附件2

《项目计划书》范式B

**第八届中国国际“互联网+”**

**大学生创新创业大赛**

**项目计划书**

（此模板仅供参考，正文板块可微调）

项目名称：

参赛组别：

项目负责人：

所在学院：

专业/学号：

联系电话：

团队成员：

指导教师：

指导教师所在单位：

指导教师联系方式：

版权保护声明

1.本项目版权归项目负责人XXX及其团队成员XXX、XXX、XXX共同所有；

2.未经项目负责人允许不得将本项目技术、模式等创意用作他用，特别是商业应用，否则将视为侵权；

3.借鉴或者引用本项目内容请注明来源及原作者；

4.对于不遵守此声明或者其他违法使用本文内容者，本人依法保留追究权等。

目 录

一、

 （一）

1.

|  |  |
| --- | --- |
| 项目名称 |  |
| 项目负责人 |  | 性别 |  | 民族 |  | 学历 |   | 出生年月 |  |
| 学号 |  | 联系方式 | 手机: 邮箱： |
| 指导教师 |  | 联系方式 | 手机: 邮箱： |
| 指导教师 |  | 联系方式 | 手机: 邮箱： |
| 负责人参与科研的情况 |  |
| 项目组成员参与科研、实践情况和相关成绩 |  |
| 指导教师承担科研课题情况 |  |
| 项目组主要成员 | 姓 名 | 学 号 | 所在学院/专业 | 项目中的分工 | 联系方式 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

一、项目概述（第一印象很重要，交代清楚的项目的核心内容）

**（800字左右）**

**（一）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，用相关案例、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，这些原因其实就是痛点，为你接下来介绍解决方案做好铺垫，从而形成前后呼应、环环相扣、主线明确的一个思路。

原因分析不要笼统，要就事论事，逐条按点写清楚，分析要深入、客观，不要浅尝辄止。

**（二）怎么做**（产品、创新模式、解决方案）

针对上面提到的市场问题，要对症下药，提出问题解决的方案，这样符合阅读思维。怎么做，主要讲清楚产品的技术、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，不要长篇大论。

**（三）做到哪里**（运营现状、成果展示）

 相关产品专利申请的数量、服务客户的数量、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。从不同层次、不同维度展示成果。

 展示方式可以图文结合，特写+淡写结合，主次、轻重有别。

**（四）核心竞争力**（特点、优势、创新性、技术保护）

 主要证明你能做的比别人好，从产品技术/服务模式创新、可行性，以及技术或资源的独特优势等进行分析。同时，要比较同等产品或替代品，在性能、价格等方面有哪些竞争优势。

二、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）

（一）市场问题描述

通过案例、报道、故事引入，图文结合，数据描述，然痛点够“痛”。

（二）市场原因分析

有问题，必然有原因，一定要揪出问题的本质，客观、深入分析原因，逐条写清楚。

（三）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，最终要证明这个市场很大。

三、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）

1. 产品技术

 用什么技术，实现什么功能，解决什么问题，清晰明了提出来。技术参数、路线、方案，以及实现效果要描述清楚。

1. 产品图片

 实物图、模型图、操作流程图，配以文字说明。

1. 产品优势

 创新性、市场可行性、技术保护（专利、技术等）

 竞品分析，包括性能、价格，最好用表格进行对比，这样可以一目了然。

四、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）

1. 商业模式介绍

最好制作一个商业模式图，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。

1. 盈利模式分析

 主要说清楚哪些环节、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。

五、运营现状（成果展示）

1. 与本项目相关的技术专利、内容、数量
2. 合作客服有谁，数量，成交金额
3. 带动就业人数
4. 解决市场问题的成效（前后对比，突出社会价值）
5. 媒体报道、领导肯定、相关获奖

六、营销策略

1. 目标客服分析

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。

1. 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、渠道等都可以是策略，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。

1. 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（产品包括物质产品、服务产品或模式），一般来说，我们的促销策略、价格策略、服务策略等都是在该环节出现的，目的就是让客户信任我们，购买我们的产品或服务。具体、可行的方案要逐一描述。

七、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/政策环境等

 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

 【备注】SWOT分析最好用表格的方式。

八、风险分析及应对

1. 资金风险

风险分析：生产、销售环节需要大量资金，出现断链就会运营不下去等。

应对措施：专利技术抵押贷款、自筹、众筹，参加各类比赛获奖的资金扶持等。

1. 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；风险研发周边应用产品，相辅相成。

九、财务数据及融资（此项如果不涉及，可不写）

1. 股本机构及融资需求

目前股本结构，谁占股多少，凭什么占股（主要贡献），写清楚；预计出让多少股份，计划融资多少钱，这些钱用于什么地方，写清楚。

1. 财务数据报表

盈利分析表、销售预测表，或者其他相关报表。

【备注】建议先制作财务明细表，再转由财务人员制作专业的财务数据报表。数据预测合理、客观，不要过度膨胀。数据要符合规律，不要凑整数、等差等比。

十、团队成员介绍

项目成员：专业专长、担任职务、具体负责事项，如果已有成绩，可附上。同时要附上成员形象照片，（不要过于美颜）

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，而不是只挂名而已。

十一、未来计划

半年、一年、两年

用具体的手段和策略事项具体的目标，而不是轻描淡写你要怎么做。

 【切记】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。

十二、附录附件

 证书、专利介绍；项目其他有关周边内容；关于技术实现的详细方案；调研数据、图片等作证材料