

生产型企业商业计划书 企业商业计划书 多篇(优质5篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。

生产型企业商业计划书篇一

我们卖的物品都是经过市场调查分析的，收集了主要同学的调差问卷分析出的结果。

团队基本情况

ceo□

财务主管：

大管家：

销售精英：

我们都是来自西南民族大学大二的学生，虽然我们来自不同的地方，

不同的学院，但是我们将会为了共同的目标的竭尽全力，奋勇前进！

团队管理层

ceo□

财务主管：

大管家：

项目介绍

首先调查新生目前缺少那些物品，包括生活上的，文具类的等等。接着利用启动资金去购置该些物品回来，以上门推销的方式，以比外面低的价格卖给新生，赚取利润。

市场分析

经过我们的调查分析，该项目的市场的发展前景还是比较乐观的，新生刚开学，有些物品还没有买齐，我们可以钻这个空去赚取利润。并且目前没有发现与我们一起做这个的队伍，唯一与我们竞争的是学校附近的小镇和学校里面的商业街。我们会以比他们低的价格卖出去同时又赚取利润，前景客观。

营销策略

低价格。总之要把这件事想成一件是对双方都有利的事情，这样我们真诚地去销售才能获得最大的效益。

产品来源

我们大部分货物是采购人员去火车北站旁边的荷花池市场进回来的，因为那里经过我们的调查是在整个成都卖东西比较便宜的，很多人都从那里进货。然后有一小部分是从网上订货的，这主要是考虑到了价格的问题，网上的价格还是挺便宜的。优盘是团队里有认识的人在生产优盘，我们以最低价从厂商那里拿到了优盘的货。

管理团队

团队制定有一定的奖惩制度，还有会议制度，规定每天的销

售情况都要向ceo汇报。每个人除了每天要去销售之外，也分配有自己的任务。每天都要向ceo汇报工作情况。

资金需求

资金除了启动资金200块之外，每个人还要凑点钱，把几天的货同时进回来，不用每天出去进货，影响学习。

财务分析

这次项目预计盈利在500块以上。主要用在产品的采购，包括往返的车费。这个在财务主管那里有详细的财务分析报表。

风险分析

这次的项目会有一些的风险，主要是货物产品有可能没有完全卖出去，造成产品滞销。我们对这个情况将采取尽可能压低利润，向身边的同学朋友寻求帮助还有内销的办法解决。

生产型企业商业计划书篇二

对创业者和需要融资的企业而言，商业计划书已经不是什么新鲜事物了。坊间可以很方便买到各种版本的如何撰写商业计划书的指南和小册子，网上也不难淘到各种大同小异的商业计划书模板，一件本来属于专业范畴的商业文件，似乎变成了人人可学，人人会写的玩意了。商业计划书大有沦落为表面功夫的花架子。实际上，在投资人一方，却发现越来越少看到有阅读价值的商业计划书了。融资方和投资方匹配比例低，与商业计划书上存在的问题有直接联系。

商业计划书应该是什么？

这个问题似乎很傻很传统，但如果你回答“a就是a”那等于没回答。其实很多人未必仔细考虑过这个问题。投资人见到的

所谓的“商业计划书”大多表现出形式化、空洞无物、资料堆砌、无必要的证据支持或者只有无关和过时的数据，缺少必要的内容，论述无说服力等等缺陷。而这些计划书共同点是多出自融资方自己的手笔。

商业计划书的基本目的是为投资者初步判断融资目标是否符合自身需要而制作的一项投资说明和分析文件。多数融资方都明白商业计划书是写给潜在投资对象看的，所以，希望把这个文件做得“卖相”好看。但是，往往又都走错了方向。

多数融资方在表面文章和形式化方面做了太多无用功，像是在用一种通俗的市井的语言和大话博得投资人的欢心，而这样空洞的计划书在投资人手里，甚至还不如一页纸的投资项目概要。在从头到尾快速翻阅而没有发现自己需要的信息时，会被投资人毫不吝惜地丢进字纸篓。还有一类融资人比较“专业”和“技术派”，将一些专业技术资料放进计划书，甚至直接用可行性分析报告来代替商业计划书，这就走向了另一个极端，资料价值很高，但并不是投资人想看或者能看明白的东西。投资人看得一头雾水之余，只好搁置一边了。看似一个简单的问题，其实并不是谁都能够做好。投资人成年累月地与融资项目和机构打交道，第一步就是通过计划书来进行筛选，每天可能接触几个不同项目，只有那些有的放矢、符合投资人阅读模式和习惯的商业计划书才有可能获得投资人进一步考察的兴趣。商业计划书其实不应该由融资方自己来写，道理很简单，一是有盲点，容易成为“王婆卖瓜”，二则，只有对投资方充分了解才能有针对性地做好这项带有定制特点的文件，试图靠一份“标准格式”的商业计划书走遍天下，更大的可能是处处碰壁。融资人和投资人之间总是存在一条沟，这是为什么商业计划书不容易打动投资人的一个客观限制。

分析行业时不要兜圈子

在投资界有一句话，没有夕阳的行业，只有没希望的企业。

行业分析固然重要，但并不是决定是否投资的唯一考量因素。融资方自己写商业计划书的最大毛病是把各方面都描画得十分美好，完美到了足以引起投资者警惕的程度。其实，如果投资人不考虑进入某些行业时，你的项目即使再好，也会在第一轮被淘汰的。当行业不是很重要的因素时，投资人需要通过行业分析来获得对融资方所处的环境和未来发展趋势的直接素材。商业计划书无法代替投资人之后进行的尽职调查和独立研究，在行业分析上兜圈子是不明智的做法。

商业计划书中最常见的兜圈子做法是，融资方总是“无意”中犯用大的行业来代替细分行业或者用其他地区代替本地区等假借概念的错误。比如，用整个游戏软件行业的分析代替手机游戏行业，用服装制衣行业的分析代替制服行业，用一线城市房地产数据代替本地房地产发展分析等。

之所以这样做，有细分行业数据不容易收集的原因，另外，显而易见的是，整体行业或者发达地区的规模数据要比子行业或其他地区大很多，也好看得多。但这种处理手法相当拙劣，给投资人的印象很不好，而且这部分内容一般是放在计划书比较靠前的位置，投资人在无法找到自己所需要的可信的行业分析数据时，很可能因为手中项目太多而放弃继续读下去。

预测未来收益时不要画大饼

商业计划书的收益预测部分往往是“水分”最大的地方。融资方无论出于何种目的“掺水”，投资方总希望能把多余的水分挤掉。这种局面有点像市场里的讨价还价。我的经验是，计划书中的收益预测通常超过实际可达目标值的一倍以上，有些更高达两三倍。融资方自己做的收益预测往往离实际情况很远，创业者的预测高估程度超过已有该行业经历的企业。

高估收益往往也和行业分析不足有关。很多商业计划书在预测收益时，只是简单地将行业总量数据乘以一个比例，比如

理想中的市场占有率。但总量数据本身就超过细分行业数据时，加上对市场的过分乐观，就不难理解为什么得出的数据高得离谱了。在常见的商业计划书里，收益预测部分往往是最简略的部分，很多只是一张简单的两三行的表，未提供预测的假设条件或依据，年度间的增长似乎也是按照简单的增长率计算的。这样的收益预测既无法令投资方信服，也无法依此计算投入和回报。

对于初次进入一个新行业的创业者或者公司而言，几乎没有可能在开始的三年实现收入或利润的大幅度增长，或者是从开始一年的百万元级的销售额，很快形成几何级数增长。计划书的这一部分是最需要严谨求实态度，实际上却是被处理得最儿戏的内容。

分析竞争对手时不要罔顾左右而言他

企业在任何领域经营必然遇到竞争者，哪怕是全新的商业模式，也将会遭遇对手的挑战。投资人的收益不仅与被投资方是否做得好有关，也与其竞争对手的强弱变化紧密联系。同行中的前三、五、十位的竞争对手的情况分析，对于投资前景的判断和项目收益预测必不可少。

商场如战场。孙子兵法有云：知己知彼，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负；不知彼不知己，每战必败。商业计划书里对于竞争对手分析的忽略或语焉不详，显然不是知己知彼的表现，至少是不知彼，甚至是不知己。融资方在制作商业计划书时，存在回避或不愿意正视竞争对手的倾向，轻描淡写地处理市场竞争分析，不仅误导了投资方，也麻痹了自己。经常看到融资方在计划书中写着“没有竞争对手”或随便提到几个同行企业，并没有针对性地就所涉及业务领域进行对比分析。对于经验丰富的投资人而言，不会轻易相信“太平无事”这样的分析。即便是利基市场，也只有暂时的平静，如何有的放矢地对待已有的竞争者，提出有效防范未来竞争者进入的对策，是确保投资方利益、降低投资风险的必要环节。

制作商业计划书，其实很艺术

有人说，最牛的商业计划书应该只用几张纸，关于到底是几页，有很多种版本。还有盛传腾讯创始人马化腾这类创业精英当初连自己都搞不清楚qq的商业模式和前景，想法还写不满一页纸。我们现在经常阅读的计划书像本厚书，框架完整，资料丰富，但仍然不容易找到“对路”的感觉。人们对于商业计划书的认识充满了自我的诠释，使得这个原本应该很专业的文件变得越来越具有不易琢磨的艺术性了。

商业计划书的艺术性，体现在能够用最打动投资人的文字和数据，在最节省的篇幅里让投资方认同你的项目商业和盈利模式、增长潜力、投资回报，并对项目团队产生信任感。这其实不是要求文字的鼓动性和渲染力，而是在于恰到好处地用投资人所希望或者习惯的理解方式来展示融资方的项目。从这个角度来讲，过短或者太长的商业计划书都不会达到满意的效果。

商业计划书的艺术性还在于，商业计划书的完成是一个过程，而不仅仅是一份分析报告。真正完美无暇的项目是极少见的，所有项目都存在令人遗憾的一些缺点。试图通过计划书来包装和美化融资标的，不是不应该，而是需要懂得如何掌握火候和适度。商业计划书的产生过程，应该是站在投资方的角度深入地检讨和规划项目，并进行必要的调整和完善的过程。投资人首先需要看到的是一份诚实的计划书，项目本身发展阶段的不完善是客观和普遍存在的，在说和回避的选择上，坦白地说出来应该是明智的选择。但这还不够，更重要地是提出所面临困难的解决办法。这样一项融资中至关重要的工作，最好是在有经验的融资机构的辅导下完成，既可避免融资方的盲点和误区，又可借助专业顾问的力量完善商业和盈利模式，而且更容易打动投资方，并可以与投资银行的融资活动顺利对接，少走弯路，提高项目融资成功率。

生产型企业商业计划书篇三

编写商业计划书，是企业投资项目前期工作的一项重要工作。在当前实行核准制和备案制的情况下，企业投资项目需做的工作，一方面要按照政府投资管理部门的要求，来履行相应的核准或备案等行政许可程序，另一方面要从企业自身发展及规避投资风险的角度，加强投资项目的前期研究论证工作。无论哪一种要求，都需要编写商业计划书。

一、商业计划书的概念

商业计划书是企业为进行投资决策及招商融资等目的，在对拟建项目进行调查研究、分析论证的基础上，按照一定的格式和内容深度要求而编写的全面展示企业及其拟建项目的现状和未来前景的研究论证报告。商业计划书强调所提出的实施方案的可操作性及对项目投资商业价值的研究论证，是企业有关未来投资的行动纲领和执行方案，也是指导企业招商引资及说服潜在投资者对项目进行投资的重要商务活动指南。

商业计划书最初出现在美国，当时被当作从私人投资者和风险投资家那里获取资金的一种手段。这些投资者为设想中的项目提供资金，并成为项目企业的股东之一。当前，商业计划书在我国主要运用于互连网络等风险投资领域。我们认为企业投资项目在商业运行中都或多或少地面临这样或那样的风险。从投资者的角度，所有项目都可以看作是风险项目，而所有准备投资的企业都可以看作是风险企业。因此，就广义而言，尽管融资方式可以多种多样，项目投资都可以归属于风险投资这个大范畴。因此，随着投资及金融体制改革的深化，在今后国内外投融资市场上，不论面对何种类型的投资方，商业计划书将成为针对各类潜在投资者必须准备的一份最重要的项目论证专业报告。

在市场经济环境下，项目发起人要想说服国内外精明过人的潜在投资者参与拟建项目的投资建设，必须首先让自己相信

拟建项目具有商业可行性。因此，企业研究、撰写商业计划书的过程，也是首先把该项目推销给企业和企业家自己的过程。同时，对于一个具有很好的商业投资价值的项目，如果没有通过商业计划书这一众多投资者认可的文字方式充分展示出来，其结果很可能仍然是把项目束之高阁，难以推向商业实施阶段。因此，无论是对项目发起人、潜在投资者还是拟建项目本身而言，商业计划书的编写都十分重要。

企业撰写商业计划书需要一个艰苦的研究论证过程，往往需要大量的市场调查及技术经济专业论证，评价拟建项目的商业可行性，并要以恰当的方式将研究论证的过程及结果表现出来，因此往往需要专业工程咨询机构提供专业化的工程咨询服务。

二、商业计划书的内容要求

成人们普遍接受的编写范式，一般包括摘要、正文及附件等3个部分。摘要部分应通过简短的文字，浓缩商业计划书的内容精华。

摘要内容一般包括：

- (1) 企业基本情况概述
- (2) 管理团队基本情况
- (3) 产品[n]务概述；
- (4) 研发情况概述
- (5) 行业及市场简要情况；
- (6) 营销策略方案要点；

- (7) 产品制造简况；
- (8) 企业管理简况；
- (9) 融资方案要点；
- (10) 项目及企业财务预测主要结果风险因素及对策。

商业计划书的正文部分，一般应包括以下内容：

1. 企业基本情况，应阐述：

- (1) 企业名称、成立时间、注册资本及实际到位资本，其中现金到位情况。无形资产占股本比例；
- (2) 企业性质、注册地点，并说明其中国有股份及外资股份比例；
- (4) 目前企业主要股东情况，包括股东名称、出资额、出资方式、股份比例等情况
- (6) 企业经营业务类型及主营业务情况；
- (7) 企业目前职工情况，包括员工人数，学历及职称结构等；
- (9) 企业规划目标，包括在行业中地位，未来销售收入、市场占有率、产品品牌以及企业股票上市等规划目标；企业近期及未来发展方向、发展战略和要实现的主要目标。

2. 管理团队

- (1) 企业董事会成员及董事长基本情况；
- (2) 总经理等经营团队基本情况；

(3) 技术开发、市场营销、财务及其它对企业发展负有重要责任的人员基本情况。

3. 产品及服务，应重点阐述

(2) 企业专利、商标等知识产权情况

(3) 企业已签署的有关专利权及其它知识产权转让或授权许可的协议情况，并附主要条款：

(4) 拟建项目产品面向的用户种类等目标市场情况

(5) 产品执行的标准等情况；

(7) 本企业产品 / 服务在性能、价格、服务等方面的竞争优势等情况；

(8) 产品售后服务网络和用户技术支持等情况。

4. 研发情况，主要阐述：

(1) 企业已往的研发成果，技术鉴定情况，获奖情况，技术先进程度：

(2) 企业参与制订产品或技术行业标准和质量检测标准等情况；

(3) 国内外研究与开发情况，企业在技术与产品研发方面的主要竞争对手情况；

(4) 企业的研发投入，包括购置研发设备、研发人员工资、试验检测费用以及与研发有关的其它费用情况：

(6) 企业现有的技术开发资源以及技术储备情况，

(7) 企业寻求高等院校、专业研究机构等技术开发依托机构进

行合作研发的模式等情况。

5. 行业及市场情况，重点阐述：

(1) 行业发展历史及趋势，影响产品利润、销售量等的行业因素；

(2) 行业竞争对手情况，阐述本企业与行业内重要竞争对手的比较情况，对比市场份额、竞争优势和劣势等情况；

(4) 企业未来销售收入、市场份额等预测情况。……

生产型企业商业计划书篇四

物流商业计划书

物流名目正常注资大、业余性强，正在工事建立和营运进程中，时常要遭到多种要素的反应与搅扰，而该署要素又大多存正在相等的没有肯定性。因而，处置物流名目注资必需仔细辨认危险、变法儿掌握危险，以进步注资的顺利率。物流名目正在注资建立和休息进程中，需求少量的资金输入，同声正在名目建立实现后，企业也晤面临各族各样的危险。注资者必需经过危险辨认提醒发生危险的起源，判断危险水平，提出危险的对于策，防止因正在决策中无视危险的具有而遭受丧失。依据物流名目的特性，物流名目展开进程中的危险次要市面危险、治理危险、技能危险、金融危险、操作危险、条件危险等。

物流名目危险防备战略

物流名目展开进程中晤面临很多的危险，该署危险都将间接或者直接地要挟到名目展开的后果。正在物流名目的建立和营运进程中，充足认知趣关危险，并正在施行进程中加以掌握，大全体危险又是能够升高和防备的。

1、深化考察、迷信展望，构建迷信无效的决策机制

物流名目正常注资大、周期长、危险多，因而要深化考察钻研综合市面需要，迷信肯定注资方案，对于名目的各族能够计划停止可行性论据，评价计划危险发作的或然率和丧失水平，衡量利害，选定最优注资计划。注资决策作为整个注资进程始点起着基本性的作用，少量失利的注资名目是由注资决策的弄错千上万的。于是，要进步决策者的决策，构建迷信无效的决策机制，根绝和缩小决策失识。

2、增强物流名目注资治理，加强抵挡运营危险威力

物流名目注资计划未经选用，就对于付诸施行。名目运营危险大小起源于名目获利威力和注资回收威力。防备名目运营危险，一是应放慢名目建立速度，浪费名目注资，优良高效建 好名目。二是增强名目运营治理，加强其注资回收威力。三是增强名目财务进出治理，加强其注资回收威力，经过增多财务支出，浪费财务收入，完成运营现金净流量最大化，以到达尽快回收名目注资手段，从而有益于防备运营危险。

3、严厉的政策治理

物流企业正在营运进程中，经过严厉的政策治理能够防止大全体危险。因而，要有严厉的章程政策，将任务中涌现的义务落实到集体，串联合有关的赏罚机制，将人造缘由形成的弄错降到最低。关于能够涌现成绩的中央，应制定特地的审查政策，将操作流水线停止规范化解决，对于整个物流效劳政策化治理，保障物流零碎的顺畅营运。一范围要抵消息零碎和软件设施停止特地的检修和颐养，防止软件的毛病形成物流效劳环节中的过失；另一范围效劳流水线过分规范化，有章可循，缩小人造缘由形成的危险。

4、构建稳固的竞争同伴联系

升高注资危险，又可以正在竞争中进修重型企业保守的治理经历。率先将原部分容易仓储或者运载效劳停止重组，构成一度无机全体，而后正在稳固原有业务的根底上停滞新的业务，依据本身实体对于指标存户停止定位，踊跃寻觅物流效劳需要企业，通过与竞争企业一直沟通，理解存户所需物流效劳的详细形式，以及对于物流设备的请求，调查该企业的物流效劳需要能否正在名目的效劳威力内，假如相符请求，联合实践为存户企业停止物流流水线的设想，并与企业进一步商讨，最初制定规范的效劳流水线后，签署临时物流效劳合约，停滞为稳固的竞争同伴联系，活期停止沟通，一直改良任务中具有有的有余，进步物流效劳品质，以强固竞争形式的稳固性。同声咱们能够思忖采取与竞争同伴利益一体化的形式保障存户的稳固性，亲密关心存户的资信情况，关于资信情况好、停滞威力强的存户，可思忖经过合资、彼此占优的形式将物流名目的停滞与消费企业严密联络兴起，两者彼此依存，单独停滞。

物流名目的运载利润掌握

1.1 名目公司

1.2 名目简介

1.3 存户根底

1.4 市面时机

1.5 名目注资价格

1.6 名目资金及竞争

1.7 名目顺利要害

1.8 公司任务

1.9 经济指标

2.0 公司引见（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

2.1 公司机构构造

2.2 [历史]财务运营情况

2.3 公司天文地位

2.4 公司停滞策略

2.5 公司外部掌握治理

3.0 名目引见（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

3.1 物流名目开拓指标

3.2 物流名目开拓思绪

3.3 物流开拓的资源情况

3.4 名目天文地位与背景

3.4.1 名目所正在首都

3.4.2 名目所正在乡村

3.6 名目建立根本计划

3.6.1 计划建立年限与阶段

3.6.2 名目计划建立根据

4.0 市面综合4.1 中国物流市面

4.2 海域物流市面停滞趋向

4.3 海域物流市面停滞特性

4.4 指标市面综合4.6 合作对于手综合5.0 停滞策略与施行方案（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

5.1 施行策略

5.2 合作战略

5.3 营销战略

5.3.1 客源市面定位

5.3.2 定价战略

5.3.3 宣扬促销战略

5.3.4 整并网传战略与措施

5.3.5 网络营销战略

5.4 策略竞争同伴

5.5 名目施行速度

6.0 名目swot分析综合6.1 劣势综合6.2 弱势综合6.3 时机综合6.4 要挟综合6.5 swot分析综合7.0 名目治理与人员方案（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

7.1 名目治理

7.2 品质掌握零碎

7.3 名目工事速度治理系统

7.4 人工资源开拓及治理

8.0 危险综合与躲避对于策

8.1 危险综合 8.2 危险躲避

9.0 输入预算与资金运筹帷幄

9.1 名目中小企业筹融资需要与存款形式

9.2 名目资金运用方案

9.3 中小企业筹融资资金运用方案

9.4 存款形式及还款保障

10.0 财务估算（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

10.1 支出展望

10.2 财务假定与环境

10.3 名目总利润与盈利预算

10.4 名目现金流量

10.5 名目主要财务表针

10.6 损益失调综合
10.7 迟钝性综合
11.0 公司有形财产价格综合（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

11.1 综合办法的取舍

11.2 收益年限确实定

11.3 根本数据

11.4 有形财产价格确实定

备件

<http://>

.1 财务报表

.2 有关证实资料

生产型企业商业计划书篇五

项目简介

公司名称

公司地址

联系人

邮箱

成立时间 注册资本 电话 传真 万元主要管理团队：

主要产品及服务：

市场分析：

swot分析：

1、公司优势：

2、公司劣势：

3、市场机会：

4、市场威胁：

财务情况：