



<p>项目简介 (200字内)</p>	
<p>参赛资料 备注 (选填)</p>	<p><input type="checkbox"/> 《商业计划书》(必选)</p> <p><input type="checkbox"/> PPT</p> <p><input type="checkbox"/> 其他(请详细填写) _____</p>

填写说明:

1. 每份作品填写一张表格, 此表可以复制;
2. 表中未涉及事宜如参赛团队需要说明, 请在备注栏中写明;
3. 参赛团队填妥《参赛作品申报表》后, 附在《商业计划书》第一页, 在系统报名时上传。

# 创业计划书模板

**封面：** LOGO、项目名称、负责人、所属学校、指导老师、团队成员。

**版权保护声明：** 单独一页，更显规格。

**目录：** 如果转化成 PDF 可以添加超链接，这样点到哪个目录，就可以直接跳转到对应内容，方便阅读。

## 正文内容

### 1、执行概要（第一印象很重要，交代清楚项目的核心内容）

#### 1.1 为什么做？（市场问题现状、原因分析）

介绍你所解决的市场问题现状，用案例、故事、新闻报道引入，通俗易懂、印象深刻。分析产生这些市场、社会问题的本质原因，这些原因就是痛点，为你接下来介绍解决方案埋下伏笔，前后呼应，环环相扣，形成主线。原因分析逐条按点写清楚，分析深入、客观，不要浅尝辄止。欺骗、敷衍，最终只会砸自己的脚。

#### 1.2 怎么做？（产品、创新模式，解决方案）

接上面的市场问题，紧接着就应该抛出解决方案，这样符合阅读思维。怎么做，可以用产品技术、创新的商业模式。总之，解决方案，要具体、清晰，而且言简意赅、抓住重点描述出来，而不是长篇大论。

#### 1.3 做到哪里？（运营现状、成果展示）

相关产品专利申请数量、服务客户数量、成交金额、社会问题解决、带动就业/实践人数、媒体报道、领导肯定、参赛获奖等，不同层次、不同维度展示成果。同一性质的内容，不要重复展示。展示方式可以图文结合，特写+淡写结合，主次、轻重有别。

---

#### 1.4 核心竞争力（特点、优势、创新性、技术保护）

证明你能做得比别人好，从产品技术/服务模式的创新性、可行性、以及技术或资源的独特优势进行分析；同时较比市面上同等产品或替代品，从性能和价格进行比较，总结竞争优势。

#### 1.5 团队介绍（若非成员或导师够牛，建议在执行概要里不要写团队）

主要介绍团队成员/导师在本项目所涉及领域和行业内有足够的影响力，包括专业大赛、研究著作、主持项目、媒体报道等，就是证明有此人的加盟，项目如虎添翼。这里要区别跟人力资源板块写团队成员的不同，这里只介绍他在该行业、领域的牛逼劲儿，而不介绍他在项目中担任何种职务、具体负责事项、为项目做出哪些贡献，这些内容实在人力资源板块才写的，避免这里的团队介绍和后面的团队介绍内容重复。

### 2、市场痛点分析（有哪些市场问题、为什么会产生、市场规模前景）

#### 2.1 市场问题描述

案例、报道、故事引入，图文结合，数据描述，让痛点够“痛”。

#### 2.2 市场原因分析

有问题，必然有原因，揪出问题本质，分析原因，客观、深入，按点逐条写清楚。

#### 2.3 市场规模（前景）

存在这类问题、需要解决的人群或者应用场景有哪些，重点+略写，全方位覆盖，证明这个市场很大。

### 3、产品介绍（产品即解决方案，如果没有技术产品，商业模式就是解决方案）

#### 3.1 产品技术

用什么技术，实现什么功能，解决什么问题，清晰明了。技术参数、路线、方案，以及实现效果。

### 3.2 产品图片

实物图、模型图、操作流程图，配以文字说明。

### 3.3 产品优势

创新性、市场可行性、技术保护（技术可行）。

竞品分析，包括性能、价格，可用表格对比，一目了然。

## 4、商业模式（以产品为中心构建合理可行的运营模式，效益/价值最大化，而不是为了比赛构建一个假的、可有可无的模式出来。）

### 4.1 商业模式介绍

商业模式图，即把所有涉及到的目标对象，以及目标对象之间的关系，描绘出导向图，配合文字进行说明。如果项目没有涉及到产品模块，商业模式就是解决市场痛点的方案。

### 4.2 盈利模式分析

商业模式介绍里面，哪些环节、板块、渠道可以实现盈利的，逐一介绍，包括盈利项目、如何盈利、相关数据。

**备注**（项目如有涉及产品，产品是最直接解决市场痛点问题的手段、办法。商业模式是在产品的基础上，进行价值和效益最大化，并非直接解决市场问题的方案。

如果项目没涉及技术、产品，那么商业模式即是解决市场问题的方案。）

## 5、运营现状（成果展示）

5.1 技术专利，内容、数量，属于本项目的，而非无关专利。

5.2 合作客户有谁，数量，成交金额。

### 5.3 带动就业人数

### 5.4 解决市场问题的成效（前后对比，凸出社会价值）

### 5.5 媒体报道、领导肯定、参赛获奖

……（按照跟项目的关联程度进行先后排序）

## 6、营销策略

### 6.1 目标客户分析

客观分析谁才是你的目标客户，他们的数量、需求程度、购买力等属性。

这里要跟市场分析模块里面的应用场景做好区别，前者是为了证明市场具有广阔的前景，而这里是实打实分析谁才是目标客户和他们的属性。

### 6.2 推广策略

分析完谁是目标客户，接下来进行第二步，怎么样才能让客户知道你的存在？这个过程用的办法、手段、渠道都可以是策略，也就是推广策略。这个环节至关重要，决定了你产品的销路。具体、落地的办法，逐一描述，做明白、写明白、讲明白。

### 6.3 产品策略

当推广策略奏效后，你才有机会跟客户谈合作，否则客户不知道你，何来谈判。这个环节就是讲究产品策略，一般我们的促销策略、价格策略、服务策略都是在该环节出现的，目的就是让客户信任我们，购买我们的产品。具体、可行的方案，逐一描述。

**备注**（谁是你真正的客户？怎么样才能让他们知道你？知道你之后，怎么样才能跟你合作？三步走，不仅比赛这样，实践亦是如此。）

---

## 7、SWOT 分析

**S (优势)** 从项目/团队内部分析，技术、专业、创新等优势。

**W (劣势)** 从项目/团队内部分析，经验、资金等劣势。

**O (机会)** 从外部环境分析，利于项目推进的友好社会/政策环境。

**T (威胁)** 从外部环境分析，资质许可、被替代等项目进入市场遇到的各种阻碍。

**小结：**综合分析 SWOT，总结项目可行性高（语言自己组织）。

**备注：**可以使用表格，清晰明了。必须客观、深入分析，切莫模仿、抄袭别人的。

## 8、风险分析及应对

### 8.1 资金风险

**风险分析：**生产、销售环节等需要大量资金，出现断链就会运营不下去。

**应对措施：**专利技术抵押贷款、自筹、参加政府比赛获得资金扶持等。

### 8.2 市场风险

**风险分析：**产品技术壁垒不高，容易被替代，市场容量小，不被信任等。

**应对措施：**纵深研究，不断迭代和升级产品，提高壁垒；横向研发周边应用产品，

相辅相成。

**技术风险、交易风险、管理风险等**

**备注：**一个风险一个应对措施，真实、客观分析，实践中总结，防患于未然，用于实践中，不要形式主义、凑字数。

## 9、财务数据及融资

### 9.1 股本结构及融资需求

目前股本结构，谁占股多少，凭什么占股的，写清楚。

预计出让多少股份，融多少钱，这些钱用于什么地方，写清楚。

## 9.2 财务数据表格

盈利分析表

销售预测表

……

**备注：**先制作财务明细表，再转由财务人员制作专业的财务数据表。数据预测合理、客观，不要过度膨胀。数据符合规律，不要凑整数、等差等比。

## 10、团队成员介绍

### 项目成员

专业专长、担任职务、具体负责事项，如果已有做出成绩，可附上说明。图片要符合项目的特征，切莫卡哇伊、美颜图片。

### 指导老师

有关项目涉及领域和行业方向的研究专长、影响力、成果展示，以及具体负责事项，而不只是挂名而已。

## 11、未来计划

6月计划、1年计划、2年计划。

用具体的手段和策略实现具体的目标，而不是轻描淡写你要怎么做而已。

不用3-5年甚至5-10年的规划，有点不切实际，初创企业能够熬过一年的并不多。短期、可实现的目标，往往能够激发团队信心。

## 12、附录附件

多余的证书、专利介绍；项目其他附属、周边内容；关于技术实现的详细方案；调研数据、分析详情；有关项目实践的图片……

正文放不下，又有用的，可以在附录附件说明，按主次、轻重，排序展示。