

写报告快、准、好的秘诀

常用工作报告 范例

[日] 神谷一博◎编著 方怡◎译

写报告的能力会影响主管对你的评价

- 工作报告——各类业务报告、例会报告、出差报告……
- 调查报告——新产品销售动向调查、市场动向调查、竞争对手调查……
- 提案书、企划书——新产品优惠活动企划书、变更系统提案书、举办讲座企划书……
- 事故报告——致歉报告、事故始末报告、异议问题处理报告……



机械工业出版社
China Machine Press

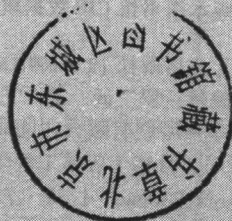
北京市东城区图书馆



012Z0315035

常用工作报告 范例

[日] 神谷一博◎编著 方怡◎译



机械工业出版社
China Machine Press

219

时间很急、报告很赶吗？千头万绪不知道该如何下笔吗？本书完整收录了 88 篇常用工作报告范例，以单元和图解的方式详细介绍了报告应注意的事项、如何充实报告内容、了解上司需求，让你拥有最扎实的报告观念，并可以立即参照，做出快、准、好的报告。

REPORT HOKOKUSHO NO KAKIKATA by KAMIYA Kazuhiro

Copyright © 2001 by KAMIYA Kazuhiro and Nippon Jitsugyo Publishing Co., Ltd.

All rights reserved.

Original Japanese edition published by Nippon Jitsugyo Publishing Co., Ltd.

Simplified Chinese translation rights arranged with Kazuhiro Kamiya through Japan Foreign-Rights Centre/Bardon-Chinese Media Agency.

本书中文简体字翻译版由机械工业出版社和 KAMIYA Kazuhiro and Nippon Jitsugyo Publishing Co., Ltd. 合作出版。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权所有，侵权必究。

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号：图字：01-2005-1320

图书在版编目 (CIP) 数据

常用工作报告范例 / (日) 神谷一博编著；方怡译. -北京：机械工业出版社，2005.3

ISBN 7-111-15899-7

I. 常… II. ①神… ②方… III. 报告-写作-范文 IV. H052

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 000996 号

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑：罗云王艺 版式设计：刘永青

北京中兴印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2005 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

880mm×1230mm 1/32·7.75 印张

定价：25.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线：(010) 68326294

投稿热线：(010) 88379007

序

各位在小学、中学时期作文写得如何呢？

觉得写报告很难的人，想必是小时候的痛苦记忆还在脑海里挥之不去的缘故吧！

如果老师出的作文题目是“运动会”，虽然你的脑海里会浮起运动会当天一幕幕的画面，可是要如何下笔呢？心中感受很多，可是一旦要写成作文，除了“尽力”和“很开心”以外，其他也许就想不出来了。你的整个脑袋好像被卡住了，充斥了苦恼、焦虑、紧张，什么都表达不出来。即使到现在工作了，这样的苦恼对我们的影响还是很深远。

就让看这本书帮你清除“无法写出来”的老印象吧！

“写报告并不需要写得行云流水、妙笔生花”、“报告比作文好写多了”就是本书最重要的精神。

因此，本书的第一部分将为各位介绍写报告时的基本注意事项。书中汇总了马上能用的写报告的技巧，如果其中有符合你需要的，正好可以派上用场。

第二部分则收录了88种常用的报告范例，每个范例的开始有“注意重点”及“必备项目”。列出了必备的项目后，接下来只要遵

守要注意的重点，再将各项内容补上即可。只要参照这两项，报告就可以做到中规中矩。如果想要提高报告的水准，可以参考“主管好感加分秘诀”。

随着商业模式愈趋复杂化、多元化，写报告的机会也愈来愈多，写报告的能力也会影响主管对你的评价。希望在你写报告时，本书能够为你带来最实用的帮助。

同时请注意，本书范例中所有的数据资料与专有名词（如公司名称和人名等）均属虚构。

目 录

序

第一部分 写报告制胜的关键..... 1

第 1 章 抓住最基础的原则..... 3

1 抓住各类报告的关键点 3

2 依照“6W2H”构思内容 5

3 充实内容的 5 大秘诀 7

4 了解阅读报告者的需求 9

5 让报告与众不同 11

第 2 章 提高汇总技巧..... 15

1 报告的三个步骤 15

2 花时间拟定报告的结构 17

3 以卡片帮助思考和构建草稿 18

4 固定格式报告的书写重点 20

5 以“精要”为原则 22

6 善用标题与分项叙述法 24

7 善用图表抓住阅读报告者目光 26

第 3 章 内容清楚明确..... 30

1 不求华美文采，但求清楚明白 30

2 句子越短，文章越易懂 32

3 让句子简洁有力的技巧 33

4 分段, 语意清楚明了	35
5 复查三次, 以求正确完美	36
第4章 善用电脑做报告	37
1 电脑的优点: 不怕修改	37
2 活用文字处理软件 Word	39
3 注意使用文字功能的陷阱	40
4 美化报告更容易阅读	42
5 Word 内设的文件格式	44
6 Word 与 Excel 整合应用	45
7 以电子邮件提交报告的注意事项	47
第二部分 快速参照、展现优质报告——88篇实用范例	49
第5章 工作报告	51
1 每日工作报告(业务)	51
2 本周工作报告(个人)	54
3 每周工作报告(部门)	56
4 每月工作报告(个人)	58
5 专题研讨会议报告	61
6 例会会议报告	63
7 专题会议报告	65
8 兴趣组活动报告	67
9 业务推广活动出差报告	70
10 故障问题处理出差报告	72
11 价格上涨出差报告	74
12 参加展览出差报告	77
13 产品说明会出差报告	79
14 员工旅游报告	81

15 一般讲座报告	83
16 公司内部活动讲座报告	86
17 主办者讲座报告	88
第6章 调查报告	92
1 商品销售动向调查报告	92
2 新产品开发的市场调研报告	94
3 公司内部调查报告	97
4 事例研究调查报告	99
5 新产品销售动向调查报告	101
6 发包工作调查报告	103
7 街头访问调查报告	106
8 电话访问商圈调查报告	108
9 街头观察调查报告	110
10 竞争对手调查报告	112
11 团体面谈调查报告	114
12 代理商调查报告	116
13 企业信用调查报告	119
14 市场动向调查报告	121
15 市场环境调查报告	123
16 优惠活动成果报告	125
17 业务进展报告	127
18 新市场开发调查报告	129
19 事故实地调查报告	131
第7章 提案书和企划书	135
1 问题对策提案书	135
2 安全对策提案书	137

3 设置客户服务中心提案书	139
4 解决转达失误问题提案书	141
5 办公室空间改善提案书	144
6 举办培训提案书	146
7 文件管理制度提案书	148
8 义工服务休假制度提案书	150
9 设置社会环境室提案书	152
10 活跃会议气氛提案书	154
11 改善产品名录提案书	156
12 改善服务提案书	158
13 调查制度提案书	160
14 变更系统提案书	162
15 成立工作小组提案书	164
16 现场展销企划书	166
17 改善员工培训企划书	168
18 工厂参观企划书	170
19 调查企划书	172
20 卖场区域重新规划企划书	174
21 举办讲座企划书	176
22 商品公开征求命名企划书	178
23 新产品优惠活动企划书	179
24 参加活动申请书	181
25 举办运动会申请书	183
26 增加人员申请书	185
27 购买高额物品申请书	187
28 参加讲座会申请书	189
29 另辟会议室申请书	192

30 样品试卖申请书	194
31 员工旅行申请书	195
32 预算超支申请书	196
第 8 章 事故报告	198
1 个人工作疏忽事故报告	198
2 不合格品处理事故报告	201
3 工作伤害事故报告	203
4 意外事故报告	206
5 交通事故报告	207
6 员工意外事故始末报告	210
7 灾害事故始末报告	212
8 意外伤害事故始末报告	214
9 自然灾害导致延误事故原因报告	215
10 工作疏忽事故原因报告	217
11 消费者异议问题报告	219
12 企业顾客异议问题报告	221
13 行为失当道歉信	224
14 遗失重要文件道歉信	226
15 无故旷工道歉信	228
16 遗失账款道歉信	230
17 不合格品生产道歉信	231
18 工作疏忽道歉信	232
19 监管不力道歉信	233
20 对其他公司致歉报告	235

第一部分

写报告制胜的关键

- | | |
|-------|----------|
| 第 1 章 | 抓住最基础的原则 |
| 第 2 章 | 提高汇总技巧 |
| 第 3 章 | 内容清楚明确 |
| 第 4 章 | 善用电脑做报告 |

最佳报告的 15 个重点

- 抓住各类报告的关键点
- 依照“6W2H”构思内容
- 内容正确、清楚、具体
- 了解报告阅读者想要的是什么
- 注意“构思、书写、检查”三阶段的基本功夫
- 草稿、文案均由笔记和备忘录开始
- 要让报告与众不同
- 简洁最好
- 条例式说明让内容更清楚易懂
- “详尽叙述”与“感想”是固定格式报告的决胜关键
- 主旨明确、贯彻全文
- 注意细节的用字遣词
- 图表要强化视觉效果
- 善用电脑做报告
- 复查3遍,扫除所有错误,让报告更完美

第1章

抓住最基础的原则

报告好坏的最终决胜关键仍在于内容，因此，我们第一步要做的就是注意书写要没有错误，没有遗漏的内容，这也是一份好报告最基本的要求。另外，还有更重要的一点：报告必须是“符合读者需要”的文章。了解读者的需求后再执笔，这种情况下所写内容的深度与广度将会决定报告成功与否。

1 抓住各类报告的关键点

报告书都有其关键点，而这些关键点会随报告的内容、种类性质的不同而有所不同，所以，必须找到并确实掌握主题的关键点。请特别注意，缺少了这些关键点，这份报告将形同废纸。

所谓的关键点包括什么内容呢？具体而言，应包含时效性、分析力、说服力、描述力和资料丰富性等。

有时效要求的报告有日报、月报等定期提出的报告。这些报告最好能在下班前、月初或月底提出，不宜延迟。另外像事件报告书、道歉信等，也是要在事件发生后尽快完成，这样才有意义。如果

第一部分 写报告制胜的关键

事件还在调查当中尚未结束，也可以先将掌握到的情报以“即时快报”的方式传达，之后再提出详细资料。

相对有时效性的报告，如调查报告书、企划案、提案书、主动提出的报告等，一般并不要求书写者很快提出，在适当的时间提出会更有效果。这些报告的关键重点不在于快，而在于内容要好。更具体一点，就是得收集具体、明确的资料，然后加以分析，内容精炼。

如果是企划案或提案书的话，说服力就很重要了。至于调查报告书，资料则是最重要的因素。不过，所有的报告要以量为优先考虑的因素，还是以质为优先考虑的因素，或者以资料的真实性为主，都视报告的主题而定。确实找出并且遵循关键点来写是很重要的。

如果是主管交代要写的报告，为避免离这些关键点太远，可以在写报告前先确认题目或目的。例如，主管指示要写一份关于 A 商品销售状况的报告，像以下四种不同的状况，就应该有不同的内容。

- (1) 至今的销售情况；
- (2) 与同类商品的比较；
- (3) 分析销售情况不佳的原因；
- (4) 思考增加销售量的对策。

应该先确定要写的内容（见表 1-1），这可以避免无谓的烦恼或浪费时间，写出一份内容确实的报告。

表 1-1 各种报告的关键点

种 类	关键点	其他重点	加分重点
日报	时效性	· 正确 · 积极的态度	敏锐的感受力
周报或月报	时效性	· 正确 · 积极的态度 · 资料的比较分析	主动提出

(续)

种 类	关键点	其他重点	加分重点
出差报告	时效性	· 详细的资料 · 认真的态度	写得很生动
会议报告	确切地摘录	· 迅速 · 正确	深入地评估
调查报告	信息正确	· 确实调查与分析 · 深入分析	丰富的资料
一般报告	必要性	· 明确的目标 · 资料的数量	主动提出
提案书	说服力	· 具体 · 实际的效果 · 必要性	爆发力
企划书	所 诉 求 的 内 容	· 说服力 · 必要性 · 实际的效果	实质的证明
申请书	说服力	· 必要性 · 具体性 · 适时地提出	周边效果
事故调查报告	时效性	· 资料正确 · 客观的分析	主动提出
悔过书	歉意	· 正确的资料 · 今后改进的心意	有效的对策

2 依照“6W2H”构思内容

写报告时，最优先、最重要、最不可或缺的是什么呢？那就是该写的内容全部都要写进去。

如果报告是固定格式的文件，那么该写的项目都已经列出来了，

不应该有漏网之鱼。不过，有时候会有书写者自定项目优先顺序或备注栏空白等情况。

如果要写的报告并没有既定的格式，就要特别注意了。有时太专注于报告正文，难免会遗漏该写的项目，或是结论部分可能遗漏重要项目等。为了避免这样的失误，本书在各范例中都列出了“必有的项目”。

为避免遗漏重要事项，我们可以依循文章基本要素的 5W1H 原则。如果现在要写的企划案是“新商品命名活动”，套用这个原则后的内容如下：

- What, 活动名称（新商品命名活动）；
- When, 时间（4月5日~4月18日）；
- Where, 地点、媒介、公司内外部之别（公司内部）；
- Who, 主办者、主办单位（销售企划部）；
- Why, 主旨、进行理由（加强新产品的销售力）；
- How, 方法、方式（征求命名的方法、评审的方法）。

不管是报告的整体结构还是结论或感想，“5W1H”都非常实用。

如果是业务方面的报告，成本是很重要的元素，所以也可以加上 How much（多少钱）。提案书或企划案等，经费或预算等也是一大重点，“5W2H”会更适合。

我们甚至还可以加上 Whom（以谁为对象），变成“6W2H”。这样一来，会遗漏的项目就更少了。如果要分析资料，Whom 也可以改成 Which，这样比较方便。

“6W2H”共计 8 个项目（见图 1-1），并不至于到很繁琐的程度。将“6W2H”谨记在心，是编写报告的基本功夫。

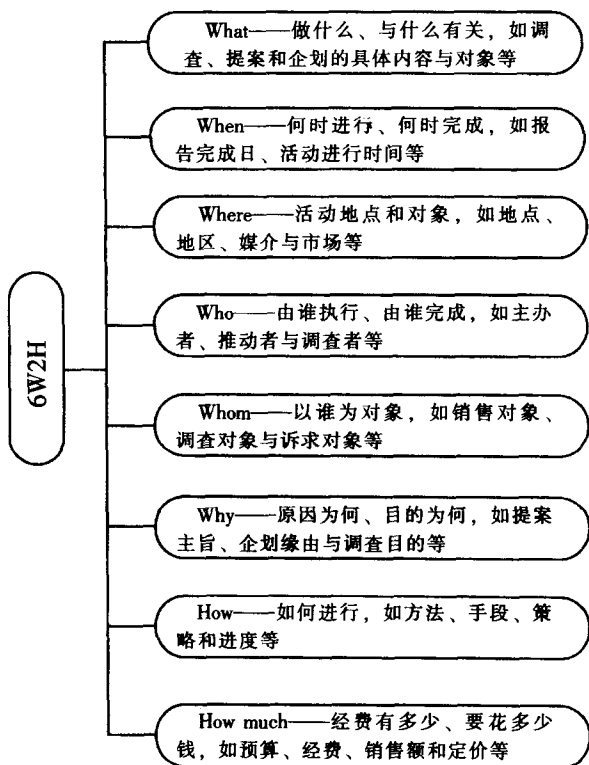


图 1-1 6W2H 的流程图

3 充实内容的 5 大秘诀

“见贤思齐，见不贤而内自省”，反过来，这句话其实也是在说，人往往很难看清楚自己是什么样子（尤其是缺点）。自己完成的报告，在写的时候很难发现缺点。完成后再读一遍，还是不容易发现哪里不够周详。可是如果是别人的报告的话，就很容易看出不足之处。

报告写得不好，主要是由于存在 5 大缺点。如果可以避免这些缺