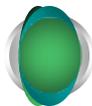


# 如何编写商业计划书



-----安徽红富成生产力促进中心



- 1、什么是商业计划书？
- 2、商业计划书有什么用？
- 3、如何衡量商业计划书的好坏？





# ● “什么是商业计划书？”

●优秀的商业计划书不仅是企业的参赛文件,也是战略计划书  
是打开通向成功大门的一把钥匙

●商业计划书（**Business Plan**）是一份全方位的项目计划，其主要意图是递交给评委，以便于他们能对企业或项目做出评判。

●全面介绍公司和项目运作情况，阐述产品市场及竞争、风险等未来发展前景和融资要求的书面材料



## 区别：

**商业项目计划书：**是创业者或企业为了实现未来增长战略所制定的详细计划，主要用于向投资方和风险投资商说明公司未来发展战略与实施计划，从而取得投资方或风险投资商支持的一份商业计划报告。同时也是展示自己有实现战略和为投资者带来回报的能力及拥有资源实力的商业计划报告。

**项目可行性论证报告：**主要侧重于项目本身技术方面的分析，同时也针对项目实施所带来的经济效益进行评估，但项目可行性论证报告一般并不涉及项目实施中管理因素、人的因素和对投资人在利益方面的回报以及回报的方式等方面的内容。



# “商业计划书有什么用？”

商业计划书的价值在于对决策的影响，就这点来说，它的价值是无法衡量的。

## ➤ 沟通工具

商业计划书可以用来介绍企业的价值，从而吸引到投资、信贷、员工、战略合作伙伴，或包括政府在内的其他利益相关者。

## ➤ 管理工具

商业计划书首先是一个计划工具，它能引导你走过公司发展的不同阶段。

## ➤ 承诺工具

最容易被人忽略的是，商业计划书也是一个承诺。这点，在企业利用商业计划书执行融资工作的时候体现最为明显。





# “如何衡量商业计划书的好坏？”

1. 成功的商业计划书应有好的启动计划。计划是否**简单**，很容易明白和操作。
2. 计划是否**具体**及**适度**的，计划是否包括特定的日期及特定的人负责特定的项目以及预算。
3. 计划应是**客观**的，销售预估，费用预算，是否客观及准确。
4. 计划是否**完整**，是否包括全部的要素，前后关系的连接是否**流畅**。



## 计划书要传达的信息

- 1、干什么？（产品、服务）
- 2、怎么干？（生产工艺及过程）
- 3、消费者群
- 4、竞争对手（市场分析）
- 5、经营团队
- 6、股本结构（有形资产、无形资产、股东背景）
- 7、营销安排
- 8、财务分析（利润点、风险、投资回收期）



# 框架

## 商业计划书

题  
目  
摘  
要

主  
体

附  
件

主要  
技术  
产品  
及  
服务

产品  
市场  
分析

市场  
竞争  
分析

商业  
模式

业务  
拓展  
计划

经营  
风险  
与  
对策

企业  
管理  
模式

企业  
管理  
团队

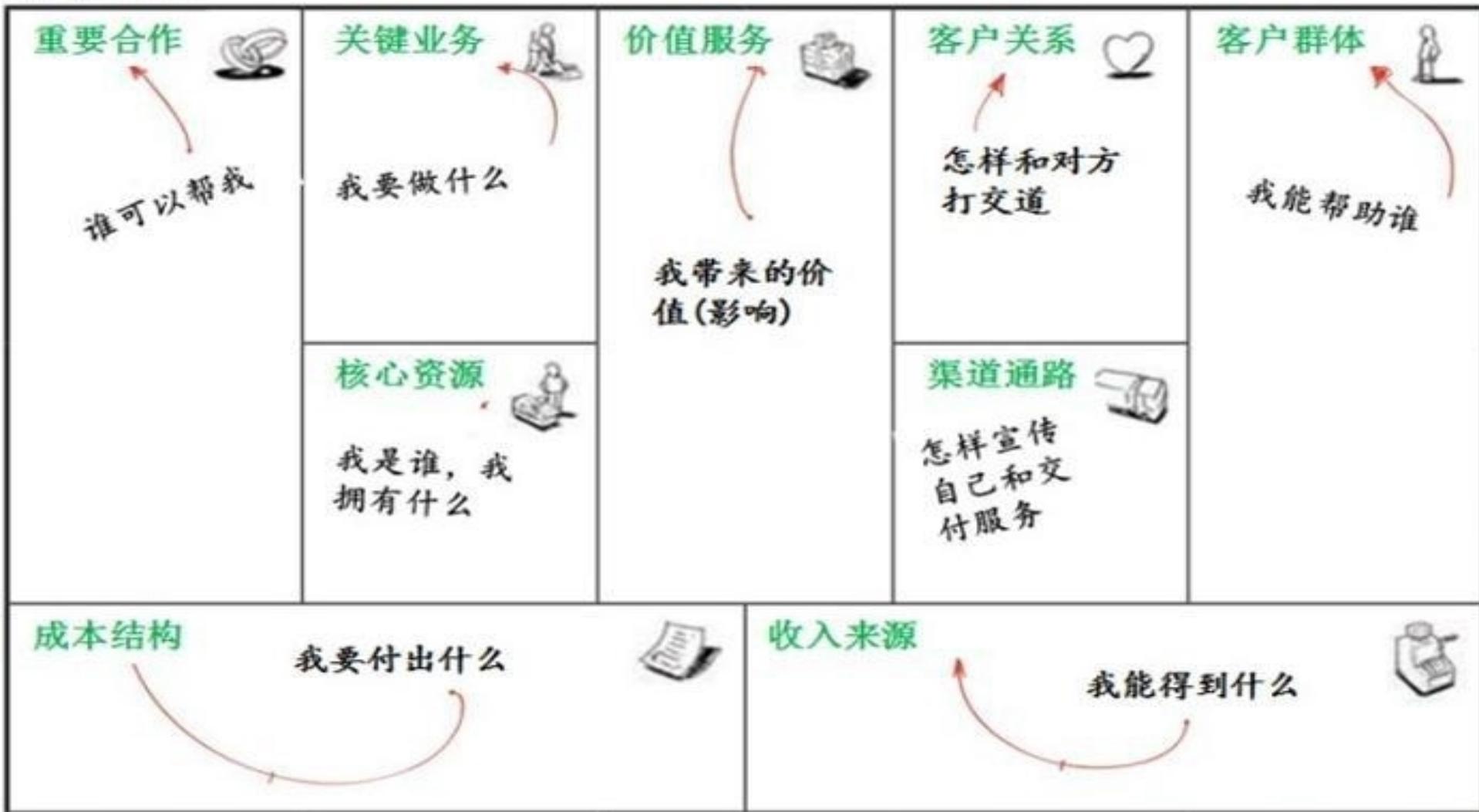
财务  
与  
融资



# 画布

如何尽可能精炼地描述自己商业模式，打动评委和投资人？

商业模式画布





## 计划书初步方案评价

- ➡ 计划书构思新颖，方案很难被复制
- ➡ 能否解决一些实际问题或创造一种新的需求
- ➡ 明确目标客户
- ➡ 产品或服务竞争优势明显
- ➡ 市场容量和增长潜力大
- ➡ 将产品/服务推向市场所需的资金少、时间短
- ➡ 生产产品或服务的技术和方法已经被证明可行



## 计划主体的写作框架

- 1. 执行概要
- 2. 企业描述
- 3. 产品 / 服务
- 4. 市场分析
- 5. 竞争分析
- 6. 管理团队
- 7. 公司战略
- 8. 财务分析
- 9. 资金需求
- 10. 关键的风险



## 1. 执行概要

- 是商业计划书的浓缩，是计划书的核心。
- 必须让评委和风险投资者，有兴趣并渴望得到更多的信息。
- 篇幅不宜过长，一页A4纸为宜。



## 2. 公司（企业）描述

主要介绍公司背景、发展历史、现在的情况以及未来的规划。具体如下：

公司概况：包括公司名称、地址、联系方式等；公司的自然业务情况；公司的发展历史；对公司未来发展的预测；本公司与众不同的竞争优势或者独特性；公司的纳税情况



### 3. 产品或服务

1. 产品研发：研究资金的投入、研发人员情况、研发设备、研发的产品技术先进性
2. 产品的名称、特征及性能用途，主要的技术指标和关键技术说明；产品的开发过程；产品处于生命周期的哪一段；产品的市场前景和竞争力如何；产品的技术改进和更新换代计划及成本



## 产品介绍必须回答的问题：

- (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？
- (3) 企业为自己的产品采取了哪些保护措施，企业拥有哪些专门技术、专利、销售网络、许可证、专营权？
- (4) 企业采用何种方式去改进产品的质量、性能？
- (5) 企业对发展新产品有哪些计划？



## 4. 行业及市场分析

- 目标市场： 主要对行业历史与前景进行分析与预测，行业特点、竞争焦点、市场定位及需求分析进行细分，估计市场需求程度，规模及增长趋势，市场定位的合理性，未来市场销售预测，哪些行业的变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒，贸易壁垒，政策限制等，从而判断你的产品真正具有的潜力



## 4. 行业及市场分析

目标市场的阐述，应解决以下问题

- 1、你的细分市场是什么？
- 2、你的目标顾客群是什么？
- 3、你的5年生产计划、收入和利润多少？
- 4、你拥有多大的市场？你的目标市场份额为多大？
- 5、你的营销策略是什么？



## 4. 行业及市场分析

行业分析，应该回答以下问题：

- 1、该行业发展程度如何？
- 2、现在发展动态如何？
- 3、该行业的总销售额有多少？总收入多少？  
发展趋势怎样？
- 4、经济发展对该行业的影响程度如何？
- 5、政府是如何影响该行业的？
- 6、是什么因素决定它的发展？
- 7、竞争的本质是什么？你采取什么样的战略？
- 8、进入该行业的障碍是什么？你将如何克服？



## 4. 行业及市场分析

### 市场规模

- ④ 整体市场的规模有多大；
- ④ 用有说服力的数字来表达；
- ④ 不要随意估算；
- ④ 不要长篇大论行业分析报告；



## 5. 竞争分析

要回答如下问题：

- 1、你的主要竞争对手？
- 2、你的竞争对手所占的市场份额和市场策略？
- 3、可能出现什么样的新发展？
- 4、你们的策略是什么？
- 5、在竞争中你的发展、市场和地理位置的优势所在？
- 6、你能否承受竞争所带来的压力？
- 7、产品的价格、性能、质量在市场竞争中所具备的优势？

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/648127027106006064>