附件3:

**兰州石化职业技术学院第十一届全国大学生电子商务**

**“创新、创意及创业”挑战赛**

**商业计划书**

|  |  |
| --- | --- |
| **作品名称：** |  |

类别：

□ 1、三农电子商务 □ 2、工业电子商务

□ 3、跨境电子商务 □ 4、电子商务物流

□ 5、互联网金融 □ 6、移动电子商务

□ 7、旅游电子商务 □ 8、校园电子商务

□ 9、其他类电子商务

参赛项目申报表

|  |  |
| --- | --- |
| 项目名称 |  |
| 项目概述（200字以内） |  |
| 创新（200字以内） |  |
| 创意（200字以内） |  |
| 创业（200字以内） |  |
| 备　注（选填） |  |

**商业计划书**

1、作品一律采用默认的A4幅面。

2、主标题用二号华文中宋，二级标题用三号黑体，三级（含三级以下）标题用四号黑体（除主标题居中外其他标题一律居左），正文用四号仿宋体（每段首行缩进两字符）。图、表标题一律用五号黑体，内文用五号仿宋体（图表、图表标题及图表内文一律居中）。

3、段落间单倍行距；加页眉，页眉内容为作品名称（和作品封面一致），居中；加页码（作品正文开始计起），页码格式为“第\*页（两个空格）共\*页”，居右。页眉、页码均为五号仿宋体。

4、正文如出现表格，要求表格不要出现分页情况，尽量调整在一页上。

**5、作品中分目录、正文、附录等部分，这些部分中均不得出现作者学院、班级和指导老师等影响评审公正性的信息，否则视为弃权。如确实要出现请以“XXXX”替代。**

**商业计划书模板1 (仅供参考)**

第一部分：封面设计

封面页以附件4为准

填写说明：

1. 此文本仅是一个模板格式，且不是唯一的；

2. 任何人/公司可以根据自己的情况填写，补充完善；

3. 斜体字主要是文字说明或解释，最终文本中不得出现这类内容。

第二部分：目录

目录

初步商业计划书后，注意确认目录页码同内容的一致性

●概要

● 公司概述

● 产品与服务

●市场分析

● 竞争分析

● 市场销售战略

●财务分析

● 附录

第三部分：创业设计的具体内容

一、概要

一个非常简练的计划及商业模型的摘要，介绍你的商业项目，作为这个商业计划的写作大纲，是引起投资人的青睐，字数一般500字左右。

二、公司概述

A、公司的宗旨

B、公司的名称、公司的结构

C、公司经营理念

指出公司的远景目标，在追求和实现我们的目标的同时，我们要报答那些关注我们发展的人士，客户，和公众。描述你们所追求的荣誉和目标。描述各有关团体和人事如何受益。

D、公司经营策略

在这里用最简洁的方式，描述你的产品/服务；什么样的困难你准备解决；你准备如何解决；你们的公司是否是最合适的人选。

E、相对价值增值

说明你的产品为消费者提供了什么新的价值。

F、公司设施

需要对计划中的公司设备详细加以描述。

我公司的生产设备及厂房主要集中于XXX

我们公司认为到X年X月止，为了达到XXX的产量和销售额，我们需要XXX。

回答为什么需要这笔钱。

建立开发/生产设备，并努力提高生产和研究能力以便满足日益提高的客户需求。通过大规模的促销攻势提高我公司产品/服务的销售量。增加分销渠道/零售网点/区域销售/销售公司/采用电气化/直邮式的分类等。

录用新的员工以便支持在新的市场计划下可持续的发展。

提高研发能力，创造领导潮流的新型产品，提高竞争能力。

三、产品与服务

在这里用简洁的方式，描述你的产品/服务；

注意不需要透露你的核心技术，主要介绍你的技术、产品的功能、应用领域、市场前景等

1、产品/服务A

2、产品/服务B

说明你的产品是如何向消费者提供价值的，以及你所提供的服务的方式有那些。你的产品填补了那些急需补充的市场空白。可以在这里加上你的产品或服务的照片。

A、产品优势

B、技术描述

1、独有技术简介

2、技术发展环境

C、研究与开发

D、将来产品及服务

说明你的下一代产品，并同时说明为将来的消费者提供的更多的服务是什么。

E、服务与产品支持

四、市场分析

简要叙述你的公司处于什么样的行业、市场、专向补充区域。市场的特征是什么？你的分析与市场调查机构和投资分析有什么不同。分析是否有新生市场？你将如何发展这个新生市场。

如果你在新序软件市场开发C++或NT的平台工具，不要呼泛泛的讲一下是一个价值300亿的大市场。如果你正在制作在NT工作平台上的C++应用程序开发工具，你就应该在报告中详细描述去年共销售了多少C++开发程序软件，有多少成长型的客户群，你的目标市场是什么？你的竞争对手分到了多少份额？是否有其他的市场/零售商/OEC厂商在销售你的产品。

A、市场描述

我们计划或正在XX行业竞争。这个市场的价值大约有XXX，我们相信，整个行业的主要发展趋势将向着（环境导向型，小型化、高质量，价值导向型）发展。

市场研究表明（引用源）到20XX年该市场将（发展/萎缩）到XXX。在这段时期里，预计我们力争的细分市场将（成长、萎缩、不发展）。改变这种情况的主要力量是（例如电脑降价，家电商业的蓬勃发展等原因）这个行业最大的发展将达到XXX。你的公司可能独一无二的将你的产品/服务和XXX公司/同级别的公司的现行业务合并。而当今的类似XX公司的正面临着逐步提高的劳动力或成本等困难。

B、目标市场

我们将目标市场定义为X，Y，Z。现在，这个市场由a个竞争者分享。

我们的产品拥有以下优势：高附加值，出色的表现，高品味，为企业的量体裁衣突出个性。

C、目标消费群

是什么因素促使人们购买你的产品？你的技术、产品对于用户的吸引在何处？人们为什么选择你的产品/服务/公司？

A、销售战略

我们的市场营销部门计划能动用不同的渠道销售我们的产品。

我们之所以选择这些渠道因为：

消费群特点

地理优势

季节变化引起的消费特点

资金的有效运用

可以利用市场上现有的产品的销售渠道

针对每一个分销渠道，确定一个五年期的目标销售量以及其他假设条件。为每一个渠道所做的假设可以是以下这些：

五、竞争分析

请告诉我们分别根据产品、价格、市场份额、地区、营销方式、管理手段、特征以及财务力量划分的重要竞争者。

A、竞争描述

B、竞争战略/市场进入障碍

请在这里研究进入欠的细分市场的主要障碍及竞争对手模仿你的障碍。

六、营销略策及销售

A、营销计划

描述你所希望进行的业务是如何的。以及你所希望进入的细分市场。曾经使用的分销渠道、例如：零售、对商业机械的直接销售、OEM以及电子媒介等等。还要描述你所希望达到的市场份额。

B、销售战略

描述你进行销售所采取的策略。包括如何促销产品；通过广告、邮件推销，电台广播或是电视广告等方式。

C、分销渠道及合作为伴

D、定价战略

E、市场沟通

你的目的是加强、促进并支持你的产品能更好的满足消费者需求的热点。唯一的原则就是寻找一切可能的有利的途径进行沟通。

1、 促销展出Trade Shows

2、 广告Advertising

3、 新闻发布Press Releases

4、 大型会议或研讨会Conferences/Seminars

5、 网络促销Internet Promotion

6、 捆绑促销Promotional Bundles

7、 媒体刊登Trade Journal Articles

8、邮件广告Direct Mail

七、财务分析

财务数据概要。财务分析是对投资机会进行评估的基础，它需要体现你对财务需求的最好预估。

收入预估表

利用销售量的预估和已产生的生产和运营的成本，准备至少三年的收入预估表。重点说明主要的几项风险，比如，导致销售税减20％的风险，以及在当前的生产力情况下，为了达到曲线的增长，采取缩减的方式所带来的不利影响。这些风险都将影响销售目标和赢利的最终实现。还要说明收益随之而变化的情况收入状况是财务管理中可营利计划的一部分，它可以显示出新资金的潜在的投资可行性。我们建议前两年以月为单位统计，再往后以季度统计。

资产负债表

对任何重大的事项，或不寻常的事项作出标注，比如流动资产/其他应付账款/到期的债务

现金流和盈亏平衡分析

这比资产负债表和收入报表更为重要，在阶段性时间结点你将会有多少现钱投资者很关心的问题。

第一年按月做一次统计，以后两年至少每季要做一次统计。现金流入流出的时间和数目的详细描述，决定追加投资的时间，对运营资本的微弱需求，说明现金是如何得到的。比如获得净资产，银行贷款，银行短期信用或者其它，说明那些项目需要偿还，如何偿还这笔钱。重要的是建立在现金的基础上，而不是加上利息的计算。

盈亏平衡图：

计算盈亏平衡点，准备盈亏平衡图显示何时将达到平衡点，以及出现后，将如何逐步的改变。讨论平衡点是很容易还是很困难的达到，包括讨论与整个销售计划相关的平衡点处的销售量，毛利润的范围以及随之变化的价格。还有当投资短期销售项目减少后，平衡点将要下降。

八、附录

如有以下材料，请列出

A、 公司背景及结构 B、团队人员简历

C、公司宣传品 D、市场研究数据

**商业计划书模板2(仅供参考)**

项目概述

一 项目的执行内容`

二 项目的发展前景

三 运营的核心模式

四 项目的执行优势

五 项目的可行性

六 项目的总结

1 市场分析

1.1整体市场容量及前景

1.2网站目标市场分析

1.3网站目标用户的分析

1.4市场趋势和机会

2 运营方案

2.1公司理念

2.2公司目标

2.3发展战略

2.4业务与赢利模式

3 商业模式

3.1总体架构

3.2各部分内容

3.3目标市场分析

3.4目标群体的行为方式

3.5网站的网络营销战略目标

3.6网络营销定位

3.7整合网络营销组合策略与实施方案

4 管理体系

4.1公司文化

4.2组织结构

4.3经营团队

4.4人事制度

4.5激励机制

5 财务可行性分析

5.1项目投资概括

5.2主要财务假设和财务数据预估

5.3预计财务报表

5.4财务比率分析

6 风险分析与规避

6.1政策风险

6.2资源风险

6.3市场风险

6.4技术风险

6.5竞争风险

6.6财务风险