

最新可行性报告和商业计划书(汇总10篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

可行性报告和商业计划书篇一

这家店是一个创业项目，资金投入少，消费基础广，成本回收快，门面好找。一般来说，除了维持3个月左右的店面租金、人工和日常开支外，茶店的经营管理不需要太多的营运资金，非常适合小企业自己创业。我们的店名是“茶语”好记好记。我们的目标是以普通茶店特有的特色吸引顾客，获得丰厚的利润，一年后开始“茶语”信誉，树立品牌效应，积累资金，经过调研和试点，将业务拓展到其他市场，从而获得更大的效益。通过在运营过程中不断改革和逐步完善，可以形成口碑，扩大市场份额，形成连锁“茶语”茶叶店。

节目概要

一、项目介绍

二、行业分析

三. 产品/服务介绍

第四，店铺位置

装修及设备采购

不及物动词人力资源规划

七、市场分析和预测、竞争对手分析和我们的特点。

八、营销策略

九、金融需求与应用

十、风险和风险管理

十一、中长期规划

可行性报告和商业计划书篇二

房地产中介行业是房地产业的重要组成部分，房地产中介贯穿在房地产业经济运行的全过程之中，为房地产业的生产、流通和消费提供了多元化的中介服务。房地产中介在我国既是一个年轻的行业，又是一个蓬勃发展的行业，已显示出强大的生命力和广阔的发展前景。它具有服务性、流动性和灵活性的特点，在房地产业中起着重要作用。

中国古代和近代市场中为房地产买卖双方介绍交易？评定房地产商品质量？价格的居间行商称之为宅行。宅行是中国房地产中介机构的前身，现称房地产中介，房产超市，不动产门市等。史书记载：宅行，清朝年间，宅行主要分布在山西，陕西，河北，天津一代。旧时，人们将宅行从事房产经纪的经纪人称呼为“房牙子”。房牙子是旧时宅行里以说合房产买卖或租赁为职业的人，今称房地产经纪人。

房地产中介是一个方兴未艾的行业，特别是国家将房地产业确定为国民经济的支柱产业，出台一系列系列规范发展房地产业的政策措施，为房地产中介业的发展注入了新的生机和活力。随着城乡居民住房消费的旺盛需求。我国经济的持续、稳定、快速发展和城市化进程的加快。以及全面建设小康社会奋斗目标的确立。这些都是为房地产中介提供了巨大和广阔的发展空间。房地产业是从事房地产综合开发、经

营、管理和服务的综合性行业，是一项新兴的独立产业，是城市第三产业的一部分。房地产业是商品经济发展的产物，它随着商品经济的发展和扩大而发展和扩大。在我国，把房地产业作为一个经济部门，开展各种经营活动，建立房地产市场，是从实行经济体制改革之后才开始的。

目录

一、房地产中介公司概况描述

二、房地产中介公司的宗旨和目标

三、房地产中介公司目前股权结构

四、已投入的资金及用途

五、房地产中介公司目前主要产品或服务介绍

六、市场概况和营销策略

七、主要业务部门及业绩简介

八、核心经营团队

九、房地产中介公司优势说明

十、目前房地产中介公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一、融资方案(资金筹措及投资方式及退出方案)

十二、财务分析

1. 财务历史数据

2. 财务预计

3. 资产负债情况

一、房地产中介公司的宗旨

二、房地产中介公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、房地产中介公司管理

1. 董事会

2. 经营团队

3. 外部支持

一、技术描述及技术持有

二、产品状况

1. 主要产品目录

2. 产品特性

3. 正在开发/待开发产品简介

4. 研发计划及时间表

5. 知识产权策略

6. 无形资产

三、产品生产

1. 资源及原材料供应
2. 现有生产条件和生产能力
3. 扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力
4. 原有主要设备及需添置设备
5. 产品标准、质检和生产成本控制
6. 包装与储运

一、市场规模、市场结构与划分

二、目标市场的设定

三、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

五、市场趋势预测和市场机会

六、行业政策

一、有无行业垄断

二、从市场细分看竞争者市场份额

三、主要竞争对手情况：房地产中介公司实力、产品情况

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

五、房地产中介公司产品竞争优势

一、概述营销计划

二、销售政策的制定

三、销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四、主要业务关系状况

五、销售队伍情况及销售福利分配政策

六、促销和市场渗透

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

七、产品价格方案

1. 定价依据和价格结构

2. 影响价格变化的因素和对策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九、市场开发规划，销售目标

一、资金需求说明(用量/期限)

二、资金使用计划及进度

三、投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四、资本结构

五、回报/偿还计划

六、资本原负债结构说明

七、投资抵押

八、投资担保

九、吸纳投资后股权结构

十、股权成本

十一、投资者介入房地产中介公司管理之程度说明

十二、报告

十三、杂费支付

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

一、资源风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、成本控制风险

六、竞争风险

七、政策风险

八、财务风险

九、管理风险

十、破产风险

一、房地产中介公司组织结构

二、管理制度及劳动合同

三、人事计划

四、薪资、福利方案

五、股权分配和认股计划

一、财务分析说明

二、财务数据预测

1. 销售收入明细表

2. 成本费用明细表

3. 薪金水平明细表

4. 固定资产明细表

5. 资产负债表

6. 利润及利润分配明细表

7. 现金流量表

可行性报告和商业计划书篇三

市场描述：市场竞争是企业的核心竞争力，在市场细分的基础上，市场的竞争是企业本身。如何做好市场，做准备工作，我们是从哪里开始，市场的竞争是我们自己的竞争品牌。

二、目标市场分析

市场描述：

市场的基本情况：主要是以现金为基础的市场，是以市场和竞争者为中心，以顾客对现金的需求为根本。市场的基本情况如下：

市场的发展阶段(xx年xx月——xx年xx月)：

市场的发展战略：

在现阶段的市场中，首先要以现金为基础的市场。在市场中的市场占有率为25%。

竞争对手分析：

竞争对手消费能力分析：

竞争对手市场的优势：(1)

市场的发展优势

竞争对手发展潜力，目标消费群的优势：(1)

市场的发展战略

竞争对手市场的劣势：(2)

竞争对手的优势：(1)

竞争对手优势：(2)

竞争对手劣势：(3)

10)

三、市场营销

市场营销策略：

市场细分：

市场细分对象：以顾客为中心的市场，是指顾客，也是顾客，他们希望通过市场调查，了解自己的消费习惯和消费能力。市场细分的主要目的是为了分析顾客的需求，并对市场进行有效的分析。市场细分的过程是市场营销过程的一种过程，市场细分不仅是消费者的需要，而且也是市场竞争过程的重要过程。市场细分的过程也是产品营销过程的重要过程。市场细分对象是顾客，也是竞争者，市场细分对象是顾客的个人，是企业的客户和社会的客户。

市场细分对象的内容：以顾客需要为中心的市场，顾客的需求是顾客，顾客对市场的需要是顾客的需求。市场细分不仅是对企业的竞争对手，而且也是市场竞争的关键。在市场细分的实施过程中，应当根据市场变化进行具体的细分并进行具体市场细分。市场细分的方法包括：

市场细分的基本方法：

市场定位法

市场定位的原则：

市场定位的目的

市场定位的程序

市场定位的具体时间：

市场定位的具体时间：

市场定位的方法：

市场定位的具体方法：

市场定位的程序：

市场定位的程序：

市场营销

策略：

策略：

策略的实现是市场营销中起步阶段的必要保证和前提。市场营销是在市场细分的基础上，以消费者需要为中心，以顾客需求为导向，以顾客满意为目的的市场营销策略。市场营销的目的是要在消费者认可的同时，满足顾客的需要，使顾客满意，使市场成为顾客满意的产品，并使顾客满意，并使企业成为企业发展壮大的根本所在。因此市场营销的策略包括：

市场策略：

策略的制定应当考虑产品的销量、品牌和生命周期，并对顾客的需求进行有效的分析，并根据消费者的需求和顾客的满意程度，选择适当的营销方法。在市场中的策略主要包括两个方面的内容：

可行性报告和商业计划书篇四

近年来，随着城镇化快速推进和经济社会稳步发展，我国城市用水人口和用水需求大幅度增长，供水普及率和服务能力不断提高，但是，城市用水总量基本保持稳定，维持在500亿立方米/年左右。

我国是一个缺水的国家，人均占有水资源不足2200立方米，仅为世界平均水平的28%，而且时空分布不均衡。随着我国经济社会建设事业的不断发展，资源性缺水、水质性缺水和水环境污染已经成为经济与社会可持续发展的重要制约因素。

今后加强城市节水工作，还要进一步完善节水法律法规、政策和标准体系，提高节水的法制化水平，切实调动和提高社会各界节水工作的积极性和主动性。要进一步提高节水工作在城市发展中的地位，加大节水工作责任制。要充分发挥经济杠杆和市场引导作用促进城市节水工作。发挥水价改革对城市节水的作用。要增强节水减排科技支撑能力，加大节水科技投入和推广力度，并进一步创新方式，加强宣传动员和公众参与。

一、节水公司概况描述

二、节水公司的宗旨和目标

三、节水公司目前股权结构

四、已投入的资金及用途

五、节水公司目前主要产品或服务介绍

六、市场概况和营销策略

七、主要业务部门及业绩简介

八、核心经营团队

九、节水公司优势说明

十、目前节水公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一、融资方案(资金筹措及投资方式及退出方案)

十二、财务分析

1. 财务历史数据

2. 财务预计

3. 资产负债情况

一、节水公司的宗旨

二、节水公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、节水公司管理

1. 董事会

2. 经营团队

3. 外部支持

一、技术描述及技术持有

二、产品状况

1. 主要产品目录
2. 产品特性
3. 正在开发/待开发产品简介
4. 研发计划及时间表
5. 知识产权策略
6. 无形资产

三、节水产品生产

1. 资源及原材料供应
2. 现有生产条件和生产能力
3. 扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力
4. 原有主要设备及需添置设备
5. 产品标准、质检和生产成本控制
6. 包装与储运

一、节水市场规模、市场结构与划分

二、目标市场的设定

三、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

五、市场趋势预测和市场机会

六、行业政策

一、有无行业垄断

二、从市场细分看竞争者市场份额

三、主要竞争对手情况：公司实力、产品情况

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

五、节水公司产品竞争优势

一、概述营销计划

二、节水销售政策的制定

三、节水销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四、主要业务关系状况

五、节水销售队伍情况及销售福利分配政策

六、促销和市场渗透

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

七、节水产品价格方案

1. 定价依据和价格结构

2. 影响价格变化的因素和对策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九、节水市场开发规划，销售目标

一、资金需求说明(用量/期限)

二、资金使用计划及进度

三、投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四、资本结构

五、回报/偿还计划

六、资本原负债结构说明

七、投资抵押

八、投资担保

九、吸纳投资后股权结构

十、股权成本

十一、投资者介入公司管理之程度说明

十二、报告

十三、杂费支付

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

一、资源风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、成本控制风险

六、竞争风险

七、政策风险

八、财务风险

九、管理风险

十、破产风险

一、节水公司组织结构

二、管理制度及劳动合同

三、人事计划

四、薪资、福利方案

五、股权分配和认股计划

一、财务分析说明

二、财务数据预测

1. 销售收入明细表
2. 成本费用明细表
3. 薪金水平明细表
4. 固定资产明细表
5. 资产负债表
6. 利润及利润分配明细表
7. 现金流量表
8. 财务指标分析

可行性报告和商业计划书篇五

(二) 目标群体分析

1. 在校学生是一个很大的消费群体，追求时尚，花钱大方。
2. 对于在工厂工作的人来说，女生也喜欢一些生活需要的装饰品或者东西。
3. 情侣，他们需要特别的礼物，有的需要现实，有的需要惊喜。

(三) 竞争对手分析

目前开发区没有精品。它为我们提供了经营精品店的绝

佳市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善许多商业缺陷，发展自己的特色，那么我们很有可能成功。

可行性报告和商业计划书篇六

(1) 大学生就业

在我国高校扩招以来的七年里，大学生和毕业生的数量大幅增加。1998年，高校扩招的前一年，大学生人数为107万。1999年扩招第一年，又招了50万人。20xx年，大学毕业生人数将达到413万。从1998年到20xx年的8年间，招生人数增长了4倍，年均增长22%，大大超过了人口、经济和基础教育的增长速度。

大学生就业难是不争的事实。20xx年，官方公布当年大学生就业率为84%。即使按这个数字计算，当年一毕业就失业的大学生人数也达到了40万。这还不包括那些立志来年考研的专业研究生，户口迁回原挂靠单位的事实，以及大量工作不稳定，无法顺利度过职业生涯前三个月申请期的流浪人员。

(二)、大学生创业分析

吉林省“全民创业促进就业”系列活动“五个一”总体要求和吉林省现状；大学生青年创业行动现状；《实施方案》的具体安排由共青团组织实施“我省大学生青年创业现状及对策：在学生创业分析等一系列丰富多彩的活动的推动下，大学生掀起了创业的高潮。然而，大学生创业存在许多问题：

(2) 心态问题。根据调查，超过70%的学生有创业的愿望，他们的“动手”不到10%的人创业，不做的原因只是单纯的填写不成熟的条件，先创业“风险意识”能够承受风险和失败，还要有责任感，务实精神是必不可少的，做事一定要踏实。

(3) 大学生创业优惠政策

2. 大学毕业生从事个体经营免交的费用包括:个体工商户注册费、个体工商户管理费、集贸市场管理费、经济合同鉴证费、经济合同示范文本费用;税务部门收取的税务登记证工本费;卫生部门收取的行政执法卫生监测费、卫生质量检查费、预防性体检费和卫生许可证费;民政部门收取的民办非企业单位注册费(含证书费);劳动合同鉴证费和职业资格证书费由劳动保障部门收取。

1. 程序被简化了。

所有大学毕业生(毕业后两年内,下同)申请自谋职业或申办私营企业,均可通过各级工商部门的登记大厅“绿色通道”优先登记。除国家禁止的行业和商品外,其经营范围应当公开审批。对于限制类和特殊业务项目,允许其在申请时办理特殊审批手续。申请在科技园区、高新技术园区、经济技术开发区等经济特区设立私营企业的,除必须预先核准的项目外,专项办理,试行为“承诺登记系统”。申请人提交注册申请、验资报告等主要注册材料的,可以先核发营业执照,以便在3个月内按要求完成相关材料。申请设立有限责任公司,以大学毕业生的人力资本、智力成果、工业产权、非专利技术等无形资产作为投资的,允许冲减注册资本的40%。

2. 减免各种费用。

除国家限制的行业外,工商部门自批准其经营之日起一年内免收个体工商户登记费(包括登记费、变更登记费和更换费)、个体工商户管理费和各种证照费。那些参加私人协会的人将免交一年的会费。申请高新技术企业(含有限责任公司)的大学毕业生,注册资本最低为10万元。资金确有困难的,允许分期到位;应用程序的名称可以是“高科技”“新技术”“高科技”被批准为行业。大中专毕业生从事社区服务等活动,经居委会报当地工商行政管理部门备案后,一年内免于工商登记注册,免交各种工商管理费。

提醒:据工商行政管理个别部门工作人员介绍,相关政策已经落实。高校毕业生在办理相关自谋职业手续时,除了所需的全部材料外,还应携带就业推荐表、毕业证书等相关材料并申请。

可行性报告和商业计划书篇七

1、 项目描述:大学生纪念品是针对大学生这个市场开设的,为xx学子留恋学校为主题的纪念品。

4、 资金需求:纪念品设计800元,销售,进货。 风险控制:大学生购买纪念品本身人数不多,主要以怀念学校和青春人才会购买。一般来说大学生的经济状况也会使他是否购买纪念品。10元以下的纪念品是非常便宜,但是便宜的东西也是我们不想做的。我们希望做一个精致美观的纪念品,但购买量肯定会让一些大学生不忍心支付这笔消费。而且纪念品宣传做不到位也会影响到尝试消费。

1: 前景分析

高校纪念品开发项目在国内的发展仍处于初步阶段,前景广阔,潜力十足。每一所高校的纪念品都是以校内每年几万学生为主要销售对象,另外附加了一部分纪念品收藏爱好者以及来自不同地方的旅行爱好者,这样的规模是绝对值得去研发与投入的。正如国家借奥运之机,发行的各种纪念币、纪念邮票、纪念品等等,得到了国民与外国友人的追捧,出售当日便一抢而空,由此可见眼下的纪念品市场的火热程度与发展潜力。近年来,随着人们生活水平不断提高,人与人之间的礼尚往来已经发生了巨大的变化,人们送礼更加强调送礼的意义和礼品的个性。各类纪念品、收藏品既有一定的文化内涵,能显示礼品的品位,又具有一定的保值、增值功能。而且价位也不是太高,送礼的双方都能接受,因此,购买纪念品、收藏品作为礼品的人比以往明显增多。高校也可以看准样一个大好趋势,细分高校纪念品市场,每年推出了品种

繁多的精美纪念品，有效集合生活、收藏、纪念等多种价值，为学校搞好这个新兴的文化与经济紧密结合的产业。

2: 项目特色与创新点

可行性报告和商业计划书篇八

我们的目标是建立一支能熟练运用各种语言、数据库、文档及数据的应用平台，为各个企业提供最佳的经营管理方法及最适合的经营决策服务，从而实现企业自身全面和快速的发展。

商业计划书是一种非常规范的商务方式之一，它可以对企业的运营管理、经营战略、目标、市场策略、财务计划、经营管理组织，以及企业的财务状况，经营活动的总体策划，以及企业的资金需求等全方位的了解。其内容涉及到的范围很广，包括：商业计划书编制的基本内容和要求；商业计划书的写作要点；市场情况、行业动态、市场前景、营销策略、企业内外部环境、社会经营规划以及企业的组织机构、主要管理人员、企业的经营范围、经营团队、企业的财务管理、企业的资金需求等等。

1、商业计划书编制的目的：

2) 帮助企业了解自身的运营管理状况，提高运营管理的水平。

3) 提高企业的核心竞争力。

4、商业计划书的内容：

5) 企业的运营状况、财务战略、行业动态；

6) 企业的财务运行计划、财务战略；

可行性报告和商业计划书篇九

国内□xx区xx文化园“开心农庄”对市场范围的界定是先区内再市内外，然后扩展到全国。

目标顾客：中国正在迅速崛起，经济正在快速稳步提高，城市中产阶级的特点是年轻、受过高等教育，旅游动机很强，舍得花钱，对物质利益及生活方式要求很高，随着xx文化园“开心农庄”知名度的提高和交通网络的不断健全，汶泉村的通达性越来越好，客源和市场范围也不断扩大，清新的空气、洁净的水质、开阔的空间和宁静的环境将对游客产生巨大的吸引力，红色、古色、绿色皆俱的xx文化园“开心农庄”将成为广大游客周末渡假胜地，而且可以通过他们的口头宣传不断壮大客源。

再者□xx市历史名人刘xx的历史人文内涵和底蕴正在不断挖掘、整理、张扬，特别是刘xx题材电视剧的热播，可以预见，发展中的xx文化园“开心农庄”与美丽的青山湖将起到相互衬托，相互媲美、相互提升的作用。据不完全统计□20xx年以到xx文化园的各类游客已达数千人之多□xx文化园“开心农庄”只要运作得当，完全可以将到青山湖的游客导入园区，同时自身也将进一步提高，达到资源共享，优势互补。

（二）需求

早在1996年我国就推出了“休闲度假游”，1999年又推出了“生态环境游”，而20xx年是乡村旅游年，新旅游、新体验、新风尚，放松身心、贴近自然、融于自然的农家乐旅游活动风靡一时，揭开了我国休闲、生态旅游的序幕，传统的观光旅游观念正被“开心农家乐”旅游观点所冲淡。目前，我国的法定节假日已达114天，如果再加上带薪度假，那么居民全年有三分之一以上的时间可以休假，在时间上为“农家乐”型旅游创造了必要的时间条件，且原生态的生活方式需

求又为“农家乐”旅游项目的实施提供了良好的发展机遇。随着xx文化园“开心农庄”旅游景区设施和功能的不断完善，定能很好地满足游客的需求。

可行性报告和商业计划书篇十

1. 我的目标:

2. 自我评价

我是一名大一的大四学生，在大学期间，我学好专业知识，掌握了一定的计算机知识，在学校也是非常友好，在社团和学生会的工作了这么xx年，我的个人价值也在这个过程中不断提升了一步。我认为我是一名优秀的团员，同时我也认为我有能力为学生会做出我的一份贡献了，所以我相信我会把我的能力发挥出来，为学生会更美好的明天尽一份力量，同时也希望学校能够给我这样一个机会，让我成为其中的一员。

三、自我分析

3. 自我评估

我的优势是善于与人交往，能够很好的沟通。我平时喜欢和同学讨论问题，因为我觉得跟学生会的人际交往是可以相处的，可以学不到他们的技能，也可以学到他们更好的经验。我的缺点是有很强的可动手性，所以我会多参加一些有意义的活动，多积累一些经验。我的缺点是有时做事情有时拖沓，有时有时做完事很快。我在学生会工作中，有时会出现惰性，做事情不够投机取巧，不够自信，做事不考虑周到，我觉得自己缺乏一定的主动性，我的自我评价是做事很有条理，有很强的执行力，我认为我适合做学生会。我的缺点是有时候缺乏自信，不敢去尝试。

4. 定位

有一定的自我评价是，我觉得我比较适合在校外实践和创业，我的理想是能在校外参加各种各样的兼职，我的理想是能在校外做兼职，可以丰富我的经历和阅历，锻炼自己的能力。我的目的是成为一名合格的大学生，为学生会和社会做出一定的贡献。

四、实战分析

我的弱势是有很多的，我觉得我是一个很有潜力的人，我相信我的实力，但我自信，我的坚持不会让我失望。我的优势是善于和别人沟通，善于与人交流，还有在做事情时比较细心，有较强的适应能力，做事有条理。我会克服困难，不断的提升自己的实力，我认为我会做得更好。我的不足是做事情有时拖沓，有时效果不明显。

五、职业规划分析