

## 商业计划范文合集五篇

### 商业计划 篇 1

#### 一、摘要

随着市场经济的不断发展，商品专项类别的不断分化，在石家庄市，超市、大型购物商场已存在 40 家以上，他们的卖场都是针对于小商品的消费群体。有限的市场购物需求在逐渐饱和，有许多的传统商家意图从中分一杯羹而无从下手。那么，投资者就要转变投资的方向，从“全面”向“专业”方向发展。

我的投资见议是通过贵商场的商誉，在石家庄建立一个大型的、专业的、高中低档并存的床上用品商场，消费对象是对家纺有需求的各个阶层、各个消费段的消费者。通过我 \_\_-\_\_ 年的学习与考查，在石家庄市，大型的、专业的、高中低档并存的床上用品商场还是一项市场空白，\_\_ 年，家纺市场已经开始在石家庄悄然升起，在本地几个主要干道，各大厂家已经开设 5 个家纺专卖店，因此家纺广场项目的建设，肯定是会获得成功的一个项目。

#### 二、项目背景及可行性分析

##### 1. 市场空白优势

现在从全国范围来看，在其它省市，如北京、上海、河南，家纺市场已趋渐成熟，各大厂家仍然采取的是代理经销模式，通过代理商、经销商的销售渠道，迅速占领市常有实力的商业企业利用各大厂商快速占领市场的欲望和市场初运动的空白，根据“有需求必有市场”的原则，为他们建设起专业的、大型的、高中低档并存的销售场所。架起厂家与消费者的宽大桥梁。于市场初期，在厂家和消费者心理上建设起扎实的家纺广场唯一购买地与销售地的心理。

## 2. 市场面临充实需求优势

从消费群体看，石家庄市的平均年龄正在趋于年轻化。到结婚年龄的年轻人会越来越多，他们是家纺商品购买者的主力，在我们周围，可以看到，他们在结婚前对家纺用品的购买欲望很大，但是在石家庄缺少家纺用品专业的购买场所，在石家庄的北国、东购等商场，里面的家纺用品相对来讲不能满足消费者多方面，多选择的要求。我正是针对他们的需求而设立这个项目，同时，广大厂商也注意到这一点。如一世嘉、罗莱、水星等厂商，在今年悄然开设专卖店，通过一年的运营，想在明年的结婚高峰期，达到他们的市场占领目的。

## 3. 环境、与配套服务优势

在石家庄市区，专卖店只有 5 家，但是有南三条的床上用品市场，它是否会对此项目形成威胁呢？我认为它不会形成威胁。

因为第一，他的购物环境相对恶劣。在市场外的交通，商场内的购物条件，关键是商场内的各种服务，远远达不到市民的需求。从而也消费纠纷不断。第二，在各居住小区的家纺定作小作坊，那是消费者在没有一个专业的家纺购物场所而不得已的选择，大部分消费者还是依赖和需求专业的商常第三，我们可以实现银行系统和邮政系统的服务，款项统一收支，方便消费者的购买。

#### 4. 地域发展与移民城市优势

石家庄的经济水平已今非昔比，高档消费人群已逐渐增加。对家纺的需求也呈现多样化，专业化。城中村的改造，房地产的发展，经济的繁荣，两大批发市场的完善与扩大，周边各类市场的成熟，吸引大批中外投资商来到石家庄，石家庄的户口政策也在放开，来石家庄定居的人口数量从而也在增长。那么，

他们要定居，就要有房子，房地产业就蓬勃发展了。有房子就必然需求家纺商品。他们又多数属于是中高档消费群体，专业的家纺零售场所的兴起是必然的，是市场之需。

#### 5. 广大生产、消费群体优势

我们的项目主体是要建设一个高、中、低档并存的家纺商常所要求达到的宗旨是：凡是有家纺商品需求，来我商场，必能满意而归。家纺有很大的利润空间，从厂家，商家来讲有很大的吸引力。他们有了动力，市场有了需求，那么我们作为桥梁作用的

商场，呈现出其重要性，我们自然也就很容易的从中分得一部分利润，一部分相对坚实的利润。

### 三、市场前景展望

在经济稳定发展的前提下，在\_\_—\_\_年期间，保守的预测，家纺商场的发展成 30 度角逐年上升式发展。我们进入该市场的决定因素将是来自供应厂商和广大消费者的赞成和支持。

#### 1. 市场分布

我们的主要目标市场包括这三个方面：

1. 高档商品。充分利用我国国内各大知名品牌的知名度，扩大我商场在市场中的影响力。满足高档消费者的需求。此类商品在商场中所占份额达到 30%左右。

2. 中档商品。此类商品在消费者中的消费需求占有很大比例，该类商品的提供者主要是一些中小型正规的针织企业，要规定其产品的质量、品质和市场时尚要求。因此，我们要把这部分商品在商场中所占份额达到 45%左右。

3. 低档商品。他适用于生活水平较低的消费者的需求。该类商品的要求相对于其它类商品较高。要保证其质量，同时要保证较低的价格。该类商品的提供者主要是一些小而正规的针织厂。不可为了追求低价格而放弃质量要求。此类商品在商场中所占份额达到 25%左右。

## 商业计划 篇 2

### 20\_\_年商业计划书写作指南

#### 一、什么是商业计划书：

商业计划书是一份创业者开始新事业、从事项目开发、达到招商融资或其它发展目标的书面资料。它通过综合分析项目的内部和外部因素，全面描述项目的性质、潜在优势、市场前景、团队构建、如何实施该项目、财务管理、投资收益、风险预测与控制，以及投资退出机制等方面的内容。

#### 二、商业计划书的作用

##### 1) 为创业者提供自我评价的机会

商业计划书明确分析了项目的内部竞争优、劣势和外部竞争机遇与威胁，并对今后项目的经营进行财务预测。因此，商业计划书的制定过程本身就是创业者系统地梳理创业思路、充分地开展调研、进行自我评价、制定切实可行的工作计划的过程。2) 为项目的运营管理提供指导一套完整、严谨的商业计划书能够为项目今后的运营管理提供工作指南和行动纲领。这种事先的行为规范对确保创业企业初期的顺利运营具有重要的作用。3) 是项目争取获得各方支持的必备材料商业计划书制订了项目的发展战略目标，并进行财务预测分析，对投资者和合伙人来说，它是判断是否进行投资，是否承担投资风险的必要的评估资料。商业计

划书作为一种有效的沟通工具，也是项目获得政府部门、内部员工等各方支持的必备材料。4) 对后续执行情况起评价作用商业计划书是创业者精心制订的，它是对项目今后的经营行为起到约束作用，并可评价后续经营效果和执行能力。

### 三、商业计划书的写作要点

根据创办公司性质质的不同，所属行业的不同，公司发展阶段的不同，商业计划的侧重点也会有所不同。\_\_仅针对计划创办企业的情况，对商业计划书的写作做以下要点提示，仅供参考。

#### 1. 商业计划书的封面

#### 2. 商业计划摘要

#### 3. 创业团队与组织结构

##### 3.1 组织架构图

##### 3.2 管理团队成员，及相关的经验与特长

#### 4. 项目（产品或服务）的描述

##### 4.1 产品名称、性能

##### 4.2 产品所处的生命周期

##### 4.3 产品的市场竞争优势

##### 4.4 产品的研究和开发过程

#### 4.5 发展新产品的计划和成本分析

#### 4.6 产品的市场前景预测

#### 4.7 产品的知识产权情况

#### 4.8 产品的技术壁垒及保护措施

### 5. 市场分析

#### 5.1 行业现状、市场规模

#### 5.2 对行业发展趋势的预测

#### 5.3 对行业发展驱动因素的分析

#### 5.4 市场细分和定位

### 6. 竞争分析

#### 6.1 现有竞争

#### 6.2 替代产品的威胁

#### 6.3 与供应商、销售商以及顾客讨价还价的压力

#### 6.4 强势/弱势/机会/威胁分析(SWOT分析)

#### 6.5 可持续竞争优势

### 7. 项目的实施方案

7.1 生产安排：包括生产场地、主要设施和设备、生产工艺及流程、技术研发、质量控制、售后服务等。

7.2 采购计划：包括供应商的选择、购货合同的准备、库存控制、物流设计等。

7.3 市场营销战略：包括产品特色及定位、价格定位、分销渠道、市场推广策略等。

7.4 项目实施时间表

8. 财务分析

8.1 成本分析、收入及利润预测

8.2 财务模型分析预测，包括企业未来 3 年内的损益表预测、资产负债表预测、现金流量表预测、盈亏平衡分析、财务比率预测等内容

8.3 融资计划，包括提议的融资渠道、资本结构、股东以及投资人权益等内容

8.4 资金用途，包括企业未来 3 年内的投资方向、资金使用项目、具体的投资计划等内容

9. 风险分析与控制

9.1 描述风险种类

## 9.2 提出降低风险的策略

10. 退出机制：告诉投资者如何收回投资、什么时间收回和投资收益率

## 四、商业计划书部分要素说明

为诠释商业计划书的写作要点，特对商业计划中的部分要素做以下说明：

1. 商业计划摘要：商业计划摘要是创业者在完成撰写商业计划各部分内容的基础上，才能够总结、提炼写出的内容，但却是投资人首先要看到的内容，故置于商业计划书的第一部分。商业计划摘要是整个商业计划书的浓缩版，需要精辟地介绍所创办企业的业务范畴和类型、企业的产品或服务、管理团队概况、目标市场的描述和预测、企业经营的商业模式、竞争优势与竞争策略、资金需求情况、盈利能力预测、财务状况和计划，以及投资出路等各部分内容。

摘要部分是商业计划书的门面，投资人拿到商业计划书以后，先要通过看商业计划摘要以决定是否阅读完整的商业计划书。所以商业计划摘要一定要突出商业计划的最大卖点，以便引发兴趣。商业计划摘要要求语言精炼，一般不超过两页纸为宜。

2. 创业团队与组织结构：创业团队通常是投资人评估项目时首要考虑的因素，因为项目的成败关键在于人，所以要详细介

包括各自的

学历背景和工作经历，并且阐述所创办企业的组织结构及管理理念等内容。

3. 项目（产品或服务）的描述：这一部分应当着重分析项目的竞争优势，包括新颖性、独特性和先进性，让投资人确信企业所提供的产品或服务具有强劲的吸引力，在投放市场后能够迅速占领市场份额。

4. 市场分析：这一部分要客观描述行业内的市场状况，介绍产品（或服务）乃至创业企业在行业中所处的地位，并且要让投资人对项目所属行业的发展方向有一个明确的了解。由于创业者难以精准地把握整个行业的走向，可以援引权威机构或个人通过调研对相关行业发展趋势做出的判断结果，以增强可信度。作为回国创业的商业计划，要从国际、国内背景下考虑影响行业发展的因素，尤其是要深入了解国内的政策导向、科技和工艺、人文和社会价值观等层面的发展对于行业走向的影响。此外，还要进行市场细分，因为单一的产品不可能覆盖一个完整的市场，以便找准定位，明确提出目标市场，即目标消费者群，市场越细致越精准，越能增加投资者的信任度。

5. 竞争分析：

1、现有竞争：当前要考虑的最为现实的竞争因素就是同行业内现有对手的竞争，要列出生产相同产品的企业，从性能、质

同本公司的产品进行比较，分析各个主要竞争对手的研发、生产、销售的情况，指出其优势和劣势。

替代品就是指能够满足同一市场需求的不同产品，替代品与本公司产品的可替代程度越接近，客户对于本公司产品的价格及性能就会越敏感，替代品带来的威胁也就越大，制作商业计划时一定要对替代品进行充分的研究，并拟定应对策略。

**SWOT**分析是安索夫提出的一种分析方法，通过对企业自身的优势（Strengths）和劣势（Weaknesses）以及外部环境中的机会（Opportunities）和威胁（Threats）进行分析，用以判定企业是否能够进入某一行业并形成竞争优势，如何改变劣势、加强优势，如何降低风险、利用机会。

#### **SWOT**分析的步骤：

(1) 罗列企业的优势和劣势，可能的机会与威胁；

(2) 优势、劣势与机会、威胁相组合，形成 **SQ** **ST**、**WO** **WT** 策略：**SO** 策略：依靠内部优势，利用外部机会；**WO**策略：利用外部机会，弥补内部劣势；**ST**策略：利用内部优势，规避外部威胁；**WT**策略：减少内部劣势，规避外部威胁

(3) 对 **SQ** **ST**、**WO** **WT**策略进行甄别和选择，以确定企业目前应该采取的具体战略与策略，从而确立竞争优势。 可持续竞争优势，就是指企业在较长周期内不断变革与创新，使项目长期

，这种优势不局限于产品，也包括服务、渠道、成本、价格、管理机制等诸多层面。

6. 项目的实施方案：这一部分要说明技术研发如何物化为产品，公司如何有效经营、运作，使产品占领细分市场，并最终实现盈利。由于盈利是创办企业的直接目标，因此合理的盈利模式和周密的实施计划是保证创业成功的关键所在，也是投资人判断项目是否具备成功的可能性的标准。

7. 财务分析：合理的财务预测是赢得投资的最重要的因素，投资人期望从财务分析部分来了解企业未来的收入、成本和利润，预测企业未来经营的状况，从而判断能否确保自己的投资获得预期的回报。但对于携带技术项目的创业者来说，编写财务管理的内容难度是最大的，正因为如此，恰恰是最需要花费大量的时间和精力来策划、编写。

#### 8. 风险控制：

创业者要站在投资人的角度，分析可能面临的创业风险以及风险将导致的损失，

创业风险包括环境、政策、资金、技术、市场、操作、管理以及法律责任等层面的风险。创业者可着重分析主要的风险给企业带来的威胁，其他风险可简略介绍。不要故意地缩小、隐瞒风险及其威胁，否则只会令投资人产生不信任感，从而不利于企业

1 风险控制就是通过预测风险可能带来的损失，预先建立一整套风险防范和控制机制，以降低实际发出损失的可能性；而对于已经发生的损失，要提出得当的策略和方案尽量使损失的程度降到最低。

9. 退出机制：这部分要描述清楚怎样使投资人最终以现金的形式收回其对本企业的投资，要阐明收回投资的时间以及投资收益情况等。退出机制涉及到投资人与创业企业家之间的利益关系，处理的好坏事关重大。投资者收回投资通常有以下几种形式：

(1) 公开上市：企业上市后公众会购买公司股份，投资人所持有的部分或全部股份就可以卖出；

(2) 兼并收购：即把企业出售给另外一家公司，通常是某个大集团； (3) 股份回购：即从投资人手中买回投资人在创业企业中所持有的股份。

## 创业/商业计划书撰写要求

### 目录.....

#### 一、创业/商业计划书简介

#### 二、创业计划书结构

##### (一) 事业描述。

##### (二) 产品/服务

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/698014052127006100>