# 最新商业计划书格式及字体大小(优质15篇)

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-09-09

*计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。商业计划书格式及字体大小篇一商业计划书不只是用...*

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

**商业计划书格式及字体大小篇一**

商业计划书不只是用来申请风险投资的，它同时是为了预测企业的成长率，并指导你作好未来的行动规划，是企业的战略计划书。，它同时是为了预测企业的成长率，并指导你作好未来的行动规划，是企业的战略计划书。

一认识商业计划书

商业计划书是企业或项目开展融资、寻求合作、指导运营的必备工具，是全面展示企业和项目状况、未来发展潜力、执行策略的书面材料，要求体现项目的竞争能力、市场机会、成长性、发展前景、盈利水平、抗风险能力、回报等。商业计划书是企业融资成功的重要因素之一，也是企业的行动纲领和执行方案，可以使企业有计划地开展商业活动，增加成功的机率。

商业计划书通过介绍公司业务、财务状况、市场分析、管理团队、发展规划等方面的内容，让阅读者了解公司的现实与未来，以及公司如何实现梦想。

商业计划书的战略意义：

1)正式制定出明确的公司战略方向，商业计划书本身不会给公司创建战略方向，它只是把战略方向记录和描述出来，并展现给阅读商业计划书的人。先有战略方向，然后再有商业计划书。把想法写出来，才可以让它正式化、树立权威性和重要性，当然也更容易跟其他人分享。

2)公司融资时与潜在的投资人或投资机构沟通。满足投资人的知情权，任何潜在的投资人在给钱之前，都想要了解公司的状况，想要从商业计划书里面知道他们的投资能获得很好的回报，赔钱的概率很低，而一个完美的商业计划书就是一个好广告，让他们确信想你的投资是正确的、值得的。

为什么需要商业计划书：

创业计划书应该包括潜在债权人或投资人作决定所需要的所有信息。

3)商业计划书中囊括了公司的全部财务信息，包括历史的、当前的和未来预期，这些人最爱看的就是这些数字。

4)商业计划书中会阐述公司的业务和介绍市场情况，没有这些信息，别指望潜在的债权人或投资人会作出投资决定。

5)商业计划书中还包括了公司的发展规划、公司战略、债券人和投资人需要据此评估公司成功的可能性。

6)商业计划书中也会介绍创业者自己和公司的管理团队，你们的背景情况，创业的原因等。

好的商业计划书要有哪些内容。

1)执行摘要，通常两页纸，6-8个段落

2)愿景、使命及公司简介

3)管理团队包括各自的背景、经验、优势，以及为什么这个团队能够带领公司走向成功

4)产品及服务：解决了什么问题?有多少，哪些重要的客户，如何进行市场开发?

5)商业模式：如何赚钱?明确公司在产业链、产业链上的位置;合作伙伴是谁?他们为什么要跟公司合作?什么时候会有收入等。

二换位思考，以投资人的思路看计划书

投资人在分析：“为什么写，为谁去写”过程中，能够迅速判断出值得阅读的商业计划书。

为什么看你的商业计划书?

(1)如何赚钱?投资人最想知道的是你如何把别人兜里的钱掏出来，变成你的。

(2)了解你的过去

(3)推断你的未来，写商业计划书的时候，必须优先考虑增值，要充分描述你的每个环节是如何配合整体目标来增值的。

投资人看什么?

1)看你的真实意图

2)看你说的是不是真实的谎言

3)看你能解决什么问题

4)看你的方向是不是非常清晰

5)看你的团队是不是有脑子

6)看你会不会花钱

7)看你的利益思维

8)看你怎么把别人的钱变成你的

三自我评估:你需要怎样的商业计划书

首先要知道自己到底要干什么，能干成什么样，你拥有什么，并且弄明白自己的实际需要是什么。

为什么需要商业计划书

(1)整理你的思路

(2)看清你的方向

(3)建立融资目标

应该让投资人看到什么

(1)正确的方向和目标

(2)可靠的团队和管理

(3)有效的策略和手段

(4)清晰的财务实践和规划

四谁来写商业计划书

由最了解项目的人来推动，一定是最了解项目的人，一定是核心创始人之一。

五商业计划书的写作步骤

1)热身准备;确定参与人、资料汇集、试写确定风格

3)监督各环节进展

4)汇集各部分内容

**商业计划书格式及字体大小篇二**

今天，计划网小编为大家整理了“融资商业计划书格式”，希望可以帮助到大家。

融资商业计划书格式【第一篇】

第一部分 公司基本情况

公司基本情况：

公司名称

成立时间

注册资本

实际到位资本

其中现金到位

无形资产占股份比例 %

注册地点

公司性质为：请填写公司性质，如：有限公司、股份有限公司、合伙企业、个人独资等，并说明其中国有成份比例和外资比例。

公司沿革：说明自公司成立以来主营业务、股权。注册资本等公司基本情形的变动，并说明这些变动的原因。

目前公司主要股东情况：列表说明目前股东的名称及其出资情况，如下表：

股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系人 联系电话

甲方

乙方

丙方

丁方

目前公司内部部门设置情况：以组织机构图来表示本公司的独资、控股、参股有公司经及非法人机构的情况：

以图形方式表示。

公司曾经经营过的业务有……

公司目前经营的业务有……

目前主营业务为……

公司目前职工情况：

第二部分 公司管理层

董事会成员名单：

序号 职 务 姓 名 工 作 单 位 学历或职称 联系电话

1 董 事 长

2 副董事长

3 董 事

董事长

姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话

学历 学位 所学专业职称

毕业院校 户口所在地

主要经历和业绩：着重描述在本行内的技术和管理经验及成功事例。

总经理

姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话

学历 学位 所学专业 职称

毕业院校 户口所在地

主要经历和业绩：着重描在本行业内的技术和管理经验及成功事例。

技术开发负责人

姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话

学历 学位 所学专业 职称

毕业院校 户口所在地

主要经历和业绩：着重描述在本行业内的技术水平、经验和成功事例。

市场营销负责人

姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话

学历 学位 所学专业 职称

毕业院校 户口所在地

主要经历和业绩：着重描述在本行业的营销经验和成功事例。

财务负责人

姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话

学历 学位 所学专业 职称

毕业院校 户口所在地

主要经历和业绩：着重描述在财务、金融、筹资、投资等方面的背景、经验和业绩。

其他对公司发展负有重要责任的人员(可增加附页)

姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话

学历 学位 所学专业 职称

毕业院校 户口所在地

主要经历和业绩：根据公司的需要，来描述不同人员在特定方面的专长。

第三部分 产品/服务

产品/服务描述(这里主要介绍拟投资的产品/服务的背景、目前所处发展阶段、与同行业其它公司同类产品/服务的比较，本公司产品/服务的新颖性、先进性和独特性，如拥有的专门技术、版权、配方、品牌、销售网络、许可证、专营权、特许权经营等。)：

公司现有的和正在申请的知识产权(专利、商标、版权等)：

专利申请情况：

产品商标注册情况：

公司是否已签署了有关专利权及其它知识产权转让或授权许可的协议？如果有，请说明（并附主要条款）：

目标市场：这里对产品面向的用户种类要进行详细说明。

产品更新换代周期：更新换代周期的确定要有资料来源。

产品标准：详细列明产品执行的标准。

详细描述本公司产品/服务的竞争优势 (包括性能、价格、服务等方面)：

产品的售后服务网络和用户技术支持：

第四部分 研究与开发

公司已往的研究与开发成果及其技术先进性 (包括技术鉴定情况、获国际、国家、省、市及有关部门和机构奖励情况)：

公司参与制订产品或技术的行业标准和质量检测标准情况：

国内外研究与开发情况，以及公司在技术与产品开发方面的国内外主要的竞争对手(5家)情况，公司为提高竞争力拟采取的措施：

到目前为止，公司在技术开发方面的资金总投入是多少，计划再投入的开发资金是多少 (列表说明每年购置开发设备、开发人员工资、试验检测费用、以及与开发有关的其它费用)：

请说明，今后为保证产品质量，产品升级换代和保持技术先进水平，公司的开发方向、开发重点和正在开发的技术和产品等情况：

公司现有技术开发资源以及技术储备情况：

公司寻求技术开发依托 (如大学、研究所等) 情况，合作方式：

公司将采取怎样的激励机制和措施，来保持关键技术人员和技术队伍的稳定：

公司未来3—5年在开发资金投入和人员投入计划(万元)：

第五部分 行业及市场情况

行业情况 （行业发展历史及趋势，哪些行业的变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒。政策限制等，行业市场前景分析与预测）：

过去3年或5年和年全行业销售总额：必须注明资料来源。

第六部分 营销策略

产品销售成本的构成及销售价格制订的依据：

如果产品已经在市场上形成了竞争优势，请说明与哪些因素有关（如成本相同但销售价格低、成本低形成销售优势、以及产品性能、品牌、销售渠道优于竞争对手产品，等等）：

在建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略与实施：

在广告促销方面的策略与实施：

在产品销售价格方面的策略与实施：

在建立良好销售队伍方面的策略与实施：

产品售后服务方面的策略与实施：

其它方面的策略与实施：

对销售队伍采取什么样的激励机制：

第七部分 产品制造

产品生产制造方式（公司自建厂生产产品，还是委托生产，或其它方式，请说明原因）：

公司自建厂情况厂，购买厂房还是租用厂房，厂房面积是多少，生产面积是多少，厂房地点在哪里，交通、运输、通讯是否方便：

现有生产设备情况（专用设备还是通用设备，先进程度如何，价值是多少，是否投保，最大生产能力是多少，能否满足产品销售增长的要求，如果需要增加设备，采购计划、采购周期及安装调试周期；如果需要大规模建设，是否选择“交钥匙”方式进行，“交钥匙”工程的承包机构是否提供工期、质量方面的保证，如何对这些保证加以实施？）：

请说明，如果设备操作需要特殊技能的员工，如何解决这一问题：

简述产品的生产制造过程、工艺流程：

如何保证主要原材料、元器件、配件以及关键零部件等生产必须品的进货渠道的稳定性、可靠性、质量及进货周期，列出3家主要供应商名单及联系电话：

正常生产状态下，成品率、返修率、废品率控制在怎样的范围内，描述生产过程中产品的质量保证体系、以及关键质量检测设备：

产品成本和生产成本如何控制，有怎样的具体措施：

产品批量销售价格的制订，产品毛利润率是多少？纯利润率是多少？

第八部分 管 理

请说明：为保证融资项目按计划实施，公司准备今后各年陆续设立哪些机构，各机构配备多少人员，人员年收入情况。请用图表统计表示出来，附在本计划中。

公司是否通过国内外管理体系认证？

公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制：

公司是否考虑员工持股问题，请说明：

公司是否与掌握公司关键技术及其它重要信息的人员签定竞业禁止协议，若有，请说明协议主要内容：

公司是否与每个雇员签定劳动用工合同：

公司否与相关员工签定公司技术秘密和商业秘密的保密合同：

公司是否为每位员工购买保险，请说明保险险种：

公司是否存在关联经营和家族管理问题，若有，请说明：

公司与董事会、董事、主要管理者、关键雇员之间是否有实际存在或潜在的利益冲突，如果有，请说明解决办法：

请说明，公司对知识产权、技术秘密和商业秘密的保护措施：

请说明，项目实施过程中，公司需要哪些外部支持，如何获得这些支持：

第九部分 融资说明

为保证项目实施，需要新增投资是多少 万元，

新增投资中，需投资方投入 万元，对外借贷万元，

公司自身投入 万元。如果有对外借贷，抵押或担保措施是什么？

请说明投入资金的用途和使用计划：

希望让投资方参股本公司还是投资合作成立新公司？请说明原因：

拟向投资方出让多少权益？计算依据是什么？

预计未来3年或5年平均每年净资产收益率是少？

投资方可享有哪些监督和管理权力？

如果公司没有实现项目发展计划，公司与管理层向投资方承担哪些责任？

投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间：

在与公司业务有关的税种和税率方面，公司享受哪些政府提供的优惠政策及未来可能的情况（如：市场准入、减免税等方面的优惠政策）：

需要对投资方说明的其它情况：

第十部分 财务计划

产品形成规模销售时，毛利润率为 %，纯利润率为 %

注：每一项财务数据要有依据，要进行财务数据说明。

第十一部分 风险控制

请说细说明该项目实施过程中可能遇到的风险及控制、防范手段（包括政策风险、加入wto的风险、技术开发风险、经营管理风险、市场开拓风险、生产风险、财务风险、汇率风险、投资风险、股票风险、对公司关键人员依赖的风险等。以上风险如适用，每项要单独叙述控制和防范手段）：

第十二部分 项目实施进度

详细列明项目实施计划和进度（注明起止时间）：

第十三部分 其它

为补充本项目计划书内容，需要进一步说明的有关问题（如公司或公司主要管理人员和关键人员过去、现在是否卷入法律诉讼及仲裁事件中，对公司有何影响）：

请将产品彩页、公司宣传介绍册、证书等作为附件附于本调查表后。清单如下：

企业应备资料清单

1。营业执照

2。公司章程

3。验资审计报告

4。 资信证明

5。 法人代码证书

6。税务登记证

7。财务报表（上年度、本年度、本月）

8。专利证书、鉴定报告

9。高新技术企业、高新技术项目证书

10。 其它表明企业特点的资料

11。 商业计划书

公司法律文件可以提供复印件，但需提供原件以备核实。商业计划书、项目建议书以及经过电脑文字处理的文件，要求提供电脑光盘。

融资商业计划书格式【第二篇】

一、摘要

1、企业理念和企业特征

为了丰富长桥地区居民的文化生活，提升长桥人民的文化素质，目前在该地区巳建立了西南文化艺术中心及西南影城分院，投资人本着“立足实践、大胆创新，与时俱进、勇于探索”的理念，设想将在该地区创立一家中高档的美容美发有限公司，为在那里居住的市民提供优质、上等的服务，满足各个层次消费者的需要。

2、商机和战略

公司所在地区的环境“动静相宜”，周边属于城郊结合部，目前居民楼众多，正在向形成小型的文化、商业街迈进。然而只是偶尔能见到几家不成规模的理发店，这似乎与该地区文化背景相差甚远。为此，该美容美发公司的建立，将无疑给该地区的消费者带来很大的便利，在此地区设立公司的前景一片光明，爱美之心人皆有知，只要不断提高服务品牌，聘请著名的美容师加盟，那这里的居民一定不会舍近求远了。同样的消费、同样的享受，消费者何乐而不为呢？通过一、二年的实践，在取得成功经验的基础上，再扩大经营规模，定能创造出更多的利润。

3、企业目标市场和预测

4、企业竞争优势

由于该地区尚未具有比较高档的美容美发公司，而且随着大批商业楼及居民的建成，公司的建立势必会带来一定的消费者，打败一些不成气候的小小理发室，使公司在竞争中处于不败之地。

5、企业经济性、盈利性和收获能力

经济效益预测：

年营业收入：50万元，年营业总成本：40万元，年利润：10万元所交所得税：2。7万，税后利润：7。3万，提取盈余公积：1。01万，可分配利润：6。29万，投资回收期：3年。

6、企业团队

公司有员工8名，员工除投资方推荐委派人员外，其他人员向社会公开招聘。其中：法定代表人(兼总经理)1名负责日常经营管理；财务人员1人负责公司的帐务处理；监事1人负责监督公司的经营状况及财务监管；员工5人负责公司的日常经营及参与策划各种公关活动，其中招聘深资质的美容师1名，其余为招聘劳务工(不出资)。

7、投资企业的回报 总投资额为20万元人民币 注册资金为20万元人民币

出资情况：法定代表人出资10。1万元人民币，占投资比例的55%； 其余9。9万元由3人平均投资，占投资比例的45%。 出资方式：全部以货币资金投入。

缴资期限：在工商营业执照签发前一个月(即工商查名成功后)全部到位。 经营期限：5年 资金的主要用途：购买固定资产及低值易耗品(电吹风机、多功能转椅、罩子、躺椅等)、开办费、房屋租赁费、水电费、管理费、员工工资及各种税收、不可预见费等。

企业回报：企业预计将在3年即可收回投资成本，并且投资人可每年视经营状况追加部分固定资产外，再按出资比例分红。

二、目录(商业计划书正文目录)

1、行业、企业及产品或服务

2、市场调研和分析

3、企业的经济性

4、经营计划

5、设计和开发计划

6、规划和营计划

7、管理团队

8、财务计划及相关报表

9、关键风险、问题和假设

10、总日程表

三、商业计划书正文

摘要

1。 基本情况

2。 管理情况

3。 产品介绍

4。 发展目标

5。 市场分析

6。 资金需求量及使用情况

7。 经营及财务分析

8。 风险分析

9。 投资出路(公开上市，兼并收购，回购)

第一章 公司基本情况

一。 项目公司与关联公司

二。 公司组织结构

三。 公司管理层构成

四。 历史财务经营状况

五。 历史管理与营销基础

六。 公司地理位置

七。 公司发展战略

八。 公司内部控制管理

第二章 项目产品介绍

一。 产品/服务描述(分类、名称、规格、型号、产量、价格等)

二。 产品特性

三。 产品商标注册情况

四。 产品更新换代周期

五。 产品标准

六。 产品生产原料

七。 产品加工工艺

八。 生产线主要设备

九。 核心生产设备

十。 研究与开发

1。 正在开发/待开发产品简介

2。 公司已往的研究与开发成果及其技术先进性

3。 研发计划及时间表

4。 知识产权策略

5。 公司现有技术开发资源以及技术储备情况

6。 无形资产(商标知识产权专利等)

十一。产品的售后服务网络和用户技术支持

十二。 项目地理位置与背景

十三。项目建设基本方案

第三章 项目行业及产品市场分析

二。 行业情况(行业发展历史及趋势，哪些行业的变化对产品利润、利润率影响较大，进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒。政策限制等，行业市场前景分析与预测)

三。 产品原料市场分析

四。 目标区域产品供需现状与预测(目标市场分析)

五。 产品市场供给状况分析

六。 产品市场需求状况分析

七。 产品市场平衡性分析

八。 产品销售渠道分析

九。 竞争对手情况与分析

1。 竞争对手情况

2。 本公司与行业内五个主要竞争对手的比较

十。 行业准入与政策环境分析

第四章 项目产品生产发展战略与营销实施计划

一。 项目执行战略

二。 项目合作方案

三。 公司发展战略

四。 市场快速反应系统建设

五。 企业安全管理系统建设

六。 产品销售成本的构成及销售价格制订的依据

七。 产品市场营销策略

1。 在建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略与实施

2。 在广告促销方面的策略与实施

3。 在产品销售价格方面的策略与实施

4。 在建立良好销售队伍方面的策略与实施

八。 产品销售代理系统

九。 产品销售计划

十。 产品售后服务方面的策略与实施

第五章 项目产品生产及swot综合分析

一。 项目产品制造情况 产品市场预测

1。 产品生产厂房情况

2。 现有生产设备情况

3。 产品的生产制造过程、工艺流程

4。 主要原材料供应商情况

二。 项目优势分析

三。 项目弱势分析

四。 项目机会分析

五。 项目威胁分析

六。 swot综合分析

第六章 项目管理与人员计划

一。 组织结构

二。 管理团队介绍

三。 管理团队建设与完善

1。 公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制

2。 是否考虑管理层持股问题 四。 人员招聘与培训计划

五。 人员管理制度与激励机制

六。 成本控制管理

七。 项目实施进度计划

第七章 项目风险分析与规避对策

一。 经营管理风险及其规避

二。 技术人才风险及其规避

三。 安全、污染风险及控制

四。 产品市场开拓风险及其规避

五。 政策风险及其规避

六。 中小企业融资风险与对策

七。 对公司关键人员依赖的风险

第八章 项目投入估算与融资说明

一。 项目中小企业融资需求与贷款方式

二。 项目资金使用计划

三。 中小企业融资资金使用计划

四。 贷款方式及还款保证

五。 投资方可享有哪些监督和管理权力

六。 投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间

第九章 项目财务预算及财务计划(每一项财务数据要有依据，要进行财务数据说明)

一。 财务分析说明

二。 财务资料预测(未来3-5年)

1。 销售收入明细表

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

8。 财务收益能力分析

1) 财务盈利能力分析

2) 项目清偿能力分析

第十章 公司无形资产价值分析

一。 分析方法的选择

二。 收益年限的确定

三。 基本数据

四。 无形资产价值的确定

附件

附件i：项目实施进度

附件ii：其它补充内容

融资商业计划书格式【第三篇】

第一章、摘要

是对整个计划书的最高度的概括。从某种程度上说，投资者是否中意你的项目，主要取决于摘要部分。可以说没有好的摘要，就没有投资。

主要介绍项目的基本情况、企业主要设施和设备、生产工艺基本情况、生产力和生产率的基本情况，以及质量控制、库存管理、售后服务、研究和发展等内容。

第二章、公司基本情况

包括公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。

第三章、主要管理者情况

姓名、性别、年龄、籍贯，学历/学位、毕业院校，政治面貌，行业从业年限，主要经历和经营业绩。

第四章、产品/服务描述

产品/服务介绍，产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。

第五章、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，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。

第六章、行业及市场

行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。

第七章、营销策略

在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。

第八章、产品制造

生产方式，生产设备，质量保证，成本控制。

第九章、管理

机构设置，员工持股，劳动合同，知识产权管理，人事计划。

第十章、融资说明

资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。)

第十一章、财务预测及资金的退出

主要对未来3到5年做营业收入和成本进行估算，计算制作销售估算表、成本估算表、损益表、现金流量表、计算盈亏平衡点、投资回收期、投资回报率等。

第十二章、风险控制

项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。

第十三章：附件

融资商业计划书格式【第四篇】

第一部分摘要

一、公司简单描述

二、公司的宗旨和目标（市场目标和财务目标）

三、公司目前股权结构

四、已投入的资金及用途

五、公司目前主要产品或服务介绍

六、市场概况和营销策略

七、主要业务部门及业绩简介

八、核心经营团队

九、公司优势说明

十、目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一、融资方案

十二、财务分析

1、财务历史数据（前3年-5年销售汇总、利润、成长）

2、财务预计（后3年-5年）

3、资产负债情况

第二部分综述

第一章公司介绍

一、公司的宗旨（公司使命的表述）

二、公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、公司管理

1、董事会

2、经营团队

3、外部支持（外聘人士/会计师事务所/律师事务所/顾问公司/技术支持/行业协会等）

第二章技术与产品

一、技术描述及技术持有

二、产品状况

1、主要产品目录（分类、名称、规格、型号、价格等）

2、产品特性

3、正在开发/待开发产品简介

4、研发计划及时间表

5、知识产权策略

6、无形资产（商标/知识产权/专利等）

三、产品生产

1、资源及原材料供应

2、现有生产条件和生产能力

3、扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4、原有主要设备及添置设备

5、产品标准、质检和生产成本控制

6、包装与储运

第三章行业与市场分析

一、市场规模、市场结构与划分

二、目标市场的设定

三、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

五、市场趋势预测和市场机会

六、行业政策

第四章研究与开发

一、研发能力

二、研发规划

三、技术成果或技术水平（生产产品所需引进的技术）

第五章市场营销

一、概述营销计划（区域、方式、渠道、预估目标、份额）

二、销售政策的制定（以往/现行/计划）

三、销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四、主要业务关系状况（代理商/经销商/直销商/零售商/加盟者等），各级资格认定标准及政策（销售量/回款期限/付款方式/应收账款/货运方式/折扣政策等）

五、销售队伍情况及销售福利分配政策

六、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

七、产品价格方案

1、定价依据和价格结构

2、影响价格变化的因素和对策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

第六章投资说明

一、资金需求说明（用量/期限）

二、资金使用计划及进度

三、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）

四、资本结构

五、回报/偿还计划

六、资本原负债结构说明（每笔债务的时间/条件/抵押/利息等）

七、投资抵押（是否有抵押/抵押品价值及定价依据/定价凭证）

八、投资担保（是否有抵押/担保者财务报告）

九、吸纳投资后股权结构

十、股权成本

十一、投资者介入公司管理之程度说明

十二、报告（定期向投资者提供的报告和资金支出预算）

十三、杂费支付（是否支付中介人手续费）

第七章投资报酬与退出

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

第八章风险分析

一、资源（原材料/供应商）风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、成本控制风险

六、竞争风险

七、政策风险

八、财政风险（应收账款/坏账）

九、管理风险（含人事/人员流动/关键雇员依赖）

十、破产风险

第九章管理

一、公司组织结构

二、管理制度及劳动合同

三、人事计划（配备/招聘/培训/考核）

四、薪资、福利方案

五、股权分配和认股计划

第十章经营预测

增资后3-5年公司销售数量、销售额、毛利率、成长率、投资报酬率预估及计算依据

第十一章财务分析

一、财务分析说明

二、财务数据预测

1、销售收入明细表

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、利润及分配明细表

7、现金流量表

8、财务指标分析

（1）反映财务盈利能力的指标

a、财务内部收益率（firr）

b、投资回收期（pt）

c、财务净现值（fnpv）

d、投资利润率

e、投资利税率

f、资本金利润率

g、不确定性分析：盈亏平衡分析、敏感性分析、概率分析

（2）反映项目清偿能力的指标

a、资产负债率

b、流动比率

c、流动比率

d、固定资产投资借款偿还期

第三部分附录

一、附件

1、营业执照影印本

2、董事会名单及简历

3、主要经营团队名单及简历

4、专业术语说明

5、专利证书/生产许可证/鉴定证书等

6、注册商标

7、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）

8、简报及报道

9、场地租用证明

10、工艺流程图

11、产品市场成长预测图

二、附表

1、主要产品目录

2、主要客户名单

3、主要供货商及经销商名单

4、主要设备清单

5、主场调查表

6、预估分析表

7、各种财务报表及财务预估表

融资商业计划书格式【第五篇】

第一部分 招商策划

一、项目总定位

（一）统一宣传口径

1、宣传总精神：盛泽城市商业新财富中心

2、顺应盛泽城市和东方丝绸市场新一轮开发趋势，应运而生。盛氏集团鼎力巨献，政府首推，十大重点工程的重中之重。

3、抢占中国东方丝绸市场的核心区位，与盛泽广场共同构筑盛泽城市新商业配套中心及标志性建筑群落，打破盛泽传统商业模式，引领盛泽城市商业全面升级。

4、融合现代地产和商业运作理念之精华，借鉴吸收国内外商业名街的成功经验，整合国际商业模式和盛泽本地文化，为盛泽人民和国内外客商打造一个与上海、苏州比肩同步，全新全能的`商业舞台，打造成国际化、本地化、专业化融汇互动的盛泽商业第一街！

5、近十万平方米的建筑面积，四百余米的商业长街，集国际一流大型超市、著名家电卖场、数码广场、专业百货、娱乐休闲、餐饮、商务办公、酒店公寓多功能为一体的中高档shopping mall，汇聚万千人流、物流、资金流、信息流，将成为新盛泽的真正核心商业区。

（二）招商定位

作为盛泽及周边唯一的中档偏上的shopping mall，我们重点吸纳具有品牌知名度、经营正规、运营良好的品牌商家，以满足大众全方位消费需求。

（三）业态定位

吸纳中国名街的业态规划精髓并结合盛泽消费文化，以各类品牌店、大卖场、大餐饮、大娱乐为核心，规划了丰富而合理的业态，包括各类品牌店、特色店、主题百货、电器卖场、超市、书城等。采用多元化经营模式，一站式商业步行街（开放式shoppingmall），满足各界人士的消费需求。

二、招商策略

（一）业态设计先行，准确、差异化的业态定位是成功招商的前提基础准确、差异化的业态定位乃是步行街竞争胜出的原因。

东盛步行街的开发与运营要始终坚持\"全新的建筑形态、全新的消费环境、全新的业态组合\"先进理念。

在业态组合方面，我们要紧紧抓住本地消费需求倾向和消费特点，重点突出，业态丰富，有机结合。坚决摒弃不适合本地消费文化的业态！

由此，我们确定了以各类品牌店、大卖场、大餐饮、大娱乐为核心，主力店、次主力店（大店）占50％左右，餐饮娱乐休闲（小店）占30%左右，品牌专卖店占20％左右。

（二）先确定主力店，再全面招商

考虑到主力店、次主力店、国际名牌店及其他品牌招商的不同特点，制定了\"先确定主力店，再全面招商\"的基本策略。在执行过程中，主力店、国际名店和餐饮、娱乐要提前招商，其它随后进行。

（三）为客户度身订做开店全面解决方案

在这一策略的指导下，经过专业培训师培训的招商团队，根据实际情况灵活调整和实施租赁政策。例如，根据不同类型的租户提出的不同需求，为他们提出度身订做的解决方案；妥善安排好各租户的楼层位置、相互位置，使之相对成行成市、互惠共赢，而不是互相干扰、削弱；根据整体市场定位和业态组合，对进驻租户提出要求，并协助他们调整、提升和完善他们在东盛步行街新店的定位、档次和其他品质。

（四）人员、媒体、大型主题活动立体化\"整合宣传推广策略\"

在市场宣传推广方面，实行\"整合推广策略\"，为招商工作提供有力支持。

一为媒体宣传，二为招商活动。

关键性招商活动如下：

招商发布会暨主力店签约仪式、招商成果发布会、项目推介会、建筑节点庆典会等。

（五）招商进度、质量、费用统一控制

为把招商计划落实到实处，达到多快好省的目标。我们在招商进度、质量、费用上严格把关，统一控制。采取用时间推动表控制进度；根据业态布局和市场定位对商家精挑细选，重点吸收品牌商、实力商和特色商来控制质量；对招商费用进行精打细算，并采取以下措施对招商费用进行统一安排、科学分配。

1、招商任务指标分解到人，成本分解到人。

2、关键性招商费集中使用，避免零打碎敲。

3、重点保障优秀招商人才的工资待遇和奖励管理。

4、重视大客户招商和关系招商，费用安排上予以倾斜。

5、经过精心策划的媒体宣传计划，实现精确、有效的传播，价值最大化。坚决避免宣传费用的乱用和浪费。

第二部分 招商计划

一、统筹计划内容

统筹计划内容指的是以我们要做的事情为线索，按先后次序排序、合理安排。时间跨度为招商全面启动至开业。

（一）招商阶段划分、招商目标和时间安排

阶段划分：招商筹备阶段、主力店招商阶段、全面招商阶段、运营调整阶段四个阶段。

招商目标：由于步行街的商家是需要不断调整、优化的，原则上讲，招商工作不是招满了就结束了。但为了明确方向，特定目标如下：

1、截止到20××年12月，基本完成步行街主力店、次主力店（大商铺）的招商，完成小商铺70%。

2、截止到20××年5月，基本完成招商任务。

3、截止到20××年5月底，商家开始入场装修，为开街做准备。力争8月底，确保9月份一定开街。

为具体化可执行，在时间安排上，此计划涉及的时间段为：20××年5月开始执行，截止到20××年开业。具体工作安排见下面的《计划执行时间表》。

（二）招商人员的招聘和培训，打造一支精悍的招商团队

再大的项目也是人做的，人的因素在项目招商中起着最根本的决定性因素，因此招聘、选拔、培养一大批招商精英，打造一支强悍的招商团队，是招商筹备阶段的最核心任务。

目前，新聘3人，其中招商主管和招商专员各一名，策划一名，从商业公司调来一名设计，组建了一个招商二部，但这远远不够。通过网络等多种渠道正在物色更多的从业经验丰富、拥有大量客户资源的专业化高素质招商人员，目标是组建一个10人左右（不含招商中心人员）的专业化团队。

一个团队不仅需要专业化，更需要一体化。因此，对团队的培训尤其重要。

目标是使整个团队具备完整的项目的知识架构、卓越的团队执行力和共同的价值取向，培训内容如下：

1、五个核心理念的培训。

2、团队执行力的培训。

3、项目知识的培训，以使团队成员对项目有一个清楚的认识。

4、招商技巧的培训，包括接听电话、接待语言、谈判策略和谈判技巧等，以培养和提高团队成员的招商能力。

5、招商礼仪和招商制度的培训（语言艺术、招商制度说明和合同解读等）。

（三）招商架构、招商机制的建立

在人员招聘和招商架构的建立上，我们都遵循精英、精简、垂直化原则，目的是实现人员最少化、指挥执行系统最简化、效率成果最大化。以节省招商费用，提高工作效率。招商架构和人员职责如下：

1、地产集团招商中心组织架构图

image：地产集团招商中心组织架构图

2、招商人员主要工作职责

（1）招商一部主要负责主力店的招商工作：1人

（2）招商二部主要负责餐饮、娱乐的招商工作：3人

（3）招商三部主要负责百货、服饰类别的招商工作：2人

（4）招商四部主要负责综合类招商工作：2人

（5）策划部暂定员两名，主要负责招商的策划、媒体计划的制定执行、招商文案的策划撰写和设计。一名策划，一名设计。根据发展需要，在步行街开业时，需要再增加策划一名。

（6）此架构为开业前期的组织，开业准备期和开业运营期的架构，届时提前3个月报人力资源部。

招商机制的建立，是为了在招商团队中形成一种人性化的制度管理氛围，做到有章可依、奖罚分明，既讲究个人贡献、更注重团队精神。建立一系列的管理制度。

（1）招商人员奖励政策的建立

（2）招商人员处罚政策的建立

（3）招商人员日常管理规范制度的建立等

附：人员薪酬及奖励方案

一、人员薪酬（建议）：

1、一般人员：1500——2500元/月（月薪）

2、主管：3000元/月（月薪）

3、经理（暂不设，今后可从现有人员中提拔）4000元/月（月薪）

二、人员奖励方案（建议）

1、整个招商中心按年租金手入的4%提取奖金。

2、其中招商人员按年租金收入的2。5%提取奖金。

3、其中其他团队服务人员按年租金收入的1。5%视表现与贡献由地产集团分管领导分配。

4、此项奖励方案不含高层领导。

（四）相关招商资料的准备

（1）招商手册（已有）和招商说明书

（2）租赁合同

（3）委托经营合同

（4）定租确认书

（5）招商委托书

（6）招商流程表

（7）招商文案

（8）退房申请表等

（9）授权委托书等

以上文本见附录，其它文本资料根据不同阶段、具体需求再行撰写！

（五）招商方式、目标客户的确定

招商方式：

1、项目招商发布会

2、项目推介洽谈会

3、大型零售连锁会议

4、登门拜访

5、网络招商

6、电话联系

7、面对面沟通

8、行业协会、政府机构

9、各地商会

目标客户——主力店

1、超市：家乐福、乐购、大润发、好又多、物美、世纪联华等。

2、家电卖场：国美、苏宁、永乐。

3、百货：人民商场、石路国际商城、深圳天虹百货、银泰百货及长三角地区有名的百货。

目标客户——次主力店

1、聚人气店：肯德基、麦当劳、星巴克、哈根达斯，大型中餐、量贩式ktv等

2、数码广场、书店、运动天地、名品折扣店

3、电影厅及成人电玩

（六）第三方招商网络平台的建立

他山之石，可以攻玉，由此，建立第三方招商网络平台可以得到巨大的资讯支持，更能节省大量的人力、宣传推广成本，加快招商速度。构建第三方招商网络平台可以从这些渠道去争取：

1、专业的招商网站

2、专业的地产交易平台

3、行业协会及政府招商机构，行业协会和政府招商机构从某种意义上讲，很具有权威性和号召力，他们既拥有本行的丰富的品牌资源和众多企业家朋友圈，更具有说服他们入驻的话语权。更能省却一大笔宣传费用，在短期内带动一大批商家考察、开店的热情。例如东方丝绸市场管委会、镇政府、闽商会馆、苏州上海各地行业协会、步行街会员单位等。

5、与定位不同的商业项目招商部门建立战略性合作伙伴关系，达成资源共享的互赢格局。特别是可以通过私下互动，把对方的招商人员转化为我们的兼职招商人员，在高奖励的吸引下，引进我们所需的商家品牌。

（七）招商政策的制定

在项目的定位、宣传推广基本到位的基础上，一个优化组合的优惠招商政策可以成为吸引商家入驻的推动剂，正如足球场上那关键性的临门一脚。

为了吸引和推动极具影响力的主力店的进驻，我们将在租金、建筑结构等方面给予一定的优惠。

（八）媒体宣传推广计划的制定执行

商业项目，特别是大型商业项目，招商造势至关重要！

孙子兵法曰：不战而屈人之兵，造势要依托自身优势，重视宣传的协同效应。

造势就是运用各种媒体，以新闻性的软文宣传炒作为主，配合硬广告，形成密集的市场宣传攻势。在短时间内，在吴江、苏州、嘉兴，乃至上海形成热门话题，有力提升我们的项目知名度。这样做的好处是：

1、节省大笔广告费，因为好的选题和好的文章，一些报纸的收费要比广告收费少很多。

2、能够使目标商家比较详细的了解我们的项目情况。通过对原来的媒体宣传分析发现，原来的媒体宣传形式比较单一，主要以硬广告为主，缺少详细的分析介绍。这样的广告只能流于形式，一掠而过，不能引起商家的注意和研究。

而新闻性的软文或专题性的软文比较具有新闻性、专业性、权威性，而且，广告性不强，不会引起读者的警惕和反感，会仔细的阅读下去。能很快的达到我们的目的。

3、由于是专业性的宣传，可以提升商业地产项目档次，塑造良好品牌形象，为后续开业经营奠定良好基础。

在吸引大商家入驻宣传方面，我们宜采用多种宣传手段：报纸、行业报纸、专业杂志、网络媒体。电视媒体主要针对中小散户。目前，根据调查分析，确定主打区域为苏州、吴江，其次，为上海。主要报纸为苏州日报、现代快报、扬子晚报，其次为吴江日报、新闻晨报。时间和密度安排上按高、低、高的方式延续。具体媒体宣传方案见媒体计划表。

（九）大型主题招商活动的策划执行

大型主题性招商活动，配合全方位立体化媒体平台（电视、报纸、网络、广播）宣传炒作，是步行街招商推广的“核武器”。

1、招商发布会

2、项目推介会（指区域性的针对一定数量的意向商家的集中性项目说明、洽谈会）

3、主力店、次主力店等具有一定品牌知名度和影响力的签约仪式，如肯德基、家乐福、国美、永乐、天虹百货。

4、阶段性的招商成果发布会

5、以项目命名的大型零售连锁会议

6、工程重要节点（封顶、竣工等）完成及开业庆典会

根据目前的项目招商情况，在6――8月份，计划举行招商发布会、项目推介会、签约仪式，其它活动视具体发展情况而定。活动具体策划执行方案在确定后撰写。

（十）招商费用预算

招商费用包括：人员差旅费用、商家接待费用、宣传费用――广告及招商活动费用、招商人员提成。

招商总费用为年租金的10%，约为230万左右。其中，招商人员提成4%，差旅招待2%，广告公关礼品费4%。

（十一）租金建议方案

根据盛泽本地租金情况、目前项目周边商业状况并结合我们的市场定位，确定我们租金水平为中上水平左右。

东盛步行街业态楼层平均租金表略

（十二）招商政策建议方案

1、付款方式：分小商铺和大商家两种情况

（1）小商铺：首付定金（三个月租金），租赁合同签定支付其余全部租金。

大商家：根据谈判情况，由集团领导确定。

（2）小商铺半年一付，押一个月，下次付款须提前1个月支付。

2、“房租高开低收”

房租的高低直接影响到商家和我们双方的利益，同时也体现特色街地段的价值和商铺的档次及品质，在启动市场阶段确定租金价位时，建议租金应高开低收即前三年租金订到一个较高的水平，然后通过免租、免物业管理费等优惠政策，来调整与周边租金的价格水平，满三年后租金根据市场情况在确定三年后的市场租金价格。

3、“放水养鱼”，装修免租期政策

根据入住商家规模、品牌的大小建议给予商家相应的装修免租期。小商家为一个月免租期，大品牌主力店、聚人气店为三个月免租期。

4、协助办证：提供工商、税务、卫生、公安、环保等一条龙办证服务。

5、提供税收上面的政策支持，具体政策与财务部协商后确定。

6、允许一定范围内的改变房屋布局

经营者根据经营的实际需要，在符合规划技术规范的条件下，在不改变建筑主体结构的情况下，可根据自己经营项目的需要进行改动或与其它商铺打通统一装修，以最大限度满足经营户的需要。

二、招商计划执行时间表（20××年——20××年开业前后）

招商计划执行时间表

项目明细

阶段划分时间事项明细责任部门筹备阶段为：5月，6月初，6月中-7月，8月-9月，（开业）―― 9月-11月、12月，开业后。

（具体安排事宜略）

三、各媒体宣传计划表

各媒体投放计划表略

四、附录文件(略)

**商业计划书格式及字体大小篇三**

第一页bp，一句话的形式呈现出来我们是干什么的。我们是airbed&breakfast，这是第一点。

第二点，我们就直接陈述目前这个市场存在的一些需求和痛点。目前我们游客出行住宿的时候存在在的问题：价格方面比较高。我们住的酒店都是统一的标准，很难体验到当地的风土人情，很多房东有很多闲置的房屋，他们怎么样去产生价值。

因为这是双边的需求，所以双边都存在痛点。

那第三页就告诉大家，我是怎么样解决这个问题的。我通过这个解决方案可以让用户省钱，可以让房东赚钱，然后在旅游的过程当中你又可以体验到当地的风土人情和文化。

那我们告诉大家这个需求和解决方案之后，要告诉大家的内容是说这个市场的规模到底有多大。我们用两页片子告诉大家，这个市场的规模以及对未来的展望。

然后我们再向你详细陈述，我这个产品的形态是什么。我同时，也会告诉你我们是怎样赚钱的，我们的商业模式是怎么样的。我们有未来非常好的商业预期，我也会告诉你说，我对未来的推广方案和计划是什么样的。

还有我们在这个市场当中的竞争对手有哪一些?跟他们相比，我们的特点和优势是在哪里?

还有包括我们这个团队是由哪些人构成的，他们分别负责哪个模块，他们自己的经验是在哪里?对于我们实现这个项目的价值在哪里?然后我们又说，除了这个运营的数据之外，我们还有一些媒体对我们的报道，用户对我们的反馈。

现在很多企业都想走资本市场，一份商业计划书是第一印象，接下来内容是以一个投资人的视角，告诉大家应该怎么样写一份商业计划书。一般标准的融资分为三个阶段，第一是融资准备阶段(写bp)，第二是市场推介阶段(见投资人)，第三是尽职调查阶段(投资人给了ts之后对你和你的合作伙伴进行调查了解)，今天我们先来梳理一下如何书写一份投资人喜欢的商业计划书(就是传说中的bp)。

商业计划书的几个要点：

首先它也是一句话描述做的事情，对项目的描述。

第二，呈现出目前的目标用户的痛点和问题到底是什么?今天是用什么样的方式来解决这些问题的?有哪些可以提升的地方?然后第三个就是我们是怎么解决这个问题?我们的价值所在。我们给出具体产品的展示以及具体的场景，然后告诉他，为什么我们现在去解决这个问题比较好，以及我们的市场规模是多大。还有我们对于竞争的分析是怎么样，以及我们这个产品是怎么样发展的，产品的路径是怎么样?我们的盈利模式如何，我们的定价，我们的销售和分销是怎么样的。还有最终，我的团队是哪些人来做这件事情的，同时我们会加上一些财务的预期内容。

在这个系列的内容当中，我们的每一节都用了非常短的篇幅告诉你，如何去写一个好的商业计划书，它的内容是什么，它的呈现形式是怎么样的，具体的案例是怎么样的。如果在写商业计划书的过程当中遇到的问题或者困难，也欢迎你和我们进行交流。

希望这个系列的内容能够提供很多有价值的内容给你，能够帮助你写出一个非常出色优秀的商业计划书，能够让你尽快地获得你的融资，能够尽快实现你的创业梦想!

**商业计划书格式及字体大小篇四**

一份完备的商业计划书，不仅是企业能否成功融资的关键因素，同时也是企业发展的核心管理工具。以下是工作计划网小编为您整理的商业计划书格式要求，供您参考，更多详细内容请点击计划书语栏目查看。

标题

工作计划书的标题有四种成分，分别是：计划单位的名称、计划时限、计划内容摘要、计划名称。一般来说标题的写法有三种：

1、四种成分完整的标题，如《××公司2024年工作计划要点》。其中，“××公司”是计划单位的名称，“2024年”是计划时限，“工作计划”是计划内容摘要，“要点”是计划名称。这个标题四种成分都有，属于四种成分完整的标题。

2、省略计划时限的标题，如《××公司实行经营责任制计划》。这个标题中，计划单位的名称“××公司”，计划内容摘要“实行经营责任制”，计划名称“计划”均在，缺少了计划时限，属于省略计划时限的标题。

3、公文式标题，如《四川省关于二0一七年农村工作的部署》。公文式标题要用规范的计划单位名称，计划时限要具体写明，计划内容要标明计划所针对的问题，计划名称要根据计划的实际，确切地使用名称。如所订计划还需要讨论定稿或经上级批准，还应该在标题的后面或下方用括号加注“草案”、“初稿”或“讨论稿”等字样。

正文

工作计划书的正文大体上应包含情况分析、工作目标和要求、方法步骤三个方面的事项。

1、情况分析，即指定计划的根据。指定计划前，需要分析研究当前工作的状态，充分了解下一步工作实在什么基础上进行的，是根据什么来制定这个工作计划的。

2、工作目标和要求。要明确何时实现目标和完成任务，就必须制定出相应的措施和办法，这是实现计划的保证。根据需要和可能，规定出一定时期内应完成的任务和应达到的工作目标。

3、方法步骤。在明确了工作目标任务之后，还需要根据客观条件确定工作的放大和步骤，采取必要的措施，以保证工作任务的顺利完成。

落款

在正文结束的下方，需要写下制订计划的日期(如果是个人工作计划标题没有写作者名称，这里应一并注明)。此外，如果计划有表格或其他附件的，或需要抄送某些单位，应分别写明附件下载地址和需要抄送的单位。

写作要求商业计划书必须要说明：

(1)创办企业的目的。为什么要冒风险，花精力、时间、资源、资金去创办风险企业?

(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。更重要的是，它可以使企业的出资者以及供应商、销售商等了解企业的经营状况和经营目标，说服出资者(原有的或新来的)为企业的进一步发展提供资金。

基于上述理由，商业计划书将是风险企业家所写的商业文件中最主要的一个。

撰写准备关注产品

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!”

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。

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。

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。

展示你的管理队伍

把一个思想转化为一个成功的风险企业，其关键的因素就是要有一支强有力的管理队伍。这支队伍的成员必须有较高的专业技术知识、管理才能和多年工作经验，要给投资者这样一种感觉：“看，这支队伍里都有谁!如果这个公司是一支足球队的话，他们就会一直杀入世界杯决赛!”管理者的职能就是计划、组织、控制和指导公司实现目标的行动。在商业计划书中，应首先描述一下整个管理队伍及其职责，然后再分别介绍每位管理人员的特殊才能、特点和造诣，细致描述每个管理者将对公司所做的贡献。

商业计划书中还应明确管理目标以及组织机构图。

出色的计划摘要

商业计划书中的计划摘要也十分重要。它必须能让读者有兴趣并渴望得到更多的信息，它将给读者留下长久的印象。计划摘要将是风险企业家所写的最后一部分内容，但却是出资者首先要看的内容，它将从计划中摘录出与筹集资金最相干的细节：包括对公司内部的基本情况，公司的能力以及局限性，公司的竞争对手，营销和财务战略，公司的管理队伍等情况的简明而生动的概括。如果公司是一本书，它就象是这本书的封面，做得好就可以把投资者吸引住。它给风险投资家有这样的印象：“这个公司将会成为行业中的巨人，我已等不及要去读计划的其余部分了。”

**商业计划书格式及字体大小篇五**

目标市场和目标客户：

随着城市化发展进程的加速，健康生活，休闲生活的理念被越来越多人广泛接受，越来越多现居住在大中型城市的白领，喜欢对自己的生活工作场所进行装饰，而此时一盆美丽的盆景正是给他们的生活工作场所增添了一缕亮色，与此同时绿色植物可以减少辐射，增添活性氧离子，对人的身体有着巨大的好处。

办方后续处理这些植物的问题。

现如今花卉经销商对销售产品的个性化要求越来越高，而我们的空气凤梨系列的产品具有明显特点，又易养、美观，是经销商不二的选择。

随着时代的发展，越来越多酒店注意客房的布置，来满足住客的审美需求，增添客房的艺术感，我公司可以和这些大中型酒店合作，并提供专门人才对这些酒店的盆景进行护理工作。

与精装修公司合作，以让利的方式，与其建立长期合作，提供装修过程中所需要的一系列空气凤梨品种，白天吸收甲醛、苯烯类化合物，夜间吸收二氧化碳，是一种非常环保的植物。

现有产品植物窗帘、植物壁画等。

市场定位：定位方式采用避强定位(避开强有力的竞争对手)，目标市场战略采用产品专业化(空气凤梨)，市场定位战略：集中性战略和产品差异化，创业初期紧跟市场领导者的步伐，做市场跟随者，努力提高企业实力。

空气凤梨早在100多年前就有人栽培观赏，20世纪80年代才在国外广泛流行，尤其风靡日本、韩国及东南亚地区。

我国近几年已经有多家植物园、部分业主及少数爱好者开始引种栽培，其中上海、武汉、南京等地对空气凤梨的引种和栽培已经形成规模。

目前，尚未普遍进入市场和百姓家，相信假以时日，这种护理简单、品质优秀的观赏植物会成为大众的新宠。

空气凤梨不只是生存能力极强，这种植物空气净化功能也十分强大，这是最大的卖点。

家居软装饰市场一直是花卉企业关注的一个新领域，但受植物材料的限制，业内在这一市场的开发基本空白，而空气凤梨可望成为打入家居绿化的一块敲门砖。

中高端市场是开发重点

从世界花卉业生产布局的调查和我国花卉生产、花卉品种的优势、潜力、花卉延伸开发产业分析了我国花卉业的发展方向;认为我国花卉业将成为国民经济中的又一具有活力的支柱产业。

但是虽然我国花文化、花生产历史深厚，但不可否认的是直到如今花卉业在我国的发展却一直处于较为低迷的状态，消费者心目中甚至没有一个叫得上名字的值得依赖的品牌。

深究其原因，众多学者发现，我国的花卉无论是质量、技术含量还是营销方式仍然十分落后。

迄今为止，我国花卉种植地分散，缺乏集中有效的管理，企业盲目使用温室种植，效益不佳;其次，我国花卉育种工作技术落后，研发人员只顾成果，不讲应用;花卉市场结构混乱，仅是以中低档批发市场为主体，兼顾花店、集贸市场、街头零售等方式，没有规范的市场运作;企业缺乏信息，不善于引进新品种，营销和售后服务落后，品牌杂而小，品牌价值和形象亟待提高。

品牌营销：表层定位：通过向目标客户销售空气凤梨取得盈利。

深层错位：我们是做健康、优质生活的企业。

**商业计划书格式及字体大小篇六**

商业计划书，是为一个商业发展计划而做的书面文件。以下是工作计划网小编为您整理的融资商业计划书格式，供您参考，更多详细内容请点击计划书语栏目查看。

如何产生一份好的商业计划书

一个风险投资公司每月都要收到数以百计的各式各样的商业计划书，每个风险投资家每天都要阅读几份甚至几十份商业计书，而其中仅仅有几份能够引起他的进一步阅读的兴趣，更多的则被无情地扔到废纸篓中去了。所以为了确保你的商业计划书能够引起风险投资者足够的注意力，你必须事前进行充分周密的准备工作。

工作计划网小编提示融资企业商业计划书的写做重点：

1.简洁

一份《商业计划书》最长不要超过50页，最好在30页左右。

2.完整

要全面披露与投资有关的信息。因为按照证券法等相关法律，风险企业必须以书面形式披露与企业业务有关的全部重要信息。如果披露不完全，当投资失败时，风险投资人就有权收回其全部投资并起诉企业家。

3.把握撰写原则

简明扼要;条理清晰;内容完整;语言通畅易懂;意思表述精确。

因此，一份好的商业计划书，要使人读后对下列问题非常清楚：公司的商业机会;创立公司所需要的资源;把握这一机会的进程;风险和预期回报。

商业计划不是学术论文，它可能面对的是非技术背景，但对计划有兴趣的人，比如可能的团队成员，可能的投资人和合作伙伴、供应商、顾客、政府机构等。因此，一份好的商业计划书应该写得让人明白，避免使用过多的专业词汇，聚焦于特定的策略、目标、计划和行动。商业计划的篇幅要适当，太短，容易让人不相信项目会成功：太长，则会被认为太罗嗉，表达不清楚。

4.展示管理团队

在你的商业计划书中，风险投资者将会非常关注“人”的因素，即你的风险企业中管理团队的情况，因此，商业计划书要能够详实地向风险投资者展示你管理团队的风貌。

关注点有如下几个方面：

口创业者是否是一个领袖式的人物，具备应有的素质?

口这个管理团队的信念是否坚定，目标是否一致?

口是否具有强大的凝聚力从而始终努力地追求事业成功?

口这个管理团队的市场战斗力如何?

口是否非常熟悉市场和善于开发潜在的市场?

5.组织战斗力过人的写作智囊团

越来越多的事实已经表明了，仅仅依靠创业者的个人的力量是很难做到尽善尽美的，因此，在写作商业计划书的过程中，你还需要一个有很强战斗力的智囊团的帮助来弥补个人的不足。寻求有丰富经验的律师、会计师、专业咨询家的帮助是非常必要的，他们的建议有时能让你的商业计划书看上去更加完美。

商业计划书摘要

1摘要的.意义

商业计划书的摘要将是风险投资者阅读商业计划书时首先要看到的内容。如果说商业计划书是敲开风险投资公司大门的敲门砖，是通向融资之路的铺路石的话，计划书的摘要可以被看作是点燃风险投资者对你的投资意向的火种，是吸引风险投资者进一步阅读你的商业计划书全文的灯塔，它浓缩商业计划书之精华，反映商业计划书之全貌，是全部计划书的核心之所在。

2摘要应该表达的内容

首先，摘要应该使投资者，特别是投资者能够马上理解你的基本观点，快速掌握商业计划书的重点，然后做出是否愿意花时间继续读下去的决定。在发达国家，繁忙的投资者一天要看数十份商业计划书。如果摘要不能一下子抓住投资者的心，商业计划书后边部分写得再精彩，也没有用。所以摘要的最主要的目的是刺激投资者的阅读欲望，使之看到你的商业计划书后有一种相见恨晚，爱不释手的感觉。在写摘要时作者必须充满激情，满怀信心，全部正面阐述。向投资者灌输一种朝气蓬勃，蒸蒸日上的感情。让投资者充分相信你的能力和你的判断。

在摘要部分，应该重点向投资者传达以下这样的几点信息：

1)你的基本经营思想是正确的，是合乎逻辑的。

2)你的经营计划是有科学根据的和充分准备的。

3)你有能力管理好这个企业。你有一个坚强有力的领导班子和执行队伍。

4)你清楚地知道进入市场的最佳时机，并且预料到什么时间适当地退出市场。

5)你的财务分析是实际的。

6)投资者不会把钱扔到水里。

如果你能简洁清楚地阐述这些内容，投资者一定会有兴趣读完你的整个商业计划书，高兴地把钱投入你的项目。

3撰写摘要注意的事项

第一，摘要部分一定要放在最后完成。动笔写摘要之前，先完成整个商业计划书的主体的抛光润色。然后反复阅读几遍主体文章。提炼出整个计划书的精华所在之后，再开始动笔撰写摘要部分。做到胸有成竹，一气呵成。写完之后，再请周围的人检查过目，提出意见。重点了解他们的反馈，看他们能否马上被你的文章所打动。如果不能，则需要重新考虑如何撰写，直到首先可以马上打动你身边的人为止。

第二，撰写摘要部分一定要有针对性。在撰写摘要时，你要常常问自己“谁会读我的计划?”不同的投资者有不同的兴趣和不同的背景。他们看商业计划书侧重点不同。银行等投资者通常对企业以前的成功业绩感兴趣。而投资公司则通常对新技术感兴趣。所以在撰写摘要之前先要对投资者做一番调查研究，突出投资者最感兴趣的方面。对不同的投资者，要突出不同的方面。由于一项投资通常要由几个人或几个部门共同做决定，在调查投资者情况时要对整个投资机构有一个较为全面的了解，兼顾多人。

第三，撰写一定要文笔生动。风格要开门见山，夺人眼目。可以立即抓住重点。切忌行文含蓄晦涩，让人难以琢磨。记住，投资者是没有时间去琢磨你的文章的。

第四，在写作全部完成之后，一定要自己先检查有无错别字、大白字等。切忌在文章中出现这些错误。自己检查完之后，再请别人检查。直到确切无误为止。用英文撰写商业计划书，完成之后，可以用专业的软件检查一遍拼写和语法。现在市场上通用的文字软件都有检查拼写和语法的功能。记住，如果在文章中出现文字错误，你又怎么能证明你是一个作风严谨的企业家呢。千万不可由于细小的误差，失去重要的机会。

一份商业计划如果经过精心准备、仔细审阅并且定期进行更新，即可成为极度具有价值的管理工具。不断发展的公司面临许多日常决策，而商业计划恰好能成为决策的指南。越来越多的外部因素要求公司出具书面商业计划。金融资助者，尤其是风险基金家和其他私人投资者一直视商业计划为投资决策的第一步，在当今环境下，甚至商业银行家也会提出同样的要求。另外，考虑与公司建立长期关系的组织和个人，如分销商、管理层人选等，也都倾向于索要书面商业计划。

尽管需求渐增，多数管理人员仍畏惧商业计划的写作。在他们看来，这项工作如同撰写枯燥的学术论著，要求大量运用冗长的句子和业务术语。还有的管理人员认为承诺实现这一系列目标无异于给自身的企业行为增添了不必要的负担。结果是，许多人干脆避免撰写商业计划。这最终会给企业带来不良的后果。

融资报告对企业顺利获得资金的重要性

商业计划书是全部融资企业向潜在投资商递交项目情况最全面的一份资料，我们认为撰写一份优质的商业计划，对获得融资成功的可能性会大大提高。

中小企业如何创造条件，吸引投资商呢?一般来说，企业首先要熟悉融资过程。在进入融资程序之前，首先要了解投资商对一个投资项目的详细评审过程。要学会从他们的角度来客观地分析本企业。很多创业家出身于技术人员，很看重自己的技术，对自己一手创立的企业有很深的感情。

然而投资者看重的不是技术，而是由技术、市场、管理团队等资源配置起来而产生的赢利模式。他们要的是回报，不是技术或企业;其次，企业需通过对技术资料的收集，详细的市场调查和管理团队的组合，认真分析从产品到市场、从人员到管理、从现金流到财务状况、从无形资产到有形资产等方面的优势、劣势。把优势的部分充分地体现出来，对劣势的部分看怎样创造条件加以弥补。

要注意增加公司的无形资产，实事求是地把企业的价值挖掘出来。然后，向投资商提供商业计划书。

西方国家有关统计表明：在经过常规程序的评估后，100个商业创意中只有3%左右被认为有商业投资价值，条件合适时可能付诸商业投资行为;而这3%的商业投资项目、企业在创办后头三年内有80%多会失败、倒闭、破产或因经营不善而转手。历史的统计数据告诉我们任何商业创意在付诸实践之前都应经过严格的评审程序，制作商业计划书就是完成这一评审过程。

美国一位著名投资家曾说过，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企业来说，商业计划书(businessplan)是创业融资的“敲门砖”。作为企业进行融资的必备文件，其作用就如同预上市公司的招股说明书，是一份对项目进行陈述和剖析，便于投资商对投资对象进行全面了解和初步考察的文本文件。近年来，融资的程序日益规范，作为投资公司进行项目审批的正式文件之一，制作商业计划书已经成为越来越多企业的“必修课程”。

**商业计划书格式及字体大小篇七**

随着经济水平的提高，人们对食品的要求已不仅要求于吃饱，且开始注重营养和健康。尤其是当今社会的90后对饮食更是有一种时尚的追求。大学生食堂里的食品供应已经不能满足大学社工求新、求异的`追求，与此同时，大学食堂的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。

本企划针对以上问题，为满足大学生的在饮食方面求新、求质量、求时尚的雪球，在食堂创办以时尚、健康的早餐为主的餐厅窗口。旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为我校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

吐司面包是西式面包的一种，在欧美式早餐中常见，在香港的茶餐厅也有。我们将以吐司为原料制作一系列的早餐食品，搭配牛奶、各种果蔬汁等饮品。 我们所有的产品将必须主打新鲜绿色、健康和时尚的理念。在产品上实现大学生消费者“求异”的心态。

实施计划

在食堂还没有同类产品的出现，我公司计划将此类系列产品打造成一个品牌，在各大高校的食堂设立自己的分公司，实现连锁经营，产品标准化生产。在全国的早餐行业打下自己的一片天地。

第1章 公司描述

1.1公司名称

疯狂的土司

1.2经营范围

以吐司为基本原料的早餐系列产品，牛奶、各种果蔬汁等饮品

1.3公司宗旨

产品：绿色、时尚、健康

服务：周到、优质

1.4公司服务对象

1.5选址与布局设计

各大高校的食堂

目前的选址是燕山大学西校区燕园餐厅

1.6人员及组织结构

店长1名，西餐面点师1名，采购员1名，服务员1名。（如图为组织结构图）

店长

西餐面点 采购员

图1 疯狂的土司组织结构图 服务员

1.6.1人员能力分析

强的议价能力，

服务员：有相应工作经验、沟通能力较好，办事效率高

1.6.2人员分工

采购员：1、负责原材料的采购；2、与供应商议价签合同等

服务员：1、负责服务顾客就餐；2、协助采购食材；3、店内的清洁工作 另外，其他相关的广告标语的制定，举办活动及宣传工作，大家共同参与。

第2章 产品介绍

2.1产品介绍

2.1.1产品种类

1、土司系列：

原味吐司、全麦吐司、蓝莓吐司、

草莓土司

营养：面包含有蛋白质、脂肪、碳

水化合物、少量维生素及钙、钾、镁、

锌等矿物质，口味多样，易于消化、吸

收，食用方便，在日常生活中颇受人们

图 2 肉桂苹果面包布丁 喜爱。

2、布丁系列：

肉桂苹果面包布丁：

做法：吐司去边，切成丁，将鲜奶、奶油、砂糖混合在小锅中慢火加热，慢

**商业计划书格式及字体大小篇八**

1.项目的经营对象和范围

2.投资规模

3.所需要的融资服务的规模

4.建设周期

5.项目收益的主要来源(这部分要详细可信)

6.项目的年回报率(详细可信)

7.项目建设者和经营者的资历(此处也是重要部分)

8.其他情况，其中包括是否经主管部门批准，有特殊的项目是否已经办理好特殊手续。

是否是国家或者地方重点扶持项目等等

第一部分xx项目摘要

一、公司简单描述

二、公司的宗旨和目标

三、公司目前股权结构

四、已投入的资金及用途

五、公司目前主要产品或服务介绍

六、xx市场概况和营销策略

七、主要业务部门及业绩简介

八、核心经营团队

九、公司优势说明

十、目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一、融资方案(资金筹措及投资方式及退出方案)

十二、财务分析

1、财务历史数据

2、财务预计

3、资产负债情况

第二部分xx项目综述

第一章公司介绍

一、公司的宗旨

二、公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、公司管理

1、董事会

2、经营团队

3、外部支持

第二章xx技术与产品

一、技术描述及技术持有

二、产品状况

1、主要产品目录

2、产品特性

3、正在开发/待开发产品简介

4、研发计划及时间表

5、知识产权策略

6、无形资产

三、xx产品生产

1、资源及原材料供应

2、现有生产条件和生产能力

3、扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4、原有主要设备及需添置设备

5、产品标准、质检和生产成本控制

6、包装与储运

第三章xx市场分析

一、xx市场规模、市场结构与划分

二、xx目标市场的设定

三、xx产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

五、xx市场趋势预测和市场机会

六、xx行业政策

第四章xx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：公司实力、产品情况

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

**商业计划书格式及字体大小篇九**

第一页bp，一句话的形式呈现出来我们是干什么的。我们是airbed&breakfast，这是第一点。

二、痛点

第二点，我们就直接陈述目前这个市场存在的一些需求和痛点。目前我们游客出行住宿的时候存在在的问题：价格方面比较高。我们住的酒店都是统一的标准，很难体验到当地的风土人情，很多房东有很多闲置的房屋，他们怎么样去产生价值。

因为这是双边的需求，所以双边都存在痛点。

三、解决方案

那第三页就告诉大家，我是怎么样解决这个问题的。我通过这个解决方案可以让用户省钱，可以让房东赚钱，然后在旅游的过程当中你又可以体验到当地的风土人情和文化。

四、市场规模

那我们告诉大家这个需求和解决方案之后，要告诉大家的内容是说这个市场的规模到底有多大。我们用两页片子告诉大家，这个市场的规模以及对未来的展望。

五、产品

然后我们再向你详细陈述，我这个产品的形态是什么。我同时，也会告诉你我们是怎样赚钱的，我们的商业模式是怎么样的。我们有未来非常好的商业预期，我也会告诉你说，我对未来的推广方案和计划是什么样的。

六、竞争对手

还有我们在这个市场当中的竞争对手有哪一些?跟他们相比，我们的特点和优势是在哪里?

七、团队

还有包括我们这个团队是由哪些人构成的，他们分别负责哪个模块，他们自己的经验是在哪里?对于我们实现这个项目的价值在哪里?然后我们又说，除了这个运营的数据之外，我们还有一些媒体对我们的报道，用户对我们的反馈。

现在很多企业都想走资本市场，一份商业计划书是第一印象，接下来内容是以一个投资人的视角，告诉大家应该怎么样写一份商业计划书。一般标准的融资分为三个阶段，第一是融资准备阶段(写bp)，第二是市场推介阶段(见投资人)，第三是尽职调查阶段(投资人给了ts之后对你和你的合作伙伴进行调查了解)，今天我们先来梳理一下如何书写一份投资人喜欢的商业计划书(就是传说中的bp)。

商业计划书的几个要点：

首先它也是一句话描述做的事情，对项目的描述。

第二，呈现出目前的目标用户的痛点和问题到底是什么?今天是用什么样的方式来解决这些问题的?有哪些可以提升的地方?然后第三个就是我们是怎么解决这个问题?我们的价值所在。我们给出具体产品的展示以及具体的场景，然后告诉他，为什么我们现在去解决这个问题比较好，以及我们的市场规模是多大。还有我们对于竞争的分析是怎么样，以及我们这个产品是怎么样发展的，产品的路径是怎么样?我们的盈利模式如何，我们的定价，我们的销售和分销是怎么样的。还有最终，我的团队是哪些人来做这件事情的，同时我们会加上一些财务的预期内容。

在这个系列的内容当中，我们的每一节都用了非常短的篇幅告诉你，如何去写一个好的商业计划书，它的内容是什么，它的呈现形式是怎么样的，具体的案例是怎么样的。如果在写商业计划书的过程当中遇到的问题或者困难，也欢迎你和我们进行交流。

希望这个系列的内容能够提供很多有价值的内容给你，能够帮助你写出一个非常出色优秀的商业计划书，能够让你尽快地获得你的融资，能够尽快实现你的创业梦想!

商业计划书范文word

完整的商业计划书范例

**商业计划书格式及字体大小篇十**

第一部分：计划摘要。（计划摘要浓缩了的商业计划书的精华，主要是用来激起投资者的兴趣，以求一目了然，以便投资者能在3到5分钟时间内评审计划并做出初步判断。）

第二部分：综述。主要包括：

1、公司概述；

2、技术、产品（服务）；

3、市场分析；

4、竞争分析；

5、营销策略；

6、投资说明；

7、投资报酬与退出机制；

8、风险分析；

9、人员及组织管理；

10、经营预测；

11、财务规划分析。

第三部分：附录（包括附件和附表）

【摘要内容参考】

1.公司基本情况（公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。）

2.主要管理者情况（姓名、性别、年龄、籍贯，学历/学位、毕业院校，政治面目，行业从业年限，主要经历和经营业绩。）

3.产品/服务描述（产品/服务介绍，产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。）

4.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，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。）

5.行业及市场（行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。）

6.营销策略（在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。）

7.产品制造（生产方式，生产设备，质量保证，成本控制。）

8.管理（机构设置，员工持股，劳动合同，知识产权管理，人事计划。）

9.融资说明（资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。）

10.财务预测（未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。）

11.风险控制（项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。）

**商业计划书格式及字体大小篇十一**

包括名称、地址、实收资本、股东、主营及财务收支情况及公司历史沿革等。

公司目前拥有及正在研发的产品、技术特点及证书、授权情况、合作伙伴、市场应用及潜力描述，并请引用有关专业机构对市场潜力的报告或数据进行说明，请阐述目前公司的核心竞争实力以及相应获取的优势。

须说明公司目前采用的营销模式及未来准备采用的营销模式，注明相应的营销布点情况，分销情况或加盟商等。

公司对市场推广采用什么方法？有效性如何评估。

公司如何盈利，盈亏平衡点的预测。

通过比较的方法将自有产品与主要竞争对手情况，其产品、销售渠道进行比较，并注明目前对手采用的策略及对其不利的地方。

潜在的替代产品的情况。

主要管理人员年龄、学历、工作背景及其拥有的管理或技术经验等。

公司主要的股东及其出资额，所占股权比例等。

公司在过去一至两年的主要分产品销售收入、盈利数据等。

公司的资产负债表主要财务数据。

公司的手头现金及现金流情况。

须列出融资清单，注明融资目的、融资额及预期利润。

对公司风险进行描述及相应对策。

关于公司目前一些关键问题的描述。

其他公司认为的一些重要且需提供的事项。

以上就是《天使投资商业计划书》的全部内容，讲的是关于公司、情况、主要、产品、目前、描述、数据、采用等方面的内容，希望大家能有所收获。

**商业计划书格式及字体大小篇十二**

一、微电影公司的宗旨

二、微电影公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、微电影公司管理：1.董事会2.经营团队3.外部支持

一、技术描述及技术持有

二、产品状况

1、主要产品目录

2、产品特性

3、正在开发/待开发产品简介

4、研发计划及时间表

5、知识产权策略

6、无形资产

三、微电影产品生产

1、资源及原材料供应

2、现有生产条件和生产能力

3、扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4、原有主要设备及需添置设备

一、微电影市场规模、市场结构与划分

二、目标市场的设定

三、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

五、市场趋势预测和市场机会

六、行业政策

一、从市场细分看竞争者市场份额

二、主要竞争对手情况：公司实力、产品情况

三、潜在竞争对手情况和市场变化分析

四、微电影公司产品竞争优势

一、微电影销售渠道、方式、行销环节和售后服务

二、主要业务关系状况

三、微电影销售队伍情况及销售福利分配政策

四、促销和市场渗透

一、资源风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、成本控制风险

六、竞争风险

七、政策风险

八、财务风险

一、财务分析说明

二、财务数据预测

1、销售收入明细表

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

**商业计划书格式及字体大小篇十三**

在这个“人才至上”的年代，为了迎接未来的挑战，我们作为当代社会的大学生为了能够在未来的生活中有碗饭吃，必须提前做好准备，充分利用自己的优势和机遇发展自己的事业，为以后的生活创建一个坚固的基础，为社会做出贡献，增加就业机会给他人和自己给自己带来美好的未来。

当然，锻炼自我的方法有很多，我们可以出去实习，也可以在上课之余做些兼职以填补自己的开销费用，但是在这个要求严格的时代我们必须力主创新，独树一帜，不说是做第一个吃螃蟹的人，也要有自己的一套风格，踩出自己的一条可行之路。

只有这样才能顺应社会的发展，才能更好的为泰州作贡献和为建设和谐社会奉献出自己的一份力量。

当今社会，在校大学生自主创业也成为大学生发展自我，增加经验的一种趋势，这种行为不但可以锻炼自我，磨练意志，积累经验，同时还可以通过自己的努力，为父母减轻一些负担。

所以，我们应顺着这种趋势不断摸索，探求，在坚持原则的基础上以更好更多的实战经验去迎接未来的挑战！

为此，我打算建立一个“点子”便尔店，既方便他人，也满足自己，从更大的方面跟上时代的步伐，促进社会的发展！

这是个知识的时代，但是这个时代更加需要人才，只要你愿意，没有什么不可以，相信自己——路是自己走出来的！

二、创业背景

1、时代的变迁赋予了当代大学生不一样的涵义，也给予了当代大学生不一样的生活和思想，追求的不同，享受生活的方式自然也不同。科技不断的进步，生活水平的不断提高，人类惰性的潜能又被激发出来，使得一部分大学生宁愿花钱也不愿意自己动手做一些事情，有些时候急于需要一个“帮手”来帮他们完成所要完成的事情。

2、一部分大学生为了锻炼自己，增加实践经验，不惜耗掉了自己课余之外的所有时间来参加学校里的活动。所以很多事情自己没办法也没时间去完成，无奈之余便幻想的希望自己可以拥有“分身术”。

三、创业目的

1、众所周知，在大学校园里，能力远比知识更重要，这就需要一个平台来让我们不断学习、锻练和展现自我、从而增加能力。学校里面的社团和学生会对我们来说已经没有多大诱惑了，所以我们需要自主创业来为自己铺路。

2、勤工助学是我们很多大学生都想做的事情，一来可以减轻父母的负担，二来也可以向他人证明自己的自立与成长，但是据我所知，校内能提供的勤工助学岗位是非常有限的。这就使得我们只有通过自己的努力来打开另外一种勤工助学的渠道，以真正做到自立自强！

3、在校外做兼职这个方法虽然可以让我们挣一些钱，为自己解一时的经济困难，但回头想想我们发现我们的大部分时间都被它占据了，我们没有自己的自由，不能随意的做其他的事情，因为在他人的手下我们没有选择的余地，我们只能听令于他们。

四、经营项目及内容：

1、经营内容：

主要是帮助一些没时间或不愿意自己出面去完成工作、任务、及人际交流的同学完成他们的所需，作为他们的一个“帮手”来认真努力完成他们所要求完成的事情。

2、主要项目：

代出点子：吸取各方优良经验，为一些在生活，学习，感情上遇到困难的求助者提供有建设性的点子，从而为需求者排忧解难。

代设计唯美、酷炫、简约等封面（应聘书、规划书等）

五、经营原则

2、互利原则：在真诚的基础上，做到主顾双方平等互惠；

3、科学性原则：保证为求助者所提供的策划，方案科学可靠；真正做到切实可用。

4、守信、准时原则：在规定的时间、地点完成别人的需求；

六、服务群体

1、学习工作繁忙，无暇动脑的人群；

2、时间紧迫，求助无门的人群；

3、力主创新，个人能力单一的人群；

4、在校老师及在外老师。

七、市场分析

1、在大学的校园内外，至今还没有这方面的经营店。所以在市场竞争上，我们处于一个相对的优势位置。但是正因为如此，市场的打开又将面临着一个大的问题。在一定程度上，很多同学会存在戒备的心理，所以一个创新的有说服力的广告宣传是必要的。

2、另外，大学本来就是个人才济济的地方，“点子”对大家来说都是随手就来的事，所以我们面临的另外一个问题就是同学不屑接受的一个问题，所以我们要拿出有威望、有质量、真正有效的“点子“，先着手树立一个良好的形象，以便更快打开市场。

3、大学是一个小型的社会，所以有着广大的服务对象，虽然起步可能有些困难，但坚持下去，诚信经营、我相信我们会打出自己名声，吸引更多的人群，互利共赢。

八、经营策略

4、策略上：开业期间可采取五折优惠、免费服务等业务；

5、店面上：店面需设在引人瞩目的地方，店面设计上需新颖独特，体现智慧形象；

6、设备上：需要两台电脑、打印机、复印机、电话、桌椅、及微小办公用品。

九、经费来源及分配

1、来源：起初，采取入股制，自备电脑等大件物品；打印机、复印机可以先购二手的以节省资金。

2、分配：

2、每月提成分配标准：按个人接受项目、完成项目及顾客的满意度分配，将员工的个人业绩分为甲、乙、丙三个等级，从而分配提成。

十、预想问题及解决办法

在服务过程中，可能出现资金周转不动或者出现一些没预料到的突发事件则根据情况，作出相应的解决方案。

**商业计划书格式及字体大小篇十四**

一、主要内容:

自助烧烤(消费者喜欢根据自己的口味自行烧烤或者请服务员代理烧烤)

相关业务:啤酒和饮料

地点:洛阳老城小吃街

场地面积:150平方米

二、市场分析

行业市场分析

特色风味，休闲又喜欢。需要挖掘一个巨大的市场，无论是城乡，集市，街道，小区，夜市，休闲小吃，哪里都离不开这个市场。它已经成为许多消费者饮食的一部分，并创造了一个巨大的消费市场。

随着时尚的更新，烧烤食品因其自然简单的做法和原始游戏的味道，成为人们越来越喜欢的食物之一。烧烤有很多种，如牛肉、羊肉、鸡肉和鱼。另外，辣椒、茄子、黄瓜、白菜、土豆都是烧烤界的暴发户。

适合高中低端消费群体和不同年龄段人群。

竞争分析

自助烧烤餐厅以其有趣、独特的管理模式吸引着不同阶层、不同年龄段的人群，让消费者体验动手的另类乐趣，在娱乐中度过。

传统烧烤由于设备差，操作不规范，很难保证食品卫生。同时，它是烟雾和造成严重的环境污染。虽然人们经常知道烤肉串的味道，但他们停止了，街头小贩的增加影响了市容，造成了很大的环境污染。但我店采用无烟木炭，解决了环保问题，符合现阶段要求的低碳经济。

三、财务分析

投资和应用

桌椅:20×500=1万元

空调:2×3000=6000元

冰柜:1×5000=5000元

冰箱:1×20xx=20xx元

橱窗；1×20xx=20xx元

烧烤炉:10×800=8000元

装修费用:3万元

其他费用:5000元

合计:7、3万元

利润预算

月支出租金:3000元/月

水电:3000元/月

服务员工资；2×20xx=4000元/月

其他费用:3400元/月

合计:13400元/月

拼盘:成本2元计算，4元出售，按每天30计算，月利润2×30×30=1800元

合计:29000元/月

净收入:16000元/月

四、营销计划

开业前会发打折传单，持有者在开业当天到我们店消费，每满50元送30元券

开业前三天，消费按八折计算

开业第一周会举行抽奖，每次花50元就可以举行抽奖

(一等奖50元券，二等奖30元券，三等奖10元券)

一次性消费券100元至20元

五、风险分析

本地烧烤店没有这种模式，竞争压力小。操作时不存在货和压货的问题。当天需要的商品可以当天购买，可以保证蔬菜和肉类的新鲜度。

每年都会有当地的美食节来宣传我们店，宣传上没问题。

本店使用的无烟木炭符合现在提倡的‘低碳生活’，更容易被人们接受，可以长期发展。

本地人流量大，不存在客流少的问题。

六、融资方案

投资者

投资基金

曾玉红

李明

梦小珂

**商业计划书格式及字体大小篇十五**

众所周知，校园内商业店铺很少，只有一个小卖部，比较偏僻。学生通常可以在学校买东西，到外面去，非常不方便，不能很好地满足学生的需求。所以在学校开杂货店是很有前景的，因为大学生是一个很大的消费群体，大学是一个很大的目标消费市场，尤其是一些日用品有很大的消费群体。综上所述，大学的消费市场很好！

生活用品是大学日常生活中必不可少的一部分，但远远不能满足学校学生的要求。而且学生在超市外买日用品非常不方便。我们开杂货店一定会得到学生的支持。此外，我们将对产品质量有更高的要求，努力满足学生，同时为学生提供一定的勤工俭学工作，帮助贫困学生更好地完成学业。

优势分析：

我们的操作解决了学生购买日用品困难的问题，和超市的日用品一样方便快捷省时便宜。同时，我们还将提供送货服务，使学生购买更加方便。简单、舒适和时尚的装饰将是我们商店的一大特色。学生一般喜欢在干净的地方购物，服务态度好，所以满意的服务也是我们店的一大特色。

劣势分析：由于刚起步，杂货店规模小，人力资源和服务项目有限。另一方面，由于学校假期是固定的，寒暑假期间游客数量会急剧下降，寒假期间会比暑假期间少，这将是一个难以解决的问题。

机会分析：

根据我们的市场调查和分析，我们产品的市场需求是存在的，具有一定的竞争力。作为一名学生，我是最大的客户群体的一员，所以我可以更好地了解客户需要什么产品和服务。从这些方面来说，我应该有很好的机会挤进饮料市场。

威胁分析：

杂货店的服务和产品质量与运营成本有着直接的必然联系，因此产品价格不会低于竞争对手。虽然整体价格不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成了很大的考验。而且成本和利润也是直接挂钩的，利润的多少是在竞争中生存的主要决定因素。推广策略：

预宣传：

规模大，强度高，投入大。后期宣传：注重现有客户关系管理，进行口碑营销。计划和组织定期的具体活动，如赞助学校组织的晚会，通过活动时不时的宣传和提醒客户的消费意识。对于节假日，进行有针对性的宣传策略，比如发传单。

因为杂货店的经济实力还比较弱，所以会在前期采取避实就虚、大量硬广告营销的营销策略，采用一套有效的“承诺营销”进行产品推广。通过海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传。可持续发展和规划将决定我们的商店在避免杂货店顾客忠诚度低的缺陷方面具有内在优势。为了使我店在顾客心目中树立权威和信任感，我店将建立完整的会员信息反馈系统。

1、长度顾客反馈表。在服务中，严格要求员工树立顾客至上的理念，认真听取顾客的意见。

2、把顾客满意进行到底。树立“顾客满意了才满意”的观念，时刻为顾客着想。

3、建立客服问卷，市场部负责定期跟踪客户。

市场是不断变化的，所以我们必须考虑市场的风险。存在以下风险：

（1）冒着本项目开发阶段的风险，可能同时在市场上开设类似的杂货店。

（2）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量和其他性能。对于现阶段的项目来说，最大的市场风险来自于市场的竞争风险。如果项目投产后效益好，很可能会带来一系列类似的商业项目，从而加剧项目的竞争压力。

杂货店是一个技术含量相对较低的行业，但需要严格的管理才能赢得消费者的信任。对于大多数中国经营的杂货店来说，内部管理松散，服务人员素质低。如何建立现代企业制度，完善企业经营机制，加强企业内部管理，关系到企业的生存、成败。

l、学习先进的生产技术和经验，发展自己的特色店铺。

2。严格管理，定期培训人员，建立客服报告。

3。进入市场后，了解日用品的市场周期，积极开发更新商品。

4。与供应商建立并保持长期合作关系，以确保货物供应。

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