

# 贵州项目建议书公司

产品名称	贵州项目建议书公司
公司名称	贵州云叶科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	贵阳市南明区国际中心1号楼
联系电话	18208473065

## 产品详情

### 建议书

建议书是你面向读者的大卖点。解释请清晰而简明地解释以下内容：你打算做什么；你打算如何做；你打算在哪里做；你打算什么时候做；你为什么能成功；你还需要什么才能将计划付诸实践；你的付出会有怎样的回报。章节标题的安排为建议书搭建好了展开的场景。在这里，你可以清晰而有力地展现你有何理由要求读者去做一些什么。

**提案：**提案指的是你要做什么、何时做和怎样做。在这里一般不用谈“为什么”的问题，因为你要做这件事情自然是为了打造一个可盈利的企业。不过，如果你们是一个具有社会目标的企业，那还是需要解释这么做的原因。对某些特定的提案而言，地点也是非常重要的，因此在地址起到关键作用时也应被写入提案。请用清晰的语言阐述你要做的事情。请不要写得太长、太混乱。写下你的目标，在目标达成时读者自然就会明白。目标应当是这样的：明确的不要定下模糊而含混的目标。读者必须确切了解你打算实现哪些内容。在这里，一定不能出现任何类似“可能”这样令人困惑的字眼。可实现的没有必要设定一个不可能的目标，例如，成为行业——这在读者看来是完全没有可能实现的。更好的做法是设定一个不那么宏大且靠谱的目标。可测量的对目标应当有清晰的诠释，这样我们才有可能知道什么时候达成了目标。例如，说自己想被视为行业之一实在是太含糊了。你希望谁能认可你？你又如何知道何时你可以达到这个目标？而换个角度设定目标，如开办4家零售店，占据伦敦25%的市场——这样的目标却是非常容易测量的。如果你后开办了5家零售店，占据了35%的市场份额，显而易见，你已经超额完成了预期目标。有用的 在上面的例子中，读者或许会问“实现了目标又会怎样”这类问题。成为市场之一又有怎样的好处呢？时效性 为目标设定一个完成期限十分重要。例如，假如你打算占据30%的市场份额，又没有给自己定下实现时间的话，读者可能会对此产生怀疑。如果你定下了一个不现实的时间点，读者也不会相信你的。

**你为什么能成功：**这或许是你的建议书中重要的部分了，也应该是一份关于你的团队为何会成功的清晰陈述。你要谈谈你们自身、你们的时间进度、你们的产品、你们的分销渠道、你们的定价、你们的同盟或市场都有哪些独特之处。读者想要看到的是这些与众不同的地方，这会让他们脱颖而出。

**要你所想要的：**请明确你需要的东西和时间，并且提出这些要求。记住，书面的计划书只是你申请的一个组成元素。通常，但并非总是如此，你将会有机会和计划书的收件人沟通或通信。请再次向他们要求

你所想要的！有些人十分明确自己提供给投资人的回报能够达到怎样的程度，因此他们能够确切地告诉读者自己可以提供什么。但请小心，因为在有讨论和谈判空间的情况下，这有时会引起不是肯定就是否定的回复。作为原则，你的业务预测应该止于交易利润（当然要排除利息之外的开销），让财务人员来处理适用的财务结构和利率。如果你知道自己需要30万美元的资金，外加价值20万美元、为期3年的银行担保，请明说。在这里没有必要对交易进行精确的计算：如股权与债务之间的分离及确切的条款等。你一定会遇到一些想以不同方式做事的人，也可能会遇到比你所需更好的条件，因此请为谈判留下弹性空间。

你都做了哪些投入：对现成的业务来说，很重要的一点是明确哪些人拥有多少股份，以及是谁投资了这项业务。你可以在计划书的背景部分解释这部分是如何运作的。你必须同时对下一个阶段哪些人将投资多少钱做好规划。

第二轮融资：不少业务都会经历下一轮甚至更多轮的融资，而这些很可能是计划之外的，在初的文档里提到这些可能性并不奇怪。这种情况可以表述为：“如果销售目标超额完成，那么下一年我们会进一步筹资，实现更快速的扩张。当然，在一定程度上，投资人对这种筹款的态度就不会如当前这么慷慨了。”在业务开展初期就提出对未来筹资的关注的好处在于，这样做能够在进一步寻求资金支持时化解潜在投资人的不满情绪。不过，重要的是对此要做出可量化和明智的陈述，千万不要得意忘形、自以为是，谎称马上就能获得大规模的融资。

拿下合约：拿下合约的后一个关键因素是向读者承诺回报，让他们知道回报中有多少是分给他们的。这也许不是直接的金钱回报：你可以向政府机构贡献社会福利，或与分销商结成长期贸易伙伴关系。不论回报的形式如何，商业计划书的目的就是为投资、贷款、贸易合约、许可等提供回报。请拿下合约。你已经详细阐释了你的项目，以及它为何会取得成功。你也向读者提出了你的需求——现在，终于可以明确他们能从中获得多少回报了。

退出机制：投资者的回报形式可以多种形式出现：股票红利、贷款利息、与他们其他业务利益相关的贸易优惠和董事费等。不过对投资于业务股份的一些人而言，大部分回报都来自未来某些时候出售股份获得的收入。尽管在他们看来投资分红是令人满意的，但是投资者在未来还是可能想灵活地出售自己的全部或部分股份。因此，你常常要告诉这些投资人如何卖出自己的股份。出售的方式大致有以下三种：股权转让、部分转让、上市

要点总结 制作一份清晰的建议书，内容涵盖要做的事情、方式、地点和时间。 提出你想从读者那里得到什么。 明确你可以给他们带来的回报。 避免表现得太贪心。

## 预测

严格来说，预测属于财务问题，应放在财务板块内；但这个问题又非常重要，因此在本书中我们专门用一章的篇幅来详细阐述。预测是整个计划书的核心。它不仅会告诉读者今年、明年的业务目标方向，更会告诉他们长远的业务目标。它用数据表示业务发展的趋势、你的假设及假设中这些数字对变化的敏感性。它能够向投资人、雇员或业务合作伙伴说明你们的产品或服务，让他们自己去判断这份计划书是否可靠。

销售预测：或许并非全部但几乎所有的事情都会因销售预测而发生。销售预测是非常直接的，但通常会带来问题，因此在准备销售预测时，应按照系统性的方式一步步来。假设你们有四种产品，A、B、C和D，并打算分别以P1、P2、P3和P4的价格销售。在开始阶段，你需要决定何时以何种价格销售哪件产品。我认为在这个阶段出现问题，也许是因为人人都知道这只是一种猜测；在这里你不可能做到百分之百的确定，然而猜测让人感到不舒服。但请别担心，因为关于你可能猜错了的担忧可以在后续环节处理。请先尽你所能去做好猜测，然后用理由验证你的猜测。

成本：你可以通过和销售类似的方式预测成本，但在这里你还要完成内容结构上的规划。成本的主要分类通常有以下几种：直接成本或销售成本 这些指的直接投入在产品销售上的成本，如材料成本、制造产品的人工成本和与这些直接相关的一定比例的开销；产品分销 如果在产品的分派、委托销售或销售代表上的花费是一笔很大的开销，那么你可能要将这些单独列出来；员工成本 这项成本应进行彻底而细致的计算。你们有多少员工？他们的工资是多少？请不要忘记个人所得税及病休和假期的成本；不动产 包括租金、服务费和不动产税等；企业一般管理费用 这里包括了无法直接列入产品销售相关费用的公共事业及服务的成本，如邮费、文具费、公共事业费和费用等；折旧费 这个类别的计算可能会比较复杂，需要会计的协助；金融费用 这里指的是利息，但不包括算作企业一般管理费用的贷款偿付和银行费用。

五年预测：五年预测是很有用的一种预测方式。它们对消耗废纸相当有帮助，比如做纸飞镖，或是在无聊的时候将废纸卷成小球丢进垃圾桶。公平地说，在某些行业里，预测很有可能在未来能保持一半的准确性。很显然，这样的预测在指明你们的前进方向上是非常有帮助的，它能告诉你们，如果遵循计划书能够获得什么样的结果。金融家们当然想知道，如果所有的计划都兑现了能带来多少收益。因此，商业计划书里是否有预测并不是重点，重要的是保持可靠性，不给读者制造麻烦。你可以用一个板块来提供预测信息，展示未来1~3年的预测概述——如果你有好的理由的话，也可以提供五年预测。这个理由可能是一份靠谱的、在五年内让公司上市的计划书，或是在五年内偿清借贷的方法。你好提供一份可信的且令人印象深刻的2~3年的展望，而非大量无人相信的数据。请将过往交易的概述和对未来的预测用相同的形式列在一起。不要让读者为了比较过去和未来的数据而在文档中费力搜寻。请把前两年的详细数据放在附录里。没有人会相信一份详细的五年开销分析。如果有人想了解这些细节，可以应要求制作这些内容。当然，你的概述必须是真实可信的。如果关键的比率（如开销/销售额）每年都有较大的变化，那么请对此做出解释。

计划书的检验：提供数据的同时，要对这些数据做解释。这些数字意味着什么呢？你要讲述的是故事，并且应当诠释得简单清晰。请不要让读者花费大量时间去分析，也许他们会得出错误的结论，并因此不再青睐你的项目，而你很可能不再有机会去解释。敏感度120请阐述销售额和销售成本是如何从产品中分离出来的。以你的企业制作扫帚和拖把为例，如果这些产品的收益大不一样，那么请分别指出每样产品的期望销售情况及期望的利润。

敏感度分析是一种在事情相比预期有些许差距时衡量后果的计算方式。使用计算机里的电子表格软件能够轻松完成这项工作，因此当你在计算敏感度时，不要一次只分析一种情况。如果你太过于乐观，那么有可能将销售额预计得过高，成本预估得太低，而对于获得政府授权的速度又预估得过快。在现实情况下，同时出现问题的事情一般都不止一件。因此，同时考虑这些情况能够考察出计划的稳健性，但是别以为出现问题之后你不用采取任何行动。如果你能够测算出销售放缓的后果，那么你就能形成减少生产人员或削减广告预算之类的应对方案。

重要假设：并不是所有的假设都是同等重要的：有些假设对于一项投机业务的成功是至关重要的，而其他则只能对终的利润和现金流产生微不足道的影响。

要点解释：请提供关键的比值，如毛利率、员工成本和不动产成本占销售额的比例。如果预测中这些数值发生了变化，请对此做出解释。

要点总结 请重点关注少数关键的假设，并提供足够的依据说服读者。一步一步完成你的预测，请不要跳跃式地猜测。在关键假设的结果比预计要差的情况下，计算结果的敏感性。请对你提供的数据做出清晰而简明的解释。更多预测请参见附录2和附录3。

## 财务信息

你需要放在计划书中的财务信息的总量将随着情况而变化，这主要取决于以下因素： 你所描述的业务

的规模和复杂度 大型且复杂的业务需要大量的投资，因此也需要许多详细的依据；而小型业务描述起来更加简单，所需的调查证明也更少； 业务是否已经在交易了 如果业务已经有了交易行为，你需要提供至少三年的账目——如果这些账目可用的话，重要的是近年来的账目，哪怕是一份草稿你也必须提供； 计划书的读者是谁 例如，你提供给投资人的财务细节可能要比提供给规划部门的多得多。

在财务数据中，必须提及以下四个关键元素： 损益账户； 资产负债表； 现金预测； 资金流。

不论你的业务是什么，请别花费大量时间进行电脑预测，它只能猜测投资人的财务结构。你很可能会得出错误的答案，而投资人不得不重新做一遍。请在写到企业交易结果的时候打住，并且不要再考虑利率、权益和债务融资等内容，只要提出你的业务需要多少资金，又能带来多少利润就可以了。

**损益账户：**原则上来说，损益（profit and loss，简称为P&L）是很简单且直观的，它是商业机构成功的关键。P&L包含一个收入清单，首先计算收入总和，然后扣除成本，后得到净利润或净亏损。

**现金预测：**利润预测和现金预测的关键差异在于收入和支付的时间。预期利润总额将花费很长时间才能和产生的现金相匹配。然而，在短时间内，你可能要允许以下两种类型的支出：设备和计算机软件，这些支出将在利润表上出现多年，但是在真实世界里它们就是立即支付的现金；通过股票收购来建立业务，这么做不会影响损益账户，但是依然会花费你的现金。如果现金流入的时间无法匹配你的现金支出，那么你可能无法支付账单，而生意也会就此失败。

**敏感度：**你的计划书对错误的敏感度有多强呢？通常会发生的情况是你要花费比想象的更多的时间去实现销售。如果这种情况真的发生了，那么它会对你的现金需求峰值产生怎样的影响？因此，你应该在计划书中做一些关于“如果发生……会怎样”的场景分析。证明你能够在经济衰退、没有订单或业绩未能达成目标的情况下生存下来。不过，企业达不到自己目标的情况要远比他们实现目标的情况多得多：这就是生活。

**盈亏平衡：**尽管只是一种经验，就财务数据对变化的敏感性而言，盈亏平衡分析有很好的感知。它并没有考虑某些特定事情出错的可能性，也没有考虑到可能出错的范围：这些问题我们会在后续关于风险的章节中详细阐述。盈亏平衡分析只是简单说明了销售额减少（通常以百分比表示）多少会导致业务盈利为零。为了计算这个数值，你需要将业务成本划分为三个类别：固定成本、可变成本和半可变成本。

**筹资：**除非你真的别无选择了，请不要向银行借款弥补损失。开创业务的成本可以通过权益资本提供，权益资本是来自投资人的不用承担任何利息也不用偿还的资金。直到业务成功时，投资人才会想要回收红利。借贷的麻烦在于，尽管你的业务进展得不太好，但你还是要偿还利息并付清本金。而银行也可能在你不方便的时候想把钱收回来。正因为如此，新企业的一笔款项通常来自投资人。关于现金后要考虑的是，投资人同样想通过你的业务获得收益，他们也许不会马上要钱，但终是会提出要求的。

**调节和复核：**你的现金流预测和一年期的损益应该做到相互调节。大体上说，如果你留下了净利润，加上了折旧，减掉了资本支出，并且根据业务的运营成本（库存及减去预收的应收账款）做了相应的调整，那么你应该能够获得现金流的具体数据了。如果你无法调节这两者，那么请寻求一些帮助并找到确切原因。请记住，你的计划书的读者很可能会去核查那些看上去很不好的错误。他们可能会在瞬间丧失信心。

**时间安排：**如上文所述，关于资金重要的一点是时间的把控——如开始筹款的时机，需要付账的时间点，以及交易活动产生账单的时刻等。一家企业可能会遇到严重的问题，尽管有时资金已经在路上了，但很有可能它的到来会延迟。因此，在做现金流预测时，你应该首先想到资金的收付时机。

**资产负债表：**资产负债表用于反映企业的资产和债务情况。它以会计理论的本质——复式记账——为基础。它告诉我们，任何资产都必须由资金来源（负债）去支付。主要的财务比率有： 毛利率； 资产负债率（又作杠杆比率）； 利息保障倍数； 应收账款天数； 应付账款天数； 存货周转期； 流动比率。

**趋势：**在讨论风险的时候，我们提到了数据中的趋势。就像思考我们可能会做错什么是非常重要的，考虑关键指标改变的方向并且去理解它们也是很重要的。如果你在解释中谈到了规模经济，那么读者就会想看到利润额的上升，如果这个数据并没有表现出这样的趋势，你就必须做出解释。因此，请核实这些数据是否真的有意义，并且要使它们和你的解释及实际趋势保持一致。不要提供那些毫无意义的趋势。例如，不少现有业务的商业计划书都会提供过往年份的稳定的销售额或利润额，然而，在预测中这些数据出现了突变，呈现出了戏剧性的上升趋势。请调整你的预测或确保你能够有说服力地解释清楚这种稳定状态下的突变。

**要点总结** 每份商业计划书都需要用财务信息去支撑自己的内容。 你需要会计师帮你整合这些财务数据吗？ 数据和文字内容必须一致。

## 风险

风险这部分内容一般会出现在商业计划书中与预测相关的板块里。按逻辑顺序，应将其放在建议书对假设的详细阐述之后。为什么要讨论风险问题呢？因为在提出该问题时你就掌握了话语权：你认识到自己的计划书可能像其他人的一样会出现风险，如果你假装自己的建议毫无风险，那么投资人或项目合作伙伴都不会对你给予重视；你有机会去解释那些读者可能会想到的问题，如果你先发制人，提出问题，就能够帮助强化你的观点。这里有一些应对危机的方式。例如，你可以： 证明某些事情发生的概率很小； 表明危机事件的影响不足以严重损害整个业务； 阐述你将如何应对逆境。

我们在哪里出现了差错：我们应从他人的错误中汲取经验。在短时间内我们实实在在地受到了来自电子书销售的威胁，但我们却低估了它们终会占据的市场份额。我们还遗漏了圣诞节销售高峰时期超市大规模促销书的影响力，我们输给了时间。竞争对手总是先于我们进入市场，并且总是能够得到佳的销售地段，而我们不得不冒险选择次优地段。

长期问题和短期问题为了将事业发展得长远，你需要先在短期发展中存活下来。请别浪费精力为未来10年的发展担忧，因为假如你在计划的年中取得了巨大成功，你就有足够的时间去进行调整和改变！因此，你可以提及长远的威胁（及机遇），但请将重点聚焦于之前的那段时间。

**聚焦大事：**应用DIM原则——“这重要吗”（Does it Matter）原则。由于担心系统的适应能力，我提出了一个资本支取计划，用以在交易高峰期到来之前更换我们现有的计算机服务器。服务器出现故障的可能性不大，然而近期发生的一些小型故障表明问题的后果可能会很严重。因此，上述决策是战略性的，它解决了运营问题。然而，我却接到了一个针对该提议的意料之外的反馈：尽管有直接同意的原则，但为了处理项目的财务问题，董事会推迟了这一决策。正是因为这么做至关重要，董事会才推迟了这项已经着手进行的解决方案。这件事的原因在于，董事会看重的并非这个大问题，而是另外一个次要问题。然而，实际上财务并不是关键问题，我们的现金流可以支撑目前的开销。这件事的教训在于，你必须充分表达你的计划，让读者对他们必须采取的重要决策引起重视，同时弱化那些小问题。请想一想你的读者将对你的提议做出怎样的反馈，并将他们引向正确的方向。

**别忘了日常问题：**，几乎每个企业都存在系统风险。请不要只关注这个问题而忽略了其他业务领域。

**要点总结** 每个企业都会有风险。 请说说你们的主要风险有哪些，它们出现问题的可能性有多大。重要的是，你应该（简要地）阐述风险发生时的应对方式。

## 法律问题和商业机密

在向某些人发送商业计划书或销售备忘录时，如果他们既非投资人或金融机构，也不是顾问，这么做很可能引起一些重要的法律问题。此外，根据某些已经确定的协议，在规定的时间点发送某些计划书也会引起同样的问题。现在，英国的法律规定，你在当前处理的计划书文档可以作为招股说明书，其中所

有内容都要有相关的会计报告。假如你将要从事的是一项大业务，那么提供会计报告是非常有帮助的；相反，如果你要做的是小业务，那么会计报告则显得有些多余。如果你的文档被发给了50个或更多的人，那么风险几乎是必然的。此外，还存在这样一种风险：一些读了你的计划书后投资于你或购买了你的业务的人在发现业务运行得不太好的时候，可能会认为你在计划书中做了虚假陈述而因此起诉你。

为了避免这些风险，你需要认真咨询你的律师，律师会为你起草一份妥当的、由计划书收件人签署的信函及计划书的一份序言。这封信函将让收件人做出自己是投资人或他们即将寻求建议的保证，而你的计划书的序言将进一步强调这些内容：这份文件是一份信息备忘录，并非招股说明书（文中不会直接提到这个词），自然也不是报价文件；这份文件不会被作为合同的一部分；董事和持股人不会对文中信息的准确性提供任何担保；收件人不应完全依赖文档，而应自己做好业务的调研工作。

不论商业计划书是发送给了潜在的业务合作伙伴、银行还是未来的员工，这里通常都会涉及关于信息保密的重要问题。这里有几种解决方式：让收件人签署保密协议；在计划书开头插入一段文字，赋予读者保密的义务；省略敏感信息。

保密协议的长度可以是传统的半页纸信函，或是商业银行在出售业务时签署的多达5~6页的文档。它的长度依情况而定。在附录1中，我们提供了一份非常简短的附信。然而，这只是一个实例，如果你非常重视保密问题的话，你还是应该咨询律师。保密协议通常包含以下内容。对所提供的信息进行定义，并且明确信息是有价值的，将这些信息传播给未经授权的人员会对业务产生损害。（通常要强调这里的信息指的是没有在公共领域传播过的信息。）文档接收者对信息保密：——请文档接收者保密；——文档接收者不可以在他们自己的业务中使用相关信息（如果你的沟通对象是你的潜在竞争者，这一点则显得尤为重要）；——文档接收者只能将信息传达给他们的员工、咨询师，并且以同样的方式强制他们对文档进行保密。

**要点总结** 请不要把你宝贵的信息交给不信任的人。你可以通过保密协议保护你的创意，但请注意这些条款有的很难实施。请不要提供一些因为你没能实现它们而可能被别人起诉的信息。