# 2024年商业策划书格式(优质12篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-12-25

*无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。商业策划书格式篇一商业计划书的格式   第一部分概要 第二部...*

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**商业策划书格式篇一**

商业计划书的格式

第一部分概要

第二部分公司

第三部分产品和服务

第四部分行业和市场

第五部分营销策略

第六部分管理和关键人物

第七部分研究途径

第八部分五年计划

第九部分机会和风险

第十部分资本需求

**商业策划书格式篇二**

本站发布商业策划书格式，更多商业策划书格式相关信息请访问本站策划频道。

首先大标题；接着是副标；主办方,承办方

（假如是比赛类活动加上奖项设计,评分标准,参赛要求）

勤工俭学献爱心活动策划书

一、活动宗旨：为了响应省劳动厅和省教育厅的号召，切实培养大学生的实践能力，我系在沐林公司的赞助下开展勤工俭学献爱心活动。通过本次活动我们要让同学们真正走渗入渗出社会深入社会。

三、活动方式：1.首先在学生中宣传本次活动的宗旨，学生以参加社会实践锻炼自己的社会实践能力为目的。参加者在本系同学中选拔。参加者首先到办公室报名。参加者需有一定的口才能力和较好的知识功底。家教对象为初中生全部课程。2.根据学生报名的情况再以传单的形式派工作人员到望城大街小巷宣传。3.沐林公司以献爱心为宗旨，让美食遍布社会，爱心温暖人间。4.本次活动经费开支由沐林公司赞助。

四、活动时间计划：1.本次活动计划开展一至两个月(从9月20日起至11月20日截止)2.9月20日至10月1日在学生中宣传并组织家教人员选拔。3.10月2日至10月17日向社会入行宣传。4.11月17日截止家教。5.11月17日至11月20日对本次活动入行总结。

五、活动人员安排：1.沐林公司赞助由主席团和社会实践部负责。2.活动策划由主席团和学习部负责。3.活动审核由团总之负责。4.活动通知由办公室负责。5.活动传单由网络部和宣传部负责。6.活动人员选拔由主席团，团总之及各部部长负责。7.传单发放由各部门派一代表负责。8.家教情况由生活部和体育部负责。9.家教情况由生活部和体育部负责。

**商业策划书格式篇三**

争取投资者对本企业的信心。通常，可以从以下几个方面对计划书加以检查：

1、你的商业策划书是否显示出你具有管理公司的经验。如果你自己缺乏能力去管理公司，那么一定要明确地说明，你已经雇了一位经营大师来管理你的公司。2、你的商业策划书是否显示了你有能力偿还借款。要保证给预期的投资者提供一份完整的比率分析。

3、你的商业策划书是否显示出你已进行过完整的市场分析。要让投资者坚信你在计划书中阐明的产品需求量是确实的。

4、你的商业计划书书是否容易被投资者所领会。商业计划书书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。此外，还应保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

5、你的商业策划书中是否有计划摘要并放在了最前面，计划摘要相当于公司商业计划书书的`封面，投资者首先会看它。为了保持投资者的兴趣，计划摘要应写的引人入胜。

6、你的商业策划书是否在文法上全部正确。如果你不能保证，那么最好请人帮你检查一下。计划书的拼写错误和排印错误能很快就使企业家的机会丧失。

7、你的商业策划书能否打消投资者对产品/服务的疑虑。如果需要，你可以准备一件产品模型。

争取投资者对本企业的信心。通常，可以从以下几个方面对计划书加以检查：

1、你的商业策划书是否显示出你具有管理公司的经验。如果你自己缺乏能力去管理公司，那么一定要明确地说明，你已经雇了一位经营大师来管理你的公司。2、你的商业策划书是否显示了你有能力偿还借款。要保证给预期的投资者提供一份完整的比率分析。

3、你的商业策划书是否显示出你已进行过完整的市场分析。要让投资者坚信你在计划书中阐明的产品需求量是确实的。

4、你的商业计划书书是否容易被投资者所领会。商业计划书书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。此外，还应保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

5、你的商业策划书中是否有计划摘要并放在了最前面，计划摘要相当于公司商业计划书书的封面，投资者首先会看它。为了保持投资者的兴趣，计划摘要应写的引人入胜。

6、你的商业策划书是否在文法上全部正确。如果你不能保证，那么最好请人帮你检查一下。计划书的拼写错误和排印错误能很快就使企业家的机会丧失。

7、你的商业策划书能否打消投资者对产品/服务的疑虑。如果需要，你可以准备一件产品模型。

争取投资者对本企业的信心。通常，可以从以下几个方面对计划书加以检查：

1、你的商业策划书是否显示出你具有管理公司的经验。如果你自己缺乏能力去管理公司，那么一定要明确地说明，你已经雇了一位经营大师来管理你的公司。2、你的商业策划书是否显示了你有能力偿还借款。要保证给预期的投资者提供一份完整的比率分析。

3、你的商业策划书是否显示出你已进行过完整的市场分析。要让投资者坚信你在计划书中阐明的产品需求量是确实的。

4、你的商业计划书书是否容易被投资者所领会。商业计划书书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。此外，还应保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

5、你的商业策划书中是否有计划摘要并放在了最前面，计划摘要相当于公司商业计划书书的封面，投资者首先会看它。为了保持投资者的兴趣，计划摘要应写的引人入胜。

6、你的商业策划书是否在文法上全部正确。如果你不能保证，那么最好请人帮你检查一下。计划书的拼写错误和排印错误能很快就使企业家的机会丧失。

7、你的商业策划书能否打消投资者对产品/服务的疑虑。如果需要，你可以准备一件产品模型。

**商业策划书格式篇四**

商业策划书是指为一个商业发展计划而做的书面文件。那么商业策划书应该如何写?有什么格式要求?下面是小编整理的关于商业策划书格式的相关内容，希望对大家有帮助。

商业策划书的目的很简单，它就是创业者手中的武器，是提供给投资者和一切对创业者的项目感兴趣的人，向他们展现创业的潜力和价值，说服他们对项目进行投资和支持。

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： 1、公司的商业机会; 2、创立公司，把握这一机会的进程 ; 3、所需要的资源; 4、风险和预期回报; 5、对你采取的行动的建议。

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，政策机构等，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的成功;太长，则会被认为太罗嗦，表达不清楚。

从总体来看，写商业策划的原则是：简明扼要;条理清晰;内容完整;语言通畅易懂;意思表述精确。

商业计划书一般包括如下十大部分的内容：

一、执行总结

是商业计划的一到两页的概括。

二、产业背景和公司概述

1、详细的市场描述，主要的竞争对手，市场驱动力 2、公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足一个关键的顾客需求。

3、一定要描述你的进入策略和市场开发策略

三、市场调查和分析

这是表明你对市场了解程度的窗口。

一定要阐释以下问题： 1、顾客 2、市场容量和趋势 3、竞争和各自的竞争优势 4、估计的市场份额和销售额 5、市场发展的走势(对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实)

四、公司战略

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题 1、营销计划 (定价和分销;广告和提升) 2、规划和开发计划(开发状态和目标;困难和风险) 3、制造和操作计划 (操作周期;设备和改进)

五、总体进度安排

六、关键的风险、问题和假定

七、管理团队

1、介绍公司的管理团队。

八、企业经济状况

介绍公司的财务计划，讨论关键的财务表现驱动因素。

九、财务预测

十、假定公司能够提供的利益

当你在写商业计划的时候，应该达到下列目标： 1、力求表述清楚简洁。

2、关注市场，用事实说话，因此需展示市场调查和市场容量。

3、解释潜在顾客为什么会掏钱买你的产品或服务。

4、站在顾客的角度考虑问题，提出引导他们进入你的销售体系的策略。

5、在头脑中要形成一个相对比较成熟的投资退出策略。

6、充分说明为什么你和你的团队最合适作这件事。

7、请你的读者做出反馈。

当你做商业计划并向投资者提交时，必须避免下列问题：

1、对产品/服务的前景过分乐观，令人产生不信任感。

2、数据没有说服力，比如拿出一些与产业标准相去甚远的数据。

3、导向是产品或服务，而不是市场。

4、对竞争没有清醒的认识，忽视竞争威胁。

5、选择进入的是一个拥塞的市场，企图后来居上。

6、商业计划显得非常不专业，比如缺乏应有的数据、过分简单或冗长。

7、不是仔细寻求最有可能的投资者，而是滥发材料。

1、商业计划书计划摘要

计划摘要列在商业计划书的最前面，它是浓缩了的商业计划书的精华。

计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。

计划摘要一般要有包括以下内容：公司介绍;主要产品和业务范围;市场概貌;营销策略;销售计划;生产管理计划;管理者及其组织;财务计划;资金需求状况等。

在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。

其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。

在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。

中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的商业计划书。

最后，还要介绍一下风险、企业家自己的背景、经历、经验和特长等。

企业家的素质对企业的成绩往往起关键性的作用。

在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

(1)企业所处的行业，企业经营的性质和范围;

(2)企业主要产品的内容;

(3)企业的市场在那里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求;

(4)企业的合伙人、投资人是谁;

(5)企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

摘要要尽量简明、生动。

特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

如果企业家了解他所做的事情，摘要仅需2页纸就足够了。

如果企业家不了解自己正在做什么，摘要就可能要写20页纸以上。

因此，有些投资家就依照摘要的长短来“把麦粒从谷壳中挑出来”。

2、产品(服务)介绍

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品(服务)能否帮助顾客节约开支，增加收入。

因此，产品介绍是商业计划书中必不可少的一项内容。

通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性;主要产品介绍;产品的市场竞争力;产品的研究和开发过程;发展新产品的计划和成本分析;产品的市场前景预测;产品的品牌和专利。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。

一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

一般地，产品介绍必须要回答以下问题：

(1)顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处?

(5)企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。

产品(服务)介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。

虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”，都要努力去兑现。

要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。

空口许诺，只能得意于一时。

如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

3、人员及组织结构

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的.管理队伍。

企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。

而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。

因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。

一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。

在商业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。

此外，在这部分商业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图;各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系;公司的股东名单，包括认股权、比例和特权;公司的董事会成员;各位董事的背景资料。

4、市场预测

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。

如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求?需求程度是否可以给企业带来所期望的利益?新的市场规模有多大?需求发展的未来趋向及其状态如何?影响需求都有哪些因素。

其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况、企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些?是否存在有利于本企业产品的市场空档?本企业预计的市场占有率是多少?本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响?等等。

在商业计划书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述;竞争厂商概览;目标顾客和目标市场;本企业产品的市场地位;市场区格和特征等等。

企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。

企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。

因此，企业应尽量扩大收集信息的范围，重视对环境的预测和采用科学的预测手段和方法。

企业家应牢记的是，市场预测不是凭空想象出来，对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

5、营销策略

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

(1)消费者的特点;

(2)产品的特性;

(3)企业自身的状况;

(4)市场环境方面的因素。

最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在商业计划书中，营销策略应包括以下内容：

(1)市场机构和营销渠道的选择;

(2)营销队伍和管理;

(3)促销计划和广告策略;

(4)价格决策。

对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。

因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。

对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

6、制造计划

商业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状;新产品投产计划;技术提升和设备更新的要求;质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，企业家应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。

一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何;怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性;设备的引进和安装情况，谁是供应商;生产线的设计与产品组装是怎样的;供货者的前置期和资源的需求量;生产周期标准的制定以及生产作业计划的编制;物料需求计划及其保证措施;质量控制的方法是怎样的;相关的其他问题。

7、财务规划

财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。

流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制;损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果;资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

财务规划一般要包括以下内容：

(1)商业计划书的条件假设;

(2)预计的资产负债表;预计的损益表;现金收支分析;资金的来源和使用。

一份商业计划书概括地提出了在筹资过程中企业家需做的事情，而财务规划则是对商业计划书的支持和说明。

因此，一份好的财务规划对评估企业所需的资金数量，提高企业取得资金的可能性是十分关键的。

如果财务规划准备的不好，会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象，降低风险企业的评估价值，同时也会增加企业的经营风险，那么如何制订好财务规划呢?这首先要取决于企业的远景规划?是为一个新市场创造一个新产品，还是进入一个财务信息较多的已有市场。

着眼于一项新技术或创新产品的创业企业不可能参考现有市场的数据、价格和营销方式。

因此，它要自己预测所进入市场的成长速度和可能获得纯利，并把它的设想、管理队伍和财务模型推销给投资者。

而准备进入一个已有市场的企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。

企业可以在获得目标市场的信息的基础上，对企业头一年的销售规模进行规划。

企业的财务规划应保证和商业计划书的假设相一致。

事实上，财务规划和企业的生产计划、人力资源计划、营销计划等都是密不可分的。

要完成财务规划，必须要明确下列问题：

(1)产品在每一个期间的发出量有多大?

(2)什么时候开始产品线扩张?

(3)每件产品的生产费用是多少?

(4)每件产品的定价是多少?

(5)使用什么分销渠道，所预期的成本和利润是多少?

(6)需要雇佣那几种类型的人?

(7)雇佣何时开始，工资预算是多少?等等。

**商业策划书格式篇五**

商业策划书的目的很简单，它就是创业者手中的武器，是提供给投资者和一切对创业者的项目感兴趣的人，向他们展现创业的潜力和价值，说服他们对项目进行投资和支持。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：1、公司的商业机会;2、创立公司，把握这一机会的进程;3、所需要的资源;4、风险和预期回报;5、对你采取的行动的建议。

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，政策机构等，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的成功;太长，则会被认为太罗嗦，表达不清楚。适合的篇幅一般为20-40页长(包括附录在内)。

从总体来看，写商业策划的原则是：简明扼要;条理清晰;内容完整;语言通畅易懂;意思表述精确。商业计划书一般包括如下十大部分的内容：

这是表明你对市场了解程度的窗口。一定要阐释以下问题：1、顾客2、市场容量和趋势3、竞争和各自的竞争优势4、估计的市场份额和销售额5、市场发展的走势(对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实)

四、

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题1、营销计划(定价和分销;广告和提升)2、规划和开发计划(开发状态和目标;困难和风险)3、制造和操作计划(操作周期;设备和改进)

五、

当你在写商业计划的时候，应该达到下列目标：1、力求表述清楚简洁。2、关注市场，用事实说话，因此需展示市场调查和市场容量。3、解释潜在顾客为什么会掏钱买你的产品或服务。4、站在顾客的角度考虑问题，提出引导他们进入你的销售体系的策略。5、在头脑中要形成一个相对比较成熟的投资退出策略。6、充分说明为什么你和你的团队最合适作这件事。7、请你的读者做出反馈。

当你做商业计划并向投资者提交时，必须避免下列问题：1、对产品/服务的前景过分乐观，令人产生不信任感。2、数据没有说服力，比如拿出一些与产业标准相去甚远的数据。3、导向是产品或服务，而不是市场。4、对竞争没有清醒的认识，忽视竞争威胁。5、选择进入的是一个拥塞的市场，企图后来居上。6、商业计划显得非常不专业，比如缺乏应有的数据、过分简单或冗长。7、不是仔细寻求最有可能的投资者，而是滥发材料。

近年来，随着各种先进技术在电网中的广泛应用，智能化已经成为电网发展的必然趋势，发展智能电网已在世界范围内形成共识。

所谓智能电网，就是将先进的传感测量技术、信息通信技术、分析决策技术、自动控制技术和能源电力技术相结合，并与电网基础设施高度集成而形成的新型现代化电网。

作为智能电网构建中的关键设备之一--断路器，在整个智能电网发展中起着非常重要的作用。因此，华经纵横认为，智能电网断路器项目的市场前景十分广阔。

【

第一部分摘要

一.公司概况描述

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.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.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

五.公司产品竞争优势

第五章市场营销

一.概述营销计划

二.销售政策的制定

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

五.销售队伍情况及销售福利分配政策

六.促销和市场渗透

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。

九.市场开发规划，销售目标

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

七.投资抵押

八.投资担保

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

十三.杂费支付

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

九.管理风险

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

四.薪资、福利方案

五.股权分配和认股计划

第十章财务分析

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.利润及利润分配明细表

7.现金流量表

8.财务指标分析

**商业策划书格式篇六**

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. 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

**商业策划书格式篇七**

商业计划书 (business plan) 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。下面是本站为大家提供的商业项目策划书格式及范文，欢迎阅读。

商业项目策划书格式：

第一部分 摘要(整个计划的概括)

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(资金筹措及投资方式)

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 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 竞争分析

一、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(种类、价位、特点、包装、营销、市场占有率等)

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

五、公司产品竞争优势

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

商业项目策划书范文(一)

第一章 工艺品项目概要

工艺(craft)一词具有多重含义，其中重要的内涵之一是指一种需要特殊技能和知识的行业，尤其指手工艺术与手艺。在人类的文化艺术发展史与经济生产发展中，手工艺占有极为重要的位置。现代手工艺，是相对于传统手工艺而言的形态和概念。\"现代\"是指一种时间的概念：我们的过去是古人的\"现代\"，我们的\"现代\"也终将成为后人的过去。\"现代\"也是在现代社会经济，生产条件，环境氛围，生活方式，时尚文化等条件下在现代化进程中的概念变化，因此，现代手工艺是传统手工艺的现代形态。由此可见，只有更好地研究现代文化，才是创新现代工艺品的前提。

1.1 项目要点

1.2 项目背景

工艺品也称工艺品，是以美术技巧制成的各种与实用相结合并有欣赏价值的物品。中国工艺美术品类繁多，分十几大类，数百小类，品种数以万计，花色不胜枚举。大类包括陶瓷工艺品、雕塑工艺品、玉器、织锦、刺绣、印染手工艺品、花边、编结工艺品、编织工艺品、地毯和壁毯、漆器、金属工艺品、工艺画、首饰、皮雕画等。

中国工艺美术生产队伍较大、产值较高、品种较多、声誉较盛的集中产区，主要分布在北京、天津、上海3大城市和山东、江苏、浙江、福建、广东、四川、湖南7个省。

中国当代艺术教育的培养，在设计艺术方面为了适应现代社会商品经济的发展，以及城市建设环境美化的发展需求，正在大量培养从事于平面、工业产品和环境艺术设计方面的人才，促使具备这种专业技能的设计人才大量出现。在迎合这种经济快速增长需求的同时，设计教育体制改革从传统工艺美术设计教育中完全转换过来，这种\"突发式\"的变革，对于促进我国经济的发展起到了积极的作用，另一方面却没有对工艺美术教育有选择的保留和继承。进而忽视了现代工艺品设计人才的专业教育。

比较早期的包豪斯设计教育，手工艺是一个主要的课程内容，如金属工艺、木工工艺、陶瓷工艺、织物工艺等。它在很多方面大大发展了现代手工艺，如在建校宣言中呼吁要将手工艺人提高到艺术家的层次，如将工艺传统和20世纪先锋派艺术相结合。日本在处理传统与现代的关系中采用了所谓\"双轨制\"的方针，在努力发展现代设计的同时也十分注意对传统手工艺的保护和发展。使得日本的手工艺制品在现代和传统文化上具备了一脉相承的独特艺术魅力。

1.3 项目核心竞争力

1.4 项目内容与特点

项目总投资额为5亿元，规划用地面积200亩，规划总建筑面积6.56万平方米，项目主要建设内容，工艺品生产厂房建设，原料储藏室，产品仓库，配套设施建设，工艺品生产工艺研发，工艺品生产设备购置。

1.4.2 技术或资源特点

1.4.3 商业经营模式特点

1.5 客户基础

1.6 市场机遇

2024年1-12月中国全部工艺美术品制造企业实现累计工业总产值175,088,236千元，比2024年同期增长21.76%;全年实现累计产品销售收入168,483,841千元，比2024年同期增长23.27%;全年实现累计利润总额7,743,791千元，比上年同期增长30.66%。

2024年1-12月中国全部工艺美术品制造企业实现累计工业总产值231,231,218千元，比2024年同期增长32.12%;2024年1-10月中国全部工艺美术品制造企业实现累计工业总产值233,801,851千元，比2024年同期增长25.60%。

1.7 项目投资价值

从对中国工艺美术品现状的分析中可以看出，工艺美术品行业在快速发展的同时也面临一系列的问题：如企业多为私营企业，生产规模小，小型企业占整个行业的70%以上;专业人才的缺乏，生产技术落后;专业市场管理混乱，缺乏法律法规的保护和约束等许多问题亟待解决。要推动中国工艺品产业，中国工艺品应有独立的行业协会;还要培养一大批与企业紧密合作的工艺师，要培养能拓展市场、具备创新思维的工艺美术专业人才;同时国家及地方要颁布相应的政策法规，保护工艺美术品行业的健康发展。

中国的工艺品行业经过近20年的发展，已成为世界上最大的生产国和出口国。预计在2024年，中国工艺品贸易额将达3200亿美元。作为与文化、旅游、家居装饰产业紧密相连的工艺美术产业，迎来了难得的发展机遇。

1.8 发展使命

1.9 成功关键

1.10 盈利目标

第二章 工艺品项目公司介绍

2.1 发起人介绍

2.2 项目公司与关联公司

2.3 公司组织结构

2.4 财务经营状况

2.5 公司地理位置

2.6 公司发展战略

2.7 公司内部控制管理

第三章 工艺品项目(产品与服务)介绍

3.1 项目内容与目标

3.2 项目开发思路

3.3 项目创新与差异化

3.4 项目核心竞争力或特点

3.5 项目开发(条件)资源状况

3.6 项目地理位置与背景

3.7 项目设备与设施

3.8 项目建设基本方案与内容

3.9 经营模式与盈利模式

3.10 项目进展

第四章 工艺品市场分析

4.1 行业市场分析

中国的传统手工艺有着悠久而灿烂的历史，在整个中国文化艺术发展史中占有重要的地位，文化史、美术史、设计史中，手工艺是贯穿其中的主要内容之一。彩陶、青铜、玉器、漆器、印染、织绣、陶瓷等艺术构成了辉煌的篇章。在改革开放之后，随着文化艺术交流、设计艺术、手工艺交流的频繁，随着公共空间与生活空间的变化与丰富，随着设计审美与观念的演化更新，随着新材料、新工艺的大量出现，传统手工艺终于开始了向现代形态的转变进程。

我国当前极少的手工艺大师和巨大的市场潜力之间的矛盾已经日益突出，以前传统技艺的师徒传授和手工作坊在商品经济的冲击下逐渐缩小，虽说传统技能的培养非一日之功，但不加以足够的重视的话，中国现代工艺品很难有新的突破;对于工艺品设计艺术人才的培养既要走出专业技能的圈子，又要了解和整合民族技艺文化，促进技艺的转型和创新发展。

从历史的观点上看，现代工艺品整体上缺乏推陈出新，致使人们对传统工艺品大量粗糙的复制，结果自身价值的不断贬值，这种盲目的商业行为对中国传统文化也造成了很大的损失。让我们从历史的角度上理性的分析产生这种结果的原因......

2024年1-12月中国全部工艺美术品制造企业实现累计工业总产值175,088,236千元，比2024年同期增长21.76%;全年实现累计产品销售收入168,483,841千元，比2024年同期增长23.27%;全年实现累计利润总额7,743,791千元，比上年同期增长30.66%。

2024年1-12月中国全部工艺美术品制造企业实现累计工业总产值231,231,218千元，比2024年同期增长32.12%;2024年1-10月中国全部工艺美术品制造企业实现累计工业总产值233,801,851千元，比2024年同期增长25.60%。

在中华民族传统文化的这片肥沃的土壤上，曾经为我们保藏了异常丰富灿烂手工艺艺术品：质朴生活的彩陶、狰狞神秘的青铜器、绚丽多姿的唐三彩、古朴优雅的宋瓷、精致艳丽的苏绣、华贵大方的景泰蓝等等，这些数量众多的工艺品构成了一部活生生的五千年文明史，是我们华夏儿女永远骄傲的资本。

彩陶所给予我们的启示，决不只是原始人的简陋工具和器物造型，它上面的纹饰，反映了原始人的生产方式，从中可看到的不仅是原始人对自然的.理解，对社会的态度，也看到那个时代人类社会的缩影，行为方式是时代文明的结晶，整整一个时代，一个社会的文化见证。中国青铜器产生在商周文化的土壤里，渗透到商周时期的冠、婚、祭、宴等生活领域。无论是唐三彩、宋瓷、苏绣、还是景泰蓝等等，这些实用的工艺品\"有意味的形式\"，在他们的外观和形式中蕴涵着深刻的意味--\"礼\"、\"乐\"封建社会的两大思想支柱，深深的蕴藏在其中，\"形体之美、纹样之美、色泽之美、铭文之美\"，反映中国民族的宇宙意识，生命的情调，政治的权威和社会的亲和力。另外，从粗陶到宋瓷，从青铜器到景泰蓝，我们也不难看出人们在认识自然到改造自然能力的不断进步，这种社会生产力状况无不鲜明的体现在工艺品上，艺术的创新与进步是紧随着对于材料认识的基础上。

由此可见，工艺品的制造与创新都直接反映了当时社会生产力水平、社会文化、哲学，以及人们对于生命自然的理解。

4.2 行业准入与政策环境分析

4.3 市场容量分析

对比现代社会，近几百年科技的飞速发展，人们认识与改造自然的能力日新月异，对于物质材料的选择和利用有了极大的丰富;文明的进步，信息时代的到来，各种文化交流频繁，以符号为特征的新文化的出现，这种繁荣产生了新的价值取向;社会环境的风云变换，和平与战争的交替始终没有停止，人们在张扬自身改造自然能力的同时，却无法直面人性的质朴和自然界的惩罚，新的哲学，以及对自然生命力新的思考...... 没有一个人可以站出来说，我可以轻松驾御现代文化，因为毕竟我们这个时代的文明实在太丰富了，艺术朝着多元化方向发展，这是谁也阻止不了的。但是我们也没有必要完全借助古人的智慧，现代社会丰富的物质基础，不同文化的冲击，生态环境的变化等等，往往给设计师带来灵感。现代设计处于领先地位，高科技的应用也使设计如虎添翼，我们所要表现的东西(艺术品)和我们要表现的手段大有选择的余地。

4.4 供需现状与预测

我国工艺品经历了八十年代不健康的高峰期，长期失去质量与信誉的保障，在人们心中的影响一直不好(以景泰蓝为例)。然而，在工业产品的日趋成熟和商品经济的健康发展的基础上，现代工艺品却有了新的土壤。中国加入wto，在世界经济舞台上扮演着越来越重要的角色，我们有了更好的机会向国际社会展现本民族艺术的魅力，如上海apec会议上唐装秀，2024年春节联欢晚会上的云锦秀，都产生了很大的商业影响;另外，越来越成熟的品牌经营战略，足以引起我们在工艺品市场方面的思考。在新的文化观念和价值取向的影响下，现代工艺品大有作为。

从市场的角度来看，文化与商业经营日趋成熟，每个企事业单位，甚至个体都越来越重视自身独特的文化价值。假如忽略工艺品的实用价值，单纯把它看作一种服务性的商品，同样一件工艺品也不可能同时适用于各个行业，工艺品要与市场需求相结合，量身定做的设计理念逐渐被市场所接受，人们要求\"存异\"，而不是\"求同\"，异于别人的文化理念和市场定位。只有这样，现代工艺品才能更好的服从于个人或商业的需求，然后市场进行逐步的接受和反馈，才能使现代工艺品有了不断创新与发展的土壤。

将这块\"肥沃的土壤\"进行简单的分区，我们可以清楚的看到工艺品分布在市场的\"结构\"情况是怎样的：家居环境饰品，旅游纪念品，商业促销礼品，企事业的外事礼品，部分办公用品，庆典、会议与节日、生日礼品等等。

4.5 目标市场分析

我们可以清楚的看到工艺品分布在市场的\"结构\"情况是怎样的：家居环境饰品，旅游纪念品，商业促销礼品，企事业的外事礼品，部分办公用品，庆典、会议与节日、生日礼品等等。

小摆设，它们是否与家庭环境的和谐直接反映了主人的艺术品位与修养。工艺品是家装环境中软环境的重要组成部分，也最能体现人性的情趣与格调，对于营造整个居室环境的氛围有重要作用。现代工艺品的设计与家居环境的配合应体现在装饰风格、空间、色彩、光线与心理的各个方面。这就需要有相当美学知识的专业人才进行合理的配置与指导。然而，面临市场上仅有的几件\"艺术品\"，人们哪里有选择的余地。艺术品创作的不自由，同时也导致了审美水平的停滞不前，根据居饰环境的需求进行工艺品的设计创作，具有很广阔的市场前景，设计的创新与引导消费的作用就会得到精彩的体现。

旅游纪念品 成功旅游纪念品的系统开发设计，既能带动旅游区经济的发展，又能起到很好的宣传旅游区文化的作用。随着我国旅游产业的飞速发展，旅游产品的开发设计摆在显著的位置。如何从民俗，文化内涵的角度进行挖掘开发有特色的现代工艺品，是一个很重要的课题。

虽然我国旅游资源非常丰富，但是旅游经济却远远落后于发达国家，仅从欧美旅游区经济调查的数据不难看出，经济发达国家旅游产业收入中旅游纪念品销售额占到30%之多，而且近几年还有上升的趋势，但我国旅游区产品的销售收入却不足整体旅游经济收入的5%，差距可见一斑。难怪每年到中国来旅游的外宾常感叹找不到具有特色的旅游品带回去做纪念，中国从南到北各地工艺品商店千篇一律的商品又不注意个性特色的开发与专利保护，更乏人带头组织中国工艺品和旅游品到国外开店专卖。就算是在在旧金山老式华埠的商店里，却还是充斥传统的市俗祈祝瓷器如财神、菩萨、龙凤花烛以及真假古玩，难觅新设计的中国优秀旅游品及工艺品。

4.6 销售渠道分析

第五章 工艺品项目swot综合分析

5.1 优势分析

5.2 弱势分析

5.3 机会分析

5.4 威胁分析

5.5 swot综合分析

第六章 工艺品项目发展战略与实施计划

6.1 执行战略

6.2 竞争策略

6.3 市场营销策略

6.3.1 目标市场定位

6.3.2 定价策略

6.3.3 渠道策略

6.3.4 宣传促销策略

6.3.5 整合传播策略与措施

6.3.6 网络营销策略

6.3.7 客户关系管理策略

6.4 经销商培训与销售网络建设

6.5 公共关系与战略结盟

6.6 售后服务策略

6.7 战略合作伙伴

第七章 工艺品项目管理与人员计划

7.1 项目公司组织结构

7.2 项目公司管理团队(管理层人员介绍或团队组建)

7.3 管理团队建设与完善

7.4 人员招聘与培训计划

7.5 人员管理制度与激励机制

7.6 项目质量控制系统

7.7 项目成本控制管理

7.8 项目实施进度计划

第八章 风险分析与规避对策

8.1 工艺品项目风险分析

8.2 工艺品项目风险规避

8.2.1 政策规避方法

8.2.2 市场风险规避方法

8.2.3 经营管理风险规避方法

8.2.4 人才风险规避方法

8.2.5 融资风险规避方法

第九章 投入估算与资金筹措

9.1 项目融资需求与贷款方式

9.2 项目资金使用计划

9.3 融资资金使用计划

9.4 资金合作方式及与资金偿还保障

9.5 退出机制

第十章 工艺品项目投资效益分析

10.1 财务分析基本假设

10.2 收入估算

10.3 成本与税金估算

10.3.1 采购与水、电、燃料等费用

10.3.2 工资及福利费用

10.3.3 折旧费

10.3.4 维修费

10.3.5 管理费用

10.3.6 销售税金等费用

10.3.7 税率

10.4 成本估算

10.4.1 固定资产折旧费用估算表

10.4.2 销售成本估算表

10.4.3 付现经营成本估算表

10.4.4 运营费用估算表

10.5 损益表与现金流量表估算

10.6 重要财务指标

10.7 财务敏感性分析

10.8 盈亏平衡分析

10.8.1 盈亏平衡点

10.8.2 盈亏平衡分析图

10.8.3 盈亏平衡分析结论

10.9 投资效益分析结论

第十一章 工艺品项目投资价值分析

11.1 分析方法的选择

11.2 收益年限的确定

11.3 基本数据

11.4 投资价值分析结果

第十二章 财务分析附件

(1) 基本报表

(2) 辅助报表

(3) 敏感分析报表

(4) 营业执照

(5) 法人代码证书

(6) 税务登记证

(7) 技术应用成果相关证件

工艺艺术品的设计是一个综合性较强的领域，涉及到的知识面相当广阔，需要我们在各个细节上用心的探索。也许前进的道路上会遇到种种挫折，但作为一名普通的设计者，我衷心地希望中国未来的工艺品会更好。无论其工艺价值，还是文化价值，都能深深的打动人心。

什么是商业策划书?

商业计划书 (business plan) 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”。

作为一份标准性的文件，商业计划书有着大同小异的架构。但是，有的商业计划书却能迅速抓住投资人目光，而有的计划书却只能以进入“回收站”作为使命的终结。客观的说，项目自身素质是最关键最核心的原因，但是，一个完美的、专业的表现形式也同样重要，“酒香不怕巷子深”的逻辑在竞争激烈的现代商业运转中并不适用。一份成功的商业计划书涵盖了投资人对于融资项目所需了解的绝大信息，并且对于其中投资人通常关注的要点进行重点陈述分析。这样的商业计划书可以大大减少投资者在进入尽职调查之前的工作量，便于双方迅速进入后期实质运作。不同的融资项目，由于项目性质不同、项目所处阶段不同等各种因素，投资人关注点会有所侧重。

一般而言，项目的市场、产品、管理团队、风险、项目价值等方面是投资人评审项目的要点。商业计划书的基础性内容是项目的市场调查(因为几乎所有商业项目都涉及消费行为分析和消费行为预期)，成本低的或有同类企业作为参照的项目，可以自己按程序去做市场调查;涉及市场范围大，或投资额大，或项目没有已经在运行的同类企业可比较参照的，需委托专业市场调查机构完成。

企业编制商业计划书的理念是：首先是为客户创造价值，没有客户也就没有利润;其次是为投资商提供回报;第三是作为指导企业运行的发展策略。站在投资商的立场上，一份好的商业计划书应该包括详细的市场规模和市场份额分析;清晰明了的商业模式介绍，集技术、管理、市场等方面人才的团队构建;良好的现金流预测和实事求是的财务计划。

随着接触深入，如果投资商对该项目产生了兴趣，会与企业签署一份投资意向书，并对企业进行价值评估与尽职调查。通常企业与投资商对项目进行价值评估时着眼点是不一样的。

商业策划书有什么用呢?

商业项目策划书(business plan)作用之处很多，主要的方面有：

1.对政府：对于利用政府资助的创业项目要求有商业项目策划书;

2.对外合作：招募其它股东或者合伙人时，商业项目策划书也是最有说服力的;

3.对金融机构：在金融机构的商业贷款,商业项目策划书都是相当重要的文件;

4.对投资者：把所有的商业经营问题都搞清楚，今后企业运作有规可循;

编写一份优秀的商业项目策划书不是一件简单的事情，重要的商业项目策划书则需要委托专业商务顾问编制。值得指出，国际上相关机构的商业项目策划书的审查人都是行家，很难蒙混过关。

其次是缺乏与外商有效的沟通。这种沟通不单是英语流利不流利，而是使用什么样的商务语言，这种符合国际惯例的商务沟通语言就是高质量的business plan(商业项目策划书)。

**商业策划书格式篇八**

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。下面是小编为您精心整理的商业策划书的写法，希望大家喜欢。

一、创业计划书

是创业者计划创立的业务的书面摘要。

它用以描述与拟创办企业相关的内外部环境条件和要素特点，为业务的发展提供指示图和衡量业务进展情况的标准。

通常创业计划是市场营销、财务、生产、人力资源等职能计划的综合。

商业策划书范本。

写好创业计划书要思考的问题:

(一)关注产品

(二)敢于竞争

(三)了解市场

(四)表明行动的方针

(五)展示你的管理队伍

(六)出色的计划摘要

二、创业计划书的内容

一般来说，在创业计划书中应该包括创业的种类、资金规划及基金来源、资金总额的分配比例、阶段目标、财务预估、行销策略、可能风险评估、创业的动机、股东名册、预定员工人数、具体内容一般包括以下十一个方面:

(一)封面

封面的设计要有审美观和艺术性，一个好的封面会使阅读者产生最初的好感，形成良好的第一印象。

(二)计划摘要

它是浓缩了的创业计划书的精华。

计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并作出判断。

计划摘要一般包括以下内容:

公司介绍;

管理者及其组织;

主要产品和业务范围;

市场概貌;

营销策略;

销售计划;

生产管理计划;

财务计划;

资金需求状况等。

摘要要?量简明、生动。

特别要说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

(三)企业介绍

这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个概要，而是对你的公司作出介绍，因而重点是你的公司理念和如何制定公司的战略目标。

商业策划书范本。

(四)行业分析

在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

关于行业分析的典型问题:

(1)该行业发展程度如何?现在的发展动态如何?

(2)创新和技术进步在该行业扮演着一个怎样的角色?

(3)该行业的总销售额有多少?总收入为多少?发展趋势怎样?

(4)价格趋向如何?

(5)经济发展对该行业的影响程度如何?政府是如何影响该行业的?

(6)是什么因素决定着它的发展?

(7)竞争的本质是什么?你将采取什么样的战略?

(8)进入该行业的障碍是什么?你将如何克服?该行业典型的回报率有多少?

(五)产品(服务)介绍

产品介绍应包括以下内容:产品的概念、性能及特性;主要产品介绍;产品的市场竞争力;产品的研究和开发过程;发展新产品的计划和成本分析;产品的市场前景预测;产品的品牌和专利等。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)做出详细的\'说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。

一般地，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

(六)人员及组织结构

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财务管理、作业管理、产品管理等等。

而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

因为社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的。

企业要管理好这种资源，更是要遵循科学的原则和方法。

在创业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。

此外，在这部分创业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括:公司的组织机构图;各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系;公司的股东名单，包括认股权、比例和特权;公司的董事会成员;各位董事的背景资料。

经验和过去的成功比学位更有说服力。

如果你准备把一个特别重要的位置留给一个没有经验的人，你一定要给出充分的理由。

(七)市场预测

应包括以下内容:

1、需求进行预测;

2、市场预测市场现状综述;

3、竞争厂商概览;

4、目标顾客和目标市场;

5、本企业产品的市场地位等。

(八)营销策略

对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

在创业计划书中，营销策略应包括以下内容:

(1)市场机构和营销渠道的选择;

(2)营销队伍和管理;

(3)促销计划和广告策略;

(4)价格决策。

(九)制造计划

创业计划书中的生产制造计划应包括以下内容:

1、产品制造和技术设备现状;

2、新产品投产计划;

3、技术提升和设备更新的要求;

4、质量控制和质量改进计划。

(十)财务规划

财务规划一般要包括以下内容:

其中重点是现金流量表、资产负债表以及损益表的制备。

损益表反映的是企业的盈利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果;资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

(十一)风险与风险管理

(1)你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险?

(2)你准备怎样应付这些风险?

(3)就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会?

(4)在你的资本基础上如何进行扩展?

(5)在最好和最坏情形下，你的五年计划表现如何?

如果你的估计不那么准确，应该估计出你的误差范围到底有多大。

如果可能的话，对你的关键性参数做最好和最坏的设定。

三、创业计划书的编写步骤

准备创业方案是一个展望项目的未来前景、细致探索其中的合理思路、确认实施项目所需的各种必要资源、再寻求所需支持的过程。

需要注意的是，并非任何创业方案都要完全包括上述大纲中的全部内容。

创业内容不同，相互之间差异也就很大。

第一阶段:经验学习

第二阶段:创业构思

第三阶段:市场调研

第四阶段:方案起草

创业方案全文

写好全文，加上封面，将整个创业要点抽出来写成提要，然后要按下面的顺序将全套创业方案排列起来:

(1)市场机遇与谋略;

(2)经营管理;

(3)经营团队;

(4)财务预算;

(5)其他与听众有直接关系的;信息和材料，如企业创始人、潜在投资人，甚至家庭成员和配偶。

第五阶段:最后修饰阶段

首先，根据你的报告，把最主要的东西做成一个1—2页的摘要，放在前面。

其次，检查一下，千万不要有错别字之类的错误，否则别人对你是否做事严谨会怀疑的。

最后，设计一个漂亮的封面，编写目录与页码，然后打印、装订成册。

第六阶段:检查

可以从以下几个方面加以检查:

(1)你的创业计划书是否显示出你具有管理公司的经验。

(2)你的创业计划书是否显示了你有能力偿还借款。

(3)你的创业计划书是否显示出你已进行过完整的市场分析。

(4)你的创业计划书是否容易被投资者所领会。

创业计划书应该备有索引和目录，以便投资者可以较容易地查阅各个章节。

还应保证目录中的信息流是有逻辑的和现实的。

(5)你的创业计划书中是否有计划摘要并放在了最前面，计划摘要相当于公司创业计划书的封面，投资者首先会看它。

为了保持投资者的兴趣，计划摘要应写得引人人胜。

(6)你的创业计划书是否在文法上全部正确。

(7)你的创业计划书能否打消投资者对产品(服务)的疑虑。

如果需要，你可以准备一件产品模型。

可行性分析与创业计划书范文

一、市场分析

长期以来，国内居民因生活水平较低，对以“厨房”和“卫生间”为主要服务对象的小家电消费很少。

据统计，目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种，而欧美国家这一统计数字高达37种。

据统计，每年国内有至少260万住户搬入新家，随着人们生活水平提高，对“厨房”和“卫生间”的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。

今后2至3年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破30%。

对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种。

目前全国生产浴霸的企业为376家，2024年国内销量估计为400万台，2024年为550万台，20xx年达到700万台，销售额超过10亿元。

在城市居民家庭中，浴霸拥有率不到15%(2024年)，国内消费者对浴霸认同度达82%，市场空间巨大。

浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中杭州奥普浴霸2024年销售额为2。

6亿元，市场分额第一。

目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江、广东一带，但其中小厂居多，多为仿制或oem，自主研发能力不强。

我国长江流域地区，大多住宅没有暖气，冬季洗澡取暖一直是个大问题。

虽然有浴霸和暖风机，但人们更期待一种简便、有效的取暖器具。

根据我的调查，人们对本产品的印象还是不错的，市场潜力巨大。

比照浴霸和暖风机市场，本产品销售市场至少在5--10亿元以上。

我们完全可以借助专利技术优势，迅速占领浴室取暖设备市场，建立自己的品牌和销售网络。

(以上数据来源于、中国家用电器协会)

二、我们的目标

我们的目标是，在2024年制出样品进入市场，发展地市级以上代理商10-15家，销售额在200万元以上，2024年达到500万销售额，2024年达到2024万销售额，利润率保持在30%--50%。

三、资金使用

各种认证、许可证、商标:5万元;

公司组建、购买相关办公用品、人员招募、公司网站等:10万元;

房租水电费、人员工资(半年):15万元;

参加展会、广告费:10万元;

小批量生产成本(5000件):20--25万元;

周转资金:20万元。

合计:100万元。

四、产品成本及盈利分析

为节省费用，降低投资风险，先期的小批量生产以委外加工为主，暂不购买生产设备。

本产品主要包括:桶体，盖子，加热盘，漏电保护器，防干烧保护器，开关，蒸汽调解板，底座，密封圈。

其中加热盘7-8元，漏电保护器12元，防干烧保护器1。

5元，开关0。

5元，其余为塑料件，价格15元，另外产品包装，接线螺丝，运费等，成本合计在40元以下。

批发价暂定为80元，每个毛利为40元，估计两年能收回投资并稍有盈利。

(以上数据是调查的零配件经销商，还有向下浮动的可能)

五、销售前景

目前市场上还没有同类产品，产品销售压力较小。

建议利用各地电器批发商现成的销售网络，进行代理销售。

目前已与多家商家联系过，初步达成销售意向。

六、合作方案

本专利项目是非职务发明，专利权为个人所有。

具体合作方式由双方协商议定。

七、原材料供应方案

可外协生产，无特殊要求。

八、本项目的未来

由于本产品制造简便，门槛不高，难免被人仿造。

除了加强打假力度之外，不断升级产品也是拓展市场的必要手段。

目前，已开发了两款样品，准备在明年继续推出3-5款新品，随着产品的升级换代，我们必能牢牢站稳市场。

http:///

**商业策划书格式篇九**

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.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 市场分析

**商业策划书格式篇十**

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 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 竞争分析

一、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(种类、价位、特点、包装、营销、市场占有率等)

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

五、公司产品竞争优势

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

**商业策划书格式篇十一**

下面是由本站为大家整理的商业策划书格式模板，欢迎大家阅读参考!

商业策划书格式模板【一】

商业策划书的目的很简单，它就是创业者手中的武器，是提供给投资者和一切对创业者的项目感兴趣的人，向他们展现创业的潜力和价值，说服他们对项目进行投资和支持。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：

1、公司的商业机会;

2、创立公司，把握这一机会的进程;

3、所需要的资源;

4、风险和预期回报;

5、对你采取的行动的建议。

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，政策机构等，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的成功;太长，则会被认为太罗嗦，表达不清楚。适合的篇幅一般为20-40页长(包括附录在内)。

从总体来看，写商业策划的原则是：简明扼要;条理清晰;内容完整;语言通畅易懂;意思表述精确。商业计划书一般包括如下十大部分的内容：

一、执行总结

是商业计划的一到两页的概括。包括：

1、本商业(business)的简单描述(亦即“电梯间陈词”)

2、机会概述

3、目标市场的描述和预测

4、竞争优势

5、经济状况和盈利能力预测

6、团队概述

7、提供的利益

二、产业背景和公司概述

1、详细的市场描述，主要的竞争对手，市场驱动力

2、公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足一个关键的顾客需求。

3、一定要描述你的进入策略和市场开发策略

三、市场调查和分析

这是表明你对市场了解程度的窗口。一定要阐释以下问题：

1、顾客

2、市场容量和趋势

3、竞争和各自的竞争优势

4、估计的市场份额和销售额

5、市场发展的走势(对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实)

四、公司战略

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题

1、营销计划(定价和分销;广告和提升)

2、规划和开发计划(开发状态和目标;困难和风险)

3、制造和操作计划(操作周期;设备和改进)

五、总体进度安排

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件

1、收入

2、收支平衡点和正现金流

3、市场份额

4、产品开发介绍

5、主要合作伙伴

6、融资

六、关键的风险、问题和假定

1、创业者常常对于公司的假定和将面临的风险不够现实

2、说明你将如何应付风险和问题(紧急计划)

3、在眼光的务实性和对公司的潜力的乐观之间达成仔细的平衡

七、管理团队

1、介绍公司的管理团队。一定要介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景

2、注意管理分工和互补

3、最后，要介绍领导层成员，商业顾问以及主要的投资人和持股情况

八、企业经济状况

介绍公司的财务计划，讨论关键的财务表现驱动因素。一定要讨论如下几个杠杆：

1、毛利和净利

2、盈利能力和持久性

3、固定的、可变的和半可变的成本

4、达到收支平衡所需的月数

5、达到正现金流所需的月数

九、财务预测

1、包括收入报告，平衡报表，前两年为季度报表，前五年为年度报表

2、同一时期的估价现金流分析

3、突出成本控制系统

十、假定公司能够提供的利益

这是你的“卖点”，包括

1、总体的资金需求

2、在这一轮融资中你需要的是哪一级

3、你如何使用这些资金

4、投资人可以得到的回报

5、你还可以讨论可能的投资人退出策略

当你在写商业计划的时候，应该达到下列目标：

1、力求表述清楚简洁。

2、关注市场，用事实说话，因此需展示市场调查和市场容量。

3、解释潜在顾客为什么会掏钱买你的产品或服务。

4、站在顾客的角度考虑问题，提出引导他们进入你的销售体系的策略。

5、在头脑中要形成一个相对比较成熟的投资退出策略。

6、充分说明为什么你和你的团队最合适作这件事。

7、请你的读者做出反馈。

当你做商业计划并向投资者提交时，必须避免下列问题：

1、对产品/服务的前景过分乐观，令人产生不信任感。

2、数据没有说服力，比如拿出一些与产业标准相去甚远的数据。

3、导向是产品或服务，而不是市场。

4、对竞争没有清醒的认识，忽视竞争威胁。

5、选择进入的是一个拥塞的市场，企图后来居上。

6、商业计划显得非常不专业，比如缺乏应有的数据、过分简单或冗长。

7、不是仔细寻求最有可能的.投资者，而是滥发材料。

商业策划书格式模板【二】

商业策划书形式与内容

目录

执行概要…………………………………………………

第一部分公司基本情况…………………………………

第二部分公司管理层……………………………………

第三部分产品/服务………………………………………

第四部分研究与开发……………………………………

第五部分行业及市场情况………………………………

第六部分营销策略………………………………………

第七部分产品制造………………………………………

第八部分管理……………………………………………

第九部分融资说明………………………………………

第十部分财务计划………………………………………

第十一部分风险控制………………………………………

第十二部分项目实施进度…………………………………

第十三部分其它……………………………………………

备查资料清单……………………………………………………

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?

一、怎样写好商业计划书

二、商业计划书的内容

1.计划摘要

计划摘要一般要有包括以下内容：公司介绍、主要产品和业务范围、市场概貌、营销策略、销售计划、生产管理计划、管理者及其组织、财务计划、资金需求状况等。

企业家的素质对企业的成绩往往起关键性的作用。在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

(1)企业所处的行业，企业经营的性质和范围;

(2)企业主要产品的内容;

(3)企业的市场在那里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求;

(4)企业的合伙人、投资人是谁;

(5)企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

2.产品(服务)介绍

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，风险企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品(服务)能否帮助顾客节约开支，增加收入。

(1)顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处?

(2)企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品?

(5)企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。

3.人员及组织结构

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。

4.市场预测

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求?需求程度是否可以给企业带来所期望的利益?新的市场规模有多大?需求发展的未来趋向及其状态如何?影响需求都有哪些因素。其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况??企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些?是否存在有利于本企业产品的市场空档?本企业预计的市场占有率是多少?本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响?等等。

在商业计划书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述;竞争厂商概览;目标顾客和目标市场;本企业产品的市场地位;市场区域和特征等等。

5.营销策略

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

(1)消费者的特点;

(2)产品的特性;

(3)企业自身的状况;

(4)市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在商业计划书中，营销策略应包括以下内容：

(1)市场机构和营销渠道的选择;

(2)营销队伍和管理;

(3)促销计划和广告策略;

(4)价格决策。

6.制造计划

商业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状;新产品投产计划;技术提升和设备更新的要求;质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，风险企业家应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何;怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性;设备的引进和安装情况，谁是供应商;生产线的设计与产品组装是怎样的;供货者的前置期和资源的需求量;生产周期标准的制定以及生产作业计划的编制;物料需求计划及其保证措施;质量控制的方法是怎样的;相关的其他问题。

7.财务规划

财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制;损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果;资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

财务规划一般要包括以下内容：

(1)商业计划书的条件假设;

(2)预计的资产负债表;预计的损益表;现金收支分析;资金的来源和使用。

企业的财务规划应保证和商业计划书的假设相一致。事实上，财务规划和企业的生产计划、人力资源计划、营销计划等都是密不可分的。要完成财务规划，必须要明确下列问题：

(1)产品在每一个期间的发出量有多大?

(2)什么时候开始产品线扩张?

(3)每件产品的生产费用是多少?

(4)每件产品的定价是多少?

(5)使用什么分销渠道，所预期的成本和利润是多少?

(6)需要雇佣那几种类型的人?

(7)雇佣何时开始，工资预算是多少?等等

商业策划书格式模板【三】

美国的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，而不像和女孩子初恋。双方各有打算，仅靠空口许诺是无济于事的”。商业计划书对那些正在寻求资金的风险企业来说，就是“金钥匙”,决定着投资的成败。对刚开始创业的风险企业来说，商业计划书的作用尤为重要，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，会发现原本还在“雏型”的项目已经变得清晰可辨，也更利于风险企业家认识和把握该项目。

商业计划书首先是把计划中要创立的企业推销给了风险企业家自己。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：

(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?

第一部分：摘要

摘要是风险投资者首先看到的部分。通过摘要，风险投资者对你和你的计划书形成第一印象，所以摘要必须形式完美，叙述清楚流畅。

第二部分：公司及未来

这部分要使风险投资者对你公司的几个主要项目及未来的发展战略有一定程度的了解，各专题既要独具特色，又要构成一个相关的整体。

1.概述：只要你提供的公司名称、地址、电话号码、联系人等资料皆清楚无误，则风险投资者将不会提出任何问题。如果可能，可提出行业分类标准，请注意，千万不要给人无法收到的电话号码，如果你不在，应建立接转电话的服务机构或请朋友代转。

2.公司的自然情况：这里，你要力求用最简练的一段话描述公司的业务情况。更重要的是，要用最简短的一句话使风险投资者可以概略认识你的公司。如果你公司已是计算机网络成员，则你对公司的描述应与在计算机中的描述一致，这样，风险投资者可以依据你的行业分类目录概略认识你公司，如果你的文字欠简明扼要，则对方可能要求你解释，以确认你公司所属行业。

3.历史情况：这里，风险投资者主要寻求一个概略性的认识。即使对方已读过公司历史这节，他可能还要求你描述公司的历史，他们欲详细了解过去发生了哪些事件。这节似乎很难确定问题的基本类型，但对方很可能提出与公司特殊历史事件相关的问题。其中一类典型问题可能是：\"为什么你人帮了这件事或做了那件事?\"另一类典型问题则可能是：\"你公司发展历史上有哪些重要的里程碑?为什么有实现这些历史转折?\"

4.公司管理：该部分主要介绍公司的管理情况，领导者及其他对公司业务有关键影响的人。通常，小公司不超过三个关键人物。风险投资对关键人物十分关心。你应该从最高层起，依次介绍，而且注意，关键人物不等于有成就者。主要包括董事和高级职员、关键雇员、管理者之职业道德、薪金等方面。

5.公司未来的发展规划：这里，风险投资者还是寻求有关公司未来可完成的里程碑的信息。他们可能提出涉及及未来关键阶段的问题，其基本问题可能是：\"你如何完成计划书规定的关键指标?\"

6.唯一性(管理唯一、产品服务唯一或投资基础唯一等)：这里，你必须回答的问题是：\"本公司独特的原因何在?\"这个问题变换说法为：\"与世界上所有小公司比较，有哪些因素使你公司兴旺发达?\"在公司总体范畴之内，大公司通常优越于小公司，如果认为这条规律有一定道理，那么，在你不得不与大公司竞争时，如何保证你公司必胜?为使风险投资者满意放心，你必须明确提出本公司之不寻常的优势，可以确保成功。如果你只是\"此外，我也差不多\"式的回答，对方很可能听听睡着了。

7.产品或服务介绍：这里，风险投资者要了解你出售什么，以及市场上需要什么样的产品和满意的服务;他要努力评估你产品的可销售程度和创新程度;他还关心你公司产品处于产品生命周期的哪一阶段。他的问题可能是：\"为什么这种产品或服务有实用价值?它为用户提供哪些功能?用户的购买动机是什么\"本产品寿命周期如何?何时可能被新产品取低?有无计划出新产品或以现存的产品冲出你的产品市场?这种冲出有利还是有害?你的产品责任是什么?若用户使用你的产品而受到伤害，你要承担哪些责任?你的产品价格受到哪些限制?价格弹性多少?产品耐用性如何?如何进行产品技术改进?在产品生命周期曲线中，你产品处于哪个阶段?\"

8.行业情况：这里，风险投资者钭千方百计分析认识你的行业。他的问题可能是：\"你在你行业中成功之关键何在?如何保证你公司和产品与你行业协调一致?此外还有一些基本问题，像\"你如何了解确认你行业之总销售额与增长速率?你行业基本发展趋势如何?哪些行业变化对你公司盈利水准影响最大?你行业有哪些贸易壁垒?第三者初次进入你所属的行业圈难度如何?与同行其它产品比较，你的产品新颖处何在?本行业销售受哪些季节性因素影响?你的销售范围圈有多广，是地方、地区、全国还是全世界?\"

应该注意的是，你所介绍的本行业一定时期内的销售额，不能包括未被你产品占领的领域的销售额。例如：若一个公司只制造微型电脑，则不能说已占领了全部电脑市场。微型电脑市场只是整个电脑市场的一部分，对应的行业只是微电脑市场，而不是全部电脑市场，事实上，目前的微电脑市场已很广阔了。

9.竞争者：这里，风险投资者希望了解：谁是竞争者，其实力如何，有何优势，以及你自身有哪些优势。其典型的问题可能是：\"你有哪些超过竞争对手的优势?关于价格、性能、服务和保证措施，你公司与竞争对手优劣如何?竞争对手有哪些超过你的优势?谁是你最主要的竞争对手?谁是你的行业伙伴?你与谁在高层次基础上竞争?你的产品有无替代品?如果有，谁制造这种产品?其地替代频繁程度怎样?你与竞争对手的价格差异如何?有无竞争对手加入你的行业?如果你打算选择某一市场与竞争对手共享，你的具体措施如何?希望竞争对手如何做出反应?你的竞争对手有股票公开上市的公司吗?\"

10.销售策略：这里，风险投资者将集中精力分析研究你的市场行销战略，它希望了解你产品从生产现场最终转到用户手中的全部过程。某些基本问题可能为：\"描述你的产品的分销管道，即说明你产品从生产现场转到最终用户的全过程。你的产品有哪些行销环节?是本公司直接零售，还是通过行业销售网销售?广告在市场行销战略中地位如何?你的基本广告策略是什么?其成本怎样?你的销售对广告的敏感程度怎样?你曾采用过哪些市场渗透策略?现计划采用哪些市场渗透策略?若你的产品和行业进入成熟期计划采用何种市场战略?目前销售难度如何?需要直接推销否?即销售人员是否需要直接对用户叫卖?销售复杂且周期长;还是相当简单且直接推销?购买单件产品费用是高还是低?用户购买产品时是否一定要事前做预算?从与购买者签约到最终销售的时间长短如何?政府对市场交易是否有严格管制?\"。

第三部分：投资说明

关于投资，你应该提出自己的融资方案，即对贷款、认股权、优先股、普通股等多种投资形式阐明自己的意见，意见要尽可能具体，使对方全面准确了解己方到底准备采用何种融资方式，并愿意付出多大代价。

第四部分：风险因素

投资者向你公司投资可能会遇到何种风险?你应从政策、经营、资源、财务等各方面加以叙述。在说明过程中，只正面叙述，不做评论性说明，主要包括：经营历史的限制、资源限制、管理经验限制、市场不确定性限制、生产不确定性限制、破产对关键管理者的依赖程度等。

第五部分：投资回报与退身之路

这是投资者非常关心的问题。因为大多数风险投资者并无真正意愿想长期持有公司的股权，而是希望能在条件成熟时“金蝉脱壳”，从而通过股票的增值获取收益。一般来说风险投资者可提出三种投资变现方式，主要包括股票上市，出售公司和买回等。你应指出自己希望采用何种方式。

第五部分：经营分析与预测

该部分主要基于公司历史的经营业绩分析，据以预测未来的经营情况，这里主要应以公司过去财务数据为基础，预测未来经营可能的收入、成本与费用，同时，通过比率分析预测出未来经营效率的高低及经营成果的好坏。

第六部分：财务报告

计划书中应包含你公司当前的财务报告，并附有适当的说明。无论如何，无当前财务报表的计划书是无法让人接受的。一份没有当年财务报告的项目是难以引起风险投资者的兴趣的。

第七部分：财务预测

对公司未来5年的财务状况进行预测，还需预测以年的资金流量表，以便每个读者能确切了解公司资金流动状态。

第八部分：关于产品的报道、介绍、样品与图片

为增加计划书的说服力，你可以收集一些自己公司的综合介绍文献、搜集行业产品目录、收集某些产品图片等情况等。这些对争取投资均有一定作用，但不宜过多，否则会起喧宾夺主的反作用。需要声明的是，这些只能作为计划书的附件。

总述：

以上介绍的是计划书的全部内容，根据公司及项目的具体情况，可以结合实际情况在此基础上增添或删改，这都是为了满足项目的需要。

**商业策划书格式篇十二**

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

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