

# 最新初创公司发展计划书 公司发展计划书 (优质5篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

## 初创公司发展计划书篇一

“坚定一个目标，做强两大主业，拓展三大市场，推进四大调整，实现五个提升”是中铁建工“”的发展战略。

解释：

### (一) 坚定一个目标

一个目标即紧紧抓住“”发展机遇，转变发展方式，提升发展质量，把企业做实、做强、做优，努力把中铁建工打造成行业领先国内知名具有国际竞争力的现代企业集团。

### (二) 做强两大主业

即由现在一业为主向做强两大主业转变，到20xx年，在保持建筑一体化业务规模稳定的基础上，逐步加大对房地产的投资力度，成为股份公司的房地产骨干企业，到20xx年，房地产业务营业收入实现120亿元，真正做强房地产和建筑一体化两大主业。

### (三) 拓展三大市场

拓展路内、路外和海外三大市场，实现三大市场协调发展的

战略格局。

在路内市场，全面提升站、场施工能力，努力培育铁路路基、线路、桥梁、隧道等铁路基础设施建设的施工能力，逐步从路内站、场建设向铁路新线建设延伸，以普速线路为主，高速线路为辅逐步开拓和占领铁路市场，使集团参与更广阔的市场竞争，争取更多路内份额，进一步提升企业影响力，夯实集团铁路综合施工能力和竞争力。

在路外市场上，将继续加强巩固路外市场营销力度，发挥集团优势，以大型公建为主攻方向，以区域市场为坚实基础，积极拓展路外市场；依托集团公司房地产发展来带动建筑一体化相关业务，建立起上中下游一体化产业链。

在海外市场上，按照“依托传统市场、开拓新兴市场”的思路优化完善区域市场布局，紧跟股份公司海外市场开拓步伐，借助股份公司力量，依托股份公司海外铁路项目，迅速发展海外市场。

#### (四) 推进四大调整

通过推进“产业与产品、市场区域、组织、人才”四大结构的调整，来实现发展方式和发展质量的转变。

一、调整产业与产品结构：在建筑一体化业务稳定规模的基础上，大力发展房地产业务；建筑产品要继续保持和扩大铁路市场份额，大力承揽在全国有影响力的地标性大型公建项目，扩大大型公建项目的比例，积极承揽深、大、高、新项目；大力发展设计业务板块，要做精铁路工业设计业务，做专做强房屋建筑设计业务，打造中铁建工设计品牌，努力把设计院建设成为“精专化、特色化”突出的专业化设计院；同时，要努力发展安装、装饰、钢结构、路桥、物流、机械制造等业务。

二、调整市场区域结构：在进一步拓展华北、华东、华南等几个高贡献率区域市场的基础上，重点突破西南和西北区域市场的发展瓶颈，大力培育东北和华中区域市场；紧紧抓住国家支持铁路走出去的有利契机，大力开拓国际市场。

三、调整组织结构：根据企业业务开展和市场拓展的需要，优化资源配置、发挥集团优势，对组织结构进行科学、实时、动态的优化调整。通过组织结构调整，使企业资源更加适应生产组织结构需要、更有利于培育新的经济增长点、更能实现效益最大化，以推动企业全面协调可持续发展。

四、调整人才结构：全面实施人力资源战略，大力培养和引进各类高素质专业人才，尤其是房地产管理和国际化经营人才，为房地产业和国际化发展提供人才基础。在设计领域，要打造和培养高级专家人才以提升设计水平。

#### (五) 实现五个提升

通过实现“企业竞争力、集团管控力、企业效益与员工收入、员工素质能力、企业软实力”五大提升，使企业保持强劲的可可持续发展能力。

一、提升企业竞争力：一是要以创新体制、转换机制、变革管理为动力，大力强化公司战略管控，推动集约化经营、精细化管理，消除亏损企业和亏损项目，大力提升企业的全面管理能力；二是要建立创新型、学习型企业，不断加大科技研发投入，推进企业自主创新，提高企业技术创新能力。通过管理能力和技术创新能力的提升，最终实现企业核心竞争力的全面提升。

二、提升集团管控力：一是强化集团战略管控能力，强化总部八大核心职能，落实三级管控责任；二是建立健全企业内部控制体系，提高企业全面风险管理能力；三是建立科学的投资、决策程序，保证投资方向的正确性和科学性，确保企业发展

的连续性和稳定性;四是构建合理的融资结构和融资渠道，加大融资力度，以充足的现金流保障公司发展的需要和资金链的安全;五是落实党风廉政建设，加强廉洁从业教育，为企业的健康长足发展提供保证。

三、提升企业效益与员工收入：在规模保持相对平稳的同时，企业利润和员工收入实现稳步增长。到20xx年，利润总额要在20xx年基础上实现翻番;员工年均收入要在20xx年基础上至少翻一番。

四、提升员工素质能力：一是要加强经营管理者队伍的人才培养，推进项目经理向专业化、职业化的方向发展;二是要加强专家和专业技术人才的培养力度，构建一支德才兼备、结构合理、专业配套的高层次、高标准的专家和专业技术人才队伍，以满足企业战略发展的需要。

五、提升企业软实力：要切实加强以行为规范、信誉、凝聚力、品牌意识、服务理念、技术与管理能力等为基本构成要素的企业文化建设、管理制度建设和能力素质建设。强化企业的执行力、贡献力、团结协作力和社会责任感，全面提升企业的领导能力、创新能力、公关能力和企业知名度。

## 初创公司发展计划书篇二

深入贯彻党的\_\_届四中、五中全会精神，认真落实科学发展观。进一步解放思想，不断开拓创新。加强企业党组织建设和阵地建设，推动企业健康、快速发展。把弘洋集团建设成为宜昌市乃至湖北省产业规模一流，管理水平一流、企业效益一流、社会贡献一流、员工待遇一流的民营企业集团。

### 二、总体思路及奋斗目标

#### (一)总体思路

根据集团已经形成的主导产业规模和发展趋势，未来五年总体思路是：加快发展做强建材业；超常发展做精地产业；持续发展做大建筑业，统筹发展做好辅助产业。打造产业集群，形成资源循环、全面提升弘洋综合实力。

## (二) 奋斗目标

经过五年的努力拼搏，形成建材、地产和建筑三个支柱产业互补，辅助产业协调发展的综合性企业集团。集团资产总额达到20亿元，成员企业达到20家。实现销售收入40亿元、利税5亿元的“45”经济发展目标。使集团成为宜昌本土企业中产业规模一流，管理水平一流、企业效益一流、社会贡献一流、员工待遇一流的民营企业集团。进入湖北省民营企业50强。

加快发展做强建材业就是要加快黄花新材料产业园、鸦雀岭建材工业园和小溪塔商混林产品综合物流园等三个园区建设。争取“\_\_”期末，黄花新材料产业园形成年产100万吨水泥和6000千万m<sup>3</sup>的硅酸钙板生产规模，形成15亿的销售收入。其中，出口创汇超过1亿美金，成为全国最大的硅酸钙板生产基地和出口企业；鸦雀岭建材工业园形成年产30万m<sup>3</sup>的加气混凝土和年产3亿块硅砂砖的规模，实现2亿元的销售收入；小溪塔商混林产品综合物流园形成8亿的销售收入。其中，商品混凝土生产分站达到6家，年产商品混凝土100万m<sup>3</sup>，年产值达到3亿元。成为全省范围内资质等级最高，生产规模最大、生产效益最好的商品混凝土企业。林产品综合批发市场年销售额达到5亿元。成为宜昌市林产品经营规模最大，经营品种最全、服务功能最强的林产品产业化龙头企业。

经过五年的努力，弘洋建材在“\_\_”期间，要形成25亿元的销售规模，并打造具有弘洋特色的建材生产产业链。

超常发展做精地产业就是以宜昌为主战场，向周边县市延伸，建造一批体量大、起点高、品质优、影响广、口碑好的商住

项目。同时，有针对性地布局重点城市，重点区域，为弘洋地产走出湖北、走向全国做积极稳步的探索。进一步打造“香山”地产品牌，提升品牌的含金量和商业价值。“\_\_”期间，弘洋地产要升级为一级开发资质。形成年均5亿元的建设规模。成为宜昌市范围内综合实力最强的地产开发企业，并进入湖北省地产企业30强。

持续发展做大建筑业就是要以弘洋地产为依托，打造一批精品工程，争创省级及国家级建筑奖励。同时，积极走向市场，对外承接业务。进一步升级建筑资质等级，扩充业务范围，锻炼提升员工素质，力争在“\_\_”期间，年开工面积20万m<sup>2</sup>□实现4亿元的年销售收入，成为宜昌市建筑规模最大、资质最高、质量一流、服务完善的本土民营建筑企业。并进入湖北省建筑企业50强。

统筹发展做好辅助产业就是要采取完善、扩能、整合、参股等方式，最大限度的配套做好主导产业下游配套产业，发挥企业整体功能，为产业集群协调发展服务。弘洋物业公司要达到一级物业管理资质，“\_\_”期末，年物业管理面积200万m<sup>2</sup>□年物业管理收入过2千万元的宜昌市管理水平一流、管理面积最大、市场影响力最大的物业管理品牌企业；营销公司巩固甲级资质，年销售面积达到10万m<sup>2</sup>□实现销售收入3亿元。成为宜昌市营销资质最高、营销面积最大的营销专业公司；园林苗木合作社要逐步扩大经营规模，寻求经营特色，不断拓展市场，逐步做大做强。实现年苗木生产10万株，园林苗木、根艺盆景等综合销售收入1000万元；弘洋集团纸业公司到“\_\_”期末，要在不断扩大卫生巾生产的前提下，不断拓展产品范围，新上适合大众消费的纸品，企业产值达到1.5亿元、销售收入达到1亿元。

“\_\_”期末，辅助产业形成6亿元的产业规模。

### 三、发展战略

战略是企业的基本谋划。是企业发展的策略。要实现“\_\_”规划的既定目标，结合集团产业发展重点，必须走多元化发展战略，产业化发展战略和区域化发展战略。

(一)多元化发展战略。就是按照“\_\_”规划提出的产业发展目标，在确保主导产业发展的同时，走多元化发展的道路，为主导产业发展“铺路搭桥”。“\_\_”时期，要围绕“大力发展循环经济”这个主题，新上符合节能环保的涉及民生的项目。要把园林苗木做出特色，把商混林产品综合物流项目做出规模。

(二)产业化发展战略。“\_\_”时期，围绕三个支柱产业，做大做强。新上符合以水泥为主要原材料的建材产业，做好下游产品的开发利用，新上预制构件产品和新墙体材料。把建材产业做成宜昌最大的领头雁。为主导产业“拾遗补缺”。

(三)区域化发展战略。“\_\_”时期，要以大宜昌市为主战场，做大做强黄花新材料产业园、鸦雀岭建筑材料工业园和小溪塔商混林产品综合园，为主导产业“固本强筋”。同时，也要实施走出去战略，为主导产业“强筋壮骨”。“\_\_”后三年，要力争在宜昌周边县市区再开发建设一至两个开发面积超过30万m<sup>2</sup>的地产项目。让弘洋地产遍及宜昌全市。走出宜昌，走出湖北。

#### 四、战略举措

##### (一)不断完善产权结构

未来五年中，弘洋集团将以现代企业制度为准则，建立产权明晰、管理科学、决策民主、行为规范、分配合理的现代企业集团。

进一步理顺产权关系，通过集团控股、主管参股、员工持股的形式，与股东共担风险，共享收益。进一步调动弘洋全体

员工的积极性和创造性，提升公司凝聚力。真正建立起董事会监督下的总经理负责制。届时，弘洋集团将成为弘洋企业的大脑，其职能将从目前的日常经营转变为监督管理，投资决策，资源配置和营销策化。而不再直接参与下属企业的经营管理活动。

## (二) 不断拓展经营领域

“\_\_“期间，所有集团成员企业要克服墨守成规的依赖思想，勇于开拓市场，实施“走出去”战略。

建材生产企业要不断拓展销售领域，凡是面向市场的建材产品或者符合长线销售的产品，要争取在中南地区有很强的影响力，在全国有较大的市场份额，在国际市场上有一席之地；建筑施工和房地产开发要走出宜昌市，走向全国；营销、物业要跳出现行的集团管理、营销集团的模式，开拓外地市场，做大做强，成为行业排头兵。林产品综合批发市场要争取五年时间，在林产品市场上，形成买全国，卖全国的市场格局；园林苗木合作社要加大业务拓展，从单一的自繁自育自卖逐步发展成为基地+农户+市场的专业园林企业。形成买全国、卖全国的产业群势。

## (三) 不断加强人才培养

“\_\_“期间，集团将把人才培养作为集团可持续发展的重中之重来抓。建立与公司发展相适应的人力资源管理制度和人才的激励机制。造就一批高素质、复合型人才，为公司发展提供人才保证。经过五年努力，实现“1155”人才培养计划。即具有中级职称的工程师、会计师、统计师等(包括高级技师)要达到100名。具有大学本科以上学历的员工或管理人员要达到100名。具有从事适应集团产业发展的各行业和特种行业技能资质的专业技术人才500名。高级职称的工程师、会计师、统计师等人才要达到50名。集团将设立人才培训基金，以保证“1155”人才培养计划的顺利实施；制定人才稳定措施，



确保人才在弘洋集团能进得来，稳得住；同时注重对现有人才的培养，提升整个员工队伍的知识水平和实际工作能力；重视人才的使用，为人才提供良好的工作环境；出台人才奖励措施，“\_\_”期间，将根据现有人才技术职称和管理级别，择时出台职称工资，并与所从事的技术和管理职责挂钩。

#### (四) 不断统筹协调发展

未来五年，集团在抓好主导产业发展的基础上，统筹兼顾做好相关辅助产业的配套发展。在建材产业上，要不断开拓下游产品，形成更粗更长更完善的产业链；建筑产业要围绕建筑市场开展多元化经营。在市政、道路、桥梁、安装等多个领域全面开花。物业公司要实施多元化的项目开发战略。不断积累经验，锻炼队伍，在承接住宅业务的基础上，积极探索商业物业的服务市场。营销公司要积极应对市场变化，从单一的房屋营销拓展到二手房业务及物业经营等领域，实现可持续发展。园林苗木合作社要充分利用资源优势和政策优势，迅速扩大规模，拓展市场，使之成为宜昌市具有最高资质和规模，集园林苗木、根艺盆景培育经营、娱乐旅游休闲和园林景观绿化为一体的功能性农业企业。

#### (五) 不断规范企业管理

企业发展的过程始终是企业管理的过程，只有通过科学管理才能实现科学发展。要坚持以人为本，不断完善、制定科学的企业管理制度，做到有章可循；通过合理报酬激励员工工作热情。“\_\_”期间，要不断改善员工工资待遇，实行更加合理的结构工资制。打造更为和谐的劳资关系，使员工与企业共同发展，共创辉煌。

#### (六) 不断实施品牌战略

“携手弘洋，共创辉煌”，这不仅是一句弘洋的广告语，更是一句激励员工的口号。首先是要打好“弘洋”品牌。充分

利用弘洋品牌影响弘洋，发展弘洋。让“弘洋”牌水泥、“弘洋”牌硅砂砖等品牌真正深入人心，深入市场。使之真正成为百年品牌。进一步强化全集团的品牌意识，通过品牌意识升华精品意识，责任意识和荣誉意识。做品牌企业，走品牌发展之路。首先要打造“弘洋”企业品牌，树立下面有感召力，有公信力的企业形象。让弘洋企业、弘洋员工有声誉、有美誉。

其次，要依托“弘洋”企业品牌，打造“香山”地产品牌，“水晶”硅酸钙板品牌，“弘盛达”牌商品混凝土品牌，“信德”牌建筑品牌和其他建材品牌。提升产品品牌的含金量和商业价值，使弘洋产品走出宜昌，走出湖北，走出国门。

未来五年，是弘洋集团持续、快速、健康发展的五年，是弘洋集团做大、做专、做强的五年。集团上下，要以“\_\_”规划为契机，为确保企业规模翻一番，经济指标翻两番的目标而共同努力！实现弘洋集团的第三次腾飞！

## 初创公司发展计划书篇三

### 二、市场分析

### 公司战略

### 四、公司运营

### 五、市场营销

### 六、投资与财务分析

### 七、风险分析

#### 1.1公司

公司名称：某某装饰有限责任公司

注册资金：100万元。

资金来源：团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。

公司宗旨：一个温馨的家是我们共同的目标

公司理念：用心、细心、诚心、创新

公司简介：某某装饰有限责任公司是一家引进先进的经营管理体系后优秀人才，提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务的装潢公司，使得私人装潢不再东奔西走，忧心忡忡。家庭装潢为本公司的主营业务，公司发展初期市场为福州市，后期以福建省沿海城市为据点，加强人才培养，扩大公司的业务经营能力，以家庭、门面、办公室装修为主线，争取承接到更高投资的大型项目，并取得甲级资质。以建材的销售为另一主线，以短距运输业务作为建材销售项目的一副业。通过付出的诚信和努力赢得百姓的赞誉的口碑，打造自我的价值品牌。该投资项目资金投入量少，回收期快，利润高，随着中国经济的发展，该行业具有较好的市场前景和发展潜力。

## 1.2市场

近几年来，我国的装饰装修市场发展迅猛，从而拉动了相关产业的高速发展，新型装饰材料不断涌现，消费者的需求量不断扩大，因此，有人说装饰装修产业是朝阳产业。但是，在我们看到发展的同时，也看到许多与行业发展不利的因素存在。如装饰房屋合同陷阱多，施工偷工减料、以次充好，环保指标不达标，装修工人无证上岗等违规操作使消费者蒙受巨大损失等情况屡见不鲜，同时也使整个行业信誉降低。较低的市场准入使大批无资质的企业和个人承揽业务，争相

采用打折或送礼等手段激烈竞争，低价揽客。市场的无序竞争，不仅使行业中规范运作的厂商蒙受损失的情况屡见不鲜，同时也使消费者合法权益难以得到保障。

在未来两三年家装行业仍有较大市场。家装市场缺乏的是真是能提供装潢材料、工程设计、施工等一站式服务的老百姓信得过，具有一定品牌的装潢公司。我们的企业正是要抓住这样的机遇，做好做大做强我们的一站式服务装潢品牌。

### 1.3 投资与财务

公司股本结构中，初期投入资金100万，团队自筹资金30万，风险投资30万，长期借款40万。风险投资占30%准备引入3-5家风险投资共同入股，为分散风险，提高效益，合理增加负债，优化公司财务结构。，其中40万为长期借款(银行贷款年利率为6%左右)，资金主要用于公司提供装潢材料、工程设计、施工等一条龙服务。本公司的产品是技术型服务，是一项投资少，回收快，收益大的项目。

前三年估计盈利100万，以后通过先进管理降低成本，将利润率稳定在25%左右，风险资金在第3—5年撤出。

### 1.4 组织管理

市场部：做好对外的宣传工作，利用一切有利条件宣传公司的优势，并及时向公司反馈信息。

设计部：负责为客户“量身打造”室内装饰方案，为了使设计取得预期效果，室内设计人员必须抓好设计各阶段的环节，充分重视设计、施工、材料、设备等各个方面，并熟悉、重视与原建筑物的建筑设计、设施设计的衔接，同时还须协调好与业主和施工单位之间的相互关系，在设计意图和构思方面取得沟通与共识，以期取得理想的设计工程成果。

工程部：协调总经理副总经理统一安排工程任务，监督、审核工程任务的正常进行，狠抓工程进度、质量、安全，以及公司形象。积极参与施工队伍的扩建、整合、改制以及对施工队伍的培训。把握好工地材料用量的审核关，做到不偷工偷料，不浪费材料。及时处理好工地的投诉及售后工程维修。

财务部：负责建立公司日常会计与税收管理，每个财政季度末向副董事长汇报本年财政情况并规划下个季度的财务工作；负责公司资金的筹集、使用和分配；负责日常会计工作与税收管理，每个财政年度末向总经理汇报本年财政情况并规划下年财务工作。

人事部：负责制定公司人事管理制度，实施并提出合理化意见和建议，合理配置劳动岗位控制劳动力总量；负责人事考核、考查工作；建立人事档案资料库，规范人才培养、考查选拔工作程序，组织定期或不定期的人事考核、选拔工作；编制劳动力平衡计划和工资计划。抓好劳动力的合理流动和安排。

行政部：负责公司的行政管理，合理配置公司管理人员和施工部管理人员。协调部门与部门之间的关系。

企划部：与设计部、市场部紧密配合做出有利于公司将来发展的策略。

## 二、市场分析

### 2.1 行业特点

1. 建筑装饰行业相比较于土建、房地产等行业规模较小。

虽然近年来装饰工程在工程项目中所占的投资比例有所增大，但是，由于装饰工程文化性、艺术性较强，在同一栋建筑物里也允许不同设计风格的单体出现。（这段与标题不符合。）

2. 装饰行业缺乏高技术含量，不需要大规模投资及大型机具设备，入门门槛较低。最初的装饰从业者多是从农村出来的剩余劳动力，只需要一把锯子、一柄锤子就可以从事装饰施工。即使发展到今天，这种状况依然没有从根本上得到改变，特别是家装。虽然施工管理人员的素质有所提高，但作业人员仍然以农民工为主，只不过将手中的原始作业工具变成手提式电动工具。而从施工技术的角度上来看，施工企业对新技术、新工艺的使用几乎完全受制于装饰材料制造行业，根本无法拥有自己的核心技术，形成技术上的优势。从目前施工现场的情况来看，装饰公司无论大小、成立先后，施工作业的手段几乎没有本质上的区别。

同时装饰施工对企业的投资压力比较小。装饰工程的作业环境划分得很细，很少有大的空间，不利于大型机具设备的展开，所以装饰工程所需的基本上是中小型机具，特别是手提式电动工具。机具的含量在工程成本中所占的比例较小，更换的频率也很高，如果是单项工程，基本上自己就可以解决机具设备的问题，企业不需要在机具设备上进行储备。同时，由于企业所承包的装饰工程标段规模越来越小，施工保函的数额不大，施工前期对工程款垫付的要求不高，则不需要大量的资金储备。

3. 装饰工程生产周期短，生产要素简单，需要的管理人员较少。

装饰工程的施工一般在建筑工程施工的最后阶段，由于装饰工程规模相对较小，同时业主往往将最后工期的压力加在装饰公司身上，造成装饰工程施工周期缩短。装饰工程施工现场分隔较细，不利于大型施工机具的展开，所以生产要素比较简单，机具只是一些简单的手提式电动工具，所涉及的材料种类虽然较多，但一般数量不大。项目周期短，项目管理人员相对土建工程数目较少，根据我公司的情况，一个项目经理部包括“五大员”在内一般只有七八个人。但是，由于装饰公司项目同时开工的数量较多，往往需要大量的人才储

备，但是如果在某一个时段开工数量不足，又会造成人力资源的浪费或项目管理人才的流失。

#### 4. 装饰企业设计投入大，设计管理困难。

在目前国内的状况下，装饰设计完全依附于施工企业，施工企业为了施工任务，需要在设计上投入大量的资金。由于装饰设计涉及的环节较少，需要配合的专业不多，从事装饰设计的人员往往结成很小的组合，一般五六个人，几台电脑便能完成一项装饰工程的设计任务。这种情况造成设计师对公司缺乏归属感，为哪家施工企业服务便打哪家施工企业的牌子。同时，设计人员流动性较大，往往一个设计人员有了一定的设计能力和社会关系就立即从原先的设计组合中分离出去。这样，就造成了设计整合困难，公司虽然成立了多个设计室，但设计室之间缺乏配合和交流，因而无法在设计上形成规模优势。

## 2.2 市场描述

近几年，随着房地产业的不断升温，装修装饰等相关产业也迅猛发展。据统计，全国城镇建筑装修产值逾6000亿元，其中建材及居住消费占70%，约4200亿元。装饰行业以往是依附于建筑行业的一个分支，目前已脱离了这个母体，慢慢形成了独立的体系。分为家装和工装2大类，无论家装和工装，在我国还有很大的发展空间。

家装情况：房产公司最近几年到处开发，大量新楼盘。约有一半为自住，虽然国家大力致力于要开发精装房，但是事实上大多数交付的依然是裸房，也就是产生了大量的装修待装户。补：同时也遵循了设计个性化、私人化的空间。未来5年这个开发的力度并未减弱，城市化建设依然大踏步地进行，所以，装修待装户的行列每年还在持续。从理论上说，有多少二手房在换手，几乎就有同样数量的待装户出现了。这个数字也是非常可观的。

工装情况:总体前景更加美好,比如酒店业的装修周期为5年,一般来说,5年会有一次翻新,至于新建的酒店更加会不遗余力地投入装修。沿街商铺,因为竞争激烈,换手频繁,每次换手,都是一次装修机会的获得。学校/办公室,医院,也是装修的一大主要内容。

家装市场特点:随着人们家装理念的逐步成熟,不少装修的业主已趋向轻装修重装饰的简约家装风格,摒弃了华而不实的家装模式,那些曾被列为“时尚”过于繁琐的装修造型装饰已渐趋减少。业主有家居生活的深入体验,又有网络的讨论、交流、参考,基本可以确定适合自己的家装方案。业主依自己个性、品味、喜好选购家居功能性产品同时兼具美观性:如门及门窗套、墙地砖、木地板、墙顶面漆或壁纸、厨卫吊顶材料、卫浴设备、厨房设备、电器设备、灯具、家具、布艺、配饰等——家装风格尽体现在其中。但是,有的业主在前期看家装效果图纸时感觉很好,后期完工时却感觉没有达到预期家装效果。家居装修最主要的工作还是在开工以后,简约不等于简单,而是要求施工质量更加精致耐看。工程施工繁杂琐碎,需要水、电、木、瓦、油诸工种的合理有序衔接。涉及到家居水处理设备、家居储物配置、供冷供暖系统、室内加层搭建阁楼、制作楼梯、阳光房、室内景致、庭院布景绿化……这些繁杂的施工项目都需要整体协调运作,家装工程才能顺利进行。家装是个性很强的事物,没有统一的模式,尤其是别墅装修,有几个不同层次空间过渡转换。在长期的家装实践中,我们深切体会到施工时仅靠几张前期设计图纸,是不能完全解决家装施工过程中出现的各种各样细节处理问题的,有许多局部细节处理问题也是图纸无法表达的,这也是许多装修业主在施工过程中感觉身心俱疲的主要原因。

对此,我们在施工时还要根据实际家居空间装修效果,组织相关施工人员与业主共同对每个装修项目施工方案进行多种实际论证,对每一处施工细节处理,怎么做更合理、更美观、更符合业主意图,这是做好家装工程最显著特点,我们称为“二次创意”,这一创意过程也充满着业主的智慧。这样



做，把前期设计意图与实际施工效果整体的结合在一起，保证业主得到预期家装效果。可以为业主在施工过程中节省大量的时间及精力，我们做的家装工程，业主基本可以正常的上班工作，不必为家装过多的操心分神。做好家居装修工程既需要一定的家装审美素质，又需要大量的家居装修实践积累，更需要高度的责任心。

## 2.3 市场趋势

改革开放的20多年来，我国建筑装饰装修行业获得的巨大的发展，为我国经济建设和社会发展做出了巨大的贡献。未来的五年将是住房建设快速增长时期。住房建设高潮的来临，将为家居市场的繁荣昌盛带来新的景象，未来的家居装饰市场将会呈现以下六种态势：

一、新建住房装饰工作量将会保持持续增长势头，从现在各地情况看，别墅和高档公寓销售情况很不乐观，已经趋于饱和，这部分房屋的装修市场将会是昙花一现，持续时间很短。取而代之的将是经济适用住房和廉租房屋，每家每户的平均装饰造价将会呈下滑趋势。

二、小区住宅装饰将会成为整个装饰市场中的热点地带。从城市整体规划需要出发和住宅开发建设的发展趋势表明，规模建设，成片开发，配套服务已经是当前住宅开发建设的主流，这一走向要求有条件的装饰企业要把经营重点从零散分户装修转向集中攻打住宅小区装饰，从组织施工队伍各点出击转向组织集团军统一作战。

三、新建住宅一次装修到位将会逐步取代现在的毛坯房装修模式。，国务院办公厅在转发建设部门《关于推动住宅产业现代化提高住宅质量的若干意见》中指出，“加强对住宅装修的管理，积极推广一次性装修或菜单式装修模式，避免二次装修造成的破坏结构、浪费和扰民等现象”。这个意见的提出，对房地产开发商和家居装饰企业带来了极大影响。据

了解，建设部正在组织力量编制具体的事实方案，不久就会公布于世。这是新形势下对住宅装饰提出的新挑战。毛坯房交工，分散装修所带来的问题和困惑，迟早要由新的装修模式所替代。

四、使用功能与舒适美观的有机结合将成为家居装饰的主潮流。家居装饰的发展轨迹已经充分显现出将会向着实用化、工业化、专业化生产协作的方向发展，未来的住宅装饰更加注重使用功能的完善配套，摒弃浮躁、豪华、空洞等不切实际的做法，未来的技术工艺更加体现科技的进步和标准化制作生产，淘汰现实的手工作业多、湿作业多、非标准件多的落后局面，将会对现有的企业生产经营模式提出新的挑战。

五、设计作为家居装饰的龙头地位将会更加明显和重要。家居装饰设计的技术含量和附加值将会很快体现在整体装饰活动中，创造可观的经济效益。以设计为主体的企业将会逐步取代现在的传统企业，在市场中占据主导地位。设计师的地位、所用和价值也将随着时代的发展日益重要和突出。

## 2.4 市场容量

家装行业经过的发展已经日趋成熟，众多品牌在行业竞争的不断冲刷与洗礼中逐渐壮大。据中国建筑装饰协会测算：全国住宅装饰装修总投资大约7500亿元，整个行业20的产值是1亿元。今后市场需求将会更大。

家装行业今后的路应该是往二级市场、三级市场或者更广阔的县域经济区域发展，转变过去只依赖一级市场的传统发展模式。县域经济不是过去传统的以传统的城乡、乡镇为依托，以农业生产为主导，而是以核心的县城和二级城市为主导，以发展第二和第三产业消费者为拉动的新型县域经济。国家宏观经济政策正好是县域导向，今年年初的大部制改革就是为了发展县域经济，以前的省、直辖市只管到了财政，现在县域经济的发展省把投资管理权、固定资产的投资包括财政

一起下放给县域，这为下一步县域经济发展提供了空间。国家财政75%也会逐渐倾向于县域，因为过去的经济增长主要是都市经济发展，我们要制造县域区域更集中的8亿人口。现在国家现有的行政区有2862个，其中包括374个县级市，地处交通要道、市场前景好、国家重点投资的区域有8亿人，有2.38亿个家庭。那么我们的核心县市就有240多个，周边辐射了2400多个县和县级市，综合人口将近1000万。任何家装市场的普及率只要提高1个百分点，就会增加238万件的需求，消费量占全国总消费量的69%，是一级城市总和的两倍。

## 2.5 目标市场

### 家庭装修设计

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往往缺少独特的眼光。

### 办公室装修设计

对于企业管理人员、行政人员、技术人员而言，办公室是主要的工作场所。办公室的环境如何、布置得怎样，对置身其中的工作人员从生理到心理都有一定的影响，并会在某种程度上直接影响企业决策、管理的效率和工作效率。

### 店面商场装修设计

对于店面装修设计，商业性门店量大面广，经营服务的项目和种类繁多，店面装潢并且由于在城市中所处的环境各异，其规模和设施的标准也各有不同，但装修的效果如何，直接关系到店的形象，因此对门面的装饰至关重要。

## 2.6 竞争分析

在市场竞争方面，充分考虑了市场的各种情况，现以波特的五大竞争力量分析：

**现有竞争者：**在市场上一些资历较老的装修公司，他们的资金较雄厚，知名度也比较高，质量相对有保证，但是他们要价也比较高。其次就是市场上的装修游击队，他们要价较低，但是质量无保证，没用售后服务，万一出现质量问题，无处追究责任。于是，我们公司就以管理和公司结构的优化，从而在两者之间找到一个平衡点，进而得到生存空间。

**业主：**很多业主都是门外汉，装修材料品质一般都不了解，又因为当今建材市场鱼龙混杂，价格的透明度很低，价格方面也往往吃哑巴亏，劳务费用有时更是任人宰割。

**潜在竞争者：**百安居等家装巨头的入驻，他们在材料成本上占据很大的优势，于是价格上有时也会对我们造成不小的压力和冲击。

**替代品：**国外现在很多都是自己做装修，但是根据我国现在的国情与及时国人的思想□diy时代应该离我们比较遥远。

**总结：**在分析了竞争力量以后，总结：竞争的压力主要来自于现有的一些较大的装修公司，与及装修游击队，如果更多的百安居之类的公司入驻的话，也将造成不小的冲击。但是只要我们在质量价格和后期服务上不断完善，我们还是有很大的生存空间的。

## 初创公司发展计划书篇四

一服务介绍如果你是一位没有从商经历的创业者，你必须想在创业前，找有经验的专业机构来帮忙你开阔思路；如果。

创业咨询公司带给的服务包括：创业信息，创业指南，创业经验，创业推荐，创业案例，项目推荐，产品代理，加盟连

锁等咨询项目;并在创业者创业期间,进行创业策划指导,市场调查等服务。创业者只要交纳必须的咨询费用,便可明白成功创业的所有资料。

## 二目标客户与市场分析

### 三企业概况

公司法定形态是合伙有限职责公司,工商注册类别是咨询类,公司全称是:“南宁市某某企业管理咨询有限公司”;公司经营范围:企业管理咨询,企业投资贸易信息咨询,企业营销咨询,财务管理咨询,人力资源信息咨询,商务咨询,企业形象策划,企业营销策划,市场调查等,其他以工商局核准为准。公司组织结构由项目投资人任总经理(法人代表),公司下设财务部,行政部,业务部等部门。

### 三经营效益分析

省略

### 四多元化联合投资

“近水楼台先得月”,公司看好的项目或产品,公司能够先做代理,在以公司为平台,联合学生创业者进行共同投资,经营,获利。例,南宁市区及25个乡镇商业区域,共有1000名学生创业者与公司共同出资5000万元,同时对以下行业公司进行联合投资:百货,运输,建材,五金,餐饮,机电,农业,服装,美容,网络,家具,数码,图书,地产,药业,影视,驾驶,旅游,人力资源等创业目标。南宁市六个城区有25个乡镇,每个乡镇有40名学生创业者,全市25个乡镇共有1000名学生创业者,每人出资5万元,合计5000万元,与公司共同投资多元化项目。首先,公司要与每个乡镇的40名学生创业者开办一家管理本乡镇产业的商贸公司;乡镇商贸公司注册资金依照市场环境而定,80%股权由40名学生创业者各

占2%，公司占20%股权，乡镇商贸公司专门代理多元化行业公司产品在乡镇区域的销售。行业公司注册资金依照市场环境而定，75%股权由25个乡镇商贸公司各占3%，25%股权由公司主创人员各占一部分。主城区市场由行业公司进行开发业务，乡镇市场由各乡镇商贸公司代理开发。

## 五风险分析

在市场经济条件下，各行业的竞争都十分激烈，创业咨询公司也不例外。如何能在同行业的竞争中脱颖而出呢？在看准商机趁着其他同行尚未觉察之际行动，比别人快，公司就能领先一步，便能够占领新的市场份额；若不能比别人快，那就只能永远与别人吃一块蛋糕，自然没有可观的利润。其次是要以热情，高效率的服务来吸引顾客，在顾客中构成一种好的口碑。公司的立足之本是创业信息的量大而全且新，服务人员专业经验丰富；所以公司要透过及时增加新项目，来赢得顾客的增长。总之，只要公司全体员工努力去完成解决创业者遇到的困难，创业咨询公司还是有很大市场的。

## 六企业远景与规划

公司创始人员都是初涉咨询行业，在未来两年内做好企业管理咨询服务外，透过加强员工的行业知识及业务潜力，使公司真正走上正轨，并全力配合多元化项目的发展。

短期目标——5年内占领广西市场，扩大多元化项目在广西的市场份额。

中期目标——20xx年内占领全国市场，扩大多元化项目在全国的市场份额。

长期目标——20xx年内占领全球主要国家市场，扩大多元化项目在这些国家的市场份额。

# 初创公司发展计划书篇五

创业咨询公司带来的服务包括：创业信息，创业指南，创业经验，创业推荐，创业案例，项目推荐，产品代理，加盟连锁等咨询项目；并在创业者创业期间，进行创业策划指导，市场调查等服务。创业者只要交纳必须的咨询费用，便可明白成功创业的所有资料。

## 二目标客户与市场分析

## 三企业概况

公司法定形态是合伙有限职责公司，工商注册类别是咨询类，公司全称是：“南宁市某某企业管理咨询有限公司”；公司经营范围：企业管理咨询，企业投资贸易信息咨询，企业营销咨询，财务管理咨询，人力资源信息咨询，商务咨询，企业形象策划，企业营销策划，市场调查等，其他以工商局核准为准。公司组织结构由项目投资任总经理(法人代表)，公司下设财务部，行政部，业务部等部门。

## 四多元化联合投资

“近水楼台先得月”，公司看好的项目或产品，公司能够先做代理，在以公司为平台，联合学生创业者进行共同投资，经营，获利。例，南宁市区及25个乡镇商业区域，共有1000名学生创业者与公司共同出资5000万元，同时对以下行业公司进行联合投资：百货，运输，建材，五金，餐饮，机电，农业，服装，美容，网络，家具，数码，图书，地产，药业，影视，驾驶，旅游，人力资源等创业目标。南宁市六个城区有25个乡镇，每个乡镇有40名学生创业者，全市25个乡镇共有1000名学生创业者，每人出资5万元，合计5000万元，与公司共同投资多元化项目。首先，公司要与每个乡镇的40名学生创业者开办一家管理本乡镇产业的商贸公司；乡镇商贸公司注册资金依照市场环境而定，80%股权由40名学生创业者各

占2%，公司占20%股权，乡镇商贸公司专门代理多元化行业公司产品在乡镇区域的销售。行业公司注册资金依照市场环境而定，75%股权由25个乡镇商贸公司各占3%，25%股权由公司主创人员各占一部分。主城区市场由行业公司进行开发业务，乡镇市场由各乡镇商贸公司代理开发。

## 五风险分析

在市场经济条件下，各行业的竞争都十分激烈，创业咨询公司也不例外。如何能在同行业的竞争中脱颖而出呢？在看准商机趁着其他同行尚未觉察之际行动，比别人快，公司就能领先一步，便能够占领新的市场份额；若不能比别人快，那就只能永远与别人吃一块蛋糕，自然没有可观的利润。其次是要以热情，高效率的服务来吸引顾客，在顾客中构成一种好的口碑。公司的立足之本是创业信息的量大而全且新，服务人员专业经验丰富；所以公司要透过及时增加新项目，来赢得顾客的增长。总之，只要公司全体员工努力去完成解决创业者遇到的困难，创业咨询公司还是有很大市场的。

## 六企业远景与规划

公司创始人员都是初涉咨询行业，在未来两年内做好企业管理咨询服务外，透过加强员工的行业知识及业务潜力，使公司真正走上正轨，并全力配合多元化项目的发展。

短期目标——5年内占领广西市场，扩大多元化项目在广西的市场份额。

中期目标——10年内占领全国市场，扩大多元化项目在全国的市场份额。

长期目标——内占领全球主要国家市场，扩大多元化项目在这些国家的市场份额。