

策划书基本要求与评分标准

一、基本要求

以团队完成一份完整策划书，团队成员注意分工合作，在策划书的最后面另附一页说明每位成员在策划书的完成过程中负责完成的具体工作。

二、评分标准

1. 策划书总分 100 分。

2. 文案结构，文字表述（0-20 分）

要求：按要求排版，条理清晰，结构合理，重点突出，语言简练，装订成册。

3. 策划书正文（80 分）

策划书应大体应包括但不限于以下几个部分：

（1）概要（0-5 分）

要求：简单介绍项目的背景情况，重点包括对公司及提供的产品、技术、概念产品或服务的介绍，市场状况，竞争分析，商业模式，盈利预测，对企业的展望等。

（2）项目分析（0-5 分）

要求：描述项目的基本情况，以及准确定义所提供的产品、技术、概念产品或服务，针对解决的问题，如何满足市场需求。

（3）市场分析（0-15 分）

要求：详细描述项目所属产业背景、市场状况、竞争环境等；在科学、严密、深入的市场调查的基础上，分析面对的市场现状、竞争状况、目标市场、市场容量估算、预计的市场份额、发展趋势和潜力等。要求提供的数据真实有效、分析方法科学合理。

（4）经营方式和经营目标（0-10 分）

要求：阐释项目的业态选择、发展战略、企业选址、组织构建等。结合竞争优势分阶段制定公司的发展计划与目标；说明公司的研发方向和产品线扩张策略，主要的合作伙伴与竞争对手等，介绍管理团队各成员与管理公司有关的教育和工作背景。

(5) 项目运营及管理（0-25 分）

要求：确定商品经营策略，根据本项目的特点，定义产品、技术、概念产品或服务，制定商品决策、采购库存策略，并制定恰当的价格策略，采用合理促销策略，确保顺利进行市场，并保持和提高市场占有率。

要求：制定商店的管理措施，重点是员工管理、店面布局、商品陈列、顾客服务等方面；力求描述准确、合理、具有可操作性。

(7) 经费预算及财务分析（0-10 分）

要求：阐述商店投融资计划，资金运营计划，最好能有关键的财务假设，会计报表（包括资产负债表、收益表、现金流量表）和一般的财务分析（IRR，NPV、投资回收期、敏感性分析等）。

(8) 风险及其退出机制（0-10 分）

要求：客观阐述本项目面临的技术、市场、财务等关键风险和问题，提出合理可行的规避计划和方式。

注意：划书的正文可以在以上大体格式内容上进行删减合并，并必须保证策划书的完整性和合理性。

4. 附录

(1) 市场调查（可选，作为市场分析的组成部分）

(2) 参阅资料（必须）

(3) 其他

二、装订排版要求

1. 内容排列编号

策划书内容的顺序编号参照国家标准 GB “标准章、条、款、项的划分编号和排列格式”的有关规定，采用阿拉伯数字分级编号。如：第 1 章第 2 条第 2 款应标为：1.2.2

2. 策划书开本及版芯

(1) 开本大小：210mm×297mm（A4 纸），单面或者双面打印均可，30 页以上最好用双面。

(2) 版芯要求：左边距：25mm，右边距：25mm，上边距：30mm，下边距：25mm，装订线：10 mm，页眉边距：23mm，页脚边距：18mm。

4. 标题

策划书分三级标题

一级标题：黑体，三号，段前、段后间距为0.5行

二级标题：黑体，四号，段前、段后间距为0.5行

三级标题：黑体，小四号，段前、段后间距为0.5行

5. 封面

题目（宋体，二号，加粗），其他均用四号仿宋，用硬质纸张装订。

6. 目录

目录（黑体，小二，加粗），目录列表用小四号宋体。

7. 正文字体

正文采用五号或小四号宋体，行间距为18磅或20磅。图标说明可适当缩小字体。

8. 页眉、页脚

页眉文字用策划书左边用：重庆三峡学院《零售营销》课程考核，右侧用策划书题目，采用五号或者小五号宋体；页脚文字采用小五号宋体，摘要排页开始，用阿拉伯数字连续编页，页码排在页脚居中位置。

9. 附录中参阅资料

要注明参阅资料的作者、题目、期刊名称或者出版社、出版年度月份等内容，字体等与正文一致。