



第九讲 创业计划书



内容提纲



上篇：创业计划书及其内容

- ◆ 创业计划书的概念和作用
- ◆ 创业计划书的内容框架
- ◆ 创业计划书的内容要点

下篇：创业计划书的撰写

- ◆ 创业计划书的逻辑体系
- ◆ 创业计划书的写作过程
- ◆ 撰写创业计划书的注意事项





上篇：创业计划书及其内容

◆ 创业计划书的概念和作用

◆ 创业计划书的内容框架

◆ 创业计划书的内容要点



什么是创业计划书？

■ 创业计划书是外部商业计划书的一种，是由创业者准备的书面计划，分析和描述创办一个新的风险企业时所需的各种因素，其目的是为了通过撰写计划的过程对企业自身进行自我评估，对创业前景有更加清晰的认识，并且期望通过计划书获得风险投资家的风险资本。

- 是创业者“圆梦”的决心
- 是开创新业绩的战表
- 是一份全方位描述创业整体设想的文件
- 是一份关于创业设计的冷静的战略思考
- 是创业者展示自身才华的一种表达和诉说
- 是创业者获得风险投资支持的必备要件
- 是脚踏实地的商业计划
- 是创业崛起的行动纲领



创业计划书的作用



- 作为创业团队本身整理思路并凝聚共识的基础
- 向潜在投资人展示创业项目本身商机及可行性
- 作为创业项目分配资源, 并设定目标优先级的依据
- 作为子计划的展开及执行的最高指导原则
- 作为未来检视执行成效及进行方向的依据





上篇：创业计划书及其内容

◆ 创业计划书的概念和作用

◆ 创业计划书的内容框架

◆ 创业计划书的内容要点



创业计划书的内容框架

构 成		内 容	作 用
封面		创业计划书名称、组织名称、核心人员、撰写时间、计划书适用时间段等	计划书名片
摘要		创业计划书主要内容概述	计划书精髓
目录		创业计划书提纲	结构框架
前言		创业的背景、目的、方法、意义等的说明	背景与过程
正文	商机及产品介绍	顾客需求、市场规模；产品（包括服务）定义、产品功能、技术含量、产品创新、顾客价值、竞争优势	展示商机及把握商机的载体
	环境分析	宏观环境、行业与市场环境、企业内部环境、竞争环境	适应创业环境
	综合分析	关键成功要素和 SWOT 综合分析	环境分析的结论
	企业战略	企业使命、发展战略、竞争战略、核心竞争力	企业发展整体方略
	营销策划	STP 战略、品牌策划、营销重点	营销的整体部署
	营销组合	产品策略、价格策略、渠道策略及促销策略	营销的具体策略
	生产运作	产品研发、原料供应、生产技术和流程、生产条件要求及其现状	生产水平和能力
	经营管理	业务流程、组织结构、人力资源管理、创业团队展示	企业内部运行方式
	财务管理	经营业绩预测、财务报表及其分析、融资（额度、对象、方式、回报、退出）、投资（资金使用、监管）	公司资金资源运作方式
	风险管理	风险预测、风险分析、风险防范	预测和防范风险
◆项目启动计划		人员安排、资金设备计划、时间计划、地点选择	创业启动安排
附件		数据资料、问卷样本及其他背景材料	提高可信度



上篇：创业计划书及其内容

◆ 创业计划书的概念和作用

◆ 创业计划书的内容框架

◆ 创业计划书的内容要点



关于创业机会的描述

藉由以下几点来证明这是个很棒的点子!

- 商机来源：商机源于某种未被充分满足的需求
- 创意来源：灵感往往源自对生活与工作的深度体验
- 商业模式：提出令人信服的赢利模式和商业逻辑
- 市场估算：提出需求的量化与精算模型
- 需求满足：满足需求的方案能够被大范围复制和接受
- 首创说明：阐明以往需求未被满足的背景成因(为何别人没有看见商机或无法满足需求)?



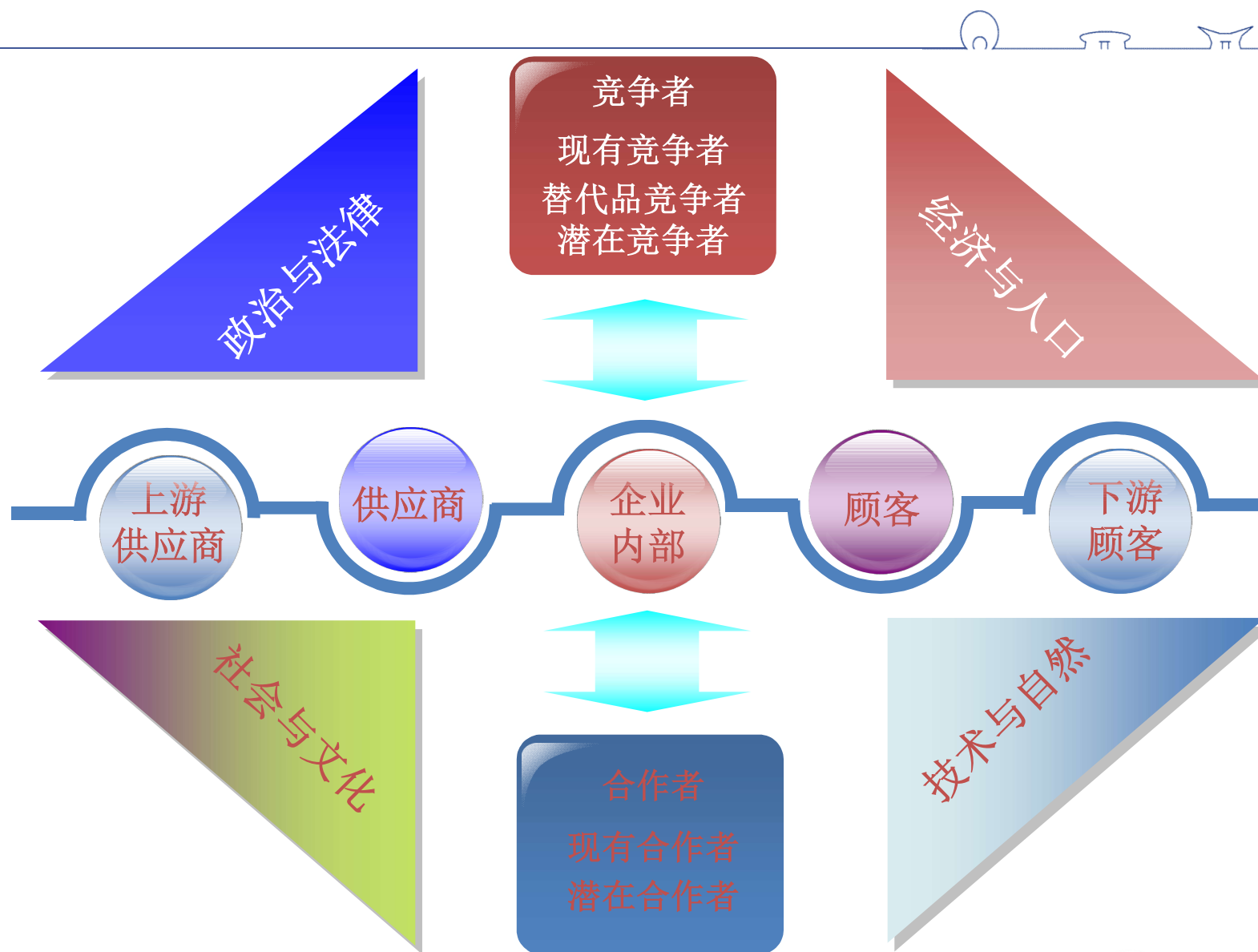
关于产品的描述

能够在极简短篇幅内讲清楚产品或服务的相关问题

- 目标市场：产品或服务是针对谁提供的？
- 产品定义：产品是什么？属于什么品类？
- 核心产品：产品服务提供的核心利益？满足哪些需求？
- 产品描述：产品形体如何？有哪些功能？为顾客提供哪些价值？
- 产品创新：与市场已有产品服务有什么差异？
- 竞争优势：与市场同类产品或替代产品相比有什么优势？
- 技术含量：产品技术是否先进和成熟？技术含量是足够高？
- 产品生产：哪些事自己作？哪些透过外包或策略联盟作？



关于环境分析——企业面临的环境因素



关于环境分析——目的和意义

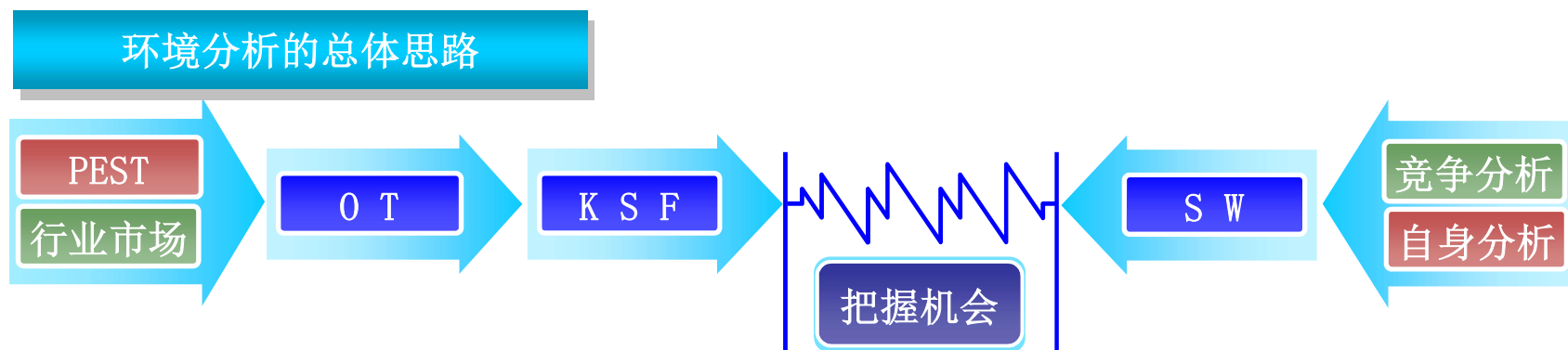


- 宏观环境分析：也叫P E S T分析，即政治、经济、文化和技术等环境因素，其目的在于发现宏观环境中存在哪些对企业有利和不利的因素，以使企业善加利用有利因素和设法规避不利因素。
- 行业环境分析：行业发展现状及其趋势，分析目的在于了解行业现状，发现行业机会和威胁。分析工具：波特五力模型。
- 市场分析：也就是顾客分析，分析顾客是谁、在哪里、有什么需求、有什么特征、其购买力如何、采取何种购买方式等。分析的目的在于以此为依据制定有正对性的营销策略。
- 竞争分析：分析竞争者是谁、实力如何、有何优势和劣势、其战略意图是什么、对于你发起的进攻会如何反应等。分析的目的在于以此为依据制定相应的竞争策略。
- 企业自身分析：介绍企业的现状，分析企业自身的优势和劣势。目的在于根据分析结果制定相应策略发挥和提升自身的优势，避免和弥补自身的不足，打造自己的核心竞争力，进而占据较有利的竞争地位。



关于综合分析

- 关键成功要素分析：是分析企业要想成功所必须具备的关键要素，据此来审视企业是否具备这些要素或具备到何种程度，创业计划必须提出这些关键成功要素的解决方案。
- SWOT分析是在环境分析的基础上对分析结果进行汇总分析的工具，通过对宏观环境、行业和分析发现企业面临的机会和威胁，通过对竞争者和企业自身的对比分析可以发现企业的优势和劣势。该分析就是对环境分析的总结和汇总分析。关键成功要素分析模型和。



关于企业战略



- 战略理念：包括企业的价值观、使命、信念、行为准则或公司宗旨、基本经营方针等。
- 战略定位：就是确定企业“是什么和干什么”，包括目标顾客定位、业务范围定位、行业定位、价值链定位和市场区域定位。
- 战略目标：包括市场与商品构成目标、组织构建目标、企业规模以及设备投资目标、业绩目标。
- 企业发展模式：市场如何逐步扩大？业务发展路径是什么？
- 企业竞争战略：企业采取何种方式与竞争对手展开竞争？是成本领先战略？还是差异化战略及何种差异化？
- 企业核心竞争力构建：企业是否具备某种优势，这种优势是竞争对手无法短期内模仿，而且对企业获取有利竞争地位起到决定性的作用。如具备什么技术、模式、专利、品牌或可以设置进入障碍等。企业如何获取和维持这种优势？



关于营销策划



- 市场细分：根据顾客需求的某些特征或变量对顾客群进行分类。
- 目标市场：选择你打算进入的细分市场，去满足着些细分市场顾客的需求。
- 市场定位：根据竞争者现有产品在市场上所处的地位和顾客对产品某些属性的重视程度，塑造出本企业产品与众不同的鲜明个性或形象并传递给目标顾客，使该产品在细分市场上占有强有力的竞争位置。
- 品牌策划：通过对品牌要素的设计和组合，为你的品牌塑造个性，使其人格化和富有生命力，进而通过适当的手段传播出去，以其达到为顾客所广泛认可的目的。



关于营销组合



- 产品策略：设计你的产品组合（即产品种类、花色、规格等）和产品包装（品牌名称、标志、图案、颜色、材料、标签等）。
- 价格策略：分析成本构成、竞争者价格、消费者购买力，制定你的产品价格组合。
- 渠道策略：选择你将产品打入市场的渠道方式，制定进入这些渠道的策略和方法，估计进入这些渠道的成本。
- 促销策略：选择你的广告方式、公关方式、人员推销方式、销售促进手段。



关于生产运作



- 技术研发：展示你的技术研发能力，规划你的产品研发、工艺研发进程。
- 原材料供应：分析你的原材料需求，选择供应商，制定原材料供应的保障措施。
- 生产条件分析：分析生产所必备的条件、检查现有生产条件，制定完善生产条件的策略和计划（生产场所、设备、设施、工具、人员等通过何种方式落实？）。
- 效益分析：估算你的生产能力、产量产值、生产成本等。



关于经营管理



- 业务流程：你的主要业务流程有哪些？
- 组织结构：设置你的部门分工协作方式、描述部门的职能及其所扮演的角色，画出公司的整体组织结构图。人力资源管理：设计你各个部门内部的岗位、制定岗位之间分工协作方式、设计人员招聘和配置方式、制定关键绩效考核标准和方式、制定企业拟采取的主要激励手段（员工薪酬、福利、股权、个人发展等制度）。
- 创业团队展示：人员构成（学历、专业、专长、经历、行业经验、行业认识水平、创业者特质等）



关于财务管理



- 经营业绩预测：预测你未来的销售量、销售额、利润、成本及费用支出、融资及投资方向和额度等。
- 财务报表：在经营预测的基础上编制未来3到5年的利润分配表、资产负债表和现金流量表。
- 对财务报表进行分析：给出关键财务指标数据，如销售利润率、资产负债率、投资回报率、盈亏平衡点等。
- 融资说明：选择你准备说服的投资者、说明你融资的额度以及融资的方式和条件、融资后的股权结构、选择投资回报的方式和预计回报的额度、设计投资者推出投资的渠道。
- 投资说明：说明资金使用的项目、额度预算以及资金使用的控制和监督机制。



关于风险管理



- 风险识别：分析创业过程中可能出现的风险的种类和风险产生的原因。
- 风险分析：分析各类风险出现的可能性和出现后造成的影响有多大。
- 风险应对：制定防范分类风险的措施和风险出现后的应对措施。





下篇：创业计划书的撰写

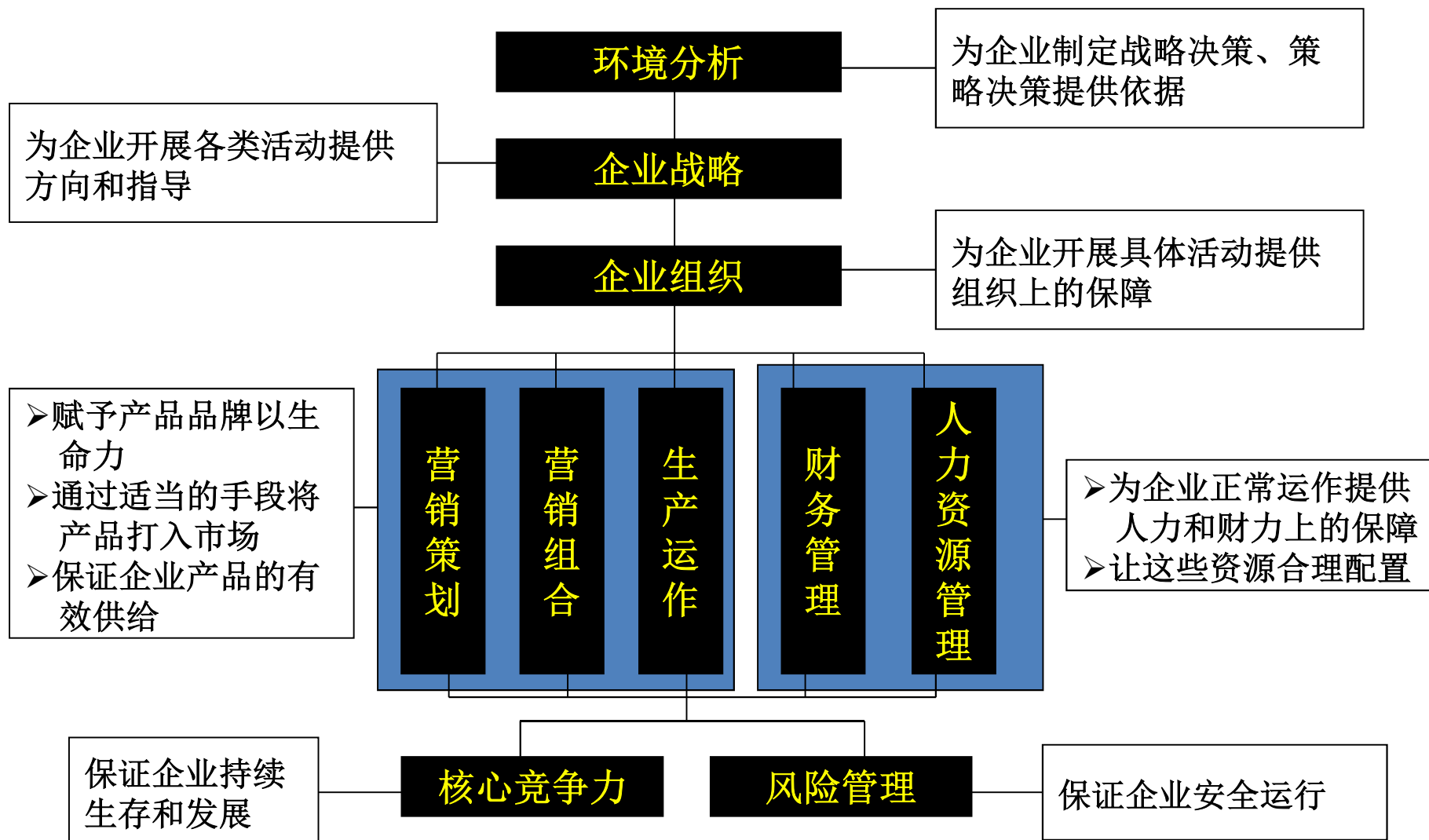
◆ 创业计划书的逻辑体系

◆ 创业计划书的写作过程

◆ 撰写创业计划书的注意事项



❖ 创业计划书的逻辑体系





下篇：创业计划书的撰写

◆ 创业计划书的逻辑体系

◆ 创业计划书的写作过程

◆ 撰写创业计划书的注意事项



创业计划书的撰写过程



- 第一阶段：商业计划构想细化，初步提出计划的构想。
- 第二阶段：市场调查，和行业内的企业和专业人士进行接触，了解整个行业的市场状况，如产品价格、销售渠道、客户分布以及市场发展变化的趋势等因素。可以自行进行一些问卷调查，在必要时也可以求助于市场调查公司。
- 第三阶段：竞争者调查 确定你的潜在竞争对手并分析本行业的竞争方向。分销问题如何？形成战略伙伴的可能性？谁是你的潜在盟友？准备一份一到两页的竞争者调查小结。
- 第四阶段：财务分析，包括对公司的价值评估。必须保证所有的可能性都考虑到了。财务分析量化本公司的收入目标和公司战略。要求详细而精确地考虑实现公司所需的资金。
- 第五阶段：商业计划的撰写与修改，所收集到的信息制定公司未来的发展战略，把相关的信息按照我们上面的结构进行调整，完成整个商业计划的写作。在计划完成以后仍然可以进一步论证计划的可行，并根究信息的积累和市场的变化不断完善整个计划。





下篇：创业计划书的撰写

◆ 创业计划书的逻辑体系

◆ 创业计划书的写作过程

◆ 撰写创业计划书的注意事项



创业计划书应具有的十大要素



一. 能否点出令人眼睛一亮的商机或创意?

商机介绍及其分析

二. 能够清楚简明界定提供的产品或服务?

产品或服务介绍

三. 能否证明市场具有广泛性和持久性?

市场分析和预测

四. 能否证明产品技术有足够的优势且已足够成熟?

技术分析和展示

五. 能否证明生产运作切实可行?

生产运作管理

六. 能否证明本团队执行本计划胜算足够大?

团队分析与营销策划

七. 能否证明商业模式确实可行且不易被模仿?

核心竞争力分析和构建

八. 能否证明财务运作具有可行性?

财务分析和管理的

九. 能否保证公司运作具有可持续性?

企业战略及经营管理

十. 能否让百忙中的投资者一目了然,迅速抓住重点?

计划书摘要和布局



创业计划书的撰写注意事项



一. 计划书应该重点突出

- ◆ 摘要部分要提纲挈领
- ◆ 图表胜于文字
- ◆ 标题重点胜于段落文字
- ◆ 首尾一致，互相呼应
- ◆ 另准备10页以内的缩减版

二. 计划书应结构要调理有逻辑性

- ◆ 环境分析必须为战略决策和策略决策提供依据，防止资料堆砌、充凑篇幅
- ◆ 策略决策尽可能有数据支撑，而非想当然
- ◆ 策略决策及职能管理必须以企业战略为导向，防止二者脱节
- ◆ 团队分工协作必须互相沟通配合、相互之间工作必须配套



附件部分

- ❖附件1：宏观环境分析的内容
- ❖附件2：微观环境分析的内容
- ❖附件3：企业内部环境分析的内容
- ❖附件4：行业分析工具——波特无力模型
- ❖附件5：关键成功要素分析法
- ❖附件6：环境综合分析——SWOT分析法
- ❖附件7：市场细分的标准（参考）
- ❖附件8：市场定位的方法（参考）
- ❖附件9：品牌策划内容——波士顿品牌要素模型（参考）
- ❖附件10：常用促销工具（参考）
- ❖附件11：常见组织结构图——生产型企业（举例）

❖附件1：宏观环境分析的内容



对 象	内 容
社会与文化	生活价值取向、人生观、价值观、审美观、教育状况、文化传统、生活方式、消费习惯、礼仪交往、亚文化群、习俗、禁忌、宗教信仰等
经济与人口	经济 ：经济发展状况、经济体制、市场机制完善程度、城市化程度、经济总量（GDP、GNP）和均量、经济增长率、通货膨胀率、银行利率、外汇汇率、人（家庭）均可支配收入、储蓄倾向、收入结构、个人消费信贷、支出模式、股市行情等； 人口 ：总量、增长速度、结构（性别、年龄、知识、家庭、职业、民族、地理分布）、就业率、失业率等
政治与法律	政治格局 ：政治局势、国际关系、政党、政治团体等； 政府政策 ：金融货币政策、财政政策、收入分配政策、产业政策和行业规则、政策优惠等； 政府法律 ：税收税法、企业法、环保法、银行法、保险法、广告法、商标法、专利法、公平交易法等
技术与自然	技术 ：技术水平、技术政策、研发能力、研发支出、技术发展动向、新技术等； 自然 ：气候、自然资源、地理环境、生态状况、环境污染、资源成本等



❖附件2：微观环境分析的内容

对 象	内 容
顾客	直接顾客与最终顾客：数量、分布、结构、顾客需求、购买习惯、购买影响因素、收入支出、议价能力、对现有产品的满意度、变化趋势等
竞争者	行业状况 ：行业发展阶段、行业成长率、行业进入推出难度、行业竞争类型、竞争者类型、竞争者数量； 竞争者 ：实力强弱、战略意图、市场占有率、获利能力、拥有资源状况、企业能力、核心优势、营销策略组合、反应模式等。
合作者	供应商 ：原料、设备、能源、劳务、资金等供应商，供货价格、质量、稳定性及时性； 经销商 ：批发商、代理商、零售商；市场覆盖率、市场开发能力、经济实力、信誉度、价值取向； 服务商 ：物流、营销、财务、生产、技术等服务商；服务水平、服务价格、服务特长； 中介机构 ：金融、人才、销售等中介；中介实力、中介能力、中介价格、中介信誉； 其他合作机构 ：同行竞争者、政府机构；优势与不足、目标与需求。
政府与公众	政府机构、媒体、金融、社团、社区等公众；价值导向、需求、目标、偏好、困扰、公众事件。

❖附件3：企业内部环境分析的内容



对 象	内 容
企业介绍	企业基本情况、主营业务、企业发展历史、企业管理层。
企业战略	企业现有目标和战略（或构想）、企业营销目标、过去目标完成状况。
企业能力	营销能力 ：营销人员数量和素质、市场占有率、市场增长率、市场信息获取能力、市场开拓能力、市场响应能力、顾客满意度等； 财务能力 ：销售量、利润率、现金储备量、筹资能力等； 生产能力 ：最大产量、合格率、生产成本等； 研发能力 ：研发人员数量、构成和知识结构、知识产权、研发设备、研发经费、现有技术先进程度、产品开发能力。 组织能力 ：组织结构、部门设置、管理人员数量和素质、招聘和培训机制、员工工资及激励水平等。



❖附件4：行业分析工具——波特五力模型

潜在竞争者进入障碍：规模经济、产品差异、品牌特征、转换成本、资金需要、进入销售渠道、学习曲线效应、政府政策、获得低成本的投入

供应商议价能力：

- 供应商集中度
- 替代供产品
- 供应商数量
- 产品差异
- 品牌特征
- 购买者信息
- 前向一体化的威胁

现有竞争程度：

- 集中度、平衡、增长
- 固定成本/增加值
- 产品差异
- 品牌特征
- 转换成本
- 周期性的能力过剩
- 多样性竞争者
- 利害关系
- 撤出市场障碍

购买者议价能力

- 购买者集中度
- 购买者数量
- 转换成本
- 购买者信息
- 自己生产投入产品的能力
- 替代产品
- 价格/总购买量
- 产品差异

替代品威胁：替代品数量、替代品成本效应、转换成本、顾客对价格敏感性

返回

❖附件5：关键成功要素分析法



关键成功要素（KPS）分析法

关键成功要素分析就是分析开发利用市场机会要求企业所具备的必要条件。

关键条件	具体内容
经营战略	经营宗旨、发展目标，长期规划
企业实力	经营规模、生产能力、技术储备、研发队伍、员工素质
资源状况	原材料保障、经营人才、财务运作、渠道建设
企业形象	品牌形象；产品定位；顾客口碑
营销策略	产品策略，价格策略，促销策略
.....

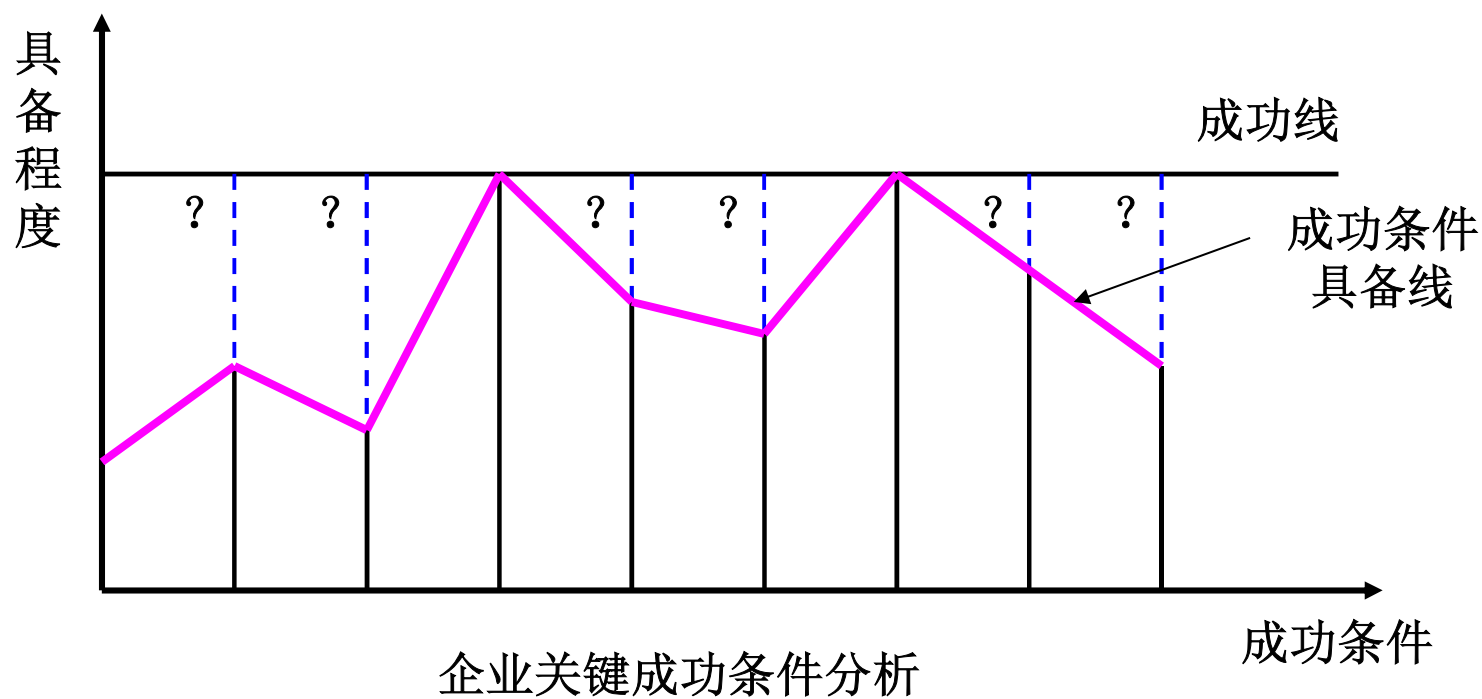
返回



中国科学院大学
University of Chinese Academy of Sciences

❖附件5：关键成功要素分析法

关键成功要素（KPS）分析法（续）

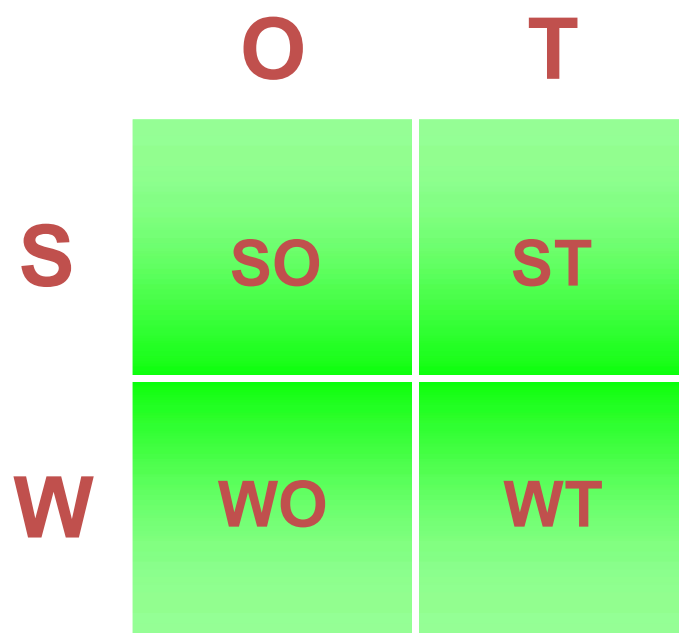


返回



中国科学院大学
University of Chinese Academy of Sciences

❖附件6：环境综合分析——SWOT分析法



SO战略：发挥优势，利用机会，宜采取扩张型战略；

ST战略：利用优势，回避威胁，宜采取采取多元化战略；

WO战略：利用机会，克服劣势，宜采取扭转型战略；

WT战略：降低劣势，回避威胁，宜采取防御型战略。

S—strengths即企业的优势

W—weakness即企业的劣势

O—opportunities企业所面临的机会（或环境对企业的有利影响）

T—threats企业所面临的威胁（或环境对企业的不良影响）

返回



❖附件7：市场细分的标准（参考）

返回

地理环境因素	区 域	太平洋沿岸地区、山区（指国际时区西7区的地区） 西北地区、西南地区、东北地区、东南地区、南大西洋地区、中大西洋地区、新英格兰地区
	城市规模	5000人以下、5000-20000人、2-5万人、5-10万人、10-25万人、25-50万人、50-100人、100-400万人、400万人以上
	人口密度	城市、城市郊区、农村
	气 候	北方、南方
人口因素	年 龄	0~6岁；6~11岁；12~19岁；20~34岁；35~49岁；50~64岁；65岁以上
	性 别	男性；女性
	家庭规模	1~2人；3~4人；5人以上
	家庭的生命周期	青少年、单身青年、新婚夫妇、青年夫妇（无小孩子、最小的孩子在6岁以下、最小的子女在6岁以上）、中年夫妇，最小的子女均在18岁以上、老年夫妇、老年丧偶、其他
	家庭收入	1万美元以下；1-1.5万；1.5-2万；2-3万；3-5万；5-7.5万；7.5万以上
	职 业	教授类专业人士、经理、政府官职员、产业主、牧师、推销员、技工、领班、熟练工、农民、退休人士、学生、家庭主妇、失业者
	教育水平	小学及以下、初中、高中、大专、本科及以上
	宗教信仰	天主教、新教、犹太教、伊斯兰教、佛教、道教
	种 族	白人、黑人、亚洲人、西班牙语人
	国 籍	美国、英国、法国、德国、拉丁美洲国家、中东地区国家、亚洲地区国家、其它国家
心理因素	社会阶级	最底层阶级、低层阶级、工人阶级、中产阶级、中上层阶级、顶层阶级
	生活方式	成就型、依赖型、拼搏型
	个 性	内向型、外向型、权威人格型、自信型
消费行为因素	购买需要	有规律地、特殊地
	从产品中获益	经济上、品质上、服务上、形象上
	使用者状况	尚无用户、以前曾有用用户、潜在用户、第一次使用者、经常使用者
	使用现状	少量、中等规模、大量使用
	以品牌的忠诚度	无、中等强度、很强、完全迷信某一品牌。
	购买意向程度	未听说过、听说过、了解有关信息、有兴趣购买、渴望购买、马上购买
	对产品的态度	热情、肯定、无所谓、否定、充满敌意



❖附件8：市场定位的方法（参考）



定位方法	具 体 内 容
档次定位	高、中、低，大众、小康、富裕、豪华
功能定位	基本功能、多功能、简约功能、奇特功能
构成定位	原料、产地、结构、成分
服务定位	快速、在线的、免打扰的、便利、周到
品质定位	耐用、安全、可靠、精美、适用、健康、环保、节约、速度
感官定位	视觉（造型、色彩）、听觉（安静、优美）、味觉（柔和）
文化定位	传统、故事、民族
用途定位	自用、他用、礼品、会议、活动
心理定位	求实、求廉、求美、求名、求新、求异、好胜、好奇、从众
主体定位	生产者、使用者（身份、地位、职业、个性、年龄）
感情定位	自尊、自我、温馨、情调、乐趣



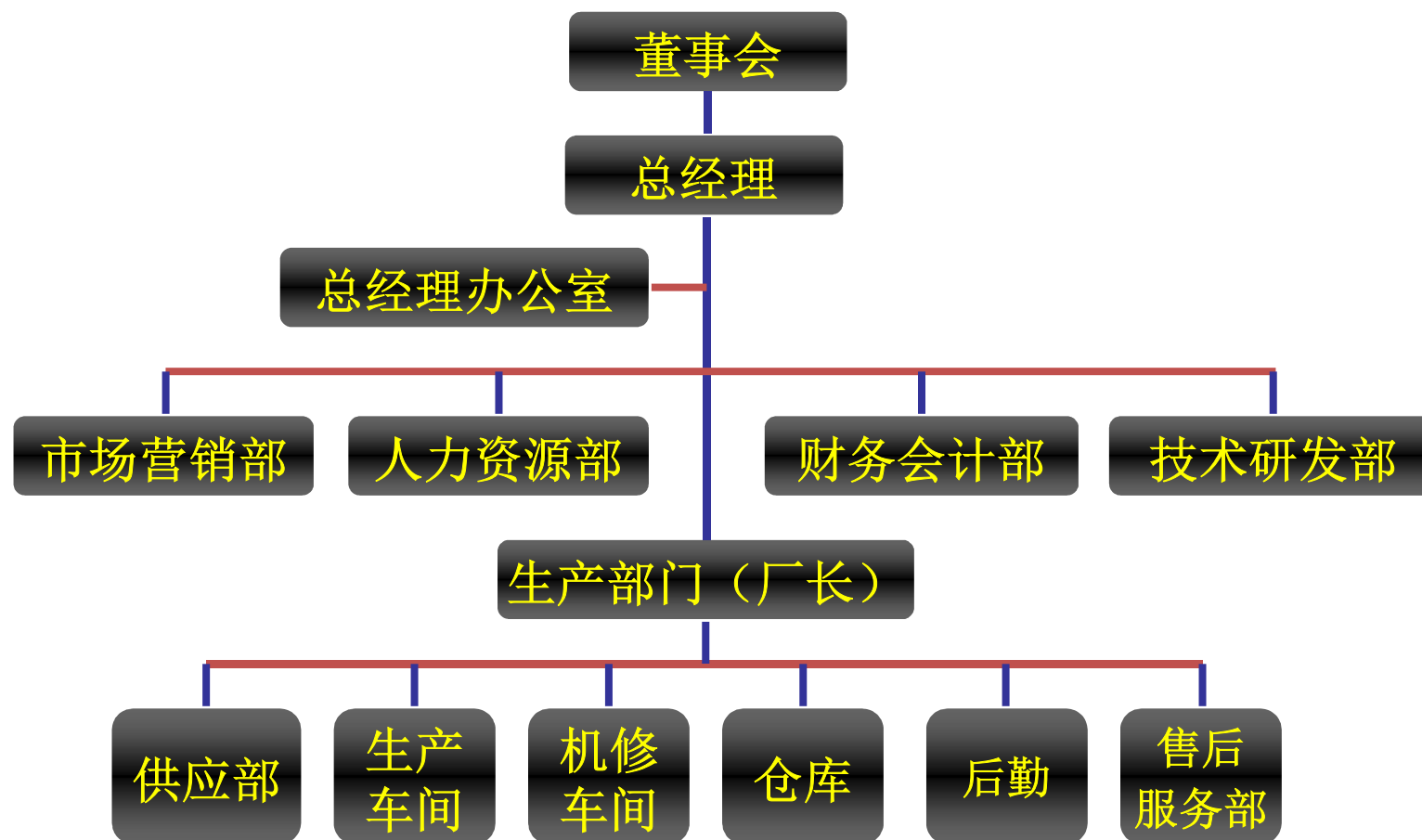
❖附件9：品牌策划内容——波士顿品牌要素模型（参考）



❖附件10：常用促销工具（参考）

广告	公关关系	人员推销	销售促进	直接营销
印刷和电台广告	报刊稿子	推销展示陈说	竞赛、游戏	目录
外包装广告	演讲	销售会议	对奖	邮购
包装中插入物	研讨会	奖励节目	彩票	电讯营销
电影画面	年度报告	样品	赠品	电子购买
简订本和小册子	慈善捐款	交易会和展销会	样品	电视购买
招贴和传单	捐赠		交易会和展销会	传真邮购
工商名录	出版物		展览会	电子信箱
广告复制品	关系		示范表演	音控邮购
广告牌	游说		赠券	
陈列广告	确认媒体		回扣	
销售点陈列	公司杂志		低息融资	
视听材料	事件		款待	
标记和标识语			折让交易	

❖附件11：常见组织结构图——生产型企业（举例）



返回



如何写好一篇给天使投资人看的《商业计划书》

- 1、商业计划书的本质；
- 2、投资人的职业习惯；
- 3、计划书简洁明了，重点突出；
 - 找到项目里最吸引投资人的点，放在摘要里重点描述
 - 团队介绍，主角光环重要，做事更重要
 - 项目阐述，数据是支撑创意的支点
- 4、竞争者和策略描述，对自己和投资人诚实很重要
- 5、市场分析，省省那些口水话
- 6、发展战略，展现CEO雄图的地方
- 7、融资方案，能不能拿到钱就靠它



创业项目路演

- 项目路演就是企业或创业代表在讲台上向投资方讲解项目属性、发展计划和融资计划，一般分为线上路演和线下路演。
 - 线上项目路演主要是通过QQ群，微信群，或者在线视频等互联网方式对项目进行讲解；
 - 线下项目路演主要通过活动专场对投资人进行面对面的演讲以及交流。



创业项目路演的目的

- 可以同时让多个投资家很认真的倾听你的讲解和说明，同时还可以有一个思考和交流的过程。通常情况下，投资家每天看到的计划书和接触的项目很多，甚至有的投资家一天阅读上百份项目计划书，所以筛选项目往往只能凭借一些市场份额、盈利水平等硬性指标，很难了解项目的精彩之处，很多优质的企业都是因此而与投资擦肩而过。
- 路演就是可以让投资家在安静的环境里，在企业家声情并茂的展示下，真正读懂企业的项目，从而做出更为准确的判断。
- 特别对于一些技术性强的项目，更能减少出现投资家看不懂和不理解项目的弊端。企业可以通过自己的精辟讲解和投资家之间的交流，快速对接自己的项目，减少融资之路上的弯路。

如何做好一场项目路演？

- 1、PPT的整体风格要清晰、突出
 - 风格清晰；
 - 着色不能超过三种；
 - 字不如表，表不如图；
 - 页数不要超过12页；



如何做好一场项目路演？

- 2、PPT内容逻辑清晰
 - （1）我们是谁？产品是什么？；
 - （2）市场规模、市场需求有多大？
 - （3）我们的运营模式；
 - （4）融资计划；



如何做好一场项目路演？

- 3、演讲的内容包括什么？
 - （1）几句话说明你发现目前市场存在的空白点，或者什么问题（痛点），几句话就够了！
 - （2）你有什么解决方案，或者什么产品能够解决这个痛点问题？
 - （3）你的产品们面对的用户是哪些？



如何做好一场项目路演？

- 3、演讲的内容包括什么？
 - （1）几句话说明你发现目前市场存在的空白点，或者什么问题（痛点），几句话就够了！
 - （2）你有什么解决方案，或者什么产品能够解决这个痛点问题？
 - （3）你的产品们面对的用户是哪些？
 - （4）你的竞争力。为什么这个事情你能做别人做不了？如果说都可以干，为什么要投资给你？你的核心竞争力是什么？
 - （5）论证你的市场有多大？
 - （6）说明你如何赚钱？如果不知道怎么办

如何做好一场项目路演？

- 3、演讲的内容包括什么？
 - （6）说明你如何赚钱？如果不知道怎么赚钱，至少让评委知道你的项目有价值，中国有十几亿人口，只要有1亿人觉的你的项目有价值，那么你就能赚钱！
 - （7）几句话告诉评委或投资人，这个市场有没有别人在干这个事情，如果在，那么他们做的怎么样？最好做一下你的项目的优劣分析（SWOT）。
 - （8）突出自己的亮点。说明你的优点和缺点。
 - （9）做财务分析。不要讲未来三年能赚多少，而是讨论未来半年需要多少钱。
 - （10）介绍一下你的团队。



如何做好一场项目路演？

- 3、记忆要领（5W）：
 - Who？你是谁？你和你的团队做了什么？
 - Why？你发现的市场痛点是什么？
 - Which？你的目标客户是谁？有什么差异化和优势？
 - What？怎么拿钱？融资计划。
 - Where？计划做多大？现状和未来。
- 一句话要领：我在一个什么样的行业里，帮助一群什么样的客户解决了他们一些相关问题，通过解决这样的问题，他们付给了我什么样的报酬，这个项目是长期有效的。

如何做好一场项目路演？

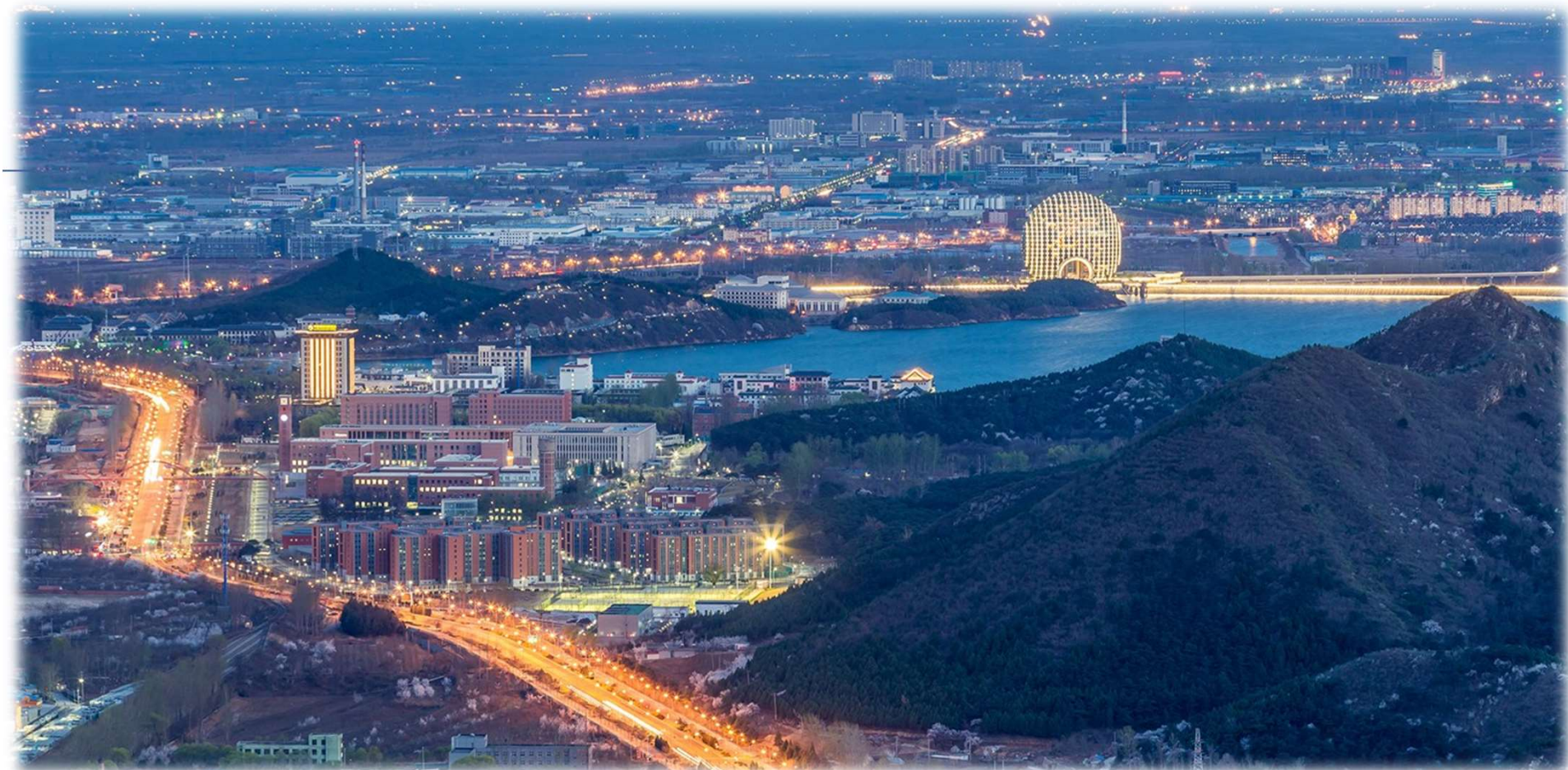
- 舞台意识：
 - 1、熟悉舞台，遥控器和PPT内容。
 - 2、衣着打扮不要过于“乔布斯”式。
 - 3、语速不能过快，不要有蔑视竞争对手的言语。
 - 4、创业不是儿戏。不要过于激情洋溢，需要的是情商和智商。
 - 5、把握好时间，不要讲太多专业用语，通俗易懂。
 - 6、要讲一个真是好听的故事。不是狼来了！
 - 7、要清楚路演的目的和对象。不同的投资者有不同的关注点。比如财务投资者关心财务和盈利；产业资本关心技术和研发能力等~



小组作业：

- 分组：5-6人一组（每组不超过6人）
- 每个小组提交一份“创业计划书”（PDF或word）和一份创业项目路演PPT（PPT或PDF）。（需注明团队成员及其职位或贡献）
- 6月30日前邮件发到andyluck@qq.com





THANKS

