

企 业 经 营 管 理 工 具 丛 书

公司投资与经营 操作文案

MODEL ESSAYS

公司治理控制文案

项目开发实施文案

融资招商作业文案

经营预测评估文案

经营管理成功章程

投资管理合同协议

GONGSI TOUZI YU JINGYING

CAOZUO WENAN

广东人民出版社

海明威投资管理有限公司◎编著

王 焱 张 琼◎主编



企业经营管理工具丛书

公司投资与经营操作文案

海明威投资管理有限公司 编著

主 编 王 垚 张 琮

参加编写人员

祖 海 黄 珞 宋长江

李修平 兰 海 吴海敬

千 平 丁 乙 宋 英

张冬秋

广东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公司投资与经营操作文案/海明威投资管理有限公司
编著 广州: 广东人民出版社, 2002. 10
ISBN 7-218-04113-2

I. 公... II. 海... III. 公司-企业管理-应用文
-写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 065543 号

责任编辑	周晓江 邱仲军
封面设计	张竹媛
责任技编	黎碧霞
出版发行	广东人民出版社
经 销	广东新华发行集团股份有限公司
印 刷	广东公安高等专科学校印刷厂印刷
开 本	850 毫米 × 1168 毫米 1/32
印 张	13.375
字 数	330 千字
版 次	2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷
印 数	4,000 册
书 号	ISBN 7-218-04113-2/H·92
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。

售书热线:83791084 83790667

目 录

第一编	公司项目开发、融资、投资作业文书	1
☐	项目合作方案书	1
☐	商业计划书	5
☐	投资项目可行性研究报告	20
☐	项目 SWOT 分析	41
☐	项目开发计划书	44
☐	招标邀请书/招标通告	46
☐	标书	49
☐	中标通知书	51
☐	生产项目建议书	52
☐	战略投资者招聘书	61
☐	公司收购公告书	65
☐	企业投资价值分析报告	67
☐	公司财务分析与评价报告	81
☐	企业市场调查报告	85
第二编	公司经营管理必备规章文本	89
☐	小企业财务管理制度	89
☐	公司人事管理规章	97
☐	产品质量管理细则	110
☐	企业员工手册	113
☐	作业规程	124

☐	岗位职责	126
☐	企业质量管理手册	127
☐	目标管理责任书	143
☐	企业生产作业指导书	148
☐	企业 5S 工作方案书	150
☐	公司车辆维修管理制度	155
☐	物业管理业主公约	157
☐	物流管理系统/协会介绍	171
第三编	公司治理、控制必备文书	177
☐	股东大会议事规则	177
☐	董事会议事规则	195
☐	监事会议事规则	204
☐	股东大会决议	208
☐	公司章程（有限责任公司与股份有限公司）	213
☐	股东大会通知书与授权委托书	236
☐	公司董事会决议	240
☐	独立董事制度	242
☐	股权转让公告	248
☐	招股说明书的内容与格式	250
☐	年度报告/年度报告摘要	273
☐	中期报告的内容与格式	287
第四编	公司投资、经营工作安排、预测、评估	295
	实战文案	295
☐	招商引资工作安排	295
☐	旅游度假村规划及实施方案	300
☐	市场分析与预测报告	309

☐	企业营销计划书（策划书）	313
☐	企业综合工作计划	338
☐	企业年终工作综合总结	342
☐	股份制改组方案书	353
第五编	公司投资与经营实用合同协议	360
☐	有限责任公司出资协议书（股东协议）	360
☐	公司出资转让协议书	363
☐	委托持股协议书	366
☐	企业租赁经营协议书	371
☐	项目合同	376
☐	市场调查委托代理合同	399
☐	独家代理合同	403
☐	保证合同	404
☐	办公房屋租赁协议书	408
☐	商品房买卖合同	411

第一编 公司项目开发、融资、 投资作业文书

□ 项目合作方案书

基本概念

项目合作方案书是企事业等单位利用各自优势合作，共同拓展业务而制定工作安排的书面报告。项目合作方案书在双方未确认前，是合作方决策的依据；项目合作方案书在双方确认后，是合作合同签订的依据，也可作为合同的附件。

项目合作方案书的写法应视具体情况而定，如项目合作方案书先由一方提供，并且要承担说明其合作的方案书应当强调合作的意义；如双方已经讨论达成了意向，则注重事项的具体安排。

2002 年广东 × × 陶瓷股份有限公司与 《× × 报》宣传合作方案

一、前言

2001 年，广东 × × 陶瓷股份有限公司在新世纪第一年里得到了长足、快速、稳定的发展。据悉公司在 2001 年突破产值 10 亿元人民币，2001 年 12 月份 × × 牌建陶产品销售产值突破亿元。

广东 × × 陶瓷股份有限公司在转制后企业生命力更加强盛，更成为广东、乃至全国同行业中的佼佼者。× × 公司在人才引进、技术创新、管理机制和对产品质量监督措施（含售后服务）等方面取得了优异的成绩，更好地树立了企业形象和 × × 陶瓷这一知名品牌。

《× × × 报》报业集团《× × 报》报社一直以来关注 × × 陶瓷的发展历程，曾多次在相关版面报道，同时跟踪报道了 0 × × 型压力式洁具上市等新闻，并引起广东省市场的强烈反响。

二、市场前景

作为广东知名品牌——× × 陶瓷一向以品质、信誉、品牌来赢得市场。在华南、华北、华东市场中，成为为数不多的国产高档建陶、卫浴洁具产品，占领了相当的市场份额。新推出的高档 0 × × 型压力式洁具，在品质上超过国际同类产品，在价格上更与高档市场相吻合。

2002 年国内建材陶瓷市场竞争激烈，以广东省为例，×

×陶瓷面临同国产品牌××牌，以及国外品牌××、××、××等卫浴产品的市场争夺。同时，众多产品的同质化也成为陶瓷市场的重要竞争点。

××陶瓷股份有限公司如何把握国内经济市场快速发展和入世时机，如何成为陶瓷市场中的高档建陶产品的领导者，如何树立良好、巩固的品牌形象，应该成为××陶瓷股份有限公司新世纪发展的重要方向。

三、媒体优势

《××报》作为广州市第×大媒体，日发行量超过95万份。主要目标客户群是占领消费市场的主要群体——中高收入人群、白领阶层。经过四年发展，该报已经成为广州新主流媒体的领导者，在广东省新闻媒体界有重要的影响力。

《××报》有六大周刊，其中周五推出的《×××》房地产周刊，全方位面对广州所有房地产发展商、建筑工程、买房者、装修业主。另外，周刊每周加印25万份派发给××购房俱乐部的会员。

××购房俱乐部与《×××》共同发展了买房、装修的业主和准业主25万人。俱乐部提供××555热线电话全天为会员服务，同时联合100家装修公司和近百位建筑、装修专家为会员提供全面服务。

四、双方资源整合

××陶瓷股份有限公司产品的主要客户群是建筑发展商、承建商、装修公司、装修、买房业主，主要为其提供中高档建陶产品。在这一点上，与《××报》《×××》房地产周刊的读者群体不谋而合，这样双方可以整合各自市场和媒体宣传资源，加强合作，共同促进××陶瓷在广东市场树立品牌形象和快速扩张市场。

五、媒体平台配合

(一) 金额

考虑到××陶瓷股份有限公司和《××报》已有宣传版面合作，本次方案预计全年费用 80 万元。其中包括 10 个整版（每个彩版 100120 元×10 个）。

(二) 主题版面

新闻版面支持 6 个整版：包括软性新闻配合——根据企业具体实际，将在“企业文化发展”、“营销策略”、“经营管理”、“企业经理人”等建材版面栏目中给予软性新闻配合。

同时，配合新闻炒作，将有本报专线记者配合新闻炒作，并享有新闻优先权。

为配合企业长远的发展目标，报社也将为××陶瓷股份有限公司举办一次大型的专题活动。在重大新闻、新产品问世、重大企业动向、活动（如厂庆、节日庆典等）时，报社将全面策划、组织针对企业需要举办的大型活动，并可以同时重拳推出“企业特刊”，达到多版面、全方位报道（广告版位包括在 10 版之内）。

六、效果预测

《××报》将充分发挥本报各种资源优势，全面为××陶瓷股份有限公司陶瓷品牌战略发展服务，共同树立民族企业品牌形象，赢得更大市场。

《××报》建材部

联系电话：139××××××××

2002 年×月××日

附件（略）

□ 商业计划书

基本概念

商业计划书是需要投资的企业或者项目持有者为寻求投资合作机会而向投资者（一般为风险投资者）提供的全面的本企业或本项目的状况的书面申请报告。商业计划书是为新项目、新技术寻找资金的工具，它必须让投资者了解企业或项目的市场地位与市场前景；让其了解该企业或项目当前运行的各方面的情况；最后吸引投资者把资金投入企业或项目中去。商业计划书也是一种申请资金的报告，与可行性研究报告有相同之处，但它们之间也存在着不同，主要是其内容的要求不同：可行性研究报告只局限在新建项目中，而商业计划书则不一定。商业计划书是资本运营的结果或重要环节，而可行性研究只是商业计划书的某一环节，在中国，可行性研究具有一定的官方性与规划性。

撰写技巧

商业计划书只有2%~5%被风险投资者看中，因此，要在众多商业计划中脱颖而出，需要掌握其写作技巧，以便有的放矢，一举中标。根据风险投资专家介绍，拟写一份商业计划书应注意以下技巧：

1. 开头很关键，要有一个精彩的前言，吸引投资者的注意。

2. 了解投资者的兴趣点：能被市场接受并有市场前景。

3. 了解投资者对什么不感兴趣。

4. 注意格式、语言的准确和篇幅的长短。

5. 实事求是并有强烈的针对性。

6. 要精简。以 2~3 页的执行大纲为绪言，主体内容以 7~10 页为佳。注重企业内部经营计划和预算的笔墨，而一些具体的财政数据则可留待下一步会议面谈。

7. 要第一时间让读者知道公司的业务类型，可别在最后一页才提及经营性质。

8. 要声明公司的目标。

9. 要阐述为达到目标所制定的策略与战术。

10. 要陈述公司需要多少资金、用多久、怎么用。

11. 要一个清晰和符合逻辑的让投资者撤资的策略。

12. 要提示企业的经营风险。

13. 要有具体资料，有根据和有针对性的数据必不可少。

14. 要将企业计划书附上一个吸引人且得体的封面。

15. 要预备额外的拷贝件以作快速阅读之用，还要准备好财政数据。

16. 忌用过于技术化的用词来形容产品或生产营运过程，尽可能用通俗易懂的条款，使阅读内容容易被对方接受。

17. 忌用含糊不清或无确实根据的陈述或结算表，比如，不宜用粗略的文字说“销售在未来两年会翻两番”，又或是在没有细则陈述的情况下就说“要增加生产线”等等。

18. 忌隐瞒事实之真相。

19. 忌过分依赖某一单一顾客。

20. 忌说企业成长过快，这样令人难以置信。

21. 技术专家忌过分强调技术而忽略市场。

商业计划书基本格式

下列是国外商业计划书的基本格式，供读者参考（但在中国需考虑中国的国情，如上市退出机制在中国就不易做到，所以在国内制作商业计划应有变动）。

一、前言

二、摘要

摘要是在下述第三项至第五项的总结。同时注明公司的正式名称、通讯地址、电话、传真。

三、风险因素

（一）公司或企业历史

1. 重要企业的盈亏状况。
2. 简要的公司发展史（着重于财务盈亏方面）。
3. 公司的主要特点和优势。

（二）产品价格与利润

1. 现在和将来的价格基础与标准。
2. 国家的价格政策对产品价格的影响。
3. 价格变动对利润的影响。
4. 成本上涨对价格的负面影响。
5. 通货膨胀对价格的影响。

（三）产品市场的竞争情况和竞争对手情况

1. 要有详细的市场调查研究和分析。
2. 市场竞争对公司所产生的不利影响。

（四）公司生存依赖的因素

1. 对市场的依赖情况：如原料、能源、产品销路、客户对其他产品和企业的依赖情况等。

2. 对资金的依赖情况：资金来源及可能性和可靠性，今后是否还需要追加投资等。

3. 对关键人员的依赖性：如技术人员、管理人员、领导等（例如这些人员的技术、管理能力、社会关系、个人吸引力等）。

4. 社会对公司生产的反应：如产生危害社会的产品和副产品。

5. 对传播媒介的依赖性。

6. 国家对公司生产经营、设备、产品、环境保护等方面的法律。

7. 对整个国民经济的依赖情况。

8. 对技术的依赖性，新技术对公司生产经营所造成的影响。

9. 对生产规模的依赖性。

（五）公司的自我保护能力

1. 公司的秘密和重要的信息的保护措施。

2. 大多数产品需要向客户提供实用说明和技术服务。此途径是否有可能造成技术泄密。泄密的可能性有多大，公司如何采取措施防止通过此种途径泄密。

3. 公司是否与雇员、业务代理、咨询代理签有协议保护公司秘密。

4. 产品被仿造的可能性，公司能否采取措施防止产品被仿造？效果如何？

5. 贵公司产品是否有可能侵犯其他公司或个人的专利，公司是如何预防的。

6. 股份有限公司和上市公司如何保护公司秘密。

（六）法律纠纷：可能性和费用

（七）公司的债务及偿还债务的办法

（八）公司收益和使用

1. 扩大再生产。

2. 管理经费。

3. 其他。

(九) 公司管理控制风险的能力

(十) 是否分红利

(十一) 对私人投资的其他风险

(十二) 对现有股份公司必须提供以下资料

1. 公司控股情况。

2. 今后股份销售和转让计划。

3. 对公司股市的展望。

四、企业经营

(一) 概述

1. 申请投资或贷款的目的和技术改造计划。

2. 公司的历史。

3. 公司的经营状况。

4. 产品的国际和国内市场的现状和前景。

5. 公司和产品的特点、优点和与竞争者的区别。对外资的吸引力。

6. 产品的销售及与客户的合同。

7. 公司在市场中的地位。

8. 公司的赢利史。

9. 公司的发展计划。

10. 原料供应情况。

11. 产品的价格结构。

12. 公司的经营策略。

13. 今后三至五年在技术改造、企业重组，企业国际化等方面的规划和设想，及其具体实施的计划。

(二) 对产业总的分析

1. 关于产业总的情况简介：背景和现状。

2. 国家对该产业的政策。
3. 产业的发展史和未来发展趋势。

(三) 公司与相关产业的关系

1. 原料供应。
2. 能源，交通。
3. 产品用户。
4. 相关行业。
5. 供销合同。
6. 行业协会。

(四) 产品销售

1. 产品简介和市场分析。
2. 客户情况，主要销售客户分析，未来三年有何变化。
3. 销售合同。
4. 销售渠道，与经销商的关系。
5. 销售结构：如批发、零售、代销、经销等的比例。
6. 公司的销售机构：组织结构、人员构成、人员素质（学历、经历、业绩等）。
7. 销售策略、销售计划和销售方式。
8. 产品定价、竞争者同类产品的定价、公司的价格优势、价格变化对销售的影响。
9. 售后服务。
10. 保险。

(五) 生产经营

1. 生产流程。
2. 现有设备：名称、生产厂家及厂家情况、设备特点和功能。
3. 需要添置的设备：名称、生产厂家及厂家情况、设备特点和功能、价格、安装费、维护费、运输费。

4. 现有技术。
5. 原料来源和价格。
6. 研究和发展。
7. 专利、注册商标、秘方、秘法、专有技术和信息的保护。

(六) 对未来的展望

1. 总的发展趋势。
2. 企业、产品的未来市场。
3. 国家未来规划、政策和法律。

(七) 市场竞争

1. 竞争对手的情况分析：总体情况（生产、人员、价格、销售、服务等特点，优点和缺点）。
2. 公司与竞争对手的区别和公司竞争的优势。
3. 国家法律和政策对竞争的影响。

(八) 国家的法律、法规和政策

1. 关于产业方面的法律、法规和政策。
2. 关于公司经营方面的法律、法规和政策。
3. 关于产品方面的法律、法规和政策。
4. 关于原材料方面的法律、法规和政策。
5. 关于价格方面的法律、法规和政策。

(九) 公司的员工情况

1. 人数：现有人数、计划招聘人数（职务和职责）。
2. 人员构成：年龄、职务分工、管理、生产、后勤比例等。
3. 人员素质：文化、技术熟练程度等。

(十) 厂房、土地和设备等情况

(十一) 资金来源结构和数额

(十二) 企业的注册法人