

# 最新按摩店商业计划书(模板5篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 按摩店商业计划书篇一

### 物流商业计划书

物流名目正常注资大、业余性强，正在工事建立和营运进程中，时常要遭到多种要素的反应与搅扰，而该署要素又大多存正在相等的没有肯定性。因而，处置物流名目注资必需仔细辨认危险、变法儿掌握危险，以进步注资的顺利率。物流名目正在注资建立和休息进程中，需求少量的资金输入，同声正在名目建立实现后，企业也晤面临各族各样的危险。注资者必需经过危险辨认提醒发生危险的起源，判断危险水平，提出危险的对于策，防止因正在决策中无视危险的具有而遭受丧失。依据物流名目的特性，物流名目展开进程中的危险次要市面危险、治理危险、技能危险、金融危险、操作危险、条件危险等。

### 物流名目危险防备战略

物流名目展开进程中晤面临很多的危险，该署危险都将间接或者直接地要挟到名目展开的后果。正在物流名目的建立和营运进程中，充足认知趣关危险，并正在施行进程中加以掌握，大全体危险又是能够升高和防备的。

#### 1、深化考察、迷信展望，构建迷信无效的决策机制

物流名目正常注资大、周期长、危险多，因而要深化考察钻

研综合市面需要，迷信肯定注资方案，对于名目的各族能够计划停止可行性论据，评价计划危险发作的或然率和丧失水平，衡量利害，选定最优注资计划。注资决策作为整个注资进程始点起着基本性的作用，少量失利的注资名目是由注资决策的弄错千上万的。于是，要进步决策者的决策，构建迷信无效的决策机制，根绝和缩小决策失误。

## 2、增强物流名目注资治理，加强抵挡运营危险威力

物流名目注资计划未经选用，就对于付诸施行。名目运营危险大小起源于名目获利威力和注资回收威力。防备名目运营危险，一是应放慢名目建立速度，浪费名目注资，优良高效建好名目。二是增强名目运营治理，加强其注资回收威力。三是增强名目财务进出治理，加强其注资回收威力，经过增多财务支出，浪费财务收入，完成运营现金净流量最大化，以到达尽快回收名目注资手段，从而有益于防备运营危险。

## 3、严厉的政策治理

物流企业正在营运进程中，经过严厉的政策治理能够防止大全体危险。因而，要有严厉的章程政策，将任务中涌现的义务落实到集体，串联合有关的赏罚机制，将人造缘由形成的弄错降到最低。关于能够涌现成绩的中央，应制定特地的审查政策，将操作流水线停止规范化解决，对于整个物流效劳政策化治理，保障物流零碎的顺畅营运。一范围要抵消息零碎和软件设施停止特地的检修和颐养，防止软件的毛病形成物流效劳环节中的过失；另一范围效劳流水线过分规范化，有章可循，缩小人造缘由形成的危险。

## 4、构建稳固的竞争同伴联系

升高注资危险，又可以正在竞争中进修重型企业保守的治理经历。率先将原部分容易仓储或者运载效劳停止重组，构成一度无机全体，而后正在稳固原有业务的根底上停滞新的业

务，依据本身实体对于指标存户停止定位，踊跃寻觅物流效劳需要企业，通过与竞争企业一直沟通，理解存户所需物流效劳的详细形式，以及对于物流设备的请求，调查该企业的物流效劳需要能否正在名目的效劳威力内，假如相符请求，联合实践为存户企业停止物流流水线的设想，并与企业进一步商讨，最初制定规范的效劳流水线后，签署临时物流效劳合约，停滞为稳固的竞争同伴联系，活期停止沟通，一直改良任务中具有有的有余，进步物流效劳品质，以强固竞争形式的稳固性。同声咱们能够思忖采取与竞争同伴利益一体化的形式保障存户的稳固性，亲密关心存户的资信情况，关于资信情况好、停滞威力强的存户，可思忖经过合资、彼此占优的形式将物流名目的停滞与消费企业严密联络兴起，两者彼此依存，单独停滞。

## 物流名目的运载利润掌握

### 1.1 名目公司

### 1.2 名目简介

### 1.3 存户根底

### 1.4 市面时机

### 1.5 名目注资价格

### 1.6 名目资金及竞争

### 1.7 名目顺利要害

### 1.8 公司任务

### 1.9 经济指标

## 2.0 公司引见（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意

方案书沙盘体例)

2.1 公司机构构造

2.2 [历史]财务运营情况

2.3 公司天文地位

2.4 公司停滞策略

2.5 公司外部掌握治理

3.0 名目引见 (参考兆联公司的生意方案书范文: 物流生意方案书沙盘体例)

3.1 物流名目开拓指标

3.2 物流名目开拓思绪

3.3 物流开拓的资源情况

3.4 名目天文地位与背景

3.4.1 名目所正在首都

3.4.2 名目所正在乡村

3.6 名目建立根本计划

3.6.1 计划建立年限与阶段

3.6.2 名目计划建立根据

4.0 市面综合4.1 中国物流市面

4.2 海域物流市面停滞趋向

4.3 海域物流市面停滞特性

4.4 指标市面综合4.6 合作对于手综合5.0 停滞策略与施行方案（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

5.1 施行策略

5.2 合作战略

5.3 营销战略

5.3.1 客源市面定位

5.3.2 定价战略

5.3.3 宣扬促销战略

5.3.4 整并网传战略与措施

5.3.5 网络营销战略

5.4 策略竞争同伴

5.5 名目施行速度

6.0 名目swot分析综合6.1 劣势综合6.2 弱势综合6.3 时机综合6.4 要挟综合6.5 swot分析综合7.0 名目治理与人员方案（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

7.1 名目治理

7.2 品质掌握零碎

7.3 名目工事速度治理系统

7.4 人工资源开拓及治理

8.0 危险综合与躲避对于策

8.1 危险综合8.2 危险躲避

9.0 输入预算与资金运筹帷幄

9.1 名目中小企业筹融资需要与存款形式

9.2 名目资金运用方案

9.3 中小企业筹融资资金运用方案

9.4 存款形式及还款保障

10.0 财务估算（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙盘体例）

10.1 支出展望

10.2 财务假定与环境

10.3 名目总利润与盈利预算

10.4 名目现金流量

10.5 名目主要财务表针

10.6 损益失调综合10.7 迟钝性综合11.0 公司有形财产价格综合（参考兆联公司的生意方案书范文：物流生意方案书沙

盘体例)

11.1 综合办法的取舍

11.2 收益年限确实定

11.3 根本数据

11.4 有形财产价格确实定

备件

http://

.1 财务报表

.2 有关证实资料

## 按摩店商业计划书篇二

1、项目名称xx县xx商贸物流公司

2、项目选址：

3、项目性质： 商贸物流

4、项目承担单位基本情况

项目承担单位为xx县供销合作有限公司。该公司属股份制企业，隶属于xx县供销合作社联合社，是社有资产经营管理机构，也是供销社各主营业务的行业主管和骨干企业业务经营的指导机构。公司注册资金500万元。旗下有6个县直主营企业和7个新合作公司。其中各主营企业都是供销社原县直公司改制后，通过整合资源、重组优势，逐步培育的一批经营规

模大、带动能力强、具有竞争优势的新型股份制企业。如银源棉花公司注册资金达到了2050万元，网点遍及产棉乡镇；楚兴农资公司已网络营销大户近百家，建立网点300余个；永泰烟花爆竹公司年销售近两千万元，年税收贡献过百万元；汇康国药公司通过参与农村合作医疗，已发展乡村网点481个。这些骨干龙头企业在经营业态上基本实现了连锁经营、连锁配送、总经销和总代理等现代营销方式，自身实力强，社会贡献大，有3家企业已进入全县百强纳税企业。

参股、控股、股份合作、加盟连锁等市场经济手段和办法，广泛吸纳社会资源，按照“小超市、大连锁”的思路逐步构建了全新的农资、烟花爆竹、药材连锁经营服务体系，大力发展新合作公司的农家店和乡村超市，发展综合服务社和专业合作社，用新连锁取代旧网络，实现了“一店多能，一网多用”和低成本扩张，形成了覆盖全县的连锁经营、配送服务网络。到2008年底全县基层经营网点已发展到600多个，其中农资和烟花爆竹经营网点均在200个以上。企业效益和社会效益上也实现了明显增长。如烟花爆竹销售额到2008年已达到1980万元，单项税收贡献达到119万元，比2004年改革前翻了两番；农资经营方面2008年仅化肥销售额就达到了2500万元，在全县农资市场的占有率已超过60%。所有者权益已达到4163万元。

在实力日益增强、网络日益完善的情况下，要想进一步做大做强，必须要有强大的物流配送力量给予支撑，急需形成一种将信息、采购、运输、仓储等物流活动综合起来的新型集成式管理模式。

## 1、项目主要内容：

按照加快发展现代物流，建立现代物流服务体系的要求，我们把物流业列入供销社产业调整振兴规划。通过争取资金支持，以在xx镇城区兴建大型物流中心为龙头，以各主营公司现有配送中心为基础，对系统内商贸流通和经营运作进行综



合管理和控制，同时作为第三方物流，在外延上向上扩展至市场调查与预测、采购及订单处理，向下延伸至配送、为外部客户提供仓储管理及其它增值物流服务。使物流服务向两头延伸并加入新的内涵，达到企业物流和社会物流有机结合的目的。

## 2、项目基本特色：

一是适应当前形势的需要。在全球遭受金融危机冲击的特殊时期，我国把物流业列入十大产业调整振兴规划，表明了党中央、国务院对物流业的重视，而且在今年2月25日国务院常务会议上审议和通过了物流业调整振兴规划。在当前形势下，加快物流业发展已成为实现“保增长、调结构、扩内需”的重要手段。同时，企业物流仍然是全社会物流活动的重点，专业化物流服务需求已在县级市场初现端倪。

二是我县调整结构、转变发展方式的需要。近年来，我县物流业有一定程度发展，但由于资金短缺、投入不足，总体发展水平比较落后，较之于其它地方发展的差距大、但潜力也很大。发展该项目对于调整结构、转变方式、促进生产、拉动消费、增加就业、完善城乡物资交流都将起到重要作用。

三是提高企业竞争力的需要。发展该项目对企业而言实质是延长产业链和供应链；同时，也是对原有的商贸流通网络进行再整合、再优化，对经营领域实现延伸和发展。有利于满足现代生产与流通的需要，有利于从系统的角度统筹规划整体的各种物流活动，有利于企业降低成本、提高效益。

1、有牢固的网络基础。供销社的经营网点遍布全县各乡镇，特别是拥有无与伦比的农村网点资源，而且这些网点随着市场经济的发展和供销社经营理念的转变，通过不断推进“新网工程”和“万村千乡”市场工程，逐步用现代流通方式进行了改造。特别是近几年，随着各主营企业日益发展壮大，使供销社重新拥有了布局农村市场的实力，这种新力量与传

统的网络优势结合起来，成为不可忽视的发展农村现代流通的助推动力。

2、有充裕的仓储容量。除在城区预购15亩土地用于建设物流中心主要基础设施外，我们还在小池精品街拥有5000多平方的仓储设施，在本县分路、孔垄、蔡山、刘佐等原棉花分公司另有近10000平方的闲路仓库。无论是交通区位优势，还是仓储条件都适宜于现代物流建设的需要。

3、有一定的实践经验。在计划经济时代，供销社作为农村唯一的商业机构，曾统领了农村商品、物资的流通。发展到现在以连锁经营、配送服务为主要业态，依然是我县城乡物资交流和商品流通的主渠道。经过几十年的历练，积累了一定的工作经验，对做好物流行业具有实质性的指导意义。

首先争取当地政府支持，在xx镇城区迎宾大道购路土地15亩，建设物流中心，作为本项目的大本营。首期建设不少于5000平方的仓储设施；然后将物流与本系统连锁配送等环节进行集成，即有效整合供销社经营网络优势，实行物流环节与商流环节集成。在此基础上再推进服务功能的完善化和系列化，逐步走出以企业自我服务为主的物流活动模式，发展第三方物流，实现向外延扩张，除了传统的储存、运输、配送等服务外，扩展至电子商务、采购及订单处理、市场调查与预测、库存控制策略建议等。逐渐形成一种综合性、集成式的社会物流与企业物流有机结合的服务模式。

## 1、投资估算

项目总投资预计1200万元。固定资产投资520万元（其中征地300万元，购路搬运设备60万元，运输车辆120万元，办公设备40万元），其他投入680万元（其中物流中心仓储、办公等设施土建工程580万元，外围仓储设施维修80万元，老网点改造20万元）。

## 2、资金来源

项目单位自筹资金600万元，主要由xx县供销合作有限公司增资扩股和职工集资构成。同时，申请项目专项资金600万元。

在供销社传统的商贸物流模式下，商品在从生产者到消费者的过程中，经历很多环节。引入商贸物流项目后，可大大缩短产销距离，而且通过信息流的加入还可有效保证供应的及时性、敏捷性，同时通过专业化的运作模式将为供销社各项主营业务，包括农资、药材、棉花、日用消费品等销售渠道的畅通提供了保障。而且，供销社传统的自营性物流存在分散资金，导致核心业务资金投入不足，从而对经营企业形成负担的弊端。该项目的实施将在一定程度上提高经营企业的核心竞争力，在形成系统供应链环境下，还可将风险分摊到各个主体，有效化解市场价格、商品。

## 按摩店商业计划书篇三

我国煤炭行业上游生产企业与下游的电力、冶金等工业企业分布较为分散，流通距离长，环节众多，加之铁路港口等部门管理体制改革滞后，运力垄断、短缺，导致煤炭物流行业企业分布散乱、竞争无序，主要表现在三个方面：一是铁路运力紧张制约煤炭供应，而“倒卖车皮计划”等不良现象更加剧了运力的紧张和煤价的上扬；二是煤炭经营单位过多过滥，中间流通环节不规范，加大了交易成本；三是煤炭质量优劣混杂，市场无序竞争，也在一定程度上影响了煤炭物流市场的顺利发展。

我国的大型煤炭生产企业一般都自营物流业务，其运营模式大致可分为三类：一是仍然从事单纯的煤炭贸易，买入卖出赚取贸易差价，由客户自己负责煤炭运输、中转、仓储和加工等中间环节；二是在进行煤炭贸易的同时，提供煤炭运输服务和配煤等加工服务，但主要盈利点仍然是煤炭贸易，服务水平较低；三是少数领先的煤炭物流公司，经由煤炭贸易转型

为煤炭流通服务商，在从事流通贸易的同时提供专业化的煤炭加工和数字化配煤等服务，并以准确、高效、全过程的煤炭供应链服务作为企业创价的主要基点。在煤炭运输距离长、铁路运营垄断而运力紧缺、有时还需要多种运输方式联运的情况下，煤炭贸易往往需要以运力为基础。我国煤炭企业所属物流公司大多属于第二类运营模式。

随着近年来煤价的不断攀升，煤炭流通环节利润空间增大，大量煤炭流通企业迅速出现，但资质良莠不齐。一方面，有少数第三方物流企业通过创新供应链模式，运用供应链管理、信息技术和电子商务，优化煤炭供应链各环节的专业服务能力，对上下游企业进行物流一体化整合，为客户提供集约、高效、环保的煤炭供应链管理服务。另一方面，数量众多的小企业业务重心仅集中在煤炭贸易和落实铁路计划层面，主要通过传统的煤炭贸易价差来获取利润；业务经营和管理粗放，技术简单落后，造成整个流通环节信息滞后、浪费严重、煤炭流通效率低下，并给环境带来严重污染。

### (一) 缺乏现代物流管理理念

我国大多数煤炭企业将竞争的焦点主要放在生产领域的资源扩张、降低成本及提高劳动生产率上，普遍缺乏现代物流是“第三利润源”的理念，因此往往把非生产领域的煤炭物流活动置于附属地位，将采购、仓储、运输、装卸搬运、包装、配送、售后服务等物流活动分散在不同部门，没有纳入到煤炭物流统一运作与管理的框架内，因此尽管在物流方面的投入较大，但实际效果并不尽如人意。

### (二) 物流管理方式粗放，物流费用居高不下

实行台班制管理等，加上煤炭物流市场较为混乱，不仅造成了管理上的漏洞，如多次物流、颠倒物流、重复物流等，还导致了煤炭物流费用居高不下。从价格上分析，山西煤的开采成本每吨不足200元(采掘费用及国家规定的各种税费)，而

不同地区煤炭的销售价格在600-1500元。很多远距离煤炭用户，往往付出和开采成本相当的煤炭物流成本。

### (三) 煤炭物流技术手段落后

由于技术手段落后以及新老体制的更替，很多煤炭企业供应计划与生产计划、销售计划脱节，可靠性降低；物资采购手段、方法落后，缺乏规范化；库存管理方面仍采用传统的储备资金管理方法，无法及时、准确地反映实际库存动态等；物流技术标准程度低，各种物流功能、要素之间难以做到有效衔接和协调发展；各种运输方式之间标准不统一，不能互相兼容，严重影响了联运装载率、装卸设备的荷载率、仓储空间利用率，加重了环境污染。

煤炭物流企业技术水平普遍较低，很多企业虽然配备了电脑和网络，但物流信息系统建设滞后或建而不用，在库存管理、流通加工、物流信息服务、物流成本控制、物流方案设计和全程物流服务等高层次的物流服务方面基本还没有展开，无法实现装卸、搬运、换装、承接等物流信息的即时传递与处理。

### (四) 污染和损耗问题比较严重

我国大多数煤炭企业目前仍采用高污染、高损耗、低效率的传统物流运营方式，使煤炭在运输、中转和送配过程中产生严重的环境污染、资源浪费和煤质下降等问题，不仅影响着生产、运输及消费环节企业的经济效益，而且对社会资源和自然环境也产生严重的影响。以煤炭铁路运输为例，煤炭运输列车在高速行驶中产生的气流，不仅会造成煤炭损耗、煤尘飞扬污染沿线周边环境，而且运煤列车与客运列车在运行交会时，气流吹起的煤块还有可能造成旅客损伤事故的发生。

### (五) 煤炭物流企业服务功能单一

目前，我国大多数煤炭物流企业只能提供单项或分段物流服务，物流功能主要停留在运输、铁路计划落实、储存、装卸等传统低层次业务内，相关的加工、配货等增值服务不多，不能形成完整的物流供应链。此外，在信息技术迅猛发展的今天，仍有许多煤炭物流企业采用传统的信息传递和控制方法，无法提供国际盛行的物流监测、订货管理、存货管理等服务，工作效率和服务水平难以适应客户的需要，也很难达到现代物流高效、快捷、准确的要求。

现阶段的煤炭物流配送主要是以送为主，能够实现分货、配货、配载、配装一体化服务的物流企业还很少，流通加工能力普遍较弱。近年来，虽然有一些物流企业具备了一定的加工能力，但流通加工范围还很小，流通加工能力还不足，将流通加工(分选、除矸、配煤、成型、粉碎、制浆、包装)和煤炭物流配送结合起来的实践还很少。

### (一) 引入现代物流理念

作为企业的“第三利润源泉”，高效的物流管理不仅是提高客户服务质量、增强企业及产品竞争力的需要，而且是企业降低成本、提高效益、取得竞争优势的重要渠道。煤炭企业应当树立现代物流管理思想，把物流运作作为企业经营管理的重要组成部分进行研究，改变过去重生产营销、轻物流管理的倾向，从供应链的视角构建现代煤炭物流体系，增强客户服务和市场竞争能力。

现代物流管理理论指出，物流服务是企业产品的重要组成部分，必须树立以客户为中心的服务理念。因此，煤炭物流企业必须把握客户需求的内容和特征，将物流服务融入到企业的物流系统当中去，无论是在服务能力上，还是在服务质量上都要以客户满意为目标。

现代物流管理理论认为，商品流通包括4个相互联系又相互独立的流通形态，即商流、物流、信息流、资金流，物流系统

不仅是运输、仓储、配送等功能的整合结果，而且是基于采购、生产、销售、物流一体化的后勤保障系统。因此，运输、仓储活动等绝对不是现代煤炭物流管理的全部工作，而只是实现物流系统输出的手段和工具。

## (二) 加快煤炭物流体制改革和产业整合

1. 推进煤炭产运销体制改革。发挥市场在资源配置中的基础性作用，消除部门分割、地区分割以及物流市场的不统一，减少市场进入的壁垒；完善铁路煤运管理体制，组成铁路部门集路、站、运、港统筹一体的协调格局，实现各运输环节的高效衔接；鼓励煤炭物流企业按照现代物流管理模式进行调整和重组，展开竞争，提高整个物流系统效率。

2. 加快煤炭企业横向重组。鼓励以现有大型煤炭企业为核心，打破地域、行业和所有制界限，以资源、资产为纽带，通过强强联合和兼并、重组中小型煤矿，发展大型煤炭企业集团。以在更大范围内实现生产要素的优化、重组和资源的合理配置，并实现规模经济。除了整合矿产资源、人力资源等外，还需要从供应链层面整合物流资源，积极推动物流社会化和物流一体化发展。

## (三) 强化煤炭供应链管理

1. 推进煤炭企业内部物流一体化。煤炭企业应成立专门的企业物流管理机构(物流公司)，在高度集成的信息系统的支撑下，将采购供应环节、生产环节、销售环节的物流职能集成，对企业内部供应链物流一体化，实施具体的规划设计、组织、控制和管理，从根本上改善计划经济时期形成的传统物流运作模式，以市场需求为导向，实现精益的运作方式，缩短整体供应链中的物流沉淀，加速物流周转，从而实现整条供应链成本的控制及服务能力的提升。

2. 加快煤炭供应链联盟建设。以大型煤炭企业集团为核心，

通过强强联合、并购、重组、参股、合作等多种方式，将煤炭发运站、计量站、储煤场、专用码头、交通(公路、铁路、水运、海运)货运公司、各地区的燃料公司等不同隶属关系、不同地区的企业，从战略上进行整合，尽快在煤炭企业内部实现物流一体化的基础上，与供应链上下游企业之间合作，加快区域化物流配送基地、物流中心、配送中心的建设，形成供应链联盟，形成完整的产、运、销一体化供应链。

3. 以供应链管理为基础，在全球范围整合资源。在抓住国内市场的同时，要放眼世界，构筑全球化战略，以供应链管理在全球寻求资源采购、加工和产成品分销，参与国际竞争。

4. 提升流通加工服务能力。煤炭物流企业在提供基本物流服务的同时，要根据客户需求，结合自身优势，拓展业务范围，发展增值物流服务，如仓储、分拨、包装、运输、装卸、加工、配送、物流信息服务等，为客户提供一揽子物流策略和流程解决方案，用专业化服务满足个性化需求，提供全方位服务。一些领先的煤炭物流企业已经在煤炭配送中心开设流通加工业务(如除矸石加工、为管道输送煤浆进行的煤浆加工、防止煤炭自燃的流通加工等)，比较典型的是洁净配煤业务，即根据用户对煤质的要求，以不同等级或不同种类的煤炭为主要原料，添加适量的符合相关标准的助燃剂、固硫剂、催化剂等燃煤添加剂，经过科学的配置工艺制成锅炉用煤，满足不同用户对煤炭资源的不同需求，提高物流服务附加值。

5. 建立和完善物流成本考核体系。随着我国煤炭企业生产管理水平的不断提升，降低生产成本、提高劳动生产率的利润空间越来越小，而降低材料成本、采购成本以及运输、仓储、装卸、库房管理费用等物流成本的潜力巨大。因此，煤炭企业应建立相应的物流费用会计核算机构，选择正确的核算方法，了解煤炭企业物流成本结构，制定物流活动计划进行调控，正确计算反映物流成本，并评估物流部门对煤炭企业效益的贡献程度，注重物流成本效益，科学合理降低物流成本。



#### (四) 推广现代信息技术和先进物流技术的应用

1. 加快物流信息系统网络化建设，实现物流信息化。依托企业资源管理系统平台，建立与现代物流发展相配套的物流信息系统与网上交易系统，并与遍布全国乃至全球的采购网和客户服务网对接，建立功能齐全、资源共享、服务便捷的物流服务网络，以客户订单信息流带动配送物流的实现。利用网络技术将物流企业散布在不同领域的服务网点联结起来，形成物流服务平台，对仓储、运输、装卸、加工、搬运、配送等环节实现全程跟踪。借助于准确的信息传递，将传统的、粗放式的物流送货形式，上升为“门到门”、“库到库”甚至“线到线”的精益物流方式。

2. 开发应用煤炭物流专用设备，改善物流基础设施。针对不同煤炭加工产品，开发应用煤炭物流专用车辆以及与之相关的装卸、仓储等先进物流技术。加强煤炭物流基础设施的建设和改造，包括仓库建筑、场站设施、装卸设备、运输工具、运输通道等。此外，条件成熟的企业还可以广泛应用现代物联网技术及其他通信技术，包括edi(电子数据交换)、gi、gp、条码技术、射频技术以及计算机应用系统和网络技术的应用等。

#### (五) 发展煤炭“绿色”物流

1. 政府和社会舆论引导。各级政府应把推进构建“绿色”煤炭供应链纳入发展规划中，以可持续发展理论为指导，引导、鼓励并支持相关企业加入到打造“绿色”煤炭供应链建设中来，如通过给予金融支持、税收优惠等扶持政策，降低企业打造“绿色”煤炭供应链的成本。同时尽快制定针对煤炭行业的清洁生产标准，建立煤炭供应链资源损耗和环境污染等指标的监督、考核、评价体系以及相应的经济奖惩措施。社会组织，如行业协会、自然保护协会等，通过多渠道、多形式对煤炭绿色物流进行积极宣传倡导，提高社会各界对绿色物流的认识和了解，并积极践行。

2. 实现煤炭“绿色”运输。在运输过程中，应不断提高“绿色”运输工具的使用效率，降低废气排放量并推行煤炭产品有效包装制，以促进煤炭物流在运输、装卸和流通加工作业环节的升级和优化，并尽可能减少和避免煤炭运输损耗和污染的发生量。与公路运输相比，铁路煤炭运输损耗少、成本低，应加快铁路煤炭通道建设，解决铁路运力不足问题。公路运输应尽量采用污染和损耗少的运输交通工具，如厢式封闭公路煤炭运输车辆及以lng□cng为燃料的新能源汽车；强制实施煤炭抑尘技术，保护运输通道沿线环境，降低运输过程中煤炭散落造成的损耗；在此基础上国家依据可持续发展原则重新制定各种运煤方式的途耗标准。

### 3. 实现煤炭“绿色”中转。

(1) 交流平台推行煤炭产品有效包装制。实施煤炭产品有效包装，可以促进煤炭物流在运输、装卸和流通加工作业环节的升级，减少煤炭产品在运输过程中的损耗和污染。

(2) 利用政府扶持资金对港口铁路物流中心不符合清洁生产要求的装、卸设备进行全面升级改造或更新。装卸作业应将除尘作为环保工作的重中之重，强制配备自动淋洒、流动淋洒等湿式除尘设施，避免粉尘对环境的污染。对煤炭露天存放易受雨水浇淋影响质量等问题应通过建造永久性的防雨设施解决。

## (六) 促进煤炭第三方物流发展

发展煤炭第三方物流，有利于提高煤炭物流运作的专业化、集约化水平，提高煤炭运输效率；同时也有利于减少煤炭运输损耗及由于运输不当所造成的环境污染，并可以及时快速地响应客户的需求。应积极培育第三方物流企业，形成具有国际竞争力的大型煤炭物流集团。为了保证煤炭第三方物流的顺利发展，可以考虑在全国范围内整合现有煤炭企业的自有物流体系，通过股份制组建行业物流集团，强强联合，合理

配置资源、健全经营网络以快速提升煤炭行业的整体物流服务水平。同时鼓励和扶持有一定基础的煤炭物流企业向第三方煤炭供应链管理服务商转型。

## 按摩店商业计划书篇四

我国物流业发展概况：我国第三方物流在起步的几年内，获得了较快的发展，具体表现在以下3个方面：

1、稳步、快速发展

2、物流能力明显增强

3、竞争程度加剧

1、整体发展速度较快

2、现代物流观念薄弱

3、竞争能力不足

4、信息化、标准化程度不高

1、管理水平较低

2、管理手段落后在先进信息技术的应用

3、专业化人才匮乏

目前，中远、中海、中外运、中储和中集等物流集团都已经在长三角建立了自己的根据地，联合包裹[ups]、马士基、联邦快递[fedex]、日本通用株式会社、佐川急便和荷兰天地快运[tnt]等国际物流巨头也先后进驻上海、南京、杭州、苏州和宁波等城市，积极促进了该地区物流业的发展。

在长三角地区，已建成和在规划中的物流园区有60多个，几乎是珠三角园区规划的2倍，占全国目前规划建设中的物流园区的1/5。有数据显示，该地区仅国务院批准的一类口岸就有35个，其中包括19个沿海港口、10个内河港口、5个航空港和1个国际临时铁路口岸。对于被全球称之为“朝阳产业”的现代物流业来说，长江三角洲无疑将成为其发展壮大的沃土。而随着梅山保税港区的启动建设，杭州湾跨海大桥和苏通大桥的相继通车，长三角物流发展更是迎来了新机遇。

物流业成为我国经济发展的一个新的经济增长点，发展物流事业既符合国情又具有广阔市场。物流作为一个产业在社会发展中起到重要作用，物流不仅包括实体操作方面的设施，而且也包括提供物流软件，物流系统，物流方案，物流设备，第三方物流，供应链管理等，与此同时大家是在不同的层面上进行竞争。建立初期的经营模式主要是以仓库租凭为主，按照公司目前设想，想以此基地打造真正的第三方综合性物流服务知名企业。公司经营宗旨应建立物流与供应链管理的电子化商务管理平台，网络必须与业务同行。以此打造全国物流网络，构织连接物流上下游交易平台，在此基础上努力打造和提供第四方物流服务。于是公司在原有的投资资金总额的基础上进行增资，将增资资金分期实施，计划一期增资额款：1500万元，二期及后期将根据实际运营情况投入资金，总资本超过3500万元。

- 1) 建立物流与供应链管理的电子化商务管理平台；
- 2) 建立全国物流网络（随着业务发展而定）；
- 3) 开展仓单抵押业务；
- 4) 用于广告宣传的费用；
- 5) 组织机构建设的费用；

- 1) 港、澳、台精品专线；
- 2) 国际emsupsdhl专线；
- 3) 国内特快专递，门到门服务；
- 4) 开展签单返还特色服务；
- 5) 省际铁路、公路物流；
- 6) 同城商务快递，限时精品服务；

- 1) 生产型企业
- 2) 批发型企业
- 3) 零售型企业
- 4) 贸易型企业
- 5) 物流提供商

公司以网上物流订单生成为特色，这在目前的物流市场上是不多见的，公司发展计划需首先进入高级客户的销售市场，形成品牌效益，同进加大宣传力度，以品牌产品形式快速进入物流市场。将物流需求方及供应方组织起来造就物流与供应链管理的电子化商务管理，最终形成商品交易的支持性物流管理平台。

公司首先把市场定位在网上、媒体等物流销售，形成物流订单，随着网络交易的日益普及，客户在网上寻找物流公司并想在其网上询价交易已成为可能，他们所要求的运输服务一定是要快速的、安全的、且有信誉保证的，其中零担占很大部份，属小批量，配货工作量大并对配送的要求很高，我们

以网上订单生成，并快速反应来吸引客户，为其进行信息管理、运输、仓储、配送、包装加工等综合物流服务，快速渗透物流销售市场、形成物流、咨询、供应链管理解决方案综合服务集成商。

目前虽然快递市场竞争十分激烈，但是我们的思路是超前的，有崭新的经营模式和选择性的市场定位，借助我们的网络信息管理系统，公司的服务应严格按照客户需求、标准化、流程化管理体系进行运作，服务将会是一流的，这是公司的竞争优势，同时公司的服务可以快速地进入快递市场，并迅速地形成行业品牌，整合并占领社会速递市场，公司的发展前景一定会广阔。

除现有股东外和现有的物流专业人才外，公司还需要进行融资和招聘一些专业的网上物流销售人员，将整个物流操作的流程进行制度化管理，使每一环节都有章可循，每一步骤都可控可测，并且建成一支专业化很强的销售管理团队。

现在公司处于开创阶段，为实施公司发展计划，公司准备增资30万元的资金支持，这笔资金用于下列目的：

- 1) 建立网上物流订单生成系统；
- 2) 配送网点的建设、配送设备的购买；
- 3) 市场宣传和业务推广费用；
- 4) 省内发展或者自营网点方面的办点费用；
- 6) 为提高公司的竞争优势，加大物流系统方面的投入；公司采用：利润分红、二次融资、出卖公司或者股权置换等方法，在二年之内偿还公司增资款。

为实现公司制定的发展战略目标，物流与供应链管理的电子

化商务管理平台需要：

- 1) 合法的经营执照；
- 2) 必要的办公场所、设备、运输与配送车辆；
- 3) 健全的组织机构；
- 4) 资金支持；
- 5) 市场宣传；
- 6) 物流与供应链管理的电子商务管理平台；

行综合协同打造，以便快速形成行业内著名品牌。

公司目标客户是：生产型企业、批发型企业、贸易企业、零售型企业及个人消费者等客群。

- 1、费用低
- 2、速度快
- 3、安全准确
- 4、运营网络化
- 5、示范效应
- 6、品牌效应

公司需要拥有自己的物流系统及开发技术能力，凭此作为行业操作标准和对外服务承诺的依据。同时公司也需要对物流各流程整体控制的管理信息系统，凭此作为整合第三方物流市场的手段工具。

1、筹建物流管理队伍：在华中基地原有的基础上，投资是一项经营人才的业务，我认为要以最快的速度组建一支在物流领域具有专业知识的人才队伍，对于公司所需人才务必需要由从事过社会性物流，企业内部物流，物流的高级化操作，物流理论研究，物流的资本运作，有着丰富的实际经验。

2、股份分配：投资方与经营者享有不同的比例分配，同时对公司每一名正式员工都应有按不同的职务分配相应的股份。

3、组织、协作及对外关系

4、联合运营

在经营上公司并不是独立运作，需要与各社会物流公司有着广泛深入的联系，将在“物流与供应链信息管理平台”下由供应商进行运输与配送。统一使用标识，相互促进，协调发展。

5、第三方协议

我认为同为数众多的物流供应商建立战略伙伴关系，填补实体方面的空白，因为任何一个物流公司要想在物流领域完全自己操作是不太可能的，换句话说是在技术、组织与资金上是不经济的，与他们签定合作协议，并且向公司提供优惠的价格。

将操作地设在大型的货物分散地和批发基地，销售网点在和城区及经济开发区，并随业务发展程度不断进行扩建，在初期准备以现有或者重新寻找场地做为货物分散中心，随着公司的业务发展持续物流销售网点，货物分散中心及销售网点需要仓库、装卸及包装设备，销售网点需要市内配送车辆。

（最重要的一个环节是物流网络随着业务发展而建设）。

1、办公设备项目：电脑数量：10台



## 按摩店商业计划书篇五

所有的投资项目都是以营利为前提。而这个项目，我们是按照每年20%的盈利目标制定。即投资1个亿，我们会为你赚2000万。

首先，我们设定中山的一家冰箱制造厂是我们的客户。他们每个月的出口柜量在200f□去欧洲的港口，每个柜子的运费为2000美金。每月的运费为 $2000 \times 200 = 40$ 万美金。我们和该公司签订的是一年的运输合同，提供3个月的运费数期。在不考虑运费代理收入的前提下，我们按照20%每年（半年10%）的盈利目标来算，每个柜子，在资金运用方面，我们需要每个柜子赚取100美金的差价。当然，凭借每月200f即每年2400f的运输合同，跟船公司争取运费降低100美金是可行的。

再次，我们以珠海的一家空调生产厂为目标客户。每月出口量在1000f□去南美洲港口，每个柜子的运费为3000美金。每月运费为300万美金。如果我们仍然按照每个柜子差价为100美金的利润，数期为2个月，全年的盈利可达20%。

最后，我们以深圳的一家电脑设备厂为目标客户。每月出口量在100f□到东南亚，每个柜子运费为1000美金，每月运费为10万美金。我们提供的数期为6个月，每个柜子差价盈利50美金，全年盈利达20%。

因此，我们的客户群体锁定在每个月10万到100万美金的制造业经营实体。

以上这些，仅仅是通过融资数期方面得到的利润计算。事实上，我们作为国际货运代理公司，同样也是可以通过提供国际货运代理业务赚取佣金差价。

就拿国际海运价格来说，各船公司每年都会有2-3次的涨价行动。涨价的幅度根据客户的出货情况，当年的整个运输环境来说。极少船公司会为极少货主提供全年不便的运价协议。而往往这些货主的对外销售合同却是以一年为周期的，货主就需要承担由于运费变化造成的成本增高而利润下降。而我们公司提供的服务的第二个亮点就是提供全年不变的价格，尽管不是签订运价时候最低的，但是，往往能够给客户一个安心，客户也乐意建立长期的合作关系。但是，我们也会给客户一些限制条件，就是60%的货物，我们同意配运客户指定的3家船公司，剩下40%的货物，我们有权配运客户另外同意的7家船公司。

我们给客户提供的全年运价，是通过以后一年的运价的预测及各船公司的运价策略来制定的。基本上，当我们拥有多个客户的长期运输合同到船公司，我们可以通过谈判得到比单单一个客户在船公司拿到的价格更好。此外，由于我们在选择船公司方面有一定的自由度，也会根据市场上价格变化，及格时做出配运调整。此外，现在各船公司的运价都比较稳定，每年2000f的客户，运价调整在200-300美金，而且一般出现在7-10月份。通过之前比较大的差价和降价之后可选其他船公司的替代服务，也可以做到全年运费差价的盈余。

我们在为客户垫付运费的同时，同时是用客户托运的货物作为短期质押。在具体工作中，我们会根据客户的出货情况，货物价值，船期，制定价格等情况确定我们给与客户的运费额度及数期。将风险降到最低。

此项目首先定位在珠江三角洲，这里有主要的几个港口，和庞大的制造业群。当我们的项目在这地区成功发展并稳定成熟后，就可以复制成功到其他的区域，譬如，长三角，京津地区，渤海湾甚至内陆以及海外。

公司分为市场部，销售部，资金部和操作部及财务部和总经理办公室。

- 1、市场部是采集市场的最新运价，根据销售部取得的客户信息与船公司谈判价格，与销售部共同制定客户最终运价。
- 2、销售部是根据公司的销售策略，锁定目标客户，收集客户信息，与客户签订运价和同等。
- 3、资金部根据市场部的市场运价信息，销售部的客户信息，制定给与客户的信用额度和账期，并跟踪客户出货情况，随时对信用额度进行调整。
- 4、操作部负责安排客户的出货。对销售部负责。
- 5、财务部负责公司的所有资金流动，及运费收取和支付等。
- 6、总经理办公室对整个公司的业务负责，监督，制定销售策略及公司发展策略。