# 商业计划书概要(精简版)（大全五篇）

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-08-08

*第一篇：商业计划书概要(精简版)商业计划书概要（针对实际情况，只是大致纲要，不必拘泥于此，也不要因此而局限了自己的思维）第一部分：产品和服务1、产品的名称、特征及性能用途，以及不同的产品形态；2、产品的开发过程，以及前期准备工作；3、产品...*

**第一篇：商业计划书概要(精简版)**

商业计划书概要

（针对实际情况，只是大致纲要，不必拘泥于此，也不要因此而局限了自己的思维）

第一部分：产品和服务

1、产品的名称、特征及性能用途，以及不同的产品形态；

2、产品的开发过程，以及前期准备工作；

3、产品在不同的生命周期中所呈现的状态，以及随着生命周期的延续所作出的相关变革；

4、产品的市场前景和竞争力如何；

5、在当前市场是否已经出现类似产品，相比类似产品，我们的优势在哪里；

6、产品的技术改进和更新换代计划及成本，利润的来源及持续营利的商业模式；

7、在固有产品的基础上衍生出的服务有哪些，如何提供；

第二部分：市场营销和战略

1、通过我们的努力，最终要达到一个什么样的目标；

2、市场定位，初期市场、中期市场以及后期市场；

3、价格策略，相对应的，是否采取从一而终的价格或者不同时期不同价格，以及促销手段；

4、战略定位，从产品的角度出发，可以采取哪些营销战略；

5、战略选择，具体战略的实施时间和内容；

第三部分：管理团队

1、现有团队的优势，及成员明细分工；

2、组建公司的性质及股权分配等；

3、将来有可能加盟的成员分析；

第四部分：财务预测

1、前期融资，及资本结构（就是资本的组成部分有哪些）；

2、盈利的具体来源；

3、财务预算，简单估计1年内或者5年内的盈利收入，及可能的支出；

第五部分：风险分析

1、宏观风险，包括国家政策、市场经济等；

2、运营风险，正常运作中出现的问题；

3、营销风险，营销战略受挫等；

4、团队成员风险，有团员退出等；

5、竞争风险，市场出现同类型产品或者大公司入驻此市场等；

6、产品革新风险；

7、针对以上风险的SWOT分析；

**第二篇：商业计划书执行概要样板**

稳国（厦门）股权投资基金合伙企业

商业计划书执行概要样板

产品及服务：

投资亮点：

商业模式：

竞争优势:

融资计划及用途： 稳国（厦门）股权投资基金合伙企业

管理团队:

**第三篇：商业计划书概要参考格式\_12158**

附件2

商业计划书概要参考格式

（文字在2-3页以内）

一.公司简单描述

二.公司的宗旨和目标（市场目标和财务目标）

三.公司目前股权结构

四.已投入的资金及用途

五.公司目前主要产品或服务介绍

六.市场概况、营销策略、长期发展规划及产业发展趋势

七.主要业务部门及业绩简介

八.核心经营团队

九.公司优势说明

十.目前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）

十二.财务分析

1.财务历史数据（前3-5年销售汇总、利润、成长）

2.财务预计（后3-5年）

3.资产负债情况

**第四篇：即食泡菜商业计划书内容概要**

一、项目背景

泡菜属乳酸菌发酵食品，在我国历史悠久，欧洲于17世纪自我国引入。泡菜制作一般都采用高盐分、长时间腌渍工艺，其原理是：蔬菜在5-10%的高浓度食盐溶液中，借助于天然附着在蔬菜表面的有益微生物(主要是乳酸菌)，利用蔬菜泡制切割处理时涌出的汁液，进行缓慢的发酵产酸，降低pH值，同时利用食盐的高渗透压，共同抑制其它有害微生物的生长，经15-30天发酵，获得泡菜成品。

国内泡菜企业多采用自然发酵工艺，该工艺的弊端有：

(1)发酵周期的相对较长，生产力低下;

(2)受卫生条件、生产季节和用盐量影响，发酵易失败;

(3)发酵质量不稳定，不利于工厂化、规模化及标准化生产;

(4)沿用老泡渍盐水的传统工艺，难以实现大规模的工业化生产;

(5)异地生产，难以保证产品的一致性;

(6)亚硝酸盐、食盐含量高，食用安全性差

即食泡菜的研发正是在这种背景下应运而生的。用特制的容器腌制泡菜，更重要的就是利用乳酸菌发酵，这对人体健康有益。另外，发酵过程中还会产生醇、酯等物质，吃起来很香，这就是所谓的风味。清淡、朴实、开胃、无油的即食泡菜。还有一种制作时间更短，几个小时即成的即食泡菜，味道也挺好。因其简单、经济，正适合我们作为早餐佐粥、午餐开胃的小菜。即食泡菜成为日常餐饮多变的料理和宵夜清爽口味的佳肴，同时也是各餐厅、酒楼为顾客提供下饭的配菜。

二、指导思想

将这种美味食品，提升为卫生、方便、美味、快捷，人见人爱。这将给市场带来新的亮点和卖点。因为它不是所谓超前的产品，而且以它古老的传统和习俗、风味而更贴近消费者。一旦进入市场更易于被人们接受。这将使它具有旺盛不衰的生命力。

此项目技术可以制成多种口味和品种的即食泡菜来。而且可制成在常温下保质期六个月的产品。不断给市场制造出新亮点和新卖点，给生产和经营企业带来丰厚的利润回报，也给消费者带来不少的惊喜和口福。

三、资金投入

1、固定资产(此投资为先期小规模投入)：

2、流动资金 万元。

3、前期筹建金 万元。

4、包装物 万元。

5、市场推广(营销费用)万元。

6、不可预见费 万元。

四、主要任务和步骤

(一)筹备组建企业，从筹备到试产3-6个月。

(二)可分期、分批投入资金、人员等。由小扩大逐步发展。原则：销售逐步增加，资金逐步投入，厂房逐步扩大，设备逐步增加，人员逐步增加。

(三)做市场应注意的问题(建议)

1、可采用多渠道并举(包括电子商务)的营销方式，并做好促销工作。力求尽快达到盈亏平衡点。尽快整合好进入主流渠道的各方面资源及配送体系。

2、尽快进入龙头店，带动二级店，并协调好代理商。并不断逐步扩展形成销售网络，并细分好渠道和市场。

3、逐步推广市场，扩大市场份额(占有率)。

4、逐步树立品牌和企业形象。

5、进一步把市场细分做透，扩展和延深，并适时推出新产品。

五、效 益 分 析

(一)年产量：约 吨。

(二)年产值：约 万元

(三)年纯利润：约人民币 万元。

(四)纯利率：约

六、项目所需其它条件

人员： 人

厂房：平方米以上

水： T/h

电： KW

七、风险预测

此项目属于现代食品工程高新技术。特点：研发期长，技术含量较高，自我保护期长。尤使之较难仿造、伪造和假冒，从而能够保持强有力的竞争力。

结论：固定资产投入较小，风险较小、回报率较大、市场前景广阔。竞争对手少，见效较快，并易形成垄断的技术、垄断的市场、垄断的利润，这种利好的局面。

八、产品发展设想

1、一个企业能尽快创业和发展，并立于不败之地，离不开四个要素。即：营销、资金、技术、团队使之形成一个企业创业和发展的平台及保证。具备了资源的同时要突出一个“快”字，快速占领市场，可避免一些不必要的竞争和消耗。

2、以上所述产品系面对中档消费群体。面对目前国内城市的市场状况，把其产品定位在精装、高质、中等价格，不失为明智之举。

3、宜采用多个鸡蛋放在多个篮子中的策略。使其产品品种、规格、口味等呈多样化，从而形成强有力的市场冲击力，并可获得丰厚利润回报。

北京尊盛代写：商业计划书，财务顾问，资金申请报告

**第五篇：又买公司项目商业计划书概要**

天津市又买电子商务有限公司项目商业计划书

又买公司项目商业计划书概要

一、公司简介：

(一)公司全称： 天津市又买电子商务有限公司

(二)成立时间： 2025年3月

(三)(四)

买。

(五)现有人数：12人 注册资本： 30万 定位： 切实的为每一位中国人降低购物成本，让每一个购物人都先到又

二、核心团队介绍：

(一)张超：现任公司总经理，主要负责公司战略发展以及监管公司发展运营状

况。张超曾在太原市建筑工程总公司担任经理助理，随后又与夏勇进、石达三等人

共同创立了天津市澳隆科技有限公司，在工作期间充分的提升了自己的管理意识与

团队精神，使得澳隆公司至今仍在盈利。

(二)夏勇进：公司技术总监，毕业于天津大学，曾就职于多家公司，担任技术

开发以及技术指导工作。曾于张超等人一同开发过多个网站，ERP系统以及应用软

件，曾是澳隆公司技术主力，保证了澳隆公司在技术上的先进性。

(三)石达三：公司运营总监，主要负责公司日常运营以及供应商客户的维系以

及售后等工作。其曾在北京市鹰联国际货运公司实习担任经理助理，成功的帮助经

理管理了手下500多名员工，得到了高度的赞扬。曾在澳隆公司负责市场开发，在工作期间累积了经验以及人脉关系。

(四)左操、杨金勇：公司名誉经理，二人与公司保持密切联系负责提供帮助意

见。

三、行业状况：

电子商务是我国现阶段发展最快的行业之一，2025年中国互联网用户数高达2.98亿，有过网上购物人群7400万，而且就07到08年为例，网上购物增长率为60.9%，而且这些消费人群的平均收入与支出水平远高于全国平均水平。

国家近几年大力提倡扩展内需，控制物价。电子商务正是最好途径之一，国家近几年不断的增加对电子商务的关注程度正是最好的说明。在2025年底国家开始对互联网进行整顿，在2025年淘宝开始对假货进行了整顿，现在正是正规电子商务发展的契机。2025年两会结束后政府正式出台了鼓励生产企业电子商务化的文件，我们预计生产企业会加快电子商务化的步伐，电子商务要向传统营销渠道发起挑战，电子商务第二个发展机会即将到来。由此可见未来电子商务将会是商业的主流活动，与生产企业合作也将是电子商务最终的发展方向，所以占有客户的电子商务企业将会得到更多生产企业的青睐，占据市场以及客户将会是又买公司短期内最重要的目标。

目前电子商务BtoC的企业有19000多家，而CtoC的卖家早已达到4000万（此数据不仅包括网络开店，也包括在网上出售二手物品）以上了，但是众多的商家导致了货物水平参差不齐，服务质量没有标准。又买公司的主要竞争对手是如当当、卓越等大型综合网站，它们主要优势在于资金雄厚，信誉度较高。又买网相对他们在价格，增值服务以及创新理念上具有一定优势。（详细请见第五条产品与服务版块）

四、市场介绍：

中国B2C的零售额从2025年的28亿，增长到了2025年将近200亿，在2025年有望突破460亿大关，年平均增长速度在40%以上。所以，面对中国如此巨大的消费市场，开展电子商务的机会还是空前的多。虽然目前有众多的电子商务公司，但是规范正规的企业屈指可数，人们认可度还是比较集中的，这就给了又买公司占领市场的最好机会。而且越来越多的人参与网上购物，也增加了网上购物的潜在用户群，又买网的社区服务理念，也旨在帮助不会上网的人群进行购物，真正的把易耗品做到每一个消费者的心中。

据又买公司自己调查显示，约九成以上现有购物者表示如果以后接触到更满意的商家，他们会放弃原来的商家而选择新商家；目标人群中未参与过网上购物者中的87%表示，如果对商家通过接触建立好感后，他们会接受网上购物。

又买公司对网上购物人群调查发现如下结论：网上购物人群具有很强的试探性，而且对本地购物网站更容易接受，他们的忠诚度大部分较低，都会从几家电子商务公司进行对比。理性消费占主导地位，且消费金额一般不愿意超过300元（除高价值产品外）。对产品的价格以及售后较为重视。对电子商务依旧存在一些顾虑。又买网解决这一顾虑切实的为每一位中国人降低购物成本，让每一个购物人都先到又买。

五、产品与服务：

又买公司主要的产品包括了市场上常见产品的80%左右，属于综合型购物网站，又买公司的主要利润来源就是销售利润，销售利润包括网上零售，集团采购以及实体供货三方面的利润，这三方面是又买公司的利润基础。除了基础利润外又买公司的利润还包括增值衍生服务产生的利润，广告的收入，为企业提供销售预测的收入，产品销售的返点收入以及产品网上销售外包业务收入等，这些基础利润外的收入虽然基数不大，但是项目繁多，而且可操作性较强，也是又买公司不可缺少的利润来源之一。又买公司前期会将主力推广易耗品的宣传和营销活动，如化妆品，耗材，衣服鞋帽等。

又买公司所提供的服务主要包括两方面，一方面是关于销售产品的服务，另一方面是由此衍生出来的增值服务以及额外服务。

对于产品我们提供联合保障业务，即是又买网与厂家共同对产品进行质量以及售后保障，以消除消费者网上消费的最大顾虑。又买公司还通过与质量监督部门和一些专业人士的合作，充分客观的推荐产品以及评论产品的优缺点，为产品增加完全客观的又买评论，为消费者提供真实的消费依据。又买公司同样还对产品提供保护价格的措施，即是在订单生成到消费者签收的过程中，如果价格出现变动按照较低的价格销售，避免消费者在购物时差上可能产生的损失。

在其他增值以及衍生服务方面，又买公司也是尽可能的做到无微不至。对网站会员又买提供完全个性化的服务，又买所有会员可以提出自己的购物要求以及购物方式等，又买公司会在24小时内给予最佳的答复，帮助消费者丰富消费内容。又买公司在又买网提供多种支付手段保证消费者的消费畅通。又买公司在货物运输的环节上也同样提供了多种的配送手段保证消费者可以在最合理的时间拿到货物。又买网同时还会根据消费者的消费记录建立消费者信用评价体系，这个体系可以真正的保护又买网的良好会员，也可以极大的提高又买网在消费者心目中的形象。又买网还会为会员定期以及不定期举行聚会和餐会，保证会员之间有更近的接触和了解。又买网逐步建立QQ群，在此交流平台上进行沟通、交流，与企业高层

直接对话，帮助高层了解消费者的心声，并且提高又买信任度。

除上述服务外又买网还将逐步开设具有独特特色的又买服务项目，其中包括投资歌曲，即是又买网为新人歌手以及喜欢唱歌的人提供一个发布平台，消费者如果喜欢任何人的歌曲都可以通过在又买网消费或者直接投资的方式为自己喜欢的歌手投资，当投资金额达到一定数量又买网会帮助歌手出专辑或者单曲，发表后的歌曲会按照比例返还给所有的出资人，又买网会从中拿出一部分手续费。还有购物游戏性，即是通过一些小游戏的发布以及提供，让消费者免费游戏的同时极大可能的设计到又买网的产品以及服务，达到在游戏中激发消费者消费欲望的目的，扩张又买网的影响力。增加又买交友社区，让每一个独生子女在又买网购物的同时可以找到他们的朋友以及认识新的朋友，也让企业通过在又买的采购可以得到更多的商机。

六、业务开展现状：

又买公司从成立到现在始终处于稳步发展阶段，建成了自己的网站，现有人员12名，由于初期资金压力以及自身基础建设，又买公司主要销售业务都集中在了集团采购和实体供应上面，网上的零售业务一直在准备试运行阶段，而且由于宣传等因素的影响网站知名度在零售人群中还未传播开来。09年8月份又买公司月销售量达到20万左右，基本达到了运营成本的自给，但是同样受到了资金的制约无法扩张业务，加大宣传。在2025年4月，又买网通过两周几乎零费用的宣传，会员增加了1000多名，且良好以及经常登录的会员率是90%以上，顺利的完成了四月后半期的计划。

又买公司现阶段已经完成了产品准备，网站第一次建设以及部分后台功能的添加，在天津市内基本实现了自营的配送。又买公司现阶段有30多家合作的企业，其中部分已经签订了合作意向书或正式供应合同，又买公司还将产品销售到一些实体商店和CtoC的店铺。又买公司现和天津南开大学滨海学院，山东友和菌业有限公司等大中型企业的关系密切，其三家日后采购量有望出现大的突破。又买公司在2025年4月完成了和逸家家纺的合作事宜的谈判，正式的开启了与生产企业定制化生产的计划，现在正在网站调配阶段，通过游戏的方式为消费者提供一个定制家纺的机会，让消费者更容易操作以及更具有个性，与逸家的合作实践电子商务定制化生产的理论，真正做到推动式发展，进而向整个上游生产企业推广合作。

个人业务已经逐步开始展开，并且进行了一些前期的广告准备，又买公司已经和25家餐馆，14个酒吧以及一些其他场所商量广告互换活动。组建了又买自己的QQ群，与一些网站在谈广告互换等活动。又买公司新增了活动宣传，其中包括抢楼、购物狂、交友等活动，qq群现以发展到第二个高级群，人数还在稳定增加。又买网的校园代理计划已经开展，现在在天津与16所高校有合作关系，正式开启校园营销计划。

现阶段又买公司积极与银行等金融机构接触商讨仓单抵押业务，借以降低货物所占流动资金。与一些权威机构基础进行货物评价认证，保证又买评论的客观性权威性。

七、财务状况：

又买公司总共资金30万，公司支出主要用于日常运营月成本包括人员工资、办公场所

租用、服务器租金等，在3万左右；货物流动资金储备，每月基本稳定在8万元；在开发企业客户时所产生的一部分支出，费用是1万左右；最后是一些其他类支出项目，如保证金、采购物品等，总费用大约是4万左右。

又买公司在创立初期主要是以建设为主，所以刚成立之初前两个月营业收入只有2万多元，从第三个月开始也就是09年5月营业收入快速发展，到8月份的时候月销售量以基本达到20万，在没有做任何宣传推广之下零售业务也有了月销售接近3万。而且在天津市场进行了多次的线下交易。

八、融资计划：

又买公司长期发展需求资金在2025万左右，前期资金需求在500万以上，公司自身可提供大约20万的资金。第一次融资金额是500万，其中主要是用于提高完善自身条件，人员的基本扩张以及声誉的快速建立和传播。又买公司为融资500万出让40%的股份，主要希望采取股权融资方式，也可以接受债权融资以及股权转让，但是比例或者回报会相对调整。（可商议）又买公司致力于业务扩张，保守预计（第二轮融资不能完成）在融资成功后九个月内达到盈亏平衡，第一年利润额为-2727825元，第二年为7626890元，第三年为263537907元。在三年以后投资人可以自由撤出资金，资金按股份比例进行回购。九：融资期限：

三年或商议决定。

十：退出方式：

管理层回购，IPO或视公司发展情况而定。

联系方式：

联系人：张超

手机：\*\*\*

电话：022-23708777

传真：022-23708382

电子邮件：tj66ym@163.com

地址：天津市南开区华苑产业园区海泰信息广场F座北楼308室

邮编：300191

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！