

# 2023年商业计划书项目(汇总6篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。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。

## 商业计划书项目篇一

商业计划书是创业者必备的工具，它包含了项目的详细规划、商业模式、市场分析等。通过阅读商业计划书，我深刻认识到一个好的商业计划书对于企业成功的重要性。它帮助企业将创意转化为实际行动，规划未来的发展路线。在阅读商业计划书过程中，我从中汲取了许多宝贵的经验和知识。我也认识到，商业计划书的撰写不仅是对于创业者的要求，同样也是对于企业发展的需要。

首先，阅读商业计划书使我能够更加深入地了解创业者的思维方式和商业策略。商业计划书中详细的市场分析和商业模式展示了创业者对于市场的敏锐洞察力和创新能力。通过分析商业计划书中的策略，我可以更好地理解企业选择的原因和计划的巧妙之处。这让我意识到，在创业过程中，如何进行市场分析和制定商业策略是至关重要的，它们直接关系到企业的成功与否。

其次，商业计划书的阅读让我认识到了创业并不是一个孤独的过程，也需要团队的配合。商业计划书中通常包含团队成员的介绍和角色分工，这让我意识到一个成功的创业背后往往有一个合作默契的团队。合理的团队配置和角色分工可以使组织的运转更加高效，并减小组织内部的摩擦。在创业过程中，懂得如何与团队成员合作是取得成功的关键之一。

此外，商业计划书也让我学习到了如何进行有效的市场分析

和预测。商业计划书中详细的市场分析帮助我了解了产品在市场上的需求和竞争情况。通过分析市场规模、竞争对手以及消费者需求，我可以更好地制定市场营销策略和产品定位。商业计划书中的市场预测也让我意识到商业的成功不仅仅依靠创意和能力，还需要有明确的目标和合理的规划。

最后，商业计划书的阅读使我懂得了企业的持续发展和创新的重要性。商业计划书中通常会设计到企业的未来发展规划和创新方向，这让我明白了企业不应该只关注当前的利润，而是应该着眼于长远的发展。持续创新可以帮助企业保持竞争优势，适应市场变化和顺应消费者需求的变化。阅读商业计划书让我意识到创业者需要具备的创新思维和追求卓越的精神。

总之，阅读商业计划书是对于创业者和企业发展都非常有益的。商业计划书中详细的规划和分析帮助创业者更好地理解市场需求和创业过程中的关键问题。同时，商业计划书也提醒创业者要注重团队合作、市场分析和持续创新。通过认真阅读商业计划书并将其中的经验和知识应用到实际实践中，我相信我可以在创业的道路上更加顺利地前行。

## 商业计划书项目篇二

**【导语】**本站的会员狼鳳情缘为你整理了“商业计划书范文-商业计划书”范文，希望对你有参考作用。

### 1、摘要内容

计划摘要一般要包括以下内容：公司介绍；主要产品和业务范围；市场概貌；营销策略；销售计划；生产管理计划；管理者及其组织；财务计划；资金需求状况等。

在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形

成过程以及企业的目标和发展战略。其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的商业计划书。最后，还要介绍一下风险、企业家自己的背景、经历、经验和特长等。企业家的素质对企业的业绩往往起关键性的作用。在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

- (1) 企业所处的行业，企业经营的性质和范围；
- (2) 企业主要产品的内容；
- (3) 企业的市场在哪里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求；
- (4) 企业的合伙人、投资人是谁；
- (5) 企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

摘要要尽量简明、生动。特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。如果企业家了解他所做的事情，摘要仅需2页纸就足够了。如果企业家不了解自己正在做什么，摘要就可能要写20页纸以上。因此，有些投资家就依照摘要的长短来“把麦粒从谷壳中挑出来”

## 2、产品介绍

作为一个公司，就应该有他自己的品牌，有了自己的品牌才可能进一步拓展自己的市场，获得最大的利益。在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品（服务）能否帮助顾客节约开支，增

加收入。因此，产品介绍是商业计划书中必不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利。

在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

一般地，产品介绍必须要回答以下问题：

（1）顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处？

（2）企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品？

（5）企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。

产品（服务）介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”都要努力去兑现。要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。空口许诺，只能得意于一时。如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

### 3、人员组织

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的

大小。而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。在商业计划书书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分商业计划书书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权、比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

#### 4、市场预测

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求？需求程度是否可以给企业带来所期望的利益？新的市场规模有多大？需求发展的未来趋向及其状态如何？影响需求都有哪些因素。其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况？企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些？是否存在有利于本企业产品的市场空档？本企业预计的市场占有率是多少？本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响？等等。在商业计划书书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述；竞争厂商概览；目标顾客和目标市场；本企业产品的市场地位；市场区格和特征等等。

企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。因此，企业应尽量扩大收集信息的范围，重视对环境的预测和采用科学的预测手段和方法。企业家应牢记的是，市场预测不是凭空想象出来，对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

## 5、营销策略

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

- (1) 消费者的特点；
- (2) 产品的特性；
- (3) 企业自身的状况；
- (4) 市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在商业计划书中，营销策略应包括以下内容：

- (1) 市场机构和营销渠道的选择；
- (2) 营销队伍和管理；
- (3) 促销计划和广告策略；
- (4) 价格决策。

对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。

对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

## 6、制造计划

商业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状；新产品投产计划；技术提升和设备更新的要求；质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，企业家应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何；怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性；设备的引进和安装情况，谁是供应商；生产线的设计与产品组装是怎样的；供货者的前置期和资源的需求量；生产周期标准的制定以及生产作业计划的编制；物料需求计划及其保证措施；质量控制的方法是怎样的；相关的其他问题。

## 7、财务规划

财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制；损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果；资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

财务规划一般要包括以下内容：

(1) 商业计划书的条件假设；

(2) 预计的资产负债表；预计的损益表；现金收支分析；资金的来源和使用。

一份商业计划书概括地提出了在筹资过程中企业家需做的事情，而财务规划则是对商业计划书的支持和说明。因此，一份好的财务规划对评估企业所需的资金数量，提高企业取得资金的可能性是十分关键的。如果财务规划准备的不好，会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象，降低风险企业的评估价值，同时也会增加企业的经营风险，那么如何制订好财务规划呢？这首先要取决于企业的远景规划？是为一个新市场创造一个新产品，还是进入一个财务信息较多的已有市场。

着眼于一项新技术或创新产品的创业企业不可能参考现有市场的数据、价格和营销方式。因此，它要自己预测所进入市场的成长速度和可能获得纯利，并把它的设想、管理队伍和财务模型推销给投资者。而准备进入一个已有市场的企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。企业可以在获得目标市场的信息的基础上，对企业头一年的销售规模进行规划。

企业的财务规划应保证和商业计划书的假设相一致。事实上，财务规划和企业的生产计划、人力资源计划、营销计划等都是密不可分的。要完成财务规划，必须要明确下列问题：

- (1) 产品在每一个期间的发出量有多大？
- (2) 什么时候开始产品线扩张？
- (3) 每件产品的生产费用是多少？
- (4) 每件产品的定价是多少？
- (5) 使用什么分销渠道，所预期的成本和利润是多少？



(6) 需要雇佣那几种类型的人?

(7) 雇佣何时开始, 工资预算是多少? 等等。

## 8、商业构架

### 说明

商业计划书一般包括如下十大部分的内容:

### 执行总结

是商业计划的一到两页的概括。包括:

- 1、本项目的简单描述 (亦即电梯间陈词)
- 2、机会概述
- 3、目标市场的描述和预测
- 4、竞争优势
- 5、经济状况和盈利能力预测
- 6、团队概述
- 7、提供的利益

### 产业背景和公司概述

- 1、详细的市场描述, 主要的竞争对手, 市场驱动力
- 2、公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足一个关键的顾客需求。

### 3、一定要描述你的进入策略和市场开发策略

#### 市场调查和分析

这是表明你对市场了解程度的窗口。一定要阐释以下问题：

- 1、顾客
- 2、市场容量和趋势
- 3、竞争和各自的竞争优势
- 4、估计的市场份额和销售额
- 5、市场发展的走势（对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实）

#### 公司战略

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题

- 1、营销计划（定价和分销；广告和提升）
- 2、规划和开发计划（开发状态和目标；困难和风险）
- 3、制造和操作计划（操作周期；设备和改进）

#### 总体进度安排

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件

- 1、收入
- 2、收支平衡点和正现金流

3、市场份额

4、产品开发介绍

5、主要合作伙伴

6、融资

关键的风险、问题和假定

1、创业者常常对于公司的假定和将面临的风险不够现实

2、说明你将如何应付风险和问题（紧急计划）

3、在眼光的务实性和对公司的潜力的乐观之间达成仔细的平衡

商业计划书简短范文

**【热门】**商业计划书

商业计划书精选

**【推荐】**商业计划书

商业计划书范本

## 商业计划书项目篇三

第一段：引言（100字）

一本商业计划书，就像是一个企业的蓝图，可以帮助创业者更好地规划和运营他们的企业。最近我有幸阅读了一本出色的商业计划书，并积累了一些心得体会。通过阅读这本商业

计划书，我对创业有了更深刻的理解，并对如何编写和评估商业计划书有了更系统的认知。

## 第二段：商业计划书的结构与内容（250字）

商业计划书的结构与内容是十分重要的，它直接关系到创业者能否清晰地传达他们的想法以及获得投资者的支持。首先，商业计划书应该包括一个清晰的执行概要，其中包括对企业目标、市场定位和发展战略的简要描述。其次，商业计划书应有详细的市场分析和竞争对手对比，以及对目标市场规模和增长潜力的预估。此外，商业计划书还需要详细说明企业的产品或服务，以及其市场与竞争优势。除此之外，还应提供详细的组织结构、人员管理及运营策略，财务计划等。通过阅读这本商业计划书，我深刻认识到商业计划书的完整性和有效性对创业者的重要性。

## 第三段：市场分析与竞争对手对比（250字）

商业计划书中的市场分析和竞争对手对比部分是我认为最有价值的内容之一。这部分的内容对于创业者来说至关重要，因为只有通过深入研究市场和竞争对手，他们才能够制定出合适的市场定位和有效的竞争策略。通过阅读这本商业计划书，我深刻认识到了进行市场调研的重要性。市场分析和竞争对手对比可以帮助企业确定目标市场的规模，了解客户需求和行为习惯，从而更好地满足他们的需求。此外，通过对竞争对手的研究，企业可以了解到行业的竞争态势，从而制定出更有效的竞争策略。

## 第四段：商业计划书的财务计划（250字）

商业计划书中的财务计划部分也是我觉得十分重要的内容之一。财务计划不仅可以帮助企业预估和管理资金需求，还能够显示出企业的盈利能力和可持续发展能力。通过阅读这本商业计划书，我了解到财务计划应该包括详细的预算、资金

来源和运营成本等方面的信息。此外，商业计划书还应该包括一系列财务指标和考核指标，以便投资者评估企业的财务状况。通过财务计划的分析，创业者可以更好地把握企业的发展方向，制定出更合理的经营策略，并更好地吸引投资者的注意。

## 第五段：总结与展望（250字）

通过阅读这本商业计划书，我深入认识到商业计划书对创业者的重要性。商业计划书不仅是创业者与投资者沟通的桥梁，更是创业者规划和指导未来发展的重要工具。通过编写商业计划书，创业者可以更好地理解自己的创意和商业模式，了解目标市场和竞争环境，并制定出更明确的发展战略。同样地，通过评估商业计划书，投资者可以更好地了解企业的潜力和可行性，并做出相应的投资决策。只有商业计划书具备完整且有效的结构与内容，创业者才能够更好地吸引投资者，并更好地实现自己的创业梦想。作为创业者，我将会充分利用商业计划书这个工具，不断完善自己的创业理念和发展计划，并争取将其付诸实践。

## 商业计划书项目篇四

商业计划书是一个完整的商业项目的蓝图，其中包括了商业目标、竞争分析、市场策略、财务预测等内容。在读完一份商业计划书后，我深感受益匪浅。通过阅读商业计划书，我不仅了解了如何规划一个商业项目，还获取了关于市场和商业运营的宝贵经验。以下是我对读商业计划书的心得体会。

### 第二段：对商业计划书的整体观感

商业计划书不仅仅是一份内容丰富的文件，更是一份充满创意和激情的展现。通过阅读商业计划书，我被作者的专业知识和对市场的洞察力所吸引。商业计划书中的关键信息通常都经过了深思熟虑和详细研究，这使我对这个商业项目的可

行性和成功潜力有了更加清晰的认识。同时，商业计划书中的逻辑清晰、条理分明，使我能够快速理解商业模型和市场策略，这对我未来创业的道路将起到积极的指导作用。

### 第三段：商业计划书对商业理念的启发

商业计划书中的创新理念和商业模式让我对商业的本质有了更深刻的理解。不论是关于产品定位、目标市场选择还是供应链管理，商业计划书中的每一个细节都展示了作者的商业智慧和理念。通过学习商业计划书，我也学到了需要持续创新和不断学习的重要性，只有不断适应市场的变化，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

### 第四段：商业计划书对战略思考的影响

商业计划书不仅仅是关于一个商业项目的具体规划，更是一份战略性的文件。商业计划书中对竞争对手的分析和市场趋势的预测需要具备战略思考的眼光。通过阅读商业计划书，我学会了如何识别市场机会、培养竞争优势和抵御风险。商业计划书中的市场调查以及对竞争对手的分析给了我市场定位和竞争策略的启发。在今后的创业经历中，我将借鉴商业计划书中的战略思考方法，提高商业项目的成功率。

### 第五段：对商业计划书的反思和建议

商业计划书是商业项目开展的基石，但在阅读过程中，我也发现了一些可以改进的方面。首先，商业计划书有时候会过于复杂且具有专业性，对于普通读者来说可能难以理解。建议作者在写作商业计划书时能够用通俗易懂的语言解释专业术语和概念，以便更多的读者能够受益。另外，由于商业计划书往往是创业者推销自己项目的工具，更多的市场调研和市场验证会是一个更好的补充。这将使商业计划书更加可信，并增加项目的可行性。

总结：

通过阅读商业计划书，我深刻了解了如何规划和管理一个商业项目。商业计划书对我未来的创业路径和商业思维发展起到了积极的引导作用。在今后的创业道路上，我将更加注重商业计划书的撰写和研究，以提高商业项目的成功率。同时，我也会将商业计划书中的创新理念和战略思考方法运用到实际操作中，不断追求商业上的突破和创新。

## 商业计划书项目篇五

姓名：陈明飞

班级：电气1201

学号：121704102

### 一、方案概要

本创业计划书是关于在大学附近开设一家自行车租赁行的方案。此自行车租赁行类似于出租车公司。其主要业务是对外出租自行车，目标市场是在校大学生，以租金为其主要利润来源。本出租行首先采取个体户的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。总体战略目标是：“立足本地，树立品牌，步步为营，扩大规模，走向全国”。

### 二、市场分析

#### 1、可行性分析

曾经一度兴起的大学城建设高潮造就了中国大学的集中化，规模化现状。许多大学占地面积相当可观，建一所大学动辄就是上千亩地，如果是大学城，几个大学加起来面积甚至超

过万亩。如此大的校园必然带来学生的交通问题，学生从宿舍到餐厅、图书馆、教室等校园的其它地方步行十多分钟都是很有可能的。如果在大学城中，即便是紧邻的两个校园，步行来回恐怕也要至少半个小时。又累又浪费时间，这种状况给学生带来了很大的不便。但是如果有辆自行车，那么大学生可以2分钟到教室，3分钟到图书馆，5分钟到旁边的学校找同学，10分钟到附近的超市，周六周日可以叫上几个哥们儿去郊游，也可载上女友去野餐……的确，一辆自行车能给大学生生活平添许多精彩。那么买辆自行车（二手的或全新的）也许是个不错的选择，但是大学生都知道，在大学里丢自行车是司空见惯的事。大部分学校都不设看车的，有的甚至连车棚都没有，宿舍又禁止放自行车，大学生只能眼睁睁的看着自己的爱车在露天的停车处风吹日晒了。需要自行车，而有了车却又有诸多麻烦，这样的两难该怎样解决？经过分析我们发现，事实上，大学生的真正需要不是自行车而是自行车带来的方便，自由，洒脱，张扬，浪漫……那么自行车出租服务无疑会解决这个问题，只要一两元钱就能尽情的放飞心情，自由的释放生命，而且又没有自行车存放保管的问题。大学生有需求，自行车租赁行又能满足这种需求，这就是自行车租赁行产生的条件。同时，中国有一千多所高校，上千万在校大学生，其潜在市场规模是相当可观的，即便是只能占领三分之一的市场，也能取得可观的回报。这是自行车租赁行的市场条件。所以从理论上讲，开设自行车租赁行的基本条件已经具备。

注：以上只是从主观出发分析出的结论，但事实上，大学生是否真有这种需求，如果有，有多强烈仍需做深入细致的前期市场调查研究。但由于时间原因此项工作暂未实施。

## 2、产品分析

出租自行车是一种服务型的产品，目前市场上几乎不存在这种服务，尤其是品牌化，专业化，规模化的根本没有。



### 3、竞争分析

具备竞争力，且又远离校园，市场竞争更无从谈起，所以面向大学生出租自行车仍是一个空白市场。

### 4、宏观环境分析

目前大学城建设已成规模，社会对教育的重视程度在加大，政府对教育的支持力度也在加大，许多大学都在扩建。随着中国高等教育的发展，在校大学生的人数在逐年加大。自行车是在校大学生的主要交通工具。宏观环境有利于自行车租赁行的开设。

## 三、swot分析

### 1、机会与威胁

面向大学生出租自行车的业务尚无企业涉及，仍是一个空白市场，这是最大最有利的机会；但另一方面，由于开设自行车租赁行的成本小，硬件要求低，进入市场难度小，如果营利状况良好，就很容易被效仿，而且此租赁行是小规模的个人创业，受资金条件的制约，短时间内不能占领所有市场，所以很可能被后期的跟随者或效仿者吞食大部分市场，这是最大最严重的威胁。

### 1、优势与劣势

由于创业者本身是大学生，所以接近大学，清楚的了解大学生的需求心理，容易找到大学生的心理诉求点。这是最重要的优势；另一方面，大学生创业社会经验不足，创业资金短缺，发展速度慢，市场很容易被抢占，这是最大的劣势。

### 3、对策分析

考虑到容易被模仿的威胁，因此在条件成熟后应抓住时机尽可能快的扩大规模占领市场，在初期应采取快速渗透的市场营销策略。另外，要塑造品牌，走品牌化道路，虽然产品容易被复制但品牌却不能复制，品牌中包含的精神理念更不能被复制。

#### 四、目标战略

一年内建立在本大学的地位，两年后在本地大学城开设分店，五年后在本地所有条件具备的高校开设分店。再巩固一年时间时间后注册公司，随后实行连锁经营。

#### 五、市场营销策略

目标市场：在校大学生

价格：采取渗透定价策略，以低价吸引顾客，迅速占领市场。

产品定位：大众型，经济型，便捷型的服务

配销渠道：专营连锁店

提出一个口号：自由自在设计一个标志：（有待制作）

塑造一个品牌：随心

前，我们有许多彼此才知道的典故和笑话。我们一起飞，自由地飞，我们追求一种自由自在的生活。

### 商业计划书项目篇六

对初创的`风险企业来说，商业计划书的作用尤为重要，一个酝酿中的项目，往往很模糊，通过制订商业计划书，把正反理由都书写下来。见后再逐条推敲。风险企业家这样就能对

这一项目有更清晰的认识。可以这样说，商业计划书首先是把计划中要创立的企业推销给了风险企业家自己。

其次，商业计划书还能帮助把计划中的风险企业推销给风险投资家，公司商业计划书的主要目的之一就是为了筹集资金。因此，商业计划书必须要说明：

1. 创办企业的目的？为什么要冒风险，花精力、时间、资源、资金去创办风险企业？
2. 创办企业所需的资金？为什么要这么多的钱？为什么投资人值得为此注入资金？

那些既不能给投资者以充分的信息也不能使投资者激动起来的商业

计划书，其最终结果只能是被扔进垃圾箱里。为了确保商业计划书能“击中目标”，风险企业家应做到以下几点：

### 1. 关注产品

在商业计划书中，应提供所有与企业的产品或服务有关的细节，包括企业所实施的所有调查。这些问题包括：产品正处于什么样的发展阶段？它的独特性怎样？企业分销产品的方法是什么？谁会使用企业的产品，为什么？产品的生产成本是多少，售价是多少？企业发展新的现代化产品的计划是什么？把出资者拉到企业的产品或服务中来，这样出资者就会和风险企业家一样对产品有兴趣。在商业计划书中，企业家应尽量用简单的词语来描述每件事？商品及其属性的定义对企业家来说是非常明确的，但其他人却不一定清楚它们的含义。制订商业计划书的目的不仅是要出资者相信企业的产品会在世界上产生革命性的影响，同时也要使他们相信企业有证明它的论据。商业计划书对产品的阐述，要让出资者感到：“噢，这种产品是多么美妙、多么令人鼓舞啊！”

## 2. 敢于竞争

在商业计划书中，风险企业家应细致分析竞争对手的情况。竞争对手都是谁？他们的产品是如何工作的？竞争对手的产品与本企业的产品相比，有哪些相同点和不同点？竞争对手所采用的营销策略是什么？要明确每个竞争者的销售额，毛利润、收入以及市场份额，然后再讨论本企业相对于每个竞争者所具有的竞争优势，要向投资者展示，顾客偏爱本企业的原因是：本企业的产品质量好，送货迅速，定位适中，价格合适等等，商业计划书要使它的读者相信，本企业不仅是行业中的有力竞争者，而且将来还会是确定行业标准的领先者。在商业计划书中，企业家还应阐明竞争者给本企业带来的风险以及本企业所采取的对策。

## 3. 了解市场

商业计划书要给投资者提供企业对目标市场的深入分析和理解。要细致分析经济、地理、职业以及心理等因素对消费者选择购买本企业产品这一行为的影响，以及各个因素所起的作用。商业计划书中还应包括一个主要的营销计划，计划中应列出本企业打算开展广告、促销以及公共关系活动的地区，明确每一项活动的预算和收益。商业计划书中还应简述一下企业的销售战略：企业是使用外面的销售代表还是使用内部职员？企业是使用转卖商、分销商还是特许商？企业将提供何种类型的销售培训？此外，商业计划书还应特别关注一下销售中的细节问题。

## 4. 表明行动的方针

企业的行动计划应该是无解可击的。商业计划书中应该明确下列问题：企业如何把产品推向市场？如何设计生产线，如何组装产品？企业生产需要哪些原料？企业拥有那些生产资源，还需要什么生产资源？生产和设备的成本是多少？企业是买设备还是租设备？解释与产品组装，储存以及发送有关

的固定成本和变动成本的情况。

## 5. 展示你的管理队伍

把一个思想转化为一个成功的风险企业，其关键的因素就是要有一支强有力的管理队伍。这支队伍的成员必须有较高的专业技术知识、管理才能和多年工作经验，要给投资者这样一种感觉：“看，这支队伍里都有谁！如果这个公司是一支足球队的话，他们就会一直杀入世界杯决赛！”管理者的职能就是计划，组织，控制和指导公司实现目标的行动。在商业计划书中，应首先描述一下整个管理队伍及其职责，然而再分别介绍每位管理人员的特殊才能、特点和造诣，细致描述每个管理者将对公司所做的贡献。商业计划书中还应明确管理目标以及组织机构图。

## 6. 出色的计划摘要

商业计划书中的计划摘要也十分重要。它必须能让读者有兴趣并渴望得到更多的信息，它将给读者留下长久的印象。计划摘要将是风险企业家所写的最后一部分内容，但却是出资者首先要看的内容，它将从计划中摘录出与筹集资金最相干的细节：包括对公司内部的基本情况，公司的能力以及局限性，公司的竞争对手，营销和财务战略，公司的管理队伍等情况的简明而生动的概括。如果公司是一本书，它就象是这本书的封面，做得好就可以把投资者吸引住。它会风险投资家有这样的印象：“这个公司将会成为行业中的巨人，我已等不及要去读计划的其余部分了。”

### 1. 计划摘要

计划摘要列在商业计划书的最前面，它是浓缩了的商业计划书的精华。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。

计划摘要一般要有包括以下内容：公司介绍、主要产品和业务范围、市场概貌、营销策略、销售计划、生产管理计划、管理者及其组织、财务计划、资金需求状况等。

在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的商业计划书。最后，还要介绍一下风险企业家自己的背景、经历、经验和特长等。企业家的素质对企业的业绩往往起关键性的作用。在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

- (1) 企业所处的行业，企业经营的性质和范围；
- (2) 企业主要产品的内容；
- (3) 企业的市场在那里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求；
- (4) 企业的合伙人、投资人是谁；
- (5) 企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

20页纸以上。

## 2. 产品（服务）介绍

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，风险企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品（服务）能否帮助顾客节约开支，增加收入。因此，产品介绍是商业计划书中必

不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性、主要产品介绍、产品的市场竞争力、产品的研究和开发过程、发展新产品的计划和成本分析、产品的市场前景预测、产品的品牌和专利。

在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。一般地，产品介绍必须要回答以下问题：

（1）顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处？

（2）企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品？

（5）企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。

产品（服务）介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”，都要努力去兑现。要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。空口许诺，只能得意于一时。如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

### 3. 人员及组织结构

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。在商业计划书书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分商业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权、比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

#### 4. 市场预测

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求？需求程度是否可以给企业带来所期望的利益？新的市场规模有多大？需求发展的未来趋向及其状态如何？影响需求都有哪些因素。其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况？企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些？是否存在有利于本企业产品的市场空档？本企业预计的市场占有率是多少？本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响？等等。

在商业计划书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述；竞争厂商概览；目标顾客和目标市场；本企业产品的市场地位；市场区域和特征等等。

风险企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。风险企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。因此，风险企业应尽量扩大收集信息的范围，



重视对环境的预测和采用科学的预测手段和方法。风险企业家应牢记的是，市场预测不是凭空想象出来，对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

## 5. 营销策略

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

- (1) 消费者的特点；
- (2) 产品的特性；
- (3) 企业自身的状况；
- (4) 市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在商业计划书中，营销策略应包括以下内容：

- (1) 市场机构和营销渠道的选择；
- (2) 营销队伍和管理；
- (3) 促销计划和广告策略；
- (4) 价格决策。

对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

## 6. 制造计划

商业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状；新产品投产计划；技术提升和设备更新的要求；质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，风险企业家应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何；怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性；设备的引进和安装情况，谁是供应商；生产线的设计与产品组装是怎样的；供货者的前置期和资源的需求量；生产周期标准的制定以及生产作业计划的编制；物料需求计划及其保证措施；质量控制的方法是怎样的；相关的其他问题。

## 7. 财务规划

财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制；损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果；资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

财务规划一般要包括以下内容：

(1) 商业计划书的条件假设；

(2) 预计的资产负债表；预计的损益表；现金收支分析；资金的来源和使用。

商业计划书的支持和说明。因此，一份好的财务规划对评估风险企业所需的资金数量，提高风险企业取得资金的可能性是十分关键的。如果财务规划准备的不好，会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象，降低风险企业的评估价值，同时也会增加企业的经营风险，那么如何制订好财务规划呢？这首先要取决于风险企业的远景规划？是为一个新市场创造一个新产品，还是进入一个财务信息较多的已有市场。

着眼于一项新技术或创新产品的创业企业不可能参考现有市场的数据、价格和营销方式。因此，它要自己预测所进入市场的成长速度和可能获得纯利，并把它的设想、管理队伍和财务模型推销给投资者。而准备进入一个已有市场的风险企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。风险企业可以在获得目标市场的信息的基础上，对企业头一年的销售规模进行规划。

企业的财务规划应保证和商业计划书的假设相一致。事实上，财务规划和企业的生产计划、人力资源计划、营销计划等都是密不可分的。要完成财务规划，必须要明确下列问题：

- (1) 产品在每一个期间的发出量有多大？
- (2) 什么时候开始产品线扩张？
- (3) 每件产品的生产费用是多少？
- (4) 每件产品的定价是多少？
- (5) 使用什么分销渠道，所预期的成本和利润是多少？
- (6) 需要雇佣那几种类型的人？
- (7) 雇佣何时开始，工资预算是多少？等等。