

创业计划书模板

封面:LOGO、项目名称、负责人、所属学校、指导老师、团队成员。版权保护声明:单独一页,更显规格。

目录:如果转化成PDF可以添加超链接,这样点到哪个目录,就可以直接跳转到对应内容方便阅读。

正文内容

1、执行概要(第一印象很重要,交代清楚项目的核心内容)

1.1 为什么做?(市场问题现状、原因分析)

介绍你所解决的市场问题现状,用案例、故事、新闻报道引入,通俗易懂、印象深刻。分析产生这些市场、社会问题的本质原因,这些原因就是痛点,为你接下来介绍解决方案埋下伏笔,前后呼应,环环相扣,形成主线。原因分析逐条按点写清楚,分析深入、客观,不要浅尝辄止。欺骗、敷衍,最终只会砸自己的脚。

1.2 怎么做?(产品、创新模式,解决方案)

接上面的市场问题,紧接着就应该抛出解决方案,这样符合阅读思维。怎么做,可以用产品技术、创新的商业模式。总之,解决方案,要具体、清晰,而且言简意赅、抓住重点描述出来,而不是长篇大论。

1.3 做到哪里?(运营现状、成果展示)

相关产品专利申请数量、服务客户数量、成交金额、社会问题解决、带动就业/实践人数、媒体报道、领导肯定、参赛获奖等,不同层次、不同维度展示成果。同一性质的内容,不要重复展示。展示方式可以图文结合,特写+淡写结合,主次、轻重有别。

1.4 核心竞争力(特点、优势、创新性、技术保护)

证明你能做得比别人好,从产品技术/服务模式的创新性、可行性、以及技术或

资源的独特优势进行分析;同时较比市面上同等产品或替代品,从性能和价格进行比较,总结竞争优势。1.5 团队介绍(若非成员或导师够牛,建议在执行概要里不要写团队)

主要介绍团队成员/导师在本项目所涉及领域和行业内有足够的影响力,包括专业大赛、研究著作、主持项目、媒体报道等,就是证明有此人的加盟,项目如虎添翼。这里要区别跟人力资源板块写团队成员的不同,这里只介绍他在该行业、领域的牛逼劲儿,而不介绍他在项目中担任何种职务、具体负责事项、为项目做出哪些贡献,这些内容实在人力资源板块才写的,避免这里的团队介绍和后面的团队介绍内容重复。

2、市场痛点分析(有哪些市场问题、为什么会产生、市场规模前景)

2.1 市场问题描述

案例、报道、故事引入,图文结合,数据描述,让痛点够"痛"。

2.2 市场原因分析

有问题,必然有原因,揪出问题本质,分析原因,客观、深入,按点逐条写清楚。

2.3 市场规模(前景)

存在这类问题、需要解决的人群或者应用场景有哪些,重点+略写,全方位覆盖,证明这个市场很大。

3、产品介绍(产品即解决方案,如果没有技术产品,商业模式就是解决方案)

3.1 产品技术

用什么技术,实现什么功能,解决什么问题,清晰明了。技术参数、路线、方案,以及实现效果。

3.2 产品图片

实物图、模型图、操作流程图，配以文字说明。

3.3 产品优势

创新性、市场可行性、技术保护(技术可行)。

竞品分析，包括性能、价格，可用表格对比，一目了然。

4、商业模式(以产品为中心构建合理可行的运营模式，效益/价值最大化，而不是为了比赛构建一个假的、可有可无的模式出来。)

4.1 商业模式介绍

商业模式图，即把所有涉及到的目标对象，以及目标对象之间的关系，描绘出导向图，配合文字进行说明。如果项目没有涉及到产品模块，商业模式就是解决市场痛点的方案。

4.2 盈利模式分析

商业模式介绍里面，哪些环节、板块、渠道可以实现盈利的，逐一介绍，包括盈利项目、如何盈利、相关数据。

备注(项目如有涉及产品，产品是最直接解决市场痛点问题的手段、办法。商业模式是在产品的基础上，进行价值和效益最大化，并非直接解决市场问题的方案。如果项目没涉及技术、产品，那么商业模式即是解决市场问题的方案。)

5、运营现状(成果展示)

5.1 技术专利，内容、数量，属于本项目的，而非无关专利。

5.2 合作客户有谁，数量，成交金额。

5.3 带动就业人数

5.4 解决市场问题的成效(前后对比，凸出社会价值)

5.5 媒体报道、领导肯定、参赛获奖

..... (按照跟项目的关联程度进行先后排序)

6、营销策略

6.1 目标客户分析

客观分析谁才是你的目标客户，他们的数量、需求程度、购买力等属性。

这里要跟市场分析模块里面的应用场景做好区别，前者是为了证明市场具有广阔的前景，而这里是实打实分析谁才是目标客户和他们的属性。

6.2 推广策略

分析完谁是目标客户，接下来进行第二步，怎么样才能让客户知道你的存在？这个过程用的办法、手段、渠道都可以是策略，也就是推广策略。这个环节至关重要，决定了你产品的销路。具体、落地的办法，逐一描述，做明白、写明白、讲明白。

6.3 产品策略

当推广策略奏效后，你才有机会跟客户谈合作，否则客户不知道你，何来谈判。这个环节就是讲究产品策略，一般我们的促销策略、价格策略、服务策略都是在该环节出现的，目的就是让客户信任我们，购买我们的产品。具体、可行的方案，逐一描述。

备注（谁是你真正的客户？怎么样才能让他们知道你？知道你之后，怎么样才能跟你合作？三步走，不仅比赛这样，实践亦是如此。）

7、SWOT 分析

S(优势) 从项目/团队内部分析，技术、专业、创新等优势。

W(劣势) 从项目/团队内部分析，经验、资金等劣势。

O(机会)从外部环境分析,利于项目推进的友好社会/政策环境。

T(威胁)从外部环境分析,资质许可、被替代等项目进入市场遇到的各种阻碍。

小结:综合分析 SWOT,总结项目可行性高(语言自己组织)。

备注:可以使用表格,清晰明了。必须客观、深入分析,切莫模仿、抄袭别人的。

8、风险分析及应对

8.1 资金风险

风险分析:生产、销售环节等需要大量资金,出现断链就会运营不下去。应对措施:

专利技术抵押贷款、自筹、参加政府比赛获得资金扶持等。

8.2 市场风险

风险分析:产品技术壁垒不高,容易被替代,市场容量小,不被信任等。

应对措施:纵深研究,不断迭代和升级产品,提高壁垒;横向研发周边应用产品,相辅相成。

技术风险、交易风险、管理风险等

备注:一个风险一个应对措施,真实、客观分析,实践中总结,防患于未然,用于实践中,不要形式主义、凑字数。

9、财务数据及融资

9.1 股本结构及融资需求

目前股本结构,谁占股多少,凭什么占股的,写清楚。

预计出让多少股份,融多少钱,这些钱用于什么地方,写清楚。

9.2 财务数据表格

盈利分析表

销售预测表.....

备注:先制作财务明细表,再转由财务人员制作专业的财务数据表。数据预测合理、客观不要过度膨胀。数据符合规律,不要凑整数、等差等比。

10、团队成员介绍

项目成员

专业专长、担任职务、具体负责事项,如果已有做出成绩,可附上说明。图片要符合项目的特征,切莫卡哇伊、美颜图片。

指导老师

有关项目涉及领域和行业方向的研究专长、影响力、成果展示,以及具体负责事项,而不只是挂名而已。

11、未来计划

6月计划、1年计划、2年计划。

用具体的手段和策略实现具体的目标,而不是轻描淡写你要怎么做而已。

不用3-5年甚至5-10年的规划,有点不切实际,初创企业能够熬过一年的并不多。短期、可实现的目标,往往能够激发团队信心。

12、附录附件

多余的证书、专利介绍;项目其他附属、周边内容;关于技术实现的详细方案;调研数据分析详情;有关项目实践的图片.....

正文放不下,又有用的,可以在附录附件说明,按主次、轻重,排序展示。