附件五

**选拔赛项目创业（商业）计划书参考执行目录**

**一、项目摘要**

**二、目录**

**[第一章 项目概述](#_Toc519067989)**

[1.1 项目背景](#_Toc519067990)

[1.2 痛点分析](#_Toc519067991)

[1.3 目标规划](#_Toc519067992)

[1.4 市场前景](#_Toc519067993)

**[第二章 行业市场分析](#_Toc519067994)**

[2.1 市场痛点分析](#_Toc519067996)

[2.2 市场规模预测](#_Toc519067999)

[2.3 市场定位](#_Toc519068000)

[2.3.1 现有设备状况分析](#_Toc519068001)

[2.3.2 产品定位](#_Toc519068002)

[2.3.3 企业定位](#_Toc519068003)

[2.3.4 竞争定位](#_Toc519068004)

[2.4 市场同类产品数据分析](#_Toc519068005)

**[第三章 竞争分析](#_Toc519068006)**

[3.1 竞争者市场基本状况](#_Toc519068008)

[3.2 客户分析](#_Toc519068009)

[3.2.1 已知客户分析](#_Toc519068010)

[3.2.2 潜在客户分析](#_Toc519068011)

[3.3 与竞争对手间优劣对比分析](#_Toc519068012)

**[第四章 项目产品](#_Toc519068013)**

[4.1 产品介绍](#_Toc519068015)

[4.2 工作原理](#_Toc519068022)

[4.3 该产品与现有技术相比具有以下优点](#_Toc519068023)

[4.4 该产品的有益效果分析](#_Toc519068024)

**[第五章 商业模式](#_Toc519068037)**

5.1 价值主张

5.2 客户细分

5.3 客户关系

5.4 渠道通路

5.5 合作伙伴

5.6 关键业务

5.7 核心资源

5.8 成本结构

5.9 收入来源

**[第六章 市场计划与营销策略](#_Toc519068038)**

[6.1 产品策略](#_Toc519068041)

[6.1.1 产品概念简介](#_Toc519068042)

[6.1.2 产品预测周期](#_Toc519068043)

 [6.1.3 感性设计](#_Toc519068044)

[6.2 定价策略](#_Toc519068045)

[6.3 销售策略](#_Toc519068046)

[6.3.1 销售策略](#_Toc519068047)

[6.3.2 销售渠道](#_Toc519068048)

**[第七章 财务](#_Toc519068049)**

[7.1 基本财务报表](#_Toc519068051)

[7.2 财务分析](#_Toc519068053)

[7.3 财务预测](#_Toc519068054)

**[第八章 风险预测](#_Toc519068054)**

[8.1](#_Toc519068054) 风险分析

8.2 预防措施

**[第九章 团队介绍](#_Toc519068055)**

[9.1 团队基本信息](#_Toc519068057)

[9.2 组织架构](#_Toc519068058)

[9.3 成员优势](#_Toc519068059)

[9.4 指导教师](#_Toc519068060)

**[三、附件](#_Toc519068060)**

（[项目](#_Toc519068061)有利资源、所获专利、项目扶持企业、项目所获荣誉等）