# 商业计划书策划书(优秀13篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2024-07-02

*人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。商业计划书策划书篇一创新创业大赛指导委员会已经给出...*

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**商业计划书策划书篇一**

创新创业大赛指导委员会已经给出了商业计划书的模版，模板中将商业计划书所包含的内容划分为13个板块，你是不是已经看晕菜了?我在本文将对模版中的13个板块中的内容做逐一说明，并做相应的总结归纳，力求使大家能够以较为简明扼要的形式突出企业的亮点，从而快速吸引评委的眼球，增加通过初试的成功率。

板块一、主要技术、产品和服务

(一)内容说明

1、1-5条请企业根据实际情况收集材料并填写

2、第6条产品形成规模销售时的利润率

参考行业内企业的平均利润率水平/上市公司或知名大型企业利润率情况/企业理想产能达产时的利润率情况(尽量参考可靠数据，不能过于夸大)

3、第7条 研究成果及其先进性

可以结合申请专利情况，主要通过第三方的认证和所获荣誉来体现，第三方认证主要包括：政府机关的认证(例如高新技术企业)、行业内权威机构的成果评价(如行业协会)、科研机构的鉴定;荣誉颁发机构包括政府、行业组织等(成果评价单位请参考国家奖励办认定评价机构名单)

4、第8条研发团队情况

5、第9条，是否参与制定标准，企业如参与可详细填写，若没有可不写。

6、第10条，描述为保持技术先进性，企业未来的开发重点与方向

可结合企业的目标市场设定、企业面向的用户需求情况和行业未来的技术变动趋势并结合企业的人才、资金、技术储备来阐述未来开发重点与方向。

(二)板块解读

此板块请大家重点突出企业技术方面的先进性，主要通过第三方的认证、产品科技含量的市场体现以及企业保持技术先进性的能力三个方面来体现，所以大家参考分三个方面来说明技术、产品及服务相关内容。

1、第三方认证主要体现在企业已经拥有、申请或准备申请的专利、软件著作权、商标注册情况(是否是驰名商标)、第三方对于企业的成果评价、所获荣誉以及参与制定行业标准情况。

2、产品科技含量的市场体现包括产品的用户有哪些以及利润率情况

3、企业保持技术性的能力方面重点阐述研发团队情况以及技术以产品开发方向和重点。

注：科技部已于7月全面废止科技成果鉴定，目前各机构所出具的科技成果鉴定证书均不被各项目评审体系承认，成果技术水平资质改由国家奖励办认定成果评价证书，详见国奖办字{}356号文。

板块二、产品市场分析

(一)内容说明

1、第1条，市场规模、市场结构与划分

市场规模数据来源最好是权威机构发布的并注明来源出处。

市场结构分为四种，分别是自由竞争市场、垄断竞争市场、寡头竞争市场和垄断市场，划分的标准为行业内生产企业的数量及规模、产品差别度(性能、质量、构造、品牌及商标等，产品之间难以完全替代)以及市场进入障碍情况。

2、第2条，目标市场的设定

一般来说中小企业通常选择集中性目标市场策略来确定目标市场，该策略是选择一个或几个细分化的专门市场为目标市场，集中企业的优势力量(营销、技术或价格方面)，采取一定的策略，对某细分市场开拓和抢占，以取得市场上的优势地位。

3、第3条，消费群体、消费方式、消费习惯

消费群体：通常区分消费群体的因素有：年龄、性别、职业(农民、学生、白领、公务员、企业家等)、收入、文化背景、宗教信仰、地理位置等，不同的消费群体有不同的消费方式和消费习惯。消费群体的形成能够为企业可提供明确目标市场。

消费方式：在一定经济社会条件下，消费者与消费资料相结合的方式即消费方式，包括消费者以什么身份、采用什么形式、运用什么方法来消费，以满足其需求。不同的消费群体有不同的消费习惯，比如现在的年轻人更热衷于网络消费、电视购物，而四十岁以上的人群主要去实体店消费为主。

消费习惯：是指消费主体在长期消费实践中形成的对一定消费事物具有稳定性偏好的心理表现，体现为对某种商品、某个品牌或某种消费方式的偏好，比如某些年轻人对“苹果”品牌的热衷，使得他们在消费电子产品时首选“苹果”产品。

4、第4条，市场状况，市场发展阶段、产品排名及品牌状况

(1)市场状况，包括的内容主要有总体规模、行业发展增速、技术变动趋势、市场结构行业特定等方面的内容，与其他板块的内容有重复，这里不再具体作解释。

(2)市场发展阶段，包括空白、新开发、高成长与成熟阶段，每个阶段都有自己的特点 。

空白及新开发阶段：起源于人们消费习惯或方式的转变、经济发展结构的变动、国家政策的推动、环境气候的变化、资源逐渐稀缺等因素引起。其特点主要有：

a、参与竞争的企业数量不多。

b、财务上可能没有盈利或者盈亏平衡。

c、行业利润率较低，市场增长率较高。

d、技术变动较大。

e、国家给予相应的补贴。

高速增长阶段：随着行业生产技术的提高、生产成本的降低和市场需求的扩大，新行业便逐步由高风险低收益的初创期转向高风险高收益的高速成长期。其特点主要有：

a、产品已被市场所接受，市场需求迅速上升。

b、生产企业数量增多，为了获取竞争优势各生产企业都致力于扩张产能，提高生产技术和降低成本，提高新产品和新技术的开发速度。

c、政府补贴逐步降低。

成熟阶段：随着参与竞争的企业的数量增加，市场需求量增速放缓，产品技术趋于稳定，市场进入成熟阶段，其特点主要有：

b、行业的利润由于一定程度的垄断达到了很高的水平，而风险却因市场结构比较稳定而较低。

c、技术上已经成熟，行业特点、行业竞争状况及用户特点非常清楚和稳定

d、新企业难以打入成熟期市场

5、第5条，市场趋势预测与市场机会引起市场趋势变动的因素很多(技术、政策、消费习惯、环境等等)，但是最终的结果是导致出现了新的空白的细分市场或是原有市场规模的扩大。当市场的规模迅速扩大或是出现了新的空白细分市场，同时生产企业数量还不多时，市场会出现大量的发展机遇，多数企业的市场销量会随着市场规模的迅速扩大而扩大。

6、第6、第7条，市场进入壁垒分析一般来说经济进入壁垒包括四种：

a、绝对成本优势：指在一定产量水平上，行业内原有企比潜在的或新进入的企业通常具有的低成本生产能力。

形成的原因可以分为三类：第一现有企业通过专利申请，而垄断工艺技术或产业标准。第二，原有企业拥有高级的技术人员，管理人员而具有的人力资本优势。第三，原有企业通过与供应商订立长期原材料等要素供应而具有的优势。

b、规模经济优势:新进入市场的企业在没有达到与原有企业一样的规模产量或市场销售份额时，其平均总成本(由平均生产成本与平均交易成本确定)一定高于原企业，从而处于竞争劣势。

c、产品差异化优势在产品差异化程度较高的行业市场中，原有企业实施差异化往往是构成进入壁垒的一个更为重要因素。

d、行业管制政策，如特许经营权、贸易政策、生产批文等。

(二)板块解读

从投资人的角度来看本板块，主要关注的是市场空间是否足够大，未来市场是否保持一定的增长速度，企业面临的竞争难度情况怎样，企业是否能够随着行业快速发展而实现自我的快速成长。结合模版给出的内容，建议大家可以从三个方面来编写此版块的内容：

1、市场概况：市场规模、目前市场处于何种发展阶段、未来市场发展速度如何、行业中生产企业的数量、排名前几名的企业的品牌及市场份额占比、竞争对手的产品之间差异如何、技术变动趋势是什么、市场结构情况、行业进入壁垒情况。

3、市场趋势预测与市场机会：由于技术变新、政策推动、消费群体特点的变化以及环境、气候、资源等因素的变动引起的市场规模的扩大或是新的细分市场的出现，从而为企业带来哪些市场机会。

板块三、市场竞争分析

(一)内容说明

1.第1条，有无行业垄断行业垄断的表现形式某一家或几家企业占据市场大部分的份额，其形成的原因有技术上垄断、国家政策垄断、独特的商业模式等。初步分析下你的`企业所处行业是否有上述特点，没有的话基本可以认为无行业垄断。

3、第3条，主要竞争对手情况：公司实力、产品情况(种类、价位、特点、包装、营销)

在明确行业主要竞争对手的情况下，可通过这些企业的网站或行业协会等媒体，初步查询到竞争对手的注册资本、销售规模、产品情况等一般情况。也可利用平时对行业的了解和分析，自行总结竞争对手的情况，最好能列举具体数据，这样比较直观。

4、第4条，潜在竞争对手情况和市场变化分析。

在写本条内容时可以例举形式列出几家或几类潜在竞争对手，简要介绍一下即可。

5.第5条和第6条

这两条主要是说明企业产品的优势，相信大家作为企业经营者都比较自己企业产品的优劣势在哪里，按照条款描述的事项分析企业产品是否存在优势即可。

6.第7条，未来可能出现的替代产品、技术、服务的描述。

该点需要企业经营者对行业目前及未来发展有非常深刻而准确的认知，建议企业在描述该方面内容时以简单举例为主。

(二)板块解读

投资人希望通过该板块的内容初步了解企业与竞争对手相比的优、劣势。可从以下两个方面对该板块内容描述：

1、重点突出企业在产品性能、品牌、销售渠道、成本控制、技术先进性等方面的优势

2、竞争对手或潜在竞争对手的基本情况(市场份额、产品情况、技术特点、销售策略等)

板块四、商业模式

商业模式是指一个完整的产品、服务和信息流体系，包括每一个参与者和其在其中起到的作用，以及每一个参与者的潜在利益和相应的收益来源和方式。在分析商业模式过程中，主要关注企业在市场中与用户、供应商、其他合作办的关系，尤其是彼此间的物流、信息流和资金流。简言之就是企业的获利模式，即公司怎么赚钱，例如饮料生产企业依靠销售饮料获利，快递公司通过送快递挣钱，网络公司通过点击率盈利，超市通过平台和仓储挣钱等等但是每种商业模式。

每一家成功的企业的商业模式都具有不可复制性，例如大家都知道戴尔电脑的直销模式，人人都知道其如何运作，也都知道戴尔公司是直销的标杆，但很难复制戴尔的模式，原因在于“直销”的背后，是一整套完整的、极难复制的资源和生产流程。完整的商业模式包含的基本内容：

1、企业处什么样的产业链中

2、企业与供应商、用户之间的合作方式

3、在与上下游的合作中，企业如何通过人员管理、制度设计、成本控制、质量控制、销售策略等手段合理地配置资源，并取得定价、成本、销量等方面的优势。

4、企业向客户提供什么样的产品和品牌并取得利润。

板块五、业务拓展计划

1、第1条，营销计划

营销计划包括区域、方式、渠道、预估目标、份额五方面的内容，在编写这部分内容是建议大家尽量写的详细一点，例如，将采取何种销售方式(服务营销，体验营销，知识营销，情感营销，教育营销，差异化营销，直销，网络营销)对a、b两个区域通过何种渠道进行销售，预计能够实现多少收入和利润，市场份额增加多少。

2、第2条

销售网络的建设、业务关系状况、与中间商有关的市场策略可以通过销售渠道策略的确定而确定。

一般来说，销售渠道策略分为直接式销售策略和间接式销售策略。按照商品在交易过程中是否经过中间环节来分类，可以分为直接式和间接式销售渠道两种类型。直接式销售渠道是企业采用产销合一的经营方式，即商品从生产领域转移到消费领域时不经过任何中间环节，间接式销售渠道是指商品从生产领域转移到用户手中要经过若干中间商的销售渠道。

适合采取直接式的销售策略的情况

1、市场集中，销售范围小;

3、企业自身应该有市场营销技术，管理能力较强，经验丰富，财力雄厚，或者需要高度控制商品的营销情况。

适合采取间接式的销售策略的情况

a、市场分散，销售范围广，例如大部分消费品。

b、非技术性或者制造成本和售价差异小的商品，以及不易变质及非易碎商品，日用品、标准品等。

c、企业自身缺乏市场营销的技术和经验，管理能力较差，财力薄弱，对其商品和市场营销的控制要求不高。销售渠道的选择与企业的市场特点、技术门槛、资金实力、销售实力密切相关，大家可根据上述标准结合企业情况选择合适的销售渠道。

3、第3条

请大家详细描述销售团队数量、经验、过往业绩、公司对其的培训等。

板块六、风险与对策

风险一般可分为系统性风险与非系统性风险：

系统性风险是指由于公司外部、不为公司所预计和控制的因素造成的风险，又称外部风险。通常表现为经济周期波动、宏观经济调控法律法规、行业变动趋势等。

非系统性风险是由公司自身某种原因微观因素。如管理不当、成本失控、技术更新不及时等。

建议大家在谈风险时以外部风险为主，企业内容风险为辅。

模板中列举的风险中可做如下分类，供大家参考：

外部风险(即行业内普遍面临的风险)：

资源(原材料/供应商)风险、市场不确定性风险、竞争风险、政策风险

内部风险：

研发风险、生产不确定性风险、成本控制风险、财务风险、管理风险

其他板块

1、对于管理层、关键技术人员、员工有相应的激励机制可能会给企业融资加分 。

2、企业管理团队介绍最好3名以上。

3、财务预测最好能与前面的市场分析与销售计划保持一致。

4、本次大赛的目的在于帮助那些主体明确、具有高成长性的企业进行股权融资。

**商业计划书策划书篇二**

一、项目名称：

项目单位：

项目负责人：

说明：本创业计划书为商业机密，所有权属于\*\*\*\*\*公司，所涉及的内容和资料只限于已签署投资（合作）意向书的投资者使用，收到本计划后，收件方应立刻确认，并遵守以下约定：

1、在未取得\*\*\*\*公司的书面许可前，收件人不得将本计划书的内容复制，泄露或散布。

2、收件人若无意投资或合作本计划所述项目，应尽快将本计划书完整退回。

目录：

1、计划摘要、2、企业介绍、3、产品/服务介绍、4、创业团队、5、市场预测；

6、制造计划、7、营销策略、8、财务规划、9、风险评估、10、发展目标

二、企业介绍：

1、企业宗旨：

2、企业的基本情况：

a、

a、企业名称；b、成立时间；

c、注册地点；d、经营场所；

e、企业的法律形式：有限责任公司；

f、公司法人代表；g、注册资本；

h、主要股东：i、股份比例、

b、

a、企业未来发展的计划；

b、企业的发展方向和发展战略

3、企业的发展阶段：介绍说明企业发展的不同时期，

a、初创时期，发展早期，稳定发展期，扩张时期的情况。

b、可能出现的企业兼并，企业重组情况，企业产品的市场占有情况。

三、产品/服务介绍

1、产品/服务的概况：产品/服务的概念，性能，特性，用途及其先进性，创新性和独特性。

2、产品/服务的竞争力和市场前景：说明企业的产品/服务与同类产品/服务相比的优缺点，消费者选择使用这种产品/服务的可能性及原因，这种产品与服务的市场空间大小。

3、产品/服务的研发/提供过程：企业的研发成果和成果的先进性；是否通过有资质的机构鉴定；是否获得有关部门或机构的奖励；是否参与制定产品的行业标准，质检标准；是否采用何种方式改进产品的质量和性能；企业是否开发新产品的计划。

4、产品成本分析：产品研发费用，设备购置成本，开发人员薪资成本，每件产品的实际成本。

5、产品的品牌和专利：企业为保护自己的产品采取了何种保护措施；产品拥有哪些专利，许可证或者与已申请专利的厂家签订了哪些协议。

四、创业团队：

1、介绍创业团队的基本情况

2、介绍创业团队成员尤其是创业核心成员的特长和有关教育，工作背景以及主要投资人和以上人员的持股情况。

五、市场预测：

3、目标顾客和目标市场的详细准确的情况。

六、制造计划：

3、产品的工艺和质量：

a、产品的生产制造过程，采用何种工艺，工艺流程如何，各工艺流程的质量控制计划和指标计划。

b、主要原材料，设备部件，关键零配件等生产必需品的供货渠道的稳定性，可靠性，质量如何。

c、正常生产条件下，产品的正品率，次品率可控制在何种范围，如何保证新产品进入规模生产时的稳定性和可靠性。

七、营销策略：

1、了解产品/服务市场以及销售方式和竞争条件

2、说明市场机构和营销渠道的选择

3、营销队伍的组建，构成和管理

4、建立稳定销售网的的策略

5、制定促销计划和广告策略、

6、价格决策和策略

八、财务规划：

1、创业计划书的条件假设（财务规划与企业的生产计划，人力资源计划，营销计划密不可分）

2、现金流量表，资产负债表，损益表

4、现金收支分析，资金来源和使用

九、风险评估：

1、政策风险：国家政策的调整和变化导致产品发展和产业格局的变化有可能给企业带来的政策性风险。

2、不可预见的风险：一些不可预见的事件（战争，\*\*，天灾人祸，大规模流行疾病）也可能导致企业的经营，发展面临风险。

3、市场风险：国际和国内市场环境的改变，行业竞争的加剧等市场环境的变化也会给企业带来经营，发展的风险。

十、发展目标：

1、企业发展分为几个阶段，每个阶段的重点工作是什么？

2、企业的短，中，长期发展计划是什么？

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

**商业计划书策划书篇三**

本站专题频道策划书栏目，提供与2024商业活动策划书相关的所有资讯，希望我们所做的能让您感到满意!

2024商业活动策划书【一】

一、活动背景：

为了更好地推广商务贸易知识与庆祝院庆与社团活动月的举办，特此商务贸易协会决定四月中旬举办第二届商务谈判大赛。协会将通过了解同学们对商务谈判的认知状况，举行一系列有关商务谈判技巧性和实用性的讲座，加强理论与实践的联系，让同学们切实参与到本次大赛之中，体验商务谈判的本质。为更好地开展本次大赛，现特制订本计划。

二、活动主旨：

因庆祝院庆以及社团活动月的举办，特此举办本活动极大地营造校园气氛，提高全院师生对商业性知识的积极能动性，加强理论联系实际，充分展现华师学子的智慧和风采,以及为校区培养和选拔商业人才，令全院师生全情投入到大赛中，特使商务谈判大赛成为校区品牌活动。

三、活动意义：

第二届商务谈判大赛的开展，将带动校区学生学习商务贸易知识的积极性。为培养新型的就业、学习理念打下基础，有利于学生将自己的学习和市场需求结合起来，同时为将来的就业或进一步学习提供了一次实践和煅炼的机会，有利于全面提升学生应对市场竞争的能力。

四、活动简介：

(一)活动主题：薪火相传，商务新风。

(三)活动地点：多功能会议厅(决赛地点)

(四)活动对象：xx师范大学南海校区全体学生

(五)主办单位：xx师范大学南海校区学生社团联合会

(六)承办单位：xx师范大学南海校区商务贸易协会

(七)赞助单位：大学购物网

五、活动内容：

分为初赛、复赛、决赛三个阶段。

(一)初赛阶段

2、比赛方式：让参赛队伍根据所策划出来的企划书进行为时10分钟的讲解。

(二)复赛阶段

1、经评审委员会评选出的初赛晋级队(8支)参加复赛。复赛采取淘汰赛形式，进入复赛的队伍在初赛结果出来时，现场抽取复赛题目和对手。两天时间准备复赛工作。

2、复赛要求：每个参赛队伍根据所抽取的题目和对手，在规定的30分钟内与对手进行现场商业谈判。

(三)决赛阶段

2、现场商业谈判过程由决赛队伍根据之前所抽取题目和对手进行。合作性灵活谈判策划题目现场抽取，由两个团队分别抽出3人组合为一支6人队伍与另一支队伍进行谈判。

(四)评比方式

1、商务谈判大赛初赛、复赛操作方法：

大赛评委会针对初赛参赛作品，再根据参赛团队的解释表现进行认真评审，评委会评选出进入复赛的作品，并将回馈评审意见给参赛队伍;复赛队伍可根据评审意见自己的表现进行完善。复赛将评选出4支队伍进入决赛。

2、商务谈判大赛决赛操作方法：根据评委的打分，现场进行奖项评选。

3、本次评选秉承公平、公正原则。评选结果最终解释权归评选委员会所有。

六、活动奖励措施：

(一)第二届商务谈判大赛比赛奖项、奖金及奖品设置。

1、团体奖：

一等奖、二等奖各一队，优秀奖两队。一等奖奖金200元、奖杯一个及荣誉证书;二等奖奖金100元、奖杯一个及荣誉证书;优秀奖荣誉证书。

“最佳人气奖”一队，荣誉证书及纪念品。

2、个人奖：

“20\*\*华师商务谈判新星奖”一名;个人奖奖笔记本一本及奖杯一个。

(二)参赛选手可根据《学生手册》的规定加德育分。

七、活动时间进程：

(一)活动启动：20\*\*年4月13日，向各个团总支发参赛通知书，召开发布会;

20\*\*年4月14日，在商业街召开咨询会;

1、初期宣传：

(1)线下宣传：包括在d座楼挂上海报，在商业街拉上横幅，在每座宿舍楼贴上a3大小的海报等。同时举行发布会，咨询会。

(2)线上宣传：在网页上设置关于这个活动的专栏，并通过q群进行宣传。

2、中期宣传：

(1)在图书馆的商务廊及时展示和更新活动的最新动态，以及各参赛队伍的资料(包括队伍的简介，照片等)。

(2)适时在商业街举办参赛进度展览和最新图文。

(3)5月2日—10日之间，确定进入决赛的四支队伍后，举行一个参赛选手和学生互动的活动。在商业街与b座交叉的四个角分别让四个参赛队伍穿着整齐的为来往同学进行活动介绍以及现场拉票。活动现场中间由四个参赛队伍的艺术照浮雕组成。

3、后期宣传：

举办活动成果展。收集参队员们的参赛新的体会，老师的评语，以及比赛时的相片等在商业街做一个后期成果展。

分3轮：(同时开展网络教程)

第1轮：邀请老师对参赛团队或有兴趣的同学开展商务礼仪培训;

第2轮：邀请老师开展商务谈判基础知识讲座;

第3轮：邀请企业代表开展商务谈判技巧，经验讲座;

(六)初赛作品提交：文本版及电子版于20\*\*年4月26日前提交;

(七)初赛比赛：20\*\*年4月28日：

(八)初赛结果公布：20\*\*年4月29日;

(九)复赛前期准备：20\*\*年4月29日—20\*\*年5月1日;

(十)复赛阶段：20\*\*年5月5日

(十一)复赛结果公布：20\*\*年5月6日;

(十二)决赛准备阶段：20\*\*年5月6日—20\*\*年5月12日;

(十三)决赛时间：20\*\*年5月12日。

八、活动可行性分析：

通过参与初赛、复赛、决赛，可以使商务谈判的概念深入人心，在全校区形成学习商务交流的新氛围。

通过团总支组织比赛，使活动更有效地开展，有效地保证活动的参与度;

综上所述，通过宣传，活动的推广，活动开展，能全面地将活动推向全体师生，将使师生们对商务谈判有更深刻的认识。

九、活动经费预算：

现金费用(现金费用向学校团委申请)

项目名称

十、活动声明：

(一)本次活动各参赛作品使用权归各参赛队所有，未经参赛代表同意，任何单位和个人不得侵权。

(二)未经本活动组办单位同意，不得使用有关于本次活动所有作品作商业宣传用途。

(三)本活动最终解释权归xx师范大学南海校区商务贸易协会所有。

活动负责人联系方式：朱xx\*\*\*\*\*\*\*\*王xx\*\*\*\*\*\*\*\*

2024商业活动策划书【二】

案例：在杭州创办一家以炒菜为主的中式快餐店，目前我已经做出标准化的菜系，形成了五十多只菜的独特配方，并能根据菜色搭配做出调整。

拥有独特的食品初加工方法，保证需要初加工的菜在再次加工时不失去原有风味;同时采用标准化运作，可以保证每道菜的统一口味;加工能源以电力为主，基本不使用明火;快速出菜。

我们做的中式快餐店的优势就在于：

1. 多变的菜品，富含丰富的营养。

2. 有细化标准，能做到每种菜每次烧出来，口味能99%的相同。

3. 像西式快餐的出菜率。

4. 低廉适中的价格。

5. 干净整洁的厨房。

项目前景预测：很多人喜欢吃中式炒菜，而现在的生活节奏日益加快，但是现在的中式炒菜型的快餐市场还很不发达，目前的中式快餐仍以面点为主，而为数众多的小型快餐店的标准化程度不高甚至连卫生都不能保证，远远不能满足大众的消费安全需求。

因此这个时候介入市场时机恰好,市场发展前景广阔。

经济效益预测：第一年投资利润在4-5万元，第二年利润在10万元以上。

投资回收期短，7--8个月就可以收回成本，项目风险较小。

2024商业策划书案例【三】

一、策划背景

xx峡市总面积10475平方千米，市辖1个市辖区、3个县、代管2个县级市。市人民政府驻湖滨区，湖滨区面积219平方千米，人口33.22万人。地处黄河流域的xx峡市是华夏文明发祥地之一。在漫长的历史进程中，先民们在这块土地上生息繁衍，用勤劳的双手创造了光辉灿烂的历史文化，成为华夏浩瀚文化的重要组成部分。这些历史文化对于推进历史的前进乃至当今社会各个方面都产生了重要及其深远的影响。仰韶文化、虢国文化及由老子《道德经》衍化而来的道家、道教文化便是这诸多历史文化的典型代表。

“十五”以来，市委、市政府立足于实际，确立了发挥比较优势，大力培育特色经济，构建区域特色经济体系的`发展思路;突出五大产业基地建设，构筑九大产业链条，使xx峡经济呈现出前所未有的发展势头，成为河南省最具发展潜力的区域之一。

改革开放以来，xx峡市的科技事业得到了长足发展。科技综合实力明显增强，全民科技进步意识显著提高，科技发展社会环境得到大力改善，同时科技工作以技术创新为主线，以深化科技体制改革、扩大科技对外开放为动力，以优化科技发展环境、完善区域创新体系、实施人才战略和加大科技投入为主要措施，大力推动科技进步与创新，有力地推动了传统产业的改造提升、高科技产业的发展和农业科技进步，科技已成为经济发展和社会进步的重要支撑力量，科技对经济增长的贡献率进一步提高。

xx峡地处豫、晋、陕三省交界处，东与洛阳市为邻，南依伏牛山与南阳市相接，西望古城长安，北隔黄河与三晋呼应，是历史上三省交界的经济、文化中心。华夏的古老文明、祖国的今朝奇迹、南疆的湖光山色、北国的秀丽冰川，在这里得到了巧妙的浓缩和展现，发展旅游业有着得天独厚的条件和十分广阔的前景。

厚重的历史文化为这里留下了许多名胜古迹和人文景观。自然景观主要有融观光、登山、避暑为一体，享有“ 小华山”之美称的亚武山国家级森林公园;“四面环山三面水，半城烟村半城田”的陕州老城风景区;风光旖旎、 景观险胜、古迹遍布的xx峡黄河游览区等。近年推出的“黄河之旅”旅游线路，已被国家旅游局定为14条旅游专线的第二条，推向国际市场。

二、策划目的

1. 塑造和传播xx峡城市形象，打响xx峡的知名度、提高xx峡的竞争力和影响力，树立品牌。

2. 带动xx峡地区的经济发展，吸引投资商、企业家到xx峡投资。

3. 推进xx省旅游开发建设精品化，旅游宣传促销品牌化，促进全省旅游业发展。

4. 推动xx峡乃至整个xx省其他相关行业的发展。

三、策划原则

1. 整体策划、分级负责、协调合作、务求实效。

2. 经济效益、环境效益、社会效益相结合。

3. 活动具有新颖性、独特性、现实性。

四、组织形式

政府主导，各部门分工合作，社会各界力量参与。

主办单位：xx省xx峡市旅游局、xx省xx峡人民政府新闻办公室、xx省xx峡市广播电视局。

承办单位：xx峡市旅游局及有关县(市)人民政府。

五、活动流程

由烟花拼成的“热烈祝贺黄河旅游文化节隆重开幕”巨大字幕在空中升起，拉开序幕以舞蹈形式的大型晚会为主，辅以锣鼓、舞狮、戏曲、彩色气球等表演。此外，还将举行xx峡各地手工艺品的制作展、国际书画艺术展等系列活动。

**商业计划书策划书篇四**

目前，国产动画最主要的生产者为中央电视台动画部、上海美术电影制片厂和湖南三辰影库三家。

到目前为止，央视自己制作的动画片只有三部。第一部《西游记》52集，从1998年开始播出，仅在央视就播了不只10次。第二部《哪吒传奇》，也反复播出，而刚刚招标结束的第三部动画片(小鲤鱼跳龙门，52集)，目前仍在筹划中，预计将在2024年播出。

1993至1995年，上海美术电影厂全年拍摄动画片约500分钟左右，数量上不能满足播放的需要，而且这500分钟的动画片并非都是精品。2024年以来，随着政府加大投资力度，也只达到年产约6000分钟。全年销售额约2024多万元。

由三辰影库制作的长篇动画片《蓝猫》，已经播出5年，成为世界上集数最长的动画片。

但这远远不能满足市场需求，实际上，按最保守的估算，光是中央电视台的少儿节目每年就需要25500分钟来满足。如果再按照全国各省、市每天仅播出动画片5分钟计算，缺口就应该是22.5万分钟。而2024年全年国产动画上报的产量是29000分钟，其中能满足电视播出质量要求不足20000分钟。

目前动画片市场的前景是相当广阔的，就国内而言：中国目前少年儿童的人数是三亿八千万人，人均拥有国产动画片仅为0.0012秒，而在日本，这个数字为5-8分钟。

从世界范围来看，美国、日本、韩国、英国和荷兰是动画片的制作强国。在美国和日本等国家，动画产业在国民生产总值中占有非常重要的地位。日本的动画产业更是进入了前6名，成为六大支柱产业之一。在这些国家里漫画、动画、电影、图书、音像制品和特许经营产品等形成了一整套“产业链”，他们正逐渐把中国这个大市场放在这个“产业链”之中。

2024年8月26日，迪斯尼中国网站正式开通。而前不久，美国的娱乐业调查委员宣布，美国漫画业继续萎缩，去年的漫画销售额仅为2.5亿美元。正是由于美国、日本的国内的动漫市场趋于饱和，这些国家把目光锁定在了中国的动画片市场，这些国家的动画片进入中国市场卖给电视台通常是极低的价格，有的甚至每分钟不超过5元人民币。

最典型的例子就是美国的《变形金刚》动画片。这部美国孩之宝玩具公司白送给中央电视台的动画片，却从该动画片相关产品中赚走了中国儿童近50亿元。而放眼暑期街头，精品店里的kitty猫、史努比、米奇等可爱的卡通形象成了孩子们注目的焦点，他们随身衣饰上配上可爱的卡通造型。甚至越来越多的成年人快乐地加入卡通一族。

美国作为全球最大的娱乐产品输出国，其文化产品销售额约占全球40%。全世界每年影院票房前10位的大片中，往往就有1—2部是美国的动画大片。迪斯尼的《狮子王》票房达3.5亿美元，音像制品和衍生产品等相关业务的利润总和已经高达10亿美元，是动画片有史以来收益之最。

再看日本。它是世界上产量最丰沛的动画大国，动画业在日本号称“无烟重工业”，在国家支柱产业中位居第六，年度营业额约90亿美元以上，每年国内票房的55%来自动画片。向北美的出口产品中，其动画营业额超过汽车和电脑。最近，宫崎骏的《千与千寻》(近400亿日元票房)获得柏林电影节金熊奖，就是日本动画实力的一个表征。

韩国也在不长时间里连续超过众多对手，成为全球动画市场中的新锐，年产值位居全球第三。

这三个动画大国，给中国动画业带来前所未有的压力。

习惯精雕细琢的国有动画企业，面对汹涌而来的国外竞争者，资金、经验一概缺乏，一时根本拿不出50集、100集的系列长片在产量、质量上与铺天盖地的外片抗衡。外商的“狂轰滥炸”，使稚嫩的中国动画片元气大伤。

首先是我国动画产品及其衍生产品市场被侵占。播映市场被外商占据最严重时，外国动画片的比例一度竟高达90%。

其次，我国动画产业发展基本被扼杀在摇篮之中。外商采取交换、低价出售甚至免费赠送的战略，轻松拿下我们的市场，还在价格上造成所谓“约定俗成”的后果：国产片在国内电视播映市场的收购价每分钟只有10元左右，而实际成本则高达1万—2万元，所得“只占成本的千分之一”。投资没有回报，国产片市场进入一个“有钱的不愿拍，有才的没钱拍”的状态。已经投资的“打了水漂”，想投资的也被“吓跑”。

我国百余家国有动画片制作公司资金严重不足，民营公司已经从十来家下降到两三家，基本谈不上利润，必须靠外来加工补贴生计。“越拍越赔”的恶性循环，使动画产业每年急需的数十亿投资，只能落实几千万元;全国动画从业者至今才8000人左右，只及韩国的1/3。

**商业计划书策划书篇五**

本站专题频道策划书栏目，提供与2024电影商业策划书相关的所有资讯，希望我们所做的能让您感到满意!

2024电影商业策划书【一】

美国一位著名风险投资家曾说过，“风险企业邀人投资或加盟，就象向离过婚的女人求婚，而不象和女孩子初恋。双方各有打算，仅靠空口许诺是无济于事的。”对 于正在寻求资金的风险企业来说，商业计划书就是企业的电话通话卡片。商业计划书的好坏，往往决定了投资交易的成败。

对初创的风险企业来说，商业计划书的作用尤为重要，一个酝酿中的项目，往往很模糊，通过制订商业计划书，把正反理由都书写下来，然后再逐条推敲。风险企业 家这样就能对这一项目有更清晰的认识。可以这样说，商业计划书首先是把计划中要创立的企业推销给风险企业家自己。

其次，商业计划书还能帮助把计划中的风险企业推销给风险投资家，公司商业计划书的主要目的之一就是为了筹集资金。因此，商业计划书必须要说明：

(2)创办企业所需的资金----为什么要这么多的钱?为什么投资人值得为此注入资金? 对已建的风险企业来说，商业计划书可以为企业的发展定下比较具体的方向和重点，从而使员工了解企业的经营目标，并激励他们为共同的目标而努力。

一、怎样写好商业计划书 那些既不能给投资者以充分的信息也不能使投资者激动起来的商业计划书，其最终结果只能是被扔进垃圾箱里。为了确保商业计划书能起作用，风险企业家应做到以 下几点：

1.关注产品 在商业计划书中，应提供所有与企业的产品或服务有关的细节，包括企业所实施的所有调查。这些问题包括：产品正处于什么样的发展阶段?它的独特性怎样?企业 分销产品的方法是什么?谁会使用企业的产品，为什么?产品的生产成本是多少，售价是多少?企业发展新的现代化产品的计划是什么?把出资者拉到企业的产品或 服务中来，这样出资者就会和风险企业家一样对产品有兴趣。

在商业计划书中，企业家应尽量用简单的词语来描述每件事----商品及其属性的定义对企业家来说 是非常明确的，但其他人却不一定清楚它们的含义。制订商业计划书的目的不仅是要出资者相信企业的产品会在世界上产生革命性的影响，同时也要使他们相信企业 有证明它的论据。商业计划书对产品的阐述，要让出资者感到：“噢，这种产品是多么美妙、多么令人鼓舞啊!”

2.敢于竞争 在商业计划书中，风险企业家应细致分析竞争对手的情况。竞争对手都是谁?他们的产品是如何工作的?竞争对手的产品与本企业的产品相比，有哪些相同点和不同 点?竞争对手所采用的营销策略是什么?要明确每个竞争者的销售额，毛利润、收入以及市场份额，然后再讨论本企业相对于每个竞争者所具有的竞争优势，要向投 资者展示，顾客偏爱本企业的原因是：

本企业的产品质量好，送货迅速，定位适中，价格合适等等，商业计划书要使它的读者相信，本企业不仅是行业中的有力竞争 者，而且将来还会是确定行业标准的领先者。在商业计划书中，企业家还应阐明竞争者给本企业带来的风险以及本企业所采取的对策。

3.了解市场 商业计划书要给投资者提供企业对目标市场的深入分析和理解。要细致分析经济、地理、职业以及心理等因素对消费者选择购买本企业产品这一行为的影响，以及各 个因素所起的作用。商业计划书中还应包括一个主要的营销计划，计划中应列出本企业打算开展广告、促销以及公共关系活动的地区，明确每一项活动的预算和收益。

商业计划书中还应简述一下企业的销售战略：企业是使用外面的销售代表还是使用内部职员?企业是使用转卖商、分销商还是特许商?企业将提供何种类型的销 售培训?此外，商业计划书还应特别关注一下销售中的细节问题。

4.表明行动的方针 企业的行动计划应该是无懈可击的。商业计划书中应该明确下列问题：企业如何把产品推向市场?如何设计生产线，如何组装产品?企业生产需要哪些原料?企业拥 有那些生产资源，还需要什么生产资源?生产和设备的成本是多少?企业是买设备还是租设备?解释与产品组装，储存以及发送有关的固定成本和变动成本的情况。

2024电影商业策划书【二】

摘要

一、项目背景

二、公司简介

三、公司竞争优势

第一部分 市场分析

一、中国电影市场研究

1、中国电影产量，票房，观影人次及增长率分析

2、全国一线城市票房，观影人次及增长率分析

3、二、三线城市电影市场发展

二、中国电影院发展分析

1、中国影院数、银幕数发展

2、中国数字银幕、3d银幕、imax银幕数发展

三、中国电影院线研究

1、中国电影院线概况

2、中国电影院线纬度分析

3、中国电影院线票房集中度分析

4、中国电影院线影院数银幕数集中度分析

5、城市电影院线发展的影响因素分析

6、中国院线发展趋势分析

四、主要电影院线分析

1、万达电影院线

2、中影星美电影院线

3、上海联合电影院线

4、中影南方电影新干线

5、北京新影联

第二部分公司业务与发展

一、公司介绍

1、公司基本情况

2、发展现状

3、股权结构及股东介绍

4、组织架构

5、管理团队

二、业务与管理

1、业务介绍

2、院线业务流程

3、重点环节服务质量控制

4、院线管理

三、企业发展规划

1、业务发展模式

2、发展战略目标

3、影城发展规划

四、市场营销

1、营销战略

2、市场推广方式

第三部分财务分析及预测

一、基本假设及参数

1.评价依据与方法

2.财务评价基础数据与参数选取

3、有关说明

二、资金投入计划

三、资金使用计划

1、单个影城资金使用计划表

2、资金分年使用计划表

四、资金筹措方式

五、营业收入预测

六、成本费用估算

1、院线成本

2、折旧摊销费用预测

3、财务费用预测

4、其他费用预测

七、税费

八、项目财务评价指标计算

九、财务小结

第四部分 风险分析

一、经济波动风险

二、产业政策风险

三、盗版风险

四、市场竞争加剧风险

五、电影行业上下游发展不平衡风险

六、成本上升风险

2024电影商业策划书【三】

一、 活动宗旨

为响应xxx学院“提增”的号召，在院和系领导的指导下，以培养良好的学风、院风、系风三风为重点，以提高xxx学院广大同学的综合素质为最终目的，鼓励同学们在生动活泼的活动中大胆开口，提高英语口语水平和英文电影欣赏水平。本着\"团结、奉献、求实、创新\"的精神，为我院和全体同学服务，特举办公共管理学院“my choice，my voice”主题英文电影配音沙龙。

二、 活动目的

1、 树立当代大学生先进榜样，积极开展丰富多彩的校园活动， 推动“和谐”的校园文化建设，体现多元文化平等和睦、交融共存的院系特色。

2、 营造良好的英语学习氛围，激发同学们的英语学习热情。

3、 丰富同学们的课余生活，为所有爱好英语的同学提供一个展现自己的平台。

三、 活动主题

my choice， my voice

四、 活动口号

more than “hi”，more than “bye”，lets open your english mind。

五、 活动内容

(一)、活动前期宣传：

1、出宣传板。

2、网上宣传 。

3、向各班发宣传材料。

4、海报宣传。

(二)、报名对象及方式：面向我院大一新生。以班级为单位参加比赛，每班至少一组，每组三至五人。

(三)、报名时间：xx月xx日——xx月xx日

(四)、比赛时间：xx月xx日晚7：00(暂定)

(五)、比赛地点：裕光楼

(六)、比赛前期准备：

1、xx月 xx日通知各班班长，发宣传材料。

2、xx月 xx日前确定各班参加比赛的名单及主持人名单。

3、xx月xx 日召集各班参加比赛的同学开会，介绍比赛相关事宜。

4、xx月xx日，确定各班表演的节目。

5、xx月xx日，制作节目单。

6、xx月xx日，出宣传板。

7、评委及嘉宾：拟邀院党、团委领导及辅导员，大一各班班主任;外语院老师;校学生会，校报记者团，学生会，团委，科协主要学生干部。

(七)、比赛具体流程：

1、主持人致开幕词，并介绍嘉宾，评委。

2、各班进行自我介绍，另附ppt,自我介绍形式不限，评委凭借对各班选手的印象打分，此为第一环节。

3、各班参赛选手任意选择自己喜欢的影视配音片段(4~6分钟)进行对作品的改编或者模仿，每当一组选手 配音结束，评委对其进行打分，分数在下一组选手配音结束后报出。此为第二环节。

4、第三环节：观众互动。由主持人用英文描述五部电影，观众来猜。调动观众的积极性。限时10分钟。

5、请评委对本次比赛进行点评。

6、由主持人公布各班最后得分及奖项。

7、请嘉宾评委给获奖班级和个人颁奖。

附：评分细则：

第一、二环节由评委评分，第一环节满分为20分，第二环节满分为80分。计分采取去掉最高分和最低分取平均分制。平均分取小数点后两位。

第二环节具体评分参考标准如下：

1、语音语调：发音正确、清楚，表达自然准确;(20分)

2、情感表现：感情表达适当，符合剧中人物心情;(20分)

3、流畅性：表达流畅，语速适中;(20分)

4、有较强的团队合作能力;(20分)

(八)、奖项设置：

团体奖项：

1、 小组第一 奖品+证书

2、 小组第二 奖品+证书

3、 小组第三 奖品+证书

个人奖项：

最佳个人语音奖 2名 奖品

观众答题奖 4-6名 奖品

(九)、活动后期宣传

通过院刊及网上发布信息来宣传此次比赛。

(十)、活动效果预测

1、 本次沙龙是我院第一届以英语为主的一场集观赏性、趣味性为一体的英文电影配音沙龙，充分调动了全院同学的积极性，掀起全院学习英语口语的热潮。

2、进进一步推动了我院文艺工作的发展和提高。

3、活动的成功举办，有助于提升我院综合实力。

4、通过海报、横幅宣传，进一步起到宣传我院的作用。

附：活动预算表

项目经费备注

前期宣传影视音乐光盘：40元合计:40元

道具发型：赞助合计：暂定

舞台布置气球，彩条，荧光棒等：50元

横幅(一条)80元

矿泉水共计：50元(1\*50)

面包：60(1.2\*50)

话筒、微麦：100元

场地费：400元合计：740元

奖品观众互动游戏或问答5份礼品共30元

奖状及奖品170元合计：200元

请柬初步计算10张合计：20元

总计：1000元

**商业计划书策划书篇六**

师范大学作为国家211重点建设院校，在省享有盛誉，是众多学生向往的高等学府。我校作为一所师范类综合性研究型重点大学，在努力让学生获得知识的同时，更重视学生的综合素质，提高学生的社会实践能力。我校积极鼓励社团活动，如今我校已正式注册社团已达108个，对丰富学生们的课余生活起到了不可取代的作用。社团文化已成为校园文化的重要组成部分，一个学校的社团发展程度逐渐成为一个学校发展程度的标志。

新生入学后一月有余，新生的热情将社团活动再次推向高潮，丰富多彩的社团活动让新生进入大学后首次感受到大学的浓厚气氛。已有社团正在通过各种形式举办活动，招纳人才，大力宣传自己。

在这个社团活动的黄金时期，新社团也不断涌现，新生的独特创意正在不断丰富师大的学生生活。东北师范大学年招生，本部3268人，净月2869人，新生给师大带来无限活力，也将为企业带来无限商机。

在此环镜下，我们文学院学生社团联合会决定举办这次全校性的社团创意大赛，大赛涉及净月和本部两个校区。

二、活动目的和意义

1. 在全校范围内，挖掘新生潜能，帮助他们组建自己的社团，实现自己的梦想。

2. 为已有的优秀社团展示自己正在举办或即将举办的创意活动。

3. 丰富东北师大的学生活动，抓住我校本阶段社团活动的黄金时期，宣传我院社联和社团。

4. 为社团人提供展示自我的平台，鼓励他们将自己的社团做大做强。

三、活动名称

杯“社团创意大赛

四、活动形式

分为初赛、复赛和决赛三个阶段。初赛以文字资料和现场答辩为竞赛模式，从两个校区两组选手中保留12支参赛队伍进入复赛;复赛以社团实践活动为比赛模式;决赛暨颁奖典礼以社团团队整体展示为比赛模式。

五、活动时间和地点

年月中旬到月末。(具体时间可与赞助商协调)

六、授权单位和主办单位

师范大学学生社团联合会授权，文学院学生社团联合会主办

七、活动对象

东北师范大学在籍学生(包括本部、净月两个校区，允许研究生参加)

八、活动期间人员安排

1. 准备阶段和初赛阶段：

评委邀请：本部刘一宏主席，净月社联合作伙伴。

海报、展板和条幅制作：宣传部

邀请函、社团创意大赛立项书：秘书处

场地申请：

校园媒体邀请：

音响设备等借用：

物品购买：注册培训部魏微丽

推介会：社团创意大赛组委会全体成员

2. 复赛阶段：

十二支队伍人员派驻：负责，派驻人员为组委会成员

调研材料收集整理：秘书处葛颜飞

评委邀请：

3. 决赛暨颁奖典礼

评委邀请：社联主席团成员。

预邀评委：校社联、校学生会指导老师王娜;净月校区校社联指导老师;赞助商

海报、展板和条幅制作：

场地申请：

校园媒体邀请：

组织观众入场：

主持人邀请：

活动现场维护：

现场设备调试：

摄影：

新闻稿写作：

宣传报纸制作：编辑部

礼仪：

会后整理：

财务管理：

为观众颁奖：

九、活动注意事项

1. 文学院社联、社团成员齐心协力办好活动。如无特殊原因，活动组织者和节目参与者严禁迟到和缺席。

2. 活动参与者态度要端正，应尽量避免个人因素破坏整个活动。

3. 决赛活动开始之前，总调度者应告诉全体工作人员统一的指挥手势以及其他命令方式，以应对突发事件。

4. 注重与其他社联合作的方式方法

5. 注意对赞助商的宣传，严禁造成负面影响

6. 活动期间工作人员注意服饰要求，注意言语举止要求

精选大赛策划案

**商业计划书策划书篇七**

公司目前团队人员为9人，在网站内容，游戏评测、技术规划，美术创意等方面具有丰富经验。

核心成员：

傅××角色：总经理、公司法人代表任务：网站技术和内容运营专长：对国际个人休闲游戏的发展趋势和运营模式有深刻的理解曾任职：

搜狐休闲游戏部门 游戏策划经理上海顺网信息技术公司 游戏评测经理及客服经理林海

角色：副总经理任务：运营模式规划，市场推广、对外合作、销售管理专长：架构整合，流程管理，市场推广，谈判，销售管理,数据分析曾任职：

毕业院校：上海复旦大学世界经济系

**商业计划书策划书篇八**

从事商业活动，一定要掌握营销策略，这样才能带动公司的销售额!朋友们，以下是商业计划书营销策划书范文，一起学习如何策划好营销活动吧!

1.市场营销策划书执行概要和要领

商标/定价/重要促销手段/目标市场等。

2.目前营销状况

(1)市场状况：目前产品市场/规模/广告宣传/市场价格/利润空间等。

(2)产品状况：目前市场上的品种/特点/价格/包装等。

(3)竞争状况：目前市场上的主要竞争对手与基本情况。

(4)分销状况：销售渠道等。

(5)宏观环境状况：消费群体与需求状况。

问题分析

优势：销售、经济、技术、管理、政策等方面的优势力。

劣势：销售、经济、技术、管理、政策(如行业管制等政策限制)等方面的劣势力。

机率：市场机率与把握情况。

威胁：市场竞争上的最大威胁力与风险因素。

综上所述：如何扬长避短，发挥自己的优势力，规避劣势与风险。

4.市场营销策划达到的目标

财务目标：

公司未来3年或5年的销售收入预测(融资成功情况下)：

(单位：万元)

营销目标：销售成本毛利率达到多少。

5.市场营销策划采取的营销战略

目标市场：-

定位：-

产品线：-

定价：产品销售成本的构成及销售价格制订的依据等。

分销：分销渠道(包括代理渠道等)。

销售队伍：组建与激励机制等情况。

服务：售后客户服务。

广告：宣传广告形式。

促销：促销方式。

r&d：产品完善与新产品开发举措。

市场调研：主要市场调研手段与举措。

6.行动方案

营销活动(时间)安排。

7.预计的损益表及其他重要财务规划表:-

8.风险控制：风险来源与控制方法。

一、 u-pvc管材市场概况

2024年我国新住宅室内80%将采用塑料管，城市供水50%采用塑料管。

1994年我国塑料管材产量只有14万吨，经过短短几年发展，目前已近150万吨。

塑料管材在今天的生活和工业领域中，以其耐腐蚀、耐老化、环保安全而越来越受青睐。

特别是在建筑业，新型塑料管材不仅能大量替代钢、木等传统建材，而且还具有节能、节材、保护生态、改善居住环境、提高建筑功能与质量、降低建筑物自重、竣工便捷等优点，广泛应用于建筑给排水、城镇给排水以及燃气管等领域，成为新世纪管道发展的潮流。

据了解，塑料管材市场的增长速度约为管材市场平均增长速度的4倍，远远高于各个国家国民经济的发展速度。

塑料管材在发达国家，特别在欧洲得到了很好的发展和成功的应用。

在我国，塑料管道近两年迅速发展，已成为建筑业的新兴材料。

传统的给水管网主要以钢管 、铸铁管 、混凝土管等传统材料为主，从20世纪中期开始，世界各国普遍应用塑料管材代替传统管材，塑料管材一直保持着较高的增长速度，其中亚太地区的管材市场在今后增长速度最快。

塑料管道近两年在我国的发展已是势不可挡，特别是国家化学建材产业制定\'十五\'计划和2024年发展规划纲要以来，在管道行业掀起了一股又一股的投资热潮，如铝塑管、交联管、pp-r管、pe燃气管、pe给水管、排水排污管等等，给我国管材行业的发展创造了一次又一次腾飞的机遇。

我国管材树脂用量逐年增加，增速很快，近几年塑料管材增长的速度达20%以上。

目前，国内塑料管材已形成了系列化，包括农用管材、建筑用冷热水pp管材等，一些企业目前正在进行埋地排水管专用料的开发。

这一切都来自于市场的巨大需求。

二、 本公司pvc管材生产销售状况(公司，产品，定位，市场走势)

1.产品

品牌是企业整体产品的一个组成部分。

目前我公司已有自己的主打产品荆沙，由于在做工上区别于其他品牌，质量好，已有较不错的口碑。

由于价格的偏高，面向中高端市场，其市场占有率偏低。

公司的其他品牌、质量居中，价格不高，面对中低端市场，销售量较大。

本公司管材规格齐全，可以满足客户的不同需求。

管材的包装多为薄膜，在装卸的过程中容易破损，影响产品外观。

就目前的销售范围来看我们可以对所有的经销商需要的管材实现当天供货，产品服务及时有效。

综合来看本公司管材产品在同质产品中具有相当大的竞争力，特别是在公司物流辐射区内竞争力尤为明显。

2.价格

a)价格是企业的\'生存的重要问题。

生活大好的的情势下人们对住房的需求越来越高。

pvc管材作为一种新建筑材料越来越受到欢迎，pvc管材市场需求是不断增长的。

据此我们预测，消费者将对pvc管材的价格将越来越具有弹性。

我们最低价以生产成本加销售成本为准，最高价格按消费者、经销商接受能力为限，中间选择以竞争情况为依据。

管材价格根据公司主要竞争者对价格的调整而调整。

(附现阶段公司管材价格表)在产品进入某一市场初期(如咸宁市场)，为迅速扩大销售，在不影响利润的前提下，可采取低价策略。

b)产品价格调整

企业制定价格以后，当营销环境发生变化，对价格予以适当调整

l 削价策略

原因：a企业急需回笼大量现金

b企业通过削价来开拓新的市场

c企业决策者决定排斥现有市场边际生产者

d企业生产能力过剩，产品供过于求、产品促销手段失败

e预期削价，扩大销售，扩大生产规模、特别成熟期、更多市场份额

f成本降低、费用降低 有条件削价

g考虑中间商的要求，减少中间商资金占用，良好的关系

h政治、法律以及经济环境的变化，迫使企业降价……政府物价下调、保护需求、限价、市场疲软、不景气、萧条.

当公司遇到上述情况时使用销价策略。

具体方法有：直接目录价格、标价。

间接折扣方式、变相(送赠品、样品、有奖、免费服务等)

l 提价策略

原因：a产品成本增加、原材料价格上涨、生产费用提高

b通货膨胀、减少损失、转嫁损失

c产品供不应求、遏制过渡的消费、需求旺盛、生产规模不能及时扩大，供求矛盾环节，高额的利润。

d顾客心理、优质效应。

涨价名牌形象、优质优价

时机：a产品市场上优质地位

b成长期

c销售旺季

d对手提价

3.渠道

公司的销售渠道除在大冶本地有自己的直销网络外，其他销售渠道则为一、二级的批发商。

直销(零)渠道的缺失、生产量的扩大以及利润目标的实现，使企业必须依赖一、二级，甚至三级批发商的订单。

企业无精力开发短渠道。

公司已有渠道有些还不完善，亟待改进。

选择信誉较好的，去掉一些销售额差信誉差的经销商。

就公司目前战略来看，须主要发展的长渠道。

即，企业——地区级代理商、经销商、经纪人——二批发——零售

4.促销

由于我企业实力的、人才和经营理念的限制，企业较难开启和运行自己的企业网站，进行网上促销，也不可能斥巨资投放电视广告。

所以公司应采取推式促销策略，即以直接方式，运用人员推销手段，把产品推向销售渠道。

另外做一些必要的营业推广，如各种商品展示会。

还有一种就是汽车广告。

**商业计划书策划书篇九**

三辰影库于1998年开始原创的科普卡通片《蓝猫淘气3000问》已被列入国家“十五”重点音像出版工程。湖南卡通制作基地拥有员工1000余人，采用国内唯一全程无纸化电脑制作、网络集成，形成艺术生产流水线，日产动画片1集15分钟，年产量居全国首位。截止到2024年6月，湖南制作基地已经完成《蓝猫淘气3000问》卡通片1600多集，包括《幽默天地》《星际大战》《恐龙时代》《海底探险》等系列。它连续3届获得中国电视金鹰大奖，全部制作完成为3000集。如果电视台每天播出一集，可以连续播出八九年，将陪伴一个低幼儿童渡过人生最重要的成长期。

《蓝猫淘气3000问》卡通片的成功，首先在于它的“知识卡通”定位。中国父母对美日纯娱乐卡通多有抵触情绪，“蓝猫”的寓教于乐既吸引孩子，也赢得了家长的欢心。其次“蓝猫”的生产规模，则得益于湖南卡通制作基地的艺术生产流水线。“蓝猫”在国内率先实现卡通“无纸化作业”，从录入端开始全程计算机绘画、网路集成，极大地提高了制作速度，降低了制作成本。目前国内动画制作成本约为10000元/分钟，蓝猫制作成本已低于3000元/分钟。三辰卡通从传统的手工绘画到计算机绘画和网络集成，使卡通片的生产从传统的小生产方式向大工业方式跃进了一大步，不仅是一场技术的革命，也是一场管理的革命。

三辰卡通把动画片的制作从策划、文学创作到原画、二维、三维、编辑合成分解成上百个高度专业化的工作环节，根据计算机网络特有的资源共享与随时修改的功能，使近千名员工中的每一个人既是独立创作、各显其能的一个艺术源头，又是整个流程中相互配合的一个齿轮。专业化的分工合作训练了全体员工的团队意识，在每道工序的创作组内部，在不同工序的上下游之间，都配合默契、紧密合作。这样的团队精神和组织效率，保障了整个制作机器的高速运转，为卡通的规模化生产提供了可能。这种文化产品的流水线作业和批量生产，不仅在中国动画界、而且在中国文化界都是首次成功的实践。三辰卡通在传统的劳动密集型、资本密集型之外，开拓了一种知识劳动密集型的生产方式。《经济日报》在评述“蓝猫现象”时引用一位资深业内人士的话：“如果说福特的工业生产流水线和泰勒的管理模式导致20世纪的工业革命，那么三辰卡通的艺术生产流水线将有可能推动一场21世纪的产业革命。”

技术和制度的创新，保障了三辰卡通源源不断地生产出高质量的动画艺术作品。这种“文化的产品”，正是三辰卡通新型产业链的“第一环”，也正是三辰卡通后续衍生产品开发及品牌塑造赖以依托的原动力。

3.2电视播出网络

目前，两岸三地800余家电视台同步播出《蓝猫淘气3000问》系列。每天累计播出蓝猫卡通片长达500小时，随片广告20小时，从而使蓝猫成为中国4-14岁少年儿童中最有影响的国产卡通形象。

播出蓝猫卡通的电视台有：中央电视台、中国教育电视台、北京电视台，以及河南、宁夏、甘肃、山西、内蒙、吉林等7家卫视台，共计800余家电视台。

蓝猫已分别在香港atv(亚洲电视台)和台湾东森yoyo电视台播出，同时在台湾拷贝蓝猫专卖店营销模式。台湾最著名的动画公司西基公司欲与我方合作，制作动画电影。

“蓝猫”已在海湾地区7国播出，与美国、日本、法国和法语地区的播出洽谈正在进行中。韩国动画协会会长三次造访北京蓝猫卡通产品销售公司，寻求合作。

庞大的电视播出网络是三辰卡通新型产业链的“第二环”。

3.3卡通产业链

北京蓝猫卡通产品销售公司借鉴和嫁接迪斯尼形象授权、沃尔玛连锁经营、耐克带设计理念的采购加工(odm)的先进商业模式，现已建成全国最大的儿童产品加工网络和销售网络。公司员工150余人。

“蓝猫”以卡通片为龙头，从音像、图书到玩具、文具、服装、日用品、电子产品、饮料等系列产品，打造出一条“艺术形象-生产供应-整合营销”的“产业链”，将精神文明转化为物质文明，成为21世纪一种新的产业形态。

蓝猫衍生产品现有4000多种，每个月还在不断推出新品种。其中“蓝猫”vcd和图书一年多时间销售8000万元码洋，创造国内音像制品单品销售纪录。蓝猫童鞋3个多月销售100万双，从市场份额看已经成为中国第一童鞋品牌。

目前，三辰已在全国建立以蓝猫为品牌的专卖店2400家，专卖店覆盖全国95%的地市，平均每个地市开店7家(截至到2024年1月15日的统计数据)。2024年北京蓝猫卡通产品销售公司的销售实洋9个亿。这是三辰卡通新型产业链的“第三环”

3.4三辰卡通企业集团架构

目前三辰影库卡通项目已经形成企业集团架构，包括十几家公司：2024年初由三辰影库控股成立的湖南三辰影库卡通节目发展有限公司，暨2024年6月成立的北京蓝猫卡通产品销售有限公司，下辖北京三辰蓝猫玩具有限公司、北京蓝猫淘气饮品营销有限公司、北京蓝猫保健品开发有限公司、北京三辰音像出版社、上海三辰卡通服饰有限公司、上海蓝猫袜业有限公司、上海三辰卡通日化用品有限公司、温州蓝猫鞋业有限责任公司、汕头三辰蓝猫产品发展有限公司、深圳蓝猫钟表有限公司、香港新创意企业有限公司(食品)、蓝猫主题公园开发有限公司(筹)等。

目前三辰影库卡通项目已经形成大中华地区的产业布局：

北京——策划营销和艺术创意以及技术中心

湖南——卡通及影视节目原创中心

上海周边的长江三角洲——产品开发中心和物流中心

香港——资本运作中心

四大中心由企业资源管理系统(erp)实现零距离管理。

3.5经验与缺陷

1、创新精神的缺失：蓝猫卡通项目从教育产品发展而来，在国内率先提出知识卡通的概念，并且发展出一套独具特色的无纸化卡通工艺流程，以及与之相配套的管理机制，10多年来取得了一定的成绩，但是也暴露出创新精神的缺失，蓝猫已经制作1千多集，知识与艺术、知识与娱乐相结合的问题始终未能得到很好解决;蓝猫的制作技术、工艺流程在95、96年即以基本定型，至今未有大的进步，多年来计算机图形技术飞速发展，蓝猫的制作技术与工艺已经老化，目前人均动画日产量约在1秒，与国内同行相比并无明显优势，只是规模庞大而已。

2、管理的粗放：蓝猫卡通制作基地由总导演、编辑部、7个正片部、三维部、后期合成部以及其他教育软件部、图书音像部等相关部门组成，其中正片部达上百人编制，每个正片部每周生产1集，生产过程中并未引入量化管理机制，加上工艺、技术上的局限，造成人均生产效率低下。同样，管理的粗放、模糊在营销环节中也大量存在，每天近20小时广告时间销售很不理想，造成资源浪费;物流环节跟不上销售进度，近3000家加盟店良莠不齐，盗版、假货冲击，甚至专卖店售假，给企业的经营管理造成巨大的损失。

3、内部矛盾：三辰卡通集团是由北京三辰影库音像电子连锁租赁有限责任公司和湖南东方卡通节目制作有限责任公司合并而成，两家企业在地域、文化、理念上的差异始终未能很好融合，前期创业阶段，两方分工明确，即北京管营销，湖南管制作，播出由双方协作，随着企业的发展，矛盾逐渐显现，更致命的是，双方领导人，也既是企业股份的主要持有人性格和利益的冲突，造成企业发展停滞不前。

四、项目概念、价值

**商业计划书策划书篇十**

活动主题：欢乐圣诞节(圣诞狂欢夜)

活动说明：每年的12月25日，是基督教徒纪念耶稣诞生的日子，称为圣诞节，是西方国家一年中最盛大的节日，可以和新年相提并论，类似我国过春节。为提高商场在本地的影响，提升营业额，增进宣传活动的互动性和娱乐性，吸引消费者。

一、圣诞节氛围营造

1、门前广场可设置这样一个场景造型：在商场门口矗立一颗高5米左右的圣诞树，圣诞树上挂上各式各样的装饰品，并配以装饰彩灯。圣诞树周围作配套装饰(小鹿雪橇圣诞老人等)，栩栩如生、充满情趣。加上海报喷绘横幅，营造出圣诞的主题氛围。注：音乐必不可缺少的，给整个场景增加动感，可以播放一些经典的曲子。

2、营业员和收银员，商场工作人员全部戴一顶红色圣诞帽，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

3、商场内部划出圣诞商品区域，陈列各种圣诞礼品，配以彩灯、装饰品等，加上海报、音乐等来渲染圣诞氛围，将商场变成圣诞晚会的天堂 。

4、商场门口安排一名工作人员扮演圣诞老人，向消费者派发一些圣诞小礼品。

二、商场内部促销活动 (根据商场自身情况，酌情选择)

1、购物送手套，还有连环大惊喜，商场购物满x元，凭购物小票，赠送一双手套(手套价值5-10元左右)，在手套里还藏有奖券。

活动说明：手套也是人们不可少的防寒用品，购物送手套，对顾客来说比较实在，将奖券藏在手套里又是一个新颖的促销方式，跟西方的小孩在过圣诞节时在长袜子里得到礼物有异曲同工之妙。作为赠品的手套可为同一价位不同款式不同颜色的手套，顾客在选定一副手套后，不可再次挑选更换。奖券制作尺寸大小不宜太大，以方便藏在手套里不致掉出来。注：购物赠品还可为一些时尚台历、圣诞礼品、平安符(平安夜赠送平安符)等。

2、圣诞大蛋糕

定制一个圣诞大蛋糕，直径可长达几米，上面写“圣诞快乐”几个字，并插满蜡烛，在晚上八点，大家一起许愿，然后一起吹灭蜡烛，整个场景周围用圣诞树、彩灯等装饰，并配以音乐营造氛围，凡25日当晚6点至8点在商场购物满 元的顾客，凭购物小票即可分得一块蛋糕，分完为止。

活动说明：在国外，为圣诞节添姿增色的往往还有美味圣诞蛋糕。人们常常把圣诞蛋糕做得新奇漂亮。上面用奶油或果酱浇“圣诞快乐”的字样，四周插上特制的圣诞蜡烛。蜡烛形状小巧，只有三四寸长，但用料精致，五颜六色，有的还做成螺旋形。点燃之后，由主人吹熄，然后大家分吃蛋糕。人们有时还在蛋糕里放进三粒豆子，以此代表圣经故事中的三个东方贤土，谁吃着豆子谁就当上了“三王”，令人感到十分有趣。

操作说明：可在中央大厅划出一专区摆放蛋糕，注意维持现场秩序，以免阻塞客流;蛋糕可以做得尽量大，也可以分为几个大蛋糕，准备切蛋糕之用具。在圣诞夜晚八点，顾客凭规定时间内的购物小票领取一份蛋糕。同时准备好盛放蛋糕之用品，如塑料盘和塑料叉，同时放置垃圾桶，以免顾客乱扔垃圾破坏环境。

3、购物砸圣诞节金蛋

凡在商场购物满x元，即有获得免费砸圣诞节金蛋的机会一次。

操作说明：在事先准备的金蛋中放入写有不同礼品的奖券，赠送奖品待定

4、购物送免费餐券

兑换地点：总服务台商场消费满 x元，可获得美食天地免费券一张x元，满x元送两张，限单张小票，不可累计。

操作说明：对于年轻顾客和小孩来说，过圣诞节总是免不了吃的，而在美食天地里过圣诞节更具圣诞味道。

5、圣诞节火鸡大餐

圣诞节作为一个隆重庆祝节日，不能少了好吃美味食品。在国外，圣诞节火鸡大餐就是例牌主菜了，而对于火鸡，国内的顾客了解较少，因此在现场制作销售火鸡必定能激起的顾客的好奇心和购买欲。

操作说明：可在现场用图片海报对火鸡的产地、营养特性、如何制作等加以说明，并强调这是西方圣诞节不可缺少的主要食品，同时火鸡货源必须准备充足。

6、其他促销活动

圣诞服装大特卖：冬季休闲服装、西装、风衣、羽绒服、保暖内衣等 圣诞限时特卖：开设圣诞疯狂抢购区，可分为一元抢购区、五元抢购区、十元抢购区等，抢购商品为一些小商品，如圣诞小礼品、袜子、手套、毛巾、巧克力、饼干等等。

圣诞玩具节：玩具对与年轻消费群体特别是小孩总是最具吸引力的商品之一，展出销售不同类别、各种款式的玩具，对于促进圣诞销售会有很大帮助。

三、商场外部活动

为配合圣诞欢乐的氛围，在商场门口搭建小舞台，圣诞节当天举行两场主题表演，以吸引消费者前往购物。

表演时间：第一场下午2点，第二场晚上8点。

表演内容：圣诞歌舞表演，有奖问答，圣诞主题模特走秀等。

四、特别企划—公益活动

每年的圣诞之夜，你是否会想起那个卖火柴的小女孩，是否会想起那个慈祥的老奶奶，其实在我们城市中，也还存在着需要我们去关心的孩子，伸出您热情的双手，献出您的爱心，让我们共同给他们点亮“希望的火柴”。您只要将自己的购物小票投在募捐箱内：

1、我们就会将顾客投票金额的1%作为爱心公益捐献给这些孩子们。

2、征集十名公益热心者，在圣诞节当天，扮成圣诞老人去看望全市各大孤儿院、福利院儿童，给孩子们送去礼物，并与孩子一同嬉戏游乐。礼物设置：冬衣、帽子袜子等保暖用品、玩具、食品等。

操作说明：邀请相关媒体对此活动进行报道，并邀请公证单位对此活动进行公证，此公关活动有助于引导市民来关心和爱护这些弱势群体，提倡公益爱心，也有助于提升商家的知名度，美誉度等。

**商业计划书策划书篇十一**

xx峡市总面积10475平方千米，市辖1个市辖区、3个县、代管2个县级市。市人民政府驻湖滨区，湖滨区面积219平方千米，人口33.22万人。地处黄河流域的xx峡市是华夏文明发祥地之一。在漫长的历史进程中，先民们在这块土地上生息繁衍，用勤劳的双手创造了光辉灿烂的历史文化，成为华夏浩瀚文化的重要组成部分。这些历史文化对于推进历史的前进乃至当今社会各个方面都产生了重要及其深远的影响。仰韶文化、虢国文化及由老子《道德经》衍化而来的道家、道教文化便是这诸多历史文化的典型代表。

“十五”以来，市委、市政府立足于实际，确立了发挥比较优势，大力培育特色经济，构建区域特色经济体系的发展思路;突出五大产业基地建设，构筑九大产业链条，使xx峡经济呈现出前所未有的发展势头，成为河南省最具发展潜力的区域之一。

改革开放以来，xx峡市的科技事业得到了长足发展。科技综合实力明显增强，全民科技进步意识显著提高，科技发展社会环境得到大力改善，同时科技工作以技术创新为主线，以深化科技体制改革、扩大科技对外开放为动力，以优化科技发展环境、完善区域创新体系、实施人才战略和加大科技投入为主要措施，大力推动科技进步与创新，有力地推动了传统产业的改造提升、高科技产业的发展和农业科技进步，科技已成为经济发展和社会进步的重要支撑力量，科技对经济增长的贡献率进一步提高。

xx峡地处豫、晋、陕三省交界处，东与洛阳市为邻，南依伏牛山与南阳市相接，西望古城长安，北隔黄河与三晋呼应，是历史上三省交界的经济、文化中心。华夏的古老文明、祖国的今朝奇迹、南疆的湖光山色、北国的秀丽冰川，在这里得到了巧妙的浓缩和展现，发展旅游业有着得天独厚的条件和十分广阔的前景。

厚重的历史文化为这里留下了许多名胜古迹和人文景观。自然景观主要有融观光、登山、避暑为一体，享有“ 小华山”之美称的亚武山国家级森林公园;“四面环山三面水，半城烟村半城田”的陕州老城风景区;风光旖旎、 景观险胜、古迹遍布的xx峡黄河游览区等。近年推出的“黄河之旅”旅游线路，已被国家旅游局定为14条旅游专线的第二条，推向国际市场。

二、策划目的

1. 塑造和传播xx峡城市形象，打响xx峡的知名度、提高xx峡的竞争力和影响力，树立品牌。

2. 带动xx峡地区的经济发展，吸引投资商、企业家到xx峡投资。

3. 推进xx省旅游开发建设精品化，旅游宣传促销品牌化，促进全省旅游业发展。

4. 推动xx峡乃至整个xx省其他相关行业的发展。

三、策划原则

1. 整体策划、分级负责、协调合作、务求实效。

2. 经济效益、环境效益、社会效益相结合。

3. 活动具有新颖性、独特性、现实性。

四、组织形式

政府主导，各部门分工合作，社会各界力量参与。

主办单位：xx省xx峡市旅游局、xx省xx峡人民政府新闻办公室、xx省xx峡市广播电视局。

承办单位：xx峡市旅游局及有关县(市)人民政府。

五、活动流程

由烟花拼成的“热烈祝贺黄河旅游文化节隆重开幕”巨大字幕在空中升起，拉开序幕以舞蹈形式的大型晚会为主，辅以锣鼓、舞狮、戏曲、彩色气球等表演。此外，还将举行xx峡各地手工艺品的制作展、国际书画艺术展等系列活动。

**商业计划书策划书篇十二**

一、 项目简介：

“xx汽车网”是一种b2c电子商务形式汽车网站。随着互联网宽带和技术应用的成熟，可以预见，电子商务将成为互联网普及应用的主流，必将影响着千家万户的生活和经济行为，并日益成为社会商业活动的重要形式。

纵观国内互联汽车网站，中国汽车网、太平洋汽车网、中国汽车新网和三大门户网站的汽车网为b2c电子商务汽车网的主要集散地，占据了网上汽车商务大部分份额。此外，国内仍然还有几百家小型b2c汽车网站，受规模和能力限制，发展缓慢，步履维艰，艰难的维持现状，并残酷地争夺着剩下为数不多的份额。

更有甚者，许多拥有丰富资源信息，希望通过互联网开展汽车网上商务的却苦于无法找到进入b2c电子商务的门槛，或对互联网的泡沫经济心有余悸而不得作罢。然而消费者若进行网上浏览选购时却又发现，很多汽车网中相关车型数据介绍仍然嫌少(很多只是提供汽车行业中的新闻)，不能及时找到自己想了解的车型参数或经销商介绍。

所谓网站的特色服务。“xx汽车网”的出现旨在改变特色特色服务困难这一局面，开发出特色网站栏目。通过特色栏目来吸引广大的汽车爱好者，和汽车经销商厂商的关注。避开其他汽车网站的锋芒，形成自己的品牌和服务壁垒，提高准入难度，保持现有优势，确保业绩稳中有升。

二、 行业现状分析与市场需求预测：

新概念汽车服务有限公司的“xx汽车网”网站成立2024年2月28日，我们首先就此网站进行一下分析。

xx汽车网介绍：我们有4年的大型汽车网站领域丰富经验，致力于建立黑xx省乃至中国最大最专业的汽车网站。为入驻商户提供覆盖全国2500多个城市的专业化服务。

xx汽车网服务：功能完善、展示信息丰富的汽车商务平台;针对企业的网上销售系统;开放式远程客户管理和针对个人的网站采购销售系统;强力搜索引擎支持。

xx汽车网招商范围：网站广告发布、汽车经销商商家驻入、消费者团队采购、汽车配件采购平台诚信通会员、企业网站的建设、服务器租用以及域名注册等服务。

xx汽车网的发展思路源于王峻涛离开my8848与西单商场合作开发igo5的时候，一句话概括就是：利用自身的平台优势，吸引商家入住进行网上销售(商家有无网站均可)，丰富自身信息资源，实现双赢，即所谓的商业街模式。

让我们再对xx汽车网模式的赢利性进行分析。首先是各大厂商的网站广告收益，估计每月赢利在2万元人民币左右，而且潜在商家众多，将成为xx汽车网的重要赢利源之一;其次是品牌经营收益，xx汽车网运营得当，将成为汽车网站中又一标志性品牌，其运营和推广模式将成为新的典范，品牌价值巨大。

再次是商家服务收益，包括商家驻入，汽车配件采购平台会员费，组织汽车团购，开展买车参谋服务等多种内容，不一而足。从中可以看出，汽车网站商机无限，重在创新，善于捕捉市场空白点和新动向，介入越早，获利越丰。

综上，xx汽车网的优势是：具有强大的品牌、经验、技术和资源优势，对新产品的推广强有力，可以做到短平快，适合大型商家和高需求量商品销售。xx汽车网也有不足和待改进的地方：已经有网站的公司或企业若加盟xx汽车网须放弃现有网站。

汽车配件采购平台诚信通会员费用不低，将阻挡许多个人或小型商家;各商家同业竞争不在保护之列，容易造成恶性竞争;xx汽车网野心十足，立志于网罗所有中小型汽车网站和商家，大有一统河山之势。众所周知，产业垄断与过分集中对各类中小型“散户”是危险的讯号，不得不堤防。

中国的汽车消费市场及其特征

随着中国改革开放的推进以及二十多年的经济高速增长，中国居民收入大幅度增加。农村居民家庭人均纯收入2024年达到了2366.4元，较1978年增加了4倍，年平均增加速度为7.28%;城镇居民家庭人均可支配收入2024年达到了6859.6元，较1978年增加了3.16倍，年平均增加速度为6.4%。大城市居民收入的增加速度更快。城镇居民的消费支出中吃、穿的比重逐年降低，而用于医疗保健、交通通讯、娱乐教育文化服务、居住的部分逐年上升。

城乡居民储蓄2024年底达到73762.4亿元，目前已超过了80000亿元，且每年储蓄的增幅都在增加。中国已经发展成为一个极具潜力的汽车消费市场。估计目前我国有购车能力的家庭达到700万户，2024年更将达到4200万户。到2024年，中国有可能成为全球仅次于美国和日本的第三大汽车市场。

从汽车的实际购买来看，汽车作为中国居民家庭拥有率最低的一种高档耐用消费品，随着居民收入水平的不断提高和中国政府鼓励轿车进入居民家庭政策的出台，特别是2024年5月放松对生产企业的价格管制，加之制约需求的各种不合理费用逐步取消和汽车贷款正在被越来越多人所接受，汽车正在快速进入普通家庭，开始取代家电成为新一代领航消费品。

根据中国国家统计局统计数据，2024年1—7月，全国限额以上批发零售贸易业汽车零售额419.4亿元，比上年同期增长45.4%，其中7月份销售76.1亿元，增长75.3%，成为各类商品中零售增长速度最快的商品。由于购车热扑面而来，一些汽车销售出现断档脱销，一些品牌要提前预订，出现了目前市场上的旺销局面。

而现在消费者在买车之前超过50%的人群都会选择通过网络媒体了解自己所选购的汽车性能技术参数价格、和经销商详细情况等信息。这样汽车专业网站就成为了他们的首要选择。

三、 可行性分析

栏目特色：xx汽车网根据长期对访问者的跟踪分析得出了哪些栏目比较受欢迎，我们独立开发了“驾驶员模拟考试系统”“新车价格查询系统”“汽车车型查询系统”“二手车交易系统”和汽车配件采购平台等几大栏目，尤其是驾驶员模拟考试系统是在汽车网中首家推出，受到网友的极大欢迎，并且成为很多汽车网站模仿的对象。

访问者目的和实现办法：“xx汽车网”是一个联系网上消费者和和厂商企业的平台，访问者可通过“xx汽车网”了解到各个加盟厂商企业的产品和价格，对于需要详细了解或购买的产品，点击即可进入该厂商、企业发布页面进行操作。大型专业汽车网站成为“我”购车参考时的首选。

四、 项目内容和功能

1、 网站概述：

“xx汽车网”网站是一个b2c电子商务汽车网站，网站的核心仍然是各种车型的分类展示、介绍、经销商、评论等。每一种车型在网站介绍主要参数的时候，均会标明该车型的专营经销商，点击经销商就可以查看到经销商的详细信息。

“xx汽车网”网站的另一个重要内容是汽车配件采购平台，包括贸易机会、产品展示、企业名录、人才招聘、行业新闻、汽配采购平台在以信息服务为基础，建立完善的、以用户为本的网上交易系统。构建网上交易平台、信息发布平台、工作平台、自动建站平台。

有助汽配生产厂家、企业或贸易商准确的把握市场脉搏，迅速接触更多客户，简化交易过程，提高交易速度，降低交易成本。目前，汽配采购平台已经拥有1300多家汽配企业网站和产品资料，每天接受来自全球100多个国家2024人次的汽配客户查询和联系。以优质的服务和独有的服务体系和网络技术为汽配企业提供最佳的网络商务解决方案。

2、 栏目编排：

访问者可以注册成为网站普通会员，可发表评论，可进行投票，可对展示商品提出意见或疑问。

填补网络行业空白，品牌价值巨大;替客商搭筑网上销售平台。

xx汽车网目前共有400多种车型的价格和详细参数介绍，能满足访问者网上看的需要，2024年7月xx汽车网发布了 新车价格查询系统，在网上发布以后使用用户非常广泛，使网站知名度又一次大提高，(潍方搜索分站，安徽汽车网等目前还在使用我们的系统)在2024年12月推出了全新的 驾驶员网上模拟考试系统 等到了广大网友的好评，网站2024年5月相继进行了2次大的改版，并整合了一些栏目，删除了以前的信息平台栏目，增加了二手车交易栏目和2024年8月推出的 汽配采购平台栏目，xx汽车网的明天将是美好的明天!

**商业计划书策划书篇十三**

一、活动背景：

为了更好地推广商务贸易知识与庆祝院庆与社团活动月的举办，特此商务贸易协会决定四月中旬举办第二届商务谈判大赛。协会将通过了解同学们对商务谈判的认知状况，举行一系列有关商务谈判技巧性和实用性的讲座，加强理论与实践的联系，让同学们切实参与到本次大赛之中，体验商务谈判的本质。为更好地开展本次大赛，现特制订本计划。

二、活动主旨：

因庆祝院庆以及社团活动月的举办，特此举办本活动极大地营造校园气氛，提高全院师生对商业性知识的积极能动性，加强理论联系实际，充分展现华师学子的智慧和风采,以及为校区培养和选拔商业人才，令全院师生全情投入到大赛中，特使商务谈判大赛成为校区品牌活动。

三、活动意义：

第二届商务谈判大赛的开展，将带动校区学生学习商务贸易知识的积极性。为培养新型的就业、学习理念打下基础，有利于学生将自己的学习和市场需求结合起来，同时为将来的就业或进一步学习提供了一次实践和煅炼的机会，有利于全面提升学生应对市场竞争的能力。

四、活动简介：

(一)活动主题：薪火相传，商务新风。

(三)活动地点：多功能会议厅(决赛地点)

(四)活动对象：xx师范大学南海校区全体学生

(五)主办单位：xx师范大学南海校区学生社团联合会

(六)承办单位：xx师范大学南海校区商务贸易协会

(七)赞助单位：大学购物网

五、活动内容：

分为初赛、复赛、决赛三个阶段。

(一)初赛阶段

2、比赛方式：让参赛队伍根据所策划出来的企划书进行为时10分钟的讲解。

(二)复赛阶段

1、经评审委员会评选出的初赛晋级队(8支)参加复赛。复赛采取淘汰赛形式，进入复赛的队伍在初赛结果出来时，现场抽取复赛题目和对手。两天时间准备复赛工作。

2、复赛要求：每个参赛队伍根据所抽取的题目和对手，在规定的30分钟内与对手进行现场商业谈判。

(三)决赛阶段

2、现场商业谈判过程由决赛队伍根据之前所抽取题目和对手进行。合作性灵活谈判策划题目现场抽取，由两个团队分别抽出3人组合为一支6人队伍与另一支队伍进行谈判。

(四)评比方式

1、商务谈判大赛初赛、复赛操作方法：

大赛评委会针对初赛参赛作品，再根据参赛团队的解释表现进行认真评审，评委会评选出进入复赛的作品，并将回馈评审意见给参赛队伍;复赛队伍可根据评审意见自己的表现进行完善。复赛将评选出4支队伍进入决赛。

2、商务谈判大赛决赛操作方法：根据评委的打分，现场进行奖项评选。

3、本次评选秉承公平、公正原则。评选结果最终解释权归评选委员会所有。

六、活动奖励措施：

(一)第二届商务谈判大赛比赛奖项、奖金及奖品设置。

1、团体奖：

一等奖、二等奖各一队，优秀奖两队。一等奖奖金200元、奖杯一个及荣誉证书;二等奖奖金100元、奖杯一个及荣誉证书;优秀奖荣誉证书。

“最佳人气奖”一队，荣誉证书及纪念品。

2、个人奖：

“20\*\*华师商务谈判新星奖”一名;个人奖奖笔记本一本及奖杯一个。

(二)参赛选手可根据《学生手册》的规定加德育分。

七、活动时间进程：

(一)活动启动：20\*\*年4月13日，向各个团总支发参赛通知书，召开发布会;

20\*\*年4月14日，在商业街召开咨询会;

1、初期宣传：

(1)线下宣传：包括在d座楼挂上海报，在商业街拉上横幅，在每座宿舍楼贴上a3大小的海报等。同时举行发布会，咨询会。

(2)线上宣传：在网页上设置关于这个活动的专栏，并通过q群进行宣传。

2、中期宣传：

(1)在图书馆的商务廊及时展示和更新活动的最新动态，以及各参赛队伍的资料(包括队伍的简介，照片等)。

(2)适时在商业街举办参赛进度展览和最新图文。

(3)5月2日—10日之间，确定进入决赛的四支队伍后，举行一个参赛选手和学生互动的活动。在商业街与b座交叉的四个角分别让四个参赛队伍穿着整齐的为来往同学进行活动介绍以及现场拉票。活动现场中间由四个参赛队伍的艺术照浮雕组成。

3、后期宣传：

举办活动成果展。收集参队员们的参赛新的体会，老师的评语，以及比赛时的相片等在商业街做一个后期成果展。

分3轮：(同时开展网络教程)

第1轮：邀请老师对参赛团队或有兴趣的同学开展商务礼仪培训;

第2轮：邀请老师开展商务谈判基础知识讲座;

第3轮：邀请企业代表开展商务谈判技巧，经验讲座;

(六)初赛作品提交：文本版及电子版于20\*\*年4月26日前提交;

(七)初赛比赛：20\*\*年4月28日：

(八)初赛结果公布：20\*\*年4月29日;

(九)复赛前期准备：20\*\*年4月29日—20\*\*年5月1日;

(十)复赛阶段：20\*\*年5月5日

(十一)复赛结果公布：20\*\*年5月6日;

(十二)决赛准备阶段：20\*\*年5月6日—20\*\*年5月12日;

(十三)决赛时间：20\*\*年5月12日。

八、活动可行性分析：

通过参与初赛、复赛、决赛，可以使商务谈判的概念深入人心，在全校区形成学习商务交流的新氛围。

通过团总支组织比赛，使活动更有效地开展，有效地保证活动的参与度;

综上所述，通过宣传，活动的推广，活动开展，能全面地将活动推向全体师生，将使师生们对商务谈判有更深刻的认识。

九、活动经费预算：

现金费用(现金费用向学校团委申请)

项目名称

十、活动声明：

(一)本次活动各参赛作品使用权归各参赛队所有，未经参赛代表同意，任何单位和个人不得侵权。

(二)未经本活动组办单位同意，不得使用有关于本次活动所有作品作商业宣传用途。

(三)本活动最终解释权归xx师范大学南海校区商务贸易协会所有。

活动负责人联系方式：朱xx\*\*\*\*\*\*\*\*王xx\*\*\*\*\*\*\*\*

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