

2023年创业计划书公司概况 公司创业计划书(汇总6篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。我们在制定计划时需要考虑到各种因素的影响，并保持灵活性和适应性。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。

创业计划书公司概况篇一

宗旨：服务专业化、服务规范化、服务多样化。创造完美电脑租赁服务。

目标：将公司发展成为厦漳泉三地电脑租赁的主导企业，将公司品牌发展成为市场著名品牌，并走向整个福建市场。

公司名称：厦门新思索计算机租赁有限公司

业务范围：出租计算机、网络产品、办公设备、显示器、投影设备。提供计算机和相关设备的租赁，同时提供相应的技术支持服务，收取租金和押金。租赁产品：ibm. hp. dell. philips. viewsonic. acer. toshiba. nec. sony. canon. lenovo 等。

是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。重视个人的发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得公司的整体发展，实现1+12的效果。

投资是一项经营人才的业务。我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本公司发展的人才加入本公司。

管理团队主要由我们创业小组人员组成。他们都是具有本科学历的大学生，具有相关的专业知识，将为公司制定切实可行的决策，执行最有效率的任务。在我们获得风险投资后，投资家自然也成为我们的公司成员，我们还将邀请具有各专业技术及管理经验的人员加入，并担任重要职务。

：大专以上学历，具有强烈的求知欲和进取心。

有较强的人际亲和力，热情而且沉稳。

信守承诺；注重规范；遵循公司宗旨理念。

租用商品房做为办公地点，根据交通情况选择仓库地点。（根据实际情况另行考虑，本计划暂时不考虑）

顾客网上预订，网下现场看货决定是否租用。采用自愿原则，顾客与公司订立双方均可接受的租赁协议书。

创业计划书公司概况篇二

1. 重组出卖工作室

潜在的投资人应以行业投资者为主，包括主要供应商以及配件供应商，并以在持续经营过程中与投资者的产品互补、分红作为投资人获得的'主要利益。此外，经营达到稳定时的股权转让是投资人退出的主要方式，退出的定价可采用简单的市盈率法进行计算，即以退出时的年度净利润乘以市盈率（私募市场一般为 5—6 倍）计算出企业价值并作为转让基价。

2. 剩余利润分红

预计工作室从第二年实现实质性盈利，根据每年利润差异进行利润分配，平均分配比例

3.4%，五年分配股利。

创业计划书公司概况篇三

广告公司创业计划书：

翻译公司创业计划书怎么写？

随着生活水平的逐渐提高，人们对结婚的要求也越来越高，应运而生的各类婚庆公司越来越多！

二、前期：司仪、摄像、乐队、车队、化妆、光碟刻录这些业务你手里要有一部分资源，采取挂靠、提成的办法。当然你有这方面的特长最好。

利润分析

如今，各种奇异的婚典形式频繁地见于各类媒体，同时也被越来越多的年轻人所接受和认可。喜结良缘无疑是人生的一大喜事，但操办婚典却令人头痛。要把喜事办得隆重热闹而又体面省钱，自然少不了要东奔西跑，因而在许多新人及家人眼中，筹办婚礼是一件费时费力而又不得不为之事。如何少花钱也能让婚礼出新出彩，便成为筹办者最大的愿望。现在有越来越多的人将婚礼庆典交给婚庆公司打理。

市场前景

据国家宏观调查的资料表明，农村每对新人结婚费用在2-10万元，城市大约在8-25万元。其中光婚礼消费就占全部费用的1/5-1/6。从最初结婚时简单地照一张二人合影、亲朋好友吃顿婚宴，到现在照成套的婚纱摄影、参加专业婚庆公司组织的庆典，可见国人婚庆观念已有了很大变化。而且几乎半数以上的新人将吉日选择在“五·一”、“十·一”、元旦、春节期间，这必然形成结婚高峰期。结婚人数的增多，促使

了婚庆生意的日益火爆□xx年国庆前夕，北京、上海等地婚庆公司的订单爆满，以致难以招架。如果你能提供优质的服务，定会分得婚庆服务的一块蛋糕。

投资条件

婚庆的业务范围主要集中在婚礼当天的服务上，包括婚礼的择日、婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织等。

开家婚庆服务公司规模可大可小，租一间50平方米左右的门面房，安装一部办公电话，一两个助手，几张办公桌，有10万元的流动资金即可开业。

效益分析

婚庆服务内容不同，收费也不同。以收费最少的鲜花、化妆为例：花店里的胸花、头花价格为100多元，而婚庆公司仅头花一项就报价100多元；一般的美容院，盘头化妆收费200元左右，而婚庆公司最低报价为300元，足以见得收益之高。

营销建议

- 1、由于婚庆的文化与风俗具有浓厚的地方特色，因此，经营婚庆要赚钱，地方特色不能少，要在个性化和地方特色方面下功夫。
- 2、每次组织庆典，都送给新人有特殊意义的小礼物，能很好的树立公司良好形象。

婚庆公司创业计划书注意事项：

利润分析

在婚庆公司商业计划书中应该做好详细的利润分析。如今,各种奇异的婚典形式频繁地见于各类媒体,同时也被越来越多的年轻人所接受和认可。喜结良缘无疑是人生的一大喜事,但操办婚典却令人头痛。要把喜事办得隆重热闹而又体面省钱,自然少不了要东奔西跑,因而在许多新人及家人眼中,筹办婚礼是一件费时费力而又不得不为之事。如何少花钱也能让婚礼出新出彩,便成为筹办者最大的愿望。现在有越来越多的人将婚礼庆典交给婚庆公司打理。

市场前景

在婚庆公司商业计划书中应该观察预测市场前景。据国家宏观调查的资料表明,农村每对新人结婚费用在2-10万元,城市大约在8-25万元。其中光婚礼消费就占全部费用的1/5-1/6。从最初结婚时简单地照一张二人合影、亲朋好友吃顿婚宴,到现在照成套的婚纱摄影、参加专业婚庆公司组织的庆典,可见国人婚庆观念已有了很大变化。而且几乎半数以上的新人将吉日选择在“五·一”、“十·一”、元旦、春节期间,这必然形成结婚高峰期。结婚人数的增多,促使了婚庆生意的日益火爆。特别是每年国庆前夕,北京、上海等地婚庆公司的订单爆满,以致难以招架。如果你能提供优质的服务,定会分得婚庆服务的一块蛋糕。

投资条件

在婚庆公司商业计划书中应该详细描述投资条件,婚庆的业务范围主要集中在婚礼当天的服务上,包括婚礼的择日、婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织等。

开家婚庆服务公司规模可大可小,租一间50平方米左右的门面房,安装一部办公电话,一两个助手,几张办公桌,有10万元的流动资金即可开业。

效益分析

婚庆公司商业计划书中还要详细分析婚庆公司的效益。婚庆服务内容不同，收费也不同。以收费最少的鲜花、化妆为例：花店里的胸花、头花价格为 100 多元，而婚庆公司仅头花一项就报价 100 多元；一般的美容院，盘头化妆收费 200 元左右，而婚庆公司最低报价为 300 元，足以见得收益之高。

食品公司创业计划书

电子商务创业计划书：学悠旅游服务公司

化妆品公司创业计划书

自行车租赁公司创业计划书

公司宣传册文案

创业计划书范文[gopher it公司

旅游公司创业计划书

最新广告公司创业计划书参考

婚庆公司创业计划书范文

婚庆公司创业计划书：圆你一个梦想

企业管理咨询有限公司创业计划书

服装公司创业计划书

大学生家教公司创业计划书

成立广告设计创业计划书

广告设计公司创业计划书

创业计划书公司概况篇四

创业的时候需要一份创业计划书，各位，我们看看下面的蛋糕公司创业计划书，大家一起阅读吧！

蛋糕公司创业计划书

甜品类休闲食品一直是女性朋友们最爱，因此如果能在女性聚集区开一家蛋糕店应该是不错的选择，同时还经营生日蛋糕，只要做出自己的特色就一定会受到广大朋友们的喜爱，本文为大家提供了一篇蛋糕店的创业计划书希望能起到事半功倍的效果。

一、蛋糕店概况

1. 本店发属于餐饮服务行业, 名称为“麦琪下午茶”, 是个人独资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋及饮料等甜品。
2. 本店打算开在社区贸易街, 开创期是一家中档蛋糕店, 未来打算逐步发展成为像安德鲁森、朝阳坊、那样的蛋糕连锁店。
3. 本店需创业资金9.5万元。

二、经营目标

1. 由于地理位置处于贸易街, 客源相对丰富, 但竞争对手也不少, 特别是本店刚开业, 想要打开市场, 必须要在服务质量和产品质量上下功夫, 并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在贸易街站稳脚跟, 1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司, 在众多蛋糕品牌中闯出一片天地, 并成

蛋糕市场的著名品牌。

三、市场分析

1. 客源:本店的目标顾客有:到贸易街购物娱乐的一般消费者,约占50%;四周学校的学生、商店工作职员、小区居民,约占50%。客源数目充足,消费水平中低档。
2. 竞争对手:根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多,仅福州连锁蛋糕店就有很多如安德鲁森、朝阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的。

四、经营计划

1. 先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”,摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。
2. 开业金筹齐后,开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖,要趁店里人少时,偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅,开蛋糕店师傅很重要,所以要慎重考虑。
3. 据了解发现一套消费定率:“顾客永远没有最便宜的价钱。今天你能降低几元钱,明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略:“降价促销并不是长期的经营策略,唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕,才能吸引顾客,将顾客留住”。
4. 蛋糕店主要是面向大众,因此价格不会太高,属中低价位。
5. 可印一些广告传单,以优惠券的形式发放,以达到广告宣传的效果
6. 蛋糕店可以专门开辟休闲区域,设置很多造型别致的座椅。

顾客可买上一些点心,坐在蛋糕店里慢慢品尝,蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

[蛋糕公司创业计划书]

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

创业计划书公司概况篇五

一. 商业想法

精彩创业计划书大全：

一、方案概要

本创业计划书是关于在大学附近开设一家自行车租赁行的方案。此自行车租赁行类似于出租车公司。其主要业务是对外出租自行车，目标市场是在校大学生，以租金为其主要利润来源。本出租行首先采取个体户的经营方式。但是有自己的品牌商标，价值理念。在资金等条件成熟后将会组建公司并实行连锁经营方式。总体战略目标是：“立足本地，树立品牌，步步为营，扩大规模，走向全国”。

二、市场分析

1、可行性分析

曾经一度兴起的大学城建设高潮造就了中国大学的集中化，规模化现状。许多大学占地面积相当可观，建一所大学动辄就是上千亩地，如果是大学城，几个大学加起来面积甚至超过万亩。如此大的校园必然带来学生的交通问题，学生从宿舍到餐厅、图书馆、教室等校园的其它地方步行十多分钟都是很有可能的。如果在大学城中，即便是紧邻的两个校园，步行来回恐怕也要至少半个小时。又累又浪费时间，这种状况给学生带来了很大的不便。但是如果有一辆自行车，那么大学生可以2分钟到教室，3分钟到图书馆，5分钟到旁边的学校找同学，10分钟到附近的丹尼斯超市，周六周日可以叫上几个哥们儿去郊游，也可载上女友去野餐……的确，一辆自行车能给大学生生活平添许多精彩。那么买辆自行车(二手的或全新的)也许是个不错的选择，但是大学生都知道，在大学里丢自行车是司空见惯的事。大部分学校都不设看车的，有的甚至连车棚都没有，宿舍又禁止放自行车，大学生只能眼睁睁的看着自己的爱车在露天的停车处风吹日晒了。需要自行车，而有了车却又有诸多麻烦，这样的两难该怎样解决?经过分析我们发现，事实上，大学生的真正需要不是自行车而是自行车带来的方便，自由，洒脱，张扬，浪漫……那么自行车出租服务无疑会解决这个问题，只要一两元钱就能尽情的放飞心情，自由的释放生命，而且又没有自行车存放保管的问题。大学生有需求，自行车租赁行又能满足这种需求，这就是自行车租赁行产生的条件。同时，中国有一千多所高校，上千万在校大学生，其潜在市场规模是相当可观的，即便是只能占领三分之一的市场，也能取得可观的回报。这是自行车租赁行的市场条件。所以从理论上讲，开设自行车租赁行的基本条件已经具备。

注：以上只是从主观出发分析出的结论，但事实上，大学生是否真有这种需求，如果有，有多强烈仍需做深入细致的前

期市场调查研究。但由于时间原因此项工作暂未实施。

2、产品分析

出租自行车是一种服务型的产品，目前市场上几乎不存在这种服务，尤其是品牌化，专业化，规模化的根本没有。

3、竞争分析

目前在市场上很少看到提供出租自行车服务的组织，有的也是旅游景点设立的小摊或者是修理自行车的附加提供这种服务，诸如此类的小摊贩皆不成规模，没有发展愿望，根本不具备竞争力，且又远离校园，市场竞争更无从谈起，所以面向大学生出租自行车仍是一个空白市场。

4、宏观环境分析

目前大学城建设已成规模，社会对教育的重视程度在加大，政府对教育的支持力度也在加大，许多大学都在扩建。随着中国高等教育的发展，在校大学生的人数在逐年加大。自行车是在校大学生的主要交通工具。宏观环境有利于自行车租赁行的开设。

三、swot分析

1、机会与威胁

面向大学生出租自行车的业务尚无企业涉及，仍是一个空白市场，这是最大最有利的机会；但另一方面，由于开设自行车租赁行的成本小，硬件要求低，进入市场难度小，如果营利状况良好，就很容易被效仿，而且此租赁行是小规模的个人创业，受资金条件的制约，短时间内不能占领所有市场，所以很可能被后期的跟随者或效仿者吞食大部分市场，这是最大最严重的威胁。

2、优势与劣势

由于创业者本身是大学生，所以接近大学，清楚的了解大学生的需求心理，容易找到大学生的心理诉求点。这是最重要的优势；另一方面，大学生创业社会经验不足，创业资金短缺，发展速度慢，市场很容易被抢占，这是最大的劣势。

3、对策分析

考虑到容易被模仿的威胁，因此在条件成熟后应抓住时机尽可能快的扩大规模占领市场，在初期应采取快速渗透的市场营销策略。另外，要塑造品牌，走品牌化道路，虽然产品容易被复制但品牌却不能复制，品牌中包含的精神理念更不能被复制。

四、目标战略

一年内建立在本大学的地位，两年后在本地大学城开设分店，五年后在本地所有条件具备的高校开设分店。再巩固一年时间时间后注册公司，随后实行连锁经营。

五、市场营销策略

目标市场：在校大学生

价格：采取渗透定价策略，以低价吸引顾客，迅速占领市场。

产品定位：大众型，经济型，便捷型的服务

配销渠道：专营连锁店

提出一个口号□let'sfly□freefly一起飞，自由地飞(待定)

设计一个标志：(有待制作)

塑造一个品牌：随心

形成一种精神：我们追求自由奔放，个性洒脱，我们健康阳光，快乐潇洒；我们重感情，跟哥们儿一起疯，一起笑，为了哥们儿的难处而大醉，然后抱在一起痛快的大哭；在别人面前，我们有许多彼此才知道的典故和笑话。我们飞，一起飞，自由地飞，我们追求一种自由洒脱的生活。

查看更多：

食品公司创业计划书

电子商务创业计划书：学悠旅游服务公司

e时代：网络公司创业计划书

公司宣传册文案

婚庆公司创业计划书, 让你赚到底

人人都做得起广告：广告公司创业计划书

创业计划书范文□gopher it公司

旅游公司创业计划书

最新广告公司创业计划书参考

婚庆公司创业计划书范文

婚庆公司创业计划书：圆你一个梦想

想开翻译公司，创业计划书该怎么写？

企业管理咨询有限公司创业计划书

服装公司创业计划书

成立广告设计创业计划书

创业计划书公司概况篇六

一. 公司概况描述

二. 公司的宗旨和目标

三. 公司目前股权结构

四. 已投入的资金及用途

五. 公司目前主要产品或服务介绍

六. 市场概况和营销策略

七. 主要业务部门及业绩简介

八. 核心经营团队

九. 公司优势说明

十. 目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一. 融资方案(资金筹措及投资方式及退出方案)

十二. 财务分析

1. 财务历史数据

2. 财务预计

3. 资产负债情况

第二部分综述

第一章公司介绍

一. 公司的宗旨

二. 公司简介资料

三. 各部门职能和经营目标

四. 公司管理

1. 董事会

2. 经营团队

3. 外部支持

第二章技术与产品

一. 技术描述及技术持有

二. 电动模型产品状况

1. 主要产品目录

2. 电动模型产品特性

3. 正在开发/待开发产品简介

4. 研发计划及时间表

5. 知识产权策略

6. 无形资产

三. 电动模型产品生产

1. 资源及原材料供应

2. 现有生产条件和生产能力

3. 扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4. 原有主要设备及需添置设备

5. 电动模型产品标准、质检和生产成本控制

6. 包装与储运

第三章电动模型市场分析

一. 市场规模、市场结构与划分

二. 目标市场的设定

三. 电动模型产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响电动模型市场的主要因素分析

五. 市场趋势预测和市场机会

六. 行业政策

第四章竞争分析

一. 有无行业垄断

二. 从市场细分看竞争者市场份额

三. 主要竞争对手情况：公司实力、电动模型产品情况

四. 潜在竞争对手情况和电动模型市场变化分析

五. 公司电动模型产品竞争优势

第五章市场营销

一. 概述电动模型营销计划

二. 电动模型销售政策的制定

三. 电动模型销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四. 主要业务关系状况

五. 电动模型销售队伍情况及销售福利分配政策

六. 促销和市场渗透

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

七. 电动模型产品价格方案

1. 电动模型定价依据和价格结构

2. 影响电动模型价格变化的因素和对策

八. 电动模型销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九. 电动模型市场开发规划，销售目标

第六章投资说明

一. 资金需求说明(用量/期限)

二. 资金使用计划及进度

三. 投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四. 资本结构

五. 回报/偿还计划

六. 资本原负债结构说明

七. 投资抵押

八. 投资担保

九. 吸纳投资后股权结构

十. 股权成本

十一. 投资者介入公司管理之程度说明

十二. 报告

十三. 杂费支付

第七章 投资报酬与退出

一. 股票上市

二. 股权转让

三. 股权回购

四. 股利

第八章风险分析

一. 资源风险

二. 电动模型市场不确定性风险

三. 电动模型研发风险

四. 电动模型生产不确定性风险

五. 电动模型成本控制风险

六. 竞争风险

七. 政策风险

八. 财务风险

九. 管理风险

十. 破产风险

第九章管理

一. 公司组织结构

二. 管理制度及劳动合同

三. 人事计划

四. 薪资、福利方案

五. 股权分配和认股计划

第十章 财务分析

一. 财务分析说明

二. 财务数据预测

1. 销售收入明细表

2. 成本费用明细表

3. 薪金水平明细表

4. 固定资产明细表

5. 资产负债表

6. 利润及利润分配明细表

7. 现金流量表

8. 财务指标分析