



现代企业经营管理百科手册

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

张洪山◎主编

商业文书

写作与技巧

中小企业商务活动必备工具手册

[科学全面 ★ 现用现查]



本书介绍了企业在日常工作中使用的各类文书，包括内部办公管理文书、人力资源管理文书、营销管理文书、商务合作文书、市场调研与情况分析文书等。内容丰富，通俗易懂，为提高广大企业工作者的文书写作水平起到一定的帮助。

一份高水平的商业文书是一个
企业职员高素质的体现



内蒙古人民出版社



现代企业经营管理百科手册

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

本册编著 管继哲

商业文书

写作与技巧

中小企业商务活动必备工具手册

[科学全面 ★ 现用现查]



本书介绍了企业在日常工作中使用的各类文书，包括内部办公管理文书、人力资源管理文书、营销管理文书、商务合作文书、市场调研与情况分析文书等。内容丰富，通俗易懂，为提高广大企业工作者的文书写作水平起到一定的帮助。

一份高水平的商业文书是一个
企业员工高素质的体现



内蒙古人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业文书写作与技巧/管继哲编著. —呼和浩特:内蒙古人民出版社, 2009. 10

(现代企业经营管理百科手册/张洪山主编)

ISBN 978 - 7 - 204 - 10190 - 0

I. 商… II. 管… III. 商业—文书—写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 184560 号

现代企业经营管理百科手册

主 编 张洪山
责任编辑 徐 建
封面设计 点滴空间
出版发行 内蒙古人民出版社
地 址 呼和浩特市新城区新华大街祥泰大厦
印 刷 三河市华东印刷有限公司
开 本 710 × 1000mm 1/16
印 张 400
字 数 4300 千
版 次 2009 年 10 月第 1 版
印 次 2009 年 12 月第 1 次印刷
印 数 1 - 15000 套
书 号 ISBN 978 - 7 - 204 - 10190 - 0/F · 281
定 价 560.00 元(共 20 册)

如出现印装质量问题,请与我社联系。联系电话:(0471)4971562 4971659

前言

文书是一种依据固定模式,根据不同背景、不同需求而进行创作的文体。文书对现代社会及现代商务来说亦显得更为重要。

现代商业活动离不开商业文书。商业文书写作不仅是职业商务人员的职责,也是人们日常生活和工作中很常见的一种文体。为适应现代经济社会发展的需要,让广大读者了解并掌握商业文书写作知识与写作技巧,并能够灵活使用这种文体,我们精心编写了这本《商业文书写作与技巧》。

商业文书写作是从事商务人员的一项重要工作,它更能体现出商务人员的素质、思维及目标。本书对商务计划文书、商务营销文书、商务管理文书、商务合作文书、商务往来文书、商务公关文书、金融税务、工商审计文书等诸多类文书进行详尽介绍,并对每类商业文书均提供给读者相关的写作格式、介绍写作技巧,同时例举具有代表性的范文供读者参考、借鉴。

本书语言通俗易懂,要点清晰,层次分明,内容丰富全面,结构新颖明朗,既重理论性,更重实用性,是现代企业营销人员、文案写作人员、企业管理者以及从事策划、管理咨询人士的实用和必备参考书。

编者

2009年7月

目 录

第一章 商务计划文书写作格式

商业战略规划	1
商务计划	1
创业计划书	3
商业计划书摘要	13
公司商业计划书	16
销售计划	30
增产节约计划	35
利润分配计划	37
广告计划	39
产品动态分析与计划要点	42

第二章 市场营销调查文案

如何写好市场调研计划书	44
如何写好市场调查问卷	49
如何写好问卷调查分析报告	55
如何写好市场调查报告	60

第三章 市场营销预测文案

如何写好市场预测报告	68
如何写好可行性研究报告	72
如何写好市场营销环境分析报告	77
如何写好市场决策报告	81

第四章 市场营销计划文案

如何写好市场营销战略计划书	84
如何写好市场营销计划书	87





如何写好网络营销计划书	91
如何写好市场长期营销计划书	97
如何写好市场年度营销计划书	102
如何写国际营销计划	109

第五章 产品营销策划文案

如何写营销策划书	114
如何写新产品开发企划书	120
如何写新产品开发报告书	131
如何写新产品开发可行性分析报告	144
如何写新产品设计可行性分析报告	148
如何写产品包装策划书	149

第六章 产品营销推广文案

如何写产品推广策划书	157
如何写产品市场开拓计划书	164
如何写产品上市建议书	167
如何写产品说明书	170
如何写新产品质量分析报告	174

第七章 营销广告文案

如何写广告策划书	176
如何写网络广告策划	187
如何写广告促销策划	190
如何写广告计划书	199
如何写广告宣传活动策划方案	206
如何写广告活动调整方案	211
如何写广告文稿	214

第八章 商务合作文书写作格式与范本

合伙合同	218
合伙型联营合同	220
合伙型联营合同(半紧密型)	221
中外来料加工合同	224
中外来件装配合同	226

订货合同	229
承租经营合作者协议	229
分公司合伙经营协议	231
合资经营企业协议	232
应用软件买卖协议书	237
货物赊欠买卖协议书	239
委托收费协议书	240
户外广告发布委托协议	241
媒体广告发布协议	242
广告板设置协议	243
品牌使用特许协议书	244
品牌特许经营协议书	245
一般代理协议书	247
独家代理协议书	249
信用卡领用协议书	249
经销服务协议书	253
售后服务协议书	254
商业赔偿协议	257
商务中介合同	258

第九章 商务公函写作格式与范本

建立贸易关系函	260
推销产品函	261
信用查询函	262
请开信用证函	263
答复询问函	263
询价函	264
报价函	265
寄送报价单函	266
拒绝报价函	267
拒绝买方出价函	267
开出信用证通知信函	268
装运通知函	269





装船通知函	270
接到订单并通知装船函	270
索取样品书	271
还价函	272
接受函	272
订购函	273
确认订购函	273
交易磋商函	274
价格方案	275
成交函	276
代理函	276
包装磋商函	277
洽商品检验证明函	277
催款书	278

第十章 金融类文书写作格式与范本

开户申请书	279
借款申请书	280
银行承兑协议	281
借款担保书	282
借款财产抵押合同	283
业务计划编制说明	285
现金资产分析报告	289
不可撤销信用担保函	290

第十一章 招标投标文书写作格式与范本

标书写作	291
招标书	292
招标申请书	294
招标公证书	295
招标邀请通知书	295
招标章程	296
招标技术质量要求书	298

· 目 录 ·

投标书	300
投标申请书	302
投标保证金	302
中标通知书	303
合作意向书	303
议标书	305
投标须知	306
评标工作小组报批表	308
招标评标办法	309



第一章 商务计划文书写作格式

商业战略规划

实用范例

××省商业发展战略规划(提纲)

1. 战略目标

我国经济建设总的奋斗目标是:……它既提出了生产的战略目标,也提出了商业发展的战略目标。商业是联结生产和消费的纽带,是实现总目标的重要环节。

根据我国经济建设总的奋斗目标,我们初步设想我省商业发展的战略目标应该是:(略)

这一目标具有量和质两个方面的规定性。因此,需要对社会商品零售总额指标的计算依据和小康生活水平的基本概念作如下说明……

2. 战略措施

为了实现上述战略目标和战略重点,必须采取一些重要的战略措施。

- (1)改革商业体制。(略)
- (2)建立结构合理的商业体系。(略)
- (3)调整有关政策。(略)
- (4)加强商流、物流、信息流的基础建设。(略)
- (5)加快商业现代化步伐。(略)
- (6)加速培养商业人才。(略)

3. 战略步骤(略)

商务计划

实用范例

××公司2008年度经贸工作计划

2002年公司的奋斗目标是实现经营收入×××万元,比上年增长×%。实





现净利润××万元,比上年增长×%。费用总额控制在××万元以内。

为确保上述奋斗目标的顺利完成,2008年我们应重点抓好以下四个方面的工作。

一、继续解放思想,转变观念

1. 要进一步强化市场竞争意识。随着对外开放步伐的加快,特别是我国加入WTO后,各种类型企业之间的竞争日益激烈,对公司的生存发展提出了严峻的挑战,“优胜劣汰,适者生存”,我们必须加速实现从传统计划经济观念向以市场为中心的市场经济观念的转变,真正树立起强烈的竞争意识,努力在市场竞争中站稳脚跟。

2. 要大胆解放思想,变被动等待观望为主动出击、积极进取。要克服过去“搞外经是买方市场,外方老板说了算”的思想认识,采取主动出击、灵活多样的工作方法,千方百计利用各种关系广交朋友,广开渠道,收集信息,本着“平等互利,一致对外”的原则,大力密切同省、市同行业间的联系和合作,扩大信息网络和合作网络,互通有无,友好协作,共同拓展对外经贸业务。

二、切实加强对全局外向型经济工作的指导

为积极促进和加强全局各企业之间的联系与合作,进一步规范、统一全局的外向型经济工作,2008年,公司要在搞好自身经营的同时,加大对全局外经工作协调、指导的力度。

1. 进一步加强招商引资工作。实践证明,积极引进外资是我局改造大中型企业的重要手段,也是解决目前我局多数企业资金缺乏、经营不善、管理落后状况的有效途径。2008年,我们要利用各种机会,有重点、有计划抓好风味楼、速冻食品厂新厂、××饭店办公楼等几家企业的招商引资工作,力争通过合资、合作等形式引进资金、技术、设备和管理经验,彻底改造局属大中型企业×~×个。

2. 加强对已建成合资企业的协调和管理。年初,要重点抓紧协助××饭店办理合作经营筹备工作与各项手续,力争于×月底以前开张营业。要进一步通过调查摸底、深入走访、归口管理等方式加强对已建成营业的××宾馆、××饭店、××公司、××酒店等合资企业的协调、管理,全面掌握筹建、营业及外方情况,及时总结经验教训,认真搞好协调、服务和指导,确保全局外经工作的顺利发展。

3. 及时交流,传递外经贸信息,促进全局各企业间的联合与合作,互相支持、优势互补、利润均占,共同发展外经贸业务。

三、继续在全国开拓经营

1. 多渠道、多工种、灵活多样地做好劳务输出工作。

经过去年一年的努力,我们无论在行业上、地区上都有初步的突破,为今后的劳务输出工作创造了较为有利的条件。2008年,公司要继续在开拓新市场、新领

域、新项目上下工夫。努力通过各种渠道继续探索开拓美国、阿联酋、韩国、匈牙利、东南亚市场。在行业工种上要进一步突破饮食业界限,积极向美容美发、轻工等行业扩展。在落实具体项目方面,除切实抓好原有劳务输出项目、进一步加强赴日厨师的选派和管理工作的外,还要继续探索承办向日本××、××等地外派美容、美发、建筑等研修生的新业务,同时继续承办组织我市饮食服务业管理人员赴日、美考察项目及各种技术交流、厨师培训等业务。

2. 大胆开拓、谨慎经营,继续探索贸易新路子。明年,贸易部除要求继续落实好绿豆等粮油购销业务外,还要求在充分搞好市场调查的基础上,进一步拓宽供销渠道,寻找新的合作伙伴,扩大经营范围,增加经营品种,并积极准备条件,为开展直接外贸业务闯路子,打基础。

3. 抓好公司自身实体经营。办好实体是公司自身发展的必由之路。2008年,公司要力争用自筹资金和引进外资兴办1~2个投资少、见效快的小型实体,通过实体建设不断扩大公司的经济实力,实现“聚少成多”、“滚雪球”式的发展。

四、强化企业财务管理,从严治理企业

2008年,财务部要继续健全各项财务管理制度,完善企业财务制度,认真执行各项财务法规,加强资金管理,特别是要加强对现金和票据的管理,严格各项费用支出的报销制度,控制支出,继续坚持“一支笔”审批制度,使财务工作更上一层楼。

×××公司

××××年×月×日

创业计划书

实用范例

米迦沃斯产业有限责任公司收入计划

目录一览表

1. 发展计划摘要

(1) 目标。

(2) 任务。

2. 公司情况

(1) 公司所有权。





(2)公司历史。

(3)公司产品。

(4)企业地址及设施。

3. 市场分析

(1)行业分析。

(2)市场参与者。

(3)成功的关键。

4. 企业营销策略及实施计划

(1)营销目标和市场策略。

(2)定价策略。

(3)促销策略。

(4)营销计划。

(5)销售策略。

(6)战略联盟。

5. 组织管理概要

(1)组织管理人员。

(2)其他组织管理的考虑。

6. 财务分析

1. 发展计划摘要

米迪沃斯产业有限责任公司(MPI)向医院和实验室提供各种革新的、艺术等级的新产品。它的总部在华盛顿州西雅图市,它的产品是通过直销的方式,与顾客进行面对面的接触来进行销售的。

这一经营计划只是我们制定整个的企业计划过程的第一步。我们将在每一季度对之进行修改。

我们打算在接下来的10个月中进入全面运营状态,并创造每年67000美元的收入。

明年我们获取成功的至关重要的因素依其重要程度进行排列,主要有以下几点:

①在医疗保健及相关产业中用高质量的新颖的产品来满足需求;

②提供高于行业平均水平的技术和服务;

③财务控制和现金流量计划。

米迪沃斯产业有限公司是一个相当新的公司,并力图在保健品行业中找到自己恰当的位置。

基于我们对未来3年中财务方面的规划和设计,销售收入将突破372000美

元,净利润将达 115000 美元。

(1) 目标

①向太平洋沿岸的西北部地区介绍布鲁牌防护手套生产线。

②保持 32% 的利润增长率。

③到 1996 年底销售收入达到每月 15000 美元,到 1997 年底达到每月 30000 美元。

(2) 任务

米迪沃斯产业有限责任公司的任务是向保健行业推出革新的产品,同时稳步地提升自身利润和公司价值。

2. 公司情况

米迪沃斯产业有限责任公司向太平洋沿岸西北部的医院、实验室、急救中心和公安部门分销新型医疗保健产品。它的顾客包括医疗从业人员,如医生、护士、实验室技术人员、紧急医疗技术专家,还包括警察、消防机构和监狱人员。

(1) 公司所有权

米迪沃斯产业有限责任公司是一个不公开上市的有限责任公司。MRA 的总裁夏恩特尔·拉瓦尔是它的主要的股份持有者。副总裁是马克·J·拉瓦尔,还有一些其他股东。两位所有者都直接参与公司的营销活动。

(2) 公司历史

米迪沃斯产业有限责任公司于 1992 年创立于加拿大,在那里,生产经营活动是由相同的所有者实施。那时的产品生产线仅仅局限于少数的几种实验室用品。在 1994 年中期,公司迁至华盛顿并继续经营他们加拿大的公司。由于他们的企业性质需要面对面的接触,他们加拿大的公司很难有大的发展。1994 年底,米迪沃斯产业有限责任公司在华盛顿州组建并决定进而寻找更为新颖的产品,如布鲁牌防护手套以及其他一些产品。他们计划逐步放松在加拿大的经营,以便更加集中力量于太平洋沿岸西北部市场,从而扩大市场份额。

(3) 公司产品

米迪沃斯产业有限责任公司产品发展与现在市场的需要紧密相关。

①医疗保健行业越来越多地将注意力集中于人们对传染性疾病的预防需要,例如艾滋病和肝炎。

②医疗业的改革及替代品和设备替换部分的需求是目前消费的一部分,并由最初的设备制造商们提供。

③在目前,人们往往很难以能够支付得起的价格从市场上获得所需的产品。

(4) 公司的地址

本公司的总部设于华盛顿州西雅图市,是一个基于家庭的企业。





随着企业的发展,由于存货的增加我们需要额外的储存空间并最终还将增加员工。

3. 市场分析

根据医疗仪器公告中心的数据,1994 年市场对于橡胶手套的需求按其最终价值计算大约是 500 万美元。在美国,保健器材行业正处于变化阶段,但对实验室诊断测试品的销售量仍能达到 100 亿美元左右。

橡胶手套行业的市场领导者分别为约翰森父子公司和巴克斯特公司。

(1) 行业分析

保健器材行业是一个极为集中的市场,从服务的角度而言,仅有几家主要的企业能维持。这些大的公司每年公布的年度收入也不过几百万美元,尚不足整个市场的 1%,这主要是由于他们过高的经营费用及开支。

为了在这一行业中生存,将自己的公司建成一个具有创新精神、良好信誉和服务导向的公司从而跻身于世界企业之列,是至关重要的。我们将尽量减少与大型企业的竞争,提供与他们不同的产品,从而降低我们的经营风险。

(2) 成功的关键

在这一行业中成功的关键在于:

- ①营销。抓住新产品的投放、商业展览和顾客的反馈。
- ②产品的质量和承受力。
- ③服务。货物的按时运送,具有专业知识的人才,全心全意为顾客服务以赢得顾客的满意和信赖。

4. 企业营销策略及实施计划

我们的企业策略将立足服务于恰当的市场。在诊断品行业充斥着如此之多相类似的产品的同时,米迪沃斯产业有限责任公司力图通过自己与众不同的产品与服务而与其他企业区别开来。

同时,以一种独一无二的产品作为开始,占据一定的市场,并且最终找到恰当的产品定位,将能够在全国范围内更好地满足顾客的需要。

我们将集中于蓝色附加保护手套这一相当狭窄的市场,并主要服务于诊所实验室及医院部门。

我们的顾客往往希望买到高技术、高质量的最为出色的产品。我们则为他们带来了各种现实可行的解决办法,使他们既削减了预算又很好地控制了污染。

(1) 市场营销的目标和对象

关于手套市场,我们将集中于这样一种市场对象:如警察和消防部门、监狱、紧急医疗服务部门等等。那里常常采用诸如双层手套这样的替代办法,因此对于

这种类型的新产品的潜在需求尚待开发。

关于分析器零件的市场,由于价格的因素,抑制了医院及私人实验室对这一产品的需要。基于制造商们目前的水平,我们的服务质量将可能受到各方的指责及争论。

其他的诊断产品将尽力满足顾客对价格及质量的要求。这一点将在广告及促销活动中充分强调。

(2) 价格策略

一个合理的价格将反映产品的质量 and 价值。价格问题是米迪沃斯产业有限责任公司所面临的最为重要的问题。我们从卖方那里获得最好的转让价格并将这一价格维持下去,也是我们决定引进这一产品的关键,我们首先要保证成本与售价成一定比例,因此必须使进口的产品有利可图,这才能使我们始终保持合理的售价和较高的利润。

(3) 促销策略

短期目标是制造足够的影响并使之日益显著,这将通过以下几种方法做到:

- 注重临床教学实验室产品的销售,临床实验室新闻节目和美国临床实验杂志将刊登介绍这一生产线的内容。

- Physicians Market Place 也将介绍我们的器械生产线。

- 我们还将向全美实验室的有关医生寄发价值 200 美元左右的有关材料。

- 商业展览:10 月份的华盛顿医疗设备展,11 月份的 AACC 地区展,都将我们的产品向太平洋沿岸西北部地区推广。

(4) 营销计划

我们正在设计我们的企业标志,它由红、黄、黑三种颜色构成。

在我们的企业卡片上采用“支付得起的技术”的字样作为商标。并且我们很幸运地得到了西班牙制造商免费提供给我们的精美的小册子及技术文件。

计划每月向有关部门邮寄一些相关材料以扩大知名度。

(5) 销售策略

短期目标是尽快地获得订单。

长期目标是通过聘请销售人员,采用任务销售的方式使我们的业务向俄勒冈、加州和内华达等地扩展。

3 年后的目标是聘请一位电子市场代表和一名技术销售业务代表。

(6) 战略联合

我们与制造商的关系对我们的生存至关重要。

- 与他们保持经常的联系,以获得最新的产品信息,每年至少进行一次会面,这些都很重要。





·出于对他们的利益的考虑,我们要遵循FDA制度,对这些产品进行注册,这也同样重要。

5. 组织管理概要

米迪沃斯产业有限责任公司目前还是一个很小的企业组织,仅由两人构成。从现在起3年之内,我们的人事计划要求从目前的2人增加至3人。

(1) 管理人员

夏恩特·拉瓦尔:总裁及创始人。

拉瓦尔太太在过去的18年中一直在医疗行业工作,她最早在加拿大创立了米迪沃斯产业有限责任公司。她毕业于蒙特利尔大学,获得生物化学专业的科学学士学位。她在实验室工作、销售、营销、顾客的技术服务等方面都具备丰富的经验。

马克·J·拉瓦尔:副总裁及合作创始人。

拉瓦尔先生在他工作的大部分时间中一直从事销售工作。在他的工作生涯中,近30年的时间都着重从事这方面的销售,尤其擅长进口及确定基准成本的管理工作。

为了遵循华盛顿州有关有限责任公司方面的规定,董事会中至少还需增加2个人。

(2) 其他一些关于组织管理的意见

- 组织结构太小影响既定目标的实现。
- 目前的人员队伍对加拿大市场了解较多,还需更多地关注于美国市场以实现既定目标。
- 米迪沃斯产业有限责任公司的成功很大程度上在于拥有创新的产品和不断地寻找新的产品。这本身就是一种挑战。

6. 财务分析

所有有关财务分析方面的数据都包括在附录中(略):

- 预期的利润和损失(估计的损益表)
- 现金流量分析
- 预期资产负债表
- 企业比率分析(根据今后3年的规划求得)

实用范例

北京赛特购物中心开业庆典策划案

1. 赛特购物中心开业庆典的筹备会议案(节录)