



国际商务实训系列教材

商务应用文 实训

苏欣 主编

对外经济贸易大学出版社

国际商务实训系列教材

商务应用文实训

苏 欣 主 编

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目(CIP)数据

商务应用文实训/苏欣主编. —北京:对外经济贸易大学出版社,2004
ISBN 7-81078-368-8

I. 商… II. 苏… III. 商务-应用文-写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 075347 号

© 2004 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

商务应用文实训

苏 欣 主编

责任编辑:叶长生

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码:100029

网址:<http://www.uibep.com>

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸:185mm×260mm 14 印张 349 千字

2004 年 8 月北京第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-368-8/F·232

印数:0001-5000 册 定价:24.00 元

国际商务实训系列教材编委会

顾 问：李 昭

主 任：程野冬

副主任：刘书文 于承锦

委 员：于立新 李秀华 李倩春 胡 波

沈文全 赵新中 吕天健 张宝顺

康再生 罗 农 苏 欣

序 言

全面建设小康社会,开创中国特色社会主义事业新局面是党的十六大提出的奋斗目标,也是包括外经贸行业工作人员在内的全体中国人民在新世纪的共同任务。随着 21 世纪的到来,一个科技飞速发展、信息高度集中、经济密切联系、生活节奏加快的新世纪展现在我们面前。世界经济全球化和世界贸易组织大门向我们敞开,我国的国际商务活动日益活跃和频繁。这些活动不仅需要大批懂得国际商务运作的管理人才,更需要千千万万熟悉国际商务活动的技能型人才。如何根据这种新变化、新要求,培养和造就千百万建设有中国特色社会主义事业的劳动者,贯彻落实党中央、国务院关于大力发展职业教育、培养高级技术应用型人才的指示,完成十六大提出的奋斗目标,是摆在广大教育工作者面前的一项艰巨而迫切的任务。

北京市对外贸易学校在这方面做出了有益的尝试。他们组织学校及其他兄弟学校的教师精心编写了“国际商务实训系列教材”。这套教材,根据我国进入全面建设小康社会和加入世界贸易组织后对对外经贸工作人员职业技能的新要求,结合加强素质教育,进行教学改革的新实践,着眼于提高学生实际操作能力和就业能力的新目的,从打破以往以学科划分编写教材的模式入手,采取了以实际工作岗位为中心、以岗位流程为主线,模块化、多案例、互动式、重实训的编写方式。该系列教材在理论上,在业务实践上都有较大突破,是一套结构新颖、可操作、易读易学的新型外经贸教材。

该套教材是外经贸职业学校的实训教材,对于提高学生的实际操作能力,加强实际工作技能的训练具有积极的教育、指导作用。同时,对于从事或即将从事外经贸工作的人员提高自身实际操作能力也有较大帮助。

“坚持教育创新,深化教育改革,优化教育结构,合理配置教育资源,提高教育质量和管理水平,全面推进素质教育,造就数以亿计的高素质劳动者、数以千万计的专门人才和一大批拔尖创新人才”是党的十六大对教育工作者提出的根本任务。我们希望从事对外经贸教育的广大教育工作者,在十六大精神的鼓舞下,在加强素质教育,探索实操训练,培养更多更优秀的外经贸高素质劳动者方面继续做出自己的努力和贡献。

北京市对外经济贸易委员会主任



2003 年 8 月

前 言

近年来,随着经济全球化和信息技术的迅猛发展,特别是我国加入 WTO 后,对外贸易飞速发展,对商务工作者提出了更高的要求。要求商务工作者不仅要把握我国对外贸易方针政策法规,还要懂得国际贸易的基本理论和知识,更要具有熟练处理各种业务的技能。商务应用文写作作为主要业务技能之一,如果能正确熟练地掌握,将会使你如虎添翼。反之,将会严重影响工作效率和业务的展开,轻者见笑与他人,重者贻误商机,甚至给国家带来重大经济损失。因此加强商务应用文写作教学已成为人们的共识。

本书主要面向职业学校国际商务或相关专业学生,以及从事或将要从事国际商务工作的人员。内容涉及业务流程中最常用的主要业务文书,包括方案、调研报告、经贸消息、广告、说明书、商务信函、电子邮件、会谈纪要、合同、招标投标。

本书主要特点如下:

1. 理论够用,内容实用。选取商务活动中最常用的文种,写作知识既适合中等职业学校学生的接受能力,又能满足社会对中等职业学校学生从事商务工作的要求。

2. 以案例为引导,避免枯燥、抽象的知识说教,让学生在情境中学习,在训练中提高。

3. 每个文种采用模块式结构展开。

模块一“情境介绍”,用案例的方式将学生带入特定文种的写作情境中,自然生动地介绍该文种的概念、用法。

模块二“写作模板”,用例文的形式将每个文种格式展示给学生,并加以详细说明,使读者了解每一步写作的具体要求、注意事项,力求做到简明、直观、重点突出,便于模仿,便于记忆。

模块三“范文与点评”,通过对范文的点评加强学生对写作知识的了解,使学生形成较高的写作起点和品味。

模块四“案例与写作”,从案例到写作再到构思分析,让学生领略从选材、构思、格式到行文的写作全过程,旨在帮助学生实现从欣赏到写作的飞跃。

模块五“病文诊治”,基于教师多年写作教学的经验,将初学者容易犯的错误列举出来,并加以分析纠正,使学生避免犯同样的错误。

模块六“思考与实训”,给教师和学生提供丰富实训材料,让学生将所学知识运用于实践,通过实践形成技能。

最后是“本章知识小结”,这个模块是对前六个模块中所涉及的知识的明确、整理、归纳、拓展和提升。

七个模块按照从感性到理性、从具体到抽象的顺序排列,符合人的认识规律,必将减轻学生学习的难度,同时也有益于促进教学方法的改进。

4. 形式新颖,轻松活泼。

“老师的小题示”是以点评例文为基础讲解写作知识的补充。

“小贴示”介绍新概念。

“相关知识连接”能拓展本章写作知识。

“小思考”根据理解的内容给出一两个问题,旨在引起学生的注意、思考和兴趣。

总之,本书力图从学生的年龄特点出发,从初学者的需要出发,生动、形象、直观、便于模仿、便于记忆;语言亲切,打动读者;形式活泼多样,图文并茂,吸引读者。让教师教得方便,使学生学得轻松,让学生在实践情境中学习,在训练中提高商务应用文写作能力。

本书的编写凝聚了多位老师的心血。苏欣老师主编全书并组织大量图片;唐友莲编写第一章方案、第二章调研报告;王雨编写第三章经贸消息、第六章商务信函;尚丽英编写第四章广告、第五章商品说明书;张伟利编写第七章电子邮件;邓晖编写第八章会谈纪要;林梅编写第九章合同、第十章招标投标书。

由于编写仓促,水平有限,不妥之处恳请读者批评指正。

目 录

第一章 方案	(1)
模块一 情境介绍	(1)
模块二 写作模板	(1)
模块三 范文与点评	(2)
模块四 案例与写作	(9)
模块五 病文诊治	(12)
模块六 思考与实训	(17)
模块七 本章知识小结	(21)
第二章 调研报告	(24)
模块一 情境介绍	(24)
模块二 写作模板	(25)
模块三 范文与点评	(26)
模块四 案例与写作	(33)
模块五 病文诊治	(35)
模块六 思考与实训	(38)
模块七 本章知识小结	(42)
第三章 经贸消息	(45)
模块一 情境介绍	(45)
模块二 写作模板	(45)
模块三 范文与点评	(47)
模块四 案例与写作	(49)
模块五 病文诊治	(52)
模块六 思考与实训	(53)
模块七 本章知识小结	(61)
第四章 广告文案	(64)
模块一 情境介绍	(64)
模块二 写作模板	(65)
模块三 范文与点评	(66)
模块四 案例与写作	(77)
模块五 病文诊治	(78)
模块六 思考与实训	(80)
模块七 本章知识小结	(85)
第五章 商品说明书	(89)
模块一 情境介绍	(89)

模块二	写作模板	(89)
模块三	范文与点评	(92)
模块四	案例与写作	(105)
模块五	病文诊治	(109)
模块六	思考与实训	(112)
模块七	本章知识小结	(115)
第六章	商务信函	(117)
模块一	情境介绍	(117)
模块二	写作模板	(117)
模块三	范文与点评	(118)
模块四	案例与写作	(123)
模块五	病文诊治	(128)
模块六	思考与实训	(129)
模块七	本章知识小结	(133)
第七章	电子邮件	(138)
模块一	情境介绍	(138)
模块二	写作模板	(139)
模块三	范文与点评	(140)
模块四	案例与写作	(143)
模块五	病文诊治	(145)
模块六	思考与实训	(149)
模块七	本章知识小结	(151)
第八章	会谈纪要	(155)
模块一	情境介绍	(155)
模块二	写作模板	(155)
模块三	范文与点评	(156)
模块四	案例与写作	(160)
模块五	病文诊治	(162)
模块六	思考与实训	(165)
模块七	本章知识小结	(168)
第九章	合同	(173)
模块一	情境介绍	(173)
模块二	写作模板	(174)
模块三	范文与点评	(175)
模块四	案例与写作	(181)
模块五	病文诊治	(183)
模块六	思考与实训	(185)
模块七	本章知识小结	(190)
第十章	招标投标书	(195)
模块一	情境介绍	(195)

模块二	写作模板	(195)
模块三	范文与点评	(198)
模块四	案例与写作	(203)
模块五	病文诊治	(205)
模块六	思考与实训	(207)
模块七	本章知识小结	(208)

第一章

方 案

模块一 情境介绍



据我国卫生部门保守估计，中国有2.4亿人口存在着不同程度的肥胖，每年仅在减肥保健品支出方面，消费金额就达60亿—100亿元人民币，如此巨大的市场需求使得众多厂家纷纷进入这一市场，减肥产品的市场竞争异常激烈。秘书小丁是某保健品公司市场部的员工，该公司主要生产减肥产品，为了扩大产品的市场份额，公司决定利用春天即将到来的良好时机开展促销活动。为了使活动有条不紊的顺利进行，市场部经理召集部门成员针对活动的目标、方式、时间、范围以及经费预算等进行商讨。经过全体成员反复斟酌，确定此次促销活动的具体内容与步骤，小丁根据商讨结果制定出促销活动方案。该公司以此方案为依据，有效地分配时间、组织力量、安排各项工作，顺利完成促销活动，实现了方案的预期目标。

凡事预则立，不预则废。各项工作的首要环节是制定周密的计划。在开展工作之前对未来的行动预先制定目标，安排具体进度，拟定相应的措施和步骤，在此基础上形成的书面材料称做方案。方案是行动的指南及检查的依据，它可以保证工作的有序进行。商务工作中常见的方案有：营销方案、会议方案、决策方案、接待方案、谈判方案等。



模块二 写作模板

“瘦身男女”促销活动方案

近年来，中国美体市场竞争激烈，在市场销售量居前列的产品促销经费投入巨大，各种品牌纷纷采取相应的促销措施。为了扩大市场占有率，提高产品知名度，广州天龙美健美容公司生产的“瘦身男女”减肥产品计划开展促销活动，活动方案如下：

标题：事由+文种

或商务活动名称+文种。

前言：概括介绍商务活动的背景、目的和预期效果，也可以根据具体情况确定。

一、活动主题：春之恋。

二、活动时间：3月1日——5月31日。

三、活动目的：利用春天气候回暖的有利时机，开发新的消费群体并稳固老顾客。

四、活动口号：春光乍泄真女人，“瘦身男女”——挡不住的诱惑。

五、活动地点：各终端俱乐部。

六、活动步骤：

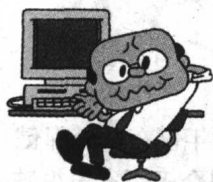
1. 代理商准备……

2. 俱乐部准备……

3. 活动实施……

七、活动经费……

主体：商务活动或某项工作的缘由和目的、执行时间、实施场所、参与活动的相关人员、措施、操作步骤以及经费预算等内容。



模块三 范文与点评

◇ 范文一

首届中国企业文化论坛新闻发布会方案

随着中国经济市场化进程的日益深入，具有鲜明的企业文化特色已经成为企业国际化的标志。首届中国星沙企业文化论坛的开办旨在促进企业文化建设理论的不断发展与完善。为提高活动声誉，扩大影响，论坛组委会决定于2002年8月13日召开新闻发布会。

（一）发布主题

举办首届星沙企业文化论坛

（二）时间

2002年8月13日上午10:00-10:40

（三）地点

北京人民大会堂（重庆厅）

（四）发布内容

1. 论坛的背景和意义

2. 论坛的宗旨

3. 论坛的内容和形式

4. 参会的对象和要求

5. 论坛筹备情况

文章开头简要说明活动起因，开宗明义。这种方式经常用于专题活动类的策划方案。

本文直接以活动的构成要素——主题、时间、地点、内容、人员划分层次，特点是内容清晰，一目了然，便于操作执行，体现方案这一文种应具有的指导性意义。

发布内容是新闻发布会方案的重点，决定此次活动是否能够达到预期目的。作者在此作了较为详尽的说明，使方案内容繁简有度，详略得当。

6. 国家级长沙经济技术开发区——长县介绍

7. 答记者问

(五) 邀请媒体

人民日报、中央人民广播电台、中央电视台等
60 家中央和首都媒体。

(六) 主持人和发布人

1. 主持人：夏忠华（发布论坛相关情况）
2. 发布人：刘晓明（介绍举办地点的情况）

(七) 会议日程

10:00 开会

10:00 - 10:10 夏忠华发言

10:10 - 10:20 刘晓明发言

10:20 - 10:40 答记者问

10:40 散会

(八) 相关资料准备

新闻通稿、论坛日程、举办地点情况、《腾飞的星沙》画册

(九) 与会领导名单（略）

(十) 与会工作人员名单（略）

老师的小提示：

方案的写作风格力求
简约平实，一般情况
下应当不用或少用形
容词和修辞手法。



点评



这是一篇结构完整的会议方案。作者以举办新闻发布会的构成要素作为划分文章层次的依据，使得该方案具有鲜明的实用性，体现其对商务实际工作的指导价值。由于方案的写作有很强的目的性，所以作者在文章的写作风格上力求简练、准确、直白，对活动的实施方法、步骤及执行过程的进度具体化，实现方案写作的最终目标。

◇ 范文二

处理 × × 车间闲置厂房设备的决策方案

目标：× × 车间尚有部分厂房、设备闲置未用，需要进行处理。拟以下面三种可能方案中选择一个经济效益最好的方案：1. 维持现状；2. 将由 × 厂供货的附件（A）改为自己生产；3. 把闲置的厂房、设备租给 × 厂使用，每月收取租金。

资料：1. × × 车间每月需要附件（A）1 万件，× 厂供应价每件 30 元；2. 自己生产，每件成本价 32 元，其中材料 15 元，工资 8 元，其他费用 4 元（包括投产后的资金占用费），厂房、设备折旧费 5 元；3. 厂房、设备租给 × 厂，每月可收租金 6 万元，附件（A）仍由 × 厂按原价供应。

文章开门见山，直奔主题，提出决策目标，指明决策要解决的问题以及预期结果。

文章的第二部分内容是与决策相关的资料，是决策的依据。

方案：关于××车间闲置厂房、设备的处理问题，提出以下可供选择的方案：

1. 维持现状，除每月需支付购进附件（A）1万件的费用30万元外，还应支出可用而未用的厂房设备的折旧费5万元，共应支付35万元。

2. 取消附件（A）订货，改为自产，连折旧在内共需支出成本费32万元。

3. 收取资金。×厂同意每月付租金6万元，扣除折旧费5万元，实际只比第一方案减少支出1万元。

比较：以上第二方案效益最高，比第一方案每月可减少支出2500元，全年共减少3万元。但第二方案还要相应增加××车间生产附件（A）的资金，而且取消订货也会给×厂造成生产安排上的困难，第三方案将可能出现人员混杂的问题，会带来管理上的困难。

决策方案一般要提出若干个，并进行论证择优，供领导决策时参考。

文章最后用科学方法分析比较、权衡利弊得失，从中选出最佳方案。

老师的小提示：领导的时间非常紧，你的方案一定要言简意赅。



点评



就方案这一文种的写作而言，经营决策方案是其中写作难度较大的一种，其主要目的是解决经济活动中出现的重大问题（如经营政策、财务、劳务和分配等问题）。通常经营决策方案是由智囊团、咨询机构秘书部门或有关管理部门提出方案，供领导决策参考。一般要提出多个方案进行论证。本文开头直奔主题，提出决策目标，指明决策要解决的问题以及预期结果；然后摆出与决策相关的资料；以此为依据提出方案；最后进行比较评优。本文最大的特点就是简洁明确，没有一句多余的废话。

◇ 范文三

香薰小铺招商方案

一、公司简介

植物精油及芳香制品历史悠久，最早可追溯到五千年前，那时的皇宫贵族就已经在用它来舒缓身体不适、镇静情绪、缓解疼痛。近世纪以来，它一直是欧美文化一朵亮丽的奇葩，被公认为是健康和美丽的最佳诠释，不仅为各界名流所追求，更是人们居家生活不可或缺的一部分。植物精油在 1998 年引入中国市场，由于价格较高只能为少数高消费者所享用，令一般工薪阶层望而却步。

广州泛薰芳连锁企业有限公司是一家从法国进口植物精油，在中国生产、分装、销售植物精油系列产品的专业资深企业，引进国际最新技术和设备，在广州拥有 15 000 平方米的绿色生态工业园区，在产品开发的深度和广度上处于领先水准。

我们不仅有尖端优质的产品，更有高素质的营销团队，我们正在通过自己不懈的努力把公司的理念、文化传播到全国的每一个角落。我们秉着“关爱家庭、关心健康、永续经营、引领时尚”的企业宗旨，通过不断的研发，降低成本，使这昔日王榭堂前燕飞入了寻常百姓家。相信在不久的将来，您也将陶醉在“萨法莉”的迷人香气中……

二、市场分析

随着社会的进步，人们生活质量的提高，“回归自然，拥有健康”的呼声像浪潮般在近几年越演越烈。人们在休息日都会选择去郊外或农村休闲，节假日时自然风景区更是人山人海。都市人每天工作忙碌，生活节奏加快，长期处于紧张的状态，加上环境污染的不断加剧，腰酸背痛、浑身无力、失眠多梦、食欲不振等亚健康状况严重困扰着人们，于是美容、沐足、桑拿大热特热、保健品、药品也成为不得不关注的焦点。

享受蓝天、青山和绿水似乎成了人们的奢望。看过《薰衣草》这部电影的朋友，一定不会忘记电影里女主角所经营的那间小铺，里面五颜六色、琳琅满目的芳香及香薰用品更引起朋友们极大的兴趣。

招商方案的写作主题必须依据商务工作的目的而制定。在把握主题的基础上，有效地运用写作技巧把想要表达的内容完整地传达给读者，从而说服阅读对象，赢得阅读对象的赞同和支持。

方案写作的开头直接、平实，作为文章的前言交待此次招商背景，叙述起因。

方案第二部分内容是对招商项目有关的宏观和微观环境因素所作的分析和论述。招商方案写作最直接的目的是要使读者对招商项目感兴趣。环境因素的可行与否，直接制约着阅读对象对方案科学性的认识。



老师的小提示：你应当通过事实和推理来说服读者，但也不要忘记在感情上打动他们。

香薰文化在欧美流行多年，并进入百姓生活。香薰疗法又称芳香疗法，它是通过从特定植物的花、叶、根、树皮、果实、种子、树脂等所提炼出的不含任何化学物质的植物精油，从呼吸系统、精神系统、内分泌系统对人体进行全方位调理。

植物精油的历史可谓源远流长。在古埃及，女王沐浴时在水池中滴入几滴植物精华液，会使女王保持年轻的肌肤和美貌，甚至人们将沉香、没药的精华液渗入裹木乃伊的亚麻布上，可达到防腐的功效。在古印度，人们在寺庙焚烧檀香，达到心神合一、禅定的效果。在中国，读书人家会将一种芸香草的植物放在书柜，能够驱除书虫，且会发出一种淡淡的清香，所以一直到今延续“书香门第”这一说法。

现今，植物精油更是无处不在。1968年，美国一次药物调查显示，在410万次处方中，纯植物性的药物占30%。意大利与法国的医生们更经常开出含纯植物精油的药物处方。在今天的法国，经常以植物精油开处方的医生（不含美容师）已超过1500人。在日本，人们则把植物精油对脑神经刺激的功能应用在建筑体系的中央空调系统中。日本最流行的BGA（背景香味）——日本的西日本铁路火车司机，带上有薄荷的手套以防止打瞌睡。日本内田银行的办公室中，早上8:45开始散放茉莉花香，可帮助员工清醒头脑，傍晚5:00则放出薰衣草，可以安定情绪。这一切都需要植物精油才能完成。

中国市场约有65万家大、中、小型规模不等的美容院，近几年，香薰产品进入中国，已有超过1/10的美容院销售与使用植物精油。但因植物精油的成本较高，而且香薰疗法在中国起步较晚，所以长期以来都只在较高档的美容理疗中心才出现。

广州泛薰芳连锁企业有限公司作为专业生产、销售植物精油的企业，不断研发，降低成本，同时还不断开发出纯植物精油的衍生产品，让香薰文化走进每一个家庭，让每一个人都能充分享受香薰带来的自然与健康。



方案撰写者在此处使用叙述的方法对植物精油在不同国家的应用进行描述，用事实说服读者。

作者用平实的语言对企业几年来在产品开发方面取得的成绩作了概要式的介绍，增加招商方案的说服力度，为招商项目的阐述做出合理铺垫。

可以预见香薰作为一个产业在中国大发展的条件已经成熟，在未来一二年内香薰小铺产业必将给国人的生活带来革命性的变化！她将逐步取代含有化学合成物质的美容用品等对人体有危害的生活必需品。

关爱生命、关注健康，广州泛熏芳连锁企业有限公司的目标是在2-3年内在香薰行业中发展为领导品牌。

三、可行性分析

● 科学性：公司产品经国家进出口检验检疫局和中山大学检验合格，并由中国人民保险公司承保产品质量责任险。公司每年投入数十万元研发费用；常年聘请国内外专家产品设计，源源不断开发、创新。产品定位独特，品种丰富；鲜有竞争品牌，顾客忠诚度高；独特的拓展方式，既做商业又传播文化；适合女性创业，生活与事业融为一体；

● 经济性：无需庞大投资，从几千至数万元即可创业，公司免收加盟金；提供“香薰小铺”商标、商号的使用；提供统一店面设计、CI策划；提供专业书籍、宣传资料，免费为您培训；不定期提供丰富多彩的促销方案、举办新产品开发与销售研讨会、联谊酒会及教育训练。



● 持久性：香薰产品将逐步取代含有化学合成成分物质的美容用品等对人有害的产品，让每个人在洗、漱、饮、用就能触摸到香薰，从而成为时尚追捧的生活必需品，有持续经营的空间。

● 前瞻性：公司具有先进的经营企业理念，崇尚信用与品质是企业永恒的生命，关爱家庭、关心健康、引领时尚，传播香薰文化，追求健康。

四、加盟条件

类 别	A 型方案	B 型方案	C 型方案	D 型方案
面积	50 平方米以上	30 - 50 平方米	20 - 30 平方米	15 平方米
首批进货金额	50 000 元	30 000 元	20 000 元	10 000 元
加盟金	免	免	免	免
加盟材料工本费	免	免	1 000 元	1 000 元

奖励制度：年进货额累积达 60 万以上，返利 5%；年进货额累积达 35 万以上，返利 4%；年进货额累积达 25 万以上，返利 3%；年进货额累积达 15 万以上，返利 2%；年终以货物形式返利 5%（以零售价计算）。

配送物品：首批进货赠：授权牌、宣传单、产品目录、推广手册、×展架、手提袋、喷

如果说方案的第二部分强调动之以情，则第三部分需要晓之以理。通过讨论，列举出方案对读者带来的益处。

在可行性分析部分，提出作者建议的行动，描绘项目的优势所在。