

最新拉投资商业计划书(优秀5篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

拉投资商业计划书篇一

(1) 规划背景

随着网络经济的不断发展，便捷、快捷、实惠的购买方式使得不出家门就能买到满意的商品成为可能，这种方式正在慢慢普及。尤其是服装行业，尤其女装市场上，网上有成千上万种风格的商品，为买家提供不同程度的满意度。而且大部分买家都是中高收入者或者学生，他们花更多的时间工作或者学习。这些人绝大多数都熟悉网购流程，对于网店创业者来说，网购有着稳定的客户和市场。

(2) 网店名称:xxx时尚女装店。

(3) 商业模式:个人零售。

(4) 主要产品:以女装、男装为主，包括t恤、衬衫、裙子、韩版休闲裤上衣、时装包、时装男装等。

(5) 网店特点:基于时尚高贵休闲。坚持买家舒适，看的安心，买的安心；品种丰富，款式齐全，满足了男女对人格美的追求！

目前，服装行业的竞争无论是现实市场还是网络市场都很明显。由于缺乏信用和影响力，新的网店必须以低价吸引顾客。

网店直接从厂家进货，价格比专卖店低一半以上，基本在100元左右。

(1) 宏观和微观

现代女性，尤其是18-35岁的女性，有着强烈的追求复杂。韩服受到热烈追捧，这种具有个性美的休闲服装深受女性喜爱。不过专卖店的韩服比较贵。对于因为工作学习不能经常上街的女性来说，她们没有时间也没有心思去买这么贵的衣服，这就为韩服的网上销售提供了一定的市场。同时，网购不需要更多的中间成本，价格也更低。目前，信用在钻石以上的网店，服装价格相对较高，但对于网店信用较低的新店，只要抓住这一点，就会得到顾客的认可。

(2) 竞争对手

就目前的情况来看，每天有1000多个卖家在淘宝上注册网店，服装行业正以惊人的速度增长。因为这家店是新店，水平比较低，而大多数服装店都有以上水平，是我们的强劲竞争对手。但是自从加入了墨村网店的服务体系，就能很快度过初期。同时，就网店本身而言，因为是新店，所以装修和管理各方面还存在很多不完善的环节，与相对先进的网店相比也缺乏竞争力。所以我们加盟摩村，会用摩村管家的专业管理让店铺变得更好。

(3) 风险预测

优点:我们的货源是厂家直接提供的，货源充足；我们专注于固定业务，买家可以在第一时间给宝宝拍照，在最短时间内收货。

缺点:由于信用等级相对较低，很多买家在信用等级高的店铺购物较多；因为现在的服装不全是品牌，影响力不足；网店刚开，操作不够；因为是兼职，投入少，网店的创新元素也

不多，很难吸引买家的注意力。

威胁:对于新店，很多无良买家会抓住自己的经营弱点，以欺骗或投诉的方式进行威胁勒索，或者给予差评，一定程度上威胁到新店网店的升级。

(一)保证每天货架上都有商品，与家里保持联系，准确理解商品的描述；选择上网次数最多的时间，最合适的时间是10:00；14:00和19:00 23:30。系统对各类服装进行分类，处理服装的装饰，将新上架的商品放在店面的前面，同时以独特的方式出现在顾客面前。一个产品的每一张图片都要经过ps处理，客户要用最清晰的像素来迎接。在推广区，很多件衣服应该是最最近上传到店里最受欢迎的产品。

(二)价格策略

在淘宝上搜索与其他网店类似的3-5件商品的价格，然后以最低的价格放到淘宝上。其次，相对提高运费，以吸引买家的注意力和点击率。上传1-3件宝贝作为拍卖商品，定一个合适的价格，运费由卖家支付。随着越来越多的人来网店购物，价格应该有高有低。

(三)推广策略

实施限时购买策略，给淘宝上卖的一些类似产品设定时间。对于买家行动之前先行动。为了更好的刺激买家购买，买两件衣服的买家可以少付5元(不是同一件衣服)，每多一件减少1元。

网店管理

(1)充分利用qq□博客、论坛、邮件等。用于宣传；

(2)与公司有网店的同学或旺旺上的朋友建立友情链接，推广

网店。

支付宝交易

拉投资商业计划书篇二

江南新地商业街位于广州市海珠区江南西商业中心，地铁江南西a出入口。项目贯穿江南西路全程，东接江南大道，西连宝岗大道，与地铁二号线江南西站无缝接驳，与周边的广百新一城、摩登百货、江南西原有商业街等形成优越的立体式业态互补商圈。江南新地商业街属人防工程，由裕龙投资集团开发的海珠区唯一的商业旺区。为地下两层建筑，分为两期，一期建设长520米，建筑面积约为二万多平方米；二期为330米。江南新地分为五大区域，各自拥有不同景观。其江南新地首次采用地下双层复式形式，高7米，共有200多间白金旺铺，铺铺临街，独享地下街铺形式，设有13个出入口直达地面，过百个停车位。

针对江南西现有业态的结构不平衡，江南新地采取错位经营，定位为吸引广州白领消费的主题商场，并把服务对象锁定在以日渐具有雄厚消费能力和潜在消费能力的25—45岁年龄段为主的消费者身上。江南新地所招进场内的商户出售的商品都是各种切合白领特性的潮流、时尚的商品，并极力营造一种有特色、有情调、环境优雅的氛围。随着节假日的增多，消费者不只是单纯地追求传统的消费模式，而是寻求一种独特的、新鲜的、舒适的假日消费方式和消费场所。江南新地商业街针对消费者这些需求，向消费者提供这样一种集饮食、娱乐、购物于一体的消费空间，满足消费者对需求，并向消费者提供大量的潮流资讯。

地铁的开通，带来了交通的便利，缩短了地域距离，同时也给江南新地带来了无限的商机。江南新地以经营各类高品质、新潮、时尚、典雅、特色的商品而著称，不仅吸引了本地大批追求时尚、品质的白领一族，还引来了广州市以外的年青

消费一族。

自从广州江南新地20xx年4月29日开业以来，其日流量最少2万人次，最高峰甚至达到8万人次；月租金也由最初的每平方米300元涨到现在的800元以上，最高的租金达1200元/平方米！给当地带来了巨大的经济效益和社会效益，创造了广州乃至国内商业运作的一个奇迹。

江南新地之所以取得巨大的成功，与项目的定位明确，主题鲜明，准确抓住目标消费群的时尚、特色、潮流的消费口味及体验式消费趋势是分不开的。

针对消费者的需要，除了在招商定位上引入了各类高品质的品牌商家外，还引入了潮流特色商家。

除此之外，物业持有者坚持只租不卖、统一经营、统一管理的经营策略使得商场的发展有了良好的延续性，得以持续发展。

一、开业盛典

活动目的：为商场开业造势，引起话题，吸引大家的眼球，增加商场知名度。

活动主题：开业盛典

活动时间□20xx年4月29日

活动地点：江南新地露天广场

活动形式：启动仪式和舞台表演

活动内容：

1，启动仪式上午

1迎宾

2领导致辞

3启动仪式，区领导、集团领导、商户代表和黄宗泽共同启动拉杆台，鱼同水注入镂空透明江南新地logo中。

4舞台表演

a□明星演唱

b□明星与现场观众互动

c□运动服装秀

d□女子led鼓乐表演

e□街舞—双截棍

f□休闲服装秀

g□魔术

h□眼镜秀

i□品牌棒！约翰表演飞面团

j□数码产品秀

一、确立目标

招商策划是招商过程的第一步，那么，招商策划程序的第一

步又是什么呢？策划程序的第一步是确立目标。只有目标确立了，策划工作才能做到有的放矢。确定目标包括三个方面：

第一，要达到的目标是什么；

第二，围绕目标进行随后的一切工作；

第三，目标是否得到了实现。比如，要策划一次海外的新闻发布会。在策划过程中，首先得确定这次新闻发布会的目标是什么？我们要达到一个什么目的？通过新闻发布会，我们或者是要让世界了解我们的投资环境，了解我们的优惠政策，提高我们的知名度；或者是推出多少项目。目标确立之后，随后要围绕目标搜集各种资料，制定各类方案，最后检查目标是否得到了实现。

二、广泛搜集各方面资料

招商策划程序的第二步是广泛地、大量地收集信息，获取情报。信息收集对招商工作来说，显得尤为重要。从一定程度上来说，招商过程就是一个收集信息、寻找机遇、寻求合作伙伴的过程。一个地区、一个单位的信息流量大、信息面广，就有可能获得较多的招商机会，取得较好的招商成绩。如果信息闭塞，与外界交往甚少，要想招到较多的项目是不可想象的。因此，在招商策划中，收集资料、获取信息是非常重要的环节。收集信息时要把握如下几个要点：

第一，既要注重信息的针对性，但也不要放过信息的广泛性。如我们策划新闻发布会时，事先理所当然要重点收集与新闻发布会相关的资料及信息，但也不要放过附带而来的一些资料及信息。因为有时稍加留心就可以获得一些意外收获。这一点在广州经济技术开发区的招商史上不乏其例。如某广场项目就是偶尔从报刊上获得的一则消息而因此引进的。

第二，要注意改进收集资料、获取信息的手段。信息瞬息万

变，信息交换日益频繁，信息流量不断增加，获取信息的方式也在不断更新。我们要尝试采用各种先进的手段来收集信息。

第三，要对信息及时加以处理，并提高加工处理信息的能力。信息是有时效性的，一定期限内信息才有价值，过时的信息是一钱不值的。我们要提高对信息的分析、处理和加工能力，对信息进行深加工，从而使信息的价值量大增。

三、制订各类招商方案

制订方案是招商策划的一个重要程序，因为方案的优劣直接影响招商策划后几个程序的进行，直接关系到招商效果的大小。因此，必须极为重视招商方案的制订这一环节。

招商方案的制订要考虑两个因素：一是方案的可行性，二是方案的可选择性。制定招商方案要切合实际，制订的目标要能够实现，或者说经过努力能够实现。不能不顾实际和可能凭空拍脑袋，不切实际，制订无法实现的方案。所谓方案的可选择性，就是指要同时制订各类方案，以利于决策人物能比较选择其中最优的方案。为什么要同时提出各类招商方案？这是因为方案的提出与实施之间有一个时间差，在这个时间差里，可能会由于政策、市场或政治、军事、文化等因素的变化而使整个招商环境发生改变，从而使原先制订的招商方案无法实施。如果我们同时制订几类招商方案，当一个方案不可行时可以实施另一个方案，这样就能化被动为主动。比如，在策划海外的新闻发布会时，可以预先提出在美国、德国或日本举行等几类方案，以利比较选择。

四、比较选择各类方案

各类招商方案提出来了，比较选择其中最合适、最理想的方案也就成为招商策划中一个带有决策意义的重要环节。如果方案选择得好，继而进行的招商工作就有可能取得好的成绩；

如果方案选择不当，就会影响效果。

那么，如何比较选择各类招商方案呢？

第一，要考虑招商方案是否与我们招商工作的长远战略目标相一致。前面已经提到，招商是一项系统工程，我们对本地区、本单位的招商工作要站在战略的角度进行准确的目标定位，在组织一项具体的招商活动时，首先要考虑招商方案是否与我们长远的招商目标相一致。

第二，要选择成功率较高的一种方案。成功率的大小与方案的科学性和创造性有关，也与外方的政治、经济、宗教、文化、地理等因素有关，要选择双方有良好合作意向，把握较大的招商对象。

第三，要选择成本较小，而效果又相对较好的一种方案。成本包括机会成本和货币成本。机会成本是指我们在得到一个机会时而又去另一个机会所付出的代价。如我们决定到美国招商的同时，失去了在日本招商的可能性。我们在比较选择方案时，要选择机会成本和货币成本都较小，而效果又较好的一种方案。

五、方案的实施

方案的实施就是将招商方案付诸实际、付诸行动的过程。一般说来，实施的方案是在各类招商方案中经过了严格筛选和充分论证的，是可行和可靠的方案。因此，实施过程中要遵守原方案中制订的程序、原则和操作办法，不得随意变更时间、地点、出席会议的人员等，在万不得已的情况下才改变会议的有关事项。方案的实施一般是一段较为集中的不太长的时间，如举办一个招商会一般只是一星期左右。在方案的实施期内，参加招商会的有关人员最好一天开个碰头会，交流当天的工作情况，明确下一天的工作任务。这样做可以避免工作的盲目性，使大家做得心中有数，有利于在工作中互

相支持，加强协调。招商会有其自身的特点，招商方案也有其不同一般的特性。招商方案的实施过程中，尤其要注意信息的捕捉和资料的收集、储存、整理，这样才能保证招商会获得尽可能大的收获。因此，在整个招商活动期间内，需组织尽可能多的力量，主动出击，广交朋友，挖掘新的信息，建立新的招商渠道。

六、方案实施后的跟踪和反馈

招商方案较为集中的实施阶段结束后，并不是招商方案全部过程的完结，更不是招商策划的终止。要圆满地完成整个策划工作，还有一道必不可少的程序——方案的跟踪、反馈。跟踪得好，能巩固和扩大招商会的成果，达到事半功倍的效果；跟踪得不得力，则有可能前功尽弃。因此，策划者要极为重视方案的跟踪、反馈工作。

跟踪和反馈主要表现在以下几个方面。

第一，主动征询和收集外方他方对整个招商方案如招商会的意见。在外商或他人眼里看来，本次招商活动成功的地方在哪里？需要改进和注意的地方在哪里？通过收集这些反馈意见，对我们在以后进行类似的招商策划和制订招商方案时能有所借鉴。

第二，对在招商活动中所捕捉到的信息要继续跟踪，对新接触的外商要保持联系，不要出现招商会一结束，信息和来往就随之终止的局面。对有意向的合作项目，要在方案实施之后创造条件促其尽快签约。

第三，对在招商活动中已签约的项目要加快立项和报批工作，促使项目尽早上马，促使外资尽快到位，使合作项目进入实质性的实施和建设阶段。

第四，对“如何做好方案实施后的跟踪反馈工作”；也应制

订一个方案，分工到人，明确职责，并定期检查跟踪、反馈工作的成效。

拉投资商业计划书篇三

互联网风险资本家，尤其是那些致力于为刚起步的公司提供风险资本的风险资本家，在公司发展的不同阶段提出不同的商业概念时受到了不同程度的抨击。Draper Fisher Jurvetson每年大约出台12000个商业计划，而我们只采纳其中15个。如何从浩如烟海的商业计划中精挑细选出行之有效的商业计划？首先，我们必须回答几个关键问题。寻求风险资本的网络企业家首先应该对自己所要回答的问题，以及可能作出的回答的质量作一个判断。这对于他们而言是极为有利的。

对于网络企业而言，相关问题比商业概念可行性的标准问题更微妙。这些问题一般不适用于传统企业，但是，对于新经济而言，则相当重要。它既可能是一个可以为企业带来亿万利润的商业概念，也可能只是一个普普通通的点子。在叩响风险资本家之门时，你可以先回答如下七个问题。

撰写商业计划书所必需的材料

1、该商业概念是否具有积极的、强化网络效果的功能？

产品及服务是否随着用户及销售范围的拓宽而增值？如果效果是积极的，那么，先发制人、先进的管理、及客户“锁定”都可能对后来者构成难以逾越的壁垒。

2、该商业概念是否具有一定的广度，是否随网络的发展而发展？

以交易为基础的定价方式、多种定价模式并存比固定的定价方式及一锤定音的定价方式更可行。

3、有无推广该商业概念所需的创造性的网络营销技巧？

hotmail的迅速成长离不开我们所说的“滤过性营销”。所谓“滤过性”并不是说我们必须“滤过”某些传统意义上的“病毒”，而是应该“滤过”某些不利于企业发展的“口头宣传”，因为该模式在很大程度上取决于客户的“口碑”。每一位消费者都是企业的自愿宣传者，他们不仅自己使用公司出产的产品，而且把好的信息传递给了自己的亲朋好友。“滤过性营销”使先发制人者大受其益，同时，它也是我们在评估消费型新兴网络公司时所采用的一个重要手段。

4、你懂得随机而变吗？

在目前的经济形势下，一成不变的东西是不存在的。新兴网络公司的优势在于“小而精”，因此，它们随时都可能发生翻天覆地的变革以适应时代的发展。在网络时代，公司的竞争力取决于思维与行动的速度。

5、存在着什么样的壁垒？

公司的成长可能“一日千里”，也可能“昙花一现”。关键的区别在于，公司内部是否设有客户转换壁垒

□switchingbarriersforcustomers□□及竞争者进入壁垒。如果公司无法“锁定”客户，变革再迅速也枉然。当我们考虑是否对新兴网络公司进行投资时，我们首先考虑的是客户转换壁垒，模仿者的进入壁垒。互联网有独立的生态圈，并支持商业有机体的衍生，“迅速的模仿者”是与网络与生俱来的。

6、有无可能对公司伸缩性造成影响的人员瓶颈问题？

新兴网络公司往往因人员素质问题而使发展受阻。因此，这类公司往往对人员密集型因素（如咨询、个性化服务）等避而远之。

7、是否具备“市场收缩”策略？

新进入者可以通过降价或提供免费产品，冲击传统企业的既定分销渠道。虽然新市场的规模不大，但是，以低成本为驱动力量的新进入者可以通过重组竞争基础，获得可观的市场份额。在一个免费email市场中，收入相对较少，但是，对于效仿hotmail推销eudora软件及客户软件的公司就可能构成极大的威胁。

拉投资商业计划书篇四

一公司介绍及投资背景。

••••防护用品有限公司是一家集生产加工、经销批发、出口贸易于一体的工贸结合加工贸易公司，目前主要生产经营产品有杯型口罩、鸭嘴口罩、折叠口罩、平面口罩□3m口罩、3层平面口罩□ffp2口罩□n95口罩、无纺布口罩、活性炭口罩、一次性失禁用品、一次性防护服、圆橡筋、钩编筋、扁橡筋等，同时代理肝素帽、三通阀，实现了多元化经营。

公司成立于20xx年，自创建以来，始终坚持“卓越品质、服务社会”的经营理念，致力于国内外防护用品市场开发，在全体员工的共同努力下，公司的规模不断扩大，实力不断增强，管理科学，经营业绩不断攀升□20xx年产值突破1000万□20xx年实现产值1200万□20xx年实现产值1500万，实现了快速、健康、可持续发展，展示出勃勃生机与活力，成为全国防护用品行业的一颗正在跃起的璀璨明星。

公司坚持以人为本的管理理念，尊重员工的选择，尊重员工物质文化需要，开展丰富多彩的文化娱乐活动，积极进行企业建设，吸引了大批有志之士加盟。公司致力于为员工创造优厚的物质生活条件，工资福利水平不断提升，员工教育培训如火如荼，创设员工发挥聪明才智、展示能力的平台，激

发了广大员工为企业尽智尽力的积极性和主动性，打造了一支诚信、负责、创新、高效、务实的企业团队。

公司以“长期合作、互惠共赢、诚信服务”为市场宗旨，引进先进技术和设备，开发多种品种，大力挺进国内外高端市场，赢得了国内外客户的广泛赞誉。目前，公司在全国30多个省区196个大中城市建立了完善的销售网络，同时积极扩展国外市场，与美国、法国、日本、德国、澳大利亚等客商建立了长期良好合作关系，有力地促进了公司扩张与发展。

武汉中宜新防护用品有限公司实力雄厚，服务优良，生产订单应接不暇，国内外市场潜力无限，客观上需要调整经营战略，扩大生产规模，创建知名品牌，实现永续发展。为适应不断蓬勃发展的新形势，公司拟扩大投资规模，在武汉市江汉北路九运赏荷居1304征地15亩，特制定此投资计划书。

二投资计划概要。

公司将秉承“为出资人创利，为员工谋利，为社会服务”的投资理念，本着对每一位投资者极端负责的态度，继续保持艰苦创业、勤俭节约的优良作风，继续发扬开拓创新、团结奋进、锐意进取的拼搏精神，把每一分钱都花在刀刃上，以最小的投资争取最大的收益，创造丰厚的社会财富和企业利润，让投资方满意，让消费者放心，让员工得利，服务企业与社会和谐发展。

根据公司目前的发展需要，需要用地面积15亩，地址在武汉市江汉北路九运赏荷居1304；根据武汉的土地、设备、薪资水平等市场价格，预计投资整个规模3000万，其中，机器设备800万，基建投资1500万，流动资金700万。

由于目前的口罩、棉签、湿巾市场前景广阔，我公司拥有成熟的市场渠道和经营管理经验，因此新建企业仍以类产品为主要方向，顺利投产后可以根据市场的需要和社会的发展，

科学调整产品经营战略方向，以便与时俱进，实现永续经营和可持续发展。

本计划主要介绍了包含征地、基础设施建设、设备投资、人员配置、运行方式等方面的投资预期以及市场分析、风险评估等。

三投资运行模式。

经济学原理认为，在市场经济条件下，面临这激烈的市场竞争和瞬息万变的内外部市场环境，必须坚持以最小投入获取利益最大化的原则，从而规避风险，有效控制资金安全。也就是说，在保持企业正常运转、资金周转健康的情况下，投资越小，资金越安全；利润越大，受益越大；资金越节约，风险越小。基于这样的认识，拟采取以下投资运行模式。

据武汉土地市场价格，拟投资1500万购置15亩土地；在办理好土地使用证以及所有权证书后，将土地抵押给银行，银行贷款主要用于建设厂房、车间、办公室、厂区铺路、绿化等基础设施建设；然后将厂房等资产抵押，银行贷款再用来购置机器设备；最后将固定资产设备抵押，用来购置生产原料、招聘人员、开发市场等，在此基础上实现正常生产与资金周转。

如此只需先期注入足够资金，层层抵押，最终实现正常运转，一次投资，实现连锁反应，推动良性发展。既有利于节约资金，提高有限资金的利用率，也能够有效规避风险。假如土地、厂房、设备、人力资源、原料等分别从外部注入资金，不但增加了企业的运营成本，造成融资压力过重，而且加大了风险，不利于企业长期发展。因此先期的土地投资是关键中的关键，重点中的重点，解决好这个问题，其他难题将迎刃而解，务必加大投资管理，确保资金安全到位。

四市场分析。

公司拟将各类型口罩系列、棉签系列、湿巾系列产品作为主要生产经营对象，其面临市场环境及竞争态势分析如下。

1政治法律环境良好。改革开放三十多年来，随着经济的繁荣发展，人们的生活质量和生活水平有了显著提高。在科学发展的二十一世纪，越来越多人们注重生活品质和健康防护，对日用生活品和健康防护产品的需求量越来越大。公司把口罩系列、棉签系列、湿巾系列产品作为战略经营方向，适应了这种社会发展的大趋势，满足人民群众日益增长的多元化需要。与房地产、化工、农药、日用化工行业不同，我公司属于与人民群众生活休戚相关的日用生活轻工产品，具有绿色生态产业的显著特点，不但无污染无辐射无工业垃圾，而且对于促进人们健康生活，提高生活品质有着重要的意义，同时能为国家创造大量外汇，增强国家在国际经济博弈中的竞争力。企业需要吸收大量的社会人员，缓解了社会就业压力，促进了社会和谐，属于国家一贯鼓励和支持的重点行业。因此，国家不会出台限制性政策，行业和企业也不会成为国家限制与控制的对象，将面临长期的良好的宽松政治法律环境。

2国内消费市场潜力无穷。我国是一个13多亿人的大国，口罩、棉签、湿巾等类产品有着巨大的需求量，可以说不分性别、不分年龄、不分地域都有一定得实际需求。产品的应用的范围广泛，众多的医院、防疫站等卫生部门有大量的需求，食品行业、纺织服装行业、化工行业等诸多企业也可以作为劳动防护用品和福利待遇发放；作为生活必需品，宾馆饭店、众多的家庭和个人也是主要的消费者。另外，湿巾、棉签属于一次性消费品；口罩的使用周期较短，一个医生或者企业的工人一年至少使用四个，消耗快，使用量大，因此广义上讲，此类产品具有无穷的市场潜力。有关专家统计，仅口罩一项，全国一年要消费200多亿个，而棉签、湿巾等消耗量更是多的惊人，只能以天文数字计算。

3国外市场生机勃勃。随着全球经济一体化趋势的日渐明显，

尤其我国加入世界贸易组织后，改革开放进一步深化，国外市场对国内日用产品企业的拉动能力越来越大。更多的国外贸易公司看准了中国巨大而廉价的劳动力市场，纷纷到中国寻求合作伙伴，把大量的订单放给了中国企业。武汉中宜新防护用品有限公司的系列产品早已走出了国门，远销东南亚和欧美，抢占了国外市场的一席之地，为以后加速发展、拓宽销售领域奠定了良好的基础。可以预见，订单加工和自主品牌系列产品的出口将显示出生机勃勃的活力，成为中国出口创汇的主要途径之一。

4产品市场稳定。由于自身特殊的使用性能，口罩、湿巾系列产品市场稳定，受外部环境的影响较小。一年四季，世界各地，包括中国总有一些流行病发生[20xx的非典型性肺炎、后来的口蹄疫、疯牛病、流行性感胃等，这些情况不但不会压缩口罩、湿巾等系列产品市场，而且市场需求量会快速增大。地震、洪水等自然灾害也不会影响些列产品的市场稳定，反而加大了需求，在20xx年汶川大地震和20xx年的青海玉树抗震救灾中，大量的系列产品源源不断运往灾区，为保护灾区人民生命健康与安全发挥了重大作用。总体来看，无论自然灾害还是战争人祸都不会给系列产品市场带来负面影响，市场稳定性较强。

5竞争生存的空间较大。防护用品生产经营属于劳动密集型行业，投资少，占有资金少，一些财力雄厚的企业集团往往喜欢投资房地产、石油、煤炭等资金密集型行业，因此虽然目前中国大大小小的防护用品企业有几千家，但绝大多数数规模较小，以家庭作坊式经营为主，没有形成核心竞争力量和龙头企业，所以市场生存空间很大。新投资的公司将形成规模效益，成为引领行业发展的大型公司。

五公司投资优势。

1成熟的市场渠道。武汉中宜新防护用品有限公司在长期的发展中与全国各地客户建立了良好的合作关系，为新的投资项

目健康快速发展奠定了坚实的基础，在此条件下，新投资项目能够在原有销售渠道基础上，建立新的客户网点，不断拓展市场空间，实现跨越式大发展。目前公司销售渠道如下：

a建立了完善的国内销售网络。近几年来，公司加大了国内市场营销网络建设，积极发展经销商和代理商体系，不断拓宽业务范围。目前公司已经在湖北各市、江苏、江西等地发展了多家经销商和加盟商，业务范围几乎覆盖全国各大重点城市，系列产品走进各地主要大商场，成为消费者喜爱的产品，拥有了一定的知名度和美誉度。

b国外市场不断拓宽。公司与武汉、广州、杭州、上海、香港等地大型外贸公司建立了稳定的合作关系，利用贸易平台，积极发展对外贸易，将产品推向国外，深受欧美等地客商重视。出口外贸在公司发展中占有重要地位，新投资项目在发展外贸加工中具有明显优势。

c团购客户逐步增多。公司已经与武汉、公安、江西等地大型医院和企业签订了定向加工合同，每年定期为他们量身定做系列产品，拓宽了团体采购的面积，发展团体采购，将是一个重点的战略方向之一。

2丰富的管理经验。多年的市场磨砺，公司积累了先进的管理经验，注重以人为本，关爱员工，积极为员工创设良好的发展环境，每年的重大节日，不但组织丰富多彩的娱乐活动，而且都要为员工发放福利，满足员工日益增长的物质和文化精神需要。公司拥有一套健全的管理制度体系，对日常管理、财务管理、营销管理、质量管理、生产管理等诸多方面都有自己的特色。

3技术实力雄厚，品牌优势明显。目前我们有专业技术人员与管理人员15人，而且与相关产品技术研究所建立了长期的合作关系，随时跟踪市场花色品种潮流，不断进行技术革新和产品创新，能够适应快速变化的市场需要。此外公司独立注

册###品牌，以高品质、高品位和良好的服务赢得了消费者的青睐，品牌的优势逐步显现出来。自主品牌不但能够提高企业的知名度，而且还能增加产品附加值，创造优厚的利润。

六征地计划。

所征地基在武汉市江汉北路九运赏荷居1304号，位置优越，土地升值空间较大。在市场经济不断发展的今天，土地作为一种最主要的生产力要素，成为宝贵的资源。随着全球人口的剧增，全世界对土地的开发越来越多，耕地等需要保护的自然资源越来越多，凸显土地价值的昂贵，以目前的形式分析，土地只有增值的趋势，而没有下降的可能。公司所征土地，位于繁华的江汉北路边沿，处于城乡结合地带，随着城市规模的扩展，价值攀升的机会很大。目前虽然每亩7万元，15亩总计1000万元，但五年以后，预计价值高达20xx万，其升值的形势对于规避投资风险有着重大意义。而且以后土地亦可做房地产开发之用，其孳生价值更加昂贵。

目前我公司已经与卖方签订协议，积极预备正式手续办理。只要资金到位，三五个月之内可办理土地使用证等。

七基础建设计划。

本着节约的原则，拟建设钢架结构生产车间3个，分别为制作车间、整理包装车间内等；拟建设小型仓库3个，分别用于存放原料、成品等；拟建设办公室业务洽谈室以及员工临时休息室等12间，用作正常办公场所，总共建筑面积5000平方米左右。

企业形象对于企业发展具有重要意义，客户来公司的第一印象就是企业的外在建设规划与广告设计等，因此需要在厂区铺好柏油路面，另据实际建设布局安排绿化带、花园等，设置明显的广告标示。

对于基础设施建设初步打算分成两块外包给施工单位，一是厂房办公室类外包给一家；二是地面绿化以及铺路等外包给另外一家。基础设施三个月即可完工建成，初步预算资金1000万。

八设备计划。

公司现有的设备具备以下几个特点：1设备品种齐全，主要有##机，多少台；有##机多少台，主要设备总计56台；但是数量较少，远远不能满足新投产项目需要，因此需要增加设备数量，根据市场需求和项目的规模，预计增加240台，使主要中大型设备总数达300台。2设备老化，性能较差。现有设备已经平均使用了3---5年，部分设备经常维修，性能较差，与当今的同类设备相比有着一定差距，拟选择当今最为先进的同类产品，提高劳动效率，增加人均产量，提升经济效益。预计新设备投资。3运输物流能力不足，需要增加运输车辆，购置货运汽车3台。设备总投资预计200万。

九生产启动计划。

1规模及部门设置。新投资项目预计主要机器设备300台以上，员工规模在400—600人之间，第一年预计实现产值6000万，税金400元，利润600万。根部需要设定以下部门：技术部、生产部、质检部、市场部、供应部、外贸部（负责报关、外协、外贸订单等事宜）等。投资后的新公司将发展成为同类行业的中大型企业，具有强大的市场竞争力，形成规模化生产，具有搏击市场风浪大强大能力。

2几项应当提前准备的工作。在投资过程中，生产启动工作应注意坚持以下“几个提前”：一是招聘以及新员工培训提前。在厂房落成、地面建设开展期间，亦应提前招聘员工，进而进行职业技能和职业道德培训，让员工充分学习企业文化与规章制度，培养新员工的爱厂、爱岗与敬业意识，初步提高职业技能。新员工一般专门培训15天即可上岗实习锻炼，培

训费用以及培训期间基本生活费用,初步预算300人*15天*60元=27万。二是市场开发提前。市场开发要先行一步,在基础设施建设期间,市场开发亦应提前起步,充分利用以前的销售渠道和外贸加工渠道,不断拓宽市场领域,积极寻找适合新项目规模的客户群。特别注意加大外贸工作的力度,满足生产的需要。一般来说,规模越大的企业,也容易赢得客户信任,外贸订单越容易签订,新投资项目必定带来新的市场和新的发展机遇。两项工作提前的情况下,一旦条件成熟,可快速投入正常生产,节约运行周期,提高资金运行速度,创造良好效益。

十新投资项目两项重点工作分析。

武汉中宜新防护用品有限公司属于蓬勃发展中的新生市场力量,优势明显,在新的投资资金及时到位的情况下,公司面临两大发展重点,两个问题如果不能很好解决,将影响可持续发展。也就是随着投资规模扩大和企业实力的增强,必须创建自主品牌和企业文化建设。

1强化对自主品牌的投资。自主品牌是现代企业生存发展的必由之路,在本行业目前发展的形势下,一方要强调外贸加工,开足马力,满足人员与设备的生产需要;另一方面要强化自主品牌建设,使企业拥有自己的知识产权。市场上,往往知名品牌产品价格较为昂贵,比如服装,一件名牌服装的市场价格要比普通服装高出5—10倍,有的甚至高达20倍以上,究其原因品牌的力量使产品的附加值成倍增加,通俗地讲,也就是品牌的产品卖价高,利润高。因此要强化对品牌建设的投资,创建同类产品的知名品牌,既有利于拓展国内市场,也有利于发展对内贸易,在中国企业国际竞争能力日渐增强的大背景下,在未来的几年中,公司产品完全有可能贴上自己的商标,推向国外市场,以较高价格出卖。

2增加对企业文化和员工薪资的投资。随着各行各业的繁荣发展,我国的催生的大量的中小企业,据国家统计局统计□20xx

年，全国注册的大中小公司高达1000万家，再加上以个体经营形式的商户或者家庭经营户，数目不可胜数，平均13个人拥有一家公司，创造大量的就业机会，造成沿海地区和众多大城市“民工荒”的局面，全国目前的总体局势是缺乏大量的劳动力。而作为劳动力市场新生力量的大中专毕业生，往往对宾馆、饭店、旅游等第三产业情有独钟，客观上使生产加工企业的劳动力更加匮乏，因此必须全盘考虑人力资源要素，加大对企业文化和员工薪资的投资，增加企业的吸引力和凝聚力，汇集更多的人才，实现饱和生产，促进资金的良性运转。

解决好品牌建设和确保充足人力资源，是关系到公司长期发展和健康运行的基本保障，也投资计划需要必须考虑的要素。

十一风险评估。

1市场风险较小。第四章市场分析中已经说明，无论和平环境还是天灾人祸、战争等环境，对口罩、棉签、湿巾等系列产品市场影响不大，甚至越是灾乱环境市场需求量越大，越能提供新的发展机遇，因此市场风险较小；主要的市场风险因素在于如何快速、全面回笼资金，在法律日渐完善的社会条件下，欠账变成死账的可能性极小，市场风险几乎为零。

2经营风险可以控制。经营风险主要在于三个方面：一是可能面临劳动力的缺乏，也就是说有资金、有设备、有订单，但是缺乏劳动力，招聘人数达不到预定计划，难以实现饱和生产，从而影响资金正常周转。在全国闹民工荒的形势下，这将是投资需要直面的现实问题。但是这个问题是可以控制的。加大宣传与招聘工作的力度，提高薪资水平，完善保险福利待遇，积极进行企业文化建设，极力为员工的生活和发展提供良好的平台，让员工找到归属感和实现人生价值的途径，完全能够增强企业的吸引力，建立稳定和谐的人员队伍，解决人力资源匮乏的难题。二是产品花色品种可能不适应市场需求，出现生产与销售市场脱节现象，也是完全可以控制的。

推进技术革新，学习先进潮流，发展定向加工，先预定款式后进行生产等办法可以解决类似难题。三产品附加值低，利润微薄。在劳动密集型行业，这种现象经常遇到。尤其的是外贸加工订单，部分是国外中间商转手沿海城市贸易公司，沿海公司再转手内地，内地贸易公司在转手给大型加工企业，大型企业再分派给小加工企业，造成利润层层减少，中小企业出现“忙而不赚”的现象。这个问题也可以有效控制，创建自主品牌，扩大内销市场，调整经营方向，内贸为主，外贸为辅等手段都可以解决这个问题。此外，新投资的项目具备直接与国外或者沿海贸易公司发展合作的实力，可以主动寻求新的中间商，拓展利润空间。

因此，从市场、经营、管理等方面综合分析评估，投资风险较小，某些方面的风险完全可以提前控制。

十二投资收益预期。

1拟新的投资项目发展目标为“一年盈利，二年回本，三年创建知名品牌，五年实现跨越式发展”。

2以600人规模计算，本行业一般一个人一年能创造纯利润（除去原料、工资、税收等生产成本后的纯利润）1万--1.9万元之间，以最保守人均年创造利润1万元算：

$600人 * 10000万 * 1年 = 600万$ （即第一年实现纯利润）；

3以此保守推算，假如第二年仍然维持第一年的现状，（实际规模扩大，品牌知名度的提高，直接客户的增多，产品附加值增多，利润完全会更高）

$600万 / 年 * 2年 = 1200万$

这个保守2年的盈利结果，完全可以补偿先期购买15亩土地的所有投资，也就是说新的投资项目运营2年后，所有投资成本

都已经赚回，投资风险几乎降低到零。对于投资方来说，由于从第三年开始，所有的利润都将是新增的投资收益。纵观房地产、机械等众多行业，投资回本周周期较长，往往十年、八年才能赚回投资本金，资金处于长期高风险状态，十年的时间，随时可能发生不可预料的变故，危害资金安全；相对比而言，此项投资回本快，资金周转快，投资收益丰厚，利润可观，资金风险较小，安全稳定。

4随着公司规模扩张和市场竞争发展，企业的自主品牌也逐步建立，三年的时间完全能够打造一个省级知名品牌，产品的价格也将随产品知名度的提高而提升，同样的生产效率，人均创造的利润也会必然增加，以保守的人均年创造1.6万元纯利润算，全年利润总数如下：

$600人 * 1.6万 = 960万$

在此基础上，五年之后，整合各种资源，调整发展方向，不断与时俱进，适应新的市场形势，公司完全可以实现跨越式发展，甚至可以实现多种经营，建立涉足多个领域的集团公司。

十三结论

综合分析，此项目投资拥有成熟稳定的市场，拥有一定的经营管理经验，市场前景广阔；采用“前期注入资金，层层抵押，实现正常运转”的投资模式，大大减少了风险，确保了资金安全，实现了“一次投资，多年受益”的目的；口罩系列、棉签系列、湿巾系列等特色项目回本快，资金周转快，收益丰厚，利润可观，投资回报率高，是切实可行的投资方向。

拉投资商业计划书篇五

以下是投资方对于融资方申请创业融资的一些衷告，相信对

于创业融资企业，特别是网络融资企业会有一些的启示：

互联网风险资本家，尤其是那些致力于为刚起步的公司提供风险资本的风险资本家，在公司发展的不同阶段提出不同的商业概念时受到了不同程度的抨击。Draper Fisher Jurvetson每年大约出台1个商业计划，而被采纳的只有其中的15个。如何从浩如烟海的商业计划中精挑细选出行之有效的商业计划？首先，我们必须回答几个关键问题。寻求风险资本的网络企业家首先应该对自己所要回答的问题，以及可能作出的回答的质量作一个判断。

对于网络企业而言，相关问题比商业概念可行性的标准问题更微妙。这些问题一般不适用于传统企业，但是，对于新经济而言，则相当重要。它既可能是一个可以为企业带来亿万利润的商业概念，也可能只是一个普普通通的点子。在叩响风险资本家之门时，你可以先回答如下七个问题。

1该商业概念是否具有积极的、强化网络效果的功能？

产品及服务是否随着用户及销售范围的拓宽而增值？如果效果是积极的，那么，先发制人、先进的管理、及客户“锁定”都可能对后来者构成难以逾越的壁垒。

2该商业概念是否具有一定的广度，是否随网络的发展而发展？

以交易为基础的定价方式、多种定价模式并存比固定定价方式及一锤定音的定价方式更可行。

3有无推广该商业概念所需的创造性的网络营销技巧？

hotmail的迅速成长离不开我们所说的“滤过性营销”，

所谓“滤过性”并不是说我们必须“滤过”某些传统意义上的“病毒”，而是应该“滤过”某些不利于企业发展的“口头

宣传”，因为该模式在很大程度上取决于客户的“口碑”。每一位消费者都是企业的自愿宣传者，他们不仅自己使用公司出产的产品，而且把好的信息传递给了自己的亲朋好友。“滤过性营销”使先发制人者大受其益，同时，它也是我们在评估消费型新兴网络公司时所采用的一个重要手段。

4你懂得随机而变吗？

在目前的经济形势下，一成不变的东西是不存在的。新兴网络公司的优势在于“小而精”，因此，它们随时都可能发生翻天覆地的变革以适应时代的发展。在网络时代，公司的竞争力取决于思维与行动的速度。

5存在着什么样的壁垒？

公司的成长可能“一日千里”，也可能“昙花一现”。关键的区别在于，公司内部是否设有客户转换壁垒 [switchingbarriersforcustomers] 及竞争者进入壁垒。如果公司无法“锁定”客户，变革再迅速也枉然。当我们考虑是否对新兴网络公司进行投资时，我们首先考虑的是客户转换壁垒，模仿者的进入壁垒。互联网有独立的生态圈，并支持商业有机体的衍生，“迅速的模仿者”是与网络与生俱来的。

6有无可能对公司伸缩性造成影响的人员瓶颈问题？

新兴网络公司往往因人员素质问题而使发展受阻。

因此，这类公司往往对人员密集型因素（如咨询、个性化服务）等避而远之。

7是否具备“市场收缩”策略？

新进入者可以通过降价或提供免费产品，冲击传统企业的既定分销渠道。虽然新市场的规模不大，但是，以低成本为驱

动力量的新进入者可以通过重组竞争基础，获得可观的市场份额。在一个免费email市场中，收入相对较少，但是，对于效仿hotmail推销eudora软件及客户软件的公司就可能构成极大的威胁。