

最新新公司商业计划书(模板7篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。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。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

新公司商业计划书篇一

1、公司基本情况(公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。)

2、主要管理者情况(姓名、性别、年龄、籍贯、学历/学位，毕业院校、政治面貌、行业从业年限、主要经历和经营业绩。)

3、产品/服务描述(产品/服务介绍、产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。)

4、研究与开发(已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平，竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。)

5、行业及市场(行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。)

6、营销策略(在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。)

7、产品制造(生产方式、生产设备、质量保证、成本控制。)

8、管理(机构设置、员工持股、劳动合同、知识产权管理、

人事计划。)

9、融资说明(资金需求量、用途、使用计划,拟出让股份,投资者权利,退出方式。)

10、财务预测(未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。)

11、风险控制(项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。)

商业计划书的格式及内容要求

一、公司基本情况

公司成立时间

二、产品和服务

三、公司的管理

四、行业及市场分析

五、市场竞争及营销策略

公司产品所在的市场范围里有那些竞争对手,他们占市场份额是多少,你公司的市场份额是多少;与竞争对手产品相比,公司产品有那些独特之处,这些独特之处对客户是否有用;公司产品的独特之处能否被竞争对手效仿,公司是否采取实际措施保护自己的产品特点;如果公司产品与竞争对手产品相比没有技术上、设计上或其他方面的独特之处,公司采取那些有效手段与对手竞争,竞争的结果能否提高你公司产品的市场份额,预计经过竞争你公司的份额能提高到多少;公司产品的客户是那些人,他们的分布情况,他们怎样知道你公司的产品;公司采取那些市场营销手段(广告、展销会、培训班、

电脑直销，电话销售，上门直销，分销网，零售网，邮购)；
简述销售过程和步骤；营销成本；准备拓展那些新市场；推出新产品的市场准备；现有的几家大客户。

六、研究与开发

公司现有技术开发人员数量；公司有那些开发设备；公司现有产品的技术水平(国内、国际先进、领先、)；技术负责人的技术水平和管理能力；与同行业其他企业相比，你公司技术人员的收入水平；技术人员每年流失的比例是%；公司采取那些措施保护关键技术；公司每年的技术开发投入占销售收入的%。

七、生产过程

八、项目实施进度

项目实施的计划进度及相应的资金配置；进度表。

九、财务计划

当前资产负债平衡表；第一年12个月每月销售收入预测；3—5年销售收入预测；上述数据中，实际回款预测；上述月份和年份销售费用预测；上述月份和年份财务费用预测；上述月份和年份管理费用预测；上述月份和年份其他费用预测；第一年12个月每月现金流量表；3年现金流量表；3—5年的资产负债平衡表；投资回收期计算；盈亏平衡计算；敏感性分析，结论。

十、风险因素

十一、投资者退出方式

股权回购

依照事业商业计划的分析，公司对实施股权回购计划应向投资者说明。

利润分红

投资商可以通过公司利润分红达到收回投资的目的，按照本商业计划的分析，公司对实施股权利润分红计划应向投资者说明。

股票上市

依照商业计划的分析，公司上市的可能性作出分析，对上市的前提条件作出说明。

股权转让

投资商可以通过股权转让的方式收回投资。公司对投资商进行股权转让的说明。

十二、其他

十三、附录

媒介关于公司产品的报道；公司产品的样品、图片及说明；有关公司及产品的其它资料。

新公司商业计划书篇二

- 1、公司名称与发展历史
- 2、项目主营产品服务
- 3、项目商业模式概述
- 4、项目核心优势概述
- 5、项目财务盈收预测

6、项目融资计划概述

二、核心团队和组织架构

1、核心团队介绍

2、公司组织架构

三、生物能源项目方案介绍

1、项目整体方案

2、项目产品路线

3、项目当前状态

4、产品未来规划

四、生物能源项目开发费用

1、研发资金投入

2、研发人员投入

3、研发设备投入

五、生物能源项目市场分析

1、项目定位分析

2、项目行业分析

3、项目竞争分析

4、核心竞争力分析

5、项目swot分析

六、生物能源项目商业模式与营销策略

1、项目商业模式

2、项目营销策略

3、项目价格策略

七、生物能源项目未来发展战略

1、整体发展战略

2、产品研发战略

3、市场开发战略

八、生物能源项目融资需求

1、项目融资需求

2、项目资金使用

3、项目股份分配

九、生物能源项目财务分析与预测

1、项目财务假设

2、项目收益分析

3、项目成本分析

4、项目盈利预测

5、项目投资回报

6、项目敏感性分析

十、生物能源项目风险因素

1、项目技术风险

2、项目市场风险

3、项目管理风险

4、项目财务风险

5、项目政策风险

十一、生物能源项目退出机制

1、项目股票上市

2、项目股权转让

3、项目股权回购

新公司商业计划书篇三

科技公司 商业计划书 项目单位 地址 联系人 电话
及传真 电子邮件 科技有限公司 年月 股东声明 xx科技
有限公司全体股东承诺本商业计划书及其附件不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

本商业计划书包含了前瞻性声明，这些前瞻性声明可以通过“预计”、“预期”、“将来”、“计划”、“相

信”、“估计”和类似的用语来识别。本商业计划书中有有关业务前景的描述以及公司未来的经营计划等，都载有前瞻性声明。凡不是历史事实的声明，包括关于公司的看法和对预期的说明，均属于前瞻性声明。前瞻性声明均涉及内在的风险和不确定性，某些重要的因素可能导致实际结果与前瞻性声明的结果产生实质性差异。这些前瞻性声明的结果需要投资人独立进行判断，公司及股东不承担为前瞻性声明提供保证的义务。

目录	第一部分 公司基本情况	3	1.1 公司概况	3	1.2 公司性质	3	1.3 公司成立	3	1.4 公司主营业务、主导产品	4	1.5 公司资质荣誉	4	1.6 公司企业文化	4	第二部分 公司组织架构及人员团队	5	2.1 公司组织架构图	5	2.2 公司主要管理层	5	2.3 对管理人员的激励机制	5	2.4 有关劳动合同、商业秘密保护和竞业禁止等问题	5	第三部分 研究与开发	6	3.1 公司的研发成果	6	3.2 主要技术竞争对手	6	3.3 研发计划	6	3.4 研发投入	7	3.5 技术资源和合作	8	3.6 技术保密和激励措施	9	第四部分 产品与服务	9	4.1 产品描述	9	4.2 产品特性	9	4.3 技术优势	10	4.4 产品定位	11	4.5 产品展示	11	4.6 案例介绍	12	第五部分 行业及市场情况	12	5.1 行业发展历史与趋势	12	5.2 市场前景	12	5.3 政策环境	12	5.4 竞争对手分析	12	5.4 技术壁垒	13	5.5 销售预测	13	第六部分 商业模式	13	第七部分 战略规划	13	7.1 业务发展规划	13	7.2 战略规划	14	第八部分 上市计划	14	第九部分 财务说明	14	9.1 借贷状况	14	9.2 财务状况（视情况填写，一般是填写近三年）	
----	-------------	---	----------	---	----------	---	----------	---	-----------------	---	------------	---	------------	---	------------------	---	-------------	---	-------------	---	----------------	---	---------------------------	---	------------	---	-------------	---	--------------	---	----------	---	----------	---	-------------	---	---------------	---	------------	---	----------	---	----------	---	----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	--------------	----	---------------	----	----------	----	----------	----	------------	----	----------	----	----------	----	-----------	----	-----------	----	------------	----	----------	----	-----------	----	-----------	----	----------	----	--------------------------	--

14 9.3 财务预测（注意前后一致）

15 第十部分 风险及对策 16（根据实际叙述，不要写风险太大的内容）

16 10.1 销售规模发展太慢 16 10.2 市场进入恶性竞争 17

第一部分 公司基本情况 1.1 公司概况 公司名称：

成立时间：

年 月 日 注册资本：

万元 法定代表人：

注册地点：

1.2 公司性质 有限责任公司 1.3 公司成立 1.3.1 成立背景
写公司成立时的背景，比如大环境、创始人追求等。

1.3.2 注册成立 年 月 日□xx科技有限公司注册成立。

依据公司章程，各股东名称及出资比例为：

单位：万元 序号 股东名称 认缴出资金额 出资形式 出资比例
(%)

1 2... 合计——100.00 公司实际控制人为。

1.4 公司主营业务、主导产品 一句话介绍公司。

详细介绍需要融资的产品或服务。

1.5 公司资质荣誉 xx科技有限公司具备完善的管理体系，通过了iso9001□2008质量管理体系认证□iso14001□2004环境管理体系认证、。。。等多项权威认证。公司一直注重前端技术的研发应用，掌控多项国家专利技术，保持了自身在业界的竞争优势地位。

以下介绍近三年获得的荣誉情况。

1.6 公司企业文化 公司愿景：

公司使命：

公司核心价值观：

第二部分 公司组织架构及人员团队 2.1 公司组织架构图

2.2 公司主要管理层 介绍公司主要管理层人员简历，一定要抓住核心经历和经验，这个很重要。

2.3 对管理人员的激励机制 如股权期权激励等。

2.4 有关劳动合同、商业秘密保护和竞业禁止等问题 2.4.1 竞业禁止问题 公司制订了明确的管理制度，规定公司技术人员不得在其他公司兼职，并作为劳动用工合同的条款之一，在职工签订合同时认可并遵守。高层管理者、主要管理者、关键雇员没有从事与公司业务构成竞争关系的任何活动或其他能够带来实际的或潜在的利益冲突的任何活动，从而与公司间没有实际的或潜在的利益冲突。

（可详细）

2.4.2 劳动用工合同 公司与每位公司正式员工签订了劳动用工合同。

（可详细）

对公司核心技术的不同分支，由不同的核心技术人员分别掌握；

对于掌握公司关键技术及其它重要信息的人员，公司与之签订有协议，约定其如果离开本公司，一年内不得从事同业工作。

2.4.4 保险 公司为每位正式员工购买了医疗、失业、重大工伤事故和养老等险种的社会保险。

(可详细)

第三部分 研究与开发 3.1公司的研发成果 产品的研发进程、取得的成果、专利、技术等。

这点比较关键。

3.2主要技术竞争对手 竞争对手分析 3.2.1 国内外技术发展
3.2.2 技术应用（或服务应用）

3.3 研发计划 3.3.1 三年技术研发规划 为了xx产品性能、技术始终保持领先，在未来三年内，公司主要从以下几方面进行技术升级：1、2、3、3.3.2 新产品规划 目前公司的下一代产品开发已经进入到实质研发阶段，整套产品共包含x个配套产品，严格遵守研发指导目标，以“智能化、人性化、体验化”为研发原则，增加物联网智能控制系统，与移动互联网链接，可让用户在手机app上实现完全控制，智能控制系统还可自动完成实时监控，根据实时监控数据。。。同时增加。。等功能，力求研制出一套代表品牌。

3.4研发投入 该部分写研发历程及每阶段的投入情况，包括人员、实验室、实验设备等。

研发人员情况；

其它情况。

3.5.2 技术合作 公司十分重视与科研院所的合作，一方面共同开发新技术、新应用，另一方面缓解高端科研人才受限的困境。

介绍一下与各个科研院所、高校的合作时间、合作内容。

3.5.3 科研人员介绍 1、2、3、3.6技术保密和激励措施 公

司着力建立健全完善的人力资源管理制度，严格控制技术资料，针对不同的岗位签订技术保密协议，划分保密密级和保护范围，建立完善的技术保密申请程序，严格遵守技术保密管理规定，保证技术文件不外泄。

积极申报科技节能等专项资金，促进科技创新向生产力转化，提高科技创新经济效益。公司每年组织一次技术创新奖评审，将根据情况评审出技术创新先进单位及优秀技术创新个人。

第四部分 产品与服务 4.1 产品描述 简要描述一下产品或服务。

4.2 产品特性 产品的差异化特性、核心竞争性能。

4.3 技术优势 4.3.1 知识产权立体保护 公司申请注册了自己的商标、广告语、著作权等，已成功申报国家专利xx多项，其中xx多项已获授权。成功申报了企业标准x项，并备案注册。打造的专利池形成了知识产权立体保护，给其它企业进入行业设置了技术壁垒。

4.3.2 x大核心技术，确保技术领先 简要叙述核心技术 已授权专利表

序号	专利号	专利名称	类型	授权公告日
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				

4.4 产品定位 产品的核心应用领域。

4.4.1需求分析 分析目标人群的消费痛点。

4.4.2（介绍产品能解决的痛点）

通过需求分析可以得出：

XXXXX XX科技有限公司顺应市场需求，解决行业困境，研制出了符合xx的产品，并通过研发实验，制定了xxx并在国家质量技术监督局备案。

4.4.3 目标市场 目标人群及目前应用领域、场所。

4.5 产品展示 三两句话概况产品线，然后分标题介绍核心产品。

4.5.1 4.5.2 4.6 案例介绍 xx产品走进了千家万户，与200多家企事业单位建立了长期合作关系，销售网络遍布全国30多个省、直辖市。部分案例如下：

第五部分 行业及市场情况 5.1 行业发展历史与趋势 5.1.1 xx痛点日趋严重 5.1.2 多元化、深度化需求 5.1.3 xx产品顺势而生 5.2 市场前景 分析市场前景，各个应用领域越细化越好。

5.3 政策环境 国家相关政策介绍，国际政策介绍。

5.4 竞争对手分析 5.4 技术壁垒 5.5 销售预测 2019年，计划实现销售收入 万元，实现净利润 万元。

2018年，计划实现销售收入 万元，实现净利润 万元。

第六部分 商业模式 这部分是最受关注的内容之一，需要从销售模式、盈利模式、团队搭建等方面详述。

第七部分 战略规划 7.1 业务发展规划 xx科技有限公司是以xx为主导的生产企业，自xx年成立后，公司市场占有率一直排名领先。随着xx技术在新一代产品的应用，外观、性能都得到大幅度的提升，有助于维护并提高公司市场占有率。xx科技有限公司处于市场发展的高成长阶段，公司所生产的xx先后被国家和政府机关确定为xx项目和政府定点采购项目，设备已进入（教育、医疗、房地产、金融、办公、竞技、休闲、娱乐、美容等9大行业），与200多家合作伙伴配套使用，得到社会的广泛认同。未来三年，随着新一代产品的开发成

型□xx产品将进入千家万户，市场将呈井喷之势，销售额预计每年将实现2000万——5000万的跨越式增长。

7.2 战略规划 很重要，要写。

第八部分 上市计划 公司已经同券商开展合作，启动在全国中小企业股份转让系统挂牌的前期准备工作。预计公司将在年实现新三板挂牌。

（需进一步详述）

第九部分 财务说明 9.1 借贷状况 短期借贷总额为 万元，其中。

9.2 财务状况（视情况填写，一般是填写近三年）

项 目 2013年度（万元）

2014年度（万元）

2015年度（万元）

2016年前三季度（万元）

一、营业总收入 二、营业总成本 其中：营业成本 营业税金及附加 销售费用 管理费用（含研发）

财务费用 资产减值损失 三、营业利润 加：营业外收入 减：营业外支出 四、利润总额 减：所得税费用 五、净利润 利润率 六、总资产 其中：净资产 9.3 财务预测（注意前后一致）

项 目 2016年度（万元）

2019年度（万元）

2018年度（万元）

一、营业总收入 二、营业总成本 其中：营业成本 营业税金及附加 销售费用 管理费用 财务费用 三、利润总额 减：所得税费用 四、净利润 利润率 五、总资产 其中：净资产 第十部分 风险及对策（根据实际叙述，不要写风险太大的内容）

10.1 销售规模发展太慢 10.1.1主要原因 10.1.2 对企业发展的影响 10.1.3 主要对策 1、通过加强和科研院所技术合作或引进高端技术、研发、生产和管理人才，从设计、外观、性能、效果、使用习惯、细节等方面对产品进行升级，夯实产品的销售基础。

2、在优化商用渠道客户的基础上，通过打造样板市场、一地一策、一商一策和“开一家活一家”的策略，逐步建立、完善家用市场渠道网络，真正形成商用、家用产品齐头并进的 sales 局面。

3、在招商业务团队之外，组建一个专职、专业、专心针对已签约渠道商进行帮扶、指导、服务和管理的运营团队，真正形成厂商合力、资源互补、合作共赢的新格局。

4、集中有限的广告宣传资金，通过外协单位或引进专业人才，进行操作专业、内容有创意、形式新颖、手段多样化的宣传推广，启动针对家用市场的科普宣传和品牌推广，告知、放大家用客户xxx痛点，提供专业、有针对性的解决方案，打造家用样板市场。

5、引进技术、研发、销售和管理方面的高端人才，打造一支“想干、会干、拼命干”的销售团队，并形成有效的人才梯队。

10.2 市场进入恶性竞争 10.2.1 主要原因 一方面是市场发展不成熟，从产品到技术，从销售到售后，都缺乏必要的国

家、行业规范和标准。

另一方面，在一些追求短期利益企业的推动下，炒概念、做噱头、拼价格、轻效果的现象严重充斥市场，特别是中低端市场。

10.2.2 对企业发展的影响 1、恶性竞争会对像xx科技有限公司这类坚持产品品质和产品实效的中高端企业形成一定的市场冲击。

2、恶性竞争是以个体的短期小利益换取行业的长远大利益，因为其会在一定程度上影响客户和直接消费者对整个行业的信心、信赖。

3、恶性竞争也会在一定程度上引起国家有关职能部门加大对整个行业的规范、治理，这对我们企业是一把双刃剑。

10.2.3 主要对策 1、行业层面，主导、主动联合国家有关部门、行业协会制定行业发展规范和行业标准，提升行业进入门槛。目前xx科技有限公司正在与xx进行合作。

2、在技术层面，突出技术差异化，引导顾客需求，进行技术创新，使xx产品成为有技术支撑、有体验感支撑的高精尖技术载体，最终把技术创新有效嫁接到产品和消费者体验上。

3、在营销手段上进行创新，通过终端体验店的设计、陈列、工具、话术、实验等让xx产品可嗅到、感觉到、看到、真正体验到。

4、维护好老客户，加强日常沟通、回访；

做好老客户转介绍，明确转介绍政策、机制等。

5、在保持产品品质和技术创新的基础上，降低生产和流通成

本，以更高的性价比开发市场，赢得客户。

6、通过品牌定位、品牌内涵、品牌形象、广告语、品牌故事等方面的提炼与传播，靠品牌优势跳出中低端的恶性竞争。

7、靠服务特色规避恶性竞争□xx科技有限公司会通过独创的xx服务模式给客户提供更多的附加值服务，打造服务粘性。

8、靠规模效益降低总成本，企业间竞争的核心在于资源实力的较量，通过资源的优化配置，可繁衍出一系列竞争方式，而低端的价格竞争仅是其中之一，且是消耗资源最大的一种。所以□xx科技有限公司永远不会走价格战的路线。

9、最核心的竞争优势就是快速进入市场并占据主导地位，做到你无我有、你有我优、你优我廉。

xx科技有限公司 年 月 日

公司商业计划书范文

影视公司商业计划书

商业计划书简短范文

【热门】商业计划书

新公司商业计划书篇四

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受于各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼观。因此，往往求助于专门的装修公司。家装业是一个利润较大的行业。我

国的住宅建设，特别是城镇住宅建设，经历了近20年的连续增长之后，已颇具规模。随着人们生活水平的提高和住房制度改革的推荐，居住消费占总消费的比重迅速提高，人们越来越关注居住环境的改善。家装业也随之应运而生。

近两年各地的家装业发展迅速，各大中小城市都开始呈现家装行业的急速成长。我们都知道，家装业的发展都是先由发达地区向较为落后地区发展的，而我们所选择发展的地区临沧是整个云南省较为落后发展中城市。根据市场发展需求，近两年，家装业将成为临沧市乃至整个临沧地区的急速发展行业。而选择在这个时间来谋求发展，也将是一个不错的时机。

总而言之，今后各地无论家装和工装，还有很大的发展空间，装饰行业市场始终是竞争激烈的行业。但激烈的竞争就意味着充足的机会！同时装饰行业又是老百姓的生活最需要的基本行业，不管目前的地产是否低迷，它的客户需求依然有巨大的市场，关键是如何抓住机会和创造属于自己的机会，我想只要有好的运作管理及平台，在装饰这个行业中还是可以创造出一片天地来。

在创业前要对自身做一个分析和了解，确认自己在创业前是否做好了思想工作，就以下情况进行说明：

(一) 创业的目标

作为一名对未来发展有所规划的大学毕业生而言，我们经历和学习一些专业能力的同时，掌握和了解了一些的市场动向信息。在现如今迅速发展的社会背景下，当时机和条件成熟时，就要找准目标，把握机会，为自己创立一份属于自己的产业。

(二) 创业的决心

在创业过程中，不断向着自己的目标实现和发展。做好知识和能力的培养工作，树立信心，随时做好承担风险的准备，遇到困难，解决困难，不畏失败，只求成功。

(三) 自身情况分析

我们在此之前，已做好了对于未来发展方案的大体规划，具备了一定的能力、素质和承受挫折的心理准备，掌握了相关的专项技术和特长。

创业成功的优势：对于整个未来市场发展的有一定的信息了解和大体趋势发展的把握，具备了优势于其他竞争者的特色服务。我们所面向的市场，并非只是单纯的装饰装修市场，更多的是对于装饰和广告的结合应用和普及推广，这是以后市场发展的必然走向。而我坚信，我们的发展道路必然是值得我们去努力和奋斗的。

(四) 创业成功前所具备的条件

- 1、资金上已经足够使用规划和预算筹备；
- 2、人员的构成和分配已经做好安排，个人的素质和能力已经达到成熟；
- 3、客户资源的获取，已经有了一定的方案制定；
- 4、经营营销具有一定的技术创新特色，区别与其他同行竞争者；
- 5、管理及运行模式已经准备完成；
- 6、企业的推广及实施方案已经确立；
- 7、具备足够的耐心和基金创业期的消耗；

8、市场发展的时机已经成熟。

(五) 创业风险预估

最大的风险存在于前期的管理及运作，我们一定要坚持和克服困难，让企业发展走向良好路线；最坏的结果就是企业发展走向终结。我们都相信，困难是可以被克服的，年轻的我们，已经做好了面对暴风雨侵袭的准备，哪怕跌倒，也要勇敢的站起来，且站的更高；我们并非是一群头脑发热，被迫急于开创x项事业而的毛头小伙，在前期都已认真做好准备，相信自己，梦想总会实现的。

(一) 前期

战略：首先注册善诚装饰材料经营部，代理一种墙贴(装饰材料)品牌，作为主要经营材料。一定时间后，注册发展成为一家正规且具有经营装潢装修资质的装饰公司。通过户外广告媒体、宣传折页(手册)、口碑相传、企业形象设计、小区推广等方式迅速树立并提高本公司在临沧市装饰行业中的知名度和美誉度，扩大市场份额，增强竞争力，更快地创造可观的经济效益，同时获得显著的社会效益。

目标：让善诚装饰公司在临沧具有一定影响力及市场占有率。提高本公司的知名度和美誉度，初步树立善诚装饰公司在临沧市民心中的`品牌形象。

规划：1-2年时间，主要发展装饰装修业，赚取投资成本，分配利益。

(二) 中期

战略：在经历前期发展之后，公司由私营合伙公司发展成为善诚装饰有限责任公司，公司正式转型为一家具有专业化管理和具有一定资金实力的正规企业。

目标：利用前期发展筹备和累积的资源信息，拓展公司经营范围，发展广告装饰业务，尝试接触制作各种长廊文化和精神文明建设项目方案策划设计，在发展一段时间之后，成为一家正规经营广告和装饰业务相结合的企业。

规划：1-2年时间，主要发展转向广告与装饰相结合，赚取利益，大力拓展经营规模。

(三) 中后期

战略：待到时机发展成熟，改变经营战略思想，由主营装饰业发展到主营广告策划业，企业更名为善诚企划有限责任公司，承接各种大型项目的方案筹备和策划设计。

目标：制定和发展企业品牌战略，为企业后期规划发展做好前期筹备工作。

规划：2-3年时间，企业发展战略调整，壮大发展规模，提升企业品牌形象。

(四) 后期发展

战略：待到企业发展呈现一定规模，根据企业发展现状，制定方案，让企业由善诚企划有限责任公司发展成为善诚企划股份有限公司，由最开始的合作制转换为股份制，公司合伙人各自占有自身股份和享有自身权利。企业各股东开始就企业之后的发展之路做一个整体规划。

个人愿景：成为股份制企业之后，发展成为善诚传媒集团，开始承接制作各种大型户外广告牌及相关广告媒体，力求到达临沧乃至整个云南省西南地区广告传媒代理行业第一品牌。

目标：企业最终发展成为股份制集团公司，打造云南省西南地区广告传媒代理第一品牌。

规划：5-10年时间，进入企业发展的最终目标实现。

让我们用自己的青春付出，换取对未来事业发展的成功。我们都坚信，努力加上我们的耐力，一定可以获得收获。这将是一个漫长而恒久的过程，那么就让我们用时间来证明这一切。

整个方案的实施是一个复杂多变的过程，我们需要不断调整和变换战略思想和规划路线。首先对于整个临沧市装修行业的社会背景及市场规模，做好以下所述的前期筹备工作：

(1)确定消费群的目标定位：年龄、性别、学历、收入和家庭构架等；

(2)确定公司办公地址；

(4)制作一份调查研究表，调查分析整个市场的装饰公司数量、建成规模、发展战略等；

(5)对于市场中较知名装饰公司的业务情况和相关信息调查分析；

(8)对于各种装饰装修材料的价格质量对比；

(9)调查和了解本地施工工种的价格和施工素质；

前期：室内外装饰装修设计、室内外装饰装修施工；

中期：长廊文化和精神文明创建项目策划、设计、施工；

后期：广告代理、发布。

选择临沧市新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住去的聚集地。

装饰公司与其他行业不同，格外重视公司的“门面”，它不仅从一个侧面展示了企业形象，也在悄然的输出一中理念。对于正在选择装饰公司的人来说，装饰公司的“门面”就成为了一中很好的“参照物”。“门面”设计采用艺术与商业的完美结合：这种设计容易给人一种年轻、严谨、现代化的印象。使用尽可能少的元素组合成针对性最强、包容性最大的空间，以传达给观者严谨的专业能力与平和感受，已达到艺术与商业的完美结合，这是众多年轻人的追求。墙面采用彩色线条元素装饰，配合精美的企业文化宣传画面，丰富内部空间结构；开敞式的、便于各部门之间文件的交流布局，又兼顾了商业空间的共性。这是艺术与商业完美结合的现代化特征。设计的精髓却始终不能丢，越是做得“少”了，越需要精细地推敲(设计强调精美、实用、简介、大气)。

(一)人员构成

职务：总经理、项目总监、平面设计总监

主要职能职责：

- 1、企业形象策划、设计、推广、执行；
- 2、广告营销方案策划、执行、监制；
- 3、企业发展战略策划、制定、实施；
- 4、市场调研、分析、规划、信息整理。

职务：办公室经理、执行总监、财务总监、业务经理

主要职能职责：

- 1、企业管理章程策划、建成、执行；
- 2、业务推广、销售服务执行；

3、财务管理、规划；

4、人员培训、教育、管理；

职务：市场经理、室内设计总监、工程总监、家装顾问

1、装饰装修方案策划、设计、预算、监制、管理；

2、市场材料买购、输送、统计、管理；

3、工程质量的监制、施工流程的管理；

4、家装业务洽谈、合同签订；

根据前期发展需求，招纳3名业务员，在经过公司内部培训和学习之后，主要配合执行总监负责公司的市场调查、业务推广和宣传执行等工作。施工人员主要由项目总监和市场经理负责联系接触，建立一个适应企业发展，具有完善技术支持的施工团队，形成节点管理和质量监制共进的质量和进度保障体系。

根据自身情况，前期不需要太多的人力资源，所以前期的部门设置也就相对比较简洁，但最主要的几个部门还是需要设置建成的。主要包括：

(一)设计部、预算部、市场部、工程部

主要负责人□xx□xx

主要职能：

1、设计部：室内外装饰装修效果图和施工图的设计监制；

2、预算部：工程总造价预算；

3、市场部：材料采购、运输、管理；

4、工程部：项目施工、工程管理、监制、质量验收；

(二) 财务部、营销部

主要负责人□xx

主要职能：

1、财务部：财务出纳管理；

2、营销部：业务联络、宣传执行；

(三) 材料供应部

主要负责人□xx

主要职能：内部材料管理、陈列、销售。

(一) 客户服务

与客户进行意向洽谈，对其房屋进行实体测量，设计理念，达成共识，并设计制作做一份预算表和房屋装修方案效果图。

(二) 签订一份公平的合同

在客户确定和认可公司设计施工方案及工程预算之后，签订一份装修工程合同书。一份公平又详细的合同，是十分有必要的。有的客户不认真审核合同内容，轻率签字，到后来遇到纠纷往往是很平常的事情。然而，由于制作合同不严谨、不详细，将出现事与愿违的不良后果。

(三) 制作一份详细的预算

这是装修中主要程序之一。预算表要求详尽，包括所有的承包项目、单价、单位、金额以及相关说明，还应标明哪些材料是装修公司购买，哪些材料是客户自己选购。大至灯具、洁具、空调电器；小至拉手、门锁都要囊括在内。有了这样一份详尽的材料预算表，就会减少许多不必要的麻烦。

(四) 施工图纸最终审核

再次确认装饰效果图和施工详图方案册。设计师、工程监理与客户三方现场交底。

(五) 制作一份详尽的工程进度表和工程监理手册

工程进度的记录登记和各工种依次完成的施工项目，由工程监理全权负责管理监制，并进行质量验收工作。

(六) 工程质量验收

先是内部管理人员的工程质量分项验收，然后联系业主，由业主进行工程的总体验收。

(七) 售后服务

在全部工程结束之后，给予业主一份书面的维保协议。

(一) 媒体推广

媒体推广主要在广告的投放上，通过我们的特色，针对消费群体进行广告诉求。可以通过宣传折页或小册子的形式来进行广告散发，通过墙体广告和海报招贴等传媒载体来进行广告的发布和宣传。广告的目的主要是突出我们的优势：我们有着更好的服务理念和设计创新意识，我们所要体现的是一只专业化管理、高素质人员构成的技术服务团队。让消费者在消费前，对公司有一个大体的了解。

(二)联合推广

到临沧市本地，联合知名品牌的家具、电器、建材销售商建立促销关系，致力于双赢。比如，可以将家装与家具城进行捆绑销售，给那些买家具的消费者在购买家具的同时，认识我们公司的装饰服务，给予一定优惠；消费者在家装服务的同时，我们给予家具城购物优惠券或相关打折服务。

(三)活动展销

装饰一定要转变消费者观念，向消费者展现装饰设计超前、施工过硬、数字环保的装饰特色，可选择于人民活动广场举办大型的展销活动。具体活动内容有：

a□资深设计师免费提供咨询，量身定做；

b□装饰风格的图片展览，最直观的效果；

c□现场问答、竞猜及一些互动游戏；

d□已签约客户抽奖赠送贵宾卡；

(四)业务员销售推广

1、前期销售工作，招三到五名业务员，不划分区域，设计调查问卷，（问卷在最后面文档中）针对临沧市现阶段有能力买房，或建房或装修房的人员进行调查。

2、调查目的，了解客户心目中装饰房子要什么样子。问卷内容及设计：这种调查最好一月一次，或是一季一次，每月根据调查问卷带回来的消息，设计两到三个新样，因为人的品味很会变，你一断时间没有新的装修方案的话，人家会认为你公司没能力，你设计的东西乱七八糟只要求好看，也没用，所以要根据调查问卷设计最新形式装修方案。

3、一般这个工作在十五天左右完成，在这十五天里，他们半天做调查，半天要回公司培训，培训内容包括业务知识和装修行业必要的专业知识。

4、十五天之后，每个人分区去跑，把行程和跑过的地方，客户记录在案，每天一查，这就要求业务员做每天行程拜访表。

5、每天早上开例会，内容主要针对前一天的遇到的情况及困难的汇报，对能及时解决给与及时解答，半个小时左右，再出去跑，每一周总结，开一个周会，谈谈一周下来工作情况，分析工作当中遇到困难，大家一起提出意见，共同来把困难解决。

6、业务员跑业务的时候必备工具，是公司以前装修过的图册或新设计的图样，还有公司的宣传手册也要带的，在没有谈成业务的前提下，可以宣传公司，让公司在装饰行业中有一定知名度。

7、业务员在考核上刚开始，低底薪，高提成，前期业务不太稳定，等发展大后，可以采取高底薪，低提成，稳定公司人才。

业务员主要针对的市场：

1、看到有建房的地方都去问问；

2、居民小区，搬家公司，他们老搬家，总有要装修的，跟他们利益分成，让他们介绍你；

3、店面：很多店面老板是一年一换的；

4、房产中价：出售房子给客户，有相对很多资源，可以花钱买，也可以通过关系。

随着家装市场的不断规范，客户对住宅装饰装修的要求也越来越高。从重视装修材料的质量、施工的质量，又增加了对装修后的新居室内空气质量的热切关注。我们从公司角度出发，为了能更好的能与客户交流，特此做一分问卷调查表来了解消费者关心的问题，同时又可以帮助公司业务员更好的做好业绩！

新公司商业计划书篇五

物流项目一般投资大、专业性强，在工程建设和营运过程中，经常要受到多种因素的影响与干扰，而这些因素又大多具有相当的不确定性。因此，从事物流项目投资必须认真识别风险、设法控制风险，以提高投资的成功率。物流项目在投资建设和劳动过程中，需要大量的资金投入，同时在项目建设完成后，企业也会面临各种各样的风险。投资者必须通过风险识别揭示产生风险的来源，判别风险程度，提出风险的对策，避免因在决策中忽视风险的存在而蒙受损失。根据物流项目的特点，物流项目开展过程中的风险主要有市场风险、管理风险、技术风险、金融风险、操作风险、环境风险等。

物流项目开展过程中会面临很多的风险，这些风险都将直接或间接地威胁到项目开展的结果。在物流项目的建设和营运过程中，充分认识相关风险，并在实施过程中加以控制，大部分风险又是可以降低和防范的。

1、深入调查、科学预测，建立科学有效的决策机制

物流项目一般投资大、周期长、风险多，因此要深入调查研究分析市场需求，科学确定投资计划，对项目的各种可能方案进行可行性论证，评估方案风险发生的概率和损失程度，权衡利弊，选出最优投资方案。投资决策作为整个投资过程始点起着根本性的作用，大量失败的投资项目是由投资决策的失误千百万的。此外，要提高决策者的决策，建立科学有

效的决策机制，杜绝和减少决策失误。

2、加强物流项目投资管理，增强抵御经营风险能力

物流项目投资方案一经选用，就应付诸实施。项目经营风险大小取决于项目获利能力和投资回收能力。防范项目经营风险，一是应加快项目建设进度，节约项目投资，优质高效建好项目。二是加强项目经营管理，增强其投资回收能力。三是加强项目财务收支管理，增强其投资回收能力，通过增加财务收入，节约财务支出，实现经营现金净流量最大化，以达到尽快回收项目投资目的，从而有利于防范经营风险。

3、严格的制度管理

物流企业在营运过程中，通过严格的制度管理可以避免大部分风险。因此，要有严格的规章制度，将工作中出现的责任落实到个人，并结合相关的奖惩机制，将人为原因造成的失误降到最低。对于可能出现问题的地方，应制订专门的审核制度，将操作流程进行标准化处理，对整个物流服务制度化、程序化管理，保证物流系统的顺畅营运。一方面要对信息系统和硬件设备进行专门的检修和保养，避免硬件的故障造成物流服务环节中的差错；另一方面服务流程尽量标准化，有章可循，减少人为原因造成的风险。

4、建立稳定的合作伙伴关系

物流项目开展初期，可以考虑强强联合，降低风险，与有丰富管理经验大型物流企业或相关行业的大型企业合资或合伙投资建设物流项目，这样既可以降低投资风险，又能够在合作中学习大型企业先进的管理经验。首先将原有的简单仓储或运输服务进行重组，形成一个有机整体，然后在稳定原有业务的基础上发展新的业务，根据自身实业对目标客户进行定位，积极寻找物流服务需求企业，经过与合作企业不断沟通，了解客户所需物流服务的具体内容，以及对物流设施的

要求，考察该企业的物流需求是否在项目的服务能力内，如果符合要求，结合实际为客户企业进行物流流程的设计，并与企业进一步切磋，最后制订标准的服务流程后，签订长期物流合同，发展为稳定的合作伙伴关系，定期进行沟通，不断改进工作中存在的不足，提高物流服务质量，以巩固合作模式的稳定性。同时我们可以考虑采取与合作伙伴利益一体化的方式保证客户的稳定性，密切关注客户的资信状况，对于资信状况好、发展能力强的客户，可考虑通过合资、相互控股的方式将物流项目的发展与生产企业紧密联系起来，两者相互依存，共同发展。

运输在整个物流中占有很重要的地位，总成本占物流总成本的35%-50%左右，占商品价格的4%-10%。运输对物流总成本的节约具有举足轻重的作用。会计学上将物流成本分为显性成本和隐性成本。在我国现行的物流运输方式中无论是自营物流，合营物流还是第三方物流，隐性成本占据了很重要的地位，这些隐性成本在物流运输过程中主要包括以下几个方面：返程或起程空驶：空车无货载行驶，是不合理运输的最严重形式。在实际运输组织中，必须调运空车。但是，因调运不当货源计划不周，形成的空驶，是不合理运输的表现。在物流运输决策中主要体现在这几个方面：运输方式的选择，运输服务商的选择，运输路线的选择，运输计划编制及运输能力配备等问题。.....

1.0 项目概要

1.1 项目公司

1.2 项目简介

1.3 客户基础

- 1.4 市场机遇
- 1.5 项目投资价值
- 1.6 项目资金及合作
- 1.7 项目成功关键
- 1.8 公司使命
- 1.9 经济目标
- 2.0 公司介绍
 - 2.1 公司组织结构
 - 2.2 [历史]财务经营状况
 - 2.3 公司地理位置
 - 2.4 公司发展战略
 - 2.5 公司内部控制管理
- 3.0 项目介绍
 - 3.1 物流项目开发目标
 - 3.2 物流项目开发思路
 - 3.3 物流开发的资源状况
 - 3.4 项目地理位置与背景
 - 3.4.1 项目所在省会

- 3.4.2 项目所在城市
- 3.6 项目建设基本方案
 - 3.6.1 规划建设年限与阶段
 - 3.6.2 项目规划建设依据
- 4.0 市场分析
 - 4.1 中国物流市场
 - 4.2 区域物流市场发展趋势
 - 4.3 区域物流市场发展特点
 - 4.4 目标市场分析
 - 4.6 竞争对手分析
- 5.0 发展战略与实施计划
 - 5.1 执行战略
 - 5.2 竞争策略
 - 5.3 营销策略

新公司商业计划书篇六

1、企业名称：

食家庄

2、经营项目：

凉皮、肉夹馍、菜夹馍、稀饭、豆浆等；

3、法律形态：

个体工商户；

4、经营地址：

赣州市国光超市旁边

二、项目可行性分析报告

1、市场评估：

我们所经营的食家庄，主要是针对赣州市人们开设的，国光超市是我们赣州市最大的超市，人流量最多，客源相当稳定，没有一家是以凉皮、肉夹馍、菜夹馍、稀饭、豆浆等一起经营的，是独家经营。产品具有独特的陕西地方风味、口感好、价格便宜的优势，所以，只要保持目前的价位和不断提升我们的服务质量，此项目具有可长期发展的空间。

三、资金情况

1、资金状况：

a□开办费用：企业办证费、验资费、房屋转让费等计：0.5万元；

c□流动资金投资：人员工资、租金、管理费、卫生费、水电费、保险费、原材料等计：5万元。

资金需求共计：8.5万元。

2、自有资金：

4.5万元，主要用于开办费用和固定资产投资。

四、贷款用途

因为我们店面是租借，每月结帐一次，占压了我们的流动资金，目前我们没有足够的钱，来开启我们的企业。流动资金出现紧缺，想通过小额担保贷款政府帮助解决4万元。

新公司商业计划书篇七

1、随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼光。因此，往往求助于专门的装修公司。

我国的家装业是一个利润较大的行业。我国的住宅建设，特别是城镇住宅建设，经历了近20年的连续增长之后，已颇具规模。随着人们生活水平的提高和住房制度改革的推进，居住消费占总消费的比重迅速提高，人们越来越关注居住环境的改善。我国的家居装饰业应运而生，10年来发展很快。

家装潜力巨大。据统计，这几年全国家居装饰业的总产值为1200亿元，是20世纪90年代的40倍，年均递增45%，大体上每两年翻一番，相当于全国城镇住宅年投资总额的30%。有一种大胆的估计：家居装饰在未来两三年内将达到20xx亿到3000亿元，即相当于住宅投资总额的一半左右。这不是虚张声势或盲目乐观。

家装公司是从1998年发展起来的，发展到今天已有较大的进步，该行业也成为社会上一个较热门的行业。人们都想给自己营造一个安逸舒适的空间，对居室环境的要求也越来越高。

近年来房产开发商开发出大量的户型，也为家装行业的发展带来广大的空间和无限的商机。

2、建筑装饰行业已经成为建筑业中的三大支柱性产业之一，是一个劳动密集行业。建筑装饰行业是随着房地产热潮的逐步兴起，快速成长起来的朝阳产业。近些年来，伴随中国经济的快速增长以及相关行业的蓬勃发展，建筑装饰行业愈加显示出了其巨大的发展潜力，市场增长空间以平均每年20%左右的速度递增。

中国建筑装饰材料行业也随着房地产、建筑装饰业的发展得到了快速发展。目前，中国已经成为世界上装饰材料生产大国、消费大国和出口大国。材料主导产品不仅在总量上连续多年位居世界第一，而且人均消费指数已接近和高于世界先进水平。

3、在目前我国坚决调控房地产业的背景下，楼市景气度不断降低，其上下游行业也都不被业内外看好。然而，出人意料的是，从上市装饰企业三季报来看□20xx年行业整体净利润同比增长率均在30%以上，龙头企业的同比增幅更达到80%—100%。装饰业这一房地产的主要附属产业，不仅受到楼市调控的影响有限，反而进入快速增长期□20xx年按来宾市场分析新建成住宅达到2万多套。

4、营销策略：

- (1) 根据市场的需要，让装饰公司内部更加专业化。
- (2) 抓住市场需要，构建装饰公司营销网络。
- (3) 加强对装饰公司职员的培训，提高公司的整体素质以及技术水平。
- (4) 跟紧低碳经济时代的潮流，走绿色装饰公司发展之路。

(5) 规范装饰行业市场，加强装饰前、中、后的工程监管力度。

5、资金需求：

所需资金：10万元

开业成本：7万元

员工工资：6-10人，3000元左右(随着业绩而相应提高)

流动资金：2万元

地址选择

家庭装修公司的理想选址一般在新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住区的聚集地（列如来宾市府附近，或比较接近建材市场的地方）

优势：

2、地利占尽，先机在握；（本着对来宾市场的了解和人际关系）

3、行业经营逐步规范；（公司规章制度及管理）

4、秉承了世界先进的设计思维；（以人为本为中心，创造功能合理、舒适优美、满足人们物质和精神生活需要的室内环境）

5、具有高度敬业、技术精湛、经验丰富的管理人才和技术人员。（一个能把握公司走向的人才和专业的施工队伍）

装修行业，之所以受到如此的关注，主要是因为装修与人们的生活息息相关，直接影响人们的生活、工作及经营。因为

一旦装修，所投入的资金较大，既费时又费力，一般很少轻易再次更换装修。有的消费者为购买房子和装修房子，几乎花去了一生的积蓄。有的企业为了经营，耗费了大量的资金进行装修，因此，不能不谨慎地选择装修公司。

价值主张（产品或服务）

我们的做工是最精细的：

我们的服务是最好的：

鉴于装修投入的资金较大，既费时又费力，客户一般很少轻易再次更换装修，所以我们装饰装修一定要走在时代的前面，尽可能地为客户提供智能性与未来型的家装。这样也更容易获得客户的认可和好感，让消费者在不知不觉中，对某某装饰产生信赖，通过他们的口碑，让某某装修的理念、质量、服务以及信誉传播出去。

综上所述，企业的竞争，归根到底是品牌的竞争。品牌战略，是企业的必经之路。只有树立了较强的品牌意识，多从消费者的利益考虑，恪守诚信的原则，重视技术和服务创新，把握消费者的心理和市场动态，才能制定出一系列差异化的营销策略，才能赢得消费者的信赖。那样，企业才能健康、稳固地发展。

行业市场定位与分析

综合前几部分分析，我把“xx装饰”的目标市场定位为：

产品支撑点定位：“品质”、“环保”、“品位”、“个性”、“未来”；

企业形象定位：专业装饰机构；室内空间魔术师；

广告诉求点定位：理性与感性诉求并重。

表面上看，装饰装修属于房地产行业的下游产业，房地产市场的景气度对装饰行业有直接影响。但事实上，房地产调控对装饰行业整体影响非常有限。首先，房地产调控针对的是商品住宅市场，而商品住宅在每年竣工房屋中的占比还不足30%。对于以商品住宅为主要市场的楼盘整体装修子板块来说，行业的成长更多来自于装修房比例的提升。

其次，楼市调控下，更多资金进入“不限购、不限贷”的商业地产，众多住宅开发商开始转战商业地产开发。中国商业地产联盟发布的《20xx-2011中国商业地产发展报告》显示，去年商业营业用房和办公楼开发投资合计达7405.4亿元，达到历史新高，即使按照去年的增长速度保守估算，今年商业地产开发投资总额也将接近1万亿元。巨大的商业地产开发量给装饰行业亦带来巨大增量。

根据对来宾装饰市场竞争对手经营策略的分析，我认为“xx装饰”至少要有意识地去做到以下几点，才能不落后于对手，并逐步做强做大，立于不败之地：

对客户做到“做装修=做朋友”；

让消费者明明白白消费；

细分经营市场；

主题思想先行；

注重企业间资源的整合；

向连锁经营方向发展。

1、优势：

2、地利占尽，先机在握；

3、行业经营逐步规范；

4、秉承大城市先进的设计思维；

5、具有高度敬业、技术精湛、经验丰富的职业经理人和技术人员。