

现代 商务 公文

XIANDAI SHANGWU GONGWEN XIEZUO ZHINAN

写作指南

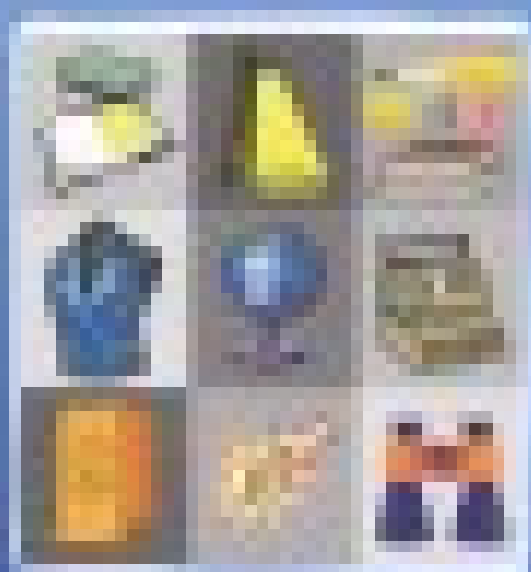
赵华 张宇 编著



现代
商务
写作

写作指南

第 1 版 (2015 年 1 月)



第 1 版 (2015 年 1 月)

现代 商务公文写作指南

XIANDAI SHANGWU GONGWEN XIEZUO ZHINAN

赵华 张宇 编著

图书在版编目(CIP)数据

现代商务公文写作指南/赵华,张宇编著. —北京:中国民主法制出版社,2007.7

ISBN 978-7-80219-257-7

I. 现... II. ①赵...②张... III. 商务—公文—写作—指南 IV. H152.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 095002 号

书名/现代商务公文写作指南

XIANDAISHANGWUGONGWENXIEZUOZHINAN

作者/赵 华 张 宇 编著

出版·发行/中国民主法制出版社

地址/北京市丰台区玉林里7号(100069)

电话/63292534 63057714(发行部) 63053367(总编室)

传真/63056975 63056983

<http://www.npc.gov.cn>

E-mail: MZFZ@263.net

经销/新华书店

开本/16开 787毫米×1092毫米

印张/22 字数/332千字

版本/2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷

印刷/北京华正印刷有限公司

书号/ISBN 978-7-80219-257-7/D·1135

定价/35.00元

出版声明/版权所有,侵权必究。

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

序

随着我国政治、经济形势的不断发展和变化,世界经济全球化以及全球物流、信息流、网络的现代应用对我国的商业领域产生的巨大影响,一个经历了从计划经济向市场经济,从贫穷走向温饱,由温饱迈向小康和富裕、不断发展不断繁荣的中国经济新时代正向我们走来。

新时代需要新思想,新时代需要新理念。在社会主义市场经济的大潮中,企业要想生存,要想长足发展,要想取得可喜的成就,不仅要有独特的经营项目,“货真价实”的产品,还需运用科学的思想、全新的管理模式,对其进行认真的总结、全面的沟通、广泛的宣传,还需有一批精干的属于自身企业文化的优秀撰稿人以其新颖、独到、精致而富有时代气息的商务公文深入人心、启迪心灵、广为传播,使企业获取更大的效益,得到长足的发展。

市场经济的理论与实践证明,商务公文是商务领域同市场、同社会联系的桥梁;是企业推介自己,走向全国、走向世界的腾飞的翅膀;也是经营管理部门处理公务、传播信息、实施管理的重要实践活动,更是企业生产经营中的不可缺少的一个重要组成部分。从某种意义上讲,谁家的应用文章作得好、作得精,作得心应手,谁家的产品、经营项目就能广泛占领市场,随之而来的便是企业的飞速的发展和进步。

商务领域的公文在工作中的应用由来已久,但随着经济发展带来的社会发展的不断变化,商务公文也因新的政治体制、新的管理方式、新的人际关系以及新的涉外活动的出现而相应发生了变化。新兴的产业、新兴的商务管理部门层出不穷;一些企业应用文种因其时代的变化与发展,写法在潜移默化;而另一些具有时代感、时代特征的新兴文体在写法上有很多值得矫正和进一步完善的问题。

题;有些文种在写作和使用上也存在着模糊不清的现象。为使老文种赋予新变化,新文种显示其强大的生命力,更好地为社会服务,我们有了如此动议,撰写一部科学、严谨、通俗、全面,同时也是最重要的,就是具有创造性和实用性的《现代商务公文写作指南》一书,以适合商务领域这个庞大的读者群的需要,以满足广大商务工作者及企业管理者在繁忙的工作中“有一卷在手,可以免除东翻西捡之劳”的应用写作的需要。

这部《现代商务公文写作指南》,共分十章、五十三节,系统而科学地讲述了商务领域中经常使用以及刚刚兴起的 55 个文种的写作方法和技巧,尤其对于近几年来新兴的商务实用文体,诸如商业计划书、应急预案、活动策划书、庆典致辞、颁奖词、竞聘演说、城市推介书、项目推介书、展会推介书、商务咨询函、商务告知函、商务推荐书、商务邀请书、计划任务书等的写作规律及要领进行了系统的阐述和科学的指导,令人耳目一新。而有的文体,如市场预测报告、商务信息、仲裁申请书、科技成果报告、专利申请文书等,虽然多年前就已出现,但因其使用范围很小,基本上为少数专业人员使用,并且笼罩着一层神秘色彩,而今,知识经济时代来临,这些文种又以其新的理念、新的面貌,生机勃勃地融入经济改革大潮中,茁壮成长。我们将它们一并列入这部著作,并加以系统地研究和阐述,也是十分必要的。

阅读《现代商务公文写作指南》一书,不仅可以从中感悟商务工作者必须掌握的商务应用文书如何写、怎样写得好的方法和途径,也可以在徜徉商务应用文写作知识的字里行间,驻足带有鲜明时代感和鲜活生活露珠,具有很强的指导性和实践性的优秀例文的赏评中,领略这本小书带给您的收获与满足,快乐与进步。

作者:于国小舟
2007 年春天于北方

目 录

第一章 商务计划篇	(1)
第一节 商业计划书	(1)
第二节 应急预案	(7)
第三节 发展规划	(13)
第四节 活动策划书	(20)
第二章 商务调研篇	(28)
第一节 市场调查报告	(29)
第二节 市场预测报告	(38)
第三节 经济活动分析报告	(42)
第四节 事故调查报告	(50)
第五节 审计报告	(56)
第六节 工作研究	(63)
第三章 商务会议篇	(72)
第一节 领导讲话	(72)
第二节 开幕词、闭幕词	(80)
第三节 欢迎词、欢送词	(86)
第四节 庆典致辞	(92)
第五节 颁奖词	(98)
第六节 商务会议纪要	(104)
第四章 商务演讲篇	(112)
第一节 演讲报告	(113)

第二节 竞职演说	(119)
第三节 就职演说	(125)
第四节 述职报告	(129)
第五章 商务宣介篇	(136)
第一节 城市推介书	(137)
第二节 企业推介书	(143)
第三节 产品推介书	(151)
第四节 项目推介书	(155)
第五节 展会推介书	(158)
第六节 产品简介与说明	(165)
第七节 商务广告	(172)
第八节 商务信息	(180)
第六章 商务信函篇	(186)
第一节 商务咨询函	(186)
第二节 商务告知函	(189)
第三节 商务求职函	(194)
第四节 商务礼仪信函	(197)
第七章 商务协约篇	(209)
第一节 招标投标文书	(209)
第二节 章程	(220)
第三节 合同书	(229)
第四节 协议书	(243)
第五节 意向书	(251)
第八章 商务诉讼篇	(256)
第一节 起诉书	(256)
第二节 上诉状	(262)
第三节 申诉书	(267)
第四节 答辩书	(272)
第五节 仲裁申请书	(277)
第六节 申请执行书	(280)

第七节 授权委托书	(283)
第九章 商务告示篇	(287)
第一节 公告	(287)
第二节 通报	(293)
第三节 启事	(298)
第四节 声明	(302)
第十章 商务科技篇	(305)
第一节 科技成果报告	(306)
第二节 可行性研究报告	(315)
第三节 科技论文	(321)
第四节 专利申请文书	(327)
第五节 计划任务书	(335)

第一章 商务计划篇

计划是一个组织对预期内的工作目标、任务、措施等作出具体安排和部署时所使用的公文,其行文目的是明确“往哪里去”和“怎么去”的问题。制定并有效实施计划,是一个商务组织生存与发展的重要条件,是维系其内部有序运转、完成各项工作任务的必要手段。“凡事预则立,不预则废”。从发展战略的制定与实施,到日常生产要素的消长与整合,都离不开计划。谋划未来,制定计划,始终是各级领导者的职责。有了一个好的发展蓝图和好的实施计划,对于避免工作上的盲目性和随意性,对于激励人们的斗志,统一人们的思想,约束人们的行为,协调人们的行动,检验人们的工作效绩,具有十分重要的意义。

商务计划性公文包括的门类很多,我们这里侧重说明商业计划书、应急预案、发展规划以及活动策划书的写作。

第一节 商业计划书

商业计划书是一个初创的企业或项目单位,为了取得市场上的资金支持,促进企业发展,向投资方提供的关于企业产品、经营、市场、发展潜力和效益预测等方面的文本,以求得战略合作者或投资方的支持。有的也称“创业计划书”。

商业计划书是一个商业项目策划阶段所必须具备的。其最初出现在美国,当时被当作从私人投资者和风险投资家那里获取资金的一种手段。这些投资者会成为公司的股东之一,并提供保证金。随着创业融资程序的日益规范,商业计划书已经作为投资公司进行项目审批的正式文件之一,制作商业计划书已经成为越来越多创业者的“必修课程”。

商业计划书是争取风险投资的敲门砖。正如投资圈里流传的一段话：“企业邀请投资人投资，就像向离过婚的女人求婚。双方各有打算，仅靠空口许诺无济于事。”投资者对一个企业或项目投资的主要信息来源就是商业计划书。一份规范、有水准的商业计划书虽然不是项目成功的根本，但它对争取投资是必不可少的一个重要环节。做好项目商业计划书，对于项目的操作本身也是非常有益的。

【文体特点】

1. 明确的目的性。目的性是制作商业计划书的灵魂。商业计划书是写给投资方的，目的是寻求投资或合作。因此，要抓住对方的兴奋点，说明对方关注的问题，尽可能引起对方的投资兴趣。无论是格式的设计、内容的安排、材料的运用，还是对现实的表述、发展的设想、潜力的预测等，都不能随意去写，哪些该写哪些不写，哪些详写哪些略写，都要把握住对方的需求，针对对方的投资心理和意向。

2. 科学的预见性。所谓科学，是说计划书要体现科学的理念、科学的态度、科学的理论和方法，实事求是，诚信中肯，不能凭想象、想当然来谋划未来。作为投资方，不仅看重现实的效益，更注重长远的利益，更看重远期的回报，希望投资能给他带来源源不断的财富。因此，商业计划书主要不是去写已然的事情，而重点是写未然的事情，是写发展中的问题、发展的前景、发展的趋势和发展的潜力。这就需要作者具有超前的思维和眼光，不仅能把握住市场和行业发展的形势，而且有正确的对策。

3. 内容的全面性。投资者首先是通过商业计划书来了解作者和项目的，通过了计划书才有可能进一步实施考察与洽谈。要取得投资方的好感与信任，必须全面地介绍企业的概况，包括经营的理念、管理的团队、产品的优势、市场的定位、行业的走势、效益的分析、前景的预测、投资的设想、风险的对策以及未来的打算等等。当然，内容的全面和详尽绝不意味着平分笔墨，也绝不意味着一个模式，要突出重点，体现特色，充分展示优势。

【篇章结构】

编写商业计划书的直接目的是为了寻找战略合作者或者风险投资人。其

内容要根据投资方的需求和企业的自身情况而定,既不能过于繁琐而面面俱到,也不能过于简单而忽略重点。一般而言,项目规模庞大、市场竞争激烈、商业环境复杂、产品性质创新、不确定性因素就多,商业计划书的篇幅就要长些;反之,企业的业务单一、管理层出色、市场竞争相对较为平和,商业计划书就可以写得比较简洁一些。

现在很多企业在套用一些公司的模板,把商业计划书模式化了。其实,他们走进了一个误区。要知道不同的项目有不同的内容和侧重点,而套用出来的计划书会存在很多雷同之处,专业的投资人能很容易发现计划书是套用制成的,可见求资企业并没有用心去制定商业计划。这在投资人心中对求资企业的诚信度就打了折扣,甚至投资人会考虑到利益风险,而终止对计划书的继续阅读,常常会使一个优质的项目胎死腹中。

一般的商业计划书应包括以下内容:

1. 计划摘要。计划摘要列在商业计划书的最前面,它是浓缩了的经营计划的精华。计划摘要涵盖了计划的要点,力求一目了然,使读者能在最短的时间内产生轮廓性认识并作出初步判断。如果说企业或项目是一部书,那么,计划摘要就是这部书的封面和序言,它决定着投资人是否有兴趣继续把计划书读下去。计划摘要一般要包括以下内容:公司介绍,主要产品和业务范围,市场概况,营销策略,销售计划,生产管理计划,管理者及其组织,财务计划,资金需求状况概要等。

2. 产品(服务)介绍。产品是决定投资最重要的元素,其性能是否具有先进性、市场是否具有广泛性、效益是否具有优良性、发展是否具有持续性,往往是投资人最为关心的问题。因此,产品介绍是商业计划书最重要的一项内容。产品介绍一般应包括以下内容:产品的概念、性能及特点,产品的市场竞争力,产品的研究和开发过程,发展新产品的计划和成本分析,产品的市场前景预测,产品的品牌和专利。

3. 人员与组织结构。人是企业成功的第一要素,高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此,风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。在商业计划书中,要对主要管理人员加以阐明,介绍他们所具有的能力、在本企业中的职务和责任、过去的主要经历及背景。此外,还应对公司的组织结构做简要介绍。

4. 市场预测。当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时,首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观,或者预测的可信度让人怀疑,那么投资者就要承担更大的风险,这对多数风险投资家来说都是不可接受的。市场预测应包括以下内容:市场现状综述,竞争厂商概览,目标顾客和目标市场,同类产品的市场占有率情况和发展前景,本企业产品的市场地位、市场细分和特征等。

5. 营销策略。营销是企业经营中最富挑战性的环节。营销策略应包括以下内容:市场机构和营销渠道的选择,营销队伍和管理,促销计划和广告策略,销售结构与布局,价格决策的制定。

6. 生产制造计划。生产制造计划一般不应忽略以下内容:产品制造和技术设备现状,新产品投产计划,技术提升和设备更新的要求,质量控制和质量改进计划,科技开发能力的具体情况。

7. 财务规划。一份好的财务规划对评估风险企业所需的资金数量,取得市场上的资金支持是十分关键的。如果财务规划准备的不好,会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象,降低评估价值和信任程度,同时也会增加企业的经营风险。财务规划应包括现金流量表,资产负债表以及损益表的制备。

【写作要求】

1. 要精心写好计划书的摘要。一个完整的商业计划书,往往内容全面,动辄洋洋万言。而投资商能否耐着性子把计划书读下去,关键在于摘要部分能否引起对方的兴趣。正如与一个新结识的人交往,对方所表现出来的修养、学识、气质等第一印象尤为重要。因此,要抓住对方的心理,用最简洁的语言和表达方式,把最具魅力的精华开篇展示出来。如果能让投资商产生“一见钟情”、“相见恨晚”之感,作者至少就成功了一半。

2. 要突出重点,写出特点。商业计划书要能够全面展示企业的现状和发展前景,但这种展示不能面面俱到,不能平摊笔墨,更不能照抄别人的东西,搞成模式化。而要根据吸引投资的需要,根据本企业的实际情况去写,重点在最具特色的优秀品质上着墨,写出自己的与众不同,如优秀的管理团队,优良的产品品质和市场空间,诱人的投资回报,创新的运行机制和营销策略等。

3. 要科学理性,诚信务实。商业计划书作为对未来的谋划,目标要明确,指标要先进,要能够吸引投资、鼓舞士气,要体现发展和创新。但这些都要立足于科学理性的分析和预测,都要建立在充分、全面的数据基础之上,把创新进取精神与科学务实态度结合起来,把需要与可能、主观与客观结合起来,把静态分析与动态分析结合起来,既要把产品和企业的优势写足,又要把面临的困难、劣势和可能遇到的风险写清。这样的商业计划书才能让对方感到科学、可信,达到预期的目的。

【例文简析】

水溶性丙烯酸树脂创业计划书

××大学××精细高分子有限公司

一、公司简介

公司成立于1995年,是一家以精细化工中间体为主营业务的高科技有限责任公司。公司地址位于化工业较为发展的××地区化工园区,园区对化工类高新企业有政策扶持,具有生产相关成本低廉的竞争优势;在地理位置上正处于经济发达,原料丰富,市场健全、产业密集的长三角中心。公司初期主要产品:“新源牌”水溶性丙烯酸树脂。

二、产品优势

产品水溶性丙烯酸树脂,为水性油墨粘结剂,是水性油墨区别于传统油墨的关键组成部分。采用水溶性丙烯酸树脂为粘结剂,可以大大降低油墨生产和使用过程中有毒气体的挥发量,减少污水排放,节约石油资源。水性产品在食品,服装等与人体直接接触的领域已得到广泛的应用。产品定位于高端市场,替代国外进口产品,替代传统油墨粘结剂,在国内占领一定市场,并逐渐向出口发展。公司在降低产品成本的同时,兼顾各方面性能提高,有效替代进口产品;产品对原料要求不高,原料成本低,反应条件温和,装置成本低。产品与传统油墨粘结剂比较,其生命周期长,是传统产品的2倍。产品在生产过程中还具有环保优势,基本不使用有机添加剂,voc挥发量只有传统产品的1/6,不造成对空气的污染。

三、市场分析

水溶性丙烯酸树脂可广泛应用于水性油墨、水性涂料、水性光油等印刷、涂料行业,因此下游产品市场的快速发展是水溶性丙烯酸树脂市场增长的直接动力。从各方面信息来看,未来几年国内水性油墨市场将有一个突破性的增长。目前我国有油墨生产企业 300 家,2003 年产量在 5000 吨以上的企业有 11 家。近年来,全国和 ×× 省的油墨产量一直保持着较高的增长态势,全国每年增长率都保持在 9% 以上,×× 省在 15%。而考虑到水性油墨的巨大的“绿色”优势,其产量增长率在 ×× 省大约为 30%,在全国大约为 25%。

四、竞争优势与特点

主要竞争优势为:1. 产品性能、价格优势与定位:我公司的水溶性丙烯酸树脂的高性价比即性能上远远领先国内厂家,逼近甚至超过国外同类产品;价格上恰如“楔子”,打进国内产品和国外产品的空间中。2. 区域定位优势:选址于 ×× 省 ×× 地区的化工园区中,能够为我们提供一系列便利条件,交通便利,目标客户集中,成本低廉,满足环保要求,能源供应充足。

五、销售策略

1. 产品和服务策略:基于客户需求定制化产品服务。
2. 价格策略:市场导向的灵活定价,基本定位是替代国外产品,业内对产品的认可价。
3. 分销渠道策略:基于合作渠道共享、基于个人推销的直销模式。
4. 促销策略:面向组织客户的集中促销。

六、风险与对策

1. 市场风险:经济发展影响,进口的冲击等。
2. 财务风险:资金不足,筹资困难,建设费用上涨等。
3. 技术风险:产品技术在 5~10 年内会换代一次,新产品研发周期长。
4. 经营风险:管理、经营思想难以跟上。

对策:完善销售网络,组建高效的技术队伍,强化技术优势,占领市场,财务估算中设预备费用,引进涂料产品技术使产品多样化,培养科研力量,与高校建立紧密科技合作关系等。

七、融资股权

项目资金为 400 万元。其中,×× 大学技术入股 50 万元,贷款 100 万元。

八、退出方式

1. 以信托公司为中介的协议转让。
2. 上市(IPO)。

这是一篇选自于某大学科技创业计划大赛中的作品,在选用时作了摘录。一般地讲,一个内容比较全面、阐述比较翔实的计划书,文字至少都在 5000 字以上,大一点儿的项目要在万字左右。而这篇计划书只用了不到 2000 字就比较清晰地介绍了公司的基本情况,新产品的品质、特点与竞争优势,预测了市场形势与风险,确定了销售策略、风险对策、融资与退出方式。虽然篇幅不长、文字不多,但内容比较全面,没有缺项,并且能够突出产品与市场这一重点。读者能够在很短的时间内阅读全文,并产生一个轮廓性的认识。如果投资商对此项目感兴趣,双方可以进一步地考察与洽谈,这就诠释了作者制作创业计划书的初衷,达到了写作目的。

第二节 应急预案

应急预案,是针对可能突然发生的危及公共安全和企业利益,可能造成人员伤亡和重大财产损失的应急事件,预先做出的预防和救助安排,是具有较强专业性和指导性的公文,是开展应急救助活动的依据。

企业可能发生的应急事件主要分为四类:1. 指自然灾害,如地震、台风、洪水等;2. 指重大的生产事故,如重大的交通事故,工厂的生产安全事故,火灾、爆炸等;3. 是指公共卫生突发事件,像 SARS、流行性传染病以及群体性中毒事件等;4. 是指由于企业管理等方面存在的问题,而导致严重影响企业信誉和稳定的事件,如重大质量事故、重大财务问题、重要诉讼案件和群体性上访等。

左传有言:“居安思危”。思则有备,有备无患”。增强危机意识、加强危机管理,是现代企业一项经常性的工作。针对可能发生的各种应急事件提前作出预案,建立应急反应机制、体制和法制,可以有效预防事件的发生,在事件发生后能够及时开展救助活动,最大限度地减少灾害所造成的损失,减少在社会公众中的负面影响。在当前各种社会矛盾和自然灾害频发的情况下,各类企业都应高度重视危机管理,居安思危,防患于未然,做好预案的制定和宣传、

落实工作。

【文体特点】

1. 预见性。应急预案所涉及的事件一般都突发性强,扩散迅速,危害极大。因此,在制定预案时,要充分考虑到可能发生的各种情况,尽可能地把应对措施考虑周全、详尽,从最坏处着想,向最好处努力,把损失控制在最小程度。

2. 应急性。鉴于突发事件的特点,减少突发事件危害的第一要务就是一个“早”字。因此,编制预案要体现这一特点,立足于早发现、早报告、早回应、早处置,把事件控制在萌芽状态或初起状态。同时,要打破常规,快速反应,整合资源,调动一切力量,形成应急救助和处理的合力。

3. 操作性。预案是开展应急事件救助活动的执行文本,必须具有直接的可操作性。措施和要求应明确、周密、具体,直截了当,不发或少发议论。要写清楚做什么、谁来做、怎么做、什么时间做、做到什么程度以及应该注意的问题等,以便在事件发生时能够做到急而不乱,忙而有序。

【篇章结构】

预案的内容比较周全,因此篇幅一般都比较长,结构也比较规范。

国务院办公厅曾于2004年印发了《省(区、市)人民政府关于突发公共事件总体应急预案框架指南的函》(国办函〔2004〕39号),对制定应急预案的内容和结构提出了指导性意见。《指南》对预案的设计包括以下九个方面的内容:

1. 总则,包括目的、工作原则、编制依据、现状和适用范围;2. 组织机构与职责,明确应急领导机构、指挥机构和日常工作机构及其职责、权限;3. 预测、预警,包括信息监测与报告,预测、预警支持系统,预警级别及发布;4. 应急响应,包括分级响应,信息共享和处理,基本响应程序,指挥与协调,新闻报道,应急结束;5. 后期处理,包括善后处置,社会救助,保险,调查和总结;6. 保障措施,包括通信与信息保障,现场救援和工程抢险装备保障,应急队伍保障,交通运输保障,医疗卫生保障,治安保障,物资保障,经费保障,社会动员保障,紧急避难场所保障,技术储备与保障;7. 宣传、培训和演习,包括开展防灾减灾教