商业计划书

|  |  |
| --- | --- |
| **学校名称：** |  |
| **项目名称：** |  |
| **项目类型：** | 创意组 □  创业组 □ |
| **负 责 人：** |  |
| **联系方式:** |  |
| **指导教师：** |  |

**二〇二一年**

目录

[第一章 项目概述 3](#_Toc34132554)

[1.1 项目简介 3](#_Toc34132555)

[1.2 市场痛点 3](#_Toc34132556)

[1.3 市场规模 3](#_Toc34132557)

[1.4 本项目的解决方案 3](#_Toc34132558)

[1.5 商业模式 3](#_Toc34132559)

[1.6 财务分析 3](#_Toc34132560)

[1.7.团队介绍 3](#_Toc34132561)

[第二章 市场分析 4](#_Toc34132562)

[2.1市场痛点 4](#_Toc34132563)

[2.2市场现状与规模 4](#_Toc34132564)

[2.2.1市场现状 4](#_Toc34132565)

[2.2.2市场规模 4](#_Toc34132566)

[2.3市场因素分析 4](#_Toc34132567)

[2.4竞争分析 4](#_Toc34132568)

[2.4.1产品优势分析 4](#_Toc34132569)

[2.4.2产品的竞争力 4](#_Toc34132570)

[2.4.3市场竞争分析 5](#_Toc34132571)

[2.4.4SWOT分析 5](#_Toc34132572)

[第三章 产品介绍 6](#_Toc34132573)

[3.1产品简介 6](#_Toc34132574)

[3.2产品技术原理介绍 6](#_Toc34132575)

[3.3产品介绍 6](#_Toc34132576)

[3.3.1产品技术特点 6](#_Toc34132577)

[3.3.2产品技术壁垒 6](#_Toc34132578)

[3.4竞品对比 6](#_Toc34132579)

[3.5产品的规划（创业组） 7](#_Toc34132580)

[第四章 市场营销 8](#_Toc34132581)

[4.1产品策略 8](#_Toc34132582)

[4.2价格策略 8](#_Toc34132583)

[4.3目标市场设定 8](#_Toc34132584)

[4.4营销策略 8](#_Toc34132585)

[4.5售后服务 8](#_Toc34132586)

[第五章 团队概述 9](#_Toc34132587)

[5.1团队介绍 9](#_Toc34132588)

[5.1.1 成员介绍 9](#_Toc34132589)

[5.1.2团队成长 9](#_Toc34132590)

[5.1.3团队目标 9](#_Toc34132591)

[5.1.4导师介绍 9](#_Toc34132592)

[5.1.5企业顾问 9](#_Toc34132593)

[第六章 发展战略及规划 10](#_Toc34132594)

[6.1 发展战略 10](#_Toc34132595)

[6.1.1市场发展战略 10](#_Toc34132596)

[6.1.2财务战略 10](#_Toc34132597)

[6.2 发展规划 10](#_Toc34132598)

[6.2.1三年发展规划 10](#_Toc34132599)

[6.2.2成本估算 10](#_Toc34132600)

[第七章 财务 11](#_Toc34132601)

[7.1预测销售与实际销售 11](#_Toc34132602)

[7.2股权机构 11](#_Toc34132603)

[7.3融资计划 11](#_Toc34132604)

[第八章 风险与对策 12](#_Toc34132605)

[8.1风险预测 12](#_Toc34132606)

[8.1.1确定性风险分析 12](#_Toc34132607)

[8.1.2不确定性风险分析 12](#_Toc34132608)

[8.2风险防御与降低决策 12](#_Toc34132609)

[8.3融资风险 13](#_Toc34132610)

[8.3.1财务风险分析 14](#_Toc34132611)

[8.3.2应对措施 14](#_Toc34132612)

[附录一 相关专利 15](#_Toc34132613)

[附录二 设备实验运行数据 16](#_Toc34132614)

[附录三 客户评价及反馈 17](#_Toc34132615)

[附录三 媒体宣传报告. 18](#_Toc34132616)

[附录四 获奖证明.. 19](#_Toc34132617)

# 

# 第一章 项目概述

## 1.1 项目简介

介绍项目的整体情况，解决的问题，项目的优势（1500字以内）

## 1.2 市场痛点

目前市场存在的问题，痛点的真实性、急迫性、带来的经济或社会影响或损失等。

## 1.3 市场规模

以行业调研数据说明市场规模-官方或者行业研究报告（注明来源）

以产品的售价、预估市场的总需求量规模。

## 1.4 本项目的解决方案

解决方案的概要说明，**突出解决方案的优势**，**竞品对比（参数、图片等），技术堡垒（专利）**。

## 1.5 商业模式

市场推广方式、盈利模式等，重点说清楚盈利模式。

## 1.6 财务分析

重点是利润预测情况（创意组：3年以内；创业组：5年以内）

## 1.7.团队介绍

团队架构，分工及特长。

# 第二章 市场分析

## 2.1市场痛点

市场痛点的分析、痛点要真实存在，痛点要痛、有急迫性。痛点造成的企业、行业损失、经济影响、社会影响等

## 2.2市场现状与规模

### 2.2.1市场现状

市场发展程度、市场发展现状。结合最新的官方、行业协会研究报告的数据（标明引用出处），增强说服力。

### 2.2.2市场规模

市场规模、容量大小，结合最新的官方、行业协会研究报告的数据（标明引用出处），增强说服力。

## 2.3市场因素分析

政治环境：

经济环境：

社会文化环境：

技术环境：

## 2.4竞争分析

### 2.4.1产品优势分析

对比现有产品的优势，竞争态势分析。

### 2.4.2产品的竞争力

竞争力体现

### 2.4.3市场竞争分析

### 2.4.4SWOT分析

1. 优势：

二、劣势：

三、机遇：

四、威胁：

# 第三章 产品介绍

## 3.1产品简介

产品的整体介绍

## 3.2产品技术原理介绍

产品使用的技术实现原理，国内外技术研究情况，该技术的研究发展方向。

## 3.3产品介绍

### 3.3.1产品技术特点

总结技术特点，创意组可配合设计渲染图。创业组配合实际产品图片。

### 3.3.2产品技术壁垒

专利介绍

## 3.4竞品对比

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 性能 | 其他产品名称 | 其他产品名称 | 自有产品名称 |
| 产品代表（具体品牌名称） | XXX | XXX | XXX |
| XX |  |  |  |
| XX |  |  |  |

以表格形式表示更加清晰、明确，客观描述，不能只表现自有产品的好处，贬低竞品的优势。

## 3.5产品的规划（创业组）

产品生产计划（原料采购、供应商管理、资金等）

产品生产的技术能力（设备基础、人员保障等）

生产工艺及流程管控等

# 第四章 市场营销

## 4.1产品策略

产品定位；

## 4.2价格策略

定价情况，成本、利润分析等；

## 4.3目标市场设定

分级推广，从小区域到全国到全球等；

## 4.4营销策略

采用的营销策略说明；

## 4.5售后服务

1.提供上门安装调试服务

2.提供上门教学服务

3.提供上门维修服务

4.提供在线解答服务等等

# 第五章 团队概述

如果团队实力很强，建议将该章节调前。

## 5.1团队介绍

### 5.1.1 成员介绍

创始人、核心人员突出展示，重点介绍专业背景及创业历程；

团队组建合理，不能出现单一专业成员过多，应综合各专业学生实现不同岗位的分工。

团队人员的照片需精神、端庄、大方。

### 5.1.2团队成长

成长历程的简介、突出解决的障碍与难点

### 5.1.3团队目标

体现团队战斗力和凝聚力。

### 5.1.4导师介绍

以技术型导师为主要介绍对象，突出其研究及技术背景；

### 5.1.5企业顾问

行业大咖站台

**（创业组，建议加上管理团队的优势与不足分析、人才战略与激励机制等）**

# 第六章 发展战略及规划

## 6.1 发展战略

### 6.1.1市场发展战略

未来三年的市场推广的战略

### 6.1.2财务战略

未来三年的财务融资计划等

## 6.2 发展规划

### 6.2.1三年发展规划

人力、产品、市场等

### 6.2.2成本估算

**（创业组：建议加上未来投资者股权退出等机制规划）**

# 第七章 财务

## 7.1预测销售与实际销售

创意组：预测未来1-3年的销售情况,利润预测等，以表格的形式展示。

创业组：近三年历史数据：三大报表及财务报告书，未来三年的预测。

## 7.2股权机构

股权占比情况说明

## 7.3融资计划

预计风险投资的金额及使用范围、时间，投资回报率等

**（创业组：建议加上投资计划，公司投资的计划表，盈亏预测等）**

# 第八章 风险与对策

## 8.1风险预测

### 8.1.1确定性风险分析

风险管理：

社会风险：

财务风险：

### 8.1.2不确定性风险分析

一、市场风险：

1、市场供求关系：

2、市场竞争:

3、技术风险：

4、竞争风险：

## 8.2风险防御与降低决策

任何企业都不愿意受到各种风险的威胁，更加不想因此损害公司利益。因此危机处理能力是现代企业必须具备的能力。因为现代经济是一种风险性极大的市场经济，既对市场竞争的强者给予丰厚的利润回报，又会对市场竞争的弱者进行利润惩罚。企业如果没有较强的处理危机的能力，就不可能处于市场竞争的有利地位，必然遭到市场的惩罚。所以企业要做的就是尽可能地降低风险系数，最大限度地减少风险损失。企业要积极防御风险，采取相应的措施。

**一、财务风险：**

1、调整企业资本结构，调节资金流动的周期，以及自身资金与借入资金的比例。

2、完善管理制度，建立成熟的财务管理制度，对买方的收款方式进行完善，提高资金周转灵活度。

3、请财务专家，对企业财务进行定期的诊断，估计，及时发现问题并且解决。

**二、研发风险：**

1、研发具有不确定性，因此保证研发经费是必要条件，加大研发经费的投入，以此减少研发风险。

**三、竞争风险：**

1、充分了解竞争公司的产品，借鉴其优点，发现自身产品的不足，以此来弥补公司产品的不足。

2、产品需实用，对厂家的生产效率有明显提升，帮助厂家降低生产成本，提高收益。

3、在发展前期，为了提高竞争力，应在价格上有优势，吸引前期顾客，打下顾客基础，再通过技术及品牌的提升，来逐步提高价格。

4、建立完善的售后服务，为自身品牌打下负责，有担当的企业形象。

**四、管理风险：**

1、制定合理的管理制度，并且严格执行，防止自身管理发生混乱。

2、吸收精英管理人才，招收年起有活力的年轻人，为企业注入活力，企业员工的活力，决定企业的工作效率。

3、不管是企业内部环境，还是外在的市场环境，都是时时刻刻发生变化的，因此企业的决策也要时刻根据环境的变化进行改变，及时调整，使企业有效地运营，利润最大化。

4、不盲目听取中层管理人员的意见，适当的听取下层人员的意见，合理做出决策。

## 8.3融资风险

融资风险亦称财务风险，非系统风险的一种。当公司在举债经营的情况下，公司必须要按期付出固定数量的利息。这样，当经营状况良好时，经营的资本报酬率大大高于举债利率，举债经营可为公司带来较高的收益，该类公司的股票持有者也由此获得较高的报酬。但如果经营状况不好甚至亏损时，公司也必须照样付出这笔利息。因此，使公司的收益下降幅度更大，使股票持有者也因此受到损失。这样，由于融资方式的不同，造成了资本结构的不同，给公司以及该公司的股票持有者带来了融资风险。这种风险并非是每个公司都必然会遇到的，而是取决于不同公司的经营战略，因此，融资风险是非系统风险，是可避免的风险。

### 8.3.1财务风险分析

1. 信用风险：项目融资所面临的信用风险是指项目有关参与方不能履行协定责任和义务而出现的风险。像提供贷款资金的银行一样，项目发起人也非常关心各参与方的可靠性、专业能力和信用。而我们企业在信用风险方面其风险是极低的。
2. 金融风险：项目的金融风险主要表现在项目融资中利润风险和汇率风险两个方面。项目发起人与贷款人必须对自身难以控制的金融市场上可能出现的变化加以认真分析和预测，如汇率波动、利率上涨、通货膨胀、国际贸易政策的趋向等，这些因素会引发项目的金融风险。
3. 环境保护风险：随着国家以及人民对环境的日益重视，在环境相关的法律越来越严密，环境保护风险也日益重要。而我们企业的全智能点胶机器人在环境方面是无任何风险的，不会对周围环境产生破坏，因此买方无需担心环境风险方面。

### 8.3.2应对措施

1、资金是一个企业的血液，任何资金问题都不能无视，而企业的财务部门就尤其重要了。所以完善自身的财务部门是迫不及待的事情，建立完善的财务管理制度，对企业的运营过程的报销，有明确制度规定，防止企业内部滥用企业资金。

2、建立成熟的投资决策制度，不盲目投资，跟风投资，以投票机制理想，综合的进行投资。

3、建立友好的客户关系，明确还款日期，以防对方信用问题，出现坏账的可能，从源头上解决问题。

# 附录一 相关专利

# 附录二 设备实验运行数据

# 附录三 客户评价及反馈

# 附录四 媒体宣传报告.

# 附录五 获奖证明