库存股

商誉 盈余公积

长期待摊费用 未分配利润 22070

递延所得税资产 所有者权益(或股东权益)合计 1000000 1022070

其他非流动资产

非流动资产合计 53500 53500

资产总计 1000000 1022070 负债和所有者权益(或股东权益)合计 1000000 1022070

(3)现金流量表

现 金 流 量 表

编制单位：某某婚庆公司 2024年 单位：元

项 目 行次 注释 金额

一、经营活动产生的现金流量

销售商品提供劳务收到的现金 922885

收到的税费返还 0

收到的其他与经营活动有关的现金 0

现金流入小计 922885

购买商品接受劳务支付的现金 600000

支付给职工以及为职工支付的现金 38555

支付的各项税费 0

支付的其他与经营活动有关的现金 1802

现金流出小计 640357

经营活动产生的现金流量净额 282528

二、投资活动产生的现金流量

收回投资所收到的现金 0

取得投资收益所收到的现金 0

处置固定资产无形资产和其他长期资产而收到的现金净额 0

收到的其他与投资活动有关的现金 0

现金流入小计 0

购建固定资产无形资产和其他长期资产所支付的现金 0

投资所支付的现金 0

支付的其他与投资活动有关的现金 0

现金流出小计 0

投资活动产生的现金流量净额 0

三、筹资活动产生的现金流量

吸收投资所收到的现金 600000

借款所收到的现金 0

收到的其他与筹资活动有关的现金 0

现金流入小计 600000

偿还债务所支付的现金 0

分配股利利润或偿付利息所支付的现金 200000

支付的其他与筹资活动有关的现金-

现金流出小计 200000

筹资活动产生的现金流量净额 400000

四、汇率变动对现金的影响 0

五、现金及现金等价物净增加额 682528

(五)公司盈利能力分析

盈利能力指标

2024年2月17日

A.总资产报酬率(%)38.98

B.净资产收益率(%)28.39

C.资本金收益率(%)62.68

总资产报酬率=(利润总额+利息支出)/平均资产总数

净资产收益率=净利润/平均资产

资金收益率=净利润/平均实收资

A.总资产报酬率是用来衡量企业运用全部资产获利的能力

B.净资产收益率体现了投资者进入企业的自有资本获取净收益的能力

C.资本金收益率反映了投资者投入资本金的获利能力

(六)偿债能力分析

因牵手一生婚庆公司在一期投资中大多数资本来自于自筹和法人募集，没有长期借款，所以这里暂不做分析。

(七)营运能力分析

年份

项目 2024年11月17日

应收帐款周转率 5.49

流动资金周转率 1.65

应收帐款周转率=销售(营业)收入净额/平均(应收)帐款余额

流动资金周转率=销售(营业)收入净额/平均流动资产总数

A.应收帐款周转率是评价公司应收帐款变现速度和管理效率的，我公司在创业之初，对资金需求较大，在应收帐款的管理方面非常严格，从第二年起开始有所松动，为了获得更多的赊帐收入。

通过上述的财务分析可以表明我公司具有低风险的特性，同时在保证一定投资规模的情况下，具有迅速扩张的特点，抢先强占婚庆市场，做二十一世纪婚庆市场的领航者。

八.机会与风险

(一)机遇分析

(1)中国乃世界第一人口大国，资源甚是丰富，每天结婚的人不计其数，而且每个人对自己的婚礼都是十分的重视，那客户源就很多;

(2)目前大多是现代的婚礼，而有中国特色的婚礼，又能满足大家对新鲜事情的好奇心，市场潜力大;

(3)市场潜力大，首先大力做好公关宣传，一炮打红，市场潜力即刻爆发。

(二)风险预测

(1)选择经营场地的地理位置与婚庆公司的性质是否合理;

(2)对竞争对手的了解不足;

(3)实际投资超过预算;

(4)人们是否接受并欢迎这一观念;

(5)市场饱和后的困境;

通过我们的努力，相信我们会成为一家著名的婚庆公司，在帮助别人完成人生中一场重要仪式的同时，也让我们对爱情这一古老而常新且永恒的话题。

公司成立策划范文3

随着国内经济的发展，广告行业也在不断完善和扩大，我们创办广告公司的重点在于业务，经营手法的创新，这是广告公司与众不同之处。首先，我们的广告公司既向市场推出广告类服务，同时提供了对广告业有兴趣的南职院在校大学生实践和操作的平台。我们把颖丽君广告公司投入商业运作，但不以赢利多少为惟一创业目的，能在社会实践中有所获得才是我们的真正的追求。

其次我们拟与上海其他大中型广告公司合伙组建颖丽君广告公司，共同受益，共同承担风险。我们将与合伙的广告公司签订南职院广告人才长期推荐合同。合伙公司需要哪一方面的人才，需要这个人具备哪一方面的技能，以此为基础合伙公司帮助我们在本广告公司运营中着重训练学生的这方面素质和能力，使我们的学生素质能力各项均达到合伙广告公司的要求标准。这个训练过程我们将在学生在校阶段就可以培训完成，学生毕业后就可以直接到合伙广告公司中工作。

颖丽君广告公司的发展策略，一方面增强了我们的技术力量，为实现市场效益创造了条件;另一方面公司的市场行为可以丰富学校的教学资源，它产生的社会效应也将在一定程度上提高我校的知名度，从而形成良好的互动，促进南职院有关学科的发展。

我们将不断努力进取，为把颖丽君广告公司创办成一个代表南职院大学生创业成果的窗口形象而努力。

第二章 公司描述

(一)公司名称:

颖丽君广告公司

(二)公司性质:

集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的媒介性合资广告公司。

(三)公司宗旨:

以帮助客户获取经济效益和社会效益为己任，旨在通过公司科学、专业、真诚的服务来建立客户与市场的最佳沟通渠道，把客户有限的资金进行最经济的策划和设计，让客户以最低的广告成本，达到最佳传播的效果。

(四)公司目标

打造代表南职院大学生创业成果的窗口形象。

(五)创业理念 :

颖丽君广告公司目前处于调查研究和起步的阶段，但是我们形成一个共识，即在起步之初积极探索发展模式和方向，走一条有自己特色的路子，通过有效的资本运作，实行各种方式联合或兼并其他小公司，在当地形成强有力的广告集团。从最初吸引小客户做起，以精益求精的务实态度与客户建立良好的长期的合作伙伴关系，逐步扩大自己的经验和名气，一点一点划分属于我们的“势力范围”。

我们将努力在每一个细节之中，都融入一丝不苟的敬业精神，通过各种渠道分析广告发展的动态和趋势，从研究受众及市场出发，具体落实为我们的每一个客户提供科学化、专业化的服务。只有不断进取，不断超越自己，这是本广告公司发展的关键。

(六)公司服务

1。专业化的广告服务

——为我们的客户提供详细准确的行业咨询服务，包括数据调查资料，分析结论。从而使得客户的投资更科学、合理，全方位与消费者沟通。

——成立内部的研究机构，逐渐开创自己的理论架构和知识体系，建立自身文化内涵。

——与媒体成为战略伙伴，代理和完全买断媒介的大量广告版面和时间，由我们单方向对广告主进行广告媒介的推销和贩卖。

2。个性化的业务服务

——是四川省南充市高坪区第一家含有为婚礼策划和营造婚礼气氛业务的公司。

——为客户提供开业、节庆、房地产展销、产品促销、大型活动的策划，以及向客户出租活动中必须的大型升空气球、充气拱门，卡通人等宣传造势工具。

——代理联系举行活动所需礼仪小姐，和各种文艺节目。

3。为客户提供准确、科学的市场调查

——不必客户东奔西跑，我们为客户提供完善的效果测定服务

4。其他

——用户利益:我们因自身特点具有业务成本上优势。能把客户所需的广告预算降到最低，做到真正的优质价廉。

第三章 市场分析

(一)市场描述 :

广告行业是我国的新兴行业，2024年我国共有广告公司57434家，几年来公司数量不断增加，营业额和从业人员不断扩大，增长速度可观，全国广告经营额2024年突破1000亿元大关。按照专家的预测，2024年我国国内生产总值增长不低于7%，将达到12。5万亿元以上，全国广告经营额大概在1100亿元左右。据专家分析;中国广告市场在未来10年左右有望成为全球三大广告市场之一。但与美国广告权威机构披露的外国大型广告集团的年营业额数字相比，差距极为巨大。我国西部地区的经济及广告与东部相比差距仍然很大，这一点在短间内不会有大变化。

自从中国广告业市场重开以来，广告业显示出强劲的活力，广告业占GDP的比重及从业人员人均经营额均呈现出持续增长态势。调查显示，中国已经超越日本跃居全球广告业第二位，在广告收入的媒体结构方面，中国的电视广告以81%的比例占绝对统治地位，而报纸广告只占了17%。剩余的2%由户外广告、海报广告、大众刊物广告和互联网广告瓜分。2024年中国广告市场的增长放缓，整体投放同比增幅仅9%，低于中国GDP11。4%的同比增长，为近年来最低增幅;2024年，因受奥运蓄势、主要行业广告投放疲态以及新媒体广告分流等诸多影响，传统媒体广告市场刊例花费增长幅度进一步收缩，广告花费总量达3120亿元人民币(不含互联网和新媒体)。2024年新媒体力量的异军突起以及中国消费市场的快速升级，这让我们完全有理由相信2024年中国广告市场会更加精彩。

2024年中国广告业在奥运经济的推动下，将出现剧烈的变局，受奥运收视特点的影响，电视广告市场份额快速上升，平面媒体的广告空间进一步被压缩，以互联网和各种形式的液晶电视煤代表的新兴媒体，将进一步分割传统媒体的蛋糕，传统媒体将打响真正意义上的市场保卫战。

中国网络广告市场2024年的增长率为50%，占整个广告市场份额的6。7%左右。受北京奥运会的影响，中国网络广告市场将继续发展，2024年的增长率仍将达到50%，尽管互联网迅速膨胀，但就2024年全球广告支出增长的贡献因素来看，互联网还只能居于第二位。相比之下，电视拥有更加庞大的受众，特别在发展中国家其增长更为明显，因此预测2024年全球广告支出的一半将投向电视。

(二)目标市场 :

学院校内市场，学院周边市场，南充市市场，远期目标市场为成都各地市场。

学院校内市场主要表现为学院方对外宣传的广告需求，学院各个学生社团活动的广告需求，以及学院内举行各类活动和比赛的广告需求。学院周边市场的主要表现为环形街、人民中路一条街的各商铺、门面的广告需求，尤其需要注意的是学院附近各门面和商铺的更新速度很快。

顺庆区市场的主要表现为商场或企业事业单位提供市场调查，公关活动策划，举行促销活动所需的广告服务以及各小商铺的门面广告，招牌制作，户外广告等。

(三)目标客户 :

目标客户初期主要定位在学院以及南充市各企业、商铺、经营生产门面业主。

(四)建设进度 :

颖丽君广告公司由筹建、准备到实施预计将花费三个月的时间。其中第一、二个月将与南充市各地广告公司进行联系及商务谈判，建立初步的合伙人关系。从第二个月开始，我们将用两个月的时间，同时从硬件与软件两方面建设公司。到最后一个月，在完善公司建设的同时，将联络成都的商务网站与一些广告装潢公司，以及目标顾客群相对集中的广告装潢门面，争取与它们建立商业伙伴关系。

(五)市场发展战略 :

创业初期阶段(第一年)

1。我们初期阶段的发展模式可以考虑——

方案(1):与成都市一些广告装潢公司联系，谋求建立广告联合体。这是因为，自身都存在规模小，孤立发展的特点，有的公司具有媒体代理优势，有的具备客户资源，有的具备区域优势。我们通过资本运作，实行横向联合，整合资源，降低成本，风险共担。集团化是中国广告业进一步发展的必然选择。通过各种方

式联合形成强有力的广告区域集团。通过规模化经营，优势互补，降低经营成本。

这样有助于摆脱各小公司单独发展的重复和徘徊状态，从而提升整体服务水平。

这也对我们公司初期的发展有相当大的帮助。

方案(2):如果联合不成功，我们初期只能立足学院周边，抢占附近各类广告业务，我们以设计制作广告招牌为主，辅之进行一些有一定规模和影响的公关策划活动，吃掉大型广告公司所无暇顾及的零散业务，一步步打响名气。在发展中拓展长线业务。珍视同客户的关系，建立良好的客户关系，让今天的广告客户成为明天颖丽君广告公司的义务宣传员。也可以尝试邀请客户参股，共同发展。

2。游说学院社团，将颖丽君广告公司作为社团的广告代理。

3。寻找广告制作耗材供应商，确保进货渠道的服务与质量。

4。与成都商务网站建立友情链接，在网上宣传介绍颖丽君广告公司。开通电话业务咨询以及建立公司网站提供网上咨询服务。

创业发展阶段(第二、三年)

颖丽君广告公司在发展初期的规范运营中积累了相当的经验，在南充市场具有一定的名气，被越来越多的客户认同，同时公司人员的技术水平，制作设备随着发展上了一个台阶，那么这个阶段的目标是进一步树立广告公司的品牌形象，并对市场进一步推广，把我们的广告业务目标发展到大中企业。

1。在南充市主要街道捐赠价值数以万元计的户外广告，其中一部分广告牌用于向民众输送公共服务信息。无形中使广告牌不再被视为“道路污染”，而是对社会有所贡献。另一部分可以用于广告出租，获取收益。

2。初步建立一个稳定的客户群。能够在南充市主流媒体做广告宣传，影响力开始向整个南充市覆盖。

3。把颖丽君广告公司向南充各地区推广，公司利润将趋向稳定化。

第四章 公司经营

(一)公司业务

初期的业务内容大体分为:

1。市场服务:市场调查、客户服务。

2。设计制作:广告平面设计、商铺招牌制作、广告喷绘、产品包装设计、展示制作。

3。企业咨询:为客户提供广告策划、公关活动策划。

4。广告摄影:产品摄影、工业摄影、科技摄影、外景摄影等。

5。客户出租:庆典活动的大型升空气球、充气拱门，卡通人等宣传造势工具。

成熟期后的业务还要包括:

1)。推出数字广告业务，发展互联网广告。2024年，中国网民将突破几亿人大关，它标志着以新技术为基础的互联网作为新兴的主流媒体已经走入普通中国人的经济与生活，并将以我们难以预估的速度继续增长，前景广阔。

2)。大力推广和发展户外广告。引进高新技术的广告制作项目。

3)。婚礼策划:婚礼策划和营造婚礼气氛。

(二)经营策略

1。对公司的管理。维持经营效率是公司的主要管理课题，管理者需要致力于管理上的改良、业务系统的整合、强调综合绩效以改善经营效率。

2。加强公司形象，提高知名度，吸引客户，同时借助形象的提升，增强市场竞争力，以此为策略的基本方向，让消费者对便利店产生认同感，提高消费者的满意程度。

3。创造区域优势。其主要的策略是以区域型的经营使其在区域的相对规模变大，在区域内取得较高的竞争地位，求的生存的空间，奠定获利的基础，再求经营范围的扩大。

4。善于从投资设备中挖掘隐藏的利润增长点。

(三)经营障碍

1。资金不足导致公司基础建设落后。

2。作为新兴的广告公司，处于资金投入期和市场开拓初始起步期，是获得利润十分困难的主要原因。

3。公司团队整体实力需要作进一步提升。

4。知名度不高。

(四)经营资源

俗话说的好:“不打无准备之仗”。在投资前充分做好各项前期准备工作可减少后期运作中出现意外状况的概率。资金、人力、场地这三个环节中任何一个出现问题都将直接影响到公司的发展。我们初期需要投入资金为10万元。人员通过竞争选拔后定为12——13人。场地面积:50平方米左右。

第五章 公司管理

(一)组织结构

由于广告公司属于知识比资本更重要的智力行业，它的建立和发展需要合理调动整个学院的各方面优势资源。

管理部——负责公司内部管理，进度调配，公司发展规划。

技术部——新闻传播系与美术系:负责广告平面设计、商铺招牌制作、广告喷绘、产品包装设计、展示制作。

市场营销部——汉语言文学与新闻传播系:负责公司的对外广告宣传，形象策划。提高公司在社会的知名度。市场调查，分析研究。

信息部——经济贸易与管理系及计算机与信息科学系:负责与市场外围信息源联系，获取公司所需的广告业务信息。并采取与其签订协议的方式组成较稳定的公司资源。建立公司网站为公司的网上业务咨询服务、远程传播等建立基础。

财务部——经济贸易与管理系:负责公司的财政支出、收入业务，负责规划和建立完善的财务系统。

培训部——合伙广告公司:负责对公司内部人员的技术和业务方面的培训。

摄影部——负责公司对外广

公司成立策划范文4

[你公司名称]目前提供[具体数量]种产品：[列出产品名称和资源名称]

我们的主导产品包括[上述列出产品的编号]。总体说来，我们现在的生产线处于[起步/发展/成熟]阶段。

我们产品所使用的技术包括[外部提供的其它技术]正在[说明具体行业或企业名称]中广泛使用。

目前，我们的[产品/服务名称]处于[起步、发展、成熟]阶段。我们计划按着这种[产品/服务名称]继续扩大我们的生产线，发展项目包括[请列出扩展的项目]：

在[产品生产过程中，或延伸服务范围过程]中，主要的关键因素是[列出主要因素]。

我们的[产品或服务名称]是独一无二的，理由是[列出理由]，另外，我们有市场优势，原因是我们拥有[专利技术，快速进入市场，名牌产品，等等]

一、市场定位(目标市场)：

我们把我们的市场定位在[生产和销售书写及绘图仪器，低脂肪奶酪等产品，请界定你的市场导向]。根据市场资源，根据[资料来源]的调查显示，[最近的日期]这个市场的[批发额或零售额]大约为[\_]万元;根据[资料来源]的推测显示，该市场到[200\_]年将发展到[\_]万元。

在这里，你要说明，你有哪些顾客???现在的及将来的有多少(顾客)?这些顾客都分布在什么地方?你是如何接近他们的?他们的购买标准是什么?他们是否持续购买你的产品或

服务?你是如何引导顾客你的产品或服务的?他们为什么对你的产品感兴趣?为什么看中你的产品?你是如何渗透到这个市场中并赚钱的?

竞争：

我们直接与[竞争者名称]展开竞争。[或者，我们没有竞争对手]，但是我们的[产品或服务]在市场上是有选择性的。我们的[产品或服务]是一流的，因为，[写明原因]，同时，我们的确具有竞争优势，这是因为我们的产品[进入市场的速度快，形成了名牌产品，生产成本低，等等]。

管理：

我们的管理层有下列人员可保证实现我们的计划。

[姓名]，[男/女]，[具体职位]。[他/她]具有[具体年数]年的工作经验，有[具体年数]年的市场经验，有[具体年数]年的产品开发经验，有[具体年数]年的[其它训练科目]的经验。

[姓名]，[男/女]，[具体职位]。[他/她]具有[具体年数]年的工作经验，有[具体年数]年的市场经验，有[具体年数]年的产品开发经验，有[具体年数]年的[其它训练科目]的经验。

??

资金需求：

我们正在寻求[资金的具体数量]万元的[分期贷款、权益或其他融资方法]资金支持，这笔资金用于[详述资金用途以及为何本项目能赚钱]。我们采用[利润分红、二次融资、出卖公司或者公开上市]等方法，在[y]年之内偿还这笔贷款或投资。

资金筹措方法：

关于资金筹措方法，必须能让投资者清醒地了解站在你的立场上的想法，尤其是目前国内企业或企业家不了解国际融资方法，这点特别重要。假如你把他(或她)弄得很尴尬，或使用难以操作的方法，你将走入死胡同。你必须提供一个快速敏捷高效的融资环境。

销售汇总：

请参阅第九章的图表样式及精英杰公司提供的计划实例。

财务历史数据：

财务预计：

资产负债汇总表：

在[n]年内我们将偿还资金，方法是[将公司卖给一个竞争对手，公司支付，公开上市，利润分配，等等]。或者其它方式[另外的偿还方法]。我们希望能在[\_年\_月]实现这一计划。

为贯彻我们的目标和即定方针，我们决心以[阐述你公司希望达到的声誉]的态度对待资金监护人、顾客及社会其他团体。这些单位都会相信我们的公司，因为[阐述你公司与有关的各集团相互之间都是互利互助的]。

为实现我们的目标，[你公司名称]需要[资金、管理技术等等，列出你行需要的一切]。

二、公司简介

[你公司名称]成立于[\_年\_月]，其业务范围包括[介绍贵公司商业活动，如儿童商品制造，医用产品提供者,等等]。商业法定名称是[公司全称]，法定地址是[公司注册地址]。

本公司是一个[指出公司性质，如分公司、合作公司、合伙人、专有独资公司、股份公司，等等]。我们的主要办事机构位于[列出主要地址以及其它有关场所]。我们的办公楼大约面积为[具体数值]平方米，工厂或仓库面积大约[具体数值]平方米。我们目前的月生产能力为[具体数值，要包括计量单位]。如果我们每月扩大[具体数值]能力，我们还需另增面积[具体数值]平方米。有了资金后，我们可望在[二年内/一年内/一周内]能使该设施足以满足公司的需要。

法规与特需权[若没有可以省略]：

[你公司的名称]现正生产[有毒废物品、武器和军需品、遗传工程品、爆炸品，等等]，或者利用[禁控物资在生产线上加工或销售，或此类服务活动]，而且脱离了[政府有关机构名称]的管辖。

在此要列出所需要的许可证和法规文件。说明一下你公司与政府有关权威机构的关系。这些机构是如何规定贵公司的商业活动的?

三、公司战略

探讨一下你公司所面临的主要机遇，这些机遇促使你为之融资。目前情况下，产品生产线和技术能力会发挥有效作用吗?大约投入成本是多少?时间进度如何划定?风险程度如何?销售状况的变换或技术许可的发布以及市场品牌的下落，等等因素。

[具体的市场名称]市场形式十分复杂，我们的[具体产品名称]产品在上述[各个市场]未来两年内的状况是[在此详述]。

或者

新技术的全面应用将使我们的[具体产品名称]产品扭转[具体的市场]市场局面。所以，我们的产品有在当今[具体的市场名称]市场上继续占领的机会。

[你公司或项目名称]的市场战略是将本公司(或项目)变成[具体商品名称]的主导生产与供应商，配合[具体的工具或手段],可使我们的[顾客/用户][做什么?结果如何?带来何种益处?][你公司或项目名称]将在[何种工业领域、市场、专业市场、适当的范围内]以它的[核心技术，知识和专门技术]去支配[具体的市场名称]市场，包括[说明在哪些方面][详见图1：市场，图2：扩大市场，图3：组成]。目前[有多少]具有战略性的生产线被认为有能力占领目标市场[或适当的地位]。全部生产线以[按照生产层次、包装形式和销售渠道，其核心技术和生产商]的方式构成了全部股份。

以下利用一段文字阐述各自的目标或目的。使用图解方式说明(详见第九章样本格式例子)。要知道，一份图表有时胜过上千个文字叙述，它可帮助你全面思考。并使你做出最终结论，以施展你的战略部署。

1.产品及服务1：

[产品或服务1]代表着新 [何种市场?]市场的一个侧面，该市场可以[解决何种问题?]，并且可以广泛地反映出全部[目标客户]对服务需求。

探讨一下营销状况及目标市场的规模。

2.产品及服务2，等等：

[产品或服务2]体现了[某种项目或事物]可以附加在[某种项目或系统]中。[你公司或项目名称]将[首先]结合[具体产品/服务]进入市场，并被工业专家评为“最佳产品”。依上述方式予以叙述。

3.客户合同的开发、培训及咨询等业务：

[你公司或项目名称]目前正同[某公司]讨论具体的[购买合同和委托]。这项工程将给[你公司或项目名称]带来可观的效益，将帮助[你公司或项目名称]与[某公司]建立正常的相互关系，以保证[你公司或项目名称]的产品技术和服务得以实施。[你公司或项目名称]希望这条生产线能够得以实施。[你公司或项目名称]希望这条生产线能够表示出[你公司或项目名称]的产值的[降/升]曲线。

四、技术

1、专利技术：

我们的产品属于[阐述专利技术]，并对下列范围的权益加以保护[列出有关专利技术，版权，商标等]，同时实行规范的技术转让方针。

2、相关技术的使用情况(技术间的关系)：

我们 [具体产品名称]的[技术/能力]，我们已经[说明一下专利许可证或专利计划]与[具体产品名称]技术有如下应用范围：[指出协议书的大致条款]。

[你公司或项目名称]已经与其它影响力较大的科研中心，包括[科学院，基金会，组织]建立了关系，本公司同时还是[公司或项目名下]的大学认证项目的参与者，拥有[具体产品名称]的原始编码专利。“大学认证项目”首先给[你公司或项目名称]提供任何衍生项目的工业化生产的权利。

我们的技术开发包括[产品和公司]项目。这些工作包括[公司]和项目参与者的努力。公司有权利将[具体技术名称]用于工业化扩大发展。

[你公司或项目名称]目前正致力于[界定一下环境或有潜力的技术，或者生产线]的研究工作，这项工作将对扩大生产提供条件。

五、价值评估

阐述一下向顾客提供的产品为客户带来的利益,要有具体数值：

增加收入额

??

请与从前的统计结果(公司及竞争对手)加以对比量化，并说明不同点及改善情况。

六、公司管理

1.管理队伍状况

投资是一项经营人才的业务,请你一定要牢记这句话，越来越多的事实证明商业竞争的实质就是人才的竞争,谁能让人才留驻并善用他们,谁就能在商业竞争中获胜。你不仅要向投资者介绍你经理队伍的概况，而且要介绍他们是如何形成一个整体团队进行工作的。

[你公司或项目名称]拥有一支世界级水平的管理队伍，他们在[工业生产、市场营销、专业市场、资讯收集、公共关系、人事关系、各种有影响的岗位]上具有直接的技术与丰富的经验。主要体现在：

业务负责人和关键雇员

坦率地说，如果你以最少的人数担任公司各类职务，你将很幸运。你要告诉投资者，你公司都设了哪些岗位。请将你公司主要岗位负责人的简单职责介绍一下。

在此你要将你公司或项目的主要人员列表进行说明，主要人员包括：总经理(或首席执行官)、负责市场营销的副总经理、负责销售的副总经理、负责财务的副总经理、负责研发的副总经理、负责生产的副总经理、财务总监、法律顾问、公共关系顾问，等等。每个职位都要包括：姓名、职位、性别、年龄、所持有你公司的股份或选择权、个人经历、教育

程度、专业水平、毕业院校，等等。另外，你最好能提供几位可作为公司重要岗位侯补的人员介绍，以及公司发起人的数量、所处职位和介绍。

股份分配：

本公司已发行了[具体数量]普通股，还有[具体数量] 普通股尚未发行。下列人员或组织是公司的重要股东：

在这里你要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。

2.外部支持：

我们目前已与下列外部顾问机构发展了业务关系：

[具体名称]会计师事务所

[具体名称]律师事务所

[具体名称][各种形式的]顾问或咨询公司。

3.董事会：

我们公司的董事会由称职的商业及工业专业人士和专家组成。这个董事会协助我们的管理层制定切实可行的决策，执行最有效率的任务。但是，董事会对管理的决策不负任何责任。

利用本页篇幅简略概括一下你的董事会的背景。将董事会成员的简历一一写在计划书的附录条中。

七、组织、协作及对外关系：

阐述你公司的内部组织结构，管理程序。此项内容可以写在这里，也可以放在“支持文件”栏目中。组织机构包括管理层次图表，说明相互业务关系、功能作用等等。

你要阐述你公司所存在的各种关系的影响力，它可以吸引投资者的兴趣。请说明一下你是怎样开展工作(或计划开展工作)的，及如何协同另一方改善你的工作质量。要清楚地

说明它们是怎样被选用的，以及到目前为止它们是否为公司赚了钱。切莫忘记在你所从事的领域当中还有全球分销计划。

[你公司的名称]已经同[行业名称]行业中的主要公司发展了重要的利益关系。以下例出这些关系之范围：

联合营销协议：

相互关系的作用和影响可以吸引投资者的兴趣。请说明你是如何同其它部门合作以改善你的工作业绩的本公司在下列大型的巩固的业务方面建立了重要的互惠协作战略伙伴关系[请逐一介绍每个公司，他们在市场中的地位，具体协作内容，以及在协作中涉及的风险等均应加以说明]。比如，我们已同[具体公司或组织的名称]建立了营销协议，这位[公司或组织的业务性质，如：计算机软件批发商]的业务使我们有机会销售我们的[具体产品名称]。

本公司与许多客户建立了具有战略意义的委托加工(oem)关系。这一关系使我们得以大量稳定地销售[具体产品名称，如：箔金包装料]，销售对象是[具体用户名称和用途，如：\_\_能源公司，他们用箔金制成造太阳能光能极]。这一关系使我们许多生产线的产品走入了市场。不过它给我们带来的收益并不太大，也没给我们扩大我们品牌的影响力。

八、知识产权策略

本公司对我们的核心专利技术[详述于此]实行严格的保护措施。这项工作需要依靠有关法律的帮助。如版权法，商标法，商业机密保护法规等等。同时还需要有对有关商品制定的合同限制条款，以便保护我们的知识产权。本公司目前拥有[或设有]这些技术的专利[但很可能在将来选择申请专利归档]。以下说明一下任何可能发生的法律上的，或者技术上的和竞争上的冲突。

九、场地与设施

详细说明扩建需要的设施和成本，包括租赁合约等。

我们的[公司总部/制造厂址/销售网点]位于[具体省份、城市、街道]。

这个场地为[原始或当前]的生产和扩建提供必要的空间，它可以满足未来[大致时间范围]年的发展需要。我们目前的生产能力(包括内部和外部生产)是[具体按日/周/月/年等单位列出生产能力]。

如果我们能将生产能力提高到[具体按日/周/月/年等单位列出希望达到的生产能力]的话，还需要[到何时]增加设备。在选择未来场地时，需要考虑以下几个问题：

在此说明需要考虑和解决的问题。

十、风险

需要评估一下你业务的主要风险(包括管理问题，市场状况，技术状态和财政状况)。这些风险包括以下方面：有限的操作经验，有限的技术力量，员工熟练程度，资源数量，有限的管理经验，市场的某些不确定因素，生产上的某些不确定因素，来自竞争对手的威胁，防止假冒伪劣商品问题，对关键管理方式的独立性问题，等等。

[你公司名称]的业务取决于对[明确可能产的生风险]的防范。这主要取决于卖主，因此，须向[具体买主的名称][说明需要做的工作，如：定期发布内部规范与标准以及进行二次试验等，这些工作均需在总体发货前进行]。本公司相信自己有能力适应[技术进步及生产稳定性发展]的步伐，[依靠先进的联络手段，如国际互联网和其它在线服务方式，本公司有能力支持这种产品的生产]。未来的产品计划不依赖于[阐述于此]，技术障碍已经清除。

本公司的主要发展目标是生产[具体商品的名称]。成功地生产出这些代表我们企业水平的商品，并为市场所接受，就是[你公司或项目名称]的生命线，即企业成功的重要条件。最近第一个月[具体商品的名称]的销售额达到了[具体金额]百万元，这表明市场接受[具体商品的名称]的程度是广泛的，而且还在发展着。[具体生产装置]将会成为200\_年公司的主要收入来源。199\_年\_月份[资料来源机构名称]的研究机构报导称，[具体生产装置]的增长率由199\_年的\_\_%增长到199\_年\_\_%(仅在[具体市场名称，如：操作系统]市场上的统计)。[具体研究机构名称]公司预测，[具体生产装置]的订货量将由199\_年\_\_0,000提高到200\_年超过\_\_0,000，比199\_年的订货量翻了一番。目前的销售量和市场预测可以大大降低本项目的投资风险。

在编制本章之前，请参阅第九章关于市场和市场格局的介绍、格式和编排方法。

一、市场介绍

我们在[具体的工业领域]的[具体的方面][希望参与竞争，正在展开竞争]。根据[具体的资料来源]，该市场[前一段有效时间][批发或另售]额大约为[具体金额]万元。我们相信，这个领域未来主要趋势是向着生产[具体预测发展方向，如：环保方面，小型化方面，高品质方向，增值方向]的产品发展。

根据[具体的研究机构名称]研究结果显示，到200\_年，该市场将会[发展或紧缩]到[具体金额]万元。我们希望在此期间市场中的竞争局面应是[维持发展，收缩，原地不动]。影响这种变革的主要力量来自[具体原因，如：计算机成本下降，以家庭为基础的生意的扩大，儿童用品开发商的用户——孩子数量在减少以及带之而来的他们所喜爱的宠物在减少]。在这个领域中，发展前景最广泛的区域是[具体产品名称]。

我们的市场定位是发展[具体面向市场的产品类型，如：学校、家庭、办公室用品，书写和制图仪器，制鞋工业中的儿童(10至19岁孩子)用鞋]。在过去的几年中，这个市场已经处于[发展或稳定状态当中]。[具体行业名称，如机械]工业专家[需要具体指出姓名]预测，该领域未来几年的产值为[具体金额]万元。

最有发展前景的区域是[具体市场名称，如：儿童用品]市场的[具体产品名称，如：童装]产品。

注明此信息的来源，发布时间，以及这个信息是怎样编制的。如果你的观点与分析家的观点不同，请加以解释。希望你花钱购买这些信息，以防投资者在项目失败追究资料真实性时，你提不出你合法使用这些信息的证据。哪怕你只花1元钱购买信息，都可能使你日后免除法律责任。

[你公司或项目名称]由于所处位置得天独后，最有能力使[商人类别，如分销商、零售商等]与[你公司的产品或服务]相互合作共同打入现有的加工行业中。这种合作具有[评述市场定位的优势]。目前，在该领域的[商人类别]面对着挑战，比如[具体的情况，如：受到缩短进入市场的时间压力，劳动力成本的增加，等等]。

二、目标市场

主要参与者是如何分配市场的?具体份额和收益是如何?请你对这种情况和隐含的机遇加以解释。请确认一下你的市场定位，并对能左右你行动的因素加以定义。

我们的市场定位确定为[具体产品名称，可多写几种]。目前，市场份额由[具体写出前三位市场最大占有者的名称]占领。

当前我们产品的典型客户是为了[具体目的]正使用[其它产品或服务]的人。我们可以激发他们购买我们产品的激情，原因是[产品的价格，产品的品质以及产品的适用性等等因素]。这些信息是我们从[客户的反映，贸易展览，广告调查等渠道]了解到的。同时我们还感到，我们的顾客发现我们的产品[价格合理，质量稳步提升，品味高雅，任何一种明显的特性都使你的产品立于不败之地]。

根据你个人的看法或最近获得的信息，对现在的业务状况加以评价：销售历史;市场份额及地位;生产趋势;利润;营销方法等。

工业发展的预言家们对未来两年有何预测?可用多种方式协助你分析你的具体情况。

主要市场定位包括：

[定位1]

[定位2]

按一般习惯的分类法，列出你基本可以接近的客户类型(如零售商，电气产品订货商，从商品目录上订货的购买者，其他等等类型)请参阅第九章。

[具体产品名称]的市场定位是根据[请列出产品所属类型]的零售价￥[\_]元到[y]元的范围来划分的。这类商品的大部分销售业务由[具体的授权机构，如：oems，转包商，生产厂家的代表等]授理的，而一少部分则使用[具体确定价格方法，如招标]的方式进行。

本公司当前或未来的产品处于[具体种类，如：未能大量上市，没有成品，库存不足]的不利状态，造成这种不利局面是[具体状况，如：专利未登记，产能不足]，原因是[请解释]。到200\_年我们有能力扭转[具体能够实现的事件，如：专利登记，扩大生产线产能]形势，此后，各种劣势会大大降低。

目前来讲，公司的劣势只限于[具体种类]方面，现在我们采取以下步骤来缓解这些问题[请说明缓解办法]。

环境方面的威胁[如市场萎缩/贸易壁垒/消费者的倾向/变幻莫测的经济形势]等外部因素对我们的影响都体现在[具体体现的地方，如：价格/市场占有率/批发零售数量/进出口量等等]方面。

另外还包括人所共知的 [具体因素，如：法律体系不建全/政府政策不透明/外汇管制没有标准等公认的影响因素]等因素。

三、顾客的购买准则

请界定一下顾客的类型和其购买的标准。你可以利用小包装试用品来了解顾客的购买情况，这种方法容易实施，足以向顾客提供新的知识，使购买者更有兴趣反复购买你的产品。

目前购买本公司产品最典型的顾客是在[具体领域]中为了[说明应用或目的，如：办公自动化，减少员工数量]正在使用[具体产品]产品的人。

是什么力量激发人们去购买你的产品?真实而又感人的反映是什么?为什么出自你的产品、服务及你的公司?

请解释你的市场拓展方法——主要针对的客户群、各种卡片上的宣传、广告宣传等等。你是如何发现你的竞争对手的?你的顾客是如何发现你的公司及其产品的?他们是如何发现和接受你的新产品，换言之，他们通过什么渠道购买你的产品(通过企业许可证、电信方式，或通过结合其它什么商品的方式而发现的)?他们对不同的差价反映如何?

四、销售策略

你要从[你公司的名称]的销售部门计划通过不同的渠道销售我们的[产品或服务名称]。这些渠道都很起作用，因为：

客户分布面

地域关系

季节性变化

有效的资金量，及可以利用的市场现有的类似产品的渠道。

我们的竞争对手也使用同样的[具体销售方法]销售渠道。不过，相比之下，我们的销售策略更有效，使我们得以[阐述一下你胜过竞争对手的优越条件]。

[你公司]的部分主要客户名单如下：

请列出前5-10家客户的商号。(如果客户一览表占据篇幅很大，请放在附录中)。

[你公司或项目名称]的产品采取积极灵活的定价方式，并通过多种渠道进行销售。这些渠道包括直销、通过电话推销、及建立分销系统等，所有这些销售方式都是世界范围的。[你公司或项目名称]在[具体地区，如：北美和欧洲]建立一个直销场所，在[具体地区，如：亚太和世界]其它地区，[公司或项目]则利用专门的分销体系进行销售。[公司或项目]的分销渠道包括与oem厂商有关系的系统销售商，独立软件销售商(isv)和独立服务商(isp)。我们已同[具体公司]签订了专门的销售协议书。其它[具体行业，如：计算机行业]的公司，如[具体公司]，将我们的专利[技术或产品]溶入到[他们的产品中]了，这就使我们的利益受到长期保护。

五、市场渗透和销售量

深入到你的市场的各个层面，你是怎样接近你的顾客(购买者)的?这里，可以利用矩阵方式按年划分你的市场层面，按年度制定接触顾客的计划，并说明所假定的年度销售量。对于每一种销售渠道，均应制定五年期的目标销售和假定销售量。每种销售渠道的假定销售量举例如下：

一、竞争者

请告诉投资者你在产品、价格、市场份额、地理位置、推广方式、管理、个性化、融资能力等方面的主要竞争对手。错误或者不完整的信息可以理解为你的玩忽职守和对投资者与银行的不诚实。

切莫在你的竞争对手眼皮底下欺骗你自己(或你的投资者)。许多企业家认为他们没有“真正的”竞争对手，但事实上他们犯了严重的错误，从市场经济的观点看，任何商业活动都存在着竞争对手，只是你或你的竞争对手还没有发现对方罢了。

你可以查一下datapro，computerselect，ne\_us/le\_us的报道，以及你当地图书馆中的工业企业名录，可以透过互联网查询在线数据库，它们都可以向你提供其它公司的竞争信息;也可以阅读有关工业方面的杂志，寻找有关广告;也可打电话或访问顾客了解竞争者。请千万记住，有人站在外边(静静地，或者虎视眈眈地)做着你正在做的事情。

[你公司]在[具体背景，如：市场激烈竞争]形势下提供[具体产品名称]产品。

在这个市场中，与我们竞争的公司有：[竞争者]、[ 竞争者2]和[ 竞争者3]。

对每一类竞争者请提供例据说明。比如：acme inc公司是在c++环境下应用开发高性能工具的具有300万美元销售能力的开发商和销售商。acmeinc公司是acmecorp.公司的分公司，总公司是一个上市公司。销售额为8亿美元。分公司销售成熟产品、测试产品和其它品质优良的工具。这个分公司近来的趋势大不如前，因为母公司一直没有拨给用来引进新的工作平台和语言的资金。acmeinc公司由一个副总裁管理，他在那里工作已经六个月了。前任经理在那里工作了11个月。你要象这样描述你的每一个竞争对手。

竞争者[同我公司一样，在同样的贸易刊物上使用同样的方法][登过，没登过][广告]。如果这类广告是合法登出的，它很可能起作用了!

我们的[产品/服务]是独一无二的，因为[具体理由]，或者说，我们具有竞争优势，因为我们[进入市场的速度快，形成了名牌产品效应和低生产成本的态势等等]。

在该行业中，供货商和销售商(分销商)的关系是[请阐述关于你公司产品的供货商和分销商和分销商的工作效力]。当前，竞争威胁来自[其它公司/其它工业厂家/新技术或侵权技术/国外/策略关系方面]。

[你公司]的产品几乎在[特点、利润或顾客期待的那样]等各个方面都有良好的表现。而[具体产品]的竞争产品在[具体哪些环节]上体现不出同样的效用。

[具体竞争者]在[公开发表刊物名称，可多列几个]刊物上登广告。

探讨一下结果，如果竞争者经常地和定期地在那些刊物上登广告，它很可能起作用。

[具体竞争者]的产品只适用于[具体指出在哪些有限的范围]的范围。

或用另一种描述

该市场份额没有同任何竞争者分享。竞争是存在的，但它只存在于[具体行业的一个方面或国家]。在这些领域中的竞争对手是[具体列出几个竞争对手]。

二、竞争策略或消除壁垒

讨论一下你会在目标市场中所遇到的壁垒，并形容一下这些壁垒的特性，讨论一下可能涉及的各种重要的理论上的关系、习惯势力、国际大财团、战略伙伴或合资公司等，正面或负面的东西均要加以阐述。

1.竞争者[a，b等]

与[其它产品，销售过程，销售环境]同时销售最基本的[具体产品/服务][并不]是困难的。因为，[请说明理由]。由于[你的产品或服务]的可行性，[你公司或项目]将处于[请阐述你的有前途的事业]的前景。

要想在[具体产品]上消除壁垒，主要工作是及时开发[专有技术，专利等等]，迅速生产出新产品，快速进入市场。有了时间因素就能使[你公司产品]尽快进入市场。据估计，本公司将提前15个月领先于所有竞争对手。

目前，我们的[产品/服务]正处在[写明产品所处时期,如:初期、发展、成熟完备]阶段。199\_年我们首次开发了[产品/服务]，此后我们进行了[具体技术，如：3.0动画]改良和二次设计。这里要提供产品开发历史，产品介绍，发展到今天这种形势的改革过程等事实。用图表形式说明也许更为适合。

一、产品品种规划

你用什么样的质量使你的产品或服务驰名?结果如何?你让投资者相信，为什么你会对高于竞争对手的客户购买准则感到满意?

在目前的生产基地生产你的商品是否会提高交易?

许多市场中存在的因素都有助于我们提出基本相似的[产品/服务]标准。但是，我们在市场营销方法上与竞争者不同，理由是[具体的原因]。

我们已经对[具体产品][申请了][授于][获许可]专利权，内容简介刊在附录[具体附录编号]中。我们已将这些文件资料汇集在我们的程序库中，这些资料别人是无法复制的。我们的主导产品[具体产品]]反映了顾客的[具体需求]需要，同时也给顾客带来了[哪方面]的利益。

请向投资者介绍一下你的产品品种或工艺方法,提供何种独一无二的具有附加价值特性的产品给顾客?这些特点是怎样转化为你公司的竞争优势的。

使你产品利润提高的方法,最好有两种以上,强化了[你公司]品种产品组合的利润。

二、研究与开发

我们的研究与开发业务是在[某某人或承包商]的领导下进行的。其主要目的是通过市场来实现[开发新产品，解决开发过程中的问题，或者向顾客提供最高收益]。前[一段时期]，我们的研发部门开发出下列产品并进行下列方面的技术改造[请列产品名称和技改项目]。在过去的一年中，[你公司]在研究开发业务上投入了[产值的%，或绝对值多少元]，计划下[一段时间内]投入[%或元]搞科研开发。

例证应包括以下内容：相对低投资需求，投资净回报，同当前策略的配合程度，开发与生产的可行性(计划)，相对低风险形势，了解意向性结果的时间，共同买主的情况等。请解释你公司是如何和怎样对产品开发进行决策的。你的目标市场中的顾客也参与这一制定过程吗?

我们的研发项目所涉及的课题有时并不是从顾客或市场中寻找的。因此，我们选择产品的准则是：[相对低投资需求，投资净回报，适应当前战略，开发与生产的可行性，相对低风险，及时了解(掌握)意向性结果，广大的购买者等等]。将来，我们的研发业务需要增加力度时,这些工作都需要[人，基本建开支]来[加速开发过程，使试验结果更有效]。

三、未来产品和服务规划

为适应市场需求，我们计划扩大[具体产品/服务]生产，内容包括[具体的工作步骤]。

此外还[设想/计划]开发[下一代]产品，包括[具体产品或技术]。

可就你下一代产品的计划展开讨论，包括对未来顾客需求售后服务等观念。

我们已确定更新换代的产品包括[具体产品名单]，这些产品正是适应[主要贸易展览，工业发展趋势等前提]才相应提出的。此外，我们计划推出下列产品[具体产品名单]以满足换季需要。

四、生产与储运

请介绍可能建立组织机构的地点，建设情况，许可证决策部门，设施，以及后勤保障部门的情况。比如，资金使用，劳动力，材料资源，开发过程，客户关系，经验及销售要求。说明中还应包括原始产量和扩建要求，同时还须介绍产品或者关系的复杂性，独立性及成本问题。如果你已经有了或者计划建立软件库用以使你的加工工艺自动化或改善状况，亦请在此阐述方针策略。

我们的产品生产手段是[描述具体手段]。[开发/生产/储运服务]过程中主要因素在于[具体影响生产和储运的因素]。

生产中所需要的[原料/预制/工艺包软件/硬件][材料/部件]是[列出具体名称表]。

请说明并列出基建设备，材料，和劳动力的数量。以上所说的项目,目前有现成的吗?你是否有多种供应源头(渠道)?请列出质量和技术标准规范。列出库存需求。说明安全条例，危险材料或其它重要的安全因素。有没有其它可供选择的资源或材料?若有，请说明。

本公司[建设/安装/承包]过下列[软件/主要部件/另部件/分装件]：

请列出组装件等名称，包括客户的情况、主导生产线和成本等情况。

五、包装

包装工作对最终用户来说尤为重要。包装工作需要使仓储方和最终买方都相信你的产品会安全离开货架。请说明为什么你的商品包装是独特的，怎样保装?

我们的产品出厂包装原则是[请解释你的方针策略]。我们的竞争者也使用[具体包装方式]，但是我们的产品有别于他们[请说明显明特点，包括“展览品”章节中的照片]。包装工作是制造过程中的最后一道工序[如何包装/谁来做此工作]，也是非常关键的一环，它可在顾客的心目中建立十分理想的形象。

六、实施阶段

请阐明你公司现在是怎么做的?将来要发展到哪一步?为什么?解释一下顺利实现这一过程，当前和未来的计划是什么?

产品的问世是达到顾客满意的一个重要组成部分。[你公司]利用[外部支持者的名称,如某大集团/外部渠道]来监控和管理产品的储运，制定单证，日常养护和保险，这样可令顾客满意，实现销售的持久性。

我们的实施方案可以[满足/未能满足]未来的需求,原因在于[解释原则和证明未来计划]。

七、服务与支持

对顾客的服务：

我们的顾客都认为服务与技术支持是他们最关心的事情。他们常常对我们所提供的服务与技术支持发表意见。我们建立了[维修/支持]程序，向全体顾客提供热线服务。(请说明你的服务类型和现状)。

反馈与调节政策：

[你公司或项目]提供全面的售前和售后技术支持与服务。售前活动主要由位于现场的系统工程师来做。售后活动主要是通过设在[具体地点][你公司或项目]的热线来完成的。有了这两种服务体系保证了我们的技术可以成功应用，并使顾客满意。这些机构提供对我们全线产品的技术支持，可以保证技术的成功使用和快速解答顾客问题。[你公司或项目名称]主要采用电子方式进行服务与支持的，这样可以有效地节约时间，降低日常开支。这些服务包括：使用电子邮件，传真反馈和电子邮递技术服务，还包括产品更新或改革方面的自动电子邮件确认服务。

你可以进一步描述你即将举办的一个活动，如：你正在计划一项技术/开发/国际厂商联谊活动。它的目的是提供一个自由的环境，我们的[产品/服务]使人们有更深刻的认识。你公司还将提供一个面向开发人员的技术支持奖金，该奖金可让你从研发人员的视角来观察你公司的产品。在商品正式投放市场前，就产品的特性/优点/公众印象度加以评价。研发人员也可以通过你合伙人的邮件影响和参与你公司的研发设计决定。

[具体销售方式，如：直接销售方式]已委托出去了，原因是[说明你为什么将权利转移出去，你可以说：销售方面的技术问题，我公司产品的高价位，在某种景气程度下的购买者影响量，某些组织对我产品存在长期禁固，[或者，对具有某种特点的产品没有其它的销售渠道]。在[具体国家]，[你公司或项目]没有雇用当地的销售人员。目前，[你公司或项目]在[具体国]正在当地开设了销售机构。

二、销售策略

1、实时销售方法

请介绍用什么样的销售策略销售你的产品。如何促销?(通过打电话直接进行、广告宣传、邮件、广播、电视等等渠道)。请在服务支持文件全章节中提供各类样品的说明文字、广告语、声明或其它促销刊物。在销售预测中要详细说明销售过程中要保持的安全库存。

[具体商品名称]应视为一种[长期/短期]销售的商品。

2、产品定位

相对竞争对手而言，顾客是如何评价你的产品和你的公司?

你可以设计一套销售步骤来检验是否能实现你的销售目标，这种方法十分效。

顾客对我们[具体产品[的评论是[请说明]。我们产品的[具体产品的独特性，如：技术上/质量上/性能上的]优点吸引了顾客，得到消费者[具体评价，如：物美价廉]很高评价。

就市场定位而言，我们能利用[广大的消费者/生产目标]来满足不同顾客的要求。

多层次的销售策略：

我们的销售步骤分[具体分几步，如：二、三、四方面]，首先是市场渗透。

制造商的代表：

由于制造商的代表掌握着与我们的产品相兼容的其他品种的产品，所以我们相信，最好是选择拥有[产品1]和[产品2]互补性和兼容性的人士作为我们制造商代表[比如，某个垂直市场(即制造工业)销售代表与商业专家制定出年销售固定收入￥五千万元以上互补产品]。

行政/法人销售：

请阐述主要的或效益较好的直接销售额

要把生产(oem)：

有了oem这样的条件，我们就可以将我们的[具体产品]纳入他们的产品生产线中[请加以说明，你是如何将你的产品溶于他们的产品中]。

国际市场：

一开始你就应该考虑国际化的问题，这一点十分重要。请按优先权顺序列出目标销售国家：按比例份额划分，按语言划分，按产品用途划分，按兑换率划分，按专业性需要划分，千万别忘记为你设计一个撤退计划，毕竟不是事事顺利的。

电子化市场：

请看看互联网，那里有商业邮件目录或电话目录。有些电子化服务也处理咨询问题及其它提供“800”服务项目。还要研究竞争对手的作法。

邮购：

我们将在[具体时期]内对邮购的利润增长进行调查。由于我们加强了处理邮购业务的力度，所以预计会增加利润。我们能够科学地达到这一步，是因为我们改善了我们客户的需求标准。我们建议向[具体计划]，如：邮购两组5万件运动服，每组寄出前先用5千件作测试]。[具体购买群]确定目标。

销售方法：

你的产品是怎样分销的(或者使用什么方法使你的产品销售出去)?请制作一张图表来显示产品是怎样到达最终用户手中的。

下列单位或组织与[你公司或项目]有销售关系，他们强化了现有的分销关系，是增强分销增殖能力的主要对象。

[a公司]：[a公司]是[具体产品或技术]的主要供货商，与[你公司或项目]签有分销协议，此协议即可向[a公司]提供单独的产品，还可以结合[a公司的其它有关产品]集中统一销售，并将各种品牌产品混合统一处理。这是一种[有限的，不付专利费]的协议，用来支持[你公司或项目]的[培育，研究和开发]工作。

[b公司]：它是由[组建人名单]组建的，是[具体产品]的重要供应商。在[你公司或项目]与[b公司]共同努力合作开发下，于19\_\_年签署了共同使用[按优先权名义]许可的协议书。这种[非独家的]协议向[你公司或项目]提供了充分的权利，协议规定，在不支持专利费的前提下，在[具体应用方面]可以利用[原码]进行生产。

请说明这些渠道的作用、功能和优点。包括产品/服务在销售渠道方面的广告宣传，促销活动中的参考资料等等。

四、销售周期：

将市场进行区块划分，并根据每个区块中买主的教育水平，实施业务的复杂性，或其它在时间上和推广应用上的影响因素，说明一下销售周期的平均长度。为避免销售周期的长度引起乐观的误解，因此你应提出关键证据，参考性实例等。请问你所做的所有准备工作是否能增强你的可信度?

五、定价策略

你如何设定价格标准?有政策依据吗?你的价格有没有竞争性?你定价格是根据成本还是市场增长额来确定的?价格高于或低于竞争对手的原因是什么?这些产品的市场弹性强度如何(对产品需求的定价效应)?买方如何使效用弹性变得更具优势?

你是否存在一种固有的高价值观念，认为高价格是天经地义的(成本越高产品越好)?你能否利用定价原则作为一种战略性竞争武器迅速获得市场份额?

我们的定价策略是[请说明你的政策，或至少应该有个原则]。这种定价原则是依据[具体依据，如：成本核算的?毛利目的是什么?市场何在?]

我们最终定价原则是根据[成本，毛利目标，市场价格形势，公认性价格]。

我们按[月，季度，年度]来审查价格，以保证基本利润不受损失。顾客对我们的产品和服务愿意支付的价格高至[具体价格]，原因是[请解释]。

我们感到顾客愿意花[具体金额]购买，原因是[请解释他们的购买原则]。我们计划每[具体的时间段，如：三个月]审查我们的定价情况和产品库存或短缺的情况。

你是否应该对一项新的价格政策进行调查?以免损失最基本的利润。你有时间来研究这类问题吗?

1、产品、服务：

我们的[产品/服务名称]定价策略是一种排他策略从而实现市场渗透。我们相信[具体产品/服务][在企业中或桌面上](同其它竞争产品相比较)还不是种特价的商品。[你公司或项目]的产品当前的价格范围大约在[\_\_——yy，高于或低于]竞争对手的水平，这其中的原因在于[请解释与该产品的比较，你的产品市场定位]。比如，我们[具体产品系列]价格范围从\_\_\_元到

yyy元，而竞争对手照常将他们的销售价定在yyy到zzz元。

[你公司或项目]目前从要总产值的\_\_%中拿出 [专利费]费用。[你公司或项目计划拿出多少(费用)用于你们的产品开发上]。为了克服小型顾客市场的对抗情绪，或限制社会

上的开发商，我们将拨出一定数量的款项作为[优惠定价/竞争费用]来平衡公司间的规模差距，当高于[具体数量]时就应协商解决。

2、产品/服务b

当需要在短期内建立最大限度的分期付款销售基地时，[你公司或项目]实行一种市渗透策略。这种策略的定价范围是对[具体产品]从免费培育计划到[具体产品]的\_\_\_元控制价开始。

六、市场联络;

当你的产品已经上市了，并且表现极佳时，你的目标应该是加强、促进、支持，使这种情况持久。请记住，拥有资源丰富的企业家会发现不同的宣传方式，使用各种各样的方法来获取免费的广告宣传和促销效果。

本公司知道走向胜利的关键是什么，此时需要扩大促销力度。为达到此目的，必须采取[进攻性/主动性][广泛扩大选择性销售]的范围。为了达到我们的销售目标，我们需要一个[特别有能力的/专业化程度高的顾问，广告代理商，或者公共关系公司]。本公司[计划]在主要贸易杂志上，如[具体杂志名称]上发布[广告/现已发布]。资金落实后，就可选择代理商，在代理商的协助下，综合性广告宣传内容和促销计划就可以制定出来。我们以两种方式发广告，一种是由我们自己发布，第二是联合与我们有[市场/销售]关系的分销商，oem商，零售商及其他公司共同发布。

由于我们在公共关系上的努力，使我们在[具体行业或市场区域]中提供的产品具有领先地位。我们的极高声誉和[名牌产品]，以及在[管理人员/买方/顾客]的心目中不断提高，对公司的[前景/工业发展/市场繁荣]起到举足轻重的作用。

我们将按正常的方式广泛地联系下列各部门：主要贸易刊物的编辑部门，商务和地方出版机构，现有顾客所在公司的主要管理人员，雇员组织，用户集团，顾客，竞争对手，销售代表，等等。

1、贸易展销会

展销会的目标观众是谁?展销会能给目标市场带来某种信息么?

地区展销：目的在于将[具体国家]的各类展销有机地结合在一起，以便进入[何种市场区域]。

时间框架：每[月，年]展销次数/学术讨论会次数最好不多于[具体次数]。

过去的经验(如果有的话)。是否在别人的展销会上设过摊位?

本公司参加过[三]种类型的展销会[具体类型]。

20\_\_年，本公司将致力于开发和生产[产品1]从而取代[产品2]。在确定我们的贸展时，我们考虑以下几个因素：具体列表说明。

根据以上的考虑，这些展销活动被选定在200\_年进行。

本公司将参加各类活动计划来促进公司和产品的知名度，这些活动包括：具体列表说明。

2、广告宣传

[你公司或项目]正在开展印刷品广告宣传活动，主要发表在杂志上，配有突出重点的论述宣传，同时还设计出宣传手册，增加宣传效果。目前涉及到的杂志主要有[请列出贸易杂志名称]。[宣传手册的名称]出版日期号[时间期限]，其发行量达到[具体发行量]，发行对象主要是目标顾客。宣传手册还包括对于[具体产品名称]的整页广告宣传。

3、新闻发布会

[你公司或项目]的情况一直由媒体进行采访报导，新闻介绍，和举办新闻发布会。(参阅附录g有关采访报卡与新闻发布之介绍)。[你公司或项目]计划聘请一位全日制的公共关系经理来继续从事这一有效的工作。

4、年度会议/学术讨论会

[你公司或项目]目前已参加了几个主要工业项目的学术会议，包括在[具体国家]的[具体项目]。[你公司或项目]还成功地与市场伙伴合作，无需购买展销摊位就增加了我们的知名度。这其中的因素就包含着对[年会、展销会、学术会的]参与行为。

5、国际互联网促销

根据最近的新闻或特别报导，[你公司或项目]的互联网站每天上网率为[具体数量]。我们的国内信息已成为行业内可靠的、及时的、对分销及顾客有影响的、对行业景气情况进行预测的重要来源。

6、其它促销因素

[你公司或项目]正在寻求更多的机遇[举例说明]与[具体公司或其产品]共同拓展市场。

7、贸易刊物、文章报导

[你公司或项目]的负责人[举出姓名]经常作为[具体行业]的专业人士参与许多有关本行业的讨论，经常就有关产品和市场问题发表意见。[具体的人]还在[具体杂志]就[具体讨论题目]发表过专题报导。

8、直接邮寄

[你公司或项目]还进行商业信函和邮购活动。该活动在一定范围内[或列出订阅者名单，或者以用户为基础对象]发布一定数量的信息，旨在获得迅速的客户反应和寻求销售机遇。

除上述之外，[你公司或项目]还拥有专业性的附加资料，包括产品数据表、白皮书和背景资料等。

七、社会认证

社会上对你的技术，产品的实效性，新闻发布的策略，对你的计划等的评论是一种重要的销售工具，它可以增进你的认可度，缩短销售周期。要找一些工业领袖、分析家、主要顾客或大学，作为你的产品与服务的评论者。这些人士必须在他们的领域内愿意公开发表他们的支持意见。请阐述你的社会认证计划。

财务计划你想编制一个世界级的吗?精英杰公司将创办一个培训计划，它的服务对象是帮助中小型企业或创业人员建立一个完整的财务计划或商业流程。这种服务在互联网上开通，大约在1999年5月份开始。

一、财务汇总

五年的损益表包括以下的内容，它反映了第三年的投资回报率为\_\_%。可以假定早在199\_年为\_,000,000元，而在第一年中它的回报率是负数。公司可望在200\_年达到现金流平衡。原始股公开上市)是本项目最理想的出口策略。

二、财务年度报表

以下是从199\_年起五年期的年度产品收入汇总表。此计划系根据目前[你公司或项目]的[自筹资金计划，无其他外部投入][第一/第二轮基金——此处请予以解释]而制定的。此外，产品产值假定是在200\_年——200y年，这些假定值支持着那段时期的产值计划。

三、资金需求

不言而喻，这是一个很重要的话题。请说明你的资金需求包括哪些。风险投资网站中的栏目可助你查找投资者的信息。

我们正在寻找[具体金额]元的商业贷款，分期贷款或长期贷款]主要用于未来[2年，1年，1个月，1天，任何时限的]本公司的发展。到那时，我们还需要增加[具体金额]元的资金使我们超过现金平衡关。

初期投资将用于[完成开发任务，购买设备，引进新的/下一条产品生产线，流动资金的投入，寻找竞争对手]。资金使用明细如下：

完成开发项目：[具体金额] 元

购买设备：[具体金额] 元

引进新/下一条生产线：[具体金额] 元

流动资金投入：[具体金额] 元

请说明如何使用贷款/或投资资金。

[贷款/法人投资]的资金将用于[购买/建设/开发/获得/寻求/融资]在[设备/设施/流动资金]方面。

回报/偿还计划

需要确定，多长时间你能偿还贷款，或者投资者可将投资收回。换句话说，什么时候可以达到回报的目标。还要告诉投资者，偿还的措施是什么?或者说明转变投资者的地位，从而收回投资的方法[比如出售普通股，出卖商业设施等方法]。你的财务估算应包括贷款/投资资金所产生的利润和所需偿还的资金。请探讨一下那些可作为直接结果的融资所产生的、任何有意义的利润增长因素、资金流动因素，以及这些增长因素是如何帮助你偿还资金的。

我们可以通过[剩余利润分红，资本重组出卖公司，或者公开发盘方式]，在[\_]年之内偿还[贷款/投资]。

通过[a]方式产生的增长利润可在[年/月]之内提供偿还贷款资金。

结论

这里不必作出结论。但需要同金融家进行讨论一下，请不必为此而感到茫然。

根据我们的预计，我们认为[投资于，贷款给]我们公司，是一件非常理想的投资活动。为使本项目能够贯彻实施，我们需要[具体时间][具体金额]元[投资/贷款]。

四、预计收入报表

这部分计划不应提供给不想向你投资的投资者。你可使用以下文字进行说明：

该版本的[你公司或项目]的商业计划的空白部分是有意留下的。关于详细的财务计划和所需要的具体财务信息，请与[你公司或项目]接洽。

假设条件：

告诉投资者，你是怎样制定财务假设条件的?(指的是商业假设，不是记入财务记录单的数字)。

如果你需要寻找有关会计师或律师的信息。

财务预算的依据是假设条件，比如[在?时间内]新增[设备/设施/生产线]将可增加利润[具体数值]%或[具体金额]元。

新设备可降低成本[z]元，因此可增加利润[a]%。

利用总量折扣的优势，售出贷物成本可降低[b]%。

我们计划在[具体时间]实行一种新工作方式。产品的现场试验在[具体时间]开始，具体时间]结束。初期市场渗透可望达到[具体金额]元，盈余[\_]%，第一年年底可增长[y]元，第五年年底可增长[z]元。

通常的假定条件往往是成本(包括劳动力)随着总通货澎涨率而增长。但是，希望成本也随着总量折扣和与供货商成功的谈判而降低。不管成本显示出什么样的水平，增长还是降低，应对其事实情况加以评说，并注明其理由。

通货澎涨率假定每年为[z]%。

财务报告：

应记住这一事实，预算报告不是孤立的。任何一个审查你的财务报告的人都希望读到一些支持你所作的有关预算的探讨性说明(有关你对市场的研究，对竞争对手的研究等)。

应该简单地讨论一下商业计划中每份财务报告所叙述的汇总分析结果。还应讨论一下销售增长率和各种大宗消费项目。销售经济学问题也应加以解释。总量调整测定法有助于投资者增加对讨论课题的准确把握。这些内容包括作为销售收入百分比量的累计数、库存量、应收帐款、当日应付帐款平衡量、投资回报率等。

应向你自己提出的基本问题是：当我考虑将我自己的钱拿去投资之前，我应该具备哪些知识去评估一个商业建议书?如果你作一个投资者所提出的全部问题都得到解答，你可能就可以准备对外投资或成为贷款人了。

收入报告：

请对各类大型收入项目或各种较大的变动作出评论。比如研发活动或市场消费等。这些事项往往在运作的头几个月显示出较大的不平衡性，特别是以销售百分比的方法审视时，更是如此。不过这种现象过一段时间就会逐渐消失。

要考虑建立两种收入报表：第一种报表按月反映出第一年的收入：第二种报表应反映出五年中的逐年收入。

五、资产负债预计表：

对资产负债表中任何一个较大的或不正常的项目进行评估，比如现有其它资产，其它应付帐款或逐渐递增的负债等等。

应考虑建立两种资产负债表：第一种是按月反映出第一年的负债情况;第二种是反映五年中逐年年度负债情况。

收支平衡分析：

我们可以在[具体的月份]月份达到收支平衡。届时我们的销售额可望达到[具体金额]元。

六、现金流量表：

在财务计划中应考虑建立两种财务状况变化报表——现金流量表。一种是反映批一年状况的逐月报表;第二种是反映五年中资金流动情况的逐年年度报表。

造成一个计划主体内容混乱的原因是由于有过多的详细说明与解释，因此，就需要有陈列展览加以形象化。陈列展览可使投资者能够透过数字背后的实物更清楚地了解你公司。陈列展览应包括以下内容：

? 产品样本与说明书

? 销售报单

? 顾客清单

? 新闻报导与采访媒体

? 工业出版物的剪辑材料

? 专利证明

? 市场调研数据

? 以往的广告活动

? 实用的设施、仓库等的图片

附录的内容如下：

一、[你公司或项目]的背景与机构设置：

这方面的介绍是有必要的，它可以使人们了解你公司的历史与发展。

[你公司或项目]的全称或曾用名称[全称/原名称]，创建于[具体年份]。我们现在的名称是从[解释一下有关你所使用的名称意义]沿袭而来的。199\_年，本公司推出了[具体产品名称]，它是一种[说明产品特性]。199y年，我们在[具体投资领域]进行了投资，成立了[分公司/部门名称]。199z年，[分公司/部门名称]从本公司被分离出来，成为一家独立的法人机构。

你在此还要说明，其它一些分离机构，兼并单位的形成历史，预期亏损措施/税费庇护带来的好处，资产负债的优点/缺点，资本结构，股票交换，资产保值，国外/政府的反常行为，法人债务的转换，董事会关系，所有权或其它基本投资者应知的其他事项。

二、市场背景：

这里需要说明一下你所服务的市场长期以来正在发生或已经发生的事件。零乱琐事，集会，关于新产品的影响，发挥作用的技术问题，全球范围的联系，国际与国内互联网，等等。市场区域的成熟情况，新建或兼并标准，等等，以及对你的市场冲击情况。

三、管理层人员简历

在此你要叙述高级管理人员和主要技术人员的简历。

四、董事会

包括全体董事会成员的姓名、地址和联系方式等信息。如果可能，附以简历。若不可能，也必须提供其经历和职能的汇总材料。

王积力先生, 男，43岁，\_yz公司董事长兼总执行官;

曹童博士，男，37岁，现任\_yz公司副总裁，负责产品研发工作，还兼任abc公司董事长及nmp公司董事等职务。曹童博士是英国伦敦大学的毕业生，取得生物工程学硕士学位，并曾在乌克兰基辅大学和俄罗斯莫斯科国家科学院作访问学者，在基辅大学取得哲学博士学位。在\_yz公司成立之前，曹童博士曾是opp公司的生物实验室和产品开发部任负责人。曹童博士现为奥地利公民，长期驻在中国北京。

五、行业关系

[你公司或项目]组建了一个专业协作系统，用以支持[你公司或项目]的董事会和管理层的工作。具体如下：

会计师事务所：

法律事务所：

六、竞争对手的文件资料：

在此你要描述有关竞争对手的公司名称和产品系列，包括竞争对手的实用参考性资料。

七、公司现状

在此你要将资本结构、净资产、年报(如果是上市公司的话)或其它有助于投资者认识你公司的有关参考资料附上。如果是私营公司(不是处于创始阶段)，还应提供前几年的经过审计的财务报告。如果未经审计，请注明;如果已经审计过，请注明会计公司名称。

八、顾客名单

请提供一份完整的顾客清单，如有可能，请按市场区域，行业编码规范整理。内容应包括各类主要顾客的资料，顾客对你公司提供产品和服务的满意度调查结果，潜在购买群，用户会议和产品目录等。

九、新闻剪报与发行物：

包括全部有关你公司和产品/服务的主要新闻介绍情况和过去一年或以前的新闻报导资料。

十、市场营销

包括公司最新出版的公司介绍资料、说明书及任何促销性资料，如录象带，出版物，调查材料，教育、培训及学术会议汇编，或其它与公司有关的展示材料。

十一、专门术语

包括各种专门用语。应尽量使你的计划阅读起来不感到费劲，尽量使人感到其直观性强。有许多投资者，尤其是那种个人或家族投资者——“天使”，他们有对你有利的投资

公司成立策划范文

**第二篇：婚庆公司成立策划方案**

一、项目介绍

公司名称：立早大可婚庆服务公司

经营范围：婚庆服务

固定投资：人民币50万元

法人代表：谁爱当就当呗

场地选择：长宁区茅台路XXXX号

项目概述：婚礼预算、策划、喜庆用品代购；新娘化妆、形象设计；婚车租赁、司仪、录像、摄影、光盘制作、舞台布景、气球装饰、花艺装饰、礼宾花、冷焰火、舞台灯光、音响、租赁婚纱与饰品；发送电子请柬、制作海报和租赁道具等项目。

二、市场分析

目前，上海市的婚庆服务公司良莠不齐，许多新人常为结婚当天没有个性化创意内容和周到称心的服务，而感到遗憾。由此，本人产生一种想法，如果把能够创造价值和增值服务的人才组织起来，保证新人接受创意策划，双方长辈亲属满意，同时能够赢得参加新人婚礼的同龄作为潜在客户，岂不是一个很好的商机？

1、市场需求分析

据悉，现在上海市有婚庆公司与加盟店共1000余所，每年结婚新人约30000余对，其中，浦东新区新人数量居首位，第二至第五名依次为闵行、杨浦、徐汇、普陀。上海市每对新人在婚礼当天的总费用平均约为8至15万元，其中，婚庆服务约1至2万元。

从上述数据分析：

①部分地区的婚庆服务市场处于未饱和状态；

②新人对婚礼的重视程度较高，愿意投入费用；

③婚庆服务中的高端服务和特殊服务存在较大空间。

2、市场竞争与前景

社会进步必然存在竞争，在创业阶段必须重视行业竞争，据有关报道，目前，上海在开发婚庆服务市场的时间较短，虽然成立婚庆服务行业协会，但是婚庆服务公司普遍存在着质量不高的问题，如：婚车供不应求、化妆水平不高、服务态度较差和乱收费等问题。

只要扬长避短，制定自己的竞争优势，突出优点，创新发展，就能不断满足社会和客户的需求。发展潜力是十分巨大的，从创业角度来讲，只要重视竞争对手，采取“全方位发展，服务多元化，以优质服务取胜”的经营方针，创业能够得到回报。

三、成本预算

1、薪资预算

说明：公司专职管理人员做工资预算，计入经营成本；公司兼职从业人员不做工资预算，不计入经营成本，按照完成订单数量发放现金。

2、投资预算

说明：

① 办理婚庆服务公司营业执照，约10000元。

② 经营场所，年租金100000元。

③ 电视、DVD、音箱、空调、电话、电脑、打印机和传真复印一体机等电器设备，以及桌、椅、沙发、衣橱、茶几和饮水机等办公设备，约100000元。

④ 采购春冬两季的婚纱、礼服和旗袍各15套（共45套），用于租赁或销售，约10000元；其它婚庆用品，包括礼花、冷焰火、喜帖、喜册、喜袋、喜糖、喜烛、喜偶、新娘挎包、首饰盒、戎枕、手印模、子孙桶、情侣杯、同心锁、结发笔等，用于销售，约50000元。

⑤ 与汽车租赁公司签订服务合同，约 XXXXX元/年。

⑥ 户外广告10000元。

3、经营成本预算

说明：

①婚礼全套服务：12000元（20000× 60%）

以场均收入20000元，每场成本 60% 计算。

②婚礼 部分服务：6000元（10000× 60%）

以场均收入10000元，每场成本 60% 计算。

③用品租赁：100元（1000×10%）

以场均出租1000元，每件折旧10%计算。

④婚庆用品销售：100元（200× 50%）

以场均销售200元，每件成本50%计算。

⑤个性定制：100元（200×50%）

以场均定制200元，每件成本50%计算。

四、盈亏分析

l、经营目标

(1)实现服务目标：全年50场。

说明：

①50场，分为春秋两季40场，夏冬两季10场。

②50场，分为20场全套服务，30场部分服务。

(2)主营业额目标：全年营业额750000元。

说明：

① 全套服务：20000元/场 ×20场=400000元；

② 部分服务：10000元/场 ×30场=300000元；

③ 用品租赁：1000元 /场 ×30场=30000元；

④ 婚庆用品销售：200元 /场 ×50场=10000元；

⑤ 个性定制：200元 /场 ×50场=10000元；

2、投资收益预算

营业利润=年营业额-服务成本-工资-办公-赔款-其它和税金等

＝年营业额750000元

-服务成本 420000元（20000 ×20+ 10000 ×30）×60%

-工资100000元（两至三名员工）

-办公 20000元（水、电、煤、电话、上网、纸张）

-赔款 10000元（最多2次）

-其它和税金等50000元

≈150000元

五、盈亏预测

1、如果全年服务XX次就为保本经营。

2、如果全年服务XX次就有盈利。

3、如果全年服务不到XX次就出现亏损。

六、风险预测

1、风险：

① 选择经营场地的地理位置是否合理：

② 场所与酒店的地理位置是否合理；

③ 对竞争对手的了解不足；

④ 实际投资超出预算；

⑤ 从业人员服务质量问题。

2、控制办法：

①选择经营场所必须进行实地考察，多选几个点，多提几个方案，请专家评价选最佳方案。在有条件下可在经营场所周边的居民进行一次民意调查，为决策提供有利的依据。

②酒店与场所间要充分考虑所需的接送时间、交通工具等，避免迟到现象。

③加深对竞争对手的了解：避实就虚，做到他无我有，他有我优，并且定价合理。

④对每次投资要进行经济核算，在预算时要宽松或上下互补。

⑤从业人员要进行服务质量和态度考核。

七、相关的法律法规

《劳动法》

八、市场营销策略

1、服务说明与定价

2、经营策划

3、经营计划

**第三篇：关于成立企业策划公司的市场分析**

关于成立企业策划公司的市场分析

通过市场了解分析，现在所有的中介服务公司都是比较单一的，服务范围较为辖窄，不附和现代企业发展的需要，市场凝聚力和团结力都比较小，没有大的市场发展，只能在整个中介服务市场造成混乱和无序的竞争，造成中介市场的自相降价，不能使企业向规模化和集约化发展。

通过市场考察，大的省市地区已经成立了综合性的服务公司，例如鹤壁中博企业策划有限公司是一家专业从事企业项目投资和融资策划化服务性公司，成立于2024年4月，公司经营范围是：企业（投资和融资）项目策划、编制项目可行性报告、项目建议书、项目商业计划书。本公司策划撰写核心成员是由国内最早进入投融资咨询服务行业并在北京从事项目融资策划工作多年的经济分析师、高级会计师、资产评估师、律师、建筑设计师以及企业顾问专家组成，其工作经历均在6年以上，曾先后为国内二百多家企业及公司策划、编写、翻译各类项目融资报告，积累了各行各业企业项目的投融资报告策划和撰写经验。公司团队多年的实践经验，不仅具有理性的方案策划能力，更具有丰富的解决实际问题和方案推动实施能力，均能达到根据各自的业务专长在项目中发挥策划、编写优势，向客户提供高品质的服务。本公司团队所策划的企业投资项目已全部涉及第一产业（农业项目）、第二产业（工业项目）、第三产业（服务业项目）。

公司业务范围：策划编写、翻译（项目投资或融资）商业计划书；可行性研究报告；项目投资风险与规避报告；投资价值分析报告书；投资安全与增值潜力分析报告；项目经营运作预案；招标书；项目融资报告；项目资金申请报告；项目建议书等。

通过资源整合和资源共享，能够最大度的提升政府服务职能，能够最大限度的提高服务质量和速度，为企业为项目单位结约大量人力物力和财力，能够最大度的发挥中介机构的全面服务企业机能。

**第四篇：公司成立X周年活动策划**

公司成立X周年活动策划

一、活动背景

光阴似箭日月如梭，\*\*\*\*\*公司已经走过艰苦的三个年头，接下来将会是\*\*\*辉煌的岁月。在这三个春秋中，公司一直秉承“\*\*\*\*\*”的理念，以“\*\*\*\*”为目标，坚持“\*\*\*\*\*”的服务宗旨，用“\*\*\*\*\*”的管理方针，生产出“\*\*\*\*\*”造福人类。经过公司上下的不断努力，公司取得了不错的成绩。

\*\*\*\*\*公司自XXXX年XX月XX日成立以来，经过不断的努力与奋斗，从最开始的几个股东发展到现在的四十多个人，这之间，经历了多少风风雨雨，也走了不少的弯路，发展到现在，可谓是“守得明月见日出”。

现在是公司发展的一个过度阶段，公司各方面即将从之前的青涩变得成熟，所以说是一个很重要的阶段。

在公司成立的这三年，感谢大家一路和金玖同在，最开始发展困难的时候大家也不离不弃，我相信，不久的将来，\*\*\*\*\*给你们的远远不止这些。

二、活动时间

2024年6月

三、活动地点

四、活动流程

活动主要分为三部分：

（一）公司发展历程介绍及前景介绍

1、XX总发言

2、XX总介绍公司发展历程及发展前景

（二）午餐

（三）趣味活动

活动一：数数字(真心话大冒险)。

所有人围成一个圈，然后数数字，每逢7或7的倍数不能数出来，只能拍巴掌或者其他的，每逢7或7的倍数时，数数字的方向要逆转。出错者将被惩罚。活动二：猜词语(成语)

每个大组包括三个小组，每个小组由两个人组成，每一组开始之前先随机抽取一组词语，每组词语总共有8个词语或成语，规定时间为三分钟。然后两个人面对面站，一个人描述，对面一个人猜，描述时不能说出要猜的词语中包含的任何一个字，不然就算违规，猜出来之后就进入下一个词语，也可以说“过”（pass）进入下一词语。最后三个小组时间统计相比较，看哪一组用的时间最少、猜出来的词语最多，选出第一名。

活动三：衔纸杯传水

人员选三名一组，男女交替配合，选一段较远的距离，大家按照等距离排成一条线，人与人之间放两个气球在地上，传递水的时候不能把气球踩破。共选六名员工，分两组同时进行比赛。另有二名人员辅助第一名人员将水倒至参赛人员手里面拿着的纸杯内，第一个人手里面的水倒入下一个人的纸杯内，这样一直倒下去，最后一人纸杯内的水倒入一个小缸内，最后在限定的五分钟内，看哪一组的缸内的水最多，哪一组就获胜。

活动四：词语接龙

五个人或者十个人一组，排成一排，在组员内按顺序来回进行词语接龙，在三分钟内，看哪一组来回循环的次数最多(即说出来的词语最多)，开头的第一个词语各组内自定，两个组一起比赛，说得最多的一组为胜。

活动五：摸五官

两个人一小组，一个人说，另外一个人迅速反应，在自己脸上指出说话者说出来的器官。

活动五：拔河比赛

现场任意组队进行比赛。

活动六：夹气球跑

两人一组，一男一女背靠背夹住一只气球从起点向终点跑，终点还要放一个椅子，到了终点后要把气球放到椅子上坐爆，再返回起点继续夹气球。如果在跑动时气球落地，两人要从起点重新出发。在同样时间内哪组爆破的气球最多哪组胜出。活动七：绳子捆绑走路（三只脚）

在活动中，五人一组，在每个人的小腿部位用绳子捆绑(绳子不能绑得太高也不能太矮，不然就起不到效果)，将大家绑在一起连成一条线。在活动现场规定的距离内来回走一个回合，计时看哪个组先回到起点，最先到达为胜利者。活动八：看谁反应快

所有人再下面有顺序的站成一个正方形的方阵，上面留一个人说口令，例如：蹲下、起立、右手(左手)摸鼻子、向右转、向后转、向左转、左手搭在前面一个人右边肩膀上、左手伸起来，反应慢的将被罚出局，最后剩下的三个为胜利者。活动九：007

由开始一人说“零”，并指向任意一个人，被指的人随即发出“零”并指向任意一个人，被指的人迅速说出“七”，也要指向任意一个人，这时候被指的那个人不能发出声音，而是他左右两边的人发出“啊”的声音，此时所有人举起双手做投降状，出错者将被惩罚。

(四)晚餐

五、经费预算

（一）道具：100元

（二）场地费：

（三）奖品：500元

（四）酒水、饮料、零食等：900元

（五）中餐

（六）晚餐

六、材料准备

（一）道具

活动二的词语(成语)：

成语：男左女右、手忙脚乱、团结奋斗、画蛇添足、一箭双雕、手舞足蹈、七嘴

八舌、一手遮天、狼吞虎咽、鼠目寸光、连蹦带跳、垂头丧气、喜出望外、左顾右盼、画饼充饥、闻鸡起舞、掩耳盗铃、守株待兔、纸上谈兵、捧腹大笑、翩翩起舞、转悲为喜、望梅止渴、不屈不挠、如鱼得水、完璧归赵、草船借箭、汗流浃背、对牛弹琴

生活：自行车、啤酒、饮水机、吸尘器、数码相机、加湿器、空调、迟到、气球、电脑显示器、闹钟、玻璃杯、笔记本、沙发、电话、手表、椅子、台灯、锤子、放大镜、梯子、扫帚、工具箱、节能灯、太阳镜、秒表

动物：螃蟹、老虎、蛇、公鸡、兔子、小猫、小狗、狮子、长颈鹿、天鹅、企鹅、蜘蛛、蝴蝶、斑马、海豚、刺猬、北极熊、老鼠、蚂蚁、蚊子、狼、绵羊、金鱼、乌龟、青蛙、猫头鹰、壁虎、蜜蜂、蚯蚓、啄木鸟

植物：桂花、菊花、兰花、杜鹃花、樱花、油菜花、银杏树、柳树、白玉兰、海

棠花、梅花、松树、竹子、牡丹花、玫瑰花、牵牛花、百合花、活动三：需要杯子若干

活动五：需要结实点的绳子

活动六：需要气球若干

扑克四副

活动七：软绳子若干

（二）其他

零食：凉菜五斤、瓜子五斤、花生五斤、水果

酒水：白酒瓶、啤酒五件、饮料18瓶（花生牛奶、果汁各8瓶，碳酸饮料2

瓶）、矿泉水若干

（四）奖品或惩罚

奖品：牙膏、笔记本、香皂、肥皂等等

惩罚：装瘸子、装盲人、学小猫叫、跳一段舞、站在人群中间扭腰、扭屁股、唱

一首歌、找个同龄异性现场对ta说：我爱你、和大家对视30秒不能眨眼、金鸡独立1分钟、挑一名异性深情对视30秒，然后隔空KISS 3秒、现场找一个人背着绕一圈、学公鸡叫

**第五篇：成立广告传媒公司策划方案**

邳州视听广告传播有限公司策划方案

草案

我台作为邳州市场起步最早、规模最大、实力最强、经验最多、人脉最广的综合性传播媒体，为进一步拓宽文化广告传播业务的发展思路和空间，本着做大市场、做强产业、做精业务、做活经济的思路，重新划分市场、整合资源、积攒实力，拟成立邳州视听广告传媒有限公司。

一、优势分析

（1）自身频道栏目资源丰富，优势互补，各种媒体宣传手段全覆盖。我台现有电视自办频道3个：邳州新闻频道、综艺频道、城市频道；两个电台频率：邳州新闻频率、邳州交通频率；一家报社：邳州日报社；一家网站：邳州广电网。新成立公司将依托电视、电台、报社、网站四驾马车为客户提供全方位的立体包围式宣传。四大媒体的集中宣传效果，将为客户和公司本身带来不可估量的社会和经济效益。

（2）人才资源储备丰富，运营模式日趋成熟。我们拥有一大批高素质、精专业、富经验的广告创新型人才，这样一支专业的人才队伍，具有无限的商业价值和发展潜力。我们拥有电视、电台、报社、网站四大媒体成熟以及成功的运营管理经验，投资广告传播公司的设想有了成为现实的保证。

（3）社会公共关系资源丰富，拥有一定数量并且相对稳定的客户群体。电视、电台、报社、网站的品牌广告，经过多年的运营，其社会

1影响力大、知名度响、认可率高，发展储备了大量长期合作的老客户和一定数量的新客户。公司的成立将填补四大媒体现有广告市场的空

白，给广告客户们提供更广范的业务范围、更专业的特色服务。

二、目标定位

立足邳州，面向全国，瞄准广告文化传播市场。按照“统一领导，业务独立，市场运作”的模式运行。公司锁定本土广告传播市场，综合现有的电视、电台、报社、网站等媒介资源，进行整合营销传播，把各个“碎片化”的媒介和“分众化”的受众串联起来，从而达到“聚合受众”而形成规模市场，促进广告经营额将不断攀升。

三、经营范围

公司在“坚持正确导向，打造品牌力量”的总原则下，开展各项经营活动。广告文化传播有限公司是集平面广告设计发布、电视电台广告设计、制作、包装、播出、广播电视节目制作以及音响制品制作、发布、代理等服务为一体的综合性文化传播企业。

（1）承接广电文化艺术活动策划、企业形象设计、策划、企业管理信息咨询服务、广播电视节目制作等服务。

（2）国内各类广告业务设计、制作、发布、广播电视音像制品经营销售，电视购物产品经营销售。

四、组织架构

（1）领导组织：组织形式为有限责任公司，实行独立核算、独立经营。设总经理一名，副经理若干，其人选由台任免。公司后勤保障、财务管理应遵守台统一制定的管理、监管规定。公司各项重大问题决

定需报台审核批准。

（2）部门设置：公司实行项目负责制，相关人选由公司选聘，报台批准。

策划部

策划部的主要职责是：研究公司广告经营的发展战略与经营策

略；组织实施公关传播活动，维护、提高公司广告经营的品牌形象，拉动广告销售；策划实施市场推广活动及营销方案，加强与广告客户及社会各界的面对面交流，促进广告销售。

市场营销部

市场营销部的主要职责是：创新广告产品设计，组织实施公司广告产品体系和价格体系；全面负责广告客户的营销、服务与管理。监审部

监审部的主要职责是：负责邳州市广播电视台所属开路频道广告的审查、编辑、播出，确保邳州市广播电视台发布的广告符合相关法律法规和社会公德；同时负责广告合同（广告编播单）的结算复核和广告播出的监测反馈，发挥内部监督制衡作用。

包装部

包装部的主要职责是：负责各类音像制品、广告作品、电视购物产品的包装、制作、播出。

客服部

客服部的主要职责是：负责接待各类业务咨询活动和客户的售后保障服务。

五、资金来源

公司由邳州广播电视台投资创建。公司在完成定格上缴费用的基础上，各项支出由公司自行规定，报台备案。

六、资金用途

主要用于人员成本、业务开发等与经营直接相关的项目往来等。

七、风险分析

（1）公司成立后，将面临人员招聘、新业务开发、管理机制建立和人员磨合等问题；

（2）邳州广告市场日渐成熟，现有市场被各类中小型广告企业占据，行业内竞争激烈。一旦公司进驻市场，将会对小型广告企业带来巨大的利益影响，有可能引发竞争对手的恶意打压。

在业务快速发展过程中，如不能有效解决上述问题，将可能对公司的运营造成不利影响。

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