# 最新商业投资计划书(优质11篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2024-08-26

*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。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。商业投资计划书篇一创设新事业者透过现金流量表...*

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。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**商业投资计划书篇一**

创设新事业者透过现金流量表检核投资计划可行性后制定公司商业计划书范文，并对合资条件(如技术股)、投资策略(计划定位)、股权安排等有了盘算之后，再来就是请财务顾问或投资专家撰写“投资计划书”，以作为向投资者筹募资金的工具。本章依次介绍对投资计划书的基本认识，如何撰写投资计划书，最后以永辉投资股份有限公司为创业者所拟订的投资计划书为参考格式。

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。

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。

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。

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”。

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。

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。

更多商业计划书内容请点击此处

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。

**商业投资计划书篇二**

一、目标市场：

·几句话概括公司的目标市场及业务;

二、目前存在的问题：

·描述该领域目前的问题;

·概括目前该领域解决问题的\'相关办法;

三、解决方案：

·证明自身方案能够更好地解决问题;

·表明立足点及创新性;

·提供相关案例;

四、切入时间点：

·详细说明过去及目前的市场趋势;

·为什么是现在切入;

·判断未来发展趋势;

五、市场容量：

·目标客户群体是谁;

·计算总市场容量、目标市场容量、市场占有率;

六、竞争：

·竞争对手都有哪些(注意对潜在对手的分析);·面对竞争，自身优势有那些;

·竞争策略;

七、产品：

·产品线(元素、功能、特性、结构、知识产权等方面);·研发路线;

八、商业模式：

·盈利模式;

·产品定价体系;

·营收分析;

·目标客户;

·市场策略;

·销售策略;

九、项目团队：

·创始人及核心团队;

·顾问团队;

·人才策略;

十、财务：

·损益表;·资产负债表;·现金流量表;·其他财务表格;·目前拥有的订单;

**商业投资计划书篇三**

前 言

本商业计划书内容包括酒店式湖景别墅的项目简介、主要建设内容、辅助资源配置、发展前景、市场定位、竞争对手、销售策略、风险控制及项目的投资回报期等投资者关心的各项问题。

酒店式湖景别墅为天津市都市生态园项目的下属子项目之一，生态园的整体介绍参见《天津市都市生态园项目说明书》。

本项目中的所有外部数据均有确切出处，财务预测数据则根据相关方法推算而得。

第一部分 执行概要

一、项目概述

酒店式湖景别墅是天津都市生态园旅游度假村中的一个重要组成部分，是一个集旅游、娱乐、住宿、餐饮、会务等为一体的高档休闲度假旅游项目。

酒店式湖景别墅群倚已建成的800亩人工湖建设，为整个生态园最佳休闲观光地之一，建成后的度假村风景优美、设施完备、功能齐全，将成为都市人休闲度假的一个最佳去处。

该项目的建设分为三期，其中一期为项目规划设计、市场宣传及推广等，目前正在进行中。二期将建设具有异国情调的酒店式湖景别墅20 幢，形成具有丰富亲水资源的湖畔别墅区，包括日式8幢 、欧式8幢、中式4幢;三期建设计划为100栋风格迥异的别墅群。

该项目的二期建设即将正式启动，有关立项手续完备，预计二期地上物建设总投资2280万元,占地面积30亩。根据投资力度和投资规模的增加，三期的后续开发建设预留50亩可以在现有规划的基础上进行调整和创新。

二、项目发起人简介

天津方舟天马农业科技发展有限公司(以下称“农业科技”)作为本项目的发起主体，对项目进行总体策划，并作为投资人投资兴建该项目。公司简要情况如下：

公司名称：天津方舟天马农业科技发展有限公司

注册时间：10月9日

注册资金：4,500万人民币

公司地址：天津市静海县双塘镇西双塘村

农业科技将按照现代公司治理结构的标准进行管理系统设计和人力资源规划，最终形成完整规范的公司法人治理结构以及科学合理、精简有效的组织管理体系。

三、股东单位

农业科技的两家大股东分别是：天津方舟天马投资(集团)有限公司和深圳市明德投资有限公司。

天津方舟天马投资(集团)有限公司成立于，注册资金8,000万元，是在国家工商行政管理局注册并具独立法人资格的集团公司，下属18家子公司，业务范围涉及旅游景区、景点开发、体育、通讯、商贸等领域。公司于巨资买断原天津甲b立飞足球队，建立甘肃天马足球俱乐部，现俱乐部迁至东莞，更名为东莞东城队。方舟天马投资集团下属天津市方舟旅行社成立于19，注册资金1500万元，目前名列天津同行业前三位，主要负责都市生态园的营销，提供良好的客源市场。

深圳市明德投资有限公司(shenzhen mintex investment co,ltd)成立于成立，注册资本3,000万元人民币，是在深圳市工商局注册的新兴的专业化投资机构，主要业务范围包括直接投资、项目管理、投资银行，主要投资方向为旅游、房地产、高科技。主要负责都市生态园项目规划和资本运营。

第二部分 项目提供的产品和服务

一、项目的创意和定位

(一)项目创意

“酒店式湖景别墅”项目是天津都市生态园内最核心、最具盈利能力的项目之一。鉴于北方的地理条件，相对缺乏高档消费的亲水地产别墅，酒店式湖景别墅倚800亩人工湖建设迎合了高端消费人群的需要，建成后的度假村风景优美、设施完备、功能齐全，将成为都市人休闲度假的最佳场所之一。

本项目的规划融合了西方建筑特色和现代社区规划理念，将建设为中式、欧洲等不同风格的别墅群，以优雅、开放、包含着休闲和赏心为建设宗旨，旨在创造一个融优美的生态环境、旅游、休闲度假与居住功能为一体的社区，是成功人士梦想居住中最耀眼的一道风景。

(二)项目定位

酒店式湖景别墅以休闲、自然为主题，采用星级酒店式经营管理模式，主要为满足前来进行度假休闲、商务会务等的群体提供多方位服务。

酒店式湖景别墅项目包括别墅群以及800亩人工湖，不同风格的设计以及每栋别墅独立的码头、游船、工作犬配合生态园内优美的风景和众多高端的休闲娱乐项目，必然成为国内众多休闲度假村中的翘楚，这同时也是本项目盈利能力的关键。

从景观特色上分析，酒店式湖景别墅以营造以人工湖为中心的水域景观为主要发展方向，通过景区内特有的水域景观并结合健康有趣的娱乐设施来吸引远近游客。

从规划建设旅游项目上分析，酒店式湖景别墅是都市生态园旅游项目开发中一个重要的组成部分，与其周边的休闲娱乐项目共同构成了休闲、娱乐、度假、会议、住宿等多功能旅游环境，能够满足不同年龄结构、职业结构的需求。

从现代生活节奏上分析，久居城市的人们日常工作、生活节奏紧张，渴望利用节假日到自然环境中寻求乐趣，得到放松。旅游度假村便捷通畅的交通体系，公园内精心设计和新奇创意的游乐设施，能够抓住现代人们的旅游心理和消费心理，为游客营造一个融于自然的休憩空间。

从时空距离上分析，酒店式湖景别墅交通方便、各种设施齐全，天津、北京等距离较近的大城市居民或游客能够开展节假日1、2日游，而全国其他地区的游客也能利用各种假期，前来旅游度假。

二、项目优势

(一)地理位置优越，交通便利

酒店式湖景别墅位于天津静海县西双塘村都市生态园内，东临京浦铁路，紧靠京沪高速公路和104国道，距天津市区40公里，天津新港80公里，天津滨海国际机场60公里，距首都北京140公里，经农业科技公司申请，天津市政府同意在京沪高速公路都市生态园处建设出口，未来从北京、天津将可直接通过高速公路直接进入都市生态园，交通更加便利。这也同时体现了天津市政府对天津都市生态园的大力支持。

(二)具有较大的市场空间和目标客户群体

酒店式湖景别墅的市场定位是酒店式高尚别墅，而且社区规模较大，总建设规划面积80亩。随着国民经济保持高速增长，国民收入不断增加，中国已有相当一部分人已先富起来，这些人士对居住条件及休闲度假住所要求较高，因此酒店式湖景别墅项目目标客户源较为充裕。

(三)与园区内多个项目形成资源共享及优势互补

酒店式湖景别墅是都市生态园中一个重要的组成部分，为生态园项目二期建设内容之一，其他部分子项目已在去年开工建设。按照生态园的设计规划，整个园区项目的工程建设将分成四个时期，从3月份起建，预计全部完成。其中，一期部分项目已经接近竣工，正在试营业之中。

生态园一期项目中包括马术俱乐部、特种犬养殖、斗牛场、动物竞技、大土炕餐厅等项目，其主体工程已经基本建设完成，预计20十月一日之前开始营业。预计一期建设完成后，园区可正式对社会开放，接待各地游客，成为京津一带的热门旅游景点。到时园区内可进行包括农业大棚采摘，犬类观赏，马术俱乐部表演，动物竞技表演等以娱乐性活动为主的项目。酒店式湖景别墅项目属于二期工程，届时将尽享一期工程的相关资源及配套设施。

(四)创新的“大型人工湖+旅游+酒店式别墅”经营模式

围绕800亩人工湖建设的酒店式湖景别墅项目整体形象突出，各类建筑设计风格独特，服务内容丰富，功能齐全，各类配套设施完备，具备良好的硬件条件。酒店式湖景别墅作为生态园的重要组成部分，与其它项目优势互补，联合经营，形成资源共享，都市生态园内优美的环境、众多独具特色的经营休闲项目衬托出酒店式湖景别墅的潜在价值。

三、项目规划及建设方案

(一)项目地址

酒店式湖景别墅二期占地30亩，环绕都市生态园内人工湖的南侧，在生态园图示f3处。(项目位置见下图)

(二)酒店式湖景别墅规划设计

酒店式湖景别墅二期将建设具有异国情调的湖景别墅20 幢，形成倚势而成风格迥异的湖畔别墅区，包括日式8幢 、欧式8幢、中式四合院4幢。

湖景别墅规划设计图1 湖景别墅规划设计图2

日式别墅。通过景观带将花园和别墅进行了空间和景观上的自然融合，引入了空中花园设计理念，与内庭院形成立体的绿化效果;日式温泉洗浴、露天大风吕、日式榻榻米等。独特的日式建筑风格和日本庭院景观让游客充分体验东洋风格的雅致精巧。

欧式别墅。既有外檐典雅、尊贵，古典中融合了现代，淡雅中彰显恢弘的巴洛克古典建筑风格，亦有俄罗斯哥特式风格建筑和以小筒瓦式外檐为主要风格的西班牙式建筑。大理石细腻的纹理，波斯地毯浓浓的柔情，特种进口墙纸的金碧辉煌，衬出别墅雍容华贵与不凡气度。

中式四合院。由北房、东西厢房和南房组成一个独立的院落，北房两侧是东西耳房，四周以连廊形式相连。青砖灰瓦、青藤绕梁、小鸟鸣啭、水井、碾坊时刻投射出清新古朴的典型中式风格。

湖景别墅规划设计图3 湖景别墅规划设计图4

(三)项目经营范围

主要包括：住宿、会务等。

1、住宿： 采用星级酒店式经营管理湖景别墅，日常经营中为游客提供住所。

2、会务：为生态园内举办的各类商务会议和培训提供配套服务。

(四)项目实施保障条件

1、项目立项已获本公司股东方面决议和静计投资63号文批准。

2、本项目建设用地地质构造稳定，水文状况良好。

3、本项目建设用地公用设施配套齐全，水、电、气、路均达至建设用地红线;本项目建设用地净空条件良好，无高压输电走廊、微波通讯走廊;地下无妨碍性市政管网。

4、配套环境及休闲娱乐设施基本完备。

第三部分 项目背景及其可行性

一、宏观经济的配合

进入20以来，我国宏观经济发展取得了较为显著的成绩。虽然近来国际经济风云变幻，起伏不定，但是我国经济增长却表现得相当稳定。“九五”期间国内生产总值年均增长率接近8%。在我国制定的“十五”计划和远景目标规划中，未来十年的国内生产总值平均增长将在7.2%左右。目前我国人均年收入已达1,090美元 左右，城镇居民大多说已从小康步入富裕小康水平，北京、天津及周边一些地区已达到或超过3,000 美元，连续保持了国民经济持续、快速、健康发展的良好局面。

(一)社会消费水平稳步提高

在良好的宏观经济环境下，随着居民生活水平的迅速提高，居民节假日的增加，闲暇时间上升，民众的生活追求以由数量型向质量型转变。我国居民的恩格尔系数逐年下降，越来越多的居民趋向于休闲旅游与回归自然活动。休闲运动性旅游是旅游业发展的一大趋势，高品位、质量型、休闲型、生态型旅游在现代旅游中的份量日趋加重，也更加符合现代都市人的旅游消费心理。

(二)旅游行业为政府扶持性行业

旅游业已成为我国经济发展的新经济增长点，逐步成长为我国国民经济的支柱产业之一。党中央、国务院和天津市委、市政府高度重视发展旅游业，出台了一系列扶持旅游业发展的政策、措施和部署。天津市人民政府发出了津政发()81号文件《关于加强旅游业发展的通知》，将旅游业列为国民经济的支柱产业，制定了确实的发展措施，并出台了有关保证旅游业持续、快速、健康发展的法规和办法，如《天津市旅游管理办法》。

(三)酒店式别墅面临良好的发展机遇

目前，我国第一、二、三产业稳定增长，主要经济结构不断得到改善，经济运行质量不断得到提高。在宏观经济较快增长的同时，通货膨胀水平却相当低，各类价格水平变动均较平稳。

随着生活水平的进一步提高，人们对居住的空间和品位追求上升到更高的层次。在充分考虑到经济可行、技术可能、环境保护和满足精神需求等条件而选址建造的，能较好地体现居住性、舒适性、安全性和文明性相结合的住宅受到普遍欢迎。后小康人居主要可以分为三种情况：一种是城市中心区的低密度、高容积的高层住宅;第二种是城郊结合部的中密度、高绿化率的小高层住宅为主的小区;第三种是城市郊区车程在一小时左右的低密度、低容积率、高绿化率的低层住宅为主的小区。

酒店式湖景别墅正是迎合了广大都市人家庭、团体等集体休闲度假消费的需求，大家庭、大团体回归生态自然将显得更自然更和谐。另一方面，酒店式别墅仅仅出别墅房产时段使用权，人们可以根据需要选择适合自己的租赁时段，这使得人们不需要花费大量的资金便可自由享受高档别墅的住宿待遇。

二、当地政府大力支持及优惠政策

(一)生态园项目获得天津市及静海县政府大力支持

该项目从规划阶段就引起包括县委、县政府等领导机关的高度重视。月28日，静海县专门就此项目召开专题县长办公会议，将此项目列为静海县农业生态观光一号工程。并要求各有关部门要尽最大努力配合、支持该项目开发建设。当地政府的大力支持，无疑为项目的规划、开发、招商和经营等各项工作的顺利开展提供了有力的保障。

(二)相关优惠政策

酒店式湖景别墅的项目发起人——天津方舟天马农业科技公司于年初获得了农业产业化经营市级重点龙头企业、速生丰产林基地项目称号，并获得国家财政贴息3,000万贷款以及国家林业部财政贴息5,500万贷款。

三、面临的良好机遇

(一)北京奥运会为京津地区带来大量客流

北京申办20夏季奥运会成功，将为京津地区吸引大批国内外游客提供一个极好的机会。天津也将成为重要的比赛场地之一，届时将吸引大批海外客源和国内客源，并形成一个二至三年的旅游高潮。

(二)中国加入wto加速旅游产业发展

加入世界贸易组织(wto)会为我国旅游产业的突破性发展创造重要机遇。加入wto对旅游业发展的整体影响是积极的、有力的。我国加入wto以后，将加速旅游相关各业的对外开放步伐，有利于建立更加符合国际规则的运行机制，外国旅行社将通过合资和独资方式逐步进入中国市场，将直接带来入境客源的增长，外国投资者进入中国的机会增多，也为发展商务旅游带来广阔的市场。

(三)旅游业已经成为促进经济发展的新的经济增长点

国内旅游行业的迅速发展，极大地拉动了经济消费，同时创收了大量的外汇，国内的“五一黄金周”、“十一黄金周”以及春节，更是为国家的经济发展作出了巨大的贡献，国家主要部门越来越重视旅游业的发展，人们也越来越有条件享受休闲度假的乐趣。

(四)周遍地区具有较强的消费能力和市场需求

天津及北京经济发展迅速，特别是天津市经济已经连续十余年增长，多项发展指标位居全国前列，国内生产总值增幅连续三年位居全国各省市自治区前3名，呈现越来越强劲的发展潜力。

北京、天津地区人口密集，随着生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费意识不断得到增强，特别是对休闲度假消费需求旺盛，从而为酒店式湖景别墅提供了广阔的市场空间和客源基础。

四、发起人具备承担项目建设的优势和能力

(一)经营管理能力

农业科技公司通过建立健全管理控制系统和必要的制度，确保公司战略、政策和文化的统一性。并在此基础上对各级主管充分授权，造成一种既有目标牵引和利益驱动，又有程序可依和制度保证的活跃、高效和稳定的局面。

(二)资本运作能力

作为本项目资本运作平台——明德投资将依托农业科技积极探索资本经营，利用产权机制更大规模地调动资源并取得了良好的效果。实践表明，实现这种转变取决于整个集团的综合实力和时机。外延的扩张依赖于内涵的做实，机会的扑捉取决于事先的准备。

明德投资在进行资本运营时，重点选择那些有实力、有市场以及与公司有互补性的战略伙伴。公司的资本运做遵循有利于巩固企业已经形成的价值分配制度的原则，并已取得了良好的效果。

(三)创新的产权机制和开放的经营理念

农业科技强调追求产权制度和管理制度的优化，实现经营管理人员和优秀员工持股。在企业收益分配中体现有突出成就的员工对企业价值创造的重要作用。

第四部分 市场分析

一、外部环境分析

(一)天津地区投资价值的凸现

多年来，天津地区的发展一直处于中国经济发展的第二梯队，发展远远落后于临近的北京地区。但是从年开始，天津地区的发展开始飞速增长，多项发展指标位居全国前列，呈现越来越强劲的发展潜力。

这与中国的经济中心转移的大趋势是密不可分的。天津是中国四大直辖市之一，是环渤海地区的经济中心。20多年来，中国的经济中心经历了从珠江三角洲的发展到长江三角洲经济中心的形成，到现阶段已经迅速北移，可以预测，未来的十到二十年，中国新经济中心将崛起在以环渤海地区为核心、辐射三北地区的新区域。

环渤海地区经济中心的崛起带动了天津地区投资价值的凸现，从经济学的角度看，梯度的推移发展理论支撑着天津的投资价值。因为一个国家在相对的时间内，会将人力、物力、财力向这个国家最具优势的地区集中，一定阶段后，会向第二个梯度转移。所以经过了珠江三角洲、长江三角洲的发展过程，以天津为中心的环渤海地区发展时机已到。20后，天津港口优势日渐突出，更使天津地区具有了无限商机和投资价值。

(二)天津别墅市场具有良好的发展空间

从市场的角度来说，真正意义上的天津别墅建设的开发启动，是从上世纪90年代初期开始的，当年以独体别墅项目为主的若干别墅项目的开发，曾经带动了天津高档住宅的发展，但由于天津别墅市场尚处于发展初期，开发和销售均没有达到理想状况。上世纪90年代末，天津别墅市场开始呈现稳步增长趋势。这表明天津高档住宅市场存在一定潜在需求，因为别墅目标客户群一般属于高收入阶层，对住房品质要求较高，所以短时期内需求量很大。自此，天津的别墅市场开始日趋成熟，逐步进入了稳步增长的时期。

经过几年的开发建设，天津市的别墅市场正逐步走向成熟。在区域市场方面，已经摆脱初期主要集中在市中心城区环境良好地段和天津经济技术开发区的格局，开始向中心城区的城乡结合部及其他地区(如区县经济开发区)发展。特别在天津经济开发区投资的韩国、日本企业比较多，如三星、摩托罗拉等，这些企业已在天津着陆多年，并已形成一定规模，其所带来的韩国、日本人已经成为当地别墅产品的重要消费者。根据统计分析，天津经济技术开发区近年来别墅建设发展迅速，占整个天津市的60%左右，经营状况良好。

目前，天津一部分高端消费群的消费欲望还没有被释放出来，别墅在未来依旧有不小的市场需求。随着天津经济环境的逐步改善，特别是作为年北京奥运会的分会场，当地政府还将加大固定资产投资力度。随着2024年的日渐临近，天津地区的别墅市场也日益显示出其占尽天时、地利的优势，发展空间不可限量。

二、市场需求分析

(一)庞大的潜在市场规模

天津及北京人口密集，个人家庭休闲度假消费需求旺盛;政府、企业、社会团体的会议需求量极大。

(二)京津一带强劲的市场需求

现代都市人的工作生活节奏越来越快，每天面对城市高楼、拥挤不堪的交通，大部分人需要回到自然生态环境放松心情，享受休闲度假的乐趣，都市生态园迎合了现代大都会人群的需要，环湖而建为人们提供住宿的酒店式别墅更是生态园内的经典之作。

(三)目标客户分析

绿色亲水的酒店式别墅是商界人士进行业务洽谈、加强感情交流的重要社交场所，是身份的象征，大中型企业经常要举办年会、新闻发布会等商业聚会，为了展示企业形象和实力，它们希望到比较高雅、安静的地方举行。

所以本项目目标客户群主要定位于：

政府职能部门;

大中型企事业单位;

高收入的商界人士;

高收入的职业经理人;

律师等高收入专业人士;

追求高层次娱乐且具备消费能力的年轻人。

第五部分 竞争分析

一、竞争影响因素分析

酒店式湖景别墅座落在天津都市生态园800亩人工湖畔南侧，目前为止是生态园内唯一的酒店式度假别墅，同时入住酒店别墅的人们还免费享受“万亩生态园”内部分配套娱乐休闲运动设施。

(一)价格

生态园酒店式湖景别墅的价格定位时将参照天津地区的同档次俱乐部水平，以优质优价为原则，吸引环渤海经济圈的客户。

(二)交通

生态园酒店式湖景别墅位处郊区，交通便利，享有天然的优势。

(三)环境

环境包括自然环境、室内装修环境、服务环境、客户素质等多方面。调查结果表明，清新的空气，田园风情的装修，星级酒店式的服务才能吸引大批客户前来消费。酒店式湖景别墅处在万亩都市生态园内，周边环境良好，将对客户造成良好的吸引力。

(四)娱乐项目、配套设施设置

娱乐项目与配套设施设置的多少直接关系到人们消费的欲望。通过对高收入、高消费阶层的消费状况调查，我们发现项目设置少，配套设施不完善往往造成客户兴趣消失;综合项目越多，配套设施越趋完善，一方面可以延长客户停留时间，另一方面可以引起客户兴趣，并直接影响到营业收入。酒店式湖景别墅为生态园二期建设项目，将尽享一期项目提供的资源与配套设施。

**商业投资计划书篇四**

一、目标市场：

・ 几句话概括公司的目标市场及业务;

二、目前存在的问题：

・ 描述该领域目前的问题;

・ 概括目前该领域解决问题的\'相关办法;

三、解决方案：

・ 证明自身方案能够更好地解决问题;

・ 表明立足点及创新性;

・ 提供相关案例;

四、切入时间点：

・ 详细说明过去及目前的市场趋势;

・ 为什么是现在切入;

・ 判断未来发展趋势;

五、市场容量：

・ 目标客户群体是谁;

・ 计算总市场容量、目标市场容量、市场占有率;

六、竞争：

・ 竞争对手都有哪些(注意对潜在对手的分析); ・ 面对竞争，自身优势有那些;

・ 竞争策略;

七、产品：

・ 产品线(元素、功能、特性、结构、知识产权等方面); ・ 研发路线;

八、商业模式：

・ 盈利模式;

・ 产品定价体系;

・ 营收分析;

・ 目标客户;

・ 市场策略;

・ 销售策略;

九、项目团队：

・ 创始人及核心团队;

・ 顾问团队;

・ 人才策略;

十、财务：

**商业投资计划书篇五**

酷爱旅游的吴炯认为，一个人要想创业走运，必须具备的潜质有三：乐观、敏锐、执著。在过去的8年，他以“天使投资人”的身份投了多家公司。比如阿里巴巴、汉庭酒店、酷我音乐、聚光科技、房价网等。

“对，刚从非洲回来！这次去肯尼亚和坦桑尼亚看了东非草原上的日落，还有各种野生动物！”刚开完一天的会，但只要一说起旅行，吴炯的脸上立刻浮现出难以掩饰的兴奋和神采。

20xx年底，伴随着阿里巴巴在香港联合交易所的顺利上市，吴炯辞去了阿里巴巴集团cto职务，并于20xx年1月，以投资合伙人的身份加盟北极光创投。从首席技术官到创投vc，吴炯坦言，现在比过去“自由”了许多。他几乎每个季度都会外出旅行，而在他所关注的行业中，除了与技术相关的tmt，其他许多行业的背景知识竟然是他在旅行中慢慢参悟习得的。

很多人听说或者认识吴炯，是因为他头上顶着的那个最耀眼的光环———“马云的天使”。然而，对于吴炯自己来说，做天使投资人一个最重要的原因，却是这样可以省却一大堆填表走流程的“麻烦事”。

最初，在马云的再三邀请下，吴炯离开工作了四年的美国雅虎公司，只身加入当时只有20来人的阿里巴巴，并自掏腰包，成了其最早期的投资人之一。

但对于做天使，吴炯说，自己最初在选择投马云的时候，甚至连“天使投资人”这个概念都不太熟悉，“只是单纯地被这个创业团队感动了，想加入他们，正好我手上有钱。”“如果不是因为雅虎的工作一时难以脱身，说不定我今天的身份就不是马云的天使，而是阿里巴巴第十九罗汉(阿里巴巴最初18人创业团队，人称十八罗汉)了。”吴炯朗声笑道。

在加入阿里巴巴后，吴炯继续保持着自己作为天使投资人的这第二重身份，陆续投资了诸如汉庭酒店、酷我音乐、聚光科技等知名案例，但他依然不认为自己能够称得上是一位真正的“天使”。

“在阿里的工作很忙，根本没时间去看项目，最后投的那些不外乎是通过亲戚朋友介绍的，投了之后也不过问，只等着人家犯了难才会主动来找我。”或许也正是这种完全不按常理出牌的投资方法，为吴炯积累下了令外界觉得最为神秘的“杀手锏”———“投资不看商业计划书，看人会不会走运”。

对此，吴炯给出的解释是这个人“走不走运”，而一个人要想走运，必须具备的潜质有三：乐观、敏锐、执著。

在看项目上，遇到有潜力的人和创业方向就去投，如果作为一个基金的管理人，可就没有这么大的自由度了。”从这一点上，我们依稀可以看出，这位已经多年不做具体编程工作的vc，所深藏的“技术派”思维。

事实上，或许正因为“马云的天使”这个光环过于耀眼，遮蔽了吴炯在加入阿里巴巴之前所创下的“漂亮成绩”———他曾任甲骨文公司服务器技术部发展经理，凭借着对技术发展的敏锐感知，早在1996年初他便向主管副总裁要求立项开发搜索引擎的应用。在遭到质疑并转战雅虎之后，他从大卫·费罗手中接过搜索引擎的程序编写工作，并在1999年，获得了搜索引擎的`核心技术专利。

可以说，对于吴炯而言，搜索是他此生都难以割舍的一个“情结”。

两年多前，也就是在他完成了人生中最近的一次职业转换后不久，吴炯的头衔又加多了一条———房价网的天使投资人兼董事长，但这一次，他所瞄准的已不再是纯粹搜索技术上的精进，而是创造下一个“杀手级”的搜索应用。

根据他的描述，房价网的“海外原型”是20xx年成立于美国的第三方房产估价平台zillow。用户只要输入想查询的小区名称、门牌号、户型结构等，网站便会通过定向搜索和数据挖掘技术，提供出该处房产的租售估价以及市场价格走向等信息。

更简明地表述，吴炯为房价网所立下的最终目标就是要成为房产估价领域里的“去哪儿”。至于房价网的盈利模式，目前则主要由广告方和房源提供方分构成。

尽管在国内，房产市场尚未像机票、酒店那样，实现大规模的电子商务化，但吴炯更愿意乐观地认为，这意味着房价网将有更大的成功机会。而面对目前二手房交易领域中许多房源信息不真实的现状，房价网选择了只与中原地产、合富置业、21世纪等有一定品牌知名度的房源提供商达成固定的合作，并由房价网一方掌控所有交易信息的录入。

“现在，房价网上的估价准确率已经达到了87.5％。”在说这话时，吴炯不无自豪，“尽管因为年纪和工作精力分配的关系，我已经不可能自己去写程序了，但能和一群年轻优秀的程序员一起合作，还是相当的过瘾！”

吴炯说，自己当然很佩服那些能在某一个工作岗位上专注几十年，做到非常精深的技术大拿们，但就他个人而言，他更希望能让人生活得更丰富精彩一些。

“我常常鼓励身边的朋友，别一辈子都在大公司里呆着，怎么着也得自己创业试试。那既然已经把人忽悠出来了，他们遇到困难、麻烦的时候，我总得帮着出出主意，有时也要提供一些资金上的帮助吧。”

在当初离开阿里巴巴时，他就给自己留下了一条“后路”———许诺过某天，他或许会重回阿里巴巴，尽管他和马云从来没有讨论过，下一次的回归，他会再扮演什么样的角色。

文档为doc格式

**商业投资计划书篇六**

二、经营目标

第三，市场分析

四、商业计划

动词（verb的缩写）人事计划

不及物动词销售计划

七、财务计划

八、附录

1.我们餐厅属于餐饮服务业，名字叫都市快餐厅，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等中式小吃和配菜，午餐和晚餐以烹饪和无烟烧烤为主。

2.市区快餐店位于威海路商业步行街。它最初是一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基和麦当劳一样的中式快餐连锁店。

3.都市快餐店老板是餐厅经理厨师时代他们三人都有6年的餐饮经验，凭借我们的智慧、才华和对事业的执着，他们一定会在行业内领先。

4.店铺需要xx万元的创业资金，其中x万元已经筹集到位，剩余xx万元已经贷款给银行。

二、经营目标

1.因为地理位置在商业街，客户比较丰富，但是竞争对手很多，尤其是店铺刚开张的时候。要想开拓市场，必须在服务质量和产品质量上下功夫，进一步扩大经营范围，满足消费者的不同需求。短期目标是在威海路商业步行街站稳脚跟，一年收回成本。

2.该店将在3年内设立3家分店，逐步发展成为经济实力雄厚、有一定市场份额的快餐连锁集团，将在海岛城市打造出众多快餐品牌的世界，成为餐饮市场的知名品牌。

第三，市场分析

1.客户来源:城市快餐店的目标客户是:在威海路商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50%；大约50%的学生在附近的学校，商店工人和社区居民。游客数量充足，消费水平中低。

2.竞争对手:

市里的快餐店附近有四大竞争对手，其中一家比较大，另外三家是小快餐店。这四家酒店已经运营了2年多。& times& times快餐店同时经营中西餐厅，价格昂贵，顾客少。另外三家小快餐店卫生差，服务质量差，就餐环境拥挤凌乱。我们店抓住这四家快餐店的劣势，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占据一席之地。

四、商业计划

1.快餐店主要面向大众，所以蔬菜价格不算太高，属于中低价。

2.大力发展方便小吃。早餐要多种多样，价格便宜，中式早餐套餐要因地制宜。

3.午餐和晚餐提供经济营养的菜肴和优雅的用餐环境。

4.随时准备开发新产品，以满足不断变化的市场需求。例如，今年设定的目标是“送食物回家”服务。

5.运营时间:早—迟到了。

6.对于以上计划，我们会共同努力，各尽所能。我们将在健康、服务、价格、营养等方面进行合作。，争取更多的客户。

动词（verb的缩写）人事计划

1.店铺开业初期，最初计划招聘多少全职员工(包括厨师)和多少临时员工(包括厨师)如下:

申请人被邀请来我们的商店面试，他们的个人资料附在《招聘员工登记表》上。

2、面试、笔试、体检合格者，将与其签订劳动合同(含试用期)。

2.为了提高服务人员的整体素质，所有招聘的人员都需要接受为期两个月的培训，具体内容如下:

1、制定培训计划，确定培训目的，制定评估方法。

2、实施培训计划，学习劳动纪律和各项规章制度。

3、岗位考试，不合格者暂停学习，扣除工资的20%，直至合格。三次考试不及格的，扣除当月所有工资福利。

不及物动词销售计划

1.开展一系列宣传工作，在开业前向消费者介绍店铺“物美价廉”销售策略，还会发放调查问卷，根据消费者的需求，改进我们的产品和服务。

2.引入会员制、季卡、月卡，吸引更多客户。

3.每月累计消费1000元的，可在每月月底参加大抽奖，获胜者(一名获胜者)可获得价值888元的礼券。

4.每个月累计消费100元的会得到价值10元的礼券，200元的会得到价值20元的礼券，以此类推。

七、财务计划

店内所有账目必须及时入账，费用和收入必须入账或入账后才能使用。记账采用复式记账法，用科学的方法管理，避免会计混乱。每天的收入要及时统计，所有的点餐菜单和收据都要一式两份保存和记录，以便核对和记录。店内所有物品均为店内固定资产，不得随意销毁或带走。每月总收入，不包括所有费用，存入银行；如果每月结算后收入高于计划，工资会适度调整，以调动大家的工作积极性。如果在工作期间发现酒店财产被无故破坏，将从责任人的工资或奖金中扣除。

1、我方固定资产xxx万元

桌椅(套装)

营业面积平方米

冷藏柜(套)

几个厨房部件

2)每天的营运资金是多少？

(主要用于紧急情况和临时采购)

3)对于账务，要做到日账、月账、季账、年末总账，这样在账本上就能一目了然企业的盈亏情况，避免经营管理的盲目性。

注意:由于我们刚开始做生意，各种费用要慎重，但要保证食品质量，尽量降低价格。

八、附录

附录1法律要求

**商业投资计划书篇七**

一、公寓介绍:

xxx海景别墅度假公寓是为从全国各地到三亚的游客提供个性化、时尚的主题房和优质高效服务的海景公寓。它有不同风格的房间设计和舒适温暖的休闲座椅。一系列以“时间”为主题的客房，为游客提供新颖、个性化的视觉文化体验。公寓位于三亚湾路198号圣巴巴拉国际度假大厦。这里的别墅住宿市场还没有发展起来，有利于公寓的发展。客户主要是白领和小资产阶级。他们对住宿文化日益增长的需求有利于主题公寓的运营和推广。树立正确的经营理念，采取有效的营销策略，实现可持续发展。

本着“以客户为中心，以服务为导向，满足您的需求”的服务宗旨，我们在365天内为客户提供舒适、可靠、优质、新颖的住宿服务。规范的管理、创新的设计、合理的价格、与时俱进的主题文化，都将充分利用市场资源，实现公司的价值增值。

二、服务介绍

别墅主题公寓本着“以客户为中心”的原则，结合经济型酒店的特点和高端酒店的主题特点，针对三亚湾附近现有酒店业市场的劣势和差距，迎合全国旅游群体的消费水平和行为特征，开辟属于大学本身的特色公寓。

公寓由别墅改建而成，每栋别墅平均5间客房，每间面积约10平方米，配有独立浴室，共有10至15间客房。通过对客户群体住宿需求的分析，本公寓设计了以下服务特色:

1、灵活的人员配置。提供客户所需的设施，如空调、电吹风、网络端口等。

2、舒适安全。明星床垫和布局让客户感受到家的温暖，并根据主题风格提供自选等优质服务；消防和人防按国家标准执行，客房门采用电子门锁，确保客户隐私和安全。

3、风格多样。房间分为“单间”、“双人间”和“全间”。时尚个性的多人床垫，既能给酒店带来满足，又能给顾客带来节省。

4、创意传播。本公寓以人性化的服务征服客户，但“让客户说话”是不够的。很多空余空间都有“留言板”，供客户提建议、发表意见，甚至记录心情。

酒店设施

1、这家酒店的设施主要包括物流设施和附加产品设施。

2、物流设施主要包括主服务台、仓库、储藏室和卫生保洁室等。

3、额外的产品设施是一个15平方米的咖啡馆。这家咖啡店主要创造一个轻松和谐的聊天喝酒环境，色彩温馨浪漫，音乐温柔。此外，有效利用空间环境，设置情绪宣泄墙、主题艺术墙等多种形式吸引顾客。

4、利用客房与咖啡厅的互动，形成循环宣传效果。

三、市场分析:

主题别墅属于典型的服务业，进入三亚湾海滨、机场附近的市场。住宿市场相当大。选择别墅主题酒店有几个原因:

1、主题酒店的趋势是符合新世纪年轻白领和小资产阶级的。追求个性和时尚的特点；

2、网络客户数量多且相对集中，交通便利；

3、各方面可利用的资源多，水电成本相对商业用电较低，可以有效节约投资成本；

4、调查显示，酒店行业凌乱，监管不力，主题别墅市场缺口较大。

市场描述

低档次服务的恶性循环。但调查显示，这些住宿场所的日入住率可以达到40%，即使是在北方的黄金周和冬季之后。特殊时期入住率可以高达90%，说明住宿市场巨大，也说明很多人安于现状，降低了对住宿文化的要求。

我们选择了一条定位明确的特定可持续发展路线。整个开发过程中，以三亚湾和机场附近为主要市场，鸡蛋成功地放在一个篮子里。注重短期目标和中长期战略的结合，稳步前进，最终实现成为中国酒店业新生力量的共同愿景。

发展后期(7到)，在国内各大城市(如云南、桂林)招募加盟，调整资产结构，传播品牌形象，向中国主题酒店的知名品牌进军。

四、竞争分析

我们在一定范围内选择价格相近、产品相似的酒店。根据这种方法，结合调查结果，我们将比赛对象分为三类:大量简单装修的日常出租屋、简单装修的酒店、少数装修良好的星级酒店。

竞赛描述

前两者资金实力不大，是一种比较慢的直接运营模式，信息共享面窄，障碍大，运营模式简单，属于临街模式。但由于地域限制，消费者缺乏选择，仍然属于市场的重要组成部分，占据着不可忽视的市场份额。但这些酒店大多是“瘦狗产品”，财务特点是利润低，处于保本或微利状态。附近的星级酒店更贵，只在团体旅游中受欢迎。

市场准入壁垒

目前，市场处于恶性价格竞争中，酒店盲目降低价格来吸引顾客。主题别墅的进入需要直接面对这场价格战，在为客户换来中价位、高品质的服务后，才能在这个市场立足。同时，我们的模式易于模仿，所以在长期战略中，我们必须抓住目标客户，提供人性化、高标准的特色服务。

核心竞争力:

进攻是最好的防守。价格竞争是市场竞争的一种常见手段。虽然击倒了对方，但也形成了负面效应，进入了恶性循环。鉴于目前的市场，我们的核心竞争力在于:

第一，成本领先。一方面，通过价值链管理控制各项活动的成本，追求成本节约；另一方面，无需求客户的资源和服务被垂直削减，以最大限度地节约成本。

第二，产品差异化。通过不同的主题风格吸引客户的注意力，并仔细研究客户的需求和行为，根据客户的期望设置产品和提供服务，从而使自己与其他竞争对手区分开来，实现明显的差异化。这将是我们公司的优势战略。

第三，目标具体。未来10年，我们将面向全国各地的游客，以确保高效的服务，打造我们在这一领域的优势，在很大程度上超越竞争对手。

第四，不断创新。“打破常规，新瓶新酒”。从服务到管理到专业创意团队，他们与时俱进，不断探索变化，在不同时期赢得竞争。

主题别墅以独特的主题文化、特色管理和专业服务，在住宿需求高的环境中开拓市场，主要服务三亚游客。根据游客流动性特点:国家法定节假日高峰期，每年寒暑假处于淡季，可以制定合理有效的运营模式。可以规定提前预订或合租可以享受优惠，房间可以长期租用以提高性能。

产品策略

根据消费者的喜好，我们分为三个模块:现代风格、古典风格、温室风格，强调“安静”，与时俱进，紧跟潮流。在每个模块下细分不同的房间风格，追求最大面积覆盖消费者需求。

价格策略

价格竞争不是我们主要的竞争手段。但根据公司在市场引入期的特点，选择有针对性的销售策略，将主题别墅渗透到市场中，以低价吸纳消费者，打破了消费者原有的消费习惯。

1、在产品推出期，采取缓慢渗透的价格策略，推出低价格、低推广成本的新产品，以“高性价比”、“价格差异化”的策略定位市场竞争的主导地位。当达到成熟期并占有一定的市场份额时，可以根据需求调整价格。

2、采用价格尾数定价策略，满足消费者求诚心理，尾数一般采用“8”、“9”。

3、根据不同时期和不同客户适当调整价格。比如五一、元旦等国家批准的客流高峰期，根据市场变化适当提高价格，但整体价格水平不变。

宣传策略

通过与各大网站的媒体合作，可以快速建立有效的服务销售渠道。比如携程，鳄龙，去哪里。通过其他方式推广产品；另一方面，微信，微博，推广公司。扩大宣传范围。到一定时期，采用更有效的电视广告媒体、网络媒体等形式来提升品牌知名度。

推销政策

在进入市场的早期，我们主要通过有针对性的有效方式进行推广，以及一些独特的推广手段。到了成熟期，会逐渐扩大推广策略的范围，削弱推广力度，节约成本。

在进入市场的早期，我们主要是有针对性地进行推广，并做了一些比较

独特的推广手段。到了成熟期，会逐渐扩大推广策略的范围，削弱推广力度，节约成本。

首先是特殊时期的推广策略。比如开业促销，通过价格树立性价比高的主题别墅形象，也可以配合一些节假日和大学的热点事件作为契机，通过一系列的促销活动来吸引消费者。

其次，针对特殊人群的推广策略。比如对第一次客户，引入超值体验价格，通过推广的方式留住团队客户，注重提高客户和拓展市场的老客户的忠诚度。

然后就是广泛的推广策略。第一，引入会员卡，吸引会员，稳定客户。此外，我们还可以在三亚引进旅行社和夏令营的长期团体客户。

营销理念

以“以消费者需求为中心，以市场为出发点”的指导思想，正确确定目标市场的需求。在营销过程中，主要运用知识营销理念、绿色营销理念、网络营销理念、个性化营销理念、连锁营销理念来宣传主题别墅提供的服务。

财务分析

固定资产投资约10000元:客房配套设施预计10万元，监控消防设备、前台登记系统等安全硬件设施费用约10000元，装修相关费用(每间客房、一楼包间)10000元，必要的机械设备10000元，办理相关证件、预宣传等费用5000元，其他费用10000元调查显示，三亚湾附近酒店的总体入住率在50%到70%之间。根据淡季150元的平均房价，经过分析，如果淡季每年3-10月入住率为50%，那么淡季收入将在33、6万元左右。按照旺季500元的平均房价，每年11月到2月的旺季收入会在42万元左右。入住率70%的话，年收入96、4万，利润前景看好。

**商业投资计划书篇八**

名字的原由：

xx，在每个人的心中必定代表着一次刻骨铭心的经历，可是在回忆时却发现那些本以为会牢牢记住的人的身影已经变的模糊，只记得几句话，或者是某个人声音。模糊的身影和清晰的声音，再加上安静的环境，以及一段旋律优美的音乐，很容易让人沉浸在回忆当中，默默的忧伤。

因为咖啡是源于西方的饮品，则应该更倾向于西方的文化，对于西方人来说，咖啡不仅仅作为提神的饮品，更可以让自己得到彻底的放松，让心宁静。所以我认为咖啡店要营造一种安静的气氛，尤其是您的定位为品位高的咖啡、商务休闲场所，客人的素质必将会比较高，对环境的要求肯定会更高，所以名字也要有诗意和深刻的内涵。所以取名---xx咖啡厅。

摘要

（一）公司基本情况

一、项目名称：xx咖啡厅

二、经营范围：咖啡、西餐、茗茶、各类小点心等

三、行业类型：餐饮业

四、项目投资：约200万元

五、场地设置：xx区

六、消费对象：中高层消费者

七、经营面积：约200平方米

八、项目概况：为顾客营造一个放松、舒适、浪漫环境而且提供方便（主要提供咖啡、茗茶、各类小点心等），还提供在校大学生兼职，以满足文明大都市人们追求精神需要提供优质服务。

九、经营宗旨：xx咖啡厅旨在为所有顾客提供一个放松、舒适、浪漫环境而且物美价廉、时尚休闲等，令顾客满意的服务。

（二）产品／服务介绍

xx咖啡厅不仅提供中外各式经典咖啡，如摩卡、蓝山、牙买加极品咖啡、冰冻奶油块咖啡、花式咖啡、白咖啡、老怡保白咖啡、玛琪雅朵等，还有各种茶点，如各式中国名茶、各种奶茶、保健茶、果汁、点心等。我们的咖啡绝不是速溶的，而是当场手磨，口感好，品味佳。咖啡屋只求服务，本着“以最低的价格提供最好的服务”的宗旨，以四个“一流”（一流的服务、一流的环境、一流的品种、一流的信誉）为目标，力使浪漫咖啡厅成为所有白领人士或情侣的休憩之地。门旁挺立着碧绿的翠竹，屋内挂着精致的作品，柜台前摆设有存放各种报刊的书架。室内宽敞明亮，座位舒适，环境幽雅。坐在窗前，你可以周围的秀丽风光，领略开发区的漂亮景色。在门前还准备了一些雨伞，对那些出门在外没有带伞的顾客提供方便。

（三）行业／市场分析

随着中国改革开放之后，西方文化的迅速渗透、中国经济的迅猛发展以及都市生活质量的提高和生活节奏的加快，咖啡休闲这种高雅、时尚、浪漫的休闲生活方式越来越受到人们的青睐，咖啡成了世界三大饮品之一。无数独具慧眼的投资者看到了其中隐藏的巨大商机，我们根据市场分析，××咖啡屋即将出现…经调查，我国对咖啡饮品每年约有超过20亿的市场需求，其中我们可进入的市场约有12亿。公司成立初期购进可供顾客需求的咖啡及附属品，以满足迅速发展的咖啡茗茶市场的需求，使用投资购买咖啡原材料煮磨器具的解决方案，针对解决费时间磨咖啡煮咖啡等大部分依靠进口、价格昂贵、影响人们普遍消费水平的问题。公司注重短期目标与长远战略的结合，中长期目标将逐步拓宽产品领域，涉足饮品类的各种饮料、与品种丰富的蛋糕及其他美食、保健食品等，形成以咖啡茗茶为核心的多元化经营集团公司。饮料行业预测咖啡这一饮品将会继续爆炸性增长，未来十年年均增长率将高达35％以上。由此我们可以想象，中国咖啡市场的发展空间是多么巨大，难怪国际咖啡组织也将中国视为全球最有潜力的咖啡市场。

（四）业务现状

目前，xx区的咖啡市场并不激烈，特别是在居民小区周围，还没有相应的竞争者和竞争压力。而且，位置特别有利，既靠近商业街，有靠近居民小区，客流量和消费能力都能够满足。

（五）财务分析

（一）投资估算：

二、流动资金及原材料备用金x万元

三、成本控制（每月）：租金x元，材料进货费用x元，人员工资大约x元，按不同的级别不同的工资，不可预支薪水的x％。小计每月成本约：x元，其他开支约：x元。月均营业额：x元。

四、盈利能力（月）：营业额—成本=营业利润，x；年利润：x元

五、投资回收期：投资回收期：x年

（六）融资计划

向银行贷款注册资本的x％，然后剩余的由三个股东分摊。期限为两年。其间如有一股东退出，此股东变卖只能持有15％的股份。

（七）风险控制

各行各业都有其自身的风险性，而作为餐饮业的咖啡厅，在与消费者消费过程中也存在着一定的风险，比如食物中毒、火灾等。那么在风险面前如何控制呢？首先，对食品进行检测，保证食品的质量与安全；第二，严格做好防火灾系统等。还有转移风险，对咖啡厅进行投保，即使发生什么意外，可以把风险降到最低。

第一部分公司概况

（一）公司介绍

xx咖啡厅以典雅风格为主的新开休闲咖啡厅，本着“优质咖啡，服务优良”的理念来推广咖啡精神及文化。咖啡厅提供一流的咖啡及差点以供满足所有消费者的需要。xx咖啡厅本着发扬咖啡文化的责任选择出具有特色的xx咖啡厅的咖啡文化。xx咖啡厅给人温暖、典雅、舒适的感觉，是充满年轻朝气，有咖啡内涵的品位场所。

1、主要股东

股东名称出资额出资形式股份比例联系电话

李xxx万元现金x％159\*

刘xxx万元现金x％134\*

周xxx万元设备x％131\*

2、团队介绍

1团队的构成

我们的创业团队在创业前期，既是创业计划书的起草者，也是前期资金的筹措者。这个团队的构成，具有非凡的意义，因此，选择合适的人群，是一项艰巨而谨慎的工作。经过数次严谨的选择，我们的团队已经初步成型：

店长兼总经理：李丽欣

行政人事部经理：刘八

财务部经理：周发

采购部主管：王五

市场部主管：刘七

开发部主管：赵六

·······

管理规划部门设置与职责

店长

店长负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时接受周围居民及顾客的监督，做好咖啡屋与周围居民的交流工作。

工作内容：督促各部长及员工的工作，鼓舞员工的工作热情，听取员工的意见。综合决策各种工作的运行。代表咖啡屋与周围顾客进行交流，向上反映员工的意见及要求，向下传递学校所要求的工作。

行政人事部

主要职责：

1、人员到职与离职的相关办理

2、各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理

3、员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业

4、员工考勤，督导并薪资核算

5、对本店各项工作的纪律检查

6、做好每次会议的会议记录

7、做好咖啡厅每次招待知名人士的经验记录，以便下次招待借鉴

8、协调本部门与其他部门的联系

人员分配：本部设正，副经理各1名，档案管理员1名。

财会部：实行严格的财务管理

实现损益控制的手段是通过“周报表”和“月报表”上的科目审核。审核内容包括销售额，顾客数，顾客平均消费数量，现金超收或不足，收银机的操作错误，亏损，其他营业项目，食品原料的价格，记时工作人员的工资，电费，煤气费，水费等。

市场部

负责咖啡厅的产品宣传，促销以及促进咖啡厅与消费主体——顾客群体之间的联系。它的工作直接或间接关系着咖啡屋的形象及客流，销售情况，是个重要的部门。

采购部

咖啡厅采购部系咖啡厅下属部门之一，受咖啡厅管理，负责咖啡厅所有食品原料，经营物品的采购，验收`进出物品的记录等工作，是咖啡厅正常运营不可缺少的重要组成部分。

开发部

开发部负责开发新产品以满足不同的需求

3、组织结构

员工情况

员工人数大专以上文化程度大学本科

人数比例人数比例

xxx％xx％

（二）外部公共关系

我们的xx咖啡厅虽然面积并不是很大，但是我们努力取得银行的战略支持。同时我们会积极争取咖啡的厂商的支持，有他们的大力支持，我们的xx咖啡厅一定能够有较好的的发展。

（三）公司经营战略

我们咖啡的发展方向是能够使周围大多数知道、了解我们的商品，并且还进来消费。为此我们会做到：

优质的咖啡，在咖啡馆里，咖啡的构成力一定要很强，不管是哪一种咖啡，假如在价格的制定上偏高，或是有咖啡品质欠佳、组成不够齐全，或是咖啡的存货量不够多等现象，就立刻会影响销售，自然更不容易增加固定顾客了。在咖啡馆的经营上，不但要面临地域内各咖啡馆的竞争，更要面对各种商店的竞争，所以“咖啡的美丽”便成为了商店成功的基础。

商品作为整体战略，对于咖啡馆而言，也是需要经常重视的。诸如经营计划、咖啡采购、咖啡开发、存量管理，乃至后勤的商品业务等综合全部的商品相关活动，都是与咖啡馆商品力的强化有相当密切的关系。

卓越的服务，最直接的，就是咖啡馆的服务人员在等客时，要有优雅的姿势，且注意服装、化装等仪表；接待顾客之际，要有适当的表情、态度几合宜的应对。所有服务员都要具备丰富的咖啡知识，适时的为顾客做说明，同时还要具备商谈能力。还有，店铺内部的装潢设施、有魅力且具美感的吧台陈设，以及店铺的照明等，都要有效的运用，并进一步加强广告媒体的宣传效果，并提供各种服务设施。我们的目标是在这一带养成我们店的忠实消费者。

第二部分产品／服务

（一）产品、服务介绍

xx咖啡厅位于上海浦东新区，咖啡厅主营咖啡、茶、西餐、冷饮、简餐、酒水、功夫茶，品种多样；不仅有主打产品，季节性产品，以及活动性产品等等，能满足不同食客的需求。餐厅消费低廉，人均消费150元到250元，是您亲朋小聚、娱乐休闲的理想场所。

馆内设有休闲座环境幽雅，纱帘飞扬，温馨温馨的让你流连忘返，本馆同时经营巧克力、牛奶、咖啡、奶茶、果汁、冰淇淋、中西式简餐，绝对是你休闲、聚会的好地方。咖啡屋将划分一部分区域进行书吧式服务，在这里提供一些比较时尚的或畅销的书籍，但对在这部分区域进行免费阅读的设置。

（二）核心竞争力或技术优势

我们的xx咖啡厅虽不像其他的竞争者那样有庞大的资金系统，但好在我们的地理位置较好，到目前为止，还极少竞争者。但是，我们有坚实的核心观念。他们是：

1、可信赖的产品品质：坚持选用最好的（相对于大众市场而言最好的）的咖啡豆。

2、高度的环保意识：采用更多的环保型设备和包装材料，大力倡导并严格要求能源的节约利用。

3、良好的员工福利：对于固定员工而言，为员工提供最优越的健康福利计划，并大面积推行员工持股。

4、和谐共处的社区精神：为顾客营造温馨、自由的消费环境，鼓励店面工作人员和顾客的交流，让顾客无论是独处还是小聚都能怡然自得融入，其中慢慢的把我们xx咖啡厅变为顾客住宅和工作地点之外的生活中必不可少的“第三地”。

5、独树一帜的文化品位：有选择地参与一些温情、励志的电影和图书的推广和发行。

我们xx咖啡厅的优势在于采用了对面技术来为顾客服务，我们在顾客第一次来到咖啡屋时就为顾客建档，下次来时，我们可以为其提供他所熟悉和满意的服务。有时，不用他们自己开口，就已经把他们所需的产品送至他们身边。

（三）产品专利和注册商标

我们咖啡厅虽然是新的品牌，但在之前，我们会研制一些味道一流的新品种为我们的咖啡厅申请产品专利。我们的注册商标即是我们店的名字和情侣进咖啡屋的图像。

第三部分行业及市场

（一）行业情况

由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。中国潜在的咖啡消费者约为2亿到3亿人，这已与目前世界第一大咖啡消费国美国的市场不相上下。目前中国人的咖啡消费仍然不大，但增长势头非常可观，中国咖啡消费年增长率为15％，而世界咖啡消费年增长率仅为2％。咖啡在中国市场面临千年饮茶传统的巨大挑战，因此在中国市场的促销与宣传十分重要，而且必须采取有别于在其他西方国家的促销和宣传手段。

（二）市场潜力

国内咖啡市场开发潜力巨大

加入wto经济快速发展的中国，人们的生活水平在不断提高，咖啡这种西式饮品正在被越来越多的国人所接受，随之而来的咖啡文化正充满生活的每个时刻。咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。

1）从国内整体市场上看

统计显示，拥有500万人口的芬兰，每年的咖啡消费量为100万包。而拥有13亿人口的中国如今咖啡年消费量仅为20万－40万包。从这一比较中可以看出，中国的咖啡消费市场前景非常广阔。而同时中国潜在的咖啡消费者约为2亿至x亿人，这已与目前世界第一大咖啡消费国美国的市场不相上下。

2）从增长速度上看

目前中国人的咖啡消费仍然不大，但增长势头非常可观，中国咖啡消费年增长率为x%，而世界咖啡消费年增长率仅为2%。同样有数据表明，1998年起中国的人均咖啡消费量正以30%的速度逐年递增，未来几年中国有望成为全世界最具潜力的咖啡消费大国。

3）从人均消费上看

据相关的数据统计，欧美的发达国家平均每个人每年的咖啡消费量为x杯以上，有些甚至超过x杯，如芬兰、瑞典。近邻的日本人年均消费x杯、韩国人年均消费140杯。而目前平均每个中国人每年的咖啡消费量仅有4杯，即使是北京、上海、xx这样的大城市，平均每人每年的消费量也仅有20杯，相比之下，中国的咖啡消费市场有着巨大的发展上升空间。跨入21世纪后，中国经济的飞速增长，人们生活质量的不断提高，饮品日益多样化，咖啡逐渐与时尚、现代生活连在一起带动了咖啡消费量的迅猛增加，形成巨大消费潜在市场。

总体来说，由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。

（三）行业竞争分析

随着人们的生活水平在不断提高，咖啡这种西式饮品正在被越来越多的国人所接受，随之而来的咖啡文化正充满生活的每个时刻。咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。如今，在国内的许多大城市，咖啡馆已经不少见，许多年轻人成了咖啡的热情拥护者，咖啡消费在中国城市里，平均每人每年的咖啡消费量是4杯，即使是在北京、上海这样的大城市，每人每年的消费量也仅有20杯。而在日本和英国，平均每人每天就要喝一杯咖啡。日本和英国都是世界著名的茶文化国家，目前已经发展成了巨大的咖啡市场。拥有强大茶文化的中国具有广阔的咖啡消费潜力，正在成为世界上最大的咖啡消费市场。在国内许多大中城市咖啡专业场所数量每年在以30％左右的速度增长。正因为中国咖啡市场处于起步阶段，中国咖啡消费增速惊人，这意味着一个巨大的机遇已经降临，意味着有更多的机会，更大的利润回报空间。未来几年中国有望成为全世界最具潜力的咖啡消费大国。总体来说，由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国际特许经营协会、国际咖啡协会、中国连锁经营协会、中国饮料工业协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国咖啡店连锁行业背景、市场前景、竞争状况以及店铺选址等方面进行了详尽地分析，对今后我国咖啡店连锁产业的发展做出了精确的预测。

目前中国咖啡饮料这个细分的蓝海市场上，除上海、xx、深圳等少数地区以外，其他的咖啡市场尚待开发。去年娃哈哈推出的“呦呦奶咖”表现平平，星巴克在超市的瓶装咖啡销量也不尽如人意。不过，分析推断，未来5年咖啡饮料的发展应该比较快，保持在30％左右。几大日系饮料品牌纷纷加强咖啡市场攻势。其中麒麟利用品牌延伸，推出了午后咖啡和麒麟咖啡系列。此外，可口可乐目前在日本热销的“乔治亚”咖啡也有可能被引入中国市场。可口可乐大中华区总裁戴嘉舜日前表示，公司一直在关注中国咖啡市场，但出于市场竞争原因，不能透露在华推出咖啡饮料的具体时间。除了市场潜力巨大，咖啡饮料的高利润也是吸引企业进入的一大原因。摩根大通一份有关食品行业调查报告显示，全球品牌包装食品饮料市场中，咖啡和茶叶利润最高，利润率在20％左右。

（四）收入（盈利）模式

大众化的专业服务内容，是目前可以考虑的方向。咖啡店是要盈利的，它和普通商品一样都要有核心的产品或服务，并且这种产品或服务是实的，不是虚的，是能运作的高度专业化的分工体系。我们咖啡店通过提供优质的产品咖啡，各种茗茶。经过分析，我们可以知道，我们的顾客基本是周围居民小区的居民、商人、白领和情侣。因为消费能力不同，所以，我们针对不同的人群提供不同价位的产品。我们的咖啡屋可以根据收入水平、性别、年龄、消费爱好等市场因素，据此提供给顾客满意的酒水和服务。

（五）市场规划

公司未来3年到5年的销售收入预测（融资不成功情况下）（万元）

年份第1年第2年第3年第4年第5年

销售收入x

市场份额x

公司未来3年的销售收入预测（融资成功情况下）（万元）

年

销售收入x

市场份额x

第四部分营销策略

（一）营销渠道的选择

在咖啡厅开业之前选择其营销渠道，确立咖啡厅的未来发展。渠道如下：

1、直接渠道或间接渠道的营销策略

2、长渠道或短渠道的营销策略

3、宽渠道或窄渠道的营销策略

4、单一营销渠道和多营销渠道策略

5、传统营销渠道和垂直营销渠道策略

（二）服务员队伍和管理

我们应该从以下四个方面对服务队伍进行系统管理：

（1）岗位组织职能管理

主要从以下四个方面，把各个服务岗位与组织管理体系有效对接，把岗位的职能有机融入到企业整体的营销运营活动中：

1、明确岗位职责的范围、岗位工作流程与相匹配的权限；

2、根据岗位职责、操作规范和关键环节的要求来制定相关的工作制度；

3、明确岗位在产品、终端、渠道等方面的运作方式及相关营销政策；

4、明确本岗位与上、下、左、右岗位之间的关联关系，保证其岗位之间的有机衔接、流程顺畅、工作高效。

（2）岗位目标任务管理

主要将区域市场运营目标分解到各个岗位，并具体量化到年、季、月，甚至是周。需要定期进行岗位工作的计划与总结，运用pdca计划循环法进行持续的管理与提升。

通过定期、定岗、定量的对比分析，找出存在的问题和差距，找到解决问题的方式，持续提高岗位工作计划目标的执行率。

（3）岗位执行能力管理

在定期进行岗位工作的计划与总结的基础上，应就岗位工作目标执行力存在的偏差进行分析，从公司内部、岗位人员自身、市场动态变化等方面查找原因，对岗位人员进行有效的指导或纠正，持续提高岗位人员的执行力。

（4）岗位持续培训提升

培训是第二生产力，从公司的系统运营与长远发展来讲，需要对服务人员定期进行有针对性的培训，应注重于态度（公司经营理念和文化）、知识（服务思维创新）、技能（专业服务能力提升）等方面，不断提高各岗位人员的视野和打开思维空间，引导服务人员积极进行服务创新。

以上四个环节是互相促进，有机衔接的，只有通过这个系统的管理，才能促使各级服务人员真正融入到企业的组织管控体系中，成为符合企业要求，适应企业发展的个体和具有执行力的团队。

（三）促销计划和广告策略

促销策略是指企业如何通过人员推销、广告、公共关系和营业推广等各种促销方式，向消费者或用户传递产品信息，引起他们的注意和兴趣，激发他们的购买欲望和购买行为，以达到扩大销售的目的。企业将合适的产品，在适当地点、以适当的价格出售的信息传递到目标市场，一般是通过两种方式：一是服务员推荐，即推销员和顾客面对面地进行推荐；另一种是非服务员推荐，即通过大众传播媒介在同一时间向大量顾客传递信息，主要包括广告、公共关系和营业推广等多种方式。xx咖啡厅在一些节日推出的新产品时，可以通过服务员向客人推荐或制作一些新产品宣传单到繁华地段发，吸引顾客到咖啡厅来消费。

（四）价格决策

价格策略是指咖啡厅通过对顾客需求的估量和成本分析，选择一种能吸引顾客、实现市场营销组合的策略。物流企业的成本比较复杂，包括运输、包装、仓储等方面。所以价格策略的确定一定要以科学规律的研究为依据，以实践经验判断为手段，在维护生产者和消费者双方经济利益的前提下，以消费者可以接受的水平为基准，根据市场变化情况，灵活反应，客观买卖双方共同决策。在咖啡厅市场定位之后，根据市场定位为中高档消费层次做出合理的价格，吸引不同层次的消费者。

（五）产品组合策略

在咖啡厅稳步发展的同时进行产品组合，主打几个咖啡品牌，附加辅佐产品共同销售。促进销售、增加咖啡厅的利润。一般来说，拓宽、增加产品线有利于发挥咖啡厅的潜力、开拓新的市场；延长或加深产品线可以适合更多的特殊需要；加强产品线之间的一致性，可以增强咖啡厅的市场地位，发挥和提高咖啡厅在有关专业上的能力。

（六）咖啡市场分析

一、随着中国改革开放的深入，咖啡文化风靡中国

在跨入21世纪后，中国经济的飞速增长，人们生活质量的不断提高，饮品日益多样化，咖啡逐渐与时尚、现代生活连在一起带动了咖啡消费量的迅猛增加，形成巨大消费潜在市场。

1、据权威部门统计，目前，在中国咖啡消费量近年来保持在3万-4万吨之间，每年市场增长速度在10%-15%。有望成为世界上最具潜力的咖啡消费大国。预测20xx年我国的消费量将达到12万吨，市场零售额将达到数百亿人民币。北京市场的增长率更是高达18%，全国有13600家咖啡馆，2200家咖啡相关企业，从业人数达到50万人，其消费市场的规模和吸引力，让越来越多的国外企业已经开始关注中国市场，而这也正是各大咖啡生产国和咖啡商热衷于进入中国的主要原因。

2、咖啡消费品位越来越高，文化的魅力就是市场的魅力。速溶咖啡己远远不能代表咖啡消费了，消费者开始认知咖啡的品牌、风格和纯正，知道如何享受咖啡带来的乐趣。\"文化咖啡\"无疑是现在整个咖啡产业的主流，发展相当迅速。咖啡市场的快速发展，与消费者对西方文化的兴趣密不可分。

3、教育水准、家庭月收入和饮用咖啡的频率呈现明显的正比例关系，意味着咖啡这种西方传入的饮料在中国大陆是一种象征成功阶层的生活方式。

4、行业内部及与相关联行业的竞争越来越激烈，越来越趋向行业标准化发展。

5、根据国家权威机构调查表明，咖啡加盟行业正以25%的速度增长，而咖啡馆正成为城市文明进步、经济增长的亮点。目前，咖啡消费在中国城市里，平均每人每年的咖啡消费量是４杯，即使是在北京、上海这样的大城市，每人每年的消费量也仅有２０杯。而在日本和英国，平均每人每天就要喝一杯咖啡。日本和英国都是世界著名的茶文化国家，目前已经发展成了巨大的咖啡市场。拥有强大茶文化的中国具有广阔的咖啡消费潜力，一定会成为世界最大的咖啡市场之一。国际咖啡组织（ico）运营部主管巴勃罗。迪布瓦也认为中国市场极具潜力。他说：“在20世纪60年代的时候，日本每年仅消费25万包咖啡，而如今其消费量达到了700万包。中国市场也已经呈现出沿着这一趋势发展的迹象，再加上上海承着中国的改革开放的步伐，与世界各国的接触不断深入，其经济、饮食文化不断影响着上海的消费者，咖啡文化不断冲击上海国际大都市，因此中国将成为世界上重要的咖啡消费市场。”

二、中国咖啡市场发展趋势分析

1、终端消费者分析

（1）越来越多的人接受咖啡、喜欢咖啡。

根据一项在12个内陆城市的调查，32%的城市居民喝咖啡。过去一年内喝过速溶咖啡的人口比例在30%以上的地区除了上海之外，还有北京、昆明、厦门、杭州和天津。

其中青年男女在咖啡馆消费，家庭主妇，35以上的都市白领成为在家饮用咖啡增长是最快的群体。

（2）潜在消费群增多

一些消费着虽然不喜欢喝咖啡，但顾客普遍喜欢咖啡厅的氛围和环境，他们会在咖啡馆里消费一些其它附属产品，因此咖啡厅潜在的消费群还是很多。

（3）顾客转向

中国速溶咖啡在整个咖啡消费结构上占上分，随着人们对咖啡的认识、咖啡文化的普及，越来越多的速溶咖啡者开始认识原豆咖啡，开始使用原豆咖啡，这是一个巨大的商机。

（4）中青年将成主流消费群体

80后的年轻群体，对新生事物的反应非常快速，他们对外国的饮食文化感兴趣并易接受，这将促进中国咖啡市场的成熟。一份来自8个大城市的调查显示，咖啡作为一种口味独特的饮品，深受青年消费者的喜爱，中年和青年人是咖啡产品的主要消费群体。同时，男性消费者的人数远远超出了女性，其原因在于咖啡作为一种嗜好品更易受到男性的青睐。也就是说，中青年消费群体为都市上班一族。就经济实力而言，他们对这一部分的消费没有压力。随着咖啡消费群体的扩大，咖啡文化也应运而生，这在一定程度上吸引了越来越多的消费人群。

2、销售渠道分析

（1）地区分布：

一线城市37%二线城市32%三线城市29%其它20xx年

一线城市32%二线城市31%三线城市38%其它20xx年

（2）市场总消耗量：

咖啡馆17%酒店宾馆21%中餐厅及其它6%家庭消费13%办公室12%速溶咖啡37%即饮咖啡饮料8%（20xx年）

市场总消耗量增长8%（其中家庭消费对增长的贡献为70%）

（七）竞争分析

竞争对手分析

咖啡品牌

缺点

西堤岛比较优势及其实现

星巴克、costa系

1、选址上，一类城市的一类商圈。

租金增长快，同行竟价现象普遍。

2、直营的模式扩张的范围及速度慢

3、一线城市品牌及门店宣传费用高

1、西堤岛咖啡以竞争环境相对宽松的二三线城市为主导市场，先期进入占据了二三线城市优秀的黄金地段。无形中给后进来者增加了行业进入壁垒。

2、商业模式采取加盟连锁的方式更有利于扩展

3、二三线城市规模小。人际传播范围及深度广，门店宣传依托人际传播便可实现其效果。

上岛系咖啡连锁品牌

1、加盟费用

及门槛过高

2、一线城市其模式实现困难重重

1、灵活多种选择的加盟模式、满足了市场不同种类的需求。

2、近年来上岛系的咖啡馆为增加影响力不断在一线城市扩张。但一线城市租金压力及店面面积都影响了其品牌发展。

西堤岛系的其它品牌

1、缺乏创新

1、每年西堤岛咖啡都在企业创新上投入巨大人员及物力。不断深入及分析行业发展，这也使得西堤岛咖啡能在行业内每次变迁跟上脚步。

个性咖啡店

1、满足个性化消费需求。

2、在某些细分市场领域占据一定的市场分额

1、关注这些细分市场领域。当一细分市场不断增大时西堤岛及时做出反应及跟进措施。

（八）消费者行为分析

随着咖啡在中国的快速发展，咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。如今，在国内的许多大城市，咖啡馆已经不少见，许多年轻人成了咖啡的热情拥护者。

（九）咖啡项目swot分析

优势（s）：

本土化连锁加盟优势：

利用差异化的战略，特色的商业模式和终端营销占领一定市场份额。本土化连锁加盟方式更加适应中国投资者投资咖啡行业。

经验优势：

项目创业者已从事相关行业工作十二年，熟悉远咖啡市场化运作，拥有丰富的从业经验。

品牌优势：

最早确定二三城市发展战略，在二三线城市品牌知名度高、开店成功率也遥遥领先同行业竞争品牌。

劣势（w）：

1、连锁加盟的形式总部对加盟店的控制能力弱及物料配送体系很难实现。

2、目前还没有形成稳定的项目创业团队，个人力量比较薄弱。

3、西堤岛咖啡特色的商业模式，建立行业壁垒尚不能完全抑制同行跟进模仿。

应对措施：

1、对流水高、赢利高的店采取收回措施。

2、不断丰富完善配套服务功能，吸引更多的客户。

机会（0）：

１、根据国家权威机构调查表明，咖啡加盟行业正以25%的速度增长，而咖啡馆正成为城市文明进步、经济增长的亮点。

２、咖啡爱好者大幅度增加，咖啡及西餐消费市场不断膨胀。

３、在日益同质化的咖啡连锁加盟市场出现三足鼎立局面。

威胁（t）：

1国外咖啡巨头分别落户中国市场，本土企业实力也不断壮大，给整个行业带来众多不变因素。

2组织机构尚未过考验期，对新业务不能迅速领会，仍需市场考验。

对策：

1、充分发挥我们先导进入市场的优势，树立良好的品牌形象，制定行业发展标准。

2、不断开发新的服务系列，以满足客户多方面的个性化需求，创造核心竞争力优势。

3、提高服务和培训的质量，并逐步加大网站推广的资金和人员投入。

（十）营销业务计划

1、价格定位

xx咖啡厅面向的群体包括：广大的周边居民及，外国商人、白领、情侣等，其中周边居民和白领为主要消费群体，但现阶段一般外国商人和其他外地商人不了解我们咖啡厅。所以在开业初期，在不降低咖啡厅的档次，保证成本收入的前提下，以及对消费群体的消费水平及消费对象的考虑，软饮料（如可乐），果汁，奶昔，冰淇淋，部分咖啡等价格会适当调低，利润率占成本的50％，水果，拼盘，茶点类利润率占成本的60％。但中高档次的消费品如红酒，鸡尾酒，品牌咖啡等，因降低价格会给人以格调，档次，及质量不高的错觉，所以价格定位以利润率占成本的65％出售。

2、管理理念

（1）尊重餐饮业人员的独立人格

（2）下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务。

（3）互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

（4）营造集体氛围：既要上下属感受到咖啡屋纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

（5）公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

薪酬制度：记时工资制

不同类型的工作人员时间上的薪酬不同；采用此制度比较灵活，可以准确地记录各个工作人员的工作时间，准确地计算出职工的工资。

工作轮班组织：固定单班制

除了固定员工，对于兼职，在一开始的人员招聘中，我们首先会搞清楚每个应聘者的空闲时间段（包括每个星期中哪一天及这一天中的哪个时间段有空）然后根据时间段确定一个星期中每天的工作人员。

人员考核：从德（品德修养），能（业务知识水平，创新能力），勤（协作性，责任心，进取性，纪律性，出勤性），绩（办事效率，工作质量）四个方面对工作人员和管理层进行公平公正的考核，为奖金等奖励制度提供凭据。

（1）对员工的考核

我们将指定一套指标体系。比如对于员工工作态度，我们将从事业心，进取心，责任心和真诚度等指标考察。每个指标下都有相应的几个表现层次，每个层次有对应的分数。

（2）对管理层工作绩效考核

为了对管理层人员的工作能力，态度和业绩进行评价，制定此制度。秉承公开，公平，公正，客观，多元主体评价原则，每个管理人员都要接受来自相关同事，直接下级和自我的评价。从德，绩，能，勤方面进行考核。具体如下：

德：民主性，品德修养；绩：办事效率，工作质量等；能：业务水平认识，分析决策能力，创新能力，自我学习能力等；勤：协作性，责任心，进取心，纪律性，出勤等。

月度与季度的评价工作，在下一评价期间开始的第一个星期之内完成，由行政人事部统一发放评价表。年终评价工作在十二月最后一个星期与次年一月的第一个星期之内完成。评价表由员工自己独立完成填写，应在规定的日期内上交。评价表由行政人事部与全体员工参与评价。每名参与者填写一份评价表，按照不同权重计算得到一个分数，将得分先按上级，同事，下级，自我评价分类算出平均分，然后按上面提到的不同层次人员比例计算出最终得分，按照最终得分确定评价等级。评价结果与奖金，激励制度挂钩。被评价者如果对评价结果不满，可以在接到结果之日起一周内向行政人事部提出投诉，逾期不提出异议视为同意。

奖励制度：根据员工考核总分进行奖励（半年实行一次奖励）

（十一）服务质量控制

1、设立领位、服务、传菜等岗位，保证有岗、有位、有服务；服务规范、程序完善，我们咖啡厅24小时营业。

2、上岗的服务人员做到仪容端正，仪表整洁，符合《员工手册》的要求。

3、熟练用外语接待，服务外宾。

4、铺台、摆台符合规矩。

5、严格执行使用托盘服务，严禁用手拿杯直接服务客人。

6、菜单中英文对照，印刷优良，字迹清楚，无破损无折痕。

7、营业低峰期，保证客人的茶点2分钟内上齐，营业高峰期，保证客人茶点5分钟内上齐。

8、保持室内清洁卫生，桌面无浮尘，地面无垃圾，地面无烟迹。

第五部分财务计划资产负债表

单位：元

资产年初数期末数负债和所有者权益（或股东权益）年初数期末数

流动资产：xxx流动负债：xxx

货币资金:xxx短期借款:xxx

短期投资:xxx应付票据:xxx

应收票据:xxx应付账款:xxx

应收股息:xxx应付工资:xxx

应收账款:xxx应付福利费:xxx

其他应收款:xxx应付利润:xxx

存货:xxx应交税金:xxx

待摊费用:xxx其他应交款:xxx

利润表

单位：元

项目本月数本年累计数

一、主营业务收入xxxxxx

减：主营业务成本xxxxxx

主营业务税金及附加xxxxxx

二、主营业务利润（亏损以“－”号填列）xxx

加：其他业务利润（亏损以“－”号填列）xxx

减：营业费用xxx

管理费用xxx

财务费用xxx

三、营业利润（亏损以“－”号填列）xxx

加：投资收益（损失以“－”号填列）xxx

营业外收入xxx

减：营业外支出xxx

四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）xxx

减：所得税xxx

五、净利润（净亏损以“－”号填列）xxx

现金流量表

单位：元

项目上年数本年数

一、经营活动产生的现金流量：

销售商品、提供劳务收到的现金xxx

收到的其他与经营活动有关的现金xxx

现金流入小计xxx

购买商品、接受劳务支付的现金xxx

支付给职工以及为职工支付的现金xxx

支付的各项税费xxx

支付的其他与经营活动有关的现金xxx

现金流出小计xxx

经营活动产生的现金流量净额xxx

二、投资活动产生的现金流量：

收回投资所收到的现金xxx

取得投资收益所收到的现金xxx

处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额

收到的其他与投资活动有关的现金xxx

现金流入小计xxx

购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金xxx

投资所支付的现金xxx

支付的其他与投资活动有关的现金xxx

现金流出小计xxx

投资活动产生的现金流量净额xxx

三、筹资活动产生的现金流量：

吸收投资所收到的现金xxx

借款所收到的现金xxx

收到的其他与筹资活动有关的现金xxx

现金流入小计xxx

偿还债务所支付的现金xxx

分配股利、利润或偿付利息所支付的现金xxx

支付的其他与筹资活动有关的现金xxx

现金流出小计xxx

筹资活动产生的现金流量净额xxx

四、汇率变动对现金的影响-

五、现金及现金等价物净增加额+

第六部分融资计划

（一）融资方式

股权性融资（直接融资）。股权是公司的股东投资到公司的资本。股权在不同的财产组织形式上有着不同的体现方式。正因为其有着不同体现方式，所以产生了不同的股权融资工具。直接融资总计约100万元。

债权性融资（间接融资）。债权资金是在一定期限满后企业必须偿还本金并支付利息的资金，这部分资金不是股东的资本，但可利用这种资金为股东带来利益。债权性融资主要有向金融机构贷款和发行企业债券两种形式。目前中小企业主要是采用向金融机构贷款的方式。债权融资的工具有抵押贷款、信用贷款、等国际债权融资方面有银行保函，银行备兑信用证融资，此外还有资产锁定融资。间接融资金额大约是100万元。

（二）资金用途

我们××融资的用途在于店铺的租赁以及店面的装修。对于咖啡厅而言，那些设备也是必须的，我们把那些资金用于店铺的租赁费、装修费，咖啡机及其他设备的购买等。

（三）退出方式

投资方最重要的退出方式是首次公开股票发行（ipo），首次公开股票发行（ipo），首次公开股票发行（ipo）是最重要的风险投资退出方式。在近年的ipo高峰中，高技术公司的ipo是最引人注目的。在公开股票发行时，风险投资公司被作为公司所有人，将接受公司内部股，但是被规定在数年期限内股票被限制出售和清算。一旦股票可以自由交易，通常是两年后，风险投资公司将把这些股票和现金分配给其有限合伙人投资者，这些投资者随后将这些股票作为普通股进行持有或者出售。

第七部分风险控制

1、潜在风险

餐饮业是指通过即时加工制作、商业销售和服务性劳动等手段，向消费者提供食品（包括饮料）、消费场所和设施的食品生产经营行业。随着餐饮业的不断发展，人们在外就餐频率变得更高，随之而来的各种责任事故也层出不穷，食客与餐厅之间民事责任赔偿纠纷数量越来越多。餐饮经营场所的主要潜在责任风险主要以下几个方面：

一是意外火灾、煤气爆炸事故造成三者人身伤害及财产损失；二是由于所提供的食品不卫生引起食客的食物中毒而应承担的赔偿责任风险；三是由于餐馆设施不完善造成就餐者在餐厅里滑倒摔伤、砸伤、碰伤、割伤、撞伤等风险；四是因为雇员过失行为造成食客烫伤或其他伤害；另外，因餐馆管理不到位也容易引起民事纠纷责任。如因雇佣人员患传染性疾病造成就餐者感染、就餐者停在餐馆车位的车辆损坏或丢失等等。

从保险角度来讲，餐馆行业所特有的这些民事责任风险，是可以向保险公司进行转移的，最适合的责任险保险产品是“餐饮经营者责任保险”。

2、规避风险：

为了规避经营风险，餐馆购买餐饮业经营者责任保险无疑将是最简单而且最实用的方法。餐饮经营者责任险是保险公司针对领有工商执照、税务登记与卫生许可证，从事餐饮经营旅游饭店、餐厅、自助餐和盒饭业、冷饮业、酒吧、咖啡屋、茶馆、摊贩以及非经营性食堂等场所开设的一种较新的责任保险，也是公众责任险的一种创新形式。

该险种的保险责任主要包括几方面：

针对因保险人提供的经营范围内的食品（不含外卖食品）引起的食客的食物中毒、起源于经营场所的火灾和爆炸、对经营场所及相关设施维修、维护不当、经营场所自身的缺陷、被保险人雇员的一般过失行为造成的第三者人身伤亡与财产损失，以及经保险人事先同意的法律费用，由保险人按保险合同约定负责赔偿。

当然，与其他所有保险产品一样，餐饮经营者责任险条款中也明确规定了一些保险除外责任，如监护人未尽到监护义务造成被监护人的损害、因传染病造成的人身损害、被保险人雇员的人身损害和财产损失、罚款、罚金及惩罚性赔偿、精神损害赔偿等等。在投保前，投保人应当对相关除外责任也做到心中有数。

餐馆责任险的赔偿方式，主要是以被保险人的经济赔偿责任为依据。而对被保险人的经济赔偿责任的认定通常有三种方式：一是被保险人和向其请求赔偿的第三者协商并经保险人确认；二是仲裁机构裁决；三是人民法院判决。

以经营面积100-300平方米的餐馆来看，若选择每年的累计赔偿限额x万元，则按标准费率计算，每年应缴纳保险费应在x元左右，相对于动辄几十万元的民事赔偿责任，应当还是可以承受的。

**商业投资计划书篇九**

投资指的是特定经济主体为了在未来可预见的时期内获得收益或是资金增值，在一定时期内向一定领域投放足够数额的资金或实物的货币等价物的经济行为。 以下内容是小编为您精心整理的商业投资计划书范文，欢迎参考！

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。

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。

[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]。

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。

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]。

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。

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。

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。

请参阅第九章的图表样式及精英杰公司提供的计划实例。

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。

**商业投资计划书篇十**

需要做好以下几项工作：经营策划及计划编制;招聘员工及培训;财务基础工作;促销;工程验收、交接、试运行;物资采购;申办各项许可证;开业典礼等八项工作做的好坏，决定着开业后经营利润的多寡，因为这些工作牵涉到开业后各项经营工作的质量、费用、客源及能否按时开业的重大课题。

一、制定经营计划、目标(一)近期市场调研和预测1、调研掌握本地区市场的动态及发展趋势。

2、调研掌握本地区酒店类型、规模、档次和经营特点。

3、调研掌握本地区近两年的客源市场及酒店的经营状况。

4、与竞争对手作对比分析。

(二)编制营业计划书1、依据酒店的自然社会环境和市场定位，确定营业项目和标准。

2、拟定餐饮的销售价格基数和试开业期间的优惠政策。

3、编制试开业工作的各项计划书，汇编成试营业报告。

4、制定各项筹备工作实施倒计时计划书。

5.提交营业报告呈业主批准。

二、组织人事与管理制度(一)确定组织机构、人员编制、工资、福利待遇。

(二)制定管理程序和规章制度。

(三)拟定聘用人员条件、数量。

(四)考核、招聘人员总数应控制在基本编制的\'60%以下(五)聘任部门管理人员。

(六)培训。

1、酒店员工和管理层培训2、基本技能培训、工作程序培训、店规培训。

3、岗前培训，实际操作训练(七)人员定岗。

三，酒店装修和配套设施1.酒店装修设计及实施。

2.酒店电器设备采购安装调试3.酒店餐具及厨房设备采购调试4.酒店酒店家具及布草采购四、开业前财务工作要点(一)接收固定资产、造册、登记(二)制定财务制度程序。

(三)训练财务人员理解和执行财务管理制度和程序。

(四)拟定开业费得预算书。

1。

各种用餐形式，餐饮、酒水、商品的定价。

2、损坏物品的赔偿标准。

(六)制定免单、打折的规定。

(七)与银行、工商、税收、邮电等部门建立业务关系(八)开业费用。

**商业投资计划书篇十一**

一公司介绍及投资背景。

····防护用品有限公司是一家集生产加工、经销批发、出口贸易于一体的工贸结合加工贸易公司，目前主要生产经营产品有杯型口罩、鸭嘴口罩、折叠口罩、平面口罩、3m口罩、3层平面口罩、ffp2口罩、n95口罩、无纺布口罩、活性炭口罩、一次性失禁用品、一次性防护服、圆橡筋、钩编筋、扁橡筋等，同时代理肝素帽、三通阀，实现了多元化经营。

公司成立于20xx年，自创建以来，始终坚持“卓越品质、服务社会”的经营理念，致力于国内外防护用品市场开发，在全体员工的共同努力下，公司的规模不断扩大，实力不断增强，管理科学，经营业绩不断攀升，20xx年产值突破1000万，20xx年实现产值1200万，20xx年实现产值1500万，实现了快速、健康、可持续发展，展示出勃勃生机与活力，成为全国防护用品行业的一颗正在跃起的璀璨明星。

公司坚持以人为本的管理理念，尊重员工的选择，尊重员工物质文化需要，开展丰富多彩的文化娱乐活动，积极进行企业建设，吸引了大批有志之士加盟。公司致力于为员工创造优厚的物质生活条件，工资福利水平不断提升，员工教育培训如火如荼，创设员工发挥聪明才智、展示能力的平台，激发了广大员工为企业尽智尽力的积极性和主动性，打造了一支诚信、负责、创新、高效、务实的企业团队。

公司以“长期合作、互惠共赢、诚信服务”为市场宗旨，引进先进技术和设备，开发多种品种，大力挺进国内外高端市场，赢得了国内外客户的广泛赞誉。目前，公司在全国30多个省区196个大中城市建立了完善的销售网络，同时积极扩展国外市场，与美国、法国、日本、德国、澳大利亚等客商建立了长期良好合作关系，有力地促进了公司扩张与发展。

武汉中宜新防护用品有限公司实力雄厚，服务优良，生产订单应接不暇，国内外市场潜力无限，客观上需要调整经营战略，扩大生产规模，创建知名品牌，实现永续发展。为适应不断蓬勃发展的新形势，公司拟扩大投资规模，在武汉市江汉北路九运赏荷居1304征地15亩，特制定此投资计划书。

二投资计划概要。

公司将秉承“为出资人创利，为员工谋利，为社会服务”的投资理念，本着对每一位投资者极端负责的态度，继续保持艰苦创业、勤俭节约的优良作风，继续发扬开拓创新、团结奋进、锐意进取的拼搏精神，把每一分钱都花在刀刃上，以最小的投资争取最大的收益，创造丰厚的社会财富和企业利润，让投资方满意，让消费者放心，让员工得利，服务企业与社会的和谐发展。

根据公司目前的发展需要，需要用地面积15亩，地址在武汉市江汉北路九运赏荷居1304；根据武汉的土地、设备、薪资水平等市场价格，预计投资整个规模3000万，其中，机器设备800万，基建投资1500万，流动资金700万。

由于目前的口罩、棉签、湿巾市场前景广阔，我公司拥有成熟的市场渠道和经营管理经验，因此新建企业仍以类产品为主要方向，顺利投产后可以根据市场的需要和社会的发展，科学调整产品经营战略方向，以便与时俱进，实现永续经营和可持续发展。

本计划主要介绍了包含征地、基础设施建设、设备投资、人员配置、运行方式等方面的投资预期以及市场分析、风险评估等。

三投资运行模式。

经济学原理认为，在市场经济条件下，面临这激烈的市场竞争和瞬息万变的内外部市场环境，必须坚持以最小投入获取利益最大化的原则，从而规避风险，有效控制资金安全。也就是说，在保持企业正常运转、资金周转健康的情况下，投资越小，资金越安全；利润越大，受益越大；资金越节约，风险越小。基于这样的认识，拟采取以下投资运行模式。

据武汉土地市场价格，拟投资1500万购置15亩土地；在办理好土地使用证以及所有权证书后，将土地抵押给银行，银行贷款主要用于建设厂房、车间、办公室、厂区铺路、绿化等基础设施建设；然后将厂房等资产抵押，银行贷款再用来购置机器设备；最后将固定资产设备抵押，用来购置生产原料、招聘人员、开发市场等，在此基础上实现正常生产与资金周转。

如此只需先期注入足够资金，层层抵押，最终实现正常运转，一次投资，实现连锁反应，推动良性发展。既有利于节约资金，提高有限资金的利用率，也能够有效规避风险。假如土地、厂房、设备、人力资源、原料等分别从外部注入资金，不但增加了企业的运营成本，造成融资压力过重，而且加大了风险，不利于企业长期发展。因此先期的土地投资是关键中的关键，重点中的重点，解决好这个问题，其他难题将迎刃而解，务必加大投资管理，确保资金安全到位。

四市场分析。

公司拟将各类型口罩系列、棉签系列、湿巾系列产品作为主要生产经营对象，其面临市场环境及竞争态势分析如下。

1政治法律环境良好。改革开放三十多年来，随着经济的繁荣发展，人们的生活质量和生活水平有了显著提高。在科学发展的二十一世纪，越来越多人们注重生活品质和健康防护，对日用生活品和健康防护产品的需求量越来越大。公司把口罩系列、棉签系列、湿巾系列产品作为战略经营方向，适应了这种社会发展的大趋势，满足人民群众日益增长的多元化需要。与房地产、化工、农药、日用化工行业不同，我公司属于与人民群众生活休戚相关的日用生活轻工产品，具有绿色生态产业的显著特点，不但无污染无辐射无工业垃圾，而且对于促进人们健康生活，提高生活品质有着重要的意义，同时能为国家创造大量外汇，增强国家在国际经济博弈中的竞争力。企业需要吸收大量的社会人员，缓解了社会就业压力，促进了社会和谐，属于国家一贯鼓励和支持的重点行业。因此，国家不会出台限制性政策，行业和企业也不会成为国家限制与控制的对象，将面临长期的良好的宽松政治法律环境。

2国内消费市场潜力无穷。我国是一个13多亿人的大国，口罩、棉签、湿巾等类产品有着巨大的需求量，可以说不分性别、不分年龄、不分地域都有一定得实际需求。产品的应用的范围广泛，众多的医院、防疫站等卫生部门有大量的需求，食品行业、纺织服装行业、化工行业等诸多企业也可以作为劳动防护用品和福利待遇发放；作为生活必需品，宾馆饭店、众多的家庭和个人也是主要的消费者。另外，湿巾、棉签属于一次性消费品；口罩的使用周期较短，一个医生或者企业的工人一年至少使用四个，消耗快，使用量大，因此广义上讲，此类产品具有无穷的市场潜力。有关专家统计，仅口罩一项，全国一年要消费200多亿个，而棉签、湿巾等消耗量更是多的惊人，只能以天文数字计算。

3国外市场生机勃勃。随着全球经济一体化趋势的日渐明显，尤其我国加入世界贸易组织后，改革开放进一步深化，国外市场对国内日用产品企业的拉动能力越来越大。更多的国外贸易公司看准了中国巨大而廉价的劳动力市场，纷纷到中国寻求合作伙伴，把大量的订单放给了中国企业。武汉中宜新防护用品有限公司的系列产品早已走出了国门，远销东南亚和欧美，抢占了国外市场的一席之地，为以后加速发展、拓宽销售领域奠定了良好的基础。可以预见，订单加工和自主品牌系列产品的出口将显示出生机勃勃的活力，成为中国出口创汇的主要途径之一。

4产品市场稳定。由于自身特殊的使用性能，口罩、湿巾系列产品市场稳定，受外部环境的影响较小。一年四季，世界各地，包括中国总有一些流行病发生，20xx的非典型性肺炎、后来的口蹄疫、疯牛病、流行性感冒等，这些情况不但不会压缩口罩、湿巾等系列产品市场，而且市场需求量会快速增大。地震、洪水等自然灾害也不会影响些列产品的市场稳定，反而加大了需求，在20xx年汶川大地震和20xx年的青海玉树抗震救灾中，大量的系列产品源源不断运往灾区，为保护灾区人民生命健康与安全发挥了重大作用。总体来看，无论自然灾害还是战争人祸都不会给系列产品市场带来负面影响，市场稳定性较强。

5竞争生存的空间较大。防护用品生产经营属于劳动密集型行业，投资少，占有资金少，一些财力雄厚的企业集团往往喜欢投资房地产、石油、煤炭等资金密集型行业，因此虽然目前中国大大小小的防护用品企业有几千家家，但绝大多数数规模较小，以家庭作坊式经营为主，没有形成核心竞争力量和龙头企业，所以市场生存空间很大。新投资的公司将形成规模效益，成为引领行业发展的大型公司。

五公司投资优势。

1成熟的市场渠道。武汉中宜新防护用品有限公司在长期的发展中与全国各地客户建立了良好的合作关系，为新的投资项目健康快速发展奠定了坚实的基础，在此条件下，新投资项目能够在原有销售渠道基础上，建立新的客户网点，不断拓展市场空间，实现跨越式大发展。目前公司销售渠道如下：

a建立了完善的国内销售网络。近几年来，公司加大了国内市场营销网络建设，积极发展经销商和代理商体系，不断拓宽业务范围。目前公司已经在湖北各市、江苏、江西等地发展了多家经销商和加盟商，业务范围几乎覆盖全国各大重点城市，系列产品走进各地主要大商场，成为消费者喜爱的产品，拥有了一定的知名度和美誉度。

b国外市场不断拓宽。公司与武汉、广州、杭州、上海、香港等地大型外贸公司建立了稳定的合作关系，利用贸易平台，积极发展对外贸易，将产品推向国外，深受欧美等地客商重视。出口外贸在公司发展中占有重要地位，新投资项目在发展外贸加工中具有明显优势。

c团购客户逐步增多。公司已经与武汉、公安、江西等地大型医院和企业签订了定向加工合同，每年定期为他们量身定做系列产品，拓宽了团体采购的面积，发展团体采购，将是一个重点的战略方向之一。

2丰富的管理经验。多年的市场磨砺，公司积累了先进的管理经验，注重以人为本，关爱员工，积极为员工创设良好的发展环境，每年的重大节日，不但组织丰富多彩的文化娱乐活动，而且都要为员工发放福利，满足员工日益增长的物质和文化精神需要。公司拥有一套健全的管理制度体系，对日常管理、财务管理、营销管理、质量管理、生产管理等诸多方面都有自己的特色。

3技术实力雄厚，品牌优势明显。目前我们有专业技术人员与管理人员15人，而且与相关产品技术研究所建立了长期的合作关系，随时跟踪市场花色品种潮流，不断进行技术革新和产品创新，能够适应快速变化的市场需要。此外公司独立注册###品牌，以高品质、高品位和良好的服务赢得了消费者的青睐，品牌的优势逐步显现出来。自主品牌不但能够提高企业的知名度，而且还能增加产品附加值，创造优厚的利润。

六征地计划。

所征地基在在武汉市江汉北路九运赏荷居1304号，位置优越，土地升值空间较大。在市场经济不断发展的今天，土地作为一种最主要的生产力要素，成为宝贵的资源。随着全球人口的剧增，全世界对土地的开发越来越多，耕地等需要保护的自然资源越来越多，凸显土地价值的昂贵，以目前的形式分析，土地只有增值的趋势，而没有下降的可能。公司所征土地，位于繁华的江汉北路边沿，处于城乡结合地带，随着城市规模的扩展，价值攀升的机会很大。目前虽然每亩7万元，15亩总计1000万元，但五年以后，预计价值高达20xx万，其升值的形势对于规避投资风险有着重大意义。而且以后土地亦可做房地产开发之用，其孳生价值更加昂贵。

目前我公司已经与卖方签订协议，积极预备正式手续办理。只要资金到位，三五个月之内可办理土地使用证等。

七基础建设计划。

本着节约的原则，拟建设钢架结构生产车间3个，分别为制作车间、整理包装车间内等；拟建设小型仓库3个，分别用于存放原料、成品等；拟建设办公室业务洽谈室以及员工临时休息室等12间，用作正常办公场所，总共建筑面积5000平方米左右。

企业形象对于企业发展具有重要意义，客户来公司的第一印象就是企业的外在建设规划与广告设计等，因此需要在厂区铺好柏油路面，另据实际建设布局安排绿化带、花园等，设置明显的广告标示。

对于基础设施建设初步打算分成两块外包给施工单位，一是厂房办公室类外包给一家；二是地面绿化以及铺路等外包给另外一家。基础设施三个月即可完工建成，初步预算资金1000万。

八设备计划。

公司现有的设备具备以下几个特点：1设备品种齐全，主要有##机，多少台；有##机多少台，主要设备总计56台；但是数量较少，远远不能满足新投产项目需要，因此需要增加设备数量，根据市场需求和项目的规模，预计增加240台，使主要中大型设备总数达300台。2设备老化，性能较差。现有设备已经平均使用了3---5年，部分设备经常维修，性能较差，与当今的同类设备相比有着一定差距，拟选择当今最为先进的同类产品，提高劳动效率，增加人均产量，提升经济效益。预计新设备投资。3运输物流能力不足，需要增加运输车辆，购置货运汽车3台。设备总投资预计200万。

九生产启动计划。

1规模及部门设置。新投资项目预计主要机器设备300台以上，员工规模在400—600人之间，第一年预计实现产值6000万，税金400元，利润600万。根部需要设定以下部门：技术部、生产部、质检部、市场部、供应部、外贸部（负责报关、外协、外贸订单等事宜）等。投资后的新公司将发展成为同类行业的中大型企业，具有强大的市场竞争力，形成规模化生产，具有搏击市场风浪大强大能力。

2几项应当提前准备的工作。在投资过程中，生产启动工作应注意坚持以下“几个提前”：一是招聘以及新员工培训提前。在厂房落成、地面建设开展期间，亦应提前招聘员工，进而进行职业技能和职业道德培训，让员工充分学习企业文化与规章制度，培养新员工的爱厂、爱岗与敬业意识，初步提高职业技能。新员工一般专门培训15天即可上岗实习锻炼，培训费用以及培训期间基本生活费用,初步预算300人\*15天\*60元=27万。二是市场开发提前。市场开发要先行一步，在基础设施建设期间，市场开发亦应提前起步，充分利用以前的销售渠道和外贸加工渠道，不断拓宽市场领域，积极寻找适合新项目规模的客户群。特别注意加大外贸工作的力度，满足生产的需要。一般来说，规模越大的企业，也容易赢得客户信任，外贸订单越容易签订，新投资项目必定带来新的市场和新的发展给机遇。两项工作提前的情况下，一旦条件成熟，可快速投入正常生产，节约运行周期，提高资金运行速度，创造良好效益。

十新投资项目两项重点工作分析。

武汉中宜新防护用品有限公司属于蓬勃发展中的新生市场力量，优势明显，在新的投资资金及时到位的情况下，公司面临两大发展重点，两个问题如果不能很好解决，将影响可持续发展。也就是随着投资规模扩大和企业实力的增强，必须创建自主品牌和企业文化建设。

1强化对自主品牌的投资。自主品牌是现代企业生存发展的必由之路，在本行业目前发展的形势下，一方要强调外贸加工，开足马力，满足人员与设备的生产需要；另一方面要强化自主品牌建设，使企业拥有自己的知识产权。市场上，往往知名品牌产品价格较为昂贵，比如服装，一件名牌服装的市场价格要比普通服装高出5—10倍，有的甚至高达20倍以上，究其原因是品牌的力量使产品的附加值成倍增加，通俗地讲，也就是品牌的产品卖价高，利润高。因此要强化对品牌建设的投资，创建同类产品的知名品牌，既有利于拓展国内市场，也有利于发展对内贸易，在中国企业国际竞争能力日渐增强的大背景下，在未来的几年中，公司产品完全有可能贴上自己的商标，推向国外市场，以较高价格出卖。

2增加对企业文化和员工薪资的投资。随着各行各业的繁荣发展，我国的催生的大量的中小企业，据国家统计局统计，20xx年，全国注册的大中小公司高达1000万家，再加上以个体经营形式的商户或者家庭经营户，数目不可胜数，平均13个人拥有一家公司，创造大量的就业机会，造成沿海地区和众多大城市“民工荒”的局面，全国目前的总体局势是缺乏大量的劳动力。而作为劳动力市场新生力量的大中专毕业生，往往对宾馆、饭店、旅游等第三产业情有独钟，客观上使生产加工企业的劳动力更加匮乏，因此必须全盘考虑人力资源要素，加大对企业文化和员工薪资的投资，增加企业的吸引力和凝聚力，汇集更多的人才，实现饱和生产，促进资金的良性运转。

解决好品牌建设和确保充足人力资源，是关系到公司长期发展和健康运行的基本保障，也投资计划需要必须考虑的要素。

十一风险评估。

1市场风险较小。第四章市场分析中已经说明，无论和平环境还是天灾人祸、战争等环境，对口罩、棉签、湿巾等系列产品市场影响不大，甚至越是灾乱环境市场需求量越大，越能提供新的发展机遇，因此市场风险较小；主要的市场风险因素在于如何快速、全面回笼资金，在法律日渐完善的社会条件下，欠账变成死账的可能性极小，市场风险几乎为零。

2经营风险可以控制。经营风险主要在于三个方面：一是可能面临劳动力的缺乏，也就是说有资金、有设备、有订单，但是缺乏劳动力，招聘人数达不到预定计划，难以实现饱和生产，从而影响资金正常周转。在全国闹民工荒的形势下，这将是投资需要直面的现实问题。但是这个问题是可以控制的。加大宣传与招聘工作的力度，提高薪资水平，完善保险福利待遇，积极进行企业文化建设，极力为员工的生活和发展提供良好的平台，让员工找到归属感和实现人生价值的途径，完全能够增强企业的吸引力，建立稳定和谐的人员队伍，解决人力资源匮乏的难题。二是产品花色品种可能不适应市场需求，出现生产与销售市场脱节现象，也是完全可以控制的。推进技术革新，学习先进潮流，发展定向加工，先预定款式后进行生产等办法可以解决类似难题。三产品附加值低，利润微薄。在劳动密集型行业，这种现象经常遇到。尤其的是外贸加工订单，部分是国外中间商转手沿海城市贸易公司，沿海公司再转手内地，内地贸易公司在转手给大型加工企业，大型企业再分派给小加工企业，造成利润层层减少，中小企业出现“忙而不赚”的现象。这个问题也可以有效控制，创建自主品牌，扩大内销市场，调整经营方向，内贸为主，外贸为辅等手段都可以解决这个问题。此外，新投资的项目具备直接与国外或者沿海贸易公司发展合作的实力，可以主动寻求新的中间商，拓展利润空间。

因此，从市场、经营、管理等方面综合分析评估，投资风险较小，某些方面的风险完全可以提前控制。

十二投资收益预期。

1拟新的投资项目发展目标为“一年盈利，二年回本，三年创建知名品牌，五年实现跨越式发展”。

2以600人规模计算，本行业一般一个人一年能创造纯利润（除去原料、工资、税收等生产成本后的纯利润）1万---1、9万元之间，以最保守人均年创造利润1万元算：

600人\*10000万\*1年=600万（即第一年实现纯利润）；

3以此保守推算，假如第二年仍然维持第一年的现状，（实际规模扩大，品牌知名度的提高，直接客户的增多，产品附加值增多，利润完全会更高）

600万/年\*2年=1200万

这个保守2年的盈利结果，完全可以补偿先期购买15亩土地的所有投资，也就是说新的投资项目运营2年后，所有投资成本都已经赚回，投资风险几乎降低到零。对于投资方来说，由于从第三年开始，所有的利润都将是新增的投资收益。纵观房地产、机械等众多行业，投资回本周期较长，往往十年、八年才能赚回投资本金，资金处于长期高风险状态，十年的时间，随时可能发生不可预料的变故，危害资金安全；相对比而言，此项投资回本快，资金周转快，投资收益丰厚，利润可观，资金风险较小，安全稳定。

4随着公司规模扩张和市场竞争发展，企业的自主品牌也逐步建立，三年的时间完全能够打造一个省级知名品牌，产品的价格也将随产品知名度的提高而提升，同样的生产效率，人均创造的利润也会必然增加，以保守的人均年创造1.6万元纯利润算，全年利润总数如下：

600人\*1.6万=960万

在此基础上，五年之后，整合各种资源，调整发展方向，不断与时俱进，适应新的市场形势，公司完全可以实现跨越式发展，甚至可以实现多种经营，建立涉足多个领域的集团公司。

十三结论

综合分析，此项目投资拥有成熟稳定的市场，拥有一定的经营管理经验，市场前景广阔；采用“前期注入资金，层层抵押，实现正常运转”的投资模式，大大减少了风险，确保了资金安全，实现了“一次投资，多年受益”的目的；口罩系列、棉签系列、湿巾系列等特色项目回本快，资金周转快，收益丰厚，利润可观，投资回报率高，是切实可行的投资方向。

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