

而编辑整理的一个向受众全面展现公司和项目目前状态、未来发展潜力的书面材料。下面作者给大家带来关于商业计划书通用范文 5 篇，期望会对大家的工作与学习有所帮助。商业计划书通用范文 1

一、公司概况描写

二、公司的主旨和目标

三、公司目前股权结构

四、已投入的资金及用处

五、公司目前主要产品或服务介绍

六、市场概况和营销策略

七、主要业务部门及事迹简介

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、用处、偿还

十一、融资方案(资金张罗及投资方式及退出方案)

十二、财务分析

1、财务历史数据

2、财务估计

3、资产负债情形

第一章公司介绍

一、公司的主旨

二、公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、公司管理

1、董事会

2、经营团队

3、外部支持

第二章技术与产品

一、技术描写及技术持有

二、产品状态

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

- 、扩建设施、要求及本钱，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、质检和生产本钱控制
- 6、包装与储运

第三章市场分析

- 一、市场规模、市场结构与划分
- 二、目标市场的设定

分析

四、目前公司产品市场状态，产品所处市场发展阶段(空白/新开发/高成长/成熟/饱和)产品排名及品牌状态

- 五、市场趋势猜测和市场机会
- 六、行业政策

第四章竞争分析

- 一、有无行业垄断
- 二、从市场细分看竞争者市场份额
- 三、主要竞争对手情形：公司实力、产品情形
- 四、潜伏竞争对手情形和市场变化分析
- 五、公司产品竞争优势

第五章市场营销

- 一、概述营销计划
- 二、销售政策的制定

四、主要业务关系状态

五、销售队伍情形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、定价根据和价格结构

2、影响价格变化的因素和计策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的运算。

九、市场开发计划，销售目标

第六章 投资说明

一、资金需求说明(用量/期限)

二、资金使用计划及进度

(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

十一、投资者参与公司管理之程度说明

十二、报告

十三、杂费支付

第七章投资酬劳与退出

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

第八章风险分析

一、资源风险

二、市场不肯定性风险

三、研发风险

四、生产不肯定性风险

五、本钱控制风险

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

第九章管理

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

第十章 财务分析

一、财务分析说明

二、财务数据猜测

1、销售收入明细表

2、本钱费用明细表

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

商业计划书通用范文 2

一、标题页

以下内容：

A、公司名称

B、注册年月

- 、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、报告秘密性密级
- L、创业计划书编号

公司名称： 签字： 日期：

二、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

三、实行摘要

A、计划书的目的

a、为成心的 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

、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

、公司的合法成立的情势，例如：有限责任公司、股份有限公司、合伙制

、出资所有权构成

e、我们的主要办公地点

C、业务

a、描写产品或提供的服务，公司处于期、刚。

b、在近期,我们公司完成了的销售额，并且显示出推敲到资金问题，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

D、产品与服务

a、陈说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点有。

d、我们的的特殊性是由于。

e、我们的市场定位优势是由于我们的。

E、管理团队我们的团队由下列成员组成男性和女性，他们有年的合作体会；有销售年的体会有年的产品开发体会，并且有在的体会。

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

的替代品或相干产品。

、我们产品特殊性是由于如果我们能，或我们有竞争优势由于我们的。

、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由于如果我们能

c、我们眼前的商业机会对我们非常成心义；如果我们能做到我们就有机会将。

四、公司概述

A、远景目标

a、我们的目标是成为

b、我们期望在市场中保持良好信誉，并且为市场提供。

我们能实现这些是由于采取了

c、为了实现我们的目标，我们应当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。公司的合法情势例如：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。

、按月统计我们近来的生产量，如果我们期望月产量到达就需要更大的（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立刻撤消，同时从事政府授权以外的活动也是不答应的。

G、公司符合一切运营规定，具有最新的检查纪录。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，说明你是如何和他们一起工作并提高你的工作成绩。在行将建立的更大规模的合作进程中，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。描写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同盟，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据市场，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挑选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终究成功所做出的奉献。

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，假设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

对我们来说市场份额很小，并且没有商标。

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、新入者的要挟

a、海外

b、本地

F、替换产品

G、结论

a、进入时机

b、成功因素

六、产品与风险

A、产品介绍

a、研发历史

- 、 技术规格
- c、 实践证明
- B、 产量目标
 - a、 规模经济
 - b、 公司的使命和销售猜测
- 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
- 七、 竞争分析

、描写你在产品、管理、价格、厂址、财务计划上的核心竞争力是什麽。毛病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困惑。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，寻觅刊登行业广告者。

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

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

我们期望可以在行业中明确的市场环节中展开竞争，参考相干的地理条件，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)显示市场将会于显现至。我们期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。扼要的罗列市场的主要环节，你想要争取到的客户的类型。在市场环节中产品根据，它的零售价格一样在这个范畴。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、

、市场营销

、我们的营销计划是根据以下条件制定的。我们期望成功渗透到市场的部分，由于我们将作为我们产品的主要销售渠道。我们估计会获得的市场份额。

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剂产品。

c、我们的价格是根据本钱、毛利润、还是市场。我们到达这个价格是根据。我们每个月，每季，每年都视察我们的价格，以保证不丧失市场上的潜伏价值。客户愿意为我们的产品支付多少钱?为什麼?

d、我们产品的分销渠道有。这些都将决定我们是否将产品投递终究用户的手中。市场上的竞争采取这些途径，但我们的优势在于

e、罗列你的主要顾客，用一两句话描写他们。详情可见附录，展现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、增进、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。当资金到达位后，就会实行。我们期望在全国范畴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、我们通过量种渠道促销我们的产品或其他方式，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，罗列主要的几个：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爱好的购买者展现产品。展览对于我们散发公司的介绍给目标顾客是否有利，展会的地点是否公道，时间是否公道，它是否是一个我们必须去的展会

A、创业风险

、这一点对于全部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爱好。把你在企业发展进程中遇到的问题和应对的策略记录下来。

b、我们成上进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、如果我们能够克服风险，我们就将在某一市场领域占据优势，成为行业的主要气力。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。我们因此也能够进军我们以前未涉足的领域

十、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体会，在市场有了年的体会，在场品研发有了年的体会，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。

、所有权结构

姓名股票所占比重

52

22

10

10

C、专业机构

财务公司/法律顾问/其他咨询机构

D、其它指导

罗列这些人或机构的帮助，他们有什么样的经历，可以为公司的订单作出什么奉献。他们在什么地方，以及为什么会为我们的战略带来好处。

十一、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以下

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/597034116101006104>