

手把手教你做市场分析、产品介绍、团队展示、投资回报分析、财务规划和风险评估方法。

最打动投资人的 商业计划书

赵灵芝 / 等编著

A Business Plan to Move Investors

商业计划书不仅仅用于融资合作，还可以：

- 揭示公司在行业中的地位 · 梳理公司的盈利模式 ·
- 分析公司的核心竞争力 · 预测公司的成长性 ·

 中国工信出版集团

 电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

张外借

最打动投资人的 商业计划书

赵灵芝 / 等编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

在这个风云变幻的商业竞争时代，多少创业者和处在发展期的公司由于资金问题被商场无情地抛弃。对于他们来说，获得投资就如同抓住了救命稻草一般，至少能在这场没有硝烟的商场战争中获得一线生机。而赋予创业者和公司这一线生机的，就是一份完美的商业计划书。然而，要做出一份完美的商业计划书，并不是一件容易的事，撰写者必须对商业计划书有一个透彻的了解。本书就是从商业计划书应该包括的具体内容、撰写时需注意的要点以及如何将商业计划书做得更加完美等方面，手把手地教商业计划书小白做出一份让投资人给钱的商业计划书。

本书特别注重方法的传授，行文流畅。从众多商业计划书案例中提取精华部分，让读者在制作商业计划书时有例可依。本书既是商业计划书小白制作商业计划书的宝典，也是公司员工以及有制作商业计划书需求的人员的实用书籍。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

最打动投资人的商业计划书 / 赵灵芝等编著. —北京：电子工业出版社，2018.3
ISBN 978-7-121-33535-8

I. ①最… II. ①赵… III. ①商业计划—文书—写作 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 013648 号

责任编辑：高洪霞

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1 000 1/16 印张：14.5 字数：251 千字

版 次：2018 年 3 月第 1 版

印 次：2018 年 3 月第 1 次印刷

定 价：55.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：（010）51260888-819，faq@phei.com.cn。

前言



可以毫不夸张地说，一份完美的商业计划书是获得投资的有利武器。Arthur Andersen 公司曾对此做过一项调查，结果显示：“拥有商业计划书的企业比没有商业计划书的企业融资成功率高出 100%”。这足以说明，一份商业计划书在融资过程中的必要性。不过，在商业计划书如此重要的时代，许多初入商场的新人在撰写商业计划书时还是会无从下手，一般都会遇到以下几个问题。

第一，对商业计划书的了解不够。

第二，不知道商业计划书中应该写什么。

第三，各个部分中具体内容的撰写不够贴切。

第四，对细节问题的处理不够恰当。

绝大多数商业计划书小白都不能做出一份合格的商业计划书。他们对商业计划书的了解甚少，不知道该写些什么，不知道哪些内容才是投资人想看的，更不知道该怎么去处理其中的细节。他们想要凭借自己那并不丰富的经验去撰写一份商业计划书，在投资人那里搏一把。然而事实是，那些经验丰富的撰写人制作出来的商业计划书都可能会被投资人忽视，商业计划书小白成功的概率又能多大呢？

不用说太多，事实已经非常明显，商业计划书小白必须充分把握撰写商业计划书的各个过程、要点、技巧，才有可能助企业获得投资。那么，到底应该怎样去撰写一份完美的商业计划书呢？相信大家已经迫不及待地想知道答案了。不要

着急，本书就是有将一个商业计划书小白培养成商业计划书专家的魔力。这是一本教你如何写出一份让投资人给钱的商业计划书的宝典。如果想知道其中的秘诀，那么就自己去书中寻找吧。

本书特色

1. 内容实用实在、详略得当，讲授符合初学者的认知规律

本书内容涵盖了商业计划书的多个方面，不仅注重讲解商业计划书方面的知识，更注重对方法、技巧的传授。本书将制作商业计划书过程中应该注意的细节都展示给了读者，并且告诉他们应该如何去处理。对于一些不是那么重要的知识，本书则一笔带过，不多加赘述，特别适合初学者阅读。

2. 结构处理得当，条理清晰

本书先介绍商业计划书的整体概况，例如目的、本质和类型等；然后分章节地对商业计划书中应包含的主要内容进行详细介绍；最后对商业计划书中一些制作细节进行介绍。因此可以说，整本书的编排都是从整体出发，有步骤、有条理地向读者传授知识，结构、条理清晰。

3. 内有案例和图片，内容种类丰富

为了使读者更好地理解商业计划书内容的真谛，在制作商业计划书的过程中更加得心应手，本书加入了许多优秀商业计划书的案例。在讲述某些重要的内容要点时，作者还插入相关图片，使内容更加丰富，读者读起来不会觉得枯燥乏味，从而在学到知识的基础上获得良好的阅读体验。

本书内容及体系结构

第1章：为什么要写商业计划书

本章从商业计划书的本质、全局把控及投资人角度进行阐述，让读者先对商业计划书有一个基本的了解，最重要的内容就是商业计划书的目的及商业计划书的核心内容和8大元素。

第2章：商业计划书的三大类型

本章介绍了商业计划书的三大类型，并阐述了三种商业计划书的特点和风格以及适用的场合，还提供了商业计划书的模板，让读者在制作商业计划书时可以

根据实际情况来挑选合适的类型，有的放矢地制作出一份完美的商业计划书。

第3章：公司及产品介绍

本章介绍了在商业计划书中公司及产品介绍部分应该撰写什么内容及其方法和技巧，涉及公司和产品的方方面面。

第4章：市场调研报告

商业计划书的一些内容和数据是市场调研得来的，本章就是对市场调研的定位、资料的收集和分析方法的介绍，并附以案例。

第5章：投资人喜欢什么样的团队

本章是对商业计划书中团队部分（包括创始人、核心团队及下属团队）的介绍。本章内容注重商业计划书中这部分的撰写技巧，包含不同方面的案例，实用性较强。

第6章：投资回报预期

投资回报预期与公司的盈利模式有很大的关系，所以本章的主要内容就是对盈利模式的介绍，向读者详细展示了各种盈利模式方面的知识。通过本章的学习，读者对商业计划书中这个部分的撰写将有更深的体会。

第7章：市场营销策略

在商业计划书中，市场营销策略是比较重要的一部分，读者应该充分重视这一章。本章从产品、价格、渠道和渠道分发四个方面对营销策略进行了阐述，读者掌握了本章内容便可以为公司的营销出谋划策。

第8章：财务状况及财务规划

本章介绍了商业计划书中财务状况的主要内容，教读者做出一份完美的商业计划书模型。在这个基础上，还介绍了财务规划方面的知识和技巧，并且将投资人最关心的财务问题列举了出来，读者据此可以掌握商业计划书中财务部分的重点。

第9章：风险评估及解决方案

在商业计划书中，公司风险这一部分的地位越来越重要，投资人也更加看重，

最打动投资人的商业计划书

本章就详细介绍了各种公司风险的类型及公司常见风险的规避与处理。通过对本章的学习，读者既可以让公司看清风险并进行规避和处理，也能在商业计划书中做出一份合格的风险分析报告。

第 10 章：退出机制

退出机制这部分的重点就是退出方式和退出条件的设计，本章对这两部分的内容进行了详细讲解，并附加了经典的退出机制案例，帮读者更好地把握。

第 11 章：摘要撰写方法

摘要是一份商业计划书的门面，有些商业计划书忽视这部分内容，这是不合适的。本章的主要内容就是对摘要部分的介绍，包括摘要的规划和细分内容。

第 12 章：商业计划书撰写呈现规则

本章包括撰写布局、用字、用图及用数据的规则，都是对方法和技巧的传授。本章的知识可以直接拿来用在商业计划书中，都是“干货”内容，实用性非常强。

第 13 章：商业计划书必须突出的 8 项数据

在商业计划书中，数据少不了，且数据展示有技巧。本章通过案例对商业计划书中最重要的 8 项数据进行介绍，教给读者怎样在商业计划书中将数据更好地展示出来。

第 14 章：PPT 不可获缺

由于 PPT 是最主要的商业计划书呈现形式，因此读者在制作商业计划书之前，有必要了解这方面的知识。本章的主要内容就是 PPT 的制作技巧，通过本章的学习，读者可以独立制作出一份完美的 PPT 型商业计划书。

关于作者

赵灵芝：硕士学位，副教授职称，目前在河南城建学院任教，在多家大型公司担任企业顾问。曾经指导多家企业进行融资和项目合作，能结合投资方所关注的问题，包括公司的发展目标、运营项目的团队、公司的经营策略和盈利模式、投资回报等，为创业者提供全方位的融资建议。

本书读者对象

- 商业计划书的制作新手。
- 需要投资的创业者。
- 任何有融资需要的公司。
- 有制作商业计划书需要的公司员工。
- 相关专业的学生。
- 其他对商业计划书感兴趣的人。

本书是在笔者看了多家公司不同种类型的商业计划书，积累了大量融资成功案例的情况下，历经 24 个月的时间创作而成的。通过对本书的阅读学习，相信许多商业计划书小白都会掌握撰写商业计划书的方法、要点和技巧，很快就可以撰写出一份完美的商业计划书。

本书主要由赵灵芝负责编著，其他参与编写的还有张昆、张友、赵桂芹、张金霞、张增强、刘桂珍、陈冠军、魏春、张燕、孟春燕、项宇峰、李杨坡、张增胜，在此表示感谢。

最打动投资人的商业计划书

轻松注册成为博文视点社区用户 (www.broadview.com.cn), 扫码直达本书页面。

- **提交勘误：**您对书中内容的修改意见可在 [提交勘误](#) 处提交，若被采纳，将获赠博文视点社区积分（在您购买电子书时，积分可用来抵扣相应金额）。
- **交流互动：**在页面下方 [读者评论](#) 处留下您的疑问或观点，与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口：<http://www.broadview.com.cn/33535>



目 录



第 1 章 为什么要写商业计划书	1
1.1 商业计划的本质	2
1.1.1 商业计划的面向对象	2
1.1.2 商业计划的陈述目的	3
1.1.3 商业计划的核心内容	4
1.2 商业计划的全局把控	5
1.2.1 商业计划的 8 大元素	5
1.2.2 商业计划的摘要部分	8
1.3 投资人最想看的商业计划书	8
1.3.1 了解投资人的投资习性	9
1.3.2 投资人的投资流程	9
1.3.3 投资人关心的核心内容	10
1.3.4 周详的融资后规划	12
第 2 章 商业计划的三大类型	13
2.1 路演型商业计划书	14
2.1.1 特点：页面少、时间短	14
2.1.2 适合直奔主题模式	15
2.1.3 常见的 5 分钟 PPT 路演	15
2.1.4 路演型商业计划的风格	17

最打动投资人的商业计划书

- 2.1.5 路演型商业计划书的 PPT 模板 17
- 2.2 工作型商业计划书..... 22
 - 2.2.1 特点：页面多、全面 22
 - 2.2.2 适合全面报道型模式 22
 - 2.2.3 常见的初次约见文件 23
 - 2.2.4 工作型商业计划书的风格 24
 - 2.2.5 工作型商业计划书的模板 24
- 2.3 验证型商业计划书..... 27
 - 2.3.1 特点：数据多、全局性强 27
 - 2.3.2 适合重点分析讲解型 28
 - 2.3.3 常见的复谈约见文件 28
 - 2.3.4 验证型商业计划书的风格 29

第 3 章 公司及产品介绍..... 30

- 3.1 公司情况简述..... 31
 - 3.1.1 公司注册、股份占比情况 31
 - 3.1.2 公司大事记 32
 - 3.1.3 公司发展思路介绍 33
- 3.2 产品简述..... 34
 - 3.2.1 所在行业基本介绍 34
 - 3.2.2 用户需求介绍 35
 - 3.2.3 产品竞争优势 36
- 3.3 最吸引投资人的产品介绍方式..... 37
 - 3.3.1 市场需求量大，处于蓝海阶段 37
 - 3.3.2 用户十分认可产品 38
 - 3.3.3 产品成本优势明显 40
 - 3.3.4 有自动化、规模化优势 40
 - 3.3.5 边际效益明显 41
 - 3.3.6 提升了行业壁垒 42
- 3.4 产品规划..... 43
 - 3.4.1 产品核心层规划 43
 - 3.4.2 产品有型层规划 44

3.4.3	产品延伸层规划	45
3.4.4	资源投入阶段性分配比例	46
3.4.5	精力投入分配	46
3.4.6	产品上市投放时间	47
3.4.7	产品上市投放规模	47
3.4.8	产品市场份额提升规划	48
第4章	市场调研报告	49
4.1	调研报告的定位	50
4.1.1	所在行业定位	50
4.1.2	相关产业定位	51
4.1.3	调研主要细分内容	52
4.2	调研报告方法	53
4.2.1	普遍调查	54
4.2.2	抽样调查	54
4.2.3	典型调查	55
4.2.4	个例调查	55
4.2.5	重点调查	56
4.3	资料收集	57
4.3.1	观察法	57
4.3.2	访问法	58
4.3.3	问卷法	58
4.4	分析方法	60
4.4.1	统计分析	60
4.4.2	理论分析	61
4.4.3	大数据分析	62
第5章	投资人喜欢什么样的团队	63
5.1	创始人介绍	64
5.1.1	创始人的职业履历	64
5.1.2	创始人与项目相关的经历	65
5.1.3	创始人的梦想与情怀	66

最打动投资人的商业计划书

5.1.4	为创始人准备的故事	67
5.2	核心团队展示	68
5.2.1	各管理者的工作划分	69
5.2.2	各管理者的优势特点	70
5.2.3	各管理者的综合整体性	71
5.3	下属团队展示	72
5.3.1	团队管理模式	72
5.3.2	团队人力资源管理	74
5.3.3	重点介绍某一类下属的属性	77
第 6 章	投资回报预期	79
6.1	常见的 8 种盈利模式	80
6.1.1	关系服务模式	81
6.1.2	产业标准模式	81
6.1.3	客户解决方案模式	82
6.1.4	个性挖掘模式	82
6.1.5	速度领先模式	83
6.1.6	数据处理模式	83
6.1.7	成本占优模式	84
6.1.8	中转站模式	84
6.2	行业盈利模式	85
6.2.1	电商平台盈利模式	86
6.2.2	团购平台盈利模式	89
6.2.3	资讯平台盈利模式	92
6.3	投资人关心的其他要点	93
6.3.1	项目盈利预期	93
6.3.2	项目盈利的持续性	95
6.3.3	项目变现的难度系数	96
第 7 章	市场营销策略	97
7.1	产品策略	98
7.1.1	产品形态	98

7.1.2	产品实质	99
7.1.3	产品服务	100
7.2	价格策略	102
7.2.1	成本导向定价法	102
7.2.2	竞争导向定价法	103
7.2.3	顾客需求导向定价法	105
7.2.4	各种定价方法的运用	106
7.3	渠道策略	107
7.3.1	直接渠道或间接渠道的营销策略	108
7.3.2	长渠道或短渠道的营销策略	109
7.3.3	宽渠道或窄渠道的营销策略	110
7.3.4	单一营销渠道和多营销渠道的营销策略	111
7.3.5	传统营销渠道和垂直营销渠道的营销策略	112
7.4	渠道分发策略	112
7.4.1	互联网媒体渠道	113
7.4.2	自媒体渠道	114
7.4.3	APP 渠道	115
第 8 章	财务状况及财务规划	116
8.1	财务状况概述	117
8.1.1	财务状况的主要内容	117
8.1.2	财务状况的模块划分	119
8.1.3	财务状况呈现的方式	120
8.2	打动投资人的财务模型	123
8.2.1	销售计划	124
8.2.2	招聘计划	126
8.2.3	运营成本	127
8.2.4	评估标准	127
8.2.5	全局建议	128
8.3	投资人最关心的财务问题	129
8.3.1	企业花钱是否过于浪费	129
8.3.2	企业是否有重大负债	131

最打动投资人的商业计划书

8.3.3	此前融资或承诺投资的钱是否到账	132
8.3.4	公司是否有资本抽逃行为	133
8.3.5	企业是否存在重大法律隐患	135
8.4	财务规划	137
8.4.1	财务规划的主要方面	138
8.4.2	财务规划的支出预计及控制	140
8.4.3	财务规划的收入预期及控制	140
第 9 章	风险评估及解决方案	142
9.1	风险全面预估	143
9.1.1	风险性因素	143
9.1.2	风险爆发可能性事件	146
9.1.3	风险财务损失及生态损失	147
9.1.4	风险管理与控制	147
9.2	风险类型	148
9.2.1	按风险产生的原因分类	149
9.2.2	按风险标的分类	150
9.2.3	按风险性质分类	151
9.2.4	按风险产生的社会环境分类	152
9.2.5	按产生风险的行为分类	152
9.3	风险的规避与处理	153
9.3.1	自然风险的规避与处理	154
9.3.2	社会风险的规避与处理	155
9.3.3	政治风险的规避与处理	155
9.3.4	经济风险的规避与处理	157
9.3.5	技术风险的规避与处理	157
第 10 章	退出机制	159
10.1	投资人退出的方式	160
10.1.1	股份上市	160
10.1.2	股份转让	161
10.1.3	股份回购	162

10.1.4	公司清理	162
10.2	投资退出机制的撰写	163
10.2.1	退出机制的条件设计	163
10.2.2	退出机制的经典案例	165
第 11 章	摘要撰写方法	166
11.1	摘要的规划	167
11.1.1	规划摘要内容的注意事项	167
11.1.2	摘要的整体内容	168
11.2	摘要的细分内容	169
11.2.1	市场情况	169
11.2.2	企业情况	170
11.2.3	产品情况	171
11.2.4	团队情况	172
11.2.5	竞争优势	173
11.2.6	回报预期	174
11.2.7	财务情况	175
11.2.8	营销情况	176
11.2.9	退出机制	177
第 12 章	商业计划书撰写呈现规则	178
12.1	撰写布局原则	179
12.1.1	依照逻辑先后顺序撰写	179
12.1.2	依照轻重缓急程度撰写	181
12.1.3	依照突出重点、覆盖整体的原则撰写	182
12.1.4	依照易理解、可视化方式撰写	183
12.1.5	依照投资人的具体情况撰写	184
12.2	用字规则	185
12.2.1	文字简洁，突出主体与局部	185
12.2.2	专业术语、歧义词的处理方法	185
12.2.3	文字务实，以事实为依据	186
12.3	用图规则	187

最打动投资人的商业计划书

12.3.1	突出图片内容的逻辑性	187
12.3.2	突出图片内容的直观性	188
12.4	用数据规则	189
12.4.1	表格运用的方法与实例	189
12.4.2	数据图运用的方法与实例	191
第 13 章	商业计划书必须突出的 8 项数据	193
13.1	市场数据	194
13.1.1	市场规模数据	194
13.1.2	竞争对手数据	196
13.1.3	用户变化数据	197
13.2	财务数据	199
13.2.1	资金投入数据	199
13.2.2	资金产出数据	200
13.2.3	现金流变化数据	201
13.3	投资数据	202
13.3.1	融资目标数据	202
13.3.2	融资进度数据	203
第 14 章	PPT 不可或缺	205
14.1	清晰易读	206
14.1.1	大号字使用方法	206
14.1.2	粗体使用技巧	208
14.1.3	简单字体使用技巧	209
14.1.4	高对比度背景使用技巧	210
14.2	简单明了	211
14.2.1	一张图片只传达一个意思	211
14.2.2	幻灯片数量在 5~7 页为宜	213
14.2.3	不要希望将所有的点都涂在上面	213
14.3	显而易见	214
14.3.1	你只有 180 秒	214
14.3.2	投资人很容易分心	215