

哈佛商务文书大全

HAFOSHANGWUWENSHU

(下)

主编 梁羽龙



延边人民出版社

哈佛商务文书大全

Business
AFFAIRES

copy-clerk

本书直接就《创业规划书》、《公司内部文书》、《产品计划书》、《项目规划书》、《招标投标书》、《市场调研书》、《销售计划书》、《营销规划书》、《商务促销策划书》、《商业广告策划书》、《商业企业开业计划书》、《网络营销计划书》、《商业计划书》和《公司其它商务文书》(诸如:股份公司组建报告、股东协议书、发行股票公告、年终总结、各种商务合同)等功用、写作要点、格式作了详细阐述。

延边人民出版社

下册目录

第三节 项目选定与计划(项目规划)	(513)
一、项目选定的主要内容	(513)
(一)项目描述	(513)
(二)项目目标的确定	(513)
(三)项目工作分解	(514)
(四)项目的资源需求分析	(514)
(五)项目管理研讨	(515)
二、项目计划的主要内容	(516)
(一)责任分配	(516)
(二)项目计划	(517)
(三)潜在问题分析	(517)
(四)潜在机会分析	(517)
(五)资源管理安排	(518)
三、项目制定的准备	(518)
(一)成立项目制定小组	(518)
(二)列出项目设想	(519)
(三)规定项目制定的职责范围	(519)
四、项目调查及初步设计	(521)
五、项目设计	(523)
(一)项目设计阶段的主要任务	(523)
(二)完成项目设计的具体操作步骤	(523)
六、项目预期效果的分析	(524)
(一)财务分析	(524)
(二)经济分析	(525)
(三)社会分析	(526)
(四)环境影响	(526)
七、项目文件的编写	(526)
(一)编写报告	(526)

(二)提交报告	(527)
八、项目计划的一般程序	(528)
(一)项目计划的一般方法	(528)
(二)项目计划的程序	(529)
九、制定项目计划的技术	(530)
(一)甘特图	(530)
(二)网络计划技术	(532)
十、项目预算	(538)
(一)项目预算的基本原理	(538)
(二)项目预算的基本方法	(539)
(三)项目预算后对估算结果的调整	(541)
(四)项目预算的分配	(542)
十一、资源配置	(543)
(一)人员配置	(543)
(二)技能配置	(544)
第四节 关于项目管理的一些问题	(546)
一、处理项目的变化	(546)
(一)范围变化	(546)
(二)基线变化	(551)
二、降低项目风险	(555)
(一)风险分析	(555)
(二)风险的应付方法	(559)
(三)风险管理计划	(562)
(四)风险控制	(564)
(五)风险监视	(564)
(六)风险监视技术	(565)
(七)风险监视时机	(565)
三、项目审计	(565)
(一)项目审计的任务	(565)
(二)项目的前期审计	(566)
(三)项目的建设期间审计	(569)
(四)项目的竣工审计	(570)
第五节 结语	(570)

第五章 招标投标书

一、概念与作用	(571)
二、特征与种类	(571)
三、格式与制作方式	(572)
四、注意事项	(573)
五、招标书范例	(573)
范例 1: × × 机电设备招标中心公告	(573)
范例 2: 国际货物贸易中的招标	(574)
六、招标申请书	(581)
七、招标申请书范例	(582)
建筑安装工程招标申请书	(582)
八、招标邀请通知书	(582)
九、招标邀请通知书范例	(583)
十、招标章程	(583)
十一、招标章程范例	(584)
× × 自行车厂外购、外协件招标章程	(584)
十二、招标技术质量要求书	(584)
十三、招标技术质量要求书范例	(584)
十四、投标书	(586)
十五、投标书范例	(586)
承包 × × 食品机械厂投标书	(586)
十六、投标申请书	(588)
十七、投标申请书范例	(589)
× × 建筑工程公司投标申请书	(589)
十八、中标通知书	(589)
十九、中标通知书范例	(589)
× × 建筑安装工程中标通知书	(589)

成熟期商务文书

第六章 营销策划中的商务文书

一、正确认识“策划”	(593)
(一)策划与计划行为不同	(593)
(二)策划与决策也不同	(593)
(三)策划需要创意,但又不仅仅是创意	(593)
二、策划书要义	(594)
三、策划书的基本内容	(594)
四、策划书的格式	(595)
(一)封面	(595)
(二)序文或内容提要	(595)
(三)目录	(595)
(四)前言	(595)
(五)主体内容	(595)
(六)预算费用	(595)
(七)策划实施的进度表	(596)
(八)有关人员职务分配表	(596)
(九)策划所需物品及场地	(596)
(十)附加说明及相关资料	(596)
五、策划书的写作程序	(596)
六、策划书的表述要点	(597)
(一)借鉴剧本的写作方法	(597)
(二)简单明了,不苛求文笔	(598)
(三)增强视觉化,使内容更易懂	(598)
七、策划书的保密原则	(598)
八、营销策划中的商务文书经典案例	(599)
案例 1:辰荻组合系列策划书	(599)
案例 2:“雪莲”牌羊绒衫的竞争策划	(607)
九、营销策划中的几种重要商务文书	(613)

市场调研书

613

1. 市场调研报告撰写的必要性

(613)

2. 市场调研报告撰写的特点	(614)
(1) 针对性	(614)
(2) 新颖性	(614)
(3) 时效性	(614)
3. 市场调研报告撰写的原则	(615)
(1) 坚持实事求是的原则	(615)
(2) 符合市场规律及各项政策规定的原则	(615)
4. 市场调研报告撰写的要求	(615)
(1) 以调查资料为依据,做到调查资料与观点相统一	(615)
(2) 表达意思要准确	(615)
5. 市场调研报告的格式	(616)
(1) 题目	(616)
(2) 目录	(616)
(3) 概要	(616)
(4) 正文	(617)
(5) 结论和建议	(617)
(6) 附件	(618)
6. 市场调研报告的内容与步骤	(618)
(1) 市场调研报告的内容	(618)
(2) 市场调研报告撰写的步骤	(618)
7. 市场调研报告的撰写形式与技巧	(620)
(1) 标题的形式	(620)
(2) 开头部分的形式	(620)
(3) 论述部分的形式	(622)
(4) 结尾部分的形式	(623)
8. 市场调研报告撰写的语言	(623)
(1) 撰写报告的语言要求	(623)
(2) 撰写报告应注意的问题	(623)
9. 市场调查卷设计及实例	(624)
实例 1: 专家访谈提纲	(624)
实例 2: 经销商调查问卷	(624)
实例 3: 产品市场调研问卷	(627)
实例 4: 隐形眼镜在大学生中的市场前景调查问卷	(628)

营销计划书

630

1. 营销计划与营销规划的区别	(630)
2. 营销计划书的编写内容	(631)

3. 拟订营销计划的实战步骤	(631)
步骤 1: 思考下列问题的答案	(631)
步骤 2: 市场研究	(632)
步骤 3: 拟订营销计划	(632)
4. “营销计划书”的实战内容	(632)
(1) 情势分析	(632)
(2) 营销目标	(633)
(3) 营销策略	(633)
(4) 营销方案	(633)
(5) 营销预算	(633)
5. 营销计划书案例	(633)
麦当劳公司 1989 年的市场营销计划	(634)

营销规划书

641

1. 策略性营销的规划思考过程	(641)
2. 年度策略性规划的 11 个步骤	(642)
步骤 1: 机会与威胁分析	(642)
步骤 2: 长处及弱点分析	(642)
步骤 3: 长处、弱点、机会与威胁汇总	(643)
步骤 4: 经理人十结	(643)
步骤 5: 计划的假设和前提	(643)
步骤 6: 设定营销目标及目的	(643)
步骤 7: 设定年度营销目标	(644)
步骤 8: 制定基本营销策略	(644)
步骤 9: 设定营销组合策略	(644)
步骤 10: 营销活动计划及进度	(644)
步骤 11: 年度营销预算	(647)
3. 营销规划书案例	(648)
蓝色风暴——海信变频空调 2000 年营销行动策划案	(648)
附件 1: 新闻通气会	(649)
附件 2: 海信空调“工薪变频”上市厂商座谈会	(651)
附件 3: 广告宣传	(653)
附件 4: 新品推介会	(656)
附件 5: 促销活动	(657)
附: “工薪变频, 海信制造”活动促销员培训教程	(658)

商务促销策划书

660

1. 制定整体促销方案	(660)
2. 商务促销策划运作程序	(661)
3. 商务促销预算表	(662)
4. 商务促销策划书格式	(662)
第一部分:前言	(663)
第二部分:市场分析与预测	(663)
第三部分:促销目标体系	(663)
第四部分:促销主题文案	(663)
第五部分:促销定位策略	(664)
第六部分:促销活动方案	(664)
第七部分:促销实施策略	(664)
第八部分:广告宣传策略	(664)
第九部分:公共关系策略	(664)
第十部分:促销预算方案	(665)
第十一部分:促销效果展望	(665)
5. 商务促销案例	(665)
案例 1:“飘柔”送温馨	(665)
案例 2:“双汇”广告巧入天安门	(666)
案例 3:国际休闲食品博览会促销策划书	(667)
案例 4:长城卡宣传咨询活动策划书	(672)
案例 5:第一山,第一品牌	(676)

商业广告策划书

681

1. 广告的功能及分类	(681)
2. 广告作业流程	(682)
3. 广告策略企划的决策	(683)
4. 广告策略作战流程	(684)
5. 广告策划的六大步骤	(685)
6. 广告策略企划的实战循环系统	(686)
7. 广告策略企划的实战步骤	(687)
8. 广告策略企划实战内容	(687)
(1)情境分析	(687)
(2)主要广告策略决策	(687)
(3)创意计划	(688)
(4)广告预算	(688)
(5)广告效果评估	(688)
9. 广告企划案之企划架构	(688)

(1)商品介绍说明会内容之确认	(688)
(2)问题点与机会点	(689)
(3)广告战略	(689)
10.准备广告计划的内容材料	(690)
11.拟订广告创作的工作计划	(691)
(1)商品资料	(691)
(2)广告需要解决的难题	(691)
(3)确定广告目标	(691)
(4)创造性广告策略	(691)
12.拟订广告媒体计划	(692)
(1)媒体计划与媒体战略流程图	(692)
(2)媒体计划之实战架构	(693)
(3)媒体计划流程图	(693)
13.广告策划书格式	(694)
14.广告策划实战案例	(695)
案例 1:活力 28 广告策划	(695)
案例 2:天王牌牛仔裤年度广告计划	(699)
案例 3:法国路易十四皇帝·波旁王子酒	
30"电视广告分镜头脚本(A 方案)	(704)

商业企业开业计划书

705

1.开业计划书的内容	(705)
(1)经营设施(门市硬件)到位	(705)
(2)工作人员到位	(706)
(3)第一批商品到位	(706)
(4)经营的准备工作就绪	(706)
(5)开业的法律手续完备	(706)
(6)开业的庆祝活动	(706)
2.制定切实可行的开业计划书	(707)
(1)寻求有经验的人员帮助	(707)
(2)特定事项一定要有时间限制	(707)
(3)事情一定要有专人负责	(707)
(4)凡事留有余地	(707)
3.开业策划案例	(707)
北京赛特购物中心开业庆典策划案	(707)

网络营销计划书

712

1. 网络营销计划的制定	(713)
(1) 网络营销过程的步骤	(713)
(2) 界定网络营销任务——缔造成功网络营销的蓝图	(713)
(3) 制定网络营销计划需考虑的其他问题	(717)
2. 网络营销计划书范例	(718)
埃沃斯特广告公司网络营销计划	(718)

第七章 商业计划书

第一节 概述	(723)
--------	-------

引言	723
----	-----

一、商业计划书的目标市场	(723)
二、明确商业计划书与现行的可行性分析报告的区别	(724)
三、优秀商业计划书应具备的特点	(724)

商业计划书写作要点	726
-----------	-----

一、注重文本开头	(726)
二、如何吸引投资者的注意力	(726)
三、商业计划书的组成部分	(727)
四、商业计划书的书写格式及注意事项	(728)

商业计划书的摘要	729
----------	-----

一、摘要的重要意义	(729)
二、摘要应表达的内容	(729)
三、撰写摘要应该注意的事项	(730)
四、摘要的格式和长度	(731)

第二节 正文	(734)
--------	-------

项目简况	734
------	-----

公司简介	735
------	-----

一、公司的基本情况及财务状况	(735)
二、公司的发展阶段	(736)
三、产品和服务	(737)
四、专利和许可证	(737)

相关产业分析	738
--------	-----

一、行业和你的企业	(738)
(一)企业和行业	(738)
(二)行业的规模和增长率	(738)
(三)行业的成熟度	(740)
二、行业的发展和经济大环境	(741)
(一)你的企业和经济领域	(741)
(二)经济循环的敏感性	(741)
三、其他影响企业发展的因素	(742)

市场背景

744

一、正确界定目标市场	(744)
(一)定义目标市场	(744)
(二)市场要足够大	(744)
(三)市场具有可操作性	(744)
(四)产品定价要考虑市场承受能力	(744)
二、评价市场规模和评估市场的发展趋势	(745)
(一)市场规模评价	(745)
(二)市场变化趋势评估	(745)
三、突出市场导向	(746)
(一)人口统计描述	(746)
(二)地域描述	(747)
(三)顾客生活方式描述	(747)

市场竞争

747

一、了解竞争对手情况	(747)
二、企业在市场竞争中的位置	(748)
三、充分评价市场竞争	(748)
(一)影响顾客购买的因素	(748)
(二)内部操作因素	(749)
(三)市场占有率	(751)
(四)阻碍竞争对手进入市场的障碍	(751)
四、未来的竞争	(752)

市场策略

753

一、市场介入策略	(753)
(一)广告	(753)
(二)建立固定的老客户	(753)
(三)提供附加选择	(754)

(四)技术转让	(754)
(五)发放许可证	(754)
(六)建立经销商	(754)
(七)建立联盟	(754)
(八)投资相关企业	(754)
二、销售结构	(755)
(一)销售力	(755)
(二)销售过程	(756)

企业经营与产品开发 757

一、企业经营部分应包括的内容	(757)
二、企业生产部分	(757)
三、库存控制	(759)
四、供应与销售	(759)
五、研究与开发新产品	(759)
六、财务管理	(760)
七、撰写企业经营部分时应注重的要点	(762)

企业的管理和组织机构 763

一、企业的领导班子	(763)
二、报酬和激励机制	(763)
三、管理结构和管理风格	(763)

长期发展计划及撤出计划 764

一、企业的发展目标	(764)
二、企业的发展策略	(764)
(一)市场渗透	(764)
(二)市场改善	(765)
(三)市场扩张	(765)
(四)市场集中	(765)
(五)市场转向	(765)
三、风险评估	(765)
四、撤出计划	(766)
(一)股票上市	(766)
(二)企业被收购	(766)
(三)企业收回股权	(767)
(四)股权转让	(767)
(五)与其他企业合并	(767)

财务管理 767

- 一、建立良好的财务管理体系 (767)
- 二、设立相关财务表格 (768)

附录 772

- 一、利用附录增强商业计划书正文的内容 (772)
- 二、附录部分的内容应遵循的准则 (772)
- 三、附录部分经常包括的内容 (773)
- 附：商业计划书参考纲要 (775)

第八章 商务合同文书

认识合同 781

- 一、合同的含义及其特点 (781)
- 二、合同的写法及要求 (781)

常用合同形式范例 783

- 一、购销合同 (783)
- 二、订货合同 (784)
- 三、技术改造借款合同 (785)
- 四、借款合同 (786)
- 五、中国人民建设银行流动资金借款合同 (788)
- 六、固定资产、技术改造借款合同 (790)
- 七、补偿贸易借款合同 (791)
- 八、委托贷款合同 (793)
- 九、代理委托贷款协议书 (793)
- 十、工业企业借款申请书 (795)
- 十一、城市土地开发和商品房借款合同 (795)
- 十二、信用担保书 (796)
- 十三、财产抵押合同 (797)
- 十四、股权抵押书 (799)
- 十五、定期存单抵押书 (801)
- 十六、无条件的不可撤销的保证书 (801)
- 十七、融资租赁合同 (803)
- 十八、财产保险合同 (809)
- 十九、加工定做合同 (811)

二十、承揽合同	(813)
二十一、展销合同	(814)
二十二、技术开发合同	(815)
二十三、专利申请权转让合同	(817)
二十四、专利权转让合同	(821)
二十五、专利实施许可合同	(823)
二十六、非专利技术转让合同	(825)
二十七、技术咨询合同	(828)
二十八、技术服务合同	(830)
二十九、建筑承包合同	(832)
三十、建设工程征用土地合同	(832)
三十一、建设工程拆迁房屋合同	(836)
三十二、建设工程技术咨询合同	(838)
三十三、建设工程勘察设计合同	(839)
三十四、建筑安装工程承包合同	(844)
三十五、国有土地使用权出让合同(宗地出让合同)	(852)
三十六、国有土地使用权出让合同(成片开发土地出让合同)	(858)
三十七、国有土地使用权出让合同(划拨土地使用权补办出让合同)	(867)
三十八、外商投资企业土地使用合同(划拨土地使用权合同)	(869)
三十九、房地产开发合同	(872)
四十、商品房买卖合同	(874)
四十一、房屋租赁合同	(876)
四十二、仓储保管合同	(878)
四十三、货物运输合同	(879)
四十四、航空运输合同	(882)
四十五、包机运输合同	(883)
四十六、水路运输合同	(884)
四十七、海上运输合同	(885)
四十八、包船运输合同	(887)
四十九、国际货物贸易合同(标准合同、商业合同)	(889)
五十、中外货物买卖合同(FOB)	(890)
五十一、FOB 进口合同	(895)
五十二、FOB 出口合同	(898)
五十三、购销合同	(900)
五十四、购货合同	(902)
五十五、售货合同	(904)

五十六、出口寄售合同	(906)
五十七、中外合资经营企业合作合同	(907)
五十八、中外合作经营企业合作合同	(917)
五十九、中外劳务合同	(921)
六十、聘请外籍工作人员合同	(926)
六十一、图书约稿合同	(927)
六十二、图书出版合同	(929)
六十三、译稿图书出版合同	(930)
六十四、自费出版图书合同	(933)
六十五、供用电合同	(934)
六十六、广告发布合同	(940)

第九章 公司常用其他商务文书

一、会议纪要	(942)
(一)含义和功用	(942)
(二)性质和用法	(942)
(三)会议纪要的一般格式	(942)
(四)会议纪要范例	(943)
二、述职报告	(945)
(一)含义、性质和类别功用	(945)
(二)述职报告范例	(946)
三、市场预测报告	(947)
(一)市场预测报告的概念	(947)
(二)市场预测报告的写作	(948)
(三)市场预测报告范例	(949)
四、市场动态要点	(949)
(一)市场动态要点的概念	(949)
(二)市场动态要点的特征	(950)
(三)市场动态分析范例	(951)
五、股份有限公司发起创立申请书	(951)
(一)股份有限公司发起创立申请书的概念	(951)
(二)股份有限公司发起创立申请书的写作	(951)
(三)创立申请书范例	(952)
六、股份制改组组建可行性研究报告	(955)
(一)股份制改组组建可行性研究报告的概念	(955)

(二)股份制改组组建可行性研究报告的写作	(955)
(三)股份制改组组建可行性研究报告范例	(955)
七、股份有限公司发起人协议书	(959)
(一)股份有限公司发起人协议书的概念	(959)
(二)股份有限公司发起人协议书的写作	(959)
(三)股份有限公司发起人协议书范例	(959)
八、股票上市公告书	(961)
(一)股票上市公告书的概念	(961)
(二)股票上市公告书的写作要求	(961)
(三)股票上市公告书范例	(962)
九、股东协议书	(962)
(一)股东协议书的概念	(962)
(二)股东协议书的写作	(962)
(三)股东协议书范例	(963)
十、公司发行 B 股说明书	(965)
(一)发行 B 股说明书的概念	(965)
(二)发行 B 股说明书的格式及写法	(965)
(三)发行 B 股说明书范例	(966)
十一、公司经营年度报告	(968)
(一)年度报告的概念	(968)
(二)年度报告的通用格式	(968)
(三)年度报告的写作要点	(968)
(四)年度报告范例	(968)
十二、中期业绩报告	(976)
(一)中期业绩报告的概念	(976)
(二)中期业绩报告的格式	(976)
(三)中期业绩报告范例	(977)