**创业计划书写作指南**

（仅供参考）

目标：指明计划的投资价值所在。解释是什么（What），为什么（Why）和怎么样（How）。

参赛项目具体来源：参赛小组成员参与的发明创造或专利技术；经授权的发明创造或专利技术（此种情况下，参赛小组须向组委会提交具有法律效力的发明创造或专利技术所有人的书面授权许可，以引用其产品）；可以研发实现的概念产品或服务。

**一、核心内容**

产品或服务的独特性，详尽的市场分析和竞争分析，现实的财务预测，明确的投资回收方式，精干的管理队伍。

**二、写作框架**

1.概述：公司的业务和目标及其他

2.产品或服务：用途、好处

3.竞争优势所在

4.专利权、著作权、政府批文、鉴定材料等

5.市场：市场状况、变化趋势及潜力

6.调研数据

7.细分目标市场及客户描述

8.竞争：现有和潜在的竞争者分析

9.竞争优势和战胜对手的方法

10.营销：针对每个细分市场的营销计划

11.如何保持并提高市场占有率

12.运作：原材料、工艺、人力安排等

13.管理层：每个人的经验、能力和专长

14.组成营销、财务和行政、生产、技术

15.财务预测：营业收入和费用、现金流量

16.前两年月报、后三年年报

17.附录：支持上述信息的材料

**三、思考方法**

1.收入成本法（适用于利润的预测和变动分析）

利润=收入—成本

收入=价格×销售量

成本=固定成本+可变成本

2.市场营销4Ps（适用于销售状况的预测和变动分析）

product：产品 price：价格 promotion：促销 placement：分销策略

3.波特五大竞争作用力（适用于分析是否应当进入某个市场或产品领域，以及是否具有长期的竞争力）

供应商议价能力、购买者议价能力、潜在竞争者、替代品竞争、行业内原有竞争

4.内部因素和外部因素（适用于分析各类经营问题）

外部因素：市场（趋势、细分市场、替代品），客户（需求、品牌忠诚度、价格敏感度），竞争对手（数量、市场份额、优势）

内部因素：营运（生产效率、成本因素），财务（利润率、资金利用效率、现金管理），产品（竞争优势、差异性）

5.3Cs综合法（适用于分析各类经营问题）

Company公司：市场营销、生产运营、财务管理、战略规划

Competition 竞争：行业竞争波特五大作用力、竞争定位价格、质量

Customers 客户：市场细分、容量、增长、变化趋势、价格敏感度