



# 商业计划书 撰写指南



## 第一部分：撰写商业计划书的目的和要求

### 1. 撰写商业计划书的目的

主要目的是用来筹集资金、扩展业务并验证商业计划的可行性。

对于公司管理层，优秀的商业计划书可以使其快速了解公司发展的各个阶段。

对于公司所有者，商业计划书可以清楚地阐明公司当前的市场定位。在编制商业计划书的过程中可以帮助公司所有者更好的了解目标市场以及业务拓展的重要环节。

### 2. 商业计划书的撰写要求

- ▶ 商业计划书应简明扼要，重点突出投资者所需要的信息。
- ▶ 注重图表的使用，图表更能直观的反应关键数据信息，使商业计划书清晰简洁更具说服力。

## Part 2: 商业计划书的主要内容

商业计划书应重点阐明公司目前状况以及相关需求，一般包括以下内容：

### 1. 摘要

摘要是整个商业计划书的“凤头”，能让投资者对公司现状进行初步的了解。首先应介绍公司发展规划、经营目标；其次简要阐明公司经营的产品、提供的服务以及对市场的预期；最后摘要部分还应介绍当前市场的投资环境和公司预计的增长幅度。

### 2. 公司简介

完整清晰的公司简介将会体现公司的整理规模和市场前景，从而更加吸引投资者。该部分主要介绍公司业务和经营的详细信息，主要包括公司的目标消费者、组织架构、主要业务经营模式、盈利模式以及长期目标和短期目标。同时，还需要说明公司在市场中的核心竞争力及优势。

### 3. 商业模式分析（SWOT分析）

商业模式分析是商业计划书的重要部分，可以让投资者充分了解公司的发展潜力及发展前景。运用SWOT分析法，可以从机会、风险、优势、劣势四个维度深入分析公司的业务模型。

根据当前商业模式和经营模式，找出市场中潜在的机会和风险，基于此分析出公司商业模式、经营模式的优势和劣势，提出分析结论，据此说明公司如何通过潜在机会进一步拓展业务，应对潜在风险。



## 4. 市场分析

市场分析主要介绍公司产品和服务的市场情况。在编写该部分时，要对市场前景进行充分了解和调研。展示出公司对市场现状、市场增长潜力的了解，并根据市场分析的结论，剖析目前公司产品和服务的定位以及盈利模式。此外，还要对目标市场的潜在竞争者和发展趋势进行分析。包括以下内容：

- ▶ 市场的潜力：市场的预期增长、消费者需求的潜在变化以及市场发展趋势的信息；
- ▶ 市场的需求：识别市场中消费者的需求量；
- ▶ 市场的规模：分析目标市场的规模，如果当前目标市场规模正在不断的收缩，则需要通过分析目标市场未来的发展潜力及增值趋势以支持进入目标市场的决定。

## 5. 运营计划

运营计划主要描述公司产品、服务在目标市场上的商业运作模式。应包括业务运营时间规划、目前投入设施、营业点的数量和位置。同时列出该业务在市场上的上下游的供应商以及目前已经与供应商签订的合同。如果公司提供的是服务，该部分应尽量使用流程图或图表展示服务是如何提供的。

## 6. 销售策略

销售策略主要介绍当前公司的销售策略和未来的发展方向。重点分析销售策略如何吸引客户和对消费者的了解程度，包括消费者的消费倾向、消费偏好以及消费者对产品的预期。通过对消费者消费偏好的分析，可以使消费策略更具有说服力，让投资者更清晰、准确的了解公司销售策略的优势。

## 7. 市场竞争分析

市场竞争分析应了解目标市场的主要竞争者，找出龙头企业，深入研究其商业模式以及在市场中的优势和劣势。将公司与市场主要竞争者进行对比，并阐明公司的优势及潜在的发展方向。向投资者说明公司将通过何种方式提高市场竞争力并抢占市场份额。

## 8. 财务分析

财务分析主要展示公司财务数据和财务指标，应摘取近几年财务报表中的收入情况、盈利情况和负债情况等，并计算相应的财务指标，以图标形式展现财务指标的发展趋势。清晰明确的财务指标能反映出公司的盈利能力及发展潜力，这将帮助投资者更快速直观的了解公司目前的经营状况、财务状况，也更具说服力。

## 9. 附录

附录是指附在正文后与正文有关的文章或参考资料，例如市场预测的支持文件、基于目前市场做出的假设以及详细的财务报表等，这些信息一般所占篇幅较大，不便编入正文，需将此类材料放在附录中，以供投资者参考。

**如需更多关于商业计划的信息与帮助，请联系我们：**

**P** +86 10 65326622

**E** info@pacifictradeinvest.org.cn

**W** www.pacifictradeinvest.org.cn

**A** 北京市朝阳区新东路1号塔园外交公寓5-1-3-1