



麦斯特企业管理研究中心

公司 企划文案 现用现查

实用 · 权威 · 全面 · 新颖 · 系统

【公司必备文案现用现查】

GONGSI
QIHUA WENAN
XIANYONGXIANCHA

本书内容详尽，编排科学，方便实用，
真正为当今企划经理人提供了一个标准的现代化企业操作规范，
同时，本书也是文案撰写人员必备的第一手资料。



赠送光盘
免费下载·编辑
地址·8117

中国和平出版社



麦斯特企业管理研究中心

公司 企划文案 现用现查

实用 · 权威 · 全面 · 新颖 · 系统

【公司必备文案现用现查】

GONGSI
QIHUA WENAN
XIANYONGXIANCHA



随书附赠光盘
任意下载·填写
修改·打印

中国和平出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

公司必备文案现用现查/麦斯特企业管理研究中心编. —北京: 中国和平出版社, 2004

ISBN 7-80154-958-9

I. 公… II. 麦… III. 公司—企业管理—范文 IV. F276.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 017801 号

公司必备文案现用现查

公司必备企划文案现用现查

麦斯特企业管理研究中心/编

出版发行: 中国和平出版社

(北京市西城区鼓楼西大街 154 号 邮编: 100009 电话: 84026019)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京泰山兴业印务有限责任公司

开 本: 720 × 1010mm 1/16

字 数: 1800 千字

印 张: 27

版 次: 2004 年 7 月第 1 版

印 次: 2004 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80154-958-9/F · 6

全套定价: 348.00 元 (本册: 58.00 元)

本书如有质量问题, 由经销店负责调换

前言

近年来,我国的各类公司都得到了长足的发展,尤其是中国加入 WTO 以来,国内的企业更是体现出了旺盛的生命力。然而,在全球经济一体化的今天,企业要想真正缔造属于自己的核心竞争力,就必须创造出符合企业实际的核心管理理念。事实上,任何企业的成功都源于卓越的管理,而生动的文案,完善的制度,规范的表格不仅是卓越管理的坚实基础和有力保障,更重要的是她对企业的发展起着指导和协调的作用。为此,我们精心挑选了国内外著名私营公司经典文案、制度、表格共 1000 多例,汇编成《公司必备企划文案现用现查》一书。

《公司必备企划文案现用现查》一书紧紧围绕新时期中国私营经济的特点,既从宏观上对私营公司的发展和壮大做了纵深的指导,同时精选国内外顶尖企划 800 多例,为我国企业的规范化运作奠定了坚实的基础。本书的最大特点是:

(1) 淡化理论,注重实用性、实践性和可操作性。

《公司必备企划文案现用现查》最大的特点在于实用性、实践性和可操作性,其目的并不是要广大读者精读细研,而是让其能够信手拈来,灵活应用。秉承了这种理念,本书并没有在高深的理论上做过多的研究,而是用详实的案例和透彻的分析给人耳目一新的感觉!

(2) 通俗易懂,可读性强,实用性强。

为方便读者使用,《公司必备企划文案现用现查》尽量避免使用比较专业和不易理解的词语;对于范文的选用,坚决避免选用冗长、复杂甚至陈旧的范文,而是用简短、浅显和新颖的范文。

(3) 材料新颖,案例翔实。

《公司必备企划文案现用现查》不仅从理论上对企业必备的各种文案进行了剖析,而且精心汇集了中外经典范文 1000 多例。它既系统地介绍了

企业在企划过程中所需的各种文案、制度、表格，又巧妙地把企业发展中的点、线、面完美地结合在一起。同时，本书在编排上把理论性和实用性进行了完美的结合。书中既有理论上的引领和阐述，又恰当地用范文对文案的写作、设计和编制加以说明。因此，本书不仅可以作为企业文案制作人员的参考用书，又可以作为企业制定相关文案的参照标准。

当然，由于诸多因素，本书的错误和不足之处在所难免，敬请广大读者不吝指正。

编 者

2004 年 5 月

目 录

第一章 战略企划管理文案 1

经营战略是指企业为实现其经营目标而采取的基本策略,其中主要包括拟定和评价各种方案的过程以及选择最优方案的过程。经营战略是企业战略思想的主要内容,它是企业为实现远景目标而进行的系统性规划。现代企业要想在激烈的市场竞争中占有一席之地,并在此基础上有所发展,就必须具有全局性、长远性的战略企划管理。

一、企业计划书	1
二、企业经营目标	11
三、企业经营方针	14
四、企业经营计划书	15
五、商务谈判方案	17
六、环境调查报告	19
七、经营战略企划书	21
八、企业业务整改方案	34
九、战略企划管理制度	46
十、经营战略企划管理用表	83

第二章 营销企划管理文案 97

营销企划是企业对市场营销中的各个步骤进行策划,使企业的服务或产品能够尽快被市场所认知和了解,从而确保企业目标的顺利实现。本章将对企业营销企划的各个过程进行系统介绍。

一、市场调查报告	97
二、市场调查问卷	102
三、市场调查预测报告	107
四、市场动态分析报告	114
五、市场决策报告	115

六、市场调查计划书	117
七、营销计划书	130
八、销售计划书	134
九、促销宣传策划书	139
十、市场推广方案	142
十一、市场营销企划管理制度	146
十二、市场营销企划管理用表	162

第三章 广告企划管理文案 185

广告有利于提高企业知名度和美誉度,对于增强企业竞争力和扩大企业市场占有率具有极为重要的作用。

广告企划是确立广告目标,进行广告预算、决定广告广方式等一系列广告效果评价的有机过程。广告企划工作是广告工作的核心,也是整个企业战略规划的核心。

一、广告策划书	185
二、广告宣传活动策划书	206
三、广告实施计划书	212
四、电视广告文稿	217
五、广播广告文稿	223
六、诗歌体广告文稿	223
七、对联体广告	228
八、歌曲体广告	230
九、故事体广告	232
十、说唱体广告	234

第四章 公关企划管理文案 238

良好的公关企划活动不仅能为企业树立良好的形象,而且能改变企业以往的不良形象,提高企业的知名度和美誉度。本章就公关企划与评估文案进行有重点、有层次的介绍。

一、公关人员素质测定书	238
二、公关人员资格鉴定书	241
三、公关调查书	243
四、公关企划书	245
五、公关危机处理书	248
六、公关危机事件处理书	251
七、公关评估报告	254

八、公关企划管理制度	257
九、公关企划管理表格	262
第五章 CI 企划文案	274
企业形象是企业的第一资源，成功企业发展的第一策略便是企业形象设计。CI 企划就是将企业经营理念和企业精神运用统一整体进行传达的系统，特别是视觉传达的设计。CI 企划是塑造企业形象，获得竞争优势的有力手段，也是消费者识别企业和企业向社会展示风采的桥梁。	
一、CI 调查计划书	274
二、CI 策划书	276
三、CI 企划发展战略报告	290
四、CI 企划管理手册	291
五、CI 理念系统报告	293
六、经营理念说明书	294
七、开业庆典策划书	295
八、CI 企划规范管理制度	299
九、CI 企划管理表格	302
第六章 经营企划文案	312
经营企划是为了实现企业的经营方针，使企业能迅速适应内外环境变化，准确地预测并规划未来行为，进而对这些行为进行安排和落实的总体性计划。加强企业经营企划文案的管理，对企业实现自身目标，具有重要意义。	
一、长期经营计划书	312
二、年度经营计划书	329
三、合营项目可行性研究报告	344
四、生产项目可行性研究报告	346
五、企业管理咨询报告	352
六、企业管理诊断报告	355
七、股份制改组改建可行性研究报告	359
第七章 企业品牌企划文案	363

随着世界经济的高速发展，全球经济一体化的趋势更加明显。在这种市场大环境下，企业要生存，要发展，就必须拥有属于自己的品牌。品牌是企业生命力的源泉，对企业的发展有至关重要的作用。本章就品牌企划、品牌认知度调查等文案作重点的介绍。

一、品牌企划书	363
二、品牌认知度调查报告	366
三、品牌广告策划书	371
四、品牌企划操作规程	373
五、品牌质量管理规程	374
六、品牌企划管理表格	379

第八章 人力资源企划文案 385

对现代企业来说,人力资源的作用无论怎样评价都不为过。选用最适合本企业的人才,激活人力资源各要素,将员工价值最大化,是每一个现代企业都渴望实现的梦想。

一、人力资源综合管理企划书	385
二、人力资源绩效考评计划书	389
三、人力资源薪酬管理计划书	391
四、年度培训计划书	396
五、员工培训计划书	398
六、人力资源企划操作规程	400
七、人力资源企划管理表格	401

第九章 企划公关常用文书 415

企划公关常用文书是企业在进行企划公关活动时制作及使用的一种文书。企划公关常用文书类似于礼仪文书,主要包括答谢辞、欢迎辞、祝酒辞。本章进行有重点,有层次的介绍。

一、欢迎辞	415
二、答谢辞	416
三、祝酒辞	417
四、贺辞	418
五、贺信	420
六、感谢信	421
七、介绍信	422
八、开幕辞	423

第一章 战略企划管理文案

经营战略是指企业为实现其经营目标而采取的基本策略，其中主要包括拟定和评价各种方案的过程以及选择最优方案的过程。经营战略是企业战略思想的主要内容，它是企业为实现远景目标而进行的系统性规划。现代企业要想在激烈的市场竞争中占有一席之地，并在此基础上有所发展，就必须具有全局性、长远性的战略企划管理。

一、企业计划书



概念解说

创业计划书是指企业或企业家在创业伊始所编写企业创立与运营的整体规划时形成的书面材料。为获得商业贷款或创业基金，企业创业之初通常都要用大量书面材料对风险投资商进行说服，同时也不断规范自己，从而保证企业的正常运作。



编写要点

创业计划书没有固定形式，但创业计划书通常应包括以下七项内容：

- ①封面和标题页
- ②目录 目录要注意各部分内容的排列次序
- ③执行纲要

④企业基本情况简介

企业基本情况简介通常包括产品/服务、市场与竞争、销售与促销、组织机构与管理等

⑤财务

⑥风险分析

⑦附件 附件包括撰写人个人简历、推荐书、意向书、合同、法律文件及其他相关文件。



范文

××公司创业计划书（框架）

一、概述

1. 概述格式；
2. 新增的内容（不属于创业计划的部分）。

二、企业经营介绍

1. 企业的名称；
2. 企业经营状况的一般介绍；
3. 企业发展历史；
4. 企业经营目标和里程碑；
5. 独特的企业经历；
6. 产业介绍；
7. 产品及服务介绍。

三、市场调查与分析

1. 目标市场与顾客；
2. 市场调查；
3. 市场定位；
4. 市场份额的大小及占有率；
5. 竞争。

四、营销计划

1. 销售与分销;
2. 广告宣传与公共关系;
3. 定价。

五、研究与开发计划

六、产品制造与经营

1. 产品特点;
2. 劳动力;
3. 供应商;
4. 设备;
5. 不动产与设施;
6. 制造成本数据。

七、关键人物

1. 管理班子与董事介绍;
2. 薪金报酬;
3. 主要的股东;
4. 顾问团。

八、总体计划、重大事件和面临风险一览表

九、融资计划

1. 融资的目的;
2. 融资的来源;
3. 融资的条件;
4. 融资的期限与步骤;
5. 公平、控制及评价。

十、财务规划

1. 预算;
2. 关键的假设与估计。

十一、附录

十二、参考文献(如果需要的话)

公司创业计划书

编号:

密级:

××产业公司创业计划书

××产业公司

地址:

电话:

××年 月 日

目 录

一、发展计划摘要

1. 目标;
2. 任务。

二、公司情况

1. 公司所有权;
2. 公司历史;
3. 公司产品;
4. 企业地址及设施。

三、产品和服务

1. 产品及服务说明;
2. 重要特点;
3. 销售艺术。

四、市场分析

1. 行业分析;
2. 成功的关键。

五、企业营销策略及实施计划

1. 营销目标 and 市场策略;
2. 定价策略;

3. 促销策略;

4. 营销计划;

5. 销售策略;

6. 战略联盟。

六、组织管理概要

1. 组织管理人员;

2. 其他组织管理的考虑。

七、财务分析

一、发展计划摘要

××产业有限责任公司向医院和实验室引进各种革新的、艺术等级的新产品的使用。它的总部在××市，它的产品是通过直销的方式、与顾客进行面对面的接触来进行销售。

这一经营计划只是我们整个的企业计划过程的第一步。我们将在每一季度对之进行修改。

我们打算在接下来的10个月中进入全面运营状态，并创造每年××万美元的收入。

明年我们获取成功的至关重要的因素依其重要程度进行排列，主要有以下几点：

(一) 在医疗保健及相关产业中用高质量的新颖的产品来满足需求。

(二) 提供高于行业平均水平的技术和顾客服务。

(三) 财务控制和现金流量计划。

××产业有限公司是一个相当新的公司，并力图在保健品行业中找到自己恰当的位置。

基于我们对未来3年中财务方面的规划和设计，销售收入将突破××万美元，净利润将达到××万美元。

1. 目标

(1) 向太平洋沿岸的西北部地区介绍鲁牌防护手套生产线；

(2) 保持32%的利润增长率；

(3) 到20××年底销售收入达到每月××万美元，到20××年底达到每月××万美元。

2. 任务。

××产业有限公司的任务是向保健行业推出革新的产品，同时稳步提升自身利润和公司价值。

二、公司

××产业有限责任公司向××地区的医院、实验室、急救中心和公安部门分销新型医疗保健产品。它的顾客包括医疗从业人员，如医生、护士、实验室技术人员、紧急医疗技术专家，还包括警察、消防机构和监狱人员。

(一) 公司所有权

(略)

(二) 公司历史

(略)

(三) 公司产品

(略)

××产业公司产品发展与现在市场的需要紧密相关。

1. 医疗保健行业越来越多地将注意力集中于人们对传染性疾病的预防需要，例如……

2. 替代品和设备替换部分的需求是目前消费的一部分，并由最初的设备制造商们提供。

3. 在目前，人们往往很难以能够支付得起的价格从市场上获得所需的产品。

(四) 公司的地址

三、产品及服务

××有限责任公司向太平洋沿岸西北部地区的医院和实验室销售产品。它也服务于消防和公安部门、急诊救助服务和看守所。

(一) 产品及服务说明

截至20××年1月，××有限责任公司已拥有36条生产线，其中一些具有广泛的消费者基础，但非垄断。

1. $\times\times$ 牌防护手套这项产品,是一个用于天然橡胶制成的、具有垄断性的产品。它专门用来……

2. 分析器部分件产品专门生产血液分析仪器中的重复替换仪器。这一生产线的主要目的是……

3. VMA 零售生产线是从西班牙的巴塞罗那引进的一条专业生产线,它为实验室中特殊疾病的测试和诊断提供仪器。而这些产品很难在国内获得,因此需求量很大。

4. 原料质量控制产品是在西班牙制造的,它为实验室中诊断试验的实施提供了有效的质量控制。由于在西班牙的制造成本很低,以及低廉的转让价格使这一生产线的创利能力将十分可观。

5. 风湿症产品生产线也来自西班牙,它为医院、实验室中的风湿性关节炎的检测及血清测试提供了简捷的诊断方法。

6. 器具产品生产线是对其生产线的补充,使 $\times\times$ 产业有限责任公司能够以较低的成本进入资本设备市场。这一生产线正在扩展之中。

(二) 重要特点

$\times\times$ 有限责任公司的产品具备几个重要的特征,使之区别于其他产品并被认为是更具竞争力。

(产品特点说明略)

(三) 销售艺术

(略)

四、市场分析

根据医疗仪器公告中心的数据,19 $\times\times$ 年市场对于橡皮手套的需求按其最终价值计算大约是 $\times\times$ 万美元。在美国,保健器行业正处于变化阶段,但对实验室诊断测试的销售量仍能达到 $\times\times$ 亿美元左右。

在橡胶手套行业的市场领导者包括几家企业。分别为 $\times\times$ 公司和 $\times\times$ 保健公司。而诊断数据测试品的市场却极为分散,包括上百家规模各异的制造商。

(一) 行业分析

保健器行业是一个极为集中的市场,从服务的角度而言,仅有几家主要的企业能维持。这些大的公司每年公布的年度收入也不过几百万美元,

尚不足整个市场的1%，这主要是由于他们过高的经营费用及开支。

为了在这一行业中生存，将自己的公司建成一个具有创新精神、良好信誉和服务导向的公司从而跻身于世界企业之列是至关重要的。我们将尽量减少与大型企业的竞争，提供与他们不同的产品，从而降低我们的经营风险。

1. 市场参与者

在诊断品行业出现了以下几家市场领导者：

(1) ××有限公司

制造实验室用的诊断器具，其市场范围遍及全球。由于与××机构签有合同，它在××方面具有垄断势力。

.....

2. 市场划分

这个市场中大约有4~5家大型企业居于统治地位（占有70%的市场份额）；有5~7家中等规模的制造商和分销商占据另一重要部分（20%的市场份额）；余下的10%在小型企业中进行划分，例如像××有限公司这样的企业。

(二) 成功的关键

在这一行业中成功的关键在于：

(1) 营销

抓住新产品的投放、商业展览和顾客的反馈。

(2) 产品的质量和承受力

(3) 服务

货物的按时运送，具有专业知识的人才，全心全意为顾客服务以赢得顾客的满意和依赖。

五、企业营销策略及实施计划

我们的企业策略将立足服务于恰当的市场。在诊断品行业充斥着如此之多相类似的产品的同时，××产业有限责任公司力图通过自己与众不同的产品服务而与其他企业区别开来。

同时，以一种独一无二的产品作为开始，占据一定的市场，并且最终找到恰当的产品定位，将能够在全国范围内更好地满足顾客的需要。