

# 咨询行业商业计划书

# 目录

概论 .....	4
一、 进入国际市场的方式 .....	4
(一)、 贸易进入方式 .....	4
(二)、 合约进入方式 .....	6
(三)、 股权进入方式 .....	7
二、 咨询项目土建工程 .....	8
(一)、 建筑工程设计原则 .....	8
(二)、 咨询项目工程建设标准规范 .....	9
(三)、 咨询项目总平面设计要求 .....	9
(四)、 建筑设计规范 .....	9
(五)、 土建工程设计年限及安全等级 .....	10
(六)、 建筑工程设计总体要求 .....	10
(七)、 土建工程建设指标 .....	10
三、 咨询投资管理策略 .....	11
(一)、 咨询投资估算主要内容 .....	11
(二)、 咨询设备购置投资费用管理 .....	14
(三)、 咨询装修施工投资费用管理 .....	18
(四)、 咨询流动资金管理 .....	20
四、 经济影响分析 .....	22
(一)、 经济费用效益或费用效果分析 .....	22
(二)、 行业影响分析 .....	23
(三)、 区域经济影响分析 .....	24
(四)、 宏观经济影响分析 .....	25
五、 咨询项目建设背景及必要性分析 .....	25
(一)、 咨询项目承办单位背景分析 .....	25
(二)、 咨询项目背景分析 .....	26
(三)、 咨询项目建设必要性分析 .....	27
六、 对策措施与建议 .....	28
(一)、 事故隐患的整改措施 .....	28
(二)、 建议的安全对策措施 .....	29
七、 发展规划 .....	30
(一)、 公司发展规划 .....	30
(二)、 保障措施 .....	32
八、 组织机构及人力资源 .....	34
(一)、 人力资源配置 .....	34
(二)、 员工技能培训 .....	35
九、 资源合理利用 .....	36
(一)、 能源利用 .....	36
(二)、 水资源利用 .....	37
(三)、 土地资源利用 .....	38
(四)、 原材料资源利用 .....	39
(五)、 其他资源的合理利用 .....	40

十、风险风险及应对措施.....	41
(一)、咨询项目风险分析.....	41
(二)、咨询项目风险对策.....	42
十一、咨询项目合作伙伴与利益相关者.....	44
(一)、合作伙伴策略与关系建立.....	44
(二)、利益相关者分析与沟通计划.....	44
十二、制度运行与优化.....	45
(一)、制度执行与监督.....	45
(二)、制度优化与更新.....	46
十三、持续改进与创新.....	47
(一)、质量管理与持续改进.....	47
(二)、创新与研发计划.....	48
(三)、客户反馈与产品改进.....	49
十四、咨询项目人力资源培养与发展.....	50
(一)、人才需求与规划.....	50
(二)、培训与发展计划.....	50
十五、技术创新战略.....	51
(一)、技术创新战略概述.....	51
(二)、技术创新战略的类型.....	52
(三)、技术创新战略的选择.....	53
十六、进度计划方案.....	55
(一)、咨询项目进度安排.....	55
(二)、咨询项目实施保障措施.....	56
十七、咨询项目招投标方案.....	57
(一)、招标依据和范围.....	57
(二)、招标组织方式.....	58
(三)、招标委员会的组织设立.....	58
(四)、咨询项目招投标要求.....	59
(五)、咨询项目招标方式和招标程序.....	61
(六)、招标费用及信息发布.....	62
十八、战略合作伙伴与外部资源.....	63
(一)、战略合作伙伴的筛选与合同.....	63
(二)、外部资源管理与协同.....	64
(三)、合作绩效与目标达成.....	64
(四)、利益共享与联合创新.....	65
十九、战略合作伙伴关系.....	65
(一)、合作伙伴选择和评估.....	65
(二)、合作协议和合同管理.....	67
(三)、共同研发和市场推广.....	70
(四)、供应链合作和协同管理.....	72
(五)、合作伙伴关系风险管理.....	73
二十、创新驱动.....	75
(一)、企业技术研发分析.....	75
(二)、咨询项目技术工艺分析.....	76

(三)、质量管理 .....	76
(四)、创新发展总结 .....	77

# 概论

在您开始阅读本报告之前，我们特此声明本文档是为非商业性质的学习和研究交流目的编写。本报告中的任何内容、分析及结论均不得用于商业性用途，且不得用于任何可能产生经济利益的场合。我们期望读者能自觉尊重这一点，确保本报告的合理利用。阅读者的合法使用将有助于维持一个共享与尊重知识产权的学术环境。感谢您的配合。

## 一、 进入国际市场的方式

### (一)、 贸易进入方式

#### (一) 贸易进入方式

贸易进入是企业进入国际市场的方式，通过向国际目标市场出口产品来实现。这是传统和常见的国际市场进入方式，也是初级的国际化战略。采用贸易进入方式，产品在国内生产，生产地点不变，生产设施仍留在国内，劳动力无国际流动，出口产品可以与国内销售产品相同，也可根据国际市场需求进行适当调整。如果在国际市场遇到困难，仍可以转向国内市场销售，因此，这种方式的经营风险相对较小，对产品结构和生产要素组合的影响不大。

贸易进入方式可分为间接出口和直接出口两种方式。

#### 1. 间接出口

公司的国际化战略通常从出口开始，特别是采用间接出口方式。间接出口是通过独立中介机构进行的出口活动，是企业步入国际市场最常采取的方式之一。

间接出口的主要方式包括：

将产品卖给外贸公司，产品所有权转移到外贸公司，由外贸公司出口到国际市场。

委托外贸公司代理出口产品，产品所有权仍归生产企业所有，外贸公司充当代理商。

委托国内其他企业的国际销售机构代销产品，共同开拓国际市场。

## 2. 直接出口

随着企业的不断成长，最终可能会决定自行管理出口活动。尽管这将增加投资和风险，但潜在的利润也更高，因此采用直接出口方式。直接出口是指企业自行承担全部出口业务。

直接出口的主要方式包括：

直接向外国客户提供产品。

直接接受外国政府或企业的订单。

根据外国客户的需求定制产品并出口。

参与国际招标活动，中标后按合同生产并出口产品。

委托国外代理商代理业务。

在国外建立自己的销售机构。

## (二)、合约进入方式

### (一) 进入国际市场的方式

企业进入国际市场有多种方式，其中之一是通过与国外企业签订技术转让、技术服务、管理技术、委托生产等合同来实现。由于国际贸易保护主义的兴起，出口市场受到限制，因此许多企业转向了采用技术转让合同的方式来输出技术和服务以促进产品出口。这种方式不仅可以降低生产成本和经营风险，还可以减少汇率波动的风险，同时也促进了经济技术合作。因此，在贸易保护主义时代，这种方式成为众多企业的首选。

进入国际市场主要有以下几种方式：

#### 1. 许可证贸易

许可证贸易是一种简单的国际市场营销方式。通过授予国外公司许可证，允许其使用自己的生产流程、商标、专利、商业秘密等有价值的内容，来获取费用或版权。这种方式实际上是有偿技术转让，出口企业可以获得技术转让费用或其他形式的回报。通过这种方式，发证企业可以以较小的风险进入国际市场，而持证企业可以获得知名品牌或产品的生产技术。

#### 2. 特许经营

特许经营是许可证贸易的一种特殊形式，特许人向持证人授予完整的品牌概念和生产运营系统。持证人负责投资并开展经营活动，并向特许人支付一定的费用。在特许经营中，持证人不仅获得了特许人的工业产权，还需要按照特许人的经营体系（如经营风格、管理方法等）开展经营活动。特许经营双方的关联程度较高，特许人通常将持证人视为自己的分支机构，实行统一的经营政策、风格和管理，并向客户提供标准化的服务。

### 3. 合约管理

合约管理是通过签订合同的方式，由企业向国外企业提供管理知识和专门技术，以及派遣相应的管理人员来参与指导国外企业的经营管理。通过提供这些技术和服 务，可以获得回报。许多国际酒店业就采用了合约管理的方式。

### 4. 合约生产

合约生产模式下，公司雇佣当地制造商进行产品生产。这是一种委托生产的合同，委托方与外国企业签订合同，要求其按照规定的数量、质量和时间生产整个产品或零部件。在合约生产中，委托方通常具有资金、技术和营销优势。产品由委托方销售，可以实现本地生产和销售，也可以本地生产并在全球范围内销售。

## **(三)、股权进入方式**

### **(三) 股权进入方式的形式**



股权进入方式指的是企业通过直接投资，购买外国公司的一部分或全部股权，以在国外从事生产和产品销售来进入国际目标市场。股权进入被视为企业进入国际市场的高级形式。通过直接投资，企业能够深入了解市场，充分利用东道国的资源，并获得东道国政府的支持和理解。但是，由于涉及资本投入和其他生产要素，股权进入方式也面临更大的政治风险和商业风险。

股权进入方式一般采用以下两种形式：

### 1. 合资经营

合资经营指的是本国企业与一个或多个国外企业按照一定比例共同投资兴办企业，并共同经营、共同承担风险以及分享经营利润。这种方式允许合作伙伴共同投资和承担风险，同时也有助于在国际市场上建立合作伙伴关系。

### 2. 独资经营

独资经营指的是企业在国外单独投资兴办企业，独立经营并承担所有风险和收益。企业可以通过收购或者独立兴建企业来实现独资经营。收购方式能够更快速地进入国际市场，实现业务的快速扩张。然而，收购可能会面临资产质量不佳、文化差异等挑战。而兴建企业则有利于按照自身的设计目标进行运营，但通常需要更长的时间来建立业务。

## 二、咨询项目土建工程

### (一)、建筑工程设计原则

建筑物平面设计应以满足现代生产工艺的要求为前提，注重生产流程布局的合理性，以实现人货分流、功能分区明确为目标，同时需充分符合规范的要求。设计应充分考虑生产设备的布置，以确保生产流程的高效运转和安全生产。同时，也要注重节能、环保、可持续发展等方面的考量，以打造符合现代绿色制造要求的建筑平面设计。

## **(二)、咨询项目工程建设标准规范**

《民用建筑设计通则》和《屋面工程技术规范》是两本重要的建筑设计和施工规范书籍。这些规范对于指导建筑师、工程师和施工人员进行民用建筑设计和屋面工程的技术和规范要求非常重要。

## **(三)、咨询项目总平面设计要求**

咨询项目建设应考虑未来发展或改、扩建的可能性，预留充足的空间和资源，以适应未来的业务拓展和发展需求。特别要注意留有充足的土地和建筑空间，确保未来扩建时不受制约。

咨询项目应制定完整的绿化规划，合理布局绿化区域，选择适宜的植被种植，以提高环境美观度和生态友好度。

在咨询项目的规划和设计中，应合理划分功能区，确保人流、车流、物流的通畅，避免或减少交叉和拥堵现象。建筑布局应紧凑有序，交通便捷，便于管理和监控。

总的来说，咨询项目建设要顾及未来发展，保留发展空间，注重绿化规划，合理规划功能区，确保交通便利和管理效率。这样设计不

仅满足现阶段的需求，也有利于咨询项目未来的可持续发展。

#### **(四)、建筑设计规范**

- 1、 《砌体结构设计规范》
- 2、 《建筑地基基础设计规范》

- 3、 《建筑结构荷载规范》
- 4、 《混凝土结构设计规范》
- 5、 《建筑抗震设计规范》

#### **(五)、土建工程设计年限及安全等级**

为了符合规范要求,我们应该在砌体结构中安装地圈梁和构造柱,并确保建筑物的耐火等级达到II级。

#### **(六)、建筑工程设计总体要求**

咨询项目的主办单位在设计建筑时,必须遵守国家现行的技术规范和相关规定。对于特殊建筑物,应按照专门的技术规范和标准进行设计和施工。建筑设计需要根据生产工艺的要求提出设计条件,并结合整体布局考虑平面布局、空间组合和结构选型。为了满足施工、安装和维修的需求,设计需要全面考虑各个方面,不仅要满足生产经营的需求,还要注重建筑形象的塑造。

咨询项目的建筑和结构设计需要满足生产工艺的要求,同时尽量贯彻工业厂房的联合化、露天化和轻型化原则,并根据实际情况灵活设计。在采光、通风、保温隔热、防火、防腐和抗震等方面,设计必须严格按照国家现行的规范、规程和规定执行。努力做到设计既保证安全、技术先进、经济合理、美观实用,还要方便施工、安装和维修。

#### **(七)、土建工程建设指标**

本期工程咨询项目预计总建筑面积为 XX 平方米，其中计容建筑面积为 XX 平方米，计划建筑工程投资为 XX 万元，占咨询项目总投资的 XX%。

### 三、咨询投资管理策略

#### (一)、咨询投资估算主要内容

##### (一) 设备投资成本

创办咨询所需的设备投资是一项不可或缺的资金支出。这其中包括但不限于陈列架、货架、收银系统、电脑、打印机等各类硬件设备和相关软件。设备投资费用会因店铺规模和经营范围的不同而有所差异。在进行投资时，需要考虑设备的质量和品牌选择，以确保长期运营的稳定性。

##### (二) 装修施工费用

开设咨询之前，装修施工费用是必须仔细考虑的一项重要开支。这包括店内外的装修所需的材料和劳务费用。首先，需要制定一份合理的装修方案，然后计算购买材料和雇佣工人所需的费用。装修施工费用的多少与店铺规模、地理位置和装修风格密切相关。

##### (三) 初期准备资金

为了迎接开业初期的各种开支，需要提前准备一笔资金，即预备费。这些支出可能包括开业庆典、广告宣传、库存采购、员工工资和租金等。预备费的设立旨在应对初期可能出现的资金紧张情况，确保咨询在初始经营阶段能够平稳运营。具体预备费用的确定应根据当地市场条件和实际经验进行合理估算。

#### （四） 库存采购开支

作为咨询的核心商品，库存采购费用是投资计划中不可忽视的一环。根据店铺大小和销售策略，需要提前购买一定数量的产品作为起步库存。库存采购费用取决于所选择的产品品牌、样式、数量和价格等因素。

#### （五） 运营成本

咨询的运营成本包括员工工资、水电费、物业管理费、广告宣传费用、税务等方面的支出。这些成本每月都会发生，需要在投资计划中进行详细预算和分析。

#### （六） 租金与押金

咨询的地理位置对业绩有着重要的影响，因此租金与押金是创办咨询时不可忽视的重要成本。具体租金和所需支付的押金金额将根据店铺面积、地段和租赁合同条款等因素确定。

#### （七） 其他开支

除了以上主要开支，还有一些杂项费用需要纳入考虑，如保险费、专业咨询费用、法律事务费等。这些费用通常是一次性或定期性支出，需要在投资计划中列明并进行合理估算。

## (八) 营销与推广费用

成功经营咨询需要一定的营销与推广投入。这涵盖了广告宣传、促销活动、社交媒体推广等方面的费用。建立知名度和吸引顾客对于新开业的咨询至关重要，因此在投资计划中应充分考虑这一方面的支出。

#### （九）技术与信息系统费用

随着科技的不断发展，拥有高效的技术和信息系统对咨询的经营至关重要。这包括点-of-sale 系统、库存管理软件、在线销售平台等。投资于这些技术和系统，有助于提高运营效率和顾客体验，但也需要在预算中予以充分考虑。

#### （十）培训与人力资源开支

为确保团队的专业水平和服务质量，需要投资于员工培训与人力资源开支。这包括新员工的培训费用、培训材料费用以及可能的员工福利成本。高素质的团队有助于提升咨询的服务水平和整体运营效能。

#### （十一）紧急备用资金

在商业运营中，难以预测的紧急情况可能会发生。因此，设立一笔紧急备用资金是为了在遇到突发状况时能够迅速应对，确保咨询的稳定运营。紧急备用资金的具体数额可根据咨询行业经验和风险评估进行适当设定。

#### （十二）持续改进与创新费用

为保持竞争力，咨询需要不断进咨询行业务改进和创新。这可能涉及产品研发、服务创新以及市场调查等方面的费用。投资于持续改进与创新，有助于适应市场变化，满足顾客需求，提升品牌价值。



## 结语

综合考虑上述各项开支，咨询的投资计划不仅仅涉及设备购置、装修、预备费、库存采购和运营成本等基础开支，还需要考虑市场推广、技术与信息系统、员工培训、紧急备用资金以及持续创新等方面的投入。通过细致的预算和周密的规划，可为咨询的成功开业提供全面支持，并为未来的经营打下坚实基础。

## **(二)、咨询设备购置投资费用管理**

### **(一) 制定投资计划**

在咨询设备购置前，需要进行全面的投资计划。首先，确立所需设备的种类和数量，并进行市场价格的调查，以建立详尽的投资预算。此外，还需考虑到相关的配套设备、运输费用、以及设备安装等额外费用，确保投资计划的全面性和准确性。

### **(二) 设备选择与采购**

咨询设备的选择与采购是影响成本和效益的核心环节。首先，根据咨询的规模、特点和需求，对每个设备进行详细的性能、功能和品质评估，以确保选用的设备能够满足业务需求，并具有良好的性价比。其次，需综合考虑供应商的信誉、售后服务以及设备的维修保养等因素，选择可信赖的供应商进行采购，确保设备的质量和及时供货。

### **(三) 设备使用与维护**

设备购置后，咨询需要建立完善的设备使用与维护管理制度。首先，组织相关人员进行设备正确使用的培训，确保操作规范和安全可靠。其次，制定设备的维护保养计划，定期检查设备的运行状态，及

时处理故障，以延长设备的使用寿命。同时，进行设备保险投保，以应对可能的意外损失和风险。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/097114061161006124>