

商业计划书投资计划(精选5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

商业计划书投资计划篇一

现在，创业的门槛越来越低，竞争者增多，找到投资的难度加大。创业者应当了解投资人需要什么，以下九个方面的问题通常是投资人做出判断的依据：

- 1、企业定位清晰而与众不同。明白自己卖什么。
- 2、简明的执行摘要。请按顺序说明下面这几方面：市场、团队、财务、技术。在硅谷，比较标准的商业计划一般不超过20页，执行摘要不超过300字。
- 4、多承担风险。请记住，投资人不会愿意承担比你更大的风险。
- 5、清楚企业的远景与经营模式。让投资人明白你能提供好的产品与服务，使其有一个期待。
- 6、明确竞争力。告诉你的投资人竞争者在哪里，核心竞争力是什么，找到解决方案，就先要找到市场。
- 7、兴趣相投且结构完整的团队。面对市场上其他优秀组合的竞争，展示你们团队具有能打赢这场仗的能力。
- 8、留住顾客。请为投资人解释，如果你是顾客，你会如何选择？要使顾客体验到价格以外不可替代的价值。

9、精算市场。请用较精确的数据说明市场占有率和损益平衡时间。告诉投资人你有多大的野心，你将用多短的时间获得多大的市场。

商业计划书投资计划篇二

商业计划书在整个投资过程中的作用煞有介事地准备一份商业计划书，从严格意义上来说，有点滑稽。投资人更重视的是你的项目的含金量，而非天花乱坠的纸上风云。在通往成功的路上，你需要出示翔实的商业计划书，试问哪个企业家没有受过类似的谆谆教导？但如果问及他们是否真的准备过商业计划书，他们会抱愧地低下自己的头，似乎要找一条地缝往里钻。这是一个很大的悖论：每个人都知道商业计划书很重要，但是很少有人需要真正准备。对此，巴布森学院进行了一项持续多年的调查（该调查被誉为全美最顶尖的企业家项目之一）发现：处在起步阶段的企业，最终吸引到的投资的数量或其净收入的多少，与一份书面的商业计划书之间，并无必然的联系。调研报告指出：“当今创业者最钦佩的创业英雄中，史蒂夫·乔布斯、比尔·盖茨、迈克尔·戴尔等在直面投资人时，手头并没有任何一份书面的商业计划书，但依然获得了投资，并做成了足以改变世界的大生意。”但遗憾的是，尽管早在三年前这项调研就发现了商业计划书这种奇怪模式，却依然未能指出问题的关键所在。千万别曲解我的意思。

我举双手赞成任何企业都应该制定商业计划，不过，我不认为摆在你面前的那份书面的商业计划书将真正奏效。书写一份商业计划书往往需要借助大量的分析数据，它通常让企业家与奇思妙想擦肩而过；而且它往往浪费了很多时间，最后形成的是一份冗长且毫无新意的公文。当成文的时候，几乎在落笔时，它就成为了一个过时的玩意儿。在制定商业计划书时，你是否应该通盘考虑更多的事情，诸如如何将设想变为现实？如何寻找自己的目标客户群？如何按时支付欠款等？显然你需要涉及这些问题。在执笔之时，因为要用近乎八股

体的格式按照条文书写这份商业计划书，你是否感到极度痛苦？巴布森调研项目的联席作者朱利安·兰格[julianlange]表示，“除非你是在参加一个商业计划书撰写竞赛，否则有这些时间，还不如到街头好好研究一下如何与潜在顾客沟通更为实在。”

难道投资人不看商业计划书？在我作为银行工作者的中，我仅仅看过一份商业计划书，而且还是过期的。在我8年的财务顾问以及20余年的借贷生涯中，从未有人需要我出示商业计划书，最起码不是你在商学院学习到的那种固定格式的商业计划书。比如，美国小企业管理局贷款担保中的贷方，可能会要求一份商业计划书，其真正意图是看一下公司的现金流状况。尽管大多数争取投资的商业计划书都是30~100页的大部头，但其实真正有效的是最终的可执行摘要，以及一个非常可靠的顾问的强力推荐。相信我，只要你有一个清晰的商业理念，而且其商业模式前景看好，没有任何一个创投机构或者私人投资者，会因为缺少商业计划书而对商机弃之不顾。常规的商业计划书最大的问题在于，都是关于企业家丰功伟绩以及公司卓越的产品性能的长篇大论，而对如何获得顾客、有哪些潜在顾客等重要内容寥寥数笔带过；然后全篇充斥着对巨大的投资回报的保证，但却缺乏应有的理论及数据支撑，这无异于异想天开。有些商业计划书可能还会在最开始就列举出投资人的股份占比情况，但基于对公司不切实际的估值之上。能够撰写一份合乎格式的学院派商业计划书，可能可以为你在课堂上赢得一个a级评分，但在商海摸爬滚打，却不是光有a级成绩就可以了。所以停止对你的商业计划的小修小改、锦上添花这类工作，好好想想更重要的事情吧！

商业计划书投资计划篇三

在这部分，应详尽全面地介绍企业的产品或技术和企业所处的行业背景，行业背景一般包括行业现状、规模和将来的发展方向。如果行业中几个市场区分，应逐一介绍。并对公

司所对应的市场区分以及任何将会影响或改变这个行业市场区分的新产品，做出重点分析。

接下来应该介绍你所创立企业的商业模式、市场定位、所生产的产品或可提供的服务。重要的是突出你的企业如何形成可持续的竞争力，突出你的产品和服务的特殊性和与众不同的地方。要注意的是，在引用外部资料时，应注明资料来源，这对外部投资者来讲是非常重要的。

市场竞争

在这个部分里，应详细地介绍企业所面对的市场环境及竞争的状况。首先创业者应清楚地分析公司产品或服务所面对的市场区分的规模、潜力和增长率并指出谁是主要的竞争对手。竞争对手包括现在已存在的和今后潜在的竞争对手。在清楚地认识竞争对手后，应说明竞争者的策略，并对他们的优势和弱点做出分析。典型的分析包括swot分析(s□优势□w□劣势□o□潜在机会□t□威胁)。

发展计划与风险评估

同时在这个部分中，应对企业做出一个客观的风险评估。包括技术风险评估、市场开发风险评估，以及财务风险、政策风险、法律风险评估等等。通过风险评估，应使读者对企业经营的主要风险有所了解。

组织架构和管理团队

在这部分里，应向读者介绍公司的组织架构及高层管理团队各成员的背景、阅历，他们的分工，以及他们在公司中所承担的责任。公司管理层和公司组织架构介绍应尽可能详细，因为一个好的管理团队和组织架构是企业发展成功的必要条件。

财务简介

财务一般是放在商业计划书的结尾部。但这并不说明它不重要，有经验的投资者会很仔细地检查每个财务数据。应客观地对公司财务做出介绍和分析，并对主要假设做出详细的说明。

三个比较常见的财务报表是现金流量表(cashflowstatement)[]损益表(incomestatement)和资产负债表(balancesheet)[]一般来说，最近一年的财务报表还需提供每个月的财务情况。

融资需求

在这部分，应将融资金额、资金用途及融资的大致时间表逐一介绍并做相应分析。如果公司对自身有一个初步的估值，也最好在这里进行披露。也可将公司对投资人的要求、愿意出让多少股权、愿意给予多少优先权利等做详细说明。

总之，一份商业计划书是创业者所必需的。创业者首先应对所创立的企业有清楚的了解。只有对要挖的渠有全面清楚的了解，才能做到水到渠成。

商业计划书投资计划篇四

制作商业计划书时，一定要从用户体验的角度去阐述你的产品、服务，这样投资人就能沉浸在你所讲的产品或服务中，去感受你的产品、服务是不是有刚性。

很多创业者都会这么做商业计划书，一上来就长篇大论，例如所做的市场是多大，如何的有前景。大众行业如果做过多篇幅去描述，只会浪费投资人的时间。一名职业投资人，会不清楚行业的规模?如果真的不清楚，那么只会有2种情况：

1)所做的是一个特别细分的专业领域，比如说药品，或者说

某个新能源、新材料的专业领域。

2) 投资人对创业者所做的行业确实不太了解，从而也反映了你从开始就选错了投资人。

这里分享一个商业计划书制作的技巧，对于大众行业，如果非要具体说明，建议往后放一放，切记不要放在开头。

2、投资人眼中的商业计划书

在整个商业计划书中，投资人最想了解的是什么？无外乎这个项目所做的产品或者服务具体是什么，至于行业几句话说明清楚就可以了。

比方说，做一个叫车的app或者xxx行业的服务。那么就应该详细描述产品、服务具体有什么功能，什么特点，你的产品或服务解决了用户什么样的问题。甚至应该展示app的界面、功能(服务)的操作流程。投资人会以用户的身份去体验整体流程，这样才能发现你的产品或服务有没有刚性，是不是顾客需要的。

一定要把投资人当做客户，甚至是大客户！如果换一个场景，投资人就好比是你的客户，你需要给他一个买单的理由，那么就需要让他清楚的了解产品或服务。反之，他将如何判断你的产品是否有需求，又是否值得去投资呢？所以一定要从用户体验的角度去写商业计划书。

3、商业计划书的制作步骤

商业计划书要符合阅读的逻辑顺序，这一点非常关键。接下来就罗列一下商业计划书的制作顺序。

1) 我是做什么的？

- 2) 我是怎么做的?
- 3) 我做的怎么样?
- 4) 是什么人做的(即团队)?
- 5) 市场有多大?
- 6) 竞争如何?
- 7) 融资计划?

可以把这个顺序当做商业计划书的标题，自问自答，相信很多投资人都会很喜欢!

其中第2步“我是怎么做的”，这个部分是重中之重，把产品、服务讲清楚，小到一个细小功能，大到如何进行营销推广，每一个环节阐述清楚。

为什么这一项如此重要?只有将这部分内容详细阐述，投资人才能很快明白你的项目是否具有刚性，这也是投资的一个重要加分项。

第3步“做的怎么样”，主要写公司成立时间，取得的业绩，有哪些人投资，在业内是否获奖，业绩、历史功绩及亮点一一展示清楚。如果你有比较“酷炫”的数据，如注册用户1个亿;年收入2千万，利润1千万;切记一定要罗列清楚，这种数据往往是抓住人心的关键。

整体过程中，第2步、第3步尤为关键，大多数投资人会根据两块内容判断项目的可投程度;如果引起投资人的兴趣，那么就会进入下一个环节“是什么人做的”，也就是团队部分。

关于团队，介绍的时候丰满一些，减少形容词的使用，此外，尽可能减少创始人的描述。为什么呢?因为这样会给投资人一

个错觉，会让他们觉得你对团队不够有底气。反之一定会用数据、亮点、业绩作为团队介绍的支撑。

这里再分享一个技巧：如果你拥有很棒的团队或者团队是由大牛、行业的明星构成，那么建议你将团队的部分放在商业计划书的最前面，一上来就展示团队，会大大提高投资人对项目的感兴趣程度，同时也一定会给投资人带来很强的震撼力！

商业计划书要标明竞争对手，主要阐述竞争对手是谁，他们做到了什么样的情况，如果没有竞争对手，那就写出你的核心竞争优势。在阐述过程中一定要做到客观，不能掩盖或者夸大事实。

最后的“融资计划”，一页纸足以。阐述你希望怎么融资，准备融多少钱，放多少股，准备怎么用这些钱即可。

4、商业计划书的“禁忌”

1) 商业计划书篇幅不可过长

过长的商业计划书会让人反感。很多人会认为投资人是土豪，土豪不在乎流量，一个商业计划书30m-100m的。相信很多人看到这么大的文件，根本不会现场打开的，等到有wifi的地方可能就忘记了。

所以这里建议，商业计划书页数控制在25页以内，大小控制在4m以内为宜。如果二十几页还说不明白，那么创业者讲故事能力有待提高。

2) 不要喊“假、大、空”的口号

很多商业计划书一上来会“喊口号”：

“给我1000万，还你2000万”

“给我500万，还你一个梦想”

当诸如此类的文字映入眼帘，绝对会立即被pass掉，这只能体现创业者的不成熟！

3) 不要过于贬低竞争对手

这里是一个重点，有很多商业计划书为了彰显自己从而过于贬低竞争对手，这是非常令人反感的事情。很多时候，竞争对手是比较有名的，人家能做到现在的程度，有这么多投资人(机构)愿意投他，他一定是有优势的，此外这些投资人(机构)也一定是有投资他的理由，切记不可通过这种方式来显示自己的优秀！

4) 不要进行财务预测

早期的项目做财务预测其实是一个很大的坑，所以建议不要写。一方面能节约篇幅，另一方面就在于亏损数额较大，投资人就会犹豫投你，如果是盈利，等到相应的时间点没有盈利或与你承诺的数额相差较大时，那么很可能将失去进入下一轮的机会，同时也将被打上不诚信的标签。

5) 记得写联系方式

很多时候一份商业计划书看完，觉得项目挺好的，但是从头找到尾没有联系方式。大家一定会认为这是一个玩笑，但事实往往就是如此，所以大家切记留下自己的联系方式，从而方便投资人能快速联系上你。

商业计划书投资计划篇五

创业者也需要像其他人一样参加面试，只不过他们的面试对

象不是企业的雇主，而是投资人。在面对投资人的提问的时候，你必须给出正确的，或是投资人所期待的答案。

投资人来自各行各业，有着自己独特的偏好，你必须针对每一位投资人来调整你的应对方法，这样你才能够让他们对你和你的初创企业产生兴趣。然而，投资人也有一些共性，如果你能够了解这些共性，并且找到应对之策，那么你就能够提高融资的成功率，为企业发展获得资金，将企业带到另一个高度。以下7种方式能够帮助你打动这些投资人：

投资人为你提供资金并不是单纯的因为他们喜欢你的愿景(虽然愿景是他们为你提供投资的前提之一)，他们投资的目的是希望能够通过对你进行的投资而获取额外的利益。

让你未来的利润看上去很有前景，这是打动投资人最好的办法。你必须要用非常职业而又令人愉悦的方式来展示你的预期利润。

向投资人展示增长空间

投资人喜欢稳定、生命周期长，而且拥有大量消费者的市场，因此你应该向他们展示你的企业价值，以及这个价值的增长空间。你应该向他们解释你的产品会得到多少客户，以及现有客户的品牌忠诚度。投资人想要看到他们的钱不会打水漂，而是会为他们继续创造价值，因此你要让他们相信，投资你的企业之后，你能够帮助他们获得回报。

拥有清晰的业务模式

投资人喜欢他们也能够进行参与的东西，因此拥有一个清晰、可复制的业务模式，能够让他们对你更感兴趣。在最理想的状况下，你的业务模式应该能够轻松进行扩张，而且你还要向他们尽可能的讲解细节，这样做的好处是你可以看到他们的增长点，而且让他们认识到你有一个不错的计划，也

知道该如何将这个计划变成现实。

向他们讲解你想要解决的问题

一家成功的企业应该拥有一个清晰的愿景，以及他们的产品或是服务想要解决的具体问题。这个问题应该会困扰着许多的人，如果这个问题并不常见或是并不棘手，这意味着这家企业的客户规模也很难做大。但是无论你的目标市场规模是大还是小，你都应该向投资人详细讲解你想要解决的问题，并且拿出一个切实可行的产品来解决这个问题。

向投资人证明你与其他竞争对手有所不同

如果你的业务中有一部分是你独家所有的东西，这就是应对竞争最优的办法，因为没有人能够复制你，你是无可替代的。专利、商标和投资人都无法拒绝以上几点。以上这7种方式能够帮助你在投资人面前展现企业的价值和增长空间。想要获得投资，打动投资人，让他们记得你是谁是非常重要的工作。