# 商业计划书(一)

来源：网络 作者：浅唱梦痕 更新时间：2025-04-17

*第一篇：商业计划书(一)ⅰ.标题页把你的产品的一幅颜色图像放在首页。但需留出足够的版面排列以下内容：a.公司名称b.注册年月c.公司性质d.公司地址e.融资负责人姓名f.职务g.电话h.传真i.e-mailj.公司主页k.报告机密性密级l...*

**第一篇：商业计划书(一)**

ⅰ.标题页

把你的产品的一幅颜色图像放在首页。但需留出足够的版面排列以下内容：

a.公司名称

b.注册年月

c.公司性质

d.公司地址

e.融资负责人姓名

f.职务

g.电话

h.传真

i.e-mail

j.公司主页

k.报告机密性密级

l.创业计划书编号

公司名称： 签字： 日期：

ⅱ.目录

初步商业计划书后，注意确认目录页码同内容的一致性

ⅲ.执行摘要

a.计划书的目的a.为有意的vc提供信息

b.为本计划未来的经营活动提供基本数据和原则

b.公司概述

a.成立日期

b.从事行业, 例如婴儿产品制造商, 铅笔的分销商, 医药服务的供应商

c.公司的合法成立的形式，例如：有限责任公司、股份有限公司、合伙制

d.出资所有权构成e.我们的主要办公地点

c.业务

a.描述产品或提供的服务，公司处于期、刚。

b.在近期, 我们公司完成了的销售额，并且显示出 考虑到资金问题，我们期望完成 的销售额，在完成的税前利润。在完成税前利润。

c.如果资金充足我们将

feisuxs范文网[CHAZIDIAN.COM]

d.产品与服务

a.陈述你的产品或服务以便让别人能够看懂。生产下列产品

b.当前我们的处于期。我们计划扩大我们的生产线用于完善我们的 包括。

c.我们产品的生产或配送等方面的关键特征有。

d.我们的的独特性是因为。

e.我们的市场定位优势是因为我们的。

e.管理团队

我们的团队由下列成员组成 男性和女性，他们有年的合作经验；有销售年的经验

有年的产品开发经验，并且有在的经验。

f.营销概述

g.竞争环境

a.分析与我们直接竞争的，或我们没有直接的竞争对手，但在市场上有我们的替代品或相关产品。

b.我们产品独特性是因为如果我们能，或我们有竞争优势因为我们的。

h.资金需求

a.我们寻求作为追加投资，用于 它将使我们能。

b.年内我们将利用剩余的利润分红或者再次融资，或者公司的出售，或者上市融资退出。

i. 风险与机会

a.我们经营的最大的风险是

b.我们感到我们能克服这些风险因为如果我们能

c.我们面前的商业机会对我们非常有意义；如果我们能做到我们就有机会将。

ⅳ.公司概述

a.远景目标

a.我们的目标是成为

b.我们渴望在市场中保持良好信誉，并且为市场提供。我们能实现这些是因为采用了

c.为了实现我们的目标，我们应该感谢那些关注我们发展的人士，客户，和公众以下这些人为我们的成功提供了帮助

b.远景

c.公司成立于并且。

d.符合法律规定公司全称。公司的合法形式例如：有限责任公司、股份有限公司、合伙制、个人独资、我们主要负责人的办公地点。给出办公地点距离厂房和仓库的距离。

e.按月统计我们近来的生产量，如果我们希望月产量达到就需要更大的〔厂房、研发队伍、…〕。在得到资金帮助后，我们估计现有的设备能够满足今后的需求。

f.如果公司从事营业执照就会被马上吊销，同时从事政府授权以外的活动也是不允许的。

g.公司符合一切运营规定，拥有最新的检查纪录。这些记录包括。这些机构负责管理我们业务的那些方面，我们必须确保我们员工的责任心。

h.公司的战略合作伙伴：如何保持与战略伙伴的关系很吸引投资者的注意，解释你是如何和他们一起工作并提高你的工作成绩。在即将建立的更大规模的合作过程中，你的公司可以为合作伙伴提供重要并且是有利可图的自身发展。描述关于你的每一个合作伙伴在市场中位置的细节，并且说明你们之间的合作最大的隐患是什麽？举例来说，我们与建立了市场协议，与橡皮擦领域的市场领导者建立了联盟，有利于我们销售学生用铅笔。供需方共同分割零售业同样可以占领市场，这可以帮助我们快速的切入市场。合作关系的风险在于合作者可能选择自己销售将我们排处在外。

i. 另一种对公司有利的战略关系是同共同建立合资企业。我们从不投资于研究的初始阶段，我们可以把研发时间一分为二，我们充分利用那些没有被充分利用的人力和设备，这可以有效避免支出，我们愿意为此支付一笔提成费，以感谢我们的发展伙伴为我们的最终成功所做出的贡献。

j.我们与供应商有着紧密的联系，批量采购时价格降至市场价的80%，并且他们同意 6个月内不把产品大批量投放市场，或者是给我们一个特惠的价格

k.我们还有一些oem战略合作伙伴，假如我们是生产滑冰轮的，那麽生产长靴的几乎是靠我们才买出他们的滑冰鞋附件。这些关系保证了我们有一个巨大且稳定的市场，这些环节使我们占据市场，尽管他对我们来说市场份额很小，并且没有商标。

ⅴ.行业分析

a.我们将进入何种行业

b.行业

a.历史

b.现状

b.客户分析

c.竞争分析

a.海外

b.本地

d.原材料的供应

e.新入者的威胁

a.海外

b.本地

f.替代产品

g.结论

a.进入时机

b.成功因素

ⅵ.产品与风险

a.产品介绍

a.研发历史

b.技术规格

c.实践证明

b.产量目标

a.规模经济

b.公司的使命和销售预测

c.运作流程和功能设置

d 运作方式

a.理由

b.可行性

e.选址

a.原则

b.比较

f.劳动力需求

g.研发

h.物流管理

c.原材料及设备的供应和采购

d.运输

e.其它

h.质量控制

i.产量计划

ⅶ.竞争分析

a.描述你在产品、管理、价格、厂址、财务计划上的核心竞争力是什麽。错误和不明确的信息都会被认为是对投资者的不诚实和忽视。不要让你或vc在你的竞争优势上感到迷惑。通过电话黄页书、当地图书馆里的行业目录，在线的数据库，了解其它公司的竞争力。看一下行业的有关杂志，寻找刊登行业广告者。

b.我们没有直接的竞争对手，但我们有生产我们产品替代品的竞争对手。或者我们产品的竞争对手有，给出你的每一个竞争对手的详细分析，要很详细。，我们为什麽具有领先的竞争优势

ⅷ.市场和销售战略分析

a.市场分析

对于大多数的创业计划书来说，这部分至关重要同时也最难准备

a.定义目标市场

我们希望可以在行业中明确的市场环节中展开竞争，参考相关的地理条件，在以前这个市场在已经接近。未来市场的发展趋势会是关注产品的环保性，价值性，高质量，小型化等因素。市场研究的数据报告(提供数据来源)显示市场将会于出现至。我们希望在这一段时期业务。对业务变化产生影响的主要因素是，行业成长的最大规模将是.。鉴别一下你的信息来源，以及它是否是及时更新的。

b.市场环节

我们定义我们的市场环节，这个市场环节在过去的几年里是。行业专家，预言在未来的几年中。简要的列举市场的主要环节,你想要争取到的客户的类型。在市场环节中产品依据,它的零售价格一般在这个范围。这一市场环节中的产品销售的配送是通过。我们的典型客户目前正在使用我们产品的替代品，什麽原因促使他们想要购买我们的产品。我们如何知道这些主要的。我们感觉顾客关注我们的产品。尽管我们的产品存在等问题，我们正努力明确我们的产品在市场上的定位，以克服我们的弱点.b.市场营销

a.我们的营销计划是根据以下条件制定的。我们希望成功渗透到市场的部分，因为我们将作为我们产品的主要销售渠道。我们预计会取得的市场份额。

b.我们将把我们的产品定位为，这些将是我的竞争对手当前所不能企及得。我们根据不同类型的顾客比如对产品的不同需求适当的调整产品。

c.我们的价格是依据成本、毛利润、还是市场。我们达到这个价格是根据。我们每月，每季，每年都观察我们的价格，以保证不丧失市场上的潜在价值。客户愿意为我们的产品支付多少钱？为什麽？

d.我们产品的分销渠道有。这些都将决定我们是否将产品送达最终用户的手中。市场上的竞争采用这些途径，但我们的优势在于

e.列举你的主要顾客，用一两句话描述他们。详情可见附录，展示我们是如何将产品延伸到消费者手中。

f.，你的目标是在市场上介绍、促进、支持你的产品，尽管合适的广告设计、商业的促销活动需要花费资金。公司已有了全面的广告策划和促销战略。当资金达到位后，就会实施。我们希望在全国范围内的商务杂志上登广告。我们策划我们自己的广告，并把它作为我们原料提供商和合作伙伴的整体战略广告之一。我们的公关计划是保持与商务期刊记者和编辑之间的良好关系，并且提供报到素材以提高我们在市场上的信誉，和让客户了解我们。

g.我们通过多种渠道促销我们的产品或其他的方式，我们的目标是扩大我们的客户群，提升我们产品的品牌知名度，加强我们与公众之间的联系。公司参与了那些商业展览，列举主要的几个：主办者，参加的厂商，参展的位置以及展位的标准，这些有利于我们推介新产品。或者我们参加了几个展览，我们只对那些对我们的产品感兴趣的购买者展示产品。展览对于我们散发公司的介绍给目标顾客是否有利，展会的地点是否合理，时间是否合理，它是否是一个我们必须去的展会

ⅸ.风险与机遇

a.创业风险

a.这一点对于整个计划书来说也是至关重要的，vc对于你的企业所面临的挑战和应对的措施都很感兴趣。把你在企业发展过程中遇到的问题和应对的策略记录下来。

b.我们成长过程中所遇到的主要问题有。我们将展开广泛的学习，或者和一个了解市场的更大的公司合作。我们将会集中尽力与，用于解决在市场、产品、管理等方面的问题。

b.如果我们能够战胜风险，我们就将在某一市场领域占据优势，成为行业的主要力量。我们的品牌将被客户和vc所认识，我们能够实现这个目标在年特别是我们的领先产品将有机会在某些领域影响人们的生活状态、改变生产，提高性能。我们因此也可以进军我们以前未涉足的领域

ⅹ.管理团队与所有权

a.管理

a.公司类型

b.结构

c.管理者职责和简历

d.员工

不仅要说明你的管理者，更要阐明他们是怎样作为一个团队共同工作的。我们的团队有以下一些人员构成。男性、女性，他们已经有了年的共同工作经验，在市场有了年的经验，在场品研发有了年的经验，其他一些人在领域有了年的历史。坦率的讲，如果你有更多的人从事管理，将会很好。总裁/财务副总/市场副总/运营副总/销售副总/研发副总/法律顾问说明他们是谁，多大，他们的公司股票所有权是多少。

b.所有权结构

姓名 股票 所占比重

c.专业机构

财务公司/法律顾问/其他咨询机构

d.其它指导

我们还有一些其它的帮助，用于协助我们进行决策，把握商机。列举这些人或机构的帮助，他们有什麽样的经历，可以为公司的订单作出什麽贡献。他们在什麽地方，以及为什麽会为我们的战略带来益处。

ⅺ.资金需求

a.需求量

a.金额

b.时间

c.资金类型

d.资金来源

b.其他资金需求

c.资本金的使用

我们寻求作为追加投资 它将是我们能。

最初的投资将会被用于列表如下

完善发展

购买设备

市场及新生产线

运营资金

年我们将利用剩余的利润分红或者再次融资，或者公司的出售，或上市融资退出。这些为什麽会实现。

ⅻ.财务计划

a.损益预估表

b.现金流预测

b.资产负债预估表

c.盈亏平衡分析

d.资金的来源和应用

我们建议前两年以月为单位统计，如果有年的单位尽量将它变为多少天。在新产品或改进的产品推出后，销售预计会增长。在以下的计划中我们简要的介绍一下我们的产品。我们希望在推介的每个月销售额的增长率在个月之内，会达到

我们将会在市场上购买更高效的原料或者利用新的设备减少生产环节，降低损耗。这样就可以减低我们的消耗比例。

毛利润将保持不变。出售和管理的费用将提高，但所占成本的比例会减小，因为我们会拥有更高的市场回报。

早期的销售中所占的比例较大的研发将随着百分比的变化而减少。投资于我们将会得到更大的价值。

你组织这些数据的依据，以及你面临这些数据时的冷静态度，对于投资者来说非常重要。讨论一下市场大小，市场的容量，把握市场的时机，以及你的竞争压力对于这些数据的影响。

谈一下，其中一些数据从某段时间到某段时间变化的重要意义，包括你的业绩之所以会上升的原理，和企业扩张的原因。

对一些项目作出标注，比如现金/支付能力/增长的债务

这比收支平衡表还重要，在最终的日子里你将会有多少钱的盈余是投资者很关心的问题。

我们估计我们每个月所消耗的资金达到时，我们的供给就将满足我们的需求区间，这时，我们估计我们的需求量将会增加。我们估计我们可以在时间内聚集资金，因为我们拥有等

我们预估我们的第一笔投资将用于年月，收支平衡于年月。我们将于年月盈利，赢利点时的价格是多少。

附录

a.信件 e.供应商的报价单

b.市场研究数据

c.协议或合同

附1：行业分析中的关键问题

1.在过去的5年中该行业的销售总额？

2.该行业预计的增长率？

3.在过去的3年中，该行业有多少新加入的公司？

4.最接近的竞争者是谁？

5.该行业最近有什麽新产品？

6.你的企业如何经营才能超过该竞争者？

7.你的每个重要竞争者的销售额是在增长，减少还是持平？

8.你的主要竞争者的优势和劣势是什麽？

9.你的客户的特点？

10.你的客户与你的竞争者的客户有什麽区别？

附2：风险企业分析中的关键问题

1.你的产品或服务是什麽？

2.产品或服务的具体描述包括专利、版权、商标的情况？

3.公司将建于何处？

4.你的建筑是新的还是旧的？需要整修吗？，列出成本

5.该建筑物是租赁的还是自己拥有的?

6.为什麽该建筑物或地点适合你的企业？

7.企业的运营需要什麽额外的技能和人员？

8.需要什麽办公设备？

9.这些设备将购买还是租赁？

10.你的商务背景是什麽？

11.你具有什麽管理经验？

12.叙述个人资料如：教育程度、年龄、特长及爱好

13.你参与这个企业的原因？

14.为什麽你会在这个风险企业中获得成功？

15.到目前为止有什麽开发工作已经作完？

附3：生产计划关键问题

1.你将负责全部还是部分制造产品？

2.如果某些制造工序被分包，谁将成为分包者？（给出分包者姓名和地址）

3.为什麽选择这些分包者？

4.分包制造的成本怎样？（包括几份书面合同）

5.生产过程的布局怎样？（如果可能应列出步骤）

6.产品的制造需要什麽设备？

7.产品的制造需要什麽原材料？

8.原材料的供应商是谁？相应的成本怎样？

9.产品制造的成本是多少？

10.该风险企业将来的资本设备需求怎样？

如果是零售或服务型企业：

1.货物将从哪里购买？

2.储存控制系统如何运营？

3.存货需求怎样？存货如何被促销？

附表4：组织计划关键问题

1.组织的所有制形式是什麽？

2.如果是合伙制企业，谁是合伙者以及合伙协议的条款是什麽？

3.如果是股份公司，谁是主要的股票持有者以及他们拥有多少股票？

4.发行什麽类型的股票？以及发行了多少有表决权股票和非表决权股票？

5.谁是董事会成员？（给出姓名、地址和简历）

6.谁有支票签字权和控制权？

7.谁是管理小组的成员？他或她的背景怎样？

8.管理小组的每个成员的角色和责任是什麽？

9.管理小组的每个成员的薪水、红利、或其他形式的工资怎样？

**第二篇：商业计划书格式一**

商业计划书格式一：

1、公司简介

2、公司历史

3、公司大事记

4、公司创业历史

5、目标陈述——公司的发展目标准确定位

6、公司的管理团队

公司的组织构架；

公司主要管理人员简历（主要背景资料）；

公司主要技术人员简历（主要背景资料）；

公司员工的构成情况：学历情况、年龄情况；

7、公司研发产品技术情况

技术类型描述；

行业技术情况；

技术先进程度描述（国际，国内比较）；

技术成长阶段定位（研发、成立公司、完成转让、批量销售、大量利润）或（项目原理、原理样机、模型样机、工业化样机、产业化生产、发展阶段）

8、产品升级情况

9、公司研发产品市场

市场概述；

目前市场规模和需求；

竞争对手的市场份额；

潜在的目标市场；

公司研发产品的市场定位；

10、市场营销战略

产品与服务分析；

对付竞争对手的市场方法；

获得潜在市场的方法；

11、公司财务状况概述

公司自成立以来近三年的资产负债表、损益表和现金流量表；

公司近三个月的资产负债表、损益表和现金流量表； 公司预计资金需求及应用计划；

公司预计1-3年内的毛销售额；

商业计划书格式二：

1、公司介绍及定位

2、公司历史

3、发展目标

4、管理团队与员工组成5、研发产品技术情况

6、产品的市场分析

7、市场营销战略及客户基础

8、公司的财务状况及三年计划

9、风险分析及对策

10、附营业执照复印件、高新技术企业证书复印件

**第三篇：2025大学生商业计划书〔一〕**

2025大学生商业计划书〔一〕

随着居民收入水平的提高，对果品的消费需求呈\_\_趋势.水果行业是发展最大的行业.并且该行业没有什么大的销售巨头.市场空间非常大.并且连锁经营也是最大的热点.一、项目简介

社区水果店的建立：在社区的居民达到\_\_个家庭（每个家庭\_人计算）的小区建立水果店.二、市场分析

中国的水果市场巨大，与国\_\_均年消费水果\_公斤相比，国内人均消费才刚到其一半.通过对大多家庭的调查，\_%的\_口之家每月消费水果的金额在\_元以上.\_%的家庭消费水果在\_-\_元之间.只有\_%的家庭消费水果在\_元以下.我国目前人年均果品占有量约为\_kg，与健康标准要求（\_kg）还有不小的差距，与发达国家人年均消费水果（\_kg）的水平相比差距更大.若考虑到未来人口\_\_因素，按照健康标准计算，全国果品消费量将达到\_\_万t.三、选择理由

行业的需要：中国缺少水果的销售大户；

创业者的需要：进入门坎低，很小的投入就可以经营；

全新的销售机会：只有水果连锁店还是空白.而其它行业连锁店都处在微利竞争状态下；

新颖的销售方式：开放式的自选；

多样的服务项目：提供自动榨汁服务.提供组合包装箱，及在店内介绍各种水果的特征和适合食用的人群，引导健康消费；

水果的购买状况和消费者的心理：时间忙，没有多余的时间用来购买水果.超市和批发市场因为是购买别的产品为主，所以不会购买很多的水果.四、特色服务

1.水果行业是发展最大的行业.并且该行业没有什么大的销售巨头.市场空间非常大.并且连锁经营也是最大的热点.也是最多的投资者首选的创业方式.在南方，水果连锁店以小有规模，但都是地区性企业，规模不是很大，但其年销售量已经很大了.单店的年销售额以达到\_\_万，并以开始赢利.在已经取得成功经验的南方水果连锁店的基础上，再增加些服务项目，使水果连锁店更加人性化，并且使水果连锁店成为国内最大的水果零售、批发、连锁企业.水果连锁店的存在首先方便了消费者消费水果.因为水果店的选址一般在社区（辐射范围：居住户在\_户）.在这以前，人们购买水果的场所一般为：超市、农贸市场、其它（游商和街头水果摊）.而德国的新鲜水果20\_\_年的销售途径和情况如下：\_%是通过消费市场，\_%是由连锁店，\_%是水果蔬菜店，\_%是周末市场等.所以说，连锁店是未来水果销售的重要途径.分析购买地点，超市、农贸市场不是随便在社区门口就有的，不太方便居民购买.并且去以上地方的居民，主要的购买产品都不是水果，而是其它的日用品或蔬菜.而水果的特性是分量重，体积大.对没有汽车的消费者而言，在去了超市、农贸市场购买其它商品后，只能在购买少量和品种单一的水果.在社区开设水果连锁店，可以让消费者购买更方便，增加水果的消费量.2.给顾客全新的、放心、保证质量和便宜的放心消费地点

更多的顾客选择去超市购买水果，除了是在购买其他商品的时候见到有水果销售，顺便购买外，剩下的最大原因就是超市的水果不管是从产品外观、产品质量、分量上都可以让消费者很放心.并且开放的自选方式可以让顾客有更多的挑选余地.对于我们的水果连锁店，采用统一装修、统一店面布置、统一采购、统一配送，并且全部产品都经过清洗、打蜡、分级、包装后在进行销售，完全可以给予顾客以上心理的满足.3.独特的引导消费

现在的顾客购买水果，完全是凭借自己的口味和喜好来选择水果消费，而忽视了水果本身的特性和适合食用的人群.通过对众多的消费者的调查，发现几乎没有一个人能说出菠萝的特性和适合食用的人群，及肝病、胃病病人应该吃什么水果，不适合吃什么水果.这就说明大家都是在盲目的消费水果.没有什么水果消费常识也就会闹出给\_\_病人送香蕉的好心办错事情的误会.作为一个水果零售商、我们的责任就是要教会大家如何合理的消费、食用水果.在这方面，我会在每家店面张贴每种水果特性的海报及适合食用的人群，和好坏等级的鉴别方法，引导大家健康的消费.4.提供多种多样的服务来针对不同的消费群

水果消费者一般会分为自己食用和送礼\_种.针对送礼人群的心理及包装需要，我们会专门设计些可折叠或组合的不同容量（\_g、\_g）等包装组合，有偿提供给消费者.也就是说，顾客可以随意组合、购买水果.购买完后如果需要包装盒，只需要交纳一定的包装费，就可以得到店内的包装盒（可分为祝寿、探望病人、看望亲戚等几种），并可以得到贺卡一张.这样，既让消费者明白消费，免去了在游商或其他商家处购买的昂贵礼品装水果，又可以保证质量.5.深入挖掘水果的特性及消费者的其他需要

随着人们的收入增加，更多的消费者开始饮用新鲜果汁.针对消费者的着方面的需求，每家水果连锁店都会有免费使用的榨汁机供顾客使用.顾客在购买完水果后，可以自助的免费使用水源清洗水果并免费使用榨汁机，将水果榨成果汁.如果顾客自带容器，公司将不收取任何费用.如果顾客想将果汁带到家庭、公司或在路上饮用的话，公司将有偿提供一套容器（包括朔料杯、吸管、蜂蜜、砂糖等，并帮顾客封装好）的服务，便于顾客把新鲜的榨的果汁带到任何地方饮用.在卫生方面，顾客每使用完一次榨汁机，工作人员都会对机器进行消毒处理，然后放进消毒柜，保证卫生.五、竞争对手

1.消费者观念的转变：消费者能否接收这种新鲜的水果购买方式，由于其它购买水果的传统场所在消费者心中已经形成了习惯，所以要在短时间内改变消费者的购物观念，让其接受这种商业形态.2.大型连锁超市：大型连锁超市开始经营水果已经很长时间了，这说明水果消费在百姓的日常消费中已经占有了一定的比例，也同时说明了市场的广阔，这些商家也很看好这块市场.大型连锁超市的优势在于采购量较大，采购成本较低，客流量较大，购物环境比较好，产品质量和份量都有保证.我们的优势：我们的水果连锁店的开展，联合果汁企业的采购优势和物流优势，在采购成本上一定会比其低.并且我们的由于把店面开在社区，在招聘一些下岗工人，争取点政策支持.并且我们的购物环境、信誉度和价格都可以和大型超市抗衡.并且我们会提供榨汁服务、水果的宣传介绍、礼品的包装盒等服务相信都是大型超市所没有的.还有就是可以和一些中型的连锁店合作，例如好又多超市，我们可以和其商谈，把其水果项目承包下来，在其超市中开个店中店，付给其承包租金和销售利润分成.对方节省了采购费用，和经营风险，利润却同样可以保证，我们则增加了销售和展示的窗口.3.农贸市场：一般是以露天的形式出现.由于摊位租金便宜，所以其价格可能会有点优势.但其购物环境、产品服务都没有，顾客也没有什么挑选余地，并且在质量和份量上都不很牢靠.我们的优势：一般人们去农贸市场都是去买些日常食用的粮食和蔬菜，所以在购买了大量的其它产品后，一般不会在购买很多水果，因为购买东西太多和太重都会对其行动形成不便.而我们的水果店一般都开在社区附近，这样方便了居民购买水果.相信谁也不愿意走\_分钟去买个西瓜在抱回家，大家购买这类水果更愿意在离家较进的地点购买.4.游商小贩：其特点是流动行强，能把水果车推到社区楼下，由于没有租金成本，所以其价格可能会更低.其缺点是游商小贩所售水果经常有缺斤少两、以次充好的现象.

**第四篇：商业计划书**

商业计划书格式样例

[公司或项目名称

商业计划书

主联系人

职务

电话号码

传真号

电子邮件

地址

邮政编码

保密须知

本商业计划书属商业机密，所有权属于公司或项目名称。其所涉及的内容和资料只限于投资有限公司的投资者使用。收到本计划书后，应在7个工作日内予以回复确认立项与否，并遵守以下的规定。

1、若不希望涉足本计划书所述项目，请按上述地址尽快将本计划书完整退回。

2、在没有取得公司或项目名称的许可，不得将本计划书全部或部分地传递给他人；

3、应该象对待贵公司的机密资料一样的态度对等本计划书所提供的所有机密资料。本商业计划书所涉及项目投资与管理内容均可具体协商。

申请人 /公司（签章）：

项目负责人签字：

申请日期：

一、摘要

二、公司介绍

1、公司历史沿革

2、公司宗旨

3、组织及管理（公司位置、组织结构、人员构成和管理模式）

4、公司历史业绩

5、公司的外部公共关系

三、管理团队

1、管理团队：主要管理人员（总经理、销售、生产、研发、财务等重要部门领导）的资料，包括：姓名，职位，性别，学历，以往业绩，毕业院校，所持有公司股份或期权等重要资料；

2、管理体制和激励机制：公司组织结构、经营决策程序、运行管理机制、员工激励制度；

3、外部支持（顾问关系）：公司聘请的法律顾问、投资顾问、会计师事务所等中介机构的名称；

4、股份分配在贵公司的股本中重要股东的情况，列表说明重要股东的名称、持股量、股份单价、占总股份的比例等资料。若有自然人、持股会为股东，要详细介绍其背景。

5、董事会：简略概括一下你的董事会的背景、组成和董事会成员的简历。

四、产品和服务

该部分主要介绍风险项目下的核心产品，内容包括

1、公司目前所有产品清单及其适用领域，简要介绍主导产品；

2、风险项目的简要介绍，包括：项目名称、产品方案；产品应用领域；

3、产品前期开发研究进展情况和现实物质基础，包括：

产品开发处于何种阶段；

产品的创新之处，在国内外领先程度（提供相关证明材料）；

开发和研究的设备、条件；

生产线建设程度；

4、产品的市场优势，包括：

专利技术

产品上市的周期；

产品自身的影响力或依托单位的品牌形象等；

5、该产品是否申请过国家有关基金资助？有无最后验收、鉴定的结论、评奖等。

6、就风险项目而言，详细介绍有关开发资源与条件情况，包括：产品开发能力的保障，包括 1）资金筹措2）开发队伍：技术专家、协作开发人员3）设备场地4）政府许可5）外协外委单位6）外部技术专家等资源；

7、资金筹措到位后，对于上述资源的满足程度。

五、技术来源

该部分详细描述风险项目产品所依赖的关键技术、相关技术的情况。

1、贵公司近年来主要研究的技术领域和相关的技术成果；

2、风险项目产品开发、生产业务流程图，要具体画出从原材料到中间试验、到规模生产各阶段的工作流程和业务内容；

3、简要介绍产品开发、生产所采用的共性技术、专有技术及（Know-how）的相关名称，标明上述技术中的关键技术（即限制其他竞争者的技术 “瓶颈”）；

4、具体描述现实的、潜在的国内外竞争单位（科研机构、生产商）的名称，及其产品（或类似功能产品）开发工艺路线、技术状况；贵公司与竞争单位的技术、工艺的判别以及创新之处和显著优点、领先程度与存在的差距（要有相关文献资料支持），导致的产品功效的差异；

5、专利技术专利技术的获得情况、专利技术保护范围和相关证明文件； 与国内外其他类似专利技术的关系，尤其是否可能造成侵权行为；

6、相关技术的使用情况技术间的关系）： 若应用的其他非专利技术存在技术共享、协议或授权使用情况，特别列出相关单位和其他共享者的确认使用文件；

7、风险项目的技术团队情况介绍，包括技术负责人、关键技术骨干的学历、专业、工作背景等情况。

六、市场分析

1、整个行业的市场需求状况是什么？

2、产品特定的细分市场，包括回答以下问题：

你有哪些类型的顾客？

现在及将来有多少顾客？

这些顾客都分布在什么地方？

产品使顾客接收有何障碍？顾客的购买（使用）标准是什么？

你计划采取什么策略使顾客使用、购买你的产品？

3、市场的定位以及产品的价格

4、销售渠道、销售战略和市场计划

七、竞争分析

1、国内主要竞争对手情况分析，包括：

对手的名称，地域分布；

其目前开发的同类功能产品所处的研发阶段，或产品在市场上的销售情况；

其未来可能对本项目产品造成的威胁分析。

2、国外主要竞争对手产品开发民政部或销售情况，与其相比贵公司的优势或劣势，包括：

技术创新性，专利权，工艺水平及领先程度；

产品价格及生产成本；

财务方面；

规模大小及营业额；

市场促销策略

八、财务与成本分析

1、中小企业融资需求（含权益资本和债务需要）

2、资金使用计划

3、预计未来三年产品销量、损益表和资产负债表，并提供预测依据。

九、战略分析

1、公司战略的拟订

2、公司战略的具体实施步骤

十、公司的核心竞争力

十一、风险分析

1、技术

2、市场

3、政策

4、管理体制

5、其他

十二、附件

1、公司客户名单（目前和正在接洽）

2、有关媒体对于产品的介绍、宣传等资料等等，公司需要。

**第五篇：商业计划书（推荐）**

芳草集眼霜 商业计划书

开店名称 ：威浪洗鞋

开店地址：南宁市邕宁区蒲庙镇

融资负责人姓名：饶松

职务：创始人

电话 ：\*\*\*

E-mail ：383017638@qq.com 网站：芳草集眼霜迷尚bb霜

1．关于产品

产品：产品在我选择地区正处于一个新兴的行业，一个雏形发展阶段，它的目前所提供的产品服务：机器洗鞋、干洗运动鞋、休闲鞋清洗、旅游鞋清洗、布鞋清洗、磨沙皮鞋干洗及皮鞋干洗、皮靴干洗、鞋类杀菌除臭、鞋类护理等并上门服务。产品的独特性在于与百姓生活息息相关。只要有人穿鞋就有市场需求，同时洗鞋和洗衣服一样，洗鞋洗习惯了就会上瘾，自己洗很麻烦，洗不干净，很难干，拿出去太阳晒容易发黄及脱胶。在我们这里洗鞋店里洗鞋可以洗得十分干净，而且可以杀菌、除臭、定型、加香，涣然一新新感觉，持久保靓一星期。只有有鞋的人都有市场需求，都会使用企业的产品，我们的主要定位是上班族和学生。产品的生产成本是0.5，售价是3元。

服务的特点是：30分钟内上门收鞋，如果不及时到达就免费为他服务，让客户有上帝的感觉。

2．敢于竞争

竞争对手明确是洗鞋店的有一家金碧洗鞋店，他们宣传不到位，影响力小，没能上门服务。他们对产品是不主动找销路，是一种产品观念，而我要做到市场营销观念。并且价格高，他们的定价在一双5元。不能让学生和普通市民所接受。竞争对手所采用的营销策略是渠道策略，并且所占市场份额不大。

竞争对手的产品与我们的产品相比，我们的优势在于：我们在服务上更富有激情，用现在化理念对抗传统的生意模式。我们还从不同的角度切入市场，而我的竞争对手则固守常规，我们就会大占优势，我们的业绩和成果数字将证明这一点。

和竞争对手相比顾客会偏爱本我们的原因是：我们的产品质量好，送货迅速，定位适中，价格合适，有特殊卖点，就是上门收鞋，试业期间洗鞋效果不满意不收费，用此来迅速增大市场份额，我们在刚刚开业期间将挨家挨户的宣传，用最小的成本做最大的宣传。

3．了解市场

全镇大概有8.5万人，我们将进入那种行业因为市场有这个需求，并且供小于求。其中所在地有4个高中（邕宁高中，南宁市41中南宁市42中，南宁市43中），一个职高，4个初中（城关中学，蒲庙中学，民族中学，朝阳中学），2个小学（一小，二小），武警学校，接近一万五名学生，还有大概六个政府单位，及一些民营企业单位。每人最低有3双鞋，假如每人每月最低消费3元，这镇上大概有8.5万人，所以这里市场巨大，又因为它是服务行业的朝阳行业，市场前景广阔，与百姓生活息息相关。只要有人穿鞋就有市场需求，同时洗鞋和洗衣服一样，洗鞋洗习惯了就会上瘾，自己洗很麻烦，洗不干净，很难干，拿出去太阳晒容易发黄及脱胶。在我们这里洗鞋店里洗鞋可以洗得十分干净，而且可以杀菌、除臭、定型、加香，涣然一新新感觉，持久保靓一星期。

5.我们的宣传措施是：对单位采取挨家挨户的敲门宣传，在周末进行定点宣传，广开人脉，用免费的人脉朋友进行帮助，降低广告成本的同时做到最大的宣传、促销买3送一以快速的占领市场份额成为老大。我们还采取风险转移方法，使客户尽快的接受这个新兴行业。我们打算和超市进行合作。我们的销售战略：采取客户为先的策略，也许首次的交易量较小，但是我交了一位新朋友，一个下次还会记得我的新朋友，毫无疑问他下次会向他的朋友介绍给我做生意。我们采取转逆风险，和独特卖点，这样能以最快的速度战胜对手，并占领市场份额和令消费者接受新兴产品。我们将对员工进行宣传和基本知识的讲解。

6．主要行动的方针：我们将利用风险转移和独特卖点，全面宣传把产品推向市场。需投资两万

7．展示你的管理队伍

饶松是主要的负责人，另外还有两名协助人员，一名是李嘉良，性别男，高中时间担任班长，责任心强，办事能力好。另一名是梁海燕，性别女，此人勤劳，诚实，富有责任心。团队能力强，便于调动，富有激情。我相信在这一个新兴的行业中我们能风雨无阻。其他资源：人脉，认识老师和一些单位的职工，还有对区域的了解。

8．加盟公司的简介 ：

9．财务计划

16800加盟盟，五百车费去公司签约，三百元宣传单，一千元店面租金，850元招工，500元促销活动。

盈亏平衡分析：8000回本，定价3元，我们一双鞋的纯盈利是2.5元，我们打算积少成多。只要占领大量是市场份额就会有不可估计的盈利。我们预估我们的第一笔投资将用于2025年1月，收支平衡于2025年3月。我们将于2025年3月盈利，赢利点时的价格是3元。

此行业处于发展期，我们期望完成 20万的销售额，在3个月完成 两万 的税前利润。

如果资金充足我们将1.增大促销范围，2.制造或补充设备满足增长的市场需求，3.增加零售点或采用其他方法完善分销渠道，4.增强服务能力

10.风险与机会

风险:1.是我的客户对此行业不够了解，有潜在的需求。只在我们推出逆转风险，那么潜在的客户就会迅速的变成眼前客户。2是定价风险。

我们感到我们能克服这些风险因为如果我们能提出独特卖点和逆转风险，有创业的决心。遇到困难还可联系总公司

机会：我们面前的商业机会对我们非常有意义，如果我们能做到有足够的资金投资，就能快速的占领市场 我们就有机会将在一个月内将市场上的局部优势，变为整个行业的巨大优势。掌握市场发展趋势和需求，赋予创新精神和于众不同的经营。

11.市场定位：我们把市场定位为上班族和高中、初中学生。我们将把我们的产品定位为[低价/高质/物美价廉]，这些将是我的竞争对手当前所不能企及得。

12.我们的价格依据：是市场。我们达到这个价格是根据市场上的价格及成本。我们每月，每季，每年都观察我们的价格，以保证不丧失市场上的潜在价值。

备注：

转逆风险：我们提供客户完整的保证。所谓完整的“保证”指的是你完全消除了客户所要承担的风险，提供出没有风险的保证以吸引他们在我店里购买，而不是在我的竞争对手处购买。如果能在毫无风险的状态下做事情，许多的人都会抱着不妨一试的心态，如果我的产品和服务正如我所言，客户一旦开始尝试，就会一用再用，不断地向我重复购买。当我使用逆转风险时，基本上我就是告诉客

户，他们再也不会做出错误的、不好的、危险的决定，这是一个很强的述求点，会让任何原来有防备的客户卸下武装。

独特卖点是：第一次不满意不收费，30分钟上门收鞋，超过时间免费服务。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！