# 挑战杯创业计划书

挑战杯创业计划书11篇

日子如同白驹过隙，我们的工作又将在忙碌中充实着，在喜悦中收获着，来为今后的学习制定一份计划。拟起计划来就毫无头绪？下面是店铺整理的挑战杯创业计划书，欢迎阅读与收藏。

## 挑战杯创业计划书1

一、参赛要求：

参赛者根据自身的素质和能力组成优势互补的竞赛小组，提出一个具有市场前景的产品或服务方向（具体来源包括：参赛小组成员参与的发明创造、专利技术或课外制作；经授权的发明创造或专利技术，引用其产品；或是一项可能研究发现的概念产品或服务方向），并围绕这一产品或服务完成一份具体、完整、深入的商业计划，以吸引风险投资，并投入实际运作。

二、竞赛的项目有以下几个方面：

§某种高科技产品

§某种具有广泛市场，能给人们带来极大方便的制作或产品

§某种全新的服务理念

某种可以实现的概念产品

三、项目的来源：

§它可以是个人项目：比如说团队成员参与的发明创造、专利技术或课外制作，也可能研发实现的概念产品，或者是一种全新的服务。

项目也可以是§他人授权项目：

经授权的发明创造或专利技术（提供具有法律效率的书面授权许可）

四、项目的选择标准：

1、高科技。

2、新创意

3、有市场

4、高效益

5、低风险

总之，产权明晰，拥有技术与工艺的创新性，具有快速增长和巨大的市场潜力和可持续的竞争优势。

创业计划竞赛要求参与者组成优势互补的竞赛小组，提出一个具有市场前景的产品/服务，围绕着一产品/服务，完成一份完整、具体、深入的创业计划，以描述公司的创业机会，并提出行动建议。创业计划聚焦于特定的策略、目标、计划和行动，对于一个非技术背景的有兴趣的人士应清晰易读。创业计划可能的读者包括：希望吸纳进入团体的对象，可能的投资人、合作伙伴、供应商，顾客，政府机构。

## 挑战杯创业计划书2

# 1、执行总结

指导思想是要注重引导合理摈葬消费与满足群众不同层次的需要并重。

## 1、1公司概述

上海思亿滨葬服务公司是一个提议中的公司，它倡导一种全新的、以文化为核心的摈葬服务，反对传统的“留下骨灰，遗失文化”或个别的“撤掉骨灰，也撤掉文化”的做法，以“让死者留下”为宗旨。任何人都有其精彩的一生，人生文化是一种更新意义的文化，对死者是缅怀，对生者是财富。本公司针对顾客不同需求，提供如生平简介、影像图片投影、纪念画册、音像制品、策划布置追悼礼厅和摈葬设计与指导等系列服务项目，全方位记录、展示死者一生。让平凡的一生变精彩，让精彩的一生更精彩，使死者家属和友人不仅可以更高雅地悼念死者，更可以分享死者独特的人生文化，随着人生文化的不断积淀，必将为社会留下一种全新的“文化遗产”。

## 1、2市场机会和竞争优势

本公司的产品主要面向具有一定文化水平的消费者，他们希望通过一种更加文明、更有意义的方式悼念死者，不仅留下骨灰，更留下文化。随着上海老龄化人口的不断增加和人们文化层次的不断提高，将会有越来越多的死者家属可以接受我们提出的服务理念，需要我们提供的服务。据调查发现，目前上海还没有一家以“让死者留下文化”为宗旨的摈葬服务公司，也没有其他公司提供此类的系列服务。本公司的出现可以填补这一空白，并尽早占领市场。公司本身整体较高的文化素质是我公司产品能在市场竞争中占有一定优势并可以为顾客供高质量产品的保障。

## 1、3产品前景

在人们越来越注意环保、越来越注重精神层面的今天，随着海葬等新型摈葬方式的流行，当逝去的亲属或朋友将什么也没留下时，我公司产品将他们的人生文化留下，保留下人一生中最珍贵的东西、最值得生者缅怀的东西。精美的画册散发出阵阵文化的气息，如条服杏醇，亲切3悉的声音，勾勒出独特的风格，在睹物思人的同时也领会5真话。

足够大的市场与高品质的产品将会使我公司的产品拥有前景。

## 1、4投资与财务

公司注册资本120万元。

公司成立初期共需资金170万元，其中风险投资80万元自筹20万元，银行贷款40万元，其中：固定资产投资25万金115万元。第二年估计盈利110万元左右。以后每年销售净于20%。资金回收期为2.26年。

风险投资最好在第5。6年退出，采用创业小组及公司员工险资本所占股本的方式较为适合本公司。

## 1、5团队概述

创业小组的成员将参与公司财务、营销、推广和人力资源管理工作，他们具有专业的管理和营销知识，可以有效控制人力成本和材料成本，提高公司运营效率。产品设计、制作人员主要出艺术和文学专业的员工组成，他们具有良好的文学艺术基础和优秀的专业素养；同时，公司聘请在摈葬文化方面有突出贡献的乔宽元教授和上海市民政局摈葬管理处处长顾秋根先生为顾问，不但能满足顾客的特殊需求，更能根据客户需求不断扩充公司文化的外延。

# 2、背景描述

中国人很重视丧葬问题。至亲至爱的人逝世是人生莫大的悲痛，人们一般都会举行声势浩大的摈葬仪式。在这一方面，人们大都不吝裔花钱，以求表达心中悲痛。据有关统计数据表明，从一位死者去世到骨灰正式下葬，亲属在殃葬各方面的花费一般累计约3万元。有些亲属甚至将死者生前具有特殊意义的遗物一起焚烧或埋葬，更有甚者花费不菲的钱财去购置新的昂贵物品来“陪葬”，目的就是使死者在所谓的另一个世界得到享受。这种行为不仅造成资源的巨大浪费，给并不富裕的家庭带来沉重的经济负担，不符合社会所倡导的“可持续发展的战略”，而且指导思想本身就是落后和迷信的，与我们时代发展的矛盾也日渐突出。除此之外，人们还会通过其他方式来追悼死者。每年的清明节和冬至，都会有数以百万计的人走出家门，来到各个墓地和陵园给自己的已经去世的亲人扫墓，寄托自己对亲人的哀思。为了表达这种感情，他们会在亲人的墓碑前，烧掉许多具钱、锡箔等物品，同时伴随的就是呼天抢地的哭声。从环境保护的角度来说，由于人数众多，每年此类时节，各个陵园都是浓烟弥漫，交通拥挤，给周边环境带来了极大的污染。从唯物的角度来谈，人死不能复生，更重要的是生者如何继承死者的精神文化遗产，更好地生活。

在我国，滨葬习俗主要经历了两次变革：第一次就是由埋葬变为火葬，这是人们思想认识的一大进步，在上海已经基本实现100%的火化；第二次是由保留骨灰变为不保留骨灰，人们真正从形式上接受唯物观。在如今的中国摈葬业的活动中唯心主义和封建思想仍有相当大的市场，与我们的社会文化形成巨大反差。目前摈葬业的经营状况并不乐观，许多摈仪馆甚至亏损经营；同时，人们的需求通常都是低层次的。这表明，我国摈葬行业面临有效供给和有效需求都不足的双重问题。目前，我国政府主管部门在摈葬行业逐步推行“少占地，不占地”的指导方针，提倡逐步破除迷信习俗和取缔宣扬迷信的场所，规范操作方式，逐步净化这一市场领域。随着国家引导消费需求的改变和有效需求的增加，必定引发有效供给的扩大。‘上海是我国生活水平和医疗水平较高的城市，已率先进人老龄化社会，保守估计平均寿命为80岁。上海1600万入口中平均每年约有20万人去世。同时上海人普遍推行墓祭，以较低限计算，如果墓祭延续5年（这是一个与事实相去甚远的数据，仅为方便计算用），那么，“新鬼、老鬼”共有100万，并将逐步以年20万的速度递增——这是一种“累积效应”。国外学者提出了“250定律”，即每一个现代人有250个社会关系，如250人都要为死者祭悼，则共有25删万人次扫墓！就以上海20xx年清明节为例，在短期内因祭奠扫墓而出行的就约有450万人，这还不算是一个大的数字。单单以这450万人计，这是一个多么巨大的消费群体啊！摈葬消费又是一个多么大的消费领域！城市化过程的加快，使居民的居住方式与农居不同，失去了办丧事的场所；上海滨仪馆中“一小时追悼会”的奔丧模式，是远远不能表达丧者家属和亲朋好友对逝者的怀念之心的。这里就有巨大的需求。有需求，就有市场。所以，我们认为关键在于我们如何去满足消费者潜在的购买欲，以何种形式推出我们的服务。

## 挑战杯创业计划书3

一﹑摘要

现在在我国大学生多如牛毛,比比皆是,每年的大学毕业生都是个天文数字,而每年的人才需求数是有限的。一张大学的文凭不能保证每个人都能就业。每年有数以百万记的大学生毕业大军的离开校园走向社会,对他们来说最最现实的问题是赶紧找份工作,脱下啃老族的帽子,养活自己。而走向社会找到工作所必经的道路就是面试。

对所有尚未步入社会的大学生来说,面试的确是异常的陌生,怎样去准备面试?怎样用自己的着装和仪容来给自己的面试加分?怎样回答面试官的问题?这些问题都是一概不知。怎样让大学生学会这些面试必知的技巧,来为自己的面试加分,进入自己心仪的企业,走向成功。成为我们的奋斗目标和努力的方向。

二﹑公司概述:

(一)公司宗旨:

职来职往,非你莫属。为你服务,让你成功。为你的面试铺上成功之路。

(二)公司经营理念:

公司前期以太原为中心城市建立大学生面试技术培训中心,为广大毕业生的面试提供培训,让他们能更加快速的找到自己心仪的工作。待日后企业发展壮大后,辐射全国,力争在全国一二三线城市建立自己的培训和教学中心。为更加广大的大学生服务。

(三)人力资源计划:

前期培训中心规模会很小,所以在人力方面不会有太大的投入,我们会聘请两名专业的化妆美容师和面试技巧培训师为大家提供专业的服务和技巧。聘请话务员联系参加培训人员培训后的找工作经历,方便总结自己的过失和不断的完善自己的培训方法。

(四)拓展方案

1. 将太原市做一个很好的样板;

2 .将太原这个样板向其它城市逐步推广;

3 .待技术资金成熟后,将会有更好的项目加入。

三﹑服务范围:

1.为广大毕业生提供专业的就业分析和个性分析,列举适合本人的工作。

2.根据毕业生所提供的企业性质和经营方式,为毕业生提供专

业的化妆和着装方案,为面试企业留下深刻的印象分数。

3.根据毕业生提供的企业,为毕业生设计模拟面试,保证毕业生在面试时不紧张,彻底激发自己的潜能。

4.为毕业生提供可能的就业企业,保证没人找不到工作,不让一个毕业生就不了业,彻底脱离啃老族,从参加非你莫属开始!

四﹑市场分析

目前在中国还没一家企业是做帮助毕业大学生提供帮助的业务,在全国范围内,我们所做的服务时独一无二的。在每年都有数以百万记的毕业大学生大军的前提下,为大学生就业提供帮助时是很有前景的,特别是做面试培训工作,可以切切实实的帮许多刚刚踏入社会的学生提供必要的帮助。相信很多许许多多还在为自己的工作发愁的毕业生都能来到非你莫属,因为这里能帮助他们进入自己心仪的企业。

我们所做的不仅仅是培训这一方面,还会为大家提供专业的职业化妆和着装设计,对提升个人的气质和形象有很大的帮助,给自己更多的自信。相信这会对大部分不懂得给自己形象美化的同学有很大的吸引力。

五﹑经营策略

(一)宣传广告

就业之路从非你莫属开始!

职来职往,非你莫属。选择这里,选择成功!

(二)营销策略

一家新公司的成立,伴随而来的就是客户的来源和发展,所以一个正确的营销策略是公司经营和宣传成败的主要原因。

首先确定我们的市场定位,我们是为大学生服务的企业,所以宣传力度应放在高校校内。基于大学生在网络的活动频率很高,所以网络宣传也应该加大力度。

1.在太原各个高校校园宣传栏张贴宣传海报,定期为学校赞助项目,投入钱少且效果奇好的优先。如:“非你莫属”杯演讲大赛、“非你莫属”杯校园模拟面试活动等……而奖励除现金外,应大多与自己的服务相联系,切实提升本企业的知名度。

2.在高校BBS或贴吧、renren网等大学生经常出没的网站宣传自己的企业性质和服务范围,切实利用网络的力量为自己的企业造势,达到很好的宣传效果。且此方法成本低更容易让大学生接受和认可,应不间断宣传。

(三)长期发展营销策略

在公司不断发展的形势下,公司应适时转变营销理念,而不是

还像以前一样小打小闹,改革推广营销方式,将品牌营销、关系营销和复合营销作为市场推广的主要手段。

品牌营销(Brand marketing)

“品牌营销”毋庸置疑是日后公司发展的第一驾马车。随着互联网的普及和社会成员的高流动性,品牌营销逐渐替代传统产品营销成为企业营销成败的决定性因素。品牌营销是高端营销方式,它不是通过建立庞大的营销网络,而是利用品牌符号,把无形的营销网络铺建到社会公众心里,把产品输送到消费者心里,使消费者认同产品的同时认同产品所属企业,使其形成消费惯性,达到长期推广目的。

根据消费者获取培训信息渠道调查结果显示,口碑传播既是信息的主要来源,也是最信赖来源。有经验的家长/朋友/同学介绍占日常培训信息获取渠道的70%,占最信赖渠道的48.9%。

所以日后,大力发展品牌效应,努力把“非你莫属”的牌子打硬,为进军全国做努力。

关系营销(Relationship marketing)

颇具中国特色,建立良好的师生关系、客户关系、合作伙伴关系和公众关系。对参加培训的客户实行事后联系,利用大学生的同学好友裙带关系,为更多的大学生潜在客户服务。公司发展的第二驾马车则是“关系营销”,这也是颇具中国特色、同中国国情和文化最为匹配的

一种营销手段。中国传统文化自古以来就是讲究人情世故,因此公司在推广中若能较好把握关系营销的精髓,将起到事半功倍的作用。关系营销的核心是建立和发展“良好关系”,关系营销应用在教育培训领域里就是建立良好的师生关系、客户关系、合作伙伴关系和公众关系。

此外,发展良好的公共关系是未来公司推广营销的新道路。公司应主动承担社会责任,热心社会公益事业,如向贫困山区捐资助学、为贫困大学生提供免费培训机会等,这对提升企业形象,加深公众好感大有裨益。

复合营销(Composite marketing)

公司发展的第三驾马车是“复合营销”。复合营销就是最大限度地利用培训资源,针对培训课程设置,发展全方位、立体式、专业化、有特色的营销模式。整合美容,着装搭配,面试培训与一体。

复合营销模式最主要的优势就是分散风险,避免将“所有鸡蛋放进一个篮子里”,但最大的缺陷就是特点不明显,“多拳出击,难以直中要害”。因此,复合营销需要明确的原则就是在扩大市场份额的同时明确市场细分。努力做到“人无我有,人有我优”,走单一式培训到多元化培训的可持续发展道路,挖掘并打造企业业务新增长点,确保企业发展的持续动力。

六﹑财务分析

1.前期投入

(一) 房租:3000/月,需付半年的,即18000元

(二) 装修费:店内装饰(20平方左右) 3600元

(三) 传单宣传,室外广告,聘请高校大学生在学校内宣传2800

(四) 其他费用1000元(像要买的扫帚、垃圾桶、小礼品等)

(五) 培训师和美容化妆师工资可以在第一月底结,可以不计算在初始资金内。

(六) 留10000做流动资金

初期成本总计:35400元

2.收费标准

目前市场上尚未有类似企业和机构的存在,所以定价的多少是我们所决定的,因为我们所定位的服务群体是毕业大学生,所以作为过来人的我们应该站在学生角度思考。而不应该觉得大学生的钱好挣,唯利是图。这是我们大学生创业者所忌讳的。

1）为学生进行面试前的化妆和着装设计。 50元(基本和去理发店一个价,是机构的主要营业目的,相信大家可以接受)

2)为广大毕业生提供专业的就业分析和个性分析,列举适合本人的工作。 30元(如果在本机构进行其他服务时,可以白搭)

3)根据毕业生提供的企业,为毕业生设计模拟面试,保证毕

业生在面试时不紧张,彻底激发自己的潜能。 50元

4)进行化妆和着装指导+模拟面试。 80元

七﹑风险分析及应对措施

(一)风险分析

1.资源(原材料/供应商)风险

公司主业务是进行面试前的培训和美容着装。美容原料、美容效果所引发的不确定风险。

2.培训失败的风险

由于我们所服务的群体是毕业大学生,因各个性格差异、特殊爱好所产生的不确定性风险等。

3.生产不确定性风险

就业成功是检验我们企业是否成功的唯一标准,对不同企业对人力的要求和人事专员个人的喜好所引发的不确定性风险等。

4.成本控制风险

主要从资金的投入,培训的成本分析,期间费用,利润,预测现金流量表,预测利润表,预测资产负债表,主营业务利润率,总资产利润表,成本费用利润率等方面分析企业的财务状况。

5.竞争风险

竞争激烈的时代需要明确竞争者的各种状况,主要从技术、面试成功率、服务态度等方面与竞争者比较制定竞争策略,明确自己的优势与不足之处,以便更好地适应时代的发展。

7.管理风险

需要一个合理的聘用准则,营造可持续发展的和谐环境,控制突发事件。

(二)、应对风险的措施

1.最大可能的了解自己的客户,从个性,喜好等各个方面入手,为客户拿出最适合的方案,增加面试成功率。

2.对自己的客户关系给予足够重视,不分高低贵贱,建立顾客联系卡,将顾客的肯定意见广为宣传。

3.在信息时代,可以利用网络对本公司的相关服务的介绍,使顾客了解最新服务和分享别人的成功案例。

八﹑结语——我们的团队

团队宣言:因为梦想我们选择创业

团队名称:放飞梦想

团队成员:裴丽丽(总经理) 太原师范学院计算机系1004班 张晓东(客服经理) 太原师范学院计算机系1004班 艺芳(财务总监) 太原师范学院计算机系1004班 团队目标:职来职往,非你莫属10年后这一口号响亮全国,做面试培训和职业着装化妆设计领域的龙头老大。为了梦想我们走到一起,为了理想我们一起奋斗!

结语:这份计划书已经详细书写完毕,由于个人思想限制,其中可能有不尽如人意,有不完善的地方,以后会多加补充完善的。目前国内的面试培训和职业着装化妆领域还处在未开发的时期,对我们来说既是挑战也是机遇。我们有信心也有能力做好做好这一处女地的开发。我们的要走有自己特色的道路,这需要我们团队的凝聚力,我们团队的艰苦奋斗精神,还需要合作伙伴的鼎力相助,社会各界人士的大力支持,更需要广大毕业大学生对我们所做的事业最大的信赖,这一切才有我们最后的成功。

我们有信心做全国最具实力最具信赖最广泛的面试培训和职业着装化妆设计企业,为全国人民服务。愿我们共享共创共赢。因为梦想,我们一起创业。因为团结,我们一起成功!

## 挑战杯创业计划书4

为了动员、组织我校学生积极参加20xx年全国“挑战杯”职业生涯设计计划竞赛，营造有利于青年学生健康成长的文化氛围，拓展素质发展，引导和帮助学生学习创业知识，树立创业精神，提高就业能力和创业能力，特举办本次校园“挑战杯”大学生创业计划大赛。

一、活动主题：超越梦想，创业未来

二、组织单位：商学院

三、参赛对象：正式注册的在校全日制学生

四、组织机构

1、竞赛设立组委会、负责竞赛组织策划领导工作。组织委员会下设秘书处，负责竞赛的日常事务。

2、竞赛设立评审委员会，由组委会聘请经济类、管理类等学科的教授、教师组成，负责参赛作品的评审工作。

五、竞赛类别

1.本次创业大赛分三个类别。

a.商业创意类。创意大赛是创业计划大赛的热身环节，创意即所谓“金点子”，旨在帮助同学们开始初步的构想和组建科学技术与商业头脑完美结合的团队。此类竞赛没有过多的参赛限制，参赛形式是写一份简要的商业创意计划书。商业创意计划书又分为商机创新型和管理加强型。

Ⅰ.商机创新型：参赛者可以针对一项概念产品或服务、校内外各种商机制定一份商业策划书。

Ⅱ.管理加强型：针对已经存在或拥有的产业或品牌策划更为合理规范的管理制度和方案。

所有的商业计划书以文字版形式(a4纸)和电子版递交。

b.创业计划类。参赛形式是写一份完备的创业计划书。计划书以文字版形式(a4纸)和电子版递交，完整的创业计划书包括概要、项目背景、公司描述、产品与服务、市场分析、竞争分析、营销策略及销售、财务分析，可行性分析，投资前景等，并注意计划的实用性和可实现性。

c.创业实践类。在全校范围内征集学生自主创业实践成功案例，要求提供创业实践的项目材料，包括概要、项目背景、产品与服务、市场营销策、财务状况和发展前景等书面材料以及图片等实证材料。

2、稿件要求

一级标题用宋体三号字，二级标题用宋体小三号字，正文用华文仿宋小四字，行距21磅。

六、竞赛方式

1、参与:要求学生以竞赛小组的形式比赛。参赛者提出一项具有市场前景的产品和服务，组成优势互补的竞赛小组，在深入研究和广泛进行市场调查的基础上，完成一份把产品或服务推向市场的完整、具体、深入的商业计划。所提出的产品和服务应为参赛者参与的发明创造，也可以是一项可能研发的概念产品或服务，严禁抄袭他人成果，一经发现撤销参赛资格。

2、赛制：竞赛采用预赛和决赛两个阶段的方式进行。以学院为单位，广泛开展创业计划竞赛宣传，形成竞赛的群众基础，参赛者向各学院申报作品，由各学院组织预审，然后提交竞赛申报作品参加预赛，每学院提交作品数量不限。在预赛的基础上由评审委员会选出若干件作品参加决赛，并由竞赛评审委员会负责评审。

3、预赛只需要各学院将参赛作品发到指定邮箱;决赛需要优胜作品选手进行ppt答辩和回答竞赛评审团的问题。

4、各学院所报作品，每个作品指定一名指导老师，作品提交初审合格后，由商学院选派一名指导老师与其相互合作。

七、时间安排：作品提交5月8日——5月10日

八、奖项设置

## 挑战杯创业计划书5

1、政治环境——移动电源市场发展空间稳定

1）我国稳定的政治环境是各类企业得以发展的前提。目前为止以致将来的一段时间，我国宏观政治环境不会出现大的变动。

2）文化环境对移动电源的影响是隐性的。

拥有两千多年封建文化和自然经济基础的中国，提倡勤俭节约，重视储蓄，这一点制约我国居民消费水平的提高。

且随着全球掀起的“环保”风潮，移动电源所提倡的环保节能观念，将受到广大消费者的关注和喜欢。

随着新生代消费群体愈加浓重的追求时尚的气息，便携式手机壳充电器小巧、轻便、时尚的外壳，将使其拥有广阔的市场发展空间。

2、经济环境——便携式绿色环保手机壳充电器的销售市场将是无可限量的。

经济环境对任何类型企业的发展都是十分关键的因素，随着全球经济的快速发展，人们生活水平的不断提高，智能手机等电子产品的普及度越来越高，与此同时也引发了系列问题：手机电池容量低、不耐用等问题越来越凸显，而当前电池技术和电子技术水平有限，很难将手机电池做到大容量小体积。永旭便携式智能充电器正是为了解决以上那些问题而出现的，本产品具有高容量、便携式、安全性等特点，符合人们追求移动电源的应用需求。

3、社会环境——对自然环境造成的负面影响很小，而自然环境对移动电源的影响不明显。

本项目产品的绝大部分制作材料采用的是无毒、无害的高安全性环保材料，其原材料来源广泛，制作时材料用量少，其材料使用率相对较高，且可循环使用。

这也就使得本产品在制作成本方面得到最优化，且其未来的发展空间较自由、广泛。

4、技术环境——技术环境的变更为移动电源市场提供诸多的发展机会。

移动电源面临的技术环境主要包括信息处理技术环境以及其各种个人移动终端设备生产厂家所面临的行业技术环境。技术环境对移动电源的影响十分关键。

从信息处理技术的角度来看，信息化已经成为现代企业生存的主要手段，信息产业技术的发展为便携式电器行业的发展提供了有力的支持。

从个人移动终端设备生产厂家所面临的行业技术的角度来看，高端科技高速度的更新换代，将有利于移动电源产业实现经济效益的持续增长。

移动电源行业市场容量分析

随着3G移动互联网和智能终端的日益普及，随身可携带移动式电子产品也越来越多，大屏智能手机、平板电脑、笔记本电脑等，功能日益多样化，使用也更加频繁。移动电源的使用也随之普遍，据业内人士统计，20xx年大概有500多家生产移动电源，而到20xx年扩展到3000家以上的规模，从市场角度看，移动电源行业的拓展空间十分巨大。

在国内，从20xx年开始，受中国移动、中国联通、中国电信三大电信运营商一系列手机终端补贴政策的推动，千元智能手机大量涌入市场。随之而来的是围绕智能手机、平板电脑等掌上数字化产品为核心，包括移动电源在内的配套产业成为行业增长的生力军。

移动电源是一种集供电和充电功能于一体的便携式充电器，具有移动、高容量、通用和便携等特征，可以很好地解决种类繁多的便携式产品的缺电问题，给人们的生活带来便利。在未来几年内，移动电源将有着广阔的市场空间。

根据最新最新的IDC调查报告显示，20xx年国内手机和数码电子的总用户量超过8亿多，根据保守的数据分析，仅仅按照市场3%的立即购买需求，即未来一年多的移动电源市场容量约为2400万台，即高达50多亿元的市场销售容量，到20xx年，市场需求量将上升至5200万台，销售额将突破120亿大关，未来随着智能手机及数码设备的普及，移动电源市场将达到千亿元的市场规模，其市场前景非常广阔。

中国移动电源的价格分析

中国移动电源市场共有 400多款在售产品。151-300 元产品的数量占比高达 51.6%，其关注份额也最高，为43.1%；301-800 元产品的数量占比为28.6%，关注份额高达37.6%；150 元以下产品的关注份额与数量占比相差不大，均在15.0% 左右；800 元以上高价产品的关注份额及数量占比均最少。

据统计，20xx 年国内移动电源的平均销售价格为 198.25 元，高端电源的消费者一般是商务人。而我们的产品以先进的生产工艺，进行技术革新，降低成本以满足客户的最大需求，市场价定在150元左右，市场关注比例较高，市场需求较大。

移动电源行业发展趋势

现在市场上的移动电源虽然品牌不少，但移动电源处于无序状态，各种牌子杂乱无章充斥市场，存在各种问题，消费者对其可信度不高；产品没有统一标准，偷工减料现象屡见不鲜，容量虚标严重。还有重要的一点就是移动电源的功能单一，外观设计死板。从市场调查以及消费者的消费心态可以看出移动电源的发展方向：

1、移动电源的功能不再单一，应具备多功能用途，例如必要时可以当手电筒使用，可以当验钞激光笔，以及时钟等等。

2、移动电源的技术更加成熟，不在依靠一次充电，而是可以进行太阳能充电，或者是光能充电，必要时可以手动充电。

3、随着技术的`成熟，以及生产工艺的不断改进，移动电源会像电子产品一样降低价格，但高技术，高性能，高容量的移动电源还是会保持高价位，这样移动电源就会形成高低端品牌，技术竞争必将成为市场竞争的焦点。

4、销售方式的变化将会很明显，现在市场上现有专卖店卖移动电源，只有部分手机专卖店以及电子商城有出售，大部分都是网络销售，随着移动电源的普及，销售将会变得多样化。

## 挑战杯创业计划书6

一 公司概述

第九奇迹有限责任公司是广州某知名百货公司的一个子公司,将为母公司建设并推广网上商城。我公司致力于为收入在20xx元以上的白领消费群体，提供一种方便、快捷、安全、舒适的购物渠道，同时将致力于推动我国电子商务行业的发展。我们将建立一个集购物休闲于一体的人性化网站--百尚网上商城。在推销我们货品的同时，将全心全意贯彻我们关爱的理念，关爱自己，关爱他人，让顾客真真正正体会到我们的心意。加上本网站是建立在原有知名百货公司的实体上，并提供各种方便顾客的服务，完全可以解决人们对目前网上购物安全性、方便性等方面的各种忧虑，让百尚真正成为白领的家。 "品质,快捷,安全,物有所值"是我们的基本理念, "打造全新购物空间，切实使白领省时省心，在满足白领物质需求的同时，弥补其精神空缺，用体贴服务换取顾客信任 "是我们的宗旨,"物质无忧、精神无缺、爱心无尽"是我们的口号，"打造全国一流网上购物休闲中心"是我们的目标。

通过本公司网站，为白领一族创造一个新潮的、舒适的，充满关爱的休闲购物空间。

二 目标市场的描述和预测

传统百货企业在最近几年的市场竞争中逐渐受到强力冲击，因此传统百货正在改革自己本身的经营方式和经营方法，但是效果并不明显。究竟如何才能使众多商场走出困境呢?我们认为利用电子商务就是一种很好的方式。今天，主要利用Internet网络的电子商务的发展将商品交易扩展到公共计算机网络上进行，从而引发了新的电子商务热潮。并由此产生了一个新兴的虚拟市场。在这样的环境下，国内企业必须参与世界经济活动，提高竞争力才能得到发展。于是，商家直接上网销售，个体消费者直接上网购物将成为企业经营的主要方式。

但是,现在的电子商务发展混乱,没有形成系统的服务.在实际操作中还有很多的不足.而且没有明确的目标消费者,因此,我们打造一个时尚,潮流的网上商场,以服务繁忙的白领阶层为主,并引领网上购物的发展.

因此，我们以白领阶层为主要顾客群,直接面对的是时间紧迫,无法专心购物，但却拥 有较高消费能力的消费群体.

这个消费群体，特别是白领，每天都过着枯燥无味的上班生活，重复单调的工作，还有上级与同行之间的压力，所有的这些，往往令白领感到生活乏味。我们将彻底改变这种状况，用关爱为白领枯燥的心田注入清醇甘美的泉水。

三 我们的服务

一个建立在百货实体之上的网上商城，它将网上购物与广州某传统百货公司实体紧密结合，让网上商城与实体百货形成优势互补，而传统百货也从网上销售中找到了发展的全新立足点。

首先建立自己的网站，便于浏览，但又和一般网站有所不同，我们不仅仅市场化，商业化，更加要人性化和个性化。人性化的设计与服务，让白领顾客更能享受网上购物的方便和快乐。

同时我们更关注白领生活，在宣传和推销我们的产品的同时，我们的关爱与服务，

将和我们的产品一起，送到白领与顾客的身边。

我们深入白领精神世界，全心全意地关爱白领，服务白领。同时，我们将引导白领关爱自己的同时不忘关爱家人关爱社会，将关爱二字贯穿在日常生活的每一部分，让白领的每天充满关爱，让白领的天空写满关爱，让世界充满关爱！

四 竞争优势与竞争策略

经过调查,已存在的与实体商场结合的网上商城,特色不突出，没有明晰的定位.这些百货大部分都把发展焦点放在传统的百货实体，暂时无暇顾及网上商城，所以他们的网上商城流于传统百货实体的附属品。而我公司的网上商城定位明确，主要针对25~~40年龄段，收入在20xx元以上的时尚白领.我们不同于一般百货下属的电脑部门，而是一家专注于网上经营的网络营销子公司，因此我们将有更加专业的团队和资源，专注于网上销售。因此可以更加灵活地运用多种促销方式，将百货实体的销售与网络销售有机的结合起来。打造出全新的销售模式！

更重要的是，我们将至始至终贯彻关爱的思想，让我们的网站，真正成为白领们的精神家园，让我们的关爱思想深入人心！

五 盈利能力预测

根据实体商场的后盾支持力和市场调查的结果，我们预计第一年公司的利润可能是负数，即公司出现亏损。

随着公司的成长，通过一系列特色活动促进品牌的推广，业绩将会出现明显大幅度的增长，预计第二年公司将有望实现盈利，利润可以达到20%左右。

鉴于我们公司的模式新颖性，服务个性化等内在竞争优势，加上公司内部一个优秀的团队，我们预测到第五年公司能将全部投资回收，而到第六年公司将会进入一个高盈利状态，年利润将会突破170万元。

六 财务预测

由于我们公司是以某实体百货公司为母公司，可以从母公司得到初期的运作资金40万，加上队员自筹资金40万，初期运作资金为80万；

在公司的整个财务和经营管理活动中，我们将始终坚持成本效应、成本控制原则，处处讲求效益，节约成本，争取以最少的成本支出来获取最大的收益；

由于我们公司成立之初，成员的组成比较特殊，全部是我们这一群创业者，大家齐心协力，同舟共济，因此管理、工资的支出会比较少，可以留出更多的流动资金参与公司运作；

初期的各项特色品牌推广活动，各项有关支出会比较大，加上是经营的初期，业绩不会很乐观，第一年将会出现负利润。

从第二年起，公司将进入业务发展期，预计将能拥有一定的品牌知名度，故营业收入和最后的净利润也将迅速增大。预计到第四年进入业务拓展期，此后公司的业绩年增长率预计将达到30%以上 。

## 挑战杯创业计划书7

创业计划书一般包括：执行总结，创业背景和公司概况，市场调查和分析，公司战略，总体进度安排，关键的风险、问题和假定，团队，企业经济状况，财务预测假定，公司能够提供的利益等十个方面

1.执行总结

是创业计划的一到两页的概括。包括：本创业（business）的简单描述、机会概述、目标市场的描述和预测、竞争优势、经济状况和盈利能力预测、团队概述、提供的利益。

2.产业背景和公司概述

详细的市场描述，主要竞争对手，市场驱动力。

公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足关键的顾客需求，进入策略。

3.市场调查和分析

应阐释：顾客、市场容量和趋势、竞争和各自的竞争优势、估计的市场份额和销售额、市场发展的走势。

具体变量：

（1）顾客

（2）市场容量和趋势

（3）竞争对手的竞争优势

（4）估计市场份额和销售额（5）市场发展的趋势

4.公司战略与生产运作

阐述公司如何进行竞争，它包括三个问题：

营销计划：定价和分销，广告和促销

规划和开发计划：开发组织和目标，困难和风险

制造和运作计划：运作计划，设备和改进

5．总体进度安排

公司的进度包括以下重要问题

（1）收入

（2）收支平衡和现金流

（3）市场份额

（4）产品开发

（5）主要合作伙伴

（6）融资

6．关键的风险、问题和假定

说明要如何应付风险的问题（紧急计划）

7.管理团队

介绍公司的管理团队，其中要注意介绍成员与管理公司有关的教育和工作背景（注意管理分工和互补）

介绍领导层成员、创业顾问以及主要的投资人和持股情况

8.经济状况

介绍公司的财务计划，讨论关键的财务表现驱动因素。一定要讨论如下几个杠杆：毛利和净利、盈利能力和持久性、固定成本与可变成本、达到收支平衡所需的时间、达到正现金流所需的时间。

9．财务预测

包括收入报告，平衡报表，前两年为季度报表；同一时期的估计现金流分析；成本控制系统。

10．公司提供的利益

这是创业计划的“卖点”，包括：总体的资金需求、融资中需要的资金、如何使用这些资金、投资人可以得到的回报、可能的投资人退出策略。

## 挑战杯创业计划书8

（一）主办单位：校团委

（二）承办单位：校学生会大学生创业中心

（三）相关要求：

1、参赛选手自行组成学科优势互补、专业配备科学、人员结构合理的创业计划小组，在广泛调查市场、分析企业的基础上，完成一份把产品或服务推向市场的完整、具体、有实施可能的创业（商业）计划书，并创造条件吸引资金，把计划推入市场。

2、所提出的产品或服务应为参赛者参与的发明创造或经授权的发明创造，也可以是一项可能实现开发研究的概念产品或服务。

3、选手要上交一份包括附录在内的完整的创业计划书。获奖选手将择优推荐参加“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛。

4、各学院至少2篇，多者不限。

（四）截稿时间：12月18日

（五）收稿要求：作品分电子版和书面版(书面版要求用A4纸打印)两种，以学院为单位统一汇总交至校团委。

（六）大赛评奖：设一、二、三等奖若干名。

挑战杯创业计划书2

一、申报对象

我校在读本专科生、硕士生、博士生。

二、时间安排

1、作品申报截止时间：20xx年11月25日下午5：00

2、校内评审立项时间：20xx年12月

3、作品完成时间：20xx年12月——20xx年3月

4、校内决赛时间：20xx年3月

5、重庆市决赛时间：20xx年5月

6、全国决赛时间：20xx年9月

三、申报说明

1、本届竞赛为创业计划竞赛。创业项目可包括产品（农林、畜牧、食品及相关产业类；生物医药类；化工技术、环境科学类；电子信息类；材料类；机械能源类）和服务咨询类，项目要有较好的创新性、科学性、实用性和较好的市场前景等。

2、创业团队成员一般为4—6人，成员知识结构要合理，应包括产品技术研发或创意研究、企业管理、市场营销、财务管理等多专业领域学生。

3、指导教师在所在学院和学生社区团委协助下，由团队负责联系确定，一般为1—3人，确定的指导教师要有较为充足的指导时间并具备相关领域专业知识。

4、参加今年第十二届“挑战杯”课外学术科技作品竞赛的优秀作品和获奖作品在修改为创业计划书后也可申报。

5、申报作品经校学生科技创新活动专家小组初审确定资助项目，资助资金从校大学生科技创新基金中划拨。资助分两期进行，前期资助金额为500—20xx元，后期视作品参赛成绩追加资助金额。

6、作品申报书可从校园网和校团委网站上下载，团队负责人按照要求据实填报。

7.申报时上交作品申报书和创业计划书各五份（创业计划书20xx字左右）。

挑战杯创业计划书

四、我校教师指导的作品获奖，按照交大〔20xx〕155号文件的规定，按获奖等级可冲抵相应岗位业绩积分，并可获得相应的工作量酬金。学生获奖按照《学生手册》中的相关规定予以奖励，并在学校评优评先和免试攻读硕士研究生中综合考虑。

五、校团委将在近期相继在各个社区举行往届“挑战杯”创业计划竞赛获奖作品巡展，并适时邀请有关专家举办“挑战杯”创业计划竞赛活动的讲座，指导广大同学申报创业计划作品。

六、请有意申报的同学，在规定时间内将创业计划书和作品申报书先报送所在学生社区团委（研究生报研究生部团委），再统一报送校团委。

联系人：，电话：\*\*\*\*。

附件：第八届“挑战杯”全国大学生创业计划竞赛作品申报书。

## 挑战杯创业计划书9

一准备阶段

创业计划书的编写涉及到的内容较多，因而制定创业计划前必须进行周密安排。主要有如下一些准备工作：①确定创业计划的目的与宗旨；②组成创业计划小组；③制定创业计划编写计划；④确定创业计划的种类与总体框架；⑤制定创业计划编写的日程安排与人员分工。

二资料准备阶段

以创业计划总体框架为指导，针对创业目的与宗旨，搜寻内部与外部资料。包括创业企业所在行业的发展趋势、产品市场信息、产品测试、实验资料、竞争对手信息、同类企业组织机构状况、行业同类企业财务报表等。资料调查可以分为实地调查与收集二手资料两种方法。实地调查可以得到创业所需的一手真实资料，但时间及费用耗费较大；收集二手资料较易，但可靠性较差。创业者可根据需要灵活采用资料调查方法。

三创业计划的形成创业计划形成阶段要完成以下几项任务：

1.拟定创业执行纲要主要是创业各项目概要。

2.草拟初步创业计划

依据创业执行纲要，对创业企业的市场竞争及销售、组织与管理、技术与工艺、财务计划、融资方案以及风险分析等内容进行全面编写，初步形成较为完整的创业计划方案。

3．修改完善阶段

创业计划小组在这一阶段对创业计划进行广泛调查并征求多方意见，进而提出一份较为满意的创业计划方案。

4．创业计划定稿进行定稿，并印制成正式创业计划文本。

1．创业计划书的编写方法

创业计划书编写的目的是为创业融资、宣传提供依据，同时作为创业实施的规划方案。因此，创业计划书的编写出尽可能的展现创业项目的前景及收益水平外，还要展现出创业项目的可实现性。在编写创业计划书时，应遵循正确的方法：

第一．做好工作计划，使创业计划书的写作过程有条不紊。

第二．始终围绕创业产品与服务进行展开，并经常性的评估产品业服务的创业价值。

第三．要充分寻求外部有关人员的指导与协助。

第四，在不断修改补充中完善创业计划。一般来说，最终形成的创业计划地正式文本与创业计划草案可能相差很大，有的甚至面目全非。

第五，要针对创业计划的目标读者，设置计划项目的不同侧重点。风险投资商对创业计划中的市场增长及盈利性感兴趣。战略伙伴与主要客户关心产品/服务、市场、盈利及管理团队的运作能力。而主要雇员、管理队伍则主要想知道创业公司过去的成功记录及今后的发展前景。

2.注意事项

（1）创业计划要重点突出、注重实效。每一份创业计划都应有自己独特的个性，要突出每一个创业项目的独特优势及竞争力。另外，要注意创业计划中所使用资

料的时效，制定周期长的创业计划应及时更新有关资料依据。

（2）产品服务描述使用专业化语言；财务分析要形象直观，尽可能的采用图标描述；战略、市场分析、营销策略、创业团队要使用管理学术语，尽可能的做到规范化、科学化。

（3）创业计划内容多，涉及面广，因此，要求创业小组分工完成，但应由组长统一协调定稿、，以免出现创业计划零散、不连贯、文风相异等问题。

（4）创业计划要详略得当、突出优势，机密部分略微建华，以防泄密。

## 挑战杯创业计划书10

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);可能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

概述：公司的业务和目标及其他

产品或服务：用途、好处

市场：市场状况、变化趋势及潜力

竞争：现有和潜在的竞争者分析

营销：针对每个细分市场的营销计划

运作：原材料、工艺、人力安排等

管理层：每个人的经验、能力和专长

财务预测：营业收入和费用、现金流量

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

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

Competition竞争

Customers客户

## 挑战杯创业计划书11

（一）主办单位：

校团委

（二）承办单位：

校学生会大学生创业中心

（三）相关要求：

1、参赛选手自行组成学科优势互补、专业配备科学、人员结构合理的创业计划小组，在广泛调查市场、分析企业的基础上，完成一份把产品或服务推向市场的完整、具体、有实施可能的创业（商业）计划书，并创造条件吸引资金，把计划推入市场。

2、所提出的产品或服务应为参赛者参与的发明创造或经授权的发明创造，也可以是一项可能实现开发研究的概念产品或服务。

3、选手要上交一份包括附录在内的完整的创业计划书。获奖选手将择优推荐参加“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛。

4、各学院至少2篇，多者不限。

（四）截稿时间：

12月18日

（五）收稿要求：

作品分电子版和书面版（书面版要求用A4纸打印）两种，以学院为单位统一汇总交至校团委。

（六）大赛评奖：

设一、二、三等奖若干名。

一键复制全文

下载全文