



中商情报网  
www.askci.com

# 商业计划书要素



深圳中商智业投资有限公司  
<http://syjhs.askci.com>

# 商业计划书要素

## 1. 概要

概要是商业计划书的第一部分，并且是商业计划书最重要的部分。顾名思义这部分内容是对整个商业计划书、公司历史的介绍、公司基本现状的概述。

概要是商业计划书的门脸，因此在概要中要激起投资人继续读下去的兴趣。而且还要告诉投资人为什么你觉得你的公司会成功。虽然概要是商业计划书的开头，但往往是在最后完成的。因为当你把计划书的其他部分写好后，可以更好地概括。

具体说来概要包括以下内容：

**使命宣言：**使命宣言是对你公司业务的简要概述，可以用两个字、两句话或一段展现，甚至是一张图片。

公司成立时间

创始人介绍和他们的工作职责

雇员数

业务地点和任何分支机构或子公司

对公司设备的描述

对公司产品或服务的叙述

银行关系和既有投资人信息

公司发展里程碑（如公司成立一年发展壮大一倍或者公司是业内第一家提供某种特定的服务）

如果刚开始创业，上面有些内容就无法呈献给投资人，那就把重点集中在的经验和专业背景上，并且表明创业的决心。可以叙述目标市场存在的问题以及解决方案，告诉投资人创新之处。保证业务是消费者需要的，然后叙述对公司的展望。

也许会遇到这样的投资人，他要求概要以表格的形式呈现，这时候的内容标题要尽量宽泛，换句话说就是要避免细节描述。

## 2. 市场分析

市场分析是商业计划书的第二部分，这个部分要叙述公司所在的行业，也要展现对市场的调查结果，不过关于市场调查的细节是放在商业计划书的附件里的。

这部分包括以下几个部分：产业概述、目标市场信息、市场调查结果和对竞争对手的评估。

### 产业概述

包括对原始产业的叙述、目前产业规模和增长速度、产业特性和趋势以及产业主要消费群

### 确定市场目标

当在确定目标市场时，最大的难题莫过于把市场控制在合理的范

围内。很多创业公司都会犯一个错误，那就是认为可以把自己的产品卖给所有人，这样的目标市场定位往往会失败。

### 市场测试

只需要把测试的结果写入商业计划书，所以只需要关注结果。而测试中的细节资料则放在附件中。市场测试包括潜在客户、为现在客户准备的信息和示范、适应目标市场需求的重要性、市场将以何种价位接受你的产品或服务。

### 投产准备阶段

投产准备阶段是指客户下了一个订单和这个订单被完成这个时间段，所以在调研这部分内容时，就应该指定产品或服务的投产准备阶段。

### 竞争对手分析

在做竞争对手分析时，需要依据产品线、细分市场、评估对手的优势和弱势来确定你的目标市场对于竞争对手的重要程度，而且还要考虑到诸多阻碍你进入市场的因素。

要确定所有产品和服务对应的所有竞争对手，知道他们所占的市场份额，并且要预估多久会有新的竞争对手进入是市场。

竞争对手的竞争优势以多种形式呈现，但一般包括以下几点：

满足消费者需求的能力

占有较大的市场份额，在消费者中认知程度高

一个良好的工作记录和声誉

稳健的财务资源，丰厚的后备资源

## 人才

竞争对手的弱势反过来就是公司的优势。所以在进军一个领域时要分析竞争对手的弱势，如他们能满足消费者的需求吗？他们没有很强的市场渗透力，他们的工作记录并未达标，他们的资源有限，他们会不会留住优秀人才等等。如果发现的竞争对手的弱势，要发现这种弱势的原因，这样才可以避免发生相同的错误。

如果你的目标市场竞争激烈，那么你就要准备克服一些障碍，这些障碍包括：

高投资成本

建立生意所花的时间

改变技术

缺乏人才

客户阻力

不能侵犯的现有专利和商标

## 3. 公司简介

公司简介是商业计划书第三部分内容，这部分同样不需要细节描述，包括两个部分：公司性质和公司成功因素。

当确定公司性质的时候，要列出需要满足的市场需求，这个包括产品和服务怎么样满足客户需求的计划，最终，找出满足这些需求的

特定的个人或组织。

而成功因素包括满足客户需求的优势能力、把产品和服务推送出去的高效方法、出众的人才或者公司处于核心地段等等。以上所有的一切都是公司的竞争优势。

## 组织和管理

组织和管理是商业计划书的第四个部分，这部分包括：公司的组织结构、公司所有权详悉、公司管理团队、董事会

公司谁在做什么事情，他们的背景以及把他们纳入公司董事会或称为雇员的原因，他们的个性是什么，貌似这些问题对于只有一两家公司完全没必要，但投资人想知道他们要投资的项目是谁在管理，也要在计划书中详细说明每个部门的职责。

## 组织机构

一个制定出你公司结构简单有效的方法是用叙述性的描述画出一个组织图，组织结构一旦确定了就没有改变的余地，所以你应该想清楚公司谁在做什么事情，谁正在掌管所有部门。没什么被忽视的也没什么被做了三四次，这一点对投资人来说很重要。

所有权信息包括公司的法律结构以及所涉及的后续所有权，你合并过公司吗？如果合并过，你的公司属于 C 类公司还是 S 类公司？可能你已经与哪个公司形成合作伙伴关系，如果这样，那么合作伙伴是

一般关系还是责任股东呢？可能你的公司是合资企业，

应该纳入你商业计划书的重要所有权信息包括：

所有者姓名

所有者所占比例

公司事务参与程度

公司所有制形式，即是普通股、优先股、一般合伙人、有限责任  
股东

突出的股权等价物，比如期权、认股权证、可转换债务

管理概况

专家一致认为公司管理团队的能力以及其业绩记录是公司走向成功的重要因素。所以要让投资人知道你公司的核心人物以及其背景，提供一份包括以下信息的团队个人简历：

姓名

职位

主要职责和权限

教育程度

专长

过往记录

企业认可

社会实践

公司工作时限

薪金情况

董事会

一个无需付费咨询委员会的主要益处在于它可以为你免费提供专家级建议，一份有着业内著名人士和成功人士的董事会名单可以提高公司的信誉和感知管理经验。

如果有董事会，需要在商业计划书中写上如下信息：

董事会各成员姓名

在董事会的职位

对公司事务的参与度

对公司所作的贡献

## 5. 营销和销售管理

营销和销售管理是商业计划书的第五个部分，销售是创造客户的过程，而客户是公司的生命。首先，你应该确定营销策略，制定营销策略的方法有很多种，其中营销策略是你正在实行业务、评估过程和公司特色的一部分。但也有基本步骤，遵循这些可以帮你制定推动销售和维持客户的忠诚度的策略。

一个完整的营销策略应包括四个部分：

市场渗透策略

发展策略：这部分包括内部策略，如如何增加你的人力资源；收购策略即收购另外一个公司；分支机构的特许经营战略；横向策略即

为不同的客户提供同类产品；垂直策略指的是提供相同的产品但是出于不同级别的分销链策略

**分销渠道策略：**分销渠道的选择应包括原设备制造商、内部销售团队、经销商和零售商。

**沟通策略：**你打算怎么让消费者知道你的产品，通常以下的策略是最有效的：促销、广告、公共关系、人员推销和一些宣传单。

当你制定出一整套营销方案后，你就该制定销售策略了，这一部分可以帮你卖出产品。

销售策略包括以下两个重要部分：

**销售人员策略：**如果你打算组建一个销售团队，你打算从内部选择还是招聘独立的销售代表？销售团队的人数，你将使用什么招聘策略？怎么训练你的销售团队？

**销售活动：**制定好的销售计划应该融入到现有活动中。首先你需要确定潜在客户，并且以表格形式呈现，以优先次序排列。其次确定某一时间内的销售电话数，以及每一笔生意的平均电话数，每笔销售的平均成本。



**ASKCI**  
**中商顾问**

### 运营公司：

深圳中商智业投资顾问有限公司

### 办公地址：

深圳市福田区红荔路1001号  
银盛大厦7层（团市委办公大楼）

### 免费电话：

报告咨询：400-666-1917

IP0咨询：400-788-9689

### 联系电话：

0755-25407296 0755-25407622

0755-25193390 0755-25193391

0755-25407713 0755-25407397

### 传真：

0755-25407715

### 客服MSN：

[askci2007@hotmail.com](mailto:askci2007@hotmail.com)

### 客服QQ：

[1272473231](https://www.qq.com/)

### 客服电邮：

[askci@askci.com](mailto:askci@askci.com)

### 公司介绍

中商智业投资顾问有限公司（中商智业）是由中国知名的资讯管理理论专家和竞争情报实战派携手创建的资讯机构，是国内专业的第三方市场研究机构和企业综合咨询服务提供商。

中商智业已构建起庞大的企业商业情报数据库，致力于为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；致力于为国内外各行业企业、科研院所、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、行业专项咨询、项目可行性研究、IPO咨询、商业计划书等服务。

### 顾问团队

目前公司具有资深的全职研究与咨询人员80余位，全部为大学本科及以上学历，其中博士学位占4%，硕士学历为40%，本科学历为50%，获得双学士学位的为6%。同时公司常年聘请各行业资深专家、学者、分析师、律师、财务顾问等100余位，他们均是各自所在领域的权威人士，通过中商智业的有机整合，成为服务客户的强大智囊顾问团。

### 公司影响力

中商智业的研究结论、研究数据和研究观点广泛被媒体采用；同时，中商智业的研究结论、数据及观点文章也大量被国家政府部门的网站转载，如央视财经频道，凤凰财经，新浪财经，中国经济信息网，商务部，发改委，国务院发展研究中心（国研网）等。