# 最新商业投资计划书可行性报告(大全8篇)

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-08-25

*在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。商业投资...*

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**商业投资计划书可行性报告篇一**

如果没有好的摘要，你的商业计划就不可能卖给投资者。我们建议你首先编制一个摘要，用它来作为你的全部计划的基本框架。它的基本功能是用来吸引投资者的注意力，所以摘要不要过长，不超过两页的篇幅，越短越好。想看一下实例，请查阅“摘要”栏目。

宗旨及商业模式

本公司的宗旨是[此处插入宗旨说明。在商品经济社会中，任何商业机构都要有其宗旨或任务，没有宗旨就等于不知道该做什么事情。你必须先明确贵公司或你想设立的公司的宗旨是什么]。

本公司是一家[处于创始阶段/处于高赢利发展阶段/商品增值转卖]的公司。[你公司名称]的法定经营形式是[独资/合伙或有限合伙/专业公司/直属分社/专业分公司/有限责任公司]，法定地址：[标明主要营业地址]。

最近大部分时间[指出具体时间段]，我公司在[具体的商品或服务名称]销售方面取得了成就，具体表现为[利润/损失/收支平衡/市场扩大/销售量提高]。从预期财政分析来看，我公司可望在[xxxx]年销售收入达到[x]元，税前利润为[x] 元，[xxxx +1]年销售收入为[x] 元，税前利润为[x] 元。我们之所以能够达到这个目标是因为我们的资金主要用于[叙述资金用途，比如：1)为新产品打开市场;2)建设或扩建厂房与设施以适应增长的市场需求;3)增设零售网点或其他销售措施;4)为新产品增设科研开发题目，或研究改善现有产品]。

本公司生产下列商品[按生产线以最畅销或最有前景的顺序列出产品名称，简单一些]：

简单对以下几个问题进行说明，比如公司的现况(指出贵公司在工业行业或技术方面的竞争情况和竞争对手，等等)，市场机遇(xxxx年预计市场总收入可达到xxx元，由于市场需求增长加之企业改善，xxxx+n年可增至xxx元，200x年可增至xxx元)。

现在[你公司名称]处在需要[有何需求，或下步打算] 的状态下。为实施我们的计划，我们需要[总金额为xxx元的贷款或投资]，用于下列目的：

说清楚，你为什么需要这笔资金?

为了建设发展设施或生产设施，增加生产，扩大仓储能力以适应顾客的需求。

增加销售量以促进和改善我们的产品或服务。

为了增加分销渠道/零售网点/区域销售/销售办事处/或生产电子产品/直接邮递业务，等等。

由于新订单的大量涌入和会计覆盖面的扩大，需要改善客户的支持与服务系统，以适应增长的需要。

在新的市场规划形势下，新增的雇员需要努力适应不断发展的形势。

增强科研开发强劲性，以便生产适销对路的产品，同时也为了提高我们的竞争优势。

我们的产品和服务：

[你公司名称]目前提供[具体数量]种产品：[列出产品名称和资源名称]

我们的主导产品包括[上述列出产品的编号]。总体说来，我们现在的生产线处于[起步/发展/成熟]阶段。

我们产品所使用的技术包括[外部提供的其它技术]正在[说明具体行业或企业名称]中广泛使用。

目前，我们的[产品/服务名称]处于[起步、发展、成熟]阶段。我们计划按着这种[产品/服务名称]继续扩大我们的生产线，发展项目包括[请列出扩展的项目]：

在[产品生产过程中，或延伸服务范围过程]中，主要的关键因素是[列出主要因素]。

市场定位(目标市场)：

我们把我们的市场定位在[生产和销售书写及绘图仪器，低脂肪奶酪等产品，请界定你的市场导向]。根据市场资源，根据[资料来源]的调查显示，[最近的日期]这个市场的[批发额或零售额]大约为[x]万元;根据[资料来源]的推测显示，该市场到[200x]年将发展到[x]万元。

竞争：

我们直接与[竞争者名称]展开竞争。[或者，我们没有竞争对手]，但是我们的[产品或服务]在市场上是有选择性的。我们的[产品或服务]是一流的，因为，[写明原因]，同时，我们的确具有竞争优势，这是因为我们的产品[进入市场的速度快，形成了名牌产品，生产成本低，等等]。

管理：

我们的管理层有下列人员可保证实现我们的计划。

[姓名]，[男/女]，[具体职位]。[他/她]具有[具体年数]年的工作经验，有[具体年数]年的市场经验，有[具体年数] 年的产品开发经验，有[具体年数]年的[其它训练科目]的经验。

[姓名]，[男/女]，[具体职位]。[他/她]具有[具体年数]年的工作经验，有[具体年数]年的市场经验，有[具体年数] 年的产品开发经验，有[具体年数]年的[其它训练科目]的经验。

资金需求：

我们正在寻求[资金的具体数量]万元的[分期贷款、权益或其他融资方法]资金支持，这笔资金用于[详述资金用途以及为何本项目能赚钱]。我们采用[利润分红、二次融资、出卖公司或者公开上市]等方法，在[y]年之内偿还这笔贷款或投资。

资金筹措方法：

关于资金筹措方法，必须能让投资者清醒地了解站在你的立场上的想法，尤其是目前国内企业或企业家不了解国际融资方法，这点特别重要。假如你把他(或她)弄得很尴尬，或使用难以操作的方法，你将走入死胡同。你必须提供一个快速敏捷高效的融资环境。

销售汇总：

请参阅第九章的图表样式及精英杰公司提供的计划实例。

财务历史数据：xx

财务预计：xx

资产负债汇总表：xx

在[n]年内我们将偿还资金，方法是[将公司卖给一个竞争对手，公司支付，公开上市，利润分配，等等]。或者其它方式[另外的偿还方法]。我们希望能在[x年x月]实现这一计划。

**商业投资计划书可行性报告篇二**

餐饮业的火锅和中餐发展几乎达到饱和。所以我们在投资时，从几方面的考虑和调查分析得出，换回大的效益，再以回笼的资金扩大市场，发展经济。

应该怎样服务于顾客，首先，要吸引学生和年轻上班一族的注意目光，

形式开店的成功的案例。比如金汉斯。巴西烧烤。咖喱咖喱快餐。都是成功案例。最重要的是新都没有一家是这种形似店，竞争就等于无。

二﹑新都周边的市场调查

从西环路周围餐馆的分析：

1、大多数餐馆都是以普通小型中餐经营，没有多大特色，菜品都是以川味和火锅为主。

2、周围有两家西餐快餐为主的店在经营。一家是韩国烧烤。一家是德克士。两店经营都算不错。但味道已经过时。最重要的两个都个致命缺点。就是性价比不高。

两家想要吃饱最少一个人花费在50元左右。在36/人的价位上我们能做出更好品质的菜品和更高的服务。

3、围的餐馆很少用到营销策略。除德克士。有很多策略都可以象德克士学习。

三﹑“餐饮店”的发展计划:

在以“多元化发展战略”在新都经济发展快速的时候更上潮流，扩大自己的市场。争取在一两年时间内，赚取本金后还有一部分利润，用这部分利润来扩展市场。

四、店铺主要策划:

1、找一两百平方的店铺。最好在二手市场买一些桌椅和沙发，九成新，具有一定的特点。

2、招聘三名厨师和4名服务员。在学校招收一到两名学生做兼职。

3、装修一定要大方得体。有一种别距特色的感觉，抓住消费者的消费视觉，先是吸引视觉，后是味觉，最后综合成感觉。

4、在为开张之前，有一定的广告宣传。自己先给朋友介绍请他们免费品尝亲身的感受，不用说，他们都会给你做一个活宣传。另一个也节约了经费。还有就是在人口密集的区和各大校园门口发送传单。招数虽然有些过时不过效果好很实惠。（可用兼职）

5、对厨师的要求很高，他必须有灵活的脑子，在每一周都能变一个花样的特色，来吸引顾客。

如果有顾客或者出现不干净的事物或环境马上处理，赔礼道歉重新更换食物或者打扫卫生，如顾客还不满意可以以陪赏进行道歉。

7、我们的质量﹑服务﹑环境要做到一流的。

8、为了提高服务质量，就得抓好员工这一关，让他们真正的容入到服务中来，以“良好的服务，积分制”如果积分越多，在月末的时候奖金就越多。赏罚分明不管谁做错了都要自己负责要不马上走人。

9、在经营中，可以在某一个时期，进行营销活动，来吸引更多的顾客。

五。具体预算开支

1、打铺费预计费用5万一般会送2个月以上。

2、装修自己监工加材料预计费用2万5.预计(2o)天装修好。

3、炉具预计费用两万。

4、餐具+杂物预计费用6000.

5、广告预计费用1000.

4、如果想同时容纳60人。打桌子或沙发400一套(1\*4)也就是30套预计费用1万2.

5、房租一次交3个月房租按新都价15元一个平方200平方预计费用在30003个月也就是9000.

6、招聘三名厨师（大厨师1名预计费用1500-1800.切配一名700.杀手一名500.）和4名服务员(600)，在学校招收一到两名学生400，做兼职。

7、第一个月的进货费现在不太清楚。

8、不加第一个月的进货费是:12.84万。

六。风险分析:

1、上座率不够:

可能是宣传。口味。服务。店面形象。都有不足。应即时纠正以避免风险的纯在性。

2、价位定低。（货价过高。求过于供）:

价位适当抬高。或与供货商再谈价格。

3、在同一地区出现和我们一样的店铺:

我们要做的是抓住老客户尽量拉住新客户多搞优惠活动。把服务与质量品质更加提高。

4、资经回笼太慢:

多搞活动。因为此时因该走上轨道。谁机应变才是最重要的。

七。每天开销:

1、每天开销。进货比如是1000（不太清楚这看厨师定的什么菜来决定原料和菜）

2、每月的房租打2700是每天90

4、水费打1.2一吨15顿左右每天是18元

5、员工工职一共是5400/30=180

6、不可遇见费每天20

八。投资回笼:

1、一天预计60客人一人36\*60=2160

3、人5w/232.3=215.2天回笼资金

九。扩张计划：

再未来的两年内纯利润每人每年在8万左右就可以开第二家或第三家店。

**商业投资计划书可行性报告篇三**

1、据厦门市旅游局的数据，今年1-3月，厦门市共接待国内外游客1035.88万人次，同比增长10.6%，旅游总收入150.43亿元人民币，同比增长12.87%。

数据显示，接待过夜的国内外游客601.34万人次，占接待总人数的58.05%，同比增长9.39%;而去年曾厝垵年游客流量近380多万人次。

2、曾厝垵被厦门市定位为文教旅游区，东至白石炮台与黄厝接壤，西至胡里山炮台，南至环岛路与大担岛隔海相望，北至御屏山西姑岭，三面环山，一面临海，面积约为6.5平方公里，风景秀丽。

曾厝垵就在厦门环岛路边上，每年1月的国际马拉松赛都在这里举行。

位于厦门市思明区，从火车站、机场过去交通都很方便。

火车站直接坐旅游2线，在海边下车走一小段路就到村里了。

厦门机场到曾厝垵，直接说环岛路曾厝垵司机都知道。

大概费用50元左右。

二、客源分析

1、客栈主要客源定位在经济、实惠、方便、安全卫生。

主要以自驾游客、结伴游、个人游等为目标人群。

2、自驾游客：人数从两人到多人不等。

一般情况而言，都有相应安排和准备，这类客人经济状况良好。

3、结伴游：这类情况年轻人比较多，也有相当部分会选择旅游淡季结伴而行，他们人多不会太多考虑，要求经济实惠卫生，有网络可用相对安全就行，是客栈的主要客源。

对他们要建立口碑，长线等回头客。

有相对固定熟悉的客栈住处。

4、个人游：这类人群一般都是个人出来散心，在情感、工作上面不顺心，找个地方来改善和寄托的。

他们较无目的和安排，要求经济实惠卫生，有网络可用相对安全的住处。

5、背包客等：主要是以那群好登山、徒步、探险等寻找刺激的人为主，目的在于通过游历认识世界，认识自我，挑战极限等。

要求有网络，安全卫生就可以了。

三、客栈定位及装修风格

客栈的定位是个性化的家庭旅馆，致力于为客户提供一个温馨，舒适的住宿环境。

装修风格2个备选方案：1:，恬淡田园风格，沉醉在午后花影藤风。

重在对自然的表现。

2，地中海风格，享受碧海蓝天的清爽。

具有着独特的美学特点，选择自然的柔和色彩，在组合设计上注意空间搭配，充分利用每一寸空间，集装饰与应用于一体，在组合搭配上避免琐碎，显得大方、自然，散发出的古老尊贵的田园气息和文化品位。

四 、客栈怎么样盈利之营销策略

(1)短期策略

直接各类旅游网站发帖上做广告是我们向广大来厦门旅游的朋友传递信息的一种经济有效的方法。

现在很多客栈酒吧咖啡馆书店均采用此营销方法，它已被证明是一种成功的方法。

(2)长期策略

当客栈做到一定的成熟情况后，我们可以采取用出书出摄影集的情况来为清吧打广告，让更多人知道它的存在，对它感兴趣。

上面的那些短期策略也是我们的长期策略之一。

可以请人来对客栈做以采访，继而推广客栈的知名度。

我们可以在时机成熟的时候拍个记录片，因为我们这样的组成方式本来就是一个有意义的卖点。

(3)竞争性推销策略

不定时的举办打折活动，承包一些旅游服务，组织一些旅游踏青。

(4)网络营销

五、投资估算 、客栈规模

意向出租的民房为300平方，有个院子50平方，月租金1万5。

房间15间，装修费用为40万上下，房租为压一付三式，首期为6万元。

还剩14万为流动资金。

房间其中3间面积大的为合租式上下6个床位(青年旅社模式)，5间为情侣房，剩下的7间为主题房。

六、投资回报预计

我们是从正式营业开始计算的，第一个自然年住宿率为百分之60计算。

情侣房为180到300不等(去年曾厝垵客栈在5.1和10.1期间甚至很多房间房费400至500都有)合租房为每个床位30到50元计，主题房也为180到300不等，基于以上考虑每间房费以220计算比较合理。

220x15x30x60%=59400每月月租为15000店长加一个工人工资6000左右，水电费按每个房间2度电计算972元(电费以1.8元每度计)水每天2个房间1吨计540元(水每吨4元计)这样初步费用为22512元，客栈物品折旧费及易耗品每月以5000计，每月纯利为31888，年净利382656。

如果入住率1年半都是60%的话，就可以收回成本。

第2年入住率高了的话，年净利有万达到50万。

做客栈关键就是入住率，入住率上去了盈利都是很可观的!!!(初步计算，如有错误欢迎提出，及时更正)

要说的是：第一年公司即使盈利也不分红。

第2年开始公司分配当年税后利润时，会提起利润的10%列入公司法定公积金，当法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在提取法定公积金之前，应当先用利润弥补亏损。

公司弥补亏损和提取法定公积金后所余利润，按照各股东实际的出资的比例予以分配。

【在公司章程利有具体说明】

七、股权

1 注册资金总额60万。

在募集资金达到60万时，选举董事会，进行工商注册。

2 在注册公司前入股的股东，每股股本金为3000元;最多持股20股。

持股数限制期从正式营业之日起计算为三年，三年后可持股任意数额。

3 公司注册后，股权只能转让，不能退股。

股份从现金投入开始至开业后一年内(即以正式营业之日起一年)不能转让。

如放弃股权，则该股权列入公共股权，在有赢利后分红用于奖励店面经营人员和经营过程中发起的公益活动。

股权转让限制解除后，如转让股权，在有持股数限制期间，相同价格下转让顺序为首期募集持有股权且参与经营者、首期募集持有股权者、其他人员。

无持股数限制时，股权转让不受限制。

在同一类型的人员中，股权转让优先顺序为不同股权数的股权数多的优先，同等股权数的投股时间在前的优先。

股权转让需在有意向转让时，向董事会报备，由董事会向内外发布转让公告，并在转让后做股权变更手续。

八、股东义务

九、消费优惠

因为加入我们的股东都是爱旅游，爱生活的人。

为了充分体现股东的参与性及存在感，根据股东投资额及参加义务服务的次数，享有不同的折扣卡(股东卡、股东银卡、股东金卡)。

股东卡：投资额在1万及以下的，一年可免费住宿2晚;

股东银卡：投资额在1万以上，3万(含)以下的，一年可免费住宿5晚;

股东金卡：投资额在2万元以上的，6万(含)以下的，一年可免费住宿10晚。

【 以上优惠只是暂定，最终形成股东权益制度经股东投票表决通过】

十、顾客培养期

开客栈是细水长流型的创业，通常前3个月都处于烧钱的阶段，这时一定要坚持住。

开客栈就像是追女朋友一样，需要时间酝酿。

想在市场中站稳，就必须了解市场，了解客户需求。

客户就是我们的上帝，谁获得了客户谁就获得了市场，客栈才有发展的机会。

因此提高客户服务质量是一个非常重要的任务。

服务不是一方对另一方施舍的恩惠，也不仅仅是设身处地为他人解决什么问题和困难、提供什么样的方便，更不仅仅是形式上的微笑和友好。

服务是一种立足于人格意义的概念，从内在意义来看，是对服务对象，人格的尊重。

最佳的服务是来自内心的情感服务，只有人人都在尊重他人的过程中获得对自身的尊重，服务才能成为一种自觉的，必然的行动，客户服务质量才能实现真正意义上的提高从而与客户建立深厚友谊。

总之给客户提供最大的方便，在同等价格的产品基础上，提高客户服务质量，让客户自己愿意来，增加客户回头率。

十一、组织结构

股东招募完成后根据运营需要，职能需求设立不同组织结构，目的是进行细化分工，整体推进，以发挥很多人之聚合效果。

目前暂时分划的组别有：战略规划部、市场调查部、网络推广部、店铺logo设计部、以及施工、采购部、房间效果美化部、执行部 、股东人事档案部等。

【距离远的股东可以优先考虑市场推广，店铺网页维护优化等工作】 根据各个部门的职能特点，每个部门负责完成一定的任务。

十二、股东形式 【显性股东和隐性股东】

有限公司和股份制公司区别，主要的方面有：

2、最低注册资本限额：有限责任公司注册资本最低限额为3万元;股份有限公司最低限额为人民币500万元。

【因此我们只能是注册为有限公司】

因此，基于第一条有限责任公司股东为1至50人，我们的股东超过50人，就变成能够出现在公司账户上的股东最多只能有50位，那么剩下的怎么办呢?这里就出现了显性持股和隐性持股，即显名股东通过与隐名股东之间的协议确定代持股关系，同时为了优化办理注册公司等等的程序，我们初步显名股东为10到15位【显名股东除了要提供身份证外还要提供很多其他证件】这样导致每名法定的股东背后有许多实际股东，例如a，b，c，d四人。

a为显性股东，b，c，d为隐性股东。

a代持b，c，d的股份。

a和b，c，d签订代持协议。

对于隐性股东。

和显性股东是没有区别的。

我们初步是这样考虑的。

例如投资2万的代持3千的，当然了，也不一定这样。

因为有金额较大的股东说过名字不想出现在公司法人里。

总之，我们在公司注册法人名字上的原则就是金额大的优先，距离近时间多的优先(到时注册公司要跑很多部门，需要用你很多时间和精力)。

【另外有需要的话本人可以做隐性股东，这没关系的】

**商业投资计划书可行性报告篇四**

提供住宿、中餐、茶室、停车、洗衣和宴会服务

二、业务计划书《房管》作者个人情况；

20xx——20xx第二学期学的是餐饮管理。同时还学习了企业财务管理、旅游统计原理与实务、旅游会计、区域经济学、旅游电子商务等经济类和实践类专业。

三、市场评估中的目标客户描述:

在酒店经营初期，我们的目标客户主要分为三类:

1、南京居民。因为酒店位于南京，主题比较新颖，广告会吸引大量好奇的当地人的注意力，他们会选择留在酒店体验。

2、旅游团和各类游客。聚智贤酒店将在开业之初与南京各大旅行社建立良好的客户关系，让来南京的旅游团入住我们酒店。聚智贤酒店作为一家文化体验酒店，其主题文化亲吻南京的情怀，作为南京历史文化的缩影，相信会吸引大量游客来南京旅游。

3、对历史和文化感兴趣的学者和学生。聚脂仙湾酒店作为一家文化体验酒店，以渡江为主题，但却完整地再现了唐、清、民国时期的住宿、餐饮、休闲生活文化。作为创业者，我们也是一个对历史文化感兴趣的群体，有一些研究。我们会尽量还原和介绍历史，为对历史文化感兴趣的群体提供便利，让他们有机会融入其中，体验各个朝代的美好时光。

四、想办特别宴会的人。

注重服务质量，让客户有宾至如归的感觉。比竞争对手更有竞争力，很难保证再注入率。竞争对手的客户群庞大，可以保证入住率。酒店可以给顾客带来新鲜感，满足他们的好奇心。而市场一旦形成，就很容易被模仿和复制。

五、销售计划

1.制品

2.价格

3.位置

(1)选址细节:

(2)选择这个地址的主要原因:这两个地区都是经济中心，人口流量大，消费水平高。这方面的人学识渊博，心胸开阔，乐于接受和尝试新事物。酒店在这方面很容易整合，可以快速收回成本和利润。此外，鼓楼区虽然不是一流的cbd，但也在保证客流在数量的前提下，还可以节省酒店成本，是好选址的第二选择。

(4)选择这种销售方式的原因:酒店销售的产品主要是酒店服务，这决定了酒店产品生产和销售的同步性。而且，酒店顾客——最终消费者对酒店产品的评价，主要来源于他们对酒店所享受的各种服务的直观感受。鉴于顾客的这种直观感受，酒店可以通过顾客反馈的形式来提高酒店的服务水平。进一步提高客户满意度和盈利能力。

**商业投资计划书可行性报告篇五**

mp3、mp4加盟商4家；药店1家、花店2家、蛋糕店1家；目前正在联系步行街部分品牌商家加盟。在学校我们正计划用一种有效的模式来联系一部分餐馆加盟我们。虽然，我们现在的加盟商家还不是很多，涉及领域也并不广泛，但通过和商家的联系，我们觉得这项服务的可行性还是很强的，我们相信最终一定能达到我们预想的效果。

二．项目概况

（1）项目介绍

联盟打折服务就是以“集百卡为一卡”的理念，发行一款设计时尚、新颖并具备一定技术含量的打折卡，取代各个加盟商家各自的贵宾卡、会员卡、打折卡等服务，购卡者凭此卡可在同城的任何一家加盟店享受不同程度的打折服务，从而满足消费者轻松、时尚、优惠尽享的购物需求。

费者成为其忠实的会员，以至于有些消费者能同时携带几十张不同的会员卡去购物，但是这样繁琐的购物只会让人负重不堪，可是有了这样一张联盟打折卡，就能让消费者在方便携带的同时，还享受无尽的会员优惠从而尽享购物时的轻松愉快、时尚高贵。

（2）该项目的市场总量预估：

仅以学校市场分析：据调查分析，新城区学生除学费和住宿费的人均年消费额约为7000元，假设使用我们的联盟打折卡的同学在我们的加盟商家内买东西的年平均花费金额有20xx元，而我们的打折卡在一年内能占有学生总数50%的份额（新城区三所大学共计约有4万人），即拥有约20000会员，则在加盟商家使用该卡消费的年成交额为20000×20xx=4000万元，根据加盟协议，我们按1%—2%的持卡成交额从商家收取加盟费用，就有约60万的收入，另外售卡费用约为30万，所以我们的年收益额约为90万，除去积分兑礼品支出、促销活动的支出、制卡成本、网站维护、广告宣传、硬件设施设置等各项开支，年预计净利润在50万左右，而且随着会员数量增加、加盟商家增多，收益会持续增长；后期随着社会市场开拓逐渐完善，年利润会更加庞大，年利100万的目标绝对是不久的将来就能够实现的。

三．市场分析

目前联盟打折服务在平顶山还没有兴起，而在国内一些大中城市却早已畅行其道，通过对其他地方联盟打折卡业务的考察，可以证明其市场前景是很广阔的。下面对平顶山市区进行市场分析：

我们根据消费群体的不同，将平顶山市场分为学校市场和社会市场两个方面。

（1）学校市场

新城区有三所大学，在校学生人数超过4万，但由于交通问题，外出消费人群数量有限，大部分人的基本消费都在校园内，但是学校内商家繁多，竞争激烈，学生消费分散，导致每个商家的利润空间有限，很难再有更多的盈利。

但如果我们能通过打折卡加盟学校的一部分商家，分别涉及餐饮、衣鞋、礼品、体育用品、电子产品、车票、娱乐、旅游等这些和学生平时消费密切相关的项目，并在加盟商店推出除打折外、还享有消费积分换礼品等一系列吸引人的会员优惠活动来吸引同学们只在加盟商家购物，这样一来，就有效缩减竞争范围，让商家和同学都获得了实惠，而我们则通过发行大量的打折卡和收取商家加盟费来获取利益，真正实现三方共赢。

（2）社会市场

与市区消费群体相比，无论是商家数量、产品种类还是消费人群的规模和金额，学生市场都逊色很多，所以如何能够把握住社会市场，加盟一些优秀的市区商家，把握大量的社会消费群体才是打折卡业务的核心。但是市区商家的激烈竞争却也是有目共睹的，而联盟打折卡的最有效功能就是削减竞争的激烈程度。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**商业投资计划书可行性报告篇六**

网民的快速发展不仅使中国的互联网进入高速成熟阶段，更带动相关产业链迅速拓展。网民数量的增长，会使得很多原来的商业模式成为可能，在投资界里增加可信度。比如游戏与旅游等专业网站，会因网民人数的增长，拥有更好的赢利前景。

5660万的家庭上网人口让人为之兴奋，虽然如此，中国大陆目前的互联网家庭普及率只有5%强，远低于美国、韩国、新加坡、香港等国家和地区50%以上的普及率。来源于信息产业部的数字显示，中国新互联网订户每月增长率为5%至6%，位居全球增长势头最迅猛的国家之列。以这样的增长速度，只需3至4年，中国的互联网普及率便可达到25%，那时，我们看到的将不只是几个5660万，中国的互联网发展前景不可限量。

经过了近几年的大起大落，中国互联网产业得到了社会各界的广泛关注，互联网会改变整个生活的理念已经深入人心。我国加入wto之后，企业能否利用互联网提高效率和开展电子商务已经开始决定企业的生死存亡。互联网也越来越多地走进普通老百姓的生活。目前我国有网民近3000万，预计到2024年将达到1亿。这为互联网的发展提供了良好的群众基础。

第一部分 项目运作可行性

东莞网络基础建设以初建规模，以电信光线和网通宽带2个isp网络供应商，在东莞家用电脑上网覆盖率以达到24%，家用上网普及以每年97%的递增，未来几年东莞网络将会达到一个完善和成熟，在市场日渐成熟的时机，东莞资讯网有力度的抢先进入市场，熟悉条件和状况，在网民中树立“东莞人自己的网站”形象，让东莞人熟悉东莞资讯网提高知名度，达成信任感，让东莞资讯网深入人心，从而达到东莞真正的门户性网站。

另一方面，国内的网络广告市场还正在启动期，投放网上广告的厂商大都是一些国外知名企业。由于网上广告未能充分发挥网络的互动性，广告代理商看不出它与传统的电视广告和平面广告有何区别，因此大大影响了这一市场的发展。事实上，网络广告的实质在于如何利用互联网挖掘到目标客户，更有针对性地传播信息，提高广告的效果。因此，显而易见的事实是如果互联网公司能够提供更具个性化和针对性的网上广告手段，国内网上广告市场将呈现爆炸式增长。门户网站的第二个盈利点在于销售。在发展较大用户群的基础上进行电子商务，网站的收入则主要来自为客户减少成本，增加收益，尔后在此基础上向企业收费，这就是所谓的电子商务模式。模式相同，剩下的就是各家如何使自己的竞争优势得以延续。因此，网络门户必须及早地发展在线营销，在线交易(包括网上订购、网上拍卖、有偿信息服务等)是网络门户发展的必然趋势。

第二部分 项目介绍

网站建设宗旨

定位：服务东莞、辐射省内、吸引全国。

总体目标：以门户性网站为基础做网络多元化经营。

三、网站规划与建设进度

网站规划：

以“东莞人自己的网站”为口号。东莞资讯网涉及东莞人的方方面面，为东莞人提供衣、食、住、行、娱乐、教育、文化公共信息等方面信息服务，同时为丰富网民娱乐性，网站提供游戏、视听、聊天室、交友中心、生活bbs论坛、个人社区、动画等多项娱乐项目。

建设进度：

第一步基础建设

东莞资讯网从东莞各方面入手收集，整理、制作出信息含量高的网页和不断更新的新闻。资讯网分若干个栏目。首页包括各分页的精品荟萃也是整个网站的导航。我们首页设计精美独特，人性化强，能够吸引人。美食栏目详细介绍了东莞酒家、饭店、小吃的位置、电话，同时介绍出全国各地的大中小菜系，能让您感觉进入了美食天地，同时和饭店联合推出网上订购外卖，网上预订餐位，互助性强，在线服务，购物栏目和各商家合作推出全新的网上购物系统，也详细介绍东莞品牌专卖等一些购物信息。旅游栏目资讯网大力宣传东莞的名胜古迹、旅游景点为东莞建设旅游城市出一份力并联合旅行社、旅游公司做在线服务在旅游业上也分得一杯羹。娱乐栏目，主要做一些娱乐新闻、在线视听来吸引网民反复登陆资讯网。医疗栏目，主要是联合有意向的医院、诊所在网上建立一个寻医问药的医疗指南和在线售药。经济文化，教育等栏目资讯网正在及时运作、资讯网还为网民提供了资讯网聊天室，生活论坛，东莞市区内电话查询，求职招聘信息，房屋出租信息等多个服务项目，为网民提供方便快捷的服务。

第二步品牌建设

四、网站结构和栏目板块介绍

网站介绍

东莞资讯网是东莞地区一个大型综合性信息服务性门户网站，它集美食、购物、娱乐、文化、教育、旅游医疗等等多个板块于一体，内容覆盖人民生活各个方面，从衣食住行基本需求到更高层次上的感官精神享受了充分体现了适用和实用的特点，有着广阔的网民市场和良好的发展前景。从理念上来说，东莞资讯网做到了也必须做到为广大网民服务，充分吸引网民，满足社会不同阶层，不同文化背景的网民的各具特点的需求。因此，资讯网各版块专区既有着吸引大众的共同目标又风格各异，拥有着自己的适用人群。

制造快乐，提供方便是东莞资讯网的一大特性，娱乐频道六大板块，给你一个快乐的空间，不同追求，不同品味，不同嗜好的网民均可找到知音，找到最爱，感受网上冲浪带来的快感。此外，资讯网有着超强的服务性信息服务让你感受到网络带来的方便与快捷。

频道

美食

你是否在为朋友聚会没有合适的地点而烦恼，你是否为到哪里去吃一顿美味大餐而伤脑盘，你是否有过不知道吃什么的愁苦，主频道中的美食板块给你选择的空间，美食满足你的“胃”。

购物

旅游

最优质的服务让你领略大自然独特的怡人风光，假期陪同家人去旅游，这已成为很多家庭的休闲方式，东莞资讯网会带您走遍中国走向世界，并可以办理旅游业务，既方便又省心。

娱乐

一周紧张忙碌的工作被老板炒了，被下级排挤了，在这种快节奏高效率的生活中让很多人疲惫不堪，东莞资讯网娱乐版块，减轻你学习工作中带来的压力，让你轻松快乐以一个饱满的精神迎接新的挑战。

医疗

网上医生解决你心理和生理上的各种疾病，不用四处访医问药，无需为没有目的地投医而头痛，点击我们的医疗版块，你可以在最快时间里找出能够对症下药的名医，并且在网上还有许多小病症的预防及治疗方法，省去了不少时间。

教育

在线推广，网上学习考试，教育动态新闻。各学校网上导航，让你足不户，也可以了解各学校动态制度。

文化

文化版块尽显您悠古国华夏五千年的文化，世界文化民族文化集一身，更有当代境界的各种文化，你是一个文学爱好者，如果你有成为作家的梦想那么请点击文化。

同学录

同窗数载，让我们之间架起真诚的友谊桥梁，毕业后各奔东西为自己的事业而奔波，这时候怎样才能建立永久的联系呢?来登录我们的网站吧!把你们的照片给我们，这里会留下那永恒的瞬间，美丽的微笑，即使远在天边或在国外只要到互联网上点击同学录，同学在哪，在干什么就会轻松得知。

制造快乐，提供方便是东莞资讯网的一大特性。在吸引网民方面，资讯网拥有life游戏、life动画、life时尚、life音乐、life影院、life月刊)六个版块，不同追求、不同品味、不同嗜好的网民均可以从中找到知音找出最爱，直至流连忘返，徜徉资讯网，可以深深体会到internet带来的快乐。另一方面，资讯网有着超强的服务性：黄页查询、职业、房屋、二手市场、交友中心、bbs论坛等等太多个服务项目的存在也使资讯网之含量涉及到了网民生活的方方面面，锁定资讯网，可能得到绝对地方便。此两档节目的优质特征是与其板块内部的精密设置分不开的，各分区的内容既各有千秋，又是同样的精神可人。

更要注意的是，这些服务项目全是免费提供，这无疑更增强了资讯网的受欢迎度和竟争力。在制造快乐方面，六块起着至关重要的作用。

娱乐

life游戏

life游戏包括两大项目内容，一是5个类别的游戏方式，它包括“桌面游戏、多人对战、棋类、游戏、纸牌游戏、反恐服务器”，所有的游戏爱好者均可在此展开智力、灵敏度的大比拼，一显身手。二是文字上对游戏的诠述，其内容有“游戏快报、游戏攻略、最新战报、cs指导”四方面，将实践和理论结合起来。

life动画

life动画版块的设定体现了多而不杂、繁而不乱的特点，“mtv、故事片、互动演示、广告演示、国外精品、个人专辑、专栏推荐”七个分区，不仅让网民一目了然，更从知识性，趣味性、创造性多方面展示了现代动画的吸引和感召力。

life时尚

life时尚记录着最前卫的动态，“品版主题、品版酷品、流行专区”三区及“时尚呼吸、流行代码、非常男女、性情解读、广告疯狂、美容美体、创意家居”七个专题全方位地从衣、食、住、行等各方面诠释了时尚的含义、是当代人对时尚的最好理解、少男少女，爱美一族都可以在此寻觅到属于自己真性情的一片天空。

life音乐

life音乐有着最强的视听刺激、动感的心灵之声、“最新专集、最热专曲、最新推崇”三个项目引领了音乐界的新潮;“大陆专区、港台专区、日韩专区、欧美专区、其他集锦”为音乐迷在音乐殿堂里遨游做好了向导。

life影院

life影院，“喜剧片、爱情片、科幻片、动作片、灾难片、恐怖片、卡通片、战争片、伦理片、纪实片电视剧、娱乐时尚、精彩广告片”十三个类型的节目让人目不暇接，难以取舍，另有“点击排行榜、推荐影片影视专集”三项特殊服务，可谓关怀备至，准包点击之人过足影瘾。

life月刊

life月刊带来的“无限暇想”等项目也将成为广大网民时时光顾的理由。

信息服务

在提供方便的方面，东莞资讯网开设了充分体现出网络为民所用为民所爱的适用、实用性项目，下面从三个方面作了具体的分析。

(一)在信息的享有上

1、本市新闻，时事报道是广大市民网民纵览新闻特写，详知天下之事的最好窗口。

2、美食专区为网民介绍正确、合理、科学的饮食习惯，推荐富于享受性的饮食;医疗专区刊载医疗知识解疑，告诫网民“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”

3、购物专区，旅游专区展示国内外商业，旅游业的变动态势，为网民当好顾问。

4、“娱乐专区、教育专区、提供着娱乐界、教育界的动向;文化专区是网民抒写自我情怀、阐发内心感慨、欣赏奇文妙笔、体会百味人生的最好去处;同学录专区则为东莞地区的学校学子们营造了一个温馨共同的家。

(二)在信息服务上

1、黄页查询为网民提供了查询牡市各单位电话号码的方便服务。

2、移动话费查询、手机短信服务等为手机用户拓开了网络中活动空间。

3、二手市场专区方便了市获知信念、加速了资源的充分利用;房屋专区及时通告着我市房屋买卖转让出租求租的信息;求职专区则成为招聘单位、求职人员展示亮相的基地，下载区也为广大网民减免了苦心搜索焦灼等待之累。

(三)在互动交流上

1、bbs论坛是交流性网站不可或缺的一个组成部分，它为网民一吐心中豪情之快发表真知灼见提供了空间。

2、交友中心专区让真诚的朋友相识相聚;活动专区提供着更多互动性服务;聊天室为志同道合的活友建造了一个神侃天堂。

3、爱情故事专区以其感人的魅力为网民带来些许忧伤，带来心灵的震撼。

4、爆笑天地专区中搞笑的贴图幽默的话语会让网民大呼过瘾。

5、星座吾语则是充满着哲理和理性的拳拳之言，不可不信

6、个人空间为广大网民发掘了一个随意设定自我、精心完善自我、重新构筑自我的桃源仙境。

综上所述，东莞资讯网站以自己庞大富有的网络空间，简单快捷的网络交流，为东莞市民和其他网民，商家提供着高效、实在的服务，正逐步成长为东莞人民的生活指导和网络娱乐的贴心顾问，有理由相信，资讯网通过自己的努力，会在倾心耕耘的天地中，达成如此共识：“没有发现东莞资讯网不是网民的错，而进入资讯网却不留意地走开则一定是当事人在犯错。”因为，在这个没有时空限制的世界中，做到了信息详尽、服务周到、制造快乐、提供方便的东莞资讯网会成为省内最好的地区性门户网站之一。

六、信息/资源来源

东莞资讯网信息资源供求分个人信息、商家信息、媒体信息、互联网信息。

个人信息

个人信息供求主要保证质量高真实性强，在东莞收到网民的在线投稿、求职、招聘、房屋出租、求租、转让、二手市场、发表评论、意见时整理审核每条信息要以最快的速度给审核发布到网上。

商家信息

商家信息供求要达到和商家真正的互动，搭建高速完整信息通道。商家信息先期主要是为商家免费提供一些文字连接，商家的最新动态和网民对商家的意见反馈，资讯网自己要整理一套商家(客户)管理，真正做到为商家创造出最高的利润，让商家觉得资讯网是发布新闻动态和做广告促销的第一选择。

媒体信息

媒体信息供求，是资讯网主要的信息来源，和各家媒体信息共享，包括时事新闻、娱乐、医疗、美食、旅游、教育、文化等专题报道，在资讯网没有自己的采编记者时把握好信息的真实性可靠性，尊重版权避免发生纠纷，适当利用信息。

互联网信息

互联网是一个信息资源共享的平台，寻找合作伙伴，建立友好健康的信息供求关系。

七、运作方式

广告运做，广告收入，是网站盈利方式之一，东莞资讯网要成为一座沟通消费者和商家的桥梁，让消费者可以在网站获得真正的消费信息，免费为商家发布信息，在被称为第五代媒体的电子媒体的领头羊，建立自己的客户档案和客户关系。

1.资讯网要做成娱乐、医疗、美食、旅游、集一体的消费指南为广大网民消费提供免费的信息和服务。

2.广告主，就是我们的商家，我们的信息供应来源之一，我们将为商家免费发布最新的消费信息，(以下服务收费)还为商家做网站宣传设计，做出客户满意网民喜欢的广告。为商家制改实现电子商务，发布商家的形象广告。跟踪调查广告效果和回报率为客户做到线上线下整合发展。

3.不要把广告公司看成我们的竞争对手，它们是网站真正的合作伙伴。我们要以合作互利的方针一起开拓培养东莞的广告市场。在先期资讯网没有知名度是建立良好的合作关系，相互为对方的公司免费做形象广告树立打造广告公司和电子媒体的新形象。

4.电子网络媒体现以成为第五代媒体，以成本低，信息量大，互动性强的优势迅速在广告行业中迅速在广告行业找到了自己的位置，资讯网也借助以上优势加上高质量人性化的服务作出精而不乱、多而不烦的网上广告在网民的客户心里，建立良好的形象。

八、收益来源概况

收 益 来 源 概 述

广告服务

横幅广告(banner)

广告尺寸：不定像素(pixels)

广告说明：是互联网广告最常见的形式，其信息量大，注意

力高，适于品牌、形象宣传及促销等大型活动。

广告位置：位于页面上方/下方(各主要频道内均有)。

logo广告(图标广告)

广告尺寸：不定像素(pixels)

广告说明：是互联网广告的基本形式之一，形式生动，表现力强(各主要频道内均有)。

ife周刊广告

广告说明：企业在中华网post4u--电子杂志中，发布具有针对性的文字、图像、文字+图像以及赞助等形式的广告，我们将定期以电子邮件的形式发送至在线订阅的订户信箱中。

广告尺寸：9号

广告说明：以文字链接的形式，出现在网站首页的显著位置，并直接链接至广告网页中。

广告位置：页面上侧

网站服务

文章投稿

以东莞资讯网为平台，为网民提供展示自己的平台，和国内的文学周刊做合作伙伴，文学周刊如看好网站的文章，可于本站联系，在取得稿费时提取30%稿费。

策划服务

我们的市场人员拥有丰富的经验，既有无限创意，亦有充裕

的知识，致力于为客户提供最出色的策略方案。无论你是网络商

或是传统企业，我们都可向你提供全面的网络广告服务，不仅为

客户度身订造最适合的网络服务方案，更为客户提供详细的统计

资料。

主要包括：

高效网络调查

活动推广

本站【】

赞助专题推广

产品推广

电子商务

门户网站的第二个盈利点在于销售。在发展较大用户群的基础上进行电子商务，网站的收入则主要来自为客户减少成本，增加收益，尔后在此基础上向企业收费，这就是所谓的电子商务模式。模式相同，剩下的就是各家如何使自己的竞争优势得以延续。因此，网络门户必须及早地发展在线营销，在线交易(包括网上订购、网上拍卖、有偿信息服务等)是网络门户发展的必然趋势。

电子政务

门户网站的第三个盈利点在政府机构，政府性行为招标，政府性行为采购。

九、项目经济寿命

计算机信息传媒技术应用的时代，经济增长超过历史上任何一个时代。网络信息对美国社会的影响才刚刚开始，对于其它国家的影响将在今后几十年里才能体会出现。

第三部分 投资说明

要成为一家有工商注册的合法网站，有法定代表人、合伙人责任明确的信息化产业。

投资需求说明：

申请黑icp

注册信息传媒公司

购买网络服务器

购买办公用品

网站日常现金流

投资计划：

一期投资网站建设

二期品牌建设

三期网络多元化推广【】

**商业投资计划书可行性报告篇七**

（一）投资计划书是创设新事业时筹措资金必备的文件

台湾地区工商界人士，大家都很忙，有潜力的投资者更忙，尤其要向大老板解释投资构想，大约允许1小时左右，在这1小时当中，仅能做摘要报告，引起他的注意，让他了解交给何单位，何人办理而已。因此必须准备好详细的投资计划书交给大老板，让他带回去给幕僚评估，有了正面的评估意见后，能作出投资决策。目前中国大陆地区私人或各类企业想要向外界筹募资金，有90%以上缺乏投资计划书，这些没有投资计划书的投资案，筹募到资金的概率很底很底。

（二）投资计划书是节省时间的利器

创设新事业投资构想通常相当复杂，要以口头解释让投资者完全清楚，可能要好几天，很少投资者有这耐性，但不完全清楚整个投资构想，投资者又不敢投资。最轻松理想的方式是请投资者吃个饭，稍加解释，交给投资者已写妥之书面“投资计划书”，俟一段时间后，再问有什么不清楚的地方，再征询投资的意愿，省时又省力。

（三）投资计划书是沟通协调的利器

投资计划书如需要较多的资金，势必接触可能投资者的数目会超过20个，因并非百发百中而要将众多投资者召集在一起，不但时间不容易找，且与会人数众多，会前未有共识，会中讨论容易失控，无法达成决议。对众多投资者于短时间内达成共识的方法，便是准备一份清楚易懂的“投资计划书”同时发给众多的投资者，再个别稍加解释。让有共识的人聚集在一起开会，才能很快达成决议。

创设新事业筹划者应了解投资计划书是沟通协调的利器，如不用此工具面对众多的投资者，可能无法负荷，深感疲累，这也是让许多创设新事业计划踏不出第一步的原因。

（四）好的投资计划必须正确、清楚

所谓清楚就是容易懂，让拿到投资计划书的人不必再经口头解释，就可以容易地了解整个投资构想。要清楚，需注意下列三项。

投资计划书要有目录，目录里要指明各章节及附件、附表之页数，以方便投资者很快就可以找到他所要的资料。此外，必须有“投资案汇总”章，这是专门给大老板或高阶人员看的，让他们了解投资计划的大概构想，并知道交给哪个单位或哪个人去评估。

此外，段落要有标题才能清楚，最好每500字以内就要有个标题，让投资者只看标题就约略了解下面500个字是要说什么，并决定要不要看详细内容。例如本段主要在说明“好的投资计划书必须正确清楚”。

（五）投资计划书最好委由有经验的财务顾问或投资专家撰写

常看到许多创设新企业的投资计划书，简直不知从何看起，顶多只能了解产品或技术是什么，即使有简单的财务预算，数字大部分来自直觉，没有根据，不足采信，表达的名词不符合财务会计术语，易生混淆，投资条件不容易了解，即使了解亦不符合商业习惯。这样的投资计划书引不起投资者兴趣，筹募不到资金是不足为奇的。

最好的解决之道便是委由有经验的财务顾问或投资专家撰写。将拟好之“现金流量表及附表”提出来当作参考资料交给财务顾问或投资专家操刀。有经验的财务顾问或投资专家不只被动代拟，更可积极为创设新事业投资计划位定，拟出投资者可接受投资条件，并可进一步代为寻找投资者。

私人创业者应不吝惜给财务顾问或投资专家适当的报酬。所谓“天下没有白吃的午餐”，私人创业者由于仍然穷或不富有，处处都要省钱，但这笔钱是必须且值得付的。行行有专业，创设新事业往往是人生的重大抉择，不宜拿这种事自行摸索，而应该减少决策失误到最低。

通常必须付给财务顾问或投资专家之报酬，一般系由他们所花的时间乘于每小时应计算费用而得，但因为较难客观计算，也有采取每个字新台币2～5元为计算基础作为代撰“投资计划书”之酬劳。写出来的“投资计划书”所有权为委托者所有，他们可以拿出来向投资者作报告，因此无论该投资案筹募资金成功或失败，都必须支付这些酬劳。

（六）创设新公司投资计划书必须以电脑作辅助工具

投资计划书之修改乃是必然的，无法一次就拟妥，较大的投资案，必须集合众人的意见，更需多次的修改。当策略改变时，整个投资计划书全部改变。例如本来要做两样产品，改为一样产品；或本来自行销售，改为仅接受委托制造，皆会使投资计划书改变。此外，资讯不断地明朗化，计划书内容亦会不断地更新，例如投资组合与经营组合渐渐确定，市场、销售渠道渐渐更清楚等等。

透过不断地沟通协调并修改投资计划书，可集结众人智慧，使投资构想更合理，更实际，更可行。估计这样的文字修改达50次以上，才能使一家公司创设。

财务顾问或投资专家如涵蓄接受委托撰写“投资计划书”的业务，最好使用个人电脑处理，否则将会苦不堪言或则工作效率奇差。

这里虽然是对帮忙撰写之财务顾问或投资专家的建议，但创设新事业者仍应了解本节并充分配合。

步骤一取得创设新事业者认可的现金流量表及全部附表。

步骤四研拟生产成本，包括直接人工，直接材料、工厂费用之估算是否合理？

步骤五研拟销售及管理人员之人事费用。

步骤六销售及管理费用是否低估？一般技术人员都会低估此项费用。

步骤七上电脑建立电子试算表或修改创设新事业者所提供在磁碟上之电子试算表，并不断拟修正找出可行的投资计划。

**商业投资计划书可行性报告篇八**

互联网风险资本家，尤其是那些致力于为刚起步的公司提供风险资本的风险资本家，在公司发展的不同阶段提出不同的商业概念时受到了不同程度的抨击。draperfisherjurvetson每年大约出台12000个商业计划，而我们只采纳其中15个。如何从浩如烟海的商业计划中精挑细选出行之有效的商业计划？首先，我们必须回答几个关键问题。寻求风险资本的网络企业家首先应该对自己所要回答的问题，以及可能作出的回答的质量作一个判断。这对于他们而言是极为有利的。

对于网络企业而言，相关问题比商业概念可行性的标准问题更微妙。这些问题一般不适用于传统企业，但是，对于新经济而言，则相当重要。它既可能是一个可以为企业带来亿万利润的商业概念，也可能只是一个普普通通的点子。在叩响风险资本家之门时，你可以先回答如下七个问题。

撰写商业计划书所必需的材料

1、该商业概念是否具有积极的、强化网络效果的功能？

产品及服务是否随着用户及销售范围的拓宽而增值？如果效果是积极的，那么，先发制人、先进的管理、及客户“锁定”都可能对后来者构成难以逾越的壁垒。

2、该商业概念是否具有一定的广度，是否随网络的发展而发展？

以交易为基础的定价方式、多种定价模式并存比固定的定价方式及一锤定音的定价方式更可行。

3、有无推广该商业概念所需的创造性的网络营销技巧？

hotmail的迅速成长离不开我们所说的“滤过性营销”。所谓“滤过性”并不是说我们必须“滤过”某些传统意义上的“病毒”，而是应该“滤过”某些不利于企业发展的“口头宣传”，因为该模式在很大程度上取决于客户的“口碑”。每一位消费者都是企业的自愿宣传者，他们不仅自己使用公司出产的产品，而且把好的信息传递给了自己的亲朋好友。“滤过性营销”使先发制人者大受其益，同时，它也是我们在评估消费型新兴网络公司时所采用的一个重要手段。

4、你懂得随机而变吗？

在目前的经济形势下，一成不变的东西是不存在的。新兴网络公司的优势在于“小而精”，因此，它们随时都可能发生翻天覆地的.变革以适应时代的发展。在网络时代，公司的竞争力取决于思维与行动的速度。

5、存在着什么样的壁垒？

公司的成长可能“一日千里”，也可能“昙花一现”。关键的区别在于，公司内部是否设有客户转换壁垒（switchingbarriersforcustomers），及竞争者进入壁垒。如果公司无法“锁定”客户，变革再迅速也枉然。当我们考虑是否对新兴网络公司进行投资时，我们首先考虑的是客户转换壁垒，模仿者的进入壁垒。互联网有独立的生态圈，并支持商业有机体的衍生，“迅速的模仿者”是与网络与生俱来的。

6、有无可能对公司伸缩性造成影响的人员瓶颈问题？

新兴网络公司往往因人员素质问题而使发展受阻。因此，这类公司往往对人员密集型因素（如咨询、个性化服务）等避而远之。

7、是否具备“市场收缩”策略？

新进入者可以通过降价或提供免费产品，冲击传统企业的既定分销渠道。虽然新市场的规模不大，但是，以低成本为驱动力量的新进入者可以通过重组竞争基础，获得可观的市场份额。在一个免费email市场中，收入相对较少，但是，对于效仿hotmail推销eudora软件及客户软件的公司就可能构成极大的威胁。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn