# 创业项目计划书(模板13篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-09-02

*在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下...*

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**创业项目计划书篇一**

大学网成立于\_年8月27日，是一个由有过从业经历，创业经历的年轻人所领导的团队建立起来的。目前有团队成员7人，分布于西安各大高校，大学网的宗旨是一切为了大学生，致力于在西安建立一个网络，通过该网络促进各种线下活动的开展，给西安广大大学生带来真正的实惠。

二、团队核心成员介绍

刘海洋：本科毕业后任职于知名公司，工作一年后辞职，开始创业。有过创业失败的经历，大学网是第三次创业。为人具有感染力，做事执著，热情，不甘寂寞，有领导力。

王帆：交通大学管理学院在读研究生，项目管理专业，本科时接触各种社团较多，现在研究生会工作。为人较为冷静，思考问题比较周全，善于与人打交道，做事执著，主要负责人事和市场方面。

李钊：交通大学在读研究生，主要负责网页设计和技术方面。

毛琦：交通大学软件学院在读研究生，主要负责网站技术方面。

罗娜：毕业于西北大学。性格活泼开朗，喜欢一切新鲜事物。

郭丹：西安电子科技大学在读研究生，企业管理专业，现任研究生会副主席，本科时曾获全国创业大赛铜奖。目前负责人事外联方面。

赵飞：西安电子科技大学在读研究生，情报专业，现任研究生会副主席，有毅力，工作能力强。

核心成员各司其责，分工明确，特别强调执行力。

三、市场分析

大学网成立于\_年8月，致力于服务西安地区所有高校在校大学生。网站的主要内容均取材于大学生活，“一切为了大学生”，扎根于大学校园，是大学网最大的特点也是立足点。作为一家年轻而富有朝气的学生门户网站，其背后是一支朝气蓬勃富有创新思维和战斗力的团队。团队成员均为在校大学生，这使得大学网的每一个角落都充满着大学生活独特的气息。

目前，西安有几家大学生的综合性网站，然而仅仅提供网上的一部分信息资源，对于我们西安地区的广大大学生来说，并没有提供其真正所需的东西。作为一个地方性的网站却不能提供线下的各种服务，实在是一种极大的浪费。大学网作为后起的网站新秀，目前拥有丰富的频道体系，为大学生提供一个了解社会的窗口和在网上展示自我及相互交流的平台。同时面向商家提供一个直接进入大学校园的新营销渠道。这样在校园与社会之间构架出一个双向的通道。大学网结合自身优势，不断创新，依托于自身网络平台，通过不断的整合校园资源，为大学生提供最全面的服务通道，为企业提供全方位的优秀校园整合营销服务。简单来说，大学网作为后起的网站新秀，其宗旨是一切为了大学生，其理念是以线上促线下，把真正的实惠提供给西安地区的在校大学生们。

四、经营现状

大学网除了以上团队成员外，还有域名资产，目前已经升值到22万元;服务器一台，后台程序一套;对内方面(校园)目前各类人员的招聘已经开始，仅在网上发布招聘启事一周，就有10人应聘栏目编辑，4人应聘ceo，2人希望能有合作;对外方面(商家)已经和几家有了较明确的合作意向;但由于缺乏资金，宣传力度不够，各项工作进展的较慢。(只要5———10万的资金)

五、经营模式

我们的经营模式目前采用校园ceo和栏目编辑的形式。简单来说校园ceo要在西安各大高校均有一人，全面负责该校的各项线下工作;栏目编辑不一定每个学校都有人，只要保证该栏目总人数达到要求即可。

六、盈利模式

简单说来就是以线上促线下，以网站为平台，提供各种线下的服务和商品买卖。具体情况可以进一步了解后面谈。

以上只是最简单的项目介绍。如果需要更进一步了解的话我们有更加详细的策划书。

我们的团队崇尚狼的文化，坚信做事先做人。人对了，坏事也能变成好事，人不行，好事也被做坏。现在我们很诚恳的邀请有识有志之士的加盟，大家一起来做一件事情，请相信我们，只要我们大家团结一心，一个具有各种背景的年轻团队一定能做出一番事业来!期待您的加入!

**创业项目计划书篇二**

创业计划书的起草与创业本身一样是一个复杂的系统工程，不但要对行业、市场进行充分的研究，而且还要有很好的文字功底。

一、餐馆名称：

xxxxx。

命名规则说明：低调，简单，易记，有特色(这里的`特色不是说直接反映风味)但不古怪，不超过四个字，不带湘字。

目前预定的形式是xxxx酒家或xxxx荘

二、餐馆风味：以湘东地区的农家风味为主

三、餐馆预计面积：280 ~ 350 m2

四、目标城市：广州

五、选址要求：

4.餐馆本身需要能停车7 ~ 10辆家用轿车的能力，或是附近不超过200m有停车场。

选址总体评价，由于新手投入资金不宜过大，因此餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但希望往来比较多的人员，并且具有消费能力，希望通过餐馆的风味特色能吸引到老客户，要求能在三个月后能做到盈利1万元/月。

六、餐馆布局要求：大厅内部要求能摆放4人小台或小圆桌12 ~ 15张，10人大台4张，16m2包厢(4\*4m规格)4 ~5个。

(但具体要看店铺的布局)

七、餐馆开张预算：

2.装修设计费用：800元

m2，装修强调排污、通风，费用为x元;d.厕所两个，男厕为1.5m2，女厕为1m2，要求通风，其他无特别需求，装修x元。

自己买材料，总共预计8万元

4.办证费用：要求有消防、环保、卫生许可和营业执照等，费用预计6万元

5.购买用具费用：a.3台5p的空调，包厢4台小1p空调，共元(也可能使用中中央空调);b.十把吊扇或壁扇，共3000元，c.两个冰箱，两个冰柜，一个消毒柜，其计1万元;d.厨房用具，共4.5万元;e.

6.其他不可预计费用，2024元

八、餐馆装修风格说明：

1.门面装修要求显眼，突出特色，不夸张，简练，能体现其消费水平

2.大厅说明：a.桌凳使用原木色的大小八仙桌和长条板凳，或是使用外观上比较结实的大小圆桌，大小圆桌上覆上比较好的米黄色桌布;b.墙面和厅中原有柱子的1m2左右以下以深色瓷砖，厅中为了装修目的自立柱子均以深色为主，天华板不进行完全装修，使用射灯，射灯以上的天华板喷为黑色，大厅灯光要求柔和，但桌面上的灯光要求明亮。

(这里只我的想法，实际以最终的设计为准)

3.包厢装修与大厅一样

4.其他无特别要求

九、人员配备：

2.包厢：以5个包厢计算，5个服务员，

3.大厅：5个人，每四张台1个

4.其他：其他临时人员1人(主要用于服务休息时的轮换)，店主1人。

十、运营费用明细：

1.物业管理费用：每平方不能超过2元/月，以300 m2共计600元/月

2.排污费用：600元/月

3.水电费用燃油费用：水电4000元/月，燃油2024元/月(暂时以此计算，如果燃油越多，说明生意越好)

5. 折旧费用：

6. 原材料：a.原料， 共元/周

7. 其他不可预知费用：1000元/月

十一、菜品说明：

1.坚持两个特色：a.绿色健康食品;b.湘东地区的地道农家风味，大概30%左右的菜品在一般湘菜馆吃不到。

2.坚持推重出新：a.不断推出新菜品，每月2个新菜品;b.跟季节变更，及更换菜品

3.消费水平定位：跟门面地址周边环境相关，但初步定为平均 35~60元/人。

十二、直接成本估计：

直接成本主要包括，油，盐，各种佐料，以及构成菜品的原料。

1.特色菜(挙头产品)成本控制在50%

2.中档但一般湘菜馆少见的，成本控制国40%以内

3.中档常见成本控制在60%以内

4.低档常见菜控制在30%以内，此类主要以蔬菜为主。

以不改变菜品的质量为前提来降低直接成品

十三、最终费用核算：

十四、其他问题点：

计划安排，租房要求房东提供三个月的免租期，第一个月办理与营业相关的各种证件，第二个月准备装修，第三个月准备好与开张相关的事宜。

五 优势与劣势：

本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。

另外，本餐厅采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。

同时，非餐点还提供冷饮、冰粥、等，并提供免费茶水。

简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。

此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。

而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。

另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。

而本人正是学生----这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。

六 财务状况分析

2.运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，固定资本，折旧费，杂项开支等。

3.据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需12600元(场地租赁费用5000元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用2400元，厨房用具购置费用1000元，基本设施费用等2600元)。

资金可有父母提供80%，自己积蓄20%。

4.每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约1500元，收益率30%，毛利润500元。

由此可计算出投资回收期约为一个月。

七 风险与规避

1 外部风险

随着中国加入wto，国外大型餐饮公司进军中国，国际品牌既快又多地进入中国市场，必将给中国餐饮业带来极大的冲击。

餐饮业竞争激烈尤其是来自国外的快餐连锁店，如肯德基、麦当劳在中国的快餐业中占据很大的市场份额。

2 内部管理风险

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

3 市场风险

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

(1) 在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

(2) 项目生产阶段的风险，如果项目已经投产，但没有生产出适销对路的产品，项目可能没有足够的能力支付生产费用和偿还债务。

(3)项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

4 原料资源风险

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

5 应对措施

(1)汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

(2)严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

(3)项目开发阶段进行严格的项目规划，减少项目风险。

(4)进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

(5)与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

6保险和法律 事务健身中心的保险将通过中国平安保险公司购买。

资产保险将保险固定资产和私人资产的实际市场价值，商业意外保险保证赔偿由于意外事故而关门造成的固定现金流入损失。

为了防止意外事故而造成会员、顾客利益受损所引起的法律诉讼，我们还将购买一般责任保险。

当然，中心管理人同会采取有关预防措施，如提供适当指导，给予必要的警告，同会员签署无责任条款合同等。

中心的法律事务交由有丰富经验的法律事务所负责。

**创业项目计划书篇三**

目录

报告目录

第一部分 摘要(整个计划的概括)

(文字在2-3页以内)

一. 项目简单描述(目的、意义、内容、运作方式)

二. 市场目标概述

三. 项目优势及特点简介

四. 利润来源简析

五. 投资和预算

六. 融资方案(资金筹措及投资方式)

七. 财务分析(预算及投资报酬)

第二部分 综述

第一章 项目背景

一. 项目的提出原因

二. 项目环境背景

三. 项目优势分析(资源、技术、人才、管理等方面)

四. 项目运作的可行性

五. 项目的独特与创新分析

第二章 项目介绍

一. 网站建设宗旨

二. 定位与总体目标

三. 网站规划与建设进度

四. 资源整合与系统设计

五. 网站结构/栏目板块

六. 主要栏目介绍

七. 商业模式

八. 技术功能

九. 信息/资源来源

十. 项目运作方式

十一. 网站优势(资源/内容/模式/技术/市场等)

十二. 无形资产

十三. 策略联盟

十四. 网站版权

十五. 收益来源概述

十六. 项目经济寿命

第三章. 市场分析

一. 互联网市场状况及成长

二. 商务模式的市场地位

三. 目标市场的设定

四. 传统行业市场状况(网站市场资源的基础)

六. 市场成长(网站pageview与消费者市场)

七. 本项目产品市场优势(对于特定人群的市场特点的省事、省时、省力、省钱等)

八. 市场趋势预测和市场机会

九. 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. 主要竞争对手情况

第五章 商业实施方案

一. 商业模式实施方案总体规划介绍

二. 营销策划

三. 市场推广

四. 销售方式与环节

五. 作业流程

六. 采购、销售政策的制定

七. 价格方案

八. 服务、投诉与退货

九. 促销和市场渗透(方式及安排、预算)

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

3. 会员制等

十. 获利分析

十一. 销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

第六章 技术可行性分析

一. 平台开发

二. 数据库

三. 系统开发

四. 网页设计

五. 安全技术

六. 内容设计

七. 技术人员

八. 知识产权

第七章 项目实施

1. 项目实施构想(公司的设立、组织结构与股权结构)

2. 网站开发进度设计与阶段目标

3. 营销进度设计与阶段目标

4. 行政管理部门的建立、职工的招募和培训安排

5. 项目执行的成本预估

第八章 投资说明

一. 资金需求说明(用量/期限)

二. 资金使用计划(即用途)及分期

三. 项目投资构成和固定资产投资的分类

四. 主要流动资金构成

五. 投资形式(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)

六. 资本结构

七. 股权结构

八. 股权成本

九. 投资者介入公司管理之程度说明

十. 报告(定期向投资者提供的报告和资金支出预算)

十一. 杂费支付(是否支付中介人手续费)

第九章 投资报酬与退出

一. 股票上市

二. 股权转让

三. 股权回购

四. 股利

第十章 风险分析与规避

一. 政策风险

二. 资源风险

三. 技术风险

四. 市场风险

五. 内部环节脱节风险

六. 成本控制风险

七. 竞争风险

八. 财务风险(应收帐款/坏帐/亏损)

九. 管理风险(含人事/人员流动/关键雇员依赖)

十. 破产风险

第十一章 管理

一. 公司组织结构

二. 现有人力资源或经营团队

三. 管理制度及协调机制

四. 人事计划(配备/招聘/培训/考核)

五. 薪资、福利方案

六. 股权分配和认股计划

第十二章 经营预测

一. 网站经营

1.访问人数成长预测

2.会员增长预测

3.行业联盟预测

二. 销售数量、销售额、毛利率、成长率、投资报酬率预估及计算依据

第十三章 财务可行性分析

一. 财务分析说明

二. 财务数据预测

1. 收入明细表

2. 成本费用明细表

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

三. 财务分析指标

反映财务盈利能力的指标

a. 投资回收期(pt)

b. 投资利润率

c. 投资利税率

d. 不确定性分析

第三部分 附录

一. 附件

1. 主要经营团队名单及简历

2. 专业术语说明

3. 企业形象设计/宣传资料(标识设计、说明书、出版物、包装说明等)

二. 附表

1. 市场受众分析(人群分布/数量等)表

2. 互联网成长状况表

3. 主要设备清单

4. 互联网市场调查表

5. 预估分析表

6. 各种财务报表及财务预估表

一、淘金目标

经营目标

在南京师范大学泰州学院建立首家专业甜品店——心甜甜品店，经营范围为中西式甜品。

品种包括冰淇淋蛋糕类、冰淇淋类、冰淇淋曲奇饼类、沙冰刨冰类、糖水类、羹(露)类、粥类、果汁类、调味乳制品类、布丁类、药膳滋补炖品类、凉茶类龟苓膏类、中式传统点心类等。

经营宗旨

甜美、健康、时尚。

二、市场及竞争分析

市场介绍

南京师范大学泰州学院是一个很年轻的学校，建校至今仅2年多。

目前校内缺乏一家能够系统化管理的甜品店。

而本计划所拟建的.心甜甜品店正是填补了这样一个空白。

市场竞争分析

南京师范大学泰州学院是一个年轻的学校，校内一切设施正在完善之中，资源困乏，学生的消费环境更令人担忧，饮食问题亟待解决。

我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场，我们的经营理念能够支撑起属于我们的天空。

经过分析，我们可以开拓这个市场。

心甜专业经营甜品，坚持品牌化差异化人性化的经营。

用润物细无声的渗透方法，建立和扩大知名度和美誉度，让消费者从认识我到爱我，买我。

目标顾客

有人误认为女生比男生更喜爱甜食，其实是个错误。

事实上，口味的喜好并无性别之分，许多男生也喜爱甜品。

不少女生为了保持苗条身段或为了减肥，往往视甜食为洪水猛兽。

而且如今消费者越来越理智。

所以心甜的目标顾客是全校学生。

三、产品与服务特色

原料专业，放心更多

心甜与知名品牌饮用水、乳制品以及其他原材料的地区供应商建立合作关系，在心甜店堂内点餐区域和各类宣传品上进行标识。

从原料供应商值得信赖的角度出发，给顾客一种食品安全能够确切得到保障的感觉。

品种丰富，选择更多

众口难调。

心甜要尽可能让甜品口味适应各各类品味的顾客。

推出诸多款式的甜品可供各类顾客挑选。

**创业项目计划书篇四**

业务主体将向大众(主要是大学生和青年)提供免费的资讯服务及向自助旅行者这一特定客源市场提供的旅游导向服务，其体现在uchostelling(\"大学旅舍\")网站上。u&chostelling(大学旅舍)立足点在u&c(univercity&college)上，主要体现在\"hostelling(青年旅馆)\"上。随着国内大学旅行社的诞生发展及大学旅游热的兴起，如何将分散的大学旅游配套资源有秩序和组织的发展起来，形成一个大型的跨地域性的旅游服务体系，广泛为日益增多的高校旅行学子提供中转站服务，是许许多多大学生希望的，也是不少旅游企业机构正在考虑的。

hostellinginternational(国际青年旅社)虽然已经进入了中国，并获得了一定成功，但其服务目前只集中在经济发达的珠江三角洲地区(广州、南海、珠海、肇庆、深圳)，与大学生目前的旅行要求有很大的差距。在广大的旅游热点地区，类似青年旅社的服务是相当缺乏甚至没有，面对大学生这个庞大的旅游群体，近年来出现了\"旅游点高校接待\"等萌芽状况的大学生旅游服务中介，但其信誉始终难以稳定。

针对为数众多的大学生旅游者对旅游地区\"青年旅馆\"式服务的需求，uchostelling网站将通过网络形式，结合国内各地高校旅行社的建立情况，通过合作兼并(已建立相应旅游组织)和聘用兼职(尚未建立相应体系)等形式，在网上开展大学生领域的异地接应、当地导游和结伴同行等服务项目，以建立以高校为主要场所的流动性青年旅馆服务体系。

1、前端：

多位有旅游开发经验的业务联络人员及青年旅馆业务管理经验的人员，同时网站具备一支有经验的旅游信息采编队伍。

(1)订票系统：为客户提供网上预订机票及其相关服务。

般班查询

机票预计

订单的查询与修改

退票

代理出票/退票/订单维护功能。

(2)酒店系统：为需要在上查询和预订酒店的客户提供迅速，方便，可靠的在线服务。

客户登录

酒店查询

酒店预订

更改预订

取消预订

房源维护

库存预警

退款模块

(3)旅游线路系统：为客户提供迅捷，方便，可靠的在线旅游信息服务和在线预订。

客户登录

信息查询

线路预订

更改预订

取消预订

旅行社管理和维护

(4)支付系统：提供与各大商业银行安全的在线支付功能。

通过访问本网站，上网者可以看到丰富的旅游资料及专门为大学生设置的旅游导向，可联系到各种旅游帮助机构，如到达旅行目的地的途径、花费、时间、落脚点及到达目的地后的行程安排等等，从高校到高校，既可享受异地旅行的乐趣，又在食住行方面得到相对可靠的保证，既有朋友式的照顾，又以较实惠的价钱完成旅程。

1999年年末我国上网人数890万，根据不完全统计，目前我国网民已突破1000万，随着以大学生为主的校园网民的成长，中国互联网用户的数目急剧增加。

2024年3月份开始，在电子商务热潮下，旅游网站作为模式清晰的icp，其发展前景一度被广泛关注，国内几大旅游网站纷纷有所行动，最为引人注目的是全国最大的旅游网站华夏旅游网与tom。com达成合作意向。旅游网站以其不涉及配送和支付问题以电子商务为主要形式，一时成为投资热点。

但无论是华夏旅游网，中国旅游资讯网还是后起之秀的携程旅游网，他们都把业务重点放在\"旅游行业\"上面，重点放在飞机订票，酒店房间预约等传统旅游业务上，在个人自助游，学生背包游方面始终搞不起特色，所提供的服务作不到本质实处，表现在只介绍相关的旅游知识和由旅行社提供的路线及景点介绍，有关个人旅游的细节鲜见提及。在去年末异军突起的携程旅游网虽然在个人自助游方面搞出一定特色，但其定位仍带有传统自助游的影子，没有充分顾及大学生旅游阶层，其携程旅游方式对于在校的大学生仍存在难以操作的地方。

而另一方面，目前许多旅游网站号称网络旅游便宜、舒适，但熟悉旅行社业务的人都知道，通过网络购票、订房，很难达到旅行团队的人数规模，也即不可能享受到旅行社所得到的折扣，现时网络旅游的风光只不过是网站不惜血本的降价卖广告，不是长期生存的办法。根据一份调查，在整个旅游市场的大批散客当中，90以上原先就不通过旅行社出游，而在这批散客中的上网者，才是目前旅游网站真正争夺的目标顾客。从某种意义上说，传统旅行社和旅游网站说到底并没有正面交锋。目前国内旅游网站的发展主流只不过是旅行社的架构调整，同旅游网站的发展没有什么联系。网上旅游必须根据自己的特点走出自己的路向，做一些通过互联网很容易可以实现的服务。

另一方面，随着人们生活水平及知识水平的\'双重提高，对于旅行的要求也越来越苛刻，传统的\"填鸭式\"随团游对许许多多出外旅行者日渐失去了吸引力，在年轻人当中，自主自由的自助式旅游越来越受到认可，但一个严峻的问题是面对发展迅速的自助游(背包旅行一族)群体，国内的社会配套设施源源跟不上需求，造成许多后旅行遗症。uchostelling(大学旅舍)就是通过网络将\"青年旅馆\"式的配套服务首先在国内有条件的大学区建立起来。目前在广东以外的中国诸多旅游地区，还没有直接以青年旅馆命名的机构，但相类似的为背包旅行者服务的饭店已经出现，这都体现了市场的实际需要，像云南大理、广西桂林都有为自助旅行者服务的配套住宿饭店，在上海黄浦江边古老的理查饭店也已经很接近青年旅馆的标准，但他们缺乏一定的系统协调，在旅游业中的聚焦效应没有充分发挥。

**创业项目计划书篇五**

“再苦不能苦孩子,再穷不能穷教育”的观念已经深入每个中国家庭的心中，随着中国经济的增长，教育在家庭消费中的比重也越来越大。目前，中国的教育市场持续火爆。国内各类教育机构不断涌现，国外教育机构也以各种名义进入中国市场。

所以可以预见中国的学前教育市场，一方面孕育着巨大的机遇，另一方面也要求向着合法化、规范化、规模化、品牌化发展。这就为一些有实力、有远见的投资者展示了一个广阔的市场前景，提供了一个难得的发展机遇，这进一步拓宽了学前教育市场。

xx省xx县东邻老城区，西靠工业园，北接丝网城，现居住人口30人万，其中80后人群占有率30%，且居民家庭经济条件较好，生活水平较高，据不完全统计，其家庭平均年收入在3万元左右。

目前附近已有多座公办幼儿园分别在建；一个第三小学（私立）幼儿园，有三个300平米左右的小型幼儿园。四个幼儿园的孩子合计1200人左右。随着近几年80后人群生育期的到来，幼儿园适龄儿童迅速增加，该区域的幼儿园建设仍需要大力发展。

幼儿园教育内容：

打造国际科学课程，建立丹麦与国内的大型活动设定（4--6）岁；组织儿童吉尼斯比赛

坚持推广幼儿园五大领域课程

（一）第一阶段

1、办公地点

2、办公人员（3名）执行1名教案2名

3、编写课程试运行版（2-3月）

4、课程落地，联系幼儿园免费运行及修改

5、课程正式版本印刷并在北京推广，推广客户群锁定渠道为幼儿园和早教机构。

（二）第二阶段

1、设立北京分公司或直营校

2、建立课程体系，由浅入深形成阶梯（师资培训；课程研发；专家团队；丹麦支持；

3、大型活动:例如吉尼斯、丹麦活动等等。

1、引导幼儿对身边常见事物和现象的特点、变化规律产生兴趣和有探究的欲望。

2、为幼儿的探究活动创造宽松的环境，让每个幼儿都有机会参与尝试，鼓励他们大胆的提出问题，发表不同意见，学会尊重别人的观点和经验。

3、提供丰富的可操作的材料，为每个幼儿都能运用多种感官、多种方式进行探究提供活动的条件。

4、通过引导幼儿积极参加小组讨论、探索等方式，培养幼儿合作学习的意识和能力，学习用多种方式表现、交流、分享探究的过程和结果。

5、引导幼儿对周围环境中的数、量、形、时间和空间等现象产生兴趣，建构初步的数概念，并学习用简单的数学方法解决生活和游戏中某些简单的问题。

6、从生活或媒体中幼儿熟悉的科技成果入手，引导幼儿感受科学技术对生活的影响，培养他们对科学的兴趣和对科学家的崇敬。

依据自己的经济实力，有选择地在当地媒体，通常是电视台、报纸、室外广告牌上做宣传。利用六一儿童节、元旦等节日免费为幼儿发放印有幼儿园名字的背心、小奖品等等。采用以上的促销手段，投资不大，但对吸引家长、扩大知名度很有效果。

**创业项目计划书篇六**

(一)公司名称

\_\_\_广告传媒有限公司、\_\_广告传媒有限公司、\_\_广告传媒有限公司

(二)公司性质

集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的媒介性合资广告公司。

(三)公司宗旨

以帮助客户获取经济效益和社会效益

(四)公司目标

实施个性化的经营理念，打造西部具有一定影响力的广告公司。

(五)创业理念

公司目前处于调查研究和起步的阶段，但是我们形成一个共叫，即在起步之初积极探索发展模式和方向，走一条有自己特色的路子，通过有效的资本运作，从最初吸引小客户做起，以精益求精的务实态度与客户建立良好的长期的合作伙伴关系，逐步扩大自己的经验和名气，一点一点划分属于我们的，断超越自己，这是广告公司发展的关键。

(五)公司服务

1.专业化的广告服务为我们的客户提供具体正确的行业咨询服务，包括数据调查资料，分析结论。从而使得客户的投资更科学、公道，全方位与消费者沟通。成立内部的研究机构，逐渐开创自己的理论架构和知识体系，建立自身文化。与媒体成为战略伙伴，代理和完全买断媒介的大量广告版面和时间，由我们单方向对广告主进行广告媒介的倾销和贩卖。

2.为客户提供正确、科学的市场调查，不必客户东奔西跑，我们为客户提供完善的效果测定服务。

3.用户利益：我们因自身特点具有业务本钱上上风。能把客户所需的广告预算降到最低，做到真正的优质价廉。

第二章市场分析

(一)市场描述

广告行业是我国的新兴行业，20\_\_年我国共有广告公司荚冬几年来公司数目不断增加，营业额和从业职员不断扩大，增长速度可观，全国广告经营额20\_\_年突破20\_\_亿元大关。按照专家的猜测，20\_\_年我国国内生产总值增长不低于7%，将达到21万亿元以上，全国广告经营额大概在3100亿元左右。

(二)目标市场

我们把创业初期目标市场按地域特点分为三类：\_\_地区内部市场，\_\_地区周边市场，\_\_大地区市场，远期目标市场为\_\_地区。

\_\_地区内部市场主要表现为各房地产楼盘全套vi，商品广告，商场广告以及包装。\_\_地区周边市场的主要表现为\_\_各周边县市的户外广告牌，墙体广告的制作。\_\_大地区市场的主要表现为商场或企业事业单位提供市场调查，公关活动策划，举行促销活动所需的广告服务以及各小商展的门面广告，招牌制作，户外广告等。

(三)目标客户

目标客户初期主要定位在\_\_、\_\_、\_\_地区的各建筑商、企业、商场、门面。

(四)建设进度

接触广告公司由筹建、预备到实施预计将花费一个月的时间。其中第一周主要用于资金的筹备，公司前期策划。从第二周开始，我们将用两周的时间，同时从硬件与软件两方面建设公司。到最后一周，在完善公司建设的同时，将联络成都的商务网站与一些广告装潢公司，以及目标顾客群相对集中的广告装潢门面，争取与它们建立贸易伙伴关系。

(五)市场发展战略

创业初期阶段第一年

1.我们初期阶段的发展模式

方案(1)：与\_\_区一些广告装潢公司联系，谋求建立广告联合体。这是由于自身都存在规模小，孤立发展的特点，有的公司具有媒体代理上风，有的具备客户资源，有的具备区域上风。我们通过资本运作，实行横向联合，整合资源，上风互补，降低本钱，风险共担。团体化是中国广告业进一步发展的必然选择。通过各种方式联合形成强有力的广告区域团体。通过规模化经营，上风互补，降低经营本钱。这样有助于摆脱各小公司单独发展的重复和徘徊状态，从而提升整体服务水平。这也对我们公司初期的发展有相当大的帮助。

方案(2)：假如联合不成功，我们初期只能立足\_\_周边地区，抢占四周各类广告业务，我们以设计制作广告招牌为主，辅之进行一些有一定规模和影响的公关策划活动，吃掉大型广告公司所无暇顾及的零散业务，一步步打响名气。在发展中拓展长线业务。珍视同客户的关系，建立良好的客户关系，让今天的广告客户成为明天接触广告公司的义务宣传员。也可以尝试邀宴客户参股，共同发展。

2.联络各商展，门面业主，向其宣传先容本广告公司。

3.寻找广告制作耗材供给商，确保进货渠道的服务与质量。

4.与\_\_个大商务网站建立友情链接，在网上宣传先容本广告公司。

5.开通电话业务咨询以及建立公司网站提供网上咨询服务。

创业发展阶段(第二、三年)

本广告公司在发展初期的规范运营中积累了相当的经验，在\_\_市场具有一定的名气，被越来越多的客户认同，同时公司职员的技术水平，制作设备随着发展上了一个台阶，那么这个阶段的目标是进一步树立本广告公司的品牌形象，并对市场进一步推广，把我们的广告业务目标发展到大中企业。

1.初步建立一个稳定的客户群。能够在\_\_市主流媒体做广告宣传，影响力开始向整个\_\_地区覆盖。

3.把本广告公司向\_\_各地推广，公司利润将趋向稳定化。

第三章公司经营

(一)公司业务

初期的业务内容大体分为：

1.市场服务：市场调查。客户服务。

2.设计制作：广告平面设计。商展招牌制作。广告喷绘。产品包装设计。展示制作。

3.企业咨询：为客户提供广告策划。公关活动策划。

4.广告摄影：产品摄影。产业摄影。科技摄影。外景拍摄等。

5.客户出租：庆典活动的大型升空气球、充气拱门，\_\_\_人等宣传造势工具。成熟期后的业务还要包括：

1.推出数字广告业务，发展互联网广告。20\_\_年，中国网民将突破亿人大关，它标志着以新技术为基础的互联网作为新兴的主流媒体已经走进普通中国人的经济与生活，并将以我们难以预估的速度继续增长，远景广阔。

2.大力推广和发展户外广告。引进高新技术的广告制作项目。

3.婚礼策划：婚礼策划和营造婚礼气氛。

(二)经营策略

1.对公司的治理。维持经营效率是公司的主要治理课题，治理者需要致力于治理上的改良、业务系统的整合、夸大综合绩效以改善经营效率，为此，本公司特地引进日本丰田汽车公司提出的5s治理理念，让员工更有向心力。

2.加强公司形象，进步着名度，吸引客户，同时借助形象的提升，增强市场竞争力，以此为策略的基本方向，让消费者对本公司产生认同感，进步消费者的满足程度。

3.创造区域上风。其主要的策略是以区域型的经营使其在区域的相对规模变大，在区

域内取得较高的竞争地位，求得生存的空间，垫定获利的基础，再求经营范围的扩大。

4.善于从投资设备中挖掘隐躲的利润增长点。

(三)本钱核算

在投资前充分做好各项前期预备工作可减少后期运作中出现意外状况的概率。资金、人力、场地这三个环节中任何一个出现题目都将直接影响到公司的发展。投进资金为元。

(四)经营障碍

1.资金不足导致公司基础建设落后。

2.作为新兴的广告公司，处于资金投进期和市场开拓初始起步期，是获得利润十分困难的主要原因。

3.公司团队整体实力需要作进一步提升。

4.着名度不高。

第四章公司治理

(一)组织结构

治理部：负责公司内部治理，进度调配，公司发展规划。

技术部：负责广告平面设计、商展招牌制作、广告喷绘、产品包装设计、展示制作。市场部：负责公司的对外广告宣传，形象策划。进步公司在社会的着名度。市场调查，分析研究。

信息部：负责与市场外围信息源联系，获取接触公司所需的广告业务信息。并采取与其签订协议的方式组成较稳定的公司资源。建立公司网站为公司的网上业务咨询服务、远程传播等建立基础。

财务部：负责公司的财政支出、收进业务，负责规划和建立完善的财务系统。培训部：负责对公司内部职员的技术和业务方面的培训。

摄影部：负责公司对外广告摄影业务。

人力资源部：负责完善接触广告公司的人事制度。培训公司内部职员。

(三)风险分析

1.外部风险

有限的资金资源：

建立一个公司所需资金量大，同时也需要维持它运转的资金。一旦资金资源不足，无法按照预定计划到位，那么公司将无法运转建设。

2.市场风险

市场的巨大变化：

激烈竞争所带来的后果就是市场的高度细分，个性化消费正在取代大众消费成为市场的主流。面对高度分化的市场，对广告业来说，广告越来越难做了，而对企业而言，则是广告在企业与消费者沟通方面的作用降低了。随着新科技不断涌现，广告的模式和设计也日新月异。最基本的广告牌底材也千变万化。

市场的不确定性：

一开始，目标客户可能还存在信任与习惯的障碍，因而要让目标客户在短期内接受并委托接触广告公司为之服务，困难还是比较大的。

寻求与其他大中型广告公司合伙的不确定性：

成都其他大中广告公司能否接受我们的合伙计划，并为我们公司提供技术、治理、资金等方面支持困难较大。

3.公道性和可实现性

广告业是一个社会效益和经济收益率都非常高的企业，而成都的广告行业的发展得并不规范完善，竞争程度较低。

第四章财务分析

(一)资金来源

资金来源：项目总投资5万元人民痹冬自筹资金5万元。

形式：

(1)中短期融资，限期偿还本金加分红。

(2)合资、合作、股份制。

(二)方案及回报

1.内部收益率40%，投资回收期2年。

2.以个人向朋友融资(也可以以公司名义)，融资方不参与公司建设、治理和运作。

融资回报方式：两年内还本，按公司红利进行5%分红。

3.互联网广告

(1)banner(旗帜广告)：

旗帜广告是一个表现商家广告内容的图片，放置在广告商的主要页面上，是互联网广告中最基本的广告形式，一般是使用gif格式的图像文件，可以使用静态图形，也可用多帧图像拼接为动画图像。

设计用度：500元/个(起)

(2)button(按钮广告又称logo广告)：

一般制作成企业的标识，可以根据客户的需求直接链接到相关页面，适合有一定着名度的企业在网上开展宣传。设计用度：200元/个(起)

(3)floatingicon(移动图标、浮动广告)：

可以根据广告主的要求并结合网页本身特点设计浮动轨迹，广告形式多样，表现形式灵活，既可以以产品图片或企业标识出现也可以根据产品特点形象设计，有很高的曝光率，是目前网上广告中用户青睐的广告产品。

设计用度：300元/个(起)

(4)openingwindow(弹出式广告)：

网络广告主流，即打开页面时跳出的广告页面，无需点击即可链接到相关页面以发布更多内容。

设计用度：800元/个(起)，完成其它业务(包括市场调查等)委托所获取的佣金，报刊杂志广告代理费收进。

第五章创业团队

(一)创业团队简述

项目建议人等对所述广告策划及广告传媒有深进研究，相关团队职员有实验性运作实践并坚持了较深进的业务接触。

(二)创业计划表述

这份公司的创业计划大致描述了创业者的经营理念，今后，我们的一切决策后将来自高层之间的互相启发。我们正进行公司前期的预备工作，我们将进行技术和治理方面的储备。

**创业项目计划书篇七**

电子商务及网上购物产业背景

电子商务产业背景:

21世纪电子商务逐渐成为社会生活的主要方式，成为数字化社会的基础。电子商务活动是通过公共计算机通信网络进行商务活动的现代方式。该方式突破了传统商务在时间和地域上的限制，成为方便，快捷，安全可靠的新兴电子化商务活动模式。电子商务使现代商务活动具有安全，可靠，快速，明确和方便的特点，通过互联网络我们可随时随地开展电子商务活动。

电子商务的发展逐步改变我们的生

活及工作方式。原来纸上交流的管理与商务活动方式逐步变成了由计算机远距离作完成的数字化活动方式。没有了时间，空间和人为条件上的限制，人们的生活和工作将变得方便灵活。特别在获取信息，各种服务活动，付款，送货方式等方面有了根本的变化。任何合法组织和公司甚至个人通过在互联网络上建立自己的站点都可成为全球化的信息发布者。信息的获取具有了广泛的内容和选择;贸易，商务活动中的商品认识，合同谈判，交易都通过互连网信息和网络软件完成。电子商务也完全改变了我们当今的商务方式。由于没有了时间和空间的限制，人们可以在家中处理业务。小公司也可以实现全球在线订货，完成世界商务活动。越来越多的电子货，数字现金等)在线付款方式在电子交易中使用，人们不再受限制于物理现金的携带和使用。从现在年轻人对网络的依赖程度可以看到今后电子商务的比重会越来越大。并且从网络发展态势来看，现在正是发展电子商务的大好时机，市场空白点也有很多。网上购物的发展前景分析:

一、随着网络的遍及，截至今年6月底，网民规模达到4(85亿，较20xx年底增加2770万人，增幅6(1，。而且在这时网民的品质也大大进步，平均每天的上网时间也有很大的提升。

二、观念的改变。如今随着网购交易平台的兴起和信誉的提升，网上购物逐渐赢得消费者的信赖。大多消费者乐于足不出户，享受购物的乐趣。

三、网购商品近数量种类的增多，网购平台建设的发展。

到20xx年，我国网络零售平台有望覆盖约5亿人口。较宽广的选择面，相对于店面略低的价格，各种促销活动，使得不少人更加乐意去网购，淘一些新颖或稀奇古怪的东西或去一些网上折扣店去淘衣服。

四、市场巨大。目前网购还处于成长期，潜力大。

五、网上购物竞争激烈。如淘宝、凡客诚品、当当网、京东商城、麦网、欧谷商城、卓越亚马逊、天天团购网(时尚优品)等都是有力的竞争对手。

今后若干年内我国上网人口仍将以中高收入水平的人群为主，们购买力强，教育程度较高，费个\*化要求比较强烈。所以，提供一条龙服务的垂直型网站及某一类产品和服务的\*网站发展潜力很大。

和制造过程中去。对所有面向个人消费者的电子商务活动来说，提供多样化的比传统商业企业更具个\*化的服务，也将成为决定今后成败的关键因素。

随着电子商务的蓬勃发展，网上超市在零售业中的地位日益显著。网上超市是b2c电子商务的一种类型，即整合了[网络数据流优势\"和[实体超市物流优势\"的网络营销中介与消费者之间的商务模式，二者的强强结合形成了网上超市的生命力。目前制约我国网上超市发展的两大因素--[物流\"和[数据流\"中，[数据流\"所涉及的信息流、资金流、商流等问题的解决已有长足进步，但[物流\"因素的成长仍然非常缓慢，是当前网上超市发展战略面临的`核心问题。据悉，常州市目前的具备一定规模的网上超市有:淘常州网，常州生活网。服务区域的广阔明显制约了其物流体制的发展，我们的school网上购物超市将针对这一点，制定了以常州天宁区电大学生群体为基础，开办网上超市，逐步面向常州市发展的策略。

二、我的项目介绍、项目的产品介绍

产品名称:school网上超市购物平台

我们所提供的服务:网上超市(主营)，免费店铺宣传，新闻咨讯服务，物品流通最新情况。

我们提供服务的过程中应该注意的各种因素:

本平台刚开始运作的区域为高教园区，所以服务对象的群体当中学生占了95%以上，所以在初始阶段我们的服务应当尽量围绕学生这个群体。

应该尽量想办法让我们的服务人群享受到便利，让他们更省钱或更赚钱。

要让我们的服务人群在我们的网站服务中得到实惠，这样他们才会记住我们的网站。

三、市场分析、项目的市场定位

我们的初期服务对象:常州市天宁区高校的在校大学生

我们的后期服务对象:常州市市全体高校园区的大学生。

项目实施目标

前期目标:投入常州市天宁区区市场，获得50%以上的知名度，占有5%的市场销售额。中期目标:在高教园区达到90%以上的知名度，占有15%的市场销售额。

长期目标:在高教园区占有20%的市场销售额，使其保持一个稳定状态，作好向整个宁波市推广工作。

b2c市场的良好发展势头为我们的网上超市提供了很好的发展前景，目前，专门在高教园为学生提供网上超市消费的平台还没有出现，而我们的school网上超市将大市场背景和高教园区的具体情况结合起来，b2c市场的持续火暴也为我们的平台提供了一个很好的市场切入点。

目前，常州天宁区有七所学校，经统计学生人数在5。5万人左右，是一个不可忽视的消费群体。通过调查我们学校的4个超市，一天的总销售额在2。6万左右，我们学校有学生1。1万，如此推算，在高教园区每天将有13万元消费在学校的实体超市中，一个学期按4个半月算，就有1755万的销售额，这是一个非常可观的数字。

根据市场分析，我们的竞争对象主要是常州网上平价超市和高教园区各类实体超市，以上两类超市为我们初期的主要竞争对手，常州网上平价超市作为一个网上超市已经拥有一定的知名度和相对成熟的技术，以及比较固定的受众(主要为常州市区的百姓);高教园区的各类超市主要以学生为服务对象，并且已广泛被学生接受。

四，产品和服务介绍，电子商务策略

名称:caq超安全网络开发有限公司

宗旨:为人们提供更为方便快捷的购物方式，为商家提供更为系统的宣传平台。

本公司是基于互联网的面向宁波市的电子商务网站实体公司，以网上超市的经营为主，通过信息流、物流的整合为消费者提供购物便利。

主营范围:各类实体超市货架商品的网上订购，包括食品、生活用品、数码产品、书籍、二手交易等大众消费商品。

副营范围:通过对高教园区的各实体商家资料的整合，为他们免费提供网上店铺的宣传平台，以此吸引商家关注，扩大网站流量。另外，对大学生群体中个别开有网上店铺的学生免费提供专门的链接平台，实现互利，学生代理、毕业生二手材物品的拍卖等学生物品的信息发布。

公司发展战略

20xx.10-20xx.12公司成立:招聘系统制作技术人员，招聘货物采购人员，招聘送货人员，与大超市进行合作会谈，进行前期的网页制作和系统开发，设立详细的配送网络，布置配送站点，公司成员筹集资金，吸引风险投资。

20xx.1-20xx.6网络营销方案成功实行，网站正常运作，网上超市品牌深入人心，在学生群体里面已经具备一定的影响力，与实体超市的合作关系良好，超市货架种类日益增多，开始实行网站广告业务，经营实现基本盈利。

20xx.7-20xx.7优化资源配置，调整公司结构，在探索中寻求进一步创新，谋求更大发展实现盈利，网站品牌深入人心。

20xx.7-20xx.6常州市高教园区的市场稳定，在营业额稳步增长的同时，开拓新业务，争取打入宁波市网上交易市场，并占取一定量的市场份额。

五，赢利模式经营风险和防范

目前网上零售业存在的问题:

(1)配送时间过长。许多网站不能做出当天收单，当天送到的承诺。这与购买日用品的消费者的要求存在一定差距。而网上零售需要尽量快速的配送，对配送时间要求较高。

物能经营的品种。网上超市为了获得利润，必须尽可能地降低成本，尤其是配送成本，这样才能使自己具有较强的竞争力。

(3)客户售后服务水平无法保\*。对于虚拟空间中的网络和现实世界中的客户来说，物流配送是连接他们的唯一桥梁。现代网上零售所要求的物流配送不仅仅是送货，而是最终协助网上零售企业完成售后服务，提供更多的增值服务。

面临的主要风险

市场方面:如何应对校园超市可能出现的挑战，(即:a。打价格战;b。也采取送货上门服务)

物流方面:如何避免库存商品的积压，

我们采取的策略

费连接等)在竞争中取胜。另外投资经营者可分析具体的情况，选择是否能与校园超市合作，实现更大的利润。

物流方面:

由于部分销量较少的商品是与实体超市合作，对于这类商品就不存在库存的问题。其他商品可根据库存量，对其进行促销或改变商品在网页中的位置，来增加销量避免积压。并且公司安排销售分析人员，根据前段时间商品的销量及其他因素来合理调整进货量，从根本上防止出现商品积压。

六，团队规划和分工

各部门的主要职责为:

董事会:管理和协调网站内部各部门之间的工作。

1、负责网站建设及公司整体运营;

2、负责市场开发及\*;

3、负责网站美工及信息收集;

4、负责网站系统开发和技术维护;

5、负责商品采购和配送;

6、负责人员招聘及财务管理;

技术部:负责网站初期的技术开发，特别是网上超市的系统开发，以及中后期的维护、网页内容的更新等工作。并解决网站运行中出现的意外问题，如:黑客攻击等。

财务部:负责公司的财政支出、收入业务，负责建立完善的财务系统。

高教园区周边商家、学生等所有业务。

人力资源部:完善公司的人事制度。招募人力资源，制定薪酬制度。

采购部:负责从供应商处批发货物，并且负责整个配送网络的商品配送服务。

七，投入和产出比分析

网络营销任务:

网站建设和维护:网上超市的网站建设与网络营销方法和效果有直接关系，没有\*化的网站作为基础，网络营销的方法和效果将受很大限制，因此建立一个网络营销导向的网上超市网站作为根本保障。

网站推广:网站推广的基本目的就是为了让更多高教园区学生成为信息时代的新型消费者。

建立这类网站所需的资金不多，可通过各种适合开发商进行融资:比如通过起步阶段的推广，吸引广告商的投资;通过市场初步调查，加上决策者和技术人员的共同探讨，确立和完善下一步的网站内容计划。在发展阶段，结合从广告投资者得到的收益，以及让消费者获利所需的开支，分析初步的经验，确立一套成熟的方案，如怎样让消费者在自愿范围内看到更多的广告，并获得满意，让广告商能看到广告的益，并且愿意投资，从而使得网站得以推行最终达到利润的最大化。

**创业项目计划书篇八**

教育背景，学习的相关课程及企业管理、经营经验。

公司的业务和目标及其他。重点包括对公司及产品（服务）的介绍；指出新思想的构成过程和对企业发展目标的展望。

1、目标客户描述；

2、市场的容量/本企业预计市场占有率；

3、市场容量的变化趋势；

4、竞争对手的主要优势；

5、竞争对手的主要劣势；

6、相对于竞争对手的主要优势；

7、相对于竞争对手的主要劣势。

1、运作方式，包括产品（服务）介绍及产量目标；

2、资源配置，包括生产运作设施配置，生产资料配置和劳动力配置；

3、管理模式，包括公司的物流管理和质量管理。

1、营销计划；

2、竞争性推销；

3、市场渗透计划（如何持续、提高市场占有率）。

1、企业注册的.所有制形式；

2、核心管理层，包括工作职责、经验、潜力、专长、月薪；

3、员工安排，包括部门、人数、具体职责、月薪（能够附加组织结构图和工作描述）；

4、公司的经营执照及费用预测；

5、公司的职责，包括保险、纳税等费用预测。

1、预算及投资报酬；

2、财务数据，包括营业收入和费用、现金流量；

3、财务分析，包括资债平衡预测、月收入表和财务变化、各类财务预测的表图。

**创业项目计划书篇九**

项目名称：

申请人：

联系地址：

联系电话:

电子邮件:

提交日期：

摘要

请简要叙述以下内容：

1.项目基本情况(项目名称、启动时间、主要产品/服务、目前进展。)

2.主要管理者(姓名、性别、学历、毕业院校、毕业时间，主要经历。)

3.研究与开发(已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的经费及今后投入计划)

4.行业及市场(行业历史与前景，市场规模及发展趋势，行业竞争对手及本项目竞争优势。)

5.营销策略(在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的措施。)

6.产品生产(生产方式，生产工艺，质量控制)

7.财务计划(资金需求量、使用计划，拟出让股份，未来三年的财务预测和投资者回报。)

项目名称：

启动时间：

准备注册资本：

项目进展：(说明自项目启动以来至目前的进展情况)

主要股东：(列表说明目前股东的名称、出资额、出资形式、单位和联系电话。)

组织机构：(用图来表示)

主要业务：(准备经营的主要业务。)

盈利模式：(详细说明本项目的商业盈利模式。)

未来3年的发展战略和经营目标：(行业地位、销售收入、市场占有率、产品品牌等。)

2.1成立公司的董事会：(董事成员，姓名，职务，工作单位和联系电话)

2.2高管层简介：董事长、总经理、主要技术负责人、主要营销负责人、主要财务负责人(姓名，性别，年龄，学历，专业，职称，毕业院校，联系电话，主要经历和业绩，主要说明在本行业内的管理经验和成功案例。)

2.3激励和约束机制：(公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制和奖励措施。)

4.1项目的技术可行性和成熟性分析

4.1.2项目的技术创新性论述

(1)基本原理及关键技术内容

(2)技术创新点

4.1.2项目成熟性和可靠性分析

4.2项目的研发成果及主要技术竞争对手：(产品是否经国际、国内各级行业权威部门和机构鉴定;国内外情况，项目在技术与产品开发方面的国内外竞争对手，项目为提高竞争力所采取的措施。)

4.3后续研发计划：(请说明为保证产品性能、产品升级换代和保持技术先进水平，项目的研发重点、正在或未来3年内拟研发的新产品。)

4.4研发投入：(截止到现在项目在技术开发方面的资金总投入，计划再投入的多少开发资金，列表说明每年购置开发设备、员工费用以及与开发有关的其它费用。)

4.5技术资源和合作：(项目现有技术资源以及技术储备情况，是否寻求技术开发依托和合作，如大专院校、科研院所等，若有请说明合作方式。)

4.6技术保密和激励措施：(请说明项目采取那些技术保密措施，怎样的激励机制，以确保项目技术文件的安全性和关键技术人员和技术队伍的稳定性。)

5.1行业状况：(发展历史及现状，哪些变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策导向和限制等。)

5.2市场前景与预测：(全行业销售发展预测并注明资料来源或依据。)

5.3目标市场：(请对产品/服务所面向的主要用户种类进行详细说明。)

5.4主要竞争对手：(说明行业内主要竞争对手的情况，主要描述在主要销售市场中的竞争对手，他们所占市场份额，竞争优势和竞争劣势)

5.5市场壁垒：(请说明市场销售有无行业管制，公司产品进入市场的难度及对策)

5.6 swot分析：(产品/服务与竞争者相比的优势与劣势，面临的机会与威胁)

5.7销售预测：(预测公司未来3年的销售收入和市场份额)

6.1价格策略：(销售成本的构成,销售价格制订依据和折扣政策)

6.2行销策略：(请说明在建立销售网络、销售渠道、广告促销、设立代理商、分销商和售后服务方面的策略与实施办法)

6.3激励机制：(说明建立一支素质良好的销售队伍的策略与办法,对销售人员采取什么样的激励和约束机制)

7.1产品生产(产品的生产方式是自己生产还是委托加工，生产规模，生产场地，工艺流程，生产设备，质量管理，原材料采购及库存管理等)

7.2生产人员配备及管理

9.1股权中小企业融资数量和权益：(希望创业基金参股本项目的数量，其他资金来源和额度，以及各投资参与者在公司中所占权益)

9.2资金用途和使用计划：(请列表说明中小企业融资后项目实施计划，包括资金投入进度，效果和起止时间等。)

9.3投资回报：(说明中小企业融资后未来3 -5年平均年投资回报率及有关依据。)

9.4财务预测：(请提供中小企业融资后未来3年项目预测的资产负债表、损益表、现金流量表，并说明财务预测数据编制的依据。)

**创业项目计划书篇十**

一、 设计管理研究(设计思想)

根据网上目标顾客的需求，进行价值沟通、价值创造和价值传递。我们设计了一套完整的网络营销活动需要五种基本的平台：信息平台、制造平台、交易平台、物流平台和服务平台。 这五种平台分别执行不同的职能，彼此之间又相互依存，相互支持，形成一个有机的整体。因此，在设计和管理这些平台的过程中，充分考虑它们之间的区别和联系，围绕顾客价值的让渡和企业获利能力的提高进行实际运作，以促进网络营销整体效益的长期最大化。

(一)、信息平台的设计与管理

横财科技信息平台的设计不仅有自己相对独立的功能，而且广泛、深入地渗透到其它四个平台之中，信息平台的基本功能是搜集、处理和发送与企业网络营销有关的各种信息，展示公司(微观环境)及行业(宏观环境)的最新动态。

从服务对象和服务内容上看，信息平台要面向内部用户和外部用户开展信息工作，并建立和完善相应的数据库。对内部用户，提供了不同权限的信息维护、整理和更新功能(主要表现在平台的后台管理上)。对外部用户(客户、合作伙伴)，主要提供相关信息的咨询、搜索和信息的反馈，特别对于客户的定单查询，邮件订阅等。

为了提高信息平台的效率和准确性，把各种信息沟通管道整合为一个有机的整体。横财科技把网络站点、电话系统、留言反馈系统、电子邮件系统等管道应彼此连接，及时互通信息，为所有相关的信息服务对象提供使用权限内的最大限度的方便。

(二)、制造平台的设计与管理

借助网络把顾客信息、竞争信息和内部报告信息与产品的设计制造技术紧密结合起来，创造具有高度顾客价值和良好经济效益的产品。其核心任务是在网络环境下成功地开发新产品。这里主要利用客户的具体需求，开展一对一的定制业务，以更能为客户设计、生产个性化的产品。

找准新产品开发方向，使新产品更适合顾客需求。因此。充分利用横财网络平台的便捷性和互动性，更多地接触和了解顾客，鼓励顾客的参与;借助企业内外的脑力，深入地分析和研究顾客的心理和需求;利用文化、科技和消费发展趋势，诱导市场需求，培育新产品的目标市场。

但是，为满足顾客的个性化需求，企业在网络营销中使用市场细分、超市场细分乃至一对一营销，这无疑加大了产品的制造成本和营销成本。因此，我们施行大量定制化生产，以减少顾客对商品个性化的要求导致规模生产成本优势削弱的不利影响。产品尽量满足顾客的特殊化要求，并且生产地应尽量靠近顾客需求的产品。

(三)、交易平台的设计与管理

真正盈利的网络营销是一种把网上和网下的资源加以整合和综合利用的商业模式 。因此，我们把交易平台设计成网上和网下既可并行又可相互结合和贯通的模式，能为顾客带来更多的机会、更大的方便，并增强企业的快速反应能力和市场声誉。使顾客相信并切实体验到，购买企业产品，只须花费最小的顾客成本，而获得最大的顾客价值。

(四)、物流平台的设计与管理

由于本企业所涉及的产品主要是无形(信息)的产品或方案，所以，对于信息功能和交易功能，及时传递供需信息，要求特别高。充分利用网络订货系统、商品分类管理系统、配送需求计划管理系统、以销售资料建立的预测与计划系统等。此外，充分利用网络与基于iternet通讯技术，让客户方便地知道所订购的产品进入的环节，以树立起顾客对公司的安全感和信赖，提高客户忠诚度。

(五)、服务平台的设计与管理

制定服务标准，推广服务理念。服务具有无形性的.特点，在购买之前，是很难被顾客所感知的，顾客往往无法预知结果。通过制定明确、具体的服务标准，消除顾客的“模糊预期”，使服务具有可衡量性。如果服务达不到既定标准，我们可以迅速从中发现服务缺陷，并采取相应的措施予以修正，或在一定程度上在顾客投诉之前对服务缺陷进行弥补。

提供良好的资讯和个性化服务。我们与顾客之间的互动主要是在资讯服务的界面上进行的，因此网络营销企业首先要充分利用信息平台为顾客提供良好的资讯服务。网络主页的设计不仅包括宣传企业和介绍产品，而且和客户一起，就产品的设计、质量、包装、交付条件、售后服务等进行一对一的交流，帮助顾客拟定可行的解决方案。信息的沟通主要借助现代信息技术进行，如传真、免费e-mail新闻组、邮件列表等。对服务质量进行跟踪和评价，最终使改进服务流程的计划转化为服务效益。

(六)各种基本功能平台的整合

由于上述五种基本功能平台之间的相互依存关系，我们只有将这些基本功能平台进行统一的规划和管理，使它们彼此相互协调、相互促进，才能实现整个网络营销平台的最优化，从而最大限度地促进企业网络营销目标的实现。这种系统性的整合，主要以互联网站为核心，全面开发和整合网络营销平台的功能。

互联网站是将网络营销的各种基本功能平台加以整合的共同操作界面和载体。

使信息管理部门同营销、生产、财务、后勤等部门密切合作，开发、利用、维护和完善企业网站的各种经济和经营功能，如信息发布与反馈、产品设计、谈判与交易、在线结算与支付、服务支持等。

二、 基于以上设计思想，横财科技网络平台基本功能主要表现在

品牌形象、产品/服务展示、信息发布、顾客服务、顾客关系、网上调查、网上联盟、网上销售、邮件列表等方面。后台兼有定单处理、会员管理、库存管理、流言回复管理、营销网络管理、邮件列表管理和信息发布管理。

1、 品牌形象。网站的形象代表着企业的网上品牌形象，人们在网上了解一个企业的主要方式就是访问该公司的网站，网站建设的专业化与否直接影响企业的网络品牌形象，同时也对网站的其他功能产生直接影响。所以，我们的网站主要体现简单、清新，以业务处理为重点。

2、 产品/服务展示。顾客访问网站的主要目的是为了对公司的产品和服务进行深入的了解。因此，产品展示和新闻咨询栏目成为本站主页的主要内容。主要价值也就在于灵活地向客户展示产品的说明及图片信息，和可以随时更新的产品宣传资料。

3、 信息发布。网站是一个信息载体，可以发布一切有利于企业形象、顾客服务以及促进销售的企业新闻、产品信息、各种促销信息、招标信息、合作信息、人员招聘信息等等。因此，拥有本网站就相当于一个强有力的宣传工具。

4、 顾客服务、邮件列表。通过网站为顾客提供各种在线服务和帮助信息，及其邮件的免费订阅。在线填写寻求帮助的表单、通过聊天实时回答顾客的咨询等等。解决了客户购物的不适应性问题。

5、 网上调查、会员管理。通过网站上的在线调查和会员管理，获得用户的反用于馈信息，用于产品调查、消费者行为调查、品牌形象调查等，是获得第一手市场资料，以便为公司的下一步发展作好准备。同时可以有针对性地对有效客户展开数据库营销。

6、 网上联盟。由此获得更好的网上推广效果，需要与供应商、经销商、客户网站、以及其他内容互补或者相关的企业建立合作关系。

7、 网上销售。建立网站及开展网络营销活动的目的之一为了增加销售，一个功能完善的网站本身就可以完成订单确认、网上支付等电子商务功能，即网站本身就是一个销售渠道，是一个最基本的功能。

8、 库存管理、定单处理。分为成功订单，未处理订单，有效订单，无效订单，待核对订单等。

三、解决的问题(综合以上，本平台设计所解决的主要问题)：

1.电子商务交易平台的不规范问题

2.电子商务后台数据的管理问题，把先进的数据库技术运用于文档管理，促进企业信息化管理的进步。

3.购物流程对大众消费心理的适应问题

4.版面设计的人性化问题

5.功能摸开的实际行业化、个性化问题

6.销售过程中市场信息的及时捕捉和反馈。企业客户资源的全面信息化管理，使企业通盘掌握客户资源，利于企业合理利用和有效整合。

7. 客户资源的有效管理和利用，升级企业客户服务管理水平，提高客户满意度，提高客户对企业的信任度和忠诚度，从而增加企业的利润。

8. 销售制度的有效实施和销售过程的规范化管理

10. 解决了销售过程中各部门的及时沟通和配合，销售效率的有效提高和客户服务的改善。

11. 可定制服务使得提供的产品和服务的设计更加人性化，更贴近客户的切身需求，更符合客户的个体利益。

**创业项目计划书篇十一**

本计划书在对cc市二手车经营情况和cc长力汽车销售有限公司具体情况分析的基础上，运用swot模型分析公司在经营二手车业务上的优势、劣势和公司外部环境存在二手车经营的机会、威胁。

并制定二手车经营方案，包括：

公司经营二手车的目标市场、市场定位、进入方式、价格策略、经营目标、建立营销渠道和促销策略。

目标市场：

cc市及周边地区中高等收入的消费者。

市场定位：

为中高等收入的消费者提供优质的二手车并提供优质全面的服务。

进入方式：

作为cc本田的特约经销商，在cc本田汽车有限公司的统一指导下，秉承cc本田经营理念和严格的技术质量担保体系、科学规范的服务流程、诚信透明的服务机制，以二手车品牌经销商方式进入市场，对cc本田系列汽车二手车业务实行品牌化的管理和国际化操作流程，利用现有的场地、资金和人员，加以拍卖、代售等有效补充形式，开展cc本田系列二手车的经营。

价格策略：

cc本田系列车型的二手车由于在厂家的统一指导下，对二手车进行全面系统的检查、检测和保养，并由厂家提供一定范围的保修服务和享受新车一体化的售后服务，在市场经营中处于产品质量领先的地位，并在cc本田的品牌效应下，可以把利润水平确定在高于目前二手车市场平均利润水平之上。

经营目标：

在既定的进入方式和价格策略之下，公司二手车项目经营的第一年目标为销售160台，销售额2560万元，以后每年按20~30%的幅度增长。

营销渠道：

经营二手车业务中，由于公司既直接面对消费客户有面对其它二手车的零售商，因此，公司的渠道既有零级渠道即直接面对客户又有一级渠道即面对零售商。

**创业项目计划书篇十二**

随着我国大学生人数的不断增加，大学生毕业后所面临的就业压力也越来越大。因此，大学生在校期间就必须不断找机会锻炼自己，增长才干，积累经验，为将来找工作打下基础。为了能够给在校大学生提供更多的实习机会，我们预备创建一个专门针对大学生的兼职网站。这个网站的宗旨是为大学生提供正确的兼职信息，方便他们在课后之余能够轻松找到一份兼职。这样，一来，省往了大学生寻找兼职的麻烦和轻易上当的危险;二来，大学生可以在这个网站上轻松找到适合自己的兼职。

网站名称:××大学生兼职网

网站域名：××××××××

网站宗旨：以免费帮助长沙所有大学生寻找兼职为己任，旨在通过科学、专业、真实的网页信息来架起大学生与人才需求者之间沟通的桥梁。让学生能够在工作中锻炼自己，让人才需求者能够获得最好的大学生兼职服务。

网站目标：打造成为××最专业的，最真实的大学生兼职网

创业理念：“××大学生兼职网”目前处于调查研究和规划的阶段。创立这个网站的灵感来自于自己在学校的观察以及和同学们的接触得知：现在，越来越多的大学生希看在课余时间能够找一份兼职，可目前，××还没有一个专门专业的大学生兼职网站来为他们提供真实可靠的兼职信息，这种供需矛盾体现得就越来越明显。为了缓解这种供需矛盾，让大学生在通过网上中介机构寻找兼职工作的时候不上当受骗，创建这个“××大学生兼职网”的想法就应运而生。

网站服务：

1.专业化的兼职信息服务

为人才需求者发布兼职招聘信息。当有个人或者公司可以提供兼职岗位时，他们班长辞职申请书可以和公司联系，经过确认后，公司会及时正确的将兼职信息发不到网站。这样，人才需求者就可以很方便快捷地获得需要的人才。

为在校大学生提供真实的兼职信息。当有大学生想寻求一份兼职时，他们可以通过这个平台到适合自己的工作。

2.个性化的兼职技能培训。我们团队会为每一位即将做兼职的同学提供免费的专业的兼职技能培训，始每一个同学能在自己的兼职岗位上快速熟悉该工作。

摘要：大学生从事兼职工作，目前已呈现多元化的发展趋势，越来越多的大学生通过网站的中介机构寻找兼职工作，也有不少企业或个人通过中介机构招聘兼职职员。通过对中介机构，企业，学校和学生的调查，对大学生在兼职过程中出现的题目，秉着维护学生利益的原则提出了针对性的看法和建议。

1.研究方法

本次调查以工商大学的在校大学生为主，采用随机抽样的方法选取调查对象，发放调查问卷一百份，回收有效问卷90份，回收率为90%。另外，我们还通过走访，面谈等方式对中介机构和学生进行了访谈。最后，对回收的问卷进行整理和分析。

2.调查结果及分析

我们的问卷显示，大部分的学生都有寻找一份兼职工作的意愿。而其中，希看通过中介机构寻找兼职工作的学生所占比例最大。学生和企业宁愿付给中介机构相关的用度来选择。这是什么原因呢?我们以为这主要是信息不对称造成的。

企业需要为其从事某些短期或零散工作的学生，却找不到好的途径;学生渴看能够到企业往锻炼自己的能力却又苦于没有门路。而中介机构，正是在这种情形下应运而生。它作为穿针引线的媒介，通过获取企业和学生的需求信息，为这两方提供必要的联系，并从中获取中介用度。所以，中介机构的存在是社会发展的必然。因此，我们创建这个“××大学生兼职网”也是基于此。

3.大学生兼职市场基本情况

1.兼职中介市场治理混乱

固然近几年，我国的中介机构发展异常火热，但是也存在很大的治理题目。一些人违法建立一些私人的网上中介机构，欺诈学生。而受骗学生却无处申诉。我们查阅了有关的法律资料，发现与兼职中介有关的法律条款很少，所有就有了很多不法分子通过网站提供的虚假招聘信息骗取钱财。

2.网上兼职中介机构的诚信度难以保证

据我们的调查，有72%的大学生表示，大多数的中介网站都需向学生收取中介用度。而且，中介网站在收取用度后并没有向学生开收据和发票。一旦发生纠纷，大学生将处于极其不利的地位。

3.供需严重失调

根据调查，20xx年大学生兼职中介的用度大多在50元，而现在，中介用度已上涨到100元以上。而供需失衡是造成价格上涨的重要原因。这种供需失衡体现在：越来越多的大学生渴求找到一份兼职，越来越多的企业需要临时的劳动力，而能够为双方提供一个真实安全的兼职网络平台却少之又少。

4.目标市场

1.在网站初期建设阶段，将目标定位为工商大学以及学府路的几所高校的大学生

5.建设进度

(1).预备阶段：1组建网站内部职员，内部职员由五六个人组成，以进股形式参与网站治理。

3.选择好办公场地，购置办公用品以及网站建设方面的用品

(2)筹建阶段：1.对网站域名申请注册

2.在工商大学以及学府路各高校进行网站的宣传及推广

3.在长沙各个学校，商场，店展进行网站推广

4.待网站推广成功后，我们将把各个企业的兼职招聘信息进行网上公布，各位大学生可在此寻找适合自己的工作。

(3)扩展阶段：网站初具规模后，我们将加大宣传力度，将目标市场扩大到整个长沙高校。

6.竞争分析

1)上风：a.参与这次创业的团队成员都是在校大学生，所以在本校推广时会比较轻易得到同学的信任和支持。

b.网站提供的兼职信息都是事先和长沙各至公司合作之后得到的，所以在兼职信息的真实性上能够得到保障。并且，网站提供的所有信息都是免费的，这就更增加了网站的可信度。

c.网站会给学生提供免费的全方位的兼职培训服务，所以在同行业方面会更有竞争力。

b.现在已有多家大型的比较成功的兼职信息提供网站，如51job,58同城等，所以在竞争方面处于弱势。

3)机遇：a.目前的大多数这方面的网站提供的兼职信息都是附带的，不够专业

4)挑战：假如网站做得比较成功，势必会面临其它网站的压力和打压

（1）组织结构

内部职员由四到五人组成，视情况可增减职员。其中，两名治理成员负责网站的整体运作以及对外的交流题目;两名网站维护职员负责网站的维护和兼职信息的发布;一名财会职员负责网站的资金活动;一名后勤职员负责网站各方面的题目。

（2）人力资源

1)资金来源

网站以进股形式筹集资金，由内部治理职员共同出资组建网站

2)本钱核算

a.网站的域名用度(由本人视网站的发展情况而定)

b.为维持网站各方面正常运转的用度

c.网站初期的宣传用度(包括传单费，发传单职员的工资，以及其它宣传类型的用度)

3)投资风险

a.网站的经营和治理假如出现题目，可能导致网站陷进危机

b.网站的推广面临巨大挑战，假如推广不成功，所有的投资都将白费

c.网站的维护方面面临巨大的挑战

4)团队收进

a.广告收进：网站可以通过各种方式发布一些广告，从而获得收进

b.通过与各公司合作取得收进：网站帮助公司发布兼职信息，获得收进

2)创业计划表述

网站名称网站宗旨网站服务网站成员构成

网站建设职员：2名

财会职员：1名

后勤职员：1名

**创业项目计划书篇十三**

医药范文团队介绍纳凯医药科技创业团队是由东南大学经济管理学院金融系、国贸系、国民经济系、会计系、企业管理系以及来自生物医学工程学院和艺术系共7个不同院系的同学所组成。团队朝气蓬勃、搭配合理、饱含创业激情。

负责人简历江筱莉纳凯科技总经理。东南大学生物科学与医学工程学院研究生，思维活跃，工作严谨，具有出色的领导、组织和协调能力。

纳凯科技核心产品“纳米磁性mri造影剂”的主要技术研究人员，参与国家重点试验室的多项国家资助项目。项目简介纳凯科技的核心产品——超显磁，是一种基于纳米技术研制而成的\'磁共振造影剂。

通过在核心物上嵌入智能识别分子，使其能准确到达病灶，超显磁就像一种“纳米导弹”，使病灶在磁共振图片中纤毫毕现。超显磁可以尽早检查出病况，使得病情在早期即得到有效控制，挽救病人生命，节省了病变晚期所需花费的巨额医疗费用。

超显磁是由东南大学生物与医学纳米技术研究组自主研发，得到了两项国家863计划重点课题（20xxaa302207）（20xxaa302g40）的支持，目前已获得相关专利6项。目前，纳凯科技结合klein公司《20xx年磁共振造影剂钆喷酸葡胺市场结构报告》，经过统计测算得出20xx年全国的mri造影剂容量为1亿元人民币左右，预计到20xx年将达到3.67亿元。

市场上的产品主要分为进口同类产品和以外国品牌居多的钆造影剂两种。进口的产品由于价格高，占据很小的市场份额；而居多的钆造影剂虽然在大面积的使用，但是其效果较差，且对人体有一定的伤害。

纳凯的产品在价格上远远低于进口同类产品，只比市场上的钆造影剂价格略高。出于这些优势，我们可以采取逐步替代的策略，一步步抢占市场份额。

表mri造影剂产品比较mri造影剂价格（/剂）制剂效果安全性欧乃影240元左右钆（放射性元素）一般一般菲立磁2500元左右铁氧化颗粒较好较高超显磁330元铁氧化纳米颗粒较好较高纳凯科技的注册资本为860万元，其中技术入股150万元，管理层持股110万元，战略投资320万元（已与南京酿造集团签订合资经营合同），风险资本280万元。纳凯科技采取高校技术入股、创业管理层持股、战略投资与风险资本入股四者合理分配的股权结构，既有利于将知识充分转化为财富，又有利于激发管理团队的创业积极性，同时还能让战略投资商与风险投资商进行必要的监督。

配合有针对性的营销策略，在谨慎的财务预期下，该项目具有高达41%的投资回报率和低至3年零3个月的投资回收期。纳凯科技，生命之重，纤毫于心。

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