附件3

商业计划书模板

## 商业计划书一般有以下10个章节与1个附录：

##  1、执行总结；2、项目背景；3、产品技术或服务；4、市场分析；5、营销策略；6、公司管理（公司战略、管理团队、人力资源、生产组织、采购供应等）；7、投资分析；8、财务分析；9、风险分析；10、风险资本的退出；11、附录。

## 目录

## 第一章 执行总结

## 执行总结（概要）应该是整个创业计划书的浓缩和精华，含盖计划书的要点，描叙要简洁、清晰、客观、逻辑性强，使人一目了然在最短时间对你是做什么的？应该就：公司性质、产品技术、应用领域，产品与市场定位、核心竞争优势，公司成长性，预计投资收益，公司愿景与战略进行归纳阐述。控制好执行总结的文字数量（一般不超过3页纸）。核心内容要一句话能说清楚，能让人记住并想看后面章节。可以根据你项目的特点进行补充与删减。

**第二章 项目背景（或产业或行业分析）**

主要描述项目的提出原因：你准备进入的是一个什么样行业?评价所选行业的基本特点特征，描述该行业的现状及存在的问题、行业竞争状况，该行业的发展方向，我国发展该行业的政策导向。

亦可包括：1.[市场结构](http://baike.baidu.com/view/351299.htm)分析；2.行业的性质分析；3.行业的寿命周期分析；4.行业稳定性分析以及其他有关因素分析。注意一定要结合产品技术（服务），目标市场、竞争对手以及竞争优势。

 **第三章 产品技术与服务**

主要对产品技术（或服务）做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使非专业人员（投资者、其它行业的管理人等）也能看得明白听得明白。

1、产品技术类项目

（1）产品技术的概念、性能、特性及应用领域，产品定位清晰；

（2）产品的核心技术及由来，技术的成熟度（处于研发阶段（样品、小试、中试）、工业化还是商业化阶段）；

（3）产品技术的先进性（在国内或国际处于先进、领先水平，创新性、唯一性、填补空白……）；

（4）产品技术的市场核心竞争力、竞争优势明显，在产业链上所处位置等；

（5）产品技术的的市场前景；

（6）产品技术的知识产权要清晰等。

2、文化创意与服务咨询类项目

（1）对公司的服务性质、对象、特点、领域进行介绍；

（2）提供的服务满足了客户的什么需求？为被服务者创造了什么价值?

（3）你的服务具有什么独特性、创新性？市场竞争力与核心竞争优势？服务目标的市场前景。

（4）如涉及知识产权的如商标权、软件著作权等要清晰。

 **第四章 市场分析**

1、产品技术类项目

应用领域，市场定位与产品定位，市场分析，一定要聚焦到你的目标细分（再细分）市场与目标客户群，定位要准确清晰。即需要界定[目标细分市场](http://baike.so.com/doc/1317811.html)在哪里，市场的切入点在哪里？市场进入门槛，市场特征分析、目标市场的规模（容量）、市场占有率、增长率；目标细分市场的主要竞争对手分析以及竞争优势比较（定性与定量）。

2、文化创意与服务咨询类项目

除了以上内容，还需对：（1）公司运营的商业模式，盈利模式进行描述，要有创新性、独特性、竞争性与可行性。（2）服务模式的定位，细分目标服务市场与目标服务客户的定位要准确清晰。

 简单介绍：商业模式（盈利模式）通常情况下，我们将商业模式与盈利模式都可以看着为就是你的产品与服务是如何赚钱的，但还是有区别的：一是项服务或一门生意是如何产生收入和利润（盈利模式）；二是如何将你的日常运营和长期策略具体化的（商业模式）。

**第五章 营销策略**

不同的产品技术（服务）针对不同的市场不同的客户会有不同的营销策略与方式。根据对细分目标市场、客户群特征与竞争对手等分析，在目标确定之后，制定有针对性的营销策略。

营销策略随着互联网的诞生与超速发展，营销策略与营销创意亦日新月异层出不穷。你的细分目标市场与细分客户群分析的越到位，市场切入点越清晰明朗，（即做细、做小、做实），你的营销策略就会越有针对性。

简单介绍：1、传统营销策略：4P营销组合策略，产品策略（产品的组合策略, 主要包括产品的实体、服务、品牌、包装。它是指企业提供给目标市场的货物、服务的集合, 包括产品的效用、质量、外观、式样、品牌、包装和规格, 还包括服务和保证等因素，新产品开发策略）。价格策略（定价的组合, 主要包括基本价格、折扣价格、付款时间、付款方式、借贷条件等。它是指企业出售产品所追求的经济回报。），渠道策略（地点通常称为分销的组合, 它主要包括分销渠道、储存设施、运输设施、存货控制, 它代表企业为使其产品进入和达到目标市场所组织, 实施的各种活动, 包括途径、环节、场所、仓储和运输等。），促销策略（主要指企业利用各种信息载体与目标市场进行沟通的传播活动, 包括广告宣传、人员推销、营业推广、公共关系、事件营销等等。2、新营销模式：微博（微信）营销。例如“品牌及产品曝光”“微柜台，电子商务及售后管理”“植入式营销”等十大微博营销模式等。

**第六章 投资（融资）分析与财务分析（预测未来3-5年）**

1、投资分析

（1）注册资本、股权结构与规模（股东出资与比例）；投资总额,资金来源与运用。

（2）投资假设；经营收入与成本预测，投资收益（回报）分析：项目敏感性分析，盈亏平衡分析，投资报酬率分析，投资回收周期分析，投资回报政策等。投资效益的动态分析：净现值法，内部报酬率法。

1. 财务分析

（1）主要财务假设及说明，主要财务报表:成本费用表、资产负债表、损益表及利润分配表、现金流量表。

（2）财务指标分析:预计营业收入（销售收入）及趋势分析、预计营业额（销售额）分析，杜邦财务分析体系、财务比率分析、分析结论。

也可根据需要选择国家《企业财务通则》中为企业规定的三种财务指标里的部分指标来分析：

①偿债（短期）能力指标：包括[资产负债率](http://baike.baidu.com/view/134674.htm)、流动比率、[速动比率](http://baike.baidu.com/view/160843.htm)，[现金流量比率](http://baike.baidu.com/view/437061.htm)；

②营运能力指标：包括[应收账款周转率](http://baike.baidu.com/view/457276.htm)、[存货周转率](http://baike.baidu.com/view/742750.htm)；流动资产周转率，固定资产周转率，总资产周转率；

③盈利能力指标：包括[资本金利润率](http://baike.baidu.com/view/634433.htm)、销售[利税率](http://baike.baidu.com/view/2364748.htm)（营业收入利税率）、[成本费用利润率](http://baike.baidu.com/view/191158.htm)；资产报酬率，净资产报酬率，销售净利率，[主营业务利润](http://baike.baidu.com/view/1517264.htm)率。

④发展能力指标：营业增长率，[资本积累率](http://baike.baidu.com/view/1775539.htm)，[总资产增长率](http://baike.baidu.com/view/1315937.htm)，[固定资产成新率](http://baike.baidu.com/view/2382719.htm)。

3、分析结论

**第七章 公司管理**

1、公司使命（宗旨、愿景）；2、公司总体战略，战略规划或战略目标以及战略实施，公司核心竞争力的描述；3、创业团队：专业知识、经历经验等优势互补型，分工合理、职责明确；4、公司管理（根据公司战略、目标市场与营销计划）主要描述公司选址、组织架构、厂房设备安排、工艺流程与质量管理、生产计划（产能扩张）、人力资源、酬薪与激励、采供与物流、企业文化等。

**第八章 风险分析与控制**

进入目标市场将面临的最主要风险与防范措施的描述。例如“市场风险、技术风险、管理风险、财务风险、政策风险、进出口汇兑的风险”等。

**第九章 风险资本的退出（如注册资金里没有风险资本就无需描述）**

主要是退出的时间与方式

**附件：（附件一般按功能分类）**

附件部分：就是为创业计划书提供必备的补充资料，不必把所有东西都放入附录，只放那些能真正增加正文说服力的资料。例如：（1）专利证书；（2）技术鉴定；（3）结题（项）报告；（4）查新报告；（5）市场实际调查结果；（6）荣誉证明；（7）已创业企业还需要工商注册、税务登记等相关材料；（8）表目录、图目录等。

**注：模板仅供参考，请根据作品实际情况进行调整与增删。**

公司运营报告

**（已创业）**

## 1.  概述

## 1.1公司简介

## 1.2 公司名称、成立时间、法人代表、注册地址、注册资本、股权结构

## 1.3公司产品技术（产品介绍、核心技术、是否自主知识产权？应用领域

## 1.4公司组织与团队

## 1.5公司主要业绩与核心竞争优势

## 1.6公司成长性与公司愿景

## 2. 创业背景

## 2.1主要描述创业初期项目的提出原因：进入什么样的行业?所选行业的基本特征、行业现状及存在的问题、竞争状况以及未来的发展等。

## 2.2国内发展现状、发展方向、我国发展该行业的原因（行业政策等）

## 2.3[行业结构](http://baike.baidu.com/view/351299.htm%22%20%5Ct%20%22_blank)分析；行业的性质分析；行业的寿命周期分析；行业稳定性分析；其他有关因素分析

## 3.产品与服务

## 3.1产品技术的由来、性质、特点、核心技术，知识产权（涉及知识产权的如专利、软件著作权、商标权等要清晰）、产品应用领域，产品定位清晰。

## 3.2产品技术的成熟度（处于研发阶段（样品、小试、中试）、工业化还是商业化阶段）；（3）先进性（在国内或国际处于先进、领先水平，创新性、唯一性、填补空白……）；（4）产品技术的市场竞争力、比较优势明显，在产业链上所处位置，产品的市场前景；

## 3.3目标市场定位（即公司对目标消费者或目标[消费者市场](http://baike.baidu.com/view/178015.htm%22%20%5Ct%20%22_blank)的选择）；产品与服务定位，用什么样的产品服务来满足消费市场或消费者的需求。（产品与服务定位选择就是如何在消费者心智中实现差异化体验）

## 3.4产品技术具有什么独特性、创新性？满足了客户的什么需求？为客户提供了什么价值?产品技术的竞争比较优势?

## 4.经营与业绩

## 4.1市场分析

## 4.1.1产品技术的应用领域，目标细分市场与细分客户群定位。即需要界定[目标细分市场](http://baike.so.com/doc/1317811.html%22%20%5Ct%20%22_blank)在哪里，市场的切入点在哪里？细分客户群在哪里，集中度？

## 4.1.2市场进入门槛（行业准入条件），市场特征分析、目标市场规模（容量）、目标市场占有率、增长率；主要竞争对手分析以及竞争优势比较（定性与定量）。

## 4.2营销策略

## 4.2.1价格策略

## 4.2.2渠道策略

## 4.2.3推广策略

## 4.2.4品牌策略

## 4.2.5其他策略

## 5.公司财务

## 5.1客户流量，目标市场份额

## 5.2营业收入与上缴税收

## 5.3现金流量

## 5.4毛利润与净利润

## 5.5总资产、净资产

## 5.6社会效益

## 6.公司管理

## 6.1组织架构与管理团队

## 6.2人力资源与酬薪激励

## 6.3工艺技术与质量管理

## 6.4采购供应与物流仓储

## 6.5厂房办公与设备仪器

## 6.6公司文化

## 7.公司愿景与发展规划

## 7.1公司愿景

## 7.2发展规划

## 7.2.1市场机会与有效需求

## 7.2.2市场环境与竞争对手

## 7.2.3战略合作与竞争优势

## 7.2.4研发方向与拓展策略

## 7.2.5战略规划与战略实施（初期第1-3年、中期第3-6年、长期第7-10年）重点描述初期1-3年的，内容可以参考1-6）

## 7.2.6公司成长性与可持续性发展分析与可行性描述

## 7.2.7投资分析与财务分析（增资扩股方案、资金来源与运用、预计投资分析与分析结论；预计3-5年的财务报表、财务分析、分析结论……）

## 8.风险分析与规避措施

## 8.1\*\*\*风险与规避措施

## 8.2\*\*\*风险与规避措施

## 8.3\*\*\*风险与规避措施

## 9.风险资本的退出

## 风险资本退出的时间与方式

## 10.法律保护

## 11.附件

## 注：模板仅供参考，请根据作品实际情况进行调整与增删。