

創業計畫書編撰說明

劉常勇

中山大學企管系教授

<http://cm.nsysu.edu.tw/~cyliu/>

「好的開始是成功一半」，有人說完成一份成功的事業經營計畫書，即等於已獲得創業所需的半數資金的保證。但是撰寫一份 50 至 100 頁厚度的經營計畫書，內容詳細包括事業各功能的短、中、長期發展計畫、企業內外部環境分析、研擬競爭策略、還要進行大量的市場調查分析，這對於創業家確實是一項不輕的工作負荷。過去創業行為較多是屬於一種摸索的過程，行動多於規畫，問題解決多於研究預防，創業家經常是在失敗的教訓中，才學習到事業經營的經驗，因此創業投資被稱為是一種高風險的投資。

在知識與資金密集的高科技產業競爭時代，緊迫的時間與高昂的代價已很少讓技術創業家擁有一再嘗試錯誤的機會。今天的創業必須要有充分的準備，才能有效降低高昂的失敗風險代價，而一份完整規畫的經營計畫書，正代表創業家對創業成功的強烈企圖與充分準備，也代表創業家對資金提供者的負責態度。我國目前正面臨產業結構大幅度轉向高科技事業，創新與創業行為將是驅動經濟增長的最關鍵要素。未來的創業行為將是知識性的高風險活動，而一份高品質的經營計畫書就成為技術創業家獲得投資資金的必要通行證。

開發新事業是否需要計畫書

開發新事業或創業是否需要寫一份計畫書，這是一項見仁見智的問題。在所有介紹創業管理的書籍，大都會談到如何撰寫一份創業計畫書。而許多大學開設的創業管理課程，更以如何有系統的陳述創業步驟與撰寫創業計畫書，做為課程教授的核心部份。但也有一些實務專家認為，創業的重點在行動，而不在研究規劃。因此，與其花大部份時間在紙上談兵，倒不如邊做邊學來的有效。

事實上，經歷過創業歷程的人也都知道，創業計畫書的規劃與預測，往往和後來實際執行情況會有極大的落差。台灣一位頗具爭議的企業家許文龍先生，在媒體訪問時曾提到，他認為創業與企業管理是不可能 classroom 中學得，而是必須在實際執行過程中體驗。因此，一些白手起家的創業者，批評撰寫創業計畫書只是籌資過程的一種文宣，對於實質創業管理並無助益。

不過自管理的 PDCA 基本程序來看，計畫是執行所有活動的第一步。所謂人無遠憂，必有近慮。指的就是，如果沒有計畫與目標，在執行的過程中，風險會相對提高。但如果能夠對創業構想進行有系統的規劃，並設定計畫目標與行動方案，相信應該是有助於提高創業成功的機率。這大概也是為何許多投資者，雖然都知道創業計畫書與未來營運實況會有很大落差，但仍然要求創業家提出一份詳細的書面經營計畫書。

一般而言，創業計畫書會因為需求對象的不同，而有不同的內容重點與撰寫方式，並大致可以區分為三者類型。第一類是為吸引投資家的注意，稱之為簡報

摘要 (Executive Summary for Elevator Pitch)；第二類是為滿足投資評估上的需求，稱之為評估用經營計畫書 (Business Plan for Assessment)；第三類則是做為創業者事業發展規畫的自我參考藍圖，稱之為營運管理用經營計畫書 (Business Plan for Operation Decision)。

第一類計畫書的主要目的是做為向外界籌資溝通的工具，因為幾乎所有的專業投資者與融資機構都必須要看到一份具有吸引力的經營計畫書以後，才會展開相關的投資評估。由於投資家每天接收到的投資案源極多，不太可能花費太多時間來判斷每一項投資案是否具有吸引力。因此創業家需要提出一份不多於三頁的簡報摘要，而且內容必須要能引發投資者的高度興趣 (Elevator Pitch 指的是投資家在搭電梯的時間內即可完成閱讀這份資料，並能吸引他會回到辦公室後，就會立即打電話給你)。這類計畫書撰寫的重點包括：創業團隊的優勢背景、產品特性、市場規模與預期佔有率、核心競爭優勢與創新經營模式、財務需求與預期投資報酬率。

第二類計畫書則是在引發投資者興趣後，為進一步詳細評估投資案內容，而提供的經營計畫書。這類計畫書的內容就需要比較完整與深入，以協助投資者儘速做出正確的投資決策。對於投資者而言，一份好的經營計畫書必須要能縮短決策時間、清楚告知投資者有關事業經營與發展的過程與結果、提供投資者詳細的財務計畫與投資報酬分析。

內容必須能完整的包括所有重要的經營功能，對環境變化的假設與預測也必須一致，以充分顯示創業者對於企業內外部環境的熟識，以及實現經營計畫的信心。同時經營計畫書也必須要能呈現競爭優勢與市場利基，並提出許多可供佐證的客觀數據。

第三類屬於創業規劃性質的計畫書，重點內容主要在新事業的定位與創新經營模式 (New Business Model) 內涵的描述。規劃過程中也要針對下述幾項議題研擬行動方案：一、發展創新經營模式所需要的各項策略性核心資源，包括人力資源、技術能力、財務能力、以及能夠有效執行的制度與管理能力；二、規劃能夠有效創造利潤的營運策略，包括產品組合策略、市場行銷計畫、生產計畫與策略、供應鍊管理、IT 技術應用策略…等等；三、創業過程中可能面對的各項風險情境，包括市場需求變動、競爭者手段、產業技術變化等，以及創業者的因應對策。

創業要不要寫經營計畫書，確實是一件見仁見智的看法。無論創業過程中是否曾被投資者要求提供經營計畫書，但我們仍建議創業者需要進行第三類的創業規劃。原因是，創業活動屬於一種高風險的行為，因此如果能在事前進行比較詳細的分析，並對創業過程有一個全盤的規劃與瞭解，相信必然有助於降低創業的風險，並增加創業者的行動決心。這大概也是倡導創業管理教學的主要目的，希望讓青年學子能對創業活動全貌有一個清楚的瞭解，而致引發對於投入創業的興趣。

總之，將創業過程視為黑箱的黑手創業時代已經過去了，在知識經濟時代的

創業者，應該要以理性與科學的態度來看待創業活動，而創業規劃顯然就是創業過程中不能忽視的重要步驟。

經營計畫書是籌措資金的敲門磚

資本、技術、管理、與創業精神是生產力的主要動力來源，在技術做為核心競爭力的策略觀點下，如何結合資本、管理、與創業精神，將是科技產業發展的關鍵要素，也是一個國家經濟發展的主要任務。而風險性創業投資就是在技術做為核心資源的策略下，以非傳統融資方式，結合資金、技術、管理、與創業精神等力量，為支持創新活動與高科技產業發展，所形成的一種新型態投資模式。

所謂風險性創業投資（Venture Capital）是指投資家出資協助具有專門技術而無自有資金的創業家進行創業，並承擔創業階段的失敗風險。投資家以獲取股利與資本利得為目的，其特色在於甘冒風險來追求較大的投資報酬，並將回收資金循環投入類似高風險事業。投資家以籌組創業投資公司，招募專業經理人，從事投資機會評估並協助被投資事業的經營與管理，促使投資利得早日實現，降低整體投資風險。

風險性創業投資基金（Venture Capital）在評估任何創業投資申請案件時，首要的評估資料就是經營計畫書。然而如何撰寫一份成功的經營計畫書，卻是許多技術創業家所面對的最大挑戰。經營計畫書不但是創業的藍圖，同時也是創業家向外籌資的重要依據。許多創業家擁有優勢的技術與創新的產品構想，但因欠缺事業經營的經驗，以為只要產品好，市場與利潤就隨之而來，結果發現沒有任何投資家願意與他共赴風險幻境。事實上這類技術創業家的下場多半是在事業經營遭遇挫折，而資金短缺無以為繼，最後只能含恨結束營業。

現代創業行為大多是屬於高度風險的創新型態事業，創業家除了需要擁有好的技術與產品構想，資金、市場、專業管理都是創業成功的必要資源條件。此時一份好的經營計畫書，對於創業行為就顯得非常關鍵。因為創業家要想吸引投資者的資金，首先就必須顯示出這項創業投資不但可能成功，同時還會帶來很高的報酬。創業家需要很明確的說出事業經營的構想與策略、產品市場需求的規模與成長潛力、財務計畫以及投資回收年限，同時創業家也要證明他對市場、財務的分析預測，是有具體事實的根據。這時一份高品質且內容豐富的經營計畫書，就成為創業家向投資者傳達上述訊息的關鍵媒介。

所謂經營計畫書可視同於求職時的學經歷文憑，一份品質與內容均有所欠缺的經營計畫書，常使得創業家連求見投資家一面的機會都沒有。所以如何撰寫一份符合規格且高品質的經營計畫書，將是所有有志創業者都必須研修的一門課。在過去我們常看到一些以滿腔創業熱誠與充滿感性字眼所寫出的經營計畫書，內容一味的強調事業美景，至於如何達成這些偉大事業夢想，卻完全付之如缺。經營計畫書不同於所謂的事業遠景規畫書，內容架構完整與具體可行是基本的要件。事實上，沒有經過相當深入的市場分析與專業企業管理訓練，一般人是很難

寫出一份夠水準的經營計畫書。而創業者又大多是技術背景出身，較欠缺市場行銷與管理經驗，因此往往困難提出令人滿意的經營計畫書。

投資經營計畫書撰寫的原則

一份好的經營計畫書必須要呈現競爭優勢與投資者的利基，同時也要具體可行，並提出許多可供佐證的客觀數據。內容必須能完整的包括所有重要的經營功能，對環境變化的假設與預測也必須一致，以充分顯現創業者對於企業內外部環境的熟識，以及實現經營計畫的信心。以下我們綜合多位創業投資專家意見，將撰寫經營計畫書的原則，歸納為七點：

1. 呈現競爭優勢與投資利基。經營計劃不僅要將資料完整陳列出來，更重要的是整份計畫書要呈現出具體的競爭優勢，並明確指出投資者的利基所在。而且要顯示經營者創造利潤的強烈企圖，而不僅是追求企業發展而已。
2. 呈現經營能力。要儘量展現經營團隊的事業經營能力與豐富的經驗背景，並顯示對於該產業、市場、產品、技術，以及未來營運策略的已有完全的準備。
3. 市場導向。要認知利潤是來自於市場的需求，沒有依據明確的市場需求分析，所撰寫的經營計畫將會是空泛的。因此經營計畫應以市場導向的觀點來撰寫，並充分顯示對於市場現況掌握與未來發展預測的能力與具體成就。
4. 一致。整份經營計畫書前後基本假設或預估要相互呼應，也就是前後邏輯合理。例如財務預估必須要根據市場分析與技術分析所得的結果，方能進行做各種報表的規劃。
5. 實際。一切數字要儘量客觀、實際，切勿憑主觀意願的估計。通常創業家容易高估市場潛量或報酬，而低估經營成本。在經營計畫書中，創業家應儘量陳列出客觀、可供參考的數據與文獻資料。
6. 明確。要明確指出企業的市場機會與競爭威脅，並儘量以具體資料佐證。同時分析可能的解決方法，而不是含糊交代而已。另外，要明確說明所採用的任何假設、財務預估方法、與會計方法，同時也應說明市場需求分析所依據的調查方法與事實證據。
7. 完整。應完整含括事業經營的各功能要項，儘量提供投資者評估所需的各項資訊，並附上其他參考體的佐證資料。但內容用詞應以簡單明瞭為原則，切勿太專業繁瑣，對於非相關的資料勿將之陳列，以免過於冗長。

經營計畫書應有的功能與重點

經營計畫書雖然也可做為創業者事業發展規畫的自我參考藍圖，但撰寫經營計畫書最主要的目的應該還是做為向外界籌資溝通的工具。因為幾乎所有的專業投資者與融資機構都必須要看到一份可以接受的經營計畫書以後，才會展開相關的投資評估。投資家需要經營計畫書的主要原因，是為能獲得完整的事業經營資訊，以儘速做出正確的投資決策。

因此，對於投資者而言，一份理想的經營計畫書必須具備下述三種功能：

1. 縮短決策時間：一份理想的經營計畫書要能夠提供投資者評估時所需的資訊，使其能自眾多創業家所提出的經營計畫書中，進行有效率的篩選分析，迅速挑選出適合的投資案，以縮短在評估決策所需花費的時間。
2. 清楚告知投資者有關事業經營與發展的過程與結果：經營計畫書必須要能夠明確指出公司內部競爭優劣勢與外部機會威脅、公司的營運策略、可能遭遇到問題、以及預期的經營結果。
3. 提供投資者詳細的投資報酬分析：投資者最關心的是可獲得多少的投資報酬，以及如何回收投資資金，因此一份詳細的資金運用與財務分析報表，是投資者所迫切需要的。

所以經營計畫書的最主要目的還是為吸引投資者的注意，藉由提供充分的事業經營資訊與豐厚的投資報酬機會，滿足投資者在評估與投資決策上的資訊需求，以在最短時間內籌集到所需的資金。總之，一份好的經營計畫書一定是以投資者需求為出發，投資者最關心的還是市場的規模有多大、消費者的需求是什麼、以及投資報酬與投資風險。如果經營計畫書內容不能滿足投資者關注的焦點問題，那麼獲得青睞的機會恐怕就很低。

創業家在撰寫經營計畫書往往最容易犯的毛病是，過份強調自己所熟悉的業務而刻意忽略不熟悉的部份。一位技術背景出身的創業家，可能花費一半以上的篇幅描述技術功能，而只用不到一頁來說明市場行銷。在一份向創投公司提出的經營計畫書中，創業者很自豪的指出將運用營業額的 25% 來從事研究開發，這個比例較同業平均水準高出 10 倍。也許這位創業家對於事業發展與技術研發有遠大的理想，但創投公司卻不可能將資金投入在不知何年才能夠回收的投資案。

對於市場佔有率做大而化之的粗略假設，也是創業家經常犯的另一項毛病。在一份生產辦公室事務設備產品的經營計畫書中，創業家估計可佔有全國八十萬家企業市場的 5%，也就是說可銷售出四萬台設備。但實際上，這八十萬家企業中有 70% 的規模都少於十人，是不可能購買這類昂貴的辦公室自動化設備。在經營計畫書中分析產業與市場活動時，最好先做一些市場調查研究，並引證官方或

學術研究機構的客觀統計資料，同時對於目標市場消費特性的描述，也要有確實的證據。如果已有具體產品原型 (Prototype)，應考慮先進行消費者使用測試，以及取得專家檢驗意見，這樣會有助於提高經營計畫書的品質與可信度。

另外投資家較關心，而卻常被創業家忽略的議題是：如何保證這份經營計畫書能被有效的執行，以及如何回收投資資金。有效執行的關鍵在於經營團隊的組成，如果創業家能延攬經驗豐富的經理人加入經營團隊，對於投資者而言將是一項有利的保證。創業家與經營團隊的經歷背景，有時是籌資的根本關鍵。如果微軟的比爾蓋茲再度提出創業計畫，相信投資者必然蜂擁而至。經營團隊擁有一位聲譽卓著的財務專家，也會有助於增加投資者對於財務計畫實現機會的信心。

如果經營計畫書能提出未來投資資金回收的方式，相信當可吸引投資者的興趣。一般回收的方式不外乎轉讓、收購、上市等，但回收時間也是重要的考量因素。經營計畫書應有詳細的財務預測分析與投資報酬率的預估，這些分析必須依據具體的市場預測資料，同時還要包括敏感度與風險分析在內。風險性投資者對於投資報酬的要求要高於一般水準，對於創業投資報酬的要求更高達 50% 以上。因此創業家需要提出一份能夠具體實現高報酬的經營計畫與財務規畫，才有可能吸引創業投資業者的興趣。

經營計畫書應有的內容架構

在掌握經營計畫書的撰寫重點與原則後，以下提出一個經營計畫書應有的內容架構，提供創業家做為撰寫一份高品質經營計畫書的參考。

一、經營與投資計劃摘要

這部份主要說明資金需求的目的，並摘要說明整份計畫書的重點，目的是為吸引投資者進一步評估的興趣。主要的內容如下：

1. 公司名稱與經營團隊介紹
2. 經營計畫書的重點摘要
 - a. 創業團隊成員的優勢背景
 - b. 投資事業項目或產品之背景與特性說明
 - c. 市場規模與預期佔有率
 - d. 擁有的核心競爭優勢
 - e. 擬採行的經營策略與營運模式
3. 財務需求與預期投資報酬率
 - a. 申請融資的金額、型式、股權比例及價格
 - b. 資金需求的時機與運用方式

- c. 未來融資需求及時機
- d. 總計劃成本與預算資本額
- e. 投資者可望獲得的投資報酬

二、公司簡介

1. 公司成立時間、形式與創立者。
2. 公司股東結構，包括股東背景資料、股權結構。
3. 公司發展簡史與業務範圍。

三、事業願景與組織管理

1. 事業願景、經營理念、文化與價值觀。
2. 經營團隊的學經歷、產業經驗與專業背景。
3. 說明所擁有的成功經營經驗與優勢的組織管理能力。
4. 企業的組織結構，以及未來組織結構的可能演變。
5. 人力資源發展計劃，包括各功能部門人才需求計畫、公司薪資結構、員工分紅與認股權力、招募培訓人才的計畫等。

四、產品特性說明

1. 產品的發展階段（包括概念、原型、量產）、開發過程，是否已具有專利
2. 產品的功能、特性、附加價值，以及具有的核心競爭優勢
3. 與其他競爭性產品的優劣勢比較

五、產業與市場分析

1. 產業環境、產業結構、產業內競合關係（五力分析）、以及市場生命週期發展階段。
2. 界定產品的目標市場，包括銷售對象（目標顧客與主要客戶）、銷售區域、銷售範圍。
3. 過去、現在、以及未來的市場需求與市場成長潛力（包括市場潛力與市場滲透力）。
 - a. 過去、現在、以及未來的市場價格發展趨勢。
 - b. 說明企業在過去與現在的市場銷售量、市場成長情形、市場佔有率變化情形。

- c. 說明市場上主要的競爭者，包括競爭者的市場佔有率、銷售量、排名，彼此的優劣勢與經營績效表現、以及因應的競爭策略（包括在成本、品質、或創新等方面）。若尚無競爭者，則分析未來可能的發展與競爭者出現的機率。
- d. 說明其他替代性產品的發展情形，以及未來因新技術發明，而威脅到現有產品的可能性與後果，並提出因應對策。

六、經營策略與模式

1. 依據上述環境分析與 SWOT 分析，提出一套能夠實現願景與經營目標的策略方針。
2. 比較明確的提出一套能夠實現經營目標與策略方針的經營模式架構，包括能夠明確定位與創造差異化基礎的核心策略內涵、能夠呈現核心能力的策略性資源內涵、能夠增加顧客價值的顧客關係體系內涵、以及能夠劃定公司界線與促進策略聯盟的產業價值網絡內涵。
3. 說明如何結合上述經營策略與經營模式，來創造競爭優勢與實現高額利潤目標。好的經營策略與模式必須要能顯現出差異化的特色，並且能夠維持長期的競爭優勢。
4. 說明在未來事業發展的不同階段，經營策略與模式可能的變遷。

七、經營效益

1. 說明產品的成本結構，在不同產能狀況下個別產品的毛利率、總體平均毛利率、稅後淨利率，以及該淨利率隨著時間可能產生的變化。
2. 將前述成本結構、毛利率、淨利率等與該產業標竿企業或具代表性的企業相比較，以顯示相對卓越的經營效益。
3. 說明企業將如何長期維持經營效益，如何製造進入障礙以防止經營效益的衰退。
4. 說明達到損益平衡的時間以及實現正現金流量所需的時間，並指出在不同產能狀況與經營策略下，上述時間值可能發生的顯著變化。

八、行銷計劃

1. 說明企業的產品定位與品牌策略，現在與未來五年的行銷策略，包括銷售與促銷的方式、銷售通路與銷售點的設置方式、產品訂價策略、不同銷售量水準下的訂價方法，以及廣告與銷售計劃的各項成本。
2. 說明顧客服務體系建制構想與顧客關係管理的運作方式。

3. 能運用行銷研究方法提出比較具體的市場與顧客資料，來說明市場定位以及市場行銷策略規劃的依據。
4. 預估企業未來的市場銷售量、市場成長情形、市場佔有率變化情形。需要提出主要市場顧客的特徵，其接受公司產品的事實證據，以及該產品對顧客的具體利益與價值。如果是新產品則需要提出 Beta Site Testing，專家意見、以及焦點顧客訪談等資料，以做為佐證。

九、技術與研究發展

1. 說明產品研發與生產所需的技術來源，以及技術與生產團隊的專長與特質。
2. 說明技術特性與應用此技術所開發出來的產品，技術研究所具有的競爭優勢與利基，關鍵核心技術的組成與內涵，目前企業在產業中技術領先的地位，以及產業技術未來的發展趨勢。
3. 說明公司當前所擁有的專利數量與價值，以及對於智慧財產權管理的策略態度。
4. 說明企業的技術策略規劃內涵，包括短、中、長期計畫，技術部門的技術資源管理方式，持續保持技術優勢的競爭策略，以及可能採行的技術策略聯盟與技術引進的對象。
5. 說明未來的技術發展路徑圖，包括技術研究與發展方向、資金需求、技術研發之具體計畫內容，研發風險、以及預期的成果。

十、生產製造計劃

1. 說明建廠計劃，包括廠房地點、設計、以及所需時間與成本。
2. 說明製造流程、生產方法、品質管制方法、以及製造設備的需求，包括設備廠商與規格功能要求。
3. 說明物料需求結構，原料、零組件來源與成本管理、委託外製與外包管理情形。
4. 產品各項固定成本與變動成本的說明，以及詳細生產成本的預估。
5. 生產計劃，包括自製率、良品率、開工率、人力需求等。

十一、事業進度與重要時程

1. 陳述企業發展初始階段的重要時程，以月為單位來說明自公司成立到貨款正式進帳其間的事件時程，例如：公司正式成立、新產品開發完成、新產品對外正式發表、簽訂經銷合約、第一筆原料採購、開始規模量產、

接獲第一筆正式訂單、第一次正式出貨、收到第一筆貨款…等。

2. 以時間軸陳述在企業發展階段之重要人力、作業員工人數、重要設備、廠房設施的成長變化，以使投資著明瞭新事業未來可能的成長歷程。
3. 陳述可能造成進度與時程延滯的因素，說明各種因素造成進度與時程延滯所可能產生的影響，以及公司的可能因應對策。

十二、財務計畫

1. 公司過去財務狀況，包括過去五年期間的資產負債表、損益表的比較，及過去融資來源與用途。並提供財務分析統計圖表，指出統計圖表異常處，同時也應說明所使用的會計方法。
2. 提供融資後 5~7 年財務預估。編列的原則是第一年的財務預估須按月編制，第二年則按季編制，最後三年則按年編制。並且應說明每一項財務預估的基本假設與會計方法。上述財務預估應包含有：資產負債表、損益表、現金流量表、銷貨收入與銷貨成本預估表（包含銷售數量、價格與總成本、收入金額）。
3. 提供未來五年損益分析（或敏感性分析）、財務比例分析、以及投資報酬率預估。
4. 說明未來融資計畫，包括融資時機、金額與用途。
5. 提出對於未來上市與上櫃的可能時程計畫，若是已經邁向成長期的公司，應附上公司股票公開上市、上櫃的具體計畫或可行性分析。

十三、募資說明

1. 自企業營運與發展，說明對於未來三年間資金的需求，以及如何滿足這些資金需求，可能來源包括：募資、借貸、信用融資等。
2. 說明這次募資的資金需求、股權形式、獲利保障、或限制條款。一般普通股比較沒有保障，而優先股與可轉換公司債再加上一些保障條件，就比較受到投資人的歡迎。但有時也會加上在一定時間內，限制出售轉讓的條款。
3. 說明這次募資前後的股權結構變化，包括可保留日後使用的股票選擇權或庫藏股；也需要指出一些關鍵投資人與經營團隊在募資前後的股權數量變化情形。
4. 說明這次募資的使用計畫，應儘量明確指出資金的具體用途：例如使用在採購重要設備、開發新產品、擴充營運規模、設計海外據點…等等。
5. 說明這次募資未來可能的投資報酬，包括回收方式、時機、以及獲利情形。

十四、風險評估

這一部份主要列出可能遭遇的風險因素，估計其嚴重性與發生的機率，並且提出解決對策。從事風險分析是為了確認投資計劃可能附隨的風險，並以數據方式衡量風險對投資計劃的影響，目的是向投資者說明風險的對應策略。

十五、結論

此部份乃在綜合前面的分析與計劃，說明企業整體競爭優勢，並指出整個經營計劃的利基所在。尤其強調投資案可預期的遠大市場前景，以及對於投資者可能產出的顯著投資報酬。

十六、證明資料

1. 附上能夠證實前述各項計劃的資料。
2. 附上詳細的製造流程與技術方面資料。
3. 附上各種具有公信力來源的佐證資料。
4. 附上創業家詳細經歷與自傳。