



检测专业教学资源库
DETECTION TEACHING RESOURCE LIBRARY

商业计划书的撰写

黎常 副教授

浙江工商工商管理学院
lichang504@sohu.com



商业计划书的介绍

商业计划书(BP, Business Plan)的由来

- 商业计划书是高科技与风险投资浪潮兴起的产物，是一无所有的创业者就某一项具有市场前景的新产品或服务向风险投资家游说以取得风险投资的商业可行性报告。
- 商业计划竞赛在美国高校由来已久，它要求参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出一项具有市场前景的产品或服务，并围绕这一产品或服务，完成一份完整、具体、深入的商业计划。



商业计划书的介绍

- 自1983年美国德州大学奥斯汀分校举办首届商业计划竞赛以来，美国已有包括麻省理工学院（MIT）、斯坦福大学等世界一流大学在内的十多所大学每年举办这一竞赛。据统计，美国表现最优秀的50家高新技术公司有46%出于MIT的创业计划大赛。Yahoo!、Excite、Netscape等公司就是在斯坦福校园的创业氛围中诞生的。
- MIT的“五万美金商业计划竞赛”（\$50K Business Plan competition）已有10多年历史，影响非常之大。从1990年到现在每年都有5 - 6家新的企业诞生，并且有相当数量的“计划”被附近的高新技术企业以上百万美元的价格买走。从某种意义上说，高校的商业计划竞赛已经成为知识经济时代美国经济的直接驱动力量之一。



商业计划书的介绍

创业计划书的作用

- 以个人或团队为单位模拟一个企业的创立及运营等一系列工作，并通过书面报告的形式将这些活动记录下来所形成的计划书。它解释做什么（What），为什么要做（Why）和怎样做（How）。
- 创业计划可能的读者：希望吸纳进入团队的对象、可能的投资人、合作伙伴、供应商、顾客和政策机构。



商业计划书的介绍

美国的一位著名风险投资家曾说过，风险企业邀人投资或加盟，就像向离过婚的女士求婚一样，而不像和女孩子初恋。双方各有打算，仅靠空口许诺是无济于事的



商业计划书建议内容



一、企业介绍。

介绍企业形态、业务方向、股权结构、管理模式和核心管理团队等。



二、发展目标。

介绍企业发展短期目标、中期目标及长期目标。



三、产品（或服务）与技术。

介绍企业核心产品（或服务）、技术平台、技术创新点、竞争优势、开发生产的实施进度。



四、市场分析

分析政策环境、市场需求和市场竞争，确定目标市场定位。



五、营销策略

介绍营销方式、销售渠道、产品定价等策略，预测销售目标。



六、财务分析。

分析资金需求、融资款项运用、营运资金周转等，并预测未来主要支出资金及运用情况。



七、风险控制

分析市场风险、技术风险和管理风险等，并提出相应的控制、防范手段。

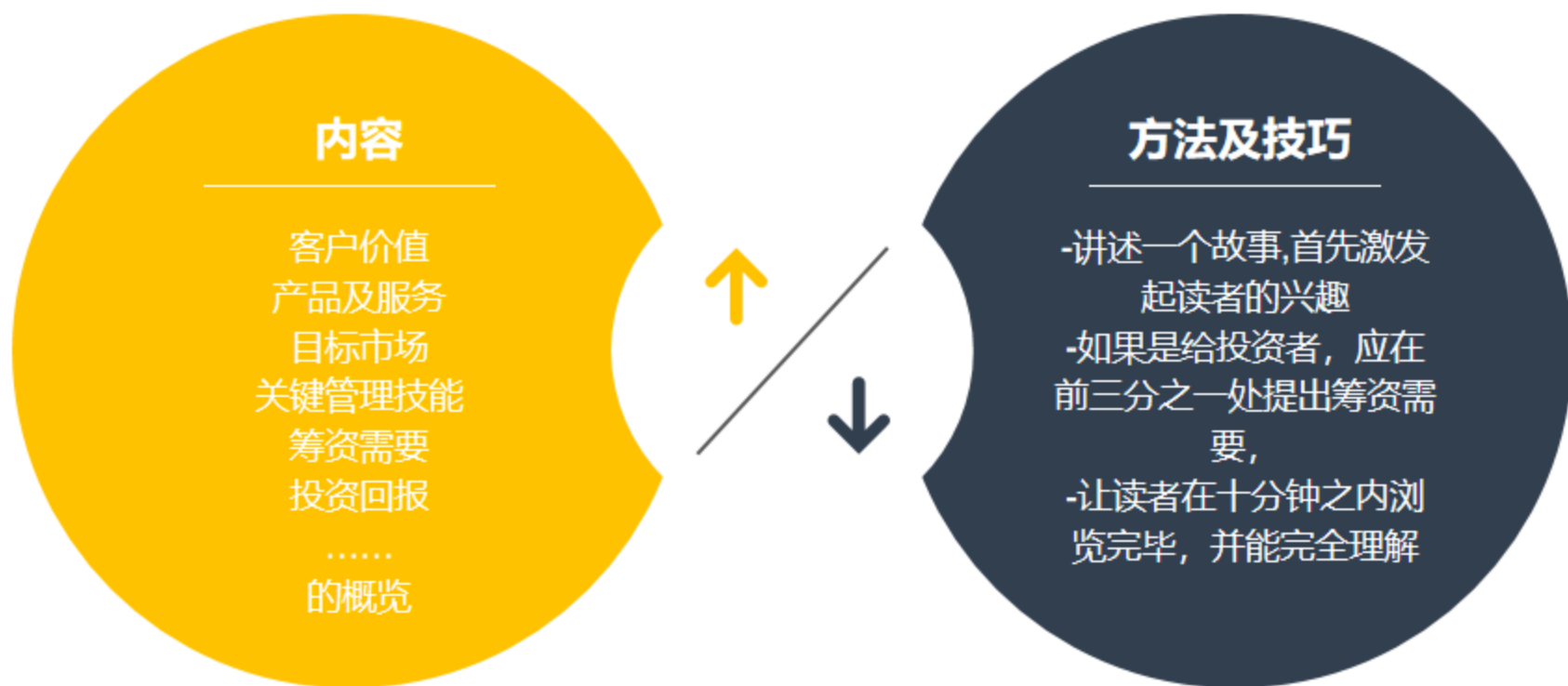


商业计划书建议内容





“总体纲要” 概括了创业计划





注意事项

- 好的商业计划书一开始就明确定义公司的产品或服务要解决客户的什么问题——真正麻烦或引人关注的问题——并有市场研究、证明、购买意向等材料证明，这种问题是真实存在的。
- 有些创业者很迷恋他的技术优势，计划书一开始不是指出要解决潜在客户面临的问题，而是详细解释他的技术原理、为什么会领先、这个技术是如何比目前的其他方案更好、更快、更便宜。这种自以为是的商业计划书给VC表达了一个清晰的信号：创业者的优先次序搞混淆了。比伟大的技术或创意更重要的是技术或方案能够解决客户面临的问题或麻烦。经验老到的投资人知道，再好的技术并不是总能在商业上获得成功。



“公司概要”明确了公司背景和立足点

