**南京邮电大学通达学院大学生创新创业中心入驻申请表**

|  |  |
| --- | --- |
| **项目名称** |  |
| **项目类型** |  |
| **是否获得投资** | □是 □否  | 所获投资金额 |  |
| **项** **目****负****责****人** | 姓名 |  | 性别 |  |
| 学院 |  | 学号 |  |
| 专业 |  | 班级 |  |
| 联系电话 |  | 邮箱 |  |
| **指****导****老****师** | 姓名 |  | 职称、职务 |  |
| 所在单位 |  | 联系电话 |  |
| 指导过的创业类项目或者竞赛 |
| **创****业****团****队****人****员****信****息** | 姓名 | 性别 | 学院/班级 | 学号 | 联系电话 | 项目分工 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 一、立项各级创新创业训练计划项目、获得国家专利、创业大赛获奖等相关荣誉 |
| 二、项目简介（500字以内，产品或服务、创新性、市场前景等；具体内容另附商业计划书，后附模板供参考） |
| 三、对创业孵化基地场地需求的原因 |
| 四、项目（企业）入驻孵化基地一年、三年发展计划 |
| 五、项目负责人承诺：本人承诺本项目无任何知识产权纠纷，若选拔入驻南京邮电大学通达学院“大学生创新创业中心”，将严格遵守学校的相关管理办法，认真开展项目训练、孵化工作。 负责人签名：  年 月 日 |
| 六、指导老师意见：指导老师签名：  年 月 日 |
| 七、项目负责人所在学院意见：负责人（副书记）签名： （学院公章）年 月 日 |
| 八、学校意见：负责人签名： （公章）年 月 日  |

商业计划书编制参考模板

商业计划书一般有以下部分：1、执行摘要；2、项目背景；3、产品技术或服务；4、市场分析；5、营销策略；6、公司管理；7、投资（融资）分析与财务分析；8、风险分析；9、风险资本的退出；10、附录。

参考提纲如下：

执行摘要

整个商业计划书的浓缩和精华，涵盖计划书的要点，就公司性质、产品技术、应用领域，产品与市场定位、核心竞争优势，公司成长性，预计投资收益，公司愿景与战略进行归纳阐述。描叙要简洁、清晰、客观、逻辑性强。

目录（正文目录）

第1章 项目背景（或产业或行业分析）

主要描述项目的提出原因：你准备进入的是一个什么样行业?评价所选行业的基本特点特征，描述该行业的现状及存在的问题、行业竞争状况，该行业的发展方向，我国发展该行业的政策导向。

第2章 产品技术与服务

主要对产品技术（或服务）做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使非专业人员（投资者、其它行业的管理人等）也能看得明白。

一、产品技术类项目

（1）产品技术的概念、性能、特性及应用领域，产品定位清晰；

（2）产品的核心技术及由来，技术的成熟度（处于研发阶段（样品、小试、中试）、工业化还是商业化阶段）；

（3）产品技术的先进性（在国内或国际处于先进、领先水平，创新性、唯一性、填补空白……）；

（4）产品技术的市场核心竞争力、竞争优势明显，在产业链上所处位置等；

（5）产品技术的市场前景；

（6）产品技术的知识产权要清晰等。

二、文化创意与服务咨询类项目

（1）介绍公司的服务性质、对象、特点、领域。

（2）提供的服务满足了客户的什么需求？为被服务者创造了什么价值?

（3）服务的独特性、创新性；市场竞争力与核心竞争优势；服务目标的市场前景。

（4）如涉及知识产权的如商标权、软件著作权等要清晰。

第3章 市场分析

阐明应用领域，市场定位与产品定位。市场分析要聚焦到目标细分市场与目标客户群，定位要准确清晰。即需要界定目标细分市场在哪里，市场的切入点在哪里？市场进入门槛，市场特征分析、目标市场的规模（容量）、市场占有率、增长率；目标细分市场的主要竞争对手分析以及竞争优势比较（定性与定量）。除了以上内容，还需对公司运营的商业模式，盈利模式进行描述，要有创新性、独特性、竞争性与可行性。文化创意与服务咨询类项目要明确服务模式的定位。

第4章 营销策略

根据对细分目标市场、客户群特征与竞争对手等分析，在目标确定之后，制定有针对性的营销策略。

一、传统营销策略：4P营销组合策略：产品策略（主要包括产品的实体、服务、品牌、包装。指企业提供给目标市场的货物、服务的集合, 包括产品的效用、质量、外观、式样、品牌、包装和规格, 还包括服务和保证等因素，新产品开发策略）；价格策略（定价的组合, 主要包括基本价格、折扣价格、付款时间、付款方式、借贷条件等，指企业出售产品所追求的经济回报）；渠道策略（地点通常称为分销的组合, 主要包括分销渠道、储存设施、运输设施、存货控制, 代表企业为使其产品进入和达到目标市场所组织, 实施的各种活动, 包括途径、环节、场所、仓储和运输等）；促销策略（主要指企业利用各种信息载体与目标市场进行沟通的传播活动, 包括广告宣传、人员推销、营业推广、公共关系、事件营销等等）。

二、新营销模式：微博（微信）营销。例如“品牌及产品曝光”“微柜台，电子商务及售后管理”“植入式营销”等十大微博营销模式等。产品已具有的商品化程度；国内、国际需求量；销售渠道及价格情况（国际、国内行情比较）等。

第5章 投资（融资）分析与财务分析（预测未来3-5年）

一、投资分析

（1）注册资本、股权结构与规模（股东出资与比例）；投资总额,资金来源与运用。

（2）投资假设；经营收入与成本预测，投资收益（回报）分析：项目敏感性分析，盈亏平衡分析，投资报酬率分析，投资回收周期分析，投资回报政策等。投资效益的动态分析：净现值法，内部报酬率法。

二、财务分析

（1）主要财务假设及说明，主要财务报表:成本费用表、资产负债表、损益表及利润分配表、现金流量表。

（2）财务指标分析:预计营业收入（销售收入）及趋势分析、预计营业额（销售额）分析，杜邦财务分析体系、财务比率分析、分析结论。

第6章 公司管理

介绍公司使命（宗旨、愿景）；公司总体战略，战略规划或战略目标以及战略实施，公司核心竞争力的描述；创业团队：专业知识、经历经验等优势互补型，分工合理、职责明确；公司管理（根据公司战略、目标市场与营销计划）主要描述公司选址、组织架构、厂房设备安排、工艺流程与质量管理、生产计划（产能扩张）、人力资源、酬薪与激励、采供与物流、企业文化等。

第7章 风险分析与控制

进入目标市场将面临的最主要风险与防范措施的描述。例如“市场风险、技术风险、管理风险、财务风险、政策风险、进出口汇兑的风险”等。

第8章 风险资本的退出（如注册资金里没有风险资本就无需描述）

主要是退出的时间与方式。

附件：（附件一般按功能分类）

附件部分：就是为商业计划书提供必备的补充资料，不必把所有东西都放入附录，只放那些能真正增加正文说服力的资料。例如：专利证书；技术鉴定；结题（项）报告；查新报告；市场实际调查结果；荣誉证明；已创业企业还需要工商注册、税务登记等相关材料等。