

无师自通

公务文书写作通用系列

企业（机关）规范化公文撰写大全

立足于商业竞争中的实际情况，结合企业发展的需要，将企划文案撰写系统化、规范化，对企划文案写作的要求、方法作了全面介绍。

无师自通 撰写企划文案 范例全书

WUSHIZITONG

ZHUANXIE QIHUA WENAN FANLI QUANSHU

杨健知◎主编

最新
实用版



最专业的企划文案写作范例



最实用的企划文案撰写标准

北京工业大学出版社

企业（机关）规范化公文撰写大全

立足于商业竞争中的实际情况，结合企业发展的需要，将企划文案撰写系统化、规范化，对企划文案写作的要求、方法作了全面介绍

无师自通 撰写企划文案 范例全书

WUSHIZITONG
ZHUANXIE QIHUA WENAN FANLI QUANSHU

杨健知◎主编



最新
实用版

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

无师自通撰写企划文案范例全书/杨健知主编.—北京:北京工业大学出版社, 2012.2

(无师自通公务文书写作通用系列)

ISBN 978-7-5639-2945-0

I. ①无… II. ①杨… III. ①企业管理—文书—写作
IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 264309 号

无师自通撰写企划文案范例全书

主 编: 杨健知

责任编辑: 黄维维

封面设计: 冀之扬设计

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 九州财鑫印刷有限公司

开 本: 787 mm × 1092 mm 1/16

印 张: 26

字 数: 610 千字

版 次: 2012 年 2 月第 1 版

印 次: 2012 年 2 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-2945-0

定 价: 48.00 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010-67391106)

“无师自通公务文书写作通用系列”编委会

顾 问：孟昭春

主 编：杨健知

副主编：周文敏 谢德高

编委会成员：

赵小鹏 么得志 木子均 周雅珍 周志军

沈毅彦 沈毅俊 田建伟 万雪晨 敖 莉

唐 俊 张玲玲 刘 慧

前言

人们常说：“商场如战场。”在现代激烈的商业竞争中，企业想要取胜，就如同要在刀光剑影、卧虎藏龙、互不相让的“武林”中取胜一样，需要的就是“没有最强，只有更强”。那么怎样才能变得更强呢？首先就要学会作好企划，写好企划文案。

曾经有一位著名的企业家这样形容企划文案：“每个企业都应当重视企划文案。不论是市场调研、广告文案，还是内部管理文案，都是企业生存和发展的前提因素。”在面对全球经济一体化的今天，企业想要真正地缔造属于自己的文化和核心竞争力，就要创造出自己的核心管理理念。事实上，想要创造核心管理理念，就离不开生动科学的企划文案、完善的制度和规范的表格。可以毫不夸张地这样说：“企划文案不仅为整个企业的运转提供创新计划，而且它成为了企业领导的决策参谋和助手。”由此可见，企划文案可以说是现在企业的发展源头，是壮大的重要因素，所以企业需要重视企划文案，也必须重视企划文案的写作。

为了满足这样的需求，我们精心挑选了在现代企业中比较常见的企划文案类型，从概述、写作要点和实用范例三个方面进行了汇编，最终形成了这本《无师自通撰写企划文案范例全书》。

《无师自通撰写企划文案范例全书》共分为十三章，分别从企划文案概述、创业与经营企划文案、管理投资企划文案、市场调查和预测报告、生产经营与后勤管理企划书、人力资源企划文案、企业品牌企划文书、广告企划书、公关企划书、财务与管理企划书、CI企划文书、企划公关常用文书、其他企划文书等与企业日常工作、管理、发展紧密相关的十三个方面出发，进行了详细的整合与讲解。

《无师自通撰写企划文案范例全书》特点就在于：

1. 实用性

本书在文中简明介绍了常用企划文案的写作要点，为企划文案撰写者提供了具体的操作方法和格式，不仅能够帮助撰写者规范写作，而且还能帮助撰写者发现自己文案的

缺点,进而完善企划文案。

2. 全面性

本书的内容涉及了企业在日常商务运作中经常使用的各种企划文案,并且还做出了具体解释和概述,为查选和参考提供了方便。

3. 实例性

本书精心挑选了国内公司经典文案、制度和表格,不仅能够帮助撰写者规范格式,而且还能够为撰写者提供参考,让撰写者“取其精华,去其糟粕”,进而完善自己的企划文案。

4. 通俗性

为了让企划文案初学者也能使用,《无师自通撰写企划文案范例全书》并没有采用众多复杂难懂的专业词汇,也没有在高深的理论上进行过多的探究,而是选择了简短易懂的解释和浅显新颖的范文来进行汇编。所以,不论是想要撰写更为优秀且实用的企划文案的高阶段的企划工作人员,还是初次撰写企划文案的人员,都能够明白撰写的重点和方式,各取所需。

总之,《无师自通撰写企划文案范例全书》在编写上巧妙地把理论和范例紧密地结合起来,不仅拥有实用性、实践性、操作性和范例性,帮助企划工作者规范格式,而且还为企划工作者提供科学的范例和灵活的写作方法,进而帮助企划工作者完善文案,让企划文案更加规范、科学、实用。

可以说,《无师自通撰写企划文案范例全书》不仅是能够为高阶段企划工作人员撰写更为优秀的企划文案提供帮助的必备资料,而且也是能够为初次撰写企划文案的工作人员提供丰富的资料和规范的格式,帮助初学者迈上更高的台阶的必备工具。

目 录

第一章 企划文案概述	001
------------------	-----

企划文案一般是指企业策划部从事文字工作的职员按照企划人员的思路将企划内容撰写成文字,它不仅需要撰写人员具有较强的文字能力、充分了解市场动态、掌握整个企划的战略指导思想,而且还需要具有一定的公关能力。

一、企划文案的表达技巧	001
二、企划文案撰写的 5 大成功要素	001
三、企划案失败的原因分析	003

第二章 创业与经营企划文案	005
---------------------	-----

创业与经营是企业要做的基本的日常商务活动,也是一个企业的基础。一个优秀的创业与经营企划文案,不仅能够帮助企业在现在这个竞争激烈的环境中站稳脚跟,还能够帮助企业获得良好的发展,甚至壮大企业的规模。

一、创业企划书	005
二、创业计划书	008
三、经营计划书	013
四、生产计划书	018
五、销售计划书	020
六、未来×年经营计划与战略策划案	027
七、年度经营策划方案	032
八、全球经营企划方案	046
九、企业经营目标	048

十、企业经营方针	050
十一、公司宗旨	051
十二、经营战略计划书	054
十三、企业业务整改方案	057
十四、企业环境调查报告	065
第三章 管理投资企划文案	068
企业的投资是关系着整个企业生存与发展的重大问题,因此需要谨慎小心,而这时就需要优秀的管理投资企划方案,对投资的风险、投资的现状、投资的收益和回避、减小投资风险等方面进行科学的分析,从而让企业在最小的风险中获得最大的利益。	
一、项目融资方案书	068
二、筹资申请	069
三、外资利用方案	070
四、赴外考察企划案	071
五、新事业投资企划案	073
六、合资经营可行性研究报告	074
七、企业兼并公告	081
八、并购企划方案	082
第四章 市场调查和预测报告	085
为了让企业的服务或者商品能够尽快被市场所认知和了解,并且为了减小企业的风险,从而确保企业目标的顺利实现,市场调查和预测报告就成为企业企划文案需要重视的组成部分。	
一、调研企划书	085
二、市场预测报告	088
三、市场调查报告	097
四、可行性研究报告	105
五、市场决策报告	113
六、市场竞争企划书	115
七、经济活动分析报告	118
八、经济决策方案	126
九、产销分析报告	127

十、战略企划书	129
十一、经营战略企划书	133
十二、战略分析	143
十三、市场动态分析报告	145
十四、市场营销研究策划方案	146
十五、市场调查问卷	147
十六、市场调查计划书	152
十七、市场推广方案	156
第五章 生产经营与后勤管理企划书	160
企业优秀的核心竞争力,离不开规范的制度、生动的企划,因此生产经营与 后勤管理企划书就成为了塑造竞争力的基础和不可忽视的重要因素。	
一、新产品开发策划书	160
二、新产品开发报告书	164
三、新产品质量分析报告	168
四、新产品价格策略分析方案	169
五、产品定价方案	174
六、新产品开发可行性分析报告	178
七、价格走向分析报告	181
八、新产品设计可行性分析报告	182
九、新产品上市建议书	183
十、质量管理策划书	187
十一、企业生产管理规定	189
十二、企业生产操作规范	189
十三、增产节约策划书	191
十四、商品说明书	194
十五、外贸商品说明书	195
十六、专利说明书	196
十七、技术改造策划书	198
十八、市场开拓计划书	200
十九、促销策划方案	206
二十、促销活动企划方案	211

二十一、商品促销主题方案	213
--------------------	-----

第六章 人力资源企划文案	217
---------------------------	------------

对于现代企业来说,人力资源的重要性变得越来越明显,因此,怎样为企业选择优秀的人才,怎样培养优秀的企业人才,怎样才能激励员工,怎样才能管理好员工等问题,已经成为企业最为重视的问题,而这一章就将简述与人力资源相关的企划文案。

一、企业招聘企划文案	217
------------------	-----

二、企业员工聘书和录用通知书	219
----------------------	-----

三、劳动合同	221
--------------	-----

四、员工激励策划书	223
-----------------	-----

五、员工培训策划方案	225
------------------	-----

六、考勤制度	228
--------------	-----

七、企业员工惩罚规定	231
------------------	-----

八、劳动保护制度	234
----------------	-----

九、企业人事管理制度	236
------------------	-----

第七章 企业品牌企划文书	239
---------------------------	------------

想要在竞争激烈的现代商场中赢得胜利,想要在全球一体化的环境中有所发展,企业就需要有自己的品牌,创造自己的品牌,因为品牌才是企业生命力的源泉。此章就将从品牌企划书、品牌广告企划等方面进行简述。

一、品牌企划书	239
---------------	-----

二、品牌认知度调查报告	241
-------------------	-----

三、品牌广告策划书	244
-----------------	-----

四、品牌企划操作规程	246
------------------	-----

五、品牌质量管理规程	247
------------------	-----

六、品牌企划管理表格	250
------------------	-----

第八章 广告企划书	253
------------------------	------------

广告是提升企业知名度和美誉度的重要手段,是增强企业竞争力和市场占有率的重要方法,因此广告企划也就成为了广告工作的核心。

一、广告计划书	253
---------------	-----

二、广告宣传活动策划书	256
-------------------	-----

三、广告实施计划书	265
-----------------	-----

四、广播广告企划文案	268
五、报纸广告企划文案	269
六、杂志广告企划文案	271
七、电视广告企划文案	273
八、互联网广告策划文案	277
九、诗歌体广告	279
十、海报	280
第九章 公关企划书	282
在树立企业良好的形象,甚至改变企业以往的不良形象的过程中,公关活动都起到了重要的作用。	
一、公关企划书	282
二、公关调查书	283
三、公关危机处理书	285
四、公关活动策划书	287
五、公关评估报告	289
六、公共新闻宣传	291
七、公关人员素质测定书	293
八、公关人员资格鉴定书	295
第十章 财务与管理企划书	298
企业的财务与管理企划是企业经营的重要组成部分,是保证企业经营活动能顺利进行的基础,所以,完善、科学、优秀的财务与管理企划书是任何企业都需要的重要企划文案。	
一、企业财务计划书	298
二、财务分析报告	300
三、财务预测报告	304
四、财务管理办法	306
五、财务报告	313
六、财务工作总结	320
七、企业财务状况分析与评价书	323
八、企业绩效评价报告书	327
九、利润分配计划书	329

十、内部审计计划书	330
十一、股票上市公告书	336
十二、公开发行股票申请书	338
十三、贷款项目评估报告书	343
十四、无形资产评估策划案	346
第十一章 CI 企划文书	348

CI 企划是将企业经营理念和企业精神运用统一整体进行传达的系统,它尤其重视视觉系统的传达。CI 企划是塑造企业形象,获得竞争优势的有力手段,CI 企划文书则是企业需要掌握的企划文案之一。

一、CIS 手册	348
二、CI 策划书	349
三、CI 调查计划书	358
四、CI 企划管理手册	360
五、CI 理念系统报告	361
六、CI 企划发展战略报告	362
七、CI 企划规范管理制度	363
八、经营理念说明书	371
第十二章 企划公关常用文书	372

企划公关常用文书类似于礼仪文书,它主要包括了答谢辞、欢迎辞、感谢信、贺词等内容,是公关礼仪中必不可少的重要文案。

一、欢迎辞	372
二、答谢辞	374
三、祝酒辞	375
四、贺词	376
五、贺信	377
六、感谢信	378
七、介绍信	378
八、开幕词	380
第十三章 其他企划文书	382

其他企划文书主要包括了成本预算报告、成本控制报告、顾客满意度策划案等内容,是企业日常企划文案的不可缺少的组成部分。

一、成本预算报告	382
二、成本控制报告	383
三、成本分析报告	385
四、企业诊断报告书	387
五、任期目标责任书	389
六、信用评级提问与转投资策划案	391
七、顾客满意度调查策划案	394
八、企业管理咨询报告	398
九、商务谈判方案	400

第一章 企划文案概述

企划文案一般是指企业策划部从事文字工作的职员按照企划人员的思路将企划内容撰写成文字,它不仅需要撰写人员具有较强的文字能力、充分了解市场动态、掌握整个企划的战略指导思想,而且还需要具有一定的公关能力。

一、企划文案的表达技巧

作为公司的员工,想要写好企划文案,最重要的一点就是要了解企划文案的细节,也就是企划文案的表达技巧。一般情况下,企划文案主要有以下几种表达技巧:

1. 数值化技巧

大多数的企划文案都需要证明文案的可行性,也就是因为这样就免不了要收集许多相关资料。然而,这些原始资料的格式项目不见得与自己的企划需求相符,若不加工整理就不能直接引用。因此,想要写好企划文案就需要更进一步学习数值化技巧。

统计图表是数值化最常用的表达技巧。善用平均数、变异数、饼图、等统计观念,可以使企划接受者更明确地了解企划所要表达的理念,成为企划书有力的解说。

基本统计观念大家都有,但需要注意的是,并不是所有的基本统计都能适时、适度地运用到企划书中。如果所收集到的资料性质相似或有时间序列上的关系,就可进行统计分析,并以统计图加以呈现,从而加强企划的说服力。

2. 图像化技巧

所谓图像化技巧是指在撰写企划文案的时候,要学会多利用流程图、关联图或实体模型等非文字方式表达自己的意思。

此外,还需要明白,美化版面也是优秀的企划文案的要求之一。非文字的图示不仅可以弥补文字叙述的不足,而且更能将内容的逻辑关系准确、方便地表现出来。所以,这项技巧的训练着重于逻辑与因果的思考能力。现在,可利用现有的文字处理或排版软件比较便捷地进行有关企划内容的图像化。

3. 灵活的表达力

企划文案是企划人员思想的陈述与表现。所以,良好的表达能力是优秀的企划文案不可缺少的重要部分。

书面表达的成果是外界接触企划书的第一步,因此行文流畅、主题明确、简明扼要是书面表达的要点。有时,高层主管无暇详细研读企划书,只能靠边看简报边听企划报告来接触企划书,因而口头表达的技巧也不容忽视。

二、企划文案撰写的 5 大成功要素

撰写一份成功的策划案,当然是由很多因素配合而成,但是其中有 5 项最为关键,它们具体是:

1. 基本知识

所谓基本知识,可以区分为两类。

第一类是专业知识(也叫专长知识)。如果你是法律事务经理,就必须对法律知识有很深入的了解;如果你是经营经理,就必须对业绩方面的知识有很深入的了解;同样,如果你是技术经理、财务经理、厂长、采购经理、信息经理、研发经理、人事经理、会计主管等,也必须对相关的专业知识,有比别人更高一筹的地方。

第二类则是非专业知识。在撰写一份企划文案的时候,不仅要充分理解自己的专业知识,也最好拥有其他的企业知识,比如营销、财务、国际企业管理以及战略管理四大领域的一般性知识等。

2. 执行原则

当你在思考、分析及判断一个事件,听一个报告或一个变化时,你是否能够时时刻刻掌握到这种执行原则呢?

所谓的执行原则就是要思考以下几个方面:

① 事件是什么?事件的目的是什么?

② 事件为什么会变成这样?是由哪些因素造成的?真的是这些因素?要不断地问:为什么?为什么?为什么?

③ 事件要如何解决?有哪些方案?为什么是这些方案?这些方案真的可以解决问题吗?做得到吗?是可行的吗?需要有哪些前提条件呢?优点及缺点呢?阶段性呢?

④ 要花费多少钱?(即预算是多少。包括收入面、成本面、收入费用面、资本支出面以及损益等。)那你花了这些钱,何时才可以帮公司赚回来呢?要去追踪绩效目标的达成度。

⑤ 评估效益多大?这些事件在这些不同处理方法下或策划方案下,最后到底能为公司带来哪些有形的(可以具体算出来的)和无形的效益呢?企业不可能做无用功,也不是慈善事业,不可能长期亏损下去。每一件事都必须是有成本效益评估的。

⑥ 事件的执行日程表。这个事件或策划案必是有时效性的,某时间段内一定要完成,因此,启动期、执行期及完成最后期限要具体表示出来。

⑦ 事件在何处、何地?另外。要考虑这些事情的地点因素,如国内、国外、一地、多地等。

⑧ 谁去做?最后,还要考虑到这些事件派谁或哪些人去做是最适当的。通常必然是一个团队组织,而不是个人英雄。如果内部没有适当的人,就要赶快招兵买马才行,因为唯有找对的人,才能做对的事。

3. 摄取新鲜的知识

除了前面的基本功之外,其实企业每天面对的就是竞争、变化与进步。因此,如果你没有经常看书,没有经常看专业与财经商业国书报刊的话,你将会跟不上时代与环境的无情发展。换言之,你总有一天会赶不上新时代的新需求,甚至会落后下属很多。不止是学历落后,而且专业知识及一般知识也都落后,这真是“长江后浪推前浪,前浪(前辈)死在沙滩上”。而写策划案也是如此,当你追问为什么、思考如何做、多少预算,以及分析效益时,若是缺乏最新的外部信息与知识,就必然写不出好想法、好做法与好点子。

4. 不断地思考

在企业中,每一天都要面对竞争者、国外大环境、上游供货商、下游大顾客、千千万万消费者、政府法令、科技变化、国外同业竞争、社会文化变动等问题。而这些问题变化的结果,只有两种,好的方面会出现很多机会或商机,坏的方面就可能引出很多问题、困难与挑战。因此,企业经营就在“问题”与“机会”中持续反复。因此,想要成就企业,成就自

己,写好优秀的、具有参考价值的、具有新意的企划文案的话,就不要停止思考,不要停止寻找解决问题的方法。

5. 你是否了解范围与细节

对任何一个企划文案的撰写内容,或对问题与机会的解释及掌握,都必须要有有一种训练,那就是你写的策划案或高级主管所做决策的判断,必须是非常缜密、周全与完整的。换言之,就是对任何一个事件的分析与对策的提出,都必须考虑你的范围及细节是否无懈可击。

企划文案的范围与细节,就像是建筑师在盖房子之前,一定要先画好设计图才行,否则房子怎么盖呢?而就一个比较大的策划案而言,它必然会有从大到小的5种层面:

- ①国内外大环境变化。
- ②国内产业环境的变化。
- ③国内市场环境变化。
- ④竞争变化。
- ⑤自身变化。

只要充分注意到了这5种层面,就能够充分注意到文案的细节,也就因此能够写出较为准确、优秀的企划文案。

三、企划案失败的原因分析

企划成功的案例虽不少,但失败的案例也很多,而平平凡凡的企划案更是不计其数。因此,探索企划案为何失败,就显得极为重要了。

企划失败的原因,主要有以下两种:

(一)人为因素

企划失败,人为因素占有很大的比例,因为人是推动企划与执行的重要成员。而人为因素,又可区分为以下几个细节:

1. 创意(创新)不足,内容乏善可陈

由于企划主管经验与能力的不足,又缺乏第一线工作经历,因此若是碰到高难度的企划案,就会出现创意(创新)不足、内容显得乏善可陈以及无法对症下药的情况。可以想象,这种企划案执行的结果,必然不能创下佳绩。

2. 市场调研(市场研究)不足

很多企划案的失败,都是由市场调研或市场研究不足所致。特别是对于新商品上市案、品牌塑造案、促销案、产品定位案、广告 CF 拍摄案、价格战案、顾客服务案及新事业经营评估案等,如果没有精细且深入不断地做市场调研,那么就不可能真正掌握消费者的需求与心思,更不能抓住消费主流或市场主流了。一个完整、有效、精确的市场调研,会提供很多很好的行销决策,包括商品设计、品牌、定价、促销、通路、推广、广告及服务等内容的设计。

3. 外部情报掌握不足

所谓外部情报,主要是针对同业内的竞争者情报、国外技术情报,以及新产业、新行业发展的外部情报而言。当企划主管对外部情报掌握不足时,很可能会出现决策上的判断失误或是根本无法下决策的情况,这都是由于讯息情报的“不对称”所致。

(二)组织的因素

在组织文化或企业文化官僚十足或是老化十足的大企业体系中,经常会看到部门之间的协调性差。本位主义现象到处可见,搭配不足还是小事,权力斗争倾轧则是大事与大海。

有些部门主管站在本位立场与利己立场来看待事情,只要对自己不利或无益的案子,常会暗中反对、反弹或不予配合,或嘴上讲好但实际不动。当然,有时候这也是企划主管的协调沟通能力做得不够好与不够多所致。

为了避免自己企划的失败,企划人员在撰写企划文案的时候,一定要尽量避免发生上述类似的情况。