

主 编 / 张中人 汤文华

商务策划·调查·广告作业 文案格式与范例

SHANGWUCEHUA DIAOCHA GUANGGAOZUOYE WENANGESHIYUFANLI

企业营销、策划、行政、人事、管理人员的实用工具

策划方案

解决方案

广告文案

作业协议

问卷表单

招聘广告

SHANGWUCEHUA DIAOCHA GUANGGAOZUOYE WENANGESHIYUFANLI

广东经济出版社

第 2 版 2014 年 12 月

商务策划·调查·广告作业 文案格式与范例

（含大量最新案例）

张其成 主编



ISBN 7-302-33000-3

定价：39.80元

主 编 / 张中人 汤文华

F715
2311

商务策划·调查·广告作业 文案格式与范例

SHANGWUCEHUA DIAOCHA GUANGGAOZUOYE WENANGESHIYUFANLI

企业营销、策划、行政、人事、管理人员的实用工具

策划方案

解决方案

广告文案

作业协议

问卷表单

招聘广告

SHANGWUCEHUA DIAOCHA GUANGGAOZUOYE WENANGESHIYUFANLI

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务策划·调查·广告作业文案格式与范例/张中人,
汤文华主编. —广州: 广东经济出版社, 2002.7

ISBN 7-80677-234-0

I. 商… II. ①张…②汤… III. ①商务-策划-方案
②商务-市场-调查-方案③商业广告-设计-方案
IV. F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 041147 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团公司
印刷	肇庆市科建印刷有限公司 (肇庆市星湖大道)
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印张	14.5 2 插页
字数	361 000 字
版次	2002 年 7 月第 1 版
印次	2002 年 7 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80677-234-0 / F·720
定价	26.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

销售热线: 发行部 [020] 83794694 83790316 邮政编码: 510100

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

网址: www.sun-book.com

·版权所有 翻印必究·

目 录

第一篇 策划方案、工作方案、解决方案、企划案、商务活动方案格式与范例

1. 商务活动策划方案····· (3)
2. 媒体策划方案····· (15)
3. 车展活动方案····· (21)
4. 行业“精英”评选活动策划方案····· (25)
5. 投资项目策划书····· (29)
6. 企业电子商务解决方案····· (36)
7. 商业项目构想方案····· (45)
8. 房地产营销策划方案书····· (48)
9. 旅游营销策划方案····· (72)
10. 日用化工产品市场营销策划方案····· (83)
11. 图书选题策划方案····· (96)
12. 电子产品广告策划方案····· (100)
13. 促销策划方案书····· (113)
14. 商务谈判方案····· (122)
15. 新产品开发企划案····· (125)
16. 企业培训方案····· (146)
17. 公共关系策划方案····· (151)
18. 企业改革方案····· (156)
19. 企业员工激励方案····· (164)

20. 企业员工测评考核方案	(166)
21. 企业竞争上岗实施方案	(176)
22. 公选干部实施方案	(181)
23. 公选干部考务工作方案	(190)
24. 政府商业策划方案	(194)
25. 工作方案	(202)

第二篇 商业调查工作方案、报告、问卷、表单格式与范例

26. 市场调查方案	(207)
27. 市场调查报告(客源调查)	(211)
28. 消费行为调查报告	(222)
29. 商业营销环境调查报告	(226)
30. 品牌调查报告	(229)
31. 顾客满意度调查报告	(232)
32. 商业调查问卷	(238)
33. 商店顾客通行购买状况调查表	(240)
34. 购买行为模式调查问卷(空调)	(242)
35. 商业选址调查问卷	(245)
36. 消费环境调查问卷	(247)
37. 宾客意见调查表(酒店)	(251)
38. 新产品设计入市调查问卷(刊物)	(255)
39. 特许经营调查问卷	(261)
40. 产品消费行为与习惯调查问卷(食品)	(267)
41. 网上企业形象品牌调查(汽车)	(271)
42. 汽车消费调查问卷	(274)
43. 房地产开发销售调查问卷	(278)
44. 市场需求调查表(旅游)	(283)
45. 行业形象调查问卷	(289)

46. 产品销售抽奖调查问卷 (家电)	(294)
47. 企业人力资源管理调查问卷	(297)
48. 企业员工工作环境调查问卷	(300)
49. 企业报酬情况调查问卷	(303)
50. 社会经济发展状况民意调查问卷	(304)
51. 政府工业经济调查问卷	(309)
52. 政府农业经济状况调查问卷	(314)
53. 竞争对手调查书	(319)
54. 顾客调查书	(324)

第三篇 广告作业协议、流程、规范及表现文案、表单格式与范例

55. 广告策划与代理协议	(331)
56. 广告合同	(334)
57. 广告承接合同 (定单)	(337)
58. 广告设计、制作合同	(339)
59. 广告计划书	(342)
60. 广告公司作业程序指南	(352)
61. 企业广告管理规定	(359)
62. 企业广告促销工作规定	(361)
63. 广告与促销预算表	(367)
64. 广告计划申报表	(368)
65. 广告补贴申请表	(369)
66. 广告预算书	(370)
67. 广告收费标准表	(374)
68. 电视广告脚本和广告词	(376)
69. 报刊广告文案	(380)
70. 广告主题文案	(382)

71. 企业招聘广告	(388)
72. 公司介绍 (广告)	(390)
73. 企业业务简介 (广告)	(392)
74. 企业软性广告新闻	(396)
75. 招商广告	(399)
76. 企业开业启事 (广告)	(402)
77. 更名启事 (广告)	(404)
78. 加盟连锁与特许经营招募广告	(406)
79. 经销商与代理商招征广告	(410)
80. 商品产品 (广告) 手册	(412)

附录 行业广告文案汇集

81. 药品广告	(417)
82. 医疗美容广告	(419)
83. 培训招生广告	(420)
84. 家电维修广告	(422)
85. 家电销售广告	(423)
86. 搬屋运输广告	(425)
87. 旅游广告	(427)
88. 展览会广告	(430)
89. 银行广告	(431)
90. 电信广告	(432)
91. 拍卖广告	(434)
92. 卖楼广告	(435)
93. 汽车销售广告	(438)
94. 电脑销售广告	(440)
95. 摄影广告	(442)
96. 证券发行广告	(443)

97. 家具广告	(444)
98. 电子邮件广告	(446)
99. 因特网广告商介绍	(447)
后记	(451)

第一篇

策划方案、工作
方案、解决方案、企
划案、商务活动方案
格式与范例

1.

商务活动策划方案

【概念解说】

商务活动如选美、优秀人物的选举、集体婚礼等的策划是商业机构对前述活动进行精心策划向社会推广以争取资助、赞助的一种商业行为。

商务活动能否成功举办，关键是能否获得资金资助和政府的支持。所以活动策划的着眼点应在社会价值、经济价值、新闻轰动性上，以便能打动有关企业和政府机构。

【主要内容】

1. 活动的背景、目的；
2. 活动举办的时间、单位；
3. 活动的内容与安排、组织；
4. 经费的来源及开支；
5. 活动的推广策略。

【范例参考】

1. 谁是新世纪最美的楼盘 ——第二届全国社区环境精品大赛 广东赛区策划推广方案

一、大赛目的

“人造环境，环境造人”。环境将成为置业者的首选，如何打造“环境”，如何出卖“环境”，为该区房地产开发商的工作重点。为树立并大力宣传我国房地产优秀社区环境的典范，把更多国内外景观环境设计公司的经典作品和国内优秀地产社区环境项目全面、集中地展示在业内及消费者面前，为精品楼盘抢占市场创造更大的产品附加值和利益空间，获得社会效益和经济效益双丰收，应广大消费者及地产发展商的强烈要求，在去年成功举办的基础上，继续举办“第二届全国社区环境精品大赛”。

二、大赛效应

国家级奖项；公平、公正、公开；免所有参评费。

品牌飞跃的核动力——“奖”成名！

促销制胜的重武器。

三、主办：国家住宅与居住环境工程研究中心、中国房地产协会城市开发专业委员会

广东策划：××报社（广东地区组委会）

四、大赛推广

官、产、学、媒首次四位一体，全力打造楼市“二运”。

1. 赛程。

初赛——12月8日至15日：接受报名，并将资料送达北京，

专家初评；

复赛——12月16日至28日：“中国××报”、“××报”制作入围精品楼盘特刊；

决赛——2002年元月上旬：北京颁奖，广东授牌，众多媒体同时报道楼市盛事；

2. 宣传。

赛前——支持媒体发布专题新闻；××报社策划“新闻发布会·峰会”。

赛中——大赛形象广告，专题新闻，入围楼盘，京、穗两地同时推出。

赛后——北京颁奖，广东授牌，恭贺特刊（《中国××报》、《××报》）。

五、费用

所有参选楼盘均免参评费、送审费。

12月20日按批准的人围盘收取形象展示费××万元。

回报：

1. 获得全国优秀住宅环境奖（单项奖）；
2. 《中国××报》、《×××报》1/2版全彩广告；
3. 12月28日××报社将制作入围参赛楼盘特刊，进京送审，并在广州随报发行（每家单位一个整版）；
4. 参加全国颁奖大会，并由国家住宅中心主要领导临穗授匾；
5. 元月上旬获奖楼盘巡礼特刊（每家单位一个整版），广东楼市金牌榜特刊；
6. 获奖楼盘将由活动组委会在广东电视台隆重推出总计10分钟的获奖楼盘巡礼专题片。

六、奖项设置

综合类：“全国优秀社区环境”。

单项类：1. “全国优秀生态环保社区”。

2. “全国优秀主题环境社区”：

(1) “全国优秀水景住宅社区”；

(2) “全国优秀人文环境社区”；

(3) “全国优秀田园式社区”；

(4) “全国优秀运动主题社区”；

(5) “全国优秀休闲度假社区”。

七、媒体支持

《中国××报》、《××周刊》、《中国××报》、《香港××报》、《北京××报》、《精品购物指南》、《深圳××报》、《××报》、《海口××报》、《××有线电视台》、《××晚报》、《××日报》、《××报》、《华西××报》、《重庆××报》等。

八、附件

1. 大赛主办单位简介；
2. 大赛细则；
3. 候选楼盘名录；
4. 支持媒体名录。

2. 美丽，让更多人艳羨

——第×届东方园林杯全国优秀社区环境大赛广州
获奖楼盘“××羊城”专版特惠方案

一、延续美丽

有楼市“二运”之誉的第×届××杯社区环境大赛，广东军团大获全胜，××报社再送一程。

美丽，要让更多人艳羨，所以，我们“××羊城”的楼市专版就是要让六大获奖楼盘联手演出马年楼市“春节晚会”！

二、特惠方案

美丽百分百 投入一点点

挟六大楼盘惊艳京城之余威，借《××报》2月1日《百万大礼——迎新春置业优惠完全手册》特刊万众期待强势出街之契机，特再推获奖楼盘“××羊城”特惠方案。

1. 发布时间、版面、规格。

3个彩色整版——2月1日第一期强势推出，其余两个版在2002年2月28日前由发展商择机发布。

2. 费用。

3个整版合计费用仅×××××元。

3. 其他回报。

A. 《××晚报》春节期间发布“××六大楼盘惊艳京城”新闻；

B. ××报社发布获奖楼盘跟踪深度报道。

3. 第×届全国社区环境精品展示活动 广东地区推广合作协议

甲方：广东地区组委会

乙方：

自××××年第×届全国优秀住宅社区环境推广活动开展以来，国内涌现了一大批优质、优量的全国优秀环境社区。他们的成功开发经验在国内得到了业内人士和消费者的充分肯定。在社会上引起了强烈的反响。为树立并大力宣传我国房地产优秀社区环境的典范和让国内优秀房地产社区环境项目全面、集中地展示在业内及广大消费者面前，让业内同行进一步了解国际社区环境发展最新趋势及国内（港台）房地产社区环境发展的现状，为精品楼盘抢占市场创造更大的产品附加值和利益空间，获得社会效益和经济效益双丰收，应广大房地产开发商的强烈要求，在去年成功举办的基础上，继续举办“第×届全国优秀社区环境精品展示活动”。

此次活动广东地区的组织工作由××报社独家承办。《××报》将整合所有优势资源，不遗余力为广东楼盘摇旗呐喊。

为使本次考评展示活动获得圆满成功，《××报》将在报纸、新闻、广告、电视、灯箱等各种媒体投入大量资金进行全方位宣传，力求使本次活动深入人心、大众注目，以提高奖项的“含金量”。现就双方推广活动中的相关事宜作如下商定协议：

1. 参加活动的楼盘务必在本月18日前将相关资料整理后交到广东地区组委会××报社，《××报》将统一封存急送北京参评。

2. 所有入围后获奖的楼盘按北京活动组委会的通知，参加由《中国××报》和《××报》统一组织的形象展示活动。