附件2：

青岛理工大学—大学生创意项目计划书（未注册公司）

**一、项目概要**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **团队名称** |  | | | | |
| **项目名称** |  | | **所属行业** | |  |
| **基本投资金额** |  | | | **适合人群** |  |
| **经营模式** | □ 联锁加盟 □ 区域代理 □ 特许经营 □ 委托管理 | | | | |
| **创业项目介绍** | 描述创业项目的创意来源与可行性，突出产品与服务的新颖性、独特性和可行性，与国内外同行业其它公司同类技术、产品及服务的比较，如拥有的专门技术、版权、配方、品牌、销售网络、许可证、专营权、特许权经营等行业优势。 | | | | |
| **市场机会** | 指已经出现或即将出现在市场上，但未得到实现或完全实现的市场需求。 | | | | |
| **商业模式**  **（盈利模式）** | 即盈利的模式，企业从哪里获得收入，获得收入的形式有哪几种？客户是谁？卖什么产品服务给客户？为客户带来什么价值？竞争壁垒是什么？此部分也可以谈谈企业的盈利渠道，获得收入的形式有哪几种？ | | | | |
| **投资额（元）** |  | **投资收益率（第一年）** | | | % |

**二、市场分析**

|  |  |
| --- | --- |
| **市场定位** | 1、产品定位：侧重于产品实体定位质量/成本/特征/性能/可靠性/实用性/款式。  2、竞争定位：确定企业相对与竞争者的市场位置。  3、消费者定位：确定企业的目标顾客群 ，指你究竟想要把产品卖给谁？ |
| **目标客户** | 可以按照客户年龄、地域、收入、偏好、消费习惯等分类。 |
| **市场预测**  **（市场占有率）** | 在已有“市场机会”的基础上着重分析市场容量等市场需求情况及其变化趋势；企业提供的产品或服务所占的市场份额。 |

**三、营销计划**

|  |  |
| --- | --- |
| **营销计划书** | 在销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略；在广告促销方面的策略；在产品销售价格方面的策略；在建立良好销售队伍方面的策略；如何保证销售策略具体实施的有效性；对销售队伍采取什么样的激励机制等。 |
| **项目成功案例** | 首家直营或加盟店的成立时间，目前在运营的店的数量、分布区域、运作的情况等。 |
| **竞争分析** | 列出在本公司目标市场当中的1-3个主要竞争者；分析竞争者的优势和劣势。 |

**四、管理团队**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **姓名** | **年龄** | **职务** | **学历及专业** | **主要工作经历** | **优势专长** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**五、合作条件**

|  |  |
| --- | --- |
| **加盟代理条件** | 对合作伙伴的要求，对场地、选址、环境等方面要求的描述。 |

**六、企业愿景**

|  |
| --- |
| 企业及其内部全体员工共同追求的企业发展愿望和长远目标的情景式描述，对企业发展具有导向功能，对员工具有激励与凝聚作用。 |

注：创业（商业）计划书要求表述条理清晰，应避免拖沓冗长，力求简洁、清晰、重点突出、条理分明；专业语言的运用要准确和适度；相关数据科学、详实。