

商业计划书模板

(2016 全面更新升级版)

版权所有：北京未名潮管理顾问有限公司
全套手册由未名潮、创业邦共同策划出品

内容介绍：本商业计划书模板的制定过程中，参照了多份国内外经典的成功实现融资的商业计划书内容、国内外权威投资人士总结的有关商业计划书的撰写要求（含中英文版），同时还紧密结合中国中小企业发展的实际需求，不仅列出了商业计划书的主要框架及各章节内容明细、要求及注意事项，指出了投资者最为关注的内容元素（红色标注），同时还提供了大量的图表（用于内容呈现或者分析）。因此，该商业计划书模板具有科学、严谨、完善、实用、重点突出的特点，适合一般创业者、中小企业管理者使用，可以帮助使用者高效融到资金或者高效运营该商业项目。（其中章节中个别项目内容，不一定适合每一家企业，可适当予以增减）



全面更新升级版说明

1. 升级版计划书更具吸引力

基于严谨、规范、完善、实用等要求，对原来计划书（48 元版本）框架进行了调整和梳理，使其内容结构上（尤其是一、二级目录上）显得更加简洁，而且要点更突出、逻辑更清晰，从而让计划书更加能够吸引人眼球。

2. 升级版计划书更加“傻瓜式”

基于新的框架，就每一部分内容都进行了新的详细说明，包括二级目录及以下各项细分内容的撰写要点、具体要求及注意事项，甚至是穿插提供了部分工具模板，就连附录中的内容都罗列出了详细的分类及清单，撰写者只需要“按部就班”即可。（原计划书模板 19 页，升级后是 43 页）

3. 升级版计划书解决了一大难题

针对商业计划书的撰写难点——财务部分（包括财务预测、投资分析以及融资计划），进行了重点突破。除了从历史财务状况、财务预测、投资分析、盈亏平衡点分析、融资计划五个方面进行专业详尽的撰写指导说明之外，还提供了大量的工具表格模板，便于撰写者“拿来即用”。



内页封面：含标题、有关公司、项目或个人的基本信息。有必要再加上一个封面，纸质可追求高档一点（质量好、手感好、视觉舒服），或者使用透明塑料封皮，可以使计划书外观更具吸引力，但一定要注意封面整体设计与内容要吻合、颜色切忌过于耀眼，最好是还要能够迎合阅读者尤其是目标投资人的喜好。

商业计划书编号：

公司价值观或者项目口号

[公司或项目名称]

商业计划书

[时间：年 月]

[联系人]

[职务]

[电话号码]

[传真号码]

[电子邮箱]

[地址]

[邮政编码]

[网址]

保密须知

本商业计划书及其附件属商业机密，所有权归[公司或项目名称]所有。其所涉及的内容和资料只限于已签署或者初步达成投资意向的投资者使用。收到本计划书后，收件人应即刻确认，并遵守以下约定：

1) 若收件人不希望涉足本计划书所述项目，请按上述地址尽快将本计划书完整退回；

2) 在未获得[公司或项目名]的书面同意前，收件人不得将本计划书全部和/或部分地予以复制、影印、通过各种传播渠道传递给他人、泄露或散布给他人。

授权方（公司名称）：

负责人签字：

日期：



目录

第一部分：摘要	6
第二部分：公司概况	7
一、基本信息	7
二、组织结构	7
三、公司价值观及战略规划	7
四、专利技术与知识产权	8
五、场地资源与设施设备	8
六、协作与公共关系资源	8
第三部分：项目描述（含产品与服务）	9
一、项目背景	9
二、产品和服务	10
第四部分：行业及市场分析	12
一、行业分析	12
二、市场分析	13
三、竞争分析	14
四、SWOT 分析	15
第五部分：项目执行计划	16
一、总体战略目标与规划	17
二、研发与生产计划	19
三、营销计划	21
四、经营管理计划	25
第六部分：财务预测与融资计划	28
一、历史财务状况	28
二、财务预测	28
三、投资分析	33
四、盈亏平衡点分析	35
五、融资计划	36
第七部分：项目风险与机遇	38
一、项目风险分析	38
二、项目机遇	39
第八部分：管理团队概述	40
一、管理团队成員介绍	40
二、管理团队整体描述	41
第九部分：附录	42



第一部分：摘要

摘要是对本商业计划的概述，也是对本计划基本框架（每个部分重要内容及特点的描述。其基本功能是用来在短时间内吸引投资者的注意力，所以摘要不要过长，不超过两页的篇幅，越短越好。

应着重突出：行业与市场分析、产品或服务及其客户价值（特殊或独有商业机会）、获取成功的关键战略、管理团队、融资要求以及投资回报前景。

（用最简洁、最能打动人的语言描述以下内容）

- A. 你公司的宗旨及概况；
- B. 你的商业模式，即你的产品或服务；
- C. 你的创新及时解决了用户的问题，甚至填补了市场的空缺，即为客户带来的新价值；
- D. 巨大的行业或市场规模以及潜在的远景；
- E. 你的竞争优势（主要与竞争对手比较）；
- F. 你的行动计划（实现计划的具体步骤、方案，获取成功的关键战略）；
- G. 你的管理团队状况，即能够支撑计划的管理团队；
- H. 你的资金需求以及筹措方法说明；
- I. 你能够为投资者短期内带来的回报以及能够看到的未来前景。



第二部分：公司概况

一、基本信息

1. 项目公司与关联公司的关系以及基本信息；
2. 成立日期、发展历程、所属行业、业务范围、法定名称、所有制形式、办公地址、特许经营权、人员规模、硬件资源、技术力量、公共关系资源、生产能力、历史经营业绩等。

二、组织结构

- 1.董事会：董事会背景及治理机制介绍。（董事会成员资料可以以附件形式体现）
- 2.管理层构成：管理队伍构成、相关背景介绍，突出成员的技术、经验等优势。（详细内容可在后面管理团队介绍部分重点阐述）
- 3.股权结构：主要描述目前的股权分配情况。
- 4.各部门职能及经营目标：主要指公司组织结构的说明、重要岗位设置情况以及经营目标分解情况。

三、公司价值观及战略规划

主要指公司追求的愿景（长远目标）以及近期（至少近两年的）战略规划，包括研发、生产、市场等方面的战略目标、规划。



四、专利技术与知识产权

- 1.公司所拥有的专利技术及知识产权
- 2.专利技术的应用情况（主要指在具体产品或服务方面的应用以及表现出来的独有优势、创造的价值，尤其是对本商业计划所涉及产品或服务的支撑作用）
- 3.知识产权的保护策略

五、场地资源与设施设备

主要指公司所占土地资源、拥有设施设备等硬件方面的条件状况，包括设备的先进性、生产能力等情况介绍。（如果需要进一步融资扩建、加大投入可做相关说明）

六、协作与公共关系资源

- 1.供应链合作：主要指公司在供应链方面的一些战略合作关系，例如合作研发、委托加工、供应商战略合作、联合营销、售后服务支持等合作关系说明；
- 2.外部智力支持：主要指公司与外部智力机构的合作关系等，例如会计师事务所、律师事务所、顾问或咨询公司等。
- 3.政府、媒体及社会资源：描述所获得或积累的行业政策支持、政府支持、媒体支持等资源。

第三部分：项目描述（含产品与服务）

项目描述属于概述性内容，尽量言简意赅，其目的是让读者快速了解项目的性质及其背景情况、项目的商业模式及其商业理念、创业者对项目的热情以及创业者获取成功的承诺与能力，并树立投资人对你的信心。

具体描述内容包括项目的历史（发展阶段）、基本性质、项目（产品和服务）所创造的价值、市场前景、发展目标、获取成功的承诺与能力、目前财务状况以及经营主体（公司或者创业团队）概况。

需要注意的是：项目描述内容与整个商业计划书的摘要内容要有所区分，且侧重点不一样。前者侧重于项目背景、商业模式及其产品或者服务介绍，而后者则是侧重于整体商业计划的亮点阐述。

一、项目背景

1. 项目基本性质；
2. 项目的历史（发展阶段）及现状；
3. 项目产品或服务及其所创造的价值（详细内容见“产品和服务”）；
4. 市场前景；
5. 发展目标；
6. 获取成功的承诺与能力；
7. 目前财务状况。



二、产品和服务

注：

（1）以下所列为内容清单，具体描述过程中，可将其中重复内容予以整合，例如产品或服务介绍中的“无形资产”与研发与生产中的“研发成果”；

（2）整体突出产品和服务的基本信息、特征、优势及其独特的客户价值；

（3）以下研发与生产、储运、包装、服务与支持，是对“产品和服务介绍”的补充说明内容，内容仅供参考，撰写过程中，应根据实际需求进行内容项目的选择，不要追求面面俱到，内容选择原则是：突出产品和服务的优势及独特价值，突出影响产品和服务的关键成功要素，例如研发能力、原材料供应、质量控制、售后服务体系等等；

（4）研发与生产相关内容应该注意与后面“研发与生产计划”内容的协调，这里只需突出现状、突出亮点即可；包装相关内容，在后面“营销计划”中的产品策略部分可能会提到，这里不用展开描述；服务与支持相关内容在后面的“营销计划”中也会提到，若这里着重阐述，后面就不宜赘述；

（5）聚焦于现状（目前能够做到的），而不是未来。部分涉及未来计划、项目发展所需资源及资金、经营管理（关键成功要素相关）等内容，可在商业计划书中后面的营销计划或者经营管理计划中再进行重点描述，这里只需要根据个人需求简单陈述或者不用陈述。

1.产品或服务介绍

1.1 产品或服务目录：主要指产品的分类、名称、规格、型号、产量、价格等。

（可以以表格形式体现。）

1.2 产品特性、功能及提供的客户价值

1.3 产品生命周期

1.4 无形资产（商标知识产权专利等）

1.5 知识产权策略（与“公司概况”部分相关内容相重，这里仅指产品相关知识产权）

2.研发与生产



2.1 正在开发/待开发产品的简介（或者未来服务规划）

要求描述新产品或者服务的详细介绍以及突出为客户提供的新价值。

2.2 公司已往的研究与开发成果及其技术先进性

2.3 公司现有技术开发资源以及技术储备情况

2.4 资源及原材料供应

2.5 现有生产条件和生产能力

2.6 扩建设施、添加设备、要求及成本，扩增后生产能力（与“公司概况”部分相关内容相重，注意前后内容的一致性以及不同的侧重点）

2.7 产品标准、加工工艺、质检（质量控制）和生产成本控制

2.8 HSE 管理策略

2.9 研发计划（含资金、人员投入计划）、产量计划及时间表

3.包装

包装工作需要使储运方和客户都相信你的产品会安全离开货架，且包装的设计与风格最好是具有一定的差异化，可以快速对外树立良好的品牌形象，并博得客户的认同。

4.储运

现有的库存、储运条件，以及需要改善的要求、所需资源与成本。

5.服务与支持

详细介绍产品的售前、售中服务相关要求以及售后服务网络和用户技术支持。包括提倡的服务理念、服务标准、服务流程、服务质量体系、服务考核机制等相关内容。（有关文件可以以附件形式体现）

注：关于公司概况内容（公司经营主体介绍），若已在第二部分中详细阐述，这里无需重复描述，但是可以结合项目背景内容强调一下公司的一些能力与资源优势。



第四部分：行业及市场分析

这里所指的行业及市场分析，是广义的行业及市场分析，包括整个行业的发展现状及趋势分析、企业所在市场细分领域的发展现状及发展前景分析、竞争分析、项目发展 SWOT 分析四部分内容。

内容重点：行业大环境发展机会；细分市场发展前景；目标市场定位（包括选择目标市场的理由，以及为什么目标市场中的客户将购买你公司的产品或服务）；竞争者对比分析（突出竞争优势）；最后结合 SWOT 分析得出总体结论：进入行业及市场的机会如何，具备哪些优势，存在哪些劣势与威胁，采取哪些策略来确保项目发挥最大优势、抓住机会并获取成功。

一、行业分析

行业是指为市场生产和销售产品或者提供服务的一群公司，行业决定着你的同行与竞争者。这里所言的行业分析，是指企业所处行业大环境分析，而并非细分市场或者细分行业的分析。当然，分析过程中，我们应该尽量选择对企业所处细分市场或者产品及服务定位的目标市场影响较大的因素进行分析，而千万不要摘取一些大的行业分析报告内容，甚至是安排一些与项目“不相干”的行业分析内容。

（一）行业发展历史、现状与趋势（包括行业市场前景分析与预测）；

相关图表：行业产值增长趋势图、行业近年投资热度分析表；

（二）行业准入与政策环境分析（包括进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制等分析）；

相关分析工具：PEST 分析法、五力模型等等。



（三）对产品利润、利润率影响较大的行业发展因素，例如哪些行业的变化、哪些政策的变化、技术的变革、竞争者数量规模及成长速度，等等。

二、市场分析

市场是指产品或服务出售的地方，市场决定着你的机会和客户。这里的市场，实质上就是指你的产品或服务所定位的目标细分市场。市场细分是指营销者通过市场调研，依据消费者的需要和欲望、购买行为和购买习惯等方面的差异，把某一产品的市场整体划分为若干消费者群的市场分类过程。因此，该部分内容，一定要让读者清楚了解你所选择的目标市场、选择该目标市场的理由，以及为什么目标市场中的客户将会购买你公司的产品或服务。

（一）目标市场定位说明（细分市场定位）

主要描述细分市场特点：消费者结构特征（年龄、性别、学历、职业等）、分布区域、购买动机、购买习惯、购买需求、购买能力等等。

相关分析工具：目标市场特征调查分析及策略制定、消费者分析工具。

（二）细分市场现状及需求预测

1、市场发展现状：目前的消费者数量、销售额（含单位销售额与总销售额）、增长速度以及目标市场供给情况及竞争者分析（主要竞争者及所占市场份额，详细的竞争分析内容另见“竞争分析”章节）；

2、市场增长空间：潜在消费者数量、预计销售额（含单位销售额、总销售额，根据市场的增长速度进行判断）、预计市场供给情况（竞争性）；

3、影响市场需求的主要因素（尤指良好的发展机遇）：例如行业变化、技术变革、竞争性、政策变化，等等。

相关分析工具：有关细分市场消费者数量及产品销售额数据统计表、细分市场可行性分析。

（三）选择该目标市场的理由

1、市场增长空间以及市场机会如何？



- 2、你的产品和服务是如何满足市场需求的？是否创造了新的客户价值？
- 3、你具备哪些竞争优势？（可结合“五力模型”分析、竞争分析、SWOT 分析内容，简要阐述）
- 4、如果存在劣势或者面临新入者威胁、替代品威胁等，你将采取哪些策略获取成功？（可结合“五力模型”分析、竞争分析、SWOT 分析内容，简要阐述）
- 5、未来 3-5 年预计销售额多少？预计市场占有率多少？预计利润率多少？（可以用表格形式呈现）

三、竞争分析

竞争分析，即行业垄断性以及主要竞争对手对比分析，其核心内容为竞争对手分析。竞争对手主要指那些在同一行业里生产同样产品或提供类似服务的那些公司，他们将对你的创业项目的成功构成威胁。全面了解你的竞争者，可以减少遭致失败的风险，同时还可以帮助你采取有效的竞争策略获取竞争优势。

读者通常需要了解的是：

1. 谁是你直接和潜在的竞争者？
2. 你的产品和服务与竞争对手的有什么区别？
3. 你的竞争对手对你的项目构成了多大的威胁？
4. 你的竞争策略是什么？

（一）行业垄断性分析（根据需要安排，大部分都不涉及行业垄断性分析）

行业垄断性分析，要注意判断行业垄断的可持续性，因为随着政策或者行业市场的变化，垄断地位可能会发生变化。

（二）主要竞争对手分析（要求选取 5 家以上）

1. 竞争对手概况（名单、所占市场份额、特征、基本信息）
2. 行业内主要竞争对手比较分析

主要从细分市场的市场份额、增长速度、公司实力、研发能力、产品价格、产品质量、成本、营销渠道、客户群、服务支持、管理水平等方面进行比较。（可



以表格的形式进行比较分析)

3.竞争分析结论:公司产品竞争优劣势,并指出公司的竞争优势能够持续多久。

主要分析工具:竞争者分析相关分析工具。

注:主要突出公司的竞争优势,因此在以上比较分析过程中,不要过于介绍太多的细节,应该抓住关键的竞争要素(例如技术创新的高水平、产品质量的优越性、成本控制的优势、营销渠道的资源优势等等)进行对比分析,从而得出公司具备较强竞争优势的结论。

(三) 竞争策略或消除壁垒

针对竞争对手,尤其是针对竞争分析中存在的劣势,采取哪些策略,如何扬长避短、如何攻克薄弱点;面对进入目标市场过程中可能遇到的壁垒,如何来消除这些壁垒。

四、SWOT 分析

这里采用的 SWOT 分析法,通常是将上述分析过程内容或者部分分析结论,采用 SWOT 分析工具,对项目的优势、劣势、机会、威胁进行总结性分析,从而得出总体结论:进入行业及市场的机会如何,具备哪些优势,存在哪些劣势与威胁,采取哪些策略来确保项目发挥最大优势、抓住机会并获取成功。

(一) 项目优势分析

例如:研发、团队、技术、产品质量、营销渠道等方面与竞争者比较,具备较强优势。

(二) 项目弱势分析

例如:新创立公司品牌影响力弱、产品更新速度相对较慢、融资前生产硬件条件有待改善,等等。

(三) 项目机会分析

例如:行业发展前景巨大、细分市场增长空间大、政策支持行业发展,等等。

(四) 项目威胁分析



例如：行业新进入者威胁、替代品威胁、行业进入技术壁垒、贸易壁垒、资质要求壁垒、政策限制等等。

SWOT 分析结论：

目前，你的项目（产品或服务）进入行业及市场的机会如何；与竞争对手相比较你的项目具备哪些得天独厚的优势；与竞争对手比较又存在哪些劣势；同时，你的项目发展可能会面临哪些威胁？你将采取什么样的策略来消除竞争劣势与发展威胁，从而构建竞争优势、抓住最佳机会并获取成功。

第五部分：项目执行计划

这里所指的项目执行计划，实际上是公司的“战略规划”，具体包括公司总体规划、各项细分职能战略规划（研发与生产计划、营销计划、经营管理计划等等）。实际上，本部分内容是基于描述完公司概况、项目基本情况、产品及服务、行业及市场分析（包括竞争分析）之后，提出项目将要实现的总体战略目标以及达到预期目标的具体实施方案。

需要注意的是：第一，部分内容与商业计划书中前后文可能存在一些重复，需要重点协调，例如在公司概况中可能会涉及到公司战略规划内容，但在公司概况中只需简明扼要的描述，又比如研发与生产计划中，涉及到研发与生产现状的一些内容，在产品或服务中可能会突出描述，用以突出研发与生产能力，那么这里着重描述未来计划部分内容即可；第二，关于具体的阶段目标、计划及实施进



度，既可以在总体战略目标与规划中阐述，也可以在经营管理计划中描述；第三，关于财务计划内容，严格意义上也是属于执行计划部分的内容，但考虑其重要性，一般都是安排独立章节予以阐述，不过在本部分中可以强调一些财务目标、大概的财务计划工作；第四，在各项战略规划描述过程中，一定要突出支撑项目获取成功的关键因素，切忌面面俱到。

一、总体战略目标与规划

（一）公司愿景与使命

公司愿景是企业为之奋斗的蓝图，是组织成员发自内心的对组织未来的一种远期追求，必须向读者明确公司存在的理由、价值观以及战略目标；

公司使命是指企业和社会进步和社会经济发展中所应担当的角色和责任。是指企业的根本性质和存在的理由，说明企业的经营领域、经营思想，为企业目标的确立与战略的制定提供依据。

（二）近期战略目标及规划（近 3-5 年）

在战略规划描述中，应突出项目的关键成功要素，不一定非得按照以下所列项目内容撰写，而且不同企业关键成功要素（尤其是职能战略目标及规划）都不尽相同。

（1）财务目标/业绩目标

- 1、销售额；
- 2、利润；
- 3、市场占有率；
- 4、盈亏平衡点；
- 5、资本周转能力。

（2）职能/能力目标及战略规划

注：以下所列内容主要强调目标与总体规划，具体实施方案分别另见“研发与生产计划”、“营销计划”、“经营管理计划”以及“财务预测与融资计划”。



- 1、研发与生产战略目标及规划；
- 2、财务（资本）战略目标及规划（包括公司自己的资金投入、使用计划以及融资计划）；
- 3、营销（含品牌）战略目标及规划；
- 4、人才（组织能力）战略目标及规划；
- 5、公共关系（资源整合）战略目标及规划；
- 6、企业文化战略目标及规划；
- 7、社会责任战略目标及规划。

（三）阶段目标及工作计划

该部分主要描述各阶段发展目标以及具体的工作重点内容。即如何分阶段、分步骤实现上述战略规划。

可以按照项目发展的关键时期拟定阶段目标及工作计划，也可以按照年度拟定目标与计划。尽量用表格形式清晰阐述。例如：

年度/时间段	阶段目标	阶段工作重点	备注

（四）项目实施进度

该部分内容主要描述项目当前的进展状态，强调近期（尤指项目初期）的阶段性工作（或者里程碑交付成果名称）的完成情况。一般是针对某些已经启动或者初步投入运营的项目，便于读者掌握项目发展状态。

例如一些网络平台项目，需要重点描述网络平台筹备、建设及上线阶段的工作完成情况。

阶段性工作	计划完成时间	完成情况	备注

注：



1、本部分内容也可以与“阶段目标与工作计划”内容融合，作为长期发展目标及工作计划的一部分，作为一个整体来阐述；

2、注意与项目描述中项目背景内容的协调，因为项目描述中包括项目历史阶段及现状的介绍。可根据需要从不同角度重点阐述，或者只在某一章节中强调该内容。

二、研发与生产计划

（一）研究与开发

1.研发能力方面

1.1 已有研发成果、新开发产品以及关键技术的先进性（包括技术专利、知识产权、获得奖励等）；

1.2 公司参与制订产品或技术的行业标准和质量检测标准情况；

1.3 国内外技术与产品开发竞争优势（与竞争对手比较）

2.研发资源及研发管理方面

2.1 目前研发投入情况（可列表说明每年购置开发设备、开发人员工资、试验检测费用、专利申请或技术资格认证费用以及与开发有关的其它费用）；

2.2 现有技术团队以及技术专利储备情况；

2.3 现有研发设备情况；

2.4 现有研发合作资源情况（例如高校、研究机构等，包括合作方式说明）；

2.5 如何确保技术队伍稳定，例如技术开发以及创新激励机制与措施。

3.研发计划方面

为保证未来研发产品的质量、产品的升级换代以及保持技术领先地位，需要说明公司的技术研发方向、未来重点开发的产品、研发投入计划及管理措施。

3.1 未来技术研发方向说明，例如重点领域、关键技术突破，要求说明具体的时间进度安排；

3.2 未来重点开发的产品说明，例如即将上市的产品、未来投放市场的创新产



品，要求说明具体的时间进度安排；

3.3 公司未来 3~5 年研发资金、设备与人才投入计划；

3.4 管理措施：主要指合作资源的继续拓展、技术队伍的激励、质量与成本的控制等相关说明。

（二）生产制造

1. 生产制造能力方面

1.1 产品生产制造方式：企业自建厂生产产品，还是委托生产，或其它方式，请说明原因；

1.2 生产条件情况：地理位置、厂房及库房面积、环境及设施条件、交通、仓储、物流等；

1.3 生产设备情况：设备性质，是专用设备还是通用设备；设备先进程度如何；设备价值多少，是否投保；设备生产能力如何，能否满足公司产品销售增长的要求，等等；

1.4 生产管理团队情况：生产管理人员、设备操作特殊技能人才储备情况；生产一线操作人员稳定情况。

2. 生产管理方面

2.1 生产制造过程、工艺流程说明（简述，并附加图表形式呈现）；

2.2 主要原材料、元器件、配件以及关键零部件的供应情况（进货渠道的稳定性、可靠性、质量、价格及周期，必要情况下，可列出主要供应商的名单及其合作历史、优势）；

2.3 质量控制：描述生产过程中产品的质量管理体系，例如供应质量控制、生产全程质量检测标准、生产制造及工艺流程规范与管理、质量改进等等。如何确保生产效率与产品质量，成品率、返修率、废品率等的控制目标范围；

2.4 成本控制：描述产品成本与生产成本的控制措施，如何形成成本优势。

3. 生产计划方面

注：一般要明确生产战略规划，并主要描述产量计划、未来 3-5 年的生产投入计划，以下所列其它内容仅供参考。其中的质量管理、供应商管理、成本控制、



HSE 管理等策略，应注意与上述“生产管理”中内容的衔接，避免重复。

3.1 产量计划及时间进度安排；

3.2 未来 3-5 年生产投入计划，例如厂房扩建、生产线扩容、设备添加、设备更新升级、人才引进等；

3.3 生产制造流程、工艺流程进一步优化；

3.4 供应商管理策略；

3.5 质量加强策略；

3.6 成本控制策略；

3.7 HSE 管理策略。

三、营销计划

将你的产品或者服务出售出去，是创业项目成功的关键步骤。制定营销计划有两个重要意义：一是为团队明确行之有效的营销战略，并实现产品或者服务的成功销售，是商业计划书中不可分割的一部分；二是让人能够预期成功的营销策略以及优秀的营销能力可以大大获得读者的信任。

通常情况下，“营销计划”内容需要特别设立一个篇章进行重点展开描述。

商业计划书中的“营销计划”主要突出描述营销目标、营销策略、客户服务、营销管理、公共关系等内容，而完善的“营销计划书”还包括营销状况分析、SWOT 分析、营销预算、营销控制等内容，这里无需展开描述。

（一）营销目标与规划（预计市场渗透与销量）

明确近 3-5 年销售需要达到的目标以及具体的市场开发计划，可按阶段分解总体目标。总体目标也可以用一些关键指标来衡量，以下为示例：

市场份额（%）

有效销售率（%）

实际完成率（%）



潜在的购买者/用户（每年数量）

总销售量/销售额

每个购买者的购买量

平均购买价格

广告宣传/出版物上宣传的目标数量

渠道商发展数量

品牌地位/品牌价值

注：

1.部分内容，可能与战略规划中涉及的战略目标相同，但是这里强调的是营销战略目标；

2.可以用图表形式表达，并列出现近 3-5 年每年的预期目标。

（二）营销策略

营销策略主要包括产品策略、价格策略、分销策略、促销策略四个部分。

1.产品策略

产品策略常用的有产品的差异化定位、产品包装设计、产品组合策略等。

（如果在产品和服务部分已经有相关阐述，这里可以言简意赅一些）

2.价格策略

产品销售成本的构成及销售价格制订的依据；影响价格变化的因素和对策。

3.分销策略

主要指建立销售渠道的策略与实施。具体分销策略可以从以下两方面阐述：

3.1 直销

直销是指在固定零售店铺以外的地方（例如个人住所、工作地点或者其他场所），由独立的营销人员以面对面的方式，通过讲解和示范方式将产品和服务直接介绍给消费者，进行消费品的行销。

这里要求描述详细的直销体系、销售队伍的运行机制、实施计划以及达成的任务额。具体销售方式包括面对面销售、直销店、电话销售、网络销售等等。



3.2 渠道商

渠道商主要是指连接制造商和消费者之间的众多中间企业，包括：批发商，经销商、零售商，代理商和经纪商等等。

这里要求描述所选择不同渠道的功能、特点及其优势（其中包括可能过去已经建立起来的销售渠道），渠道网络的区域布局、不同渠道的发展目标与规划、渠道管理机制、渠道商服务支持以及达成的任务额。

其中为渠道商提供的服务支持，主要从以下几方面努力：

- 竞争优势：具有独特的产品竞争优势，且保持稳定的利润和市场地位。
- 产品或服务价格：制定合理且有很强吸引力（盈利空间大）的价格。
- 广告宣传与公共关系：适当的广告投入、开展市场公关活动、提供有效的销售（宣传）资料，最大程度地提高顾客的理解度和需求，促使销售过程加快和简易化。
- 技术/专业服务：准确有效、反映迅速。
- 人员培训：必要的情况下，为渠道商提供销售人员培训支持。
- 保障性服务：在设计、制造、包装、储运等方面提供服务支撑，例如当需要产品时可立刻发货。

4.促销策略（促销与市场渗透）

4.1 主要促销方式

主要促销方式包括折扣优惠、礼品派赠、产品展示会、DM 直投、与渠道商联合促销、活动促销等等；

要求对所采用促销方式的特点、具体内容、时间安排、作用以及预计产生的效果进行说明。

4.2 广告宣传与公关活动

广告宣传：广告投放规划（包括投放媒介对象、投放周期安排、广告宣传内容）、宣传对象、预计效果；

资料宣传：广告宣传资料、品牌形象手册等；



自媒体宣传：企业内刊、官方网站、企业微博等自媒体的宣传计划。

公关活动：包括新闻发布会、年会、学术研讨会等；

品牌活动：主要指推广产品品牌、企业形象的系列品牌活动。

（三）客户服务

客户服务主要包括售后服务以及日常客户关系维护两个方面的工作内容。

1. 售后服务

描述产品售后服务方面的策略与实施方案。例如服务理念、服务标准、服务流程、服务管理体系。（相关内容注意不要与“产品与服务”部分中“服务与支持”内容重复太多，如果完全一致，可略作说明）

2. 客户关系维护

描述客户关系维护的主要策略，例如客户满意度调查、客户需求调研、客户数据分析、客户开发与维护管理制度、客户关系拓展及维护活动。

（四）营销管理

营销管理主要包括营销队伍建设以及日常销售业务管理两个方面的工作内容。

1. 营销队伍建设

营销队伍现状、营销队伍建设计划、培训计划、配套的销售管理机制，例如销售人员管理办法、销售业绩奖励制度、相关绩效考核制度。

（相关管理办法或者制度，可以简单说明，也可以根据融资进展需要以附件形式体现；另外，需要注意与“经营管理计划”中人才招聘与培养计划、薪酬激励机制、绩效考核机制等内容的协调，这里重点突出的是针对营销队伍建设的内容，如果存在重复性内容，此处略作说明即可。）

2. 销售业务管理

这里主要指日常销售业务管理、销售资料统计、客户数据信息化、客户数据统计与分析、销售周期计算等。（部分内容与“客户关系维护”内容相关）

（五）公共关系



主要指通过公共关系的维护，在社会与公众心目中的树立企业的良好形象。

具体实施措施：

1.通过公关活动，与社会公众形成良好互动，树立品牌形象；

2.定期与政府、媒体、研究机构等机构进行关系维护，借助第三方来将企业的“声音”传递出去；

3.积极承担社会责任，构建利益共同体（与利益相关者各方保持和谐关系，并努力实现共赢）

需要注意的是，该部分内容与“促销策略”中广告宣传、公关活动内容比较类似，但这里强调的是公共关系维护以及品牌形象的树立，而促销强调的是如何促进销售、如何渗透市场；当然，如果这部分内容不多，也可以整合到“促销策略”部分予以描述即可。

四、经营管理计划

经营管理计划是指项目运营的日常工作计划以及指导这些工作的战略，是确保营销计划以及整体商业计划获取成功的基础。（项目的日常工作就是经营，这个过程是把构思或原材料转化为将要出售给客户的产品或服务。）因此，经营管理计划也是公司战略规划内容的重要组成部分，是实现公司战略目标的具体实施计划内容之一。

经营管理计划部分，应该突出描述其中那些支撑项目获取成功的关键因素，即影响为利益相关方创造经济价值回报的重要因素。例如：盈亏平衡点控制；原材料采购优势以及成本控制管理；生产或者营销过程中的技术革新；质量的把控；人力资源获取的便利性；有效的定价策略；优越的地理位置；优秀的管理团队。

（一）组织结构及公司治理

1.组织结构设计：设立哪些机构或部门、配备哪些人员、各部门职能与经营目



标。要求体现能够支撑未来公司战略与商业计划的组织机构。可用图表形式展示。

2. 企业决策机制/程序说明。

3. 其它需说明的问题：公司是否存在关联经营和家族管理问题；公司与董事会、董事、主要管理者、关键雇员之间是否有实际存在或潜在的利益冲突，有什么解决办法。

（二）管理团队介绍

若在其它章节中或者独立的篇章中已经详细介绍了“管理团队”，这里只需要简单强调团队优势即可。

（三）薪酬、福利与员工激励机制以及员工利益保障

1. 高管激励：主要指对公司管理层及关键人员将采取的激励机制。具体包括股权分配及认股计划、薪资及福利激励方案。

2. 员工激励：薪资、福利以及激励措施。例如员工持股计划、与员工签订劳动合同（包括竞业禁止协议）、为员工办理社保、为员工提供的福利方案、员工利益保障机制。

（重要的制度或者方案可以以附件形式体现）

（四）人员招聘、培养与绩效管理计划

描述支撑整体商业计划的人力资源规划，具体包括人员招聘、培养以及绩效管理（考核机制说明）三个方面的内容。

组织机构设置及人员配备在“组织结构及公司治理”中已经进行了详细说明，这里主要突出描述人员招聘以及培养计划，从而确保项目发展的人才供给。

（五）企业文化建设规划

简单描述公司倡导的核心价值观、员工行为规范以及企业文化建设规划。

（这里主要指初期的企业文化管理机制，简单描述即可，切忌描述庞大、完善的企业文化建设规划内容，毕竟企业文化管理属于相对“虚”的管理方式，做到突出公司的远大目标、凝聚力以及可持续成长的生命力即可。）

（六）知识产权管理

描述企业对知识产权、技术秘密和商业秘密的保护措施。例如：保密协议签



订、竞业禁止协议签订、知识产权及专利管理制度等。

（尤其是针对关键技术人员、掌握重要信息的人员，要求签订保密协议、竞业禁止协议等）

（七）研发与生产管理计划

突出描述为保证未来研发产品的质量、产品的升级换代以及保持技术领先地位，公司未来的技术研发方向、重点开发的产品以及具体的研发投入计划及管理措施。

注：此处无需展开描述，突出关键要素即可。详细内容见上文中“研发与生产计划”部分。

（八）阶段目标、工作计划及项目实施进度

若在战略规划中已经描述该内容，这里无需重复撰写，详见上文中“总体战略目标与规划”。

（九）其它需要重要说明的内容

该部分内容可以灵活穿插描述，有必要时，再重点描述。

1. 盈亏平衡点控制分析；（也可以在财务计划中突出描述）
2. 企业是否通过国内外管理体系认证？
3. 项目实施过程中，你还需要哪些资源与能力支持，如何获取这些资源与能力？



第六部分 财务预测与融资计划

财务预测与融资计划，我们也可以将其理解为广义的“财务计划”，即包括财务预测、投资分析、融资说明等内容。财务计划的核心是经营的最终目标——即获得财务收益。一个项目必须要有健康的现金流以及获利的长期潜力，否则的话，项目的存在就失去意义了。因此，财务计划是商业计划书内容的关键组成部分，因为它将项目的所有其它部分，包括商业环境分析（商业机会）、竞争性分析（竞争优势）、营销计划、经营管理计划和管理团队都转换成了预期的财务成果。

该部分要求描述财务预测分析过程及其结论，具体包括财务假设、财务预测与分析（依据财务报表，着重进行损益预估、现金流预估、资产负债预测、盈亏平衡分析、资产价值分析、资产折现力规划，其中包括项目盈利能力分析、偿债能力分析、成长能力分析、营运能力分析等关键财务指标的分析）、项目投资效益分析、融资计划等内容。

一、历史财务状况

简单描述公司过去的经营财务状况，并突出经营成果，要求提供过去至少三年的现金流量表、资产负债表和损益表以及每年度的财务总结报告书。

注：财务现状，也是后文中财务预测假设的基础，可以提高风险投资者对你后面财务预测内容的信任度。

二、财务预测

（一）假设说明（财务预测前提）

你所做出的财务数据假设是你的商业计划的基础，它们必须是现实的，不能

超出行业经验的范围。在附件中可以考虑加入更为详细的假设资料。

而且，一定要在计划书中写明你的假设。并且给出它的来源、证据、专家意见以及你选择某一增长率或分销成本的理由。

必要情况下，可以对你的盈利模式加以说明，作为财务预测的前提内容之一。

假设说明示例（以下仅供参考）：

- 1.项目期初投资为投资年度年初一次投入；
- 2.收入在年末取得，成本、费用、税金等均在年末发生；
- 3.产品经研究开发已成熟，具备技术上可行性，可以批量生产投放市场
- 4.与项目分析有关的成本，价格等指标均为确定值；
- 5.以五年为限对项目进行评价；
- 6.在确定项目的现金流量时，只考虑全部投资的运动情况，而不区分自己资金和借入资金等具体形式的现金流量。所有资金都视为自有资金看待；
- 7.在盈亏平衡分析中，将销售费用和管理费用都看作固定成本。
- 8.固定资产按平均年限法折旧，假设无净残值。
- 9.假设公司当年现金收入为总收入的___%，剩余___%下年收回。
- 10.按税后利润___%提取盈余公积金，___%分配红利。
- 11.银行借款利率___%。
- 12.行业折现率___%。
- 13.行业及市场增长率___%。
- 14.主要盈利模式说明。（如果盈利模式已经在之前的“项目描述”中进行了详细介绍，这里只需概述一下并做说明即可）

注：有关详细的财务数据，也可以在附件中相应的每张财务预测表中的前面进行假设说明。

具体包括：

市场增长率；

客户及数量假设；

销售增长率假设；



产品定价假设；

销售成本假设；

生产成本假设；

收入构成假设；

员工工资及经营管理成本支出（包括年增长率）；

现金、应收账款、固定资产（含折旧方式）说明；

公积金、利润分配比例；

其它重要数据说明。

（二）财务预测与分析

1. 利润表分析（重点阐述）

提供附件内容：未来 3-5 年预计利润表。分析过程中，可以编制一个简要的表格，例如：

项目	基期	1 年	2 年	3 年	4 年	5 年
营业收入(元)						
营业利润(元)						
营业利润率						
净利润(元)						
净利率						

分析要点：强调和解释预测利润表中主要数字的重要性，这些数字是该项目三到五年内的收入、营业利润、营业利润率、净利润和净利率。说明你预计该项目何时开始盈利以及未来的盈利能力。

2. 现金流量表分析

提供附件内容：未来 3-5 年预计现金流量表。分析过程中，可以编制一个简要的表格，例如：

项目	基期	1 年	2 年	3 年	4 年	5 年
----	----	-----	-----	-----	-----	-----

经营活动现金净流量						
投资活动现金净流量						
筹资活动现金净流量						
总现金流入量						
总现金流出量						
总现金净流量						

分析要点：描述公司现金流入流出的结构、真实的收益能力、净现金流的趋势和公司的成长性。并指出现金流出现峰值需要和峰值供应的时间，证明你的商业计划书已经考虑了现金流动的各种可能性。

3.资产负债表分析

提供附件内容：未来 3-5 年预计资产负债表。分析过程中，可以编制一个简要的表格，例如：

项目	基期	2015	2016	2017	2018	2019
总资产						
流动资产						
非流动资产						
总负债						
流动负债						
非流动负债						
所有者权益（或股东权益）合计						

分析要点：说明公司的资金来源、去向；公司的财务结构状况；公司的偿债能力以及营运能力。

4.财务报表综合分析

4.1 比率分析

图表 1：重要会计数据表

项目	基期	2015	2016	2017	2018	2019
营业收入						



净利润						
流动资产						
存货						
流动负债						
资产总额						
净资产额						

注：可根据需要添加必要的的数据项目，此表数据主要用于比率计算，便于读者一目了然的掌握你计算的依据。

图标 2：比率分析表（财务指标分析）

项目	基期	2015	2016	2017	2018	2019
流动比率						
速动比率						
总资产报酬率						
净资产报酬率						
销售利润率						

注：可根据需要添加必要的的数据项目。

4.2 销售趋势分析

项目	基期	2015	2016	2017	2018	2019
销售量						
销售收入						

注：可制作曲线图予以清晰呈现。

综合分析结论：

突出项目具有较强的盈利能力、成长能力、偿债能力以及营运能力。

示例：从各项预测财务指标结果以及销售趋势分析来看，该项目具有较高的速动比率，总资产报酬率和净资产报酬率从第二年到第五年呈稳步增长趋势，销售利润率在同期也保持较高水平；而且，项目在前五年的销售收入及销量呈高速增长态势。综合来看，该项目具有相当强的持续盈利能力、成长能力与经营能力。

（可根据需要，增加一些项目具有优势的财务指标进行描述，从而突出项目的综

合能力与前景)

三、投资分析

(一) 投资项目现金流量的估计

项目	基期	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
原始投入						
净利润						
加：折旧						
净现金流量 (NCF)						

注：表中相关数据来源于利润表与生产成本费用预算表。

(二) 投资效益评价

2.1 投资净现值

净现值是反映投资项目在建设和生产服务年限内获利能力的动态指标，其计算公式为：

$$NPV = \sum NCF_t (1+k)^{-t}$$

分析示例：

式中：NPV 为净现值；NCF 为在 t 期末现金净流量；k 为折现率，假设为____%。

得：NPV= ()

根据以上公式得出 NPV=>0，所以该项目是可行的。

2.2 内含报酬率

内部收益率(IRR)是项目净现值为零时的贴现率，内部收益率大于资本成本率寿命该项目可行；反之，则不可行。内部收益率满足以下公式：

$$NPV = \sum NCF_t (1 + IRR)^{-t}$$

分析示例：



令 $NPV=0$ ，计算得 $IRR=$ _____%，
远高于项目资本成本_____%，投资方案可以接受。

2.3 获利指数

获利指数（PI），是指投产后按基准收益率或设定折现率折算的各年现金流入量的现值合计与原始投资的现值合计之比。只有获利指数大于 1 或等于 1 的投资项目才具有财务可行性。其计算公式是： $PI=NPV/C$

分析示例：

根据获利指数计算公式计算得到 $PI=$
获利指数大于 1，投资方案可行。

2.4 投资回收期

项目	基期	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
净现金流量 (NCF)						
累计 NCF						
贴现的 NCF						
贴现累计 NCF						

注：表格中数据来源于投资现金流量表。

投资回收期是指从项目的投建之日起，用项目所得的净收益偿还原始投资所需要的年限。投资回收期分为静态投资回收期与动态投资回收期两种。

静态投资回收期（ P_t ）=累计净现金流量开始出现正值的年份数-1+上一年累计净现金流量的绝对值/出现正值年份的净现金流量；

动态投资回收期（ P'_t ）=（累计净现金流量现值出现正值的年数-1）+上一年累计净现金流量现值的绝对值/出现正值年份净现金流量的现值。

计算结果评估方法：求出的投资回收期要与行业标准投资回收期或行业平均投资回收期进行比较，低于相应的标准认为项目可行。

分析示例：



静态回收期： $2 + (12772.68/20080.02) \approx 2.6$ （年）

动态回收期： $2 + (13677.07/21675.27) \approx 2.65$ （年）

投资回收期=2.6 年，而同行业投资回收期平均水平一般为 5 年，低于同行业平均水平，值得投资。

投资分析结论：

通过以上各项指标分析，项目满足以下条件：

净现值（NPV） ≥ 0

内含报酬率（IRR） \geq 资本成本（ %）

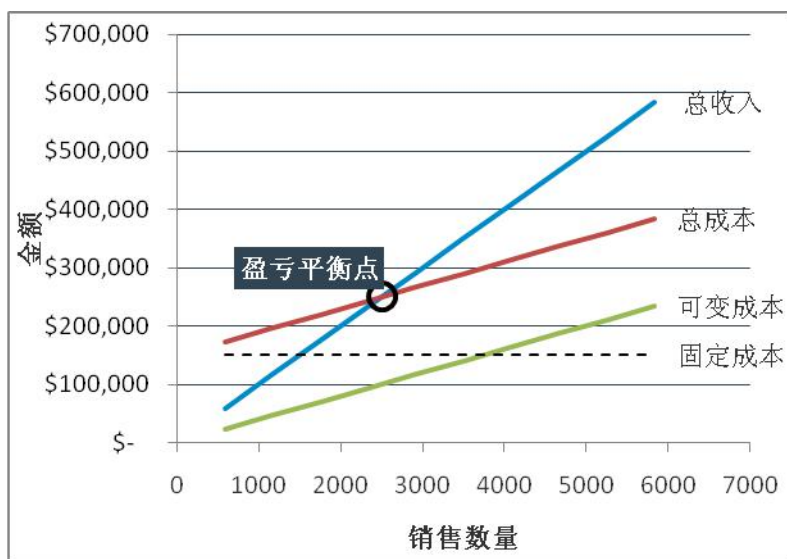
获利指数（PI） ≥ 1

回收期为 2.6 年，低于同行业平均水平 5 年。

综上所述，该项目可行。

四、盈亏平衡点分析

要求明确的告诉读者，你的项目在何时并且在什么销售水平条件下，才能达到盈亏平衡点。可用图表形式予以呈现，略作说明即可。以下为示例图：





盈亏平衡点（Break Even Point，简称 BEP）又称零利润点、保本点、盈亏临界点、损益分歧点、收益转折点。通常是指全部销售收入等于全部成本时（销售收入线与总成本线的交点）的产量。以盈亏平衡点的界限，当销售收入高于盈亏平衡点时企业盈利，反之，企业就亏损。盈亏平衡点可以用销售量来表示，即盈亏平衡点的销售量；也可以用销售额来表示，即盈亏平衡点的销售额。

计算方式：

按实物单位计算：盈亏平衡点=固定成本/（单位产品销售收入-单位产品变动成本）

按金额计算：盈亏平衡点=固定成本/（1-变动成本/销售收入）=固定成本/贡献毛率

其它常用投资分析工具：投资回报率（ROI）分析、风险概率与投资收益分析等。（可根据需要选择性使用）

五、融资计划

通过你的融资计划说明，投资者想知道你对这个项目所预测的“底线”。他们通常希望从这里得到以下信息：

1. 融资需求。

（本部分内容也可以在财务计划中开门见山的提出来）

主要指项目的资金需求与使用计划，融资需求包括需求量、需求时间、资金用途、贷款方式等；使用计划是指你如何使用这些资金？具体使用计划除了简单文字陈述以外，可用表格形式呈现，例如：

项目	金额（万元）
生产设备	
厂房仓库建设/租赁	
办公设备	
人员工资	



制造费用	
购买原材料	
销售与管理费用	
总计	

注：资金需求一般做一年的使用规划，即这一年项目要达成什么目标，达成这个目标需要多少资金，主要投入在哪些方面，具体如何分配使用。

2. 资本结构。

要求对原资本结构进行说明，包括原负债结构说明；并说明吸纳投资后的股权结构、股权成本（包括融资后，你将稀释多少股份？）。例如：

股本来源、股本规模	某公司			投资者
	货币入股	技术入股	设备入股	
金额				
比例				
合计				

注：

- 稀释的股份最好不要超过 30%，否则成了“打工者”，同时也不利于后期融资及持续成长，当然也不能太少，否则投资者就不乐意了。
- 出资要符合相关法律的规定。
- 注册资本不包含银行借款。

3. 回报与偿还计划。

该内容已经在“投资分析”的投资回报期分析中进行了详细阐述，略作说明即可。但是，如果项目有贷款，需要就贷款偿还计划特别说明一下。

4. 投资方监督与管理权限。

主要对投资者介入公司管理程度及界限的相关说明。

5. 投资回报与退出。

主要指对股票上市、股权转让、股权回购、股利等形式的说明。



- 股票上市：对公司上市的可能性作出分析，对上市退出的前提条件做出说明。
- 利润分红：对利润分工做出说明，投资商可以通过公司利润分红达到收回投资的目的；
- 股权回购：依照规定，公司实施股权回购计划应向投资者说明；
- 股权转让：投资商可以通过股权转让的方式收回投资。公司对投资商进行股权转让的说明。

6. 其它说明

例如，针对投资方的投资抵押、担保等相关说明。

第七部分：项目风险与机遇

项目风险分析主要包括资源风险、市场不确定性风险、研发风险、生产不确定性风险、成本控制风险、竞争风险、政策风险、财务风险、管理风险、破产风险等内容，通过描述风险控制的策略与方法，让读者对你充满信心；机遇分析，主要指项目面临的行业及市场发展机遇与良好前景，一旦战胜风险，项目所带来的机遇与无限的发展前景，将让投资者为之所动。

一、项目风险分析

项目风险分析主要包括资源风险、市场不确定性风险、研发风险、生产不确



定性风险、成本控制风险、竞争风险、政策风险、财务风险、管理风险、破产风险等内容。

描述项目可能存在的风险以及每项风险的控制策略，例如常见的技术风险、市场风险、财务风险、生产风险、管理风险、政策影响风险，等等。

二、项目机遇

机遇分析，主要指项目面临的行业及市场发展机遇与良好前景，一旦战胜风险，项目所带来的机遇与无限的发展前景，将让投资者为之所动。

描述项目本身的发展机遇以及为投资者带来的高价值回报，例如项目所在行业市场增长空间巨大、项目盈利能力强、政策环境利好等等，同时，本项目为投资者带来的财务收益与其它回报，相比项目存在的风险系数，更加值得投资者进行投资。

注：如果行业及市场分析、财务计划中对相关市场机遇、投资收益与回报内容已经进行了详细阐述，这里只需概述即可。

必要情况下，就可以风险概率与投资收益进行详细分析，并用图表呈现，让读者一目了然的知道项目所带来的机遇与回报，远胜于项目存在的风险。



第八部分：管理团队概述

管理层在创业初期一般就是你的创业团队，而创业团队的情况正是众多投资者最为关注的内容之一，也是很多读者都会首先阅读的那一部分。因此，应该突出进行描述，并强调管理团队的整体优势。既可以在“公司概况”中突出介绍，也可以在“经营管理计划”中进行描述，本模板是将其设立为独立篇章。

内容应突出团队核心成员的个人特长、相互弥补的整体优势以及已经取得的合作成就。关于管理团队成员的个人简历最好是以附件形式体现。

一、管理团队成员介绍

个人资料信息主要包括姓名、职位、性别、年龄、所持公司的股份或选择权、毕业院校、教育程度、个人工作经历、专业水平、知识与技能、历史成果、业界影响力、创业态度与动机，等等。

可以附上核心成员的个人简历。即使读者可能已经对你的团队有所了解，但为了方便读者深入了解你的团队，你应该在商业计划书的附件中加入你团队核心成员的个人简历。

描述管理团队成员或者个人简历，要求能够充分回答投资者关注的问题：

- 1.每位成员的工作经历。尤其是团队成员在本行业或者相关行业的经验情况，以及与本项目直接相关的经验。他们取得这些经验的证明人或者相关资质证书。
- 2.每位成员的知识与技能。尤其是拥有特殊能力的成员所带来的优势，从简历中能清晰的看到成员之间的知识与技能是否具有很强的互补性，同时也可以表明团队还需要补充哪些知识与技能的人才。
- 3.每位成员的历史成就。通过历史成就，再结合团队成员的知识、技能与经验，可以判断团队能否达成项目目标。
- 4.每位成员的业界名声（主要指个人的品质）。通过个人的业界名声，可以知



道团队成员是否正直诚实、是否勤奋、是否专注于事业、是否拥有坚忍不拔的毅力，等等。

5.每位成员的创业态度。通过创业态度，可以判断团队成员能否坚信自己的理念、能否保持战胜困难的信心、能否认识到风险并且对不可避免的问题采取正确的行动。

6.每位成员的创业动机。了解每一位团队成员的创业动机及其相似性，可以判断团队的凝聚力以及未来持续发展的潜力。

二、管理团队整体描述

对整个管理团队的综合性描述，可以让读者了解一支高效的创业团队是如何形成的，从而让这些极其在乎“投入、投团队”的读者对你们创业项目获得盈利、取得事业成功充满信心。为了突出整个管理团队的优势，一般需要从以下几个方面进行描述：

1.要求证实管理团队的力量。描述团队里每位成员的知识、技能与经验是如何在整体上相辅相成的，是如何形成强大的能力组合的。

2.要求表达管理团队的文化与管理机制。描述团队共同认可的价值观、团队章程（管理规范），如何确保团队力量得以充分发挥。

3.强调管理团队的历史合作成果。这证明你的团队已经拥有成熟的团队合作经验，并且相对于一支新组成的管理团队，具有更大的竞争优势以及更高的成功率。

4.必要时可以诚实的表达并说明团队的弱点，并说明未来如何弥补团队弱点、提升团队整体能力的方案。



第九部分：附录

商业计划书的附录虽然不是商业计划书的主体内容，但是其功能与作用不可小觑。附录内容是对商业计划书主体内容的有益补充，同时也是商业计划书中所陈述观点或者分析结论的重要依据，可以证明商业计划的可行性以及你制作商业计划书的严谨性，帮助读者深入了解你想表达的观点并提高读者对你商业计划书的信任度与认同度。

最好是对附录内容进行分类，并突出重点（靠前放置），例如管理团队成員简历、财务预测报表、行业及市场分析数据、商业计划书主文中需要补充说明的重要观点或者分析结论。同时，尽量使用图表，让读者轻松、快速掌握相关信息。

以下所列内容清单仅供参考，撰写过程中应根据实际需求安排内容项目。

一、专业术语说明

对于一些特殊项目的商业计划书，可能会涉及到一些陌生的专业术语，有必要进行说明。可以帮助读者更好的理解你的商业计划。

二、管理团队介绍

管理团队成員简历，包括管理团队所取得的历史成果或者突出业绩。

三、财务历史数据表、预测分析表

1.历史财务数据表：包括资产负债表、损益表、现金流量表、固定资产明细表等。

2.一般财务预测分析表：包括未来 3-5 年资产负债表、损益表、现金流量表、销售收入明细表、成本费用明细表、薪资水平明细表、固定资产明细表，等等。

3.财务指标分析表：财务盈利能力分析、项目偿债能力分析、项目成长能力分析、项目营运能力分析，等等。

4.财务分析报告或者报告摘要内容。

四、营销方面

1.企业客户名单；

2.产品或服务有关信息；

3.行业及市场分析数据及详细材料；



4.产品、定价、渠道、促销分析资料；

5.竞争分析数据及详细材料。

五、研发与生产方面

1.知识产权、专利发明清单；

2.研发所获认证、奖励证明；

3.生产能力分析表或者相关补充说明；

4.供应商名单及相关说明；

5.生产作业指导书；

6.工艺流程；

7.研发与生产费用投入表。

六、经营管理计划方面

1.部分重要的管理制度；

2.部分重要经营策略说明；

3.组织结构图；

4.项目里程碑；

5.项目实施进度表。

七、公司介绍方面

1. 产品样本及说明

2.公司现场图片（如生产现场、办公现场）

3.公司突出成果与荣誉

4.品牌活动图片

5.新闻报导、媒体采访剪报

6.公司企业文化说明

7.公司战略合作机构名单（具有竞争优势的）

八、其它

其它就商业计划书中主文内容进行补充说明的内容。例如项目风险分析、部分重要的分析工具说明，等等。