

大学生校内创业计划书 大学生创业计划书 (汇总6篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

大学生校内创业计划书篇一

目录

一、执行总结

二、项目背景

三、市场机会

四、公司战略

五、市场营销

六、生产管理

七、投资分析

八、财务分析

九、管理体系

十、机遇与风险

十一、风险资本的退出

附录

1. 市场容量估算表
2. 市场调查和定性分析表
3. 财务附表

1. 执行总结

1.1. 公司

甲壳质材料研究&开发有限责任公司是一个提议中的公司，它拥有甲壳质纤维制备的专利技术，提倡科技为本的绿色生活新理念，为人类提供尽善尽美的天然生物产品。

我国医用缝合线每年约有15亿人民币的市场需求，其中可吸收缝合线约有7.5亿。

公司成立初期生产医用甲壳质可吸收缝合线，以满足迅速发展的可吸收缝合线市场的需求，使用投资建厂解决方案，针对解决PGA(Polyglycolic acid 聚乙二醇酸)类可吸收缝合线大部分依赖进口、价格昂贵、影响提高人们医疗水平的问题。

公司注重短期目标与长远战略的结合，中长期目标将逐步拓宽产品领域，涉足甲壳质医用抗菌材料、药物缓释材料、人造器官、化妆品、保健食品、保健服装面料、新型环保包装材料、快餐用具等，形成以甲壳质材料为核心的多元化经营集团公司。

1.2. 市场

医用缝合线市场是集团市场，购买过程属集团购买行为。

目前，我国大量使用的医用缝合线主要有丝线、羊肠线和pga类可吸收线。

羊肠线材料本身有缺陷，pga类缝合线生产成本居高不下，使用范围均受到影响。

医用甲壳质缝合线将就这一切切入点进入市场。

医用甲壳质缝合线采用竞争定价策略进入市场。

产品生产成本约2.1元/根，是pga类缝合线的十分之一；平均定价30元/根(据调查，市场可接受价格为30—40元/根)，大约是pga类缝合线平均市场价格的1/2，而且降价空间较大。

公司将在全国设立七个区域分销中心，与代理商、经销商一起建立健全的营销网络。

产品进入市场的过程中将大量赠送产品让医生试用作为促销手段和提高市场占有率的手段，第一年赠送90万根，第二年赠送160万根，第三年以后每年赠送80万根。

国际领先的甲壳质纤维制备专利技术是制备医用甲壳质缝合线的关键。

公司将建立iso9000质量管理体系，力争获得国际iso9000质量管理认证。

1.3. 投资与财务

公司设在无锡，享受“三免三减半”的税收优惠政策。

公司成立初期共需资金1100万。

其中风险投资700万，东华大学投入资金100万，短期借款300

万。

其中用于固定资产投资602万，流动资金498万。

另外，天纯生物材料有限公司设备入股100万。

股本规模及结构暂定为：公司注册资本1200万。

外来风险投资入股700万(58.33%)；×××专利技术入股300万(25%)，资金入股100万(8.33%)；×××公司设备入股100万(8.33%)。

第二年估计盈利1000万人民币，以后每年销售利润率45%左右，第二年资产报酬率为75.39%，投资回收期为两年零一个月。

风险资金最好在第3—5年撤出，采用收购方式比较适合本公司。

1.4. 组织与人力资源

公司性质是有限责任公司，初期组织结构采取直线制。

公司所有权与经营权分离，实行总经理负责制。

总经理下设营销副总经理、技术副总经理、财务副总经理。

甲壳质纤维制备技术专利属东华大学所有，郟志清教授等老师是专利技术发明人。

郟志清教授有多年的科技成果产业化经验，将出任公司董事长兼技术副总经理；创业小组成员将参与公司的市场营销与财务管理工作；公司还聘请了东华大学市场营销系顾庆良教授作为营销顾问。

2. 项目背景

2.1. 产业背景

近年来，我国医疗器械产业得到很快发展。

1978年，我国医疗器械工业总产值为7.3亿元。

到1995年，按国家医药管理局统计为80亿元，而此间有关方面调查表明，全国医疗器械产业实际总产值达160—180亿元，相当于1978年的22—25倍，约占世界总销售额的2%左右。

我国医疗器械行业发展滞后于化学药物工业，发达国家医疗器械与药物销售之比接近1：1，而我国只有1：10，因此具有极大的拓展空间。

据调查，高性能的医用纺织品的增值幅度可达到1：50左右。

目前，我国大量使用的医用缝合线有三种：丝线、羊肠线和pga类可吸收线。

羊肠线和pga类缝合线是可吸收缝合线。

羊肠线生产工艺落后，污染环境，可吸收性差，易过敏和产生抗体反应。

目前，它的存在仅仅是由于价格优势。

pga类可吸收缝合线大量依赖进口，不仅花费大量外汇，增加了国家和手术病人的经济负担，也对我国外科手术水平的提高产生了一定影响。

据台湾工业技术研究院报告，1994年医用缝合线的全球市场值估计有15亿美元，每年增长率约4%。

据台湾化工所资料，世界上只有三家工厂生产pga原料，取得

极为不易，价格居高不下。

另外，PGA含水率过高将导致材料水解劣化、机械强度下降，缝合线质量受到严重影响。

作为一种纯生物制品，用甲壳质作原料的可吸收缝合线，能被人体完全吸收，无毒副作用，能够满足作为可吸收缝合线的所有指标，符合绿色环保的社会发展主题，是PGA类可吸收缝合线的替代品。

在吸收进口可吸收缝合线的优点的基础上，研制开发性能优越、价格适宜的甲壳质可吸收缝合线是符合社会和市场要求的。

投产医用甲壳质可吸收缝合线，在全球范围内具有超前性，对于促进我国医疗器械工业的发展、提高人们医疗水平、减轻国家外汇负担等方面，具有长远的经济效益和社会效益。

2.2. 产品概述(略)

2.3. 甲壳质可吸收缝合线的优点

经临床实验证明，与现有缝合线相比，医用甲壳质可吸收缝合线具备了作为可吸收手术缝合线的主要优点：

纯生物制品，与人体相容性好，伤口缝合疤痕小；

原材料广泛存在于海洋生物中，成本是PGA类产品的十分之一；

线体周围形成抑制细菌生长的环境，有利于伤口愈合；

无毒、无刺激，无抗体反应，能够被身体完全吸收；

足够的抗张强度和柔韧性，完全符合制备可吸收缝合线的要求；

易保存，在空气中几乎不分解；

能经受杀菌消毒处理，可进行染色、防腐处理等；

资深教授、专家、研究员担纲科研，研发实力雄厚，专利技术国际领先。

2.4. 甲壳质应用前景

甲壳质是一种天然高聚物，是一种新型环保材料，在医学、农业、轻工业等领域具有广泛的用途。

在医学上可以用来做人工皮肤、药物缓释材料，止血剂和伤口愈合剂、人造器官(如人工肾、人造血管)等；在农业上，可用来生产壳聚糖、壳质包复农药、降解地膜等；在轻工业上，可用来做成化妆品、保健品、功能服装、环保包装材料等。

3. 市场机会

3.1. 市场特征

3.1.1. 概述

医用缝合线的实际消费者是病人，使用者和购买决策者是外科主刀医师和护士长，实际购买者是采购部门。

市场特征呈现为使用者、购买决策者与购买者分离的特殊性。

医用缝合线市场是集团市场，购买过程属集团购买行为，人员推销是最有效的销售方式。

医生首先根据手术类型和要求选择缝合线种类、规格，同时

会受使用习惯、品牌偏好、地域差异等因素的影响。

缝合线属于医疗器械类，医药卫生管理机构如国家医药管理局、卫生局等制定的宏观政策法规会对其发展产生重要影响。

医疗器械的销售要三证齐全，三证是《医疗器械生产许可证》、《医疗器械销售许可证》、《产品合格证》，有些地方还要求由当地卫生主管部门核发的《准销证》。

3.1.2. 购买决策过程

在购买决策中，医生和手术室护士长起很重要的作用，有些甚至由护士长指定或采购(特别是二级以下医院)，极少数医院由行政部门决策购买。

决策模式主要如下图所示：

图1. 略

3.2. 市场细分

按市场开发程度，国内医用缝合线市场主要分为两类：

3.2.1. 已开发的可吸收缝合线市场

是指使用羊肠线和PGA类可吸收缝合线的市场。

大量使用PGA类可吸收缝合线的市场

这类市场分布主要在经济水平较高、医疗水平较高的大城市医院，如北京、上海、广州等。

市场特征主要表现为：厂家对于使用PGA类可吸收缝合线的前期宣传已基本完成，医生接受程度高，医生品牌忠诚度高；可

吸收缝合线应用广泛、应用时间久;对价格敏感度较低;消费行为比较成熟。

大量使用羊肠线的. 市场

这类市场分布主要在经济发展水平相对较低的大中型城市的医院, 如西安。

市场特征主要表现为: 可吸收医用缝合线主要使用羊肠线, 尚未大规模使用pga类可吸收缝合线;医生对于可吸收缝合线的接受程度相对较高;对价格较为敏感;品牌忠诚度不高。

3.2.2. 尚未开发的可吸收缝合线市场

是指应该或可以使用可吸收线而仍然使用丝线的市场。

这类市场分布主要在经济发展水平偏低、医疗水平有限的中小型城市医院或大城市的小医院。

市场特征主要呈现为: 医生较少接触或使用pga类可吸收缝合线;手术中普遍使用丝线;对于价格敏感度很高;pga类可吸收缝合线尚未进入这类市场, 竞争和缓。

3.3. 销售渠道分析

据调查, 医用缝合线的主要销售渠道为:

厂家直销/当地代理商销售

pga类可吸收缝合线生产厂家主要采用这种方式。

通过当地代理商能够减少进入壁垒, 顺利进入新市场。

厂家直销适用于进入壁垒较小的市场。

医院一般较为相信当地的代理商，发生问题处理及时，且信誉有保障。

销售过程主要是这样的：

图2. 略

通过医疗器械批发公司销售

主要是国内的丝线、羊肠线生产厂家，他们通过各级医疗器械公司、经销商建立了庞大的销售网络，销售渠道通畅，并与全国各大中医院有着牢固的业务关系，受人为因素影响相对较小。

图3. 略

3. 4. 竞争分析

3. 4. 1. 竞争产品和竞争对手

丝线：价格便宜，目前手术中仍大量使用普通丝线。

上海浦东金环医疗用品有限公司占据了全国丝线市场绝大部分市场份额，其次是美国强生的“慕丝线”也在国内大医院普遍使用，国内还有天津、杭州、无锡、南通等地生产厂家。

羊肠线：价格便宜，在妇产科等手术中较多使用，使用不便，容易引起炎症，处于被逐步替代的阶段。

厂家主要分布在上海、天津、杭州等地。

pga类可吸收缝合线：多为进口，国内南通也有生产，价格较高，厂家以美国的强生和氰胺(肯达尔)为最多。

主要采用上门推销和大量赠送产品试用的方式攻占市场。

据调查，强生和氰胺在上海占有80%以上的可吸收缝合线市场份额；其次，南通“华利康”也有一定的比例。

“华利康”价格大致在强生和氰胺的60%左右，但价格优势基本被其不完善的售后服务和质量问题所抵消。

3.4.2. 竞争影响力量分析(略)

3.4.3. 竞争优势

甲壳质缝合线本身的优越性能；对专有技术与人才的垄断；成本优势；资源可获性强；高新技术符合政府政策的发展方向等。

3.5. 市场容量

3.5.1. 市场容量

据估算：1999年国内医用缝合线市场容量约为**15亿人民币。

据调查和二手资料显示，目前可吸收缝合线的使用量仅占5%左右(含羊肠线□pga类线)，但金额占总量的50%左右，约**7.5亿。

(注：**估算过程见附录1□p29)□

3.5.2. 趋势分析与预测

据台湾工业技术研究院报告，全球医用缝合线市场年增长率为4%。

据调查□pga类缝合线产品只开发了可吸收缝合线市场的10%左右，市场潜力巨大。

目前，医用可吸收缝合线主要用于大型手术(如开胸、腹腔

等)中ppga类可吸收缝合线主要依赖进口，国家对其有严格的限制。

考虑市场增长情况，五年后甲壳质缝合线年销售额估计可达一个亿左右。

(见附录1pp30)

3.6. 政策方针和wto的影响(略)

大学生校内创业计划书篇二

领衔人：唐xx

电子邮箱ppxx@

专业：现代殡仪技术与管理

年级：大一

邮编：

学校全称ppxx民政职业技术学院

初赛负责人：陶xx

学校地址ppxx市雨花区香樟路22号

团队基本情况

团队成员：唐xx

项目所属领域：环保型

产品：集合肥皂器

服务：所有肥皂的使用者

电话□1839xx

指导老师：陶xx

1、领衔人简介

我叫唐xx□是xx民政职业技术学院殡仪1431班的一名学生，平常喜欢探索一些小事情并产生一些小猜测，这个产品的灵感就是在家里使用肥皂时想出来的。

2、项目简介

1、产品的技术原理：回收利用平常用剩余的肥皂

2、技术水平：不需要太多的成本，因为制作过程比较简单

3、新颖性和独特性：操作简单、成本低

4、项目的市场保护措施：需要得到相关部门的许可并获得专利才可以进行正规的生产

5、项目研发计划：在小工厂制作一小部分产品出去卖，并收集用户的意见

6、项目生产计划：根据销售的多少来决定生产量

1、营销方式和渠道：主要针对家庭主妇或是老奶奶

2、营销队伍：我与寝室的成员

3、促销计划：准备在每个小区摆摊设点对居民用户进行销售

2、预计销售收入和经济效益：预计5000左右

1、技术风险：技术风险相对以较小，因为技术含量比较小，所以没有含太多的高科技含量。

2、市场风险：市场现在没有出现这种产品，所以没有什么竞争对手，加上这是一个新产品，所以大部分顾客会觉得很有趣。

3、管理风险：只需要专门有人负责生产、包装和销售就差不多了。

4、对策：加强对产品的质量，给顾客留下好的印象，这样就可以提高销售量。

由于产品是新产品，大部分顾客会认为很新奇，因此前期可能会有很好的销售效果，可能到了后期，我们可以进行产品更新，并加强产品的推销，以此来提高产品的销售。

大学生校内创业计划书篇三

大学饮食联盟

XX

在大学中一直被诟病的就是大学食堂的饮食问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。

部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本企业划就是根据这一点，为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提

供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

大学饮食联盟为总部，在高校通过考核招收大学毕业生并且签订一年工作合同培训后在所在高校设立高校饮食分部。

大学饮食联盟在各地适当选址建立蔬菜种植基地，水果种植基地以及牲畜养殖场，建立配送车队，为各高校分部统一生产配送蔬菜水果等食品原料。

并且和农业研究机构合作通过高科技不断提高所生产原料的质量，降低成本。

大学饮食联盟总部设立管理培训部门，各高校饮食分部在所在高校选择招收大四非考研大学生为管理人员，并送培训部门培训。

大学饮食联盟从厨师培训学校招收厨师进行适当培训后送各高校饮食分部担任厨师，同时各高校饮食分部自行招收学生或者社会下岗人员作为窗口服务员。

大学饮食联盟总部不定时到各高校进行质量抽查，保证大学饮食联盟提供服务保质保量。

1. 大学饮食联盟的经营范围是特色食品，如鲁菜，川菜，粤菜等以及地方名吃，并且进行学生生源地调查，根据高校地理位置适当调整各菜系以及地方名吃的搭配，使来自不同地方的学生都能吃到适合自己口味的饭菜。

2. 大学饮食联盟的经营理念是一切为了大学生吃的更好。

3. 大学饮食联盟以提供助学岗位，交纳一定食堂租金为条件同各高校进行洽谈，为大学饮食联盟的发展壮大铺平道路。食品原料由大学饮食联盟负责统一生产配送，在降低食品原

料成本的同时保证食品原料的高质安全。

4. 大学饮食联盟招收的管理人员为本校大四非考研学生，让深受大学饮食质量低下之苦的大学生监督员工的工作，切实保证大学饮食联盟所提供食品的安全与质量。

大学生校内创业计划书篇四

随着我国对一次性医疗器械的广泛使用，医疗垃圾的产量以每年3%~6%的速度递增。

xx年，全国共有医疗卫生机构324,771个，病床317.7万张，年诊疗人数21.23亿人次，产生医疗垃圾100万吨左右。

联合国环境署的《巴塞尔公约》已将医疗垃圾列为需要严格控制国际间转移的危险废弃物，我国《国家危险废物名录》也将其列为头号危险废物。

因为医疗垃圾本身带有病菌和病毒，如不能妥善处理，将对环境和社会产生巨大的危害。

浙江大学热能工程研究所潜心研制的亿可利(easyclean)医疗垃圾气控式热解焚烧无害化集成处理装置，针对我国医疗垃圾成分复杂、不分类等特点，克服了直接引进国外技术的应用障碍，对医疗垃圾进行无害化处理，不仅可以将二次污染减小到最低水平，而且可回收热能，具有低投入和高社会效益的双重优点。

拟成立的亿可利绿色科技有限公司将依托浙江大学热能工程研究所雄厚的人才和技术实力，前期用3~5年左右的时间，灵活运用各种融资手段，在全国较发达地区的大中型城市建立20~30个医疗垃圾处理工厂。

在推广现有的亿可利医疗垃圾处理技术应用的同时，积聚资

金与实力，实现技术与服务方式两方面的多元化发展。

后期，在5~8年内将公司建立起业务范围遍及全国，集环保技术研究、环保设备制造、项目工程设计与建设投资于一体，涉及医疗垃圾处理、城市危险生活垃圾处理、工业危险垃圾处理等多个领域，倡导绿色生活的大型环保集团公司。

本企业拟采用bot(即build-operate-transfer)的运作模式，针对一个年处理规模为3,000吨的医疗垃圾处理企业，为了经营活动的稳定进行，企业需要吸纳外部投资400万元，投入自有资金50万元，技术作价150万元。

经初步估算，企业的内部报酬率约为24%，投资回收期为三年一个月。

相对于10%的平均利润率，作为为国为民的环保企业，这种利润水平是十分让人满意的。

高纯度药用褪黑素的生产创意：浙江大学暗金创业团队。

褪黑素，英文名melatonin是哺乳动物松果体腺分泌的内源激素，当体内褪黑素减少时，人体的各种机能就会受到影响，研究表明，褪黑素除了可以有效治疗失眠症和调整时差外，还有多种功能，作为保健品原料，具有广阔的市场开发潜力。

目前，国内褪黑素原料市场的需求量为6000千克，预计到xx年将达到10000千克。

现在国内褪黑素年产量1200千克，90%以上的市场需求依赖进口，市场容量巨大。

在本项目中，我们作为褪黑素原料的供应商，采用一种全新的技术工艺合成褪黑素。

我们的技术已经通过中试，生产放大方案经过多名国内知名化工专家认证，具有如下优势：产品纯度高，流程简单，产率高，成本低，原料价廉易得，生产安全环保。

我们的客户主要是以褪黑素为原料的保健品生产厂家，初期我们采取集中化的原则，直接针对年需求量在50千克以上的大客户，我们最大潜在客户上海健特公司已对本项目表示了极大兴趣。

我们拟成立pe药用原料研究与开发有限责任公司，投资额为700万元，投资净现值为1370.64万元，投资回收期1.51年，内部报酬率为76.38%。

大学生校内创业计划书篇五

母婴用品是指为孕产期女性与0—3岁婴儿这两类特殊相关群体提供的专业健康产品。孕产期女性与0—3岁婴儿这两类特殊相关群体提供的专业健康产品，特殊的体型特殊的生理心理需求，对母婴用品都提出了极高的要求，因此对母婴用品的选择要求相当的严格。

市场背景目前市场上还没有几家正规的，大型的母婴用品、儿童服饰、儿童玩具等产品的专业营销代理商。仅在超市及小规模个体私营中涉及母婴产品及儿童用品。开一家专门的大型营销公司很有必要，一来可以占据大量市场空间，二来可以抢占市场份额。

婴儿用品店的主要消费群是年轻父母们，他们舍得为孩子花钱，因此市场潜力大。新生儿父母在年龄的下移和文化层次的提高，表现在了对孩子培养知识的渴求和健康意识的增强，伴之而来的是对多功能，多样化的产品，高质量商品高品位服务的需求在国内孕婴市场尚未形成的过渡时期，除少数大型商场，专卖店外几乎没有具有品牌效应的专营店面。

据国家权威结构的调查显示：我国每年将近3000万左右的新生儿出生，其中8—36个月的婴幼儿约有4500万儿童约有亿，加上三千万左右的孕妈妈，每年a消费达800亿人民币。中国内地0—3岁婴幼儿共计7000万，这个市场是绝对巨大的。所以发展母婴、儿童产品市场前景非常广阔。市场前景孕婴儿起步前景广阔。目前孕婴市场仍属启蒙阶段，市场切合仍在初见时期，杂货铺式的商店居多，而能够提供规范化管理、统一形象、高品质的特许经营店将来是未来市场发展趋势。供不应求，潜力巨大。如今市场整体处于一种供小于求的状态，市场能够提供的产品远不能满足需求。可行性分析卖出去都是零碎的东西，短时间内不会有明显的收益，且总体声誉不会轻易扩大，因缺少像流行物品那样的青年传播人群，但利润可观。虽然从事这个行业是需要经验，但其产出投入产出比却高得惊人。行业入门槛并不高，目前开婴儿用品店有两种方式：一是加盟知名品牌店，二是个人独立开店，其中可以销售各种名牌的产品。

- 1、年轻父母们；
- 2、对孩子很重视的爷爷奶奶们；
- 3、企业的员工（如送礼等）；
- 4、出外旅行的家庭选购5。幼儿园或胎教机构的购物。

以代售超市加连锁专卖店的营销方式。（代售超市的销售价格统一由销售部经理制订。代售超市无权干涉，仅由销售经理定价，超市利润由公司返回。）

- 1、大小超市
- 2、幼儿园
- 3 kfc 麦当劳等食品提供及食品公司

4、玩具生产厂家

5、奶制品生产厂家

6、文化品生产厂家

7、附加关于胎教方面)

8、在各个阶段加入新的合作伙伴

1、资金需求比较大，且短期内很难收益；

3、开业到停业只有几个月，进货渠道控制不好，经营的产品比较复杂；

5、产品质量出现问题影响顾客的心情及信誉；

6、随时应对新的突变和挑战收入来源：1、超市营业额；2、专卖店营业额

1、超市提成及销售经理的工资；

2、专卖店的租金及员工的工资；

3、公司高层领导的工资；

4、股东分红及投资者回报；

5、专卖店发货到超市的运输费用；

6、公司成立的注册资金；

7、定期交纳国税和地税；

8、为公司扩展声誉做广告和慈善事业而需资金；

50平方米左右的店面，年租金大概6万元左右；装修及设备投入：装修只需突出个性和整洁明亮。加上水电、空调等必须添置的设备，共需2万元左右进货资金：5万元左右，品种多些，量可以少，尽量摆满柜台；初期营业员1名，500—800元/月，为节省开支，自己也需充当全职营业员5。税费：每月1000元左右。折算后，每月的固定成本在7000元以内。

婴孕用品的店址选择非常重要。婴孕用品的主导消费者为怀孕6—10个月的“准妈妈”和刚生宝宝的“新妈妈”，这两类消费群体通常居住比较分散，行动不便，所以周边交通应便利。婴儿用品店的利润平均在25%左右，每月3—4万元的销售额基本可保本。

成立连锁专卖店，与各超市及厂家展开合作，建立销售公司。吸纳网络营销人才。每区配备2名高级营销人才，优先选用有经验者。严格把关，强调质量信誉，随时调换产品，售后服务周到服务态度好，衣物采用全棉等，各种产品采用无毒材料。一流的管理人才，一流的基础设施，高级物流中心，高级的技术研发体系，连锁超市满足所有消费层次，品种齐全。

大学生校内创业计划书篇六

创业计划书是一份全方位的商业计划，其主要用途是递交给投资商，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。

一个非常简练的计划及商业模型的摘要，介绍你的商业项目，一般500字左右。

a.公司的宗旨

b.公司的名称、公司的结构

c.公司经营策略

在这里用最简洁的方式，描述你的产品服务；什么样的困难你准备解决；你准备如何解决；你们的公司是否是最合适的人选。

d.相对价值增值说明你的产品为消费者提供了什么新的价值

建立开发生产设备，并努力提高生产和研究能力以便满足日益提高的客户需求。通过大规模的促销攻势提高我公司的产品服务的销售量。

增加分销渠道零售网点区域销售销售公司采用电气化直邮式的分类等。

录用新的员工以便支持在新的市场计划下可持续发展。

提高研发能力，创造领导潮流的新型产品，提高竞争能力。

注意不需要透露你的核心技术，主要介绍你的技术、产品的功能、应用领域、市场前景等。

1. 产品服务a

2. 产品服务b

说明你的产品是如何向消费者提供价值的，以及你所提供的服务的方式有那些。你的产品填补了那些急需补充的市场空白。可以在这里加上你的产品或服务的照片。

a.产品优势

b.技术描述： 1. 独有技术简介 2. 技术发展环境

c.研究与开发

d.将来产品及服务

说明你的下一代产品，并同时说明为将来的消费者提供的更多的服务是什么。

e.服务与产品支持

简要叙述你的公司处于什么样的行业、市场、专向补充区域。市场的特征是什么?你的分析与市场调查机构和投资分析有什么不同。分析是否有新生市场?你将如何发展这个新生市场。

如果你在程序软件市场开发c++或nt的平台工具，不要只泛泛的讲一下这是一个价值300亿的大市场。如果你正在制作在nt工作平台上的c++应用程序开发工具，你就应该在报告中详细描述去年共销售了多少c++开发程序软件，有多少成长型的客户群，你的目标市场是什么?你的竞争对手分到了多少份额?是否有其他的市场零售商oem厂商在销售你的产品。

a.市场描述

我们计划或正在xx行业竞争。这个市场的价值大约有xxx□我们相信，整个行业的主要发展趋势将向着(环境导向型，小型化，高质量，价值导向型)发展。

市场研究表明(引用源)到20xx年该市场将(发展萎缩)到xxx□在这段时期里，预计我们力争的细分市场将(成长、萎缩、不发展)。改变这种情况的主要力量是(例如电脑降价，家电商业的蓬勃发展等原因)这个行业最大的发展将达到xxx□你的公司可能独一无二的将你的产品服务 and xx公司同级别的公司的现行业务合并。而当今的类似xx公司的正面临着诸如逐步提高的劳动力成本等困难。

b.目标市场

我们将目标市场定义为x□y□z□现在，这个市场由a个竞争者分

享。

我们的产品拥有以下优势：高附加值，出色的表现，高品味，为企业的量体裁衣突出个性。

c.目标消费群

消费群特点

我们之所以选择这些渠道因为：

- 1、季节变化引起的消费特点；
- 2、资金的有效运用可以利用市场上现有产品的销售渠道。

针对每一个分销渠道，确定一个五年期的目标销售量以及其他假设条件。为每一个渠道所做的假设可以是以下这些。

请告诉我们分别根据产品、价格、市场份额、地区、营销方式、管理手段、特征以及财务力量划分的重要竞争者。

a.竞争描述

b.竞争战略市场进入障碍

请在这里研究进入你的细分市场的主要障碍及竞争对手模仿你的障碍。

a.营销计划

描述你所希望进行的业务是如何的。以及你所希望进入的细分市场。曾经使用的分销渠道，例如：零售、对商业机构的直接销售、oem以及电子媒介等等。还要描述你所希望达到的市场份额。

b.销售战略

描述你进行销售所采取的策略。包括如何促销产品：通过广告、邮件推销，电台广播或是电视广告等方式。

c.分销渠道及合作伙伴d.定价战略e.市场沟通

你的目的是加强、促进并支持你的产品能更好的满足消费者需求的热点。唯一的原则就是寻找一切可能的有利的途径进行沟通。

财务数据概要。

八、附录

如有以下材料，请列出

a.公司背景及结构

b.团队人员简历

c.公司宣传品

d.相关词汇