

《企业文案一本通》系列丛书

(第二版)

企划文案

QIHUA WENAN YIBENTONG

一本通

李笑◎主编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

《企业文案一本通》系列丛书

(第二版)

企划文案

QIHUA WENAN YIBENTONG

一本通

李 笑◎主编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企划文案一本通/李笑主编. —2 版. —北京: 经济管理出版社, 2017. 3
ISBN 978 - 7 - 5096 - 4953 - 4

I. ①企… II. ①李… III. ①企业管理—经营决策—文书—写作 IV. ①F272. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 031400 号

组稿编辑: 谭 伟
责任编辑: 谭 伟
责任印制: 黄章平
责任校对: 超 凡 王纪慧

出版发行: 经济管理出版社
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn
电 话: (010) 51915602
印 刷: 三河市海波印务有限公司
经 销: 新华书店
开 本: 720mm × 1000mm/16
印 张: 24.5
字 数: 467 千字
版 次: 2017 年 3 月第 2 版 2017 年 3 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 4953 - 4
定 价: 80.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

“企划”就是一个企业的规划、策划和计划，泛指一切商业里的计划、创意、设计、实施等行为。企划是企业理性决策提供按效益化原则设计的方案，规避风险和追求效益最大化是企划的两大功能。

企划又是一个战略系统，广义上牵涉企业的发展战略、品牌战略；狭义上牵涉企业的营销管理、广告策略和市场管理。

哈佛大学定义企划是一种程序，本质上是运用脑力的理性行为，是针对未来要发生的事情的当前决策，即企划是预先决定做什么，何时做，如何做，谁来做。

企划是管理功能中最基本的要素，是启动企业的引擎，是从构思到规划再到事实的全过程，是进行企业管理、市场营销、品牌管理等一切事务的基础，企划是为理性决策提供按效益化原则设计的方案。一个企业倘若缺乏企划力，势必导致衰败，企划力的强弱是决定其成败的关键条件，而企划力的形成则又取决于前期企划文案的谋划与撰写。

由此可见，所谓企划文案一般是指企业策划部从事文字工作的员工，按照企划人员的思路将企划内容撰写成文字，企划文案是企业策划的文字表现形式。随着市场竞争的日益激烈，好的企划文案更成为企业创名牌、迎市场的决胜利器，企划是决定公司前景的关键。因此，准确而具有针对性地撰写市场企划文案对于公司的发展起着至关重要的作用。

那么，怎样才能撰写出好的企划文案呢？为此，我们搜寻、筛选了多方面的资料，精心挑选了国内外各种企业的经典企划文案，立足中国企业实际，披沙拣金，数易书稿，终于编辑完成了《企划文案一



本通》，为广大公司企划人员提供了最实用、最完备的企划文案写作参考。

《企划文案一本通》以企划文案为切入点，突出了企业经营过程中经常遇到的企划事项，是全面、高效解决企划问题的实用工具和文案大全。全书分为六章，详细阐述了管理企划类文案、营销企划类文案、市场企划类文案、商业企划类文案、其他企划类文案等内容。

《企划文案一本通》精选大量实用范本，语言通俗易懂，内容全面规范，结构明晰严谨，融理论性与实用性于一体，集创新性与指导性于一身。它具有以下几个特点：一是前瞻性和现代性，内容新颖，贴近现实，具有超强的时代感；二是系统性和全面性，篇章组织结构系统科学，丰富全面，突出重点；三是标准性和实用性，编写规范，简洁实用，可操作性强。

总之，它涉及企划文案写作的方方面面，具有很好的借鉴性和参考价值，是企划人员案头必备的文案写作指导用书。

本书在编写的过程中，参考了大量的书刊、报纸、网站，为企划人员撰写文案提供了借鉴和帮助，给本书增加了分量，作为编者，我们在此深表谢意。

目 录

第一章 企划文案概述

一、企划文案的含义	(1)
二、企划文案的表达技巧	(1)
三、企划文案的制定方法	(2)
四、企划撰写者能力提升	(20)
五、企划文案失败原因分析	(25)

第二章 管理企划类文案

一、项目融资方案书	(29)
二、网站项目投资计划书	(30)
三、外资利用方案	(35)
四、赴外考察企划案	(37)
五、新事业投资企划案	(39)
六、创业计划书	(42)
七、经营计划书	(50)
八、生产计划书	(52)
九、企业财务计划书	(54)
十、财务分析报告	(56)
十一、财务预测报告	(60)
十二、财务管理办法	(62)
十三、利润分配计划书	(70)
十四、内部审计计划书	(72)
十五、财务收支计划书	(79)



十六、员工培训策划方案	(81)
十七、企业生产管理规定	(86)
十八、企业生产操作规范	(87)
十九、企业经营目标	(88)
二十、可行性研究报告	(91)
二十一、合资经营可行性研究报告	(94)
二十二、项目评估报告	(101)
二十三、公司宗旨	(103)
二十四、企业兼并公告	(106)

第三章 营销企划类文案

一、营销企划书	(108)
二、营销计划书	(111)
三、营销策划方案	(115)
四、国际营销计划	(121)
五、市场营销战略规划	(128)
六、市场推广营销方案	(129)
七、市场营销战略目标管理方案	(135)
八、确定性市场营销决策报告	(136)
九、未确定性市场营销决策报告	(137)
十、风险性营销决策方案报告	(138)
十一、客户投诉处理报告	(138)
十二、房地产销售策划方案书	(140)
十三、销售计划书	(142)
十四、产品推介书	(147)
十五、促销策划方案	(150)
十六、促销活动企划案	(153)
十七、产销分析报告	(155)
十八、广告计划书	(156)
十九、广告宣传活动策划方案	(161)
二十、广播广告	(165)
二十一、报纸广告	(166)
二十二、海报	(167)

二十三、公关企划书	(169)
二十四、公关活动策划书	(171)
二十五、公关评估报告	(174)

第四章 市场企划类文案

一、战略企划书	(177)
二、经营战略	(182)
三、战略分析	(185)
四、战略实施	(188)
五、经营战略计划	(198)
六、战略企划管理条例	(199)
七、经营战略目标	(201)
八、经营战略方针	(203)
九、商业战略规划	(204)
十、调研企划书	(205)
十一、市场预测报告	(209)
十二、市场调查报告	(211)
十三、市场决策报告	(214)
十四、市场战略决策报告	(216)
十五、市场竞争企划书	(217)
十六、会议工作报告	(222)
十七、经济决策方案	(223)
十八、新年度营运计划案	(226)
十九、经济活动分析报告	(228)
二十、调查问卷	(231)
二十一、招股说明书	(234)
二十二、股票发行说明书	(237)
二十三、产品策划	(241)
二十四、产品上市建议书	(248)
二十五、产品市场开拓计划书	(251)

第五章 商业企划类文案

一、商务信函	(255)
--------------	-------



二、商务消息	(257)
三、商务通信	(258)
四、商业计划书	(260)
五、商务会议纪要	(269)
六、商务谈判方案	(272)
七、国际商务谈判纪要	(275)
八、外贸信函	(277)
九、新闻评论	(278)
十、意向书	(280)
十一、备忘录	(282)
十二、建议书	(283)
十三、索赔、理赔书	(285)
十四、启事	(287)
十五、标书	(289)
十六、招标书	(290)
十七、招标公告	(292)
十八、招标申请书	(293)
十九、招标文件	(294)
二十、招标邀请通知书	(296)
二十一、招标章程	(297)
二十二、招标技术质量要求书	(299)
二十三、投标申请书	(301)
二十四、投标书	(302)
二十五、中标通知书	(304)

第六章 其他企划类文案

一、CIS 手册	(306)
二、CI 理念系统报告	(307)
三、CI 企划发展战略报告	(309)
四、商品说明书	(311)
五、外贸商品说明书	(312)
六、权利要求书	(314)
七、专利申请报告	(316)

八、成本预算报告	(321)
九、成本控制报告	(323)
十、成本分析报告	(325)
十一、企业诊断报告书	(325)
十二、任期目标责任书	(327)
十三、专题活动策划	(330)
十四、公共事务宣传企划案	(332)
十五、新产品开发报告书	(334)
十六、新产品开发企划书	(347)
十七、新产品质量分析报告	(357)
十八、新产品开发策划方案	(359)
十九、新产品价格策略分析方案	(360)
二十、新产品开发可行性分析报告	(371)
二十一、新产品设计可行性分析报告	(377)
参考文献	(379)

第一章 企划文案概述

一、企划文案的含义

企划文案一般是指企业策划部从事文字工作的职员，按照企划人员的思路将企划内容撰写成文字。所以，它不仅需要文案撰写人员具有较强的文字表达能力、充分了解目前市场动态、掌握整个企划战略的指导思想；同时，还需要具有一定的公关能力。

二、企划文案的表达技巧

企划文案做好后要呈现给大家看。企划撰写者要做的企划很多，了解企划文案的细节，是企划撰写者必备的功课。

1. 数值化技巧

为了证明方案的可行性，免不了要收集许多相关资料。然而，这些原始资料的格式项目不一定与自己的企划需求相符，需要加工整理才能引用。因此，每个企划撰写者都应进一步地学习数值化技巧。

统计图表是数值化最常用的技术。善用平均数、变异数、饼图、长单数等统计观念，可以使企划接受者更明确地了解企划所要表达的理念，成为企划文案的有力解说。

基本统计观念大家一定都有，但不一定都能适时、适度地运用到企划文案中。如果所收集到的资料性质相似，或有时间序列上的关系，就可以进行统计分析，并以统计图的形式加以呈现，从而加强企划的说服力。

2. 图像化技巧

所谓图像化技巧是指多利用流程图、关联图或实体模型等非文字表达形式。此外，美化版面也是其中一部分。非文字的图示可以弥补文字叙述的不足，更能将内容的逻辑关系准确、方便地表现出来。所以，这项技巧的训练着重于逻辑与因果的思考能力。现在，可利用现有的文字处理或排版软件比较便捷地实现企划有关内容的图像化。



3. 灵活的表达力

企划文案是企划撰写者思想的陈述与表现。所以,良好的表达能力是企划撰写者不可缺少的。书面表达的成果是外界接触企划文案的第一步,行文流畅、主题明确、简明扼要是书面表达的要点。有时,高层主管无暇详细研读企划文案,只能靠边看简报边听企划撰写者的报告来接触企划文案,因而口头表达技巧也不容忽视。自信是口头表达的首要技巧,其次要重点突出、富有条理。

三、企划文案的制定方法

虽然不同的企划文案会有不同的内容。但是,我们还是可以找到企划文案的一般创作规律,即企划导入、企划概要、企划背景、企划意图、企划方针、企划构想、企划设计、附录。

(一) 企划导入的写法

企划导入的主要目的是引起企划读者对企划文案的关心与兴趣,企划文案的写作者必须时刻充分考虑读者的需求。

一般地,企划导入包括企划的封面、前言及目录三部分内容。相对而言,前言的写作更为重要。

1. 封面的写法

(1) 封面的作用。一本商业杂志,读者对它的兴趣虽然取决于杂志的内容,但改变其封面也同样会引起读者的注意。匠心独具的封面是引人入胜的良好开始。企划文案封面也是如此。

一份正式的企划文案,封面是必不可少的。封面是企划文案的首页,最先映入读者的眼帘,因而给读者最先且较大的影响。封面的具体作用一般包括:①封面可掩盖、修饰企划文案的整体;②封面可清晰地标明企划的标题;③封面是传达企划内容的首页;④有些不宜在正文表述的内容,可以在封面中方便地进行表述。

(2) 封面的构成要素。企划文案的封面一般包括以下内容:

1) 提出单位,指提出企划文案的单位及部门。

2) 企划者,有时要具体写出提出企划文案的个人、所属部门、地址及电话号码等企划者个人资料。

3) 企划名称,企划的名称要正确且简洁。一般地,企划名称可用主、副两个标题表达。主标题是企划的总名称,副标题则用以具体表现企划主题、展示企划的目的、反映企划的背景及由企划所带来的利益。有时,副标题甚至可以直截了当地指出企划的最吸引人之处。

4) 提出日,即企划文案的提出日期。



5) 机密程度,指企划文案的机密程度。一般地,企划文案可分为绝密、机密、一般等不同层次。

6) 企划文案的页数。

当然,由于企划者的风格、爱好不同,封面的构成要素及书写方式会有所差异。但必须注意的一个基本原则是,封面的构成及风格必须与企划内容协调一致。

(3) 封面设计的要点。由于封面是企划文案的脸面,对其进行精心设计是值得的。设计封面时,一般应注意以下几点:

1) 封面的设计风格应与企划文案的其他页面有共同之处,从而形成与企划内容的协调一致性。

2) 为了增加企划文案的魅力,封面不要仅限定于使用白纸,也可使用质地不同的彩色纸。

3) 面向企业外的企划文案封面应该与面向企业内的企划文案封面有所区别。

4) 封面应该充分展示企划文案的个性。

5) 设计封面时应该牢记,封面是企划文案的第一页,应追求先声夺人的效果。

图 1-1 给出了一个简单的企划文案封面实例。

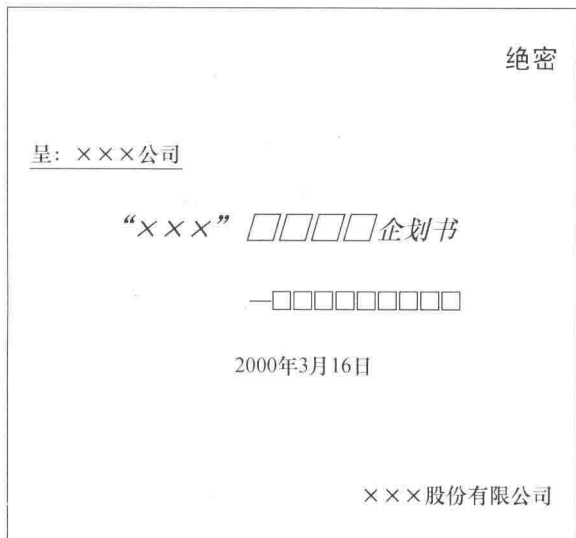


图 1-1 企划文案封面实例

2. 目录的写法

(1) 目录的作用。企划文案的目录可以展示企划文案的整体构成。因此,

目录可以为读者了解企划、检索企划内容提供方便。另外，由于企划的程序与企划的构成往往是一致的，读者通过目录就可以轻松地了解企划的作业程序。并且，通过目录可预先把握企划的思路，从而为进一步理解、接受企划做好准备。

总之，目录要传送给读者与企划及企划文案相关的预备知识，防止出现企划者与读者认识上的差异，并帮助读者充分理解企划。

(2) 目录的写法要点（见图 1-2）。

1) 在目录中一般要写上企划文案各部分的标题及对应的页码。为了更详细地表明企划的构成，必要时可将各部分具体内容的标题及对应页码标示清楚。

2) 由于目录清楚地表明了企划文案的构成，所以，往往在企划作业之初就会写好目录中企划各部分内容的标题，而其对应的页码则往往在整个企划文案全文完成之后才予标注。

3) 为了便于读者了解企划内容，可以在目录空白之处，加上与企划主题相关的宣传图片。

4) 当企划文案内容简单、页数较少时，可以将企划文案的目录、前言均放在企划文案的封面上。

目 录

前言	2
企划概要	4
现状分析	5
目标设定	6
产品定义	7
实施策略构成	8
企业内部实施策略	9
渠道策略	10
消费者策略	11
实施计划	12
预算	15
参考资料	18

图 1-2 企划文案目录实例

3. 前言的写法

(1) 前言的作用。前言是企划文案的开篇，是整个企划文案的浓缩。因此，企划文案的前言非常重要。前言的作用，主要表现在以下两方面：

1) 前言应该清楚地表明企划者的基本姿态。在前言中企划者往往可以比较自由地表述自己对企划的思考，及其对企划主题的基本态度及理解。

2) 引起读者的关注。前言也是读者首先接触企划时的具体内容，如果前言



部分不吸引人、不能引起读者的兴趣则可能造成读者对整个企划失去信心，甚至就此打住，放弃对企划的进一步关注。因此，前言应力求精简、有趣，并给予读者足够的“承诺”，以打动、吸引读者。

(2) 前言的构成。前言不宜过长，应以精简的语言叙述以下内容：①企划的背景及目的（企划提出的原因及一般的利益）；②企划内容的基本概要；③企划及企划文案的特色（与其他企划相比其长处或优势以及能带来的重要承诺）；④对有关人员的感谢。

(3) 前言的写作要点。前言的写作要点包括以下几项：

1) 前言必须精简、有趣，不能详细说明企划的内容，前言过长会降低读者对企划及其内容的兴趣。

2) 前言可以在企划文案写作之初写作，但必须在企划文案完成之后进行修改。正因如此，有人建议前言的写作可以放在企划文案写作的最后环节来进行。

3) 若前言部分文字内容较少，可在空白处加上与企划主题相关的宣传图片。

4) 当企划文案内容简单、页数较少时，可以将企划文案的目录、前言均放在企划文案的封面上。

(二) 企划概要的写法

企划导入之后，接着就是企划概要。在此部分，通常要用一至两张纸的篇幅及框图的形式浓缩企划的整体内容，并清晰地表述企划的思路、过程。

(1) 企划概要的作用。企划概要主要具有以下几个作用：

1) 企划概要可以清晰地提示企划的结论。作为企划者自然对企划的内容了如指掌。但是，企划文案阅读者则不然。如何使企划文案阅读者快速、全面地了解企划内容，就是企划概要的任务之一。企划概要要在企划文案的开头直观地向企划文案阅读者提出企划的结论，从而令阅读者把握企划整体，帮助其更好地理解企划文案在此之后的内容。

2) 企划概要可以简洁地介绍企划内容。企划概要可以起到很好的引见作用。一般地，企划文案的阅读者（上司或委托方）往往因为繁忙而不能有太多的时间充分了解企划的全部内容。所以，他们愿意通过企划概要获取来自企划文案的进行经营决策的必要信息。

事实上，企划概要的实际重要性日渐加强。并且，有人夸张地认为，企划有浓缩在一张纸——企划概要——上的趋势。可见企划概要要在企划文案中的地位。

3) 企划概要要是检查企划内容的有效工具。因为企划概要要在较小的篇幅内明示企划的整体内容，所以，很容易通过它发现企划前后观点、结论是否一致，企划是否周密，有没有错误等企划内容上的诸类问题。

(2) 企划概要的写作要点。企划概要将企划整体内容进行简要归纳、整理，



并用简明图示表达出来，其写作要点有以下几个：

1) 企划概要的写作方法。通常，企划概要的写作方法有两种，即在整个企划文案内容完成之前或完成之后写作。前者一般是通过首先固定企划概要，然后逐渐补充概要的各项内容，最后完成整个企划，这种方法有利于企划内容的写作；后者则是在所有企划具体内容完成之后，再按由前至后的顺序将各部分内容进行总结，这种方法近似于机械化操作，写作概要比较方便。实际中，究竟采用何种方法写作企划概要，企划者可根据自己的习惯、爱好来确定。

2) 企划概要是整个企划的骨架。由于受篇幅限制，企划概要只能简要说明企划内容，而不能展示企划的细节内容。重要的是，要通过企划概要使阅读者头脑中留下企划的整体印象。显然，在概要中过多地说明企划的细节，会与之后的企划内容重复。因此，企划概要必须是提纲式地表达企划整体内容。

3) 用图示的方式写作企划概要。企划概要中各部分内容之间的关系往往用图示的方法来表明。直观的图示，有利于阅读者对企划内容的理解，企划概要实例见图 1-3。

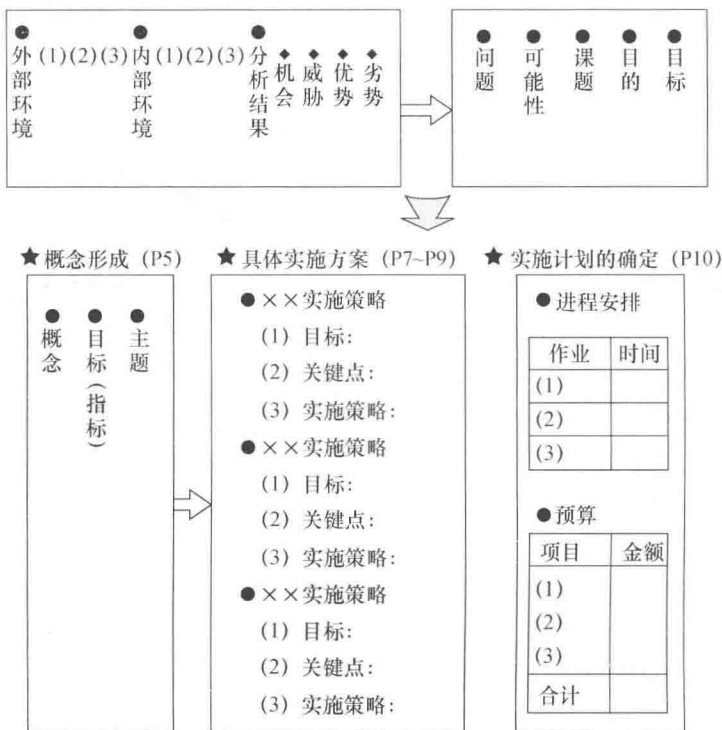


图 1-3 企划概要实例



（三）企划背景的写法

从企划背景开始，就进入了企划文案的正文部分。企划背景的主要内容包括现状分析和企划前提两大部分。通常，我们可以把企划背景看作企划的“出生证明”。

（1）企划背景的作用。企划背景的作用主要有两个：

1) 企划背景必须阐明企划的必要性。企划并非空想的结果，而是在充分的客观实际调查的基础上进行周密的现状分析而产生的。“为什么要进行企划”是企划背景要回答的根本问题。这一问题的答案，显然要通过现状分析，使企划者与阅读者产生共识，从而寻找出进行企划的必然性。

2) 企划背景提示进行企划的前提条件（制约条件）。在企划背景中，要站在委托者的立场上提示企划进行的前提条件（约束条件），从而使企划更具可能性、合理性。

（2）企划背景的构成要素。一般地，企划背景主要包括下面几个方面：

①企划对象（内容）的背景；②现状分析及现状分析的结果；③企划的契机或动机；④企划的前提条件（制约条件）及其影响。

（3）企划背景的写作要点。企划背景的写作要点主要有两个：

1) 企划对象（内容）背景的写法。背景应全面、简洁而富有条理。通常，可以对企划对象（内容）所处的背景进行综合、概括性的描述。

分析背景时，应该收集、关注现有资料及有关的图书、报纸、杂志等媒介提供的二手资料，即从查询企业相关资料、数据库等方面入手，整理出可能影响企划的因素及数据，为企划的必要性、企划的目的及目标的设定提供依据。

2) 现状分析。包括微观环境分析及宏观环境分析两大部分。

一般地，因为市场分析直接影响企划的内容，所以，与营销相关的企划微观环境分析主要是进行市场分析。可以认为，市场分析的正确与否决定企划的成功与否。

在进行市场分析时，要特别注意事实及数据的运用，它应该与相应的市场调查和研究紧密结合，并有效运用市场调研的分析与结果。所以，为了完成市场分析，除了要收集、分析相关二手资料外，大多数情况下还必须通过实际调研获得第一手资料。通常，这部分内容的素材可以自己组织人力进行市场调研获得，也可以委托专门的调查公司调研来获得。

市场分析的内容众多，应尽可能灵活运用客观的事实及数据进行分析。其中，需要重点进行分析的内容包括：①市场规模的变化；②市场占有率的现状及其变化；③市场结构的现状及其变化与变化原因；④未来市场的发展；⑤购买者分析；⑥其他。

进行现状分析时，必要的时候还必须进行宏观环境分析。宏观环境分析包括宏观经济因素、人口因素、自然因素、技术因素、政策法规因素、社会文化因素